



# Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΑΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟΥΣ ΚΡΙΣΗΣ



ΓΙΩΤΗ ΕΛΕΑΝΝΑ Α.Μ 14703

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΤΣΙΚΑΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2016

## Πρόλογος

Εντός των πλαισίων του σημερινού διεθνούς περιβάλλοντος το οποίο μεταβάλλεται με ταχύτατους ρυθμούς, η ικανότητα των επιχειρήσεων να εισάγουν στην αγορά μια νέα καινοτομία, αποτελεί το μεγαλύτερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα τους. Αυτό είναι προφανές, αφού με τον τρόπο αυτό οι καινοτόμες επιχειρήσεις αποκτούν σημαντικό μερίδιο αγοράς με παράλληλη αύξηση της κερδοφορίας τους

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αναλύσει την έννοια και τις εφαρμογές της καινοτομίας, δηλαδή της εφαρμογής μίας νέας μεθόδου στις επιχειρησιακές πρακτικές της επιχείρησης αλλά και τα αποτελέσματα που μπορεί να έχει μια τέτοια πρακτική. Απαραίτητη είναι η μελέτη συγκεκριμένων εννοιών όπως είναι η καινοτομία της εκάστοτε επιχείρησης.

## Πίνακας περιεχομένων

Πρόλογος.....	1
Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> : Οι διαστάσεις της παρούσας κρίσης και οι επιδράσεις στο επιχειρηματικό δυναμικό .....	4
1.1. Εισαγωγή.....	4
1.2. Το περιεχόμενο της παρούσας κρίσης .....	4
1.3. Η κρίση στο επιχειρηματικό περιβάλλον .....	5
1.4. Οι επιδράσεις της κρίσης στην κοινωνία.....	5
1.5. Κοινωνική κρίση και καινοτομία .....	16
Κεφάλαιο 2 <sup>ο</sup> : Η καινοτομία .....	18
2.1. Εισαγωγή.....	18
2.2. Ορισμός της καινοτομίας .....	19
2.3. Κατηγορίες καινοτομίας.....	21
2.3.1. Καινοτομία προϊόντος .....	21
2.3.2. Καινοτομία διαδικασίας .....	21
2.3.3. Καινοτομία εμπορικής εκμετάλλευσης .....	22
2.3.4. Καινοτομία οργάνωσης .....	23
2.4. Δείκτες και μέτρηση της καινοτομίας .....	23
2.5. Διαχείριση της καινοτομίας.....	25
2.6. Η σημασία της καινοτομίας.....	27

Κεφάλαιο 3 <sup>ο</sup> : Καινοτομία και επιχειρήσεις .....	33
3.1. Εισαγωγή.....	33
3.2. Επιχειρηματικότητα και καινοτομία.....	33
3.3. Ευρωπαϊκή – διεθνής πραγματικότητα.....	35
3.4. Αναπτυξη επιχειρησιακής καινοτομίας εν μέσω κρίσης .....	36
3.5. Η Ελληνική περίπτωση .....	38
Επίλογος – Συμπεράσματα.....	42
Αναφορές - Πηγές .....	43

## Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>: Οι διαστάσεις της παρούσας κρίσης και οι επιδράσεις στο επιχειρηματικό δυναμικό

### 1.1. Εισαγωγή

Το οικονομικό σκηνικό, σε Ευρωπαϊκή αλλά και εθνική βάση, έχει επηρεαστεί με αρνητικό τρόπο και εμφανίζει τάσεις ύφεσης, από το φθινόπωρο του 2008, από μία οικονομική κρίση και ύφεση νέων διαστάσεων, με την έννοια των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών και επιπτώσεων, συγκριτικά με τις οικονομικές κρίσεις που συντελέστηκαν κατά τη διάρκεια του 20<sup>ου</sup> αιώνα.

### 1.2. Το περιεχόμενο της παρούσας κρίσης

Σύμφωνα με τους Fine και συν., <sup>1</sup>η κρίση η οποία αποτελεί σήμερα ένα πλήγμα όσον αφορά στο οικονομικό και κοινωνικό πεδίο, ξεκίνησε σαν μία κρίση ενυπόθηκων δανείων τα οποία χαρακτηρίζονταν από υψηλό κίνδυνο, ενώ ύστερα εξελίχθηκε, σε παγκόσμιο επίπεδο, σε κρίση της πραγματικής οικονομίας και σε κρίση απασχόλησης και εισοδήματος της μισθωτής εργασίας, με την σημαντική αύξηση των επιπέδων της ανεργίας και των επιπτώσεών της στο κοινωνικό κράτος διεθνώς, στην Ευρώπη και την Ελλάδα.

Σύμφωνα με τον Aglietta, <sup>2</sup>η συγκεκριμένη οικονομική κρίση που έλαβε χώρα το 2008 αλλά εξακολουθεί να επηρεάζει τις οικονομικές και κοινωνικές δομές μέχρι σήμερα, ήρθε να καταδείξει, μετά από μια σειρά χρηματοοικονομικών κρίσεων, τα βασικότερα αδιέξοδα με τα οποία έρχεται αντιμέτωπο το κεφαλαιοκρατικό σύστημα σε διεθνή βάση. Η μετατροπή, μάλιστα, της οικονομικής κρίσης, μέσω της διαδικασίας της μεταφοράς των κυριότερων οικονομικών πόρων στις τράπεζες αναφορικά με την διασφάλιση της διάσωσης τους, σε δημοσιονομική,

<sup>1</sup> Fine Ben και συν., (2011), Οικονομική κρίση και Ελλάδα, Αθήνα : Gutenberg

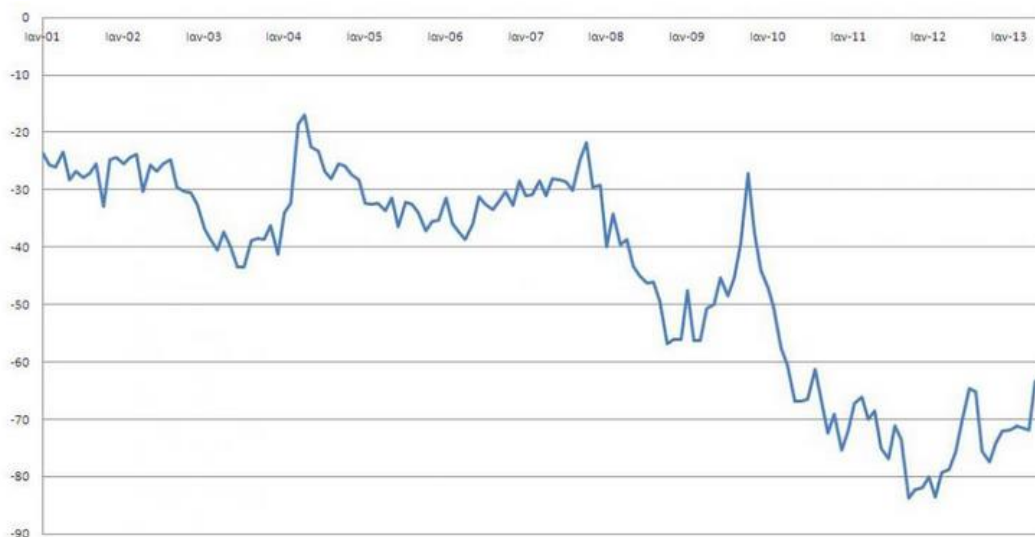
<sup>2</sup> Aglietta Michel, (2009), Η οικονομική κρίση : 10+1 ουσιαστικές απαντήσεις σε 10+1 ερωτήματα του Pierre Luc Séguillon, Αθήνα : Πόλις

πιστοποιεί την κρίση του κυρίαρχου συστήματος η οποία πλέον έχει προσλάβει συστημικά χαρακτηριστικά.

### 1.3. Η κρίση στο επιχειρηματικό περιβάλλον

Αναφορικά με τον κλάδο των επιχειρήσεων, σε εθνική βάση, αυτός μπορεί να εκφραστεί, κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου, από κάποιους συγκεκριμένους δείκτες. Πιο συγκεκριμένα, ο δείκτης ο οποίος είναι χαρακτηριστικός των επιχειρηματικών προσδοκιών στην Ελλάδα βελτιώνεται σε επίπεδο τομέων μόνο στο Λιανικό Εμπόριο, ενώ, από την άλλη πλευρά, σημειώνεται πτώση του σχετικού δείκτη όσον αφορά στον τομέα της, οριακά στις Υπηρεσίες και περισσότερο στις Κατασκευές. Τελικά, σχετικά με το Δείκτη της Καταναλωτικής Εμπιστοσύνης, ο αρνητικός δείκτης κερδίζει σημαντικό έδαφος συγκριτικά με προηγούμενα έτη.

**Διάγραμμα 1.1.: Δείκτης Καταναλωτικής Εμπιστοσύνης**



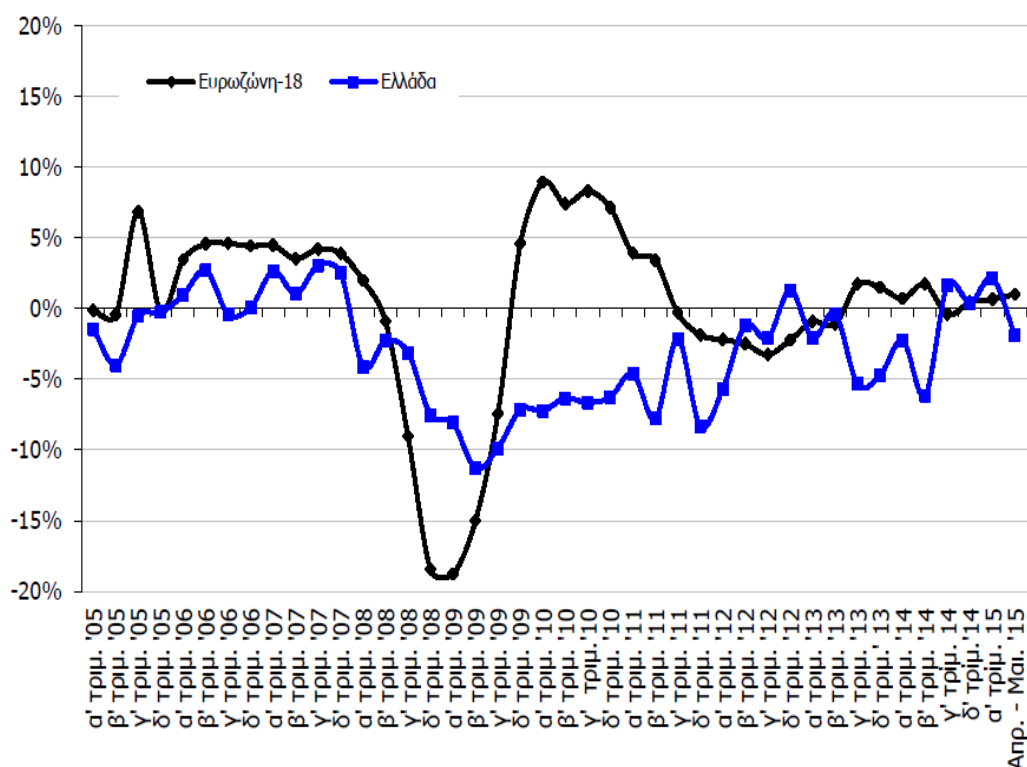
**Πηγή: European Commission, 2014**

Αναφορικά με τον τομέα της βιομηχανίας, ο γενικός δείκτης βιομηχανικής παραγωγής φαίνεται να παρουσιάζει μια οριακή ενίσχυση του ποσοστού 0,8%

έναντι απωλειών που σημειώθηκαν κατά τη διάρκεια του 2014. Παρ' όλα αυτά ισχύει το γεγονός πως, κατά τη διάρκεια των τελευταίων μηνών, ανακόπηκε η ανοδική πορεία του δείκτη, γεγονός που σχετίζεται με την ευρύτερη ρευστότητα η οποία προκύπτει άμεσα από τις παρατεταμένες διαπραγματεύσεις των θεσμών και της πολιτικής ηγεσίας καθώς και την αποτυχία της επίτευξης μιας αποτελεσματικής συμφωνίας ανάμεσα στους θεσμούς και την κυβέρνηση (Weisbrot et al., 2015). Κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου, στις χώρες της Ε.Ε., η βιομηχανική παραγωγή εξακολουθεί να ενισχύεται, κατά το ποσοστό του 0,8%.

Η διαχρονική μεταβολή του δείκτη βιομηχανικής παραγωγής στην Ελλάδα και στην Ευρωζώνη παρουσιάζεται αναλυτικά στο παρακάτω διάγραμμα (Διάγραμμα 2.1.).

