

**Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας**  
**Σχολή Οικονομικών Επιστημών**  
**Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας**



**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Διοίκηση**  
**«Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ»**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:**

**Ψηφιακή επιχειρηματικότητα και καινοτομία:**  
**Μελέτη Περίπτωσης Airbnb**

**ΝΤΑΦΗ ΑΡΕΤΗ Α.Μ.:97**

(υποβλήθηκε στο Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας – Πανεπιστήμιο Δυτικής  
Μακεδονίας)

# **Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας**

**Σχολή Οικονομικών Επιστημών**

**Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας**

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Διοίκηση  
«Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ»**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:**

**Ψηφιακή επιχειρηματικότητα και καινοτομία:**

**Μελέτη Περίπτωσης Airbnb.**

**ΝΤΑΦΗ ΑΡΕΤΗ Α.Μ.:97**

**Επιβλέπων Καθηγητής:**

Δρ. Σπινθηρόπουλος Κωνσταντίνος, Αναπληρωτής Καθηγητής.

**Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή:**

Δρ. Ιωάννης Αντωνιάδης, Αναπληρωτής Καθηγητής.

Δρ. Κωνσταντίνος Σπινθηρόπουλος, Αναπληρωτής Καθηγητής.

Δρ. Κωνσταντίνος Πανυτσίδης, Επίκουρος Καθηγητής.

## **ΔΗΛΩΣΗ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ**

Με πλήρη επίγνωση των συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων, δηλώνω ενυπογράφως ότι είμαι αποκλειστικός συγγραφέας της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας, για την ολοκλήρωση της οποίας κάθε βοήθεια είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται λεπτομερώς στην εργασία αυτή. Έχω αναφέρει πλήρως και με σαφείς αναφορές, όλες τις πηγές χρήσης δεδομένων, απόψεων, θέσεων και προτάσεων, ιδεών και λεκτικών αναφορών, είτε κατά κυριολεξία είτε βάσει επιστημονικής παράφρασης. Αναλαμβάνω την προσωπική και ατομική ευθύνη ότι σε περίπτωση αποτυχίας στην υλοποίηση των ανωτέρω δηλωθέντων στοιχείων, είμαι υπόλογος έναντι λογοκλοπής, γεγονός που σημαίνει αποτυχία στην Διπλωματική Εργασία μου και κατά συνέπεια αποτυχία απόκτησης του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, πέραν των λοιπών συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων. Δηλώνω, συνεπώς, ότι αυτή η εργασία μου προετοιμάστηκε και ολοκληρώθηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ότι, αναλαμβάνω πλήρως όλες τις συνέπειες του νόμου στην περίπτωση κατά την οποία αποδειχθεί, διαχρονικά, ότι η εργασία αυτή ή τμήμα της δεν μου ανήκει διότι είναι προϊόν λογοκλοπής άλλης πνευματικής ιδιοκτησίας.

Όνομα & Επώνυμο Συγγραφέα (Με Κεφαλαία):

ΝΤΑΦΗ ΑΡΕΤΗ

Υπογραφή (Ολογράφως, χωρίς μονογραφή):



Ημερομηνία (Ημέρα – Μήνας – Έτος): 20/02/2023

## Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της διπλωματικής μου εργασίας, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά όλους τους καθηγητές του Μεταπτυχιακού Προγράμματος με τίτλο: «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ψηφιακό Μάρκετινγκ» του τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, οι οποίοι με βοήθησαν να διευρύνω τις γνώσεις μου στα θεματικά πεδία που διδάσκουν με κατάρτιση και συνέπεια. Ευχαριστώ θερμά την επιβλέπον καθηγητή μου Δρ. Σπινθηρόπουλο Κωνσταντίνο, για τη σημαντική συμβολή του στην περάτωση της συγκεκριμένης εργασίας, ο οποίος με τις καίριες επισημάνσεις του με βοήθησε ουσιαστικά στη συγγραφή της παρούσας μελέτης αλλά και την πολύτιμη καθοδήγηση και υποστήριξη που μου παρείχε καθ' όλη τη διάρκεια αυτής της προσπάθειας μέχρι την ολοκλήρωση της διπλωματικής μου εργασίας. Τέλος, θέλω από τα βάθη της καρδιάς μου να ευχαριστήσω την οικογένειά μου, για την ανεκτίμητη στήριξή τους, τόσο στην παρούσα εργασία, όσο και στην ολοκλήρωση των σπουδών μου.

20/02/2023

Αρετή Ντάφη

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το γενικότερο πλαίσιο της καινοτομίας πρέπει να κατευθύνεται από την ψηφιακή επιχειρηματικότητα. Επηρεάζει τα πολλά επίπεδα και τις πτυχές του συστήματος καινοτομίας αλλάζοντας τη δομή, τους στόχους και τις μεθόδους δικτύωσης του ευρύτερου επιχειρηματικού συστήματος. Η ψηφιακή τεχνολογία μπορεί όχι μόνο να προσφέρει νέες οικονομικές δυνατότητες, αλλά μπορεί να προκαλέσει αναστάτωση και να δημιουργήσει νέα τρωτά σημεία, επιφέροντας αναπόφευκτες αλλαγές στο επιχειρηματικό οικοσύστημα. Στόχος της παρούσας μελέτης είναι η αποτύπωση του ψηφιακού μετασχηματισμού και της καινοτομίας μέσω της ποσοτικής μελέτης ηλεκτρονικής πλατφόρμας με αντικείμενο τον τουρισμό και ως μελέτη περίπτωσης το Airbnb.

**Λέξεις-Κλειδιά:** Ψηφιακή Επιχειρηματικότητα, καινοτομία, Airbnb, Τουρισμός

## ABSTRACT

The broader framework of innovation must be driven by digital entrepreneurship. It affects the many levels and aspects of the innovation system by changing the structure, goals and networking methods of the wider business system. Digital technology can not only offer new economic opportunities, but it can also cause disruption and create new vulnerabilities, bringing about inevitable changes in the business ecosystem. The aim of the present study is to capture digital transformation and innovation through the quantitative study of an electronic platform with the object of tourism and Airbnb as a case study.

**Keywords:** Digital Entrepreneurship, innovation, Airbnb, Tourism

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ευχαριστίες .....	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	5
ABSTRACT .....	6
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	8
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	11
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ .....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	15
1.1 Εισαγωγή.....	15
1.2 Ο ορισμός της ψηφιακής καινοτομίας και επιχειρηματικότητας.....	17
1.3 Η Τρέχουσα κατάσταση Ψηφιακής Επιχειρηματικότητας και Έρευνας Ψηφιακής Καινοτομίας....	18
1.4 Ψηφιακή Επιχειρηματικότητα και Ψηφιακή Καινοτομία και ο ρόλος των ψηφιακών πλατφορμών όπως το airbnb .....	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.....	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	30
3.1 Εισαγωγή.....	30
3.2 Ερευνητικές Υποθέσεις .....	31
3.3 Μεθοδολογία .....	33
3.4 Δείγμα έρευνας .....	33
3.5 Εργαλείο έρευνας.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	34
4.1 Εισαγωγή.....	34
4.2 Δημογραφικά Στοιχεία .....	35
4.3 Ψηφιακή Καινοτομία και Ψηφιακή Πλατφόρμα .....	40
4.4 Ψηφιακή Πλατφόρμα Airbnb.....	51
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	58
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	60
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ .....	64

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

<b>Πίνακας 1:</b> Στατιστικά Στοιχεία.....	30
<b>Πίνακας 2:</b> Δημογραφικά στοιχεία (Φύλο).....	31
<b>Πίνακας 3:</b> Δημογραφικά στοιχεία (Ηλικία).....	32
<b>Πίνακας 4:</b> Περιγραφικά στοιχεία (Επίπεδο Σπουδών).....	33
<b>Πίνακας 5:</b> Πίνακας Συχνοτήτων (Επίπεδο Σπουδών).....	33
<b>Πίνακας 6:</b> Πίνακας Συχνοτήτων (Επάγγελμα).....	34
<b>Πίνακας 7:</b> Ερώτηση:Πόσο εξοικειωμένοι νιώθετε με μία ψηφιακή Πλατφόρμα.....	36
<b>Πίνακας 8:</b> Ερώτηση:Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε μια ψηφιακή πλατφόρμα..	37



**Πίνακας 9:**Ερώτηση:Πόσο ικανοποιημένοι νιώθετε αν χρησιμοποιείτε την αγαπημένη σας ψηφιακή πλατφόρμα..... 40

**Πίνακας 10:** Ερώτηση: Πιστεύετε ότι η αγαπημένη σας ψηφιακή πλατφόρμα επιδρά άμεσα στην ψυχολογία σας και στα συναισθήματα σας.....42

**Πίνακας 11:**Ερώτηση:Πιστεύετε ότι η χρήση μιας γνωστής ψηφιακής πλατφόρμας θα είναι πιο αποτελεσματική σε σχέση με κάποια άλλη.....43

**Πίνακας 12:** Ερώτηση: Θεωρείτε το ίδιο αξιόπιστη μια ψηφιακή επιχείρηση με μία φυσική επιχείρηση.....45

**Πίνακας 13:** Ερώτηση: Θα επενδύατε τα χρήματα σας σε μία ψηφιακή Επιχείρηση.....46

**Πίνακας 14:**Ερώτηση:Γνωρίζετε για την ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb.....47

**Πίνακας 15:**Ερώτηση:Θεωρείτε αξιόπιστη τη ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb..48

**Πίνακας 16:** Θεωρείτε χρήσιμη μία αντίστοιχη πλατφόρμα για ενοικίαση Αυτοκινήτων.....50

**Πίνακας 17:**Ερώτηση:Περιγραφική Στατιστική..... 51

**Πίνακας 18:**ΕρώτησηΘεωρείτε ωφέλιμη η προσθήκη αυτής της πλατφόρμας στην πλατφόρμα Airbnb.....53

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

<b>Εικόνα 1:</b> Ψηφιακή τεχνολογία και επιχειρηματικότητα.....	11
<b>Εικόνα 2:</b> Ψηφιακή τεχνολογία.....	13
<b>Εικόνα 3:</b> Ψηφιακή τεχνολογία και επιχειρηματικότητα.....	16
<b>Εικόνα 4:</b> Η πορεία του Ψηφιακού Μετασχηματισμού.....	18
<b>Εικόνα 5:</b> Δημογραφικά στοιχεία (Φύλο).....	32
<b>Εικόνα 6:</b> Δημογραφικά στοιχεία (Φύλο).....	33
<b>Εικόνα 7:</b> Δημογραφικά στοιχεία (Επίπεδο Σπουδών).....	34
<b>Εικόνα 8:</b> Δημογραφικά στοιχεία (Επάγγελμα).....	35
<b>Εικόνα 9:</b> Ερώτηση: Πόσο εξοικειωμένοι νιώθετε με μία ψηφιακή πλατφόρμα.....	36
<b>Εικόνα 10:</b> Ερώτηση: Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε μια ψηφιακή πλατφόρμα.....	38

**Εικόνα 11:**Ερώτηση:Πόσο ικανοποιημένοι νιώθετε αν χρησιμοποιείτε την αγαπημένη σας ψηφιακή πλατφόρμα..... 41

**Εικόνα 12:** Ερώτηση: Πόσο ικανοποιημένοι νιώθετε αν χρησιμοποιείτε την αγαπημένη σας ψηφιακή πλατφόρμα.....42

**Εικόνα 13:** Ερώτηση Πιστεύετε ότι η χρήση μιας γνωστής ψηφιακής πλατφόρμας θα είναι πιο αποτελεσματική σε σχέση με κάποια άλλη.....43

**Εικόνα 14:**ΕρώτησηΑν η χρήση μιας ψηφιακής πλατφόρμας δεν ήταν αρκετά αποδοτική θα τη ξανά χρησιμοποιούσατε.....44

**Εικόνα 15:** ΕρώτησηΘεωρείτε το ίδιο αξιόπιστη μια ψηφιακή επιχείρηση με μία φυσική επιχείρηση.....46

**Εικόνα 16:** Ερώτηση:Γνωρίζετε για την ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb.....48

**Εικόνα 17:**Ερώτηση:Θεωρείτε αξιόπιστη τη ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb..49

**Εικόνα 18:**Ερώτηση:Πόσες φορές έχετε χρησιμοποιήσει τη πλατφόρμα Airbnb.49

**Εικόνα 19:** Ερώτηση : Πόσες φορές έχετε χρησιμοποιήσει τη πλατφόρμα Airbnb.51

**Εικόνα 20:**Ερώτηση:Θεωρείτε ότι θα είναι αρκετά αξιόπιστη μια τέτοιου είδους πλατφόρμα.....51

**Εικόνα 21:** Ερώτηση : Θεωρείτε ότι θα είναι αρκετά αξιόπιστη μια τέτοιου είδους πλατφόρμα.....52

## ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

DTA: DigitalTourism Agencies

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

## 1.1 Εισαγωγή

Η συνεχιζόμενη ανάπτυξη της ψηφιακής τεχνολογίας έχει προκαλέσει μια πρωτόγνωρη αλλαγή της κοινωνικής και οικονομικής δραστηριότητας. Παραδείγματα περιλαμβάνουν την εμφάνιση νέων διαδικτυακών καταστημάτων και τη μετατόπιση των παραδοσιακών εμπορών λιανικής από τα φυσικά στα ψηφιακά καταστήματα. Η ολοένα και αυξανόμενη παρουσία ψηφιακών πλατφορμών μεταφοράς προϊόντων και υπηρεσιών, αποσπούν γρήγορα μερίδιο αγοράς και η εμφάνιση εντελώς νέων βιομηχανιών, όπως αυτή που επικεντρωνόταν γύρω από τα μη επανδρωμένα εναέρια οχήματα έχουν κατακλίσει την σημερινή αγορά. Επιχειρηματίες και καινοτόμοι σε όλο τον κόσμο έχουν αρχίσει να αξιολογούν και να αναλαμβάνουν δράση αξιολογώντας τις συνέπειες αυτής της μετάβασης για την ανταγωνιστικότητα, τη δημιουργία αξίας και την κοινωνία γενικότερα λόγω της ταχύτητας, της διεισδυτικότητας και της παγκόσμιας επιρροής αυτής της αλλαγής (ACCC, 2019, Furmanetal., 2019).

Οι λέξεις «ψηφιακή επιχειρηματικότητα» και «ψηφιακή καινοτομία» περιγράφουν τον τρόπο με τον οποίο οι συμβατικές επιχειρηματικές και καινοτόμες διαδικασίες και αποτελέσματα αλληλοεπιδρούν με την ψηφιακή τεχνολογία. Και οι δύο πρακτικές και πολιτικές επωφελούνται από τις πιθανές αλλαγές που προκαλεί η ψηφιακή τεχνολογία. Σύμφωνα με έρευνα (Furmanetal., 2019), οι ψηφιακές τεχνολογίες καταποντίζουν τα παραδοσιακά όρια και αλλάζουν τις διαδικασίες και τα αποτελέσματα της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας. Αυτό καθιστά τις υπάρχουσες θεωρίες δυνητικά παρωχημένες και καθιστά αναγκαία τη διερεύνηση αυτών των διασταυρώσεων ως νέα φαινόμενα.

Η βασική προϋπόθεση είναι ότι οι ψηφιακές τεχνολογίες διαφέρουν θεμελιωδώς από τις συμβατικές τεχνολογίες και αντιπροσωπεύουν κάτι περισσότερο από μια ακόμα τεχνολογική επανάσταση (Yoo, Henfridsson, &Lyytinen, 2012). Ακόμη και οι λεγόμενοι οραματιστές όπως ο JeffBezos (ιδρυτής της Amazon), ο SergeyBrin (συνιδρυτής της Google) και ο SteveJobs (συνιδρυτής της Apple) μπορεί να μην ήταν σε θέση να προβλέψουν τον τεράστιο και σχεδόν παγκόσμιο αντίκτυπο των ψηφιακών τεχνολογιών όπως το διαδίκτυο και τα smartphoneστις οικονομικές και κοινωνικές

δραστηριότητες όταν ξεκίνησαν τις δραστηριότητές τους στο πρόσφατο παρελθόν.(ACCC, 2019)

Οι ψηφιακές τεχνολογίες μπορεί να θεωρηθούν ως εξωτερικοί παράγοντες που διεγείρουν και ενθαρρύνουν τις διαδικασίες ή επιτρέπουν τα αποτελέσματα της αλληλεπίδρασης στο πλαίσιο της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας (vonBriel, Recker, &Davidsson, 2018). Μπορεί ακόμα να συμβάλλουν σε πολλές λειτουργίες και να εμφανίζονται σε ποικίλα πλαίσια, συμπεριλαμβανομένων προϊόντων, πλατφορμών για αγαθά ή υπηρεσίες, εργαλείων υποδομής ή συστημάτων (Chalmers, D., Matthews, R., &Hyslop, A. 2020), και ψηφιακών εφαρμογών, εξαρτημάτων ή περιεχόμενο πολυμέσων.

