

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ  
ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ  
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Μέτρηση της Καινοτομίας  
των Επιχειρήσεων στην  
Ελλάδα (1998-2000), στο πλαίσιο της 3ης  
Κοινοτικής Απογραφής για την Καινοτομία  
(CIS 3)

LOGOTECH

---

ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ

με τη συνεργασία του  
Κέντρου Μελετών και Εκπαίδευσης  
Χρηματοοικονομικής (ΚΕ.Μ.Ε.Χ.) του Τμήματος  
Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Αθηνών

ΑΘΗΝΑ 2004

## Κεφάλαιο 1. Η εξέλιξη της καινοτομικότητας των ελληνικών επιχειρήσεων

### Διαχρονική εξέλιξη

Από τα μέσα της προηγούμενης δεκαετίας, το ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων φαίνεται να αυξάνεται σημαντικά, με κορύφωση την περίοδο 1998-2000. Το ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων σε όλους τους κλάδους ανέρχεται στο 27,3% την περίοδο 1998-2000. Την ίδια περίοδο το ποσοστό των επιχειρήσεων με καινοτομική δραστηριότητα<sup>4</sup>, ανέρχεται στο 28,1%.

Πίνακας 8: Διαχρονική εξέλιξη καινοτόμων επιχειρήσεων - Ποσοστά (%) καινοτόμων επιχειρήσεων στο σύνολο των επιχειρήσεων σε κάθε κατηγορία

	1994-1996	1996-1998	1998-2000
Μεταποίηση 10-19 εργαζόμενοι	3,6	2,1	22,0
Μεταποίηση 20+ εργαζόμενοι	26,5	30,3	29,2
<b>Σύνολο Μεταποίησης</b>	<b>16,9</b>	<b>18,4</b>	<b>26,4</b>
Υπηρεσίες	11,1	15,5	31,9
<b>Σύνολο</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>27,3</b>

Η συνεισφορά και των δύο τομέων, της μεταποίησης και των υπηρεσιών είναι σημαντική. Μέχρι το 1998 ο τομέας της μεταποίησης παρουσίαζε μεγαλύτερα ποσοστά καινοτόμων επιχειρήσεων. Την περίοδο 1998-2000 όμως, και παρόλη την σημαντική αύξηση στο ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων της μεταποίησης, ο τομέας των υπηρεσιών επιδεικνύει μεγαλύτερα ποσοστά καινοτόμων επιχειρήσεων.

Στο σύνολο της μεταποίησης ο αριθμός των καινοτόμων επιχειρήσεων αυξήθηκε σημαντικά, για τρίτη συνεχή περίοδο. Πολύ σημαντική είναι η αύξηση του ποσοστού

<sup>4</sup> Οι επιχειρήσεις με καινοτομική δραστηριότητα αποτελούνται από το άθροισμα των καινοτόμων επιχειρήσεων και των επιχειρήσεων που την περίοδο 1998-2000 είχαν ημιτελείς ή ανακληθείσες καινοτομικές δραστηριότητες.



## Κεφάλαιο 2. Είδος καινοτομίας, στρατηγικές και οργανωτικές μεταβολές

Αναλύοντας τα χαρακτηριστικά της καινοτομικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων παρατηρούμε ότι περίπου μία στις τρεις επιχειρήσεις, τόσο στη μεταποίηση όσο και στις υπηρεσίες προχώρησε ταυτόχρονα σε καινοτομίες προϊόντος και διαδικασίας. Το υψηλό αυτό ποσοστό υποδηλώνει ότι αρκετά συχνά η ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών συνοδεύεται και από αλλαγές στην παραγωγική διαδικασία και το αντίστροφο. Το 34,3% των επιχειρήσεων προχώρησε μόνο σε καινοτομίες προϊόντος και το 30,1% μόνο σε καινοτομίες διαδικασίας.

**Πίνακας 15: Καινοτομίες προϊόντος και διαδικασίας – Ποσοστά (%) στο σύνολο του Τομέα**

	Μεταποίηση	Υπηρεσίες	Σύνολο
Καινοτομία προϊόντος και διαδικασίας	35,7	34,7	35,5
Μόνο καινοτομία προϊόντος	33,8	36,8	34,3
Μόνο καινοτομία διαδικασίας	30,5	28,5	30,2
Σύνολο	100,0	100,0	100,0

Οι καινοτόμες επιχειρήσεις την περίοδο 1998-2000 συνδύασαν την τεχνολογική καινοτομία με άλλες στρατηγικές και οργανωτικές αλλαγές σε ποσοστά πολύ μεγαλύτερα από τις μη καινοτόμες επιχειρήσεις. Οι αισθητικές και άλλες υποκειμενικές μεταβολές αποτέλεσαν τη συχνότερη μορφή μεταβολής για τις καινοτόμες μεταποιητικές επιχειρήσεις, με τις οργανωτικές μεταβολές και αλλαγές στη στρατηγική να ακολουθούν.

Στις υπηρεσίες στο σύνολο των επιχειρήσεων η ιεράρχηση είναι η ίδια. Η εικόνα μεταβάλλεται όμως στις μεγάλες επιχειρήσεις όπου το σύνολο των επιχειρήσεων πραγματοποίησε αλλαγές στη στρατηγική, με δεύτερη σε συχνότητα τις μεταβολές στη διοίκηση και στην τρίτη θέση τις οργανωτικές και αισθητικές μεταβολές.