**Διάγραμμα 2.1: Δείκτης Βιομηχανικής Παραγωγής στην Ελλάδα και στην Ευρωζώνη**



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Eurostat

Αναφορικά με τον κλάδο των κατασκευών, φαίνεται πως ο δείκτης παρουσιάζει μια αντίθεση συγκριτικά με τα προηγούμενα έτη καθώς στις αρχές του 2015 παρουσιάζει μια ενίσχυση κατά το ποσοστό του 38,4% συγκριτικά με το 2014, κατά τη διάρκεια του οποίου σημείωσε κατά το ποσοστό του 7,5%. Όσον αφορά στους επιμέρους δείκτες, οι οποίοι απεικονίζονται και στο παρακάτω διάγραμμα (Διάγραμμα 2.2.) ισχύουν τα παρακάτω δεδομένα:<sup>3</sup>

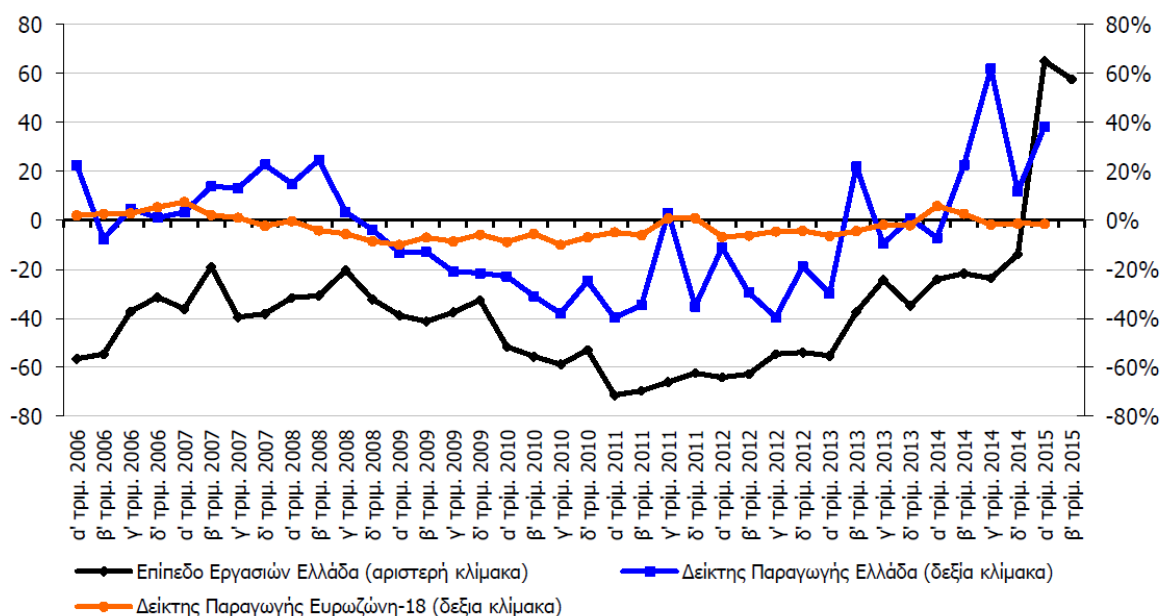
- Ο δείκτης παραγωγής οικοδομικών έργων σημείωσε αύξηση κατά το ποσοστό του 23,0% συγκριτικά με το 2014, όταν σημείωνε απώλειες της τάξης του 12,6%.
- Οι αλλαγές που σημειώθηκαν στον δείκτη παραγωγής έργων πολιτικού μηχανικού είχε θετικό πρόσημο για πρώτη φορά τα τελευταία πέντε

<sup>3</sup> IOBE, (2015), [http://www.iobe.gr/docs/economy/ECO\\_Q4\\_15\\_REP\\_GR.pdf](http://www.iobe.gr/docs/economy/ECO_Q4_15_REP_GR.pdf) (Ημ. Πρόσβασης: Ημ. Πρόσβασης: 05-04-2016)



χρόνια, καθώς αυξήθηκε κατά το ποσοστό 53,5%, έναντι απωλειών κατά 1,8% την αντίστοιχη περσινή περίοδο.

**Διάγραμμα 2.2.: Δείκτης Παραγωγής στις Κατασκευές και Δείκτης Επιπέδου Εργασιών**



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Eurostat

Εν συνεχεία, για τον κλάδο του λιανικού εμπορίου, κατά τη διάρκεια των πρώτων μηνών του 2015, ο δείκτης όγκου του λιανικού εμπορίου σημειώνει μια μικρή βελτίωση της τάξης του 0,6% συγκριτικά με το 2014, που είχε απώλειες κατά το ποσοστό του 1,1%.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> IOBE, 2015

Αναφορικά με τους κλάδους οι οποίοι σημείωσαν τα μεγαλύτερα ποσοστά αύξησης για το 2015, συγκαταλέγεται ο κλάδος Ένδυσης - Υπόδησης και τα Βιβλία - Χαρτικά. Παρακάτω, είναι ο κλάδος των Υπεραγορών και των Καυσίμων και Λιπαντικών οχημάτων.

Στα πλαίσια της ανάλυσης του κλάδου του λιανικού εμπορίου, φαίνεται πως οι προσδοκίες, βάσει των σχετικών δεικτών οι οποίες προκύπτουν από τις Έρευνες Οικονομικής Συγκυρίας του IOBE δεν ενσωματώνουν τις πρόσφατες πολιτικές και οικονομικές εξελίξεις στην χώρα. Εκτός των άλλων, η ενίσχυση του επιπέδου προσδοκιών είναι αρκετά μικρότερη συγκριτικά με την αντίστοιχη περσινή περίοδο εφόσον ο σχετικός δείκτης για το λιανικό εμπόριο ενισχύεται μόλις κατά 4,3 μονάδες έναντι ανόδου 17 μονάδων πέρυσι.<sup>5</sup>

Αναφορικά με τους επιμέρους δείκτες ισχύουν τα εξής:<sup>6</sup>

- Στον κλάδο Υφασμάτων- Ένδυσης-Υπόδησης -14,5 μονάδες, αντί αύξησης 27,5 μονάδων πέρυσι.
- Στα Πολυκαταστήματα +34 μονάδες αντί - 5 μονάδων πέρυσι,
- Στα Τρόφιμα-Ποτά-Καπνός +6,2 μονάδες, σε σχέση με +17,4 μονάδες,
- Στα Είδη Οικιακού Εξοπλισμού +2,3 μονάδες έναντι +6,7 το 2014
- Στα Οχήματα - Ανταλλακτικά 1,4 μονάδες, κατόπιν ενίσχυσης 36,7 μονάδων.

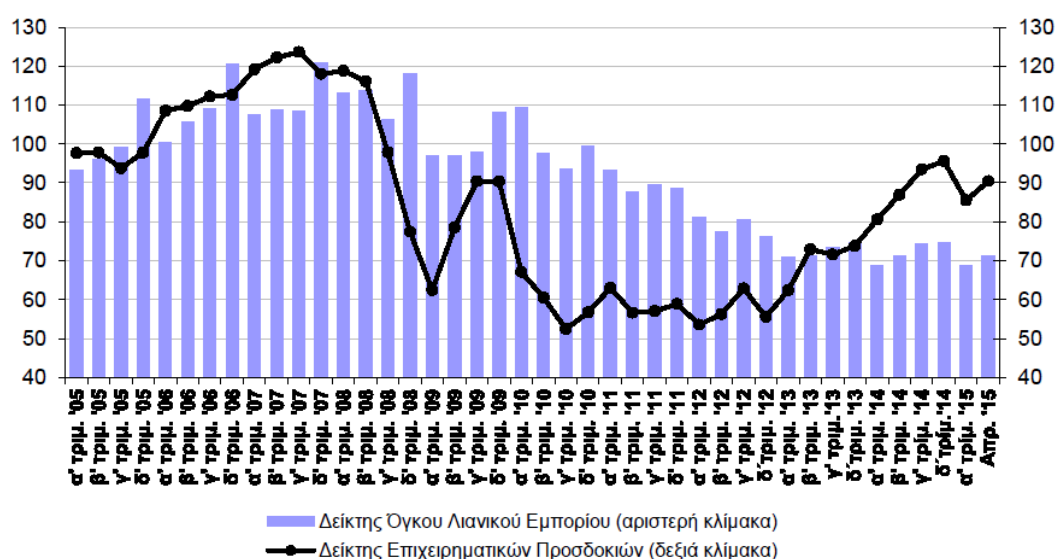
Για το χονδρικό εμπόριο, κατά τη διάρκεια του 2015, ο κύκλος εργασιών εμφάνισε ένα περιορισμό της τάξεως του ποσοστού 1,7% συγκριτικά με απώλειες κατά το ποσοστό του 0,3% κατά το 2014.

### **Διάγραμμα 2.3.: Δείκτης Όγκου Λιανικού Εμπορίου (2005=100) και Δείκτης Επιχειρηματικών Προσδοκιών (1996- 2006=100)**

---

<sup>5</sup> IOBE, 2015

<sup>6</sup> IOBE, 2015



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Eurostat

Συνεχίζοντας την ανάλυση, αναφορικά με τον κλάδο των υπηρεσιών, κατά τη διάρκεια του 2015, φαίνεται να εμφανίζει μια σχετική εξασθένηση, εφόσον ο τζίρος προκύπτει μόνο από τρεις εκ των δέκα υποκλάδων των υπηρεσιών.

Σύμφωνα με την μελέτη του IOBE, <sup>7</sup>το μεγαλύτερο ποσοστό υποχώρησης εμφανίζει ο κλάδος των υπηρεσιών Εκδοτικών Δραστηριοτήτων (κλάδος 58), όπου ο κύκλος εργασιών περιορίζεται κατά 12,0% σε συνέχεια ηπιότερων απωλειών της τάξης του 4,6% κατά το 2014. Ακολουθεί ο κλάδος των υπηρεσιών Ταχυδρομικών και Ταχυμεταφορικών δραστηριοτήτων (κλάδος 53), όπου σημειώνονται απώλειες της τάξης του 6,8% (αντί ενίσχυσης κατά 2,0% πέρυσι). Τέλος, η εξασθενημένη ζήτηση συμπαρασύρει και τις υπηρεσίες Δραστηριοτήτων Καθαρισμού (κλάδος 81.2) όπου η κάμψη στη ζήτηση φθάνει το 4,6%, από 17,2% ένα χρόνο νωρίτερα.

<sup>7</sup> IOBE, 2015

Αντίθετα, στην πλειονότητα των κλάδων στους οποίους εμφανίστηκε αύξηση της δραστηριότητας, η βελτίωση ήταν μεγαλύτερη της αντίστοιχης του έτους 2014. Ειδικότερα, ισχύουν τα εξής:<sup>8</sup>

- Το μεγαλύτερο ποσοστό της αύξησης σημειώνεται στις υπηρεσίες Επεξεργασίας Δεδομένων και Δραστηριοτήτων Παροχής Πληροφόρησης (κλάδος 63), στα πλαίσια του οποίου ο σχετικός δείκτης ενισχύεται κατά 31,6%, έναντι σαφώς ηπιότερης αύξησης κατά 5,2% το 2014.
- Ο κλάδος λοιπών Επαγγελματικών, Επιστημονικών και Τεχνικών Δραστηριοτήτων (κλάδος 74), με ενίσχυση 22,4%, ρυθμός ανόδου σχεδόν διπλάσιος από τον αντίστοιχο του 2014 (12,0%).
- Σημαντική αύξηση, της τάξης του 19,9%, εμφανίζεται στον τζίρο των υπηρεσιών Δραστηριοτήτων σχετικών με την Απασχόληση (κλάδος 80), έναντι απωλειών κατά 6,0% το 2014.
- Στις υπηρεσίες Νομικών και Λογιστικών Δραστηριοτήτων (κλάδος 69) όπου ο κύκλος εργασιών διευρύνθηκε κατά 11,9%, αντί αύξησης 7,4% την αντίστοιχη περίοδο του 2014.

### 1.4. Οι επιδράσεις της κρίσης στην κοινωνία

Οι διαστάσεις της σύγχρονης οικονομικής κρίσης οδήγησαν στην αύξηση και τη διατήρηση των ποσοστών της ανεργίας κατά τα επόμενα χρόνια σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα, την μείωση των ποσοστών της απασχόλησης καθώς και την γήρανση του πληθυσμού αλλά και την απόσυρση του κράτους από τον τομέα της από της παροχή υπηρεσιών και από την χρηματοδότηση, προς όφελος της εμπορευματοποίησης δημόσιων αγαθών (υγεία, εκπαίδευση, κοινωνική προστασία κλπ.) από τον ιδιωτικό τομέα, στερεί το κοινωνικό κράτος από σημαντικούς πόρους και δυναμική αναβάθμισής του, με αποτέλεσμα την

---

<sup>8</sup> IOBE, 2015

συρρίκνωση των επιδόσεών του στην επάρκεια, την ποιότητα, την αλληλεγγύη και την κοινωνική του αποτελεσματικότητα.<sup>9</sup>

Κατά συνέπεια, η οικονομική κρίση, η αύξηση των ποσοστών της ανεργίας, η γήρανση του πληθυσμού, η αύξηση του προσδόκιμου ορίου ζωής, το δημόσιο έλλειμμα και το δημόσιο χρέος, η μείωση της απασχόλησης και η απομείωση των ομολόγων του ελληνικού δημοσίου κατά 50%, περισφίγγουν δυσμενώς, παρά τις διακηρύξεις «θωράκισης» του κοινωνικού κράτους, την οικονομική κατάσταση των συστημάτων κοινωνικής πολιτικής στην Ελλάδα και στα άλλα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Βάσει των δεδομένων που παρέχονται από την διεξαγωγή της Έρευνας Εργατικού Δυναμικού της ΕΛ.ΣΤΑΤ. (2015), τα επίπεδα της ανεργίας στην Ελλάδα εμφανίζουν αύξηση, καθώς το ποσοστό ανέρχεται σε 26,6% συγκριτικά με αυτό του 26,1% κατά τη διάρκεια των τελευταίων μηνών του 2014.

