

Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ



ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΚΤΙΚΗ»

**Καινοτομία, συνεργασίες επιχειρήσεων και εξαγωγές σε οικονομική
κρίση**

Διπλωματική Εργασία

που υποβλήθηκε στο Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ
ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση
Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στη Λογιστική και Ελεγκτική
από τον

Δημήτριο Ξεκαρδάκη

Ηράκλειο
Μάρτιος 2017

Δήλωση Αυθεντικότητας, ζητήματα Copyright

Ο μεταπτυχιακός φοιτητής που εκπόνησε την παρούσα διπλωματική εργασία φέρει ολόκληρη την ευθύνη προσδιορισμού της δίκαιης χρήσης του υλικού, η οποία ορίζεται στη βάση των εξής παραγόντων: του σκοπού και χαρακτήρα της χρήσης (μη-εμπορικός, μη-κερδοσκοπικός, αλλά εκπαιδευτικός-ερευνητικός), της φύσης του υλικού που χρησιμοποιεί (τμήμα του κειμένου, πίνακες, σχήματα, εικόνες κ.λπ.), του ποσοστού και της σημαντικότητας του τμήματος που χρησιμοποιεί σε σχέση με το όλο κείμενο υπό copyright, και των πιθανών συνεπειών της χρήσης αυτής στην αγορά ή την γενικότερη αξία του υπό copyright κειμένου.

Σελίδα Τριμελούς Εξεταστικής Επιτροπής

Η παρούσα διπλωματική εργασία εγκρίθηκε ομόφωνα από την τριμελή εξεταστική επιτροπή η οποία ορίστηκε από την ΓΣΕΣ του Τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του Τ.Ε.Ι. Κρήτης, σύμφωνα με το νόμο και τον εγκεκριμένο Οδηγό Σπουδών του ΠΜΣ «Λογιστική και Ελεγκτική». Τα μέλη της Επιτροπής ήταν:

- Καθηγήτρια Φωτεινή Βούλγαρη-Ψιμάρνη (Επιβλέπουσα)
- Καθηγητής Θεόδωρος Σταματόπουλος (Μέλος)
- Καθηγητής Χρήστος Φλώρος (Μέλος)

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του Τ.Ε.Ι. Κρήτης δεν υποδηλώνει αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα.»

Πρόλογος

Κατά την εκπόνηση αυτής της εργασίας εμφανίστηκαν αρκετές προκλήσεις, σε διάφορα στάδια της έρευνας. Δε θα τα είχα καταφέρει καλύτερα χωρίς τη σημαντική βοήθεια της επιβλέπουσας στην εργασία μου, Καθηγήτριας κυρίας Φωτεινής Βούλγαρη-Ψιμάρη και του κυρίου Κώστα Βασσάκη, οι οποίοι ήταν οι πιο ένθερμοι σύμμαχοι και παρακινητές στην προσπάθειά μου και τους ευχαριστώ ιδιαίτερος. Ακόμα, οφείλω να ευχαριστήσω για τη δυνατότητα που μου έδωσαν να εξοικειωθώ με την επιστημονική έρευνα και τις μεθόδους της, καθώς και για τη γενικότερη συμβολή τους στην παρούσα εργασία, τα υπόλοιπα μέλη της τριμελούς εξεταστικής επιτροπής, Καθηγητές κ.κ. Θεόδωρο Σταματόπουλο και Χρήστο Φλώρο. Τέλος, ευχαριστώ το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Λογιστική και Ελεγκτική» του τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του ΤΕΙ Κρήτης, μέσα από το οποίο είχα την ευκαιρία να γνωρίσω και να συναναστραφώ με σημαντικούς ανθρώπους, διδάσκοντες και συμφοιτητές, να διευρύνω τους γνωστικούς μου ορίζοντες και να αποκτήσω περισσότερο κριτική σκέψη.

Πίνακας περιεχομένων

Δήλωση Αυθεντικότητας, ζητήματα Copyright	i
Σελίδα Τριμελούς Εξεταστικής Επιτροπής	ii
Πρόλογος	iii
Πίνακας περιεχομένων	iv
Περίληψη	vi
Abstract.....	viii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 – ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ	2
1.1 ΓΕΝΙΚΑ.....	2
1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ.....	2
1.3 ΤΥΠΟΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ.....	3
1.4 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΓΝΩΣΗ	5
1.5 KNOWLEDGE SPILLOVERS	6
1.6 ΜΟΡΦΕΣ ΓΝΩΣΗΣ	7
1.7 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ	9
1.8 ΓΝΩΣΤΙΚΗ ΒΑΣΗ.....	11
1.9 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	12
1.10 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	16
1.11 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ.....	21
2.1 ΓΕΝΙΚΑ.....	21
2.2 CLUSTERS	23
2.2.1 ΕΝΝΟΙΑ.....	23
2.2.2 CLUSTERS ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ.....	25
2.2.3 ΟΦΕΛΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ CLUSTERS.....	26
2.2.4 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ CLUSTERS.....	27
2.3 CLUSTERS ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	29
2.4 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	30
2.4.1 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ.....	30
2.4.2 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ.....	32

2.4.3 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΠΕΛΑΤΕΣ	32
2.4.4 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ	32
2.4.5 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	33
2.4.6 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	34
2.5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 – ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ.....	35
3.1 ΕΞΑΓΩΓΕΣ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ.....	35
3.2 ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	37
3.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 – ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ	39
4.1 ΔΕΙΓΜΑ ΚΑΙ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ.....	39
4.1.1 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ	39
4.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ – ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	45
4.2.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	50
4.2.2 ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ	54
5.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	54
5.2 ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ.....	56
5.2.1 ΑΠΟ ΤΗ ΜΕΡΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΕΙΑΣ	56
5.2.2 ΑΠΟ ΤΗ ΜΕΡΙΑ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	58
5.2.3 ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	59
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	60
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	67
Α. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	67

Περίληψη

Σκοπός – Αυτή η εργασία εστιάζει στο ρόλο των συνεργασιών και των εξαγωγών ως προσδιοριστικών παραγόντων της καινοτομικότητας των Ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, σε περίοδο οικονομικής κρίσης, συμβάλλοντας στην υπάρχουσα βιβλιογραφία.

Σχεδιασμός/μεθοδολογία/προσέγγιση – Η εμπειρική ανάλυση, η οποία βασίστηκε σε ποιοτικά και ποσοτικά δεδομένα που εξήχθησαν από μια έρευνα στην οποία συμμετείχαν πάνω από 150 μικρές και μεσαίου μεγέθους Ελληνικές μεταποιητικές επιχειρήσεις, εξετάζει τους παράγοντες που επηρεάζουν την καινοτομικότητά τους, δίνοντας έμφαση στην εξαγωγική δραστηριότητα και τις συνεργασίες, ως κύριες ανεξάρτητες μεταβλητές.

Ευρήματα – Οι παράγοντες που επηρεάζουν την καινοτομικότητα των Ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι η ηλικία, το ιδιοκτησιακό καθεστώς, ο δείκτης αποδοτικότητας Ταμειακές Ροές προς Σύνολο Ενεργητικού, το ποσοστό επιστημόνων στο ανθρώπινο δυναμικό τους και η συνεργασία τους με άλλες επιχειρήσεις

Πρακτικές εφαρμογές – Τα αποτελέσματα έχουν εφαρμογές από τη μεριά των επιχειρήσεων και από τη μεριά της πολιτείας. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να λάβουν πρωτοβουλίες προώθησης των δικτύων συνεργασίας για την καινοτομία και να ιδρύσουν ενώσεις που εκπροσωπούν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, προκειμένου να διευκολύνουν τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις. Η κυβέρνηση θα πρέπει να προσφέρει κίνητρα (π.χ. φοροελαφρύνσεις) στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις με υψηλό δυναμικό καινοτομίας και να ενθαρρύνει τη συνεργασία μεταξύ πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων και ιδιωτικού τομέα, εισάγοντας αποτελεσματικές θεσμικές ρυθμίσεις.

Πρωτοτυπία/Αξία – Για δεκαετίες, οι Ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετώπιζαν την καινοτομία ως ένα συμπληρωματικό στοιχείο και όχι ως απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία. Κατά τη διάρκεια της τρέχουσας οικονομικής κρίσης, η σημασία της καινοτομίας κατέστη προφανής και τα πράγματα πήραν άλλη τροπή. Ωστόσο, δεδομένης της περιορισμένης έρευνας για το πώς οι συνεργασίες και η εξαγωγική δραστηριότητα επηρεάζουν την καινοτομικότητα των Ελληνικών

επιχειρήσεων, αυτή η εργασία προσπαθεί να ρίξει φως σε αυτό το ζήτημα και να βοηθήσει τους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων, τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικών και τους ακαδημαϊκούς να βελτιστοποιήσουν τις πολιτικές και τις θεωρίες τους σχετικά με την απόδοση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Λέξεις κλειδιά – Καινοτομία, Συνεργασίες, Εξαγωγές, Οικονομική κρίση, Ελλάδα, Μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Abstract

Purpose – The present study investigates the role of cooperation and exports as the determinants of Greek manufacturing SMEs' innovative activity, during a period of economic crisis, contributing to the existing empirical literature.

Design/methodology/approach – The empirical analysis, which is based on both quantitative and qualitative data, from a survey that covered more than 150 small and medium-sized Greek manufacturing enterprises, examines the factors that affect their innovative activity, emphasizing on export and cooperation activities as the main independent variables.

Findings – The findings indicate that the factors that affect innovativeness of Greek SMEs are firm age, ownership structure, Cash Flow on Total Assets ratio, the percentage of scientists working in the firm and their cooperation with other firms.

Implications – The results have implications for both managers and policy makers. Firms should take initiatives that promote collaborations for innovation and create trade associations to facilitate social interaction. Government should offer incentives to firms with high innovation potential (e.g. tax allowances) and support the creation of strong linkages between universities, research centers and the private sector by creating effective institutional networks.

Originality/Value – For decades, Greek SMEs faced innovation as a complementary asset rather than a prerequisite for success. During the current economic crisis, the importance of innovation became obvious and things took a different course. However, as there is limited research on how innovation activity and cooperation impact the export performance of Greek enterprises, this study attempts to shed light on this matter and assist business owners, policy makers and academics optimize their policies and theories on SME performance.

Keywords – Innovation, Cooperation, Exports, Economic crisis, Greece, SMEs

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η σημερινή Ελλάδα αγωνίζεται να ξεπεράσει την οικονομική κρίση και να επιστρέψει στην ανάπτυξη. Ταυτόχρονα, πολλοί ειδικοί υποστηρίζουν πως η οικονομική ανάπτυξη είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την καινοτομία και τη συνεργασία. Συνεπώς, δεδομένου ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν το 99,9% του συνόλου των επιχειρήσεων της χώρας και οι μεταποιητικές επιχειρήσεις θεωρούνται ως οι κύριες καινοτόμοι σε μία οικονομία, σε αυτή την εργασία γίνεται απόπειρα να εξετασθούν οι επιπτώσεις της εξαγωγικής δραστηριότητας και των διεπιχειρησιακών συνεργασιών στην καινοτομία των Ελληνικών μικρομεσαίων μεταποιητικών επιχειρήσεων καθώς και να διερευνηθούν άλλοι παράγοντες που προσδιορίζουν την καινοτομικότητά τους. Επειδή στην Ελλάδα δεν παρατηρούνται συχνά συνεργασίες μεταξύ των επιχειρήσεων και με δεδομένο ότι υπάρχει ανάγκη για αύξηση του ΑΕΠ της χώρας, κυρίως μέσω των εξαγωγών, λόγω του ότι έχει αποδειχθεί πως η καινοτομία αποτελεί καταλυτικό παράγοντα αύξησης του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των επιχειρήσεων, ο προβληματισμός που οδήγησε στη συγγραφή της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η αναζήτηση των παραγόντων που επηρεάζουν την καινοτομικότητα των επιχειρήσεων, δίνοντας έμφαση στις εξαγωγές και τις συνεργασίες.

Στόχος αυτής της εργασίας είναι να εμπλουτίσει την υπάρχουσα βιβλιογραφία μέσα από τα αποτελέσματα της έρευνας και να παρέχει περαιτέρω πληροφόρηση στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικών από τη μεριά των επιχειρήσεων αλλά και της πολιτείας. Με δεδομένα που εξήχθησαν από έρευνα πεδίου και από βάσεις δεδομένων, κατασκευάστηκε συνάρτηση μοντέλου με μέθοδο EGLS. Η δομή της εργασίας είναι η ακόλουθη. Το πρώτο κεφάλαιο ασχολείται με την καινοτομία, το δεύτερο με τις συνεργασίες και το τρίτο με τις εξαγωγές στην Ελλάδα. Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αναλυτική παρουσίαση της εμπειρικής έρευνας που χρησιμοποιήθηκε, ενώ στο πέμπτο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της εμπειρικής έρευνας και της βιβλιογραφίας και οι πολιτικές που προτείνονται προς εφαρμογή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 – ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

1.1 ΓΕΝΙΚΑ

Στις σύγχρονες οικονομίες που χαρακτηρίζονται ως «βασισζόμενες στη γνώση», ο κύριος παράγοντας που καθορίζει τις επιδόσεις μίας επιχείρησης, όσον αφορά την επιβίωση και την παραγωγικότητά της, είναι η καινοτομία (Markatou, 2011). Στη διεθνή βιβλιογραφία, πολλοί συγγραφείς κινούνται σε παρόμοια πλαίσια. Σύμφωνα με τον Sum (2013), η καινοτομία είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων που βρίσκονται σε περιβάλλοντα όπου οι αλλαγές στην αγορά είναι συνεχείς και, όπως αναφέρουν οι Kumral et al. (2006), σε τέτοια περιβάλλοντα, η ικανότητα μιας επιχείρησης να καινοτομεί είναι στενά συνδεδεμένη με τη διαμόρφωση του συγκριτικού της πλεονεκτήματος. Οι Tödtling & Trippl (2005) χαρακτηρίζουν, μεταξύ άλλων, την καινοτομία ως ένα βασικό συστατικό οικονομικής ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας για τις επιχειρήσεις, ενώ ο Dressler (2013) θεωρεί την καινοτομία ως έναν «παράγοντα κλειδί», προκειμένου οι επιχειρήσεις να αναπτυχθούν, να εδραιωθούν και να εξασφαλίσουν μία βιώσιμη κερδοφορία σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Επιπλέον, οι Klomp & Van Leeuwen (2001) συνέδεσαν την καινοτομία με τη συνολική απόδοση των πωλήσεων, την παραγωγικότητα και την αύξηση της απασχόλησης στις επιχειρήσεις και οι Soriano & Huang (2013) υποστήριξαν ότι η καινοτομία είναι «η μοναδική επιχειρηματική δραστηριότητα που σχετίζεται πιο στενά με την οικονομική μεγέθυνση».

1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ

Σύμφωνα με τη Eurostat (2004), καινοτομία είναι «η εισαγωγή ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος (αγαθού ή υπηρεσίας) ή η εφαρμογή μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας, οργανωσιακής μεθόδου ή μεθόδου μάρκετινγκ από μία επιχείρηση στην αγορά». Ακόμα, σύμφωνα με τους Kumral et al. (2006), η καινοτομία είναι «μια σύνθετη ακολουθία γεγονότων που περιλαμβάνουν όλες τις δραστηριότητες για την ανάπτυξη ή τη δημιουργία νέων προϊόντων, υπηρεσιών ή διαδικασιών στην αγορά». Συμπληρωματικά, οι Keupp et al. (2012) προσδιορίζουν την καινοτομία ως

«ένα νέο προϊόν, μια νέα υπηρεσία, μια νέα τεχνολογία στην παραγωγική διαδικασία, μια νέα δομή ή σύστημα διοίκησης, ή ένα νέο σχέδιο ή πρόγραμμα που αφορά οργανωτικά μέλη».

Σύμφωνα με τον Sengupta (2012) η καινοτομία περιλαμβάνει τις αλλαγές στις οργανωτικές και διαχειριστικές αρμοδιότητες, την ανάπτυξη νέων αγορών και νέων προϊόντων, και κυρίως τα creative ventures πληροφορίας και γνώσεων. Οι Lee et al. (2010) περιγράφουν την καινοτομία ως μια διαδικασία χωρισμένη σε δύο μέρη: την «αναζήτηση τεχνολογίας» για τεχνολογικές ευκαιρίες και την «εκμετάλλευση τεχνολογίας» για ευκαιρίες της αγοράς, ενώ ακόμη επισημαίνουν πως το δεύτερο μέρος απευθύνεται κυρίως στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Μια άλλη περιγραφή δίνεται από τους Freeman & Soete (1997), όπου, σύμφωνα με τους οποίους, η καινοτομία αποτελείται από δύο σκέλη: την αναγνώριση μιας δυνητικής αγοράς για ένα νέο προϊόν ή διαδικασία και τις τεχνικές γνώσεις που είτε είναι γενικά διαθέσιμες, είτε είναι νέες επιστημονικές και τεχνολογικές γνώσεις προερχόμενες από ερευνητική δραστηριότητα. Τέλος, ο Smits (2002) επιχειρεί να δώσει έναν απλοϊκό ορισμό στην καινοτομία, σημειώνοντας ωστόσο ότι πρόκειται για μια σύνθετη διαδικασία που συντελείται σε επίπεδο προϊόντων, επιχειρήσεων, κλάδων αλλά και σε επίπεδο εθνικών και διεθνών κοινοτήτων. Ο απλοϊκός αυτός ορισμός έχει ως εξής: «Καινοτομία είναι ένας επιτυχημένος συνδυασμός υλικών, γνώσης και θεσμικών συνθηκών, εξεταζόμενα από κοινωνικής ή οικονομικής σκοπιάς».

1.3 ΤΥΠΟΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Η καινοτομία διαχωρίζεται σε δύο γενικές κατηγορίες. Την καινοτομία προϊόντος ή διαδικασίας (product/process innovation) και την οργανωσιακή καινοτομία ή καινοτομία μάρκετινγκ (organizational/marketing innovation). Περαιτέρω, η καινοτομία προϊόντος διακρίνεται σε καινοτομία αγαθών ή και υπηρεσιών και η καινοτομία διαδικασίας διακρίνεται σε καινοτομία διαδικασιών παραγωγής, μεθόδων διανομής και δραστηριοτήτων υποστήριξης διαδικασιών. Ενώ η οργανωσιακή καινοτομία αναφέρεται κυρίως στην καινοτομία επιχειρησιακών πρακτικών για οργανωσιακές διαδικασίες, την καινοτομία οργάνωσης της εργασίας και λήψης

αποφάσεων και την καινοτομία στις εξωτερικές σχέσεις. Τέλος, η καινοτομία μάρκετινγκ αναφέρεται κυρίως στις καινοτομίες σχεδιασμού και συσκευασίας, τοποθέτησης των προϊόντων, προώθησης και τιμολόγησής τους (Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης, 2015).

Ωστόσο, η καινοτομία δε διαχωρίζεται αυστηρά μόνο στις κατηγορίες αυτές. Οι Guan & Zhao (2013) διαχώρισαν την καινοτομία σε ανοιχτή και κλειστή. Στην ανοιχτή καινοτομία, μία επιχείρηση ανοίγει τα «σύνορά της» προκειμένου να κυκλοφορήσει γνώση από και προς το εξωτερικό περιβάλλον έτσι ώστε να δημιουργηθούν ευκαιρίες συνεργασίας με διάφορους φορείς και παράγοντες, όπως πανεπιστήμια, κυβέρνηση, πελάτες ή και προμηθευτές, που αποσκοπούν στην εισαγωγή νέων καινοτομιών. Σύμφωνα με τους Fontana et al. (2006), οι επιχειρήσεις που χαρακτηρίζονται ως «ανοιχτές» είναι πιθανότερο να θεωρήσουν τη γνώση που παράγεται στα πανεπιστήμια ως σημαντική για την καινοτομία τους και, ακόμα, αυτές που είναι πρόθυμες να μοιραστούν την καινοτομία τους, είναι πιθανότερο να συνεργαστούν με πανεπιστήμια. Υποστηρίζουν επίσης ότι οι επιχειρήσεις, ανοίγοντας τα σύνορά τους, συχνά αποκαλύπτουν οικειοθελώς σημαντικά κομμάτια από τη γνώση που κατέχουν, μέσα από επιστημονικές δημοσιεύσεις, συνέδρια, αλλά και μέσω των πατεντών και του διαδικτύου. Η τακτική αυτή ακολουθείται αφενός για να μπορέσουν οι επιχειρήσεις να αποκτήσουν feedback από το εξωτερικό περιβάλλον και να επεκτείνουν τη φήμη και τα δίκτυα συνεργασίας τους και, αφετέρου, για να διασφαλίσουν ότι οι άλλοι «γνωρίζουν ότι ξέρεις». Από την άλλη, στην κλειστή καινοτομία, μία επιχείρηση παραμένει αυτάρκης καθώς υποστηρίζεται ότι «η επιτυχής καινοτομία προϋποθέτει έλεγχο» και ότι «κανένας δε μπορεί να είναι σίγουρος για την ποιότητα των ιδεών των άλλων». Έπειτα από την έρευνά τους, οι Guan & Zhao (2013) κατέληξαν να στηρίζουν την ιδέα να δημιουργηθεί ένας μηχανισμός ο οποίος θα μετατρέπει τις κλειστές σε ανοιχτές. Ιδιαίτερα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι S. Lee et al. (2010) συμπεραίνουν ότι η συμμετοχή τους σε δίκτυα συνεργασίας είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος να διευκολυνθεί η ανοιχτή καινοτομία και, μέσω αυτής, να αναδειχθούν οι δυνατότητές τους.

1.4 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΓΝΩΣΗ

Στη διεθνή βιβλιογραφία είναι φανερό ότι η γνώση είναι ένα από τα κύρια συστατικά στοιχεία της καινοτομίας (Davenport, 2005; De Faria et al., 2010; Kim & Huarng, 2011; López-Nicolás & Meroño-Cerdán, 2011; Ozman, 2009; Revilla & Fernández, 2012; Sawers et al., 2008; Solleiro & Gaona, 2012; Tödtling et al., 2009).

Όπως επισημαίνουν οι Sarvan et al. (2011), η πραγματική δύναμη των επιχειρήσεων, όσον αφορά την ανταγωνιστικότητά τους, εξαρτάται από την ικανότητά τους να αποκτήσουν πρόσβαση σε πληροφορίες και να δημιουργήσουν γνώση. Δεν είναι τυχαία η βαρύτητα που δίνεται από τις επιτυχημένες επιχειρήσεις στα συστήματα «διαχείρισης γνώσεων» (knowledge management), μέσα από τα οποία επιτυγχάνεται η διαδικασία της δημιουργίας, της οργάνωσης, της διάχυσης, της χρήσης και της εκμετάλλευσης γνώσεων. Σύμφωνα με τους Lai et al. (2014), το σύστημα διαχείρισης γνώσεων είναι ο ενδιάμεσος φορέας μεταξύ των δικτύων συνεργασίας και των εταιρικών επιδόσεων των συμμετεχόντων τους στην καινοτομία. Μέσω ενός τέτοιου συστήματος, οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν ευνοϊκότερες συνθήκες κατά τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων, διότι η εκτίμηση και η λύση ενός προβλήματος, καθώς και η αντιμετώπιση οποιωνδήποτε άλλων προκλήσεων, βασίζεται στη γνώση (Sedziuviene & Vveinhardt, 2010). Ο κύριος λόγος, ωστόσο, για τον οποίο προέκυψε η ανάγκη της διαχείρισης γνώσεων σε έναν οργανισμό, άπτεται στο γεγονός ότι το συγκριτικό πλεονέκτημα μιας επιχείρησης αποκτάται γρηγορότερα όταν συγκεκριμένες πληροφορίες και γνώσεις προκύπτουν την κατάλληλη στιγμή, στο κατάλληλο μέρος.

Την ικανότητα μιας επιχείρησης να αναγνωρίζει τη σπουδαιότητα των νέων πληροφοριών, να τις αφομοιώνει και να τις αξιοποιεί για εμπορικούς σκοπούς, τη συναντάμε τον όρο «απορροφητική ικανότητα» ή, διεθνώς, absorptive capacity (Gebauer et al., 2012). Είναι, επομένως, προφανές ότι όσο μεγαλύτερη απορροφητική ικανότητα έχει μία επιχείρηση, τόσο αυξάνεται η δυνατότητά της να αποκτά πρόσβαση και να εκμεταλλεύεται περισσότερες γνώσεις. Οι De Faria et al. (2010) συνέδεσαν την ιδιότητα αυτή με την καινοτομία, υποστηρίζοντας πως η ικανότητα μιας επιχείρησης να εκμεταλλευτεί τις γνώσεις που δεν παράγονται από την ίδια, αλλά από κάποιο ερευνητικό ίδρυμα, έχει θετική επίδραση στην πιθανότητα αυτή η επιχείρηση να είναι επιτυχημένη καινοτόμος. Ομοίως, οι Wei et al. (2009) χαρακτήρισαν την απορροφητική

ικανότητα μιας επιχείρησης ως θεμελιώδες στοιχείο για την καινοτομία, ενώ οι Kang & Park (2012) επεσήμαναν πως η καινοτομία των επιχειρήσεων επηρεάζεται από τις δαπάνες σε R&D και ερευνητικό προσωπικό, μέσω της απορροφητικής ικανότητας που αυτές δημιουργούν. Όμως, όπως επισημαίνουν οι Gebauer et al. (2012), δεν αρκεί μόνο η διαχείριση της συσσώρευσης των εξωτερικών γνώσεων από τις επιχειρήσεις για μια επιτυχημένη στρατηγική καινοτομίας, αλλά χρειάζεται επίσης η υιοθέτηση περισσότερων επιχειρησιακών ικανοτήτων, όπως είναι η συστηματοποίηση, ο συντονισμός και η κοινωνικοποίηση των γνώσεων.

Τελικά, σύμφωνα και με τους López-Nicolás & Meroño-Cerdán (2011), η διαχείριση γνώσεων είναι ένας σημαντικός μηχανισμός που ενισχύει την απορροφητική ικανότητα, την καινοτομία και τις επιδόσεις των επιχειρήσεων, καθώς, όπως αναφέρουν, «οι επιχειρήσεις ξέρουν πως υιοθετώντας μία σαφή στρατηγική διαχείρισης γνώσεων μπορούν να γίνουν πιο καινοτόμες, να επιτύχουν καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα, να βελτιώσουν τις διαδικασίες τους και να αναπτύξουν τις ικανότητες του ανθρώπινου δυναμικού τους».