### **Εικόνα 1:**Ψηφιακή τεχνολογία και επιχειρηματικότητα



Πηγή: <https://www.cambridge.org/gr>

Υπάρχει μια προφανής αίσθηση επείγουσας ανάγκης να εντοπιστεί το όλο πλαίσιο της ψηφιακής τεχνολογίας και επιχειρηματικότητας μέσω της υιοθέτησης των ψηφιακών τεχνολογιών σε ανθρώπους και οργανισμούς είτε ως συμμετέχοντες, είτε ως οδηγοί είτε ως παρατηρητές της ψηφιακής επανάστασης. Ταυτόχρονα, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής θα πρέπει να είναι σε θέση να ορίζουν τους ψηφιακούς καινοτόμους και επιχειρηματίες ως τους κύριους μοχλούς της ψηφιακής επανάστασης.



## 1.2 Ο ορισμός της ψηφιακής καινοτομίας και επιχειρηματικότητας

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να οριστεί η διαδικασία ίδρυσης και λειτουργίας μιας εταιρείας που κάνει χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας για την παροχή αξίας η οποία αναφέρεται ως ψηφιακή επιχειρηματικότητα και καινοτομία. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την ανάπτυξη και την προσφορά ψηφιακών αγαθών και υπηρεσιών, τη βελτίωση των συμβατικών επιχειρηματικών μοντέλων χρησιμοποιώντας ψηφιακή τεχνολογία ή την αλληλεπίδραση με τους καταναλωτές μέσω ψηφιακών καναλιών.(Chesbrough, H. W. 2003).

**Εικόνα 2:** Ψηφιακή τεχνολογία



Πηγή: <https://www.e-zigurat.com/>

Η ψηφιακή καινοτομία και η επιχειρηματικότητα μπορούν να προσεγγιστούν με διάφορους τρόπους και μπορεί να είναι ένας κερδοφόρος και ενδιαφέρων τομέας για εργασία. Κατά την έναρξη μιας ψηφιακής εταιρείας, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι ακόλουθοι παράγοντες:(Davidsson, P. 2015).

- 1) Η εύρεση μιας κερδοφόρας επιχειρηματικής ιδέας συνεπάγεται την αναγνώριση μιας ανάγκης ή ενός ζητήματος που μπορεί να λύσει η εταιρεία σας και να αξιολογήσει εάν υπάρχει αγορά.

- 2) Δημιουργία ισότοπου και διαδικτυακής παρουσίας: Για την πλειοψηφία των ψηφιακών επιχειρήσεων, η αποτελεσματική διαδικτυακή παρουσία είναι ζωτικής σημασίας. Αυτό περιλαμβάνει τη σύνδεση με υποψήφιους πελάτες μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και άλλων διαδικτυακών πλατφορμών, καθώς και την ύπαρξη ενός ιστότοπου που μεταφέρει αποτελεσματικά την επωνυμία της μάρκας και την προσφορά αξίας.
- 3) Δημιουργία σχεδίου ψηφιακού μάρκετινγκ: Διαφημίζοντας τα αγαθά ή τις υπηρεσίες σας στο διαδίκτυο, μια στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ βοηθά στην προσέλκυση και τη διατήρηση των καταναλωτών. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει στρατηγικές όπως το μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης, το μάρκετινγκ μέσω email και τη βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης.
- 4) Προκειμένου να αποτραπεί η κλοπή ή η κακή χρήση της εργασίας από τους ανθρώπους, είναι σημαντικό να προστατεύεται πνευματική ιδιοκτησία εάν μια εταιρία παράγει και πουλά ψηφιακά αγαθά ή υπηρεσίες. Αυτό μπορεί να γίνει χρησιμοποιώντας πνευματικά δικαιώματα και εμπορικά σήματα.
- 5) Συμμόρφωση με τις τάσεις του κλάδου: Καθώς οι ψηφιακές τεχνολογίες και τα επιχειρηματικά μοντέλα αναπτύσσονται τακτικά, είναι σημαντικό να παρακολουθούνται πιο πρόσφατες τάσεις και η βέλτιστες πρακτικές του κλάδου για να διατηρηθεί εταιρεία ανταγωνιστική.

Συνολικά, το θέμα της ψηφιακής επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας έχει τη δυνατότητα να είναι συναρπαστικό, επικερδές και να έχει μεγάλη επιρροή στον κόσμο.

### **1.3 Η Τρέχουσα κατάσταση Ψηφιακής Επιχειρηματικότητας και Έρευνας Ψηφιακής Καινοτομίας**

Η αύξηση των άρθρων και μελετών που δημοσιεύονται σε επιστημονικά περιοδικά, ιδιαίτερα κατά τα προηγούμενα χρόνια, καταδεικνύει το αυξανόμενο ενδιαφέρον των μελετητών για την ψηφιακή καινοτομία και την επιχειρηματικότητα (Selden, P. D., & Fletcher, D. E. (2015). Συνεπώς η ψηφιακή επιχειρηματικότητα και η ψηφιακή

καινοτομία έχουν λάβει αυξανόμενη προσοχή από τους ερευνητές τα τελευταία χρόνια, καθώς η χρήση ψηφιακών τεχνολογιών γίνεται όλο και πιο διαδεδομένη σε επιχειρήσεις όλων των μεγεθών και τομέων.

Ένας βασικός τομέας έρευνας στον τομέα της ψηφιακής επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας ήταν ο ρόλος της τεχνολογίας στην ενεργοποίηση και την προώθηση της επιχειρηματικής καινοτομίας. Πολλοί ερευνητές έχουν υποστηρίξει ότι οι ψηφιακές τεχνολογίες, όπως το Διαδίκτυο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι κινητές συσκευές, έχουν δημιουργήσει νέες ευκαιρίες για τους επιχειρηματίες να ξεκινήσουν και να αναπτύξουν επιχειρήσεις με τρόπους που προηγουμένως δεν ήταν δυνατοί (Afuah&Tucci, 2001). Αυτές οι τεχνολογίες επέτρεψαν επίσης στις επιχειρήσεις να διαταράξουν τις παραδοσιακές βιομηχανίες και να δημιουργήσουν εντελώς νέες αγορές (Tapscott&Williams, 2006).

Ένας άλλος σημαντικός τομέας έρευνας είναι ο ρόλος των ψηφιακών πλατφορμών στη διευκόλυνση της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας. Οι ψηφιακές πλατφόρμες, όπως οι διαδικτυακές αγορές και τα δίκτυα μέσω κοινωνικής δικτύωσης, έχουν παράσχει νέους τρόπους στους επιχειρηματίες να προσεγγίζουν και να αλληλοεπιδρούν με πελάτες, καθώς και να συνεργάζονται με άλλους ενδιαφερόμενους (Bughin, Jefferies, &Kok, 2018). Οι ψηφιακές πλατφόρμες επέτρεψαν επίσης την άνοδο της οικονομίας των συναυλιών, στην οποία τα άτομα μπορούν να προσφέρουν τις δεξιότητες και τις υπηρεσίες τους σε ευέλικτη βάση έργων (Walden, 2018).

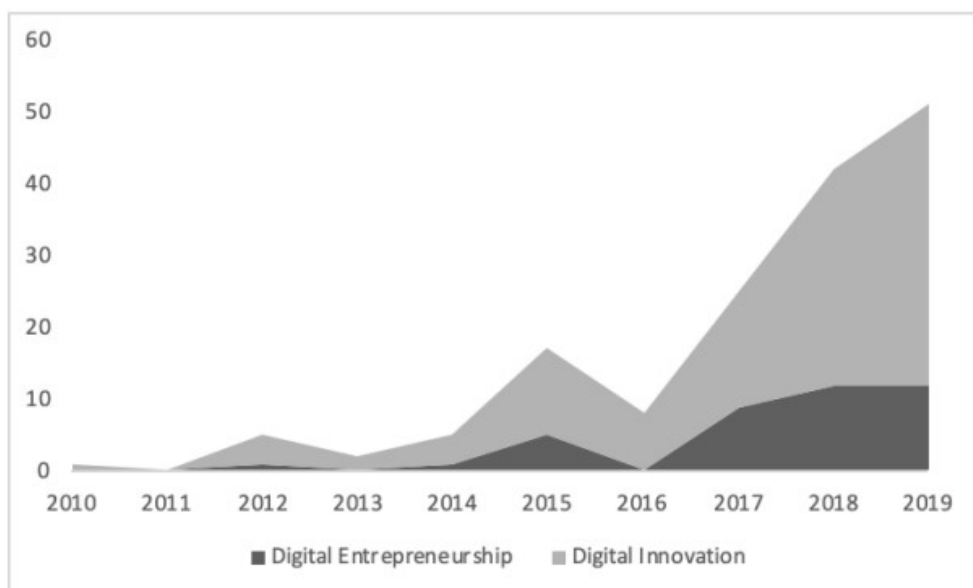
Ένας τρίτος τομέας έρευνας της επιχειρηματικότητας ήταν ο αντίκτυπος της ψηφιακής επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στα παραδοσιακά επιχειρηματικά μοντέλα και βιομηχανίες. Πολλοί ερευνητές έχουν σημειώσει ότι η άνοδος των ψηφιακών τεχνολογιών έχει διαταράξει τις παραδοσιακές βιομηχανίες και ανάγκασε τις επιχειρήσεις να προσαρμοστούν ή να διακινδυνεύσουν να καταστούν παρωχημένες (Afuah&Tucci, 2001). Ταυτόχρονα, ωστόσο, ορισμένοι ερευνητές υποστήριξαν ότι οι ψηφιακές τεχνολογίες έχουν επίσης δημιουργήσει νέες ευκαιρίες για καθιερωμένες επιχειρήσεις να καινοτομούν και να παραμείνουν ανταγωνιστικές (Zott&Amit, 2010).

Συνολικά, η τρέχουσα κατάσταση της έρευνας για την ψηφιακή επιχειρηματικότητα και την καινοτομία υποδηλώνει ότι αυτές οι τάσεις έχουν σημαντικό αντίκτυπο στον τρόπο λειτουργίας και δημιουργίας αξίας των επιχειρήσεων. Αυτές οι τεχνολογίες

επέτρεψαν νέες μορφές επιχειρηματικότητας και καινοτομίας, διατάραξαν τις παραδοσιακές βιομηχανίες και παρείχαν ευκαιρίες και προκλήσεις για καθιερωμένες επιχειρήσεις.

Η παρακάτω εικόνα παρέχει μια γραφική αναπαράσταση της αύξησης του αριθμού των άρθρων που γράφτηκαν για την ψηφιακή καινοτομία και την επιχειρηματικότητα τα τελευταία δέκα χρόνια. Αν και οι πρώτες μελέτες δημοσιεύθηκαν την ίδια χρονιά το 2006, άρχισαν να συγκεντρώνουν δημοτικότητα αρκετά σύντομα όπως παρουσιάζεται και στο παρακάτω διάγραμμα.

**Εικόνα 3:** Ψηφιακή τεχνολογία και επιχειρηματικότητα



Πηγή: Shane, S. A., & Venkataraman, S 2000

Ανάλογα με το συγκεκριμένο περιβάλλον και την τοποθεσία, υπάρχουν αρκετές καταστάσεις που διέπουν την ψηφιακή επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Ωστόσο, μπορούν να βρεθούν τα ακόλουθα γενικά θέματα και μοτίβα: (Shane, S. A., & Venkataraman, S2000).

- **Η επικράτηση της ψηφιακής επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας αυξάνεται:** Η ψηφιακή επιχειρηματικότητα και η καινοτομία γίνονται σημαντικοί μοχλοί οικονομικής ανάπτυξης και εφεύρεσης σε πολλά έθνη και είναι πιο κοινές σε επιχειρήσεις όλων των μεγεθών και βιομηχανιών.

- **Οι παραδοσιακοί τομείς διαταράσσονται από τις ψηφιακές τεχνολογίες:** Οι παραδοσιακοί τομείς έχουν διαταραχθεί από την ανάπτυξη της ψηφιακής τεχνολογίας, η οποία οδήγησε τις επιχειρήσεις να αλλάξουν ή να διακινδυνεύσουν να σταματήσουν τη λειτουργία τους. Ωστόσο, αυτές οι τεχνολογίες έδωσαν επίσης νέες ευκαιρίες στις υπάρχουσες επιχειρήσεις να καινοτομήσουν και να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους.
- **Οι ψηφιακές πλατφόρμες γίνονται όλο και πιο σημαντικές:** οι ψηφιακές πλατφόρμες, όπως τα ηλεκτρονικά καταστήματα και οι ιστότοποι κοινωνικών μέσων, έχουν δώσει στους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων νέους δρόμους για να συνδεθούν και να αλληλεπιδράσουν με τους καταναλωτές, καθώς και να συνεργαστούν με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Η ανάδυση της οικονομίας των συναυλιών, στην οποία οι άνθρωποι μπορούν να προσφέρουν τα ταλέντα και τις υπηρεσίες τους σε μια ευέλικτη βάση βασισμένη σε έργα, έγινε επίσης δυνατή από αυτούς.
- **Υπάρχουν ανησυχίες σχετικά με τις επιπτώσεις στην απασχόληση και την αγορά εργασίας:** Η εμφάνιση ψηφιακών πλατφορμών και τεχνολογίας είχε τεράστιο αντίκτυπο στην απασχόληση και στον τρόπο οργάνωσης της εργασίας, τόσο όσον αφορά τα διαθέσιμα είδη εργασίας όσο και τον τρόπο οργάνωσης της εργασίας. Ανησυχίες για το πώς αυτές οι τάσεις μπορούν να επιδεινώσουν την ανισότητα και την ανασφάλεια έχουν εκφραστεί από αρκετούς μελετητές.

Γενικά, το περιβάλλον για την ψηφιακή καινοτομία και την επιχειρηματικότητα είναι περίπλοκο και πολυδιάστατο, με δυνατότητες και εμπόδια. Οι μελλοντικές δραστηριότητες της εταιρείας και η δημιουργία αξίας αναμένεται να διαμορφωθούν από αυτές τις τάσεις καθώς αναπτύσσονται.

Συνεπώς, σκοπός της παρούσης μελέτης, αποτελεί την εξερεύνηση της καινοτομίας και της ψηφιακής επιχειρηματικότητας μέσω της χρήσης ψηφιακών πλατφόρμων χρησιμοποιώντας ποσοτική ανάλυση. Η εργασία δομείται ακολούθως: Το παρόν κεφάλαιο (κεφάλαιο 1) αποτελεί την εισαγωγή της εργασίας, το επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζει το θεωρητικό πλαίσιο και την βιβλιογραφική ανασκόπηση της

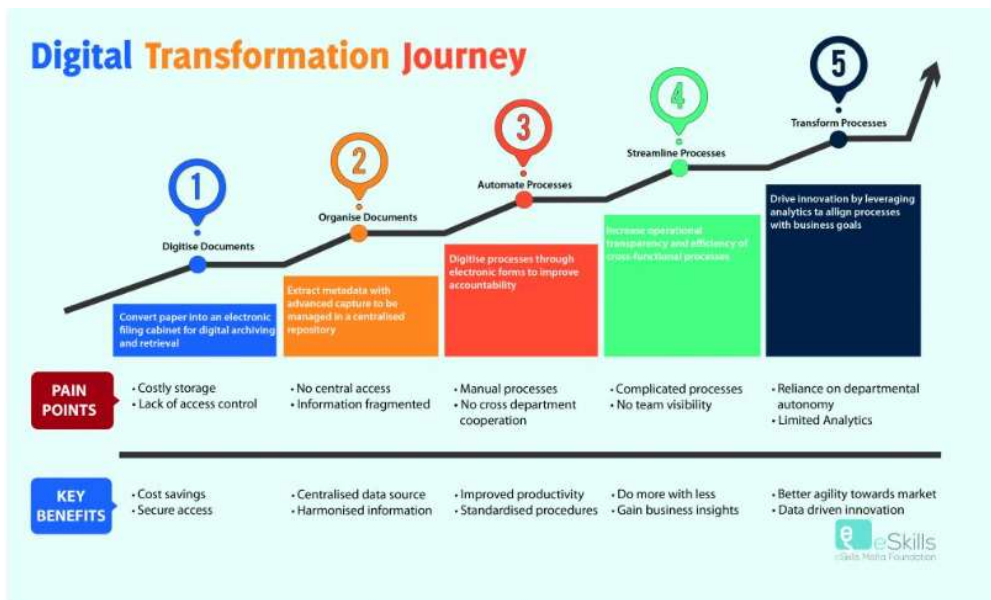
ψηφιακής επιχειρηματικότητας και καινοτομίας. Το κεφάλαιο 3 παρουσιάζει την μεθοδολογία της μελέτης, το κεφάλαιο 4 τα αποτελέσματα, και τέλος το κεφάλαιο 5 τα συμπεράσματα της εργασίας.

#### **1.4 Ψηφιακή Επιχειρηματικότητα και Ψηφιακή Καινοτομία και ο ρόλος των ψηφιακών πλατφορμών όπως το airbnb**

Η τουριστική επιχείρηση έχει πρόσφατα επηρεαστεί σημαντικά από τις ψηφιακές πλατφόρμες, την ψηφιακή καινοτομία και την επιχειρηματικότητα. Η χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας κατέστησε δυνατή τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών μοντέλων και το άνοιγμα ολόκληρων νέων αγορών στον ταξιδιωτικό κλάδο. (Laudon, K., and Laudon, J. (2007).

