

# ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ



ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ»

Παντελάκη Γιαννούλα AM DL12130

Επιβλέπων : Αναπληρωτής Καθηγητής Σ. Αρβανίτης

Ηράκλειο  
Απρίλιος 2019

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή μου κ. Σταύρο Αρβανίτη, κυρίως, για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε κατά την διάρκεια της γραφής και υλοποίησης της πτυχιακής αυτής εργασίας. Καθώς βέβαια για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγησή του στην επίλυση διαφόρων θεμάτων όπου κατά την διάρκεια της πτυχιακής εργασίας προέκυψαν.

Θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω την οικογένειά μου, η οποία με στήριξε τόσο υλικά όσο και συναισθηματικά κατά την διάρκεια των σπουδών μου αλλά και κατά την διάρκεια της εκπόνησης της παρούσας πτυχιακής εργασίας.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

|  |    |
|--|----|
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....  | 4  |
| ABSTRACT.....  | 5  |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....  | 6  |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....  | 8  |
| ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....                                  | 8  |
| 1.1.  Επιχειρηματικότητα.....  | 8  |
| 1.1.1.  Η έννοια της επιχειρηματικότητας.....                                  | 8  |
| 1.1.2.  Η θέση της επιχειρηματικότητας μέσα στην οικονομική θεωρία.....        | 8  |
| 1.1.3.  Ο ρόλος της καινοτομίας στην επιχειρηματικότητα.....                   | 13 |
| 1.2.  Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις Ως Παράγοντας Ανάπτυξης.....                | 16 |
| 1.3.  Η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία ως παράγοντες ανάπτυξης των ΜΜΕ 19 |    |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....  | 24 |
| Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....                    | 24 |
| 2.1.  Γενική επεξήγηση.....  | 24 |
| 2.2.  Ορισμός της καινοτομίας.....   | 27 |
| 2.3.  Δείκτες μέτρησης καινοτομίας.....  | 30 |
| 2.4.  Παράγοντες καινοτομίας.....  | 30 |
| 2.5.  Εμπόδια καινοτομίας.....   | 34 |
| 2.6.  Στην Ελλάδα.....   | 35 |
| 2.7.  Στο εξωτερικό.....   | 39 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....  | 43 |
| ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ.....   | 43 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....  | 45 |
| ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....                   | 45 |
| ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....  | 60 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....  | 63 |

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία αποτέλεσε το αντικείμενο μελέτης μου για μεγάλο διάστημα και θεωρώ ότι λόγω της σπουδαιότητας του θέματος θα αποτελέσει πολύ σημαντικό εφελθτήριο για την μετέπειτα πορεία μου στον κλάδο. Πιο συγκεκριμένα, η εργασία πραγματεύεται το θέμα της καινοτομίας στις ελληνικές επιχειρήσεις και πώς αυτή επηρεάζεται αλλά και επηρεάζει την σημερινή κατάσταση. Για την κάλυψη του θέματος, το παρόν πόνημα χωρίστηκε σε τέσσερα κεφάλαια.

Αρχικά πραγματοποιείται μια σύντομη εισαγωγή στο θέμα, και κατόπιν ακολουθεί το πρώτο κεφάλαιο, στο οποίο αναφερόμαστε στην ανταγωνιστικότητα στα πλαίσια της επιχειρηματικότητας. Στο κεφάλαιο αυτό, αναλύουμε την έννοια της επιχειρηματικότητας, την θέση της επιχειρηματικότητας στην οικονομική θεωρία και τον ρόλο της καινοτομίας στην επιχειρηματικότητα. Επίσης παρουσιάζουμε τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και την καινοτομία ως παράγοντα ανάπτυξής τους. Στο δεύτερο κεφάλαιο, αναλύεται η καινοτομία στην σύγχρονη βιομηχανία και τις επιχειρήσεις, όπου πραγματοποιείται επεξήγηση της έννοιας, δίνεται ο ορισμός της καινοτομίας, αναφερόμαστε στους δείκτες μέτρησης, στα εμπόδια και στην κατάσταση που επικρατεί σε Ελλάδα και εξωτερικό. Κατόπιν, ακολουθεί το ειδικό μέρος της μελέτης, όπου επιχειρείται ανάλυση των αποτελεσμάτων της E & A με βάση δείκτες που συγκεντρώνονται και δημοσιεύονται στο Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης, στο πλαίσιο της βάσης δεδομένων γνωστή ως Στατιστικά ΕΤΑΚ. Οι δείκτες αναλύθηκαν στο τέταρτο κεφάλαιο, τόσο με την βοήθεια πινάκων, όσο και γραφημάτων και λεκτικού σχολιασμού, όπου αναδεικνύεται η θέση της Ελλάδας στην εξέλιξη των δαπανών για E & A αλλά και γενικότερα της καινοτομίας.

Η εργασία κλείνει με τα τελικά συμπεράσματα που αποκομίστηκαν τόσο από την βιβλιογραφική ανασκόπηση όσο και από την ερευνητική προσέγγιση του θέματος.

## **ABSTRACT**

This thesis has been the subject of my study for a long time, and I think that, given the importance of the subject, it will be a very important springboard for my subsequent career in the industry. More specifically, the thesis addresses the issue of innovation in Greek businesses and how it is affected and also influences the current situation. To cover the subject, this paper was divided into four chapters.

Initially, there is a brief introduction to the subject, followed by the first chapter, which refers to competitiveness in the context of entrepreneurship. In this chapter, we analyze the concept of entrepreneurship, the position of entrepreneurship in economic theory and the role of innovation in entrepreneurship. We also present small and medium-sized enterprises and innovation as a growth factor. In the second chapter, we analyze the innovation in the modern industry and the enterprises, where we explain the concept, we define the innovation, we refer to the measurement indicators, the obstacles and the situation in Greece and abroad. It then follows the specific part of the study, which analyzes the results of R & D based on indicators collected and published in the National Documentation Center, within the database known as ETAK Statistics. The indicators were analyzed in the fourth chapter, both with the help of tables, as well as graphs and verbal commentary, which highlights Greece's position on the development of R & D and innovation in general.

The paper closes with the final conclusions drawn both from the bibliographic review and from the research approach of the subject.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η καινοτομία και η δημιουργικότητα έχουν γίνει ευρέως χρησιμοποιημένοι όροι σε πολλές εθνικές αναπτυξιακές στρατηγικές. Η ιδέα της δημιουργικής οικονομίας προέρχεται από την έννοια της καινοτομίας, σε συνδυασμό με τη δημιουργικότητα των δημιουργικών βιομηχανιών. Η ιδέα των δημιουργικών βιομηχανιών στα έγγραφα πολιτικής υποδηλώνει την προστιθέμενη αξία, τις εξαγωγές και τις νέες θέσεις εργασίας, γεγονός που υποδηλώνει θεμελιώδη ανταγωνιστικότητα. Οι όροι της καινοτομίας και της δημιουργικότητας χρησιμοποιούνται σε αναπτυξιακές στρατηγικές παγκοσμίως και περιλαμβάνονται σε έγγραφα πολιτικής του UNDP, του ΟΟΣΑ, του ΠΟΕ, της Παγκόσμιας Τράπεζας και άλλων μεγάλων διεθνών οργανισμών. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής τονίζουν ότι η καινοτομία, η δημιουργικότητα και η ανεξάρτητη σκέψη είναι ολοένα και πιο ζωτικής σημασίας για την παγκόσμια οικονομία (Πιπερόπουλος, 2008).

Δεδομένων των σημερινών προκλήσεων, η παγκόσμια οικονομία υπό την ευρεία έννοια απαιτεί μια διαφορετική προσέγγιση για την επίτευξη της αναγκαίας ανάπτυξης εντός των αναγκών της αειφόρου εξέλιξης. Απαιτούνται νέες προσεγγίσεις της ανάπτυξης χωρίς αποκλεισμούς, που δεν βασίζονται σε χρηματοοικονομική κερδοσκοπία, προσαρμογή στην αλλαγή του κλίματος, προσαρμογές για τον περιορισμό των φυσικών πόρων, προστασία της βιοποικιλότητας που απαιτεί νέα πρότυπα παραγωγής και κατανάλωσης με βάση την έξυπνη χρήση των τεχνολογιών πληροφορικής, της βιοτεχνολογίας και των νανοτεχνολογιών και οργανωτικές και θεσμικές αλλαγές σε επίπεδο μικροοικονομίας και μακροοικονομίας.

Στο πλαίσιο της πολιτικής της ΕΕ, τα έγγραφα της στρατηγικής της Λισαβόνας επεκτείνουν ελεύθερα τη ρητορική της κοινωνίας της πληροφορίας και της οικονομίας της γνώσης. Ενώ αυτά τα συνθήματα από το έτος 2000 φαίνεται ότι έχουν επανειλημμένως αντιμετωπιστεί, η προσπάθεια για καινοτομία εξακολουθεί να είναι ισχυρή. Η έννοια της γραμμικής καινοτομίας, που πιέζει την τεχνολογική ανάπτυξη μέσω επενδύσεων στην Ε & Α, αντικαταστάθηκε από την πιο περίπλοκη

σκέψη ότι η συσσώρευση γνώσεων δεν έχει εύκολη πορεία από πλευράς εφοδιασμού της E & A, και η E & A δεν οδηγούν αυτόματα στην καινοτομία. Η καινοτομία συμβαίνει όταν κάποιος (ο καινοτόμος) αφομοιώσει και χρησιμοποιεί τη γνώση για να κάνει κάτι νέο με την πρακτική εφαρμογή αυτής της γνώσης. Ως εκ τούτου, οι πολιτιστικές πτυχές της διάδοσης της γνώσης και της τεχνογνωσίας είναι σημαντικές επειδή εξαρτώνται από τον άνθρωπο και την κοινωνία. Το επίκεντρο της σημερινής στρατηγικής καινοτομίας του προγράμματος «Ευρώπη 2020», αφορά το χάσμα μεταξύ των αποτελεσμάτων της έρευνας και της πρόσβασης στις αγορές μέσα σε ένα περιβάλλον μειωμένων οικονομικών πόρων (Κριεμάδης, 2012).

Ο όρος δημιουργική οικονομία προέρχεται από τον όρο δημιουργικές βιομηχανίες, οι οποίες στο παρελθόν αναφέρονταν ως πολιτιστικές βιομηχανίες. Η έννοια της δημιουργικής οικονομίας επεκτείνει τη δημιουργικότητα σε ολόκληρη την οικονομία, συμπεριλαμβανομένων των κοινωνικοοικονομικών διαδικασιών και της οργάνωσης της εργασίας ή των δημιουργικών μέσων. Η χρήση του όρου Δημιουργικές Βιομηχανίες στην Ελλάδα αυξάνεται, ωστόσο η κατανόηση των συνεπειών της προκαλεί συχνά σύγχυση, τόσο μεταξύ των υπευθύνων χάραξης πολιτικής όσο και του ευρύτερου κοινού. Μια ανασκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας θα εγκαθίδρυε την ιστορική συλλογιστική των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών και της δημιουργικής οικονομίας (LeRoy, 2010a).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

### ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

#### 1.1. Επιχειρηματικότητα

##### 1.1.1. Η έννοια της επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα είναι μία πολυσύνθετη έννοια, που ενώ χρησιμοποιείται κατά κόρον στην κοινή γλώσσα και στα πλαίσια της λειτουργίας των επιχειρήσεων και του κράτους, δεν της έχει αποδοθεί ένας ορισμός γενικά αποδεκτός. Ο επιχειρηματίας αποτελεί έναν παραγωγικό συντελεστή που συμβάλλει ουσιαστικά στον άριστο και αποδοτικότερο συνδυασμό των άλλων τριών συντελεστών παραγωγής και που εμφανίζεται να εξασκεί μια διαφορετική λειτουργία ανάλογα με τον τρόπο που ο εκάστοτε επιχειρηματίας οργανώνει και κατευθύνει την επιχείρησή του. Η επιχειρηματική δραστηριότητα εξασκείται από φυσικά πρόσωπα, σε καθεστώς ελεύθερης αγοράς, διαφέρει από οποιαδήποτε άλλη οικονομική δραστηριότητα και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της οικονομικής ανάπτυξης και ευημερίας. Από θεωρητικής πλευράς, υπάρχουν πολλοί ερευνητές που προσπάθησαν να προσδιορίσουν την επιχειρηματικότητα και να της αποδώσουν συγκεκριμένη ερμηνεία και περιεχόμενο. Παρακάτω, θα αναφερθούν αυτές που θεωρούμε σήμερα ως τις επικρατέστερες προσεγγίσεις της επιχειρηματικότητας.

##### 1.1.2. Η θέση της επιχειρηματικότητας μέσα στην οικονομική θεωρία

❖ *Η επιχειρηματικότητα στην Ελληνική κλασική σκέψη.*

Στην κλασική εποχή οι Έλληνες στοχαστές αναγνώρισαν και περιέγραψαν ορισμένες οικονομικές δραστηριότητες επιχειρηματικής φύσεως, επικεντρώνοντας το ενδιαφέρον τους στο ρόλο, τα χαρακτηριστικά και το γενικό περιβάλλον δράσης



των επιχειρηματιών εκείνης της εποχής. Ο Ξενοφώντας, αναφερόμενος στον οικονομικό και κοινωνικό θεσμό της ατομικής ιδιοκτησίας που ίσχυε στην αρχαία Ελλάδα, τόνισε τη σημασία λειτουργίας των ατομικών και μετοχικών επιχειρήσεων, που έδιναν τη δυνατότητα όχι μόνο εξασφάλισης διαβίωσης στους ιδιοκτήτες αλλά και τη συσσώρευση κερδών και συμμετοχής στις δημόσιες δαπάνες. Αντιλήφθηκε τη θετική συμβολή των επενδύσεων και την αναλογική σχέση ποσότητας κερδών και ύψους επενδυόμενου κεφαλαίου και πρότεινε ότι 'η πόλη να αυξήσει τα έσοδά της πρέπει συμπεριφερθεί ως επιχειρηματίας'. Επίσης, εντόπισε ως κύρια χαρακτηριστικά του κεφαλαιούχου-επιχειρηματία τη δυνατότητα να επιλέγει τους περισσότερους αποδοτικούς εργάτες για την επιχείρησή του και να τους αναθέτει τις εργασίες ανάλογα με τις γνώσεις και τις δεξιότητές τους. Στον Πανηγυρικό του Ισοκράτη αναγνωρίζεται η χρησιμότητα και η ανάγκη καθιέρωσης του χονδρικού εμπορίου ως χρήσιμη και αξιόλογη δραστηριότητα για τους ελεύθερους πολίτες, αφού μέσω αυτού εξομαλύνονται οι ανισορροπίες μεταξύ προσφοράς και ζήτησης, αυξάνεται ο όγκος, η ποικιλία και η ποιότητα των προϊόντων που κυκλοφορούν στην οικονομία και μειώνεται το κόστος έρευνας αυτών που ζητούν τα προϊόντα. (Καταναλωτών και άλλων εμπόρων).

Παρόλο που επιχειρηματικότητα εκείνης της εποχής δεν έμοιαζε σε τίποτα με το περιεχόμενο που της έχει αποδοθεί στη σύγχρονη καπιταλιστική κοινωνία και η οικονομική αγορά ήταν βασισμένη σε διαφορετικές δομές, οι βασικές ιδέες που ανέπτυξαν οι αρχαίοι Έλληνες για την οργάνωση και διοίκηση της επιχείρησης, την ανάλυση κινδύνων και την επικερδή επένδυση των κεφαλαίων, ισχύουν και στις μέρες μας. Η οικονομία της εποχής χαρακτηριζόταν από έντονο κρατικό έλεγχο με την επιβολή πολλαπλών ηθικών και φιλοσοφικών φραγμών, που περιόριζαν τη δράση των επιχειρηματιών και εμπόδιζαν την επιχειρηματικότητα να λειτουργήσει ως κινητήρια δύναμη της οικονομικής δραστηριότητας.

Ειδικότερα ο Richard Cantillon, τα τελευταία χρόνια του εμποροκρατισμού (αρχές του 18<sup>ου</sup> αιώνα), ανέπτυξε τη θεωρία της επιχειρηματικότητας με βάση την ανάληψη κινδύνων από την αβεβαιότητα. Σύμφωνα με την έρευνά του, ο επιχειρηματίας δραστηριοποιείται σε ένα οικονομικό περιβάλλον με προβλέψιμους

και μή-προβλέψιμους κινδύνους, όπου και καλείται να αναλάβει κατά τη διάρκεια της επιχειρηματικής δραστηριότητάς του. Υποστηρίζει ότι ο επιχειρηματίας μέσω της ανισορροπίας της αγοράς προσπαθεί να επιτύχει το συνδιασμό χαμηλής τιμής αγοράς με υψηλή τιμή πώλησης, ώστε να μεγιστοποιήσει τα κέρδη του. Επίσης, τονίζει ότι ο επιχειρηματίας αντιμετωπίζοντας αναμενόμενο κόστος παραγωγής, προσδοκά 'την καθιέρωση άγνωστων μελλοντικών τιμών (ex ante) που θα του αποφέρουν κέρδος' και αναγνωρίζει την είσπραξη μιας ακαθόριστου ύψους επιπρόσθετης αμοιβής για τον επιχειρηματία, που οφείλεται στην ανάληψη πρωτοβουλιών και κινδύνων από την αβεβαιότητα καθώς και στην ικανοποιητική προσαρμογή του κάθε φορά στα νέα οικονομικά δεδομένα.

Ο Adam Smith στο έργο του 'The wealth of Nations' (1776), διαχωρίζει τις δραστηριότητες του καινοτόμου επιχειρηματία από αυτές του ερευνητή και κάνει λόγο για την επίτευξη των έκτακτων κερδών ως αποτέλεσμα προώθησης μιας νέας-βελτιωμένης παραγωγικής μεθόδου από τον επιχειρηματία. Το 1821 ο David Ricardo στο βιβλίο του 'Principles of Political Economy' υποστηρίζει την καινοτομική δραστηριότητα του επιχειρηματία και αναγνωρίζει την απολαβή υπερκέρδους από τον πρώτο επιχειρηματία που καινοτομεί. Την ίδια χρονιά ο John Craig επισημαίνει την υπεροχή του βιομηχανικού τομέα έναντι του αγροτικού, λόγω της χρησιμοποίησης περισσότερων μηχανοποιημένων μεθόδων παραγωγής και αναγνωρίζει την ύπαρξη βραχυχρόνιου υπερκέρδους για τον καινοτόμο επιχειρηματία. Το κέρδος όμως αυτό εξαφανίζεται μακροχρόνια με την επενέργεια της δραστηριότητας των ανταγωνιστών και τα οφέλη της νέας τεχνολογίας καρπώνονται πλέον οι καταναλωτές. Ο Samuel Read επικέντρωσε περισσότερο το ενδιαφέρον του στη θετική συνεισφορά του καινοτόμου επιχειρηματία απ'ότι ο δάσκαλος του Adam Smith και θεώρησε ως δίκαιη αμοιβή της επιχειρηματικής δραστηριότητας την αύξηση των κερδών που προέρχεται από την εισαγωγή της νέας τεχνολογίας και την αύξηση της παραγωγικότητας. Οι Scrope, T. Hoadgskin, H. Von Thunen, G. Schmooler και H. Mangold αποτελούν μερικούς ακόμη οικονομολόγους στοχαστές που αντιλήφθηκαν και υποστήριξαν τη δράση του καινοτόμου επιχειρηματία ως βασική αιτία οικονομικής ανάπτυξης.

- ❖ *Η ανεξάρτητη και πρωτοποριακή συμβολή του Rowland Hamilton στη θεωρία της επιχειρηματικότητας.*

Ο Rowland Hamilton ήταν ένας Βρετανός συγγραφέας του τέλους του 19<sup>ου</sup> αιώνα που ασχολήθηκε με τις κοινωνικές επιστήμες και δημοσίευσε αρκετές εργασίες που άπτονται στην επιχειρηματικότητα.