1.5 KNOWLEDGE SPILLOVERS

Η γνώση παράγεται κυρίως μέσα από την έρευνα στα εκπαιδευτικά ιδρύματα και τα ερευνητικά κέντρα. Σύμφωνα με τους Zeng et al. (2010), τα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά κέντρα μαζί με τις επιχειρήσεις, θεωρούνται ζωτικής σημασίας κόμβοι, μέσω των οποίων δημιουργείται και κυκλοφορεί η επιστημονική και η τεχνολογική γνώση, καθώς και οι δραστηριότητες που αφορούν πατέντες. Η γνώση αυτή περνάει από τη μία επιχείρηση στην άλλη, υποβοηθούμενη από τη σύναψη συνεργασιών και την κινητικότητα των εργαζομένων (Stanko & Olleros, 2013). Μέσα από μία διαδικασία που ονομάζεται «διάχυση της γνώσης», και που διεθνώς συναντάται με τον όρο *knowledge spillover*, η παραγόμενη γνώση μεταλαμπαδεύεται και αυτό συμβάλλει στην ανάπτυξη των συστημάτων καινοτομίας (Muscio & Nardone, 2012). Η διάχυση της γνώσης θεωρείται επωφελής σε όλους τους επιχειρηματικούς κλάδους, ωστόσο, τα αποτελέσματά της είναι περισσότερο εμφανή και πολύτιμα στους κλάδους υψηλής

ανάπτυξης, όπου, λόγω των συνεχών τεχνολογικών αλλαγών, η καινοτομία γίνεται ολοένα και πιο δύσκολη για τις απομονωμένες επιχειρήσεις (Stanko & Olleros, 2013).

Γενικά, knowledge spillover είναι η ακούσια διαρροή ή η εκούσια ανταλλαγή τεχνολογικής γνώσης μέσα σε έναν κλάδο. Μερικοί μηχανισμοί που επιτρέπουν τέτοιες μεταφορές γνώσης είναι οι αναθέσεις έργων καινοτομίας σε επιστημονικά ιδρύματα, η κινητικότητα του εργατικού δυναμικού (Stanko & Olleros, 2013), οι συνεργασίες μεταξύ ανταγωνιστικών επιχειρήσεων, οι συνεργασίες με δημόσια ερευνητικά κέντρα και πανεπιστήμια και η αλληλεπίδραση των επιχειρήσεων με τους πελάτες και τους προμηθευτές τους (Maine et al., 2008). Σύμφωνα με τον Ozman (2009), τα δίκτυα συνεργασίας μπορούν να ληφθούν ως ένας κεντρικός μηχανισμός, μέσω του οποίου διαχέεται η γνώση, ενώ, όπως αναφέρουν οι Belderbos et al. (2004), η γνώση που διαχέεται κατά την αλληλεπίδραση των επιχειρήσεων, ιδιαιτέρως μέσω του διεθνούς εμπορίου και των άμεσων ξένων επενδύσεων, έχει θετική επίδραση στην αύξηση της παραγωγικότητας. Τη σπουδαιότητα της διάχυσης της γνώσης τόνισαν επίσης οι Connell et al. (2014), αναφέροντας πως οι επιχειρήσεις σήμερα βασίζονται στα δίκτυα συνεργασίας, όπου η γνώση πρέπει να ρέει μεταξύ των ατόμων, των ομάδων και των επιχειρήσεων που βρίσκονται σε διαφορετικές περιοχές, προκειμένου αυτή να χρησιμοποιείται αποτελεσματικά.

Ωστόσο, όπως υποστηρίζουν οι Aziz & Norhashim (2008), η διάχυση της γνώσης μειώνεται, όσο μεγαλώνει η απόσταση μεταξύ των συνεργαζόμενων μερών. Ομοίως, οι Maine et al. (2008) τονίζουν πως η απόσταση ανάμεσα στα συνεργαζόμενα μέρη είναι αρνητικά σχετιζόμενη με την ανάπτυξη και επηρεάζει την απόδοση των επιχειρήσεων, καθώς όσο αυτή μικραίνει, τόσο περισσότερη είναι και η διάχυση της γνώσης μεταξύ τους.

1.6 ΜΟΡΦΕΣ ΓΝΩΣΗΣ

Μια σημαντική διαδικασία που συνοδεύει τις σχέσεις μεταξύ των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων και η οποία θεωρείται σημαντική κινητήρια δύναμη για την καινοτομία, είναι η ροή γνώσης που μεταφέρεται ανάμεσά τους (Ozman, 2009). Όπως αναφέρουν οι De Faria et al. (2010), οι επιχειρήσεις που μετέχουν σε δραστηριότητες συνεργασίας ή

συμμαχίες, απολαμβάνουν πυκνότερες ροές γνώσης, σε σχέση με τις μη συνεργαζόμενες.

Η γνώση συναντάται σε διάφορες μορφές, ανάλογα με τη φύση της. Η πιο κοινή μορφή γνώσης είναι η «σαφής γνώση» ή explicit knowledge, στη διεθνή ορολογία (Sarvan et al., 2011). Είναι η γνώση αυτή όπου μπορεί να μεταβιβαστεί μέσω της γλώσσας και των συμβόλων, και μπορεί να κωδικοποιηθεί, συν τοις άλλοις, σε εγχειρίδια και υπολογιστικά προγράμματα. Σύμφωνα με τους Chaminade & Vang (2008), η αδυναμία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων να ψάξουν και να χρησιμοποιήσουν την κωδικοποιημένη γνώση, τις στρέφει στην χρήση ενός άλλου είδους γνώσης το οποίο μεταφέρεται είτε με τη διαπροσωπική επαφή ανάμεσα στο ανθρώπινο δυναμικό, είτε μέσω της φιλοσοφίας του «μαθαίνω κάνοντας». Αυτή η εξίσου σημαντική μορφή γνώσης είναι η «ακούσια γνώση» ή «άυλη γνώση» ή «σιωπηρή γνώση» ή, όπως αναφέρεται στη διεθνή βιβλιογραφία, tacit knowledge. Οι López-Nicolás & Meroño-Cerdán (2011) τονίζουν τη σημασία αυτής της γνώσης υπογραμμίζοντας πως «η καινοτομία εξαρτάται από τη γνώση και ιδιαίτερα από την ακούσια γνώση». Η ακούσια γνώση ορίζεται ουσιαστικά ως η γνώση που δε μπορεί να εκφραστεί με λόγια ή να αποτυπωθεί σε εγχειρίδια καθώς είναι κυρίως διαισθητική (Sarvan et al., 2011) και είναι δύσκολο να εξαπλωθεί επικοινωνώντας την σε μεγάλη απόσταση (Wei et al., 2009). Η Davenport (2005) ισχυρίζεται ότι αυτό το είδος γνώσης είναι πιο σημαντικό για την καινοτομία στα πρώτα στάδια του κύκλου ζωής μιας επιχείρησης και καθιστά σαφές πως ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες για την εισροή ακούσιας γνώσης είναι η γεωγραφική εγγύτητα μεταξύ των συνεργαζόμενων μερών, και αυτό γιατί, σύμφωνα και με τους Beugelsdijk & Cornet (2002), η ανταλλαγή ακούσιας γνώσης μπορεί να απαιτεί υψηλά επίπεδα αμοιβαίας εμπιστοσύνης και κατανόησης, καθώς και μια κοινή γλώσσα, κοινές νόρμες και αξίες, οι οποίες είναι πολύ πιθανόν να αποκλίνουν όσο τα συνεργαζόμενα μέρη απομακρύνονται γεωγραφικά, ενώ, στην έρευνά τους εντόπισαν ενδείξεις πως η μεγάλη απόσταση περιορίζει τη διάχυση γνώσεων που προέρχεται από τεχνολογικά πανεπιστήμια. Παρομοίως, η Davenport (2005) επισημαίνει ότι η γεωγραφική εγγύτητα φαίνεται να παίζει σημαντικό ρόλο στις καινοτομικές δραστηριότητες, αφού η γνώση δημιουργείται και μεταφέρεται αποτελεσματικότερα μέσω κοντινών αποστάσεων, ενώ, οι Casanueva et al. (2013) υποστηρίζουν πως η γεωγραφική εγγύτητα διευκολύνει την ανταλλαγή γνώσεων, και

ιδιαίτερα της ακούσιας γνώσης μεταξύ των επιχειρήσεων και των υπαλλήλων τους. Ακόμα, οι Herstad et al. (2014) αναφέρουν πως η αναζήτηση πληροφοριών και η επικοινωνία διευκολύνονται όσο η απόσταση μεταξύ των επιχειρήσεων μικραίνει, αφού όταν είναι κοντά τοποθετημένες υπάρχουν συχνότερες «πρόσωπο με πρόσωπο» αλληλεπιδράσεις και προνομιακή πρόσβαση σε τοπικές πληροφορίες.

Από την άλλη, όπως τονίζουν οι Tödtling et al. (2009), παρόλο που η γεωγραφική εγγύτητα ευνοεί την ανταλλαγή γνώσης, η γεωγραφική τοποθέτηση μεταξύ των συνεργαζόμενων μερών δε φαίνεται να επηρεάζει σημαντικά την καινοτομία. Ακόμα, σύμφωνα και με τους Kirkels & Duysters (2010), η κοινωνική, η πολιτιστική και η γεωγραφική εγγύτητα μεταξύ των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων δεν έχει τόση σημασία, κατά τις διαδικασίες ανταλλαγής γνώσης. Παρομοίως, οι Beugelsdijk & Cornet (2002) υποστηρίζουν πως η γεωγραφική εγγύτητα δεν είναι σημαντικός παράγοντας διευκόλυνσης διάχυσης της γνώσης, σε χώρες με μικρή έκταση. Επιπλέον, οι Ben Letaifa & Rabeau (2013) συμπεραίνουν πως η γεωγραφική εγγύτητα δεν είναι ικανή συνθήκη για μια βιώσιμη συνεργασία, καθώς, λόγω της μικρής απόστασης μεταξύ των επιχειρήσεων, πολλοί επιχειρηματίες δεν επιθυμούν να συνεργαστούν κυρίως λόγω ύπαρξης διαπροσωπικών και διεταιρικών αντιπαλοτήτων. Παρά ταύτα, η γεωγραφική εγγύτητα φαίνεται να ενισχύει τις σχέσεις συνεργασίας μεταξύ πανεπιστημίων και επιχειρήσεων, όταν τα πρώτα βρίσκονται κοντά σε βιομηχανικές περιοχές (Muscio & Nardone, 2012).

Τελικά, οι άνθρωποι και οι γνώσεις τους έχουν σημαντικό ρόλο στη μετάβαση από μια βιομηχανική οικονομία σε μια οικονομία της γνώσης. Αυτή η σημαντικότητα μεταφράζεται ως εξής: Οι βιομηχανίες που βασίζονται στη γνώση είναι αυτές που καθορίζουν την ανταγωνιστικότητα των ανεπτυγμένων περιοχών, οι οποίες είναι αδύνατον να ανταγωνιστούν διαφορετικά τις περιοχές χαμηλού κόστους (Hajek et al., 2014).

1.7 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Οι Zeng et al. (2010) μέσα από την έρευνα 137 Κινεζικών μεταποιητικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, υποστηρίζουν ότι υπάρχει σημαντική θετική σχέση

μεταξύ των συνεργασιών των επιχειρήσεων και των επιδόσεών τους στην καινοτομία, καθώς, μέσω αυτών, επιτυγχάνεται πρόσβαση τόσο σε τεχνογνωσία όσο και σε πόρους. Την ίδια άποψη έρχεται να στηρίξει και ο Ozman (2009), αναφέροντας ότι τα δίκτυα συνεργασίας παίζουν έναν πολύ σημαντικό ρόλο στην καινοτομία. Επιπλέον, οι Belderbos et al. (2004) μετά από την έρευνά τους σε 2.056 Ολλανδικές καινοτόμες επιχειρήσεις, καταλήγουν πως οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις επιτυγχάνουν γενικά καινοτομίες υψηλότερου επιπέδου. Συνεπώς, η καινοτομία θεωρείται μια κοινωνική διαδικασία, η οποία εξελίσσεται με επιτυχία σε δίκτυα όπου υπάρχει εντατική συνεργασία μεταξύ διαφόρων παραγόντων, όπως είναι οι καταναλωτές, οι προμηθευτές και οι οργανισμοί που παράγουν γνώση, όπως είναι τα πανεπιστήμια (Solleiro & Gaona, 2012). Παρομοίως, οι Zeng et al. (2010) αναφέρουν πως τα πανεπιστήμια, τα ερευνητικά ινστιτούτα, οι προμηθευτές, οι πελάτες και άλλοι συνεργάτες επιδρούν θετικά στη διαδικασία δημιουργίας γνώσης και καινοτομίας. Όμως, όπως υποστηρίζουν οι Belderbos et al. (2004), πέραν των πανεπιστημίων και των ερευνητικών κέντρων, τα οποία επηρεάζουν θετικά όλες τις συνεργασίες, ο τύπος συνεργάτη που συνήθως επιλέγεται είναι αυτός που θεωρείται σημαντική πηγή γνώσης για την διαδικασία της καινοτομίας. Στα ίδια πλαίσια κινούνται και οι Kirkels & Duysters (2010), υποστηρίζοντας πως προτιμώμενοι συνεργάτες είναι οι επιχειρήσεις εκείνες που διαθέτουν ισχυρή γνωστική βάση ή εκείνες όπου βρίσκονται στον πυρήνα ενός δικτύου γνώσεων. Ακόμα, οι Tödtling et al. (2009) επισημαίνουν πως για τις επιχειρήσεις, κύριες πηγές γνώσης είναι τα πανεπιστήμια και οι ερευνητικοί οργανισμοί, ενώ στη συνέχεια τονίζουν συγκεκριμένα ότι οι δεσμοί των επιχειρήσεων με τα πανεπιστήμια φαίνεται βοηθούν στην τόνωση των πιο προηγμένων καινοτομιών. Το ίδιο υποστηρίζουν και οι Muscio & Nardone (2012), αναφέροντας πως η συνεργασία μεταξύ των πανεπιστημίων και της βιομηχανίας οδηγεί τις επιχειρήσεις σε καινοτομίες, ενώ οι Kumral et al. (2006) σημειώνουν πως εάν δεν υπήρχε η ακαδημαϊκή έρευνα, πολλές καινοτομίες είτε δεν θα είχαν εμφανιστεί ποτέ, είτε θα εμφανίζονταν πολύ αργότερα. Σύμφωνα με τους Chaminade & Vang (2008), τα πανεπιστήμια περιγράφονται ως οι κινητήριες δυνάμεις της ανάπτυξης, ιδίως σε περιφερειακό επίπεδο, καθώς από τη μία «δημιουργούν» ένα καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό και από την άλλη παρέχουν R&D. Όμως, όπως αναφέρουν οι ίδιοι, τα καλά εκπαιδευτικά και ερευνητικά ιδρύματα σπανίζουν και οι διοικητικές τους ικανότητες είναι περιορισμένες κι αυτό έχει ως

συνέπεια η ποιότητα των γνώσεων που παρέχονται να είναι κατώτερη σε σχέση με αυτή που χρειάζονται οι επιχειρήσεις ώστε να μετατραπούν σε αξιόλογους «παίκτες» διεθνώς. Για το λόγο αυτό επισημαίνουν τη σπουδαιότητα να αυξηθεί η ερευνητική ικανότητα των πανεπιστημίων και των ερευνητικών κέντρων, ανεβάζοντας τον αριθμό των ερευνητών στα υπάρχοντα ιδρύματα. Για την ποιότητα των ερευνητικών ιδρυμάτων μίλησαν και οι Muscio & Nardone (2012), επισημαίνοντας πως τα τμήματα που πετυχαίνουν υψηλότερες βαθμολογίες στις ερευνητικές τους εργασίες προσελκύουν και υψηλότερα επίπεδα ιδιωτικών χρηματοδοτήσεων, υπό τη μορφή ερευνητικών συμβάσεων, καθώς οι καινοτόμες επιχειρήσεις εκμεταλλεύονται την έρευνα που παράγεται κυρίως από ιδρύματα και πανεπιστήμια υψηλής ποιότητας, η οποία δημοσιεύεται και στα διεθνή επιστημονικά περιοδικά. Επομένως, θεωρούν πως προκειμένου τα ακαδημαϊκά ιδρύματα να αυξήσουν τις πιθανότητες συνεργασίας τους με επιχειρήσεις, χρειάζονται μια κρίσιμη μάζα ερευνητών, η οποία θα τους επιτρέψει να γίνουν περισσότερο «ορατά», πιο εξειδικευμένα και, παράλληλα, να αποκτήσουν αποτελεσματικές διαδικασίες σύναψης και διαχείρισης συνεργασιών. Ωστόσο, οι ίδιοι υποστηρίζουν πως οι επιχειρήσεις τελικά επιλέγουν να συνεργάζονται με ιδρύματα που βρίσκονται πιο κοντά σε αυτές, παρόλο που αυτό μπορεί να έχει αντίκτυπο στην ποιότητα της εισρέουσας γνώσης.

1.8 ΓΝΩΣΤΙΚΗ ΒΑΣΗ

Η γνωστική βάση μιας επιχείρησης ή γενικότερα ενός φορέα, αποτελεί ένα πολύ σημαντικό άυλο περιουσιακό στοιχείο, μέσω του οποίου θα προκύπτουν έσοδα για τα επόμενα χρόνια. Ένα μέρος της γνωστικής αυτής βάσης θα αποτελείται από την ακούσια γνώση, η οποία από τη φύση της, σύμφωνα με τους Hall & Lerner (2009), έχει την εξής αδυναμία: είναι ενσωματωμένη στο ανθρώπινο κεφάλαιο του προσωπικού των επιχειρήσεων και χάνεται όταν υπάρχουν απολύσεις ή, εν γένει, απομακρύνσεις. Κατά συνέπεια, σύμφωνα και με τους Stanko & Olleros (2013), η κινητικότητα του εργατικού δυναμικού έχει αρνητικό αντίκτυπο στην καινοτομία. Αυτός είναι και ένας λόγος για τον οποίο η Erkuş-Öztürk (2009) υποστηρίζει ότι υπάρχει ανάγκη να μετατραπεί η ακούσια γνώση σε κωδικοποιημένη, σαφή γνώση και αυτή με τη σειρά της να συνενωθεί με την εξωτερική γνώση, η οποία, κατά τους De Faria et al. (2010), είναι πιο

αποτελεσματική στη διαδικασία της καινοτομίας για τις επιχειρήσεις που αναπτύσσουν το δικό τους R&D. Όπως τονίζουν οι Fontana et al. (2006), οι επιχειρήσεις που επενδύουν σημαντικά στο R&D είναι πιθανότερο να κατέχουν την τεχνολογική ικανότητα που τους επιτρέπει και να απορροφούν γνώσεις που παράγονται πέραν του εσωτερικού τους περιβάλλοντος. Επίσης, οι ίδιοι θεωρούν ότι υπάρχει θετική σχέση ανάμεσα στην εισαγωγή ριζικών καινοτομικών προϊόντων στην αγορά και στο βαθμό εξάρτησης, των επιχειρήσεων που τα εισάγουν, από τα ερευνητικά ιδρύματα. Για εκείνες τις επιχειρήσεις κάνουν λόγο και οι Tödtling et al. (2009), καταλήγοντας πως όσες εισάγουν προηγμένες καινοτομίες, βασίζονται περισσότερο στο R&D και τις πατέντες, συνεργαζόμενες συχνά με πανεπιστήμια και ερευνητικούς οργανισμούς. Από την άλλη, οι επιχειρήσεις που εισάγουν λιγότερο προηγμένες καινοτομίες φαίνεται να βασίζονται, για την απόκτηση γνώσης, περισσότερο στη συνεργασία με τον κλάδο των επιχειρηματικών υπηρεσιών. Ωστόσο, όπως συμπεραίνουν και οι Klerkx & Leeuwis (2008), η παραγωγή και η ανταλλαγή γνώσης και πληροφοριών δεν είναι τα μόνα προαπαιτούμενα για την καινοτομία, καθώς σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν παράγοντες όπως οι πολιτικές, η νομοθεσία, οι υποδομές και οι χρηματοδοτήσεις.

1.9 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (Small-Medium sized Enterprises, SMEs) θεωρούνται από πολλούς συγγραφείς ως οι μηχανές για την οικονομική ανάπτυξη μίας χώρας (Y. Lee, et al., 2012; Sawers et al., 2008; Zeng et al., 2010) και συγκεντρώνουν ένα μεγάλο κομμάτι του ενδιαφέροντος των υπευθύνων για τη χάραξη οικονομικών πολιτικών, καθώς αποτελούν την πλειοψηφία των οικονομικών δομών και, συγκρινόμενες με τις μεγάλες επιχειρήσεις, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι αυτές που αποτελούν τους βασικούς εργοδότες σε ένα κράτος (Hoffman et al., 1998; S. Lee et al., 2010; Y. Lee et al., 2012; Muscio & Nardone, 2012; Solleiro & Gaona, 2012; Tödtling & Trippel, 2005; Zeng et al., 2010). Σύμφωνα με τους Villa & Antonelli (2009), το ποσοστό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε οποιαδήποτε εθνική βιομηχανία είναι κοντά στο 90% του συνόλου των επιχειρήσεων, ενώ το ποσοστό του απασχολούμενου σε αυτές προσωπικού είναι μεγαλύτερο από το 60% του ενεργού πληθυσμού. Επομένως, το γεγονός ότι αντιπροσωπεύουν την πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι και ένας

σημαντικός λόγος που επιλέγονται ως δείγμα στις περισσότερες έρευνες και μελέτες, περιλαμβανομένης και της παρούσας.

Γενικώς, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις περιγράφονται ως αντανακλαστικές, χωρίς πλάνο ή -στην καλύτερη περίπτωση- καιροσκοπικές (Hagen et al., 2012). Ακόμα, οι Sawers et al. (2008) χαρακτηρίζουν αυτές τις επιχειρήσεις ως ευέλικτες, καθώς έχουν τη δυνατότητα να αντιδρούν γρηγορότερα στις μεταβολές των αναγκών και του περιβάλλοντος, ενώ υποστηρίζουν πως η επιτυχής ανάπτυξη αυτών των επιχειρήσεων ενισχύει την ανταγωνιστικότητα μίας χώρας. Όμως, παρόλο που η ευελιξία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων θεωρείται πλεονέκτημα για την επιτάχυνση της καινοτομίας, λίγες από αυτές έχουν την ικανότητα να διαχειριστούν όλη τη διαδικασία της καινοτομίας από μόνες τους, ώστε να μετατρέψουν τις εφευρέσεις τους σε προϊόντα ή υπηρεσίες. Συχνά στερούνται πόρων και ικανοτήτων κατά τα στάδια της κατασκευής, της διανομής, της προώθησης και της ερευνητικής χρηματοδότησης και αυτό τις οδηγεί να συνεργαστούν με άλλες επιχειρήσεις, προκειμένου να μειώσουν τον κίνδυνο, το κόστος, το χρόνο διεκπεραίωσης των διαδικασιών που απαιτούνται για μία καινοτομία, καθώς επίσης και να αποκτήσουν πρόσβαση σε δίκτυα πωλήσεων και μάρκετινγκ κατά τα τελευταία στάδια της καινοτομίας (S. Lee et al., 2010). Ακόμα, επειδή, σύμφωνα με τους Hall & Lerner (2009) και βάσει θεωριών, έρευνας και εμπειρικών υπολογισμών, οι μικρότερες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν πιο υψηλά κόστη κεφαλαίου, εν συγκρίσει με τις μεγαλύτερες, στρέφονται σε λύσεις όπως είναι οι χρηματοδοτήσεις μέσω επιχειρηματικών κεφαλαίων (venture capitals) και οι συνεργασίες. Επίσης, όπως αναφέρουν οι Sawers et al. (2008), επειδή είναι περιορισμένη η δυνατότητα των μικρότερων επιχειρήσεων να ανταγωνιστούν τις μεγαλύτερες, λόγω εσωτερικών (έλλειψη γνώσεων, δεξιοτήτων, κεφαλαίων, ανθρώπινου δυναμικού) και εξωτερικών (ύπαρξη μεγάλων παικτών στην αγορά) ζητημάτων, οι συνεργασίες που αποσκοπούν στην καινοτομία είναι ένας τρόπος για να ξεπεράσουν οι μικρότερες επιχειρήσεις αυτά τα εμπόδια. Επιπλέον, οι Revilla & Fernández (2012) υποστηρίζουν ότι οι συνεργασίες επιτρέπουν στις μικρές επιχειρήσεις αφενός να συμπληρώσουν τους ήδη υπάρχοντες πόρους τους και να ξεπεράσουν τα εμπόδια χρηματοδότησης που είναι πιθανό να αντιμετωπίσουν λόγω του μικρού μεγέθους τους και, αφετέρου, να αποκτήσουν πρόσβαση σε νέες γνώσεις. Ακόμα, σύμφωνα με τον Ozman (2009), οι επιχειρήσεις σχηματίζουν συμμαχίες επειδή δεν είναι αυτάρκειες και συνεργάζονται προκειμένου να

μειώσουν την αβεβαιότητα και να αποκτήσουν πρόσβαση η μία στους πόρους της άλλης. Το ίδιο έρχονται να επισημάνουν και οι Zeng et al. (2010), παρατηρώντας πως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αφενός διαθέτουν περιορισμένους οικονομικούς πόρους, όπου αυτό συνεπάγεται λιγότερες επενδύσεις σε R&D και γενικά περισσότερη αβεβαιότητα και φραγμούς όσον αφορά την καινοτομία και, αφετέρου, χρειάζονται κάποιους συμπληρωματικούς πόρους, όπως είναι οι γνώσεις μάρκετινγκ και οι διευθυντικές ικανότητες, και καταλήγουν ότι τα δίκτυα συνεργασιών αποτελούν για αυτές τις επιχειρήσεις ένα μέσο για την αντιμετώπιση εκείνων των φραγμών και για τον περιορισμό της αβεβαιότητας στην καινοτομία. Επομένως, υποστηρίζουν πως είναι αναγκαίο για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να συνδέσουν διαφορετικές επιχειρήσεις, ερευνητικές εγκαταστάσεις, προμηθευτές και πελάτες σε ένα δίκτυο καινοτομίας το οποίο θα τους επιτρέπει να μοιράζονται γνώσεις και να επωφελούνται των δεξιοτήτων που υπάρχουν μέσα στο δίκτυο. Αυτές οι εξωτερικές δεξιότητες και οι πόροι που, μέσα από τις συνεργασίες, έχουν στη διάθεσή τους προς εκμετάλλευση οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, μπορούν να τους δώσουν την ώθηση και τη δυνατότητα να καινοτομήσουν, καθώς, ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις δίνουν έμφαση στο εξωτερικό περιβάλλον, αναζητώντας ιδέες, γνώσεις και πόρους, τα οποία είναι απαραίτητα στοιχεία για τη δημιουργία επιτυχημένων καινοτομιών.