Η δημιουργία διαδικτυακών ταξιδιωτικών πρακτορείων (DTA) και άλλων ψηφιακών πλατφορμών που επιτρέπουν στους πελάτες να κάνουν κράτηση και να οργανώνουν τις διακοπές τους στο διαδίκτυο είναι ένας τρόπος με τον οποίο η ψηφιακή καινοτομία και η επιχειρηματικότητα έχουν επηρεάσει τον τουριστικό τομέα. Παρέχοντας στους πελάτες μια πιο πρακτική και προσιτή μέθοδο για τον προγραμματισμό των ταξιδιών τους, αυτές οι πλατφόρμες έχουν επηρεάσει τους συμβατικούς ταξιδιωτικούς πράκτορες και τους τουριστικούς πράκτορες. Ωστόσο, αυτές οι πλατφόρμες έχουν επίσης δώσει στις υπάρχουσες επιχειρήσεις νέες ευκαιρίες να καινοτομήσουν και να παραμείνουν ανταγωνιστικές, παρέχοντάς τους μια μέθοδο σύνδεσης και αλληλεπίδρασης με τους καταναλωτές μέσω της πλατφόρμας. (Zott&Amit, 2010)

**Εικόνα 4:** Ηπορεία του Ψηφιακού Μετασχηματισμού



Πηγή: <https://barcelona.tbs-education.com/>

Η εμφάνιση εναλλακτικών επιλογών διαμονής, όπως οι ιστότοποι κοινής χρήσης σπιτιού όπως η Airbnb, είναι ένας άλλος τρόπος με τον οποίο η ψηφιακή καινοτομία και η επιχειρηματικότητα έχουν επηρεάσει τον τουριστικό τομέα. Προσφέροντας μια νέα μέθοδο στους τουρίστες για τον εντοπισμό και την κράτηση καταλυμάτων, αυτές οι πλατφόρμες έχουν αναβαθμίσει τον καθιερωμένο τομέα των ξενοδοχείων και της φιλοξενίας. Ωστόσο, έδωσαν επίσης νέες ευκαιρίες στις υπάρχουσες επιχειρήσεις να καινοτομήσουν και να παραμείνουν ανταγωνιστικές, δίνοντάς τους μια μέθοδο σύνδεσης και αλληλεπίδρασης με τους καταναλωτές μέσω της πλατφόρμας. (Li, L., and Buhalis, D. 2006).

Ο τουριστικός τομέας έχει επηρεαστεί σημαντικά από τις ψηφιακές πλατφόρμες, την ψηφιακή καινοτομία και την επιχειρηματικότητα συνολικά. Αυτές οι αλλαγές έχουν αμφισβητήσει τα συμβατικά επιχειρηματικά μοντέλα και έχουν δώσει νέες δυνατότητες στις υφιστάμενες εταιρείες, αλλά έχουν επίσης προκαλέσει δυσκολίες και έχουν πυροδοτήσει ανησυχίες για τις επιπτώσεις τους στην απασχόληση και την αγορά εργασίας. (Lurie, N. 2004).

Η ανάπτυξη της ψηφιακής επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας έχει επηρεαστεί σημαντικά από ψηφιακές πλατφόρμες όπως η Airbnb. Οι βραχυπρόθεσμες ενοικιάσεις έχουν πλέον μια νέα αγορά χάρη σε μεγάλο βαθμό στην αναστάτωση που προκαλείται από πλατφόρμες όπως η Airbnb. (Murillo et al., 2017) Προσφέροντας μια πλατφόρμα που επιτρέπει στους ανθρώπους να δημιουργούν έσοδα από τα περιουσιακά τους

στοιχεία, όπως ένα εφεδρικό δωμάτιο ή ένα πλήρες σπίτι, η Airbnb συνέβαλε στην ενίσχυση της ψηφιακής επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας.

Ως αποτέλεσμα, τα άτομα μπορούν πλέον να δημιουργήσουν τις δικές τους επιχειρήσεις ως οικοδεσπότες πλατφόρμας και να βγάλουν επιπλέον μετρητά. Επιτρέποντας στους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων να δημοσιεύουν και να διαφημίζουν τις ενοικιάσεις τους στον ιστότοπο, η Airbnb τους έδωσε επίσης την ευκαιρία να συνδεθούν και να αλληλεπιδράσουν με τους καταναλωτές.(Matzleretal., 2015)

Η Airbnb έχει αλλάξει σημαντικά τη συμβατική ξενοδοχειακή επιχείρηση εκτός από την προώθηση της επιχειρηματικότητας. Τα παραδοσιακά επιχειρηματικά μοντέλα ξενοδοχείων και φιλοξενίας έχουν αμφισβητηθεί από την πλατφόρμα, απαιτώντας από τις εταιρείες να αλλάξουν ή να διακινδυνεύσουν να σταματήσουν τη λειτουργία τους. Ταυτόχρονα, όμως, δίνοντας στις υπάρχουσες επιχειρήσεις ένα μέσο σύνδεσης και αλληλεπίδρασης με τους καταναλωτές μέσω της πλατφόρμας, η Airbnb δημιούργησε επίσης νέες δυνατότητες για να αναπτυχθούν και να παραμείνουν ανταγωνιστικές.(Matzleretal., 2015)

Συνολικά, οι ψηφιακές πλατφόρμες όπως η Airbnb υπήρξαν ζωτικής σημασίας για την προώθηση της ψηφιακής καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας, ενώ ανατρέπουν τις καθιερωμένες επιχειρηματικές δομές και τομείς. Αυτές οι πλατφόρμες έδωσαν νέες επιλογές σε υπάρχουσες επιχειρήσεις και επιχειρηματίες, αλλά έχουν επίσης δημιουργήσει δυσκολίες και πυροδότησε ανησυχίες για τις επιπτώσεις τους στην απασχόληση και στην αγορά εργασίας.(Mair and Reischauer, 2017)

Μέσω της χρήσης μιας ψηφιακής πλατφόρμας που ονομάζεται Airbnb, οι άνθρωποι μπορούν να διαφημίζουν και να κάνουν κράτηση για βραχυπρόθεσμες ενοικιάσεις σπιτιών, διαμερισμάτων και άλλων μορφών διαμονής. Η πλατφόρμα έχει συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη της ψηφιακής επιχειρηματικότητας δίνοντας στους χρήστες μια μέθοδο για να κερδίσουν χρήματα από τα περιουσιακά τους στοιχεία, όπως ένα ελεύθερο δωμάτιο ή ένα πλήρες σπίτι, και να ξεκινήσουν τις δικές τους εταιρείες ως οικοδεσπότες πλατφόρμας.(Murilloetal., 2017)

Εν κατακλείδι, ο τομέας της συμβατικής φιλοξενίας έχει επηρεαστεί σημαντικά και από την Airbnb. Τα παραδοσιακά επιχειρηματικά μοντέλα ξενοδοχείων και φιλοξενίας έχουν αμφισβητηθεί από την πλατφόρμα, απαιτώντας από τις εταιρείες να αλλάξουν ή να διακινδυνεύσουν να σταματήσουν τη λειτουργία τους. Ταυτόχρονα, όμως, δίνοντας



στις υπάρχουσες επιχειρήσεις ένα μέσο σύνδεσης και αλληλεπίδρασης με τους καταναλωτές μέσω της πλατφόρμας, η Airbnb δημιούργησε επίσης νέες δυνατότητες για να αναπτυχθούν και να παραμείνουν ανταγωνιστικές.

Συνολικά, η Airbnb έχει συνεισφέρει τεράστια στην ανάπτυξη της ψηφιακής επιχειρηματικότητας παρέχοντας στους χρήστες μια πλατφόρμα για να ξεκινήσουν τις δικές τους εταιρείες ως οικοδεσπότες και να συνδεθούν και να αλληλεπιδράσουν με τους καταναλωτές. Η πλατφόρμα έχει επίσης επηρεάσει σημαντικά τον τομέα των συμβατικών ξενοδοχείων, ανατρέποντας παλιές επιχειρηματικές πρακτικές και παρουσιάζοντας νέες ευκαιρίες για εδραιωμένες επιχειρήσεις.(Guttentag, 2015)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Καθώς η χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας έχει αυξηθεί σε εταιρίες όλων των μεγεθών και βιομηχανιών, οι ακαδημαϊκοί και οι επαγγελματίες έχουν δώσει όλο και μεγαλύτερη προσοχή στην ψηφιακή επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Η βιβλιογραφία για την ψηφιακή επιχειρηματικότητα και την καινοτομία περιλαμβάνει ποικίλα άρθρα και μελέτες.

Ο ρόλος της τεχνολογίας στην ενεργοποίηση και την ώθηση της εταιρικής καινοτομίας είναι ένα σημαντικό ζήτημα στη βιβλιογραφία για την ψηφιακή επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Σύμφωνα με αρκετούς ακαδημαϊκούς, οι ψηφιακές τεχνολογίες όπως το Διαδίκτυο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι κινητές συσκευές έχουν δώσει στους επιχειρηματίες νέες επιλογές για να ξεκινήσουν και να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους με τρόπους που δεν ήταν πριν εφικτός (π. Αυτές οι τεχνολογίες επέτρεψαν επίσης στις εταιρείες να ανατρέψουν καθιερωμένες αγορές και τομείς ( Tapscott&Williams, 2006).

Η συμβολή των ψηφιακών πλατφορμών στην προώθηση της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας είναι ένα βασικό ζήτημα στη βιβλιογραφία. Οι διαδικτυακές

αγορές και τα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης έδωσαν στους επιχειρηματίες νέες μεθόδους σύνδεσης και αλληλεπίδρασης με πελάτες καθώς και συνεργασίας με άλλους ενδιαφερόμενους φορείς (π.χ., Bughin, Jefferies, & Kok, 2018; Hagi & Wright, 2016). Η ανάπτυξη της οικονομίας των συναυλιών, στην οποία οι άνθρωποι μπορούν να προσφέρουν τα ταλέντα και τις υπηρεσίες τους σε ευέλικτη βάση έργων, κατέστη δυνατή επίσης από ψηφιακές πλατφόρμες (Arjun & Teixeira, 2018; Walden, 2018).

Οι επιπτώσεις αυτών των αλλαγών στις συμβατικές επιχειρηματικές δομές και τομείς αποτελούν ένα τρίτο θέμα στη βιβλιογραφία για την ψηφιακή επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Σύμφωνα με αρκετούς ακαδημαϊκούς, η εμφάνιση της ψηφιακής τεχνολογίας έχει διαταράξει τους συμβατικούς τομείς και έχει οδηγήσει τις επιχειρήσεις να αλλάξουν ή να διακινδυνεύσουν να εγκαταλείψουν τις δραστηριότητές τους (π.χ., Afuah & Tucci, 2001; Chesbrough, 2003). Ωστόσο, άλλοι ακαδημαϊκοί υποστηρίζουν ότι οι καθιερωμένες επιχειρήσεις έχουν πλέον περισσότερες επιλογές από ποτέ για να καινοτομήσουν και να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους (π.χ., Zott & Amit, 2010).

Συνολικά, η έρευνα για την ψηφιακή επιχειρηματικότητα και την καινοτομία επισημαίνει μια σημαντική επίδραση της ψηφιακής τεχνολογίας στον τρόπο λειτουργίας και παροχής αξίας των οργανισμών. Αυτές οι τεχνολογίες έχουν πυροδοτήσει νέα είδη καινοτομίας και επιχειρηματικότητας, ανέτρεψαν παλιούς τομείς και παρουσίασαν δυνατότητες και δυσκολίες για εδραιωμένες επιχειρήσεις.

Παράλληλα επιπλέον στοιχεία που μπορούν να συζητηθούν σε μια βιβλιογραφική μελέτη για την ψηφιακή καινοτομία και την επιχειρηματικότητα επισημαίνει ότι πολλοί ακαδημαϊκοί ισχυρίστηκαν ότι η ικανότητα χρήσης και κατανόησης των ψηφιακών τεχνολογιών γίνεται πιο ζωτικής σημασίας για τους επιχειρηματίες και τους καινοτόμους, καθώς αυτές οι τεχνολογίες διαδραματίζουν θεμελιώδη ρόλο στις εταιρικές λειτουργίες και τη δημιουργία αξίας (π.χ., Dey, 2019; Krasnova et al., 2016).

Οι επιπτώσεις της ψηφιακής καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας στην απασχόληση και την αγορά εργασίας: Υπήρξαν σημαντικές επιπτώσεις στην απασχόληση και την αγορά εργασίας ως αποτέλεσμα της ανάπτυξης ψηφιακών πλατφορμών και τεχνολογίας, τόσο όσον αφορά τις θέσεις εργασίας που είναι προσβάσιμες όσο και τον τρόπο εργασίας δομημένο (π.χ. Arjun & Teixeira, 2018;

Walden, 2018). Ενώ ορισμένοι μελετητές υποστηρίζουν ότι η ψηφιακή καινοτομία και η επιχειρηματικότητα έχουν ανοίξει νέες προοπτικές για ευέλικτη και αυτόνομη απασχόληση, άλλοι έχουν εκφράσει ανησυχίες για το πώς αυτές οι εξελίξεις μπορούν να επιδεινώσουν την ανισότητα και την εργασιακή αστάθεια (π.χ., Dey, 2019; Krasnovaetal., 2016).

Η σημασία των ρυθμιστικών και πολιτικών περιβαλλόντων για την προώθηση της ψηφιακής επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας: Οι κυβερνήσεις και άλλοι φορείς χάραξης πολιτικής έχουν να διαδραματίσουν κρίσιμο ρόλο στη δημιουργία των πλαισίων που θα επιτρέψουν σε αυτούς τους τομείς να ανθίσουν. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την προσφορά βοήθειας και πόρων σε επιχειρηματίες, την προώθηση ρυθμιστικών συνθηκών που ενθαρρύνουν την καινοτομία και την πραγματοποίηση επενδύσεων σε ψηφιακές υποδομές και εκπαίδευση (Afuah&Tucci, 2001; Chesbrough, 2003).

Οι επιπτώσεις της ψηφιακής καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας στην κοινωνία και την οικονομία: Η ψηφιακή καινοτομία και η επιχειρηματικότητα έχουν ευρείες κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις που μπορεί να είναι τόσο ευεργετικές όσο και επιζήμιες. Σύμφωνα με ορισμένους ειδικούς, αυτές οι εξελίξεις έχουν τη δυνατότητα να τονώσουν την οικονομική ανάπτυξη, να προσφέρουν νέες θέσεις εργασίας και ευκαιρίες και να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής των ανθρώπων (π.χ. Tapscott&Williams, 2006; Zott&Amit, 2010). Άλλοι έχουν εκφράσει ανησυχία για τις πιθανές αρνητικές επιπτώσεις, συμπεριλαμβανομένης της αυξανόμενης ανισότητας και της εξυγίανσης της εξουσίας (π.χ., Bughin, Jefferies, &Kok, 2018· Hagiū&Wright, 2016).

Όσον αφορά τις διαδικτυακές αγορές γνωστές ως "ψηφιακές πλατφόρμες" αυτές διευκολύνουν τους πελάτες, τους παραγωγούς και τους μεσάζοντες να εμπορεύονται προϊόντα, υπηρεσίες ή πληροφορίες. Είχαν τεράστιες επιπτώσεις στη δημιουργικότητα και την επιχειρηματικότητα τα τελευταία χρόνια καθώς εξαπλώθηκαν ευρύτερα.(Delacroix, E., Parguel, B., Benoit-Moreau, F., 2019)

Ο ρόλος που διαδραματίζουν οι ψηφιακές πλατφόρμες στην προώθηση της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας είναι ένα σημαντικό θέμα στη βιβλιογραφία για αυτές τις πλατφόρμες. Οι ψηφιακές πλατφόρμες έχουν δώσει στους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων νέους τρόπους σύνδεσης και αλληλεπίδρασης με τους καταναλωτές και

συνεργασίας με άλλους ενδιαφερόμενους φορείς (π.χ. Bughin, Jefferies, & Kok, 2018; Hagiou & Wright, 2016). Επιπλέον, έχουν διευκολύνει την ανάπτυξη της οικονομίας των συναυλιών, η οποία επιτρέπει στους ανθρώπους να παρέχουν τα ταλέντα και τις υπηρεσίες τους σε μια ευέλικτη, βασισμένη σε έργα βάση (π.χ. Arun & Teixeira, 2018; Walden, 2018).