Ο Hamilton επισημαίνοντας τον ενεργό ρόλο του κεφαλαιούχου-επιχειρηματία, αναπτύσσει τη θεωρία της επιχειρηματικότητας σε άμεση σχέση με τους κινδύνους, την αβεβαιότητα και το κέρδος. Αντιλαμβάνεται το επιχειρηματικό κέρδος ως τη δίκαιη ανταμοιβή του επιχειρηματία για την ανάληψη όχι μόνο των υπολογίσιμων κινδύνων, αλλά κυρίως αυτών που προέρχονται από την αβεβαιότητα και δε μπορούν να ενταχθούν στο κόστος παραγωγής. Τονίζει ότι η ύπαρξη ατελούς πληροφόρησης, απρόβλεπτων οικονομικών γεγονότων, ανισορροπίας προσφοράς και ζήτησης και μεταβολής της αξίας του χρήματος αποτελούν αιτίες πρόκλησης κινδύνων και αβεβαιότητας, που οι επιχειρηματίες καλούνται να αντιμετωπίσουν σε κάθε οικονομική ενέργεια τους και αναγνωρίζει την αβεβαιότητα ως ανασταλτικό παράγοντα ανάληψης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, που επηρεάζει παράλληλα το επίπεδο απασχόλησης και το ύψος της αμοιβής των παραγωγικών συντελεστών. Θεωρεί ως ενεργητικό ρόλο του επιχειρηματία τη σωστή οργάνωση και διαχείριση της επιχείρησής του, την εισαγωγή καινοτομιών στην παραγωγική διαδικασία, την προώθηση νέων προϊόντων και τη διοχέτευση αυτών σε νέες αγορές ενώ ως παθητικό ρόλο την ανάληψη κινδύνων από την αβεβαιότητα. Ο Hamilton υποστηρίζει ότι η ανάληψη κινδύνων και αβεβαιότητας είναι αυτή που δικαιολογεί την επιχειρηματική αμοιβή και αποτελεί στην ουσία τη βασική δραστηριότητα της επιχειρηματικότητας.

- ❖ *Η ανάληψη κινδύνων από την αβεβαιότητα.*

Στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα ο Frank Knight από τη μεριά του, αναπτύσσει ως ξεχωριστή θεωρία της επιχειρηματικότητας την ανάληψη κινδύνων από την αβεβαιότητα. Υποστηρίζει ότι 'επιχειρηματίας είναι αυτός που φέρει κινδύνους οι οποίοι πηγάζουν από την αβεβαιότητα που χαρακτηρίζει την πραγματική οικονομική ζωή'. Κατά τον Knight, ο επιχειρηματίας καλείται να λάβει αποφάσεις σε ένα περιβάλλον ατελούς πληροφόρησης σχετικά με τη διαμόρφωση της μελλοντικής ζήτησης και το ύψος της τιμής των αγαθών και των παραγωγικών συντελεστών. Σύμφωνα με το συγκεκριμένο ερευνητή η σωστή επιλογή των απαραίτητων παραγωγικών συντελεστών και ο αποδοτικός συνδυασμός τους καθώς και η διαμόρφωση τιμής πώλησης των αγαθών και τιμής αγοράς των εισροών αποτελούν μερικές από τις πηγές αβεβαιότητας που αντιμετωπίζει ο επιχειρηματίας.

Ο Knight στη μελέτη του αναφέρει ότι διάφοροι κοινωνικοί, ψυχολογικοί, οικονομικοί και οικογενειακοί κίνδυνοι αποτελούν βασικές πηγές αβεβαιότητας που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα. Ο καινοτόμος επιχειρηματίας είναι αναγκαίος προκειμένου να δραστηριοποιηθεί και να δημιουργήσει οικονομική μεγέθυνση να απολαμβάνει ταυτόχρονα υλική ανταμοιβή - το καθαρό κέρδος - και άυλη ανταμοιβή όπως την ανεξαρτησία και το 'αίσθημα δημιουργίας'.

Στη συγκεκριμένη έρευνα του Knight πάνω στην επιχειρηματικότητα εντοπίζονται ορισμένες αδυναμίες και παραλήψεις. Αρχικά, καθιστώντας τον επιχειρηματία «παθητικό» δέκτη των συνεχόμενων μεταβολών και των απροσδόκητων εξελίξεων του οικονομικού συστήματος, αποκλείει την ενεργή ανάμιξή του στην αναμόρφωση και πρόοδο της οικονομίας. Επιπλέον, θέτει ως κεντρικό στοιχείο της επιχειρηματικής λειτουργίας την ανάληψη κινδύνων από την αβεβαιότητα, που μπορεί όμως να χαρακτηριστεί ως σοβαρός ανασταλτικός παράγοντας της επιχειρηματικότητας. Επίσης, στη σημερινή εποχή η σύγχρονη γνώση και τα διάφορα μέσα επικοινωνίας έχουν συντελέσει ώστε να μειωθεί δραστικά το μέγεθος της αβεβαιότητας που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες. Η διασύνδεση της επιχειρηματικότητας με το φαινόμενο της αβεβαιότητας μάλλον αποδυναμώνει παρά ενισχύει το σημαντικό αναπτυξιακό ρόλο του επιχειρηματία στη θεωρία και

στην πραγματική οικονομική ζωή. Η επιχειρηματικότητα είναι μία 'ενεργητική δραστηριότητα που εμφανίζεται «συνθετικά» μέσω της καινοτομικής δράσης, του αποδοτικότερου συνδυασμού των σπάνιων παραγωγικών μέσων και της κάλυψης των ανισορροπιών (σε ποσότητες και τιμές) της αγοράς.

### **1.1.3. Ο ρόλος της καινοτομίας στην επιχειρηματικότητα**

Τη σημερινή εποχή παρατηρείται μία έντονη στροφή στήριξης και προώθησης του ρόλου του μικροεπιχειρηματία από την οικονομική πολιτική πολλών αναπτυσσόμενων χωρών, αφού έχει αναγνωριστεί η συμβολή του καινοτόμου επιχειρηματία τόσο στη λειτουργία και ανάπτυξη της οικονομίας όσο και στην αύξηση της παραγωγικότητας και αποτελεσματικότητας. Άλλωστε η συνεχή τεχνολογική πρόοδο και ανάπτυξη της επιστήμης δημιουργεί στους επιχειρηματίες μία ισχυρή διάθεση καινοτομίας και δυναμικής δραστηριοποίησης τους απ' ότι παλιότερα. Ο J. A. Schumpeter στην εργασία του 'The Theory of Economic Development' (1911) καθιερώνει το ρόλο του καινοτόμου επιχειρηματία και αναγνωρίζεται καθολικά ως κύριος ερμηνευτής της συγκεκριμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ο εντοπισμός όμως της δράσης του καινοτόμου επιχειρηματία έχει τις ρίζες της από πολύ παλιά, από τη Βιομηχανική Επανάσταση, όπου η εισαγωγή της νέας τεχνολογίας συντέλεσε στην οικονομική και κοινωνική αναθεώρηση της ζωής των ατόμων, προκαλώντας το έντονο ενδιαφέρον μελέτης πολλών οικονομολόγων.

❖ *Η θεωρία του καινοτόμου επιχειρηματία κατά τον 19<sup>ο</sup> αιώνα.*

Στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα η εργασία του Alfred Marshall 'Principles of Economics' αναφέρεται σε κάποια βασικά χαρακτηριστικά του καινοτόμου επιχειρηματία, που αποτέλεσαν τη βάση μελέτης αρκετών μεταγενέστερων οικονομολόγων. Επισημαίνει τον ενεργό ρόλο του καινοτόμου επιχειρηματία στις σημαντικές δυναμικές μεταβολές της οικονομίας και παρόλο που αναγνωρίζει ως αναπόσπαστα

στοιχεία της οικονομικής ανάπτυξης της γνώση και τις εφευρέσεις, δε τα συσχετίζει άμεσα με την επιχειρηματική δραστηριότητα. Ο καινοτόμος επιχειρηματίας, σύμφωνα με τον Marshall, εισάγει νέες αποδοτικότερες μεθόδους παραγωγής και νέα προϊόντα, τα οποία προωθεί διαμέσου της δύναμης που κατέχει να διαμορφώνει τις καταναλωτικές προτιμήσεις και με αυτό τον τρόπο να προκαλεί θετικές εξωτερικές οικονομίες κλίμακας στους διάφορους κλάδους παραγωγής. Ο Marshall επίσης υποστήριξε ότι η δράση του καινοτόμου επιχειρηματία χαρακτηρίζει κυρίως τους μεγαλοεπιχειρηματίες και επισήμανε ότι η αδυναμία του μικροεπιχειρηματία να διαδραματίσει έναν ανάλογο ρόλο προκύπτει λόγω έλλειψης επαρκών κεφαλαίων, χρηματοδοτικής πίστης και παρουσίας έντονων κινδύνων που πηγάζουν από την αβεβαιότητα. Το 1889 και ο J. B. Clark στο έργο 'The Distribution of Wealth' αναγνωρίζει, όπως και οι προκάτοχοί του, την επιχειρηματική δραστηριότητα του καινοτόμου επιχειρηματία ως τη κινητήρια δύναμη της οικονομικής προόδου, αλλά παράλληλα επισημαίνει την πολλαπλασιαστική επίδραση της εισαγωγής βελτιωμένων προϊόντων στην κατανάλωση και κατ' επέκταση στην αύξηση της απασχόλησης και των αμοιβών.

Οι παραπάνω οικονομολόγοι λοιπόν, αντιλήφθηκαν την επιχειρηματική δραστηριότητα του καινοτόμου επιχειρηματία και τις θετικές επιδράσεις στην οικονομία και τονίζοντας την αναγκαιότητα ύπαρξης του βραχυχρόνιου μονοπωλιακού κέρδους ως ανταμοιβή της εισαγωγής νέας τεχνολογίας και της ανάληψης κινδύνων από την αβεβαιότητα, τάχθηκαν υπέρ της θεσμοθέτησης του δικαιώματος της ευρεσιτεχνίας. Παρόλο όμως που παρατήρησαν και αναγνώρισαν το δυναμικό ρόλο και τη θετική συμβολή του καινοτόμου επιχειρηματία ανέπτυξαν κυρίως τον οργανωτικό ρόλο του, αγνοώντας τις υπόλοιπες πτυχές της δράσης του (δημιουργία νέας αγοράς, νέου προϊόντος).

❖ *Η θεωρία του J. A. Schumpeter για τη δράση του καινοτόμου επιχειρηματία.*

Ο J. A. Schumpeter αποτελεί τον ερευνητή που με το έργο του εδραίωσε τη λειτουργία του καινοτόμου επιχειρηματία στην Οικονομική Επιστήμη. Θεωρώντας ως δεδομένη κινητήρια δύναμη επιχειρηματικής καριέρας το οικονομικό κίνητρο του κέρδους, αντιλαμβάνεται και άλλα σπουδαία κίνητρα που ωθούν το άτομο προς την καριέρα αυτή. Αυτά είναι η επιθυμία διάκρισης, επιτυχίας και εκδήλωσης ενεργητικότητας, ευφυΐας και ανωτερότητας έναντι των άλλων. Ο καινοτόμος επιχειρηματίας κατά τον Schumpeter διαδραματίζει ενεργό ρόλο στις οικονομικές εξελίξεις όχι μόνο όταν εισάγει αχρησιμοποίητους διαθέσιμους πόρους στην παραγωγική διαδικασία, αλλά κυρίως όταν κατορθώνει να συνδυάζει αποτελεσματικότερα και αποδοτικότερα αυτούς που ήδη υπάρχουν. Δεν ταυτίζει επομένως την καινοτομία μόνο με τη χρησιμοποίηση μιας εφεύρεσης, αλλά με την επιτυχή είσοδο μιας νέας και πρωτοποριακής μεθόδου στην παραγωγική διαδικασία.

Οι καινοτομίες, ως δυναμικό στοιχείο του οικονομικού συστήματος εμφανίζονται σύμφωνα με τον Schumpeter, με τις εξής μορφές:

- Με την είσοδο στην αγορά ενός νέου ή καλύτερου ποιοτικά αγαθού,
- Με τη χρησιμοποίηση μιας νέας παραγωγικής διαδικασίας ή με την απόκτηση μιας νέας εισροής,
- Με την διάνοιξη μιας νέας αγοράς και
- Με την πραγματοποίηση μιας νέας μορφής και οργάνωσης της επιχείρησης.

Ο Schumpeter αντιλαμβάνεται τον επιχειρηματία ως το δημιουργό του κέρδους, ο οποίος δρα καινοτομώντας. Διαχωρίζοντας τη θέση του από τους κλασσικούς, θεωρεί ότι βασική λειτουργία του καπιταλισμού δεν είναι η ύπαρξη του ελεύθερου ανταγωνισμού, αλλά του ανταγωνισμού που εμφανίζεται με τη μορφή νέων ή

βελτιωμένων ποιοτικά προϊόντων, νέων αγορών και νέας τεχνολογίας και που πηγάζει από τη δραστηριότητα του καινοτόμου επιχειρηματία. Αναγνωρίζει το κέρδος, σε αντίθεση με τους μισθούς, ως προσωρινό εισόδημα το οποίο γλιστρά από τα χέρια του επιχειρηματία όταν εκπληρωθεί η επιχειρηματική υπηρεσία δηλαδή όταν διαδοθεί η καινοτομία και αρχίσει ο ανταγωνισμός τιμών και ποσοτήτων. Θεωρεί ότι η προστασία του δικαιώματος της ευρεσιτεχνίας και η σπανιότητα και πολυπλοκότητα της επιχειρηματικότητας ως παραγωγικού συντελεστή, συνθέτουν τους παράγοντες που δικαιολογούν τη δημιουργία βραχυχρόνιου μονοπωλίου και βραχυχρόνιου μονοπωλιακού κέρδους. Ο Schumpeter στη θεωρία για τον καινοτόμο επιχειρηματία, δεν αναγνωρίζει την επιχειρηματικότητα ως τον παθητικό παραγωγικό συντελεστή που αναλαμβάνει τους κινδύνους από την αβεβαιότητα του οικονομικού συστήματος. Αντιθέτως, θεωρεί ως ενεργητική τη συμβολή του καινοτόμου επιχειρηματία στην παραγωγική διαδικασία και την ανάπτυξη της οικονομίας και του αναγνωρίζει την ικανότητα να μετακυλύει τους κινδύνους από την αβεβαιότητα σε άλλους οικονομικούς φορείς.

## **1.2. Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις Ως Παράγοντας Ανάπτυξης**

Στο σύγχρονο περιβάλλον του έντονου ανταγωνισμού και της διεθνοποίησης, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αναγνωρίζονται ως ο κυριότερος μοχλός ανάπτυξης και στήριξης της απασχόλησης σε παγκόσμιο επίπεδο. Αποτελώντας δυναμικό παράγοντα βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης, έχουν αποδείξει ότι είναι η ανθεκτικότερη και επικρατέστερη μορφή επιχείρησης στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης και της μακροχρόνιας κρίσης, που δραστηριοποιούνται όμως σε ένα όχι και τόσο φιλικό επιχειρηματικό καθεστώς. Επομένως επιτακτική είναι η ανάγκη προώθησης και η διαμόρφωση σταθερών πολιτικών και θεσμικού πλαισίου που ευνοεί την ανταγωνιστικότητα, την καινοτόμα επιχειρηματικότητα και τη γρήγορη ανάπτυξη των ΜΜΕ.



❖ *Τύποι μικρομεσαίων επιχειρήσεων.*

Υπάρχουν διάφοροι τύποι ΜΜΕ, οι οποίοι καλύπτουν ποικίλα πεδία επιχειρηματικής δράσης. Μερικοί απ' αυτού είναι οι επιχειρήσεις λιανικών πωλήσεων, χονδρικών πωλήσεων, παροχής υπηρεσιών και οι μεταποιητικές επιχειρήσεις. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή καθορίζονται οι εξής τύποι ΜΜΕ και τα αντίστοιχα όριά τους:

- *Επιχειρήσεις Μεσαίου Μεγέθους:* Οι επιχειρήσεις αυτές απασχολούν από 50 έως 250 εργαζομένους, πλήρους απασχόλησης, που εργάστηκαν διαρκώς επί ένα χρόνο, έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 40 εκατομμύρια.
- *Επιχειρήσεις Μικρού Μεγέθους:* Οι επιχειρήσεις αυτές απασχολούν από 10 έως 50 υπαλλήλους και έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 7 εκατομμύρια.
- *Επιχειρήσεις πολύ Μικρού Μεγέθους:* Οι επιχειρήσεις αυτές απασχολούν μέχρι 10 άτομα προσωπικό (95% των Ελληνικών επιχειρήσεων).

Ο διαχωρισμός των παραπάνω τύπων από την ΕΕ, παρόλο που κρίνεται αναγκαίος για τη χορήγηση των επενδυτικών κινήτρων, δεν είναι κοινά αποδεκτός και από την Τράπεζα της Ελλάδος. Αυτό προκαλεί δυσχέρειες στο χαρακτηρισμό κάποιων επιχειρήσεων που βρίσκονται στα όρια των αντίστοιχων ορισμών ως μικρομεσαίων, με δυσμενείς συνέπειες στην κατανομή κονδυλίων αντίστοιχων επιχορηγούμενων επενδυτικών προγραμμάτων.

❖ *Η ανάγκη διαμόρφωσης ευνοϊκών πολιτικών και σταθερού θεσμικού πλαισίου.*

Η δυναμική, πολυπρόσωπη και πολλά υποσχόμενη παρουσία των ΜΜΕ στη διεθνή οικονομική σκηνή, κινητοποιεί τις κυβερνήσεις αναπτυσσόμενων και αναπτυγμένων

χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης προς τη χάραξη μιας κοινής κατεύθυνσης αξιολόγησης προγραμμάτων και πολιτικών, ώστε να αναδεικνύονται και να τελειοποιούνται αυτά που πρέπει να συνεχιστούν. Η προώθηση και ενίσχυση του θεσμού των ΜΜΕ, επιβάλλει ολοκληρωμένη και συντονισμένη οικονομική πολιτική αλλά και διαμόρφωση ενός σταθερού και ευέλικτου στις διεθνείς μεταβολές οικονομικού περιβάλλοντος, που θα ενισχύει την εμπιστοσύνη των επιχειρήσεων και των καταναλωτών. Η οικονομική πολιτική που διαμορφώνει το ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον αποτελείται από τους τρεις βασικούς άξονες της νομισματικής, δημοσιονομικής και αναπτυξιακής πολιτικής. Η νομισματική πολιτική ασκείται συγκεντρωτικά από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, με απώτερο στόχο τη διατήρηση σταθερού οικονομικού περιβάλλοντος χωρίς πληθωρισμό, ανεργία και δυσμενείς μεταβολές συναλλαγματικής ισοτιμίας ευρώ έναντι των άλλων βασικών νομισμάτων. Με δεδομένη την αποτελεσματική νομισματική πολιτική, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η διαμόρφωση της δημοσιονομικής και αναπτυξιακής πολιτικής που ασκούνται αποκεντρωτικά σε εθνικό επίπεδο και επηρεάζουν σημαντικά το εγχώριο μακροοικονομικό περιβάλλον και την ανταγωνιστικότητα της κάθε χώρας.

Στα πλαίσια λοιπόν της παγκοσμιοποίησης και της ενοποίησης των αγορών για την ενίσχυση και προώθηση των ΜΜΕ απαιτείται η υλοποίηση ενός συνόλου πολιτικών.

- Συντονισμός δημοσιονομικής, διαρθρωτικής και αναπτυξιακής πολιτικής με κατεύθυνση το σταθερό μακροοικονομικό περιβάλλον, ώστε να ευνοηθούν η ανταγωνιστικότητα, η παραγωγικότητα, το διεθνές εμπόριο και οι επενδύσεις.
- Αξιοκρατική εφαρμογή των κανόνων και της νομοθεσίας, περιορισμό της γραφειοκρατίας καθώς και διαφανή φορολογικά συστήματα.

- Γεφύρωση χάσματος μεταξύ ερευνητικών εργαστηρίων και αγοράς, διάδοση των νέων τεχνολογιών και ενθάρρυνση χρησιμοποίησης καινοτομιών.
- Αποδοτικά και καλά σχεδιασμένα προγράμματα στήριξης και ανάπτυξης καινοτόμων ΜΜΕ.
- Μείωση των εμποδίων πρόσβασης των ΜΜΕ στην εγχώρια και παγκόσμια αγορά.
- Κινητοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού μέσω της ένταξης της επιχειρηματικότητας στην εκπαίδευση και την ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος στους νέους, την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και τη στήριξη των μειονεκτούντων ομάδων.