Όμως παρόλο που η συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων είναι σε γενικές γραμμές επωφελής τόσο για τις μικρές επιχειρήσεις, δεδομένου ότι παρέχει πρόσβαση σε νέες γνώσεις, νέες αγορές, εξειδικευμένους και έμπειρους συνεργάτες και επιπλέον πηγές χρηματοδότησης, όσο και για τις μεγάλες, οι οποίες ίσως να μην έχουν και πολλά να χάσουν, συχνά εντοπίζονται προβλήματα που αφορούν την επιπλέον γνώση που μεταφέρεται κατά λάθος από τη μία επιχείρηση στην άλλη (Sawers et al., 2008). Αυτή η ακούσια διάχυση γνώσης θεωρείται τεράστια απειλή για μια μικρομεσαία επιχείρηση που επιλέγει να συνεργαστεί με μία μεγαλύτερη, επομένως, θα πρέπει να αναπτυχθούν δικλίδες ασφαλείας από τις επιχειρήσεις απέναντι σε τέτοιου είδους μεταφορές πληροφοριών.

Συνεργασίες, ωστόσο, δε συναντάμε μόνο ανάμεσα στις επιχειρήσεις. Σύμφωνα με τους Muscio & Nardone (2012), επειδή οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις συνήθως στερούνται ερευνητικού προσωπικού, ενώ, επιπλέον, δεν διαθέτουν τους πόρους για την ανάπτυξη

δικού τους τμήματος R&D, οι συνεργασίες τους με πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα θεωρούνται επίσης ζωτικής σημασίας. Στο ίδιο πρόβλημα δίνουν έμφαση και οι Kirkels & Duysters (2010), αναφέροντας πως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν διαθέτουν ούτε χρόνο, ούτε οικονομικούς πόρους ώστε να τους διαθέσουν στην εκπαίδευση για την απόκτηση γνώσεων. Προκειμένου να αντιμετωπιστεί η έλλειψη αυτή της ανταγωνιστικότητας στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, πρέπει να δοθεί προτεραιότητα στην ενίσχυση της καινοτομίας τους, αυξάνοντας τις ιδιωτικές επενδύσεις στο R&D και ενδυναμώνοντας τους δεσμούς μεταξύ των επιχειρήσεων, των ερευνητικών οργανισμών, των πανεπιστημίων και της κυβέρνησης (Muscio & Nardone, 2012; Solleiro & Gaona, 2012). Ομοίως, οι Revilla & Fernández (2012) θεωρούν τη συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις και την ανάπτυξη δεσμών με κέντρα γνώσεων ως σημαντικούς παράγοντες ενίσχυσης της καινοτομίας στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Ακόμα, για την αντιμετώπιση του προβλήματος χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι Y. Lee et al. (2012) προτείνουν την ύπαρξη κρατικών επιδοτήσεων καθώς και κανονισμών που θα υποστηρίζουν και θα ενθαρρύνουν το R&D.

Ωστόσο, παρόλο που οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι γενικά καινοτόμες, αυτό δε σημαίνει ότι όλες οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, σε όλους τους κλάδους, καινοτομούν (Hoffman et al., 1998). Όπως επισημαίνουν οι Tödtling & Trippel (2005), στις απομακρυσμένες περιοχές της περιφέρειας εντοπίζονται χαμηλά επίπεδα καινοτομίας και R&D καθώς εκεί επικρατούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις των «παραδοσιακών κλάδων», όπου οι συνεργασίες μεταξύ τους δεν είναι πολύ ισχυρές, και είναι λιγιστά τα τοπικά ιδρύματα που παρέχουν γνώση και υποστήριξη σε θέματα καινοτομίας, ενώ, όπως αναφέρουν και οι Zeng et al. (2010), η έλλειψη καινοτόμων συνεργασιών έχει αρνητική επίπτωση στην καινοτομία. Για τους Klerkx & Leeuwis (2008), η συμμετοχή των επιχειρήσεων σε αποτελεσματικά δίκτυα συνεργασίας θεωρείται ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες καινοτομίας, ενώ οι S. Lee et al. (2010) υποστηρίζουν πως οι επιχειρήσεις που εμπλέκονται σε περισσότερους από έναν δεσμούς είναι πιο καινοτόμες από αυτές που αξιοποιούν έναν μόνο δεσμό. Τη σημαντικότητα των πολλαπλών δεσμών έρχονται να υποστηρίξουν και οι Zeng et al. (2010), αναφέροντας πως μία ευρεία γκάμα από εξωτερικούς συνεργάτες και άλλες πηγές έχει θετική επίδραση στην καινοτομία των επιχειρήσεων. Ομοίως, Οι Y. Lee et al. (2012) υποστηρίζουν πως οι συνεργασίες με προμηθευτές, πελάτες και άλλους συνεταιίρους θα

πρέπει να αποκτήσουν περισσότερη βαρύτητα για την επίτευξη καινοτομίας στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενώ ορίζουν την ιδιότητα μιας μικρομεσαίας επιχείρησης να καινοτομεί ως τη δυνατότητά της να επιλέγει «συνεχώς μεταβαλλόμενες και ανταποκρινόμενες στο εκάστοτε περιβάλλον στρατηγικές, ώστε να επιτυγχάνει τους εταιρικούς της στόχους» και καταλήγοντας παρατηρούν την ύπαρξη πολυάριθμων παραγόντων που προσδιορίζουν και επηρεάζουν την καινοτομία.

Τέλος, οι Hoffman et al. (1998) υποστηρίζουν ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρουσιάζουν σε γενικές γραμμές παρόμοια χαρακτηριστικά στις διαδικασίες που αφορούν καινοτομία, ανεξάρτητα από τον κλάδο στον οποίο ανήκουν. Πιο συγκεκριμένα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι πιθανότερο να ασχοληθούν με καινοτομία που αφορά προϊόντα παρά με καινοτομία που αφορά μεθόδους ή διαδικασίες, επικεντρώνονται περισσότερο στην εξειδικευμένη παραγωγή και όχι στη μαζική, συχνά οργανώνονται επίσημα εντός μεγαλύτερων επιχειρήσεων, ενόσω, εσωτερικά, οι μικρότερες έχουν την τάση να λειτουργούν για ένα συγκεκριμένο σκοπό ή έργο. Επίσης, οι μικρομεσαίες συναντώνται συχνότερα ως επιχειρήσεις τελικού προϊόντος και είναι λιγότερο πιθανό να έχουν το ρόλο κατασκευαστή μεμονωμένων εξαρτημάτων για ένα τελικό προϊόν, παράγουν τόσο συμπληρωματικές όσο και επαναστατικές καινοτομίες, πολύ συχνά συνδέονται με κάποιου είδους εξωτερικό δεσμό και είναι πιθανό να σχετίζονται με αύξηση στην παραγωγή, στον κύκλο εργασιών και στην απασχόληση.

1.10 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Είναι μάλλον αναμενόμενο το γεγονός ότι οι επιδόσεις της Ελλάδας αναφορικά με την καινοτομία βρίσκονται σε χαμηλά επίπεδα, συγκρινόμενες με τις αντίστοιχες επιδόσεις των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σύμφωνα με τα τελευταία αποτελέσματα που έδωσε στη δημοσιότητα η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η Ελλάδα θεωρείται ως μια «μέτρια καινοτόμος χώρα», με τους περισσότερους δείκτες καινοτομίας να βρίσκονται, για το 2014, κάτω από το μέσο όρο της Ε.Ε. (European Commission, 2014b).

Ένας βασικός δείκτης μέτρησης για την καινοτομία είναι οι δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη (R&D) και πολλές κυβερνήσεις δεσμεύονται για οικονομικές πολιτικές με

στόχο την καινοτομία, αυξάνοντας τα επίπεδα δαπανών σε R&D (Soriano & Huang, 2013). Σύμφωνα με τους Papadopoulos et al. (2013), οι επενδύσεις για έρευνα και καινοτομία στην Ελλάδα είναι οι χαμηλότερες, συγκρινόμενες με την υπόλοιπη Ευρώπη. Πιο συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο μέρος της χρηματοδότησης στη χώρα προέρχεται από δημόσιους πόρους. Η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στις επενδύσεις έρευνας και ανάπτυξης ήταν περίπου 30% για την τετραετία 2003-2007, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για την υπόλοιπη Ευρωπαϊκή Ένωση ανήλθε στο 63%. Παρόλο που από τις αρχές του 1990 υπήρχε πλαίσιο πολιτικών R&D και καινοτομίας, αυτό δεν ήταν ιδιαίτερα επιτυχημένο, κάτι που πιθανώς οφείλεται στην έλλειψη ενός «εθνικού συστήματος καινοτομίας». Φαίνεται ότι με τις παρούσες επιδόσεις της και κάτω από τις τρέχουσες συνθήκες, η Ελλάδα θα χρειαζόταν περισσότερα από 40 χρόνια προκειμένου να φτάσει το μέσο όρο της Ευρώπης των 25.

Ωστόσο το πρόβλημα δεν ξεκινά από τους δείκτες Έρευνας και Ανάπτυξης. Μια προσεκτική ματιά στη βιομηχανία της Ελλάδας είναι αρκετή για να ανακαλύψει κανείς ότι το μεγαλύτερο κομμάτι της, περίπου το ένα τρίτο, αποτελείται από την παραγωγή τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, όταν το αντίστοιχο ποσοστό του ευρωπαϊκού μέσου όρου βρίσκεται στο 10%. Ακόμα, η παραγωγή μηχανολογικού και ηλεκτρικού εξοπλισμού αντιπροσωπεύει περίπου ένα 2% της Ελληνικής οικονομίας, δηλαδή ποσοστό επίσης πολύ χαμηλότερο από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (Herrmann & Kritikos, 2013). Σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση αυτών των αποθαρρυντικών στατιστικών φαίνεται να παίζει η έλλειψη δραστηριοτήτων καινοτομίας στη χώρα.

Μία πολύ σημαντική αιτία που η χώρα δεν έχει καταφέρει να επιτύχει υψηλά επίπεδα καινοτομίας είναι το εκπαιδευτικό της σύστημα, το οποίο βρίσκεται σε συνεχείς αναμορφώσεις και δεν συνδέεται ουσιαστικά με την βιομηχανία, ενώ τα τμήματα έρευνας και ανάπτυξης που λειτουργούν στα πανεπιστήμια έχουν περιορισμένο σκοπό, ο οποίος είναι κυρίως η χρήση τους από τους ακαδημαϊκούς για διαπανεπιστημιακούς σκοπούς (Piperopoulos & Piperopoulos, 2009), ενώ μία ακόμη αιτία που προκύπτει, είναι οι πολύ χαμηλές επενδύσεις του κράτους στο εκπαιδευτικό σύστημα (Lin & Edvinsson, 2011).

Αυτό δε συμβαίνει όμως μόνο στο δημόσιο τομέα. Ιδιαίτερος μετά το 2009, σύμφωνα και με τους Herrmann & Kritikos (2013), στην Ελλάδα δεν υπάρχει οικονομική βάση

για τη χρηματοδότηση καινοτόμων επενδύσεων. Αυτό οφείλεται, αφενός, στο ότι οι Ελληνικές τράπεζες, ως κάτοχοι Ελληνικών ομολόγων, είναι υποκεφαλαιοποιημένες και τα επιχειρηματικά κεφάλαια που διαθέτουν για δανειοδοτήσεις είναι ουσιαστικά ανύπαρκτα και, αφετέρου, στο ότι οι Έλληνες επενδυτές, ως πιθανοί χρηματοδότες, κρατούν τα κεφάλαιά τους μακριά από την Ελλάδα και, πιθανώς, έξω από την Ευρωζώνη. Επιπλέον, σύμφωνα και με τους Villa & Antonelli (2009), παρόλο που στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται πολλά ερευνητικά κέντρα και πανεπιστήμια, τα οποία προτείνουν νέες μεθόδους και προσεγγίσεις για προϊόντα, υπηρεσίες ή διαδικασίες, αυτά δεν καταφέρνουν τελικά να εισάγουν τις προτάσεις τους στην αγορά. Αυτό συμβαίνει κυρίως διότι, όπως υποστηρίζουν και οι Zeng et al. (2010), οι επιχειρήσεις, και ιδιαίτερα οι μικρομεσαίες, σπάνια συνεργάζονται με πανεπιστήμια, οργανισμούς έρευνας, τεχνολογικά κέντρα και ινστιτούτα εκπαίδευσης.

Για τους λόγους αυτούς, οι Herrmann & Kritikos (2013) υποστηρίζουν ότι στην Ελλάδα θα πρέπει να αναπτυχθεί ένα σύστημα για την καινοτομία το οποίο να υιοθετεί πολιτικές που αφορούν την περεταίρω αξιοποίηση των ήδη υπαρχόντων ερευνητικών κέντρων και πανεπιστημίων, την ίδρυση νέων υψηλής ποιότητας ερευνητικών κέντρων, την επέκταση των ερευνητικών συνεργασιών, όπως επίσης να περιλαμβάνει και μεταρρυθμίσεις που αποβλέπουν στη διευκόλυνση εισόδου και ανάπτυξης των καινοτόμων επιχειρήσεων στην αγορά, στην υποστήριξή τους κατά τα πρώτα στάδια της καινοτομίας και, τέλος, να εφαρμοστεί μια πολιτική «διασποράς» προς τους Έλληνες ερευνητές, επενδυτές και επιχειρηματίες που ζουν εκτός Ελλάδας. Ακόμα, οι ίδιοι εκτιμούν ότι η χώρα δεν έχει πρόβλημα κόστους αλλά βασικά θεσμικά και διαρθρωτικά προβλήματα. Σύμφωνα με την έρευνά τους, η μείωση του κόστους παραγωγής μπορεί να κάνει την Ελλάδα πιο ανταγωνιστική μόνο όταν το επίπεδο των μισθών στη χώρα πέσει κάτω από τα Ευρωπαϊκά στάνταρ. Ωστόσο, εάν γίνουν μόνο οι αναγκαίες θεσμικές μεταρρυθμίσεις, η Ελλάδα θα ακολουθήσει μια περιορισμένη ανάπτυξη, σε κλάδους χαμηλής προστιθέμενης αξίας, όπως είναι ο τουρισμός, η γεωργία και το εμπόριο. Η ανάπτυξη όμως σε αυτούς τους κλάδους δεν αρκεί προκειμένου να δημιουργηθεί σε όλη την επικράτεια μια βιώσιμη, αυξανόμενη ευημερία. Έτσι, η Ελλάδα χρειάζεται να κάνει ένα επιπλέον βήμα, εστιάζοντας σε πολιτικές που υποστηρίζουν τις οικονομίες που έχουν ως γνώμονα την καινοτομία.

Σύμφωνα με το Ετήσιο Ενημερωτικό Δελτίο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, στην Ελλάδα το 2014 δραστηριοποιούνταν 653.944 μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν το 99,9% του συνόλου των Ελληνικών επιχειρήσεων και απασχολούσαν 1.757.129 εργαζομένους, δηλαδή ποσοστό 85,8%. Επιπλέον, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρείχαν το 80% των συνολικών θέσεων εργασίας στον κλάδο της μεταποίησης, ποσοστό πολύ μεγαλύτερο από τον αντίστοιχο Ευρωπαϊκό μέσο όρο. Κατά την περίοδο 2008-2013, η απασχόληση στις Ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις μειώθηκε κατά 27%, ήτοι πάνω από 630.000 θέσεις εργασίας, ενώ περίπου μία στις τέσσερις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που υπήρχε το 2008, έκλεισε ως το 2013. Επιπλέον, οι προβλέψεις για το 2014 και το 2015 δεν είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικές, καθώς η οικονομική κρίση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αναμένεται να συνεχιστεί, έστω και σε μικρότερο βαθμό. (European Commission, 2014a)

Η πρόσφατη έρευνα του Εθνικού Κέντρου Τεκμηρίωσης για την καινοτομία στις Ελληνικές επιχειρήσεις δείχνει ότι την περίοδο 2010-2012, το 52,3% των Ελληνικών επιχειρήσεων καινοτομούν. Σε επίπεδο περιφερειών, το μεγαλύτερο ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων καταγράφεται στην Κρήτη (65,2%), ενώ ακολουθούν οι περιφέρειες Στερεάς Ελλάδας (56%) και Αττικής (54,3%). Μεταξύ άλλων, η έρευνα καταλήγει πως το ποσοστό καινοτομίας αυξάνεται προοδευτικά με το μέγεθος της επιχείρησης, ενώ αποδεικνύεται ότι οι καινοτόμες επιχειρήσεις έχουν καλύτερες επιδόσεις όσον αφορά τον κύκλο εργασιών τους, σε σχέση με τις μη καινοτόμες. Αναφορικά με την ανάπτυξη καινοτομιών, οι περισσότερες επιχειρήσεις φαίνεται να αναπτύσσουν μόνες τους τις καινοτομίες προϊόντος ή και διαδικασίας, ενώ, σε μικρότερο ποσοστό, οι επιχειρήσεις επιλέγουν να αναπτύσσουν τις καινοτομίες συνεργαζόμενες με άλλες επιχειρήσεις ή φορείς. Οι δαπάνες των Ελληνικών επιχειρήσεων για δραστηριότητες που σχετίζονται με την καινοτομία το 2012 ανέρχονται στα 1,9 δισεκατομμύρια ευρώ και αφορούν κυρίως αγορές μηχανημάτων, εξοπλισμού, λογισμικού και κτιρίων. Το 32,7% των επιχειρήσεων επιλέγει πηγές εντός της επιχείρησης ή του ομίλου για την πληροφόρησή του ως προς την ανάπτυξη καινοτομιών, το 23,2% επιλέγει ως πηγή πληροφόρησης τους προμηθευτές και το 21,9% τους πελάτες (Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης, 2015). Τέλος, σύμφωνα με την Markatou (2011), οι κύριοι κάτοχοι διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας στην Ελλάδα είναι οι

επιχειρήσεις που απασχολούν έως 50 άτομα προσωπικό, με ποσοστό περίπου 60%, ενώ οι μεγάλες επιχειρήσεις με προσωπικό άνω των 500 ατόμων κατέχουν μόλις το 6% του συνόλου των χορηγηθεισών πατεντών.

1.11 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Η καινοτομία θεωρείται αναμφισβήτητα ένας από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης στον κόσμο των επιχειρήσεων. Με κύριο συστατικό τη γνώση, η καινοτομία μπορεί να δημιουργήσει προστιθέμενη αξία στις επιχειρήσεις, η οποία οδηγεί στην αύξηση της ανταγωνιστικότητάς τους, στη σύναψη περεταίρω σχέσεων συνεργασίας με άλλες επιχειρήσεις αλλά και στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Αναλύοντας το κομμάτι της καινοτομίας στην Ελλάδα, οι περισσότερες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα είναι επιχειρήσεις κλάδων χαμηλής μεταποίησης, χωρίς ιδιαίτερη έμφαση στην Έρευνα και Ανάπτυξη. Επιπλέον, ιδιαίτερα κατά τα χρόνια της οικονομικής κρίσης, ένα ακόμα εμπόδιο στην καινοτομικότητα των Ελληνικών επιχειρήσεων είναι η δυσκολία εξεύρεσης κεφαλαίων για Έρευνα και Ανάπτυξη, η οποία τις οδηγεί να επιλέγουν τη χρήση ιδίων πόρων, εκτελώντας μειωμένη έρευνα, ή, ακόμα χειρότερα, μην εκτελώντας καθόλου διαδικασίες Έρευνας και Ανάπτυξης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

2.1 ΓΕΝΙΚΑ

Καθώς η τεχνολογία γίνεται ολοένα και πιο περίπλοκη για μία επιχείρηση να την διαχειριστεί μόνη της και η γνώση είναι πιο διασκορπισμένη από ποτέ ανάμεσα σε διάφορες επιχειρήσεις, η συνεργασία των επιχειρήσεων θεωρείται ως ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία τους (Lee et al., 2010). Ιδιαίτερος σε περιβάλλοντα που χαρακτηρίζονται από αβεβαιότητα, πολυπλοκότητα και ταχεία τεχνολογική πρόοδο, η ανάγκη για συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων είναι πρόδηλη (Kirkels & Duysters, 2010). Όπως επισημαίνουν και οι Lai et al. (2014), οι επιχειρήσεις προσβλέπουν σε συνεργασίες προκειμένου να αποκτήσουν γνώσεις και πόρους που θα τις καταστήσουν ικανές να ενισχύσουν την απόδοσή τους στην καινοτομία, ενώ μετά την έρευνά τους σε 210 δίκτυα συνεργασίας (επιστημονικά πάρκα, βιομηχανικές ζώνες, ζώνες ελεύθερου εμπορίου) της Ταϊβάν κατέληξαν πως τα δίκτυα συνεργασίας έχουν σημαντική θετική συσχέτιση με την καινοτομία.

Σύμφωνα με τους De Faria et al. (2010), οι συνεργασίες έχουν αποκτήσει έναν σημαντικό ρόλο σε επίπεδο επιχειρήσεων, καθώς επιτρέπουν την πρόσβαση σε συμπληρωματικούς τεχνολογικούς πόρους, οι οποίοι συμβάλλουν στην ανάπτυξη των καινοτομιών, στην πρόσβαση σε αγορές, στην δημιουργία οικονομιών κλίμακας, στον επιμερισμό του κόστους και στην κατανομή των κινδύνων. Επιπλέον, οι ίδιοι υποστηρίζουν ότι οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις παρουσιάζουν κατά μέσο όρο υψηλότερα επίπεδα επιδόσεων και μεγαλύτερη ένταση στο R&D, σε σχέση με τις μη συνεργαζόμενες, καθώς μπορούν να μοιράζονται τα επενδυτικά κόστη και να εκμεταλλεύονται τους πόρους και τις δυνατότητες των συνεργατών τους. Ακόμα, όπως αναφέρουν οι Casanueva et al. (2013), οι επιχειρήσεις μπορεί να εντάσσονται σε διάφορες μορφές δικτύων και δομών, όπως είναι οι στρατηγικές συμμαχίες, οι κοινοπραξίες, οι σύνδεσμοι, οι συνιδιοκτησίες κ.α., όπου κάθε ένα από αυτά τα δίκτυα μπορεί να διευκολύνει την πρόσβαση σε πληροφορίες και γνώσεις οι οποίες επηρεάζουν την απόδοσή τους, ιδιαίτερα σε όρους καινοτομίας. Επομένως, σύμφωνα και με τους Kumral et al. (2006), τα δίκτυα συνεργασίας μεταξύ των βιομηχανικών

επιχειρήσεων αποτελούν το θεμέλιο σε μια οικονομία η οποία θα βασίζεται στην καινοτομία.

Συνεργασία, σύμφωνα με τον Osarenkhoe (2010), είναι «μία σχέση κατά την οποία άτομα, ομάδες και οργανισμοί αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, μοιραζόμενοι συμπληρωματικές ικανότητες και πόρους, αποσκοπώντας σε αμοιβαία οφέλη». Όπως επισημαίνει, οι επιχειρήσεις συνεργάζονται για να επιτύχουν έναν κοινό στόχο και, ως εκ τούτου, προσφέρουν ίδιους πόρους ή αποκτούν ξένους, όποτε υπάρχει ανάγκη, ενώ, επίσης, συμπληρώνει ότι οι επιχειρήσεις συνεργάζονται και για να αποκτήσουν ή να μοιραστούν οργανωτικές γνώσεις.

Μεγάλες πολυεθνικές αλλά και μικρότερες επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να δημιουργούν περισσότερους και στενότερους δεσμούς με άλλες επιχειρήσεις, συμμετέχοντας, επίσημα ή ανεπίσημα, σε κοινές δραστηριότητες προκειμένου να επιτύχουν οικονομίες κλίμακας, να αποκτήσουν ισχύ στην αγορά ή να εκμεταλλευτούν νέες ευκαιρίες. Όμως, παρόλο που οι συνεργασίες φαίνεται να είναι γενικά επωφελείς για όλα τα μέρη που συμμετέχουν σε αυτές, συχνά, λόγω διαφόρων παραγόντων, αποφεύγονται. Για παράδειγμα, μεγάλες επιχειρήσεις που διαθέτουν τις απαιτούμενες τεχνικές και οικονομικές δυνατότητες, είναι πιθανό να επιλέξουν να εκτελέσουν οι ίδιες τις διαδικασίες καινοτομίας και, επομένως, δεν είναι διατεθειμένες να συμμετέχουν σε κάποιο δίκτυο συνεργασίας. Τελικά, η απόφαση μιας επιχείρησης να μετάσχει σε ένα δίκτυο συνεργασίας για την καινοτομία είναι συνάρτηση διαφόρων κριτηρίων, όπως είναι ο βαθμός συμμετοχής τους στις διαδικασίες R&D, η ικανότητα απορρόφησης των εισερχόμενων γνώσεων από το ανθρώπινο δυναμικό τους, το μέγεθος και η ανταγωνιστικότητά τους (De Faria et al., 2010). Επιπλέον, σύμφωνα με τον Ozman (2009), μερικοί από τους παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση μιας επιχείρησης να εισέλθει σε ένα δίκτυο συνεργασίας είναι η γνωστική βάση του κλάδου και οι ομοιότητές της με αυτή της επιχείρησης, η αβεβαιότητα στο περιβάλλον και το στάδιο που βρίσκεται, αναφορικά με τον κύκλο ζωής της.

