



ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ
ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ

NATIONAL
DOCUMENTATION
CENTRE

Καινοτομία

στις ελληνικές επιχειρήσεις
2010-2012

**Κλάδος Τροφίμων
& Ποτών**

Καινοτομία

στις ελληνικές επιχειρήσεις

2010-2012

Κλάδος Τροφίμων & Ποτών

Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης / Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών

Αθήνα 2015

Υλοποίηση έκδοσης

Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης / Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών:

Δρ Εύη Σαχίνη, Διευθύντρια

Τμήμα Καταγραφής, Μέτρησης & Υπηρεσιών Ερευνητικής & Καινοτομικής Δραστηριότητας:

Δρ Νένα Μάλλιου, Προϊσταμένη

Συντελεστές

Για τη διεξαγωγή της στατιστικής έρευνας «Καινοτομία στις επιχειρήσεις 2010-2012», την επεξεργασία των στοιχείων και την παραγωγή των δεικτών από τη Μονάδα Μητρώων, Δεικτών και Υπηρεσιών Έρευνας & Καινοτομίας του ΕΚΤ εργάσθηκαν οι:

Μαρία Κλειδέρη – υπεύθυνη στατιστικών καινοτομίας

Τώνια Ιερομνήμων – υπεύθυνη στατιστικών Ε&Α

Ειρήνη Τόιτου – συλλογή & ανάλυση στοιχείων καινοτομίας

Μαρία Κωνσταντίνου – συλλογή στοιχείων & θεματική χαρτογράφηση δεικτών καινοτομίας

Δρ Ανδριάννα Δημακοπούλου – συλλογή στοιχείων καινοτομίας

Επεξεργασία κλαδικών στοιχείων: Εφη Κόρρα

Ανάπτυξη πληροφοριακών συστημάτων: Δρ Νίκος Χούσος, Δρ Δημήτρης Καραϊσκος, Νίκος Μάστορης

Συντονισμός Διοικητικών Διαδικασιών: Μάρω Ανδρουτσοπούλου, Υπεύθυνη Γραφείου Συντονισμού και Στρατηγικής Ανάπτυξης

Προτεινόμενος τρόπος αναφοράς

«Καινοτομία στις ελληνικές επιχειρήσεις 2010 – 2012, κλάδος Τροφίμων & Ποτών» Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης, 2015

ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ | ΕΙΕ

Copyright © 2015 Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης / Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών

δ: Βασιλέως Κωνσταντίνου 48, 11635, Αθήνα, τ: 210 7273900, f: 210 7246824, e: ekt@ekt.gr,

www.ekt.gr



Το έργο αυτό διατίθεται με άδεια Creative Commons

Αναφορά - Μη-Εμπορική Χρήση - Όχι Παράγωγα Έργα 3.0 Ελλάδα

Προκειμένου να δείτε αντίγραφο της άδειας επισκεφθείτε:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.el>

Η «Έρευνα για την Καινοτομία» στις ελληνικές επιχειρήσεις 2010-2012 πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της πράξης "Εθνικό Πληροφοριακό Σύστημα Έρευνας και Τεχνολογίας/Κοινωνικά Δίκτυα - Περιεχόμενο Παραγόμενο από Χρήστες" και κωδικό ΟΠΣ 296115 που υλοποιείται από το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Ψηφιακή Σύγκλιση" (ΕΣΠΑ), με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης-Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης.

Η έκδοση διατίθεται ηλεκτρονικά στη διεύθυνση <http://metrics.ekt.gr>

ISBN: 978-618-5079-39-0 (pdf)

ISBN: 978-618-5079-38-3 (print)

Σχεδιασμός εξωφύλλου: Δάφνη Μπέη

Περιεχόμενα

Ενότητα 1 Δείκτες καινοτομίας.....	5
1.1 Καινοτόμες επιχειρήσεις.....	6
1.2 Καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας.....	7
1.3 Οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ.....	10
Ενότητα 2 Δραστηριότητες και παράγοντες καινοτομίας	12
2.1. Δαπάνες για καινοτομικές δραστηριότητες	13
2.2. Πηγές πληροφόρησης & συνεργασίες.....	14
2.3. Παράγοντες βελτίωσης ανταγωνιστικότητας.....	15
Ενότητα 3 Ανάπτυξη Καινοτομίας.....	17
3.1. Στόχοι καινοτόμων επιχειρήσεων.....	17
3.2. Στρατηγικές καινοτόμων επιχειρήσεων	17
3.3. Εμπόδια καινοτόμων επιχειρήσεων	18
Ενότητα 4 Μεθοδολογικές Σημειώσεις.....	19

Ενότητα 1

Δείκτες καινοτομίας

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι βασικοί δείκτες καινοτομίας των ελληνικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο **Τροφίμων & Ποτών** για την περίοδο 2010-2012.

Οι δείκτες που παρουσιάζονται καταγράφηκαν στην «Έρευνα για την Καινοτομία – Community Innovation Survey» που υλοποίησε το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης.

Η έρευνα αποτελεί την επίσημη πανευρωπαϊκή έρευνα για τη συλλογή στοιχείων και την παραγωγή δεικτών για την καινοτομία και τις καινοτομικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ). Διεξάγεται κάθε δύο χρόνια σε όλες τις χώρες-μέλη της ΕΕ μέσω ενιαίου πρότυπου ερωτηματολογίου, σύμφωνα με την ευρωπαϊκή νομοθεσία, τις μεθοδολογικές οδηγίες του εγχειριδίου Όσλο¹ και τις κατευθύνσεις της Eurostat, εξασφαλίζοντας υψηλή ποιότητα και συγκρισιμότητα στους δείκτες των χωρών-μελών της ΕΕ.

Η Καινοτομία ορίζεται με βάση το επίσημο μεθοδολογικό εγχειρίδιο Όσλο και αφορά την παραγωγή ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος (αγαθού ή υπηρεσίας), ή την εφαρμογή μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας, ή οργανωσιακής μεθόδου ή μεθόδου μάρκετινγκ.

Με βάση τον παραπάνω ορισμό, στην «Έρευνα για την Καινοτομία» μία επιχείρηση καταγράφεται ως καινοτόμος εφόσον εισάγει έναν ή περισσότερους από τους εξής «τύπους» καινοτομίας: Καινοτομία Προϊόντος (αγαθά ή υπηρεσίες), Καινοτομία Διαδικασίας, Οργανωσιακή Καινοτομία και Καινοτομία Μάρκετινγκ².

Στη συνέχεια της ενότητας, παρουσιάζονται οι συνολικοί δείκτες καινοτομίας στις ελληνικές επιχειρήσεις του κλάδου Τροφίμων & Ποτών και αναλύονται οι τέσσερις διαφορετικοί τύποι καινοτομίας.

Για την αποτύπωση της καινοτομίας και των καινοτομικών δραστηριοτήτων του κλάδου Τροφίμων & Ποτών αναλύθηκαν τα στοιχεία για τις επιχειρήσεις οι οποίες εντάσσονται στους εξής κωδικούς οικονομικής δραστηριότητας (Nace rev2):

Από τον κλάδο Γ. ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ περιλαμβάνονται οι κωδικοί:

- 10 - Βιομηχανία τροφίμων
- 11 - Ποτοποιία

Από τον κλάδο Ζ. ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ· ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ, 46 Χονδρικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών, περιλαμβάνεται ο κωδικός:

- 46.3 Χονδρικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού

πλην του 46.35 Χονδρικό εμπόριο προϊόντων καπνού

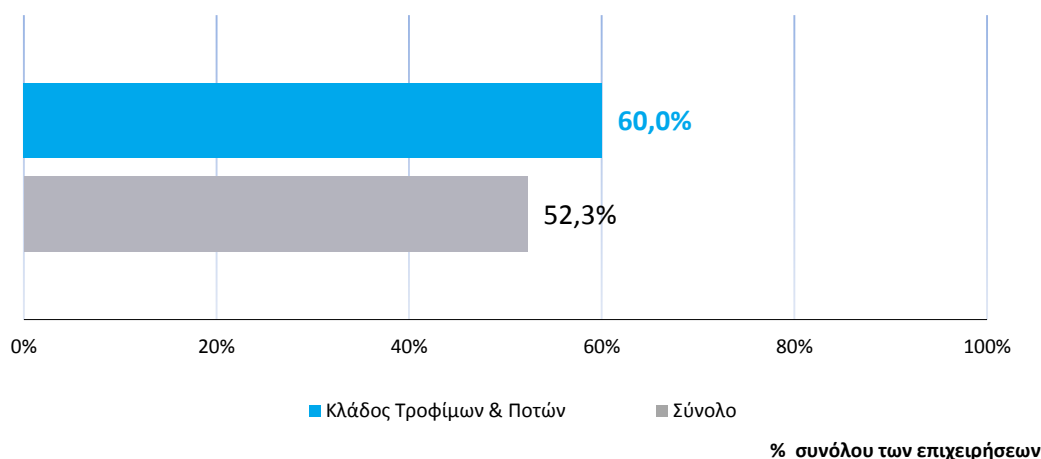
¹ Oslo Manual "Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data", 3rd ed., 2005, Joint Publication of OECD and Eurostat (http://metrics.ekt.gr/sites/emetrics/files/Manuals/OSLO-EN_2005.pdf)

² Αναλυτικοί ορισμοί για τους τέσσερις τύπους καινοτομίας δίνονται στην Ενότητα 4 «Μεθοδολογικές Σημειώσεις».