### **1.3. Η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία ως παράγοντες ανάπτυξης των ΜΜΕ**

- ❖ *Η ίδρυση νέων καινοτόμων μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω της προώθησης της επιχειρηματικότητας.*

Στις μέρες μας, το ενδιαφέρον των αναπτυγμένων χωρών συγκεντρώνεται στα θετικά οικονομικά και κοινωνικά αποτελέσματα των δυναμικών ΜΜΕ επιχειρήσεων. Η ανάγκη τόνωσης και ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας, ως αναντικατάστατος παραγωγικός συντελεστής και αναπόσπαστος παράγοντας οικονομικής ευημερίας, παρουσιάζεται τόσο έντονα όσο ποτέ άλλοτε. Η ίδρυση νέων επιχειρήσεων που παρουσιάζουν το προφίλ μιας καινοτόμας επιχειρηματικής δραστηριότητας και κάνουν χρήση υψηλής τεχνολογίας και νέων αποδοτικότερων μεθόδων παραγωγής συμβάλλουν στη μακροχρόνια αύξηση της απασχόλησης και της παραγωγικότητας του συνόλου της οικονομίας.

Η προώθηση της επιχειρηματικότητας στην ίδρυση νέων επιχειρήσεων και στην ανάπτυξη των υφιστάμενων επιχειρήσεων, απαιτεί ένα ευρύ φάσμα συντονισμένων και υγιών οικονομικών πολιτικών. Αυτό περιλαμβάνει αρχικά δημοσιονομική και νομισματική πολιτική στραμμένες στη διαμόρφωση σταθερού μακροοικονομικού περιβάλλοντος, ανθεκτικού στις διεθνείς πιέσεις και μεταβολές. Επίσης, διαρθρωτικά μέτρα που αφορούν στην αγορά εργασίας, τη φορολογία και τον ανταγωνισμό, πρέπει να λαμβάνονται με γνώμονα τη συνεχή στήριξη των μικρών επιχειρήσεων. Όσο αφορά τις διοικητικές διαδικασίες εισόδου και εξόδου των επιχειρήσεων, είναι αναγκαίο να απλουστευτούν και να αναθεωρηθούν καθώς και τα διάφορα ρυθμιστικά βάρη που επιβαρύνουν δυσανάλογα τις ΜΜΕ και πλήττουν την επιχειρηματική δραστηριότητα να διατηρηθούν σε χαμηλά επίπεδα. Είναι γεγονός ότι η επιχειρηματική πρωτοβουλία αναστέλλεται πολλές φορές από το σχηματισμό ομάδων επιχειρήσεων που εκμεταλλεύονται την οικονομική και πολιτική τους δύναμη, αποτελώντας εμπόδιο στην είσοδο νέων επιχειρηματιών.

Οι κυβερνητικοί φορείς πρέπει να είναι σε θέση πέρα από τη διαμόρφωση πολιτικών στήριξης να μπορούν να επηρεάζουν το γενικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον και να επεμβαίνουν δημιουργικά και αποτελεσματικά στην περίπτωση αποτυχίας των αγορών και περιορισμού της εξέλιξης των μικρών, καινοτόμων επιχειρήσεων. Η συμβολή της κοινωνικής επιχειρηματικότητας για την προώθηση της απασχόλησης των μειονεκτικών πληθυσμιακών ομάδων και την καταπολέμηση της φτώχειας έχει αναγνωριστεί και η εξασφάλιση μεγαλύτερης οικονομικής αποδοτικότητας επιβάλλει το συντονισμό των προγραμμάτων που απευθύνονται στις ομάδες αυτές και την εναρμόνιση οικονομικής και κοινωνικής πολιτικής.

Η προώθηση της επιχειρηματικότητας και της ίδρυσης νέων ΜΜΕ συμβάλλουν στην αύξηση της απασχόλησης και της παραγωγικότητας. Οι νέες επιχειρήσεις αν και αντιμετωπίζουν σκληρό και αθέμιτο αρκετές φορές ανταγωνισμό, κατορθώνουν επιδεικνύοντας υψηλό επίπεδο καινοτομίας, δεξιοτήτων και τεχνολογίας αφενός να εδραιώσουν τη θέση τους στο ευρύτερο επιχειρηματικό περιβάλλον και αφετέρου να αποτελέσουν πηγή νέων αποτελεσματικότερων παραγωγικών διαδικασιών και ποιοτικότερων αγαθών. Τα τελευταία χρόνια, εμπειρικές μελέτες του ΟΟΣΑ

καταγράφουν αυξημένη κινητικότητα εισόδου και εξόδου επιχειρήσεων, αφού οι λιγότερο παραγωγικές μονάδες αδυνατούν να προσαρμοστούν στη δυναμική της σύγχρονης παγκοσμιοποιημένης οικονομίας με αποτέλεσμα να συρρικνώνονται ή να αποχωρούν από τον κλάδο. Στο προσκήνιο εμφανίζονται νέες επιχειρήσεις με δημιουργικότερο συνδυασμό παραγωγικών συντελεστών και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που παρουσιάζουν γοργό ρυθμό μεγέθυνσης και ευημερίας, δημιουργώντας ταυτόχρονα νέες θέσεις εργασίας. Αν και βραχυχρόνια παρατηρείται αυξημένο ποσοστό εισόδου και εξόδου επιχειρήσεων με επιπτώσεις στο τομέα της απασχόλησης, μακροχρόνια αποδεικνύεται αύξηση της παραγωγικότητας μέσω της μεταφοράς εισροών σε αποδοτικότερες παραγωγικές διαδικασίες και συνεχή αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου.

Η ενίσχυση επομένως του θεσμού των ΜΜΕ προϋποθέτει εξασφάλιση σταθερών μακροοικονομικών συνθηκών και πλαισίου στήριξης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, περιορισμό και απλούστευση των διοικητικών διατάξεων και του κόστους που επιβαρύνουν δυσανάλογα τις ΜΜΕ και ταυτόχρονα προώθηση μιας διαδικασίας συστηματικής αξιολόγησης, ώστε να εξασφαλίζεται ότι τα προγράμματα υπέρ των ΜΜΕ και της επιχειρηματικότητας είναι οικονομικά αποδοτικά και αποφέρουν αποτελέσματα.

- ❖ *Η αναβάθμιση του εκπαιδευτικού συστήματος ως βασικός προσανατολισμός της πολιτικής προώθησης της επιχειρηματικότητας.*

Η επιχειρηματικότητα συνδυάζοντας το τρίπτυχο δημιουργικότητα, καινοτομία και ανάληψη κινδύνου, αποτελεί βασική μέθοδο ανάπτυξης οικονομικής δραστηριότητας. Δεδομένου ότι τα γνωστικά εφόδια και η ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού αποτελούν βασικούς υποστηρικτικούς παράγοντες ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας, η προώθηση επιχειρηματικής κουλτούρας και

αντίληψης μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη προτεραιότητα στο πρόγραμμα των κυβερνήσεων. Η εκπαίδευση σε θέματα επιχειρηματικότητας και η διαμόρφωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς δείχνουν να επηρεάζουν θετικά την κερδοφορία και την κινητικότητα των ΜΜΕ. Το μέγεθος μιας επιχείρησης, η δικτύωσή της, η καινοτομία σε προϊόντα, μεθόδους παραγωγής, διοίκησης και διανομής, η εδραίωσή της πάνω στην κάλυψη επαρκούς εγχώριας ζήτησης και η εξωστρέφεια της αποτελούν μερικούς από τους σημαντικότερους παράγοντες που πρέπει να χαρακτηρίζουν μια επιχείρηση προκειμένου αυτή να ενταχθεί επιτυχώς στο διεθνοποιημένο οικονομικό περιβάλλον. Παράλληλα όμως με αυτούς επισημαίνονται και ορισμένοι άλλοι που συνδέονται άμεσα με την εκπαίδευση και τη νέα γνώση. Η χρήση εξειδικευμένου προσωπικού, η διοίκηση μιας επιχείρησης με σύγχρονες τεχνικές και εργαλεία management, αλλά και η χρήση της τεχνολογίας και συγκεκριμένα της πληροφορικής αποτελούν αναπόσπαστα στοιχεία εδραίωσης και δυναμικής εμφάνισης μιας επιχείρησης στο διεθνές οικονομικό στερέωμα.

Η ενίσχυση της εκπαίδευσης αποτελεί βασικό παράγοντα μακροοικονομικής ανάπτυξης και σταθερότητας. Οι διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας απαιτούν συνεχιζόμενη δια βίου εκπαίδευση και κατάρτιση, ώστε να καλύπτονται οι ανάγκες για εξειδικευμένες γνώσεις και δεξιότητες. Η εικόνα που παρουσιάζουν σήμερα οι ΜΜΕ κατά την πλειοψηφία τους είναι αδυναμία απορρόφησης νέας γνώσης, αξιοποίησης νέας τεχνολογίας και ενσωμάτωσης νέων μεθόδων οργάνωσης βασισμένες στο κεφάλαιο γνώσεων των στελεχών και των εργαζομένων τους. Παρόλο που έχει αναγνωριστεί ο μείζων ρόλος της εκπαίδευσης στην προώθηση επιχειρηματικών αξιών και αντιλήψεων και ποικίλες πρωτοβουλίες αναλαμβάνονται προς αυτή την κατεύθυνση, πολλές είναι οι αντιξοότητες και οι στερήσεις που παραμένουν και χαρακτηρίζουν τον τομέα αυτόν. Η Ελλάδα παρουσιάζει μειωμένες δαπάνες για την εκπαίδευση ως ποσοστό του ΑΕΠ και έλλειψη συντονισμού μακροπρόθεσμου οικονομικού σχεδιασμού και εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Επιτακτική επομένως κρίνεται η βελτίωση της ποιότητας της παρεχόμενης εκπαίδευσης, η αύξηση των δαπανών για την παιδεία και η μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητάς τους, η προσαρμογή των

εκπαιδευτικών προγραμμάτων στις απαιτήσεις της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας και η ενσωμάτωση της επιχειρηματικότητας σε όλες τις εκπαιδευτικές βαθμίδες, προκειμένου να ευνοηθούν και να εκσυγχρονιστούν οι ΜΜΕ.

Η οικονομική δραστηριότητα πρέπει να αναπροσανατολιστεί προς την κατεύθυνση της μανθάνουσας οικονομίας μέσω στενής συνεργασίας κρατικών υπηρεσιών, κοινωνικών φορέων και ιδιωτικού τομέα. Από διάφορες έρευνες έχει προκύψει ότι η τυπική εκπαίδευση και το σύστημα κατάρτισης δεν ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των σύγχρονων αναγκών και νέων προτεραιοτήτων της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας και παράλληλα οι πολιτικές στήριξης των ΜΜΕ, που αναζητούν νέους προσανατολισμούς και αποτελεσματική αξιοποίηση των προσφερόμενων κινήτρων και χρηματοδοτήσεων, δεν έχουν αναπτυχθεί ικανοποιητικά. Η ένταξη, επομένως της διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης, η αναζήτηση σύγχρονων και υψηλού επιπέδου γνώσεων αλλά και η εφαρμογή συλλογικής συμπεριφοράς και λειτουργίας κρατικών θεσμών, ιδιωτικών φορέων και κοινωνικών ομάδων αποτελούν δραστηριότητες που είναι ικανές να παράγουν γνώση και να προωθήσουν την ανταγωνιστικότητα και αποδοτικότητα όχι μόνο των ΜΜΕ αλλά και του συνόλου της οικονομίας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

#### 2.1. Γενική επεξήγηση

Η ιδέα της δημιουργικότητας που έχει αποτελέσει πλεονέκτημα αποτελεί μέρος των οικονομικών πολιτικών από τη δεκαετία του 1990 και έχει προκαλέσει μια ποικιλία νέων όρων, όπως ο «δημιουργικός τομέας», οι «βιομηχανίες πνευματικής ιδιοκτησίας», οι «βιομηχανίες περιεχομένου», ή η «οικονομία εμπειρίας, οι «πολιτιστικές και επικοινωνιακές βιομηχανίες», οι «βιομηχανίες μέσω ενημέρωσης» και οι «οικονομίες της γνώσης». Αυτά τα θέματα δραστηριότητας αποτελούν μέρος της «μη τεχνολογικής» καινοτομίας. Οι ορισμοί και οι έννοιες αυτών των νέων όρων δεν είναι βέβαιοι και η χρήση τους θα εξαρτηθεί από την ερμηνεία (Storey, 2001).

Η ιδέα των δημιουργικών βιομηχανιών τεκμηριώνεται για πρώτη φορά το 1994 στην Αυστραλία, όταν η κυβέρνηση δημιούργησε τη νέα πολιτιστική πολιτική του «Δημιουργικού έθνους», που σχεδιάστηκε για να βοηθήσει την Αυστραλία να ενσωματώσει τις νέες ευκαιρίες πληροφορικής και το αυξανόμενο κύμα της παγκόσμιας κουλτούρας που παρέχεται από τα ψηφιακά μέσα. Το Δημιουργικό Έθνος παρουσιάστηκε ως πολιτιστική πολιτική, αλλά ήταν επίσης ουσιαστικά μια οικονομική πολιτική. Αυτή ήταν η πρώτη φορά που μια αυστραλιανή ομοσπονδιακή κυβέρνηση, με πρωθυπουργό τότε τον Paul Keating, ανέπτυξε επίσημα μια πολιτιστική πολιτική, η οποία υποστηρίχθηκε από την πρόσθετη χρηματοδότηση 250 εκατομμυρίων δολαρίων σε πολιτιστικά ιδρύματα. Η έκθεση υπογράμμισε τη σημασία της κουλτούρας για την εθνική ταυτότητα και τον ορισμό της κουλτούρας ευρύτερα από τις προηγούμενες αντιλήψεις, συμπεριλαμβάνοντας τις ταινίες, το ραδιόφωνο, τις βιβλιοθήκες και άλλους τομείς. Τόνισε επίσης το οικονομικό δυναμικό της πολιτιστικής δραστηριότητας και των τεχνών. Η πολιτιστική πολιτική



ως οικονομική πολιτική, αφορούσε το ότι ο «πολιτισμός δημιουργεί πλούτο». Οι ευρέως καθορισμένες αυστραλιανές πολιτιστικές βιομηχανίες παράγουν 13 δισεκατομμύρια δολάρια ετησίως. Ο πολιτισμός απασχολεί περίπου 336.000 Αυστραλούς σε κλάδους που σχετίζονται με τον πολιτισμό. Ο πολιτισμός προσθέτει αξία. Συμβάλλει ουσιαστικά στην καινοτομία, το μάρκετινγκ και το σχεδιασμό. Το επίπεδο δημιουργικότητας καθορίζει ουσιαστικά την ικανότητα προσαρμογής στις νέες οικονομικές επιταγές. Είναι μια πολύτιμη εξαγωγή από μόνη της και ουσιαστική συνοδεύει τις εξαγωγές άλλων βασικών προϊόντων. Προσελκύει τουρίστες και φοιτητές. Είναι απαραίτητη για την οικονομική επιτυχία (Καραγιάννης, 1996).

Το Ηνωμένο Βασίλειο άρχισε να διατυπώνει την ιδέα των δημιουργικών βιομηχανιών με την ίδρυση του νέου εργατικού δυναμικού το 1997. Την εποχή εκείνη υπήρξε ενεργός προβληματισμός σχετικά με την ανάπτυξη των ΤΠΕ και τις ιδέες δημιουργίας παράλληλων δημιουργικών βιομηχανιών και οικονομιών που επέτρεψαν την εξέλιξη των ΤΠΕ. Φαινόταν ότι αρχικά ο όρος των δημιουργικών βιομηχανιών απλώς αντικατέστησε εκείνη των πολιτιστικών βιομηχανιών, επηρεάζοντας έτσι τις τέχνες και τις πολιτικές των μέσων ενημέρωσης.

Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τον τρόπο με τον οποίο οι δημιουργικές βιομηχανίες έχουν αναπτυχθεί από τις πολιτιστικές βιομηχανίες, επειδή η ιστορία των πολιτιστικών βιομηχανιών στηρίζεται στη βιομηχανική επανάσταση τον 19ο αιώνα, μέχρι τη δεκαετία του 1930 όταν χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά ο όρος πολιτιστικές βιομηχανίες, αν και με κριτικό τρόπο. Η είσοδος αυτή, στην δεκαετία του '30 εξόργισε τους κριτικούς, για τη μαζική κουλτούρα - πώς το ραδιόφωνο, το γραμμόφωνο, ο κινηματογράφος και τα φτηνά μυθιστορήματα έκαναν τον πολιτισμό διαθέσιμο για τις μάζες, συγχρόνως μειώνοντας την αξία αυτής της κουλτούρας μέσω της τεχνητής αναπαραγωγής και της ευρείας διανομής (Sullivan & Sheffrin, 2003).

Η προσέγγιση της βιομηχανίας του πολιτισμού επέστρεψε πρώτα στον ακαδημαϊκό και στη συνέχεια στον πολιτικό και πολιτικό διάλογο στα τέλη της δεκαετίας του '60

- για παράδειγμα στην καταστασιακή κριτική της «Εταιρείας του Θεάματος». Η επιστροφή αυτή προήλθε τόσο από την αναβίωση του δυτικού μαρξισμού με την κεντρική ανησυχία του για την ιδεολογία και την ηγεμονία και την ανανέωση της Σχολής της Φραγκφούρτης όσο και από την ευρύτερη «πολιτισμική στροφή» στην κοινωνιολογία που μετέβαλε την προσοχή από την ανάλυση της κοινωνικής δομής και τάξης, στην ανάλυση του πολιτισμού. Η κοινωνική συνοχή εξηγήθηκε με όρους κοινών συστημάτων πεποίθησης. Η κοινωνική κυριαρχία όσον αφορά την πολιτισμική ηγεμονία και τους κοινωνικούς αγώνες δεν ειδώθηκαν ως αγώνες για την οικονομική εξουσία και την κατανομή των υλικών, αλλά ως αγώνες μεταξύ υποκοουλτούρων και ομάδων ταυτότητας για αναγνώριση και νομιμοποίηση (Florida, 2002).

Ωστόσο, ο όρος που υιοθετήθηκε - οι «πολιτιστικές βιομηχανίες» - δεν έδειχνε τώρα μια απλή επανάληψη της ανάλυσης της Σχολής της Φρανκφούρτης, για δύο λόγους. Στη νέα του χρήση, ο όρος δεν συμπίπτει κατ' ανάγκη ούτε με την ελιτιστική, πολιτισμική απαισιοδοξία της Σχολής της Φρανκφούρτης ούτε με τη συγκεκριμένη εκδοχή της μαρξιστικής οικονομίας που τη στήριξε. Στην πραγματικότητα, η ανανεωμένη χρήση του όρου "πολιτιστικές βιομηχανίες" κάλυπτε μια κρίσιμη θεωρητική διαφωνία, και συνεπώς και πολιτικές διαφωνίες. Για άλλη μια φορά, αυτή η διάσπαση μπορεί να δει απλά το σχετικό βάρος που δίδεται στους "πολιτιστικούς" ή "βιομηχανικούς". Από τη μία πλευρά ήταν εκείνοι που ασχολούνταν με την κοινωνιολογία του πολιτισμού και των μέσων μαζικής ενημέρωσης και εκείνων που αναπτύχθηκαν ως πολιτιστικές σπουδές, οι οποίοι διαμαρτύρονταν για μια απομάκρυνση από μια προσέγγιση βάσης/ υπερδομής σε προβλήματα ιδεολογίας και ηγεμονίας και μακριά από αυτό που είδαν ως οικονομικά, να επικεντρώνεται στην παραγωγή και την εργασία που αποτελούν τη βάση μιας αποτυχημένης και μεταρρυθμιστικής πολιτικής για το εργατικό δυναμικό. Για αυτή την ομάδα, η χρήση του όρου "πολιτιστική" σηματοδότησε μια απομάκρυνση από το παράδειγμα οικονομοκρατικής βάσης/ υπερκατασκευής για να επικεντρωθεί στον πολιτισμό ως μια σφαίρα σχετικής αυτόνομης κοινωνικής πρακτικής και ως κεντρικός τόπος ηγεμονίας. Από αυτή τη θέση προέκυψε μια αντικατάσταση της παραδοσιακής πολιτικής εργατικής τάξης με βάση το σημείο

παραγωγής με μια πολιτιστική πολιτική. Ο χώρος της αντιπολιτευτικής πολιτικής πρακτικής κινήθηκε από τα εργοστάσια, τα συνδικάτα και τα πολιτικά κόμματα ως το σπίτι, τη ροκ συναυλία και ιδιαίτερα την τάξη. Σε ορισμένες τουλάχιστον εκδοχές, η θέση αυτή συνδέθηκε επίσης με μια αποφασιστική απόρριψη τόσο της πολιτιστικής απαισιοδοξίας της σχολικής σχολής της Φρανκφούρτης όσο και της σοσιαλδημοκρατικής κριτικής του εμπορικού και ιδιαίτερα του αμερικανικού εμπορικού πολιτισμού υπέρ μιας θετικής ανατίμησης, της λαϊκής κουλτούρας και των υποτιθέμενων ανατρεπτικών εξουσιών αποκρυπτογράφησης του ακροατηρίου. Εδώ, σημαντικό είναι ότι, η ετικέτα «πολιτιστικές βιομηχανίες» έδειξε επίσης μια στροφή της έμφασης μακριά από την ανάλυση του Τύπου και της εκπομπής ειδήσεων, τις πιθανές πολιτικές τους επιπτώσεις και τη σχέση μεταξύ του ιδεολογικού τους περιεχομένου και των δομών ιδιοκτησίας και ελέγχου, προς τις βιομηχανίες ψυχαγωγίας, την μουσική, τις ταινίες και την τηλεόραση (Γεωργαντά, 2003).