Η επίδραση των ψηφιακών πλατφορμών στις συμβατικές επιχειρηματικές δομές και τομείς είναι ένα βασικό ζήτημα στη βιβλιογραφία. Οι ψηφιακές πλατφόρμες, σύμφωνα με αρκετούς ακαδημαϊκούς, έχουν διαταράξει τους καθιερωμένους τομείς και οδήγησαν τις επιχειρήσεις να προσαρμοστούν ή να διακινδυνεύσουν να σταματήσουν τις δραστηριότητές τους (π.χ. Afuah & Tucci, 2001 · Chesbrough, 2003). Ωστόσο, άλλοι ειδικοί υποστηρίζουν ότι οι καθιερωμένες επιχειρήσεις έχουν πλέον νέες δυνατότητες να καινοτομούν και να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους (π.χ. Zott & Amit, 2010).

Η επίδραση αυτών των αλλαγών στην απασχόληση και την αγορά εργασίας είναι ένα σημαντικό θέμα στη βιβλιογραφία για τις ψηφιακές πλατφόρμες. Η εμφάνιση των ψηφιακών πλατφορμών είχε βαθύ αντίκτυπο στην απασχόληση και στον τρόπο οργάνωσης της εργασίας, τόσο όσον αφορά τις διαθέσιμες θέσεις όσο και τον τρόπο οργάνωσης της εργασίας (π.χ. Arun & Teixeira, 2018; Walden, 2018). Οι ψηφιακές πλατφόρμες, σύμφωνα με ορισμένους ακαδημαϊκούς, έχουν ανοίξει νέες προοπτικές για ευέλικτη και ανεξάρτητη απασχόληση, ενώ άλλοι μελετητές έχουν εκφράσει ανησυχίες για το πώς αυτές οι εξελίξεις μπορούν να επιδεινώσουν την ανισότητα και την εργασιακή αστάθεια (π.χ. Welter, F., Baker, T., Audretsch, D.B., Gartner, W.B., 2017; Krasnova et al., 2016).

Παράλληλα, η βιβλιογραφία για τις ψηφιακές πλατφόρμες δείχνει γενικά ότι αυτές οι πλατφόρμες έχουν επηρεάσει σημαντικά τις καθιερωμένες επιχειρηματικές δομές και τομείς, καθώς και την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Έχουν ανοίξει νέες πόρτες για τις επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες, αλλά έχουν επίσης δημιουργήσει δυσκολίες και έχουν πυροδοτήσει ανησυχίες για το πώς μπορεί να επηρεάσουν τις θέσεις εργασίας και την αγορά εργασίας. (Le, H.V., Suh, M., 2019)

Η πρακτική της χρήσης ψηφιακής τεχνολογίας για την ανάπτυξη νέων ή βελτιωμένων αγαθών, υπηρεσιών ή διαδικασιών είναι γνωστή ως «ψηφιακή καινοτομία». Οι διαδικτυακές αγορές γνωστές ως "ψηφιακές πλατφόρμες" διευκολύνουν τους πελάτες,

τους παραγωγούς και τους μεσάζοντες να εμπορεύονται προϊόντα, υπηρεσίες ή πληροφορίες. Παράλληλα μελέτες για την ψηφιακή καινοτομία και τις πλατφόρμες έχει εξετάσει πώς αυτές οι τεχνολογίες και πλατφόρμες μπορούν να υποστηρίξουν την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα, καθώς και τις επιπτώσεις που έχουν σε καθιερωμένες επιχειρηματικές δομές και τομείς.(Leong, C., Pan, S.L., Liu, J., 2016)

Συνεπώς συχνά μελετάται το πώς οι ψηφιακές πλατφόρμες υποστηρίζουν την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα. Οι διαδικτυακές αγορές και τα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης έδωσαν στους επιχειρηματίες νέες μεθόδους σύνδεσης και αλληλεπίδρασης με πελάτες καθώς και συνεργασίας με άλλους ενδιαφερόμενους φορείς (π.χ., Bughin, Jefferies, &Kok, 2018; Hagiu&Wright, 2016). Επιπλέον, έχουν διευκολύνει την ανάπτυξη της οικονομίας των συναυλιών, η οποία επιτρέπει στους ανθρώπους να παρέχουν τα ταλέντα και τις υπηρεσίες τους σε μια ευέλικτη, βασισμένη σε έργα βάση (π.χ. Arun&Teixeira, 2018; Walden, 2018).

Η επίδραση της ψηφιακής καινοτομίας στα συμβατικά επιχειρηματικά μοντέλα και τομείς είναι ένα βασικό ζήτημα στη βιβλιογραφία. Η χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας, σύμφωνα με πολλούς ακαδημαϊκούς, έχει διαταράξει τους καθιερωμένους τομείς και έχει οδηγήσει τις επιχειρήσεις να προσαρμοστούν ή να διακινδυνεύσουν να σταματήσουν τις δραστηριότητές τους (π.χ. Afuah&Tucci, 2001; Chesbrough, 2003). Ωστόσο, άλλοι ακαδημαϊκοί υποστηρίζουν ότι οι καθιερωμένες επιχειρήσεις έχουν πλέον περισσότερες επιλογές από ποτέ για να καινοτομήσουν και να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους (Zott&Amit, 2010).

Η επιρροή της ψηφιακής καινοτομίας και των πλατφορμών στην απασχόληση και την αγορά εργασίας είναι ένα τρίτο θέμα στη βιβλιογραφία. Η εμφάνιση ψηφιακών πλατφορμών και τεχνολογίας είχε τεράστιο αντίκτυπο στην απασχόληση και στον τρόπο οργάνωσης της εργασίας, τόσο όσον αφορά τα διαθέσιμα είδη εργασίας όσο και τον τρόπο οργάνωσης της εργασίας (π.χ. Arun&Teixeira, 2018; Walden, 2018). Ενώ ορισμένες μελέτες υποστηρίζουν ότι η ανάπτυξη ψηφιακών πλατφορμών και καινοτομιών έχει ανοίξει νέες δυνατότητες για ευέλικτη και αυτόνομη απασχόληση, άλλες έχουν εκφράσει ανησυχίες για το πώς αυτές οι εξελίξεις μπορούν να επιδεινώσουν την ανισότητα και την εργασιακή ανασφάλεια (π.χ., Delacroix, E., Parguel, B., Benoit-Moreau, F., 2019).

Συνεπώς η βιβλιογραφία(Davidson, E., Vaast, E., 2010) για τις ψηφιακές πλατφόρμες και την καινοτομία γενικά δείχνει ότι αυτές οι τεχνολογίες και πλατφόρμες έχουν επηρεάσει σημαντικά τις καθιερωμένες επιχειρηματικές δομές και τομείς, καθώς και την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Έχουν ανοίξει νέες πόρτες για τις επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες, αλλά έχουν επίσης δημιουργήσει δυσκολίες και έχουν πυροδοτήσει ανησυχίες για το πώς μπορεί να επηρεάσουν τις θέσεις εργασίας και την αγορά εργασίας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

### 3.1 Εισαγωγή

Ένα θεωρητικό πλαίσιο προσέγγισης της μεθοδολογίας είναι μια συλλογή από τεκμήρια, ιδέες και κατευθυντήριες γραμμές που χρησιμεύουν ως βάση για την κατανόηση ενός συγκεκριμένου περιστατικού. Ένα θεωρητικό πλαίσιο στο πλαίσιο της χρήσης των ερωτηματολογίων ως τεχνικής ποσοτικής έρευνας μπορεί να περιλαμβάνει: (Jevons, C., Veloutsou, C., Christodoulides, G., & deChernatony, L. 2010).

- Οι υποκείμενες παραδοχές της στατιστικής ανάλυσης μπορεί να περιλαμβάνουν πλαίσιο σχετικά με την κατανομή των δεδομένων, την ανεξαρτησία των παρατηρήσεων και τις συνδέσεις μεταξύ των υπό μελέτη μεταβλητών.

- Η κατανόηση των πολλών μορφών δεδομένων που μπορούν να αξιολογηθούν με τη χρήση στατιστικού πακέτου καθώς και των πολυάριθμων στατιστικών δοκιμών και μεθόδων που είναι προσβάσιμες θα θεωρηθεί ως μια εννοιολογική βάση της ποσοτικής ανάλυσης.
- Ένας καλός σχεδιασμός της μελέτης θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη παράγοντες όπως το μέγεθος του δείγματος, τις τεχνικές δειγματοληψίας και τη συμπερίληψη των ομάδων ελέγχου, ώστε να διασφαλίζεται η εγκυρότητα και η αξιοπιστία των ευρημάτων.
- Ένα θεωρητικό πλαίσιο μπορεί να παρέχει στη μελέτη ένα θεωρητικό υπόβαθρο, το οποίο μπορεί να χρησιμεύσει για να κατευθύνει την επιλογή μεταβλητών, ερευνητικών ερωτημάτων και υποθέσεων.

Συνεπώς, η κατανόηση και η εφαρμογή των στατιστικών αρχών και μεθόδων που απαιτούνται για την ανάλυση δεδομένων και την εξαγωγή ουσιαστικών συμπερασμάτων από τα ευρήματα θα αποτελέσει το κύριο επίκεντρο του θεωρητικού πλαισίου για τη χρήση της ποσοτικής έρευνας και ανάλυσης ως μεθοδολογίας.

### 3.2 Ερευνητικές Υποθέσεις

Η προσέγγιση οποιουδήποτε ερευνητικού έργου πρέπει να περιλαμβάνει τα ερευνητικά ερωτήματα. Αυτά βοηθούν στην κατεύθυνση της ερευνητικής διαδικασίας και παρέχουν στη συλλογή και ανάλυση δεδομένων κάποια κατεύθυνση. Σε γενικές γραμμές, τα ερευνητικά ερωτήματα πρέπει να είναι ξεκάθαρα, ακριβή και στενά εστιασμένα σε ένα συγκεκριμένο θέμα ή θέμα. Δεδομένου του χρόνου και των πόρων που διατίθενται για την προσπάθεια μελέτης, πρέπει να είναι βιώσιμα για να ανταποκριθούν επίσης.

Τα ερευνητικά ερωτήματα διαδραματίζουν βασικό ρόλο στη μεθοδολογία βοηθώντας τον ερευνητή στον καθορισμό του στόχου και της εστίασης της μελέτης καθώς και στην επιλογή του καλύτερου ερευνητικού σχεδιασμού και τεχνικών συλλογής δεδομένων. Η ανάπτυξη ερευνητικών στόχων ή υποθέσεων που μπορούν να ελεγχθούν

ή να διερευνηθούν κατά τη διάρκεια της μελέτης υποβοηθάται από τη χρήση ερευνητικών ερωτημάτων, τα οποία χρησιμεύουν επίσης για τη συγκέντρωση της ανάλυσης των δεδομένων.

Συνεπώς οι ερευνητικές ερωτήσεις μπορεί επίσης να βοηθήσουν στην επαλήθευση ότι η μελέτη βασίζεται σε προηγουμένως δημοσιευμένη θεωρία και βιβλιογραφία και μπορούν να παρέχουν ένα πλαίσιο για την αξιολόγηση και τη διάδοση των ευρημάτων της μελέτης. Γενικά, τα σαφή ερευνητικά ερωτήματα είναι ζωτικής σημασίας για μια καλή ερευνητική διαδικασία, καθώς εγγυώνται ότι η μελέτη είναι εστιασμένη, εφαρμόσιμη και επιστημονικά ορθή.

Εν συνεχεία ακολουθούν ορισμένα πιθανά ερευνητικά ερωτήματα που σχετίζονται με την ψηφιακή επιχειρηματικότητα και την καινοτομία:

1. Ποιοι είναι οι βασικοί μοχλοί καινοτομίας στον χώρο της ψηφιακής επιχειρηματικότητας και σε τι διαφέρουν από την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα;
2. Πώς οι ψηφιακοί επιχειρηματίες εντοπίζουν και δίνουν προτεραιότητα στις νέες ευκαιρίες για καινοτομία και ποιοι παράγοντες επηρεάζουν τη διαδικασία λήψης αποφάσεων;
3. Ποιες είναι οι πιο αποτελεσματικές στρατηγικές για την προώθηση της καινοτομίας στις ψηφιακές νεοφυείς επιχειρήσεις και σε τι διαφέρουν αυτές από τις παραδοσιακές εταιρείες;
4. Πώς αξιοποιούν οι ψηφιακοί επιχειρηματίες τις πλατφόρμες και τα δίκτυά τους για να διευκολύνουν την καινοτομία και να προωθήσουν την ανάπτυξη;
5. Πώς έχει εξελιχθεί το επιχειρηματικό μοντέλο της Airbnb με την πάροδο του χρόνου και ποιοι παράγοντες συνέβαλαν στην επιτυχία του;
6. Ποιες είναι οι βασικές προκλήσεις και ευκαιρίες που αντιμετωπίζει η Airbnb ως ψηφιακός επιχειρηματίας;
7. Πώς έχει επηρεάσει η ψηφιακή πλατφόρμα της Airbnb την παραδοσιακή ξενοδοχειακή βιομηχανία και ποιες είναι οι επιπτώσεις για άλλους κλάδους;



8. Τι ρόλο παίζει η ανάλυση δεδομένων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων της Airbnb και πώς χρησιμοποιεί η εταιρεία τα δεδομένα για τη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της;

### 3.3 Μεθοδολογία

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, μια προσέγγιση ποσοτικής μεθοδολογίας έχει χρησιμοποιηθεί στην παρούσα ερευνητική εργασία. Στο μεθοδολογικό μέρος και την ανάλυση των ποσοτικών ερευνητικών δεδομένων, θα γίνει προσπάθεια ανάλυσης των ερευνητικών ερωτημάτων που τίθενται στη μεθοδολογία. Αρχικά, θα πρέπει να διερευνηθεί το δημογραφικό μέρος των δεδομένων, το οποίο θα δώσει μια γενικότερη εικόνα του δείγματος και της ποιότητας του ερωτηματολογίου και των ερωτηθέντων.

Συνεπώς, η ανάλυση παρουσιάζεται ως εξής, συμπεριλαμβανομένων ερωτηματολογίων:

Για τη διεξαγωγή μιας στατιστικής μελέτης απαιτείται πρώτα η διαμόρφωση και ο σχεδιασμός του προς επίλυση προβλήματος. Στη συνέχεια συλλέχθηκαν τα δεδομένα που αφορούν το προς επίλυση πρόβλημα με τη διεξαγωγή έρευνας με ερωτηματολόγιο από την Google Form.

### 3.4 Δείγμα έρευνας

Το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα μελέτη αποτελείται από 107 άτομα τα οποία απάντησαν το ερωτηματολόγιο (Παράρτημα) το οποίο αφορούσε την Ψηφιακή επιχειρηματικότητα και την καινοτομία ως μία μελέτη περίπτωσης Airbnb.

### 3.5 Εργαλείο έρευνας

Το επόμενο κρίσιμο βήμα, για τη μετέπειτα ανάλυση των δεδομένων, την ερμηνεία των αποτελεσμάτων της ανάλυσης και την εξαγωγή συμπερασμάτων, είναι η εισαγωγή των δεδομένων που θα συλλέξουμε σε ένα πακέτο λογισμικού ανάλυσης δεδομένων. Το πακέτο λογισμικού που χρησιμοποιήθηκε ήταν το **SPSS**.

Από τα παραπάνω γίνεται κατανοητό ότι η εισαγωγή των προς ανάλυση δεδομένων στο λογισμικό επηρεάζει τη μετέπειτα ανάλυση και την εξαγωγή συμπερασμάτων. Οι ερωτήσεις που διατυπώνονται σε ένα ερωτηματολόγιο αντιστοιχούν συχνότερα σε μία μεταβλητή.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

### **4.1 Εισαγωγή**

Αφού διαμορφώθηκε και παρουσιάστηκε η μεθοδολογία στο κεφάλαιο 3, προχωράμε στο να αξιολογήσουμε τα ποσοτικά ερευνητικά δεδομένα και να κάνουμε μια προσπάθεια κατανόησης των ερευνητικών ερωτημάτων που δηλώθηκαν στη μεθοδολογία. Για να έχουμε μια βασική ιδέα για το δείγμα, το διαμέτρημα του ερωτηματολογίου και τους ερωτηθέντες, είναι καλύτερο αρχικά να εξεταστεί το δημογραφικό τμήμα των δεδομένων. Επομένως, η υποκείμενη έρευνα χωρίζεται σε διακριτές ενότητες. Η πρώτη ενότητα (Ενότητα 1) παρουσιάζει τα δημογραφικά στοιχεία της μελέτης.

## 4.2 Δημογραφικά Στοιχεία

Όσον αφορά τη δημογραφική ανάλυση, παρουσιάζονται οι ακόλουθες αναλύσεις, με συνολικό δείγμα 141 παρατηρήσεων, σχετικά με το φύλο, την ηλικία και άλλα δημογραφικά χαρακτηριστικά:

**Πίνακας 1:** Στατιστικά Στοιχεία

Statistics		
Φύλο		
N	Valid	107
	Missing	0

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Από τον πίνακά 1, παρουσιάζεται το σύνολο των ερωτηθέντων του δείγματος.