Τόσο για τις υπηρεσίες όσο και για την μεταποίηση οι διαφορές αυτές είναι σημαντικές σε όλους τους τομείς και σε μεγάλο βαθμό εξηγούνται από τη φύση της παραγωγικής δραστηριότητας.

**Πίνακας 16: Στρατηγικές και οργανωτικές μεταβολές στις καινοτόμες επιχειρήσεις – Ποσοστά (%) στο σύνολο των καινοτόμων κάθε τομέα και κατά μέγεθος επιχείρησης**

	Σύνολο	Μικρές	Μεσαίες	Μεγάλες
<b>Μεταποίηση (15-37)</b>				
Στρατηγική	32,2	29,0	38,2	51,6
Διοίκηση	29,0	26,0	34,3	50,5
Οργάνωση	47,3	45,1	51,0	63,4
Μάρκετινγκ	40,1	40,3	40,9	34,4
Αισθητικές ή άλλες υποκειμενικές μεταβολές	71,0	72,6	67,2	64,5
<b>Υπηρεσίες (51, 60-67, 72-73, 74.2-3)</b>				
Στρατηγική	40,7	38,0	41,3	100,0
Διοίκηση	29,8	23,0	46,7	94,1
Οργάνωση	49,0	46,6	56,5	70,6
Μάρκετινγκ	39,1	39,2	38,0	41,2
Αισθητικές ή άλλες υποκειμενικές μεταβολές	53,4	50,9	62,0	64,7

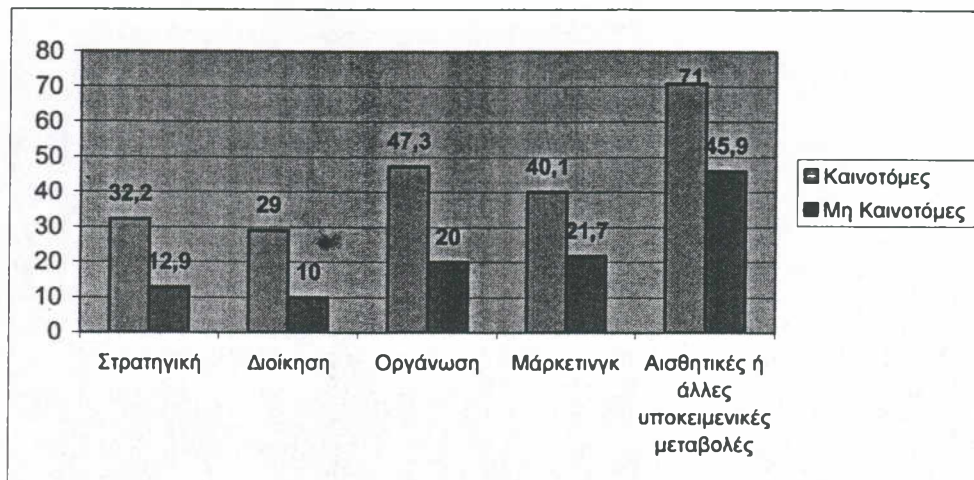
**Πίνακας 17: Στρατηγικές και οργανωτικές μεταβολές στις μη καινοτόμες επιχειρήσεις – Ποσοστά (%) στο σύνολο των μη καινοτόμων κάθε τομέα και κατά μέγεθος επιχείρησης.**

	Σύνολο	Μικρές	Μεσαίες	Μεγάλες
<b>Μεταποίηση (15-37)</b>				
Στρατηγική	12,9	11,1	17,8	39,1
Διοίκηση	10,0	8,6	15,0	21,0
Οργάνωση	20,0	17,2	29,3	46,7
Μάρκετινγκ	21,7	21,1	22,5	37,1
Αισθητικές ή άλλες υποκειμενικές μεταβολές	45,9	47,9	37,4	42,9
<b>Υπηρεσίες (51, 60-67,72-73,74.2-3)</b>				
Στρατηγική	18,6	18,1	23,5	7,7
Διοίκηση	11,7	10,7	19,7	7,7
Οργάνωση	19,3	17,8	28,0	23,1
Μάρκετινγκ	20,9	20,6	25,8	3,9
Αισθητικές ή άλλες υποκειμενικές μεταβολές	17,1	16,3	22,0	19,2

Την ίδια περίοδο οι μη καινοτόμες επιχειρήσεις δεν προχώρησαν σε κανενός είδους σημαντικές μεταβολές, υποδηλώνοντας μια περισσότερο παθητική στρατηγική. Εξάιρεση σε αυτές τις τάσεις αποτελούν οι μεγάλες επιχειρήσεις της μεταποίησης. Οι μεταβολές στις επιχειρήσεις αυτές ήταν κυρίως οργανωτικές (46,7%), αισθητικές (42,8%) και στρατηγικές (39%).



Διάγραμμα 4: Στρατηγικές και οργανωτικές μεταβολές στη Μεταποίηση – Ποσοστά (%) στο σύνολο της μεταποίησης



Διάγραμμα 5: Στρατηγικές και οργανωτικές μεταβολές στις Υπηρεσίες – Ποσοστά (%) στο σύνολο των υπηρεσιών.