## **2.2. Ορισμός της καινοτομίας**

Η καινοτομία είναι ένας όρος που συχνά η έννοια του συγχέεται με την έννοια της εφεύρεσης. Η εφεύρεση είναι η εμφάνιση μιας ιδέας για ένα καινούριο προϊόν ή μια διαδικασία ενώ η καινοτομία είναι η εμπορευματοποίηση αυτής της ιδέας. Η μετατροπή της εφεύρεσης σε καινοτομία συνήθως απαιτεί κάποιο εύλογο χρονικό διάστημα γιατί η όλη διαδικασία χρειάζεται τον συνδυασμό κάποιων παραγόντων όπως είναι οι οικονομικοί πόροι, οι ικανότητες καθώς και η γνώση.

Ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) πρότεινε στο Εγχειρίδιο του Όσλο τον ορισμό της καινοτομίας ως την εφαρμογή ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος, είτε αγαθού είτε υπηρεσίας, ή διαδικασίας ή μιας νέας μεθόδου μάρκετινγκ ή μιας νέας οργανωτικής μεθόδου στην επιχείρηση. Η ελάχιστη απαίτηση για μια καινοτομία είναι ότι το προϊόν ή η διαδικασία θα πρέπει να είναι καινούρια ή σημαντικά βελτιωμένα για την επιχείρηση. Ο ορισμός

αυτός χρησιμοποιείται επειδή είναι αρκετά ευρύς ώστε να λάβει μια ολιστική προσέγγιση της καινοτομίας, αντιπροσωπεύοντας και τις «μαλακές καινοτομίες» οι οποίες συχνά συνδέονται με βιομηχανίες εντάσεως γνώσης καθώς και υπηρεσιών. Επιπλέον έχει αρκετό βάθος για να ταξινομήσει τις καινοτομίες σύμφωνα με τα προϊόντα, τις διαδικασίες, το μάρκετινγκ και τις οργανωτικές τυπολογίες (Γεωργαντά, 2003).

Ο ορισμός της καινοτομίας έχει απασχολήσει αρκετά τα τελευταία χρόνια και έχουν δοθεί διάφοροι ορισμοί. Ο Freeman (1982) θεωρεί ότι «η βιομηχανική καινοτομία περιλαμβάνει τις δραστηριότητες τεχνικού σχεδιασμού, παραγωγής, διοίκησης και εμπορίας που σχετίζονται με την εισαγωγή νέου ή βελτιωμένου προϊόντος, ή με την πρώτη εμπορική εφαρμογή μιας νέας ή βελτιωμένης διαδικασίας ή εξοπλισμού». Στην Πράσινη Βίβλο για την καινοτομία που εξέδωσε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (1995) η καινοτομία αναφέρεται ως επιτυχημένη δημιουργία και εκμετάλλευση, σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο, κάτι καινούριου. Οι επιχειρήσεις προσεγγίζουν την καινοτομία μέσω της υιοθέτησης νέων τεχνολογιών καθώς και καινούριων τρόπων παραγωγής προϊόντων (Ινστιτούτο Επικοινωνίας, 2006).

Ωστόσο η πρώτη καταγραφή του ορισμού της καινοτομίας προέρχεται από τον Joseph Schumpeter (1934) ο οποίος διέκρινε πέντε τύπους καινοτομίας (Ινστιτούτο Επικοινωνίας, 2006):

- Εισαγωγή ενός νέου προϊόντος ή ποιοτική αλλαγή σε ένα ήδη υπάρχον προϊόν.
- Άνοιγμα νέας αγοράς.
- Αλλαγές στην οργάνωση των επιχειρήσεων.
- Ανάπτυξη νέων πηγών προμήθειας πρώτων υλών ή άλλων εισροών.
- Εισαγωγή μιας νέας μεθόδου παραγωγής.

Επίσης όρισε ως «επιχειρηματική λειτουργία» τους πέντε αυτούς τύπους της καινοτομίας και τόνισε τη σημασία αυτής.

Σύμφωνα με τον Schumpeter (1943) υπάρχουν τρία στάδια στη διαδικασία των τεχνολογικών αλλαγών. Πρώτο στάδιο είναι αυτό της εφεύρεσης (invention) που αναφέρεται στην ανακάλυψη μιας ιδέας που θα μπορούσε να εφαρμοσθεί. Αυτή όμως η ιδέα ελέγχεται αρχικά κατά πόσο θα μπορεί να εφαρμοστεί στην πράξη. Μετά ακολουθεί το στάδιο της καινοτομίας (innovation) στο οποίο οι νέες ιδέες αναπτύσσονται σε εμπορεύσιμα προϊόντα ή διαδικασίες παραγωγής και είναι η πρώτη εμπορική εφαρμογή της εφεύρεσης. Το στάδιο της καινοτομίας περιλαμβάνει όλες εκείνες τις διεργασίες που απαιτούνται για την βελτίωση και την ανάπτυξη ενός προϊόντος έτοιμου να κυκλοφορήσει στην αγορά. Το τελευταίο στάδιο είναι αυτό της διάχυσης (diffusion) των καινοτομιών στο οικονομικό σύστημα. Η τεχνολογική αλλαγή, σύμφωνα με τον Schumpeter (1943), μπορεί να σημαίνει και «δημιουργική καταστροφή» λόγω της αναστάτωσης που επιφέρει στις επιχειρήσεις από την δημιουργία και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών. Εμπειρικές έρευνες έχουν δείξει ότι για την μετάβαση από το στάδιο της εφεύρεσης στο στάδιο της καινοτομίας απαιτούνται κατά μέσο όρο 13 έτη, ενώ η μετάβαση από το στάδιο της καινοτομίας στο στάδιο της διάχυσης από 5 έως 50 έτη ανάλογα με το προϊόν (Ινστιτούτο Επικοινωνίας, 2006).

Η επίδραση κάθε τεχνολογικής αλλαγής στην οικονομία εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ευρύτητα της διάχυσής της. Τα κύρια στοιχεία της διαδικασίας της διάχυσης της καινοτομίας είναι η ίδια η καινοτομία, το πλήθος των δυνητικών επιχειρήσεων που θα υιοθετήσουν την καινοτομία, η διαδικασία λήψης των αποφάσεών τους και η ροή πληροφοριών μεταξύ των κατασκευαστών και αυτών που θα την υιοθετήσουν. Η κύρια παράμετρος που χρησιμοποιείται για την διαδικασία της διάχυσης είναι το ποσοστό της διάδοσης. Ο ρυθμός διάχυσης είναι διαφορετικός για διαφορετικά προϊόντα. Σε γενικές γραμμές όσο πιο μεγάλη είναι η βελτίωση που επιφέρει η καινοτομία στους χρήστες τόσο πιο μεγάλος είναι και ο ρυθμός της διάχυσης. Όσο πιο χαμηλό είναι το κόστος μιας καινοτομίας τόσο πιο γρήγορος ο ρυθμός της διάχυσης. Οι μη οικονομικού χαρακτήρα παράγοντες, όπως είναι η συμβατότητα της καινοτομίας με τις τρέχουσες αξίες και τις εμπειρίες του παρελθόντος, επηρεάζουν τον ρυθμό της διάχυσης. Το στάδιο της εφεύρεσης από την άλλη πλευρά είναι μια απομονωμένη διαδικασία η οποία απαιτεί ανθρώπινη

ενέργεια. Αντίθετα το στάδιο της καινοτομίας είναι περισσότερο μια επιχειρηματική δραστηριότητα η οποία απαιτεί την χρηματοδότηση και διαχείριση πολύπλοκων δραστηριοτήτων για την εμπορευματοποίηση της εφεύρεσης (Καραγιάννης, 1996).

### **2.3. Δείκτες μέτρησης καινοτομίας**

Για την μέτρηση της καινοτομίας χρησιμοποιούνται διάφοροι δείκτες. Ορισμένοι συγγραφείς ταξινομούν τους δείκτες ανάλογα με το αν βασίζονται σε εισροές ή εκροές της καινοτομικής διαδικασίας. Οι δείκτες που βασίζονται σε εισροές είναι παραδείγματος χάριν ο προϋπολογισμός της Έρευνας και Ανάπτυξης, το μορφωτικό επίπεδο των εργαζομένων και η ύπαρξη τυποποιημένης Έρευνας και Ανάπτυξης. Οι δείκτες που βασίζονται στα αποτελέσματα της καινοτομικής διαδικασίας είναι ο αριθμός των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, το απόλυτο ποσό των πωλήσεων των καινοτομικών προϊόντων, ο αριθμός των καινοτομιών καθώς και η αύξηση του μεριδίου της αγοράς. Επίσης μπορεί να γίνει προσδιορισμός των καινοτομιών μέσα από πληροφορίες που παρέχονται από εμπειρογνώμονες του κλάδου, από τους υπεύθυνους των επιχειρήσεων καθώς και από ειδικευμένα περιοδικά (Καραγιάννης, 1996).

### **2.4. Παράγοντες καινοτομίας**

Η καινοτομία παραδοσιακά θεωρείται ως γεννήτρια ανταγωνιστικότητας, η οποία οδηγεί σε υψηλότερες επιδόσεις της επιχείρησης. Οι ικανότητες της καινοτομίας συνεχώς ανανεώνουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, καθώς οι επιχειρήσεις μεγαλώνουν και ωριμάζουν. Η διαχείριση της καινοτομίας μπορεί να οδηγήσει σε διαφορετικές επιδόσεις, ακόμη και σε μία ασύμφορη (Ιωαννίδης, 2001). Αυτό σημαίνει ότι η καινοτομία από μόνη της δεν συνεπάγεται την καλύτερη απόδοση και αυτό φαίνεται όταν ορισμένες επιχειρήσεις έχουν μεγαλύτερη επιτυχία στην

ανάπτυξη μιας καινοτομίας σε σχέση με άλλες και αυτό λόγω κάποιων παραγόντων που έχουν θετικά αποτελέσματα όχι μόνο στην επιτυχία της καινοτομίας αλλά και στην συνολική απόδοση της επιχείρησης. Οι παράγοντες που καθορίζουν και συντελούν στην επιτυχία της καινοτομίας είναι αρκετοί. Οι παράγοντες που σχετίζονται με τον ανταγωνισμό και ιδίως η συγκέντρωση του κλάδου καθώς οι φραγμοί εισόδου στην αγορά έχουν αναγνωρισθεί ως καθοριστικοί παράγοντες καινοτομίας. Επίσης θεωρείται ότι η έλλειψη ανταγωνισμού καθιστά λιγότερο αναγκαία την καινοτομία (Καρβούνης, 1995).

Σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης μιας επιτυχημένης καινοτομίας είναι ο έλεγχος των αναγκών της αγοράς. Το κύριο καθήκον της επιχείρησης είναι να αναγνωρίσει τις προτιμήσεις, επιθυμίες και ανάγκες της αγοράς προκειμένου να δημιουργήσει προϊόντα με ανώτερη αξία. Δεδομένου ότι αυτή η ανώτερη αξία είναι πολύ υποκειμενική και υπάρχει μόνο μέσα στο μυαλό των πελατών είναι σημαντικό να γνωρίζει τις απόψεις τους. Υπό αυτή την έννοια οι επιχειρήσεις είναι πηγές επεξεργασίας πληροφοριών που λειτουργούν σε ένα σύνθετο και δυναμικό πλαίσιο, και χρησιμοποιούν αυτές τις πληροφορίες για να μειώσουν την αβεβαιότητα τους στην διαδικασία λήψης αποφάσεων όσον αφορά την καινοτομία. Η σωστή αξιοποίηση αυτών των πληροφοριών και γνώσεων οδηγεί στην επιχειρηματική μάθηση που είναι μια σημαντική μεταβλητή. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να ψάχνουν για νέες ευκαιρίες που ικανοποιούν τους πελάτες και να μπορέσουν να δώσουν λύση σε αυτές τις ανάγκες της αγοράς. Η επιδίωξη της συνεχούς μάθησης αποτελεί την διαδρομή για την επίτευξη ανανεώσιμων ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων. Εκτός όμως από τις ανάγκες των καταναλωτών οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αναλύουν και την συμπεριφορά των ανταγωνιστών. Η έρευνα των Massa & Testa (2004) δείχνει ότι οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν την συγκριτική αξιολόγηση γιατί τους δίνει την δυνατότητα να συγκρίνουν τις πρακτικές και τις επιδόσεις τους με άλλες επιχειρήσεις με σκοπό την απόκτηση γνώσης που θα προσδώσει βελτιώσεις και καινοτομίες (Scott, 2006).

Η δραστηριότητα έρευνας και ανάπτυξης μέσα στην επιχείρηση καθώς και το εξειδικευμένο προσωπικό θεωρούνται σημαντικοί ενδογενείς παράγοντες

δημιουργίας και συσσώρευσης γνώσης. Όμως η τεχνολογική γνώση μεταφέρεται στην επιχείρηση με την απόκτηση κυρίως πατέντων και τεχνολογικών αδειών και για να αφομοιωθούν θα πρέπει να υπάρχουν μέσα στην επιχείρηση προσπάθειες για ενδογενή τεχνολογική ανάπτυξη. Επίσης οι επιχειρήσεις προχωρούν σε συμφωνίες συνεργασίας για έρευνα και ανάπτυξη με άλλες επιχειρήσεις με σκοπό να μοιραστούν το ρίσκο και την αβεβαιότητα. Επίσης υπάρχουν και δίκτυα επιχειρήσεων που εξειδικεύονται σε ένα συγκεκριμένο πεδίο δραστηριοτήτων και χαρακτηρίζονται από γεωγραφική εγγύτητα. Μέσα από αυτά τα δίκτυα παρατηρούνται έντονα φαινόμενα διάχυσης γνώσης και εμπειρίας. Έτσι γύρω από την επιχείρηση υπάρχει ένα δίκτυο μεταφοράς γνώσης και τεχνολογίας που αποτελείται από τις άμεσες ξένες επενδύσεις, τις πολυεθνικές επιχειρήσεις καθώς και τα δίκτυα των προμηθευτών που η επιχείρηση θα πρέπει να εκμεταλλευτεί. Το ανθρώπινο κεφάλαιο παίζει καθοριστικό ρόλο στην διαδικασία αφομοίωσης της νέας γνώσης. Σύμφωνα με την έρευνα των Barnett και Storey (2000) οι καινοτόμες επιχειρήσεις δίνουν μεγάλη σημασία στην ανάπτυξη της κατάρτισης των εργαζομένων. Η προσέλκυση και η διατήρηση υψηλής ποιότητας τεχνικού και επιστημονικού προσωπικού θεωρείται βασική στρατηγική για την ανάπτυξη και υιοθέτηση καινοτομιών, ιδιαίτερα για τις εταιρείες υψηλής τεχνολογίας (LeRoy, 2010a).

Μια ακόμη σημαντική παράμετρο για την ανάπτυξη καινοτομιών είναι και το θεσμικό πλαίσιο που υπάρχει σε κάθε χώρα και ειδικά η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας. Στις χώρες όπου υπάρχει υψηλή προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας υπάρχει μεγαλύτερη εισροή μακροχρόνιων επενδύσεων καινοτομίας από επιχειρήσεις με αποτέλεσμα να ενισχύει την ελκυστικότητα της χώρας. Επίσης κίνητρο για την ενθάρρυνση της καινοτομίας είναι και η φορολογική αντιμετώπιση των δαπανών για έρευνα και ανάπτυξη, οι αντιμονοπωλιακές πολιτικές και το «άνοιγμα» της εσωτερικής αγοράς στον διεθνή ανταγωνισμό (Potts & Cunningham, 2008).

Η επιχειρηματική φιλοσοφία αποτελεί τον πυρήνα των επιχειρήσεων που είναι προσανατολισμένες στην καινοτομία. Τα βασικά στοιχεία της επιχειρηματικής



φιλοσοφίας είναι κοινές αξίες, πεποιθήσεις και συμπεριφορά από όλα τα μέλη της επιχείρησης. Η δομή της επιχείρησης θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από διοικητική αποκέντρωση και ευρέως καθορισμένες ευθύνες εργασίας. Η επικοινωνία μεταξύ των ατόμων θα πρέπει να είναι ανοιχτή, αποτελεσματική και διαρκής. Η υιοθέτηση εταιρικής κουλτούρας απαιτεί διευρυμένη και αδιάκοπη προσπάθεια και η αλλαγή της είναι μια δύσκολη διαδικασία (Γεωργαντά, 2003).

Η ιδέα ότι η καινοτομία αποτελεί το ανταγωνιστικό μέσο που είναι απαραίτητο για την μακροπρόθεσμη επιτυχία των επιχειρήσεων είναι αναγνωρισμένη. Μέσα από τις καινοτομίες οι επιχειρήσεις διαφοροποιούνται και προσαρμόζονται για να ταιριάζουν στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της τεχνολογίας και της αγοράς. Μια επιχείρηση που θα θέλει να είναι πραγματικά καινοτομική θα πρέπει να εντάξει μια ισχυρή κουλτούρα η οποία θα ενθαρρύνει την ενασχόληση με καινοτομικές συμπεριφορές. Αυτή η ροπή προς την καινοτομία αναφέρεται ως καινομικότητα και αποτελεί μια οργανωτική κουλτούρα που ενθαρρύνει τους εργαζόμενους να είναι καινοτόμοι και δείχνει την δεκτικότητα της επιχείρησης να επιδιώξει την ανάπτυξη νέων προϊόντων ή διαδικασιών (Hawkins, 2002).

Όσο αναφορά την προώθηση μιας εταιρικής κουλτούρας ο Pavitt (1991) έθεσε ζητήματα όπως είναι η ευελιξία, οι σύντομες γραμμές επικοινωνίας, η διατήρηση στενών σχέσεων με τους πελάτες, η δημιουργία κινήτρων της διοίκησης και του εργατικού δυναμικού και η μείωση της γραφειοκρατίας.

Συνοψίζοντας, η διαρκής καινοτομία εξαρτάται από το σύνολο των δυναμικών δυνατοτήτων κάθε επιχείρησης, που βοηθάνε την ολοκλήρωση, την κατασκευή, και την εκ νέου ρύθμιση των εσωτερικών και εξωτερικών αρμοδιοτήτων για την αντιμετώπιση του ταχέως μεταβαλλόμενου περιβάλλοντος, με την ενεργοποίηση, αντιγραφή, μεταφορά, σύνθεση, ανασυνδυασμό και αναδιάταξη διαφορετικών δεξιοτήτων και πόρων. Ένα σύστημα καινοτομίας βασίζεται σε μια σειρά από κανόνες, νομοθεσία, κανονισμούς, θεσμούς, είδη χρηματοδότησης, δίκτυα και προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης. Με λίγα λόγια βασίζεται σε μια σειρά

βασικών στοιχείων που συνδέονται και σχετίζονται έτσι ώστε να αποτελούν ένα σύνολο (Ινστιτούτο Επικοινωνίας, 2006).