**Πίνακας 2:** Δημογραφικά στοιχεία (Φύλο)

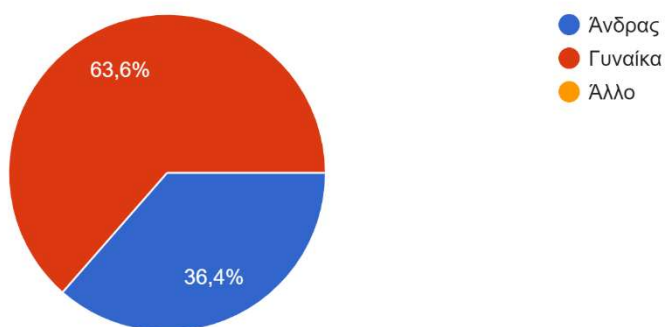
		Φύλο			
		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Άνδρας	39	36,4	36,4	36,4
	Γυναίκα	68	63,6	63,6	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Στην παρούσα μελέτη, οι άνδρες φτάνουν στο 36,4% (σύνολο 39 από 107 παρατηρήσεις) και οι γυναίκες το 63,6% (σύνολο 68 από τις 107 παρατηρήσεις) του δείγματος, όπως φαίνεται στο Σχήμα 2.

**Εικόνα 5:** Δημογραφικά στοιχεία (Φύλο)

Φύλο  
107 απαντήσεις



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Παρατηρώντας τώρα την ηλικία των ερωτηθέντων του δείγματος, σύμφωνα με τα αποτελέσματα, μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε 5 κατηγορίες όπως παρουσιάζονται στον Πίνακα 2:

**Πίνακας 3:** Δημογραφικά στοιχεία (Ηλικία)

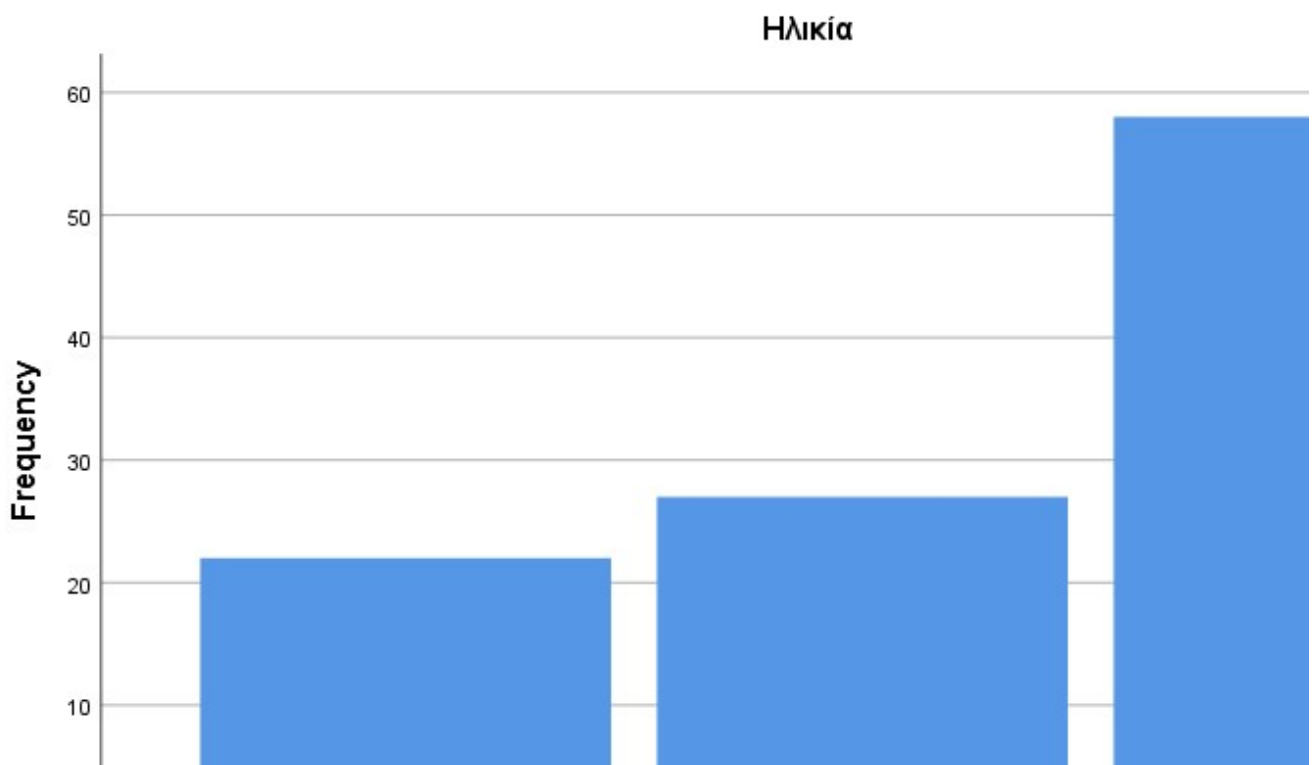
		Ηλικία			
		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	18-24	22	20,6	20,6	20,6
	25-30	27	25,2	25,2	45,8

>30	58	54,2	54,2	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Από τον πίνακα συχνοτήτων παρατηρούμε ότι η πιο συχνή ηλικιακή ομάδα της έρευνας είναι πάνω από 30 ετών που αποτελεί το 45,8% των ερωτηθέντων με απόλυτη συχνότητα 58. Δεύτερη έρχεται η ομάδα 25 - 30 με 25,2 % και 27 ερωτηθέντες και τελευταίος έρχεται 18 – 24 με 22 ερωτηθέντες.

**Εικόνα 6:** Δημογραφικά στοιχεία (Φύλο)



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Προχωρώντας τώρα στην ανάλυση του μορφωτικού επιπέδου, έχουμε τον πίνακα 4 που παρουσιάζει τη στατιστική ανάλυση της έρευνας. Από τις 107 παρατηρήσεις, έχουμε μέσο όρο 2,80 και τυπική απόκλιση 0,465, δηλαδή οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες έχουν πτυχίο πανεπιστημίου ή μεταπτυχιακό δηλαδή τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

**Πίνακας 4:**Περιγραφικά στοιχεία (Επίπεδο Σπουδών)

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Επίπεδο σπουδών	107	1	3	2,80	,465
Valid N (listwise)	107				

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

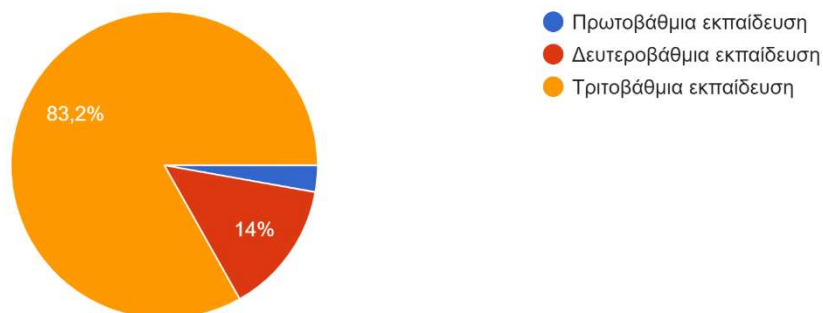
**Πίνακας 5:**Πίνακας Συχνοτήτων (Επίπεδο Σπουδών)

<b>Επίπεδο σπουδών</b>					
		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Πρωτοβάθμια εκπαίδευση	3	2,8	2,8	2,8
	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	15	14,0	14,0	16,8
	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	89	83,2	83,2	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

**Εικόνα 7:** Δημογραφικά στοιχεία (Επίπεδο Σπουδών)

Επίπεδο σπουδών  
107 απαντήσεις



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

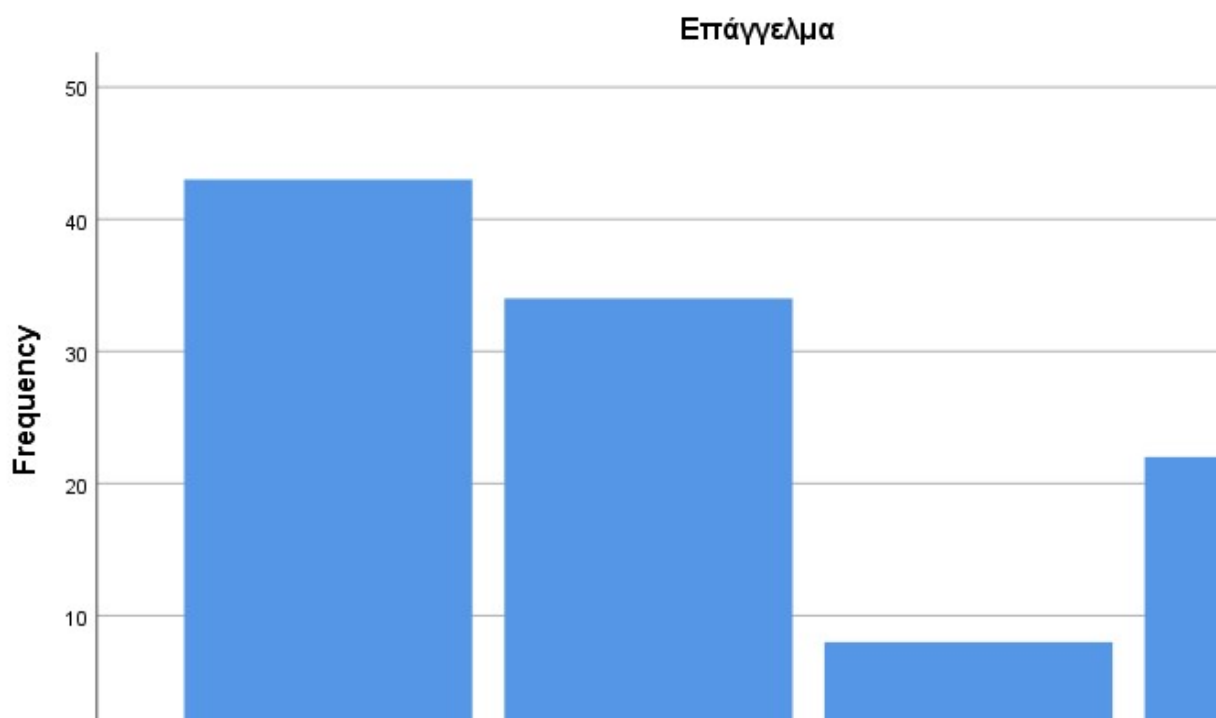
Όσον αφορά το επάγγελμα- θέση εργασίας που κατέχουν οι ερωτηθέντες του δείγματος, μπορούν να χωριστούν σε τέσσερις βασικές κατηγορίες, Δημόσιος υπάλληλος, Ιδιώτης, Ελεύθερος επαγγελματίας και τέλος άνεργος.

**Πίνακας 6:** Πίνακας Συχνοτήτων (Επάγγελμα)

		Επάγγελμα			
		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Δημόσιος υπάλληλος	43	40,2	40,2	40,2
	Ιδιώτης	34	31,8	31,8	72,0
	Ελεύθερος επαγγελματίας	8	7,5	7,5	79,4
	Άνεργος	22	20,6	20,6	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

**Εικόνα 8:** Δημογραφικά στοιχεία (Επάγγελμα)



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Από τα παραπάνω παρατηρούμε ότι η μεγαλύτερη κατηγορία είναι οι δημόσιοι υπάλληλοι με ποσοστό πάνω από 40%.

### 4.3 Ψηφιακή Καινοτομία και Ψηφιακή Πλατφόρμα

Επόμενο σκέλος αποτελεί η ανάλυση της ψηφιακής καινοτομίας και γενικότερα του επιχειρείν μέσω της εξέτασης των δυνατοτήτων των ψηφιακών πλατφόρμων. Τα παραπάνω εξετάζονται με την βοήθεια της κλίμακας Likert και βαθμό από 1 έως 5 (Πάρα πολύ – Καθόλου). Και έχουμε: Πάρα πολύ 1, Πολύ 2, Αρκετά 3, Λίγο 4 και Καθόλου 5.



**Πίνακας 7:**Ερώτηση:Πόσο εξοικειωμένοι νιώθετε με μία ψηφιακή πλατφόρμα;

**Πόσο εξοικειωμένοι νιώθετε με μία ψηφιακή πλατφόρμα;**

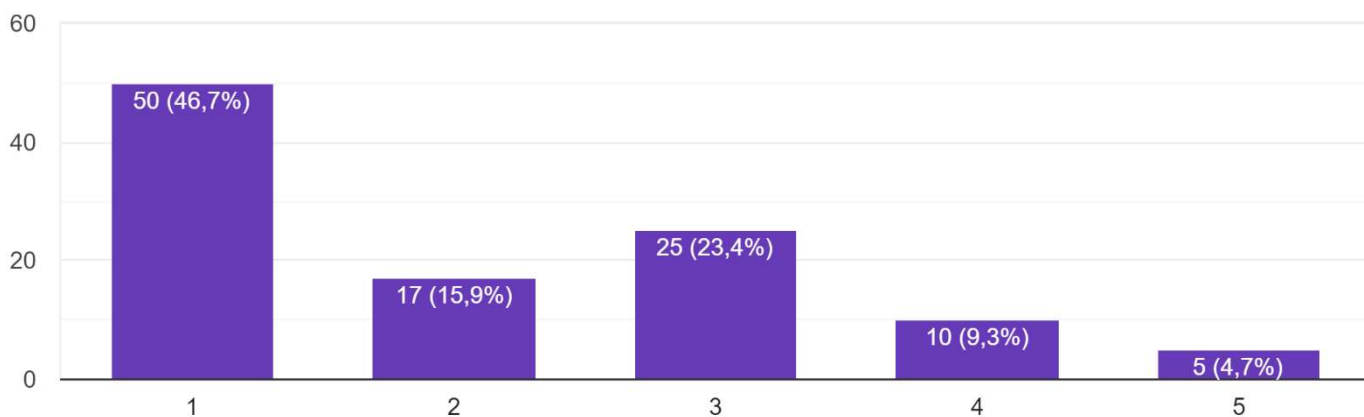
		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Παρα πολύ	50	46,7	46,7	46,7
	Πολύ	17	15,9	15,9	62,6
	Αρκετά	25	23,4	23,4	86,0
	Λίγο	10	9,3	9,3	95,3
	Καθόλου	5	4,7	4,7	100,0
	Total		107	100,0	100,0

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

**Εικόνα 9:**Ερώτηση:Πόσο εξοικειωμένοι νιώθετε με μία ψηφιακή πλατφόρμα;

Πόσο εξοικειωμένοι νιώθετε με μία ψηφιακή πλατφόρμα;

107 απαντήσεις



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Ο Πίνακας 7 δείχνει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, που πλησιάζει το 46,7%, συμφωνεί ότι είναι εξοικειωμένος με ψηφιακή πλατφόρμα, γεγονός που δείχνει ότι γενικά οι ερωτηθέντες είναι αρκετά τεχνολογικά μορφωμένοι. Το 15,9% και το 23,4% είναι πολύ ή αρκετά εξοικειωμένοι αντίστοιχα με την χρήση ψηφιακών πλατφόρμων, ενώ μόλις 15 άτομα δεν είναι εξοικειωμένοι με την χρήση πλατφόρμας ή είναι λίγο.