Όπως υποστηρίζουν οι Aziz & Norhashim (2008), όταν οι επιχειρήσεις επιλέγουν να εγκατασταθούν σε μια συγκεκριμένη περιοχή, λόγω διαφόρων πλεονεκτημάτων όπως είναι η πρόσβαση σε αγορές και προμηθευτές, οι καταστάσεις αρχίζουν να εξελίσσονται, δημιουργώντας προόδους τις οποίες έπειτα απολαμβάνουν όλες οι

υπόλοιπες επιχειρήσεις που βρίσκονται σε εκείνη την περιοχή. Επομένως, γενικά, όταν σε μια γεωγραφική περιοχή έχουμε μια σημαντική συγκέντρωση ορισμένων μερών (επιχειρήσεων, οργανισμών, ιδρυμάτων) τα οποία είναι τοποθετημένα σε κοντινές αποστάσεις, έχουν ομοιότητες, αλληλοσυμπληρώνονται και αλληλεπιδρούν μεταξύ τους (σχηματίζοντας επίσημους ή ανεπίσημους δεσμούς), επιτυγχάνοντας υψηλά επίπεδα κοινωνικού κεφαλαίου και συσσωρευτικές οικονομίες, τέτοιες που να μπορούν να επηρεάσουν την περιφερειακή ή την εθνική οικονομία, ενώ παράλληλα με τις οικονομικές τους δραστηριότητες ασχολούνται και με δραστηριότητες που έχουν ως αντικείμενο τη γνώση και την τεχνολογία και προωθούν την αμοιβαία διάχυση γνώσεων, τότε μιλάμε για ένα cluster.

2.2 CLUSTERS

2.2.1 ENNOIA

Ο Porter (1998) όρισε τα cluster ως «γεωγραφικές συγκεντρώσεις διασυνδεδεμένων εταιριών, εξειδικευμένων προμηθευτών, παρόχων υπηρεσιών, επιχειρήσεων που ανήκουν σε συναφείς κλάδους και σχετιζόμενα ιδρύματα (όπως πανεπιστήμια ή εμπορικούς συλλόγους) που δραστηριοποιούνται σε συγκεκριμένους τομείς, οι οποίες ανταγωνίζονται αλλά και συνεργάζονται μεταξύ τους» και ως «μια μορφή δικτύου που λαμβάνει χώρα σε μια γεωγραφική περιοχή, μέσα στην οποία η εγγύτητα των επιχειρήσεων και των ιδρυμάτων εξασφαλίζει κοινά χαρακτηριστικά και αυξάνει τη συχνότητα και την επίδραση των αλληλεπιδράσεων». Ωστόσο, όπως υποστηρίζουν και οι Aziz & Norhashim (2008), δεν υπάρχει ένας μοναδικός, ενοποιημένος ορισμός για τα cluster, που να μπορεί να υιοθετηθεί. Ο Οργανισμός Βιομηχανικής Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών ορίζει τα cluster ως «τομεακές και γεωγραφικές συγκεντρώσεις επιχειρήσεων, οι οποίες παράγουν και πωλούν μια σειρά από συναφή ή συμπληρωματικά προϊόντα και, ως εκ τούτου, αντιμετωπίζουν κοινές προκλήσεις και ευκαιρίες» (UNIDO, 2001). Σύμφωνα με τους Casanueva et al. (2013), το cluster είναι «ένα κέντρο παραγωγής γνώσης, το οποίο χαρακτηρίζεται από τη μεταφορά γνώσεων και πληροφοριών μεταξύ των μελών του». Όπως αναφέρουν οι Maine et al. (2008), ο ορισμός της ελάχιστης προϋπόθεσης για το σχηματισμό ενός cluster είναι «μια ομάδα

επιχειρήσεων του ίδιου ή συναφών κλάδων, που τοποθετούνται γεωγραφικά σε κοντινή απόσταση μεταξύ τους». Σύμφωνα με τους Felzensztein et al. (2014), η κοντινή απόσταση μεταξύ των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων είναι ιδιαίτερα σημαντική σε περιπτώσεις απόκτησης πρόσβασης σε πληροφορίες, τεχνολογία και καινοτομία. Ωστόσο, όπως τονίζουν οι ίδιοι, τα cluster μοιράζονται μία γεωγραφική έκταση, η οποία όμως μπορεί να κυμαίνεται από μία πόλη ή ένα νομό έως μία χώρα ή μία ομάδα γειτονικών χωρών. Τα δίκτυα συνεργασίας μπορεί να εκτείνονται από μία στενή περιοχή (δήμο ή νομό) έως ένα ολόκληρο κράτος ή, σπανιότερα, ολόκληρη ήπειρο (Villa & Antonelli, 2009). Παρομοίως, σύμφωνα με την Erkuş-Öztürk (2009), ενώ ο όρος «cluster» αναφέρεται σε ένα τοπικό δίκτυο εξειδικευμένων οργανισμών, όπου υπάρχουν στενοί δεσμοί μεταξύ των επιχειρήσεων, επισημαίνει πως δεν είναι μόνο τα τοπικά δίκτυα αυτά που συμβάλλουν σημαντικά στην ανταγωνιστικότητα των cluster, αλλά και τα παγκόσμια. Τέλος, οι Moosavi & Noorizadegan (2009) όρισαν τα cluster ως «αλληλένδετες βιομηχανίες και ιδρύματα, τα οποία ενισχύουν αμοιβαία τα ανταγωνιστικά τους πλεονεκτήματα, ενεργώντας ως καταναλωτές, ανταγωνιστές, συνεργάτες, προμηθευτές, πηγές έρευνας και ανάπτυξης, βασιζόμενα στη συνεργασία μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα, καταστρατηγώντας τα εμπόδια και προωθώντας τα άυλα περιουσιακά στοιχεία της συνέργειας, της εμπιστοσύνης και του κοινωνικού κεφαλαίου». Ακόμα, όπως αναφέρουν οι Enright & Roberts (2001), «οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί που συμμετέχουν σε cluster επιτυγχάνουν συνέργειες και ενδυναμώνουν το οικονομικό τους πλεονέκτημα μέσα από κοινή πρόσβαση σε δίκτυα πληροφοριών και γνώσεων, εφοδιαστικές αλυσίδες και κανάλια διανομής, αγορές και τεχνογνωσία μάρκετινγκ, ικανότητες και πόρους, σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή» ενώ επισημαίνουν ότι «η σύγχρονη έννοια των cluster περιλαμβάνει επιχειρήσεις, δημόσιους οργανισμούς και ιδρύματα, συχνά ανόμοια μεταξύ τους, τα οποία εξειδικεύονται και συνεργάζονται στο R&D, στην καινοτομία, στην εμπορευματοποίηση και στο marketing, αποσκοπώντας στην παραγωγή μιας σειράς νέων ή βελτιωμένων προϊόντων και υπηρεσιών».

Συνεπώς, τα στοιχεία που μπορεί να αποτελούν ένα cluster (actors) είναι οι προμηθευτές, οι παροχείς εξειδικευμένων υποδομών, οι πελάτες, οι επιχειρήσεις με αντικείμενα συναφή με έρευνα και τεχνολογία, καθώς και κρατικά ή άλλα ιδρύματα, όπως τα πανεπιστήμια, τα think tanks, οι οργανισμοί καθορισμού προτύπων, τα κέντρα

επαγγελματικής κατάρτισης και οι εμπορικοί σύλλογοι. Όλα αυτά τα στοιχεία, συνδεδεμένα μεταξύ τους με αδιάκοπους δεσμούς συνεργασίας αλλά και ανταγωνισμού, προωθούν την ανάπτυξη, την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα (Motoyama, 2008). Για τους αδιάκοπους δεσμούς ανάμεσα στα διάφορα μέρη που το αποτελούν μίλησαν και οι Connell et al. (2014), υποστηρίζοντας πως είναι αυτό που επιτρέπει στις επιχειρήσεις αποκτήσουν προστιθέμενη αξία και να βελτιώσουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα εκμεταλλευόμενες τα δυνατά σημεία του cluster και τις οικονομίες συσσώρευσης.

2.2.2 CLUSTERS KAI KAINOTOMIA

Στην πλειοψηφία τους οι συγγραφείς ισχυρίζονται ότι οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε ένα cluster απολαμβάνουν περισσότερα οφέλη και, εν γένει, παρουσιάζουν υψηλότερα επίπεδα δραστηριοτήτων καινοτομίας. (βλέπε: Bourletidis, 2014; Cai & Fan, 2011; Connell et al., 2014; Davenport, 2005; Erkuş-Öztürk, 2009; Lai et al., 2014; Lenchuk & Vlaskin, 2010; Maine et al., 2008; Moosavi & Noorizadegan, 2009; Sarvan et al., 2011; Szanyi, 2012; Wei et al., 2009)

Οι βασικοί λόγοι για τους οποίους η καινοτομία είναι συνδεδεμένη με τα cluster, σχετίζονται με τα οφέλη που συνδέονται με τη δημιουργία νέας γνώσης, η οποία προκύπτει μέσα από τις διαπροσωπικές επαφές (Connell et al., 2014). Η συμμετοχή σε ένα δίκτυο συνεργασίας, δίνει στις επιχειρήσεις την ευκαιρία, μέσα από κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, για ανάπτυξη διεπιχειρησιακών σχέσεων και κοινωνικού κεφαλαίου (Felzensztein et al., 2014). Επομένως, ενθαρρύνεται η αμοιβαία εμπιστοσύνη, η συνεργασία και η ανταλλαγή πληροφοριών και, συνεπώς, ενισχύεται η προθυμία και η ικανότητα των επιχειρήσεων να καινοτομήσουν (Kumral et al., 2006). Ο παράγοντας που επηρεάζει περισσότερο τις επιδόσεις των επιχειρήσεων στην καινοτομία είναι ο συνολικός αριθμός των στρατηγικών συμμάχων. Τα δίκτυα συνεργασίας που είναι συνδεδεμένα με αδύναμους δεσμούς, όπως είναι οι απλοί γεωγραφικοί δεσμοί στις βιομηχανικές περιοχές, μπορούν να παρέχουν στις επιχειρήσεις μόνο κωδικοποιημένη γνώση, η οποία είναι διαθέσιμη στον οποιοδήποτε ενδιαφερόμενο. Αντίθετα, στις στρατηγικές συμμαχίες, οι ισχυροί δεσμοί εμπιστοσύνης που υπάρχουν, διευκολύνουν

τη ροή άυλης γνώσης (Casanueva et al., 2013; Sarvan et al., 2011), πάνω στην οποία στηρίζεται σημαντικά η διαδικασία της καινοτομίας (López-Nicolás & Meroño-Cerdán, 2011). Παρομοίως, οι Connell et al. (2014) αναγνωρίζουν την εμπιστοσύνη ως ένα σημαντικό προαπαιτούμενο στοιχείο για την ανάπτυξη διεπιχειρησιακών σχέσεων και τη διευκόλυνση της ανταλλαγής γνώσεων μεταξύ τους, καθώς θεωρείται ένα βασικό χαρακτηριστικό των επιχειρησιακών δικτύων που μπορεί να επηρεάσει τη συνεργασία και την ποιότητα των πληροφοριών και των γνώσεων που ρέουν μεταξύ του ανθρώπινου δυναμικού των επιχειρήσεων. Οι δεσμοί εμπιστοσύνης, βάσει εμπειρικών στοιχείων, αναπτύσσονται μέσω της συνεχούς ανταλλαγής γνώσεων και οι Felzensztein et al. (2014) τους θεωρούν σημαντικό μέρος του κοινωνικού κεφαλαίου των επιχειρήσεων, αφού είναι απαραίτητοι προκειμένου να υπάρχουν κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και συνεργασία. Τέλος, η εμπιστοσύνη θεωρείται από τα σημαντικότερα στοιχεία για την επιτυχία των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων καθώς έχει θετική επίδραση και στην ποιότητα της εξυπηρέτησης των πελατών (Kobernyuk et al., 2014).

2.2.3 ΟΦΕΛΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ CLUSTERS

Σύμφωνα με τους Felzensztein et al. (2014), οι επιχειρήσεις συμμετέχουν σε cluster ώστε να έχουν πρόσβαση σε πιο εξειδικευμένους προμηθευτές, να επιτυγχάνουν από κοινού πωλήσεις σε ξένες αγορές, να χαράσσουν κοινές πολιτικές διανομής, να δημιουργούν κοινές αντιπροσωπείες μάρκετινγκ για τις ξένες αγορές, να συμπράττουν και να μοιράζονται πληροφορίες της αγοράς. Ακόμα, σύμφωνα με τους Lai et al. (2014), η ένταξη των επιχειρήσεων σε ένα cluster συχνά συνεπάγεται και μείωση του κόστους επενδύσεων, διευκόλυνση απόκτησης καταρτισμένου προσωπικού, γνώσεων και πληροφοριών, πρόσβαση σε κοινούς προμηθευτές και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους. Τέλος, ο Bourletidis (2014) υποστηρίζει πως μέσα από τη συμμετοχή σε ένα cluster μπορούν να προωθούνται οι κοινές θέσεις των μελών του στις κρατικές αρχές, ώστε να επιλύονται με αποτελεσματικότητα τα νομικά και κανονιστικά θέματα που προκύπτουν. Επομένως, το σημαντικότερο όφελος που απολαμβάνουν οι επιχειρήσεις μέσα σε ένα cluster είναι η δυνατότητα που τους δίνεται να αυξήσουν

εξωτερικά τους πόρους, τις γνώσεις και τις ικανότητές τους και, μέσω αυτών, να βελτιώσουν το συγκριτικό τους πλεονέκτημα.

Ωστόσο, Περισσότερο από όλες ωφελούνται οι επιχειρήσεις εκείνες που χρειάζονται εξειδικευμένους πόρους, τους οποίους δεν έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν εσωτερικά. Επιπλέον, η ένταξη των επιχειρήσεων σε ένα cluster μειώνει το κόστος των συναλλαγών, ιδιαίτερα το κόστος αναζήτησης και πληροφόρησης, περιορίζει την πιθανότητα υποκλοπών και διευκολύνει την απόκτηση πόρων και ικανοτήτων (Maine et al., 2008). Επιπλέον, οι επιχειρήσεις σε ένα cluster μπορούν να επωφεληθούν από τις καλύτερες τιμές που συνήθως προσφέρουν οι παραγγελίες μεγάλης κλίμακας, την εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού τους, τη χρήση εγκαταστάσεων, τις δοκιμές και άλλα πλεονεκτήματα που είναι απόρροια των οικονομιών κλίμακας (Moosavi & Noorizadegan, 2009). Γενικά, τα cluster ενώνουν επιχειρήσεις από διαφορετικά επίπεδα της βιομηχανικής αλυσίδας και, μέσω κοινών τεχνολογιών, υποδομών και καναλιών διανομής, καταφέρνουν να επιτυγχάνουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα (Erkuş-Öztürk, 2009).

Επιπλέον, μέσα από τα οφέλη των επιχειρήσεων, ωφελείται και το εξωτερικό περιβάλλον τους. Σύμφωνα με τον Kumral et al. (2006), οι δεσμοί μεταξύ των επιχειρήσεων που συμμετέχουν σε ένα cluster, παίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη των τοπικών, περιφερειακών και εθνικών οικονομιών, ενώ, όπως επισημαίνουν οι Connell et al. (2014), τα cluster είναι αναπόσπαστο κομμάτι της ανάπτυξης των οικονομιών που βασίζονται στην καινοτομία, καθώς οι περιφέρειες που εμπεριέχουν ισχυρά cluster αναγνωρίζονται ως περιοχές με δυναμικό ανάπτυξης και υψηλών επιδόσεων.

2.2.4 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ CLUSTERS

Φαίνεται, λοιπόν, ότι οι συχνές αλληλεπιδράσεις σε όρους ανταλλαγής γνώσεων και ιδεών, οι οποίες ενισχύουν την ανάπτυξη του κοινωνικού κεφαλαίου, είναι ένα πολύ σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις (Ben Letaifa & Rabeau, 2013) και, σύμφωνα με τους Felzensztein et al. (2014), η συχνότητα των αλληλεπιδράσεων αυτών διευκολύνεται όταν οι επιχειρήσεις είναι τοποθετημένες σε

μικρή απόσταση μεταξύ τους. Παρόλο, όμως, που οι επιχειρήσεις επιδιώκουν να ενισχύσουν αυτό το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, εισερχόμενες στο περιβάλλον ενός cluster, η τοποθέτησή τους κοντά σε επιχειρήσεις παρόμοιου αντικειμένου δεν φαίνεται να είναι αρκετή για να τις ωφελήσει. Μια τοπική συσσώρευση επιχειρήσεων μπορεί να έχει και αρνητικά αποτελέσματα, αφού δεν οδηγεί από μόνη της σε ανταλλαγή γνώσεων, η οποία είναι και το ζητούμενο (Connell et al., 2014). Όπως υποστηρίζουν και οι Beugelsdijk & Cornet (2002), δεν είναι η γεωγραφική εγγύτητα αυτή που τελικά θα οδηγήσει τις επιχειρήσεις να συνεργαστούν μεταξύ τους, αλλά η ελκυστικότητα της εκάστοτε συνδιαλλαγής. Συνεπώς, η φυσική εγγύτητα ενός εν δυνάμει συνεργάτη μπορεί να θεωρείται ευνοϊκή, αλλά όχι και απαραίτητη συνθήκη για τη σύναψη μιας συνεργασίας.

Επιπλέον, οι Tödtling & Trippel (2005) διέκριναν τα προβλήματα που μπορεί να ανακύψουν μέσα από τη συμμετοχή σε ένα cluster σε δύο κατηγορίες. Από τη μία είναι, η έλλειψη επικοινωνίας και συνεργασίας, που έχει ως αποτέλεσμα οι ροές γνώσης και τεχνολογίας να είναι ανεπαρκείς και αυτό να οδηγήσει σε χαμηλά επίπεδα καινοτομίας και, από την άλλη, οι υπερβολικά ισχυροί δεσμοί μεταξύ των συμμετεχόντων, οι οποίοι μπορεί να προκαλέσουν σοβαρά αδιέξοδα. Ένα επιπλέον εμπόδιο, που παρατηρείται από τους Ben Letaifa & Rabeau (2013), αφορά τη λεγόμενη «γνωστική εγγύτητα» ανάμεσα στα συνεργαζόμενα μέρη, η οποία μπορεί να οδηγήσει επίσης σε αδιέξοδα, μιας και όταν όλοι έχουν ομοιογενείς γνωστικές βάσεις, δεν εισρέουν νέες ιδέες από πουθενά και καθίσταται αδύνατον να δημιουργηθούν νέες γνώσεις.

Σύμφωνα με τους Guan & Zhao (2013), η συσσώρευση των επιχειρήσεων δεν πρέπει να είναι ούτε πολύ πυκνή, ούτε πολύ αραιή, καθώς, αν υπάρχει μεγάλη διασπορά ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τα πανεπιστήμια, η επικοινωνία τους θα είναι δύσκολη, ενώ αν η διασπορά είναι μικρή, οι πληροφορίες που θα διαχέονται ίσως να είναι περιττές και επαναλαμβανόμενες και αυτό θα έχει ως συνέπεια πολλές νέες ιδέες να μη γίνονται αντιληπτές ή αποδεκτές.

2.3 CLUSTERS ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα είναι κυρίως μια αγροτική περιοχή, με το επίπεδο νέων επιχειρήσεων να είναι ανάμεσα στα χαμηλότερα στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Προκειμένου, λοιπόν, η γνώση, η τεχνολογία και οι νέες καινοτομίες να εισαχθούν στην Ελληνική αγορά και οι επιχειρήσεις να αποκτήσουν ένα δίαυλο επικοινωνίας με τα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά ιδρύματα, η κυβέρνηση προώθησε την εγκαθίδρυση των επιστημονικών πάρκων. Το πρώτο επιστημονικό – τεχνολογικό πάρκο λειτούργησε το 1989 στη δυτική Ελλάδα και έκτοτε λειτουργούν στη χώρα συνολικά επτά, τα οποία βρίσκονται στην Κρήτη, στην Πάτρα, στη Θεσσαλονίκη, στην Αθήνα, στην Ήπειρο, στο Λαύριο και στη Θεσσαλία.

Βάσει των χαρακτηριστικών τους, τα cluster στην Ελλάδα είναι αρκετά διαφοροποιημένα σε εθνικό επίπεδο, με κύριους τομείς αυτούς του λογισμικού και των χημικών, ενώ, συγκρινόμενα με άλλα cluster στην Ευρώπη, τα Ελληνικά περιέχουν επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους, σε όρους εργαζομένων (Villa & Antonelli, 2009).

Ωστόσο, όπως αναφέρουν οι Villa & Antonelli (2009), παρόλο που τα επιστημονικά – τεχνολογικά πάρκα στην Ελλάδα προωθήθηκαν εκτενώς, θα πρέπει να υπάρξει περαιτέρω πρόοδος όσον αφορά την κατάστασή τους, καθώς οι δεσμοί των επιχειρήσεων με τα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά κέντρα δεν είναι ισχυροί σε όλες τις περιπτώσεις και η εποπτεία των πάρκων τους δε γίνεται από έναν ενιαίο κυβερνητικό οργανισμό, ώστε να υπάρχουν ισχυροί δεσμοί μεταξύ αυτών και της πολιτείας. Όπως συμπεραίνει και ο Bourletidis (2014), «η δημιουργία cluster στην Ελλάδα αποδείχτηκε δύσκολη υπόθεση και τα αποτελέσματα κάθε άλλο παρά ικανοποιητικά ήταν. Κανένα cluster από αυτά που χρηματοδοτήθηκαν δεν αναπτύχθηκε αρκετά ώστε να γίνει βιώσιμο χωρίς περαιτέρω χρηματοδοτήσεις, ή ευρέως αναγνωρίσιμο στην τοπική ή εθνική επιχειρηματική κοινότητα. Επίσης, κανένα από αυτά τα cluster δεν κατάφερε να δημιουργήσει ένα μοντέλο που θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως παράδειγμα καλής πρακτικής για άλλες επιχειρήσεις.»

2.4 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η συνεργασία είναι το βασικό χαρακτηριστικό των cluster και το μέγεθος της επιχείρησης είναι ένας σημαντικός δείκτης για τον προσδιορισμό του επιπέδου των δεσμών της με άλλες επιχειρήσεις και οργανισμούς. Λόγω της αυξημένης ανάγκης για πόρους, οι μικρού μεγέθους επιχειρήσεις συνήθως συνδέονται στενότερα μεταξύ τους σε σχέση με τις μεγαλύτερες, που –λόγω του μεγέθους τους– έχουν λιγότερο ανάγκη από μια συνεργασία (Erkus-Öztürk, 2009). Οι Soriano & Huarng (2013) τονίζουν πως οι συνεργασίες με εξωτερικούς συνεργάτες μπορεί να ενισχύσουν αλλά και να περιορίσουν την ικανότητα μιας επιχείρησης να μετατρέπει τις δικές της δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης σε επιτυχημένες καινοτομίες, ανάλογα με το είδος και το βαθμό της συνεργασίας τους. Οι ίδιοι επίσης θεωρούν πως τα πανεπιστήμια, οι προμηθευτές και οι πελάτες είναι σημαντικά παραδείγματα εξωτερικών πηγών καινοτομίας, με τα οποία μπορούν οι επιχειρήσεις να συνεργαστούν κατά την εκτέλεση των καινοτομικών τους δραστηριοτήτων.

Ωστόσο, οι De Faria et al. (2010) υποστηρίζουν πως συνεργασίες είναι πιθανότερο να συναντήσουμε στη βιομηχανία υψηλής τεχνολογίας, αφού, σύμφωνα με στοιχεία, περίπου το 80% των διεταιρικών ερευνητικών σχέσεων συνάπτονται σε αυτόν τον κλάδο. Αυτό συμβαίνει κυρίως λόγω της μεγάλης πολυπλοκότητας των διεργασιών τους και της ταχύτερης δημιουργίας και χρήσης γνώσεων.

2.4.1 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ

Με τις συνεργασίες βιομηχανίας – πανεπιστημίων να αποτελούν ένα σημαντικό κομμάτι των περιφερειακών και εθνικών συστημάτων καινοτομίας, η περαιτέρω ενίσχυση της μεταξύ τους συνεργασίας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ανταγωνιστικότητα μιας χώρας. Τα πανεπιστήμια παίζουν έναν ρόλο ζωτικής σημασίας, όχι μόνο ως οι κύριοι δημιουργοί νέας γνώσης και τεχνολογίας αλλά και ως οι «προμηθευτές» ικανού προσωπικού στην αγορά εργασίας (Guan & Zhao, 2013). Όπως υποστηρίζουν οι Muscio & Nardone (2012), προκειμένου να υπάρξει σήμερα τεχνολογική πρόοδος και οικονομική ανάπτυξη, θεωρείται αναγκαία μια θεσμική σύνδεση μεταξύ της βιομηχανίας και των πανεπιστημίων.

Στην έρευνά τους οι Belderbos et al. (2004) τόνισαν ότι τα πανεπιστήμια επηρεάζουν σημαντικά τις επιδόσεις των επιχειρήσεων στην παραγωγικότητα, καθώς είναι οι μόνες πηγές γνώσης που, αφενός, διαχέουν αποτελεσματικά γνώσεις στο κοινό (μέσω των δημοσιεύσεων) και, αφετέρου, βελτιώνουν την παραγωγικότητα των καινοτόμων πωλήσεων των επιχειρήσεων (μέσω της επίσημης συνεργασίας τους στο R&D). Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι συνεργασίες των επιχειρήσεων με τα πανεπιστήμια επικεντρώνονται περισσότερο στην ανάπτυξη νέων προϊόντων, παρά στη βελτίωση των ήδη υπάρχοντων. Το ίδιο έρχονται να υποστηρίξουν και οι Tödtling et al. (2009), λέγοντας πως οι σύνθετες ή ριζικές καινοτομίες βασίζονται σε νέα επιστημονική γνώση, η οποία παράγεται κυρίως στα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά κέντρα. Επιπλέον, σύμφωνα με τους Belderbos et al. (2004), οι συνεργασίες με πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα στοχεύουν περισσότερο σε καινοτομίες που ενδέχεται να ανοίξουν νέες αγορές ή νέα τμήματα της αγοράς, ενώ υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ της συνεργασίας με πανεπιστήμια και του μεριδίου εταιρικών πωλήσεων που αφορά νέα στην αγορά καινοτόμα προϊόντα. Παρομοίως, οι De Faria et al. (2010) επισημαίνουν ότι οι συνεργασίες με πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα αλλά και ανταγωνιστές, επηρεάζουν θετικά την αύξηση των πωλήσεων νέων στην αγορά προϊόντων και υπηρεσιών, ενώ υποστηρίζουν πως οι συνεργασίες με τα πανεπιστήμια είναι ένας τρόπος επιμερισμού των δαπανών, αφού συμπληρώνουν τις ήδη υπάρχουσες διαδικασίες που αφορούν την καινοτομία, όπως είναι το εσωτερικό R&D. Επιπλέον, οι ίδιοι υποστηρίζουν πως η συνεργασία με πανεπιστήμια έχει σημαντική επίδραση στην επίτευξη καινοτομίας διαδικασίας. Ομοίως, οι Guan & Zhao (2013) αναφέρουν πως η συνεργασία μεταξύ πανεπιστημίων και βιομηχανίας βοηθά στη μείωση των δαπανών έρευνας και ανάπτυξης και τη διαφοροποίηση των κινδύνων. Σύμφωνα με τους Tödtling et al. (2009), η συνεργασία των επιχειρήσεων με πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα έχει σημαντική επίδραση στην κατοχύρωση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, ενώ σύμφωνα με τους Belderbos et al. (2004), συνεργασία με πανεπιστήμια είναι πιθανότερο να επιλέξουν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε κλάδους που παρουσιάζουν ταχεία τεχνολογική ανάπτυξη.