1.1 Καινοτόμες επιχειρήσεις

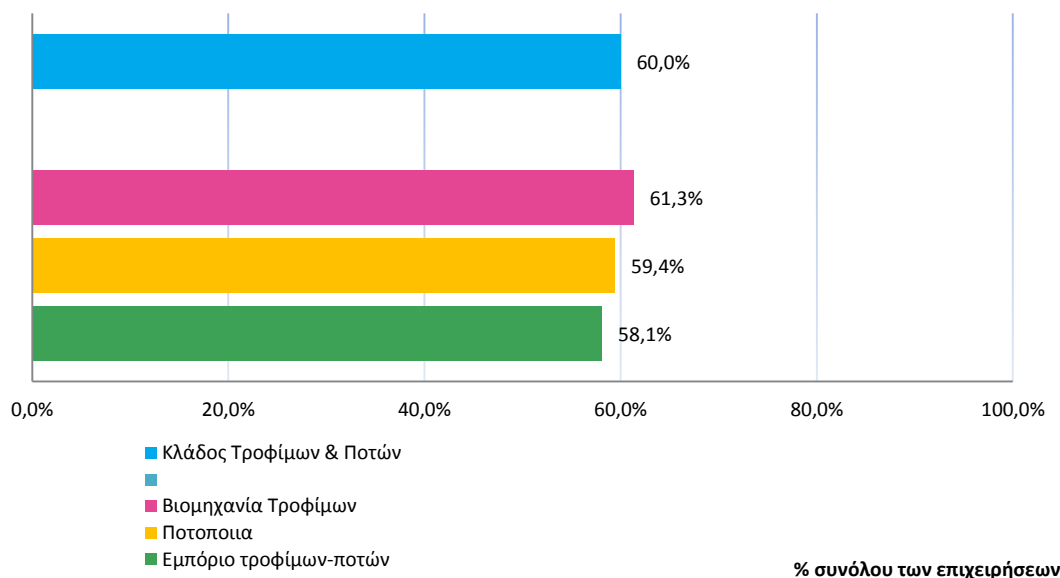
Στο διάστημα της τριετίας 2010 έως και 2012, το 60% των ελληνικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο Τροφίμων & Ποτών καινοτομούν σε έναν ή περισσότερους τομείς, ποσοστό υψηλότερο από το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων σε όλους τους κλάδους (52,3%).

Διάγραμμα 1. Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων στο σύνολο των επιχειρήσεων, 2010-2012.



Με αναφορά στους επιμέρους υποκλάδους που αποτελούν τον κλάδο Τροφίμων & Ποτών, το μεγαλύτερο ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων καταγράφεται στη βιομηχανία Τροφίμων (61,3%).

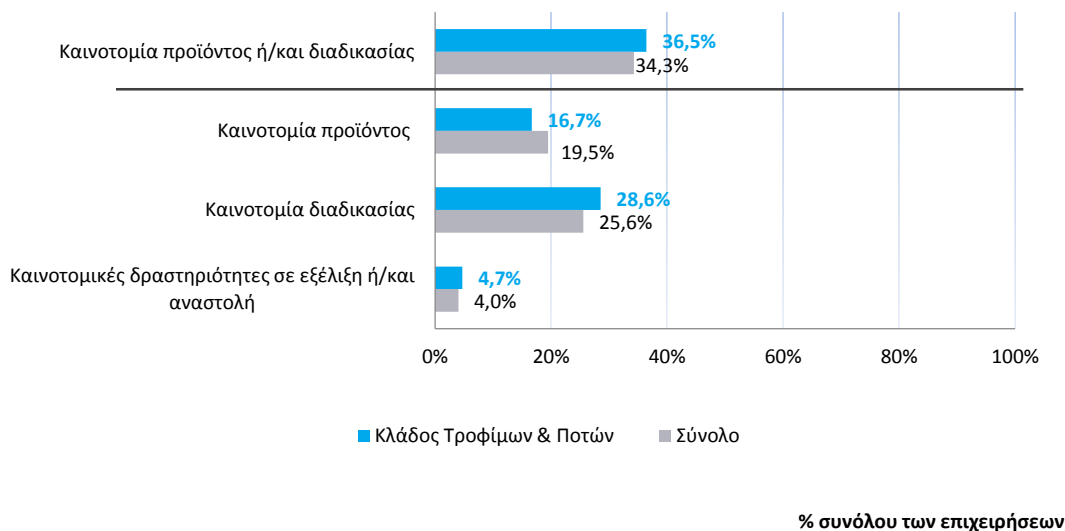
Διάγραμμα 2. Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων ανά επιμέρους κλάδο, 2010-2012.



1.2 Καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας

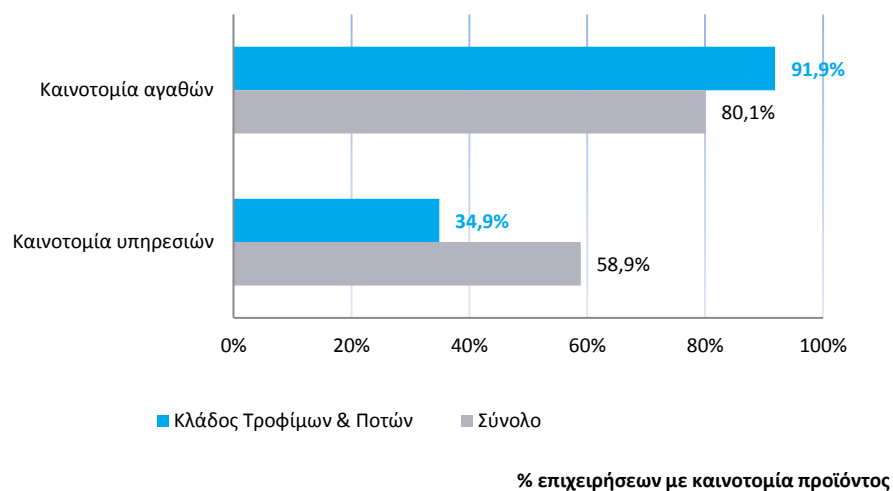
Σε προϊόντα ή/και διαδικασίες καινοτομεί το 36,5% των επιχειρήσεων του κλάδου Τροφίμων & Ποτών, με μεγαλύτερο ποσοστό στην εφαρμογή καινοτομιών διαδικασίας (28,6%).

Διάγραμμα 3. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας και οι επιμέρους κατηγορίες, 2010-2012.



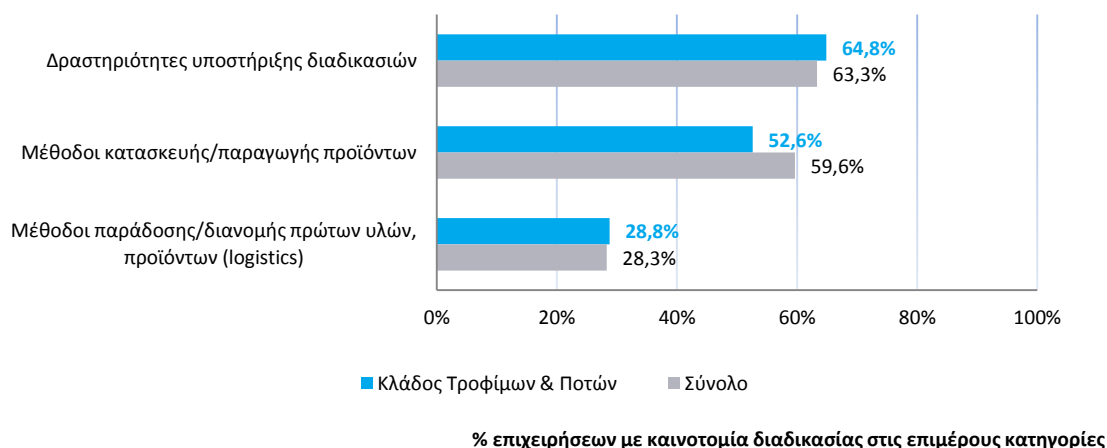
Σε ό,τι αφορά στις καινοτομίες προϊόντος, το 91,9% των επιχειρήσεων του κλάδου Τροφίμων & Ποτών με καινοτομία προϊόντος αναπτύσσει καινοτομίες σε αγαθά, ποσοστό υψηλότερο από το σύνολο της χώρας (80,1%). Μικρότερο από το σύνολο της χώρας είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων που καινοτομούν σε υπηρεσίες.

Διάγραμμα 4. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία σε αγαθά και υπηρεσίες, 2010-2012.



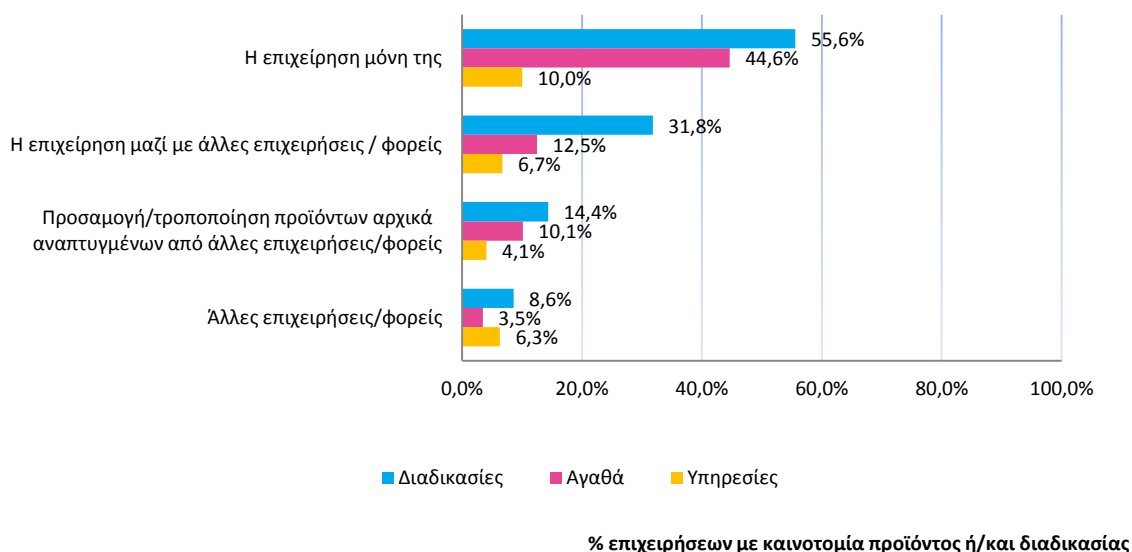
Σε ό,τι αφορά στις καινοτομίες διαδικασίας, οι περισσότερες επιχειρήσεις στον κλάδο Τροφίμων & Ποτών εισάγουν καινοτομίες για την υποστήριξη των διαδικασιών (64,8%) και ακολούθως για τις μεθόδους κατασκευής/παραγωγής των προϊόντων (52,6%). Λιγότερο από το ένα τρίτο των επιχειρήσεων με καινοτομία διαδικασίας καινοτομεί στις μεθόδους παράδοσης/διανομής των προϊόντων (28,8%).