Ακολουθώντας το θεωρητικό μέρος της εργασίας και συνδυάζοντας την υπάρχουσα βιβλιογραφία παρατηρούμε τα ακόλουθα ευρήματα όσον αφορά την χρήση της ψηφιακής πλατφόρμας:

**Πίνακας 8:**Ερώτηση:Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε μια ψηφιακή πλατφόρμα;

**Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε μια ψηφιακή πλατφόρμα;**

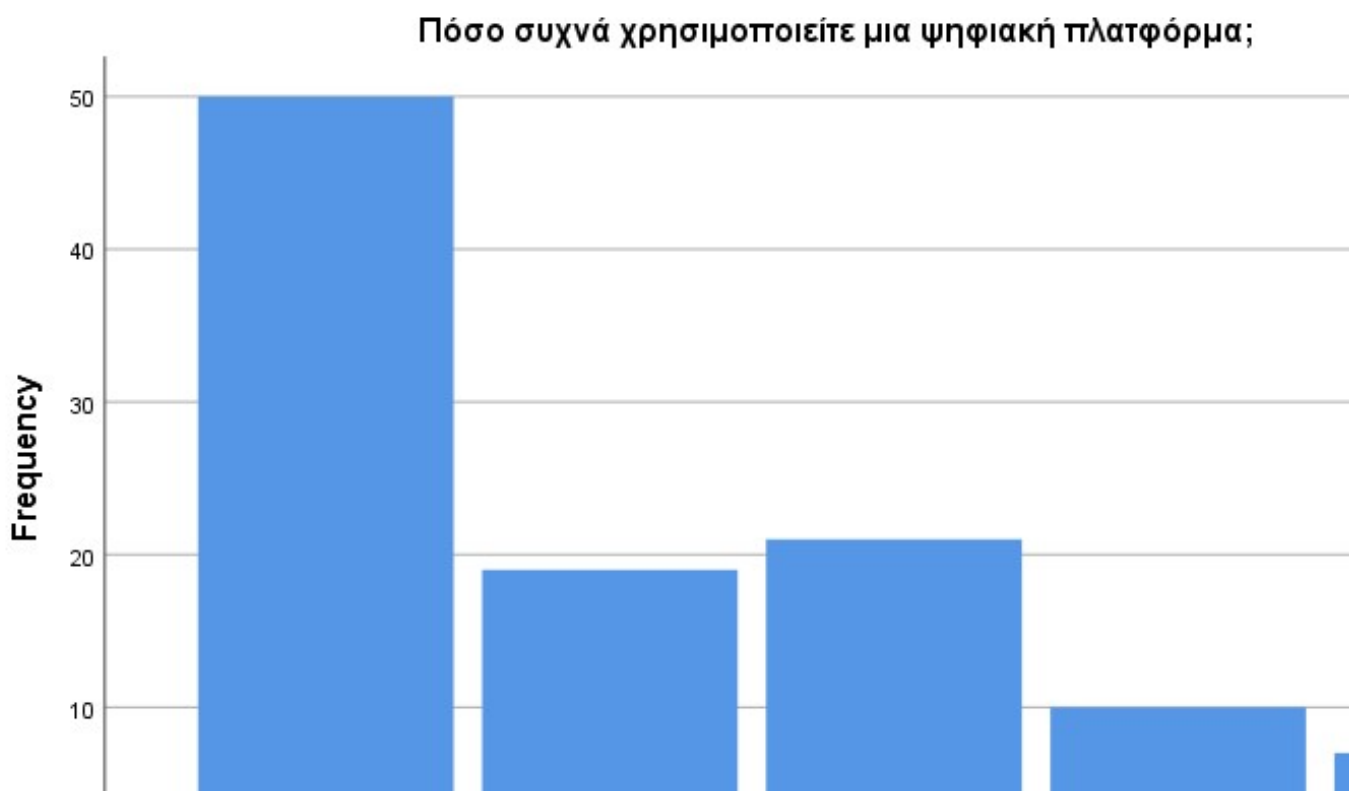
		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Παρα πολύ	50	46,7	46,7	46,7
	Πολύ	19	17,8	17,8	64,5
	Αρκετά	21	19,6	19,6	84,1
	Λίγο	10	9,3	9,3	93,5
	Καθόλου	7	6,5	6,5	100,0
	Total		107	100,0	100,0

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Όσον αφορά τώρα την χρήση της ψηφιακής πλατφόρμας, το μεγαλύτερο ποσοστό 46,7% και το 17,8% χρησιμοποιεί πάρα πολύ ή πολύ την ψηφιακή πλατφόρμα, ενώ

μόλις 17 άτομα από το σύνολο των 107 δεν χρησιμοποιούν ή χρησιμοποιούν λίγο την ψηφιακή πλατφόρμα.

**Εικόνα 10:**Ερώτηση:Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε μια ψηφιακή πλατφόρμα;



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Όσον αφορά τώρα την ικανοποίηση των χρηστών ψηφιακής πλατφόρμας έχουμε:

**Πίνακας 9:**Ερώτηση:Πόσο ικανοποιημένοι νιώθετε αν χρησιμοποιείτε την αγαπημένη σας ψηφιακή πλατφόρμα;

**Πόσο ικανοποιημένοι νιώθετε αν χρησιμοποιείτε την αγαπημένη σας ψηφιακή πλατφόρμα ;**

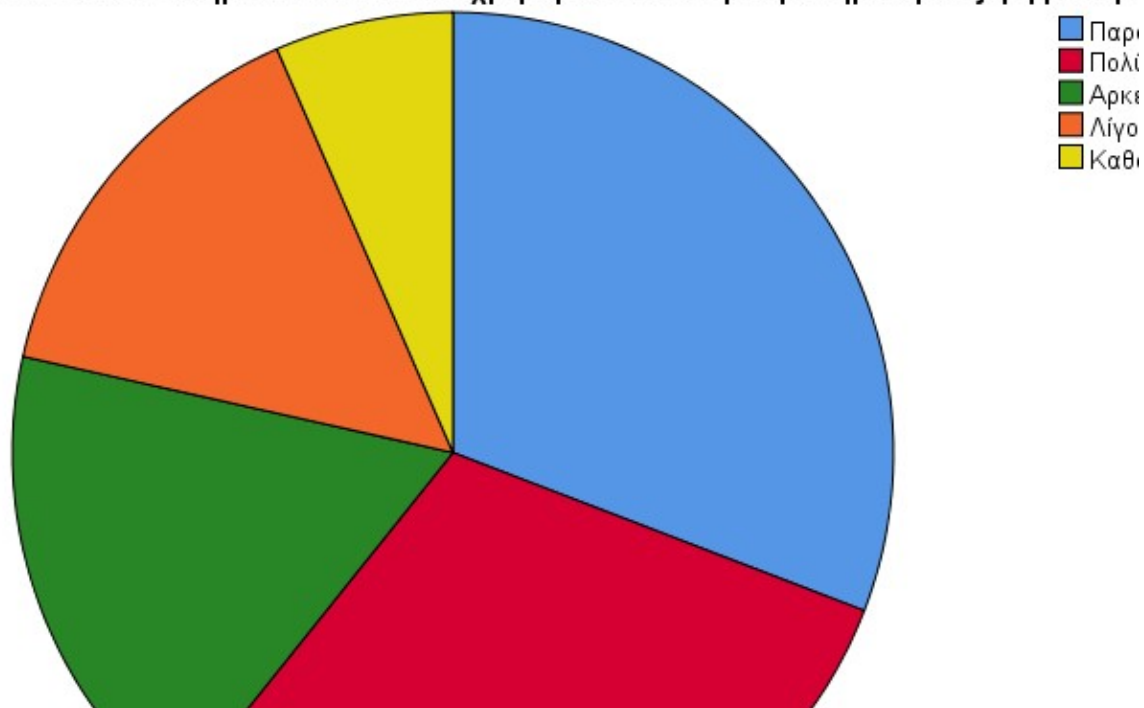
		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Παρα πολύ	33	30,8	30,8	30,8
	Πολύ	32	29,9	29,9	60,7
	Αρκετά	19	17,8	17,8	78,5
	Λίγο	16	15,0	15,0	93,5
	Καθόλου	7	6,5	6,5	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Όπως παρουσιάζεται από τον πίνακα 9, όσον αφορά την ικανοποίηση της χρήσης της ψηφιακής πλατφόρμας, το μεγαλύτερο ποσοστό 30,8% και το 29,9 %είναι πάρα πολύ ή πολύ ικανοποιημένο από την ψηφιακή πλατφόρμα, ενώ μόλις το 21,5% από το σύνολο των 107 δεν είναι ικανοποιημένο από την ψηφιακή πλατφόρμα.

**Εικόνα 11:**Ερώτηση:Πόσο ικανοποιημένοι νιώθετε αν χρησιμοποιείτε την αγαπημένη σας ψηφιακή πλατφόρμα;

**Πόσο ικανοποιημένοι νιώθετε αν χρησιμοποιείτε την αγαπημένη σας ψηφιακή τ**



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Η επόμενη ομάδα ερωτήσεων στοχεύει πέρα από την ικανοποίηση παρουσίαση της ψυχολογίας και της αποτελεσματικότητας των ψηφιακών πλατφόρμων μέσω της κλίμακας Likert με κλίμακα: Σίγουρα Ναι = 1 και Σίγουρα Όχι =5.

**Πίνακας 10:**Ερώτηση:Πιστεύετε ότι η αγαπημένη σας ψηφιακή πλατφόρμα επιδρά άμεσα στην ψυχολογία σας και στα συναισθήματα σας;

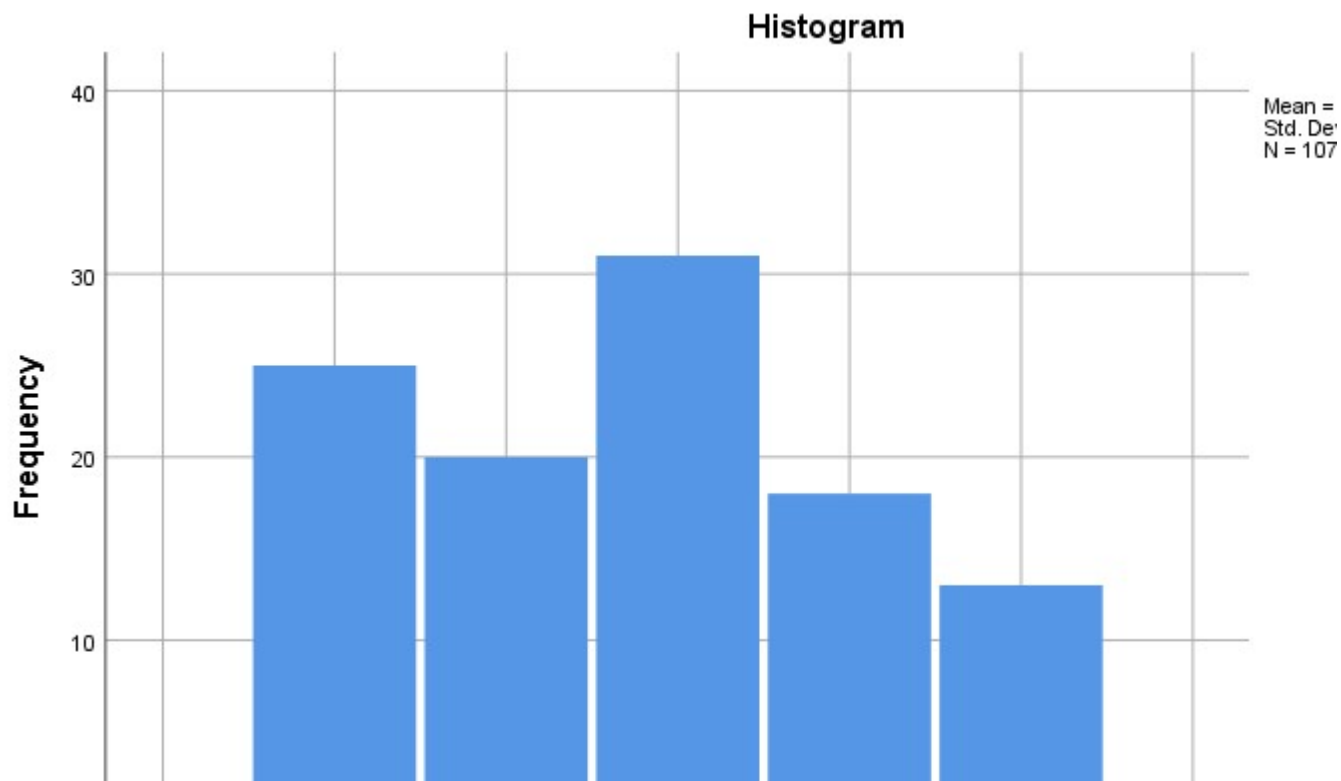
**Πιστεύετε ότι η αγαπημένη σας ψηφιακή πλατφόρμα επιδρά άμεσα στην ψυχολογία σας και στα συναισθήματα σας;**

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Σίγουρα ναι	25	23,4	23,4	23,4

Ναι	20	18,7	18,7	42,1
Ίσως	31	29,0	29,0	71,0
Όχι	18	16,8	16,8	87,9
Σίγουρα Όχι	13	12,1	12,1	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

**Εικόνα 12:** Ερώτηση Πιστεύετε ότι η αγαπημένη σας ψηφιακή πλατφόρμα επιδρά άμεσα στην ψυχολογία σας και στα συναισθήματά σας;



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Οπίνακας 10, αφορά τα συναισθήματα που προκαλούνται από την χρήση της ψηφιακής πλατφόρμας και το μεγαλύτερο ποσοστό 29% είναι ουδέτερο καθώς δεν θεωρεί ότι η ψηφιακή πλατφόρμα επηρεάζει τα συναισθήματά του, ενώ αντίθετα το 23,4% πιστεύει ότι σίγουρα επηρεάζει και ένα 18,7 % ότι επηρεάζει.

**Πίνακας 11:**Ερώτηση:Πιστεύετε ότι η χρήση μιας γνωστής ψηφιακής πλατφόρμας θα είναι πιο αποτελεσματική σε σχέση με κάποια άλλη;

**Πιστεύετε ότι η χρήση μιας γνωστής ψηφιακής πλατφόρμας θα είναι πιο αποτελεσματική σε σχέση με κάποια άλλη;**

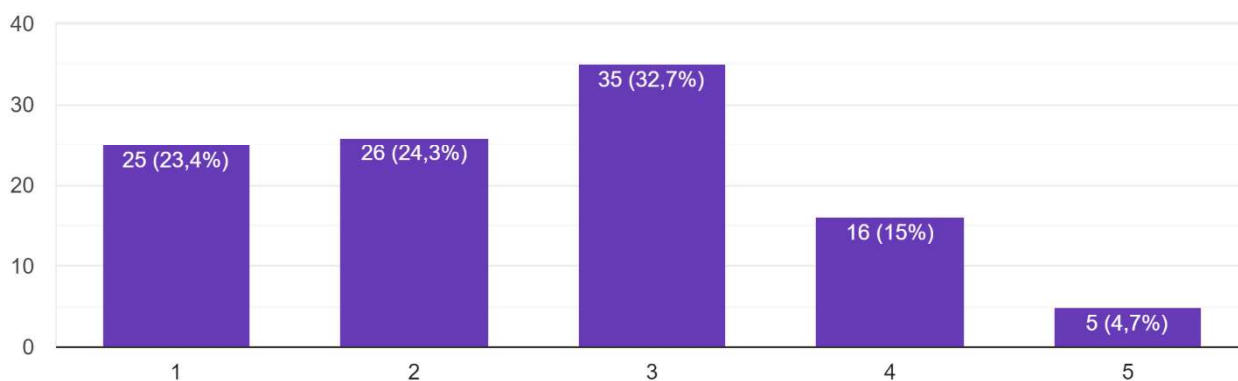
		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Σίγουρα ναι	25	23,4	23,4	23,4
	Ναι	26	24,3	24,3	47,7
	Ίσως	35	32,7	32,7	80,4
	Όχι	16	15,0	15,0	95,3
	Σίγουρα Όχι	5	4,7	4,7	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

**Εικόνα 13:**ΕρώτησηΠιστεύετε ότι η χρήση μιας γνωστής ψηφιακής πλατφόρμας θα είναι πιο αποτελεσματική σε σχέση με κάποια άλλη;

Πιστεύετε ότι η χρήση μιας γνωστής ψηφιακής πλατφόρμας θα είναι πιο αποτελεσματική σε σχέση με κάποια άλλη;

107 απαντήσεις



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

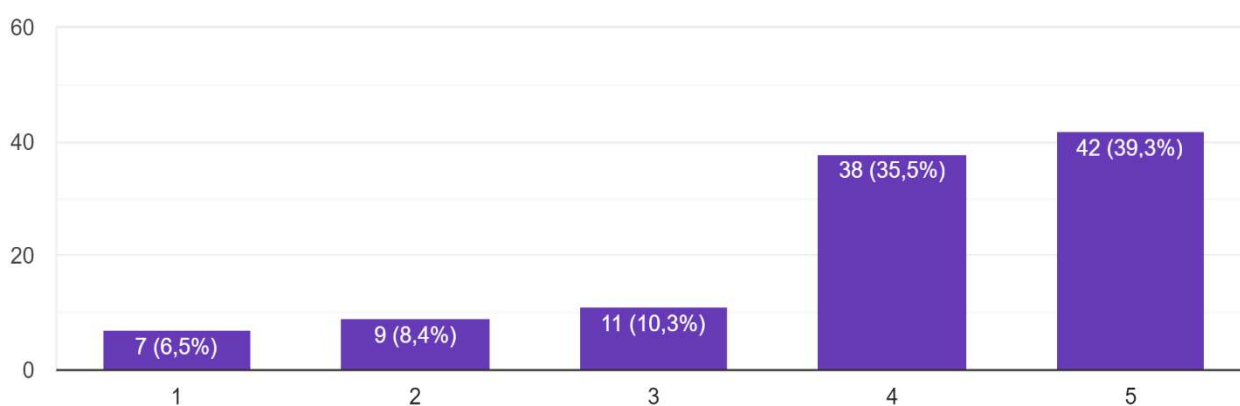
Οπίνακας 11 και η εικόνα 13, συγκεκριμενοποιούν την έρευνα με χρήση της **αγαπημένης πλέον** ψηφιακής πλατφόρμας και το μεγαλύτερο ποσοστό 32,7% είναι ουδέτερο καθώς δεν θεωρεί ότι η αγαπημένη ψηφιακή πλατφόρμα είναι αποτελεσματικότερη, ενώ αντίθετα το 23,4% και το 24,3 % αντίστοιχα πιστεύουν ότι σίγουρα επηρεάζει στην αποτελεσματικότητα καθώς χρησιμοποιείται περισσότερο.

Όσον αφορά τώρα την χρήση της ψηφιακής πλατφόρμας (με Σίγουρα Όχι = 1 και Σίγουρα Ναι = 5), το μεγαλύτερο ποσοστό της τάξης του 39,3% θεωρεί ότι η αποδοτικότητα είναι κριτήριο επαναχρησιμοποίησης της ψηφιακής πλατφόρμας.

