



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

«ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΟ ΤΟΜΕΑ ΤΩΝ ΦΥΤΙΚΩΝ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ.»

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΣΠΥΡΟΥ ΕΛΕΝΗ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ ΠΑΤΣΙΚΑΣ

ΑΘΗΝΑ 2018



ΑΝΩΤΑΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ
Τ.Ε.Ι. ΠΕΙΡΑΙΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Καταρχάς θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Πατσίκα για τον καθοδηγητικό του ρόλο σε όλη τη διάρκεια της έρευνας και της υλοποίησης της εργασίας αυτής , αφού συνέβαλε τα μέγιστα για την επιτύχη έκβαση της όλης προσπάθειας.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την στήριξη και την αγάπη που μου έδωσαν , όχι μόνο για να ετοιμάσω αυτή την εργασία αλλά και για όλα τα φοιτητικά χρόνια που ήταν δίπλα μου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<u>ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ</u>				1
<u>ΠΡΟΛΟΓΟΣ</u>				4
<u>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</u>				4
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ</u>				
• 1.1	Καινοτομία	και	επιχείρηση	
4				
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ</u>				
<u>ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ</u>				5
• 2.1 Ορισμός Καινοτομίας				5
• 2.2 Μορφές Καινοτομίας				6
• 2.3 Πηγές Καινοτομίας				8
• 2.4 Βήματα Διαδικασίας Καινοτομίας				11
• 2.5 Εμπόδια Ανάπτυξης της Καινοτομικής Δραστηριότητας				14
➤ 2.5.1 Εσωτερικά Εμπόδια Ανάπτυξης της Καινοτομικής Δραστηριότητας				14
➤ 2.5.2 Εξωτερικά Εμπόδια Ανάπτυξης της Καινοτομίας			16	
➤ 2.5.3 Οικονομικοί Παράγοντες που Επιβραδύνουν την καινοτομία			18	
➤ 2.5.4 Οικονομικοί Παράγοντες που Ενισχύουν την Καινοτομική δραστηριότητα				19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

22

- 3.1 Μεθοδολογία Ανάλυσης της Μελέτης Περίπτωσης 22
- 3.2 Μελέτη Περίπτωσης ΚΟΡΡΕ Α.Ε. 24
- 3.2.1 Ο κλάδος των φυτικών καλλυντικών και εφαρμογή παραγωγής 24
- 3.2.7 Παραγωγή, εκχύλιση και Συσκευασία 39
- 3.2.8 Επενδύσεις της ΚΟΡΡΕ Α.Ε. 40
- 3.2.9 Μορφές χρηματοδότησης της δράσης της ΚΟΡΡΕ Α.Ε. 43
- 3.2.10 Στόχοι και Αρχές της ΚΟΡΡΕ Α.Ε. 44
- 3.2.2 Ιστορική Αναδρομή ΚΟΡΡΕ Α.Ε. 27
- 3.2.3 Δραστηριότητες ΚΟΡΡΕ Α.Ε. 31
- 3.2.4 Έρευνα και Ανάπτυξη της ΚΟΡΡΕ Α.Ε. 33
- 3.2.5 Καινοτόμα συστατικά που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή των φυτικών καλλυντικών 36
- 3.2.6 Κυριότερα Βότανα που χρησιμοποιεί η ΚΟΡΡΕ Α.Ε. 38
- 3.2.11 Πλεονεκτήματα και Αδυναμίες της ΚΟΡΡΕ Α.Ε. 45
- 3.2.12 Αθέμητος Ανταγωνισμός και Ευκαιρίες 49

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

- 4.1 Συμπεράσματα 51

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

56

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

1.1 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Παρατηρώντας το σημερινό οικονομικό περιβάλλον, διακρίνουμε μια συνεχή μεταβολή. Ο ανταγωνισμός είναι διαφορετικός και πιο «σκληρός», σε σύγκριση με άλλες οικονομικές εποχές. Οι αγορές είναι διεθνείς και οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να επικρατήσουν και να επιβιώσουν καλούνται να ανταπεξέλθουν στις συνθήκες και ανάγκες της ζήτησης οι οποίες διαρκώς εξελίσσονται. Η πρόοδος κάθε οικονομίας εξαρτάται από τις εκάστοτε επιχειρήσεις και την ικανότητά τους να καλύψουν τις ανάγκες της αγοράς, να προσφέρουν επιτυχημένα προϊόντα και υπηρεσίες. Έτσι, οι επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να επικρατήσουν στην ανταγωνιστική αγορά στρέφονται στην εφαρμογή καινοτόμων ιδεών, καθώς αυτή τους οδηγεί στην δημιουργία προϊόντων, που ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες ανάγκες της ζήτησης.

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι αρχικά η ανάλυση των μορφών της καινοτομίας, τα εμπόδια κατά την ανάπτυξή της, οι παράγοντες που την επηρεάζουν και την ενισχύουν. Παρουσιάζεται το παράδειγμα της επιχειρησιακής καινοτομίας στον Ελλαδικό χώρο της εταιρείας ΚΟΡΡΕΣ Α.Ε., που δραστηριοποιείται και στις διεθνείς αγορές και παρατίθενται τα συμπεράσματα από την μελέτη της περίπτωσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

2.1 Ορισμός Καινοτομίας

Η καινοτομία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρηματικότητας και μπορεί να εφαρμοστεί σε όλα τα στάδιά της. Η ανάπτυξη μιας καινοτόμου ιδέας είναι το κλειδί για την κατάκτηση μεγάλων μεριδίων των αγορών , για τη δημιουργία αξίας, για την απόκτηση πλούτου , για την αύξηση της ικανότητας των πελατών , για την βελτίωση της προσαρμοστικότητας στο επιχειρηματικό περιβάλλον και για την αύξηση της παραγωγικότητας. Για να θεωρηθεί επιτυχημένη η ολοκλήρωση της καινοτομίας στην πράξη και να αποδώσει θετικά αποτελέσματα απαιτείται η τήρηση μιας συντονισμένης και μεθοδευμένης διαδικασίας.

Η καινοτομία προέρχεται απο το λατινικό **«Innovare»** που σημαίνει «να κάνεις κάτι καινούργιο». ¹

Μια καινοτομία ορίζεται ως «Κάθε ιδέα , τρόπος παρουσιάσεως ή εργαλείο που είναι νέο , με την έννοια ότι τα χαρακτηριστικά του είναι διαφορετικά από κάποια άλλα προηγούμενα.»

Η καινοτομία κατά τα διάφορα λεξικά είναι : «Η δράση για εισαγωγή νεωτερισμού ή ένα πράγμα που εισάγεται ως Νεωτερισμός. » ²

Καινοτομία ορίζεται η διαδικασία μετατροπής μιας ιδέας σε εμπορεύσιμο προϊόν ή υπηρεσία, λειτουργική μέθοδο παραγωγής ή διανομής – νέα βελτιωμένη ή ακόμα και νέα μέθοδο παροχής κοινωνικής υπηρεσίας. Στην διαδικασία της καινοτομίας χρησιμοποιούνται νέες ή ήδη υπάρχουσες δεξιότητες και γνώσεις με σκοπό την υλοποίηση προϊόντων και διαδικασιών που θα αυξήσουν την αποδοτικότητα και τα κέρδη της επιχείρησης. ³

1 Φυτώριο Ιδεών φοιτητών Πανεπιστημίων σελ 7

2 Φυτώριο Ιδεών φοιτητών Πανεπιστημίων, Unistep Plus
(http://www.liaison.uoc.gr/documents/unistep/parousiaseis_plaisia_unistep/01_kainotomia_mar_amvelakhs.pdf)

3 Σ.Β.Ε.Ε , 2006 , σελ 7

Ο όρος καινοτομία συνδέεται τόσο με τη διαδικασία όσο και με το αποτέλεσμα. Η καινοτομία συνίσταται στην παραγωγή, την αφομοίωση και την εκμετάλλευση με επιτυχία των νέων επιτευγμάτων στον οικονομικό και κοινωνικό τομέα. Η καινοτομία μπορεί να αναφέρεται σε ένα νέο προϊόν ή μια νέα υπηρεσία, σε μια μέθοδο παραγωγής ή διανομής ή στην τεχνολογία που χρησιμοποιείται, επίσης σε αλλαγές στη διαχείριση, στην οργάνωση της εργασίας και τι συνθήκες εργασίας καθώς και τις δεξιότητες του εργατικού δυναμικού. Η καινοτομία επιπλέον μπορεί να αφορά σε μια βελτίωση του προϊόντος ή της υπάρχουσας διαδικασίας παραγωγής.

Η καινοτομία πολλές φορές ταυτίζεται λανθασμένα με την έννοια της εφεύρεσης και αυτό γιατί η καινοτομία δεν αναφέρεται μόνο στην γέννηση νέων ιδεών, όπως η εφεύρεση αλλά αποτελεί μια συνολική διαδικασία που εμπεριέχει και την πρακτική εφαρμογή των νέων ιδεών.⁴ Επίσης η καινοτομία δεν αποτελεί τεχνολογικό επίτευγμα, γιατί η τεχνολογία συνήθως αποτελεί το μέσο για την ανάπτυξη και την εφαρμογή των νέων ιδεών.

2.2 Μορφές Καινοτομίας

Η καινοτομία μπορεί να έχει διάφορες μορφές. Αρχικά μια πρώτη διακρίση είναι σε **τεχνολογική** και **μη τεχνολογική**. (ΟΟΣΑ) Ως **τεχνολογική** καινοτομία ορίζεται:

- Η εισαγωγή στην αγορά ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου σε σχέση με τα βασικά του χαρακτηριστικά, τις τεχνικές προδιαγραφές, το ενσωματωμένο λογισμικό ή άλλα μη υλικά συστατικά, προστιθέμενες χρήσεις ή τη φιλικότητα προς τον χρήστη, προϊόντος (υλικού αγαθού ή υπηρεσίες).⁵
- Η εισαγωγή στην επιχείρηση μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας παραγωγής , μεθόδου παροχής και διανομής ή διαδικασίας υποστήριξης για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες. Το αποτέλεσμα (της διαδικασίας) θα πρέπει να είναι σημαντικό σε σχέση με τον όγκο της παραγωγής , την ποιότητα των προϊόντων ή το κόστος παραγωγής και διανομής. Καθαρὰ οργανωτικές οι διοικητικές μεταβολές δεν περιλαμβάνονται στην τεχνολογική καινοτομία.⁶

4 Γεωργαντά Ζωή, Επιχείρηση και Καινοτομία 2003, σελ 48

5 ΟΟΣΑ , Εγχειρίδιο OSLO , 2000 , σελ 62

6 Πιπερόπουλος, 2007, σελ 23

Στην τεχνολογική καινοτομία περιλαμβάνονται οι επιστημονικές , τεχνολογικές, οικονομικές, οργανωτικές και εμπορικές δραστηριότητες μιας επιχείρησης που αποσκοπούν σε ενέργειες με σκοπό να αυξηθεί η αποδοτικότητα της και να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητά της.⁷

Γενικά, επικρατεί η άποψη ότι η τεχνολογία καινοτομίας παρατηρείται μόνο σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας π.χ. πληροφορικής, αυτοκινήτων. Κάτι τέτοιο δεν ισχύει , αντίθετα η τεχνολογική καινοτομία μπορεί να εφαρμοστεί σε κάθε κλάδο αναξάρτητα μεγέθους. Επίσης η καινοτομία υλοποιείται σε κύριες , δευτερεύουσες αλλά και βοηθητικές επιχειρήσεις ⁸

Επιπρόσθετα, η τεχνολογική καινοτομία πρέπει να βασίζεται στα αποτελέσματα νέων τεχνολογικών εξελίξεων, νέων συνδιασμών υπάρχουσων τεχνολογιών ή στην χρησιμοποίηση άλλου είδους γνώσεων που αποκτήθηκαν απο την επιχείρηση. Οι μεταβολές καθαρά αισθητικής φύσεως δεν περιλαμβάνονται.

Οι δραστηριότητες τεχνολογικής καινοτομίας προϊόντων και διαδικασιών μιας επιχείρησης μπορεί να είναι επιτυχείς, ανακληθείσες ή συνεχιζόμενες σε μία συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Όταν μια επιχείρηση υλοποιήσει νέα ή βελτιωμένα τεχνολογικά προϊόντα ή διαδικασίες, τότε έχει προβεί σε επιτυχείς δραστηριότητες και ανήκει στην κατηγορία των επιχειρήσεων τεχνολογικής καινοτομίας προϊόντων και διαδικασιών. Ανακληθείσες είναι οι διαδικασίες της επιχείρησης που δεν ολοκληρώνονται για την υλοποίηση του νέου ή βελτιωμένου προϊόντος ή διαδικασίας. Αυτό μπορεί να συμβεί εξαιτίας της εμφάνισης δύσκολιών ή πώλησης της ιδέας ή της τεχνολογίας σε κάποια άλλη επιχείρηση. Τέλος όταν οι εργασίες της επιχείρησης βρίσκονται σε εξέλιξη καλούνται συνεχιζόμενες. Στην περίπτωση που μια επιχείρηση εμφάνισει ανακληθείσες δραστηριότητες ή εμφανίζει συνεχιζόμενες δραστηριότητες στο τέλος της εξαταζόμενης περιόδου δεν θεωρείται επιχείρηση τεχνολογικής καινοτομίας προϊόντων και διαδικασιών. ⁹

Η Μη τεχνολογική καινοτομία διακρίνεται στην **οργανωτική μη τεχνολογική καινοτομία** και στη **μη τεχνολογική καινοτομία εμπορίας**.

Οργανωτική μη τεχνολογική καινοτομία είναι η εφαρμογή νέων μεθόδων ή μεταβολών των μεθόδων , όσον αφορά τη δομή ή τη διοίκηση της επιχείρησης, που αποσκοπούν στη βελτίωση της χρήσης των γνώσεων στην επιχείρηση, της ποιότητας των αγαθών και των υπηρεσιών ή της αποτελεσματικότητας των ροών εργασίας. Στην περίπτωση που αυτές οι

7 ΟΟΣΑ, Εγχειρίδιο Oslo 2000, σελίδα 73

8 Σ.Β.Ε.Ε. , 2006 , σελ 21

9 ΟΟΣΑ Εγχειρίδιο OSLO , 2000 , σελ 79

αλλαγές οδηγήσουν σε μετρήσιμες αλλαγές στην απόδοση μια επιχείρησης, είτε στην παραγωγικότητα είτε στις πωλήσεις τότε ανήκουν στην κατηγορία των τεχνολογικών καινοτομιών.¹⁰

Μη τεχνολογική καινοτομία εμπορίας είναι η εφαρμογή νέων ή βελτιωμένων σχεδίων ή μεθόδων πώλησης που αποσκοπούν στην αύξηση της ελκυστικότητας των αγαθών και των υπηρεσιών ή στην είσοδο σε νέες αγορές.

2.3 Πηγές Καινοτομίας

Μια καινοτομία θεωρείται επιτυχημένη όταν δημιουργείται μετά από έρευνα, για την ικανοποίηση των προσδοκιών και των αναγκών των πελατών. Ο επιχειρηματίας πρέπει να έχει πάντα ως στόχο να προσφέρει νέες ιδέες και διαφορετικές αξίες για νέες και διαφορετικές ικανοποιήσεις. Για την πραγματοποίηση όμως αυτού η πιο σωστή πρακτική είναι η εκμετάλλευση των επιχειρηματικών ευκαιριών που παρουσιάζονται εντός και εκτός της επιχείρησης.¹¹

Η πηγή προέλευσης της καινοτομίας μπορεί να είναι είτε το εσωτερικό είτε το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Οι προερχόμενες καινοτομίες από το εσωτερικό περιβάλλον είναι ευδιάκριτες πρώτα από τους ανθρώπους της επιχείρησης ή του κλάδου.

Εσωτερικές πηγές προέλευσης είναι:

- Το απρόσμενο
- Η δυσαρμονία
- Οι ανάγκες επεξεργασίας
- Οι αλλαγές στον κλάδο και στη δομή της αγοράς.

Τα **απρόσμενα** συμβάντα είναι εκείνα που οδηγούν πολλές φορές τις επιχειρήσεις σε ευκαιρίες καινοτομιών. Παρουσιάζουν μικρότερο ρίσκο με λιγότερο κόπο. Μια απρόσμενη επιτυχία, ένα απρόσμενο σφάλμα ή ένα εξωτερικό γεγονός προσφέρουν τις πιο ασφαλείς καινοτομίες. Η εκμετάλλευση τέτοιων γεγονότων προκαλεί θεαματικά αποτελέσματα.¹²

Η **δυσαρμονία** που μπορεί να προκύψει μεταξύ της πραγματικής κατάστασης και της προσδοκώμενης μπορεί να κατευθύνει προς λύσεις που

¹⁰ Εγχειρίδιο OSLO ,2000, σελ 73

¹¹ Πιπερόπουλος Πάνος , Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία και Business Clusters , σελίδα 40

¹² Πιπερόπουλος Πάνος, Η καινοτομία ως στρατηγική και ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, σελίδα 40

καταλήγουν σε καινοτομίες. Η δυσαρμονία διακρίνεται σε : α) δυσαρμονία ανάμεσα στις οικονομικές πραγματικότητες κάποιου βιομηχανικού κλάδου, β) δυσαρμονία ανάμεσα στην πραγματικότητα κάποιου βιομηχανικού κλάδου και στις θεωρίες που την περιβάλλουν, γ) δυσαρμονία ανάμεσα στις προσπάθειες κάποιου βιομηχανικού κλάδου και στις αξίες ή προσδοκίες των πελατών του, δ) εσωτερική δυσαρμονία στο ρυθμό ή στη λογική μιας διαδικασίας.¹³

Σημαντική πηγή προέλευση της καινοτομίας θεωρείται και αυτή που βασίζεται στη λειτουργική ανάγκη. Οι ανάγκες που εμφανίζονται στις διαδικασίες μιας επιχείρησης χαρακτηρίζονται από σαφήνεια και έχουν ως αφετηρία τη δουλειά που πρέπει να γίνει. Η ύπαρξη αναγκών συμβάλλει καθοριστικά στην ολοκλήρωση μιας υφιστάμενης διαδικασίας. Έτσι η σωστή εκμετάλλευση μιας ανάγκης μπορεί να δημιουργήσει μια καινοτομική ευκαιρία¹⁴

Υπάρχει η πεποίθηση ότι η δομή της αγοράς παραμένει σταθερή και δεν παρουσιάζει μεταβολές. Ωστόσο συχνά παρατηρούνται μη αναμενόμενες αλλαγές οι οποίες δημιουργούν ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις που πρέπει να τις εκμεταλλεύονται προκειμένου να επιβιώσουν. Οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες έχουν τη δυνατότητα να προβλέπουν τέτοιου είδους αλλαγές και να υλοποιούν καινοτομίες. Δεν είναι λίγα τα παραδείγματα επιχειρήσεων στην Ελλάδα και παγκοσμίως, που καινοτόμησαν μέσω αυτού του τρόπου και παρουσίασαν θεαματικά κέρδη.