Διάγραμμα 5. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία διαδικασίας στις επιμέρους κατηγορίες, 2010-2012.



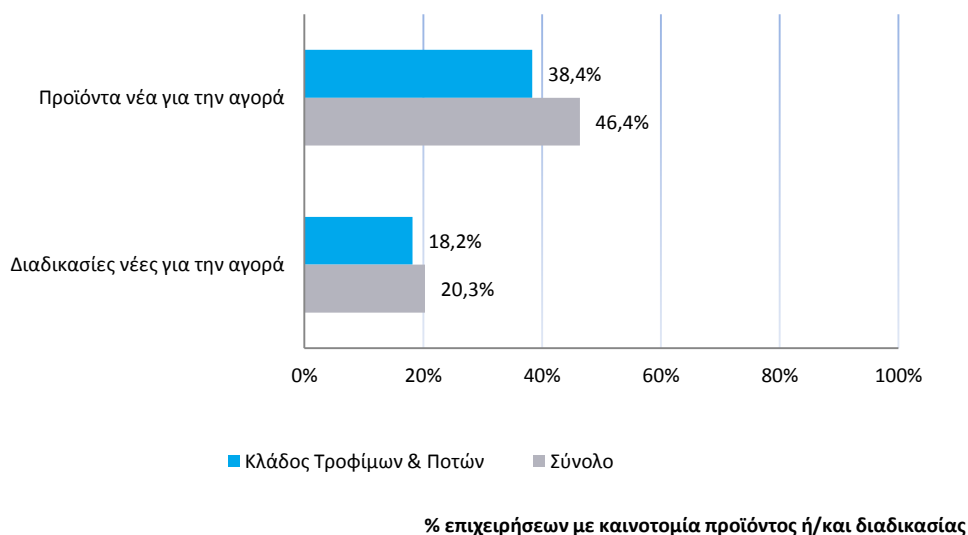
Οι περισσότερες επιχειρήσεις του κλάδου Τροφίμων & Ποτών αναπτύσσουν μόνες τους τις καινοτομίες διαδικασίας, σε ποσοστό 55,6%, και αγαθών, σε ποσοστό 44,6%. Ακολουθούν οι επιχειρήσεις που αναπτύσσουν καινοτομίες μαζί με άλλες επιχειρήσεις ή άλλους φορείς, ιδίως ως προς τις καινοτόμες διαδικασίες (31,8%).

Διάγραμμα 6. Φορείς ανάπτυξης καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας και ποσοστό (%) επιχειρήσεων, 2010-2012



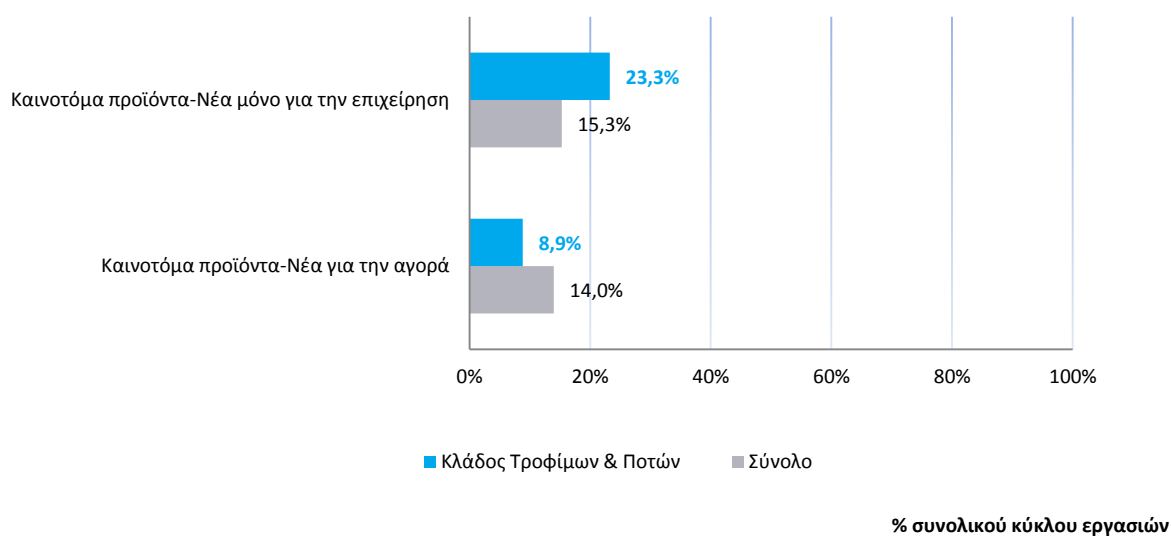
Το 38,4% των επιχειρήσεων του κλάδου Τροφίμων & Ποτών με καινοτομία προϊόντος ή /και διαδικασίας, παρήγαγαν νέα για την αγορά τους προϊόντα (αγαθά ή υπηρεσίες), έναντι 46,4% του συνόλου των ελληνικών επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 7. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος και καινοτομία διαδικασίας νέα για την αγορά, 2010-2012.



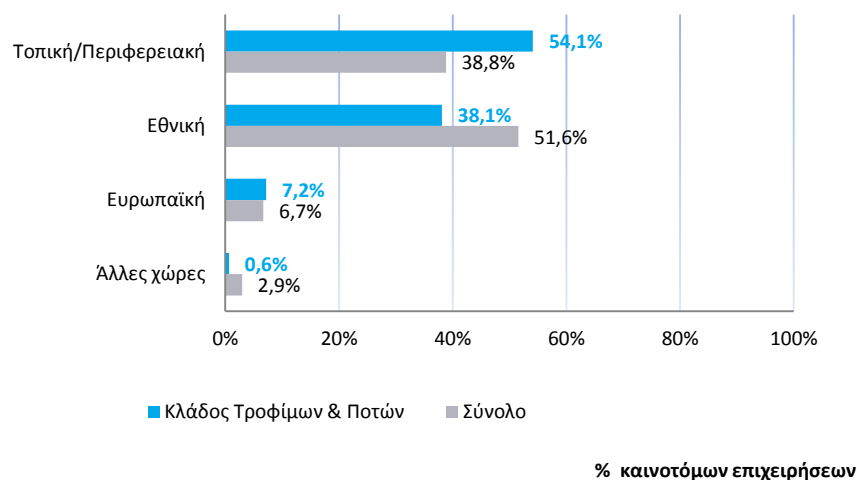
Τα καινοτόμα προϊόντα εισφέρουν το 32,3% του κύκλου εργασιών το 2012 των επιχειρήσεων Τροφίμων & Ποτών με καινοτομία προϊόντος. Το 23,3% προέρχεται από προϊόντα νέα για την επιχείρηση και το 8,9% από προϊόντα νέα για την αγορά.

Διάγραμμα 8. Ποσοστό (%) κύκλου εργασιών από καινοτόμα προϊόντα, 2012.



Η τοπική/περιφερειακή αγορά είναι η σημαντικότερη αγορά, με βάση τον κύκλο εργασιών την περίοδο 2010-2012, για το 54,1% των καινοτόμων επιχειρήσεων του κλάδου Τροφίμων & Ποτών.

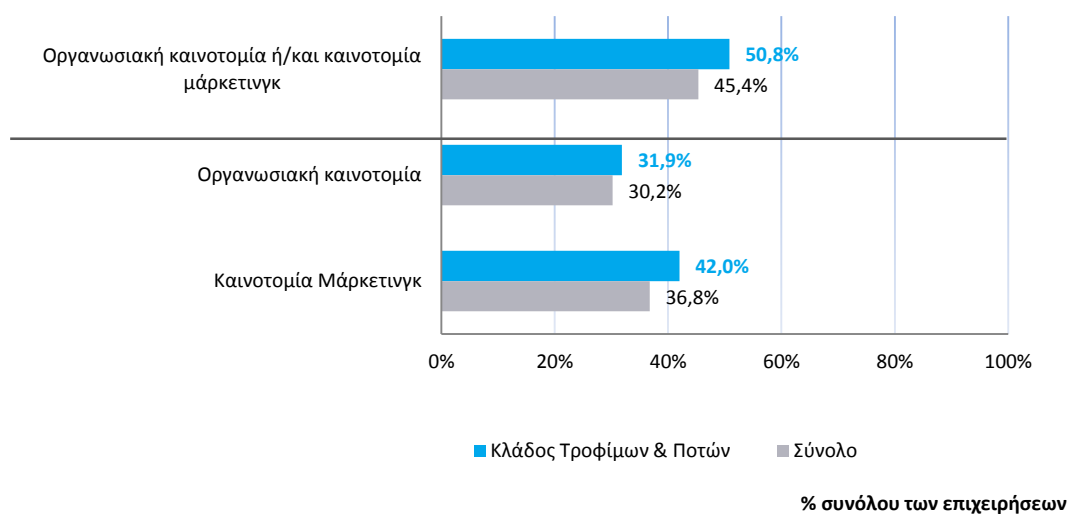
Διάγραμμα 9. Ποσοστιαία κατανομή (%) καινοτόμων επιχειρήσεων με βάση τη σημαντικότερη γεωγραφική αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται, 2010-2012.