Αναφορικά με τις υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε., τα ποσοστά ανεργίας της Ελλάδας εξακολουθούν να είναι τα υψηλότερα, μετρώντας από το τρίτο τρίμηνο του 2012. Στις περισσότερες χώρες οι οποίες εισήλθαν στο Μηχανισμό Στήριξης η ανεργία βρίσκεται σε πτωτική πορεία.

Ενώ στις περισσότερες χώρες το της ανεργίας εμφανίζει μια πτωτική τάση, όσον αφορά στα Ελληνικά δεδομένα, εξακολουθεί να παραμένει έντονο κατά τη διάρκεια του αναφερόμενου έτους (2015). Αναφορικά με το ποσοστό της μακροχρόνιας ανεργίας, παρ' όλο που για δεύτερο συνεχόμενο τρίμηνο του 2015 εμφάνισε ένα μικρό περιορισμό, θεωρείται πως είναι οριακά αυξημένο συγκριτικά με το αντίστοιχο τρίμηνο του 2014. Ωστόσο, το ποσοστό που περιγράφει τους μακροχρόνια ανέργους είναι χαμηλότερο από ότι πριν ένα χρόνο

---

<sup>9</sup> Aglietta, 2009

λόγω της μείωσης του εργατικού δυναμικού. Αναλυτικά τα στοιχεία παρουσιάζονται στο διάγραμμα 1.4.<sup>10</sup>

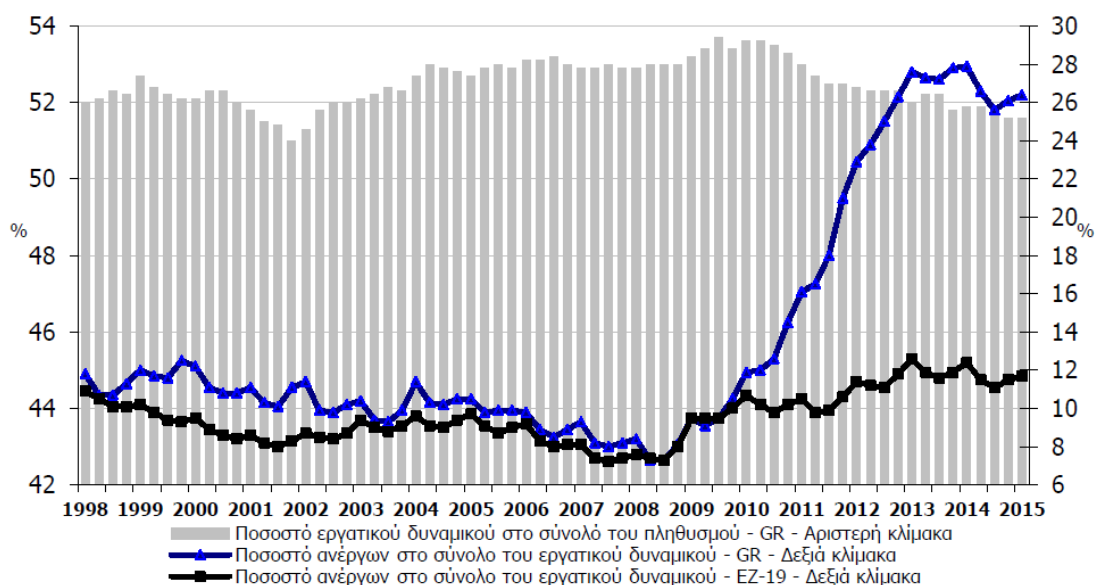
Αποτελεσματικά, από τα στοιχεία απασχόλησης σε κλαδικό επίπεδο, που προκύπτουν από την μελέτη του ΙΝΕ, (2015), δείχνουν ότι η αύξηση στην απασχόληση κατά τη διάρκεια των πρώτων μηνών του 2015, προήλθε κατά βάση από:

- τον Τουρισμό, κυρίως λόγω της αύξησης του ποσοστού των τουριστικών αφίξεων κατά τη διάρκεια των πρώτων μηνών του 2015 συγκριτικά με το 2014
- το Λιανικό Εμπόριο, κυρίως λόγω της ενίσχυσης της κατανάλωσης των νοικοκυριών κατά τη διάρκεια της συγκεκριμένης περιόδου, η οποία αντικατοπτρίζεται και στο ότι ο κύκλος εργασιών στο λιανικό εμπόριο αλλά και ο όγκος του ενισχύθηκαν.
- τη Μεταποίηση, η οποία αντικατοπτρίζει την ενίσχυση του δείκτη βιομηχανικής παραγωγής κατά το 2015
- Η ενίσχυση της εγχώριας απασχόλησης λαμβάνει χέρα παρ' όλο που σημειώνεται υποχώρησή στον τομέα της Δημόσιας Διοίκησης και της Άμυνας και στις Χρηματοπιστωτικές και Ασφαλιστικές Δραστηριότητες, πρωτίστως λόγω των προγραμμάτων εθελουσίας εξόδου που έλαβαν χώρα στον Τραπεζικό τομέα.

**Διάγραμμα 1.4.: Εξέλιξη του Ποσοστού του Εργατικού Δυναμικού στο Σύνολο του Πληθυσμού και του Ποσοστού των Ανέργων στο σύνολο του Εργατικού Δυναμικού**

---

<sup>10</sup> IOBE, 2015



Οι συγκεκριμένες εξελίξεις, λειτουργώντας στα πλαίσια των σημερινών συνθηκών της οικονομικής κρίσης και ύφεσης αντιμετωπίζονται στα κράτη-μέλη με νομοθετικές παρεμβάσεις στην κατεύθυνση κυρίως: της μεταβίβασης σημαντικών βαρών στις νέες γενεές, της μετατόπισης από διανεμητικά σε κεφαλαιοποιητικά συνταξιοδοτικά συστήματα και της εμπορευματοποίησης των δημόσιων αγαθών, με την ανάληψη της χρηματοδότησης από τους χρήστες με την αύξηση των ιδιωτικών δαπανών των νοικοκυριών.<sup>11</sup>

Σύμφωνα με τον Aglietta,<sup>12</sup> τα κράτη-μέλη επιλέγουν την προσφιλή και πεπατημένη μέθοδο της εισπρακτικής και αναποτελεσματικής λογικής για την χρηματοδότηση του ελλείμματος και την εξασφάλιση πόρων με τρόπους που διευρύνουν το κοινωνικό έλλειμμα και συρρικνώνουν, τις προϋποθέσεις κοινωνικής συνοχής και αλληλεγγύης, μετατρέποντας σταδιακά το ευρωπαϊκό πρότυπο του κράτους-πρόνοιας σε πρότυπο κράτους-φιλανθρωπίας.

Αναφορικά με τα Ελληνικά δεδομένα, είναι σαφές ότι η οικονομική κρίση που πλήττει την χώρα μας έχει επηρεάσει το χώρο της απασχόλησης και πιο συγκεκριμένα τις εργασιακές σχέσεις που τον διέπουν. Στα αστικά κέντρα πια,

<sup>11</sup> Fine Ben και συν., 2011

<sup>12</sup> Aglietta, 2009

έχει δημιουργηθεί ένα κλίμα ιδιαίτερα ανασφαλές και αβέβαιο για όλους λόγω κάποιων συγκεκριμένων αλλαγών που επέφερε η κρίση. Κάποιες από αυτές μπορεί να σχετίζονται με πρακτικές όπως:<sup>13</sup>

- η αμφισβήτηση της αξίας και της κοινωνικής αποτελεσματικότητας των δημόσιων πολιτικών
- η απώλεια κεκτημένων κοινωνικών και εργασιακών δικαιωμάτων,
- η κατάργηση θέσεων απασχόλησης,
- η μείωση των μισθολογικών απολαβών,
- η υπαγωγή χιλιάδων υπαλλήλων σε καθεστώς διαθεσιμότητας και μετακίνησης,
- οι αλλαγές στο πλαίσιο που ρυθμίζει τις εργασιακές σχέσεις για το καθεστώς των συλλογικών διαπραγματεύσεων, τις απολύσεις, τις αποζημιώσεις και τις διαδικασίες συνταξιοδότησης

Οι επιπτώσεις οι οποίες προκύπτουν από τις προαναφερθείσες αλλαγές, αν εξαιρέσουμε τους ψυχολογικούς παράγοντες όπως το στρες που προκαλεί η κρίση σε συνδυασμό με τους γρήγορους ρυθμούς των αστικών κέντρων, εντείνουν το αίσθημα της φοβίας αλλά και της ανασφάλειας αναφορικά με την μελλοντική πορεία τους, έχοντας ως άμεση συνέπεια το άγχος και η απαισιοδοξία να κυριεύουν τη ζωή των ανθρώπων. Την ίδια στιγμή, η απασχόληση μετατρέπεται σ' έναν ανταγωνιστικό χώρο στον οποίο δημιουργούνται πρόσφορες συνθήκες αναφορικά με την ευδοκίμηση φαινομένων νοσηρού ανταγωνισμού και εκμετάλλευσης έχοντας ως επίπτωση την απώλεια της κοινωνικής αλληλεγγύης εντός των χώρων εργασίας.

Πλέον έχει καταστεί σαφές το γεγονός πως η διαδικασία της εσωτερίκευσης του συγκεκριμένου αρνητικού πλαισίου είναι μια πολύπλοκη διαδικασία που απαιτεί ψυχραιμία και ορθολογισμό όσον αφορά στην αντιμετώπισή της. Δυστυχώς πολλοί συμπολίτες μας και κυρίως οι κοινωνικά, οικονομικά και πολιτισμικά ασθενέστεροι, δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν με δυναμικό τρόπο στους

---

<sup>13</sup> Ρομπόλης Σάββας, (2013), Οικονομική κρίση και κοινωνικό κράτος, Θεσσαλονίκη : Επίκεντρο



περιορισμούς και στις κοσμογονικές αλλαγές που επιβάλλει η κρίση με συνέπεια την εξώθησή τους στο κοινωνικό περιθώριο, τη φτώχεια και τον κοινωνικό αποκλεισμό.

Συμπερασματικά, καταλήγουμε στο γεγονός ότι, στο σύνολο των περιπτώσεων, μέσα από την κατάσταση και τις αλλαγές που έχει επιφέρει η κρίση και εντός των πλαισίων του απρόσωπου και σκληρού αστικού περιβάλλοντος, οι σχέσεις των ανθρώπων τραυματίζονται και η ψυχολογική αποξένωση διαλύει την καθημερινότητα όλων των μελών μιας οικογένειας.<sup>14</sup> Επιπλέον, κάτι που δεν γίνεται πολλές φορές άμεσα αντιληπτό, αποδυναμώνεται διαρκώς η εικόνα και το πρότυπο μιας φυσιολογικής ζωής, κυρίως στα μάτια των παιδιών, αφού πολλές φορές τα ίδια τα παιδιά γίνονται μάρτυρες προβληματικών καταστάσεων και αρνητικών συμπεριφορών μέσα στο οικογενειακό περιβάλλον.

### 1.5. Κοινωνική κρίση και καινοτομία

Τα συνεχώς αυξανόμενα επίπεδα της αναγνώρισης των κοινωνικών πτυχών που υπάρχουν στις υφιστάμενες μείζονες προκλήσεις σε παγκόσμια βάση, όπως παραδείγματος χάριν είναι η καταπολέμηση της φτώχειας, η ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, η γήρανση του πληθυσμού και άλλα, έχει οδηγήσει με σταδιακό ρυθμό κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, στην ανάδειξη του επιπέδου της σημαντικότητας που έχει η Κοινωνική Καινοτομία αναφορικά με την αντιμετώπιση ορισμένων κοινωνικών προβλημάτων αλλά και προκλήσεων.

Στο σημείο αυτό υπεισέρχεται η έννοια της κοινωνικής καινοτομίας. Πιο συγκεκριμένα, η έννοια αυτή έχει να κάνει με τη διαδικασία της ανάπτυξης νέων ιδεών, προϊόντων, υπηρεσιών, τεχνολογιών, μοντέλων αλλά και διαφόρων στρατηγικών που υπάρχει η δυνατότητα να αξιοποιηθούν αναφορικά με την αντιμετώπιση κοινωνικών προκλήσεων, δημιουργώντας μ' αυτό τον τρόπο νέες σχέσεις και συνεργασίες μεταξύ των κοινωνικών και άλλων εταίρων. Η

---

<sup>14</sup> Ρομπόλης, 2013

κοινωνική πτυχή των Έργων μπορεί να χαρακτηριστεί ως διττή και σχετίζεται με την προσέγγιση / μέθοδο που υιοθετείται όσον αφορά στη διαδικασία της υλοποίησης, όσο και στον κοινωνικό χαρακτήρα που έχουν τα αποτελέσματά τους.