Εξωτερικές πηγές προέλευσης αφορούν αλλαγές που συμβαίνουν εκτός της επιχείρησης ή του κλάδου και σχετίζονται με:

- Τα δημογραφικά στοιχεία ή τις δημογραφικές αλλαγές ➤
- Τις αλλαγές στις αντιλήψεις , στις διαθέσεις και στο νόημα ➤
- Τη νέα γνώση, επιστημονική και μη επιστημονική.¹⁵

Δημογραφικά στοιχεία ή Δημογραφικές αλλαγές. Αυτό αναφέρεται στις εξωτερικές για την επιχείρηση αλλαγές ως προς το μέγεθος, την ηλικία, την εκπαίδευση, τη σύνθεση και την γενικότερη δομή του πληθυσμού.¹⁶ Αυτές οι αλλαγές επηρεάζουν σε σημαντικό βαθμό τις αποφάσεις για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που θα πρέπει να παραχθούν, να αγοραστούν και να

¹³ Σωτήρης Καρβούνης, Διαχείριση τεχνολογίας και καινοτομίας, σελ 656-657

¹⁴ Πιπερόπουλος Πάνος ,Η καινοτομία ως στρατηγική και ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, σελ 41.

¹⁵ Πιπερόπουλος Πάνος , Η καινοτομία ως στρατηγική και ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σελ 41

¹⁶ Σωτήρης Καρβούνης, σελ 660-662

καταναλωθούν. Από τις εξωτερικές πηγές καινοτομίας, οι δημογραφικές αλλαγές είναι οι πιο αξιόπιστες, καθώς παρέχουν τους χρόνους που θα συμβούν αλλά τα άτομα που ευθύνονται για τη χάραξη ποιοτικής συχνά τις παραμελούν.

Αλλαγές στις αντιλήψεις, στις διαθέσεις και στο νόημα. Το νόημα των δύο φράσεων «το ποτήρι είναι μισοάδειο» και «το ποτήρι είναι μισογεμάτο» διαφέρει σημαντικά και ως προς την διαδικασία αντίληψης και ως προς τις συνέπειες της. Η αλλαγή αντίληψης ενός στελέγχους για το πως δηλαδή βλέπει το ποτήρι από μισοάδειο σε μισογεμάτο μπορεί να δημιουργήσει μεγάλες ευκαιρίες καινοτομίας

Η καινοτομία που βασίζεται στη **νέα γνώση** διαφέρει από όλες τις άλλες καινοτομίες στα βασικά χαρακτηριστικά της. Οι καινοτομίες αυτές διαφέρουν σε σχέση με όλες τις άλλες, καθώς παρουσιάζουν υψηλά ποσοστά αποτυχίας μεγάλη χρονική διάρκεια προετοιμασίας και δυσκολία όσον αφορά την πρόβλεψη.¹⁷

Στην επιτυχία της καινοτομίας δεν αρκεί μόνο να είναι πρωτότυπη η ιδέα, αλλά σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η διαδικασία ανάπτυξης που ακολουθείται από την εταιρεία. Οι ενέργειες των επιχειρήσεων θα πρέπει να είναι συντονισμένες και να στηρίζονται στα ακόλουθα τέσσερα βήματα, τα οποία είναι η γέννηση της καινοτόμου ιδέας, η αξιολόγησή της, ο σχεδιασμός της καινοτομίας και τέλος η εφαρμογή της.

Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις επιχειρήσεων που έρχονται αντιμέτωπες με αρκετά εμπόδια στην ανάπτυξη και υιοθέτηση των καινοτόμων ιδεών τους. Υπάρχει μεγάλος αριθμός εμποδίων τόσο ενδοεπιχειρησιακών όσο και εξωεπιχειρησιακών που λειτουργούν αρνητικά σ' αυτή την προσπάθεια των επιχειρήσεων. Τέτοιου είδους εμπόδια είναι η ανεπαρκής χρηματοδότηση, η έλλειψη ειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού, το ακατάλληλο εσωτερικό κλίμα της επιχείρησης, ο φόβος για αποτυχημένα αποτελέσματα, οι οικονομικοί παράγοντες, το νομικό και κανονιστικό περιβάλλον.

Για την αντιμετώπιση όμως των παραπάνω εμποδίων απαιτείται η διαμόρφωση κατάλληλου επιχειρησιακού κλίματος, η απόκτηση από τις επιχειρήσεις οργανωτικής κουλτούρας, η επιλογή κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού και η προώθηση της συνεχούς κατάρτισης του, η δημιουργία ευνοϊκού φορολογικού συστήματος για τις καινοτομίες και την παροχή κονδυλίων για την ανάπτυξη τους. Επίσης θα πρέπει να γίνουν γνωστές οι εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης των καινοτόμων ιδεών, οι οποίες προέρχονται είτε από εθνικούς είτε από ευρωπαϊκούς πόρους.

17 Πιπερόπουλος, 2007, σελ 42

Στον ελλαδικό επιχειρηματικό τομέα η ανάπτυξη της καινοτομίας βρίσκει ανταπόκριση και τα αποτελέσματα των επιχειρήσεων που εφάρμοσαν καινοτόμες ιδέες είναι εμφανή. Χαρακτηριστικό παράδειγμα Ελληνικών επιχειρηματιών είναι ο Γεώργιος Κορρές, με την εταιρεία ΚΟΡΡΕΣ Α.Ε. Η ΚΟΡΡΕΣ Α.Ε. δραστηριοποιείται στη δημιουργία νέων καινοτόμων προϊόντων που βασίζονται στην ελληνική φύση. Η εταιρεία ΚΟΡΡΕΣ Α.Ε. διαφοροποιήθηκε από τις άλλες εταιρείες του ίδιου αντικειμένου και κατάφερε να επεκταθεί στην ελληνική και ξένη αγορά αυξάνοντας κατακόρυφα τα κέρδη της.

2.4 Βήματα διαδικασίας Καινοτομίας

Μια καινοτόμα ιδέα προκειμένου να έχει επιτυχημένη ανάπτυξη πρέπει να ακολουθεί μια συγκεκριμένη διαδικασία. Η διαδικασία αυτή αναφέρεται στα βήματα που ακολουθεί η επιχείρηση για να υλοποιήσει την καινοτόμα επιχειρηματική της ιδέα. Η καινοτομική διαδικασία αποτελεί βασικό στοιχείο για την επιχείρηση, γιατί καθορίζει την επιβίωση και ανάπτυξή της. Τα βήματα της καινοτομικής διαδικασίας που ακολουθούν οι πετυχημένες επιχειρήσεις περιλαμβάνουν :

- a) Την γέννηση της καινοτόμου ιδέας
- b) Την αξιολόγηση της ιδέας
- c) Τον σχεδιασμό της καινοτομίας
- d) Την εφαρμογή της καινοτομίας ¹⁸

Παρακάτω ακολουθεί ανάλυση των τεσσάρων βημάτων της καινοτομικής διαδικασίας

Γέννηση Ιδέας: Μια καινοτόμος ιδέα μπορεί να προκύψει από οπουδήποτε και να αφορά οτιδήποτε. Επομένως, κάθε πρόκληση θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη και να αξιοποιείται από την επιχειρηματική ομάδα. Αυτό που θα πρέπει να καταπολεμηθεί από την επιχείρηση είναι η απραξία και ο φόβος, καθότι αναστέλουν την εκμετάλλευση των ευκαιριών που δημιουργούν καινοτομίες.¹⁹

Για τη γέννηση καινοτόμων ιδεών απαραίτητα στοιχεία αποτελούν η ενθάρρυνση της δημιουργικότητας και της φαντασίας. Προκειμένου να επιτευχθεί αυτό κρίνεται σκόπιμο να καταρριφθούν ορισμένοι μύθοι που επικρατούν όπως : «όσο πιο έξυπνος είναι κάποιος τόσο πιο δημιουργικός

¹⁸ EOMMEX, Καινοτόμος Επιχειρηματικότητα, σελ 29

¹⁹ EOMMEX, Καινοτόμος Επιχειρηματικότητα σελ 30

είναι.» . Επίσης , θα πρέπει να απομακρυνθεί το εγωιστικό στοιχείο γιατί προκαλεί καθυστέρηση στη ανάπτυξη της καινοτομίας. Ένα άλλο στοιχείο που δημιουργεί αναστολές είναι ο φόβος για την αποτυχία και το άγνωστο. Τέλος, το πνεύμα θα πρέπει να είναι ανοιχτό προς τον πειραματισμό για το λόγο ότι η ύπαρξη μιας επιχειρηματικής ιδέας μπορεί να αξιοποιηθεί από τις ανταγωνιστικές δυνάμεις στην περίπτωση που δημιουργηθούν δισταγμοί.²⁰

Αξιολόγηση ιδέας: Είναι σημαντικό αρχικά να καταγράφονται όλες οι ιδέες ανεξάρτητα αν φαίνεται ότι κάποιες από αυτές δεν έχουν θετική κατάληξη. Μπορεί μια ιδέα τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο να μην είναι χρήσιμη, αλλά μελλοντικά να μετατραπεί σε καινοτομία με θεαματικά αποτελέσματα.²¹ Η επιχειρηματική ιδέα δεν αρκεί να είναι μόνο πρωτοποριακή αλλά απαιτείται να είναι ρεαλιστική, δηλαδή να έχει η επιχείρηση τους κατάλληλους πόρους και τις ικανότητες ώστε να την υλοποιήσει. Επίσης , να είναι συμφέρουσα , δηλαδή να εξυπηρετεί κάποια ανάγκη της αγοράς, να είναι δύσκολο να αντιγράψει από τους ανταγωνιστές και να εξασφαλίζει ικανοποιητικά περιθώρια κέρδους. Συνεπώς, κρίνεται απαραίτητο από την επιχείρηση να αξιολογήσει την ιδέα , να διαγνώσει τα δυνατά σημεία και τις αδυναμίες της, τις ευκαιρίες που θα προκύψουν από τη μη υιοθέτησή της. Μετά τη διαπίστωση ότι η ιδέα είναι ρεαλιστική πρέπει η επιχείρηση να αξιολογήσει αν συμφέρει οικονομικά, δηλαδή αν θα εξασφαλίσει κέρδη για την επιχείρηση , είτε βραχυχρόνια είτε μακροχρόνια και τότε θα αποσβέσει αυτή την επένδυση.

Σχεδιασμός καινοτομίας: Το τρίτο βήμα του σχεδιασμού καθορίζεται ο τρόπος με τον οποίο θα υλοποιηθεί η ιδέα. Προγραμματίζονται όλες οι απαραίτητες ενέργειες από την επιχείρηση και απεικονίζονται σε κατάλληλα διαγράμματα. Αυτή η απεικόνιση θεωρείται απαραίτητη, γιατί με αυτό τον τρόπο η επιχειρηματική ομάδα έχει μια γενική εικόνα του εγχειρήματος της και μπορεί να προβεί σε διορθώσεις αν χρειάζονται.²²

Στη συνέχεια γίνεται χρονοπρογραμματισμός αυτών των ενεργειών στο σύνολο, αλλά και σε κάθε μια ξεχωριστά. Επίσης, γίνεται κατανομή της κάθε ενέργειας στα άτομα τη επιχείρηση με βάση την εμπειρία και την εξειδίκευσή τους, έτσι ώστε να μειωθεί ο συνολικός χρόνος του έργου. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο χρονοπρογραμματισμός δεν είναι στατικός ,αλλά ανά τακτά χρονικά διαστήματα υποβάλλεται σε αλλαγές.²³

Εφαρμογή ιδέας: Το τελευταίο βήμα περιλαμβάνει την ανάπτυξη και την εφαρμογή της ιδέας και αποτελεί το πέρασμα απο τη θεωρία στην πράξη. Για

20 EOMMEX, Καινοτόμος Επιχειρηματικότητα σελ 30-31

21 Σ.Β.Ε.Ε. , 2006 , σελ 22-23

22 EOMMEX, 2009, σελίδα 38

23 EOMMEX, 2009 , σελίδα 39

την επιτυχημένη ανάπτυξη της καινοτομίας απαιτείται μια σειρά από ενέργειες. Μία απο αυτές είναι η αποτύπωση της καινοτόμου ιδέας σε κείμενο όπου καταγράφονται όλα τα χαρακτηριστικά και οι στόχοι της απλά και ξεκάθαρα. Επίσης, η ανάθεση της επίβλεψης για την ανάπτυξη της καινοτομίας σε ένα συγκεκριμένο άτομο, το οποίο θα είναι υπεύθυνο και θα έχει αυξημένο ενδιαφέρον για την πετυχημένη υλοποίησή της και τέλος ο έλεγχος της προόδου των εργασιών ανά τακτά χρονικά διαστήματα.²⁴

Σε αρκετές επιχειρήσεις γεννάται το ερώτημα αν πρέπει να αναπτύξουν την καινοτομία μόνες τους ή να την αναθέσουν σε κάποιον τρίτο. Αυτό προέρχεται για το λόγο ότι η ανάπτυξη της καινοτομίας σε ήδη υπάρχοντα προϊόντα και υπηρεσίες και πολύ περισσότερο η ανάπτυξη νέων καινοτομικών προϊόντων και υπηρεσιών απαιτεί ιδιαίτερες ικανότητες και πόρους απο την ίδια την επιχείρηση.

Συμφέρον για την επιχείρηση είναι να αναλαμβάνει μόνη της την ανάπτυξη της καινοτομίας στην περίπτωση που η καινοτομία συνδέεται άμεσα με την κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης. Επίσης η καινοτομία προϋποθέτει και αλλαγές στην παραγωγική δραστηριότητα. Όμως στην περίπτωση αυτή αποφεύγονται τα κόστη μεταφοράς και υπάρχει έλεγχος της παραγωγής.

Στον αντίποδα που δεν συνδέεται η καινοτομία με τη κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης και όταν η απαίτηση σε πόρους, εξειδικευμένο προσωπικό και χρόνο είναι μεγάλη προτιμάται η ανάθεση σε τρίτους.²⁵

Μετά την ανάπτυξη της καινοτομίας επιβάλλεται και η πιλοτική εφαρμογή της, έτσι ώστε να ελεγχθούν τα χαρακτηριστικά, η ποιότητα, η απόδοση, τυχόν αδυναμίες για να υπάρχει δυνατότητα βελτιώσεις τους.

Τέλος , μετά από όλα αυτά τα βήματα και τις διορθωτικές ενέργειες , στις οποίες μπορεί να υποβληθεί η επιχείρηση προχωράει στην παραγωγή της καινοτομίας και στη διάθεση του προϊόντος στην αγορά. Για την επιτυχημένη διάθεση του προϊόντος στην αγορά η επιχείρηση πρέπει να εφαρμόσει ένα μελετημένο σχέδιο μάρκετινγκ. Απαιτείται να επιλέξει προσωπικό με εξειδικευμένες γνώσεις στο κομμάτι της προώθησης και να εξασφαλίσει ότι όλοι οι εμπλεκόμενοι στο έργο συγκλίνουν με τους στόχους της. Ακόμα να εξασφαλίσει τις προδιαγραφές του προϊόντος, τη τιμολογιακή πολιτική, τη επικοινωνιακή στρατηγική που θα ακολουθήσει και όλα αυτά να είναι καλά καθορισμένα.²⁶

24 EOMMEX ,2009 , σελίδα 42

25 EOMMEX, 2009, σελίδα 42

26 EOMMEZ, 2009, σελ 42

2.5 Εμπόδια ανάπτυξης της καινοτομικής

Η καινοτομία πολλές φορές έρχεται αντιμέτωπη με εμπόδια που άλλοτε δυσκολεύουν και άλλοτε δεν επιτρέπουν την ολοκλήρωση της εφαρμογής της. Εμπόδια που σχετίζονται με τον συντονισμό των προσπαθειών, την αβεβαιότητα, τους ανθρώπινους πόρους, τη χρηματοδότηση, το νομικό και κανονιστικό περιβάλλον θεωρούνται υπεύθυνα για τη μη επιτυχημένη διαδικασία μιας καινοτομίας. Τα εμπόδια ανάπτυξης της καινοτομίας διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες. Έτσι . υπάρχουν τα εσωτερικά εμπόδια και είναι αυτά που σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων και αφορούν τον φόβο για αποτυχία, την παραδοσιακή δομή, την εσωστρέφεια, τα χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού, το εσωτερικό κλίμα της επιχείρησης, τα εξωτερικά εμπόδια και είναι αυτά που προκύπτουν από το εξωτερικό περιβάλλον και αφορούν την αναποτελεσματική κατανομή των δαπανών σε έρευνα και τεχνολογία, το νομικό και κανονιστικό περιβάλλον και τέλος τα εμπόδια που οφείλονται στους οικονομικούς παράγοντες.