Σε γενικές γραμμές, οι συνεργασίες με τα πανεπιστήμια φαίνεται να αποφέρουν στις επιχειρήσεις αύξηση των πωλήσεων, υψηλά επίπεδα ερευνητικής παραγωγικότητας και κατοχύρωσης ευρεσιτεχνιών (Fontana et al., 2006).

2.4.2 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Η συνεργασία με τους προμηθευτές συνδέεται με τη βελτίωση των καινοτομιών διαδικασίας (De Faria et al., 2010) και εστιάζει κυρίως στη συμπληρωματική καινοτομία, βελτιώνοντας προϊόντα ή διαδικασίες (Belderbos et al., 2004). Επιπλέον, όπως υποστηρίζουν οι De Faria et al. (2010), η συνεργασία με προμηθευτές, αλλά και ανταγωνιστές, έχει σημαντική επίδραση στην ανάπτυξη της παραγωγικότητας εργασίας.

2.4.3 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΠΕΛΑΤΕΣ

Μία επίσης σημαντική πηγή γνώσεων για τις επιχειρήσεις που επιδιώκουν ριζικές καινοτομίες είναι οι πελάτες. Η συνεργασία μαζί τους μειώνει τον κίνδυνο που σχετίζεται με την εισαγωγή των καινοτομιών στην αγορά και είναι συνδεδεμένη με τις καινοτομίες προϊόντος (Belderbos et al., 2004). Συμμετέχοντας στη σχεδίαση προϊόντων, οι πελάτες έχουν ενεργό ρόλο στη διαδικασία της καινοτομίας και πολλές φορές είναι αυτοί που φέρνουν στο προσκήνιο νέες λύσεις και προϊόντα (Tödtling et al., 2009). Ωστόσο, σε αντίθεση με τα πανεπιστήμια και τους ανταγωνιστές, η συνεργασία με τους πελάτες φαίνεται να επηρεάζει αρνητικά τα επίπεδα παραγωγής καινοτομίας (Belderbos et al., 2004).

2.4.4 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

Συχνά παρατηρείται οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε ένα cluster να ανταγωνίζονται και παράλληλα να συνεργάζονται (Felzensztein et al., 2014). Αυτή η ενδιαφέρουσα σχέση ανάμεσα στις επιχειρήσεις, η οποία αποκτά μεγάλο ερευνητικό ενδιαφέρον τα τελευταία χρόνια, είναι αυτή της «συνεργασίας μεταξύ ανταγωνιστών» που συναντάται στη διεθνή βιβλιογραφία με τον όρο «coopetition». Σύμφωνα με τους Soriano & Huang (2013), η συνεργασία μεταξύ ανταγωνιστών είναι ιδιαίτερα σημαντική όταν πρόκειται για μικρομεσαίες επιχειρήσεις που λειτουργούν σε συμμαχίες και cluster, καθώς, όπως επισημαίνουν, πρόσφατες έρευνες δείχνουν ότι αυτή η ιδιότυπη μορφή

συνεργασίας μπορεί να επηρεάσει θετικά την ικανότητα μίας επιχείρησης να καινοτομεί.

Ο ανταγωνισμός αυτός εντός των cluster συχνά ενθαρρύνει την καινοτομία (Tödtling et al., 2009), καθώς ο «συνεργατικός ανταγωνισμός» προσφέρει το πλεονέκτημα ενός συνδυασμού της ανάγκης για καινοτομία, ως αποτέλεσμα του ανταγωνισμού, παράλληλα με την πρόσβαση σε νέους πόρους, ως συνέπεια της συνεργασίας. Ειδικότερα, αυτή η σχέση συνεπάγεται οφέλη όπως μειωμένα κόστη, ανεκτικότητα στην ανάληψη κινδύνων, προνοητικότητα στην ανάπτυξη προϊόντων και προσδοκίες για πιο υγιή ανταγωνισμό (Osarenkhoe, 2010). Όπως υποστηρίζουν οι Maine et al. (2008), η συνύπαρξη ανταγωνιστικών επιχειρήσεων σε μία περιοχή μπορεί να αποφέρει οφέλη και από τη μεριά της ζήτησης, αφού μειώνεται το κόστος αναζήτησης των καταναλωτών, ενώ καταλήγουν πως μία τέτοια συνύπαρξη είναι εξ' ορισμού αναγκαία προκειμένου να υφίσταται ένα cluster. Επιπλέον, οι ίδιοι θεωρούν πως από μία συνεργασία με ανταγωνιστές ωφελούνται, περισσότερο απ' όλες, οι μικρές επιχειρήσεις που αναπτύσσουν νέα προϊόντα και στις περισσότερες περιπτώσεις έχουν περιορισμένους πόρους για R&D. Σύμφωνα με τους Belderbos et al. (2004), η συνεργασία μεταξύ των ανταγωνιστών είναι το μόνο είδος συνεργασίας που έχει πολλαπλούς σκοπούς και επιπτώσεις, καθώς αυξάνει την παραγωγικότητα της εργασίας, μέσω του επιμερισμού του κόστους R&D, αλλά και την παραγωγικότητα των πωλήσεων, επιτρέποντας την εκκίνηση καινοτόμων προγραμμάτων (μέσω του επιμερισμού των κινδύνων) και βελτιώνοντας τις πωλήσεις (μέσω της καθιέρωσης τεχνολογικών προτύπων). Άλλωστε, όπως αναφέρουν και οι Sedziuviene & Vveinhardt (2010), «η επιτυχία των περισσότερων στρατηγικών αποφάσεων εξαρτάται από ενέργειες με στόχο τον ανταγωνισμό, δηλαδή, τη βαθιά γνώση των συνηθειών και των απόψεων του καταναλωτικού κοινού, καθώς και την συνεχή ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος».

2.4.5 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Στη λειτουργία των μεγάλων επιχειρήσεων παρατηρείται συχνά μεγάλη αδράνεια λόγω της αυξημένης γραφειοκρατίας τους, γεγονός που τις κάνει λιγότερο ευέλικτες σε σχέση

με τις μικρομεσαίες. Η ροές των πληροφοριών επιβραδύνονται όσο αυτές μεγαλώνουν και αυτό περιορίζει την καινοτομική ικανότητά τους. Ωστόσο, οι πλεονάζοντες πόροι τους, που προορίζονται για τη χρηματοδότηση δραστηριοτήτων έρευνας και ανάπτυξης, και τα πιο ανεπτυγμένα συστήματα μάρκετινγκ, τα οποία διευκολύνουν την προώθηση των καινοτομιών τους (Revilla & Fernández, 2012), τις κάνουν ιδιαίτερα ελκυστικές για συνεργασία. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις συχνά συνάπτουν σχέσεις πελάτη-προμηθευτή με μεγάλες επιχειρήσεις προσπαθώντας να αποκτήσουν προστιθέμενη αξία (S. Lee et al., 2010), ενώ άλλες φορές οι συνεργασίες τους αφορά στην από κοινού εκτέλεση καινοτομικών δραστηριοτήτων. Ωστόσο, λόγω του υψηλού κόστους κεφαλαίου που αντιμετωπίζουν οι μικρότερες επιχειρήσεις, σε αντίθεση με τις μεγαλύτερες, οι οποίες συνήθως προτιμούν να χρησιμοποιούν ίδιους πόρους για τη χρηματοδότηση δραστηριοτήτων R&D (Hall & Lerner, 2009), υπάρχουν περιπτώσεις όπου οι μικρότερες επιχειρήσεις εμφανίζουν δεσμούς εξάρτησης από τις μεγαλύτερες, πράγμα που οδηγεί σε τεταμένες σχέσεις και ανισορροπίες ισχύος (Osarenkhoe, 2010).

2.4.6 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

Οι διεθνείς δεσμοί συνεργασίας, σύμφωνα με την Erkuş-Öztürk (2009), φαίνεται να αυξάνονται όσο αυξάνεται και το μέγεθος μιας επιχείρησης. Όπως αναφέρουν οι Zeng et al. (2010), η συνεργασία με εταιρίες του εξωτερικού βοηθά στην εισαγωγή νέων προϊόντων στην εγχώρια αγορά, μέσα από νέες ιδέες που λαμβάνονται, ενώ, σύμφωνα με την έρευνα των Kang & Park (2012) σε 147 μικρομεσαίες επιχειρήσεις βιοτεχνολογίας από τη Νότια Κορέα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που συνεργάζονται με επιχειρήσεις του εξωτερικού, είχαν καλύτερες επιδόσεις στα αποτελέσματα καινοτομίας τους, σε σχέση με αυτές που δεν συνεργάζονται.

2.5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Εστιάζοντας στις συνεργασίες των επιχειρήσεων ως μοχλό για την ανάπτυξή τους, φαίνεται ότι οι συνεργασίες που αποβλέπουν σε διαδικασίες Έρευνας και Ανάπτυξης είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία τους, αφού τους επιτρέπουν να χρησιμοποιούν πόρους και γνώσεις που δε θα είχαν πρόσβαση διαφορετικά. Η διεθνής

βιβλιογραφία δίνει μεγάλη έμφαση στις συνεργασίες των επιχειρήσεων με Πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα, καθώς αυτή θεωρείται ως η πλέον διαδεδομένη και επιτυχής διαδικασία επίτευξης καινοτομίας. Ακόμα, η βιβλιογραφία δείχνει ότι οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε clusters απολαμβάνουν περισσότερα οφέλη και παρουσιάζουν υψηλότερα επίπεδα δραστηριοτήτων καινοτομίας, σε σχέση με αυτές που δε συμμετέχουν σε αυτά, ενώ επίσης, φαίνεται ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που συνεργάζονται με επιχειρήσεις του εξωτερικού δείχνουν περισσότερη καινοτομία με αυτές που δεν έχουν σχέσεις με αλλοδαπές επιχειρήσεις.

Καταλήγοντας, συμπεραίνεται ότι μια επιχείρηση μπορεί να συνάψει για την καινοτομία σχέσεις συνεργασίας με όλων των ειδών τις οντότητες (πανεπιστήμια, προμηθευτές, πελάτες, ανταγωνιστές, επιχειρήσεις του εξωτερικού κ.α.), να επωφεληθεί από αυτές και τελικά να βελτιώσει το συγκριτικό της πλεονέκτημα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 – ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

3.1 ΕΞΑΓΩΓΕΣ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Η σχέση εξαγωγών – καινοτομίας έχει μελετηθεί ευρέως στη βιβλιογραφία τα τελευταία χρόνια και τα ευρήματα δείχνουν πως υπάρχει θετική σχέση μεταξύ τους (βλέπε: Arago & Sa, 2012; Cassiman & Martinez-Ros, 2007; Chadha, 2009; Lachenmaier & Wöbmann, 2006; Lewandowska et al., 2016; Neves et al., 2016; Pla-Barber & Alegre, 2007; Rodil et al., 2016). Ένας σημαντικός παράγοντας που μπορεί να επηρεάσει θετικά την απόδοση των επιχειρήσεων στις εξαγωγές είναι οι συνεργασίες. Σύμφωνα με τον Belso-Martínez (2006) οι επιχειρήσεις που ανήκουν σε μια βιομηχανική περιοχή ή ένα cluster έχουν καλύτερη εξαγωγική απόδοση και ένταση. Παρομοίως, σύμφωνα με τους van Beers & van der Panne (2011), όταν μια επιχείρηση συμμετέχει σε ένα cluster με επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου, λόγω της ύπαρξης εξειδικευμένων προμηθευτών και εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού, η απόφασή της να εξάγει διευκολύνεται λόγω της απόδοσης που μπορεί να επιτύχει. Άλλοι παράγοντες που επίσης επηρεάζουν την εξαγωγική απόδοση είναι η θέση της βιομηχανικής περιοχής, το δίκτυο των πελατών και των ανταγωνιστών και η διαφοροποίηση των παραγόμενων προϊόντων. Ακόμα, σύμφωνα με τους Gashi et al. (2013), δύο άλλοι

παράγοντες που επηρεάζουν θετικά τις εξαγωγές είναι η συγκέντρωση ανθρώπινου δυναμικού υψηλής εξειδίκευσης στις επιχειρήσεις και η επένδυση σε νέες τεχνολογίες. Επιπλέον, σύμφωνα με τους ίδιους, φαίνεται ότι οι επιχειρήσεις που διαθέτουν κάποιο ποσοστό ξένης ιδιοκτησίας στο κεφάλαιό τους έχουν καλύτερες προοπτικές εξαγωγών. Τέλος, ο Caldera (2010) υποστηρίζει πως την πιθανότητα συμμετοχής σε εξαγωγικές δραστηριότητες επηρεάζει θετικά η καινοτομία και οι Imbriani et al. (2014) με την έρευνά τους σε 2600 Ιταλικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις καταλήγουν ότι η καινοτομία αυξάνει την πιθανότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων να εξάγουν και επισημαίνουν πως οι μεγαλύτερες και παλαιότερες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε παραδοσιακούς κλάδους έχουν τις μεγαλύτερες πιθανότητες να εξάγουν.

Η σχέση καινοτομίας – εξαγωγών διερευνήθηκε ακόμα από τους Arago & Sa (2012), οι οποίοι εξετάζοντας 1767 Ισπανικές επιχειρήσεις για μία οκταετία κατέληξαν ότι η καινοτομία επιφέρει αύξηση των εξαγωγών. Επιπλέον, οι Pla-Barber & Alegre (2007) στα ευρήματά τους υποδεικνύουν τη θετική σύνδεση της καινοτομίας με την ένταση των εξαγωγών, σε επιχειρήσεις του κλάδου της βιοτεχνολογίας. Παρομοίως, θετική σχέση μεταξύ καινοτομίας και εξαγωγών βρήκαν οι Rodil et al. (2016), σε επιχειρήσεις της Ισπανίας. Ακόμα, οι Lachenmaier & Wöbmann (2006), εξετάζοντας Γερμανικές μεταποιητικές επιχειρήσεις κατέληξαν πως η καινοτομία οδηγεί στην αύξηση του μεριδίου εξαγωγών τους, ενώ οι Neves et al. (2016) γενικότερα επισημαίνουν ότι η συμμετοχή των επιχειρήσεων σε δραστηριότητες Έρευνας και Ανάπτυξης αυξάνει την πιθανότητά τους να συμμετέχουν σε εξαγωγικές δραστηριότητες.

Ειδικότερα για την καινοτομία προϊόντος και τη σχέση της με την εξαγωγική δραστηριότητα των επιχειρήσεων, οι Cassiman et al., (2010) υποστήριξαν ότι αυτού του είδους η καινοτομία επηρεάζει την παραγωγικότητα και παρακινεί τις μικρές, μη εξαγωγικές επιχειρήσεις να εξάγουν. Επιπλέον, οι Cassiman & Martinez-Ros (2007) σε προγενέστερη έρευνα είχαν αναφερθεί στη σημαντικότητα της καινοτομίας προϊόντος, καθώς αυτή είναι μια σημαντική κινητήρια δύναμη εξαγωγών για τις μικρές, μη εξαγωγικές επιχειρήσεις. Ακόμα, η Chadha (2009), μετά την έρευνά της σε 131 Ινδικές φαρμακευτικές εταιρίες, επισημαίνει ότι οι επιχειρήσεις που βρίσκονται σε αναπτυσσόμενες χώρες και έχουν δυνατότητες για καινοτομία διαδικασίας, είναι ικανές να διεισδύσουν στις διεθνείς αγορές, ενώ σύμφωνα με τους Lewandowska et al. (2016),

η ύπαρξη ξένων συνεργασιών φαίνεται να λειτουργεί θετικά στην αύξηση της έντασης των εξαγωγών.

3.2 ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Είναι γεγονός ότι οι εξαγωγές θεωρούνται στρατηγικής σημασίας όταν πρόκειται για την ανάπτυξη τόσο των Ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων, όσο και ολόκληρης της εθνικής οικονομίας. Αυτό οφείλεται κυρίως στο περιορισμένο μέγεθος της εγχώριας αγοράς, το οποίο στέκεται εμπόδιο στην κερδοφορία των επιχειρήσεων και, επομένως, επηρεάζει αρνητικά την ανταγωνιστικότητα και την αποδοτικότητά τους, αλλά και στο άνοιγμα των συνόρων μετά την ΕΟΚ εποχή, το οποίο εντείνει περισσότερο τον εγχώριο ανταγωνισμό μέσω των αγαθών που προέρχονται από άλλες χώρες της Ευρώπης (Bourantas & Halikias, 1991).

Σύμφωνα με τους ίδιους, οι Ελληνικές μεταποιητικές επιχειρήσεις δεν εμφανίζουν ικανοποιητική απόδοση στις εξαγωγικές τους δραστηριότητες, καθώς οι περισσότερες δεν εξάγουν καθόλου, ενώ άλλες εξάγουν περισσότερο ευκαιριακά, παθητικά και μη συστηματικά. Επιπλέον, η πλειοψηφία τους δεν ακολουθεί συγκεκριμένες εξαγωγικές στρατηγικές και δεν έχει εγκαταστήσει ανθρώπινο δυναμικό σε ξένες αγορές, αλλά, αντί αυτού, συνήθως περιμένουν την προσέγγιση από τους ξένους πελάτες, ενώ, λόγω του μικρού μεγέθους τους, δεν έχουν τη δυνατότητα να επενδύσουν σε έρευνες marketing για την προώθηση των αγαθών τους στο εξωτερικό.

Παρόλο που τα τελευταία χρόνια, λόγω της οικονομικής κρίσης, η κατάσταση έχει αλλάξει προς το καλύτερο, με τις Ελληνικές επιχειρήσεις να στρέφονται όλο και περισσότερο στις ξένες αγορές, η ανάγκη για ένα αναβαθμισμένο σύστημα εξαγωγών με συγκεκριμένες στρατηγικές και μεθόδους προώθησης είναι πρόδηλη.

Σύμφωνα με τους Moosavi & Noorizadegan (2009), σε μικρότερες και αναπτυσσόμενες χώρες, η προώθηση των εξαγωγών είναι πρωταρχικός στόχος των υπευθύνων για τη χάραξη πολιτικών. Οι Herrmann & Kritikos (2013) υποστηρίζουν πως οι μικρές χώρες χρειάζεται να έχουν μεγαλύτερα ποσοστά εξαγωγών σε σχέση με τις μεγαλύτερες. Όμως, συγκρίνοντας την Ελλάδα με άλλες, μικρού μεγέθους χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το πρόβλημα είναι εμφανές. Για το έτος 2013, το ποσοστό εξαγωγών της

Ολλανδίας είναι περισσότερο από 80% του ΑΕΠ της, όσο περίπου είναι και του Βελγίου, της Σουηδίας περισσότερο από 40%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για την Ελλάδα είναι 30% (World Bank, 2014).

Ωστόσο, μια επιτυχής παρουσία στις διεθνείς αγορές είναι αρκετά δύσκολη υπόθεση για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, λόγω διαφόρων παραγόντων, όπως είναι ο ελάχιστος απαιτούμενος όγκος παραγγελίας, οι έλεγχοι ποιότητας, οι πολύπλοκες διαδικασίες εξαγωγών, η έλλειψη εμπειρίας και οι περιορισμένοι οικονομικοί πόροι. Επομένως, η πολιτεία θα πρέπει να συμβάλλει στην ενίσχυση των μικρομεσαίων εξαγωγικών επιχειρήσεων, επιτρέποντάς τους να διατηρούν χαμηλές και ανταγωνιστικές τις τιμές τους, μέσω φοροελαφρύνσεων, και να αναπτύσσουν ποιοτικότερα προϊόντα και υπηρεσίες, μέσω επιχορηγήσεων έρευνας και ανάπτυξης. Επιπλέον θα πρέπει να εγκαθιδρυθεί ο θεσμός των συμβουλευτικών γραφείων στην υπηρεσία των επιχειρήσεων, τα οποία θα παρέχουν τεχνογνωσία και εμπειρία, λαμβάνοντας έτσι ουσιαστικό ρόλο στη διευκόλυνση των Ελληνικών εξαγωγών.

3.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, φαίνεται ότι οι εξαγωγές εξαρτώνται από την καινοτομία, καθώς παρατηρείται από την πλειοψηφία των συγγραφέων η θετική σύνδεση των δύο μεγεθών. Στην Ελλάδα, η εξαγωγική δραστηριότητα των επιχειρήσεων δεν εμφανίζει ικανοποιητική απόδοση καθώς οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν εξάγουν καθόλου, ενώ άλλες εξάγουν περισσότερο ευκαιριακά, παθητικά και μη συστηματικά. Κατά τα χρόνια της οικονομικής κρίσης, η κατάσταση τείνει να αλλάξει, κυρίως λόγω μείωσης της ζήτησης στο εσωτερικό της χώρας, με τις Ελληνικές επιχειρήσεις να στρέφονται στις ξένες αγορές. Ωστόσο, υπάρχει ανάγκη για βελτίωση του υπάρχοντος συστήματος εξαγωγών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 – ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

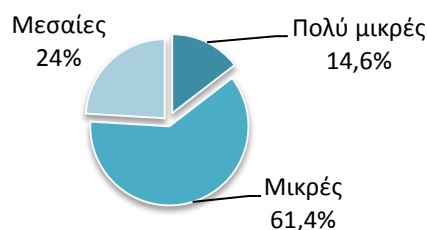
4.1 ΔΕΙΓΜΑ ΚΑΙ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ

Το δείγμα της παρούσας εργασίας αποτελείται από 158 μικρομεσαίες μη εισηγμένες Ελληνικές επιχειρήσεις από τον κλάδο της μεταποίησης, οι οποίες συμμετείχαν σε έρευνα πεδίου, συμπληρώνοντας τηλεφωνικά ή ηλεκτρονικά το ερωτηματολόγιο που δίδεται στο παράρτημα Α. Στην ανάλυση χρησιμοποιήθηκαν δεδομένα των ετών 2010-2013. Κρίνεται σκόπιμο να σημειωθεί ότι η ανταπόκριση των επιχειρήσεων στην έρευνα παρουσίασε δυσκολίες, καθότι οι επιχειρήσεις δεν έδειχναν διάθεση να απαντήσουν, ενώ πολλοί από τους ερωτηθέντες δεν κατανοούσαν τις ερωτήσεις, με επακόλουθο κάποια από τα αποτελέσματα να μην είναι πειστικά.

4.1.1 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Οδηγία 2003/361¹, γίνεται διαχωρισμός του συνόλου των επιχειρήσεων σε πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες, έχοντας ως κριτήριο τον αριθμό απασχολούμενου προσωπικού. Έτσι, πολύ μικρές χαρακτηρίζονται οι επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 10 εργαζομένους, μικρές αυτές που απασχολούν από 10 έως 49 και μεσαίες εκείνες που απασχολούν από 50 έως 249 εργαζομένους. Επομένως, από το σύνολο των 158 (100%) επιχειρήσεων του δείγματος, οι 23 (14,6%) είναι πολύ μικρές, οι 97 (61,4%) μικρές και οι 38 (24%) μεσαίες.

Γράφημα 1: Διαχωρισμός δείγματος με βάση τον αριθμό απασχολούμενου προσωπικού

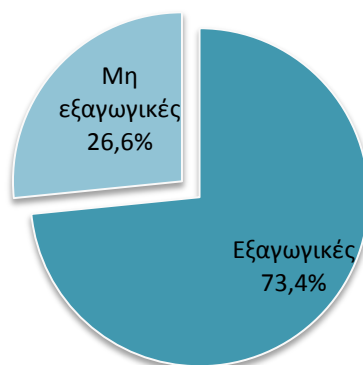


Πηγή: Επεξεργασία συγγραφέα

¹ Ορισμός των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=uriserv:n26026>

Επιπλέον, με κριτήριο την απάντησή τους στην ερώτηση εάν παρουσιάζουν εξαγωγική δραστηριότητα, από το σύνολο του δείγματος, οι 116 (73,4%) παρουσιάζουν εξαγωγική δραστηριότητα, ενώ οι 42 (26,6%) όχι.