**Εικόνα 14:**Ερώτηση Αν η χρήση μιας ψηφιακής πλατφόρμας δεν ήταν αρκετά αποδοτική θα τη ξανά χρησιμοποιούσατε;

Αν η χρήση μιας ψηφιακής πλατφόρμας δεν ήταν αρκετά αποδοτική θα τη ξανά χρησιμοποιούσατε;

107 απαντήσεις



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS



**Πίνακας 12:**Ερώτηση:Θεωρείτε το ίδιο αξιόπιστη μια ψηφιακή επιχείρηση με μία φυσική επιχείρηση;

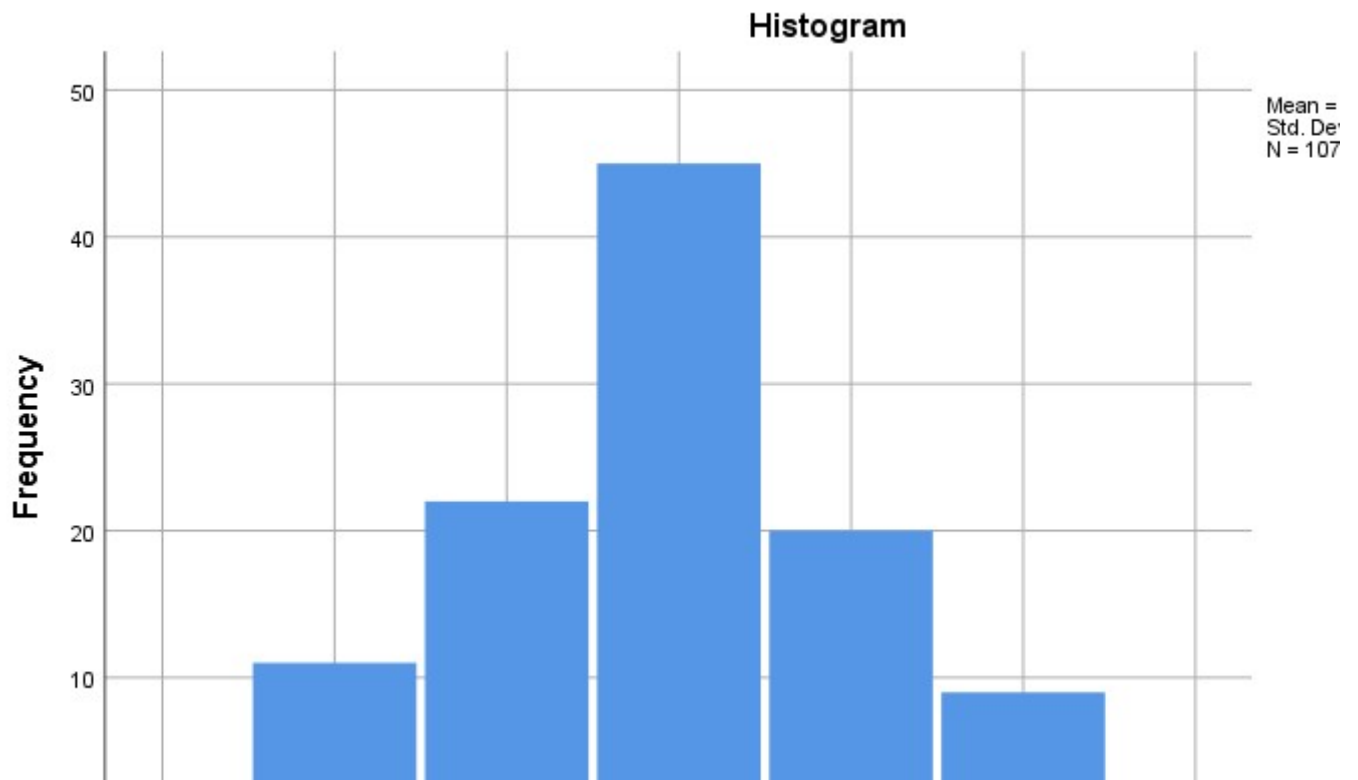
**Θεωρείτε το ίδιο αξιόπιστη μια ψηφιακή επιχείρηση με μία φυσική επιχείρηση;**

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Σίγουρα ναι	11	10,3	10,3	10,3
	Ναι	22	20,6	20,6	30,8
	Ίσως	45	42,1	42,1	72,9
	Όχι	20	18,7	18,7	91,6
	Σίγουρα Όχι	9	8,4	8,4	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Όσον αφορά τώρα το πόσο αξιόπιστη είναι μια ψηφιακή επιχείρηση σε σχέση με την φυσική έχουμε (με Σίγουρα Ναι = 1 και Σίγουρα Όχι = 5), το μεγαλύτερο ποσοστό της τάξης του 42,1% των ερωτηθέντων είναι κάπως ουδέτερο καθώς ούτε συμφωνεί αλλά ούτε διαφωνεί με την δημιουργία ψηφιακού ή φυσικού καταστήματος.

**Εικόνα 15:**Ερώτηση: Θεωρείτε το ίδιο αξιόπιστη μια ψηφιακή επιχείρηση με μία φυσική επιχείρηση;



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Τώρα όσον αφορά το αν κάποιος θα επένδυε λεφτά σε ψηφιακή επιχείρηση έχουμε το 39,3% το οποίο είναι ουδέτερο και το 21,5% θα επένδυε λεφτά.

**Πίνακας 13:**Ερώτηση:Θα επενδύατε τα χρήματά σας σε μία ψηφιακή επιχείρηση;

**Θα επενδύατε τα χρήματά σας σε μία ψηφιακή επιχείρηση;**

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Σίγουρα ναι	16	15,0	15,0	15,0
	Ναι	23	21,5	21,5	36,4
	Ίσως	42	39,3	39,3	75,7
	Όχι	16	15,0	15,0	90,7
	Σίγουρα Όχι	10	9,3	9,3	100,0
	Total	107	100,0	100,0	

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

#### 4.4 Ψηφιακή Πλατφόρμα Airbnb

Τελευταίο κομμάτι ανάλυσης της παρούσης μελέτης αφορά και ειδικεύει στην ανάλυση της πλατφόρμας Airbnb και στην υλοποίηση της ιδέας για κατασκευή μιας ψηφιακής πλατφόρμας ενοικίασης αυτοκινήτων.

**Πίνακας 14:** Ερώτηση: Γνωρίζετε για την ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb;

##### Γνωρίζετε για την ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb;

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Παρα πολύ	69	64,5	64,5	64,5
	Πολύ	11	10,3	10,3	74,8
	Αρκετά	11	10,3	10,3	85,0
	Λίγο	5	4,7	4,7	89,7
	Καθόλου	11	10,3	10,3	100,0
	Total		107	100,0	100,0

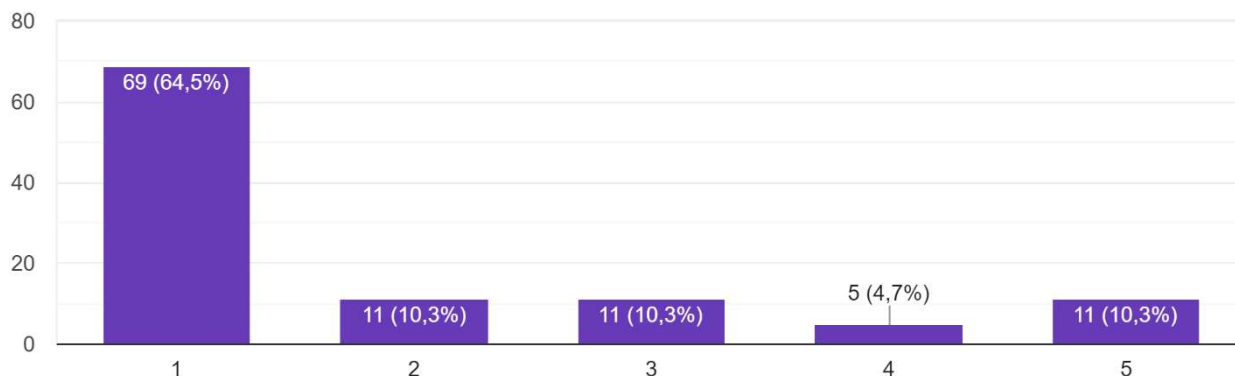
Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Όσον αφορά τώρα το εάν οι ερωτηθέντες γνωρίζουν την ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb (με Πάρα πολύ = 1 και Καθόλου = 5), το μεγαλύτερο ποσοστό της τάξης του 64,5% και το 10,3% γνωρίζουν πολύ ή αρκετά την πλατφόρμα Airbnb.

**Εικόνα 16:**Ερώτηση:Γνωρίζετε για την ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb;

Γνωρίζετε για την ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb;

107 απαντήσεις



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

**Πίνακας 15:**Ερώτηση:Θεωρείτε αξιόπιστη τη ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb;

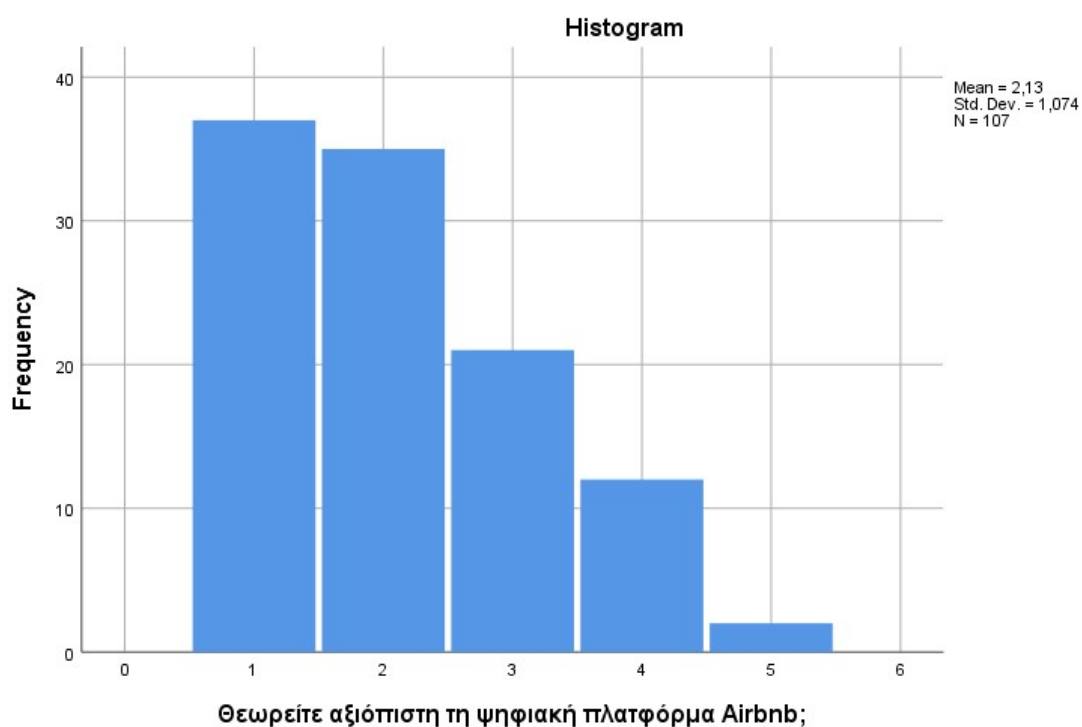
**Θεωρείτε αξιόπιστη τη ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb;**

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Παρα πολύ	37	34,6	34,6	34,6
	Πολύ	35	32,7	32,7	67,3
	Αρκετά	21	19,6	19,6	86,9
	Λίγο	12	11,2	11,2	98,1
	Καθόλου	2	1,9	1,9	100,0
	Total		107	100,0	100,0

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Αναλύοντας τώρα το κομμάτι της αξιοπιστίας της ψηφιακής πλατφόρμας Airbnb(με Πάρα πολύ = 1 και Καθόλου = 5), το μεγαλύτερο ποσοστό της τάξης του 67,3% γνωρίζουν πάρα πολύ ή πολύ την πλατφόρμα Airbnb. Εν συνεχεία το 19,6% είναι αδιάφορο ως προς την αξιοπιστία της πλατφόρμας.

**Εικόνα 17:**Ερώτηση:Θεωρείτε αξιόπιστη τη ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb;

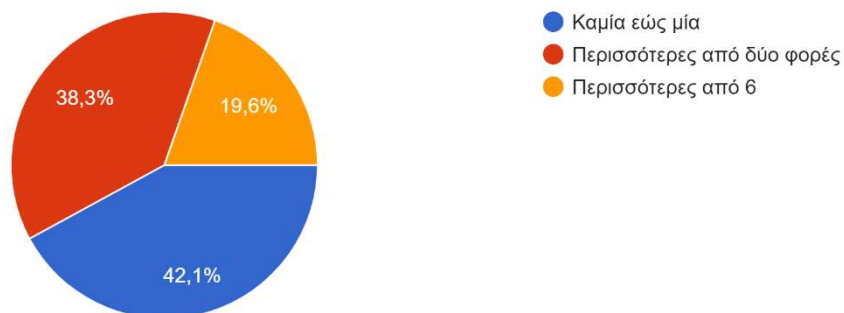


Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Μετρώντας τώρα την αξιοπιστία της πλατφόρμας από την άποψη της χρησιμότητας και του αριθμού χρησιμοποίησης της έχουμε:

**Εικόνα 18:**Ερώτηση:Πόσες φορές έχετε χρησιμοποιήσει τη πλατφόρμα Airbnb;

Πόσες φορές έχετε χρησιμοποιήσει τη πλατφόρμα Airbnb;  
107 απαντήσεις



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Το 42,1% έχει χρησιμοποιήσει καμία έως μια φορά, το 28,3% περισσότερες από δύο φορές και μόνο το 19,6% των ερωτηθέντων έχει χρησιμοποιήσει το Airbnb πάνω από 6 φορές.

Αναλύοντας τώρα το κομμάτι της ενοικίασης των αυτοκινήτων έχουμε: Το 41,1% θεωρεί μια παρόμοια πλατφόρμα πάρα πολύ χρήσιμη μαζί με ένα 29,9% που την θεωρεί πολύ χρήσιμη. Στην αντίπερα όχθη το 9,3% και το 2,8% την θεωρεί λίγο ή καθόλου χρήσιμη.

**Πίνακας 16:**Θεωρείτε χρήσιμη μία αντίστοιχη πλατφόρμα για ενοικίαση αυτοκινήτων;

**Θεωρείτε χρήσιμη μία αντίστοιχη πλατφόρμα για ενοικίαση αυτοκινήτων;**

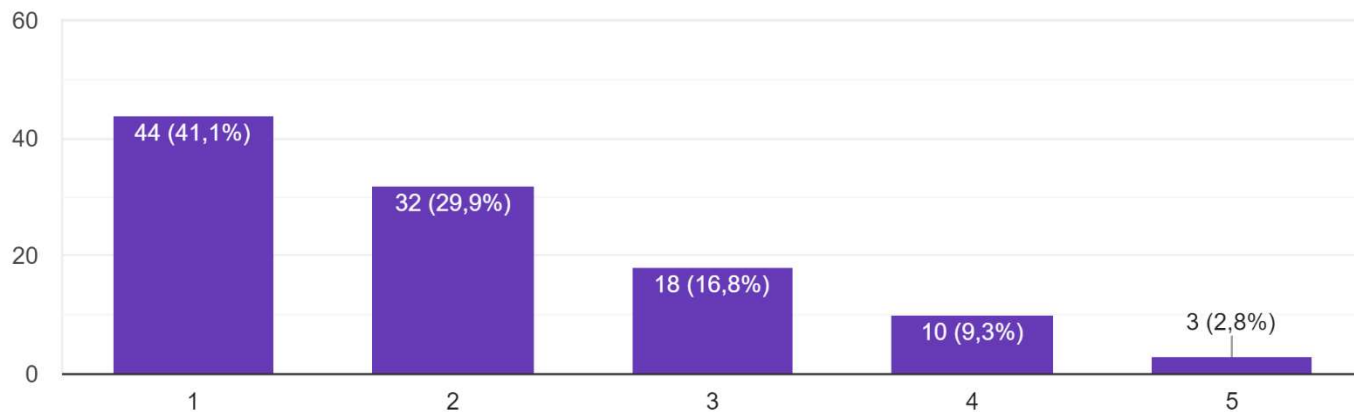
		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Παρα πολύ	44	41,1	41,1	41,1
	Πολύ	32	29,9	29,9	71,0
	Αρκετά	18	16,8	16,8	87,9
	Λίγο	10	9,3	9,3	97,2
	Καθόλου	3	2,8	2,8	100,0
	Total		107	100,0	100,0

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

**Εικόνα 19:**Ερώτηση:Πόσες φορές έχετε χρησιμοποιήσει τη πλατφόρμα Airbnb;

Θεωρείτε χρήσιμη μία αντίστοιχη πλατφόρμα για ενοικίαση αυτοκινήτων;

107 απαντήσεις



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Όσον αφορά το κομμάτι της αξιοπιστίας αντίστοιχης πλατφόρμας ενοικίασης αυτοκινήτων έχουμε:

**Πίνακας 17:**Ερώτηση:Περιγραφική Στατιστική

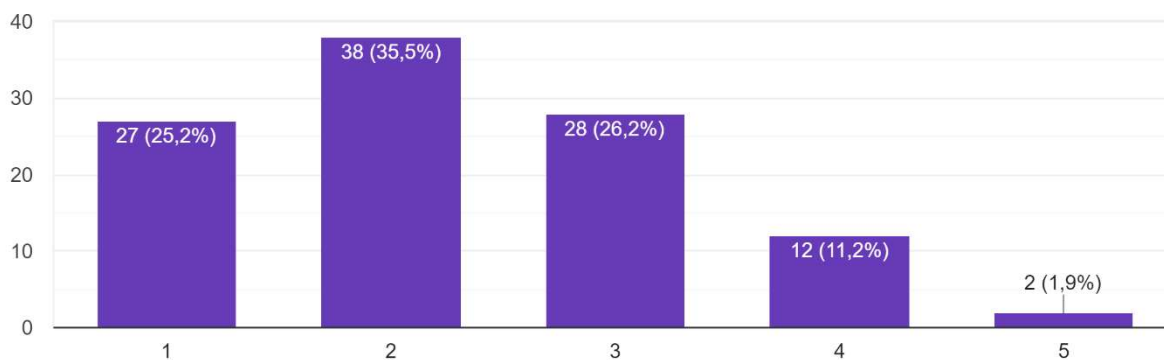
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Θεωρείτε ότι θα είναι αρκετά αξιόπιστη μια τέτοιου είδους πλατφόρμα;	107	1	5	2,29	1,028
Valid N (listwise)	107				

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

**Εικόνα 20:**Ερώτηση:Θεωρείτε ότι θα είναι αρκετά αξιόπιστη μια τέτοιου είδους πλατφόρμα;

Θεωρείτε ότι θα είναι αρκετά αξιόπιστη μια τέτοιου είδους πλατφόρμα;

107 απαντήσεις



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

Τέλος στην ερώτηση εάν η προσθήκη μιας πλατφόρμας ενοικίασης αυτοκινήτων στην πλατφόρμα Airbnb έχουμε: Το 29,9% θεωρεί την προσθήκη αυτής της πλατφόρμας παράς πολύς χρήσιμη μαζί με ένα 36,4% που την θεωρεί πολύ χρήσιμη. Στην αντίπερα όχθη το 9,3% και το 2,8% την θεωρεί λίγο ή καθόλου χρήσιμη.