2.5.1 Εσωτερικά Εμπόδια Ανάπτυξης της Καινοτομικής

Τα εμπόδια που αφορούν το εσωτερικό της επιχείρησης αναλύονται ως εξής:

Φόβος για αποτυχία

■ Στην απόφαση για την υιοθέτηση μια καινοτομίας ένα εμπόδιο είναι ο

φόβος για την αποτυχία. Οι επιχειρήσεις διατηρούν μια αρνητική στάση προς το επιχειρηματικό ρίσκο, εξαιτίας των περιορισμένων οικονομικών πόρων που διαθέτουν. Ο κίνδυνος για το άγνωστο προκαλεί ανασφάλεια και αποθάρρυνση. Αυτού του είδους ο κίνδυνος μπορεί να μειωθεί όταν οι αποφάσεις στηρίζονται τόσο σε πρακτικές που προτείνονται από δοκιμασμένα θεωρητικά πλαίσια και μοντέλα, όσο και σε κατάλληλα επεξεργασμένες πληροφορίες.²⁷

27 ΣΒΕΕ ,2006 , σελίδα 8

Παραδοσιακή Δομή

Η διατήρηση της παραδοσιακής δομής των επιχειρήσεων δημιουργεί

- προβλήματα στην ανάπτυξη τους. Πολλές επιχειρήσεις ακολουθούν τα παλαιά πρότυπα δομής, πιστές στον οικογενειακό χαρακτήρα. Σ'αυτές τις περιπτώσεις όλες οι δραστηριότητες των επιχειρήσεων συγκεντρώνονται σε λίγα άτομα ή και σε ένα, με αποτέλεσμα να μην δημιουργούνται ευκαιρίες που προωθούν τη δημιουργικότητα. Επίσης, το παραδοσιακό μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων δεν καλλιεργεί το ομαδικό κλίμα το οποίο ενισχύει τις καινοτομίες.²⁸

■ **Εσωστρέφεια**

Ο εσωστρεφής χαρακτήρας των επιχειρήσεων λειτουργεί αρνητικά στην ανάληψη καινοτόμων δραστηριοτήτων. Η εσωστρέφεια απομονώνει τις επιχειρήσεις και τις αποτρέπει από συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις, ερευνητικά κέντρα, πανεπιστήμια και γενικά πηγές που θα τις βοηθήσουν για τη δημιουργία καινοτομικών επιτευγμάτων.²⁹

Γενικά, οι συνεργασίες αντισταθμίζουν την ανεπάρκεια σε πόρους αφού συμβάλουν στην απόκτηση πολλαπλών οφελών όπως η πρόσβαση σε νέες αγορές, η μεταβίβαση τεχνογνωσίας και πρακτικών, το μικρότερο κόστος και ρίσκο, λόγω της κατανομής αυτών σε περισσότερες από μια επιχειρήσεις.

Οι ανθρώπινοι πόροι

- Οι ανθρώπινοι πόροι συμβάλλουν καθοριστικά στην επιτυχία αλλά και στην αποτυχία μιας καινοτομικής δραστηριότητας. Σε πολλές επιχειρήσεις παρατηρείται έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού στις καινοτομίες, γεγονός που επιβραδύνει τις προσπάθειες της. Αυτό οφείλεται στην αδυναμία του προσωπικού που ευθύνεται για την κατάσταση των ανθρώπων να προσαρμόσει τη διδασκαλία με τα δεδομένα ενός εξελισσόμενου κόσμου. Επίσης, η δια βίου εκπαίδευση δεν είναι αρκετά διαδεδομένη, αν και τα τελευταία χρόνια γίνονται σημαντικές προσπάθειες προώθησης. Βέβαια παρόλο που πολλές επιχειρήσεις αναγνωρίζουν ότι με την παροχή της κατάλληλης εκπαίδευσης μπορούν να αναπτύξουν το προσωπικό τους, δεν το επιχειρούν γιατί θέτουν ως προτεραιότητα άλλες επενδύσεις πιο αποδοτικές κατά τη γνώμη τους. Ακόμα, η ελλιπής πληροφόρηση του

28 EOMMEX, 2009, σελίδα 27

29 EOMMEX, 2009, σελίδα 27

προσωπικού των επιχειρήσεων σε θέματα τεχνολογίας και σε θέματα αγοράς ασκεί μεγάλη επιρροή.³⁰ Αυτό παρουσιάζεται για το λόγο ότι στα εκπαιδευτικά ιδρύματα δίνεται προεργασία στις ακαδημαϊκές γνώσεις. Οι τεχνικές γνώσεις θεωρούνται γνώσεις χωρίς ιδιαίτερη αξία και αυτό επιβεβαιώνεται από την αντίληψη που επικρατεί σχετικά με τους τεχνικούς κλάδους, ότι είναι κλάδοι που φοιτούν αυτοί που αποτυγχάνουν αλλού. Επίσης, η κατάρτιση των καθηγητών σε επιστημονικά επιτεύγματα είναι ανεπαρκής.

Το εσωτερικό κλίμα της επιχείρησης

- Στην καινοτομία δημιουργούνται εμπόδια όταν η επιχείρηση που αναλαμβάνει την υλοποίηση της δεν διακατέχεται από κατάλληλο εσωτερικό κλίμα. Η επικράτηση καταστάσεων που προκαλούν αναστάτωση σε μία επιχείρηση δεν οδηγούν σε θετικά αποτελέσματα.

Πιο συγκεκριμένα η έλλειψη επικοινωνίας και οι έντονες διαφωνίες μεταξύ της ανώτατης διοίκησης και των λοιπών στελεχών, το μη ομαδικό πνεύμα, η αδιαφορία προς την καινοτομία είναι παράγοντες που αποτελούν εμπόδιο στην ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων.³¹

2.5.2 Εξωτερικά Εμπόδια Ανάπτυξης της Καινοτομικής

Εκτός από τα εσωτερικά εμπόδια που συναντά η επιχείρηση στις καινοτομικές της προσπάθειες, υπάρχουν και εμπόδια προερχόμενα από το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης τα οποία αναλύονται ως εξής:

Αναποτελεσματική κατανομή δαπανών σε έρευνα και τεχνολογία

Όσον αφορά τους εξωτερικούς παράγοντες η ύπαρξη κακού συντονισμού σε μια χώρα επηρεάζει καθοριστικά την καινοτομική προσπάθεια. Αυτό σημαίνει ότι η αναποτελεσματική κατανομή των δαπανών στην έρευνα και στην τεχνολογία δυσχεραίνει την ανάπτυξη και την εφαρμογή της καινοτομίας. Η

³⁰ Εγχειρίδιο OSLO ,2000 σελ 93

³¹ ΣΒΕΕ, 2006, σελίδα 18

έρευνα και η ανάπτυξη αποτελούν τις πιο βασικές συνιστώσες της καινοτομίας και αυτό που παρατηρείται είναι ότι στην χώρα μας αλλά και Ευρωπαϊκά υπάρχει ανεπαρκής οικονομική προσπάθεια. Το μερίδιο του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος που δεσμεύεται γι' αυτές τις ενέργειες είναι σημαντικά μικρότερο σε σχέση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες.³² Γι' αυτό και οι προσπάθειες της χώρας θα πρέπει να στραφούν στην ανάπτυξη της έρευνας και της τεχνολογίας μέσω της βελτίωσης της κατανομής των δαπανών. Επίσης, ο διασκορπισμός των προσπαθειών προκαλεί αρνητικές επιπτώσεις. Όταν τα χρηματικά ποσά δεν επικεντρώνονται σε ορισμένους τομείς προτεραιότητας, αλλά διασκορπίζονται σε πολλούς τομείς τότε δεν σημειώνονται σημαντικοί πρόοδοι σε κανέναν από αυτούς. Έτσι θα πρέπει να δίνεται προτεραιότητα στον τομέα της έρευνας και συγκέντρωσης των κονδυλίων για την προώθηση της καινοτομίας

Το νομικό και κανονιστικό περιβάλλον

Η καινοτομία προωθείται όταν το νομικό και κανονιστικό περιβάλλον είναι ευνοϊκό και επαρκές. Στοιχεία που δείχνουν ότι υπάρχει ανεπάρκεια είναι το υψηλό κόστος της έκδοσης και της διατήρησης των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας με αποτέλεσμα να μην γίνεται σωστή εκμετάλλευση των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, με αποτέλεσμα να μην γίνεται σωστή εκμετάλλευση των κανόνων που εξασφαλίζουν την προστασία και τη διάδοση της καινοτομίας. Επίσης, πολλές φορές τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας δεν είναι αποτελεσματικά. Δεν παρέχεται η κατάλληλη προστασία στους καινοτόμους επιχειρηματίες και σε περίπτωση διαφοράς τα έξοδα και οι δικαστικοί αγώνες μπορεί να είναι υψηλά. Γι' αυτό και η προσφυγή με αίτηση για την κατοχύρωση της ευρεσιτεχνίας είναι μειωμένη. Ακόμη, πολλοί επιχειρηματίες δεν γνωρίζουν τα κέρδη που μπορούν να αποκομίσουν από την εξασφάλιση του διπλώματος.³³ Επιπρόσθετα, το νομικό και κανονιστικό περιβάλλον των επιχειρήσεων όταν χαρακτηρίζεται από υπερβολικές διοικητικές διατυπώσεις εμποδίζει την καινοτομική διαδικασία. Η πολυπλοκότητά του επιφέρει υψηλές επιπλέον δαπάνες και αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για τις επιχειρήσεις να αναπτύξουν την δημιουργικότητά τους, βλάπτοντας κατ' αυτό τον τρόπο την αποτελεσματικότητά τους. Δεν είναι λίγος και ο φόρτος εργασίας που απαιτείται με την ύπαρξη ενός πολύπλοκου νομικού καθεστώσ³⁴

32 Πράσινη Βίβλος για την καινοτομία, 1995, σελ 34

33 Πράσινη Βίβλος για την καινοτομία, 1995, σελ 48

34 Πράσινη Βίβλος για την καινοτομία, 1995, σελ 47

Παράγοντες που επιβραδύνουν την Καινοτομική Δραστηριότητα

Σημαντική αρνητική επίδραση ασκούν στην καινοτομική δραστηριότητα οι οικονομικοί παράγοντες. Τέτοιου είδους παράγοντες είναι το υπερβολικά υψηλό κόστος, η έλλειψη πηγών χρηματοδότησης, η πολύ μεγάλη περίοδος απόσβεσης της καινοτομίας και ένα μη ευνοϊκό φορολογικό περιβάλλον. Συγκεκριμένα οι καινοτομικές δραστηριότητες απαιτούν γνώσεις, ειδικευμένο προσωπικό, υψηλή τεχνολογία. Οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν έχουν τη δυνατότητα να ανταπεξέλθουν σε τέτοιου είδους επενδύσεις και γι' αυτό το λόγο είναι περιορισμένες.³⁵

Η έλλειψη κατάλληλων πηγών χρηματοδότησης εμποδίζει τις επιχειρήσεις να αναπτύξουν τις καινοτομικές τους προσπάθειες, γιατί όπως αναφέρθηκε παραπάνω απαιτούνται σημαντικά κεφάλαια για τέτοιες δραστηριότητες. Η μη ύπαρξη κρατικών επιδοτήσεων, η περιορισμένη ή και η μη εκχώρηση τραπεζικών δανείων δυσκολεύει την ανάληψη ρίσκων από τις επιχειρήσεις. Η ανυπαρξία αυτών των πηγών υφίσταται διότι η αβεβαιότητα επιτυχίας αυτών των προσπαθειών είναι μεγάλη. Η χρηματοδότηση είναι το μεγάλο εμπόδιο για την καινοτομία που αναφέρουν συχνότερα οι επιχειρήσεις, οποιοδήποτε και αν είναι το μέγεθός τους και σε όλους τους τομείς. Συνήθως η προσφυγή στην εξωτερική χρηματοδότηση που αφιερώνεται στην καινοτομία γίνεται για την κάλυψη εκπαίδευσης, την εγκατάσταση υποδομών και την έρευνα.³⁶

Για την απόσβεση της καινοτομίας απαιτείται μεγάλο χρονικό διάστημα. Η επιχείρηση που θα προβεί σε καινοτομικές δραστηριότητες αναγκάζεται να δεσμεύσει μεγάλα χρηματικά κεφάλαια. Το ρίσκο που αναλαμβάνεται είναι μεγάλο με αμφίβολη την επιτυχία, γι' αυτό και τις περισσότερες φορές η απόσβεση της επένδυσης απαιτεί πολύ χρόνο. Έτσι, για πολλές επιχειρήσεις ο παράγοντας χρόνος είναι ανασταλτικός με αποτέλεσμα να προτιμούν να δεσμεύουν κεφάλαια σε άλλες δραστηριότητες, που θεωρούν ότι θα τις αποφέρουν άμεσα και σίγουρα κέρδη.³⁷

Τέλος, οι καινοτομικές προσπάθειες εμποδίζονται όταν το φορολογικό περιβάλλον δεν είναι ευνοϊκό τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τα φυσικά πρόσωπα. Η έλλειψη φορολογικών κινήτρων για τις άυλες επενδύσεις και η ύπαρξη κινήτρων για την ακίνητη περιουσία, την κατανάλωση και τις κερδοσκοπικές επενδύσεις δημιουργούν σημαντικά προβλήματα στις

35 Εγχειρίδιο Oslo 2000, σελίδα 92 - 93

36 Εγχειρίδιο OSLO, 2000, σελ 93

37 Εγχειρίδιο OSLO, 2000, σελ 93

επιχειρήσεις που προσπαθούν να αναπτυχθούν. Συμπερασματικά, η φορολογία θεωρείται σημαντικός παράγοντας για την καινοτομία, γιατί οι φορολογικοί κανόνες και οι διαδικασίες επηρεάζουν την φορολογική συμπεροφορά των επιχειρήσεων και των ατόμων. Έτσι η παροχή κινήτρων μέσω της φορολογίας προωθεί σημαντικά τις επιχειρήσεις για την ανάληψη καινοτόμων δραστηριοτήτων.

2.5.4 Οικονομικοί Παράγοντες που Ενισχύουν την

Καινοτομική

Δραστηριότητα

Η ανάλυση των εμποδίων της καινοτομικής δραστηριότητας καθιστά απαραίτητη την μελέτη των παραγόντων που πρέπει να ενισχυθούν για την ανάπτυξή της. Οι παράγοντες αυτοί σχετίζονται με το επιχειρηματικό κλίμα, την οργανωσιακή κουλτούρα της επιχείρησης, τη συνεχή κατάρτιση των εργαζομένων, την έρευνα και την ανάπτυξη, τη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων, το φορολογικό σύστημα.³⁸

Η διαμόρφωση του κατάλληλου επιχειρηματικού κλίματος αποτελεί κυριότερο παράγοντα ενίσχυσης και αυτό γιατί η εσωτερική κατάσταση της επιχείρησης χαρακτηρίζει και τα αποτελέσματά της. Συνεπώς κύριο μέλημα της επιχείρησης για την επίτευξη ευνοϊκού εσωτερικού κλίματος θα πρέπει να είναι η διατήρηση της επικοινωνίας και της συνεργασίας μεταξύ των εργαζομένων και των ανώτερων στελεχών, καθώς και μεταξύ των τμημάτων της επιχείρησης. Αυτή η επιδίωξη έχει ως στόχο την ανταλλαγή απόψεων, γνώσεων, προβληματισμών για τη δημιουργία καινοτόμων ιδεών. Ακόμη απαιτείται στενή επαφή μεταξύ της επιχείρησης και των πελατών της για τον εντοπισμό των αναγκών τους και την άμεση ικανοποίησή τους.³⁹

Επίσης, απαραίτητο είναι να γίνεται σωστή επιλογή των ατόμων που θα στελεχώσουν την επιχείρηση. Πιο συγκεκριμένα θα πρέπει να υπάρχουν άτομα στην επιχείρηση με διαφορετικές γνώσεις και δεξιότητες. Αυτή η ποικιλομορφία και ο αποτελεσματικός συνδυασμός τους δημιουργούν πολλές πιθανότητες προώθησης της καινοτομίας.

Αναγκαίος είναι και ο προσανατολισμός της επιχείρησης προς την ανάπτυξη και την ανάληψη ρίσκων. Η επιχείρηση θα πρέπει να δραστηριοποιείται προς στόχους που αυξάνουν την αποδοτικότητά της και γενικότερα συμβάλλουν

38 EOMMEX, 2009, σελίδα 46 - 51

39 EOMMEX, 2009, σελίδα 46

στην ανάπτυξή της. Δηλαδή , δεν θα πρέπει να ενδιαφέρεται μόνο για την προσωρινή επιβίωση της ,αλλά να θέτει στόχους που αποσκοπούν στη μακροπρόθεσμη ανάπτυξή της. Γι' αυτό το λόγο σκόπιμη είναι η ανάληψη ρίσκων. Επίσης , θα πρέπει να αναπτύσσονται συστήματα για τη μέτρηση των αποτελεσμάτων και τη σύγκριση τους με τους αναληφθέντες στόχους.⁴⁰

Τέλος , οι επιχειρήσεις θα πρέπει να είναι δεκτικές στις νέες ιδέες και να προσαρμόσουν τις εσωτερικές τους διαδικασίες. Δηλαδή, δεν θα πρέπει να δείχνουν αρνητικότητα σε καινούργιες τεχνολογίες, αλλά ούτε δισταγμό. Αντίθετα, χρειάζεται εγρήγορση και ενσωμάτωση κάθε νέας τεχνολογικής διαδικασίας στις δικές της, έτσι ώστε να δημιουργούνται προϋποθέσεις για την ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών. Η οργανωσιακή κουλτούρα αφορά τις πεποιθήσεις, τις αξίες και τους κανόνες της επιχείρησης με τους οποίους το εργατικό δυναμικό σκέφτεται και ενεργεί. Αυτό σημαίνει ότι η κουλτούρα έχει μια γενικότερη έννοια που αφορά όλες τις λειτουργίες της επιχείρησης και την αποτελεσματικότητά τους. Συνεπώς ,η επιχείρηση θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από την καινοτομική κουλτούρα για να καταφέρει να αναπτύξει καινοτόμες ιδέες.⁴¹

Η καινοτομική κουλτούρα έχει ορισμένα χαρακτηριστικά όπως:⁴²

- ο Πειραματισμός και διερεύνηση

Η επιχείρηση θα πρέπει να έχει ανήσυχο πνεύμα και να μην διστάζει να πειραματίζεται. Ο πειραματισμός και η διερεύνηση της δίνει τη δυνατότητα να οδηγείται σε πιο γρήγορες ανακαλύψεις που θα έχουν θετικά αποτελέσματα.⁴³

- ο

Αποδοχή των αποτυχιών και ενθάρρυνση των εργαζομένων για

λήψη πρωτοβουλιών

Όταν μια επιχείρηση δραστηριοποιείται στον τομέα των καινοτομιών είναι πολύ πιθανό να μην έχει μόνο επιτυχίες και αποτυχίες. Εκείνο που θα πρέπει να γίνει αντιληπτό είναι ότι αποδεκτές πρέπει να γίνονται και οι αποτυχίες,

40 EOMMEX, 2009 , σελίδα 47

41 EOMMEX, 2009, σελίδα 47

42 EOMMEX, 2009, σελίδα 49

43 EOMMEX, 2009, σελ 49

γιατί προσφέρουν μοναδική γνώση στις επιχειρήσεις που προσπαθούν να καινοτομήσουν. ⁴⁴ Αυτή η γνώση μπορεί να βοηθήσει τη μελλοντική της ανάπτυξη καθώς θα έχει συνειδητοποιήσει τις δραστηριότητες που θα πρέπει να αποφύγει σε ένα μελλοντικό εγχείρημα, με αποτέλεσμα να προβεί πιο εύκολα στη δημιουργία της καινοτομίας. Επίσης η επιχείρηση θα πρέπει να δημιουργήσει την αντίληψη στον εργαζόμενο ότι δεν είναι ένοχος σε μια αποτυχία , αλλά θα πρέπει να προτείνει ιδέες ακόμη και μετά από μια τέτοια κατάσταση.