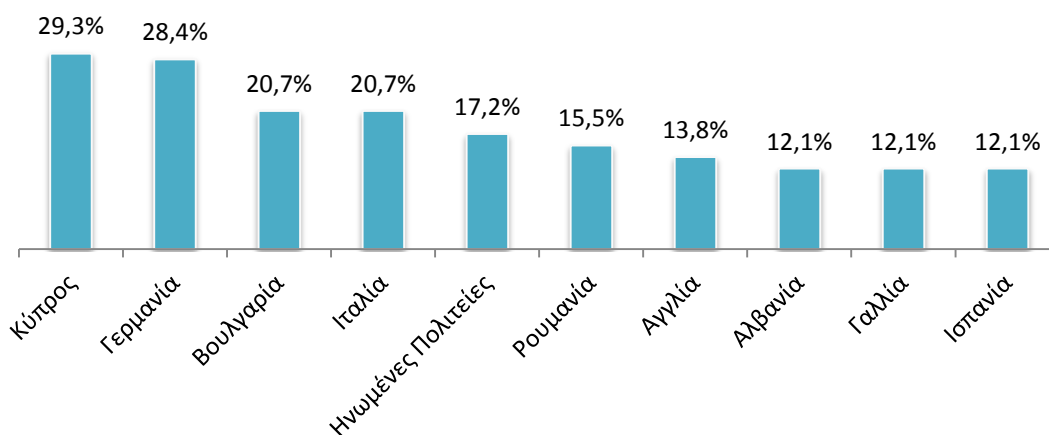
Γράφημα 2: Διαχωρισμός δείγματος με βάση την εξαγωγική δραστηριότητα



Πηγή: Επεξεργασία συγγραφέα

Σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν στο πεδίο «Χώρες εξαγωγής», η χώρα όπου παρατηρήθηκε η μεγαλύτερη συχνότητα εξαγωγών είναι η Κύπρος με το 29,3% του συνόλου των εξαγωγικών επιχειρήσεων του δείγματος να εξάγουν προς αυτήν, ενώ με μικρή διαφορά (28,4%) ακολουθεί η Γερμανία. Οι δέκα προορισμοί εξαγωγών με τη μεγαλύτερη συχνότητα είναι:

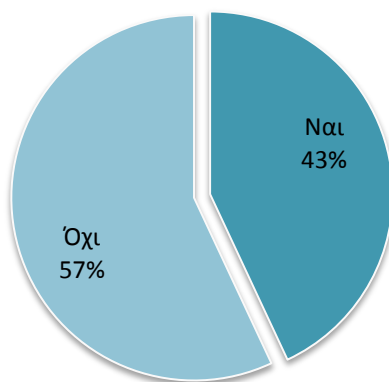
Γράφημα 3: Χώρες – προορισμοί εξαγωγών



Πηγή: Επεξεργασία συγγραφέα

Ακόμα, οι επιχειρήσεις του δείγματος που κατέχουν διπλώματα ευρεσιτεχνίας (πατέντες) είναι 68 (43%) ενώ αυτές που δε χρησιμοποιούν είναι 90 (57%).

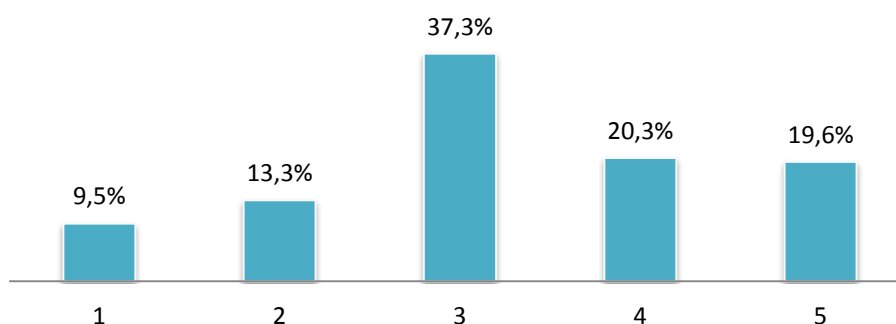
Γράφημα 4: Διαχωρισμός δείγματος με βάση τη χρήση πατεντών



Πηγή: Επεξεργασία συγγραφέα

Στο ερώτημα «Πώς βλέπετε την ανταγωνιστικότητά σας ως προς την καινοτομία των προϊόντων σας;», το 39,9% των επιχειρήσεων απάντησαν ότι είναι πολύ ανταγωνιστικές και το 22,8% ότι είναι λίγο ανταγωνιστικές. Έχοντας ως βάση μέτρησης την κλίμακα 1 έως 5, με το 1 να εκφράζει εξαιρετικά χαμηλές τιμές και το 5 εξαιρετικά υψηλές, ο μέσος όρος του δείγματος είναι 3,3.

Γράφημα 5: Ανταγωνιστικότητα επιχειρήσεων ως προς την καινοτομία των προϊόντων

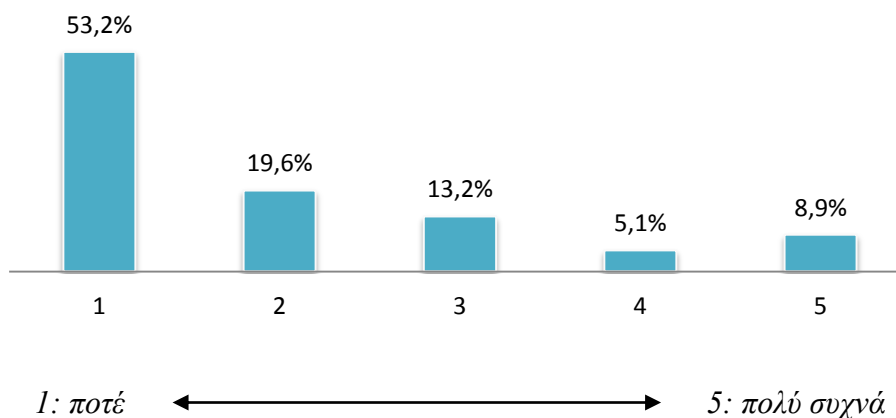


1: καθόλου ανταγωνιστικές ↔ 5: εξαιρετικά ανταγωνιστικές

Πηγή: Επεξεργασία συγγραφέα

Στο ερώτημα «Κατά πόσο συνεργάζεστε με ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια;», το 72,8% απάντησε ότι συνεργάζεται σπάνια ή ποτέ, ενώ το 13,9% απάντησε ότι συνεργάζεται αρκετά ή πολύ συχνά. Ο μέσος όρος του δείγματος, βάσει της κλίμακας 1 έως 5, είναι 2.

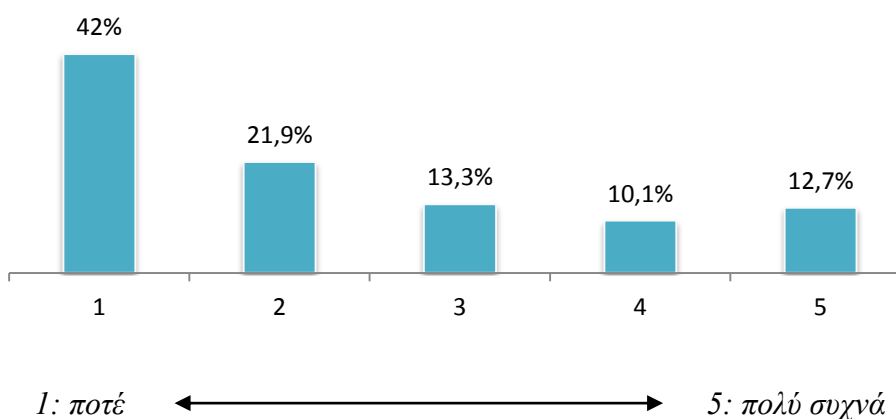
Γράφημα 6: Συνεργασία επιχειρήσεων με ερευνητικά κέντρα και πανεπιστήμια



Πηγή: Επεξεργασία συγγραφέα

Στο ερώτημα «Κατά πόσο συνεργάζεστε με άλλες επιχειρήσεις (ανταγωνιστές, πελάτες, προμηθευτές) στις εξαγωγές;», το 63,9% απάντησε ότι συνεργάζεται σπάνια ή καθόλου, ενώ το 22,8% απάντησε ότι συνεργάζεται αρκετά ή πολύ συχνά. Ο μέσος όρος του δείγματος, βάσει της κλίμακας 1 έως 5, είναι 2,3.

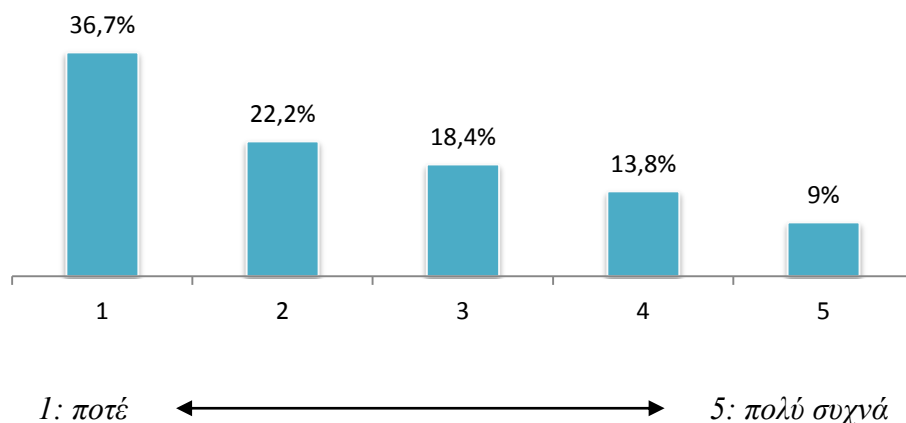
Γράφημα 7: Συνεργασία επιχειρήσεων στις εξαγωγές



Πηγή: Επεξεργασία συγγραφέα

Στο ερώτημα «Κατά πόσο συνεργάζεστε με άλλες επιχειρήσεις (ανταγωνιστές, πελάτες, προμηθευτές) στην Έρευνα και Ανάπτυξη;», το 58,9% απάντησε ότι συνεργάζεται σπάνια ή καθόλου, ενώ το 22,8% απάντησε ότι συνεργάζεται αρκετά ή πολύ συχνά. Ο μέσος όρος του δείγματος, βάσει της κλίμακας 1 έως 5, είναι 2,3.

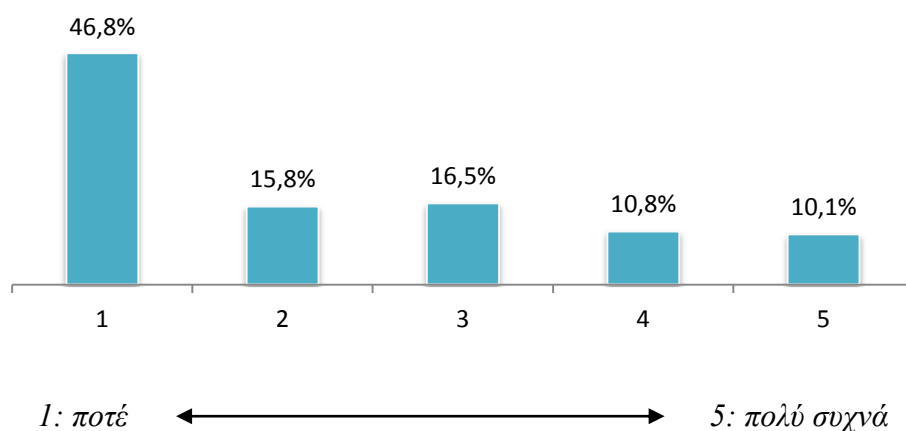
Γράφημα 8: Συνεργασία επιχειρήσεων στην Έρευνα & Ανάπτυξη



Πηγή: Επεξεργασία συγγραφέα

Στο ερώτημα «Κατά πόσο συνεργάζεστε με επιχειρήσεις του εξωτερικού σε δίκτυα διανομής;», το 62,6% απάντησε ότι συνεργάζεται σπάνια ή καθόλου, ενώ το 20,9% απάντησε ότι συνεργάζεται αρκετά ή πολύ συχνά. Ο μέσος όρος του δείγματος, βάσει της κλίμακας 1 έως 5, είναι 2,2.

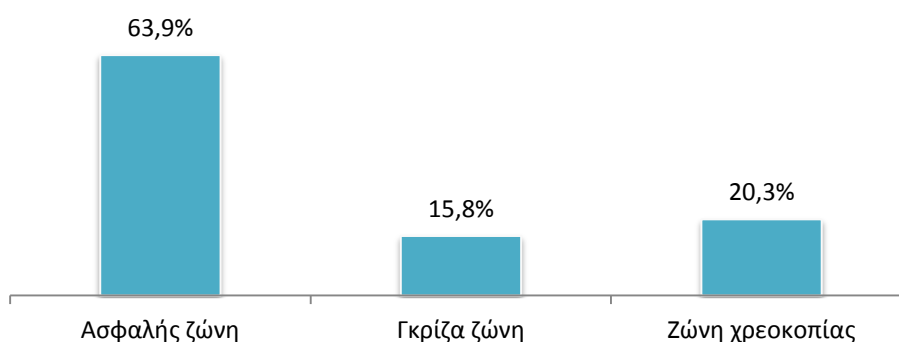
Γράφημα 9: Συνεργασία επιχειρήσεων σε δίκτυα διανομής



Πηγή: Επεξεργασία συγγραφέα

Επιπλέον, εξετάσαμε τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων του δείγματός μας σύμφωνα με το δείκτη Altman's Z, ο οποίος υπολογίζεται βάσει ποσοτικών δεδομένων που βρίσκονται στον ισολογισμό και την κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης μιας επιχείρησης και προβλέπει την πιθανότητα χρεοκοπίας μιας επιχείρησης στα επόμενα δύο χρόνια, από το σύνολο των 158 επιχειρήσεων του δείγματος, οι 101 βρίσκονται στην ασφαλή ζώνη (63,9%), οι 25 στη γκρίζα ζώνη (15,8%), ενώ οι υπόλοιπες 32 βρίσκονται στη ζώνη χρεοκοπίας (20,3%).

Γράφημα 10: Διαχωρισμός δείγματος κατά το δείκτη Z του Altman



Πηγή: Επεξεργασία συγγραφέα

Ο δείκτης Z του Altman υπολογίζεται από τον τύπο:

$$Z = 1,2X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + 1,0X_5$$

$$\text{όπου } X_1 = \frac{\text{Κεφάλαιο κίνησης}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}, X_2 = \frac{\text{Αδιανέμητα κέρδη}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}, X_3 = \frac{\text{Κέρδη προ τόκων και φόρων}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}},$$

$$X_4 = \frac{\text{Τρέχουσα αξία Ιδίων Κεφαλαίων}}{\text{Σύνολο Υποχρεώσεων}}, X_5 = \frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

4.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ – ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Όπως σημειώθηκε και στην αρχή του κεφαλαίου, φαίνεται ότι για την καινοτομία το δειγματοληπτικό σφάλμα είναι μεγάλο, με την έννοια ότι οι ερωτώμενοι δεν κατανόησαν τη φύση της ερώτησης, και επομένως της μεταβλητής, τιμές της οποίας αποδίδουν στις απαντήσεις τους. Κατά συνέπεια, τα συμπεράσματα γράφονται με ιδιαίτερη επιφύλαξη.

Χρησιμοποιήθηκε cross-sectional data model. Για την εκτίμηση των παραμέτρων του γενικευμένου υποδείγματος χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος των γενικευμένων ελαχίστων τετραγώνων (generalized least squares method). Με αυτή τη μέθοδο επιλέγεται η γραμμή παλινδρόμησης για την οποία το άθροισμα των τετραγώνων των αποκλίσεων των παρατηρήσεων της εξαρτημένης από τη γραμμή παλινδρομήσεως του δείγματος είναι ελάχιστο.

Ο εκτιμητής $\hat{\beta}$ των γενικευμένων ελαχίστων τετραγώνων (Generalized Least Squares ή GLS) υπολογίζεται ως ακολούθως.

$$\hat{\beta} = (X^*{}'X^*)^{-1}X^*{}'y^* = (X'\Psi^{-1}X)^{-1}X'\Psi^{-1}y$$

όπου, X είναι μήτρα που παραμένει σταθερή σε επαναλαμβανόμενα δείγματα και Ψ ο συνεπής εκτιμητής της μήτρας Ω.

Η αρχική μορφή της εξίσωσης του υποδείγματος είναι της μορφής:

$$Y_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 X_{1,i,t} + \beta_2 X_{2,i,t} + \dots + e_{i,t}$$

Χρησιμοποιήθηκε ως εξαρτημένη μεταβλητή η καινοτομικότητα, για τον προσδιορισμό των παραγόντων που την επηρεάζουν, μετρούμενη με το ποσοστό του προϋπολογισμού των επιχειρήσεων που διατέθηκε για επενδύσεις σε Έρευνα και Ανάπτυξη. Ως ανεξάρτητες μεταβλητές επιλέχθηκαν η ηλικία της επιχείρησης (Balasubramanian & Lee, 2008; Maine et al., 2008), η εξαγωγική δραστηριότητα της επιχείρησης (Lachenmaier & Wöbmann, 2006; Murro, 2013; Pla-Barber & Alegre, 2007; Rodil et al., 2016), ο δείκτης γενικής ρευστότητας (Brown & Petersen, 2011), το μέγεθος της επιχείρησης, το οποίο χρησιμοποιείται συχνά όταν εξετάζεται η καινοτομία (Beers & Zand, 2014; Leal-Rodríguez et al., 2015; Maine et al., 2008; Nassimbeni, 2001; Pla-Barber & Alegre, 2007), ο δείκτης Ταμειακές Ροές προς Σύνολο Ενεργητικού που είναι

ένας δείκτης αποδοτικότητας (Brown & Petersen, 2011), το ιδιοκτησιακό καθεστώς (Chen et al., 2016), το ποσοστό επιστημόνων στο ανθρώπινο δυναμικό (Furukawa & Goto, 2006), το ποσοστό υπαλλήλων με μεταπτυχιακές σπουδές (Leiponen, 1996), ο δείκτης Κάλυψης των Χρηματοοικονομικών Εξόδων (Brown & Petersen, 2011), ο βαθμός συνεργασίας της επιχείρησης με άλλες επιχειρήσεις για την επίτευξη καινοτομίας (De Faria et al., 2010; Zeng et al., 2010) και ο βαθμός συνεργασίας της επιχείρησης με πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα (Audretsch et al., 2005; Muscio & Nardone, 2012; Tsai & Wang, 2009).

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία στην οποία στηρίχθηκε η επιλογή των μεταβλητών, αναμένεται θετική συσχέτιση της εξαρτημένης μεταβλητής με τις ανεξάρτητες μεταβλητές που εκφράζουν την εξαγωγική δραστηριότητα, τη ρευστότητα, την αποδοτικότητα, την κάλυψη χρηματοοικονομικών εξόδων, το ιδιοκτησιακό καθεστώς, το ποσοστό επιστημόνων στους εργαζομένους, το ποσοστό εργαζόμενων με μεταπτυχιακές σπουδές, τη συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις, καθώς και τη συνεργασία με πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα. Από την άλλη, αρνητική συσχέτιση με την ανεξάρτητη μεταβλητή αναμένεται με τις μεταβλητές που εκφράζουν την ηλικία και το μέγεθος της επιχείρησης.

Πίνακας 1: Περιγραφή μεταβλητών

Σύμβολο	Μεταβλητή	Περιγραφή	Αναμενόμενη συσχέτιση
Εξαρτημένη Μεταβλητή			
R_D	Ποσοστό ετήσιου προϋπολογισμού για Έρευνα & Ανάπτυξη	Οι δαπάνες για Έρευνα & Ανάπτυξη ως ποσοστό του προϋπολογισμού της επιχείρησης.	
Χρηματοοικονομικές και Κατηγορικές Μεταβλητές			
AGE	Ηλικία επιχείρησης	Διακριτή μεταβλητή που εκφράζει τα έτη λειτουργίας της επιχείρησης από την ίδρυσή της.	–
EXPORT	Εξαγωγική δραστηριότητα επιχείρησης	Οι εξαγωγές σε € προς τις συνολικές πωλήσεις	+
LIQUIDITY	Γενική Ρευστότητα	Ο δείκτης Κυκλοφορούν Ενεργητικό προς Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	+
SIZE	Μέγεθος επιχείρησης	Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει τιμή 0 όταν η επιχείρηση διαθέτει προσωπικό έως 10 άτομα, 1 όταν το προσωπικό είναι μεταξύ 10 και 50 ατόμων και 2 όταν το προσωπικό υπερβαίνει τους 50 εργαζόμενους.	–
CASH_FLOWS	Ταμειακή Ροή από τη λειτουργία	Ο δείκτης Ταμειακή Ροή προς Συνολικό Ενεργητικό	+
PROPERTY	Ιδιοκτησιακό καθεστώς	Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 0 όταν η επιχείρηση είναι οικογενειακή και 1 όταν η επιχείρηση είναι μετοχική	+
PER_SCIENTIST	Ποσοστό μηχανικών, επιστημόνων, οικονομολόγων, τεχνικών	Το ποσοστό των επιστημόνων που κατέχει η επιχείρηση στο ανθρώπινο δυναμικό της	+
PER_GRADUATES	Ποσοστό υπαλλήλων με μεταπτυχιακές σπουδές	Το ποσοστό των υπαλλήλων με μεταπτυχιακές σπουδές που κατέχει η επιχείρηση	+
FINANCIAL	Κάλυψη χρηματοοικονομικών εξόδων	Ο δείκτης κάλυψης χρηματοοικονομικών εξόδων	+
COOP_R_D	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις για Έρευνα και Ανάπτυξη	Ποιοτική μεταβλητή που εκφράζει την ένταση συνεργασίας των επιχειρήσεων με άλλες επιχειρήσεις για Έρευνα και Ανάπτυξη και λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, όπου το 1 εκφράζει «καθόλου συνεργασία» και το 5 «εξαιρετικά συχνή συνεργασία».	+
COOP_UNIV	Συνεργασία με Πανεπιστήμια και Ερευνητικά κέντρα	Ποιοτική μεταβλητή που εκφράζει την ένταση συνεργασίας των επιχειρήσεων με Πανεπιστήμια και Ερευνητικά κέντρα και λαμβάνει τιμές από 1 έως 5, όπου το 1 εκφράζει «καθόλου συνεργασία» και το 5 «εξαιρετικά συχνή συνεργασία».	+

Πίνακας 2: Μήτρα συσχετίσεων

	AGE	EXPORT	LIQUIDITY	SIZE	CASH_FLOWS	PROPERTY	PER_SCIEN...	PER_GRAD...	FINANCIAL...	COOP_R_D	COOP_UNI...
AGE	1	-0.0094347...	0.02375688...	0.25831442...	0.24849836...	0.08498140...	0.07577853...	0.16629388...	0.00764629...	0.10049056...	0.06340487...
EXPORT	-0.0094347...	1	-0.0514125...	0.09408192...	-0.0065585...	0.03092684...	-0.0488423...	0.05290424...	-0.0311739...	0.17805406...	0.06949108...
LIQUIDITY	0.02375688...	-0.0514125...	1	-0.1026202...	-0.0596673...	-0.0014763...	-0.1033047...	0.08458832...	0.02018339...	-0.1079515...	0.02323189...
SIZE	0.25831442...	0.09408192...	-0.1026202...	1	0.32541269...	0.13823449...	0.10419361...	0.12798923...	0.00079243...	0.17725457...	0.05358997...
CASH_FLOWS	0.24849836...	-0.0065585...	-0.0596673...	0.32541269...	1	0.02505461...	0.07416159...	0.08584447...	-0.0030425...	0.15240423...	0.07518463...
PROPERTY	0.08498140...	0.03092684...	-0.0014763...	0.13823449...	0.02505461...	1	0.13424093...	0.13201680...	-0.0610969...	0.19101362...	0.12021387...
PER_SCIEN...	0.07577853...	-0.0488423...	-0.1033047...	0.10419361...	0.07416159...	0.13424093...	1	0.57168697...	-0.0268863...	0.17963716...	0.13825912...
PER_GRAD...	0.16629388...	0.05290424...	0.08458832...	0.12798923...	0.08584447...	0.13201680...	0.57168697...	1	-0.0204323...	0.16820413...	0.10291421...
FINANCIAL...	0.00764629...	-0.0311739...	0.02018339...	0.00079243...	-0.0030425...	-0.0610969...	-0.0268863...	-0.0204323...	1	0.05407026...	0.00206162...
COOP_R_D	0.10049056...	0.17805406...	-0.1079515...	0.17725457...	0.15240423...	0.19101362...	0.17963716...	0.16820413...	0.05407026...	1	0.24605745...
COOP_UNI...	0.06340487...	0.06949108...	0.02323189...	0.05358997...	0.07518463...	0.12021387...	0.13825912...	0.10291421...	0.00206162...	0.24605745...	1

Τελικά η εξίσωση του υποδείγματος διαμορφώνεται ως εξής:

$$\begin{aligned}
 R_D_{i,t} = & \beta_0 + \beta_1 AGE_{i,t} + \beta_2 EXPORT_{i,t} + \beta_3 LIQUIDITY_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} \\
 & + \beta_5 CASH_FLOWS_{i,t} + \beta_6 PROPERTY_{i,t} + \beta_7 PER_SCIENTIST_{i,t} \\
 & + \beta_8 PER_GRADUATES_{i,t} + \beta_9 FINANCIAL_{i,t} + \beta_{10} COOP_R_D_{i,t} \\
 & + \beta_{11} COOP_UNIV_{i,t} + e_{i,t}
 \end{aligned}$$

όπου, R_D η εξαρτημένη μεταβλητή του υποδείγματος και εκφράζει το πόσο καινοτόμα είναι μια επιχείρηση, βάσει των επενδύσεων της σε Έρευνα και Ανάπτυξη (R&D). Το β_0 αποτελεί το σταθερό όρο, ενώ ο όρος e είναι το τυπικό σφάλμα της παλινδρόμησης. Η μεταβλητή AGE εκφράζει την ηλικία των επιχειρήσεων του δείγματος και προκύπτει από τη διαφορά του τρέχοντος έτους (2014) από το έτος ίδρυσής τους. Η μεταβλητή EXPORT εκφράζει την εξαγωγική δραστηριότητα της επιχείρησης και προκύπτει από το σύνολο των εξαγωγών των επιχειρήσεων σε € προς το σύνολο των πωλήσεών τους. Η μεταβλητή LIQUIDITY είναι ο αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας που προκύπτει από το λόγο Κυκλοφορούν Ενεργητικό προς Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Η μεταβλητή SIZE είναι κατηγορική και εκφράζει το μέγεθος της επιχείρησης λαμβάνοντας την τιμή 0 όταν το προσωπικό της επιχείρησης είναι λιγότερο από 10 άτομα, την τιμή 1 όταν το προσωπικό που απασχολείται κυμαίνεται από 10 έως 50 άτομα και την τιμή 2 όταν η επιχείρηση διαθέτει προσωπικό μεγαλύτερο των 50 εργαζομένων. Ακόμα, η μεταβλητή CASH_FLOWS εκφράζει την ταμειακή ροή από τις λειτουργικές δραστηριότητες της επιχείρησης και προκύπτει από το λόγο Ταμειακή Ροή προς Συνολικό Ενεργητικό, η μεταβλητή PROPERTY, που είναι επίσης κατηγορική, εκφράζει το ιδιοκτησιακό καθεστώς της επιχείρησης και λαμβάνει την τιμή 0 όταν η

επιχείρηση είναι οικογενειακή και 1 όταν η επιχείρηση έχει όλα τα άλλα είδη ιδιοκτησιακού καθεστώτος (ΕΠΕ, Μετοχικές Εισηγμένες και μη). Επιπλέον, στο υπόδειγμα χρησιμοποιείται η μεταβλητή PER_SCIENTIST, η οποία δηλώνει το ποσοστό μηχανικών, επιστημόνων, οικονομολόγων και τεχνικών που απασχολεί η επιχείρηση, αλλά και η μεταβλητή PER_GRADUATES, που δηλώνει το ποσοστό του ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης με μεταπτυχιακές σπουδές. Ακόμα, χρησιμοποιείται η μεταβλητή FINANCIAL, η οποία εκφράζει την κάλυψη των χρηματοοικονομικών εξόδων της επιχείρησης και, τέλος, οι μεταβλητές COOP_R_D και COOP_UNIV που εκφράζουν αντίστοιχα την ένταση συνεργασίας των επιχειρήσεων του δείγματος με άλλες επιχειρήσεις και ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια για την επίτευξη καινοτομίας και παίρνουν τιμές από 1 έως 5, όπου το 1 σημαίνει «καθόλου συνεργασία» και το 5 «πολύ συχνή συνεργασία».