## **2.5. Εμπόδια καινοτομίας**

Εκτός από τους παράγοντες που ευνοούν την καινοτομία υπάρχουν και κάποια εμπόδια που την καθιστούν δύσκολη στην ανάπτυξη της και στην εφαρμογή της. Στο εγχειρίδιο του Όσλο οι παράγοντες που εμποδίζουν την ανάπτυξη καινοτομιών διακρίνονται σε οικονομικούς, σε ενδοεπιχειρησιακούς και σε εμπόδια εξωτερικά από την επιχείρηση. Στα οικονομικά εμπόδια περιλαμβάνονται το υψηλό κόστος της έρευνας, διάχυσης και εφαρμογής μια καινοτομικής ιδέας, η έλλειψη πηγών χρηματοδότησης, το ρίσκο που αναλαμβάνει μια επιχείρηση καθώς και η πολύ μεγάλη χρονική διάρκεια απόσβεσης της καινοτομίας (Garnham, 2001).

Τα ενδοεπιχειρησιακά εμπόδια αναφέρονται σε εμπόδια που πηγάζουν εσωτερικά από την επιχείρηση. Η έλλειψη ειδικευμένου εργατικού δυναμικού καθώς και το ανεπαρκές δυναμικό έρευνας και ανάπτυξης, που θεωρούνται από τα σημαντικότερα εμπόδια γιατί αποτελούν την πηγή ανάπτυξης και εφαρμογής μιας καινοτομικής ιδέας, σε συνδυασμό με τις οργανωτικές δυσκαμψίες μπορούν να οδηγήσουν σε προβλήματα για την ενδεχόμενη επιτυχία των καινοτομιών. Δεδομένου ότι η καινοτομία είναι ο πρωταρχικός στόχος οι καινοτόμες επιχειρήσεις βασίζονται στη γνώση. Κατά συνέπεια εξειδικευμένο προσωπικό και ειδικοί επιστήμονες είναι σημαντικοί δεδομένου ότι αποτελούν προϋπόθεση για την καινοτομία. Οι οργανωτικές ρυθμίσεις θα πρέπει να είναι ικανές να δημιουργήσουν, να μεταφέρουν και να διαδώσουν την γνώση μέσω των κατάλληλων εσωτερικών επικοινωνιών μεταξύ των αρμόδιων τμημάτων. Ως εκ τούτου η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού ενδέχεται να οδηγήσει σε εσωτερικές δυσκαμψίες σύμφωνα με την διαδικασία της καινοτομίας (Charles, 2000).

Επιπροσθέτως η ελλιπής πληροφόρηση σε θέματα τεχνολογίας, η ελλιπής πληροφόρηση για τις αγορές και η έλλειψη ανταπόκρισης των πελατών μπορούν να ενισχύσουν την αβεβαιότητα όσον αφορά την καινοτομία. Αυτό συνεπάγεται μια διαδικασία συσχετισμού των τεχνικών δυνατοτήτων και των ευκαιριών της αγοράς. Με άλλα λόγια πρόκειται, αφενός, για την αναγνώριση των αναγκών των πιθανών χρηστών και αφετέρου οι τεχνικές γνώσεις που είναι διαθέσιμες. Επομένως οι επιχειρήσεις που παραμελούν τις ανάγκες της δυνητικής αγοράς ή το κόστος των καινοτομιών σε σχέση με την αγορά είναι πιθανό να αποτύχουν ως καινοτόμοι. Επιπλέον οι επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν τις απαραίτητες επιστημονικές ικανότητες για την ανάπτυξη ενός ικανοποιητικού προϊόντος ή διαδικασίας θα αποτύχουν ως καινοτόμοι όση καλή εκτίμηση της αγοράς και να έχουν (Γεωργαντά, 2003).

Στα εξωτερικά εμπόδια συγκαταλέγονται επίσης η αδυναμία του νομοθετικού πλαισίου για την κατοχύρωση των πνευματικών δικαιωμάτων, η οποία καθιστά την επιχείρηση απρόθυμη να προχωρήσει σε καινοτομικές ενέργειες, καθώς και η έλλειψη κρατικής υποστήριξης σε θέματα καινοτομίας.

Μελέτες υποστηρίζουν ότι υπάρχουν και πολιτιστικά εμπόδια όπως είναι η απροθυμία της επιχείρησης να αλλάξει, η τάση να αγνοεί την διαδικασία καινοτομίας, να επικεντρώνεται σε βραχυπρόθεσμες απαιτήσεις, η έλλειψη του στρατηγικού οράματος και η διάδοση μιας κουλτούρας ευθύνης (LeRoy, 2010b).

## **2.6. Στην Ελλάδα**

Σύμφωνα με τον Schumpeter (1934) οι επιχειρήσεις καινοτομούν γιατί αναζητούν προσόδους και εντοπίζει τρία κίνητρα που ωθούν έναν επιχειρηματία να καινοτομήσει: την επιθυμία του να δημιουργήσει το δικό του μικρό «βασιλείο», την θέληση του για νίκη και την χαρά της δημιουργίας και επίλυσης προβλημάτων.

Αναφέρει ότι στην καινοτομία διαδικασίας η επιχείρηση βελτιώνει την παραγωγικότητα της με αποτέλεσμα να αποκτά πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών της και να διευρύνει το μερίδιό της στην αγορά. Όσον αφορά την καινοτομία προϊόντος θεωρεί ότι η επιχείρηση καταλαμβάνει μονοπωλιακή θέση (Καραγιάννης, 1996).

Οι επιχειρήσεις όμως καινοτομούν γιατί στοχεύουν στο γεγονός ότι τα νέα προϊόντα ή διαδικασίες θα της προσδώσουν ή θα την κάνουν να διατηρήσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Ειδικότερα οι νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις στοχεύουν μέσω της καινοτομίας να αυξήσουν τις πιθανότητές τους να επιβιώσουν μέσα σε έναν ανταγωνιστικό κλάδο. Οι ήδη καθιερωμένες επιχειρήσεις, από την άλλη, παρακολουθούν τις αλλαγές στην φύση της τεχνολογίας και μέσω της καινοτομικής δραστηριότητάς τους αντιμετωπίζουν τις νέες και αναδυόμενες τεχνολογίες βελτιώνοντας συνεχώς τις υπάρχουσες ικανότητες τους.

Η καινοτομία έχει επίδραση και στην απασχόληση. Η εισαγωγή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων προϊόντων έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση των επιπέδων απασχόλησης. Για την καινοτομία διαδικασίας οι Piva & Vivarelli (2005) ισχυρίζονται ότι από την μία πλευρά αντικαθίστανται οι εργαζόμενοι, από την άλλη όμως η καινοτομία διαδικασίας μειώνει το ανά μονάδα κόστος παραγωγής και μέσα σε μια ανταγωνιστική αγορά έχει ως αποτέλεσμα την μείωση των τιμών των προϊόντων, το οποίο δημιουργεί μια νέα ζήτηση για προϊόντα και επομένως πρόσθετη παραγωγή και απασχόληση (Ινστιτούτο Επικοινωνίας, 2006).

Το εγχειρίδιο του Όσλο (OECD, 2005) αναφέρει τους οικονομικούς στόχους που έχει μια καινοτομία με σημαντικότερους την βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων, την μείωση του κόστους παραγωγής, το άνοιγμα νέων αγορών και την βελτίωση της ευελιξίας της παραγωγής (Ινστιτούτο Επικοινωνίας, 2006).

Τις τελευταίες δεκαετίες έχει παρατηρηθεί ότι έχει αλλάξει ο τρόπος με τον οποίο οι επιχειρήσεις αναλαμβάνουν καινοτομικές δραστηριότητες. Οι επιχειρήσεις, άσχετα με το μέγεθος τους, έχουν αρχίσει να χρησιμοποιούν τα εξωτερικά δίκτυα. Η

καινοτομία θεωρείται ως μια διαδικασία που δημιουργείται μέσα από τις διάφορες αλληλεπιδράσεις μεταξύ των διάφορων φορέων, για αυτό και πολλοί ερευνητές τονίζουν ότι η καινοτομία δεν προκύπτει μέσω της απομόνωσης αλλά μέσω της ύπαρξης δικτύων. Τα δίκτυα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη καινοτομιών μέσα και μεταξύ των επιχειρήσεων καθώς επίσης διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην διάχυση των καινοτομιών εντός του κλάδου. Οι Pittaway et al, (2004) προσδιόρισαν τα οφέλη που οι επιχειρήσεις λαμβάνουν από την συμμετοχή τους σε δίκτυα. Αυτά είναι ο καταμερισμός του κινδύνου, η πρόσβαση σε νέες αγορές και τεχνολογίες, η ταχύτητα στην εμπορευματοποίηση των προϊόντων, η συγκέντρωση συμπληρωματικών δεξιοτήτων, η προστασία των δικαιωμάτων ιδιοκτησίας και η πρόσβαση σε εξωτερικές γνώσεις (Ινστιτούτο Επικοινωνίας, 2006).

Συνοψίζοντας τα παραπάνω η διαδικασία της καινοτομίας εξαρτάται από την απόκτηση γνώσεων από την ίδια την επιχείρηση καθώς και από άλλους πόρους από εξωτερικούς οργανισμούς όπως είναι οι πελάτες, οι προμηθευτές, οι ανταγωνιστές, οι οργανισμοί στήριξης των επιχειρήσεων, οι φορείς του εμπορίου και τα κρατικά ιδρύματα.

Ο όρος εθνικό σύστημα καινοτομίας υπάρχει εδώ και είκοσι χρόνια και σήμερα έχει ευρέως διαδοθεί μεταξύ των φορέων χάραξης πολιτικής καθώς και των ερευνητών σε όλο τον κόσμο. Η ιδέα αυτή αναπτύχθηκε παράλληλα στην Ευρώπη και τις ΗΠΑ την δεκαετία του 1980. Ο πρώτος που ορίζει το σύστημα καινοτομίας είναι ο Freeman (1987) ως «το δίκτυο των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων των οποίων οι δραστηριότητες και αλληλεπιδράσεις δημιουργούν, εισάγουν, τροποποιούν και διαχέουν νέες τεχνολογίες». Ακολούθησαν αρκετοί ορισμοί του συστήματος καινοτομίας όπως είναι οι ακόλουθοι (Γεωργαντά, 2003):

«Τα στοιχεία και οι σχέσεις που αλληλεπιδρούν στην παραγωγή, διάχυση και χρήση νέας και οικονομικά χρήσιμης γνώσης και τα οποία προσδιορίζονται εντός των συνόρων ενός εθνικού κράτους».

«Αποτελείται από τα θεσμικά όργανα και τις οικονομικές δομές που επηρεάζουν τον βαθμό και την κατεύθυνση της τεχνολογικής αλλαγής στην κοινωνία».

«Είναι ένα σύστημα αλληλεπιδράσεων μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών επιχειρήσεων (είτε είναι μεγάλες είτε μικρές), πανεπιστημίων και κρατικών φορέων με στόχο την παραγωγή έρευνας και τεχνολογίας εντός εθνικών συνόρων. Οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ αυτών των φορέων θα μπορούσαν να είναι τεχνικές, εμπορικές, οικονομικές, θεσμικές και κοινωνικές στον βαθμό που ο στόχος της αλληλεπίδρασης είναι η ανάπτυξη, η προστασία, η χρηματοδότηση και η θεσμοθέτηση της νέας επιστήμης και τεχνολογίας».

Επομένως το σύστημα καινοτομίας είναι ένα σύνολο αλληλένδετων θεσμών. Ο πυρήνας του αποτελείται από τα ιδρύματα που παράγουν, διαχέουν και εφαρμόζουν νέες τεχνολογικές γνώσεις. Τα ιδρύματα αυτά είναι είτε βιομηχανικές επιχειρήσεις, πανεπιστήμια ή κυβερνητικοί οργανισμοί. Οι σύνδεσμοι μεταξύ αυτών των ιδρυμάτων αποτελούνται από ροές γνώσης, οικονομικές, ανθρώπινες, ρυθμιστικές και εμπορικές (Hall & Robertson, 2010).

Ενώ υπάρχει η ιδέα της παγκόσμιας οικονομίας ο κόσμος ακόμα απέχει από ομοιογένειες. Οι εθνικές διαφορές εξακολουθούν να υφίστανται παρά την αυξανόμενη οικονομική ολοκλήρωση και είναι καλύτερα ο κόσμος να θεωρείται ως μια σειρά από εθνικά και περιφερειακά συστήματα καινοτομίας. Οι θεσμικές δομές αυτών των συστημάτων διαμορφώνουν τα πρότυπα της καινοτομίας και της οικονομικής ανάπτυξης σε επιμέρους χώρους και συγκεκριμένες βιομηχανίες. Επομένως η κατανόηση των εθνικών διαφορών των θεσμικών δομών είναι σημαντική για την ανάλυση των προκυπτουσών μορφών καινοτομίας και οικονομικής ανάπτυξης (Γεωργαντά, 2003).

Αρχικά λοιπόν, η μελέτη των συστημάτων καινοτομίας έκανε αναφορά σε εθνικό περιβάλλον αλλά μετέπειτα διάφοροι συγγραφείς αναφέρουν τον όρο περιφερειακό. Το σκεπτικό για αυτήν την ανάλυση βασίζεται στην ιδέα ότι οι βιομηχανίες τείνουν να συγκεντρώνονται σε συγκεκριμένους χώρους καθώς και η

ύπαρξη πολιτικών που αφορούν την αποκέντρωση που μπορούν να εφαρμοστούν σε περιφερειακό επίπεδο. Η έννοια του περιφερειακού συστήματος καινοτομίας μπορεί να θεωρηθεί ως τμήμα του εθνικού όπου τα κύρια χαρακτηριστικά εξακολουθούν να ισχύουν.

Έτσι ένα περιφερειακό σύστημα καινοτομίας μπορεί να οριστεί ως ένα σύνολο δικτύων μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών φορέων οι οποίοι αλληλεπιδρούν και παρέχουν αμοιβαία ανατροφοδότηση σε μια συγκεκριμένη περιοχή με την αξιοποίηση της δικής τους υποδομής με σκοπό τη δημιουργία, την προσαρμογή και την επέκταση της γνώσης και των καινοτομιών. Σε γενικές γραμμές η διαδικασία για την απορρόφηση ξένης τεχνολογίας, για την δημιουργία εθνικής τεχνολογίας ή για την διάχυση της μέσα σε ένα συγκεκριμένο χώρο καθορίζεται από διάφορους φορείς, οργανισμούς ή ιδρύματα. Με αυτόν τον τρόπο η επαρκής ανάπτυξη των τοπικών και περιφερειακών υποδομών είναι απαραίτητη (Καραγιάννης, 1996).

## **2.7. Στο εξωτερικό**

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι δημιουργικές βιομηχανίες, εξαιρουμένου του λογισμικού και της γενικής επιστημονικής έρευνας και ανάπτυξης, αντιπροσωπεύουν περίπου το 4% της παγκόσμιας οικονομικής παραγωγής το 1999, το οποίο είναι το τελευταίο έτος για το οποίο υπάρχουν σήμερα διαθέσιμα περιεκτικά στοιχεία. Οι εκτιμήσεις των αποτελεσμάτων που αντιστοιχούν στην επιστημονική έρευνα και ανάπτυξη υποδεικνύουν ότι ένα πρόσθετο ποσοστό 4-9% μπορεί να αποδοθεί στον κλάδο, εάν ο ορισμός του επεκταθεί ώστε να περιλαμβάνει τέτοιες δραστηριότητες, αν και τα στοιχεία διαφέρουν σημαντικά μεταξύ των διαφόρων χωρών (Charles, 2000).

Λαμβάνοντας το παράδειγμα του Ηνωμένου Βασιλείου, στο πλαίσιο άλλων τομέων, οι δημιουργικές βιομηχανίες συμβάλλουν πολύ περισσότερο στην παραγωγή εκτός από τη φιλοξενία ή τις υπηρεσίες κοινής ωφελείας και παράγουν τέσσερις φορές

την παραγωγή λόγω της γεωργίας, της αλιείας και της δασοκομίας. Όσον αφορά την απασχόληση και ανάλογα με τον ορισμό των δραστηριοτήτων που περιλαμβάνονται, ο τομέας είναι σημαντικός εργοδότης μεταξύ 4-6% του ενεργού πληθυσμού του Ηνωμένου Βασιλείου, αν και αυτό το ποσοστό εξακολουθεί να είναι σημαντικά μικρότερο από την απασχόληση λόγω των παραδοσιακών τομέων εργασίας όπως η λιανική και η μεταποιητική βιομηχανία.

Στο πλαίσιο του κλάδου των δημιουργικών βιομηχανιών και λαμβάνοντας το Ηνωμένο Βασίλειο ως παράδειγμα, οι τρεις μεγαλύτεροι υποτομείς είναι ο σχεδιασμός, οι εκδόσεις, η τηλεόραση και το ραδιόφωνο. Συνολικά, αυτά αντιπροσωπεύουν περίπου το 75% των εσόδων και το 50% της απασχόλησης (Garnham, 2005).

Οι σύνθετες αλυσίδες εφοδιασμού στις δημιουργικές βιομηχανίες καθιστούν μερικές φορές δύσκολη την εκτίμηση ακριβών αριθμών για την ακαθάριστη προστιθέμενη αξία ανά υποτομέα. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τους υποτομείς που επικεντρώνονται στις υπηρεσίες, όπως η διαφήμιση, ενώ είναι πιο απλός σε υποτομείς που εστιάζουν στο προϊόν, όπως είναι οι βιοτεχνίες. Δεν αποτελεί έκπληξη, ίσως, ο ανταγωνισμός σε τομείς επικεντρωμένους στο προϊόν τείνει να είναι πιο έντονος με την τάση να οδηγεί το τέλος παραγωγής της αλυσίδας εφοδιασμού για να γίνει μια επιχείρηση βασικών προϊόντων.

Ίσως υπάρχει μια τάση για τις υπηρεσίες ανάπτυξης δημιουργικών βιομηχανιών που χρηματοδοτούνται από το δημόσιο, για να εκτιμήσουν ανακριβώς τον αριθμό των δημιουργικών επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια της διαδικασίας χαρτογράφησης. Υπάρχει επίσης ασάφεια σε όλα σχεδόν τα συστήματα φορολογικού κώδικα που καθορίζουν το επάγγελμα ενός ατόμου, καθώς πολλοί δημιουργικοί άνθρωποι λειτουργούν ταυτόχρονα σε πολλαπλούς ρόλους και θέσεις εργασίας. Και οι δύο αυτοί παράγοντες σημαίνουν ότι οι επίσημες στατιστικές σχετικά με τις δημιουργικές βιομηχανίες πρέπει να αντιμετωπίζονται με προσοχή (Potts & Cunningham, 2008).