1.3 Οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ

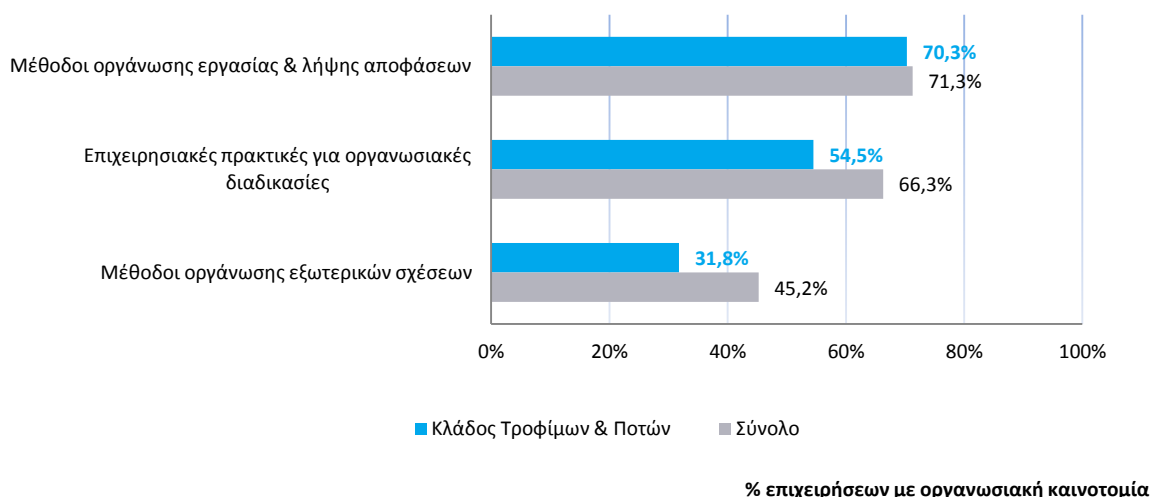
Στην οργάνωση ή/και το μάρκετινγκ καινοτομεί το 50,8% των επιχειρήσεων του κλάδου Τροφίμων & Ποτών, ποσοστό υψηλότερο του συνόλου των ελληνικών επιχειρήσεων. Αναλυτικότερα, οργανωσιακή καινοτομία καταγράφει το 31,9% και καινοτομία μάρκετινγκ το 42% των επιχειρήσεων του κλάδου.

Διάγραμμα 10. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ και οι επιμέρους κατηγορίες, 2010-2012



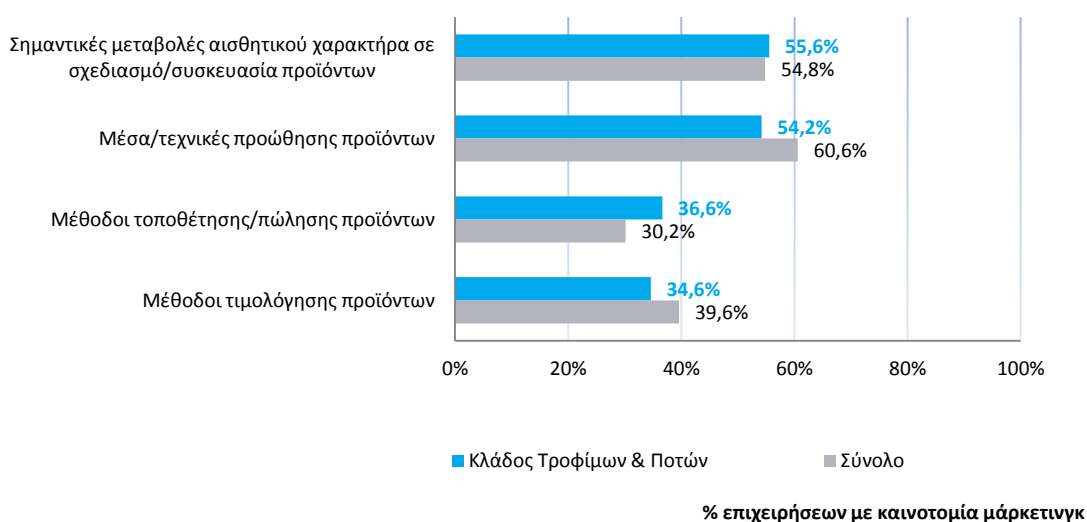
Από τις επιχειρήσεις του κλάδου Τροφίμων & Ποτών με οργανωσιακή καινοτομία, οι περισσότερες, σε ποσοστό 70,3%, εφαρμόζουν νέες μεθόδους οργάνωσης της εργασίας και λήψης αποφάσεων. Ακολουθούν αυτές που καινοτομούν στις επιχειρησιακές πρακτικές της επιχείρησης (54,5%). Τέλος, μία στις τρεις επιχειρήσεις με οργανωσιακή καινοτομία υλοποιεί νέες μεθόδους οργάνωσης των εξωτερικών σχέσεων της επιχείρησης (31,8%).

Διάγραμμα 11. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία στις επιμέρους κατηγορίες, 2010-2012.



Στις επιχειρήσεις με καινοτομία μάρκετινγκ, οι συχνότερα υιοθετούμενες καινοτομίες αφορούν στις σημαντικές μεταβολές αισθητικού χαρακτήρα στον σχεδιασμό ή στη συσκευασία των προϊόντων και στις νέες μέθοδοι προώθησης των προϊόντων (55,6% και 54,2% των επιχειρήσεων αντίστοιχα). Λιγότερες είναι οι επιχειρήσεις που υλοποιούν καινοτόμες μεθόδους τοποθέτησης/πώλησης αυτών (36,6%) και μεθόδους τιμολόγησης των προϊόντων (34,6%).

Διάγραμμα 12. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία μάρκετινγκ στις επιμέρους κατηγορίες, 2010-2012.



Ενότητα 2

Δραστηριότητες και παράγοντες καινοτομίας

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι δραστηριότητες και οι παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη καινοτομιών σε προϊόντα και διαδικασίες (τεχνολογική καινοτομία) στις επιχειρήσεις του κλάδου Τροφίμων και Ποτών.

Καταρχάς παρουσιάζονται οι καινοτομικές δραστηριότητες και οι δαπάνες που πραγματοποιούνται από τις επιχειρήσεις που καινοτομούν σε προϊόντα ή/και διαδικασίες για την ανάπτυξη των καινοτομιών αυτών.

Οι καινοτομικές δραστηριότητες περιλαμβάνουν όλες τις επιστημονικές, τεχνολογικές, οργανωτικές, οικονομικές και εμπορικές ενέργειες που οδηγούν, ή προορίζονται να οδηγήσουν, στην εισαγωγή καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας. Αναλυτικότερα, οι καινοτομικές δραστηριότητες περιλαμβάνουν όλους τους τύπους δραστηριοτήτων Έρευνας και Ανάπτυξης (E&A), καθώς και την αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού, κτιρίων, λογισμικού και αδειών. Στις καινοτομικές δραστηριότητες συμπεριλαμβάνονται επίσης οι τεχνολογικές εργασίες, οι εργασίες ανάπτυξης, ο σχεδιασμός, η κατάρτιση και η προώθηση προϊόντων, υπό την προϋπόθεση ότι πραγματοποιούνται με σκοπό την ανάπτυξη ή/και την εφαρμογή μίας καινοτομίας προϊόντος ή διαδικασίας.

Στη συνέχεια της ενότητας αναλύονται σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα των καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας.

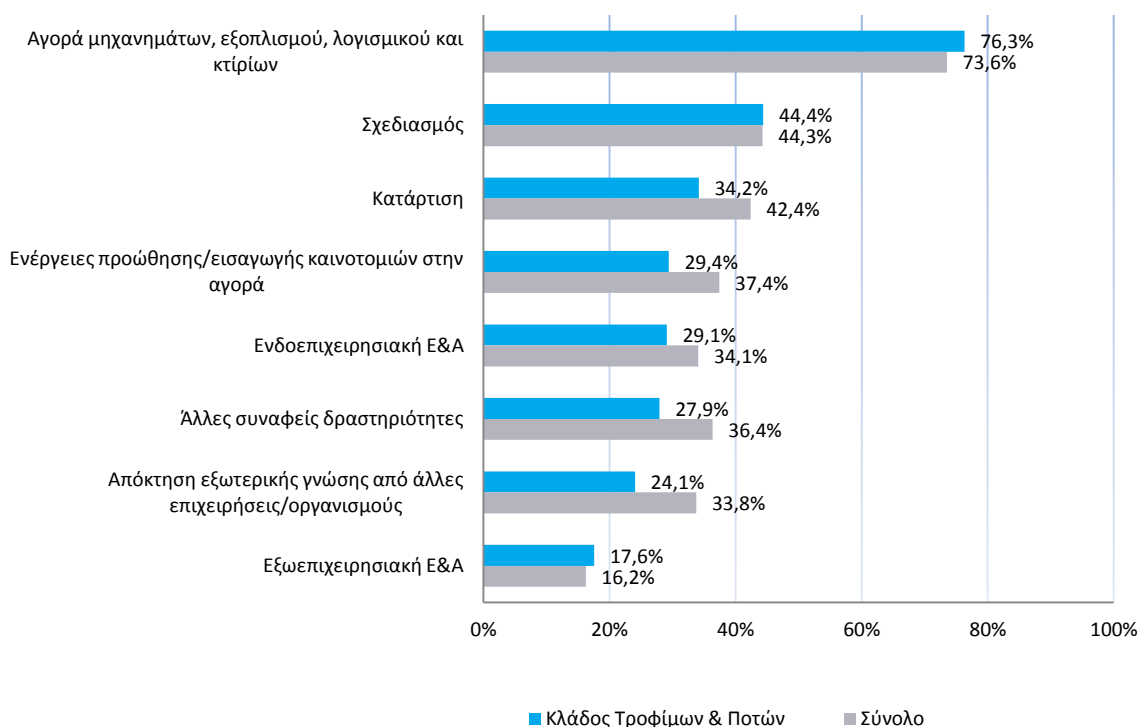
Παρουσιάζονται οι πηγές πληροφόρησης και οι συνεργασίες που πραγματοποιούν οι επιχειρήσεις με άλλους φορείς στο πλαίσιο της ανάπτυξης καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας, καθώς και τα μέσα που χρησιμοποιούν για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των καινοτομιών τους.