Οι μεταβλητές που χρησιμοποιούνται στο υπόδειγμα, παρουσιάζονται και στον Πίνακα 1, που προηγήθηκε.

4.2.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ανάλυσης (Πίνακας 2), θετική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή R_D έχουν οι μεταβλητές COOP_R_D και PER_SCIENTIST σε επίπεδο εμπιστοσύνης 1% και η μεταβλητή PROPERTY σε επίπεδο εμπιστοσύνης 5%, ενώ αρνητική σχέση έχουν οι μεταβλητές AGE και CASH_FLOWS σε επίπεδο εμπιστοσύνης 1%.

Πίνακας 3: Αποτελέσματα Στατιστικής Ανάλυσης

Dependent Variable: R_D

Method: Least Squares

Included observations: 790

White heteroskedasticity-consistent standard errors & covariance

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.624720	1.166527	1.392784	0.1641
AGE	-0.105252	0.029988	-3.509764	0.0005 *
EXPORT	-0.005212	0.009056	-0.575529	0.5651
LIQUIDITY	-0.029195	0.019801	-1.474412	0.1408
SIZE	0.102896	0.551730	0.186497	0.8521
CASH_FLOWS	-9.12E-07	3.06E-07	-2.982034	0.0030 *
PROPERTY	1.717967	0.789951	2.174778	0.0299 **
PER_SCIENTIST	0.290787	0.041570	6.995084	0.0000 *
PER_GRADUATES	-0.053352	0.036354	-1.467563	0.1426
FINAL_EXP_COVERAGE	0.000222	0.000149	1.491992	0.1361
COOP_R_D	1.625764	0.320279	5.076093	0.0000 *
COOP_UNIVERSITIES	-0.058477	0.347501	-0.168278	0.8664
R-squared	0.255468	Mean dependent var	7.172405	
Adjusted R-squared	0.244942	S.D. dependent var	12.11919	
S.E. of regression	10.53086	Akaike info criterion	7.561570	
Sum squared resid	86279.39	Schwarz criterion	7.632538	
Log likelihood	-2974.820	Hannan-Quinn criter.	7.588849	
F-statistic	24.26839	Durbin-Watson stat	0.476375	
Prob(F-statistic)	0.000000	Wald F-statistic	9.703442	
Prob(Wald F-statistic)	0.000000			

* Στατιστική σημαντικότητα 1%

** Στατιστική σημαντικότητα 5%

Η καινοτομικότητα των επιχειρήσεων, η οποία εκφράζεται μέσω των επενδύσεων σε Έρευνα και Ανάπτυξη φαίνεται να επηρεάζεται στατιστικά σημαντικά και θετικά από τις σχέσεις συνεργασίας που συνάπτει με άλλες επιχειρήσεις σε επίπεδο Έρευνας και

Ανάπτυξης, το ποσοστό των επιστημόνων που κατέχουν στο δυναμικό τους και το ιδιοκτησιακό τους καθεστώς. Επομένως, όσο συχνότερα συνεργάζεται με άλλες επιχειρήσεις στον τομέα της Έρευνας και Ανάπτυξης, τόσο πιο καινοτόμα θα είναι (Connell et al., 2014; Kumral et al., 2006). Επίσης, όσο μεγαλύτερο είναι το ποσοστό των εργαζομένων με επιστημονική κατάρτιση, τόσο πιο μεγάλη πιθανότητα υπάρχει στην επιχείρηση να παρατηρηθεί καινοτομία (Gashi et al., 2013). Επιπλέον, φαίνεται ότι το ιδιοκτησιακό καθεστώς επηρεάζει θετικά την καινοτομικότητα, καθώς αυτή εμφανίζεται κυρίως στις μετοχικές επιχειρήσεις, οι οποίες λόγω του μεγέθους τους έχουν και τη δυνατότητα συνεργασίας και χρηματοδότησης δραστηριοτήτων Έρευνας και Ανάπτυξης (Chen et al., 2016). Από την άλλη, η αρνητική σχέση της καινοτομικότητας με την ηλικία των επιχειρήσεων δείχνει ότι όσο περισσότερο «γερνάνει» μια επιχείρηση, τόσο λιγότερες θα είναι οι πιθανότητες να παρατηρηθεί καινοτομία σε αυτήν (Balasubramanian & Lee, 2008; Coad et al., 2016), ενώ η αρνητική σχέση που παρατηρείται στη μεταβλητή CASH_FLOWS δείχνει ότι όσο μεγαλύτερες είναι οι Ταμειακές Ροές στην επιχείρηση, τόσο λιγότερο καινοτόμα είναι. Τέλος, ο συντελεστής προσδιορισμού R^2 ισούται περίπου με 25%, που σημαίνει ότι η προσαρμογή του υποδείγματος είναι καλή και με βάση το κριτήριο Akaike ($5,06 < 7,56$).

4.2.2 ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Παρατηρώντας τα αποτελέσματα της οικονομετρικής ανάλυσης, φαίνεται ότι, κατά την πλειοψηφία τους, αυτά επιβεβαιώνουν την προηγούμενη βιβλιογραφία, αφού επιβεβαιώνουν την αναμενόμενη συσχέτιση των ανεξάρτητων μεταβλητών με την εξαρτημένη (βλέπε: Audretsch et al., 2005; Balasubramanian & Lee, 2008; Brown & Petersen, 2011; Chen et al., 2016; Coad et al., 2016; De Faria et al., 2010; Furukawa & Goto, 2006; Lachenmaier & Wößmann, 2006; Leiponen, 1996; Muscio & Nardone, 2012; Pla-Barber & Alegre, 2007; Rodil et al., 2016; Tsai & Wang, 2009; Zeng et al., 2010).

Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία (Balasubramanian & Lee, 2008; Coad et al., 2016) αλλά και με βάση τα αποτελέσματα της ανάλυσης του παρόντος μοντέλου, η αρνητική

και στατιστικά σημαντική συσχέτιση της ηλικίας των επιχειρήσεων με την καινοτομικότητά τους υποδηλώνει ότι οι νέες επιχειρήσεις είναι οι πλέον καινοτόμες. Η ερμηνεία που μπορεί να δοθεί εστιάζει στην παραδοχή ότι οι γηραιότερες επιχειρήσεις είναι πιο συντηρητικές και δεν στοχεύουν στην καινοτομία, καθώς είναι εδραιωμένες στην αγορά και είναι λιγότερο πιθανό να αναζητήσουν τρόπους αύξησης του μεριδίου τους, μέσω της καινοτομίας. Η επίσης αρνητική αλλά μη στατιστικά σημαντική συσχέτιση της εξαγωγικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων με την καινοτομία τους δείχνει ότι για τις επιχειρήσεις του δείγματός μας, οι εξαγωγές δεν βασίζονται στην καινοτομία. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με την ξένη βιβλιογραφία (Lachenmaier & Wöbmann, 2006; Pla-Barber & Alegre, 2007; Rodil et al., 2016). Σε άλλο, μεγαλύτερο δείγμα επιχειρήσεων και με άλλο ερωτηματολόγιο, τα αποτελέσματα πιθανόν να είναι διαφορετικά. Επιπλέον, δεδομένου οι επενδύσεις σε Έρευνα και Ανάπτυξη συχνά εμπεριέχουν τη χρήση μετρητού (Brown & Petersen, 2011), η αρνητική και μη στατιστικά σημαντική συσχέτιση που προέκυψε μεταξύ της ρευστότητας των επιχειρήσεων και της καινοτομίας υποδηλώνει ότι οι καινοτόμες επιχειρήσεις δεν έχουν ρευστότητα, λόγω ελλιπούς χρηματοδότησης και χαμηλής κερδοφορίας, ενώ η αρνητική και στατιστικά σημαντική συσχέτιση ταμειακών ροών – καινοτομίας δείχνει ότι οι καινοτόμες επιχειρήσεις χρηματοδοτώντας την έρευνα από ίδια κεφάλαια, λόγω χαμηλής χρηματοδότησης από εξωτερικές πηγές, δεν έχουν υψηλή κερδοφορία. Η συσχέτιση μεγέθους – καινοτομίας στη διεθνή βιβλιογραφία συναντάται συχνά και ως αρνητική, αλλά και ως θετική. Τα αποτελέσματα της παρούσας οικονομετρικής ανάλυσης ωστόσο υποδεικνύουν ότι το μέγεθος των επιχειρήσεων δεν φαίνεται να επηρεάζει την καινοτομικότητα. Ακόμα, η θετική και στατιστικά σημαντική συσχέτιση της μεταβλητής που περιγράφει το ιδιοκτησιακό καθεστώς με την καινοτομία, σύμφωνα και με τους Chen et al. (2016) σημαίνει ότι οι μετοχικές επιχειρήσεις είναι αυτές που καινοτομούν, καθώς οι ατομικές ή οι οικογενειακές συχνά δεν έχουν το μέγεθος και την οικονομική δυνατότητα για καινοτομία. Η επίσης θετική και στατιστικά σημαντική συσχέτιση του ποσοστού επιστημόνων στο ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων με την καινοτομία που παρουσιάζουν, υποδηλώνει ότι η ύπαρξη προσωπικού υψηλής κατάρτισης δείχνει τάση και δυνατότητα για καινοτομία, πράγμα που συμφωνεί με τα αποτελέσματα εμπειρικών ερευνών σε χώρες εκτός Ελλάδος (Furukawa & Goto, 2006). Από την άλλη, η αρνητική αλλά μη στατιστικά σημαντική συσχέτιση του ποσοστού των

εργαζομένων με μεταπτυχιακές σπουδές στην επιχείρηση με την καινοτομία της δείχνει ότι δεν έχει σημασία η ύπαρξη μεταπτυχιακών αλλά η ύπαρξη επιστημόνων τεχνολογικής κατεύθυνσης. Εν μέρει αυτό έρχεται σε συμφωνία με τις παρατηρήσεις της Leironen (1996), η οποία παρόλο που βρίσκει θετική συσχέτιση των εκπαιδευτικών ικανοτήτων των υπαλλήλων με την καινοτομία των επιχειρήσεων, θεωρεί ότι αυτές οι ικανότητες είναι μια αναγκαία αλλά όχι και ικανή συνθήκη για καινοτομία, καθώς αφανείς παράγοντες όπως η οργάνωση και η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, μπορεί να επηρεάζουν την αποτελεσματικότητα των υψηλά ειδικευμένων εργαζόμενων. Μία άλλη ερμηνεία που μπορεί να δοθεί είναι ότι οι εργαζόμενοι με μεταπτυχιακά διπλώματα επιβαρύνουν την επιχείρηση μισθολογικά, σε βάρος των δαπανών για Έρευνα και Ανάπτυξη, καθώς είναι υψηλότερα αμειβόμενοι. Επιπλέον, η θετική αλλά μη στατιστικά σημαντική συσχέτιση της μεταβλητής κάλυψης των χρηματοοικονομικών εξόδων με την καινοτομία των επιχειρήσεων δείχνει ότι δε συσχετίζεται η καινοτομία με την ικανότητα κάλυψης των δανειακών υποχρεώσεων των επιχειρήσεων. Η ερμηνεία που δίνεται είναι ότι λόγω της οικονομικής κρίσης, δεν υπάρχει η δυνατότητα δανεισμού, αλλά ούτε και η δυνατότητα κάλυψης των χρηματοοικονομικών δαπανών για όλες τις επιχειρήσεις. Τέλος, σύμφωνα και με τους De Faria et al. (2010) και Zeng et al. (2010), η θετική και στατιστικά σημαντική συσχέτιση της μεταβλητής που δηλώνει το βαθμό συνεργασίας των επιχειρήσεων με άλλες επιχειρήσεις για Έρευνα και Ανάπτυξη υποδεικνύει ότι οι συνεργασίες μεταξύ των επιχειρήσεων σε θέματα Έρευνας και Ανάπτυξης είναι η πλέον σημαντική μεταβλητή για την καινοτομία. Από την άλλη, η αρνητική και μη στατιστικά σημαντική συσχέτιση της καινοτομικότητας με τη μεταβλητή που δηλώνει το βαθμό συνεργασίας των επιχειρήσεων με πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα για διαδικασίες καινοτομίας δείχνει ότι δεν υπάρχει συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων και πανεπιστημίων για Έρευνα και Ανάπτυξη και έρχεται σε αντίθεση με τη διεθνή βιβλιογραφία (Audretsch et al., 2005; Muscio & Nardone, 2012; Tsai & Wang, 2009). Το εύρημα αυτό, παρόλο που θεωρείται περίεργο, μπορεί να εξηγηθεί, με την ισχύουσα πραγματικότητα στην Ελλάδα. Ιδιαίτερα λόγω του δείγματος της έρευνας, το οποίο αποτελείται από επιχειρήσεις χαμηλής μεταποίησης, χωρίς ουσιαστική καινοτομία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ

5.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στη σημερινή εποχή, η οικονομική ανάπτυξη είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την καινοτομία και τη συνεργασία. Στόχος αυτής της εργασίας αποτέλεσε ο προσδιορισμός των κύριων παραγόντων που συνδέονται με την καινοτομικότητα των Ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων. Για την επίτευξη του στόχου αυτού συγκεντρώθηκαν και επεξεργάστηκαν ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία μέσα από βάσεις δεδομένων και από έρευνα πεδίου. Τα αποτελέσματα αυτής της εργασίας δείχνουν ότι η ηλικία, το ιδιοκτησιακό καθεστώς, ο δείκτης αποδοτικότητας ταμειακές ροές προς σύνολο ενεργητικού, το ποσοστό επιστημόνων στο ανθρώπινο δυναμικό και η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις αποτελούν προσδιοριστικούς παράγοντες της καινοτομικότητάς τους, συμφωνώντας και με την διεθνή βιβλιογραφία (βλέπε: Balasubramanian & Lee, 2008; Chen et al., 2016; Coad et al., 2016; De Faria et al., 2010; Furukawa & Goto, 2006; Zeng et al., 2010).

Πιο αναλυτικά, φαίνεται ότι η καινοτομικότητα των Ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων συνδέεται με την ηλικία τους, καθώς, σύμφωνα με τους Balasubramanian & Lee (2008), τους Coad et al. (2016) αλλά και με τα αποτελέσματα της ανάλυσης, η ηλικία φαίνεται να επηρεάζει αρνητικά την καινοτομικότητα, αφού όσο μεγαλύτερη είναι η ηλικία των επιχειρήσεων, τόσο λιγότερη καινοτομία εμφανίζουν. Η ερμηνεία που μπορεί να δοθεί είναι ότι οι «γηραιότερες» επιχειρήσεις είναι εκείνες των παραδοσιακών κλάδων που δεν έχουν σχέση με την υψηλή τεχνολογία και δεν εστιάζουν στην καινοτομία καθώς είναι εδραιωμένες στην αγορά. Επιπλέον, σύμφωνα με τους Chen et al. (2016) αλλά και σύμφωνα με την ανάλυση του υποδείγματος, η θετική συσχέτιση που παρατηρείται μεταξύ καινοτομικότητας και ιδιοκτησιακού καθεστώτος, δείχνει ότι οι ατομικές επιχειρήσεις, είναι λιγότερο πιθανό να εμφανίσουν καινοτομία. Αυτό το εύρημα υποδεικνύει ότι οι ατομικές επιχειρήσεις ενδεχομένως να μην έχουν πόρους διαθέσιμους για Έρευνα και Ανάπτυξη, κυρίως λόγω του μεγέθους, των διασυνδέσεων και της οικονομικής επιφάνειάς τους. Ένας ακόμα προσδιοριστικός παράγοντας της καινοτομικότητας για τις Ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι ο δείκτης ταμειακές ροές προς σύνολο ενεργητικού, που είναι ένας δείκτης

αποδοτικότητας (Brown & Petersen, 2011). Η αρνητική συσχέτιση αυτού του δείκτη με την καινοτομικότητα σημαίνει ότι όσο ο δείκτης αυτός μεγαλώνει, τόσο λιγότερες πιθανότητες υπάρχουν να παρατηρηθεί καινοτομία στην επιχείρηση. Η ερμηνεία που μπορεί να δοθεί είναι διπλή. Αφενός συμπεραίνεται ότι οι επιχειρήσεις με υψηλές ταμειακές ροές δεν έχουν ανάγκη για καινοτομία, καθώς είναι ήδη κερδοφόρες και, αφετέρου, ότι οι καινοτόμες επιχειρήσεις δεν εμφανίζουν υψηλή κερδοφορία, επειδή αναγκάζονται να χρηματοδοτούν την έρευνα από ίδιους πόρους, λόγω χαμηλής χρηματοδότησης. Επιπλέον ένας παράγοντας που προσδιορίζει την καινοτομικότητα είναι, σύμφωνα με τους Furukawa & Goto (2006) και με την ανάλυση, το ποσοστό επιστημόνων στο ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων. Η θετική συσχέτιση που παρατηρείται οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η ύπαρξη προσωπικού υψηλής μόρφωσης και κατάρτισης μπορεί να δημιουργήσει στην επιχείρηση περιβάλλον με δυνατότητες καινοτομίας. Τέλος, οι συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις, σύμφωνα και με τους (De Faria et al., 2010; Zeng et al., 2010) φαίνεται να έχουν θετικό αντίκτυπο στην ανάπτυξη της καινοτομικότητας. Αυτό σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις που επιλέγουν να συνεργάζονται με άλλες επιχειρήσεις, είτε αυτοί είναι συνεργάτες, προμηθευτές ή και ανταγωνιστές, αυξάνουν την πιθανότητα να καινοτομήσουν. Η ερμηνεία που δίνεται είναι ότι πολλές επιχειρήσεις διατηρούν τεχνογνωσία και πληροφορίες τις οποίες είναι διατεθειμένες να ανταλλάξουν με άλλες επιχειρήσεις, προκειμένου να αναπτυχθούν και να καινοτομήσουν.

Επιπλέον, μέσα από τη βιβλιογραφική επισκόπηση, εξήχθησαν ορισμένα πολύ σημαντικά συμπεράσματα για την καινοτομικότητα των επιχειρήσεων, τα οποία κρίνεται σκόπιμο να περιληφθούν στο κεφάλαιο αυτό. Προέκυψε ότι οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις επιτυγχάνουν καινοτομίες υψηλότερου επιπέδου (Belderbos et al., 2004) και ότι τα πανεπιστήμια παίζουν ζωτικής σημασίας ρόλο στην καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα ως κύριοι δημιουργοί νέας γνώσης αλλά και ως «προμηθευτές» ικανού προσωπικού στην αγορά εργασίας (Guan & Zhao, 2013). Επιπλέον, προέκυψε ότι η συνεργασία με προμηθευτές και ανταγωνιστές έχει σημαντική επίδραση στην ανάπτυξη της παραγωγικότητας εργασίας (De Faria et al., 2010) και, τέλος, ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που συνεργάζονται με επιχειρήσεις του εξωτερικού έχουν καλύτερες επιδόσεις στην καινοτομία τους, σε σχέση με αυτές που δε συνεργάζονται (Kang & Park, 2012).

Εν κατακλείδι, η οικονομετρική ανάλυση που έγινε, έδειξε ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν την καινοτομικότητα των Ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι η ηλικία, το ιδιοκτησιακό καθεστώς, οι ταμειακές ροές, το επιστημονικό προσωπικό και η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις. Αυτό σημαίνει πως υπάρχει ανάγκη τα ευρήματα αυτά να ενισχυθούν, ώστε να υπάρξει καινοτομία και, κατ' επέκταση, μια βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη.

5.2 ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ

5.2.1 ΑΠΟ ΤΗ ΜΕΡΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΕΙΑΣ

Σύμφωνα με τους Kang & Park (2012), η στήριξη από την πολιτεία, επηρεάζει άμεσα και έμμεσα την καινοτομία μιας επιχείρησης, αφού τονώνει το εσωτερικό R&D και προωθεί τις συνεργασίες. Συνεπώς, είναι αναγκαία η θέσπιση κυβερνητικών πολιτικών για την υποστήριξη των επιχειρήσεων που έχουν υψηλό δυναμικό για καινοτομία, προσφέροντας τεχνική υποστήριξη και άλλα κίνητρα, όπως φοροαπαλλαγές (Tödtling et al., 2009), ή φοροελαφρύνσεις για τα έξοδα έρευνας και ανάπτυξης, επιδοτήσεις για τα έξοδα έρευνας και ανάπτυξης (Kang & Park, 2012), βελτιώσεις στους κανονισμούς ειδικά για τις καινοτόμες επιχειρήσεις, απλοποίηση της υπάρχουσας νομοθεσίας, επιχορηγήσεις κατά την ίδρυση νέων καινοτόμων επιχειρήσεων και χρηματοδοτήσεις για επενδύσεις υψηλού ρίσκου (Herrmann & Kritikos, 2013). Ακόμα, όπως αναφέρουν και οι Autant-Bernard et al. (2013), είναι σημαντικές οι πολιτικές που προωθούν το ιδιωτικό R&D, καθώς ευνοούν όχι μόνο τις εσωτερικές δραστηριότητες R&D μιας επιχείρησης, αλλά και την ικανότητά της να εκμεταλλευτεί τις ροές της ανοιχτής εξωτερικής έρευνας.

Ωστόσο, ιδιαίτερη βαρύτητα θα πρέπει να δοθεί και στο συμπέρασμα ότι δεν υπάρχει συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων και πανεπιστημίων για Έρευνα και Ανάπτυξη. Η επιτυχία του αποτελέσματος που προκύπτει μέσα από τις συνεργασίες επιχειρήσεων και πανεπιστημίων ή ερευνητικών ιδρυμάτων, είναι στην πλειοψηφία των περιπτώσεων δεδομένη. Επομένως, οι πολιτικές που προωθούν και ενισχύουν τέτοιου είδους συνεργασίες είναι ιδιαίτερα σημαντικές (Tödtling et al., 2009). Καθώς είναι κοινά αποδεκτό το γεγονός ότι οι κυβερνητικές πολιτικές επηρεάζουν έντονα την

αποτελεσματικότητα των πανεπιστημίων και των ερευνητικών ιδρυμάτων, αναφορικά με τις διαδικασίες καινοτομίας (Zeng et al., 2010), οι ιθύνοντες θα πρέπει να χαράξουν πολιτικές οι οποίες θα ενδυναμώνουν τους δεσμούς μεταξύ των πανεπιστημίων και του ιδιωτικού τομέα (Solleiro & Gaona, 2012), ώστε να δημιουργηθεί μια σταθερή βάση συνεργασίας, μέσω της οποίας θα υπάρχει αμοιβαία πληροφόρηση ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τα πανεπιστήμια. Τέτοιο παράδειγμα αποτελούν τα επιστημονικά πάρκα (Guan & Zhao, 2013). Επομένως, θα πρέπει να ληφθούν πρωτοβουλίες αναβάθμισης των γραφείων διασύνδεσης που λειτουργούν εντός των πανεπιστημίων και των ερευνητικών ιδρυμάτων, ώστε αυτά να συνδέονται σταδιακά με ισχυρότερους δεσμούς με τα επιστημονικά – τεχνολογικά πάρκα. Ακόμα θα πρέπει τα επιστημονικά πάρκα να εποπτεύονται από τον ίδιο κυβερνητικό οργανισμό, ούτως ώστε να αναπτύσσονται ισχυροί δεσμοί μεταξύ αυτών και της πολιτείας (Villa & Antonelli, 2009).

Επιπλέον, η πολιτεία θα πρέπει να μεριμνήσει για την ανάπτυξη των υπαρχόντων πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων, καθώς και για την εγκαθίδρυση νέων ιδρυμάτων έρευνας υψηλής ποιότητας. Ιδιαίτερος για την Ελλάδα, θα πρέπει να δοθούν κίνητρα στο ερευνητικό δυναμικό ώστε να παραμείνει στη χώρα και να γίνουν μεταρρυθμίσεις για την ενίσχυση του εκπαιδευτικού συστήματος (Herrmann & Kritikos, 2013). Επίσης, προκειμένου να υπάρξει στη χώρα ένα αναδιαρθρωμένο εθνικό σύστημα καινοτομίας, θα πρέπει να ιδρυθούν και νέες δομές, οι οποίες θα επιτρέπουν στους ιδιωτικούς και τους δημόσιους οργανισμούς να συμμετέχουν σε εθελοντικές κοινότητες ανταλλαγής γνώσεων (Papadopoulos et al., 2013). Συν τοις άλλοις, οι κυβερνήσεις θα πρέπει να προωθήσουν την καινοτομία στοχεύοντας σε πολιτικές που θα διευκολύνουν τις διεθνείς διασυνδέσεις, ώστε να συνάπτονται συνεργασίες και εκτός των συνόρων (Kang & Park, 2012) και θα ενισχύουν την καινοτομική ικανότητα των cluster που αποτελούνται από μικρομεσαίες επιχειρήσεις, προωθώντας την ανοιχτή καινοτομία στα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά κέντρα (Cai & Fan, 2011).

Τελικά, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικών αντιμετωπίζουν ένα σοβαρό δίλημμα. Από τη μία θα πρέπει να διευκολύνουν την ανάπτυξη της καινοτομίας ώστε να υπάρξει μεγέθυνση στην οικονομία, όμως, από την άλλη, θα πρέπει να εισάγουν πολιτικές χωρίς μεγάλα κόστη για τη χώρα (Papadopoulos et al., 2013).