**Πίνακας 18:**ΕρώτησηΘεωρείτε ωφέλιμη η προσθήκη αυτής της πλατφόρμας στην πλατφόρμα Airbnb;

**Θεωρείτε ωφέλιμη η προσθήκη αυτής της πλατφόρμας στην πλατφόρμα Airbnb;**

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Παρα πολύ	32	29,9	29,9	29,9
	Πολύ	39	36,4	36,4	66,4
	Αρκετά	22	20,6	20,6	86,9
	Λίγο	12	11,2	11,2	98,1
	Καθόλου	2	1,9	1,9	100,0



Total	107	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

**Εικόνα 21:** Ερώτηση: Θεωρείτε ότι θα είναι αρκετά αξιόπιστη μια τέτοιου είδους πλατφόρμα;



Πηγή: Ίδια επεξεργασία - SPSS

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η διαδικασία δημιουργίας και λειτουργίας μιας εταιρείας, η οποία συχνά συνεπάγεται την ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας καθώς και μια νέα επιχειρηματική στρατηγική, αναφέρεται ως επιχειρηματικότητα. Από την άλλη πλευρά, η καινοτομία είναι η εισαγωγή κάτι νέου ή η χρήση φρέσκων ιδεών ή τεχνικών για την αντιμετώπιση προβλημάτων ή την παροχή αξίας.

Η επιχειρηματικότητα συχνά τροφοδοτείται από την καινοτομία, επειδή δίνει τη δυνατότητα στους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων να αναπτύξουν νέα αγαθά ή υπηρεσίες ή να ανακαλύψουν νέες μεθόδους για να κάνουν πράγματα που θα μπορούσαν να τους προσφέρουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Οι επιχειρηματίες που μπορούν να δουν και να εκμεταλλευτούν νέες δυνατότητες και να βρουν καινοτόμες λύσεις σε ζητήματα είναι συχνά επιτυχημένοι και βοηθούν τις εταιρείες τους να επεκταθούν.(PeckJ 2010)

Ωστόσο, η επιχειρηματικότητα μπορεί επίσης να είναι καταλύτης για την καινοτομία, καθώς οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων συχνά οδηγούνται να επινοήσουν νέες προσεγγίσεις στις προκλήσεις ή να αναπτύξουν ολοκαίνουργια αγαθά ή υπηρεσίες για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους. Οι επιχειρηματίες μπορούν να ωθήσουν την καινοτομία στους τομείς τους και να υποστηρίξουν την ευρύτερη επέκταση και ανάπτυξη της οικονομίας αναζητώντας πάντα νέες μεθόδους για την παροχή αξίας και την ικανοποίηση των απαιτήσεων των καταναλωτών τους.

Παράλληλα η τεχνολογία και το διαδίκτυο χρησιμοποιούνται στη διαδικασία ανάπτυξης και κυκλοφορίας νέων εταιρειών και αγαθών, η οποία είναι γνωστή ως

ψηφιακή καινοτομία και επιχειρηματικότητα. Οι ψηφιακές πλατφόρμες, όπως η Airbnb, είναι διαδικτυακοί χώροι που επιτρέπουν στους ανθρώπους να επικοινωνούν και να συναλλάσσονται μεταξύ τους, συχνά όταν αγοράζουν και πωλούν προϊόντα και υπηρεσίες. Ένας ψηφιακός ιστότοπος που ονομάζεται Airbnb δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να δημοσιεύουν, να βρίσκουν και να κάνουν κράτηση για καταλύματα σε όλο τον κόσμο. Υπήρξε ηγέτης στην οικονομία του διαμοιρασμού και έχει αναβαθμίσει τον τομέα των συμβατικών ξενοδοχείων παρέχοντας στους ιδιώτες ένα εναλλακτικό μέσο μεταφοράς και διαμονής.(Office of the NY State Attorney General Eric T Schneiderman 2014)

Η ικανότητα της Airbnb και άλλων ψηφιακών πλατφορμών να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για τη σύνδεση ανθρώπων και τη διευκόλυνση των συναλλαγών, η χρήση επιχειρηματικών μοντέλων και τεχνολογιών αιχμής και η ικανότητά τους να προσαρμόζονται και να αντιδρούν στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς είναι μερικοί μόνο από τους παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία τους. Επιχειρήσεις όπως η Airbnb βρίσκονται στην πρώτη γραμμή αυτής της τάσης όσον αφορά την ψηφιακή καινοτομία και την επιχειρηματικότητα, που αποτελούν σημαντικούς μοχλούς οικονομικής ανάπτυξης και ανάπτυξης.(vanderZeeR 2016)

Εν κατακλείδι, η τεχνολογία και το διαδίκτυο χρησιμοποιούνται στην ψηφιακή καινοτομία και την επιχειρηματικότητα για την ανάπτυξη και την εισαγωγή νέων επιχειρήσεων ή αγαθών. Οι διαδικτυακές πλατφόρμες που επιτρέπουν τις αλληλεπιδράσεις και τις συναλλαγές των χρηστών περιλαμβάνουν ψηφιακές πλατφόρμες όπως η Airbnb. Ο τομέας των συμβατικών ξενοδοχείων έχει αμφισβητηθεί από την Airbnb, μια ψηφιακή πλατφόρμα που επιτρέπει στους χρήστες να δημοσιεύουν, να βρίσκουν και να κάνουν κράτηση καταλυμάτων σε όλο τον κόσμο. Η Airbnb έχει μια καινοτόμο επιχειρηματική στρατηγική και κάνει νέα χρήση της τεχνολογίας. Επιχειρήσεις όπως η Airbnb ανοίγουν το δρόμο σε αυτόν τον τομέα, καθώς αφορά την ψηφιακή καινοτομία και την επιχειρηματικότητα, που αποτελούν σημαντικούς μοχλούς οικονομικής ανάπτυξης. Επιπλέον, η καινοτόμα ιδέα που σχετίζεται με την ενοικίαση αυτοκινήτων από ιδιώτες σε πελάτες χαρακτηρίζεται ως μία νέα ψηφιακή πλατφόρμα που δημιουργεί ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον ως προς το κοινό σύμφωνα με το ερωτηματολόγιο. Θα είχε ενδιαφέρον η Airbnb να εξελιχθεί και να προστεθεί η επιλεγμένη πλατφόρμα ενοικίασης αυτοκινήτων ώστε να αυξηθεί η ζήτηση και οι παροχές της εφαρμογής.

## BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ACCC (2019). Digital platforms inquiry: Final report. Canberra: Australian Competition and Consumer Commission

Afuah & Tucci, (2001) Internet Business Models and Strategies *TY -JOUR* Afuah, Allan Tucci, Christopher 2001/01/01

Arun & Teixeira, 2018 *Concerts and Digital Innovation* Volume 78, Issue 18 15 September 2018

Bughin, Jefferies, & Kok, 2018 *International Journal of Communication* 2 (2008), Book Review 1-11

Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Boston, MA: Harvard Business Press.

Davidson, E., Vaast, E., 2010. "Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment" paper presented at System Sciences (HICSS) 43rd Hawaii International Conference, 5- 8 January, Hawaii, USA

Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A reconceptualization. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 674–695.

Delacroix, E., Parguel, B., Benoit-Moreau, F., 2019. Digital subsistence entrepreneurs on Facebook. *Technol. Forecast. Soc. Chang.* 146, 887–899

Furman, J., Coyle, D., Fletcher, A., McAuley, D., & Marsden, P. (2019). *Unlocking digital competition: Report of the Digital Competition Expert Panel*. London: HM Treasury.

Guttentag, 2015 Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector *Curr. Issue Tour.*, 18 (12) (2015), pp. 1192-1217

Jevons, C., Veloutsou, C., Christodoulides, G., & de Chernatony, L. (2010). Introduction: Thought leadership in brand management. *Journal of Business Research*, 63(11), 1111–1112.

Laudon, K., and Laudon, J. (2007). *Management Information Systems* (10th ed). Upper Saddle River, NJ:Prentice Hall.

Le, H.V., Suh, M., 2019. Changing trends in internet startup value propositions, from the perspective of the customer. *Technol. Forecast. Soc. Chang.* 146, 853–864

Leong, C., Pan, S.L., Liu, J., 2016. “Digital entrepreneurship of born digital and grown digital firms: comparing the effectuation process of Yihaodian and Suning”, paper presented at the 2016 International Conference on Information Systems, 11 December

Li, L., and Buhalis, D. (2006). eCommerce in China: The case of travel. *International Journal of Information Management*, 26 (2), 153-166.

Lurie, N. (2004). Decision making in information-rich environment: The role of information structure. *Journal of Consumer Research*, 30 (4), 473-486.

Matzler et al., 2015K. Matzler, V. Veider, W. Kathan Adapting to the sharing economy *MIT Sloan Manag. Rev.*, 56 (2) (2015), pp. 71-77

Mair and Reischauer, 2017 Capturing the dynamics of the sharing economy: institutional research on the plural forms and practices of sharing economy organization *Technol. Forecast. Soc. Chang.*, 125 (2017), pp. 11-20s

Murillo et al., 2017D. Murillo, H. Buckland, E. Val When the sharing economy becomes neoliberalism on steroids: unravelling the controversies *Technol. Forecast. Soc. Chang.*, 125 (2017), pp. 11-20

Office of the NY State Attorney General Eric T Schneiderman (2014) Airbnb in the city. New York. Available at: <http://www.ag.ny.gov/pdfs/Airbnb%20report.pdf> (accessed 12 September 2016)

Peck J (2010) *Constructions of Neoliberal Reason*. Oxford; New York: Oxford University, Press.

Shane, S. A., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226

Selden, P. D., & Fletcher, D. E. (2015). The entrepreneurial journey as an emergent hierarchical system of artifact-creating processes. *Journal of Business Venturing*, 30(4), 603–615

Tapscott, D. and Williams, A.D. (2006) *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. Portfolio, New York.

van der Zee R (2016) The 'Airbnb effect': Is it real, and what is it doing to a city like Amsterdam? *The Guardian*, 6 October. Available at <http://www.theguardian.com/cities/2016/oct/06/the-airbnb-effect-amsterdam-fairbnbpropertyprices-communities> (accessed 28 July 2017)

Von Briel, F., Recker, J., &Davidsson, P. (2018). Not all digital venture ideas are created equal: Implications for venture creation processes. *Journal of Strategic Information Systems*, 27(4), 278–295.

Yoo, Y., Boland, R. J., Lyytinen, K., & Majchrzak, A. (2012). Organizing for innovation in the digitized world. *Organization Science*, 23(5), 1398–1408

Walden, 2018 Digital footprints: Incorporating crowdsourced geographic information for protected area management *Applied Geography* Volume 90, January 2018, Pages 44-54

Welter, F., Baker, T., Audretsch, D.B., Gartner, W.B., (2017). Everyday eEntrepreneurship: a call for entrepreneurship research to embrace entrepreneurial diversity. *Entrepreneurship Theory and Practice* 41 (3), 311–321

Zott & Amit, (2010) Business Model Design: An Activity System Perspective *Long Range Planning* 43 (2010) 216-226

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



## Ψηφιακή επιχειρηματικότητα Airbnb

Περιγραφή φόρμας

Φύλο \*

- Άνδρας
- Γυναίκα
- Άλλο

Ηλικία \*

- 18-24
- 25-30
- >30

Επίπεδο σπουδών \*

- Πρωτοβάθμια εκπαίδευση
- Δευτεροβάθμια εκπαίδευση
- Τριτοβάθμια εκπαίδευση

Επάγγελμα \*

- Δημόσιος υπάλληλος
- Ιδιώτης
- Ελεύθερος επαγγελματίας
- Άνεργος

Οικογενειακή κατάσταση \*

- Εγγάμος
- Άγαμος
- Διαζευγμένος

Πόσο εξοικειωμένοι νιώθετε με μία ψηφιακή πλατφόρμα: \*

	1	2	3	4	5	
Αρκετά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Καθόλου

Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε μια ψηφιακή πλατφόρμα: \*

	1	2	3	4	5	
Αρκετά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Καθόλου

Πόσο ικανοποιημένοι νιώθετε αν χρησιμοποιείτε την αγαπημένη σας ψηφιακή πλατφόρμα: \*

	1	2	3	4	5	
Αρκετά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Καθόλου

Πιστεύετε ότι η αγαπημένη σας ψηφιακή πλατφόρμα επιδρά άμεσα στην ψυχολογία σας και στα συναισθήματά σας: \*

	1	2	3	4	5	
Σίγουρα ναι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Σίγουρα όχι

Πιστεύετε ότι η χρήση μιας γνωστής ψηφιακής πλατφόρμας θα είναι πιο αποτελεσματική σε σχέση με κάποια άλλη: \*

	1	2	3	4	5	
Σίγουρα ναι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Σίγουρα όχι

Αν η χρήση μιας ψηφιακής πλατφόρμας δεν ήταν αρκετά αποδοτική θα τη ξανά χρησιμοποιούσατε: \*

	1	2	3	4	5	
Σίγουρα ναι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Σίγουρα όχι

Γνωρίζετε για τη ψηφιακή επιχειρηματικότητα και τις νεοφυείς επιχειρήσεις (start-up): \*

	1	2	3	4	5	
--	---	---	---	---	---	--

Θεωρείτε το ίδιο αξιόπιστη μια ψηφιακή επιχείρηση με μία φυσική επιχείρηση; \*

	1	2	3	4	5	
Σίγουρα ναι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Σίγουρα όχι

Θα επενδύατε τα χρήματά σας σε μία ψηφιακή επιχείρηση; \*

	1	2	3	4	5	
Σίγουρα ναι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Σίγουρα όχι

Γνωρίζετε για την ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb; \*

	1	2	3	4	5	
Σίγουρα ναι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Σίγουρα όχι

Θεωρείτε αξιόπιστη τη ψηφιακή πλατφόρμα Airbnb; \*

	1	2	3	4	5	
Αρκετά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Καθόλου

Πόσες φορές έχετε χρησιμοποιήσει τη πλατφόρμα Airbnb; \*

- Καμία έως μία
- Περισσότερες από δύο φορές
- Περισσότερες από 6

Θεωρείτε χρήσιμη μία αντίστοιχη πλατφόρμα για ενοικίαση αυτοκινήτων; \*

	1	2	3	4	5	
Σίγουρα ναι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Σίγουρα όχι

Θεωρείτε ότι θα είναι αρκετά αξιόπιστη μια τέτοιου είδους πλατφόρμα; \*

	1	2	3	4	5	
Σίγουρα ναι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Σίγουρα όχι

Θεωρείτε ωφέλιμη η προσθήκη αυτής της πλατφόρμας στην πλατφόρμα Airbnb; \*

	1	2	3	4	5	
Σίγουρα ναι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Σίγουρα όχι