2.1. Δαπάνες για καινοτομικές δραστηριότητες

Οι περισσότερες επιχειρήσεις του κλάδου Τροφίμων & Ποτών με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας προχωρούν στην αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού, λογισμικού και κτιρίων για την εισαγωγή των καινοτομιών, σε ποσοστό 76,3%, ποσοστό λίγο μεγαλύτερο από το ποσοστό του συνόλου των ελληνικών επιχειρήσεων. Άλλες επιχειρήσεις επενδύουν στον σχεδιασμό των καινοτομιών (44,4%), στην κατάρτιση του προσωπικού ως προς τις καινοτομίες που εισάγει η επιχείρηση (34,2%) καθώς και στις ενέργειες προώθησης/εισαγωγής καινοτομιών στην αγορά (29,4%).

Λιγότερες από το ένα τρίτο των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας δραστηριοποιούνται σε έρευνα και ανάπτυξη (29,1%) ή/και επιλέγουν την απόκτηση εξωτερικής γνώσης από άλλες επιχειρήσεις/οργανισμούς (24,1%). Ακόμα μικρότερο ποσοστό επιχειρήσεων αναθέτουν σε τρίτους φορείς την Ε&Α για την ανάπτυξη των καινοτομιών τους (17,6%).

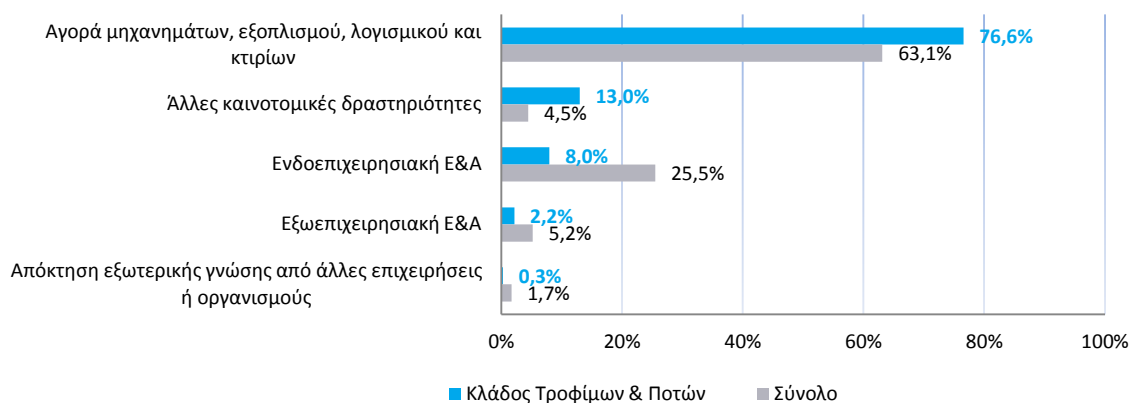
Διάγραμμα 13. Καινοτομικές δραστηριότητες και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τις εφαρμόζουν, 2010-2012



% επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας

Οι δαπάνες των επιχειρήσεων του τομέα Τροφίμων- Ποτών για καινοτομικές δραστηριότητες το 2012 ανέρχονται στα 222,1 εκατομμύρια Ευρώ. Αυτές κυρίως αφορούν σε αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού, λογισμικού και κτιρίων, σε ποσοστό 76,6% των συνολικών δαπανών. Ακολουθούν οι δαπάνες για άλλες καινοτομικές δραστηριότητες, με ποσοστό 13,0% ενώ αισθητά χαμηλότερα είναι τα ποσοστά δαπανών για τις υπόλοιπες δραστηριότητες.

Διάγραμμα 14. Ποσοστιαία κατανομή (%) δαπανών στις επιμέρους κατηγορίες καινοτομικών δραστηριοτήτων, 2012.



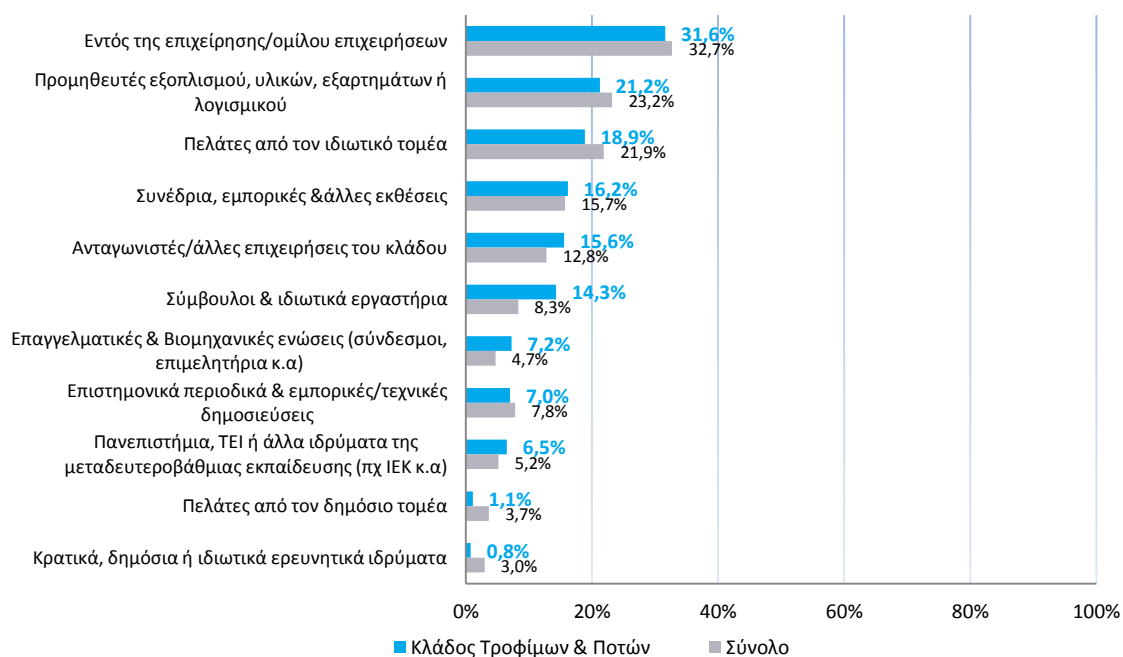
% συνολικών δαπανών για καινοτομικές δραστηριότητες το 2012

Σημείωση: Οι άλλες καινοτομικές δραστηριότητες περιλαμβάνουν την κατάρτιση, τις ενέργειες προώθησης/εισαγωγής καινοτομιών στην αγορά, τον σχεδιασμό και άλλες συναφείς καινοτομικές δραστηριότητες.

2.2. Πηγές πληροφόρησης & συνεργασίες

Οι επιχειρήσεις του κλάδου Τροφίμων & Ποτών με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας επιλέγουν κυρίως πηγές εντός της επιχείρησης/ομίλου επιχειρήσεων για την πληροφόρησή τους ως προς την ανάπτυξη των καινοτομιών (31,6%).

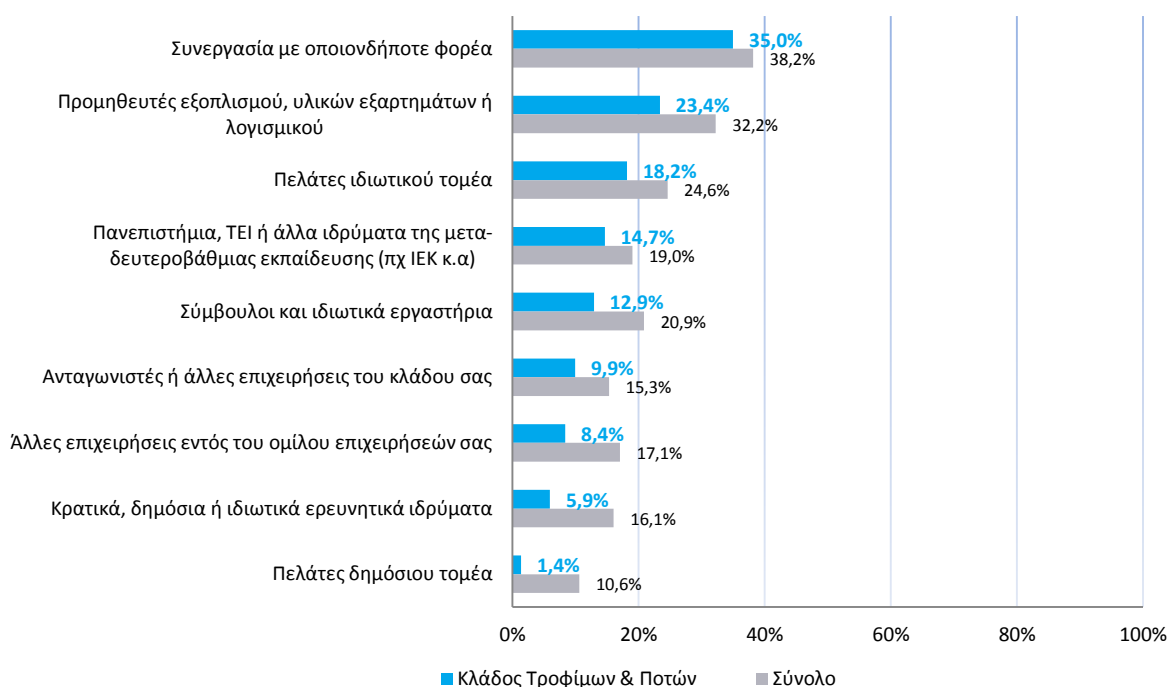
Διάγραμμα 15. Πηγές πληροφόρησης και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τις χρησιμοποιούν, 2010-2012



% επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας

Η ανάπτυξη καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας είναι αποτέλεσμα συνεργασίας για το 35% των επιχειρήσεων Τροφίμων - Ποτών που καταγράφουν κάποια τέτοια καινοτομία, ποσοστό χαμηλότερο από το σύνολο της χώρας. Οι κύριοι συνεργάτες είναι οι προμηθευτές (εξοπλισμού, υλικών, λογισμικού) σε ποσοστό 23,4%, οι πελάτες από τον ιδιωτικό τομέα, σε ποσοστό 18,2%, τα Πανεπιστήμια, ΤΕΙ ή άλλα ιδρύματα μετα-δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (14,7%) και οι σύμβουλοι και τα ιδιωτικά εργαστήρια (12,9%).