Αποτελεσματικά, η κοινωνική καινοτομία μπορεί να υλοποιηθεί, με τη συμμετοχή του συνόλου των τομέων δραστηριότητας, συμπεριλαμβανομένου:<sup>15</sup>

- του δημόσιου τομέα,
- του ιδιωτικού τομέα και της αγοράς,
- των επιχειρήσεων και οργανισμών κοινωνικού χαρακτήρα, αλλά και
- της ιδιωτικής πρωτοβουλίας κοινωνικά ενεργών ατόμων και επιχειρηματιών.

Πιο συγκεκριμένα, οι δράσεις της κοινωνικής καινοτομίας, πραγματώνονται, κατά κανόνα, μέσα από προσεγγίσεις:

- Ανοικτές, σε ότι, αφορά την ανταλλαγή και την ιδιοκτησία της γνώσης.
- Δια-θεματικές και ολοκληρωμένες, με γνώμονα την επίλυση του προβλήματος.
- Συμμετοχικές και ενδυναμωτικές, ως προς τον ρόλο των πολιτών και των χρηστών.
- Καθοδηγούμενες από την ανάγκη / ζήτηση, παρά την προσφορά.
- Συγκεκριμένες και προσαρμοσμένες στις εξειδικευμένες ανάγκες της κάθε περίπτωσης.

---

<sup>15</sup> Σακελλαρόπουλος, Σπύρος, (2014), Κρίση και κοινωνική διαστρωμάτωση στην Ελλάδα του 21ου αιώνα, Αθήνα : Τόπος

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>: Η καινοτομία

### 2.1. Εισαγωγή

Η παγκοσμιοποίηση διαμορφώνει μια νέα πραγματικότητα όσον αφορά το μέγεθος των αγορών που απευθύνονται σήμερα οι επιχειρήσεις και στο μερίδιο του αγοραστικού κοινού που προσπαθούν να στοχεύσουν με την παραγωγή συγκεκριμένων προϊόντων. Η παγκοσμιοποίηση αυτή, σε συνδυασμό με την τεχνολογική ανάπτυξη και την αλματώδη εξέλιξη των πληροφοριακών συστημάτων, καθιστά επιτακτική την ανταλλαγή της τεχνολογίας και της πληροφορίας μεταξύ των επιχειρήσεων, είτε ανήκουν στον ίδιο είτε σε επιμέρους παραγωγικούς κλάδους.<sup>16</sup> Η δυνατότητα πρόβλεψης, άμεσης ανάλυσης και αποτελεσματικής δράσης, αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες βιωσιμότητας της σύγχρονης επιχείρησης.

Στα πλαίσια του συγκεκριμένου ανταγωνιστικού περιβάλλον, η έννοια της καινοτομίας ενισχύει τους τομείς της δημιουργικότητας και της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων ενώ παράλληλα δίνει ώθηση στην περιφερειακή επιχειρηματικότητα και μειώνει τις ενδοπεριφερειακές ανισότητες στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής οντότητας.

Σε εθνικό επίπεδο, παρ' όλο που παρουσιάζεται βελτίωση όσον αφορά στην ανάπτυξη καινοτομιών, το επίπεδο παραμένει πολύ χαμηλό και η χώρα μας εξακολουθεί να είναι μια χώρα που αποτελεί περισσότερο χρήστη των καινοτομιών που έχουν αναπτυχθεί αλλού, παρά παραγωγό τους. Έτσι, μπορεί να γίνει αντιληπτό το γεγονός ότι, οι ελληνικές επιχειρήσεις, σκοπεύοντας να στην ενίσχυση της ανταγωνιστικής τους θέσης στην σύγχρονη ευρωπαϊκή και διεθνή οικονομική πραγματικότητα, είναι απαραίτητο να επικεντρώσουν την

<sup>16</sup> Heyne, P., Boettke, P. J., and Prychitko, D. L. (2010). *The Economic Way of Thinking*. Prentice Hall, 12th ed. pp. 163, 317–318.

προσπάθεια τους στην ανάπτυξη καινοτομιών, σε επίπεδο προϊόντων και σε επίπεδο διαδικασιών.<sup>17</sup>

## 2.2. Ορισμός της καινοτομίας

Η έννοια της καινοτομίας χαρακτηρίζεται ως ευρύτερη και μπορεί να αποτελέσει βασικό γνώρισμα μιας οικονομίας και τους συμμετέχοντες σε αυτήν. Αποτελεί ένα χαρακτηριστικό της κοινωνίας μέσα στα πλαίσια της οποίας εξελίσσεται, και όπως και η κοινωνία, έτσι και η καινοτομία δεν είναι μια διαδικασία στατική, αλλά δυναμική, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει στα αυξημένα επίπεδα της δυσκολίας όσον αφορά στη μέτρηση της.

Αν πραγματοποιηθεί μια ιστορική αναδρομή παρατηρείται πως ένας πρώτος συνεκτικός ορισμός της καινοτομίας διατυπώθηκε το 1992 από τον ΟΟΣΑ ακολούθησαν εν συνεχεία νέες βελτιώσεις και εξειδικεύσεις.

Η έννοια της καινοτομίας προσεγγίζεται, στις πλείστες των περιπτώσεων, ως ένα σύστημα και όχι με τον κλασικό γραμμικό τρόπο ο οποίος κατευθύνει την πολιτική του ορισμού της καινοτόμου δράσης στον περιορισμό σε συγκεκριμένα πλαίσια και διαδικασίες. Οι επιχειρήσεις δεν αναπτύσσουν καινοτομίες από μόνες τους αλλά βρίσκονται σε συνεχή αλληλεπίδραση με τα επιμέρους μέλη του συστήματος, τα οποία μαζί με τις αλληλεπιδράσεις που αναπτύσσονται ανάμεσά τους, καθορίζουν την καινοτόμο δράση των επιχειρήσεων.

Εν τέλει, είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι, η καινοτομία σαν μια έννοια δεν είναι κάτι το στατικό και ανεξάρτητο, όπως προαναφέρθηκε, από την πολιτική ανάπτυξης των οικονομιών των χωρών, ανεπτυγμένων και μη.

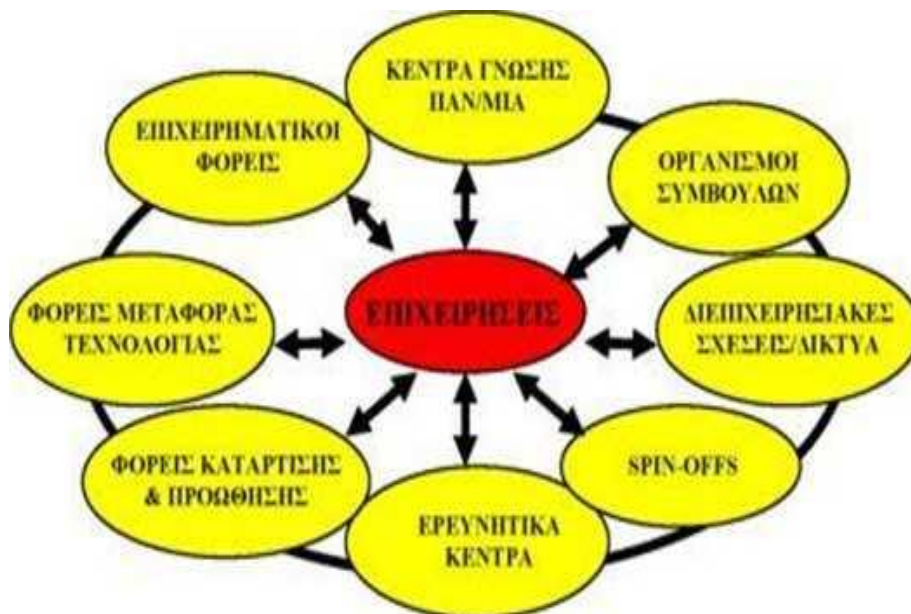
Κατά την πάροδο των ετών, αναπτύχθηκε η μέθοδος που καθορίζει και εξελίσσει την καινοτομία σαν «την ικανότητα των χωρών να αποκτούν, να απορροφούν και

---

<sup>17</sup> Anthony, Scott D.; Johnson, Mark W.; Sinfield, Joseph V.; Altman, Elizabeth J. (2008). Innovator's Guide to Growth. "Putting Disruptive Innovation to Work". Harvard Business School Press

να διαδίδουν τις νέες τεχνολογίες» καθορίζοντας τόσο την τεχνολογική τους εξέλιξη αλλά και τα πλαίσια διαμόρφωσης της πολιτικής τους.

**Σχήμα 2.1: Σύστημα καινοτομίας Αλληλεπιδράσεις και ο κεντρικός ρόλος των επιχειρήσεων**



Πηγή: Komninos 2001

## 2.3. Κατηγορίες καινοτομίας

### 2.3.1. Καινοτομία προϊόντος

Η καινοτομία προϊόντος αποτελεί την βασικότερη και εμφανέστερη μορφή καινοτομίας, εφόσον αυτή συνδέεται άμεσα με «χειροπιαστό» αποτελέσματα. Πιο συγκεκριμένα, σχετίζεται με τη διαδικασία της παραγωγής προϊόντων, που είτε είναι νέα είτε έχουν υποστεί σημαντικές τεχνικές βελτιώσεις.<sup>18</sup>

Η καινοτομία προϊόντος συνήθως κάνει χρήση νέων ή έχει ως βάση της συνδυασμούς ήδη υπάρχουσών γνώσεων ή τεχνολογιών που δεν είχαν ξαναγίνει. Για να θεωρηθεί νέο ένα προϊόν είναι απαραίτητο να έχει σημαντικό βαθμό διαφοροποίησης, από τα προϊόντα που ήδη κυκλοφορούν σε μία αγορά. Η ανάπτυξη μιας νέας χρήσης ενός προϋπάρχοντος προϊόντος θεωρείται επίσης της καινοτομίας προϊόντος.

### 2.3.2. Καινοτομία διαδικασίας

Η καινοτομία διαδικασίας, σχετίζεται άμεσα με τη διαδικασία της εφαρμογής μιας ορισμένης νέας ή σημαντικά διαφοροποιημένης μεθόδου.

Η καινοτομία διαδικασίας ενδέχεται να στοχεύει στην αλλαγή του τρόπου διανομής κ.α. Η καινοτομία διαδικασίας συμπεριλαμβάνει ακόμα νέες βελτιωμένες μεθόδους για την παροχή υπηρεσιών.

Εν τέλει, η καινοτομία διαδικασίας μπορεί να συμπεριλαμβάνει νέες ή σημαντικά βελτιωμένες τεχνικές σε υποστηρικτικές δραστηριότητες όπως είναι η μηχανογράφηση, αλλά και η διαδικασία της εφαρμογής νέων τεχνολογιών

---

<sup>18</sup> Anthony et al., 2008

εφόσον στοχεύουν στη αλλαγή, προς όφελος του οργανισμού, της δευτερεύουσας δραστηριότητα.<sup>19</sup>

### 2.3.3. Καινοτομία εμπορικής εκμετάλλευσης

Εν συνεχεία, η καινοτομία εμπορικής εκμετάλλευσης σχετίζεται με στην εφαρμογή, εκ μέρους μιας επιχείρησης, μιας νέας μεθόδου στα «4 P» του μάρκετινγκ:<sup>20</sup>

- στην σύνθεση - σχεδίαση - συσκευασία του προϊόντος (product)
- στην τοποθέτηση στην αγορά (place)
- στην προώθηση (promotion)
- στην τιμολόγηση (price)

Οι καινοτομίες αυτού του συγκεκριμένου είδους στοχεύουν κυρίως στο να επιτρέψουν στην επιχείρηση την αύξηση τελικά του μεριδίου της της στην αγορά.

Η καινοτομία εμπορικής εκμετάλλευσης εντοπίζεται μόνο σε περίπτωση εφαρμογής νέων μεθόδων οι οποίες δεν έχουν χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν από την επιχείρηση.

Η νέα μέθοδος εμπορικής εκμετάλλευσης υπάρχει δυνατότητα είτε να αναπτυχθεί εσωτερικά στην επιχείρηση, είτε να υιοθετηθεί από την αγορά. Στην ίδια κατηγορία καινοτομίας περιλαμβάνεται και η προσφορά νέων γεύσεων σε τσίχλες πχ, κινήσεις δηλαδή που έχουν ως στόχο την είσοδο της επιχείρησης σε νέες ομάδες καταναλωτών και εστίαση σε συγκεκριμένα μερίδια αγοράς (π.χ. niche markets).

---

<sup>19</sup> Kline, 1985

<sup>20</sup> Σαλαβού, Ε.Ε., (2013), Καινοτομία και αλλαγή στο "επιχειρείν, Αθήνα : Rosili

Εκτός των άλλων, περιλαμβάνεται η ανάπτυξη νέων δικτύων πωλήσεων (πχ η ανάπτυξη δικτύου e-shop) και η δημιουργία εναλλακτικών καναλιών προώθησης των προϊόντων.