Οι δημιουργικές βιομηχανίες στην Ευρώπη συμβάλλουν σημαντικά στην οικονομία της ΕΕ, δημιουργώντας περίπου 3% του ΑΕγχΠ της ΕΕ - που αντιστοιχεί σε ετήσια αξία αγοράς 500 δις ευρώ - και απασχολούν περίπου 6 εκατομμύρια ανθρώπους. Επιπλέον, ο τομέας διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην προώθηση της καινοτομίας, ιδίως για συσκευές και δίκτυα. Η ΕΕ καταγράφει τη δεύτερη υψηλότερη τηλεοπτική προβολή σε παγκόσμιο επίπεδο, παράγοντας περισσότερες ταινίες από οποιαδήποτε άλλη περιοχή του κόσμου. Από την άποψη αυτή, το πρόσφατα προτεινόμενο πρόγραμμα «Δημιουργική Ευρώπη» (Ιούλιος 2011) θα συμβάλει στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, ενώ παράλληλα θα αυξηθεί η κυκλοφορία δημιουργικών έργων εντός και εκτός της ΕΕ. Το πρόγραμμα θα διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην τόνωση της διασυνοριακής συνεργασίας, στην προώθηση της μάθησης από ομοτίμους και στην αύξηση της επαγγελματικής απόδοσης των τομέων αυτών. Στη συνέχεια, η Επιτροπή θα προτείνει χρηματοπιστωτικό μέσο που θα διαχειρίζεται η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων για τη χρηματοδότηση του χρέους και του μετοχικού κεφαλαίου για τις βιομηχανίες πολιτιστικών και δημιουργικών επιχειρήσεων. Ο ρόλος των μη κρατικών φορέων στο πλαίσιο της διακυβέρνησης όσον αφορά τα Μέσα δεν θα παραμεληθεί πια. Για το λόγο αυτό, η οικοδόμηση μιας νέας προσέγγισης που θα υπεροψία την κρίσιμη σημασία μιας ευρωπαϊκής βιομηχανίας ισότιμων όρων μπορεί να ενισχύσει την υιοθέτηση πολιτικών που αποσκοπούν στην ανάπτυξη ευνοϊκού περιβάλλοντος, επιτρέποντας στις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις καθώς και στους πολίτες να χρησιμοποιούν τη φαντασία και τη δημιουργικότητά τους - Και ως εκ τούτου της ανταγωνιστικότητας και της αειφορίας. Προβλέπει την προσαρμογή των ρυθμιστικών και θεσμικών πλαισίων στην υποστήριξη της συνεργασίας ιδιωτικού-δημόσιου τομέα, ιδίως στον τομέα των μέσων επικοινωνίας. Ως εκ τούτου, η ΕΕ σχεδιάζει να αναπτύξει ομάδες, χρηματοδοτικά μέσα καθώς και δραστηριότητες πρόβλεψης για τη στήριξη αυτού του τομέα. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επιθυμεί να βοηθήσει τους ευρωπαίους δημιουργούς και τις επιχειρήσεις οπτικοακουστικών μέσων να αναπτύξουν νέες αγορές μέσω της χρήσης της ψηφιακής τεχνολογίας και διερωτάται πώς η χάραξη πολιτικής μπορεί να συμβάλει καλύτερα στην επίτευξη αυτού του στόχου. Μια πιο επιχειρηματική κουλτούρα θα πρέπει να αντιμετωπίσει μια πιο θετική στάση απέναντι στην ανάληψη κινδύνων και μια ικανότητα

καινοτομίας για την πρόβλεψη των μελλοντικών τάσεων. Η δημιουργικότητα διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη διαχείριση των ανθρώπινων πόρων, καθώς οι καλλιτέχνες και οι δημιουργικοί επαγγελματίες μπορούν να σκεφτούν πλευρικά. Επιπλέον, οι νέες θέσεις εργασίας που απαιτούν νέες δεξιότητες που δημιουργούνται στην οικονομία μετά την κρίση θα πρέπει να υποστηρίζονται από την κινητικότητα του εργατικού δυναμικού, ώστε να εξασφαλίζεται ότι οι άνθρωποι απασχολούνται όπου χρειάζονται οι δεξιότητές τους (LeRoy, 2010a).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Επιχειρείται ανάλυση των αποτελεσμάτων της Ε & Α με βάση δείκτες που συγκεντρώνονται και δημοσιεύονται στο Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης, στο πλαίσιο της βάσης δεδομένων γνωστή ως Στατιστικά ΕΤΑΚ.

Το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης δημοσιεύει τα στατιστικά για Έρευνα, Ανάπτυξη και Καινοτομία σε προκαθορισμένες ημερομηνίες σύμφωνα με το ακόλουθο χρονοδιάγραμμα, σε συμφωνία με όσα ορίζει ο Ευρωπαϊκός Κανονισμός 995/2012 για την υποβολή στατιστικών στοιχείων στη Eurostat και τον ΟΟΣΑ.

α) Προκαταρκτικά συγκεντρωτικά στατιστικά Δαπανών και Προσωπικού Ε&Α στο τέλος του μήνα Οκτωβρίου κάθε έτους

β) Τελικά συγκεντρωτικά στατιστικά Δαπανών και Προσωπικού Ε&Α στο τέλος του μήνα Ιουνίου κάθε έτους

γ) Τελικά αναλυτικά στατιστικά Δαπανών και Προσωπικού Ε&Α στο τέλος του μήνα Ιουνίου κάθε μονού έτους

δ) Στατιστικά για τις Πιστώσεις του Κρατικού Προϋπολογισμού για Ε&Α (δείκτης GBAORD) στο τέλος του μήνα Δεκεμβρίου κάθε έτους

ε) Στατιστικά για την Καινοτομία στις Επιχειρήσεις στο τέλος του μήνα Ιουνίου κάθε ζυγού έτους

Οι βασικοί δείκτες της βάσης δεδομένων είναι:

- Πιστώσεις Κρατικού Προϋπολογισμού για Ε&Α
- Δαπάνες και Προσωπικό για Έρευνα & Ανάπτυξη (Ε&Α)

- Καινοτομία στις Επιχειρήσεις

Οι δείκτες αναλύθηκαν τόσο με την βοήθεια πινάκων, όσο και γραφημάτων και λεκτικού σχολιασμού, όπου αναδεικνύεται η θέση της Ελλάδας στην εξέλιξη των δαπανών για Ε & Α αλλά και γενικότερα της καινοτομίας.

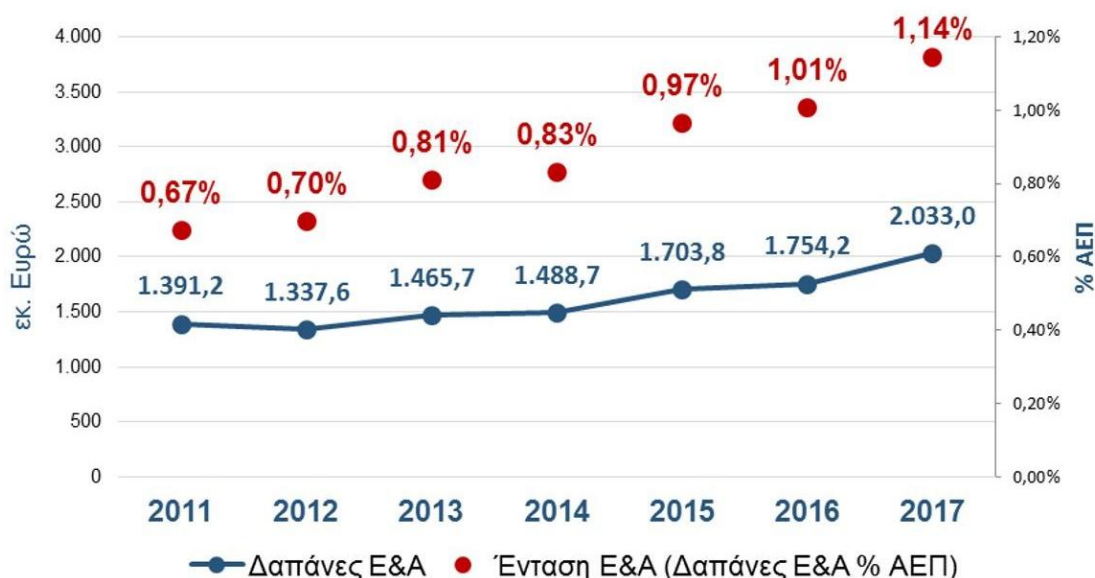
Η δημοσίευση των δεικτών (<http://metrics.ekt.gr/el/node/378>) εντάσσεται στο πλαίσιο της τακτικής παραγωγής των επίσημων στατιστικών για την Έρευνα, Ανάπτυξη και Καινοτομία στην Ελλάδα, που πραγματοποιεί το ΕΚΤ, ως φορέας και εθνική αρχή του Ελληνικού Στατιστικού Συστήματος, με τη συνεργασία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Συνεχίζοντας την αυξητική πορεία των τελευταίων ετών, οι δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν για Ε&Α το 2017 στην Ελλάδα ήταν 2.033 εκατ. ευρώ, κατά 15,9% υψηλότερες σε σχέση με το 2016.

Στο 1,14% διαμορφώθηκε το 2017 το ποσοστό των δαπανών Έρευνας και Ανάπτυξης (Ε&Α) επί του ΑΕΠ, σύμφωνα με τα προκαταρκτικά στοιχεία που δημοσίευσε το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης (ΕΚΤ) και έχουν αποσταλεί στη Eurostat.



Σχήμα 1. Δαπάνες έρευνας και ανάπτυξης και ένταση έρευνας και ανάπτυξης 2011 – 2017, Πηγή ΕΚΤ

Ο δείκτης "Ένταση Ε&Α", που εκφράζει τις δαπάνες Ε&Α ως ποσοστό του ΑΕΠ, αυξήθηκε κατά 0,13 ποσοστιαίες μονάδες, και διαμορφώθηκε στο 1,14%, από 1,01% το 2016. Με βάση τα νέα στοιχεία, η Ελλάδα κατατάσσεται στη 19η θέση μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ28, προσεγγίζοντας χώρες όπως η Ιρλανδία και η Ισπανία.

Πίνακας 1. Δαπάνες E&A ανά είδος δαπάνης σε εκατομμύρια Ευρώ (2001 – 2007)

|                                 | 2001   | 2002 | 2003   | 2004 (e) | 2005     | 2006 (e) | 2007 (e) |
|---------------------------------|--------|------|--------|----------|----------|----------|----------|
| <b>Σύνολο χώρας</b>             |        | :    |        | 1.021,47 | 1.153,53 | 1.222,60 |          |
|                                 | 851,50 |      | 977,78 |          |          |          | 1.341,60 |
| <b>Δαπάνες προσωπικού</b>       | 508,30 | :    | 603,26 | :        | 705,73   | :        | :        |
| <b>Λοιπές τρέχουσες δαπάνες</b> | 206,00 | :    | 254,94 | :        | 312,32   | :        | :        |
| <b>Δαπάνες Κεφαλαίου</b>        | 137,20 | :    | 119,58 | :        | 135,52   | :        | :        |

Πηγή ΕΚΤ, Ίδια επεξεργασία

Πίνακας 2. Δαπάνες E&A ανά είδος δαπάνης σε εκατομμύρια Ευρώ (2008 – 2016)

|                                 | 2008 (e) | 2009 (e) | 2010 (e) | 2011 (b) | 2012     | 2013     | 2014     | 2015     | 2016     |
|---------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>Σύνολο χώρας</b>             | 1.601,57 | 1.485,94 | 1.352,52 | 1.391,16 | 1.337,60 | 1.465,67 | 1.488,74 | 1.703,82 | 1.754,18 |
| <b>Δαπάνες προσωπικού</b>       | :        | :        | :        | 910,83   | :        | 957,51   | :        | 1.146,67 | :        |
| <b>Λοιπές τρέχουσες δαπάνες</b> | :        | :        | :        | 342,92   | :        | 342,30   | :        | 366,72   | :        |
| <b>Δαπάνες Κεφαλαίου</b>        | :        | :        | :        | 137,42   | :        | 165,86   | :        | 190,43   | :        |

Πηγή ΕΚΤ, Ίδια επεξεργασία

Πίνακας 3. Δαπάνες E&A στον τομέα των Επιχειρήσεων (BES) ανά είδος δαπάνης σε εκατομμύρια Ευρώ (2001 – 2007)

|                                 | 2001   | 2002   | 2003   | 2004 (e) | 2005   | 2006 (e) | 2007   |
|---------------------------------|--------|--------|--------|----------|--------|----------|--------|
| <b>Σύνολο χώρας</b>             | 278,10 | 287,10 | 313,49 | 317,37   | 357,36 | 367,30   | 383,53 |
| <b>Δαπάνες προσωπικού</b>       | 167,80 | :      | 174,30 | :        | 209,10 | :        | 213,45 |
| <b>Λοιπές τρέχουσες δαπάνες</b> | 54,40  | :      | 71,16  | :        | 91,30  | :        | 92,24  |
| <b>Δαπάνες Κεφαλαίου</b>        | 55,90  | :      | 68,03  | :        | 57,00  | :        | 77,84  |

Πηγή ΕΚΤ, Ίδια επεξεργασία

Πίνακας 4. Δαπάνες E&A στον τομέα των Επιχειρήσεων (BES) ανά είδος δαπάνης σε εκατομμύρια Ευρώ (2008 – 2016)

|                                 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   |
|---------------------------------|------|------|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                                 | (b)  |      |      |        |        |        |        |        |        |
| <b>Σύνολο χώρας</b>             | :    | :    | :    | 485,86 | 458,60 | 488,69 | 504,37 | 561,59 | 740,40 |
| <b>Δαπάνες προσωπικού</b>       | :    | :    | :    | 252,37 | :      | 287,80 | :      | 339,38 | :      |
| <b>Λοιπές τρέχουσες δαπάνες</b> | :    | :    | :    | 130,05 | :      | 123,60 | :      | 111,67 | :      |
| <b>Δαπάνες Κεφαλαίου</b>        | :    | :    | :    | 103,44 | :      | 77,29  | :      | 110,54 | :      |

Πηγή ΕΚΤ, ίδια επεξεργασία

Η πανελλήνια στατιστική έρευνα του ΕΚΤ για την καταγραφή των δαπανών E&A στη χώρα διεξήχθη το 2018, ακολουθώντας τις οδηγίες της νέας έκδοσης του εγχειριδίου Frascati (2015): Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, σε 3.500 φορείς από τους τέσσερις τομείς: επιχειρήσεις (BES), τριτοβάθμια εκπαίδευση (HES), κρατικό τομέα (GOV) και ιδιωτικά μη κερδοσκοπικά ιδρύματα (PNP).

Πίνακας 5. Δαπάνες E&A ανά τομέα εκτέλεσης σε εκατομμύρια Ευρώ (2001 – 2007)

|   | 2001   | 2002   | 2003   | 2004 (e) | 2005    | 2006 (e) | 2007 (1) |
|---|--------|--------|--------|----------|---------|----------|----------|
| <b>Σύνολο χώρας</b>   | 851,50 | :      | 977,78 | 1021,47  | 1153,53 | 1222,60  | 1341,60  |
| <b>Τομέας Επιχειρήσεων (BES)</b>                                    | 278,10 | 287,10 | 313,49 | 317,37   | 357,36  | 367,30   | 383,53   |
| <b>Κρατικός Τομέας (GOV)</b>  | 187,80 | :      | 198,39 | 202,60   | 233,90  | 254,40   | 280,68   |
| <b>Τομέας Τριτοβάθμιας και Μεταδευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (HES)</b> | 382,50 | :      | 456,77 | 492,00   | 547,72  | 584,50   | 660,50   |
| <b>Τομέας Ιδιωτικών Μη-Κερδοσκοπικών Ιδρυμάτων (PNP)</b>            | 3,10   | :      | 9,13   | 9,50     | 14,55   | 16,40    | 16,90    |

Πηγή ΕΚΤ, ίδια επεξεργασία

Πίνακας 6. Δαπάνες Ε&Α ανά τομέα εκτέλεσης σε εκατομμύρια Ευρώ (2008 – 2016)

|   | 2008<br>(e)(b) | 2009<br>(e) | 2010<br>(e) | 2011    | 2012    | 2013    | 2014    | 2015    | 2016    |
|---|----------------|-------------|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <b>Σύνολο χώρας</b>   | 1601,60        | 1485,90     | 1352,20     | 1391,16 | 1337,60 | 1465,67 | 1488,74 | 1703,82 | 1754,18 |
| <b>Τομέας Επιχειρήσεων (ΒΕΣ)</b>                                    | :              | :           | :           | 485,86  | 458,60  | 488,69  | 504,37  | 561,59  | 740,40  |
| <b>Κρατικός Τομέας (GOV)</b>  | :              | :           | :           | 331,73  | 331,90  | 410,13  | 412,69  | 479,35  | 438,82  |
| <b>Τομέας Τριτοβάθμιας και Μεταδευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (HES)</b> | :              | :           | :           | 559,53  | 534,30  | 548,60  | 553,20  | 643,77  | 559,35  |
| <b>Τομέας Ιδιωτικών Μη-Κερδοσκοπικών Ιδρυμάτων (PNP)</b>            | :              | :           | :           | 14,04   | 12,80   | 18,25   | 18,48   | 19,11   | 15,61   |

Πηγή ΕΚΤ, ίδια επεξεργασία

Ο τομέας των επιχειρήσεων έχει για δεύτερη συνεχή χρονιά τη μεγαλύτερη συνεισφορά στις εθνικές δαπάνες Ε&Α, ακολουθώντας τους ίδιους ρυθμούς αύξησης, 33,8% μεταξύ των ετών 2017 και 2016 και 31,8% μεταξύ των ετών 2016 και 2015. Το 2017 στον τομέα πραγματοποιήθηκαν δαπάνες Ε&Α ύψους 990,8 εκατ. ευρώ (0,56% του ΑΕΠ). Στο αποτέλεσμα αυτό συνεισέφεραν μικρές, μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις από «παραδοσιακούς» κλάδους της μεταποίησης (φάρμακα, τρόφιμα/ποτά, χημικά, προϊόντα διύλισης, μεταλλικά προϊόντα, κ.ά.), τον κλάδο των ΤΠΕ (τηλεπικοινωνίες, προγραμματισμός Η/Υ), τον χρηματοπιστωτικό τομέα, καθώς και επιχειρήσεις με σημαντικά επενδυτικά έργα, μεταξύ των οποίων και έργα εθνικών υποδομών.

Αύξηση των δαπανών Ε&Α καταγράφεται και στους υπόλοιπους τρεις τομείς. Στον τομέα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, πραγματοποιήθηκαν δαπάνες 577,7 εκατ. ευρώ (0,32% του ΑΕΠ), αυξημένες κατά 3,3% σε σχέση με το 2016. Στον κρατικό τομέα πραγματοποιήθηκαν δαπάνες 448,1 εκατ. ευρώ (0,25% του ΑΕΠ), αυξημένες κατά 2,1% σε σχέση με το 2016. Ο τομέας των ιδιωτικών μη κερδοσκοπικών ιδρυμάτων έχει μικρότερη συνεισφορά (16,4 εκατ. ευρώ, 0,01% του ΑΕΠ, αύξηση κατά 5,1% σε σχέση με το 2016).



Πίνακας 7. Πηγές από τις οποίες χρηματοδοτούνται δαπάνες για E&A στο σύνολο της χώρας σε εκατομμύρια ευρώ 2011 - 2017

| Πηγές χρηματοδότησης   | 2011           | 2012          | 2013          | 2014          | 2015          | 2016          | 2017          |
|------------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Επιχειρήσεις           | 455,5          | 414,8         | 443,9         | 444,3         | 535,0         | 705,5         | 910,6         |
| Κράτος                 | 684,9          | 673,6         | 766,1         | 793,2         | 904,0         | 746,8         | 772,7         |
| Κράτος Τακτικός ΠΥ     | 504,4          | 481,2         | 411,3         | 407,9         | 442,7         | 547,5         | 591,4         |
| Κράτος ΕΣΠΑ            | 124,7          | 137,8         | 296,5         | 308,1         | 388,1         | 101,6         | 80,2          |
| Κράτος λοιπές πηγές    | 55,7           | 54,6          | 56,3          | 77,2          | 73,2          | 97,6          | 101,1         |
| Φορείς του τομέα HES   | 31,6           | 26,2          | 38,1          | 41,6          | 42,0          | 39,5          | 44,1          |
| Φορείς του τομέα PNP   | 13,9           | 12,1          | 12,6          | 12,9          | 7,1           | 7,1           | 9,5           |
| Εξωτερικό              | 205,2          | 210,9         | 204,9         | 196,8         | 215,7         | 255,3         | 296,1         |
| ΕΕ                     | 165,2          | 164,6         | 167,4         | 155,7         | 171,0         | 106,6         | 215,1         |
| Άλλες Πηγές εξωτερικού | 40             | 46,2          | 37,5          | 41,1          | 44,8          | 46,8          | 81,0          |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>          | <b>13191,2</b> | <b>1337,6</b> | <b>1465,7</b> | <b>1488,7</b> | <b>1703,8</b> | <b>1745,2</b> | <b>2033,0</b> |

Πηγή ΕΚΤ, ίδια επεξεργασία

Όσον αφορά τις πηγές από τις οποίες χρηματοδοτήθηκαν οι δαπάνες E&A του 2017, το μεγαλύτερο ποσό, 910,6 εκατ. ευρώ (ποσοστό 44,8% του συνόλου), προήλθε από τις επιχειρήσεις. Το μεγαλύτερο μέρος, 834,3 εκατ. ευρώ, επενδύθηκε σε E&A που διενεργείται στις ίδιες τις επιχειρήσεις. Το υπόλοιπο χρηματοδότησε E&A στην τριτοβάθμια εκπαίδευση (48,1 εκατ. ευρώ), στον κρατικό τομέα (25,2 εκατ. ευρώ) και σε ιδιωτικά μη κερδοσκοπικά ιδρύματα (3,0 εκατ. ευρώ).