Διάγραμμα 16. Φορείς συνεργασίας και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που συνεργάζεται με αυτούς, 2010-2012



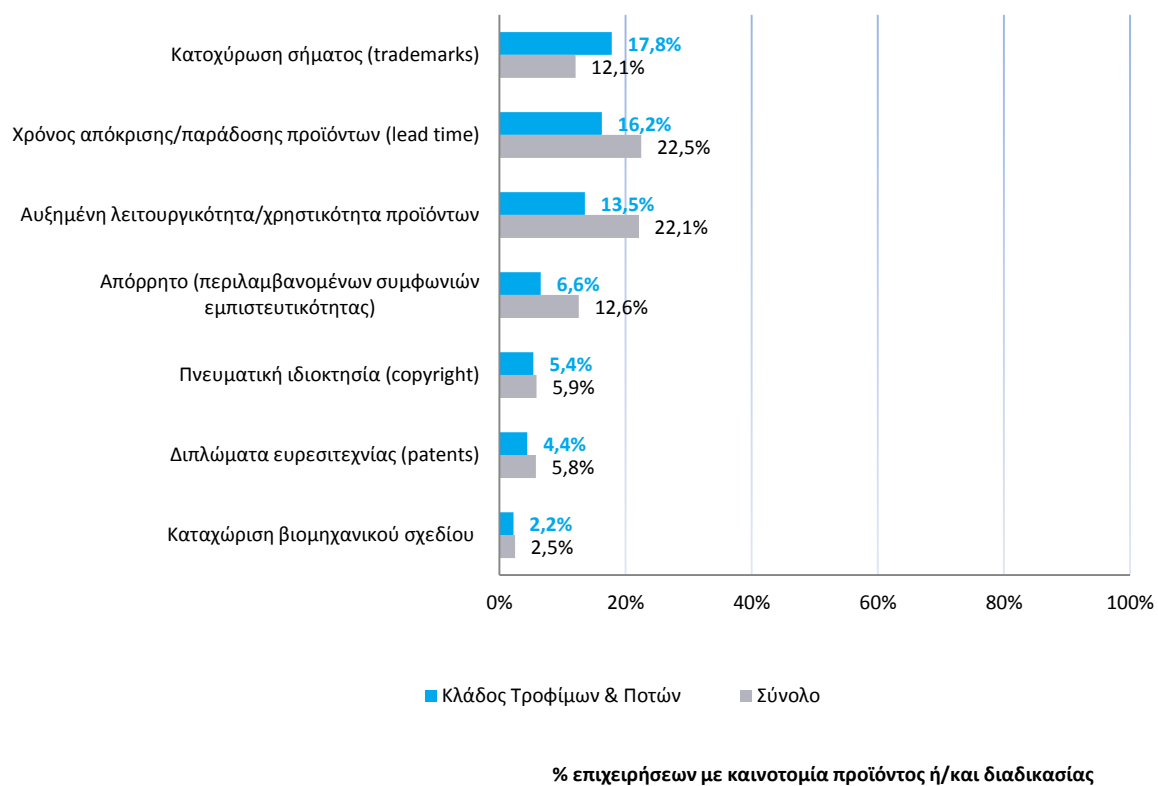
% επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας

2.3. Παράγοντες βελτίωσης ανταγωνιστικότητας

Όσον αφορά στα μέσα που συμβάλλουν στην ανταγωνιστικότητα των καινοτομιών, οι επιχειρήσεις του κλάδου αξιολογούν ως σημαντικότερο μέσο την κατοχύρωση σήματος, με ποσοστό 17,8%, υψηλότερο από το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων. Ακολουθούν ο χρόνος απόκρισης/παράδοσης των προϊόντων, σε ποσοστό 16,2%, και η αυξημένη λειτουργικότητά τους, σε ποσοστό 13,5%.

Σε χαμηλότερα ποσοστά κυμαίνεται το απόρρητο (6,6%) και η πνευματική ιδιοκτησία (5,4%). Η χρήση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας και η καταχώριση βιομηχανικού σχεδίου κρίνονται ως αποτελεσματικά μόνο από λίγες επιχειρήσεις που καινοτομούν σε προϊόντα/διαδικασίες (4,4% και 2,2% αντιστοίχως).

Διάγραμμα 17. Αποτελεσματικότητα μέσω ανταγωνιστικότητας καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας και ποσοστό (%) επιχειρήσεων, 2010-2012.



Ενότητα 3

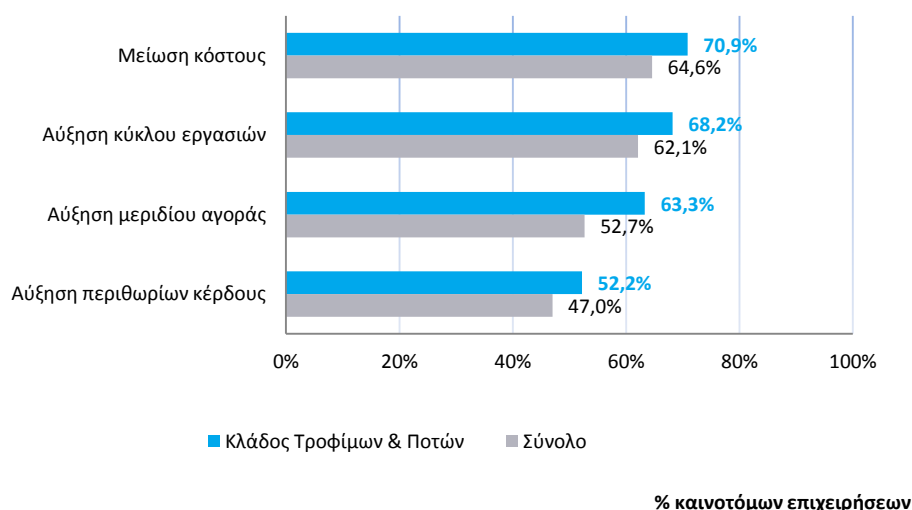
Ανάπτυξη Καινοτομίας

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζεται το περιβάλλον ανάπτυξης της καινοτομίας μέσα από τους στόχους, τις στρατηγικές και τα εμπόδια που καταγράφουν οι καινοτόμες επιχειρήσεις του κλάδου Τροφίμων & Ποτών την περίοδο 2010 έως και 2012.

3.1. Στόχοι καινοτόμων επιχειρήσεων

Οι κυρίαρχοι στόχοι των καινοτόμων επιχειρήσεων του κλάδου είναι η μείωση κόστους (70,9%), η αύξηση του κύκλου εργασιών (68,2%), η αύξηση του μεριδίου αγοράς (63,3%) και του περιθωρίου κέρδους (52,2%).

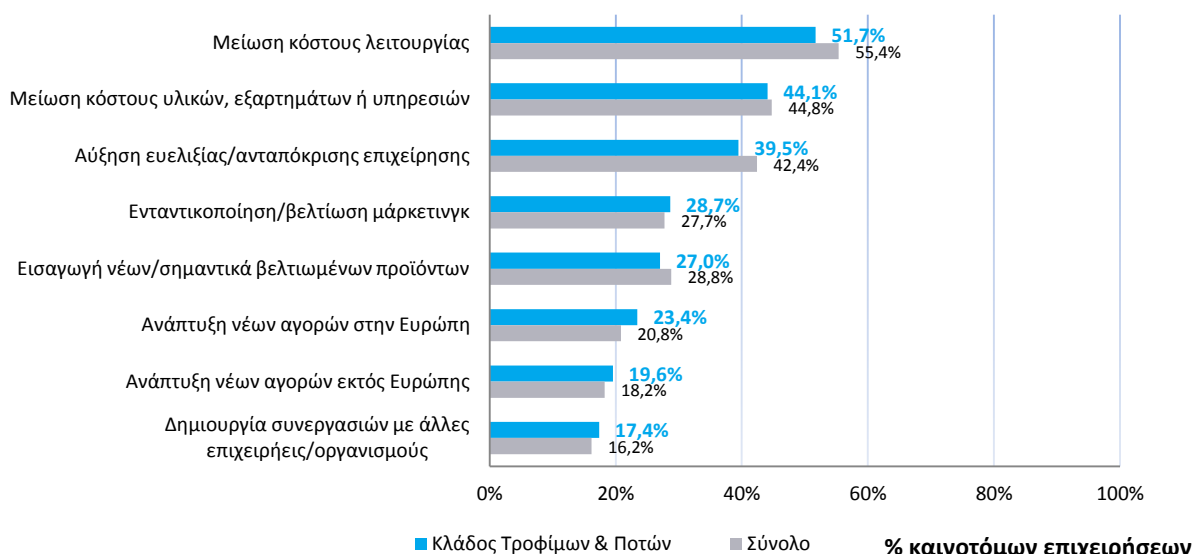
Διάγραμμα 18. Στόχοι καινοτόμων επιχειρήσεων και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τους υιοθετούν, 2010-2012



3.2. Στρατηγικές καινοτόμων επιχειρήσεων

Η μείωση του κόστους λειτουργίας ή/και του κόστους υλικών, εξαρτημάτων ή υπηρεσιών αναδεικνύονται ως οι βασικές στρατηγικές των καινοτόμων επιχειρήσεων στον κλάδο Τροφίμων & Ποτών, με μικρότερα ωστόσο ποσοστά από ότι για το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων. Μεγαλύτερη έμφαση από το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων αποδίδουν οι επιχειρήσεις του κλάδου στην ανάπτυξη νέων αγορών εντός και εκτός Ευρώπης και στην ανάπτυξη συνεργασιών.