5.2.2 ΑΠΟ ΤΗ ΜΕΡΙΑ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Από τη μεριά των επιχειρήσεων, θα πρέπει να γίνονται ενέργειες προώθησης της μεταξύ τους συνεργασίας, για την υλοποίηση καινοτομιών, ενώ θα πρέπει οι ίδιες να αναλάβουν να πείσουν τους κρατικούς φορείς για τη σημασία μιας μεγαλύτερης δέσμευσης για την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα τους (Solleiro & Gaona, 2012). Επίσης, οι διευθυντές των επιχειρήσεων θα πρέπει να είναι πιο εξωστρεφείς και να αναπτύσσουν το κοινωνικό τους κεφάλαιο συμμετέχοντας σε διεθνείς στρατηγικές συνεργασίες που αποσκοπούν στη δημιουργία ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων, εκμεταλλευόμενοι τις νέες τεχνολογίες ανεπίσημης επικοινωνίας των κοινωνικών δικτύων, όταν η απόσταση είναι μεγάλη. Μία επιπλέον πρόταση που αφορά τις επιχειρήσεις είναι η οργάνωσή τους σε συλλόγους, μέσα από τους οποίους θα διευκολύνονται οι μεταξύ τους αλληλεπιδράσεις και, ως εκ τούτου, θα ενισχύονται οι πιθανότητες σύναψης συνεργατικών σχέσεων (Felzensztein et al., 2014). Ακόμα, αφού η δημιουργία ικανοτήτων θεωρείται σημαντικός παράγοντας επιτυχίας, είναι αναγκαία η εκπαίδευση του προσωπικού των επιχειρήσεων στη διαχείριση της καινοτομίας και τις πολιτικές που την αφορούν (Solleiro & Gaona, 2012). Ωστόσο, σύμφωνα και με τους Kim & Hwang (2011), οι επιχειρήσεις θα πρέπει να εξετάζουν την καινοτομία όχι μόνο στη σφαίρα της επιχειρηματικότητας, αλλά και στο ευρύτερο πλαίσιο της κοινωνικής αλλαγής, αντιλαμβανόμενες, σύμφωνα με τους Papadopoulos et al. (2013), τη σημαντικότητα της ανταλλαγής τεχνογνωσίας και πληροφοριών.

Ιδιαίτερα για τις μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες από άποψη συμπεριφοράς δεν χαρακτηρίζονται από ομοιογένεια, οι πολιτικές που θα πρέπει να ακολουθηθούν χρειάζεται να είναι διαφοροποιημένες, ανάλογα με τις αδυναμίες και τους κινδύνους που αντιμετωπίζει η κάθε μία, καθώς και να ιεραρχούνται. Αυτό σημαίνει πως μία μικρή επιχείρηση που εμφανίζει αδυναμία στον προσδιορισμό του στρατηγικού της οράματος θα πρέπει, πριν από οτιδήποτε άλλο, να εφαρμόσει πολιτικές οικοδόμησης ικανοτήτων στρατηγικού σχεδιασμού, παρά να λάβει π.χ. μέτρα για τη στήριξη της εξαγωγικής της δραστηριότητας (Hagen et al., 2012).

Στην πράξη, πάντως, οι επιχειρήσεις διστάζουν να συμμετάσχουν σε συνεργασίες που μπορεί να μην τους εξασφαλίσουν εγγυημένα σημαντικά οφέλη, ή μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο τη μελλοντική τους βιωσιμότητα ή να απογοητεύσουν τους μετόχους τους (Papadopoulos et al., 2013).

5.2.3 ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Στον αντίλογο, οι Ben Letaifa & Rabeau (2013), υποστηρίζουν ότι τα επιτυχημένα cluster είναι αυτά που σχηματίζονται εθελοντικά, μετά από ιδιωτικές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, επιζητώντας τη διάχυση γνώσης και την καινοτομία. Μέσα από τις κυβερνητικές παρεμβάσεις και διευκολύνσεις, δημιουργούνται «τεχνητά» cluster, στηριζόμενα περισσότερο σε εξωγενείς ομοιότητες (γεωγραφικές, οργανωτικές, γνωστικές, θεσμικές) και λιγότερο στον ενδογενή κοινωνικό παράγοντα, τον οποίο τα «αυθόρμητα» cluster, επιζητούν κατά το σχηματισμό τους. Όπως υποστήριξαν και οι Connell et al. (2014), προκειμένου να επιτευχθεί καινοτομία, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να μάθουν να συνδέονται μεταξύ τους.

Γενικά, φαίνεται ότι δεν υπάρχουν συγκεκριμένες ιδανικές πολιτικές για τα cluster, καθώς είναι διαφορετικές οι δυνάμεις και οι ανάγκες του κάθε δικτύου. Όμως, για να υπάρξει πραγματική οικονομική ανάπτυξη στα δίκτυα συνεργασίας, χρειάζονται πλαίσια που κάνουν κάτι περισσότερο από το να υποδεικνύουν τι ακριβώς απαιτείται προκειμένου να δημιουργηθεί ένα cluster. Χρειάζονται, δηλαδή, πλαίσια, τα οποία να μπορούν να οδηγήσουν το cluster σε σταθερή και βιώσιμη ανάπτυξη (Aziz & Norhashim, 2008).

Επομένως, ιδιαίτερα αφού η παγκόσμια οικονομική κρίση ανέδειξε την ανάγκη για καινοτομία, προκειμένου να διαφοροποιηθούν οι οικονομίες και να δημιουργηθούν θέσεις εργασίας, τα cluster είναι ιδιαίτερα ελκυστικά, από πολιτικής απόψεως, καθώς εξυπηρετούν έναν διπλό σκοπό. Αφενός ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, αξιοποιώντας τα οφέλη που προκύπτουν από τη συνεργασία και τη συσσώρευση των επιχειρήσεων και, αφετέρου, χτίζουν ή αναζωογονούν στοχευμένες περιοχές (Connell et al., 2014).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης. (2015). "*Καινοτομία στις ελληνικές επιχειρήσεις 2010-2012*". Αθήνα. Retrieved from http://metrics.ekt.gr/sites/metrics/files/CIS_2010-2012_Greece_el.pdf
- Arago, A., & Sa, G. (2012). "A longitudinal study of the relationship between export activity and innovation in the Spanish firm : The moderating role of productivity §", *21*, 862–877.
- Audretsch, D. B., Lehmann, E. E., & Warning, S. (2005). "University spillovers and new firm location". *Research Policy*, *34*, 1113–1122.
- Autant-Bernard, C., Fadaïro, M., & Massard, N. (2013). "Knowledge diffusion and innovation policies within the European regions: Challenges based on recent empirical evidence". *Research Policy*, *42*(1), 196–210.
- Aziz, K. A., & Norhashim, M. (2008). "Cluster-based policy making: Assessing performance and sustaining competitiveness". *Review of Policy Research*, *25*(4), 349–375.
- Balasubramanian, N., & Lee, J. (2008). "Firm age and innovation". *Industrial and Corporate Change*, *17*(5), 1019–1047.
- Beers, C. Van, & Zand, F. (2014). "R&D Cooperation, Partner Diversity, and Innovation Performance: An Empirical Analysis". *Journal of Product Innovation Management*, *31*(2), 292–312.
- Belderbos, R., Carree, M., & Lokshin, B. (2004). "Cooperative R&D and firm performance". *Research Policy*, *33*(May), 1477–1492.
- Belso-Martínez, J. A. (2006). "Do industrial districts influence export performance and export intensity? Evidence for Spanish SMEs' internationalization process". *European Planning Studies*, *14*(6), 791–810.
- Ben Letaifa, S., & Rabeau, Y. (2013). "Too close to collaborate? How geographic proximity could impede entrepreneurship and innovation". *Journal of Business Research*, *66*(10), 2071–2078.
- Beugelsdijk, S., & Cornet, M. (2002). "'A far friend is worth more than a good neighbour": Proximity and innovation in a small country". *Journal of Management and Governance*, *6*, 169–188.
- Bourantas, D., & Halikias, J. (1991). "Discriminating Variables Between Systematic and Non-Systematic Exporting Manufacturing Firms in Greece". *Journal of Global Marketing*, *4*(2), 21–38.
- Bourletidis, D. (2014). "The Strategic Model of Innovation Clusters : Implementation of Blue Ocean Strategy in a typical Greek Region". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *148*, 645–652.
- Brown, J. R., & Petersen, B. C. (2011). "Cash holdings and R & D smoothing". *Journal*

- of Corporate Finance*, 17(3), 694–709.
- Cai, H., & Fan, R. (2011). "Analysis of differences in innovation capacity and performance of SMEs clusters". *Communications in Computer and Information Science*, 208, 310–316.
- Caldera, A. (2010). "Innovation and exporting: Evidence from Spanish manufacturing firms". *Review of World Economics*, 146, 657–689.
- Casanueva, C., Castro, I., & Galán, J. L. (2013). "Informational networks and innovation in mature industrial clusters". *Journal of Business Research*, 66(5), 603–613.
- Cassiman, B., Golovko, E., & Martínez-Ros, E. (2010). "Innovation, exports and productivity". *International Journal of Industrial Organization*, 28(4), 372–376.
- Cassiman, B., & Martínez-Ros, E. (2007). "Product innovation and exports: Evidence Spanish manufacturing". *IESE Business School Working Papers*, 1–32.
- Chadha, A. (2009). "Product Cycles, Innovation, and Exports: A Study of Indian Pharmaceuticals". *World Development*, 37(9), 1478–1483.
- Chaminade, C., & Vang, J. (2008). "Globalisation of knowledge production and regional innovation policy: Supporting specialized hubs in the Bangalore software industry". *Research Policy*, 37, 1684–1696.
- Chen, C.-J., Lin, B.-W., Lin, Y.-H., & Hsiao, Y.-C. (2016). "Ownership structure, independent board members and innovation performance: A contingency perspective". *Journal of Business Research*, 69(9), 3371–3379.
- Coad, A., Segarra, A., & Teruel, M. (2016). "Innovation and firm growth: Does firm age play a role?". *Research Policy*, 45(2), 387–400.
- Connell, J., Kriz, a, & Thorpe, M. (2014). "Industry clusters: an antidote for knowledge sharing and collaborative innovation?". *Journal of Knowledge Management*, 18(1), 137–151.
- Davenport, S. (2005). "Exploring the role of proximity in SME knowledge-acquisition". *Research Policy*, 34(5), 683–701.
- De Faria, P., Lima, F., & Santos, R. (2010). "Cooperation in innovation activities: The importance of partners". *Research Policy*, 39(8), 1082–1092.
- Dressler, M. (2013). "Innovation management of German wineries: from activity to capacity—an explorative multi-case survey". *Wine Economics and Policy*, 2(1), 19–26.
- Enright, M. J., & Roberts, B. H. (2001). "Regional Clustering in Australia". *Australian Journal of Management*, 26, 65–85.
- Erkuş-Öztürk, H. (2009). "The role of cluster types and firm size in designing the level of network relations: The experience of the Antalya tourism region". *Tourism Management*, 30, 589–597.
- European Commision. (2014a). "2014 SBA Fact Sheet". Retrieved from <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance->

review/files/countries-sheets/2014/greece_en.pdf

- European Commission. (2014b). "Innovation Union Scoreboard 2014". Retrieved from http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius/ius-2014_en.pdf
- Eurostat. (2004). "The fourth community innovation survey - CIS IV The Harmonised survey questionnaire", (Cis Iv), 9. Retrieved from <http://www.oecd.org/dataoecd/52/35/40140021.pdf>
- Felzensztein, C., Brodt, S. E., & Gimmon, E. (2014). "Do strategic marketing and social capital really matter in regional clusters?? Lessons from an emerging economy of Latin America". *Journal of Business Research*, 67(4), 498–507.
- Felzensztein, C., Stringer, C., Benson-Rea, M., & Freeman, S. (2014). "International marketing strategies in industrial clusters: Insights from the Southern Hemisphere". *Journal of Business Research*, 67(5), 837–846.
- Fontana, R., Geuna, A., & Matt, M. (2006). "Factors affecting university-industry R and D projects: The importance of searching, screening and signalling". *Research Policy*, 35, 309–323.
- Freeman, C., & Soete, L. (1997). "The Economics of Industrial Innovation". Pinter. Pinter.
- Furukawa, R., & Goto, A. (2006). "The role of corporate scientists in innovation". *Research Policy*, 35(1), 24–36.
- Gashi, P., Hashi, I., & Pugh, G. (2013). "Export behaviour of SMEs in transition countries". *Small Business Economics*, (April 2013), 1–29.
- Gebauer, H., Worch, H., & Truffer, B. (2012). "Absorptive capacity, learning processes and combinative capabilities as determinants of strategic innovation". *European Management Journal*, 30(1), 57–73.
- Guan, J., & Zhao, Q. (2013). "The impact of university-industry collaboration networks on innovation in nanobiopharmaceuticals". *Technological Forecasting and Social Change*, 80(7), 1271–1286.
- Hagen, B., Zucchella, A., Cerchiello, P., & De Giovanni, N. (2012). "International strategy and performance-Clustering strategic types of SMEs". *International Business Review*, 21, 369–382.
- Hajek, P., Henriques, R., & Hajkova, V. (2014). "Visualising components of regional innovation systems using self-organizing maps-Evidence from European regions". *Technological Forecasting and Social Change*, 84, 197–214.
- Hall, B. H., & Lerner, J. (2009). "The Financing of R & D and Innovation".
- Herrmann, B., & Kritikos, A. S. (2013). "Growing out of the Crisis: Hidden Assets to Greece's Transition to an Innovation Economy". *IZA Journal of European Labor Studies*, 2(14), 1–23. Retrieved from <http://ftp.iza.org/dp7606.pdf>
- Herstad, S. J., Aslesen, H. W., & Ebersberger, B. (2014). "On industrial knowledge bases, commercial opportunities and global innovation network linkages". *Research Policy*, 43(3), 495–504.

- Hoffman, K., Parejo, M., Bessant, J., & Perren, L. (1998). "Small firms, R&D, technology and innovation in the UK: a literature review". *Technovation*, 18(1), 39–55.
- Imbriani, C., Morone, P., & Testa, G. (2014). "Innovation, quality and exports: The case of Italian SMEs". *The Journal of International Trade & Economic Development*, 23(8), 1089–1111.
- Kang, K. N., & Park, H. (2012). "Influence of government R&D support and inter-firm collaborations on innovation in Korean biotechnology SMEs". *Technovation*, 32(1), 68–78.
- Keupp, M. M., Palmié, M., & Gassmann, O. (2012). "The Strategic Management of Innovation: A Systematic Review and Paths for Future Research". *International Journal of Management Reviews*, 14, 367–390.
- Kim, S. H., & Huarng, K. H. (2011). "Winning strategies for innovation and high-technology products management". *Journal of Business Research*, 64(11), 1147–1150.
- Kirkels, Y., & Duysters, G. (2010). "Brokerage in SME networks". *Research Policy*, 39(3), 375–385.
- Klerkx, L., & Leeuwis, C. (2008). "Balancing multiple interests: Embedding innovation intermediation in the agricultural knowledge infrastructure". *Technovation*, 28, 364–378.
- Klomp, L., & Van Leeuwen, G. (2001). "Linking Innovation and Firm Performance: A New Approach". *International Journal of the Economics of Business*, 8(3), 343–364.
- Kobernyuk, E., Stiles, D., & Ellson, T. (2014). "International joint ventures in Russia: Cultures' influences on alliance success". *Journal of Business Research*, 67(4), 471–477.
- Kumral, N., Akgüngör, S., & Lenger, A. (2006). "*National industry clusters: The case of Turkey*".
- Lachenmaier, S., & Wößmann, L. (2006). "Does innovation cause exports? Evidence from exogenous innovation impulses and obstacles using German micro data". *Oxford Economic Papers*, 58(2), 317–350. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1093/oep/gpi043>
- Lai, Y. L., Hsu, M. S., Lin, F. J., Chen, Y. M., & Lin, Y. H. (2014). "The effects of industry cluster knowledge management on innovation performance". *Journal of Business Research*, 67(5), 734–739.
- Leal-Rodríguez, A. L., Eldridge, S., Roldán, J. L., Leal-Millán, A. G., & Ortega-Gutiérrez, J. (2015). "Organizational unlearning, innovation outcomes, and performance: The moderating effect of firm size". *Journal of Business Research*, 68(4), 803–809.
- Lee, S., Park, G., Yoon, B., & Park, J. (2010). "Open innovation in SMEs-An intermediated network model". *Research Policy*, 39(2), 290–300.

- Lee, Y., Shin, J., & Park, Y. (2012). "The changing pattern of SME's innovativeness through business model globalization". *Technological Forecasting and Social Change*, 79(5), 832–842.
- Leiponen, A. (1996). "*Education and Innovative Capabilities*".
- Lenchuk, E. B., & Vlaskin, G. a. (2010). "The cluster approach in the innovation development strategy of foreign countries". *Studies on Russian Economic Development*, 21(5), 484–492.
- Lewandowska, M. S., Szymura-Tyc, M., & Gołębiowski, T. (2016). "Innovation complementarity, cooperation partners, and new product export: Evidence from Poland". *Journal of Business Research*, 69(9), 3673–3681.
- Lin, C. Y. Y., & Edvinsson, L. (2011). "National intellectual capital: A comparison of 40 countries". In *National Intellectual Capital: A Comparison of 40 Countries* (pp. 111–135). Springer Science+Business Media.
- López-Nicolás, C., & Meroño-Cerdán, Á. L. (2011). "Strategic knowledge management, innovation and performance". *International Journal of Information Management*, 31, 502–509.
- Maine, E. M., Shapiro, D. M., & Vining, A. R. (2008). "The role of clustering in the growth of new technology-based firms". *Small Business Economics*, 34(2), 127–146.
- Markatou, M. (2011). "A taxonomy of innovations in Greece: implications for innovation policy and management". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 25, 115–122.
- Moosavi, S. V., & Noorizadegan, M. (2009). "Export Clusters". In *Supply Chain and Logistics in National, International and Governmental Environment* (pp. 159–194). Physica-Verlag HD.
- Motoyama, Y. (2008). "What Was New About the Cluster Theory?: What Could It Answer and What Could It Not Answer?". *Economic Development Quarterly*, 22(4), 353–363.
- Murro, P. (2013). "the Determinants of Innovation: What Is the Role of Risk?*". *The Manchester School*, 81, 293–323.
- Muscio, A., & Nardone, G. (2012). "The determinants of university-industry collaboration in food science in Italy". *Food Policy*, 37(6), 710–718.
- Nassimbeni, G. (2001). "Technology, innovation capacity, and the export attitude of small manufacturing firms: a logit/tobit model.". *Research Policy*, 30(October), 245.
- Neves, A., Teixeira, A. A. C., & Silva, S. T. (2016). "Exports-R&D investment complementarity and economic performance of firms located in Portugal". *Investigacion Economica*, 75(295), 125–156.
- Osarenkhoe, A. (2010). "A study of inter-firm dynamics between competition and cooperation – A cooperation strategy". *Management*, 17(3/4), 201–221.
- Ozman, M. (2009). "Inter-firm networks and innovation: a survey of literature".

Economics of Innovation and New Technology, 18(1), 39–67.

- Papadopoulos, T., Stamati, T., Nikolaidou, M., & Anagnostopoulos, D. (2013). "From open source to open innovation practices: A case in the greek context in light of the debt crisis". *Technological Forecasting and Social Change*, 80(6), 1232–1246.
- Piperopoulos, P., & Piperopoulos, G. (2009). "Is Greece Finally on the Right Path Toward Entrepreneurship, Innovation, and Business Clusters?". *International Journal of Public Administration*, 33(1), 55–59.
- Pla-Barber, J., & Alegre, J. (2007). "Analysing the link between export intensity, innovation and firm size in a science-based industry". *International Business Review*, 16(3), 275–293.
- Porter, M. E. (1998). "Clusters and the new economics of competition.". *Harvard Business Review*, 76, 77–90.
- Revilla, A. J., & Fernández, Z. (2012). "The relation between firm size and R&D productivity in different technological regimes". *Technovation*, 32, 609–623.
- Rodil, Ó., Vence, X., & Sánchez, M. del C. (2016). "The relationship between innovation and export behaviour: The case of Galician firms". *Technological Forecasting and Social Change*, 113, Part, 248–265.
- Sarvan, F., Durmuş, E., Köksal, C. D., Başer, G. G., Dirlik, O., Atalay, M., & Almaz, F. (2011). "Network based determinants of innovation performance in yacht building clusters". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 1671–1685.
- Sawers, J. L., Pretorius, M. W., & Oerlemans, L. a G. (2008). "Safeguarding SMEs dynamic capabilities in technology innovative SME-large company partnerships in South Africa". *Technovation*, 28, 171–182.
- Sedziuviene, N., & Vveinhardt, J. (2010). "Competitiveness and Innovations: Role of Knowledge Management at a Knowledge Organization". *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 21(5), 525–536.
- Sengupta, J. (2012). *"Dynamics of Industry Growth"*. Springer New York. New York: Springer Science+Business Media.
- Smits, R. (2002). "Innovation studies in the 21st century: Questions from a user's perspective". *Technological Forecasting and Social Change*, 69, 861–883.
- Solleiro, J. L., & Gaona, C. (2012). "Promotion of a Regional Innovation System: The Case of the State of Mexico". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 52, 110–119.
- Soriano, D. R., & Huarng, K. H. (2013). "Innovation and entrepreneurship in knowledge industries". *Journal of Business Research*, 66(10), 1964–1969.
- Stanko, M. a., & Olleros, X. (2013). "Industry growth and the knowledge spillover regime: Does outsourcing harm innovativeness but help profit?". *Journal of Business Research*, 66(10), 2007–2016.
- Sum, V. (2013). "Innovation and Firm Performance: Evidence From the Capital Market". *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 9(2), 272–277.

- Szanyi, M. (2012). "Industrial Clusters: Concepts and Empirical Evidence from East-Central Europe". In *Clusters in Automotive and Information & Communication Technology* (pp. 87–112). Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Tödttling, F., Lehner, P., & Kaufmann, A. (2009). "Do different types of innovation rely on specific kinds of knowledge interactions?". *Technovation*, 29, 59–71.
- Tödttling, F., & Trippel, M. (2005). "One size fits all?: Towards a differentiated regional innovation policy approach". *Research Policy*, 34, 1203–1219.
- Tsai, K., & Wang, J. (2009). "External technology sourcing and innovation performance in LMT sectors: An analysis based on the Taiwanese Technological Innovation Survey". *Research Policy*, 38, 518–526.
- UNIDO. (2001). "*Development of Clusters and Networks of SMEs*". United Nations Industrial Development Organization. Vienna. Retrieved from <http://www.unido.org/clusters>
- van Beers, C., & van der Panne, G. (2011). "Geography, knowledge spillovers and small firms' exports: An empirical examination for The Netherlands". *Small Business Economics*, 37, 325–339.
- Villa, A., & Antonelli, D. (2009). "*A Road Map to the Development of European SME Networks*". Finance. Springer.
- Wei, S., Li, X., & Wu, G. (2009). "Absorptive Capability, Local Innovation Networks, and International R&D Spillovers". In P. Ordóñez de Pablos & M. Lytras (Eds.), *The China Information Technology Handbook* (pp. 1–33). Springer US.
- World Bank. (2014). "*Exports of goods and services (% of GDP)*". Retrieved from <http://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS>
- Zeng, S. X., Xie, X. M., & Tam, C. M. (2010). "Relationship between cooperation networks and innovation performance of SMEs". *Technovation*, 30(3), 181–194.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Α. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

«Έρευνα για την καινοτομία, τις συνεργασίες και τις εξαγωγές των Ελληνικών Επιχειρήσεων»

1. Επωνυμία εταιρίας

2. Ιδιοκτησία

- Εισηγμένη
- Ευρέως μετοχική μη εισηγμένη
- Οικογενειακή
- Άλλη

3. Προσωπικό την τελευταία εξαετία (θέσεις εργασίας)

Προσωπικό 2008

Προσωπικό 2011

Προσωπικό 2009

Προσωπικό 2012

Προσωπικό 2010

Προσωπικό 2013

4. Δραστηριοποίηση (Τοπικό/Περιφερειακό επίπεδο, Εθνικό επίπεδο, Εξαγωγική εταιρία)

5. Εξαγωγική δραστηριότητα (% επί του συνολικού κύκλου εργασιών την τελευταία εξαετία)

Εξαγωγές 2008

Εξαγωγές 2011

Εξαγωγές 2009

Εξαγωγές 2012

Εξαγωγές 2010

Εξαγωγές 2013

6. Σε ποιες χώρες εξάγετε;

7. Πόσα έτη έχει η εταιρία εξαγωγική δραστηριότητα

8. Πώς βλέπετε την ανταγωνιστικότητά σας ως προς την καινοτομία των προϊόντων σας;

1 2 3 4 5

Εξαιρετικά χαμηλή ● ● ● ● ● Εξαιρετικά υψηλή

9. Τι ποσοστό των υπαλλήλων σας είναι μηχανικοί, επιστήμονες, οικονομολόγοι, τεχνικοί;
10. Τι ποσοστό των υπαλλήλων σας διαθέτει μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών;
11. Η εταιρία συνεργάζεται με άλλες εταιρίες (εν δυνάμει ανταγωνιστές ή πελάτες ή προμηθευτές) στις

- a. Εξαγωγές

1 2 3 4 5

Ποτέ ● ● ● ● ● Εξαιρετικά συχνά

- b. Προμήθειες

1 2 3 4 5

Ποτέ ● ● ● ● ● Εξαιρετικά συχνά

c. Έρευνα και Ανάπτυξη

1 2 3 4 5

Ποτέ Εξαιρετικά συχνά

d. Άλλο

1 2 3 4 5

Ποτέ Εξαιρετικά συχνά

12. Η εταιρία συνεργάζεται με Ερευνητικά Ινστιτούτα και Πανεπιστήμια

1 2 3 4 5

Ποτέ Εξαιρετικά συχνά

13. Η εταιρία συνεργάζεται με επιχειρήσεις του εξωτερικού σε

a. Απόκτηση γνώσης παραγωγής

1 2 3 4 5

Ποτέ Εξαιρετικά συχνά

b. Δίκτυα διανομής

1 2 3 4 5

Ποτέ Εξαιρετικά συχνά

c. Έρευνα και Ανάπτυξη

1 2 3 4 5

Ποτέ Εξαιρετικά συχνά

14. Η εταιρία χρησιμοποιεί πατέντες

- Ναι
- Όχι