#### 2.3.4. Καινοτομία οργάνωσης

Η καινοτομία οργάνωσης αφορά σε μια εφαρμογή μιας νέας οργάνωσης σε κάποιο τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης.<sup>21</sup>

Όπως ισχύει και με τις άλλες μορφές καινοτομίας, έτσι και στο σημείο αυτό, με σκοπό την επίτευξη της οργανωτικής καινοτομίας, είναι απαραίτητο να εφαρμόζεται μια μέθοδος που δεν έχει χρησιμοποιηθεί ξανά από την επιχείρηση.

Η συγκεκριμένη λειτουργία συμπεριλαμβάνει νέες μεθόδους οργάνωσης της εργασίας και νέων πρακτικών στις διαδικασίες προμηθειών, πρόσληψης προσωπικού, πρακτικών καταχώρησης ιδεών ή βάσης γνώσης κ.α.

Εκτός των άλλων, τονίζεται το σημείο ότι οι εξαγορές και οι συγχωνεύσεις δεν αποτελούν οργανωτικές καινοτομίες.

#### 2.4. Δείκτες και μέτρηση της καινοτομίας

Η μέτρηση της καινοτομικής συμπεριφοράς των πρωταγωνιστών σε μια οικονομία, απαιτεί ένα ολοκληρωμένο σύστημα δεικτών για την μέτρηση και την παρακολούθηση της.

Αρκετοί δείκτες έχουν αναπτυχθεί και χρησιμοποιηθεί κατά το παρελθόν για τη μέτρηση της καινοτομικής επίδοσης ενός οργανισμού.

Εδώ παραθέτουμε τους βασικούς δείκτες καινοτομίας - κλειδιά (Key Performance Indicators (KPIs) οι οποίοι είναι ένα σύνολο μετρήσεων σε

---

<sup>21</sup> Σαλαβού, 2013



επιχειρηματικό επίπεδο εστιασμένοι στις επιδόσεις και τα οικονομικά μεγέθη των οργανισμών που θεωρούνται κρίσιμα για την μελλοντική εξέλιξη τους.<sup>22</sup>

- Αύξηση Εσόδων λόγω νέων προϊόντων / υπηρεσιών
- Ικανοποίηση πελατών από τα νέα προϊόντα / υπηρεσίες
- Αριθμός ιδεών προς αξιολόγηση
- Έξοδα για έρευνά και ανάπτυξη σαν ποσοστό επί των πωλήσεων
- Ποσοστό πωλήσεων νέων προϊόντων / υπηρεσιών σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο
- Αριθμός νέων προϊόντων / υπηρεσιών σε μια χρονική περίοδο
- Απόδοση επί της επένδυσης (ROI) για τα νέα προϊόντα / υπηρεσίες
- Αριθμός έργων έρευνας και ανάπτυξης
- Αριθμός ανθρώπων ενεργά εμπλεκόμενων στην καινοτομία και τις δραστηριότητες της
- Κέρδη από τα νέα προϊόντα / υπηρεσίες
- Δυναμική νέων προϊόντων / υπηρεσιών να φτάσουν τους στόχους πωλήσεων
- Αλλαγές στο μερίδιο αγοράς οφειλόμενες στην πώληση νέων προϊόντων / υπηρεσιών
- Καθαρή παρούσα αξία (NPV) νέων προϊόντων / υπηρεσιών

Όμως για αρκετούς απ' αυτούς αναπτύσσεται μία σχετική κριτική ως προς την επάρκεια τους να περιγράψουν την καινοτομική επίδοση και συμπεριφορά.

Αυτό είναι λογικό, αφού τα στοιχεία που αλληλεπιδρούν για να προκύψει η καινοτομική συμπεριφορά, έχουν τόσο γραμμικές αλλά και μη γραμμικές σχέσεις μεταξύ τους. Το γεγονός αυτό αυξάνει έτσι και τη δυσκολία στη αναγνώριση, προσδιορισμό και μέτρηση τους.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Σαλαβού, 2013

<sup>23</sup> Σεφερτζή Έλενα και συν., (1998), Καινοτομία : Περιοχές - σύστημα, μεταφορά τεχνολογίας και καινοτομική ανάπτυξη στην Ελλάδα / επιμέλεια Αθήνα : Gutenberg - Γιώργος & Κώστας Δαρδανός

Η ανάγκη όμως για μέτρηση οδήγησε στην αναζήτηση των κατάλληλων εργαλείων. Στόχος αυτών των εργαλείων είναι η κατανόηση της πορείας της καινοτομίας όσο και η δυνατότητα συγκρίσεων και αυτοπροσδιορισμού.

Η βασική λογική που διέπει τα εργαλεία μέτρησης βασίζεται στο γραμμικό υπόδειγμα - μοντέλο του «αγωγού» (pipeline) για την καινοτομία. Δηλαδή περιγράφει την πορεία από την έρευνα και την νέα γνώση στην ανάπτυξη καινοτομιών ως μια γραμμική διαδικασία.

Σε αυτό το πλαίσιο, για να εκτιμηθούν οι επιδόσεις μιας οικονομίας χρησιμοποιούνται δείκτες εισροών καινοτομίας (input indicators) και δείκτες εκροών καινοτομίας.

Στην πλευρά των εισροών μελετώνται οι παράγοντες που αυξάνουν την πιθανότητα εμφάνισης καινοτομίας. Στην πλευρά των εκροών έχουμε δείκτες οι οποίοι αποτυπώνουν την πορεία μιας νέας (καινοτόμου) δραστηριότητας, με συγκεκριμένα αποτελέσματα.

### 2.5. Διαχείριση της καινοτομίας

Όπως ακριβώς συμβαίνει και με την τεχνολογία, έτσι και εδώ υπάρχουν ειδικά εργαλεία και αποφάσεις που πρέπει να ληφθούν εντός του οργανισμού για να είναι επιτυχής η καινοτομία.<sup>24</sup>

Η καλλιέργεια της δημιουργικότητας είναι ουσιαστική για τη διαχείριση της καινοτομίας. Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει απλώς να ενθαρρύνεις τα άτομα να σκέφτονται έξω από τα καθιερωμένα «κουτάκια». Σημαίνει να ενθαρρύνεις την ανακάλυψη εντός της επιχείρησης. Οι Delbecq και Mills<sup>25</sup> περιέγραψαν τα

---

<sup>24</sup> Σεφερτζή και συν., 1998

<sup>25</sup> White A., Bruton D., (2010), «Η στρατηγική Διαχείριση της Τεχνολογίας και της Καινοτομίας», Επιμ. Καλογήρου Γ., Πρωτόγερου Α., Κωνσταντέλου Α., Εκδ.Κριτική, Αθήνα

χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων που διαχειρίζονται σωστά τη διαδικασία της καινοτομίας. Αυτές οι επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από: <sup>26</sup>

- Ειδικά κονδύλια για καινοτομική δραστηριότητα.
- Τακτικές επιθεωρήσεις των άτυπων προτάσεων από ομάδα που δεν ανήκει στην επίσημη γραμμή διοίκησης.
- Σαφή προσανατολισμό σε μελέτες που πρέπει να εκπονηθούν και στην παρακολούθηση αυτών σε δεύτερη φάση.
- Εκτεταμένες δραστηριότητες συλλογής πληροφοριών που εκτείνονται πέραν των ορίων της επιχείρησης με στόχο να αποκομίσουν γνώσεις από τρίτους και να κατανοήσουν τι κάνουν οι άλλοι.
- Ρεαλιστικές προσδοκίες.
- Ατμόσφαιρα που υποστηρίζει τη «διόρθωση σφαλμάτων» και τις εναλλακτικές προτάσεις, καθώς επίσης και κατάλληλους πόρους για συντήρηση και υποστήριξη.

Η διαχείριση της καινοτομίας προϋποθέτει ότι η επιχείρηση ενθαρρύνει τη δημιουργικότητα και την ανάληψη ρίσκου από τους εργαζομένους. Η επιχείρηση θα πρέπει να χρησιμοποιεί διαδικασίες που επιτρέπουν την αποτυχία και του πειραματισμό. Υπάρχουν τέσσερα βασικά ατομικά χαρακτηριστικά που εντείνουν την πρωτοβουλία που οδηγεί στην καινοτομία. <sup>27</sup>Εάν ένας οργανισμός διαχειρίζεται το περιβάλλον εργασίας με τέτοιου τρόπο ώστε να ενθαρρύνονται αυτές οι συμπεριφορές, τότε είναι πιο πιθανά να εμφανιστούν καινοτομίες. Οι τέσσερις αυτές συμπεριφορές είναι:

- Να θέτεις ερωτήσεις ώστε να εντοπίζεις προβλήματα και ευκαιρίες.
- Να μαθαίνεις νέες δεξιότητες.
- Να αναλαμβάνεις ρίσκο και δράση την κατάλληλη στιγμή (εγκαίρως).

---

<sup>26</sup> Dosi, G., (1990). "Finance, innovation and industrial change," *Journal of Economic Behavior & Organization*, Elsevier, vol. 13(3), pages 299-319, June

<sup>27</sup> Rothwell, R., (1992) *Successful Industrial Innovation: Critical Factors for the 1990s*, R&D Management, 22(3) 221-239

- Να ευθυγραμμίζεις τις ισχυρές προσωπικές αξίες και πεποιθήσεις με τις αξίες και τους στόχους του οργανισμού.

Η διαχείριση της τεχνολογίας περιλαμβάνει πολύ μεγαλύτερης εμβέλειας συντήρηση και καλλιέργεια της υπάρχουσας τεχνολογίας απ' ότι η καινοτομία. Η καινοτομία συνεπάγεται ανακάλυψη και ανάπτυξη νέων προϊόντων ή και διαδικασιών. Συχνότατα, όταν αναλογιζόμαστε την καινοτομία, μας έρχονται στο νου ριζικά νέες και ευφυείς διαδικασίες ή και προϊόντα. Για παράδειγμα, η καινοτομία των λιτών συστημάτων παραγωγής που εισήγαγε πρώτη η Toyota έχει αναδιαμορφώσει τον τρόπο δουλειάς των μεταποιητικών εταιρειών, με τεχνικές όπως η τεχνική της διαχείρισης αποθεμάτων άμεσου χρόνου να γίνονται πλέον κανόνας παγκοσμίως. Ωστόσο, οι καινοτομίες δεν είναι ανάγκη να είναι τόσο ριζικές αρκεί να χρησιμοποιήσει κανείς ένα παλιό προϊόν με κάποιου καινούριου τρόπο. Ο διαχωρισμός μάς βοηθά να αναλύσουμε καλύτερα τις δράσεις της εταιρείας αλλά, στην πραγματικότητα, οι δύο αυτές διαδικασίες είναι συνδεδεμένες σε πολλά επίπεδα.<sup>28</sup>

### 2.6. Η σημασία της καινοτομίας

Στοιχεία που δείχνουν τη σημασία της καινοτομίας μάς παρέχουν οι Geroski και Machin (1992). Εξέτασαν μεγάλες βρετανικές επιχειρήσεις με σκοπό να διαπιστώσουν αν οι καινοτόμοι είχαν καλύτερες επιδόσεις από τους μη καινοτόμους. Η απάντηση ήταν ξεκάθαρη. Ανακάλυψαν έναν ενάρετο κύκλο: η καινοτομία τόνωνε τις πωλήσεις και την κερδοφορία, οι οποίες, με τη σειρά τους, παρήγαγαν κεφάλαιο για περισσότερες καινοτομίες, οδηγώντας σε περαιτέρω αύξηση των πωλήσεων και της αποδοτικότητας. Φυσικά, αυτή η διαδικασία παρουσιάζει και ετεροχρονισμούς, καθώς είναι δύσκολο οι νέες καινοτομίες να «αρχίσουν να λειτουργούν» αμέσως, και ο ανταγωνισμός μάλλον αμβλύνει τα κέρδη της καινοτομίας. Ωστόσο, η έρευνα επιβεβαίωσε την ύπαρξη

---

<sup>28</sup> Dosi, 1990

μιας γενικότερης σχέσης μεταξύ καινοτομίας και επιδόσεων στις μεγάλες επιχειρήσεις.

Και άλλες μελέτες διερεύνησαν τη σχέση μεταξύ ανάπτυξης και καινοτομίας. Κάποιες από αυτές βρήκαν θετική συσχέτιση. Ο Roper (1999) έδειξε ότι οι καινοτόμοι στη Γερμανία, στη Μεγάλη Βρετανία και στην Ιρλανδία έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να αναπτυχθούν από τους μη καινοτόμους. Ο Calvo (2006) ανακάλυψε το ίδιο για την Ισπανία. Τα συμπεράσματα του Freel (2000) είναι πιο αντιφατικά. Χρησιμοποιώντας ένα δείγμα από καινοτόμους και μη καινοτόμους, δεν βρίσκει σημαντική διαφορά στα ποσοστά ανάπτυξης των δύο, βάσει πωλήσεων ή κερδών. Ωστόσο, βρίσκει ότι οι πωλήσεις των καινοτόμων έχουν σαφώς ταχύτερη αύξηση και ότι η κατανομή αυτής της αύξησης είναι σε μεγάλο βαθμό ασύμμετρη. Το βασικό του εύρημα είναι ότι οι καινοτόμες επιχειρήσεις έχουν δυσανάλογα μεγάλη παρουσία μεταξύ των επιχειρήσεων με ταχεία αύξηση πωλήσεων.

Αυτό σημαίνει ότι η ικανότητα για καινοτομία είναι ζωτικής σημασίας για τη γρήγορη ανάπτυξη. Μια χρήσιμη συμβουλή για έναν ιδιοκτήτη επιχείρησης, λοιπόν, θα ήταν να καινοτομήσει.

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του James MurrayWells, ενός μικρού επιχειρηματία που δεν δίστασε να καινοτομήσει και δεν υπέκυψε στην ανώτερη αγοραστική δύναμη των μεγάλων παικτών. Ο James MurrayWells, είκοσι ενός ετών, πίστευε ότι με το δικό του σύστημα ταχυδρομικών παραδόσεων και παραγγελιών μέσω διαδικτύου θα άλλαζε ριζικά τον τρόπο με τον οποίο οι Άγγλοι αγοράζουν τα γυαλιά τους, μη διστάζοντας να τα βάλει με κάποια από τα μεγαλύτερα ονόματα του λιανικού εμπορίου. Χρησιμοποιώντας ως έδρα της εταιρείας του έναν παλιό στάβλο στο αγρόκτημα των γονιών του, στο νότιο Gloucestershire, ο απόφοιτος της αγγλικής φιλολογίας άρχισε να πουλάει γυαλιά σε τιμές πολύ κάτω από τις συμβατικές, και η εκκολαπτόμενη εταιρεία του, η Glasses Direct, άρχισε να ανταγωνίζεται επάξια μεγάλα ονόματα του χώρου, όπως Specsavers, Vision Express και Dollond & Aitchison.

Όπως είχε δηλώσει ο ίδιος το 2004 στην εφημερίδα Daily Telegraph, ο κόσμος έβρισκε απίστευτες τις τιμές της Glasses Direct διότι τα καταστήματα οπτικών διατηρούσαν τιμές 10 - 20 φορές πάνω από την τιμή κόστους των γυαλιών, και όσοι επισκέπτονταν πρώτη φορά την ιστοσελίδα του εντυπωσιάζονταν από τις τιμές. Όλα τα κλασικά γυαλιά κόστιζαν 15 λίρες, τιμή που περιελάμβανε το σκελετό, φακούς κατά παραγγελία, θήκη, παράδοση και εγγύηση. Τα γυαλιά χωρίς σκελετό κόστιζαν 25 λίρες και η τιμή για καμπτόμενο σκελετό τιτανίου, και πάλι συμπεριλαμβανομένων φακών και παράδοσης, ήταν 35 λίρες αντί για 150 λίρες που τα πουλούσαν πολλά καταστήματα οπτικών. Ο James MurrayWells υποστήριζε ότι προσφέρει στον κόσμο επιλογή, ενώ ο ίδιος, χρεώνοντας ένα μέσο ζευγάρι γυαλιών, που κατασκευάζεται για 7 λίρες, μόνο τα διπλάσια, έβγαζε κέρδος, παρά τη διαφήμιση και τα έμμεσα κόστη.<sup>29</sup>

Ωστόσο, στην επισκόπησή τους οι Hoffman κ.ά,<sup>30</sup> συμπεραίνουν ότι: «...τα μεικτά αποτελέσματα των μέχρι τώρα ερευνών δείχνουν ότι η καινοτομία, αν και διαδεδομένη (στις μικρές επιχειρήσεις), δεν μεταφράζεται αυτομάτως σε βελτιωμένες επιχειρηματικές επιδόσεις και, άρα, σε μεγαλύτερη κερδοφορία».

Αυτό το συμπέρασμα απηχούν και οι πίνακές μας σχετικά με τα νέα προϊόντα: δεν φαίνεται να υπάρχει άμεση σχέση μεταξύ επιχειρηματικής επίδοσης και νέων προϊόντων. Υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους αυτή η σύνδεση καινοτομίας και ανάπτυξης των μικρών επιχειρήσεων δείχνει να είναι λιγότερο ισχυρή απ' ό,τι, στην περίπτωση των μεγάλων επιχειρήσεων.

Ο πρώτος λόγος έχει να κάνει με τη μεγαλύτερη εξωτερική αβεβαιότητα που αντιμετωπίζουν οι μικρές επιχειρήσεις. Μπορεί να υπάρχει αβεβαιότητα για το αν μια διαδικασία ή ένα προϊόν θα «δουλέψει». Δεύτερον, ακόμα και αν το προϊόν ή η διαδικασία περάσει επιτυχώς τη φάση E&A, παραμένει ο κίνδυνος ότι δεν θα είναι εφικτή η εμπορευματοποίηση του προϊόντος ή της διαδικασίας.

---

<sup>29</sup> Κέφης Β., (2005), «Διοίκηση ολικής ποιότητας, Θεωρία και πρότυπα», Εκδ. Κριτική, Αθήνα

<sup>30</sup> Hoffman, K., Parejo, M., Bessant, J. & Perren, L. (1998). Small firms, R&D, technology and innovation in the UK: A literature review. *Technovation*, 18(1), 39-55

Τρίτον, ακόμα και αν εμπορευματοποιηθεί το προϊόν ή η διαδικασία, τα έσοδα από την επένδυση μπορεί να μην είναι αρκετά για να δικαιολογήσουν τη συνέχιση της παραγωγής. Τέταρτον, η κατοχύρωση μιας καινοτομίας συχνά έχει σημαντικό κόστος τόσο σε χρόνο όσο και σε χρήμα: αυτό μπορεί να ασκήσει μεγάλη πίεση στην ταμεία και τη ροή μιας νέας επιχείρησης. Σε κάθε περίπτωση, ο «κακός κίνδυνος» που προκύπτει από την παρακώλυση ή την αποτυχία της καινοτομίας (αυτός δηλαδή που αποφέρει χειρότερα αποτελέσματα από τα αναμενόμενα) είναι γενικά μεγαλύτερος για τη μικρή επιχείρηση, η οποία δεν διαθέτει το απόθεμα ιδεών (και τις ποικίλες πηγές εσόδων) μιας μεγάλης επιχείρησης.

Η σχέση μεταξύ καινοτομίας και επιχειρηματικής επίδοσης είναι πιθανό ότι θα πάσχει από «ετεροχρονισμούς». Τυπικά, μπορεί να χρειαστούν πολλά χρόνια για να πάρει πίσω η επιχείρηση τα ποσά που επένδυσε στην καινοτομία, και η διακύμανση της χρονικής υστέρησης τείνει να είναι μεγαλύτερη στις μικρές επιχειρήσεις. Πράγματι, οι Cosh και Hughes (2007) πιστεύουν ότι ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά των καινοτόμων βρετανικών επιχειρήσεων είναι ότι η καινοτομία επιδρά θετικά στην απασχόληση, όχι όμως και στην αποδοτικότητα της επιχείρησης.<sup>31</sup>

Μια δεύτερη δυσκολία στην προσπάθεια συσχέτισης της επίδοσης με την καινοτομία είναι ότι η τελευταία δεν είναι απαραίτητα σταθερό χαρακτηριστικό της δραστηριότητας των (μικρών) επιχειρήσεων. Για παράδειγμα η Cefis (2003) και οι Geroski κ.ά. (1997) βρήκαν ότι οι επιχειρήσεις που ήταν «καινοτόμες» σε μια περίοδο έπαυαν να είναι καινοτόμες λίγο αργότερα αν και οι Roper και Hewitt Dundas (2008) βρήκαν ότι οι επιχειρήσεις της Ιρλανδίας ήταν σε γενικές γραμμές σταθερά «καινοτόμες» για ένα διάστημα τριών ετών. Το αποτέλεσμα αυτής της σποραδικής καινοτομικής δραστηριότητας που είναι αρκετά κατανοητή από τη σκοπιά της μεμονωμένης επιχείρησης είναι ότι δυσχεραίνει πολύ τον εντοπισμό μιας πιθανής σχέσης μεταξύ καινοτομίας και επίδοσης. Η

---

<sup>31</sup> Κέφης, 2005

«σποραδικότητα» της καινοτομίας φαίνεται ακόμα από το γεγονός ότι υπάρχουν τεράστιες διαφορές μεταξύ τομέων και υποτομέων.<sup>32</sup>

Ο Freel (2000) επισημαίνει μια τρίτη δυσκολία στην προσπάθεια συσχέτισης της καινοτομίας με την ανάπτυξη των μικρών επιχειρήσεων. Ισχυρίζεται ότι τα έσοδα από την καινοτομία εξαρτώνται, τουλάχιστον εν μέρει, από το μέγεθος της επιχείρησης. Αν και οι μικροί καινοτόμοι στο σύνολό τους αναπτύσσονται πιο γρήγορα από τους μη καινοτόμους, αυτό δεν σημαίνει ότι η καινοτομία είναι απαραίτητη ή επαρκής προϋπόθεση για ανάπτυξη ή ανώτερες επιδόσεις.

Τα στοιχεία των Coad και Rao (2008) στηρίζουν αυτή την υπόθεση. Γενικά, δεν βρήκαν να σχετίζεται η καινοτομία με την ανάπτυξη των μικρών επιχειρήσεων. Μοναδική εξαίρεση ήταν η σχέση της καινοτομίας με τις επιχειρήσεις εξαιρετικά ταχείας ανάπτυξης. Αυτό φαίνεται πιθανό, αφού για την επίτευξη εξαιρετικά ταχείας ανάπτυξης ακόμα και για μικρό χρονικό διάστημα μια επιχείρηση έχει ανάγκη από καινοτομίες ώστε να διαφοροποιηθεί από τον ανταγωνισμό. Ωστόσο, η έρευνα των O'Reagan κ.ά. (2006), που εξετάζει τις επιχειρήσεις μεταποίησης ταχείας ανάπτυξης στους τομείς ηλεκτρολογικών και ηλεκτρονικών ειδών, δεν δέχεται ούτε αυτή την εξαίρεση. Η έρευνά τους δεν ανακάλυψε καμιά σχέση μεταξύ ταχείας ανάπτυξης και καινοτομίας.<sup>33</sup>

Υπάρχουν και προβλήματα μέτρησης τα οποία δυσκολεύουν τον προσδιορισμό της σχέσης μεταξύ επίδοσης και καινοτομίας. Δύο είναι οι βασικές αιτίες. Πρώτον, αν λάβουμε ως μέγεθος μέτρησης της ανάπτυξης την απασχόληση, τότε, πιθανότατα, η «παραγωγική» καινοτομία ουσιαστικά επιφέρει μείωση της απασχόλησης, σε περίπτωση που η καινοτομία αντικαθιστά το εργατικό δυναμικό. Αυτό συνέβη σε κάποιο βαθμό όταν, τις δεκαετίες του 1980 και του 1990, τα ρομπότ άρχισαν να αντικαθιστούν τους ανθρώπους στις αυτοκινητοβιομηχανίες. Δεύτερον, πολλά μεγέθη μέτρησης της καινοτομίας είναι ασαφή και ίσως αποκρύπτουν τους πραγματικούς λόγους για τους οποίους καινοτομεί μια επιχείρηση. Για παράδειγμα, οι Tether και Storey (1998)

---

<sup>32</sup> Κέφης, 2005

<sup>33</sup> Κέφης, 2005



ισχυρίζονται ότι πολλές «καινοτόμες» νέες μικρές επιχειρήσεις γεννήθηκαν επειδή οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις θεωρούν ότι η E&A επισύρει μεγάλο κόστος ή ρίσκο. Αντί να πραγματοποιούν E&A εντός των δομών της επιχείρησης, οι μεγάλες επιχειρήσεις επιλέγουν να αναθέτουν την E&A σε μικρότερες επιχειρήσεις.<sup>34</sup>

Συνοψίζοντας, η σχέση των επιχειρήσεων εξαιρετικά ταχείας ανάπτυξης με την καινοτομία φαίνεται να υποστηρίζεται από αρκετά στοιχεία. Ωστόσο, οι έρευνες σε μεγάλο εύρος μικρών επιχειρήσεων παράγουν πολύ πιο αμφιλεγόμενα στοιχεία για το αν η καινοτομία είναι καθοριστικός παράγοντας που επηρεάζει την επίδοση των μικρών επιχειρήσεων. Εν μέρει, αυτό οφείλεται στις δυσκολίες μέτρησης της καινοτομίας, όμως αντανακλά και το γεγονός ότι οι μικρές επιχειρήσεις είναι ασυνεπείς καινοτόμοι και αντιμετωπίζουν σημαντική εξωτερική αβεβαιότητα. Κατά συνέπεια, είναι δύσκολο να εντοπιστεί μια γενική σχέση μεταξύ καινοτομίας και επίδοσης των μικρών επιχειρήσεων.

---

<sup>34</sup> Κέφης, 2005

## Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>: Καινοτομία και επιχειρήσεις

### 3.1. Εισαγωγή

Ο ιδιαίτερα σημαντικός ρόλος που έχει η καινοτομία αναφορικά με το πεδίο της κερδοφορίας των επιχειρήσεων αλλά και γενικότερα όσον αφορά στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, συνδυασμένος με την απογοητευτικά χαμηλή απόδοση της Ελληνικής Οικονομίας στο συγκεκριμένο τομέα, καθιστούν επιτακτική τη διαδικασία του σχεδιασμού μιας αποτελεσματικής πολιτικής καινοτομίας, σε εθνικό επίπεδο. Είναι προφανές το γεγονός ότι, μια τέτοια πολιτική μπορεί να έχει ως βάση της νέους επιστήμονες και επιχειρηματίες οι οποίοι θα διαθέτουν ένα επαρκώς υψηλό επίπεδο γνώσεων σε θέματα καινοτομίας και επιχειρηματικότητας.

### 3.2. Επιχειρηματικότητα και καινοτομία

Η επιχειρηματικότητα είναι μια σημαντική κινητήρια δύναμη της καινοτομίας, της ανταγωνιστικότητας και της ανάπτυξης, ενώ είναι ένας τέταρτος συντελεστής της παραγωγής.

Γενικότερα, μπορεί να εντοπισθεί μια θετική σχέση μεταξύ της επιχειρηματικότητας και των επιδόσεων που σχετίζονται με τη μεγέθυνση, την επιβίωση των επιχειρήσεων, την καινοτομία, τη δημιουργία θέσεων εργασίας, τις τεχνολογικές μεταβολές, την αύξηση της παραγωγικότητας και τις εξαγωγές. Ωστόσο, την ίδια στιγμή, η επιχειρηματικότητα είναι και ένα μέσο προσωπικής ανάπτυξης, δηλαδή, της ενίσχυσης της αποτελεσματικότητάς του, της βελτίωσης των ικανοτήτων και δεξιοτήτων του, κλπ., καθώς και της επιβεβαίωσης του

επιχειρηματία για το αισθητήριο και τις επιλογές του, στοιχεία τα οποία δεν είναι δυνατό να μεταβιβαστούν από τη μια γενιά στην άλλη.<sup>35</sup>

Για τον Μαραβέγια, (2012), η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια μορφή ηγετικών ικανοτήτων και ένα λιγότερο κοινωνικά αναγνωρισμένο ταλέντο για την αναγνώριση και αξιοποίηση των επιχειρηματικών ευκαιριών, για το οποίο η κοινωνία δεν τρέφει την ίδια εκτίμηση όπως για τη στρατηγική ικανότητα των Στρατηγών, ή την πολιτική αρετή των μεγάλων Πολιτικών.

Η νεοτερικότητα χαρακτηρίζει την επιχειρηματικότητα η οποία στηρίζεται στην καινοτομία και την έμφαση στην ανάληψη πρωτοβουλιών. Η τελευταία προσδιορίζεται από την τάση της επιχείρησης να εκμεταλλεύεται τις εξελίξεις, τις τεχνολογίες και τις διαδικασίες της εισαγωγής νέων προϊόντων και υπηρεσιών στην αγορά. Προϋποθέτει δηλαδή ότι, δημιουργεί τις αλλαγές και δεν τις ακολουθεί (Μαραβέγιας, 2012).

Το μεταβλητό -είτε το θέλει, είτε όχι- είναι το περιβάλλον της επιχείρησης. Σε αυτό προσαρμόζεται διαρκώς, με την αβεβαιότητα να αποτελεί τη σταθερά του συστήματος της. Οφείλει να διαμορφώνει το παρόν προοβλέποντας στο μέλλον, βασισμένη σε μια ευέλικτη στρατηγική, απαλλαγμένη από ακαμψίες, ή «βεβαιότητες» του επιτυχημένου -ίσως- παρελθόντος της.

Η επιχειρηματικότητα φαίνεται ότι είναι μια πρακτική που μπορεί να βγάλει στην επιφάνεια κρυμμένα χαρακτηριστικά ή ιδιότητες, όπως π.χ. η ανάδειξη ενός προϊόντος, ή μιας υπηρεσίας, με βάση κάποια δευτερογενή τους ιδιότητα και να αναδείξει αξίες προϊόντων, ή διαδικασιών που έχουν παραπέσει, π.χ. προσδίδει αξία σε «φαινομενικά» απαξιωμένα πράγματα, παλιά υλικά, μηχανήματα και δημιουργίες γενικά, ή διαδικασίες, όπως η παραδοσιακή/ βιολογική καλλιέργεια αγροτικών προϊόντων.<sup>36</sup> Μπορεί όμως επίσης, να επινοήσει και να δημιουργήσει νέες αξίες, όπως π.χ. νέες τεχνικές, ή τεχνολογίες, νέα υλικά, προϊόντα ή

---

<sup>35</sup> Καραγιάννης, Ηλίας Γ. Καινοτομία και επιχειρηματικότητα : Θεωρία - πράξη / Η. Γ. Καραγιάννης, Ιωάννης Λ. Μπακούρος. - 1η έκδ. - Θεσσαλονίκη : σοφία Α.Ε., 2010.

<sup>36</sup> Καραγιάννης, 2010

υπηρεσίες, μόδα, σύμβολα, κλπ., ή και να ανακαλύψει νέους τρόπους δραστηριότητας, όπως π.χ. νέους τομείς, νέες αγορές, ή διαδικασίες προσέγγισής τους, καθώς και νέες μορφές διοίκησης. Τούτο αποτελεί μια πρακτική που απαιτεί συνεχή εξάσκηση.

Η επιχειρηματικότητα δηλαδή, αποτελεί την πρακτική έκφραση της καινοτομίας και ένα από τα σημαντικότερα περιουσιακά στοιχεία κάθε κοινωνίας. Η δε καινοτομία είναι η λειτουργία ενός κοινωνιολογικού τύπου ανθρώπου, γνωστού ως επιχειρηματία.

Το μέγεθος της σημασίας που σήμερα δίνεται στην επιχειρηματικότητα, καταδεικνύεται από τη θέση και πολιτική των κρατών για την ολοένα και μεγαλύτερη προσπάθεια αύξησής της.

### 3.3. Ευρωπαϊκή – διεθνής πραγματικότητα

Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι η χώρα μας και οι ορισμένες από τις ελληνικές περιφέρειες ανάμεσά τους και η Περιφέρεια Θεσσαλίας, κατέχουν από τις χαμηλότερες θέσεις στην Ευρώπη αλλά και παγκόσμιος στην κατάταξη. Ένα ακόμη χαρακτηριστικό συμπέρασμα το οποίο προκύπτει από την έκθεση είναι πως το κενό καινοτομίας (innovation gap) μεταξύ Ε.Ε. και Η Π. Α - Ιαπωνίας έχει μειωθεί τα τελευταία χρόνια γεγονός που καταδεικνύει τη βαρύτητα που δίνει η Ευρώπη σε θέματα έρευνας και ανάπτυξης με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικής της θέσης στο διεθνές περιβάλλον.<sup>37</sup>

Αναφορικά με τους στόχους της Λισσαβόνας, όπου η δημιουργία νέων επιχειρήσεων και η έρευνα και καινοτομία κατέχουν κυρίαρχη θέση, η Ευρώπη φαίνεται να υστερεί σε σχέση με τις Η.Π.Α. και τις χώρες της Ανατολικής Ασίας. Από επιμέρους έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί διεθνώς, προκύπτει ότι, όσο

---

<sup>37</sup> Μαραβέγιας, 2012

μεγαλύτερη είναι μία επιχείρηση, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα να κεφαλαιοποιήσει έσοδα που προέρχονται από την καινοτομία.

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών οι ΜΜΕ χρηματοδοτήθηκαν για την συμμετοχή τους στην Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη στα πλαίσια της Ε.Ε. μέσα από το 6<sup>ο</sup> Πρόγραμμα Πλαίσιο με τη δυνατότητα που τους δόθηκε να συμμετάσχουν στην ειδική δράση του προγράμματος με θεματική περιοχή «Ολοκλήρωση και ενίσχυση της Ευρωπαϊκής Περιοχής Έρευνας» (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2006). Για την περίοδο 2007-2013, οι ΜΜΕ αποτέλεσαν τους κύριους δικαιούχους προγραμμάτων που αφορούν έρευνα και καινοτομία, στο πλαίσιο του Προγράμματος Πλαισίου (A Framework Program) για την Ανταγωνιστικότητα και την Καινοτομία, καθώς αναγνωρίζεται ότι «οι ΜΜΕ αποτελούν σημαντική πηγή επιχειρηματικών δεξιοτήτων και καινοτομίας και συμβάλουν στην οικονομική και κοινωνική συνοχή».

### 3.4. Αναπτυξη επιχειρησιακής καινοτομίας εν μέσω κρίσης

Η καινοτομία είναι μέρος της διαχείρισης της τεχνολογίας αλλά, λόγω των εσωτερικών στοιχείων που περιέχει, είναι μοναδική στον τρόπο διαχείρισης και ανάπτυξής της. Η διαχείριση της καινοτομίας απαιτεί τεχνολογία· αλλά η διαχείριση της τεχνολογίας δεν απαιτεί αναγκαστικά καινοτομία. Εάν τα προϊόντα, η δομή και οι διαδικασίες του οργανισμού είναι αρκετά σταθερά και το περιβάλλον ώριμο, η καινοτομία μπορεί να μην είναι απαραίτητη.<sup>38</sup>

Ωστόσο, τα διευθυντικά στελέχη. Θα πρέπει να είναι σε εγρήγορση ώστε να αδράξουν την ευκαιρία να καινοτομήσουν. Ως εκ τούτου, η καινοτομία αντιμετωπίζεται ως μια ξεχωριστή περιοχή.<sup>39</sup> Παρότι οι καινοτομικές διαδικασίες αποτελούν μέρος της διαχείρισης τεχνολογίας, οι εταιρείες που υιοθετούν μια στρατηγική προσέγγιση που επικεντρώνεται στην καινοτομία και

<sup>38</sup> Καραγιάννης, 2010

<sup>39</sup> Κέφης, 2005

στις καινοτομικές διαδικασίες έχουν να αντιμετωπίσουν κάποια ιδιαίτερα ζητήματα.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει αναπτύξει και υλοποιεί μια σειρά μέτρων πολιτικής ειδικά για την υποβοήθηση των καινοτόμων επιχειρήσεων στην Ευρώπη. Οι πολίτες της ΕΕ έχουν στόχο τη δημιουργία συνθηκών για την ίδρυση, ανάπτυξη και επιβίωση των μικρών επιχειρήσεων. Εάν πρόκειται να επιτύχει τους στόχους της η Ε.Ε. για την επιτάχυνση της οικονομικής ανάπτυξής και τη δημιουργία περισσότερων και καλύτερων θέσεων εργασίας, οι επιχειρήσεις είναι αυτές που θα παίξουν τον κυριότερο ρόλο.

Στο επίπεδο της Ε.Ε. οι επιχειρήσεις και η επιχειρηματικότητα έχουν προσδιοριστεί ως κεντρικά συστατικά της στρατηγία της Ε.Ε. για να μετασχηματίσουν την οικονομία της και να χτίσουν τη μελλοντική οικονομική και ανταγωνιστική της δύναμη (Innovation Union Scoreboard, 2011).

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ευθύνονται για μεγάλο μέρος των καινοτομιών που οδηγούν σε νέα, υψηλότερα αξίας προϊόντα και υπηρεσίες (ακόμη και εάν τελικά οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις είναι αυτές που αναλαμβάνουν την παραγωγή και το μαζικό μάρκετινγκ αυτών των καινοτομιών). Η νέα στρατηγική της ΕΕ για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχει στόχο την εφαρμογή της αρχής «Σκεφτόμαστε πρώτα τους μικρούς» ώστε (Innovation Union Scoreboard, 2011):

- να δημιουργηθεί ένα πιο ευνοϊκό επιχειρηματικό περιβάλλον για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις,
- να μειωθούν τα διοικητικά τους έξοδα,
- να απλοποιηθούν και να επιταχυνθούν οι απαιτούμενα διαδικασία,
- να βελτιωθεί η πρόσβασή τους στην αγορά, και
- να γίνουν πιο ανταγωνιστικές.

### 3.5. Η Ελληνική περίπτωση

Η επιτάχυνση της μετάβασης στην οικονομία της γνώσης, στόχος που συνάδει με την στρατηγική της Λισσαβόνας αλλά και τις επιταγές της νέας πολιτικής της συνοχής, αποτελεί κεντρική αναπτυξιακή επιλογή της Ελλάδας στο σημερινό, ολοένα και πιο απαιτητικό Ευρωπαϊκό και διεθνές περιβάλλον. Ο ρόλος της καινοτομίας, έρευνας, και τεχνολογίας στο εγχείρημα αυτό είναι καθοριστικός.

Η Ελλάδα προωθεί ένα σύνολο δράσεων στην κατεύθυνση τεχνολογίας και ανάπτυξης, τόσο σε επίπεδο εκπαίδευσης (έμφαση στην επιστήμη ηλεκτρονικής, εφαρμοσμένης τεχνολογίας υπολογιστών, και γενικότερα θετικών επιστημών) καθώς επίσης και στο βιομηχανικό τομέα (στήριξη για την δημιουργία καινοτόμων ΜΜΕ, κ.λπ.).