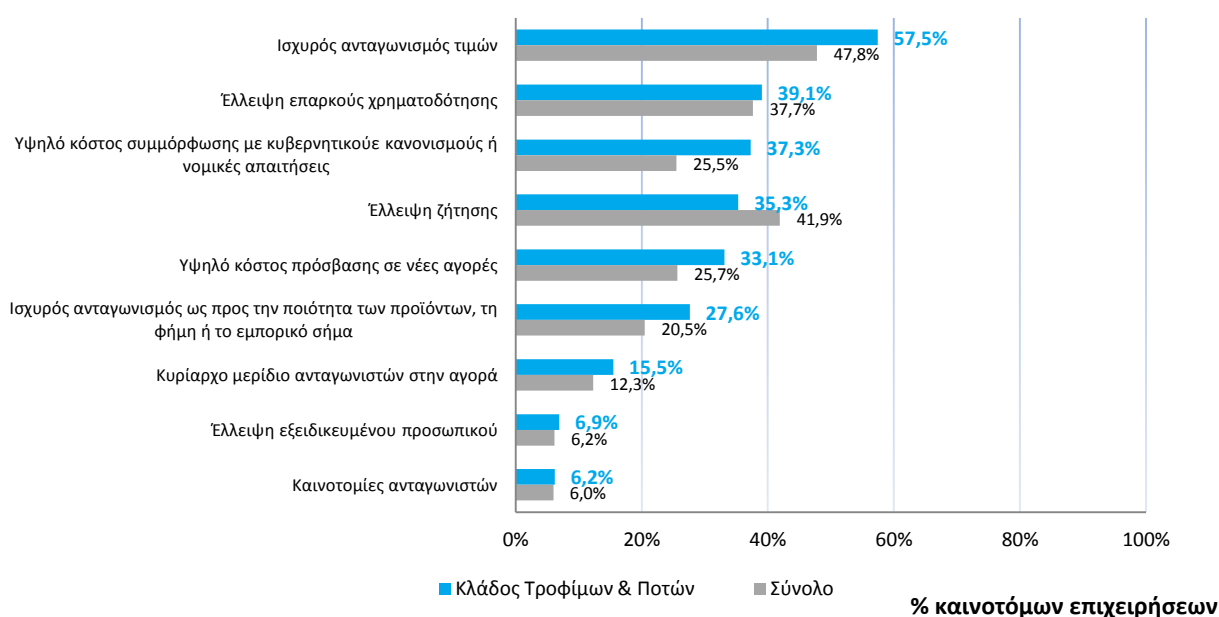
Διάγραμμα 19. Στρατηγικές καινοτόμων επιχειρήσεων και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τις εφαρμόζει, 2010-2012.



3.3. Εμπόδια καινοτόμων επιχειρήσεων

Τα κυριότερα εμπόδια των καινοτόμων επιχειρήσεων στον κλάδο Τροφίμων & Ποτών, με ποσοστά μεγαλύτερα του συνόλου των ελληνικών επιχειρήσεων, είναι ο ισχυρός ανταγωνισμός τιμών, η έλλειψη επαρκούς χρηματοδότησης, το υψηλό κόστος συμμόρφωσης με κανονισμούς και νομικές απαιτήσεις, το υψηλό κόστος πρόσβασης σε νέες αγορές.

Διάγραμμα 20. Εμπόδια καινοτόμων επιχειρήσεων και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τα αντιμετωπίζει, 2010-2012.



Ενότητα 4

Μεθοδολογικές Σημειώσεις

Αντικείμενο της έρευνας

Η έρευνα για την Καινοτομία στις επιχειρήσεις (Community Innovation Survey) αποτελεί την επίσημη στατιστική έρευνα για την καινοτομία στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Διεξάγεται κάθε δύο χρόνια σε όλες τις χώρες-μέλη της ΕΕ μέσω ενιαίου πρότυπου ερωτηματολογίου, σύμφωνα με την ευρωπαϊκή νομοθεσία, τις μεθοδολογικές οδηγίες του εγχειριδίου Όσλο³ και τις κατευθύνσεις της Eurostat, εξασφαλίζοντας υψηλή ποιότητα και συγκρισιμότητα στους δείκτες των χωρών-μελών της ΕΕ.

Η έρευνα παρέχει στοιχεία για τέσσερεις τύπους καινοτομίας, τις καινοτομικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων, την εισαγωγή νέων προϊόντων στην επιχείρηση και στην αγορά, τον ρόλο του κρατικού τομέα για την υποστήριξη της καινοτομίας μέσω των κρατικών συμβάσεων, τις συνεργασίες, τις στρατηγικές και τα εμπόδια που συναντούν οι επιχειρήσεις για την ανάπτυξη καινοτομιών.

Όλα τα στατιστικά δημοσιεύονται αναλυτικά στον σχετικό δικτυακό τόπο του ΕΚΤ (<http://metrics.ekt.gr>) και από τη Eurostat στη σχετική βάση δεδομένων ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και ανά τάξη μεγέθους (αριθμό εργαζομένων) των επιχειρήσεων.

Η παρούσα έκδοση παρουσιάζει τα αποτελέσματα της έρευνας για τις καινοτομίες και τις καινοτομικές δραστηριότητες [των ελληνικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο Τροφίμων & Ποτών](#) στο διάστημα της τριετίας 2010 έως και 2012.

Βασικές έννοιες

Η μέτρηση της καινοτομίας πραγματοποιείται με βάση τις έννοιες και τους ορισμούς που αναφέρονται στο εγχειρίδιο Όσλο, σε κοινή δημοσίευση του ΟΟΣΑ και της Eurostat. Σύμφωνα με το εγχειρίδιο:

Καινοτομία είναι η παραγωγή ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος (αγαθού ή υπηρεσίας) ή η εφαρμογή μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας, οργανωσιακής μεθόδου ή μεθόδου μάρκετινγκ από μία επιχείρηση.

Η καινοτομία οφείλει να έχει χαρακτηριστικά ή προοριζόμενες χρήσεις που θεωρούνται νέες ή παρέχουν μία σημαντική βελτίωση σε ό,τι χρησιμοποιούσε ή πωλούσε πριν η επιχείρηση.

Η ελάχιστη προϋπόθεση για να χαρακτηριστεί μία αλλαγή στα προϊόντα ή στις διαδικασίες ή στις μεθόδους μίας επιχείρησης ως καινοτομία είναι να είναι νέα ή σημαντικά βελτιωμένη για την επιχείρηση. Η προϋπόθεση αυτή περιλαμβάνει ως καινοτομία για μία επιχείρηση, την παραγωγή προϊόντων ή εφαρμογή διαδικασιών/μεθόδων που έχουν αρχικά αναπτυχθεί ή χρησιμοποιηθεί από άλλες επιχειρήσεις του ίδιου ή άλλου κλάδου δραστηριότητας, αρκεί να χρησιμοποιούνται για πρώτη φορά από την επιχείρηση αυτή.

³ Oslo Manual "Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data", 3rd ed., 2005, Joint Publication of OECD and Eurostat (http://metrics.ekt.gr/sites/emetrics/files/Manuals/OSLO-EN_2005.pdf)

Διακρίνονται οι ακόλουθοι τέσσερις τύποι καινοτομίας (είναι προφανές ότι μία επιχείρηση μπορεί να αναπτύσσει περισσότερους από έναν τύπο καινοτομίας):

Καινοτομία προϊόντος: η εισαγωγή στην αγορά ενός προϊόντος που είναι είτε νέο είτε σημαντικά βελτιωμένο ως προς τα χαρακτηριστικά του ή τις προοριζόμενες χρήσεις του. Ο όρος «προϊόν» αναφέρεται είτε σε ένα αγαθό είτε σε μία υπηρεσία.

Καινοτομία διαδικασίας: η εφαρμογή μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας παραγωγής, μεθόδου διανομής ή δραστηριότητας υποστήριξης για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που παρέχει η επιχείρηση.

Οργανωσιακή καινοτομία: η εφαρμογή μίας νέας οργανωσιακής μεθόδου στις επιχειρησιακές πρακτικές της επιχείρησης (συμπεριλαμβανομένης της διαχείρισης της γνώσης), στην οργάνωση της εργασίας ή στις εξωτερικές σχέσεις της επιχείρησης, η οποία δεν έχει χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν.

Καινοτομία μάρκετινγκ: η εφαρμογή μίας νέας στρατηγικής μάρκετινγκ, η οποία διαφέρει σημαντικά από τις υπάρχουσες μεθόδους μάρκετινγκ της επιχείρησης και δεν έχει χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν. Μία τέτοια καινοτομία απαιτεί σημαντικές μεταβολές στον σχεδιασμό ή στη συσκευασία, στην τοποθέτηση, στην προώθηση ή στην τιμολόγηση του προϊόντος.

Χαρακτηριστικό γνώρισμα μίας καινοτομίας είναι ότι πρέπει να έχει υλοποιηθεί. Ένα νέο ή σημαντικά βελτιωμένο προϊόν υλοποιείται όταν εισάγεται στην αγορά. Νέες διαδικασίες, μέθοδοι μάρκετινγκ και οργανωσιακές μέθοδοι υλοποιούνται όταν αρχίσουν να χρησιμοποιούνται στις εργασίες της επιχείρησης.

Οι **καινοτομικές δραστηριότητες** περιλαμβάνουν όλες τις επιστημονικές, τεχνολογικές, οργανωτικές, οικονομικές και εμπορικές ενέργειες που οδηγούν, ή προορίζονται να οδηγήσουν, στην εισαγωγή καινοτομιών προϊόντος ή διαδικασίας.

Οι καινοτομικές δραστηριότητες περιλαμβάνουν όλους τους τύπους δραστηριοτήτων Έρευνας και Ανάπτυξης (Ε&Α), καθώς και την αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού, κτιρίων, λογισμικού και αδειών. Στις καινοτομικές δραστηριότητες συμπεριλαμβάνονται επίσης οι τεχνολογικές εργασίες, οι εργασίες ανάπτυξης, ο σχεδιασμός, η κατάρτιση και η προώθηση προϊόντων, **υπό την προϋπόθεση** ότι πραγματοποιούνται με σκοπό την ανάπτυξη ή/και την εφαρμογή μίας καινοτομίας προϊόντος ή διαδικασίας.