Η κρατική χρηματοδότηση (τακτικός προϋπολογισμός, εθνικό σκέλος του Προγράμματος Δημοσίων Επενδύσεων, ΕΣΠΑ 2014-2020) ανήλθε σε 772,7 ευρώ (38,0% επί του συνόλου). Η κρατική χρηματοδότηση αποτελεί την κυριότερη πηγή χρηματοδότησης E&A για την τριτοβάθμια εκπαίδευση και τον κρατικό τομέα. Αύξηση καταγράφεται στα κονδύλια τα οποία διατέθηκαν από τον τακτικό προϋπολογισμό (κατά 43,9 εκατ. ευρώ σε σχέση με το 2016) και το εθνικό σκέλος ΠΔΕ (κατά 3,5 εκατ. ευρώ σε σχέση με το 2016).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση αποτελεί την τρίτη κατά σειρά πηγή χρηματοδότησης E&A, με 215,1 εκατ. ευρώ (ποσοστό 10,6% του συνόλου), που επίσης καταγράφει αυξητική πορεία τα τελευταία έτη. Η ΕΕ χρηματοδότησε ερευνητικά έργα σε όλους τους

τομείς, κυρίως στο πλαίσιο του Ορίζοντα 2020, το τρέχον Πρόγραμμα για την Έρευνα και Καινοτομία, στο οποίο οι ελληνικοί φορείς έχουν κατακτήσει διαχρονικά υψηλές επιδόσεις.

Σύμφωνα με τις επίσημες οδηγίες που ακολουθούνται σε όλες τις χώρες της ΕΕ, τα στατιστικά στοιχεία αναλύονται σε 4 τομείς, στους οποίους κατηγοριοποιούνται οι φορείς που εκτελούν δραστηριότητες E&A: BES (τομέας επιχειρήσεων), GOV (κρατικός τομέας), HES (τομέας τριτοβάθμιας και μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης) και PNP (τομέας ιδιωτικών μη κερδοσκοπικών ιδρυμάτων).

Το 2011, το 40,2% (559,5 εκατ. ευρώ) του συνόλου των δαπανών E&A στην Ελλάδα πραγματοποιείται στον τομέα τριτοβάθμιας και μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (HES). Ο τομέας αυτός περιλαμβάνει τα Πανεπιστήμια, τα ΤΕΙ, τα Ερευνητικά Πανεπιστημιακά Ινστιτούτα, τα Κέντρα Τεχνολογικής Έρευνας, τα αναγνωρισμένα από το Κράτος Ιδιωτικά ΙΕΚ, τα Πανεπιστημιακά Νοσοκομεία και άλλες σχολές & ακαδημίες.

Ο δεύτερος τομέας είναι ο τομέας των επιχειρήσεων (BES) με δαπάνες ύψους 485,9 εκατ. ευρώ (34,9% του συνόλου των δαπανών E&A). Στον κρατικό τομέα (GOV) δαπανώνται για E&A 331,7 εκατ. ευρώ (23,8%), ενώ ο τομέας των μη κερδοσκοπικών ιδρυμάτων (PNP) δαπανά 14,0 εκατ. ευρώ (1,0%). Σημειώνεται ότι ο κρατικός τομέας περιλαμβάνει φορείς με δραστηριότητες E&A που εποπτεύονται από διάφορα Υπουργεία, όπως τα Ερευνητικά Κέντρα που εποπτεύονται από τη Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας, άλλοι Δημόσιοι Ερευνητικοί Φορείς, Εφορείες Αρχαιοτήτων, Αρχαιολογικά Ινστιτούτα, Μουσεία, Δημόσια Νοσοκομεία, Ανεξάρτητες Αρχές, κ.ά.

Σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, κατά μέσο όρο, ο τομέας των επιχειρήσεων είναι πρώτος σε δαπάνες E&A, καθώς δαπανά το 63,1% του συνόλου. Ακολουθεί η τριτοβάθμια εκπαίδευση με 23,5%, ο κρατικός τομέας με 12,5% και ο τομέας των μη κερδοσκοπικών ιδρυμάτων με 0,9%.

Πίνακας 8. Πιστώσεις Κρατικού Προϋπολογισμού για Ε&Α (% ΑΕΠ) σε Ελλάδα και ΕΕ28

|        | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|        | (b)  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Ελλάδα | 0,28 | 0,42 | 0,36 | 0,30 | 0,31 | 0,38 | 0,48 | 0,44 | 0,52 | 0,54 | 0,49 |
| ΕΕ28   | 0,66 | 0,69 | 0,75 | 0,72 | 0,70 | 0,68 | 0,68 | 0,67 | 0,65 | 0,64 | 0,63 |

Πηγή ΕΚΤ, ίδια επεξεργασία

Πίνακας 9. Πιστώσεις Κρατικού Προϋπολογισμού για Ε&Α (% Δημοσίων Δαπανών) σε Ελλάδα και ΕΕ28

|        | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017                |
|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---------------------|
|        | (b)  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |                     |
| Ελλάδα | 0,60 | 0,84 | 0,66 | 0,58 | 0,58 | 0,69 | 0,76 | 0,87 | 0,97 | 1,03 | 1,04                |
| ΕΕ28   | 1,47 | 1,49 | 1,50 | 1,45 | 1,45 | 1,38 | 1,40 | 1,39 | 1,38 | 1,38 | 1,37 <sup>(p)</sup> |

Πηγή ΕΚΤ, ίδια επεξεργασία

Πίνακας 10. Πιστώσεις Κρατικού Προϋπολογισμού για Ε&Α (Ευρώ ανά κάτοικο) σε Ελλάδα και ΕΕ28

|        | 2007   | 2008  | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015 | 2016  | 2017  |
|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|
|        | (b)    |       |       |       |       |       |       |       |      |       |       |
| Ελλάδα | 59,80  | 92,9  | 76,6  | 61,5  | 58,3  | 66    | 78    | 71,5  | 85,0 | 87,7  | 82,15 |
| ΕΕ28   | 171,30 | 179,7 | 183,5 | 184,5 | 184,3 | 180,4 | 183,2 | 185,2 | 189  | 186,2 | 188,6 |

Πηγή ΕΚΤ, ίδια επεξεργασία

Πίνακας 11. Πιστώσεις κρατικού προϋπολογισμού για Ε&Α (GBARD) ανά κοινωνικοοικονομικό στόχο (NABS)

|   | 2007   | 2008    | 2009   | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   |
|---|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|   | (b)    |         |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>   | 660,1  | 1027,99 | 849,61 | 683,99 | 648,51 | 731,94 | 858,64 | 781,56 | 923,02 | 946,26 | 884,64 |
| <b>NABS1:</b><br>Διερεύνηση και<br>εκμετάλλευση<br>του γήινου | 20,183 | 46,18   | 36,16  | 32,04  | 24,83  | 27,35  | 39,97  | 36,07  | 32,81  | 34,42  | 23,91  |

|  |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |
|--|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| περιβάλλοντος  |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |
| NABS2:   | 13,94  | 12,73  | 9,68   | 6,32   | 5,61  | 9,94   | 16,84  | 20,95  | 28,42  | 24,24  | 61,77  |
| Περιβάλλον   |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |
| NABS3:   | 13,11  | 14,06  | 16,35  | 10,7   | 16,18 | 14,8   | 12,08  | 18     | 16,85  | 13,81  | 11,13  |
| Εξερεύνηση και εκμετάλλευση του διαστήματος                                    |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |
| NABS4:   | 17,749 | 77,48  | 61,71  | 19,99  | 22,9  | 18,42  | 35,29  | 31,89  | 43,26  | 28,14  | 42,65  |
| Μεταφορές, τηλεπικοινωνίες και άλλες υποδομές                                  |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |
| NABS5:   | 14,598 | 92,12  | 35,09  | 21,58  | 20,79 | 29,36  | 21,01  | 21,2   | 17,7   | 20,35  | 59,57  |
| Ενέργεια   |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |
| NABS6:   | 67,665 | 43,75  | 25,46  | 25,08  | 14,44 | 20,09  | 18     | 28,63  | 32,38  | 82,81  | 29,09  |
| Βιομηχανική παραγωγή και τεχνολογία  |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |
| NABS7: Υγεία   | 36,114 | 45,41  | 44,08  | 39,55  | 45,47 | 49,29  | 68,97  | 61,41  | 112,27 | 125,38 | 114,82 |
| NABS8: Γεωργία   | 42,534 | 38,02  | 31,09  | 28,93  | 31,43 | 27,45  | 28,13  | 29,61  | 30,03  | 32,98  | 18,73  |
| NABS9:   | 5,657  | 16,19  | 9,9    | 11,18  | 4,48  | 5,79   | 4,46   | 6,41   | 7,42   | 7,96   | 9      |
| Εκπαίδευση   |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |
| NABS10:  | 2,325  | 143,16 | 108,82 | 90,76  | 96,59 | 123,19 | 163,46 | 115,76 | 155,15 | 115,98 | 78,93  |
| Πολιτισμός, ψυχαγωγία, θρησκεία και μέσα μαζικής ενημέρωσης                    |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |
| NABS11:  | 18,388 | 37,27  | 23,46  | 4,23   | 4,88  | 14,7   | 22,09  | 17,72  | 19,81  | 14,99  | 24,78  |
| Πολιτικά και κοινωνικά συστήματα, δομές και διαδικασίες                        |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |
| NABS12: Γενική προαγωγή της γνώσης - προϋπολογισμοί ΑΕΙ (Πανεπιστήμια και ΤΕΙ) | 325,47 | 365,8  | 373,99 | 325,34 | 298,1 | 335,26 | 355,02 | 334    | 362,93 | 374,11 | 363,6  |
| NABS13: Γενική προαγωγή της γνώσης - άλλοι προϋπολογισμοί εκτός ΑΕΙ            | 79,118 | 87,93  | 70,1   | 66,33  | 57,12 | 51,32  | 69,73  | 58,98  | 63,17  | 62,39  | 31,17  |
| NABS14: Άμυνα  | 3,212  | 7,89   | 3,72   | 1,96   | 5,69  | 4,98   | 3,59   | 0,93   | 0,82   | 8,7    | 15,49  |

Πηγή ΕΚΤ, Ίδια επεξεργασία

Σημαντική αύξηση καταγράφηκε τέλος στις ιδιωτικές επενδύσεις από το εξωτερικό στην Ελλάδα για τη χρηματοδότηση E&A σε επιχειρήσεις (55,8 εκατ. ευρώ το 2017 από 25,2 εκατ. ευρώ το 2016, αύξηση 121,4%).

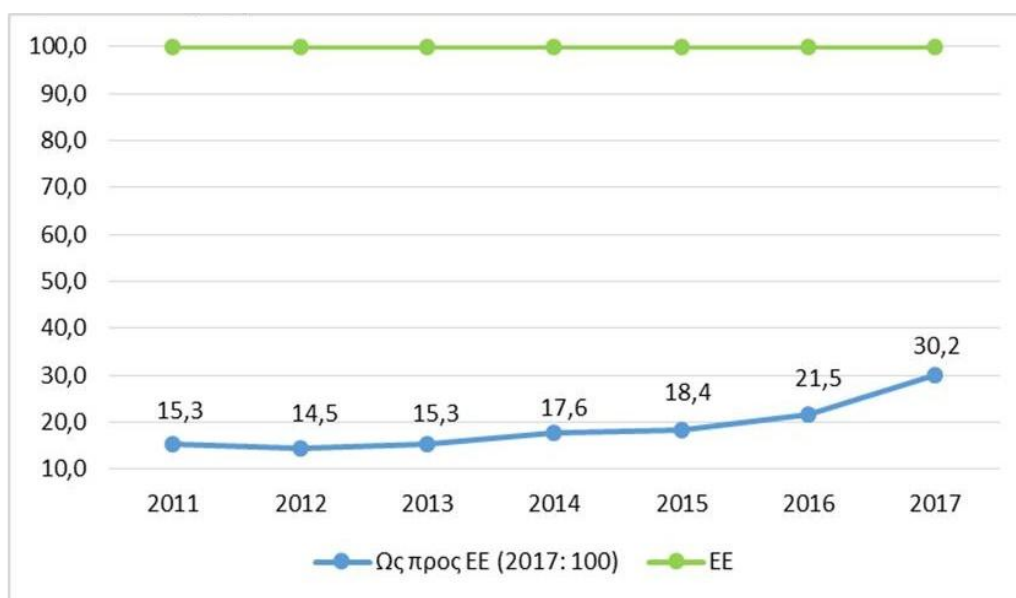
Η πλειονότητα του προσωπικού Ε&Α στην Ελλάδα απασχολείται στον τομέα της τριτοβάθμιας και μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (συνολικά 46.348 άτομα, 20.640 ΙΠΑ. Ακολουθεί ο κρατικός τομέας με 13.260 άτομα και 9.620 ΙΠΑ, και ο τομέας των επιχειρήσεων με 9.984 άτομα και 6.324 ΙΠΑ.

Η πορεία των επιδόσεων καινοτομίας που εμφανίζει η Ελλάδα, είναι συνεχώς βελτιούμενη με βάση τα πιο πρόσφατα ευρήματα του Ευρωπαϊκού Πίνακα Αποτελεσμάτων Καινοτομίας 2018 (European Innovation Scoreboard, EIS) αναφορικά με τον συνθετικό δείκτη καινοτομίας από το 2014 μέχρι σήμερα. Αντίστοιχη βελτίωση καταγράφεται και σε επιμέρους διαστάσεις της καινοτομίας και έρευνας & ανάπτυξης, με τη χώρα να συγκλίνει προς τον ευρωπαϊκό μέσο όρο.

Το συμπέρασμα αυτό προκύπτει από την ανάλυση των στοιχείων του EIS που αφορούν την Ελλάδα, την οποία πραγματοποίησε το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης (ΕΚΤ). Η ανάλυση έχει σκοπό να διευκολύνει την κατανόηση των περίπλοκων πρωτογενών συνθετικών πινάκων που αφορούν τη χώρα (όπως αυτοί δημοσιεύονται στο αντίστοιχο country report για την Ελλάδα) και την επακόλουθη ενίσχυση του σχετικού δημόσιου διαλόγου.

Ο Ευρωπαϊκός Πίνακας Αποτελεσμάτων Καινοτομίας (EIS) του 2018, ο οποίος δημοσιεύτηκε στις 22 Ιουνίου από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, παρουσιάζει τις σχετικές επιδόσεις των κρατών μελών για το έτος 2017, λαμβάνοντας υπόψη 27 διαφορετικούς δείκτες. Μέσω της ετήσιας δημοσίευσης του EIS από το 2000 μέχρι σήμερα, παρέχεται η δυνατότητα συγκριτικής αποτίμησης των ερευνητικών και καινοτομικών επιδόσεων των ευρωπαϊκών κρατών μελών (καθώς και κάποιων τρίτων χωρών), αναδεικνύοντας έτσι τις ισχυρές και ασθενείς διαστάσεις του ερευνητικού και καινοτομικού τους συστήματος. Επιπλέον, μέσω της δημοσίευσης των ευρημάτων ωθούνται τα κράτη μέλη να σταθμίσουν ή/και να ιεραρχήσουν τις περιοχές στις οποίες θα πρέπει να εστιάσουν τις προσπάθειές τους ώστε να βελτιώσουν περαιτέρω αυτές τις επιδόσεις.

Σύμφωνα με τα ευρήματα του 2018, η συνολική ευρωπαϊκή επίδοση στην καινοτομία συνεχίζει να αυξάνεται, ενώ ο ρυθμός αυτής της βελτίωσης έχει επιταχυνθεί τα τελευταία έτη. Αποτέλεσμα είναι ότι η ΕΕ μειώνει την απόσταση που τη χωρίζει από βασικούς ανταγωνιστές, όπως ο Καναδάς, η Ιαπωνία και οι Ηνωμένες Πολιτείες. Απαιτούνται όμως περαιτέρω προσπάθειες για τη διασφάλιση της ανταγωνιστικότητας σε παγκόσμια κλίμακα. Στο επίπεδο των κρατών μελών, η Σουηδία βρίσκεται για μια ακόμη φορά στην πρώτη θέση, ακολουθούμενη από τη Δανία, τη Φινλανδία, τις Κάτω Χώρες, το Ηνωμένο Βασίλειο και το Λουξεμβούργο, που εντάσσεται φέτος στην ομάδα των κορυφαίων στην καινοτομία.



Σχήμα 2. Διαχρονική αποτύπωση της σχετικής θέσης της Ελλάδας ως προς τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο για τις δαπάνες Ε & Α των επιχειρήσεων, Πηγή ΕΚΤ

Λαμβάνοντας υπόψη ότι τα κράτη μέλη κατηγοριοποιούνται σε τέσσερις κατηγορίες και κατατάσσονται σύμφωνα με έναν συνθετικό δείκτη καινοτομίας (Summary Innovation Index), η Ελλάδα κατατάσσεται στην ομάδα των χωρών με «Μέτριες επιδόσεις στην καινοτομία» με βάση τη συνολική της επίδοση σε όλο το φάσμα των δεικτών έρευνας, καινοτομίας, ανθρώπινου δυναμικού, δομής της οικονομίας, επιχειρηματικότητας του ΕΙΣ, καταλαμβάνοντας την 22η θέση. Σημειώνεται ότι σε αυτή την κατηγορία κατατάσσεται διαχρονικά η χώρα.

Συνολικά και σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (2010: 100), η Ελλάδα εμφανίζει μία διαρκώς βελτιούμενη πορεία που ξεκινά από το 2014 έως το πιο πρόσφατο έτος (2017), με τον συνθετικό δείκτη καινοτομίας να αυξάνεται από 62 σε 69 μονάδες βάσης.

Πιο αναλυτικά, οι διαστάσεις του συνθετικού δείκτη καινοτομίας στις οποίες η χώρα παρουσιάζεται ως πιο «δυνατή» είναι τα «ελκυστικά ερευνητικά συστήματα», οι «καινοτόμοι» και οι «διασυνδέσεις». Στην περίπτωση των «καινοτόμων», μάλιστα, η χώρα ξεπερνά κατά 17,7 μονάδες βάσης τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (Ελλάδα: 117,7 – ΕΕ 2017: 100). Στην περίπτωση των «ελκυστικών ερευνητικών συστημάτων» και των «διασυνδέσεων», οι επιδόσεις της χώρας υπολείπονται του μέσου όρου της ΕΕ μόνο κατά 10 μονάδες βάσεις (Ελλάδα: 90,0 και 90,2 – ΕΕ 2017: 100). Αξίζει να σημειωθεί ότι στον δείκτη «πληθυσμός με τριτοβάθμια εκπαίδευση», δείκτης που συνυπολογίζεται στη διάσταση «ανθρώπινοι πόροι», η επίδοση της χώρας, επίσης, ξεπερνά τον μ.ο. της ΕΕ κατά 23 μονάδες βάσης.

Οι διαστάσεις στις οποίες η χώρα υπολείπεται σημαντικά ως προς τον μ.ο. της ΕΕ είναι η «χρηματοδότηση και υποστήριξη» και τα «περιουσιακά στοιχεία διανοητικής ιδιοκτησίας». Εδώ, η χώρα υπολείπεται κατά 61,3 και 64,9 μονάδες βάσης, αντίστοιχα (Ελλάδα: 38,7 και 35,1 – ΕΕ 2017: 100). Επίσης, υστέρηση σε σχέση με τον μ.ο. της ΕΕ καταγράφεται στις διαστάσεις «περιβάλλον φιλικό προς την καινοτομία» (40,3), «αντίκτυπος στις πωλήσεις» (45,6) και «επιχειρηματικές επενδύσεις» (54,7).