Εκχώρηση αρμοδιοτήτων στους εργαζομένους και αναγνώριση των

ο προσπαθειών τους

Για την ενίσχυση της καινοτομίας η επιχείρηση πρέπει να δείχνει ιδιαίτερη προσοχή στους εργαζομένους. Σημαντικό είναι τα ανώτερα στελέχη της επιχείρησης να εκχωρούν πολλά από τα καθήκοντά τους στους εργαζομένους, ώστε να νιώθουν παραγωγικοί αλλά και για να αξιοποιούνται οι δυνατότητές τους. Επίσης η επιβράβευση και η αποδοχή τους είναι ο καλύτερος τρόπος για να αισθάνονται ασφαλείς. Κάτω από αυτές τις συνθήκες δημιουργούνται προϋποθέσεις για την υλοποίηση καινοτόμων ιδεών.⁴⁵

Η ποιότητα και η ποσότητα της καινοτομίας μπορεί επίσης , να βελτιωθεί με την ανάπτυξη της αρχικής κατάρτισης των νέων αλλά και με την παροχή συνεχούς κατάρτισης στους εργαζομένους. Αρχικά πρέπει να δοθεί μέριμνα ώστε να ενταχθεί στα σχολεία το επιχειρηματικό και καινοτόμο πνεύμα στους νέους. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί με τη διδασκαλία εκπαιδευτικών προγραμμάτων που αφορούν τη λειτουργία μιας επιχείρησης, την αγορά, την τεχνολογία, τις διαδικασίες πειραματισμών και τρόπους δημιουργικότητας. Επίσης , πρέπει να καταβληθούν προσπάθειες για κατάργηση των προκαταλήψεων για τα τεχνικά επαγγέλματα. Επιπρόσθετα, στην ανάπτυξη της καινοτομίας θα συμβάλλει καθοριστικά η ενίσχυση της συνεχούς κατάρτισης στις επιχειρήσεις σε θέματα τεχνολογίας και ανάπτυξης και γενίκευσης των κύκλων κατάρτισης στην καινοτομία. ⁴⁶

44 Margaret A. White, Garry D. Bruton, 2010 , σελ 171

45 EOMMEX, 2009, σελίδα 50

46 Πράσινο Βίβλος για την καινοτομία, 1995, σελ 57-58

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

3.1 Μεθοδολογία Ανάλυσης της Μελέτης Περίπτωσης

Οι μελέτες περίπτωσης ανήκουν στην κατηγορία των ποιοτικών ερευνών και αποτελούν πραγματικές ή υποθετικές ιστορίες που αναφέρονται σε οικονομικά φαινόμενα και μεγέθη, σε σημαντικά πρόσωπα, σε επιχειρηματίες ή επιχειρήσεις. Με την μελέτη περίπτωσης δίνεται η δυνατότητα στον ερευνητή να διερευνήσει ένα φαινόμενο σε βάθος, να έρθει κοντά στο φαινόμενο, επιτρέποντας μια πλούσια περιγραφή και αποκαλύπτοντας την ενδότερη κατασκευή της. Ο σκοπός της μελέτης περίπτωσης είναι η περιγραφή, η ανακάλυψη ακόμα και ο έλεγχος διαφόρων φαινομένων. Έτσι, με την παρουσίαση μιας μελέτης περίπτωσης που αφορά μια επιχειρηματική ιστορία αναδεικνύεται ο τρόπος δράσης της επιχείρησης ή του επιχειρηματία και αποκαλύπτεται ο τρόπος που οδηγήθηκαν στην επιτυχία.

Οι μελέτες περίπτωσης αναπτύσσονται και εφαρμόζονται με δύο τρόπους:

1. Γίνεται εφαρμογή των γνώσεων που έχουν παρουσιαστεί στην θεωρία, με στόχο την σύνδεση της θεωρίας με τη πράξη.
2. Χρησιμοποιείται όταν δεν έχει παρουσιαστεί ακόμη το σύνολο των θεωρητικών γνώσεων , έτσι ώστε να κεντριστεί η φαντασία των αναγνωστών και να υποκινηθούν προς την γνώση.⁴⁷

47 Μεθοδολογία Μελέτης Περίπτωσης για την ανάλυση μιας επιχείρησης , Καλογήρου και Παναγιωτόπουλος, 2015

Κατά τη σύνταξη της ανάλυσης των μελετών περίπτωσης της επιχείρησης ΚΟΡΡΕ Α.Ε. , ακολουθείται η παρακάτω διαδικασία

- 1) Έρευνα και ανάλυση του ιστορικού και της ανάπτυξης της εταιρείας. Το πρώτο στάδιο είναι διερευνητικό. Περιλαμβάνει την ανάλυση της εταιρείας από την ίδρυσή της και τη μελέτη των πιο κρίσιμων συμβάντων που την οδήγησαν στην ανάπτυξη.
- 2) Ανάλυση των υλοποιήσεων της εταιρεία. Σε αυτό το στάδιο ανάλυσης της μελέτης περίπτωσης απαιτείται ο προσδιορισμός και η ανάλυση της δομής και των συστημάτων ελέγχου που χρησιμοποιεί η εταιρεία για να υλοποιήσει τις στρατηγικές της δραστηριότητες. Αξιολογείται η οργανωτική αλλαγή, τα επίπεδα της ιεραρχίας, οι ανταμοιβές των εργαζομένων, οι συγκρούσεις, καθώς και άλλα θέματα που είναι σημαντικά για την εταιρεία που αναλύεται.
- 3) Προσδιορισμός του εταιρικού επιπέδου στρατηγικής. Για τον προσδιορισμό του εταιρικού επιπέδου στρατηγικής χρειάζεται εντοπισμός και αξιολόγηση της αποστολής της εταιρείας και των στόχων της. Επίσης , ανάλυση της γραμμής της εταιρείας και των θυγατρικών της, καθώς και των εξαγορών της.
- 4) Προσδιορισμός των δυνατών και των αδύνατων σημείων της εταιρείας. Χρησιμοποιώντας τις πληροφορίες που συγκεντρώθηκαν στο πρώτο στάδιο εντοπίζονται τα σημεία που δημιουργούν στην εταιρεία ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αλλά και οι αδυναμίες της.
- 5) Συλλογή πληροφοριών για το εξωτερικό περιβάλλον. Αφορά τον εντοπισμό των ευκαιριών και των απειλών από το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης και την αξιολόγηση της επίδρασής των διάφορων παραγόντων πάνω στον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης.
- 6) Ανάλυση των πορισμάτων. Χρησιμοποιώντας τις πληροφορίες του τέταρτου και πέμπτου βήματος, χρειάζεται να δημιουργηθεί μια αξιολόγηση. Γίνεται σύγκριση των πλεονεκτημάτων και των αδυναμιών της εταιρεία και των εξωτερικών απειλών με τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται. Προσδιορίζεται αν

η εταιρεία βρίσκεται σε ισχυρή ανταγωνιστική θέση και αν μπορεί να συνεχιστεί με τον σημερινό ρυθμό της επιτυχίας.⁴⁸

3.2 ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΚΟΡΡΕ Α.Ε.⁴⁹

3.2.1 Ο Κλάδος των φυτικών καλλυντικών & ο ανταγωνισμός

Οι ελληνικές εταιρίες φυσικών καλλυντικών στρέφονται στις γειτονικές χώρες και αναπτύσσονται με franchising. Αυτό συμβαίνει γιατί έχει διαπιστωθεί ότι έχει αυξηθεί σημαντικά το εισόδημα των γειτονικών χωρών τα τελευταία χρόνια. Ο παραπάνω λόγος σε συνδυασμό με την μείωση του ενδιαφέροντος κατα 30% - 35% στην Ελλάδα λόγω κρίσης , ωθεί το ελληνικό επιχειρείν να βρεί διέξοδο και εταίρους εκτός συνόρων.

Τα τελευταία έτη η αγορά διαθέτει μεγάλο αριθμό ' φυσικών ' καλλυντικών , πολύ λίγα όμως είναι πραγματικά φυσικά ή ακόμα κι αν είναι, μπορεί τα φυσικά συστατικά που περιέχουν να μην είναι κατάλληλα για την υγεία μας.⁵⁰

Μια ελληνική πρωτοτυπία είναι τα λεγόμενα φυτικά καλλυντικά. Ο διαχωρισμός φυσικών και φυτικών καλλυντικών γίνεται μόνο στην Ελλάδα. Στην Ευρώπη και στην Αμερική τα καλλυντικά που δεν έχουν χημικά συστατικά και δεν δοκιμάζονται σε ζώα ονομάζονται natural cosmetics , δηλαδή φυσικά καλλυντικά. Στην Ελλάδα ο διαχωρισμός σε φυτικά καλλυντικά γίνεται γιατί κάποια καλλυντικά μπορεί να είναι φυτικά, δηλαδή ως πρώτες ύλες να έχουν χρησιμοποιήσει βότανα και φυτά, αλλά να μην είναι φυσικά, δηλαδή μπορεί να περιέχουν και χημικά. Ο όρος φυτικά καλλυντικά,

48 Μεθοδολογία Μελέτης Περίπτωσης για την ανάλυση μιας επιχείρησης , Καλογήρου και Παναγιωτόπουλος , 2015

49 Fysikakallyntika.wordpress ,2009

50 Fysikakallyntika.wordpress ,2009

προωθήθηκε από μερικές μεγάλες εταιρίες με σκοπό να συγχέεται ο καταναλωτής και να ταυτίζει το φυσικό με το φυτικό.⁵¹

Μεγάλες πολυεθνικές εταιρίες επενδύουν στην πράσινη επιχειρηματικότητα προσδίδοντας τρία βασικά πλεονεκτήματα, αποφέρει χαμηλά κόστη, επιπρόσθετα κέρδη και δημιουργεί προϋποθέσεις για νέες επιχειρήσεις. Επιπλέον σε μακροχρόνιο επίπεδο , προσφέρει ένα εξίσου σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω της ταχείας ανάπτυξης της διαφοροποίησης και την ενδυνάμωση της σχέσης με το πελάτη. Σύμφωνα με πολλούς ακαδημαϊκούς η καινοτομία είναι αυτή που θα φέρει την πρόοδο σε περιόδους οικονομικής ύφεσης και στην πραγματικότητα η αειφόρος ανάπτυξη αποτελεί την νέα οικονομία.⁵²

Οι παραπάνω εξελίξεις όπως είναι φυσικό επηρεάζουν και το Μάρκετινγκ αποκτώντας μια νέα φιλοσοφία το Πράσινο Μάρκετινγκ, στο οποίο περιλαμβάνονται όλες οι δραστηριότητες για την ικανοποίηση των αναγκών ή των επιθυμιών των καταναλωτών, με όσο το δυνατό λιγότερο επιζήμιο αντίκτυπο στο περιβάλλον.⁵³

Ένα από τα ευρήματα της έρευνα του εργαστηρίου Μάρκετινγκ του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών το 2008 για το Πράσινο Μάρκετινγκ είναι και η πρωτεύουσα προτεραιότητα για τους καταναλωτές να επιδιώκουν ένα υγιεινό τρόπο ζωής με σεβασμό στο περιβάλλον. Επιπλέον η επιλογή του φαρμακείου ως τόπος αγοράς φυτικών καλλυντικών δείχνει ότι συνδέονται άμεσα τα προϊόντα αυτά με την υγεία του καταναλωτή. Τέλος , αξιοσημείωτο είναι ότι κατά το 2011 οι αγορές στα φυτικά καλλυντικά αυξήθηκαν αισθητά σε σχέση με 2010.⁵⁴

Στην ενότητα αυτή θα ασχοληθούμε με τη μελέτη της περίπτωσης KOPPE A.E. , αλλά πριν από όλα αυτά θα γίνει μια σύντομη αναφορά στο κλάδο , στην κατάσταση του κλάδου των καλλυντικών αλλά πιο συγκεκριμένα στο κλάδο των φυτικών καλλυντικών.

Γενικά ο κλάδος των καλλυντικών χαρακτηρίζεται από μεγάλο ανταγωνισμό στην εγχώρια αγορά. Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή ή στην εισαγωγή καλλυντικών προϊόντων είναι πολυάριθμες, ενώ

51 Fysikakallyntika.wordpress , 2009

52 Αυλωνίτης, Παπαδάς , 2012

53 Αυλωνίτης, Παπαδάς, 2012

54 Αυλωνίτης, Παπαδάς, 2012

μεγάλος είναι και ο αριθμός των εμπορικών σημάτων που κυκλοφορούν στην αγορά. Προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον έντονο ανταγωνισμό που επικρατεί στον κλάδο και να διερευνήσουν τα μερίδια που κατέχουν στην αγορά, ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις επικεντρώνονται στη κυκλοφορία εξειδικευμένων προϊόντων. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν φυσικά – φυτικά καλλυντικά , η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει ανοδική πορεία λόγω της στροφή των καταναλωτών σε πιο υγιεινό τρόπο ζωής. Οι περισσότεροι καταναλωτές προτιμούν πλέον «αθώα» καλλυντικά , που δεν επιβαρύνουν με επικινδυνα χημικά τον οργανισμό τους.

Η αγορά των φυτικών καλλυντικών παρουσιάζει ετήσιο ρυθμό αύξησης της τάξης του 20% , σύμφωνα με στοιχεία του κύκλου της αγοράς ,έναντι 3% - 4% της ετήσιας αύξησης των παραδοσιακών καλλυντικών και έτσι ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις του κλάδου επεκτείνουν την παρουσία τους στα φυτικά προϊόντα περιποίησης. Έτσι , τα τελευταία χρόνια λόγω της αυξημένης αγοράς των φυτικών καλλυντικών παρατηρείται μια ιδιαίτερα έντονη ανάπτυξη του ανταγωνισμού μεταξύ αυτών των εταιρειών και πιο συγκεκριμένα εμφανίζεται μεταξύ της Apivita , της Fresh Line, του Masticha Shop , του Mastic Spa , του KOPPE A.E και άλλων.

Την αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ των εταιρειών επηρέασε σημαντικά και η διαφήμιση, η οποία παρουσιάζεται όλο και πιο έντονη, με την τηλεόραση να αποτελεί βασικό μέσo προβολής αυτών και τα περιοδικά να ακολουθούν. Ένδεικτικό της έντασης του ανταγωνισμού και λαμβάνοντας υπόψη τους οριακούς ρυθμούς αύξησης της αγοράς τα τελευταία χρόνια δεν προκαλεί εντύπωση το γεγονός ότι η διαφημιστική δαπάνη του κλάδου αυξάνεται τα τελευταία χρόνια σε ποσοστό 9% ετησίως, αγγίζοντας τα 180 εκ. Ευρώ.

Σημειώνεται πως, αν και τα προϊόντα του κλάσου αυτού είναι συνδεδεμένα με την ανθρώπινη υγεία και την καλή εξωτερική εμφάνιση, την περίοδο αυτή όπου το διαθέσιμο εισόδημα περιορίζεται, ενδεχομένως οι καταναλωτές να μετατοπιστούν προς τα φθηνότερα προϊόντα, δηλαδή προϊόντα ευρείας κατανάλωσης και κυκλοφορείας. Συνεπώς τα επόμενα χρόνια οι επιχειρήσεις του κλάδου θα αναμένουν κάμψη στη αγορά καλλυντικών.

3.2.2 Ιστορική Αναδρομή της ΚΟΡΡΕ Α.Ε.

Ο Γιώργος Κορρές είναι Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας που ο ίδιος δημιούργησε , «ΚΟΡΡΕΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ - ΦΥΣΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ» με τον διακριτικό τίτλο «ΚΟΡΡΕΣ Α.Ε.» . Ο Γ. Κορρές σπούδασε στη φαρμακευτική σχολή και μετά το τέλος των σπουδών του το 1989 ξεκίνησε να εργάζεται στο πιο παλιό Ομοιοπαθητικό φαρμακείο στην Ελλάδα (Φαρμακείο Τζιβανίδη) , το οποίο και ανέλαβε πλήρως απο το 1992.

Από την αρχή επένδυσε στην δημιουργία ενός εργαστηρίου παραγωγής Ομοιοπαθητικών σκευασμάτων στα πρότυπα των πιο σύγχρονων στην Ευρώπη. Αυτή η προσπάθεια έτυχε ευρείας αποδοχής τόσο από τους ομοιοπαθητικούς ιατρούς όσο και τους ασθενείς της ομοιοπαθητικής. Παράλληλα με τα ομοιοπαθητικά σκευάσματα στο φαρμακείο γίνονταν η προετοιμασία ενός μεγάλου εύρους προϊόντων με βότανα.⁵⁵

Το 1996 βασισμένος στην αποδοχή των προϊόντων, στην επιστημονική εμπειρία που είχε αποκτήσει και την πίστη στα προϊόντα που βασίζονται σε φυσικές πρώτες ύλες, θα αποτελέσει έτος σταθμό για τον Γ. Κορρέ, καθώς θα ιδρύσει την εταιρεία «ΚΟΡΡΕΣ ΦΥΣΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ» , με σκοπό τη δημιουργία προϊόντων με βότανα, που να είναι ασφαλή, αποτελεσματικά, ευχάριστα στην παρουσία τους και ταυτόχρονα σε προσιτή τιμή.

Σημαντικό αρωγό σε αυτή την προσπάθεια αποτελεί η τεχνολογία. Συνδυάζοντας τις ιδιότητες των βοτάνων με τις πρόσφατες εξελίξεις στην κοσμηματολογία κατάφερε χάρη στον ισχυρό R&D της εταιρείας να δημιουργεί διαρκώς προϊόντα χωρίς παράγωγα πετρελαίου, σιλικόνες και προπυλενογλυκόλης. Πρόκειται για μια πρωτοποριακή επιλογή, η οποία τόσο από πλευράς σύνθεσης όσο και ποιότητας, κάνει τα φυσικά προϊόντα Κορρέ ξεχωριστά όχι μόνο στην εγχώρια, αλλά ακόμα και στη παγκόσμια αγορά. Η εταιρεία αρχικά παρήγαγε ένα προϊόν και σήμερα παράγει περισσότερα από πεντακόσια διαφορετικά προϊόντα, συμπεριλαμβανομένων και ειδικών κατηγοριών προϊόντων. Στην Ελλάδα, τα προϊόντα ΚΟΡΡΕ έχουν παρουσία σε περισσότερα από έξι χιλιάδες φαρμακεία ενώ στο εξωτερικό έχουν αποκτήσει σημαντική παρουσία σε τριάντα χώρες, στα ράφια επώνυμων αλυσίδων διανομής και λειτουργούν εικοσιεπτά αυτόνομα καταστήματα στις μεγαλύτερες πόλεις του κόσμου. Η εταιρεία έχει επενδύσει στην έρευνα για νέες φόρμουλες και νέα συστατικά, όπως και σε νέες τεχνολογίες , οι οποίες συμβάλλουν στη δημιουργία νέων καινοτόμων προϊόντων που βασίζονται στην ελληνική φύση. Η εταιρεία διαθέτει δύο εργαστήρια έρευνας και ανάπτυξης. Το πρώτο ασχολείται με την ανάπτυξη φυσικών καλλυντικών προϊόντων. Η ομάδα αποτελείται από χημικούς, μηχανικούς και βιολόγους οι οποίοι εστιάζουν στην συνταγογράφηση, στον έλεγχο και στη

55 Gr.korres.com/el/heritage

βιομηχανοποίηση των συνθέσεων. Για το σκοπό αυτό και με το δεδομένο ότι η αγορά του καλλυντικού εξελίσσεται με αλματώδη βήματα , συνεργάζονται με Πανεπιστημιακά Τμήματα

και Ερευνητικά Ινστιτούτα , με οίκους ανάπτυξης τεχνολογίας και πρώτων υλών του εξωτερικού.

Το δεύτερο ασχολείται με την ανάπτυξη βιολογικής καλλιέργειας φυτικών παραγώγων (εκχυλίσματα, αιθέρια έλαια, φυτικά έλαια, κλπ) για χρήση τόσο σε καλλυντικά και τρόφιμα όσο και σε φυτοθεραπευτικά σκευάσματα και συμπληρώματα διατροφής. Στο εργαστήριο απασχολούνται γεωπόνοι και χημικοί οι οποίοι επικεντρώνονται στο προϊόν από την σπορά του μέχρι την δημιουργία της τελικής πρώτης ύλης.

Στην ερευνητική δραστηριότητα της εταιρείας πηγή εμπειρίας και γνώσης αλλά και απαραίτητο εργαλείο για την ανάπτυξη νέων και καινοτόμων προϊόντων αποτελεί η συνεργασία τόσο με τον τομέα Φαρμακογνωσίας της Φαρμακευτικής Σχολής όσο και άλλων Πανεπιστημιακών τμημάτων αλλά και Ερευνητικών Φορέων. Η εταιρεία του Γ. Κορρέ ακολουθεί μια επιτυχημένη πορεία.⁵⁶

Στη συνέχεια γίνεται μια αναφορά στα βήματα που ακολούθησε από την ίδρυση της. Το 2000 άρχισε η έναρξη προώθησης των προϊόντων Κορρε στα οποία πολύ σύντομα αναδεικνύονται κατά την αναφερόμενη περίοδο, πρώτα σε πωλήσεις. Τον ίδιο χρόνο η «Γ. Κορρές Μονοπρόσωπη Ε.Π.Ε.» μετατρέπεται σε ανώνυμη με τον επωνυμία « Κορρές Ανώνυμη Εταιρεία - Φυσικά Προϊόντα» και διακριτικό τίτλο «Φυσικά Προϊόντα Κορρέ».

Το 2001 τα προϊόντα Κορρές πωλούνται πλέον στα καταστήματα Harvey Nichols του Λονδίνου. Η συμφωνία αυτή αποτέλεσε την έναρξη συνεργασιών με μεγάλα πολυκαταστήματα όπως τα Liberty, Selfridges, The Conran shop, Le Bon Marche, Galleries Lafayette στην Αγγλία και τη Γαλλία , γεγονός που οδήγησε σε διεύρυνση της αναγνωρισιμότητας των προϊόντων. Επίσης δημιουργήθηκαν προϊόντα με φυσικές πρώτες ύλες και εκχυλίσματα βοτάνων χωρίς παράγωγα πετρελαίου και σιλικόνες. Διευρύνθηκε η ποικιλία των παραγόμενων προϊόντων και προωθήθηκαν νέα προϊόντα για το σώμα και τα μαλλιά.

Το 2002 ξεκίνησε η λειτουργία του πρώτου καταστήματος το οποίο πουλά αποκλειστικά προϊόντα Κορρέ στο Chelsea του Λονδίνου. Το κατάστημα έχει

56 Gr.korres.com/el/heritage

ιδρυθεί από τον τοπικό διανομέα των προϊόντων , λειτουργώντας όμως σύμφωνα με τις προδιαγραφές που θέτει η εταιρεία.

Το 2003 απονέμεται στην εταιρεία το βραβείο Ανάπτυξης και Καινοτομίας από τον Πρόεδρο της Δημοκρατίας και τη Λέσχη Επιχειρηματικότητας.

Το 2004 πωλούνται τα προϊόντα Κορρές σε περισσότερα καταστήματα στις Ηνωμένες Πολιτείες και στην Βαρκελώνη και ξεκινά η συνεργασία με την

Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου για τη δημιουργία μιας νέας σειράς προϊόντων , με την επωνυμία Korres Greek Flora.

Τον επόμενο χρόνο συνάφθηκε συμφωνία με τον Αναγκαστικό Συνεταιρισμό Κροκοπαραγωγών Κοζάνης για την προσθήκη του κρόκου Κοζάνης στη σειρά Korres Greek Flora.

Το 2006 δημιουργήθηκε μια νέα σειρά προϊόντων μακιγιάζ «Κορρές Χρώμα» σε συνεργασία με την Ιταλική εταιρεία μακιγιάζ Intercos Italia S.p.A. , με βάση τις προδιαγραφές που αναπτύχθηκαν από το τμήμα έρευνας και ανάπτυξης της εταιρείας. Επίσης, υπογράφηκε συμφωνία με επιχειρηματικό όμιλο στην Κίνα. Η συμφωνία αφορά τη διανομή προϊόντων της εταιρείας τόσο σε καταστήματα που πωλούν αποκλειστικά προϊόντα της όσο και σε οριοθετημένα καταστήματα λιανικής πώλησης, αρχικά σε καταστήματα του Πεκίνου όσο Σαγκάης. Το ίδιο έτος υπογράφηκε συμφωνία για την διείσδυση της εταιρείας στην Ιαπωνική αγορά με έντεκα σημεία πώλησης στο Τόκιο.⁵⁷

Το 2007 αλλάζει ο διακριτικός τίτλος της εταιρείας στη μορφή που έχει σήμερα και αναφέρθηκε και παραπάνω. Από την 12^η Απριλίου του 2007 οι μετοχές της διαπραγματεύονται στο Χρηματιστήριο Αθηνών. Είναι εγγεγραμμένη στο Μητρώο Ανώνυμων Εταιρειών (Μ.Α.Ε) και η διάρκεια της ορίζεται σε 100 χρόνια από την ημερομηνία καταχώρησης της στο (Μ.Α.Ε) . Επίσης το 2007 ιδρύθηκε η κατά τις 100% θυγατρική της εταιρείας “KINGS & QUEENS” και ολοκληρώθηκε η ίδρυση της εταιρείας με την επωνυμία «Προϊόντα Κρόκου Κοζάνης Α.Β.Ε.Ε.» , από κοινού με τον Αναγκαστικό Συνεταιρισμό Κροκοπαραγωγών Κοζάνης – Π . Ε και την Capital Connect Venture Partners.

Τον Οκτώβριο του 2009 η ΚΟΡΡΕΣ Α.Ε. προχώρησε στη σύναψη συμφωνίας παροχής άδειας χρήσεως των προϊόντων της, σε δυο θυγατρικές της Johnson & Johnson για την πώληση και διανομή των εμπορικών σημάτων Κορρές στην Λατινική Αμερική. Με την συμφωνία αυτή δίνονται δικαιώματα

57 Gr.korres.com/el/heritage

επί των πωλήσεων των προϊόντων Korré στην Λατινική Αμερική από το 2011 μέχρι το 2019. Το συμφωνημένο ελάχιστο ύψος των δικαιωμάτων που θα καταβληθούν στην KOPPE A.E. θα φτάνει το ύψος των 6 εκ δολαρίων, συμπεριλαμβανομένης της αρχικής αμοιβής ύψους 1,3 εκ δολάρια που καταβλήθηκε με την υπογραφή της συμφωνίας. Ο Γ.Κορρές υποστηρίζει ότι με τη συμφωνία αυτή υπάρχουν προοπτικές μεγένθυσης για την εταιρεία και εκτιμά πως θα υπάρξουν πολλαπλές μελλοντικές συνέργιες απο τη συγκεκριμένη ενέργεια.

Παρά τον υπερατλαντικό προσανατολισμό , τον οποίο θέτει σε προτεραιότητα για το 2010, έτος προετοιμασίας εως ότου η Johnson & Johnson αναλάβει επισήμως την παραγωγή και διάθεση των προϊόντων στις ΗΠΑ και στη Λατινική Αμερική, υπογραμμίζει ότι η εταιρεία θα επικεντρωθεί στις μεγαλύτερες

ευρωπαϊκές αγορές στις οποίες διακρίνει σημαντικά μεγαλύτερα περιθώρια ανάπτυξης.⁵⁸



3.2.3 Δραστηριότητα της KOPPE A.E.

58 Gr.korres.com/el/heritage

Η εταιρεία KOPPE A.E. , που αποτελεί την μελέτη περίπτωσης μας δραστηριοποιείται στην παραγωγή , διανομή και εμπορία καλλυντικών, φαρμακευτικών ειδών και διαιτητικών προϊόντων. Φιλοσοφία της εταιρείας είναι η παραγωγή προϊόντων χωρία παράγωγα πετρελαίου και προσθήκη χημικών ουσιών αλλά βασιζόμενα σε ενεργά εκχυλίσματα βοτάνων. Αναλυτικότερα οι κατηγορίες προϊόντων περιλαμβάνουν:

- Προϊόντα προσώπου: Περιλαμβάνονται προϊόντα που χρησιμοποιούνται για την περιποίηση και τον καθαρισμό του προσώπου όπως ενυδατικές κρέμες , μάσκες προσώπου , κρέμες ματιών, προϊόντα μακιγιαζ κ.λ.π.
- Προϊόντα μαλλιών: Στην κατηγορία αυτή περιέχονται βαφές μαλλιών και προϊόντα για την περιποίηση των μαλλιών όπως σαμπουάν και κρέμες.

Προϊόντα σώματος: Στην κατηγορία αυτή περιέχονται προϊόντα για την περιποίηση του σώματος όπως αφρόλουτρα και γαλακτώματα, σαπούνια χεριών, σφουγγάρια και αντηλιακά.

- Φαρμακευτικά Προϊόντα: Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται προϊόντα κατά της κυτταρίτιδας, αντιφθειρικά προϊόντα, εντομοαπωθητικά , σιρόπια για το βήχα, καραμέλε και ομοιοπαθητικά φάρμακα.
- Λοιπά Προϊόντα : Στη συγκεκριμένη κατηγορία περιλαμβάνονται κυρίως τα ξενοδοχειακά προϊόντα, δηλαδή τα «ΚΟΡΡΕΣ ΜΙΚΡΑ ΦΥΣΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ» , τα προϊόντα μαστίχας, δηλαδή η πλήρης σειρά προϊόντων τα οποία αναπτύχθηκαν σε συνεργασία με την Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου , τα προϊόντα που αφορούν την υγιεινή του στόματος, όπως οδοντόκρεμες και στοματικά διαλύματα, τα στιγμιαία ροφήματα με φυτικές ίνες, οι μαρμελάδες και λοιπά προϊόντα όπως αιθέρια έλαια , λάδια και προωθητικό υλικό.⁵⁹

59 Gr.korres.com/el/home

3.2.4 Έρευνα και Ανάπτυξη της ΚΟΡΡΕ Α.Ε.

Έρευνα

Κάποιοι ισχυρίζονται ότι τα φυσικά προϊόντα βασίζονται κυρίως σε παραδοσιακές συνταγές και όχι στην επιστημονική έρευνα. Πρωτογενής και εφαρμοσμένη έρευνα για αποδεδειγμένη δράση και αποτελεσματικότητα οδηγούν την ανάπτυξη των προϊόντων της εταιρείας. Το εργαστήριο Έρευνας και Ανάπτυξης ΚΟΡΡΕΣ εστιάζει στην έρευνα, στα φυσικά προϊόντα, αξιοποιώντας την εμπειρία των 3.000 ομοιοπαθητικών σκευασμάτων φυσικής προέλευσης του φαρμακείου και συμμετέχοντας σε Ευρωπαϊκά ερευνητικά προγράμματα σε συνεργασία με ελληνικά και διεθνή Πανεπιστημιακά Ιδρύματα.⁶⁰

Στόχος της εταιρείας είναι να παρέχει καινοτόμα και αποτελεσματικά προϊόντα βασισμένα σε δραστικά φυσικής προέλευσης, να προάγει την έρευνα στα φυσικά συστατικά σε συνδυασμό με τη βιοχημεία του δέρματος και να αναδεικνύει τα πολύτιμα ελληνικά βότανα μέσα από συνεργασίες με τοπικούς καλλιεργητές και παραγωγή υψηλής ποιότητας και αξίας βιολογικών εκχυλισμάτων⁶¹.

Η εταιρεία έχει συστήσει ένα ανεξάρτητο επιστημονικό συμβούλιο , που αποτελείται από υψηλού προφίλ καθηγητές και ερευνητές στους τομείς της Βιοχημείας , της Φαρμακογνωσίας και της Κλινικής Δερματολογίας. Μαζί ερευνούν τα κλινικά οφέλη των φυσικών συστατικών σε σχέση με την βιοχημεία της επιδερμίδας. Μελετώντας τα ευρήματα των πρόσφατων ερευνητικών προγραμμάτων και τις εξελίξεις στον τομέα των φυσικών, ενεργών συστατικών , συναποφασίζεται η κατεύθυνση της πρωτογενούς έρευνας σε συνεργασία με ελληνικά και διεθνή επιστημονικά ιδρύματα και πανεπιστήμια.

Ο σκοπός είναι να εξερευνήσουμε τα ενεργά μόρια φυσικής προέλευσης σε αρμονία με τα βιοχημικά μονοπάτια των κυττάρων για να επικυρωθεί η αποτελεσματικότητα κάθε νέας φόρμουλας. Εξελίσει τα προϊόντα πάνω σε δύο βασικούς άξονες: ⁶² στα αποτελέσματα πρωτογενούς και εφαρμοσμένης έρευνας και στις αξίες, την δέσμευση της εταιρείας να προβάλλει τα οφέλη των ελληνικών βοτάνων. Τη δέσμευση να παράγει φόρμουλες περιποίησης της επιδερμίδας που να είναι φιλικές προς το περιβάλλον. Τη δέσμευση να

⁶⁰ Gr.korres.com/el/research/korres-lab Έρευνα

⁶¹ Gr.korres.com/el/research/korres-lab Στόχος μας

⁶² Gr.korres.com/el/research/korres-lad Διεθνές ανεξάρτητο επιστημονικό συμβούλιο

αποφεύγεται η χρήση χημικών ουσιών όπως είναι τα mineral oils, οι σιλικόνες, τα parabens και η προπυλενογλυκόλη.

Ανάπτυξη

Η εταιρεία εξελίσσει τα προϊόντα πάνω σε δύο βασικούς άξονες: τα αποτελέσματα πρωτογενούς και εφαρμοσμένης έρευνας και στις αξίες, και την δέσμευση να προβάλλονται τα οφέλη των ελληνικών βοτάνων. Τη δέσμευση της εταιρείας να παράγει φόρμουλες περιποίησης της επιδερμίδας που είναι φιλικές προς το περιβάλλον. Τη δέσμευση μας να αποφευχθεί η χρήση χημικών ουσιών όπως είναι τα mineral oils, σιλικόνες και τα parabens. Αυτές ουσίες αντικαθίστανται από φυσικά συστατικά. Τέτοια συστατικά είναι τα Φαρμακευτικά Βότανα (καλέντουλα, νυχτολούλουδο) , Βότανα της ελληνικής χλωρίδας, δηλαδή φυτά που έχουν εξελίξει συγκεκριμένες ιδιότητες (θυμάρι, φασλόμηλο, δάφνη, μαστίχα και ελιά) , Βρώσιμες πρώτες ύλες (γιαούρτι, θυμαρίσιο μέλι) και ενεργά φυσικά δραστικά.⁶³

Η ΚΟΡΡΕΣ Α.Ε. αποφεύγει μια σειρά απο συστατικά όπως τα παρακάτω:⁶⁴

- **Mineral Oil/Petrolatum/ Paraffin wax**

Συνθετικά έλαια προερχόμενα από την κατεργασία πετρελαίου. Όταν χρησιμοποιούνται στα καλλυντικά τείνουν να φράσσουν τους πόρους και να δυσχεραίνουν τις λειτουργίες της επιδερμίδας.

Συνθετικά έλαια προερχόμενα από την κατεργασία πετρελαίου. Όταν χρησιμοποιούνται στα καλλυντικά τείνουν να φράσσουν τους πόρους και να δυσχεραίνουν τις λειτουργίες της επιδερμίδας

- **Silicones**

Μια ευρεία οικογένεια συνθετικών ενώσεων με χαρακτηριστικά απαλή, λεία υφή. Εκτός του ότι φέρουν όλα τα μειονεκτήματα των συνθετικών ελαίων, οι σιλικόνες δεν είναι φιλικές προς το περιβάλλον καθώς δεν βιοδιασπώνται.

- **Parabens**

Ομάδα χημικών ενώσεων που χρησιμοποιούνται ως συντηρητικά. Η χρήση τους είναι ιδιαίτερα αμφιλεγόμενη. Η υπερβολική έκθεση σε μια συγκεκριμένη οικογένεια parabens κυρίως μέσα από τις βιομηχανίες

63 Gr.korres.com/el/research/product-development Οι επιλογές μας

64 Gr.korres.com/el/research/product-development Συστατικά που αποφεύγουμε

φαγητού , καλλυντικών και φαρμάκων έχει κατηγορηθεί για ερεθιστική και τοξική δράση.

- **Propylene Glycol**

Ο πιο γνωστός και πολυχρησιμοποιημένος διαλύτης συνθετικής προέλευσης. Έχει κατηγορηθεί για αλλεργικές αντιδράσεις.

- **Ethanolamines**

Ομάδα συνθετικών ενώσεων που χρησιμοποιούνται στη ρύθμιση του PH και του ιξώδους. Οι αιθανολαμίνες έχουν συνδεθεί με αριθμό αλλεργιών και ερεθισμών της επιδερμίδας.

- **Phthalates**

Συνθετικά συστατικά που χρησιμοποιούνται ως διαλύτες αρωμάτων και απορροφούνται από τον οργανισμό κυρίως μέσω της εισπνοής αλλά και του δέρματος. Μπορεί να προκαλέσουν αλλεργικές αντιδράσεις και ορμονικές διαταραχές.

QUERCETIN & OAK DAY CREAM	FORMULA FACTS 80.2% Natural content NO Mineral Oil NO Petrolatum/ Paraffin Wax NO Silicones NO Parabens NO Propylene Glycol NO Ethanolamines NO PEG NO SLES NO ALES NO Phthalates NO Synthetic dye YES Fragrance NO Polycyclic Musks YES pH-neutral NO Alcohol NO Retinol NO Animal by-products NO Animal testing YES Suitable for vegans YES Wheat YES Nuts
PACKAGING FACTS ALL PACKAGING COMPONENTS ARE RECYCLABLE (paper, PP, PE)	

Εξαιρετικά σημαντική για την ίδια την εταιρεία είναι η ειλικρινής, διάφανη επικοινωνία με όσους επιλέγουν τα προϊόντα της. Τα τελευταία χρόνια είναι ευρύτατα διαδεδομένη στη βιομηχανία των καλλυντικών η πρακτική οικειοποίησης «πράσινων» στοιχείων (greenwashing) . Πολλές εταιρείες παρουσιάζουν τα προϊόντα τους ως φυσικά ενώ χρησιμοποιούν ένα ελάχιστο ποσοστό φυσικών πρώτων υλικών ή ισχυρίζονται ότι αποφεύγουν τη χρήση συγκεκριμένων ουσιών ενώ στην πραγματικότητα επιλέγουν άλλες πολλαπλά πιο επικίνδυνες. Το επίπεδο παραπληροφόρησης γύρω από τα φυσικά

καλλυντικά

σε συνδιασμό με τη δυσκολία κατανόησης των συστατικών που αναγράφονται στις συσκευασίες, καθιστά ακόμα πιο δύσκολο για τους καταναλωτές να διαλέξουν το σωστό για εκείνους προϊόν. Για το λόγο αυτό η ΚΟΡΕΕΔ Α.Ε. χρησιμοποιεί τον πίνακα με τα δεδομένα της φόρμουλας σε κάθε συσκευασία, απ'όπου είναι εμφανές το ποσοστό φυσικού περιεχομένου τους καθώς και η σύνθεση της φόρμουλας, με τρόπο τέτοιο ώστε να είναι κατανοητός από όλους.⁶⁵

65 Gr.korres.com/el/research/products-development Formula Facts

3.2.5 Καινοτόμα συστατικά που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή

Μία από τις βασικές αρχές της φιλοσοφίας, που έχει παραμείνει αναλλοίωτη από την αρχή της ιστορίας του φαρμακείου, είναι να αναπτύξει η εταιρεία προϊόντα φιλικά στην επιδερμίδα αλλά και στο περιβάλλον. Η ΚΟΡΡΕΣ Α.Ε. προσπαθεί να προστατεύσει στο μέγιστο δυνατό το περιβάλλον και τη συμβολή στην τοπική κοινότητα. Πασχίζει να κάνει το σωστό και αυτή η επιθυμία οδηγεί κάθε απόφαση που παίρνει, από τα συστατικά που χρησιμοποιεί, τον τρόπο που τα επιλέγει μέχρι το πως τα συσκευάζει, την πολιτική του «τίποτα να μην πηγαίνει χαμένο» και τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

Προστατεύοντας τα 1.200 ενδημικά είδη της Ελληνικής χλωρίδας, προστατεύουμε και την παγκόσμια χλωρίδα. Όλες οι φόρμουλες της ΚΟΡΡΕ Α.Ε. αναπτύσσονται με βάση φυσικά ή πιστοποιημένα οργανικά συστατικά. Οι plant hunters της εταιρείας επιλέγουν την ιδανική για κάθε φυτό περιοχή με γνώμονα το μικροκλίμα και την ποιότητα του χώματος ενώ ταυτόχρονα έχουν την υποχρέωση της προστασίας των υπό εξαφάνιση ειδών, καθώς και την παρακολούθηση της διατήρησης του πληθυσμού των φυτών. Αποφεύγεται η χρήση χημικών και ουσιών που μπορεί να είναι επιβλαβείς στην επιδερμίδα και το περιβάλλον. Χρησιμοποιούνται στον πίνακα με τα δεδομένα της εκάστοτε φόρμουλας στις συσκευασίες για να περιγράφονται ενδελεχώς τα ποσοστά φυσικότητας και η δομή της φόρμουλας με τρόπο τέτοιο ώστε να είναι κατανοητός σε όλους.⁶⁶

Άγριο Τριαντάφυλλο

Πρώτο καλλυντικό και παγκόσμια καινοτομία της εταιρείας είναι η φυσική 24ωρη κρέμα ενυδάτωσης, με βασικό συστατικό το άγριο τριαντάφυλλο. Η κρέμα αυτή ακόμα και σήμερα παραμένει best-seller σε όλες τις αγορές, 15

66 Gr.korres.com/el/research/innovation Καινοτομία

χρόνια μετά. Το έλαιο από τριαντάφυλλο είναι πλούσιο σε λινολεϊκό και λινολενικό οξύ, κατι που του προσδίδει σημαντικές αναπλαστικές, ενυδατικές και μαλακτικές ιδιότητες, ενώ ταυτόχρονα σχηματίζει ένα προστατευτικό φιλμ πάνω στην επιδερμίδα. Πρόκειται για μια φυσική πηγή Βιταμίνης C , εμφανίζοντας σημαντική επανορθωτική δράση σε λεπτές γραμμές και χρωματικές αλλοιώσεις της επιδερμίδας, ενώ συγχρόνως βοηθάει στην ομοιόμορφη κατανομή της μελανίνης και προσδίδει λάμψη και φωτεινότητα. ⁶⁷

Γιαούρτι Η πρώτη καλλυντική φόρμουλα παγκοσμίως βασισμένη σε βρώσιμο γιαούρτι. Η μεγαλύτερη πρόκληση του εργαστηρίου ανάπτυξης ΚΟΡΡΕΣ , καθώς η δημιουργία μιας σταθερής καλλυντικής φόρμουλας που μπορεί να διατηρήσει όλες τις ωφέλιμες ιδιότητες του “ζωντανού” γιαουρτιού, είναι ένα εργαστηριακό επίτευγμα και μια παγκόσμια καινοτομία για τη βιομηχανία των καλλυντικών. ⁶⁸

Καστανιά αρκαδική

Καστανιά αρκαδική , ένα από τα κορυφαία αντιξειδωτικά φυτά παγκοσμίως σύμφωνα με τη μεγαλύτερη έρευνα που έγινε ποτέ σε φυσικά συστατικά (έρευνα AGROCOS) λόγω της δραστικής Λουπεόλης, που στοχεύει στις ρυτίδες. Τα εργαστήρια ΚΟΡΡΕΣ επιτυγχάνουν για πρώτη φορά να ενδωματώσουν αποτελεσματικά σε καλλυντική σύνθεση την εξαιρετική δράση της λουπεόλης σε καθαρή μορφή δημιουργώντας το μόριο ACTIVE HALupeol. Ένα καινοτόμο μόριο καθαρής Λουπεόλης σε πλέγμα Υαλουρονικού οξέος, που μπαίνει για πρώτη φορά σε καλλυντική φόρμουλα. Μια παγκόσμια καινοτομία, που καταπολεμά τις ρυτίδες σε όλες τις διαστάσεις τους, βάθος, πλάτος και επιφάνεια καταγράφοντας αποδεδειγμένα προληπτική και επανορθωτική, εις βάθος, δράση κατά των ρυτίδων και αποκαθιστά την τρισδιάστατη δομή της επιδερμίδας. ⁶⁹

Μαύρη Πεύκη

Μια φυσική φόρμουλα η οποία αποτελείται από δύο καινοτομίες: τη βιολογία του πρωτεασώματος και την ενδυνάμωση με το ισχυρό φλαβονοειδές της

67 Gr.korres.com/el/research/innovation

68 Gr.korres.com/el/research/innovation

69 Gr.korres.com/el/research/innovation

Κερσετίνης (παγκόσμια καινοτομία ΚΟΡΡΕΣ) και τη βιολογία των μεταλλοπρωτεϊνών (MMPs) και πώς μπορούν να ρυθμίσουν την λειτουργία μέσω της εξειδικευμένης δράσης των πολυφαινολών από Μαύρη Πεύκη (Επιγαλλοκατεχίνη) .

Τέσσερα συστήματα δράσης φυσικής αντιγήρανσης:

- 1) Συσφιξή και ανόρθωση περιγράμματος προσώπου
- 2) Άμεσο lifting
- 3) Επανόρθωση ρυτίδων
- 4) Ενυδάτωση και λάμψη

Χρυσός Κρόκος

Μια χρυσή σύνθεση στην καρδιά της οποίας βρίσκεται το πολύτιμο βιολογικό εκχύλισμα Κρόκου Κοζάνης, ένα λουλούδι με σπάνια αντιοξειδωτικά. Το φρέσκο εκχύλισμα από τα πολύτιμα στίγματα του Κρόκου ενσωματώνεται στη φόρμουλα εντός 24 ωρών από τη στιγμή εκχύλισης, ώστε να διατηρεί το μέγιστο της αντιοξειδωτικής δύναμής του. Ένα χρυσό ελιξήριο διαχρονικής νεότητας με άμεση δράση "booster" και ορατά αποτελέσματα αντιγήρανσης. ⁷⁰

Σειρά περιποίησης μαλλιών

Η ΚΟΡΡΕΣ ανέπτυξε τα πρώτα προϊόντα περιποίησης μαλλιών με φυσική κατεύθυνση, χωρίς σιλικόνη. Ένα συνθετικό συστατικό, σύνθετες στα καλλυντικά προϊόντα εν γένει σε ποσοστό που μπορεί να αγγίζει το 99%, λόγω της χαρακτηριστικής απαλής υφής που προσφέρει. ⁷¹

3.2.6 ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΒΟΤΑΝΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙ Η ΚΟΡΡΕ Α.Ε.

Άγριο Τριαντάφυλλο

⁷⁰ Gr.korres.com/el/research/innovation

⁷¹ Gr.korres.com/el/research/innovation

Το άγριο τριαντάφυλλο είναι ίσως το πιο δημοφιλές λουλούδι παγκοσμίως. Τα αιθέρια έλαια του, είναι πλούσια σε λινολεϊκό οξύ έχουν θεραπευτικές και ενυδατικές ιδιότητες ενώ ταυτόχρονα μαλακώνουν και λειαίνουν την επιδερμίδα. Την ίδια στιγμή δημιουργούν ένα προστατευτικό φιλμ που υποβοηθά στην ανγέννηση των κυττάρων βελτιώνοντας έτσι την υφή της εποδερμίδας. Ακόμα, ο ανθός του άγριου τριαντάφυλλου ξεχωρίζει για τα υψηλά επίπεδα βιταμίνης C με έντονη επανορθωτική δράση στις ρυτίδες έκφρασης και τις δυσχρωμίεστης επιδερμίδας.⁷²

Ρόδι

Το εκχύλισμα του ρόδιου είναι μια πλούσια πηγή από ταννίνες, ανθοκυανίνες, βιταμίνες και ιχνοστοιχεία και χρησιμοποιείται συχνά για τις αντιοξειδωτικές του ιδιότητες. Ο καρπός του ροδιού είναι τρεις φορές πιο δραστικό αντιοξειδωτικό από το κόκκινο κρασί και το πράσινο τσάι. Αυτή η υψηλή συγκέντρωση αντιοξειδωτικών στο ρόδι είναι αποτελεσματική στην καταπολέμηση των ελεύθερων ριζών που προκαλούν πρόωρη γήρανση των κυττάρων του δέρματος. Το εκχύλισμα ροδιού παρουσιάζει, επίσης, στυπτικές ιδιότητες εξαιτίας της συγκέντρωσης των ταννινών. Το αποτέλεσμα είναι ότι βοηθά στη σύσφκη των πόρων, ενδυναμώνει την εποδερμίδα και είναι ιδανικό για λιπαρές και μικτές επιδερμίδες.⁷³

Αχιλλέα

Η παραδοσιακή θεραπευτική χρήση της Αχιλλέας έχει προσφάτως αναβαθμιστεί μετά από ιατρικές έρευνες. Η Αχιλλέα έχει σημαντική αντιβακτηριδιακή και θεραπευτική δράση. Ο ρόλος της στην περιποίηση της επιδερμίδας είναι σημαντικός καθώς ο λευκός αποξηραμένος ανθός της είναι ιδανικός για τις ευαίσθητες επιδερμίδες. Είναι φυσικός ρυθμιστής της λιπαρότητας της επιδερμίδας ενώ αναζωογονεί και τα μαλλιά.⁷⁴

72 Gr.korres.com/el/herbs/ingredients Βότανα

73 Gr.korres.com/el/herbs/ingredients Βότανα

74 Gr.korres.com/el/herbs/ingredients Βότανα

3.2.7 Παραγωγή, Εκχύλιση και Συσκευασία

Κατά την διαδικασία της παραγωγής χρησιμοποιείται 100% ανανεώσιμη ενέργεια. Ο υπολογισμός του ενεργειακού αποτυπώματος βασίζεται σε εμπειριστατωμένα, απλά κριτήρια που αντιπροσωπεύουν αληθινές, μετρήσιμες μειώσεις των βλαβερών εκπομπών. Το πιστοποιημένο φιλικό προς το περιβάλλον εργοστάσιο της εταιρείας KOPPE A.E , στο οποίο γίνεται η παραγωγή, η , συσκευασία και η αποθήκευση λειτουργεί αποκλειστικά με υδροηλεκτρική ενέργεια. Το 99% των συσκευασιών που χρησιμοποιούνται είναι απο ανακυκλώσιμα υλικά και όταν αυτό είναι δυνατό από ανακυκλωμένα. Για τις συσκευασίες χρησιμοποιούνται υλικά φιλικά προς το περιβάλλον, ενώ το κάθε προϊόν μας είναι έτσι σχεδιασμένο που τα επιμέρους κομμάτια του να μπορούν εύκολα να διαχωριστούν και να ανακυκλωθούν. Αποφεύγονται οι περιττές συσκευασίες όταν το επιτρέπει η φόρμουλα του προϊόντος όπως πχ στις σειρές περιποίησης μαλλίων και σώματος. Τα δεδομένα των συσκευασιών αναγράφονται στους πίνακες με τα στοιχεία της εκάστοτε φόρμουλας. Τηρείται αυστηρή πολιτική ανακύκλωσης για το τύπωμα, το πλαστικό , το χαρτί , το γυαλί, των ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών μονάδων καθώς και των επίπλεον που χρησιμοποιούνται στα σημεία πώλησης των προϊόντων της εταιρείας. Η ιδέα της ανακύκλωσης προωθείται μέσα από μίνι μονάδες ανακύκλωσης μέσα στα καταστήματα. Αντίστοιχα, συνεχή είναι τα επιμορφωτικά σεμινάρια για τα μέλη της ομάδα KOPPEΣ A.E.

Η εταιρεία έχει δημιουργήσει μια υποδειγματική και φιλική προς το περιβάλλον και πρώτη στην Ελλάδα, μονάδα παραγωγής εκχυλισμάτων. Επιτρέπει την επεξεργασία επιλεγμένων συστατικών με τέτοιο τρόπο, ώστε από κάθε βότανο να μπορεί να εξαχθεί μέχρι και 11 παράγωγα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στις φόρμουλες. Τα κατάλοιπά τους τα μετατρέπουμε σε οργανικό λίπασμα που αποστέλλεται στους συνεργαζόμενους αγρότες βιολογικών καλλιεργειών, έτσι ώστε πραγματικά να χρησιμοποιείται κάθε μέρος του βοτάνου και να υπάρχει μηδενική περιβαλλοντική επιβάρυνση. Έχουμε πάρει συνειδητά την απόφαση να προτιμούμε φυσικούς διαλύτες έναντι των χημικών , παρά το μεγαλύτερο κόστος τους σε μια ακόμα προσπάθεια να μην εποβαρύνουμε το περιβάλλον. ⁷⁵

3.2.8 Επενδύσεις της KOPPE A.E.

75 Gr.korres.com/el/research

Η εταιρεία αναπτύσσει ένα αξιόλογο επενδυτικό σχέδιο και αξίζει να γίνει αναφορά στις πιο σημαντικές επενδύσεις. Ξεκίνησε το 2003 ένα ευρύ επενδυτικό πρόγραμμα με τα κυριότερα σημεία του να περιλαμβάνουν την αγορά και ανακατασκευή βιομηχανοστασίου στην περιοχή των Οινοφύτων Βοιωτίας. Το κόστος της παραπάνω επένδυσης ανέρχεται στα 4 εκ ευρώ και πραγματοποιήθηκε το 2003 με χρηματοδοτική μίσθωση. Την αγορά , μέσω χρηματοδοτικής μίσθωσης, ειδικών επίπλων παρουσίασης προϊόντων (stands) τα οποία αποστέλλονται και τοποθετούνται στα σημεία πώλησης (κυρίως φαρμακεία), συνολικής αξίας 801 χιλ ευρώ, την αγορά και εγκατάσταση του νέου μηχανολογικού εξοπλισμού αξίας 110 χιλ ευρώ.

Το 2004 οι κυριότερες επενδύσεις αφορούν την αγορά νέου μηχανογραφικού συστήματος διαχείρισης αποθήκης (WMS) , κόστους 58 χιλ ευρώ, τις εργασίες για τη διαμόρφωση των νέων εγκαταστάσεων, κόστους 54 χιλ ευρώ, την αγορά μέσω χρηματοδοτικής μίσθωσης επίπλων παρουσίασης (stands) , συνολικής αξίας 30 χιλ ευρώ.

Κατά την οικονομική χρήση του 2005, η εταιρεία συνέχισε να επενδύει στην ολοκλήρωση των εργασιών των νέων εγκαταστάσεων όσο και στην περαιτέρω ενίσχυση-αναβάθμιση του μηχανολογικού και μηχανογραφικού εξοπλισμού της.

Οι κυριότερες επενδύσεις για την προαναφερόμενη χρήση περιελάμβαναν τη δημιουργία μονάδας επεξεργασίας νερού με διπλή αντίστροφη όσμωση, την εγκατάσταση λεβητοστασίου και , τέλος μια σειρά από ηλεκτρολογικές και οικοδομικές εγκαταστάσεις προκειμένου να ολοκληρωθεί η μετεγκατάσταση του συνόλου των τμημάτων της εταιρείας στις νέες εγκαταστάσεις στα Οινόφυτα. Το συνολικό κόστος των παραπάνω επενδύσεων ανέρχεται στα 490 χιλ ευρώ. Επίσης, την αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού αξίας 195 χιλ ευρώ, για προϊόντα μακιγιάζ, καθώς και λοιπού μηχανολογικού εξοπλισμού (μηχανήματα παραγωγής κρεμών, αεροστάτης καζάνια και κλπ) συνολικής αξίας 115 χιλ ευρώ καθώς και την αγορά, με ίδια κεφάλαια λοιπού εξοπλισμού τόσο για το εργοστάσιο όσο και για το νέο κατάστημα στο αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος συνολικής αξίας 375 χιλ ευρώ.

Κατά το πρώτο εξάμηνο του 2006 σημείωσε επενδύσεις που περιλαμβάνου :την αγορά, μέσω χρηματοδοτικής μίσθωσης, επίπλων παρουσίασης προϊόντων συνολικής αξίας 940 χιλ ευρώ , την τοποθέτηση συστημάτων βιολογικού καθαρισμού , την επέκταση των δικτύων ατμού πεπιεσμένου αέρα και θέρμανσης την ηλεκτρονική εγκατάσταση στο χημείο καθώς και σε σειρά από λοιπές οικοδομικές εργασίες, τόσο στο βιομηχανοστάσιο όσο και στους εξωτερικού χώρους, συνολικής αξίας 570 χιλ ευρώ, την εγκατάσταση λογισμικών προγραμμάτων που αφορούν την ποιοτική διαβεβαίωση , την ηλεκτρονική διαχείριση και παρακολούθηση των

τιμιολογήσεων και των εισπράξεων της εταιρείας και τέλος, εφαρμογές για τη διαχείριση, παρακολούθηση και καταγραφή των δημοσίων σχέσεων της εταιρείας , συνολικής αξίας 98 χιλ ευρώ. Οι κυριότερες επενδύσεις κατά τη διάρκεια του δευτέρου εξαμήνου του 2006 ήταν !Αγορά, μέσω χρηματοδοτικής μίσθωσης, επίπλων παρουσίασης προϊόντων συνολικής αξίας 407 χιλ ευρώ , εργασίες στα δίκτυα νερού , ατμού και αέρος απαραίτητα για την παραγωγική διαδικασία, αξίας 251 χιλ ευρώ, η αγορά μιας καρτονέζας συσκευασίας , μηχανής απαραίτητη στην διαδικασία συσκευασίας των προϊόντων, καθώς και αγορά καλουπιών για σειρά προϊόντων της εταιρείας 451 χιλ ευρώ, η αγορά αδειών χρήσης λογισμικού γραφείου καθώς και η αγορά λογισμικού για την εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου συνολικής αξίας 53 χιλ ευρώ.

Την περίοδο 2007 – 2008 η εταιρεία συνεχίζει με τις ακόλουθες επενδύσεις αποφασίζει για τη συμμετοχή της στο μετοχικό κεφάλαιο της «Προϊόντων Κρόκου Κοζάνης Α.Ε.Β.Ε.» , καθώς και η εξαγορά της. Η εξαγορά της εταιρείας «Γ. & Α. Κορρες Ο.Ε. « Οι παραπάνω ενέργειες θα χρηματοδοτηθούν εν μέρει από τα ίδια κεφάλαια την εταιρεία και εν μέρει με χρήση τραπεζικού δανεισμού. ⁷⁶

3.2.9 Μορφές Χρηματοδότησης των Δραστηριοτήτων της ΚΟΡΡΕ

A.E.

Η εταιρεία για την ανάπτυξη της πέρα από προσωπικά της κεφάλαια έχει δυνατότητα πρόσβασης στις εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι την περίοδο 2003 – 2005 βασίστηκε κυρίως στα ίδια κεφάλαιά της και στον τραπεζικό δανεισμό για να καλύψει κυρίως τις επενδύσεις που πραγματοποίησε. Επίσης, τμήματα των επενδύσεων του 2005 και του Α Εξαμήνου του 2006 έχουν υπαχθεί για χρηματοδότηση από το πρόγραμμα του

ΕΠΑΝ. Το συνολικό εγκεκριμένο ποσό που έχει υπαχθεί στο ανώτερο

πρόγραμμα ανέρχεται στα 3.752.260 ευρώ , το 25 % του οποίου θα καλυφθεί με ίδια συμμετοχή της εταιρείας από την Άντληση Κεφαλαίων μέσω της Δημόσιας Ποροσφοράς. Αντίστοιχα το 50% θα καλυφθεί με Δημόσια Χρηματοδότηση από το ΕΠΑΝ (απόφαση 10210/ΔΒΕ/1074/18/5.06) ενώ το υπόλοιπο 25 % με τραπεζικό δανεισμό.

Επιπρόσθετα η εταιρεία εκτός του προαναφερόμενου επενδυτικού προγράμματος έχει υπαχθεί στα παρακάτω επιχορηγούμενα επνδυτικά ή επιχειρησιακά προγράμματα:

- 1) Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα – «Προϊόντα από φυτά της Πολωνίας και της Ελλάδας με δράση στο ανασοποιητικό σύστημα».
- 2) Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα – «Βιοτεχνολογική προσέγγιση στην παραγωγή δευτερογενών μεταβολιτών απο φαρμακευτικά φυτά. Φυτοχημικές μελέτες – Βιολογικές δράσεις».
- 3) Πρόγραμμα ΗΡΩΝ – «Βιοκατευθυνόμενη απομόνωση μορίων από τα φυτά της Ελληνικής χλωρίδας με εκλεκτική δράση στον υποδοχέα οιστρογόνων – ΗΡ-35».
- 4) ΠΑΒΕΤ-2005-05ΠΑΒ219 «Ανάπτυξη πιλοτικού σχήματος παραγωγής και εμπορικής αξιοποίησης στην αρχιτεκτονική τόπου και την βιομηχανία καλλυντικών τριών αυτοφυών αρωματικών – φαρμακευτικών ειδών».

- 5) ΠΑΒΕΤ-2005 – 05ΠΑΒ29 «Αξιοποίηση Φυτικών Προϊόντων Ελληνικής προέλευσης με αντιγηραντική δράση».⁷⁷

3.2.10 Στόχοι και Αρχές της KOPPE A.E.

Η εταιρεία KOPPEΣ A.E. στοχεύει στην συνεχή ανάπτυξη αξιοποιώντας τις ευκαιρίες που εντοπίζει στην Ελλάδα και στις αγορές του εξωτερικού αλλά και διατηρώντας την υψηλή ποιότητα των προϊόντων της. Οι στρατηγικοί στόχοι της εταιρείας επικεντρώνονται στις παρακάτω επιλογές.

- Συνέχιση της ανάπτυξης και προώθησης της υφιστάμενης μάρκας τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Ανάπτυξη και προώθηση νέας μάρκας προϊόντων μαλλιών και σώματος με την επωνυμία Kings & Queens.
- Έρευνα και ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων.

Στους μακροπρόθεσμους στόχους της εταιρείας ανήκει η επιτάχυνση του ρυθμού ανάπτυξης των εξαγωγών της και η ανάπτυξη του κύκλου εργασιών της από τις πωλήσεις στο εξωτερικό.

Η εταιρεία στηρίζει τους στόχους της σε ορισμένες βασικές αρχές που διέπουν όλα τα προϊόντα της, οι οποίες είναι:

- i. Η επιλογή δραστικών συστατικών φυσικής προέλευσης και υψηλής ποιότητας.
- ii. Η αποφυγή διατύπωσης υπερβολικών υποσχέσεων.
- iii. Η επιστημονική και αισθητική αρτιότητα
- iv. Η προσιτή τιμή για δυνατότητα καθημερινής χρήσης.

Με βάση τις αρχές της, η εταιρεία έχει τιμηθεί σε σειρά βραβείων για την επιχειρηματικότητα, την καινοτομία, τις παραγωγικές διαδικασίες, την

⁷⁷ <http://gr.korres.com/el/home>

εξαγωγική δραστηριότητα, την εταιρική εικόνα, τη συσκευασία, το ήθος της εταιρείας και την δράση των προϊόντων της.⁷⁸

3.2.11 Πλεονεκτήματα και Αδυναμίες της KOPPE A.E.

Η εταιρεία διαθέτει ιδιαίτερα πλεονεκτήματα σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, τα οποία ισχυροποιούν τη θέση της καθώς επίσης και αδυναμίες που εμποδίζουν την επίδοσή της.

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

Δυνατά σημεία της εταιρείας χαρακτηρίζονται αυτά που της δίνουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Τέτοιου είδους στοιχεία είναι οι ικανότητές της, η ιδιαιτερότητα των προϊόντων της καθώς και άλλα που δεν διαθέτουν οι ανταγωνιστές της.

Κύριο χαρακτηριστικό της KOPPE A.E. , που τη διαφοροποιεί από τις ανταγωνίστριές της είναι ότι τη διακρίνουν ιδιαίτερες αξίες, πάνω στις οποίες στηρίζονται όλα τα προϊόντα της εταιρείας όπως είναι η χρήση βοτάνων στην πιο ακατέργαστη κατά το δυνατό μορφή τους, η αποφυγή διατύπωσης υπερβολικών υποσχέσεων στο καταναλωτικό κοινό, οι προσιτές τιμές των προϊόντων, με σκοπό να αποτελούν πόλο έλξη για μεγάλο μέρος του καταναλωτικού κοινού.

Επίσης, δυνατό σημείο της εταιρείας είναι η μεγάλη έμφαση που δίνει στην ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων. Η σύνθεση των προϊόντων της εταιρείας βασίζεται σε τέσσερις μεγάλες ομάδες φυσικών συστατικών:

- Βότανα της Ελληνικής χλωρίδας
- Βότανα με φαρμακευτικές ιδιότητες
- Συστατικά τροφίμων
- Φυσικές πρώτες ύλες της παγκόσμιας έρευνας

Έτσι , με τη χρήση αυτών των φυσικών συστατικών δημιουργούνται καινοτόμες φόρμουλες, αποφεύγοντας μη φυσικές ουσίες και αντικαθιστώντας

⁷⁸ <http://gr.korres.com/el/home>

τις με φυσικά έλαια και πρώτες ύλες πιο συμβατές, ασφαλείς και φιλικές με την επιδερμίδα.

Δυνατό σημείο της εταιρεία αποτελεί και η διεθνής παρουσία της στις σημαντικότερες από τις μεγάλες αγορές. Ενδεικτικά οι χώρες αυτές είναι η Μεγάλη Βρετανία, οι ΗΠΑ, η Γερμανία, η Ισπανία, η Αυστρία, η Γαλλία, η Ιταλία, η Ολλανδία, η Πορτογαλία, η Κύπρος, η Σιγκαπούρη, το Hong Kong, το Dubai, η Αυστραλία, το Βέλγιο, η Κορέα, η Κίνα, η Ιαπωνία, η Ρωσία, το Ταϊβάν, η Ελβετία, η Φιλανδία και η Ρουμανία. Με τη διεθνή επέκτασή της καταφέρνει να αποκτά υψηλή αναγνωρισιμότητα στο καταναλωτικό κοινό με αποτέλεσμα να πραγματοποιεί αυξημένες πωλήσεις και υψηλά κέρδη.

Επιπρόσθετα, πλεονεκτήματα για την εταιρεία είναι η ανάπτυξη συνεργασιών με το Πανεπιστήμιο Αθηνών, συμμετέχοντας σε προγράμματα ανάπτυξης βιομηχανικής έρευνας με αντικείμενο την ανάδειξη ιδιοτήτων φαρμακευτικών φυτών της ελληνικής χλωρίδας, με την Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου για την ανάπτυξη προϊόντων με μαστίχα και με τον Αναγκαστικό Συνεταιρισμό Κροκοπαραγωγών Κοζάνης, για την αποκλειστική διάθεση στα φαρμακεία και στο εξωτερικό του βιολογικού κρόκου Κοζάνης.⁷⁹

ΑΔΥΝΑΜΑ ΣΗΜΕΙΑ

Ωστόσο, δεν είναι λίγα τα εμπόδια που αντιμετωπίζει η εταιρεία στις επιχειρηματικές της δραστηριότητες, τα οποία οφείλονται στην ύπαρξη αδυναμιών, ελλείψεων στους πόρους της και αλλού.

Στα εμπόδια της εταιρείας περιλαμβάνεται η απαίτηση σηματικών χρηματικών κεφαλαίων για τη διάθεσή τους στον τομέα της έρευνας και ανάπτυξης. Ο κλάδος που δραστηριοποιείται η εταιρεία απαιτεί τη συνεχή παραγωγή νέων και καινοτόμων προϊόντων. Κατά συνέπεια, είναι αναγκαίο να επενδύονται σημαντικά κεφάλαια στην έρευνα και ανάπτυξη νέων προϊόντων. Παρά το γεγονός ότι, μέχρι σήμερα η εταιρεία έχει καταφέρει να επιτύχει την παραγωγή προϊόντων υψηλής τεχνογνωσίας υπάρχει ο κίνδυνος μελλοντικά να παρουσιασεί οικονομικές δυσκολίες με αποτέλεσμα να υστερήσει στην έρευνα, στην ανάπτυξη και στη συνέχεια στην παραγωγή νέων προϊόντων.

Στη λειτουργία της εταιρείας σημαντικό πρόβλημα αποτελεί η απαίτηση μεγάλων χρηματικών κεφαλαίων για την προώθηση στην αγορά των προϊόντων της. Η εισαγωγή νέων προϊόντων στην αγορά απαιτεί τη δαπάνη σημαντικών ποσών για την προώθησή τους. Εάν η εταιρεία δεν εκτιμήσει

⁷⁹ <http://gr.korres.com/el/home>

σωστά την αναμενόμενη ζήτηση των νέων προϊόντων ή δεν μπορέσει να εφαρμοστεί αποτελεσματικά την στρατηγική της για την προώθηση των νέων προϊόντων είναι πιθανό να υπάρξουν σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στην λειτουργία, στα οικονομικά αποτελέσματα και στην χρηματοοικονομική κατάστασή της.

Εμπόδια συναντά η εταιρεία ακόμα και στην προσπάθεια επίτευξης του στόχου της, όσον αφορά τις πωλήσεις της στο εξωτερικό, οι οποίες επιθυμεί να ξεπεράσουν τις πωλήσεις στην Ελλάδα. Η επέκταση στο εξωτερικό συνοδεύεται απο αυξημένο επιχειρηματικό κίνδυνο και βαθμό δυσκολίας, καθώς απαιτείται η δέσμευση σημαντικών κεφαλαίων και χρόνου της εταιρείας σε αγορές άγνωστες και εντόνως ανταγωνιστικές. Επιπρόσθετα , τα διαφορετικά νομοθετικά πλαίσια που ισχύουν σε χώρες του εξωτερικού δυνητικά μπορεί να επιβαρύνουν περαιτέρω την εν λόγω δραστηριότητα. Κατά συνέπεια, η επέκταση αυτή ενδέχεται να μην έχει σε σύντομο χρονικό διάστημα τα επιθυμητά οικονομικά αποτελέσματα και επομένων να επιβαρύνει σημαντικά.

Επίσης , η φύση των προϊόντων της εταιρείας δημιουργεί αρκετές φορές προβλήματα. Λόγω της ευπάθειας τους υπάρχει ο κίνδυνος εντοπισμού ελλατωματικών προϊόντων. Όταν συμβαίνει αυτό δημιουργούνται αρνητικές επιπτώσεις στη φήμη της εταιρείας, επομένως και στις πωλήσεις των προϊόντων της και στη συνέχεια στα οικονομικά αποτελέσματά της, καθώς οι καταναλωτές παύουν να προτιμούν τα συγκεκριμένα προϊόντα και διεκδικούν αποζημιώσεις. Παρά το γεγονός ότι η εταιρεία έχει συνάψει ασφαλιστήριο αστικής ευθύνης ελλατωματικών προϊόντων και έχει υιοθετήσει αυστηρούς ελέγχους ποιότητας, δεν μπορεί να υπάρξει διαβεβαίωση ότι οι διαδικασίες αυτές εξαλείφουν το ενδεχόμενο να υπάρξουν ελλατωματικά προϊόντα με όλες τις αρνητικές επιπτώσεις που περιγράφηκαν παραπάνω.

Επιπρόσθετα, την εταιρεία μπορούν να επηρεάσουν οι μεταβολές στην καταναλωτική συμπεριφορά. Η κατανάλωση καλλυντικών εξαρτάται από μια σειρά από παράγοντες όπως οι γενικότερες συνθήκες της οικονομίας, ο πληθωρισμός, τα επιτόκια, το ενεργητικό κόστος, η καταναλωτική πίστη και κλπ. Έτσι η κατανάλωση καλλυντικών επηρεάζεται σε περιόδους οικονομικής ύφεσης, κατά τις οποίες το διαθέσιμο εισόδημα περιορίζεται.⁸⁰

80 <http://gr.korres.com/el/home>

3.2.12 Αθέμιτος Ανταγωνισμός και Ευκαιρίες

Παρά τις δυσκολίες και τις αδυναμίες που αντιμετωπίζει η ΚΟΡΡΕΣ Α.Ε. εμφανίζονται ευκαιρίες προερχόμενες από το εξωτερικό της περιβάλλον, οι οποίες δημιουργούν ώθηση στην παραγωγική της προσπάθεια. Ευκαιρία για την εταιρεία αποτελεί η συνεχής ενημέρωση των καταναλωτών από τα μέσα πληροφόρησης σχετικά με την επικινδυνότητα των χημικών προϊόντων. Παλιότερα δεν ήταν ευρέως διαδεδομένη η επιβάρυνση του ανθρώπινου οργανισμού από τις βλαβερές χημικές ουσίες, γι αυτό και δεν είχε αναπτυχθεί η παραγωγή φυτικών προϊόντων. Τα τελευταία χρόνια γίνονται προσπάθειες γνωστοποίησης των ευεργετικών συστατικών τους με αποτέλεσμα να αυξάνεται η ζήτησή τους. Έτσι, δίνεται η ευκαιρία στην εταιρεία αύξηση των κερδών της και για περαιτέρω ανάπτυξη.

Επίσης, ευκαιρίες παρουσιάζονται στην ΚΟΡΡΕΣ Α.Ε. από την παροχή επιδοτήσεων για έρευνα και ανάπτυξη μέσω των αναπτυξιακών εθνικών και ευρωπαϊκών προγραμμάτων. Μέσω αυτών των προγραμμάτων δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για τη συνέχιση και επέκταση των ερευνητικών της προσπαθειών, καθώς καλύπτεται σημαντικό μέρος των

δαπανών της. Παρόλο που η ΚΟΡΡΕΣ Α.Ε. , κατάφερε να κατακτήσει την κορυφή στην παραγωγή καινοτόμων φυτικών προϊόντων, δέχεται ορισμένες απειλές και αυτό γιατί, ο ανταγωνισμός στον κλάδο των καλλυντικών είναι αυξημένος τόσο στην ελληνική αγορά όσο και στις διεθνείς αγορές. Η εταιρεία αντιμετωπίζει ανταγωνισμό από μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες οι οποίες διαθέτουν το μέγεθος και τα μέσα να υλοποιήσουν υψηλές επενδύσεις σε έρευνα και ανάπτυξη, διαφήμιση και εμπορική πολιτική. Μπορεί η εταιρεία να έχει αναπτυχθεί αρκετά δεδομένου όμως ότι το μέγεθος των πολυεθνικών είναι μεγαλύτερο, απαιτείται αυξημένη εγρήγορση από την εταιρεία ώστε να αντιδράσει εγκαίρως στις κινήσεις του ανταγωνισμού.

Επίσης , οι εξαρτήσεις από τους διανομείς και από τους προμηθευτές απειλούν πολλές φορές την εταιρεία. Η εταιρεία συνεργάζεται με διανομείς την πώληση των προϊόντων της στην Ελλάδα και στις χώρες του εξωτερικού. Η πιθανή διακοπή συνεργασίας με κάποιον ή κάποιους από τους διανομείς θα έχει ως αποτέλεσμα την απώλεια πωλήσεων και μεριδίου αγοράς, επιβαρύνοντας την εταιρεία. Αλλά και η συνεργασία της με προμηθευτές από τους οποίους προμηθεύεται είτε πρώτες ύλες για την παραγωγή των προϊόντων της είτε τελικά προϊόντα δημιουργεί εξαρτήσεις. Έτσι , ενδεχόμενα

προβλήματα στις σχέσεις της εταιρείας με τους προμηθευτές της θα έχουν αντίκτυπο στην λειτουργία της.⁸¹

⁸¹ <http://gr.korres.com/el/home>

-

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

4.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από την παραπάνω ανάλυση διαπιστώνεται ότι η ανάπτυξη και η εφαρμογή των καινοτόμων ιδεών από τις επιχειρήσεις συναντά σημαντικά εμπόδια. Τα εμπόδια της καινοτομικής δραστηριότητας διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες, οι οποίες είναι τα εσωτερικά εμπόδια, τα εξωτερικά εμπόδια και αυτά που οφείλονται σε οικονομικούς παράγοντες.

Τα εσωτερικά εμπόδια προέρχονται από το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης και γίνονται αρχικά αντιληπτά από τους ανθρώπους της. Τα εμπόδια αυτής της κατηγορίας είναι ο φόβος που αισθάνονται οι άνθρωποι της επιχείρησης από μια πιθανή αποτυχία, η παραδοσιακή δομή των επιχειρήσεων, δηλαδή η διατήρηση του μικρού μεγέθους τους και η συγκέντρωση των δραστηριοτήτων σε ένα ή το πολύ δύο άτομα, ο εσωστρεφής χαρακτήρας των επιχειρήσεων που οδηγεί σε απομόνωση και αποφυγή των συνεργασιών, η έλλειψη ειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού κατάλληλου για την ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών και το δυσμενές εσωτερικό κλίμα της επιχείρησης.

Τα εξωτερικά εμπόδια οφείλονται σε παράγοντες εκτός επιχείρησης. Τέτοιου είδους εμπόδια αφορούν κυρίως τον κακό συντονισμό που μπορεί να υπάρξει στο κράτος, όσον αφορά την κατανομή των δαπανών στην έρευνα και την τεχνολογία. Επίσης, αφορούν το δυσμενές νομικό και κανονιστικό περιβάλλον, το οποίο κατά κύριο λόγο δημιουργεί υψηλό κόστος έκδοσης και διατήρησης διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας.

Οι οικονομικοί παράγοντες που συμβάλουν αρνητικά στην καινοτομική προσπάθεια των επιχειρήσεων είναι το υπερβολικά υψηλό κόστος υλοποίησης και εφαρμογής των νέων ιδεών τους, η έλλειψη πηγών χρηματοδότησης, το μεγαλύτερο χρονικό διάστημα που απαιτείται για την απόσβεση των καινοτομιών και το δυσμενές φορολογικό περιβάλλον για τις επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες που καινοτομούν.

Συνεπώς, για την ανάπτυξη της καινοτομίας κρίνεται απαραίτητη προϋπόθεση η καταπολέμηση των παραπάνω εμποδίων. Τα εσωτερικά εμπόδια αποτελούν τον κυρίαρχο παράγοντα αναστολής της καινοτομικής δραστηριότητας, γι' αυτό και απαιτείται αρχικά η αντιμετώπισή τους με την άμεση δράση των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις πρέπει να αποδεσμευτούν από τον παραδοσιακό τους χαρακτήρα, απονέμοντας δραστηριότητες σε περισσότερα άτομα και αναπτύσσοντας την ομαδικότητα, να ξεπεράσουν την

εσωστρέφεια και να αναπτύξουν συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις, να αναλαμβάνουν επιχειρηματικά ρίσκα , να αναπτύσσουν την καινοτομική κουλτούρα, χαρακτηριστικά της οποίας είναι ο πειραματισμός, η αποδοχή των

-

αποτυχιών, η ενθάρρυνση των εργαζομένων για λήψη πρωτοβουλιών και αναγνώριση των προσπαθειών τους.

Σημαντικός πρέπει να είναι και ο ρόλος του κράτους για να ξεπεραστούν τα εξωτερικά εμπόδια και οι οικονομικοί παράγοντες. Έτσι, επιβάλλεται η παρέμβασή του για την μείωση του γραφειοκρατικού κόστους, για την δημιουργία ενός σταθερού θεσμικού πλαισίου, για την αποτελεσματική κατανομή των δαπανών στην έρευνα και στην τεχνολογία και για την αύξηση των κονδυλίων μέσω των επιχειρηματικών προγραμμάτων, για τη δημιουργία ενός ευνοϊκού φορολογικού περιβάλλοντος για την καινοτομία ώστε να μην επιβαρύνονται οι επιχειρηματίες με επιπλέον κόστη και για την ανάπτυξη της αρχικής κατάρτισης των νέων αλλά και για την παροχή συνεχούς κατάρτισης στους εργαζομένους. Κάτω από αυτές τις συνθήκες δημιουργούνται οι προϋποθέσεις ευόδωσης των καινοτόμων ιδεών καθώς και επιβίωσης των επιχειρήσεων σε ένα διεθνές ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Ωστόσο, για την ανάπτυξη της καινοτομίας απαραίτητη προϋπόθεση είναι και η γνώση από τις επιχειρήσεις των πηγών χρηματοδότησης και ο σωστός τρόπος επιλογής τους. Η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων μπορεί να προέρχεται είτε από ίδιες πηγές είτε από ξένες και η επιλογή της γίνεται με βάση το κεφάλαιο που απαιτείται, το στάδιο που βρίσκεται η επιχείρηση, τις δυνατότητές της. Οι ίδιες πηγές χρηματοδότησης περιλαμβάνουν τα προσωπικά κεφάλαια του επιχειρηματία ή της επιχειρηματικής ομάδας, τα κεφάλαια σποράς, τα οποία χρησιμοποιούνται για την ανάπτυξη του αρχικού προϊόντος, τα κεφάλαια από τους επιχειρηματικούς αγγέλους, και τα κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου. Οι ξένες πηγές περιλαμβάνουν το οικογενειακό κεφάλαιο, τον τραπεζικό δανεισμό, την χρηματοδοτική μίσθωση, το Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης, τη Νέα χρηματιστηριακή αγορά, τη Θερμοκοιτίδα επιχειρήσεων, τις επιδοτήσεις από εθνικούς και ευρωπαϊκούς πόρους και τις ευρωπαϊκές χρηματοδοτικές πρωτοβουλίες.

Με την ανάλυση της επιχειρηματικής δραστηριότητας του Γιώργου Κορρέ στο παραπάνω κεφάλαιο διαπιστώνεται ότι το θεωρητικό μέρος αυτής της εργασίας εφαρμόζεται στην πράξη. Πιο συγκεκριμένα, ο Γιώργος Κορρές ανέπτυξε μια δραστηριότητα δίνοντας ιδιαίτερη βαρύτητα στην ποιότητα των προϊόντων, στις ανάγκες των καταναλωτών και στον συνδυασμό χαμηλών τιμών και ποιότητας.

Θέλησε να διαφοροποιήσει την εταιρεία του από τις άλλες του κλάδου εφαρμόζοντας διαφορετικές καινοτομίες, κυρίως στην παραγωγή των προϊόντων του, χρησιμοποιώντας ως πρώτη ύλη φυσικά συστατικά, αλλά και στην προώθησή τους. Η εφαρμογή των καινοτόμων ιδεών του βρήκαν απήχηση από τους καταναλωτές, καθώς έδειξαν ιδιαίτερη εμπιστοσύνη στα προϊόντα της εταιρείας από την έναρξη της λειτουργίας της. Ενώ, ο αρχικά

παραγόμενος αριθμός των προϊόντων της εταιρείας ήταν αρκετά περιορισμένος, αυξήθηκε σταδιακά σημαντικά. Επίσης, σημείωσε θεαματική επέκταση των αγορών της στο εξωτερικό με τα κέρδη της να αυξάνονται κατακόρυφα.

Βέβαια, η KOPPE A.E. στην πορεία της αντιμετωπίζει εμπόδια που επηρεάζουν τη λειτουργία της. Εντούτοις, με την εμπειρία και την μεθοδικότητα που έχει αποκτήσει καταφέρει πολλά από αυτά να τα αντιμετωπίζει και να ενισχύει την καινοτομική της προσπάθεια. Τα εσωτερικά της εμπόδια, όπως τους φόβους για την αποτυχία, την εσωστρέφεια, την απόκτηση εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού τα αντιμετωπίζει εφόσον διακατέχεται από την καινοτομική κουλτούρα. Η επιχείρηση έχει ανήσυχο πνεύμα πειραματίζεται, αποδέχεται τις αποτυχίες της, επιλέγει σωστά τα άτομα που την στελεχώνουν και παράγει με βάση τις ανάγκες τη αγοράς. Σημαντικό εμπόδιο στην καινοτομική της προσπάθεια είναι η απαίτηση σημαντικών χρηματικών κεφαλαίων στον τομέα της έρευνας και της ανάπτυξης. Η εξεύρεση χρημάτων πραγματοποιείται με τη συμμετοχή της σε αναπτυξιακά εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα. Επίσης, συμμετέχει σε επιχορηγούμενα επενδυτικά προγράμματα για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητάς της, καθώς η χώρα μας διανύει μια ιδιαίτερα δύσκολη οικονομική περίοδο και αντιμετωπίζει στον κλάδο των καλλυντικών ιδιαίτερο ανταγωνισμό.

Κρίνοντας τη δραστηριότητα της εταιρείας KOPPEΣ A.E. καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι κατάφερε να αναπτύξει τις καινοτόμες ιδέες, αφού πρώτα καταπολέμησε τις περισσότερες δυσκολίες που στέκονταν εμπόδιο στην προσπάθειά της. Η αντιμετώπιση των εμποδίων για την ανάπτυξη της καινοτομίας θα βοηθήσει σημαντικά και την ίδια τη χώρα στην δύσκολη περίοδο που διανύει λόγω της οικονομικής κρίσης. Αυτό θα συμβεί, διότι θα αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα ως σύνολο και η εξωστρέφεια της οικονομίας, κάτι που συμβάλλει στην βελτίωση της μικροοικονομικής κατάστασης της χώρας μας και ειδικότερα στο ισοζύγιο εμπορικών συναλλαγών. Για το λόγο αυτό μεταξύ των προσπαθειών που γίνονται για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην καινοτομία.

Αυτό που ισχύει γενικά είναι ότι όλες οι εταιρείες που ξεκινούν να αναπτύσσουν καινοτόμες ιδέες αρχικά επικεντρώνονται σε μια δραστηριότητα και στην συνέχεια για να παραμείνουν ανταγωνιστικές πρέπει να καινοτομούν συστηματικά. Κάτι ανάλογο ισχύει και με τα κράτη, τα οποία προκειμένου να διατηρήσουν ένα υψηλό επίπεδο ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας οφείλουν να εκμεταλλεύονται και να μετατρέπουν τις νέες ιδέες σε πράξη. Έτσι, το συμπέρασμα στο οποίο μπορούμε να καταλήξουμε είναι ότι η καινοτομία προβάλλει σήμερα ως μια από τις πλέον σημαντικές παραμέτρους για την ανάπτυξη, τόσο σε επίπεδο επιχείρησης όσο και σε επίπεδο εθνικής

οικονομίας. Άλλωστέ δεν είναι λίγα τα κράτη που θέτουν ως κυρίαρχη πολιτική για την ανάπτυξη τους, την εφαρμογή καινοτόμων ιδεών από τις επιχειρήσεις. Οι διαφορές ανταγωνιστικότητας και του κατά κεφαλήν εισοδήματος που παρατηρούνται ανάμεσα στις εθνικές οικονομίες μπορούν να αποδοθούν εν μέρει σε διαφορετικά επίπεδα καινοτόμου δραστηριότητας και ανάπτυξης.

Αυτό που εξάγεται ως τελικό συμπέρασμα από την παραπάνω ανάλυση είναι ότι πλέον η έμφαση εστιάζεται στην μοναδικότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών , στην ποιότητά και στην αξιοπιστία τους. Η ικανότητα των επιχειρήσεων να επιβιώνουν εστιάζεται στην δυνατότητά τους να δημιουργούν ανταγωνιστικά με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά προϊόντα, να εξασφαλίζουν πιστούς πελάτες, να καλύπτουν τις ανάγκες της εσωτερικής αγοράς και να διεκδικούν σημαντικά μερίδια της διεθνής αγοράς.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλιογραφία

- Γεωργαντά Ζωή, “Επιχειρηματικότητα & Καινοτομίες” , Δεύτερη έκδοση, εκδόσεις Ανίκουλα, Θεσ/νικη (2003) .
- ΕΟΜΜΕΧ, «Καινοτόμος Επιχειρηματικότητα, Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις» , (2009) .
- Ετήσιες Καταστάσεις Οικονομική Θέση ΚΟΡΡΕΣ Α.Ε.
- Καρβούνης Σωτήρης , «Διαχείριση Τεχνολογίας και καινοτομίας» , Εκδόσεις Α. Σταμούλης, (1/1/95)
- Μείζον, Ελληνικό Λεξικό, Τεγόπουλος – Φυτράκης, Εκδόσεις Αρμονία Α.Ε. , 2002.
- ΟΟΣΑ, Εγχειρίδιο Όσλο 2000.
- Πιπερόπουλος Πάνος , «Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία & Business Clusters» , Η Καινοτομία ως στρατηγική και Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα. Εκδόσεις Παν Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη (2007).
 - Πράσινη Βίβλος για τη καινοτομία, Ευρωπαϊκή επιτροπή Βρυξέλλες, 1995
- ΣΒΕΕ, «Καινοτομία ο δρόμος προς την επιτυχία» , Θεσσαλονίκη, (2006)

Διαδίκτυο

- Γ. Αυλωνίτης και Κ. Παπαδάς
→ <https://karolospapadas.com/2012/07/01/oi-prasinες-taseis-stin-elliniki-agora>
- Ημερησία.gr : «Κορρές: Κατέκτησε τις διεθνείς αγορές με τη δύναμη των ελληνικών βοτάνων» του Γιώργου Μαννέττα (2013) ,
→ <http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=29795&subid=2&pubid=112999625>
- Καλογήρου & Παναγωτόπουλος «Μεθοδολογία Μελέτης Περίπτωσης για την ανάλυση μιας επιχείρησης, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράματα και Βοηθήματα.
→
http://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/6042/4/Chapter_10.pdf
- Φυτώριο Ιδεών φοιτητών Πανεπιστημίων , «Καινοτομία» , UNISSET Plus, →
http://www.liaison.uoc.gr/documents/unistep/parousiaseis_pl_aisia_unistep/01_kainotomia_maramvelakhs.pdf
- Elines.com « Από το φαρμακείο στο Παγκράτι, στην παγκόσμια αγορά. » → <http://www.elines.com/ergaellinon/700-apo-to-farmakeiosto-pagkrati-stin-pagkosmiaagora/>

- Fysikakallyntika.wordpress.com
→ <http://fysikakallyntika.wordpress.com>
- Korres Natural Products → <http://gr.korres.com/el/home>
- Margaret A. White, Garry D. Bruton , “The management of technology and innovation” , Thomson South – Western, (2010)
- Netweek : « Όμιλος ΚΟΡΡΕΣ: Ελληνικά βότανα, ενίσχυση της διεθνούς δραστηριότητας στο τζίρο και cloud. » (2017) → <http://www.netweek.gr/default.asp?pid=9&cid=6&la=1&arId= 34118>
- Plan.gr (EOMMEX)