Ειδικότερα, σε περιφερειακό επίπεδο, το Υπουργείο Ανάπτυξης και η Γενική Γραμματεία για την Έρευνα και την Τεχνολογία (ΓΓΕΤ) προωθούν και στηρίζουν τη δημιουργία τεχνολογικών κέντρων καινοτομίας, γύρο) από τα οποία ενδείκνυται να στραφούν οι προσπάθειες για να δημιουργηθούν οι κατάλληλες οικονομίες κλίμακας και τα ειδικά χαρακτηριστικά που θα κάνουν τους σχετικούς τομείς έντασης γνώσης ελκυστικούς για ξένους και εγχώριους επενδυτές. Αυτοί οι τομείς θα πρέπει να είναι «αναγνωρίσιμοι» σε παγκόσμιο επίπεδο, επιδεικνύοντας το διαθέσιμο ανθρώπινο δυναμικό, την υποδομή τους, και τους στόχους τους, οι οποίοι θα προσδώσουν στην Ελλάδα το «ανταγωνιστικό πλεονέκτημα» έναντι των άλλων χωρών. Τα κέντρα αυτά έχουν να κάνουν με τη δημιουργία Ευρωπαϊκών Πόλων Καινοτομίας, Μεσογειακών Πόλων Καινοτομίας και Περιφερειακών Αξόνων Καινοτομίας.<sup>40</sup>

Πιο αναλυτικά στοιχεία αναφορικά με την ελληνική πραγματικότητα αναφέρεται ότι η Ελλάδα ανήκει στις χώρες με το χαμηλότερο Συνολικό Δείκτη Καινοτομίας (Summary Innovation Index). Συγκεκριμένα, η χώρα μας τοποθετείται σχετικά

<sup>40</sup> Μαραβέγιας, 2012

υψηλά στη μη τεχνολογική καινοτομία των M.M.E - non-technological innovation of SME. στην- χρηματοδότηση του επιχειρηματικού κινδύνου υψηλής τεχνολογίας - high technology venture capital και τις δαπάνες καινοτομίας - innovation expenditures. <sup>41</sup>Στους περισσότερους όμως δείκτες βρίσκεται χαμηλά στην κατάταξη μεταξύ των χωρών της Ε.Ε. και συγκεκριμένα στους τομείς της δια βίου εκπαίδευσης, της απασχόλησης σε υπηρεσίες υψηλής τεχνολογίας, της απασχόλησης στη μεταποίηση υψηλής τεχνολογίας, της δημόσιας E&A, της εφαρμογής πατεντών, των δημοσίων δαπανών για E&A, των δαπανών για Πληροφοριακά Συστήματα Επικοινωνίας και προϊόντων υψηλής τεχνολογίας κ.λ.π.

Αναφορικά με τον τομέα των επενδύσεων, βάσει των δεδομένων που προκύπτουν από έρευνα του IOBE, (2015), φαίνεται πως παρουσιάζουν διεύρυνση, ενώ γίνεται εμφανής η αύξηση της κατανάλωσης των νοικοκυριών, έστω σε μικρό ποσοστό, καθώς και ο περιορισμός της πτώσης των δημόσιων καταναλωτικών δαπανών. Εν συνεχεία, η νέα τόνωση της ιδιωτικής καταναλωτικής ζήτησης μπορεί να γίνει αντιληπτή μέσα από την απεικόνιση του ποσοστού των εισαγωγών οι οποίες εμφάνισαν υψηλή άνοδο των εισαγωγών, η οποία πάντως ήταν σαφώς ηπιότερη από ότι στα τέλη του 2014 και συνδυασμένη με τη μικρή αύξηση του ποσοστού των εξαγωγών, δεν επιδείνωσε παραπάνω το ισοζύγιο του εξωτερικού τομέα σε εθνικολογιστικούς όρους.<sup>42</sup>

Αποτελεσματικά, προκύπτει το γεγονός πως το σύνολο των επιπτώσεων της πολιτικής αστάθειας που εμφανίστηκε στην Ελληνική οικονομία, οδήγησαν στη νέα εξασθένηση της ανάκαμψης της κατά τη διάρκεια του συγκεκριμένου διαστήματος που διερευνάται. Ταυτόχρονα, συνεχίστηκε για δεύτερο τρίμηνο η άνοδος της ανεργίας. Ανάμεσα στις επιδράσεις της πολιτικής αβεβαιότητας,

---

<sup>41</sup> Καραγιάννης, 2010

<sup>42</sup> Καραγιάννης, 2010



αναφορικά με την έκβαση των διαπραγματεύσεων με τους δανειστές, είναι ιδιαίτερα σημαντικά τα εξής:<sup>43</sup>

- Η διεθνής ελκυστικότητα των ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών, π.χ. των τουριστικών,
- Η μείωση της εμπιστοσύνης των ενδεχομένων επενδυτών στις προοπτικές της ελληνικής οικονομίας, λόγω της μη εφαρμογής των συμφωνημένων με τους εταίρους μεταρρυθμίσεων και των διαρθρωτικών αλλαγών, αλλά και εξαιτίας των προεκλογικών - μετεκλογικών εξαγγελιών για παραμέτρους της οικονομίας που επηρεάζουν σημαντικά την αποδοτικότητα των επενδύσεων,
- Η πραγματοποίηση καταναλωτικών δαπανών υπό την επίδραση του νομισματικού κίνδυνου. Οι συγκεκριμένες επιδράσεις επισημαίνονται και επειδή συνεχίστηκαν με ορισμένες εξ' αυτών να κλιμακώνονται.
- Τα πολύ υψηλά επίπεδα του περιορισμού της ρευστότητας, λόγω της μη καταβολής ορισμένης δόσης από τα δάνεια των ΕΕ-ΔΝΤ, της απόσυρσης των καταθέσεων των επιχειρήσεων αλλά και των νοικοκυριών από τα τραπεζικά ιδρύματα και της διακοπής αποδοχής από την ΕΚΤ των κρατικών ομολόγων ως εγγυήσεων.

Η Ακαθάριστη Εγχώρια Δαπάνη για Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη (ΑΕΔΕΤΑ) ως ποσοστό του ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ), ανήλθε μόλις στο 0.62% το 2013, ενώ παρουσιάζει μικρή αλλά σταθερά κάμψη μέχρι σήμερα. Αυτό βέβαια δεν αντιστοιχεί σε πραγματική μείωση της δαπάνης (οι απόλυτες τιμές ΑΕΔΕΤΑ αυξάνονται), αλλά στο γεγονός ότι η αύξηση των δαπανών για έρευνα δεν μπόρεσε να ακολουθήσει τους ρυθμούς αύξησης του ΑΕΠ που διατηρούνται υψηλοί.

Το μεγαλύτερο μέρος της ερευνητικής δραστηριότητας της χώρας μας εκτελείται από τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα. Η συμμετοχή του παραγωγικού τομέα είναι χαμηλή και φαίνεται να σταθεροποιείται γύρω στο 30% τα τελευταία

---

<sup>43</sup> IOBE, 2015

χρόνια. Η συμβολή των δημόσιων ερευνητικών κέντρων και ινστιτούτων ανέρχεται στο 20% περίπου, ενώ σχεδόν αμελητέα είναι εκείνη των Οργανισμών Μη Κερδοσκοπικού Χαρακτήρα.

Η μικρή συμμετοχή των επιχειρήσεων στην ερευνητική προσπάθεια της χώρας αντανακλάται και στην ανάλυση της ερευνητικής δαπάνης ανά πηγή χρηματοδότησης. Συγκεκριμένα, η βιομηχανία χρηματοδότησε το 2013 μόλις το 28,23% της επένδυσης για έρευνα και ανάπτυξη, ενώ το 70,55% περίπου προήλθε από πηγές του δημοσίου (του εσωτερικού ή του εξωτερικού).

## Επίλογος – Συμπεράσματα

Από τη διερεύνηση του συνόλου των δεδομένων και την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας προκύπτουν κάποια συμπεράσματα, καίριας σημασίας, αναφορικά με το επιχειρηματικό δυναμικό και τις κινήσεις που αυτό θα πρέπει να εφαρμόσει για την επιχείρηση και ανάπτυξή του εν μέσω οικονομικής κρίσης.

Αναφορικά με τις ελληνικές επιχειρήσεις, το μέλλον τους κρίνεται αβέβαιο. Η κρίση τις οδηγεί στην αναγνώριση των δυνάμεών τους και στην ανακάλυψη των ορίων της αντοχής τους. Οι χρόνιες αδυναμίες αλλά και το σύνολο των προβλημάτων χρήζουν άμεσης προσοχής. Οι επιχειρήσεις η οποίες χαρακτηρίζονται από διορατικότητα αλλά και είναι καλά προετοιμασμένες έχουν τη δυνατότητα να διακρίνουν κάποιες πολύ σημαντικές ευκαιρίες στα πλαίσια της κρίσης.

Για να μπορέσουν οι επιχειρήσεις συνεπώς να αντέξουν στην κρίση είναι απαραίτητο να διατηρούν ένα σημαντικό ανταγωνιστικό συγκριτικό πλεονέκτημα, να εμφανίζουν ευελιξία, έγκαιρη προσαρμογή στο μεταβαλλόμενο περιβάλλον, εισαγωγή καινοτομιών και αξιοποίηση της τεχνολογίας και των άλλων σύγχρονων μέσων.

## Αναφορές - Πηγές

### Ξένη βιβλιογραφία - αρθρογραφία

- Aglietta Michel, (2009), Η οικονομική κρίση : 10+1 ουσιαστικές απαντήσεις σε 10+1 ερωτήματα του Pierre Luc Séguillon, Αθήνα : Πόλις
- Anthony, Scott D.; Johnson, Mark W.; Sinfield, Joseph V.; Altman, Elizabeth J. (2008). Innovator's Guide to Growth. "Putting Disruptive Innovation to Work". Harvard Business School Press. ISBN 978-1-59139-846-2.
- Dosi, G., (1990). "Finance, innovation and industrial change," Journal of Economic Behavior & Organization, Elsevier, vol. 13(3), pages 299-319, June
- Fine Ben και συν., (2011), Οικονομική κρίση και Ελλάδα, Αθήνα : Gutenberg
- Heyne, P., Boettke, P. J., and Prychitko, D. L. (2010). The Economic Way of Thinking. Prentice Hall, 12th ed. pp. 163, 317–318.
- Hoffman, K., Parejo, M., Bessant, J. & Perren, L. (1998). Small firms, R&D, technology and innovation in the UK: A literature review. Technovation, 18(1), 39-55
- Kline (1985). Research, Invention, Innovation and Production: Models and Reality, Report INN-1, March 1985, Mechanical Engineering Department, Stanford University.
- Rothwell, R., (1992) Successful Industrial Innovation: Critical Factors for the 1990s, R&D Management, 22(3) 221-239
- Schumpeter, J. A. (1943). Capitalism, Socialism, and Democracy (6 ed.). Routledge. pp. 81–84.
- Von Hippel, Eric (1988). The Sources of Innovation (PDF). Oxford University Press
- White A., Bruton D., (2010), «Η στρατηγική Διαχείριση της Τεχνολογίας και της Καινοτομίας», Επιμ. Καλογήρου Γ., Πρωτόγερου Α., Κωνσταντέλου Α., Εκδ.Κριτική, Αθήνα

### Ελληνική βιβλιογραφία - αρθρογραφία

- Κέφης Β., (2005), «Διοίκηση ολικής ποιότητας, Θεωρία και πρότυπα», Εκδ. Κριτική, Αθήνα
- Μαραβέγιας Ν., (2012), Επιχειρηματικότητα και καινοτομία : Από την θεωρία στην πράξη, Αθήνα : Θεμέλιο
- Σαλαβού, Ε.Ε., (2013), Καινοτομία και αλλαγή στο "επιχειρείν, Αθήνα : Rosili
- Καραγιάννης, Ηλίας Γ. Καινοτομία και επιχειρηματικότητα : Θεωρία - πράξη / Η. Γ. Καραγιάννης, Ιωάννης Λ. Μπακούρος. - 1η έκδ. - Θεσσαλονίκη : σοφία Α.Ε., 2010.
- Ρομπόλης Σάββας, (2013), Οικονομική κρίση και κοινωνικό κράτος, Θεσσαλονίκη : Επίκεντρο
- Σακελλαρόπουλος, Σπύρος, (2014), Κρίση και κοινωνική διαστρωμάτωση στην Ελλάδα του 21ου αιώνα, Αθήνα : Τόπος
- Σεφερτζή Έλενα και συν., (1998), Καινοτομία : Περιοχές - σύστημα, μεταφορά τεχνολογίας και καινοτομική ανάπτυξη στην Ελλάδα / επιμέλεια Αθήνα : Gutenberg - Γιώργος & Κώστας Δαρδανός

### Διαδίκτυο

- ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2014  
[http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/General/greek\\_economy\\_17\\_04\\_2014.pdf](http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/General/greek_economy_17_04_2014.pdf) (Ημ. Πρόσβασης: 02-04-2016)
- IOBE, (2015),  
[http://www.iobe.gr/docs/economy/ECO\\_Q4\\_15\\_REP\\_GR.pdf](http://www.iobe.gr/docs/economy/ECO_Q4_15_REP_GR.pdf)  
(Ημ. Πρόσβασης: 05-04-2016)
- INE,  
<http://www.inegsee.gr> (Ημ. Πρόσβασης: 12-04-2016)