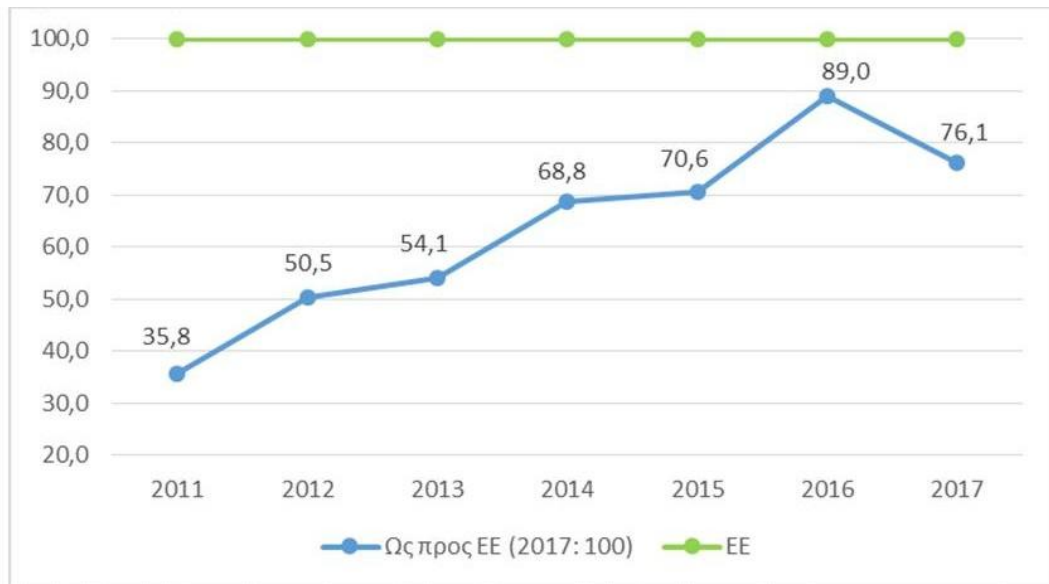
Η πολύ υψηλή επίδοση της χώρας στη διάσταση της καινοτομίας (διάσταση «καινοτόμοι») αντιστοιχεί σε εξίσου υψηλές επιδόσεις σε όλους τους επιμέρους δείκτες που την απαρτίζουν. Αναλυτικότερα, στον δείκτη που αφορά τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜμΕ) που καινοτομούν σε προϊόντα ή/και διαδικασίες, στον δείκτη που αφορά τις ΜμΕ που καινοτομούν στο μάρκετινγκ ή/και στην οργανωσιακή καινοτομία, καθώς και σε όσες ΜμΕ καινοτομούν εντός της επιχείρησης, οι επιδόσεις υπερβαίνουν τον μ.ο. της ΕΕ κατά 19,5, 21,5 και 12,8 μονάδες βάσης, αντίστοιχα. Μάλιστα, στον δείκτη που αφορά τις καινοτόμες ΜμΕ

επιχειρήσεις που συνεργάζονται με τρίτους (και ο οποίος συνυπολογίζεται στη διαμόρφωση της διάστασης «διασυνδέσεις»), η επίδοση της χώρας ξεπερνά κατά 35,3 μονάδες βάσης τον μ.ο. της ΕΕ. Η μόνη περίπτωση όπου οι εγχώριες καινοτομικές επιδόσεις υστερούν της ΕΕ είναι οι «πωλήσεις καινοτομιών που είναι νέες ως προς την αγορά ή την επιχείρηση», δείκτης ο οποίος συνυπολογίζεται για τη διάσταση «αντίκτυπος στις πωλήσεις». Ωστόσο, η υστέρηση είναι μόνο 6,1 μονάδες βάσης.

Πέρα από την σύγκριση με τον μ.ο. της ΕΕ, αξία έχει να καταγραφεί η διαχρονική πορεία των σχετικών καινοτομικών επιδόσεων της χώρας. Ειδικότερα, η σύγκριση πρέπει να αφορά τις παρούσες επιδόσεις ως προς τις επιδόσεις που είχαν καταγραφεί στον προηγούμενο κύκλο της πανευρωπαϊκής έρευνας για την Καινοτομία (Community Innovation Survey), έρευνα από την οποία αντλούνται οι σχετικοί δείκτες για να ενταχθούν στην έκδοση του EIS.

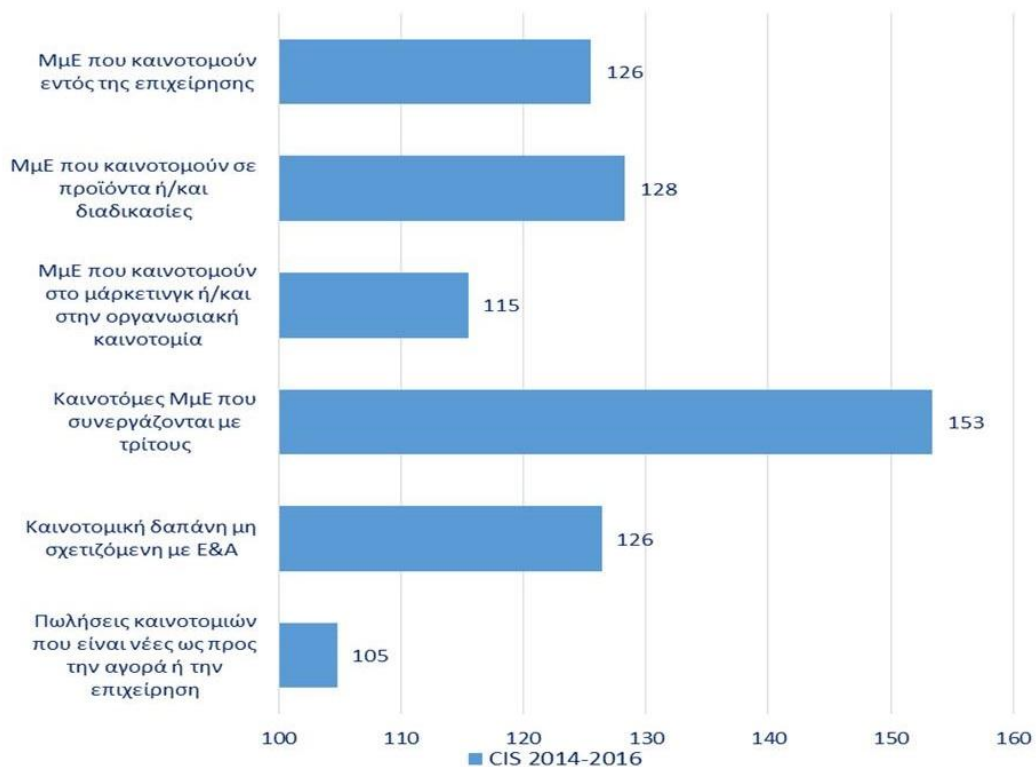
Σύμφωνα με τα ευρήματα, οι παρούσες καινοτομικές επιδόσεις των επιχειρήσεων έχουν βελτιωθεί και στους έξι επιμέρους δείκτες συγκριτικά με τα αποτελέσματα του 2014. Ενδεικτικά, η αύξηση στον δείκτη «καινοτόμες επιχειρήσεις που συνεργάζονται με τρίτους» είναι της τάξης των 53 μονάδων βάσης, ενώ αντίστοιχα, στο δείκτη «ΜμΕ που καινοτομούν σε προϊόντα ή διαδικασίες» είναι της τάξης των 28 μονάδων βάσης.





**Σχήμα 3. Διαχρονική αποτύπωση της σχετικής θέσης της Ελλάδας ως προς τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο για τις δαπάνες Ε & Α του δημόσιου τομέα, Πηγή ΕΚΤ**

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η αποτύπωση των στοιχείων που αφορούν τη χρηματοδότηση δραστηριοτήτων Έρευνας και Ανάπτυξης από τον δημόσιο τομέα και τις επιχειρήσεις, όπως αποτυπώνεται στην πρόσφατη έκδοση του ΕΙΣ. Παραθέτοντας τα διαχρονικά στοιχεία (από το 2011 μέχρι σήμερα) και για τις δύο περιπτώσεις καταγράφεται μία συνεχής αύξηση προς την κατεύθυνση της σύγκλισης με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, με μία μικρή εξαίρεση για τις δαπάνες του δημόσιου τομέα μεταξύ των ετών 2016-2017 σε σύγκριση με τον μ.ο. της ΕΕ για το έτος 2017.



Σχήμα 4. Σχετική θέση της Ελλάδας στους επιμέρους δείκτες Ε & Α για την Καινοτομία, Πηγή ΕΚΤ

Από το 2012 με την ανάληψη της ευθύνης συλλογής και έκδοσης των εθνικών στατιστικών Έρευνας, Τεχνολογίας, Ανάπτυξης, Καινοτομίας (ΕΤΑΚ), το ΕΚΤ συμβάλλει στη διαμόρφωση των δεικτών καινοτομίας που παρουσιάζονται στον Ευρωπαϊκό Πίνακα Αποτελεσμάτων Καινοτομίας (ΕΙΣ). Από το ΕΚΤ αποστέλλονται στο ΕΙΣ τα στοιχεία που αντλούνται από τη διεξαγωγή της έρευνας για την Καινοτομία (Community Innovation Survey), και αφορούν 6 δείκτες («Non R&D innovation expenditures», «SMEs innovating in-house», «Innovative SMEs collaborating with others», «SMEs product /process innovations», «SMEs marketing /organisational innovations» και «Sales of new-to-market/firm innovations»), και από τη διεξαγωγή της έρευνας για τις δραστηριότητες Έρευνας & Ανάπτυξης σε όλους τους τομείς της οικονομίας τα στοιχεία που αφορούν 2 δείκτες («Public R&D Expenditures» και «Business R&D Expenditures»).

Σημειώνεται ότι στην παρούσα ανάλυση δεν παρουσιάζονται τα στοιχεία που αφορούν τη σχετική θέση της χώρας ως προς τον μ.ο. της ΕΕ για το 2010, δεδομένου ότι τα στοιχεία του 2010 που αφορούν τη χώρα μας δεν αποτελούν επίσημες

μετρήσεις αλλά υπολογισμούς και αναγωγές στη βάση των τελευταίων μετρημένων στοιχείων, της περιόδου 2004-2006 για την καινοτομία και του 2005 για την έρευνα και ανάπτυξη.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τις τελευταίες δεκαετίες, η καινοτομία και η δημιουργικότητα έχουν καταστεί κρίσιμες δεξιότητες για την επίτευξη επιτυχίας στις ανεπτυγμένες οικονομίες. Η ανάγκη για δημιουργική επίλυση προβλημάτων προέκυψε καθώς όλο και περισσότερα προβλήματα διαχείρισης απαιτούν δημιουργικές ιδέες για να βρεθούν οι κατάλληλες λύσεις.

Η δημιουργικότητα συμβαδίζει με την καινοτομία. Και δεν υπάρχει καινοτομία χωρίς δημιουργικότητα. Ενώ η δημιουργικότητα είναι η δυνατότητα παραγωγής νέων και μοναδικών ιδεών, η καινοτομία είναι η εφαρμογή αυτής της δημιουργικότητας - αυτή είναι η εισαγωγή μιας νέας ιδέας, λύσης, διαδικασίας ή προϊόντος. Η δημιουργικότητα είναι η κινητήρια δύναμη πίσω από την καινοτομία και η ενσωμάτωση της εξέτασης των πραγμάτων από μια διαφορετική προοπτική και την ελευθερία των περιορισμών μέσω κανόνων και γραπτών ή άγραφων κανόνων.

Η δημιουργικότητα και η καινοτομία μέσα σε μια καλά οργανωμένη επιχείρηση αναγνωρίστηκαν πάντα ως ένας σίγουρος δρόμος προς την επιτυχία. Η τόνωση της δημιουργικότητας και η εξερεύνηση εντελώς νέων και άγνωστων πριν από τις περιοχές οδηγούν ως αποτέλεσμα στην αύξηση της παραγωγικότητας του οργανισμού. Η ενθάρρυνση των εργαζομένων να σκέφτονται έξω από το κουτί και να τους δίνει χρόνο και πόρους για να διερευνήσουν νέους τομείς για καινοτόμες ιδέες είναι το κλειδί για οικονομικά αποδοτικές επιχειρηματικές λύσεις.

Η δημιουργικότητα βελτιώνει τη διαδικασία επίλυσης προβλημάτων. Δεν έχει σημασία αν μιλάμε για την ανάπτυξη μιας νέας στρατηγικής ή ενός καινοτόμου τρόπου να μείνουμε μπροστά από τον ανταγωνισμό. Η δημιουργική επίλυση προβλημάτων δίνει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που κάθε επιχείρηση προσπαθεί να επιτύχει.

Δημιουργικές ιδέες και καινοτόμες προσεγγίσεις μπορούν να προέλθουν σχεδόν παντού - από τους συνεργάτες, τους πελάτες, τις ομάδες-στόχους, τους υπαλλήλους. Γι' αυτό είναι σημαντικό να υποστηριχθεί και να ενθαρρυνθεί από την εταιρεία μια ανοιχτή ανταλλαγή ιδεών.

Μελέτες έχουν επιβεβαιώσει ότι όλες οι επιχειρήσεις θέλουν να είναι πιο καινοτόμες. Μία έρευνα διαπίστωσε ότι σχεδόν το 90% των επιχειρήσεων πιστεύουν ότι η καινοτομία αποτελεί προτεραιότητα γι' αυτούς. Το συμπέρασμα είναι ότι η σημασία της καινοτομίας αυξάνεται και αυξάνεται σημαντικά. Στο σημερινό οικονομικό σενάριο, η καινοτομία έχει γίνει ένας σημαντικός παράγοντας για τον επηρεασμό του στρατηγικού σχεδιασμού. Έχει αναγνωριστεί ότι η καινοτομία οδηγεί στη δημιουργία πλούτου. Παρόλο που η αποτελεσματικότητα είναι απαραίτητη για την επιτυχία των επιχειρήσεων, μακροπρόθεσμα, δεν μπορεί να διατηρήσει την ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Οι πιο συχνά προγραμματισμένοι και μετρημένοι συνδυασμοί ιδεών, αντικειμένων και ανθρώπων οδηγούν στην καινοτομία που οδηγεί σε νέες επιχειρηματικές ιδέες και τεχνολογικές επαναστάσεις. Προκειμένου να χαρακτηριστούν πολύτιμες καινοτομίες, τα νέα προϊόντα και υπηρεσίες πρέπει να είναι αρκετά ισχυρά ώστε να προχωρήσουν μέσω αυστηρών διαδικασιών εμπορευματοποίησης και στην αγορά. Ο ειδικός της διαχείρισης, Peter Drucker, δήλωσε ότι εάν ένας καθιερωμένος οργανισμός, ο οποίος σε αυτή την εποχή απαιτεί καινοτομία, δεν είναι σε θέση να καινοτομήσει, αντιμετωπίζει παρακμή και εξαφάνιση. Πολλοί οργανισμοί υιοθετούν μέτρα για την ενίσχυση της ικανότητάς τους να καινοτομούν. Τέτοιες εταιρείες δημιουργούν ένα αξιόπιστο λειτουργικό σύστημα για την καινοτομία, ένα σημαντικό δείκτη της εταιρικής βιωσιμότητας

Στον επιχειρηματικό κόσμο, για να είναι χρήσιμη μια καινοτόμος ιδέα, πρέπει να μπορεί να αναπαραχθεί χωρίς να είναι υπερβολικά δαπανηρή και πρέπει να επιλύσει μια συγκεκριμένη ανάγκη. Η καινοτομία επιτυγχάνεται παρέχοντας κάτι πρωτότυπο και συχνά θεωρείται ότι παράγει αποτελεσματικότητα, οδηγώντας σε μια ιδέα που επηρεάζει σημαντικά τη γενική κοινωνία.

Η καινοτομία προκάλεσε μια ιδέα για την ανάπτυξη μιας κινητής μονάδας που αναμειγνύει τα βασικά συστατικά οδικών επιφανειών επί τόπου, με αποτέλεσμα μεγαλύτερη αποδοτικότητα. Η μέθοδος αυτή κοστίζει περίπου το ίδιο, εξοικονομεί χρόνο για την εταιρεία και τα πληρώματα και οι επισκευές ολοκληρώνονται νωρίτερα για τους κατοίκους.

Οι έρευνες έχουν δείξει ότι ο ανταγωνισμός σε συνδυασμό με την έντονη ζήτηση αποτελεί σημαντική κινητήρια δύναμη της καινοτομίας. Η ένταση του ανταγωνισμού είναι ο καθοριστικός παράγοντας της καινοτομίας και της παραγωγικότητας. Η καινοτομία, πέρα από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, περιλαμβάνει επίσης νέες διαδικασίες, νέα συστήματα επιχειρήσεων και νέες μεθόδους διαχείρισης, οι οποίες έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην παραγωγικότητα και την ανάπτυξη.

Σήμερα χρειαζόμαστε καινοτομίες περισσότερο από κάθε άλλη φορά. Κάθε οργάνωση και επιχείρηση αισθάνονται τον αντίκτυπο της παγκοσμιοποίησης, της μετανάστευσης, των τεχνολογικών αναθεωρήσεων και της επανάστασης της γνώσης και των ζητημάτων της κλιματικής αλλαγής. Η καινοτομία θα φέρει προστιθέμενη αξία και θα διευρύνει τη βάση απασχόλησης. Η καινοτομία είναι επιτακτική εάν η ποιότητα ζωής σε αυτές τις δύσκολες συνθήκες είναι να βελτιωθεί. Η καινοτομία θα κάνει τον κόσμο μια καλύτερη θέση για τη νεότερη γενιά.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Κριεμάδης, Θ., (2012), Η καινοτομία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, Εκδόσεις: Νομική Βιβλιοθήκη

Γεωργαντά, Ζ., (2003), Επιχειρηματικότητα και Καινοτομίες: Το Management της επιχειρηματικής καινοτομίας, Εκδόσεις: Ανικούλα

Ινστιτούτο Επικοινωνίας, (2006), Πάντειο Πανεπιστήμιο & QED Εταιρία Ερευνών, «Καινοτομία και Ελληνικός Επιχειρηματικός Χώρος, Έρευνα, Αθήνα

Καραγιάννης, Α., (1996), «Επιχειρηματικότητα και Καινοτομίες», Εκδόσεις: Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Καρβούνης, Σ., (1995), Διαχείριση Τεχνολογίας και καινοτομίας, Εκδόσεις: Σταμούλης.

Πιπερόπουλος, Π., (2008), Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία & Business Clusters, Εκδόσεις: Σταμούλης

Charles, L. (2000). The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators. London: Earthscan.

Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books.

Garnham, N. (2001). From Cultural to Creative Industries : An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom. Accessed in October 2013. <http://nknu.pbworks.com/f/FROM%20CULTURAL%20TO%20CREATIVE%20Industries.pdf>.

Garnham, N. (2005). From Cultural to Creative Industries; An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom, accessed in October 2013. <http://nknu.pbworks.com/f/FROM%20CULTURAL%20TO%20CREATIVE%20Industries.pdf>.

Hall, T., & Robertson, I. (2010). Public Art and Urban Regeneration: advocacy, claims and critical debates. *Landscape Research*, 26(1), 5-26. <http://dx.doi.org/10.1080/01426390120024457>.

Hawkins, J. (2002). *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas*, London: Penguin Books.

LeRoy, A. (2010a). The Rising of Popular Culture: A Historiographical Sketch, *OAH Magazine of History* 24 (2): 11-14; accessed in October 2013. <http://maghis.oxfordjournals.org/content/24/2/11.extract>.

LeRoy, A. (2010b). Not Necessarily Swill time: Popular Culture and American History. *OAH Magazine of History*, Vol. 24 (2). .

Potts, J., & Cunningham, S. (2008). Four models of the creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 14(3), 233-247. <http://dx.doi.org/10.1080/10286630802281780>.

Scott, A.J. (2001). Capitalism, Cities, and the Production of Symbolic Forms, 'Transactions of the Institute of British Geographers', New Series, Vol. 26, 1, accessed in October 2013 [http://www.academia.edu/attachments/3241706/download\\_file](http://www.academia.edu/attachments/3241706/download_file)

Scott, A.J. (2006). *Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions* Capitalism, cities, and the production of symbolic forms. Centre for Globalization and Policy Research, School of Public Policy and Social Research, University of California-Los Angeles, USA.



Storey, J. (2001). Cultural Theory and Popculture, Harlow : Pearson Education.

Sullivan, A., & Sheffrin, S.M. (2003). Economics: Principles in action. Pearson Prentice Hall.