Νομικό πλαίσιο

Η συλλογή των στοιχείων για την Καινοτομία στις επιχειρήσεις γίνεται σύμφωνα με την Απόφαση αριθ. 1608/2003/ΕΚ⁴ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, σχετικά με την παραγωγή και την ανάπτυξη κοινοτικών στατιστικών για την επιστήμη και την τεχνολογία, και οι κανόνες εφαρμογής της απόφασης αυτής καθορίζονται στον Εκτελεστικό Κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 995/2012⁵.

Ο εκτελεστικός κανονισμός ορίζει τα στοιχεία που συλλέγονται και τις δραστηριότητες και τους τομείς που καλύπτονται από την έρευνα καθώς και τη συχνότητα συλλογής, τις προθεσμίες

4 http://metrics.ekt.gr/sites/emetrics/files/Regulation/1608_2003_el.pdf

5 http://metrics.ekt.gr/sites/metrics/files/Implementing_Regulation_No_995_2012_EL.pdf

για την υποβολή των στοιχείων στην Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat) και την περίοδο αναφοράς της εκάστοτε έρευνας.

Η παραγωγή των επίσημων στατιστικών στοιχείων Καινοτομίας και Έρευνας & Ανάπτυξης για την Ελλάδα πραγματοποιείται από το 2012 από το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης / Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών μετά από απόφαση της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας (ΦΕΚ/1359/Β/25.04.2012)⁶.

Το ΕΚΤ πραγματοποίησε τη διεξαγωγή της έρευνας σε συνεργασία με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ), με την οποία υπεγράφη Μνημόνιο Συνεργασίας⁷ με αντικείμενο τη διεξαγωγή των ερευνών για την Καινοτομία και την Έρευνα & Ανάπτυξη στις επιχειρήσεις.

Πληθυσμός έρευνας

Σύνολο ελληνικών επιχειρήσεων

Ο πληθυσμός στόχος της έρευνας που διεξήχθη με αναφορά στην τριετία 2010-2012 είναι ο συνολικός πληθυσμός επιχειρήσεων, με 10 εργαζόμενους και άνω, στους ακόλουθους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας:

Κλάδος οικονομικής δραστηριότητας

Βιομηχανία	B (05-09): Ορυχεία και λατομεία Γ (10-33): Μεταποίηση Δ (35): Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, ατμού και κλιματισμού Ε (36-39): Παροχή νερού - επεξεργασία λυμάτων, διαχείριση αποβλήτων και δραστηριότητες εξυγίανσης
Υπηρεσίες	Z (46): Χονδρικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών Η (49-53): Μεταφορά και αποθήκευση Ι (58-63): Ενημέρωση και επικοινωνία ΙΑ (64-66): Χρηματοπιστωτικές και ασφαλιστικές δραστηριότητες ΙΓ (71): Αρχιτεκτονικές δραστηριότητες και δραστηριότητες μηχανικών - τεχνικές δοκιμές και αναλύσεις ΙΓ (72): Επιστημονική έρευνα και ανάπτυξη ΙΓ (73): Διαφήμιση και έρευνα αγοράς

⁶ http://metrics.ekt.gr/sites/emetrics/files/700_07.05.2012.pdf

⁷ http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/General/NWS_memorandum_EKT.pdf

Ο πληθυσμός της έρευνας προσδιορίστηκε με βάση το στατιστικό μητρώο επιχειρήσεων, το οποίο τηρεί η Ελληνική Στατιστική Αρχή, και αποτελείται από 14.987 επιχειρήσεις, με τα προαναφερόμενα χαρακτηριστικά μεγέθους και κλάδου οικονομικής δραστηριότητας.

Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται η κατανομή αυτών στους δύο βασικούς τομείς οικονομικής δραστηριότητας (Βιομηχανία & Υπηρεσίες) και στις 3 τάξεις μεγέθους των επιχειρήσεων βάσει του αριθμού εργαζομένων αυτών (10-49, 50-249 και 250 και πλέον εργαζόμενοι).

	10 έως 49 εργαζόμενοι	50 έως 249 εργαζόμενοι	250 και πλέον εργαζόμενοι	Σύνολο
Βιομηχανία	6.092	790	150	7.032
Υπηρεσίες	6.924	911	120	7.955
Σύνολο	13.016	1.701	270	14.987

Κλάδος Τροφίμων και Ποτών

Για την αποτύπωση του κλάδου, από τον συνολικό πληθυσμό των επιχειρήσεων της έρευνας ελήφθησαν υπόψη οι επιχειρήσεις οι οποίες εντάσσονται στους εξής κωδικούς οικονομικής δραστηριότητας (Nace rev2):

Βιομηχανία	Γ Μεταποίηση 10 - Βιομηχανία τροφίμων 11 - Ποτοποιία
Υπηρεσίες	Z (46): Χονδρικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών 46.3 - Χονδρικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού πλην του 46.35 Χονδρικό εμπόριο προϊόντων καπνού

Το σύνολο των επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται στους ανωτέρω κλάδους με αριθμό εργαζομένων άνω των 10 ατόμων και περιλαμβάνονται στο στατιστικό μητρώο επιχειρήσεων, το οποίο τηρεί η Ελληνική Στατιστική Αρχή από όπου αντλήθηκε το δείγμα είναι 2.563.

Σύμφωνα με το στατιστικό μητρώο επιχειρήσεων της ΕΛΣΤΑΤ, το σύνολο των επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται στους ανωτέρω κλάδους είναι 742. Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται η κατανομή αυτών στους επιμέρους υποκλάδους.

	Σύνολο επιχειρήσεων πληθυσμού
10 – Βιομηχανία τροφίμων	1.460
11 - Ποτοποιία	127
46.3 Χονδρικό εμπόριο τροφίμων, ποτών	976
Σύνολο	2.563

Μέθοδος συλλογής

Τα στοιχεία για την «Έρευνα για την Καινοτομία» συλλέχθηκαν μέσω ενός συνδυασμού απογραφής και δειγματοληπτικής έρευνας. Ερευνώμενη μονάδα ήταν η επιχείρηση.

Με απογραφή καλύφθηκαν οι επιχειρήσεις που απασχολούν 500 και πλέον εργαζόμενους, καθώς και οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε Έρευνα & Ανάπτυξη (βάσει των στοιχείων της στατιστικής έρευνας του ΕΚΤ για δραστηριότητες E&A με έτος αναφοράς το 2011).

Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις του πληθυσμού στόχου καλύφθηκαν μέσω δείγματος το οποίο παρέιχε η ΕΛΣΤΑΤ από το στατιστικό μητρώο επιχειρήσεων που τηρεί, εφαρμόζοντας μονοσταδιακή στρωματοποιημένη δειγματοληψία, με τα εξής κριτήρια στρωμάτωσης των επιχειρήσεων:

- Περιφέρειες (σε επίπεδο NUTS-2): συνολικά 13 περιφέρειες
- Διψήφιο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας: συνολικά 11 κλάσεις (όπως παρουσιάζονται στον άνω πίνακα)
- Τάξη μεγέθους των επιχειρήσεων: 10-49, 50-249, 250 και πλέον εργαζόμενοι

Το δείγμα των επιχειρήσεων επιλέχθηκε με βάση τις προδιαγραφές και τις απαιτήσεις ακρίβειας που προτείνονται από τη Eurostat στις μεθοδολογικές οδηγίες της έρευνας.

Συνολικά, στην έρευνα συμμετείχαν 4.212 επιχειρήσεις από τον πληθυσμό, εκ των οποίων 214 καλύφθηκαν με απογραφή και 3.998 επιχειρήσεις αποτέλεσαν το δείγμα της έρευνας.

Διεξαγωγή της έρευνας

Το ΕΚΤ πραγματοποίησε τη διεξαγωγή της στατιστικής έρευνας για την Καινοτομία, σε συνεργασία με την ΕΛΣΤΑΤ.

Η συλλογή των στοιχείων υλοποιήθηκε με ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια μέσω ενός ειδικά διαμορφωμένου διαδικτυακού περιβάλλοντος, το οποίο ανέπτυξε το ΕΚΤ. Επιπλέον, εφαρμόστηκαν ηλεκτρονικές διαδικασίες για την παρακολούθηση της πορείας της έρευνας σε πραγματικό χρόνο και τον έλεγχο ποιότητας των συλλεγόμενων στοιχείων με βάση τους προβλεπόμενους δείκτες ποιότητας σε καθημερινή βάση.

Στο πλαίσιο της συνεργασίας με την ΕΛΣΤΑΤ αξιοποιήθηκαν από το ΕΚΤ περίπου 200 ιδιώτες-συνεργάτες της ΕΛΣΤΑΤ σε όλη την επικράτεια και δημιουργήθηκε ένα δίκτυο επικοινωνίας του ΕΚΤ, τόσο με τους συνεργάτες όσο και με τις περιφερειακές υπηρεσίες της ΕΛΣΤΑΤ, για τη διασφάλιση της ποιότητας της συλλογής με παράλληλη βελτιστοποίηση του χρόνου διεξαγωγής της έρευνας.

Αποτέλεσμα ήταν η συλλογή ερωτηματολογίων από 2.000 και πλέον επιχειρήσεις σε όλη την Ελλάδα, με βάση τα οποία το ΕΚΤ ολοκλήρωσε την επεξεργασία και ανάλυση των στοιχείων, την παραγωγή των δεικτών της έρευνας και την αποστολή τους στη Eurostat.

Η παραγωγή των εκτιμήσεων και ο υπολογισμός των σφαλμάτων δειγματοληψίας πραγματοποιήθηκε με τη μεθοδολογική υποστήριξη της ΕΛΣΤΑΤ.



| metrics.ekt.gr

ISBN: 978-618-5079-39-0 (pdf) ISBN: 978-618-5079-38-3 (print)



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Ταμείο
Περιφερειακής
Ανάπτυξης



ψηφιακή **ελλάδα**
Όλα είναι δυνατό
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
"Ψηφιακή Σύγκλιση"



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Πολιτισμού,
Παιδείας & Θρησκευμάτων

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης