



ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ
ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ

NATIONAL
DOCUMENTATION
CENTRE

Καινοτομία

στις ελληνικές επιχειρήσεις

2010-2012

Φαρμακευτικός Κλάδος

Καινοτομία

στις ελληνικές επιχειρήσεις

2010-2012

Φαρμακευτικός Κλάδος

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, Φαρμακευτικός κλάδος», 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: 978-618-5079-35-2 (pdf)

ISBN: 978-618-5079-34-5 (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 **Φαρμακευτικό κλάδο** 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 «Community Innovation Survey» 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 Όσλο 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 Όσλο¹ 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 Φαρμακευτικού Κλάδου και αναλύονται οι τέσσερις διαφορετικοί τύποι καινοτομίας.

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

Από τον κλάδο Γ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ περιλαμβάνεται ο κωδικός:

- 21 Παραγωγή βασικών φαρμακευτικών προϊόντων

Από τον κλάδο Ζ ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ· ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ περιλαμβάνεται ο κωδικός:

- 4646 Χονδρικό εμπόριο φαρμακευτικών προϊόντων

¹ Oslo Manual "Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data", 3rd ed., 2005, Joint Publication of OECD and Eurostat

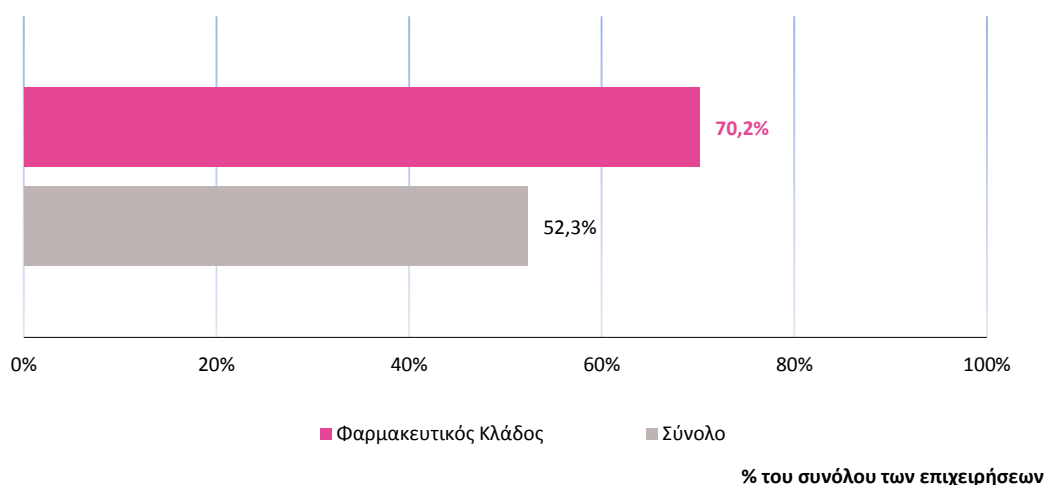
(http://metrics.ekt.gr/sites/emetrics/files/Manuals/OSLO-EN_2005.pdf)

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

1.1 Καινοτόμες επιχειρήσεις

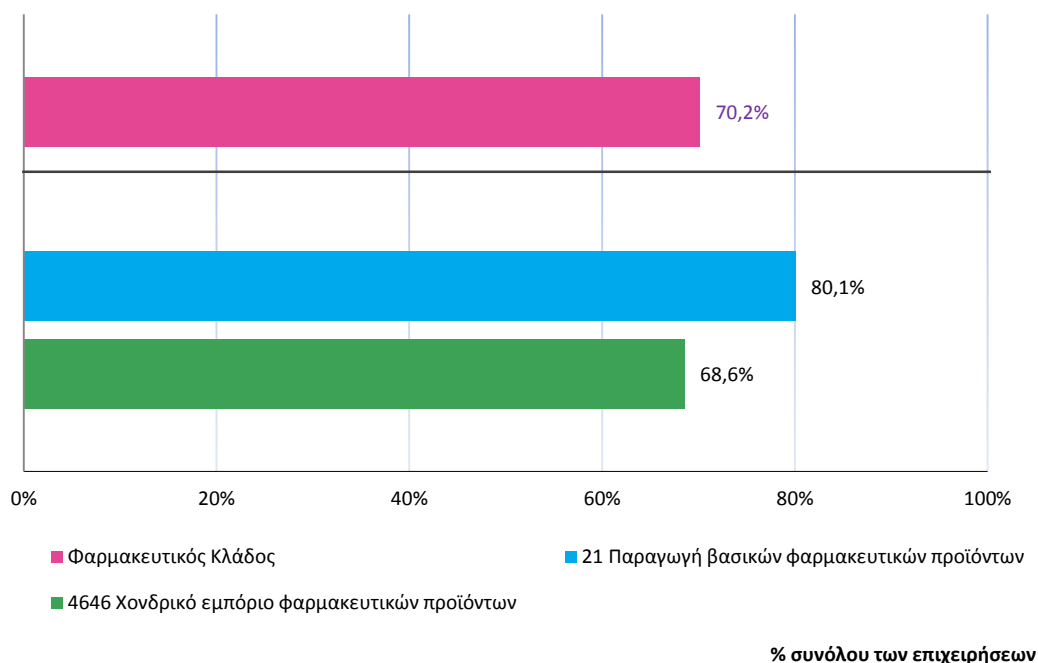
Στο διάστημα της τριετίας 2010 έως και 2012, το 70,2% των ελληνικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον Φαρμακευτικό κλάδο καινοτομούν σε έναν ή περισσότερους τομείς ποσοστό υψηλότερο από το σύνολο της χώρας (52,3%).

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



Με αναφορά στους επιμέρους υποκλάδους που αποτελούν τον Φαρμακευτικό Κλάδο, το μεγαλύτερο ποσοστό (80,1%) καινοτόμων επιχειρήσεων καταγράφεται στον υποκλάδο 21- Παραγωγή βασικών φαρμακευτικών προϊόντων.

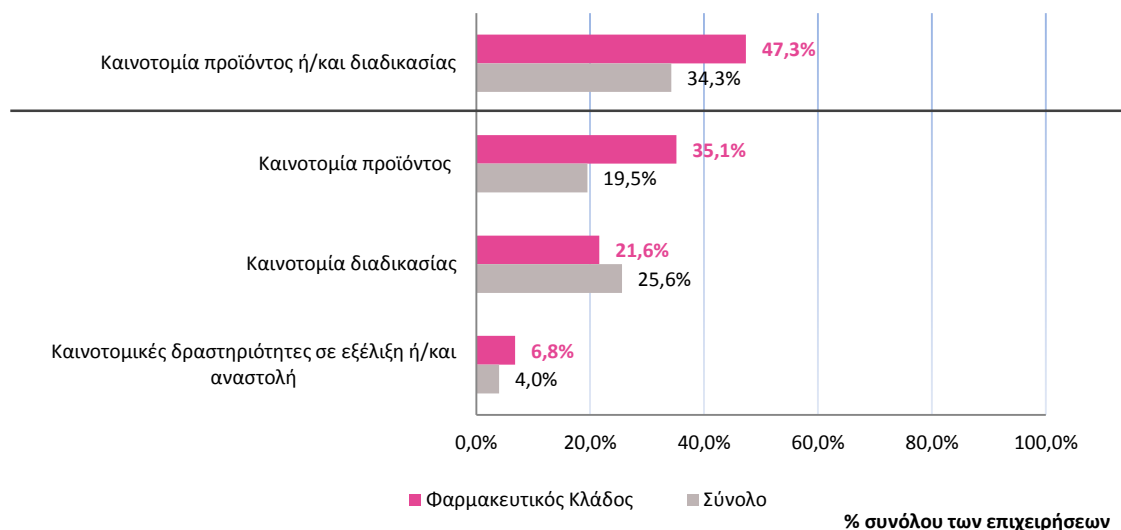
Διάγραμμα 2. Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων ανά επιμέρους κλάδο, 2010-2012.



1.2 Καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας

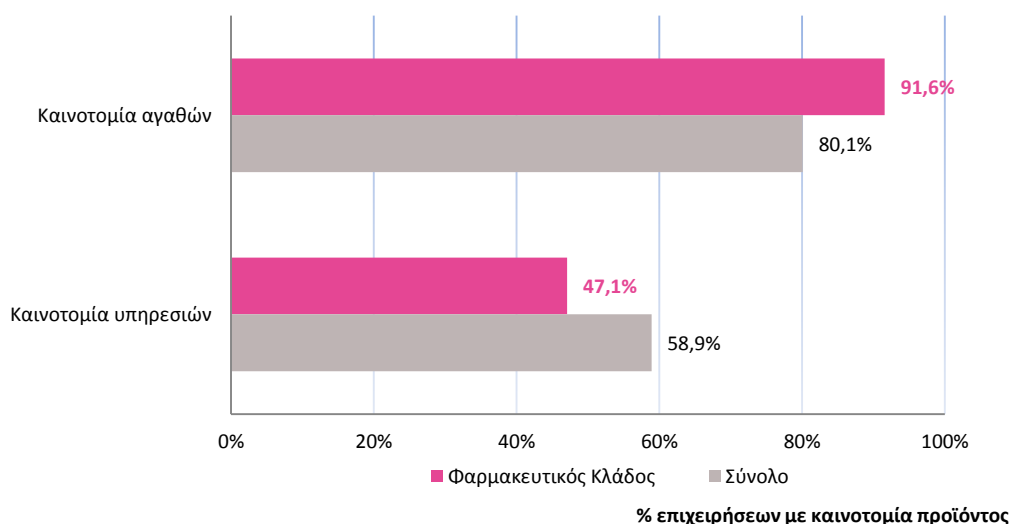
Καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας αναπτύσσει το 47,3% των επιχειρήσεων του Φαρμακευτικού κλάδου έναντι 34,3% του συνόλου των επιχειρήσεων, με μεγαλύτερο ποσοστό σε καινοτομίες προϊόντος (35,1%) και ακολούθως σε καινοτομίες διαδικασίας (21,6%).

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



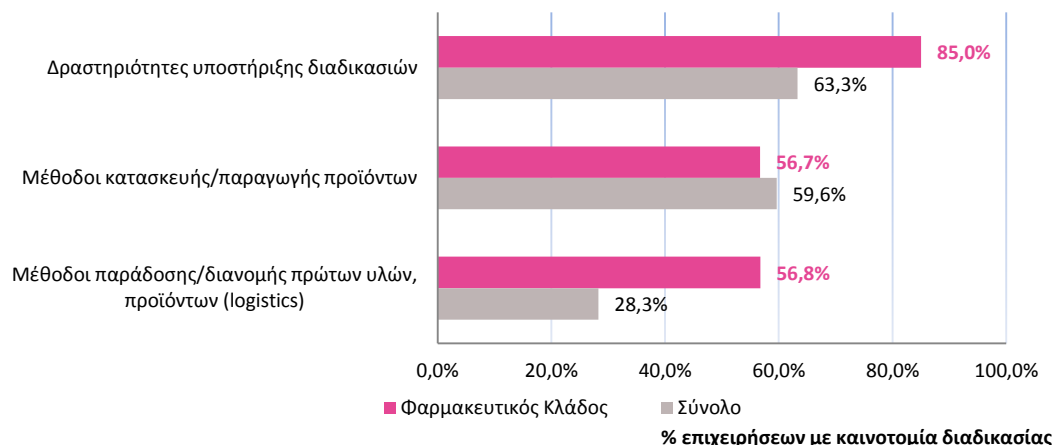
Σε ό,τι αφορά στις καινοτομίες προϊόντος, το 91,6% των επιχειρήσεων του φαρμακευτικού κλάδου με καινοτομία προϊόντος αναπτύσσει καινοτομίες σε αγαθά, ποσοστό μεγαλύτερο από το σύνολο της χώρας (80,1%). Αντίθετα, μικρότερο από το σύνολο της χώρας είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων του κλάδου που καινοτομεί σε υπηρεσίες.

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



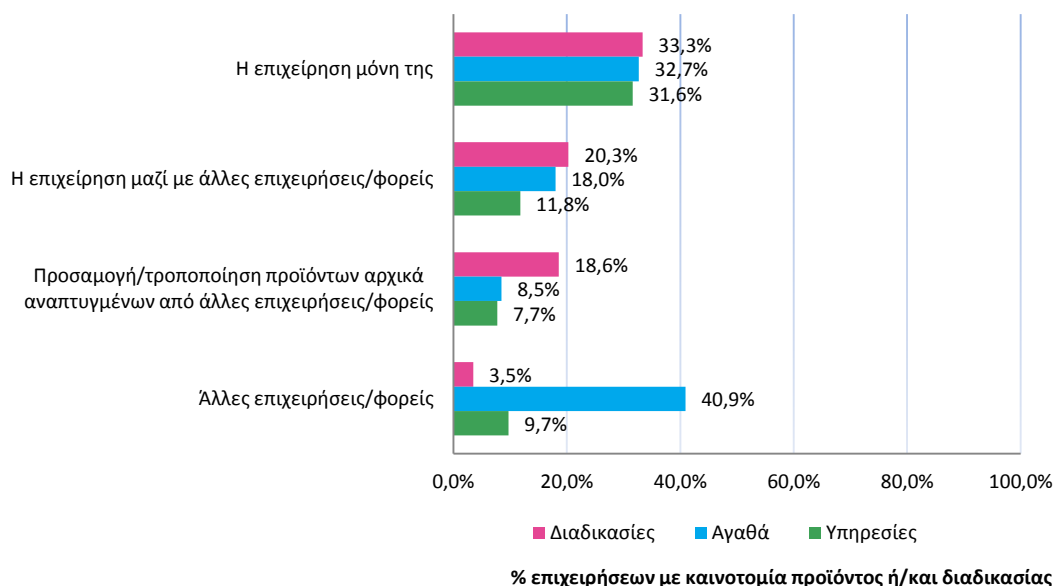
Σε ό,τι αφορά στις καινοτομίες διαδικασίας, οι περισσότερες επιχειρήσεις στον Φαρμακευτικό κλάδο εισάγουν καινοτομίες για την υποστήριξη των διαδικασιών (85,0%) και ακολούθως για τις μεθόδους κατασκευής/παραγωγής των προϊόντων (56,7%) και τις μεθόδους παράδοσης/διανομής των προϊόντων (56,8%).

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



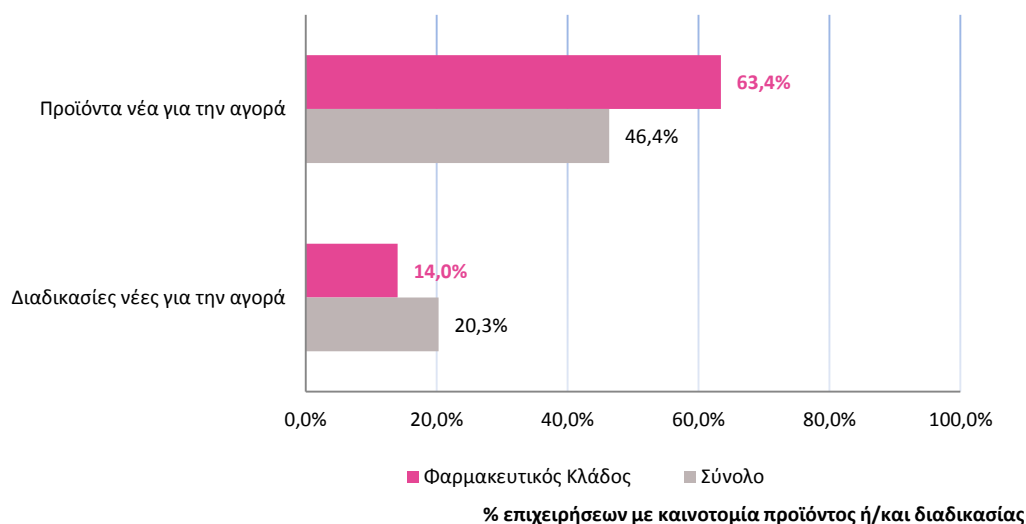
Για την ανάπτυξη καινοτομιών σε αγαθά, οι επιχειρήσεις του φαρμακευτικού κλάδου συνεργάζονται με άλλες επιχειρήσεις ή φορείς σε ποσοστό 40,9% ενώ ποσοστό 33,3% αναπτύσσουν καινοτομίες αγαθών μόνες τους. Η ανάπτυξη των καινοτομιών διαδικασιών και υπηρεσιών πραγματοποιείται από τις ίδιες τις επιχειρήσεις. Όσον αφορά την ανάπτυξη καινοτομιών σε διαδικασίες και υπηρεσίες οι περισσότερες επιχειρήσεις αναπτύσσουν τις καινοτομίες αυτές μόνες τους (33,3% και 31,6% αντίστοιχα).

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



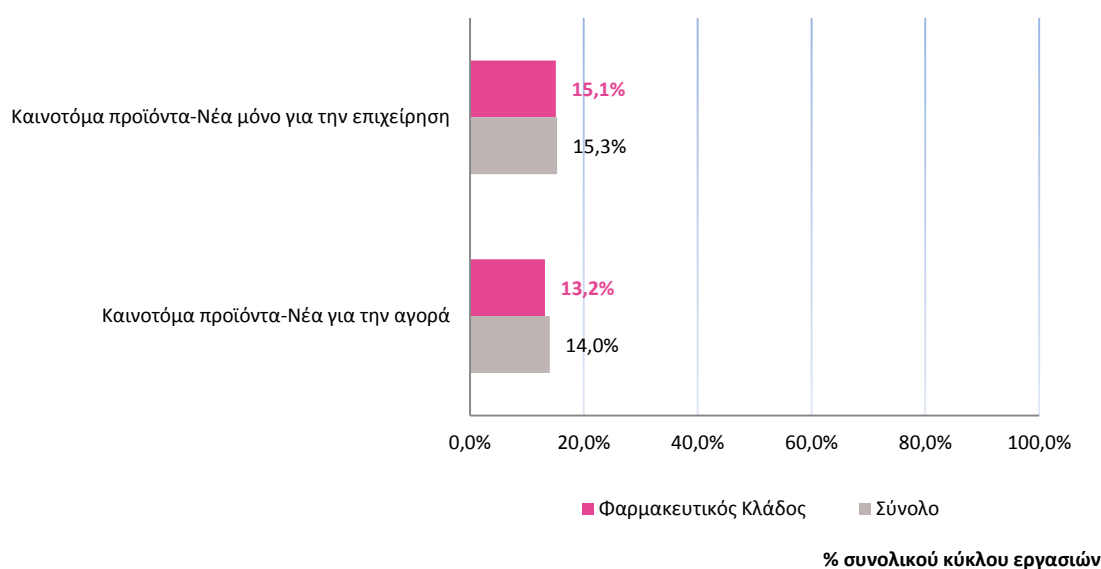
Το 63,4% των επιχειρήσεων του Φαρμακευτικού Κλάδου με καινοτομία προϊόντος ή /και διαδικασίας, παρήγαγαν νέα για την αγορά τους προϊόντα, ποσοστό σημαντικά μεγαλύτερο από το σύνολο της χώρας.

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



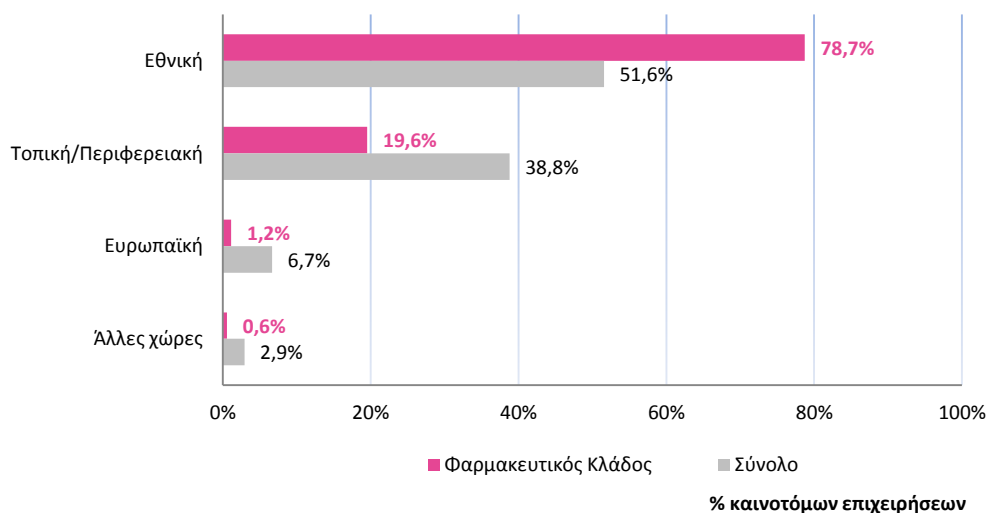
Οι καινοτομίες σε προϊόντα εισφέρουν το 28,3% του κύκλου εργασιών το 2012 των επιχειρήσεων του Φαρμακευτικού κλάδου με καινοτομία προϊόντος. Το 15,1% προέρχεται από προϊόντα που είναι νέα για την επιχείρηση και το 13,2% από προϊόντα που είναι νέα για την αγορά.

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



Η εθνική αγορά είναι η σημαντικότερη αγορά, με βάση τον κύκλο εργασιών την περίοδο 2010-2012, για το 78,7% των καινοτόμων επιχειρήσεων του Φαρμακευτικού κλάδου.

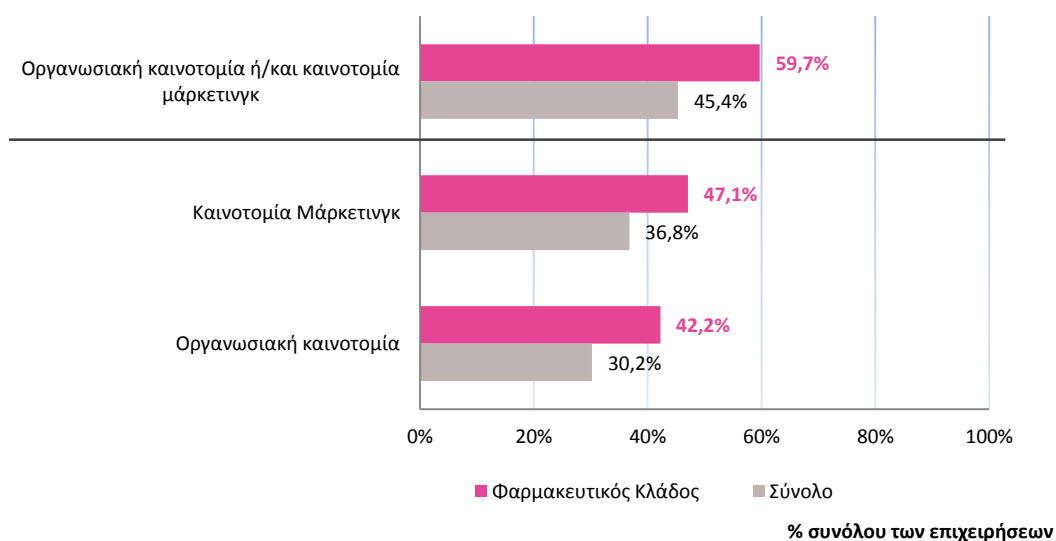
Διάγραμμα 9. Ποσοστιαία κατανομή (%) καινοτόμων επιχειρήσεων με βάση τη σημαντικότερη γεωγραφική αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται, 2010-2012.



1.3 Οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ

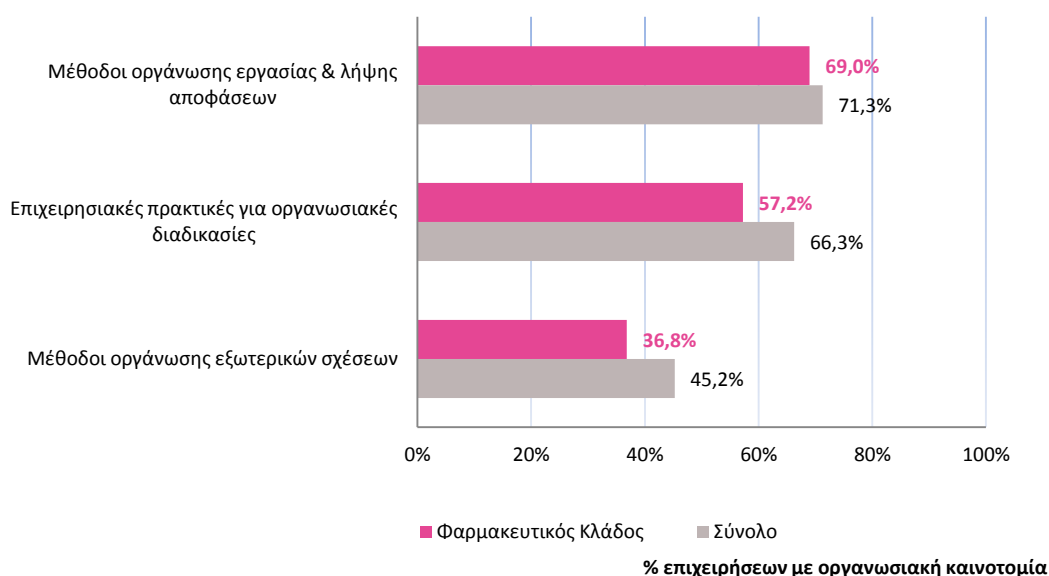
Στην οργάνωση ή/και το μάρκετινγκ καινοτομεί το 59,7% των επιχειρήσεων του Φαρμακευτικού κλάδου, ποσοστό υψηλότερο του συνόλου της χώρας. Αναλυτικότερα, καινοτομία μάρκετινγκ καταγράφει το 47,1% των επιχειρήσεων του κλάδου και οργανωσιακή καινοτομία το 42,2%.

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



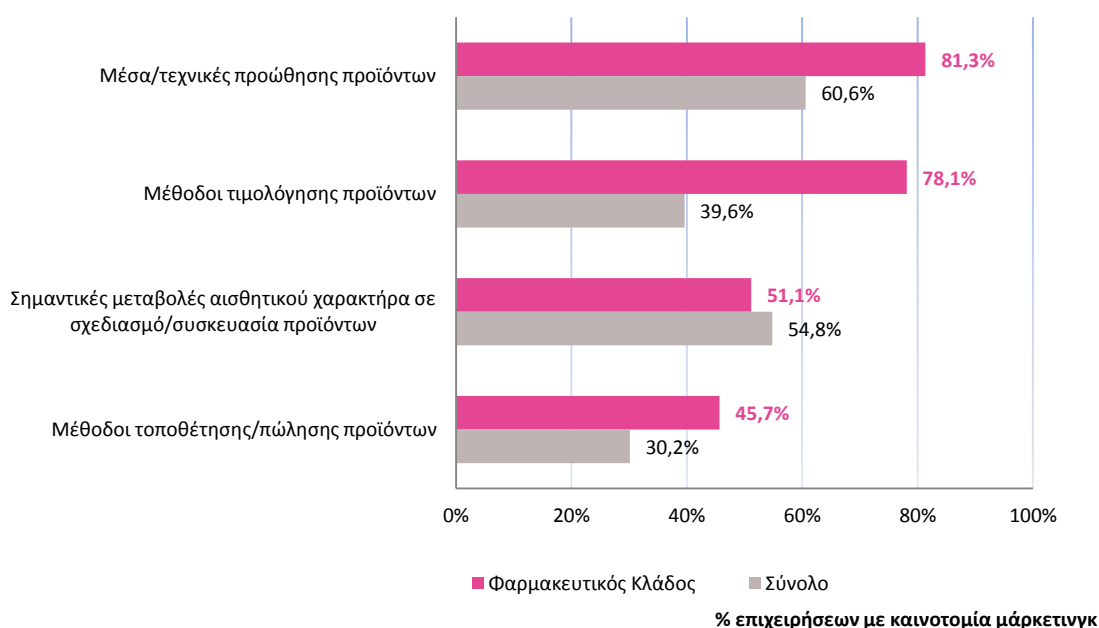
Από τις επιχειρήσεις του Φαρμακευτικού Κλάδου με οργανωσιακή καινοτομία, οι περισσότερες, σε ποσοστό 69,0%, εφαρμόζουν καινοτομία σε μεθόδους οργάνωσης εργασίας και λήψης αποφάσεων. Ακολουθούν αυτές που καινοτομούν σε επιχειρησιακές πρακτικές για οργανωσιακές διαδικασίες (57,2%).

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



Στις επιχειρήσεις με καινοτομία μάρκετινγκ, οι πλέον συχνότερα υιοθετούμενες καινοτομίες μάρκετινγκ αφορούν στα μέσα/τεχνικές προώθησης προϊόντων (81,3%) και τις νέες μεθόδους τιμολόγησης των προϊόντων (78,1%).

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 Φαρμακευτικού κλάδου.

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.

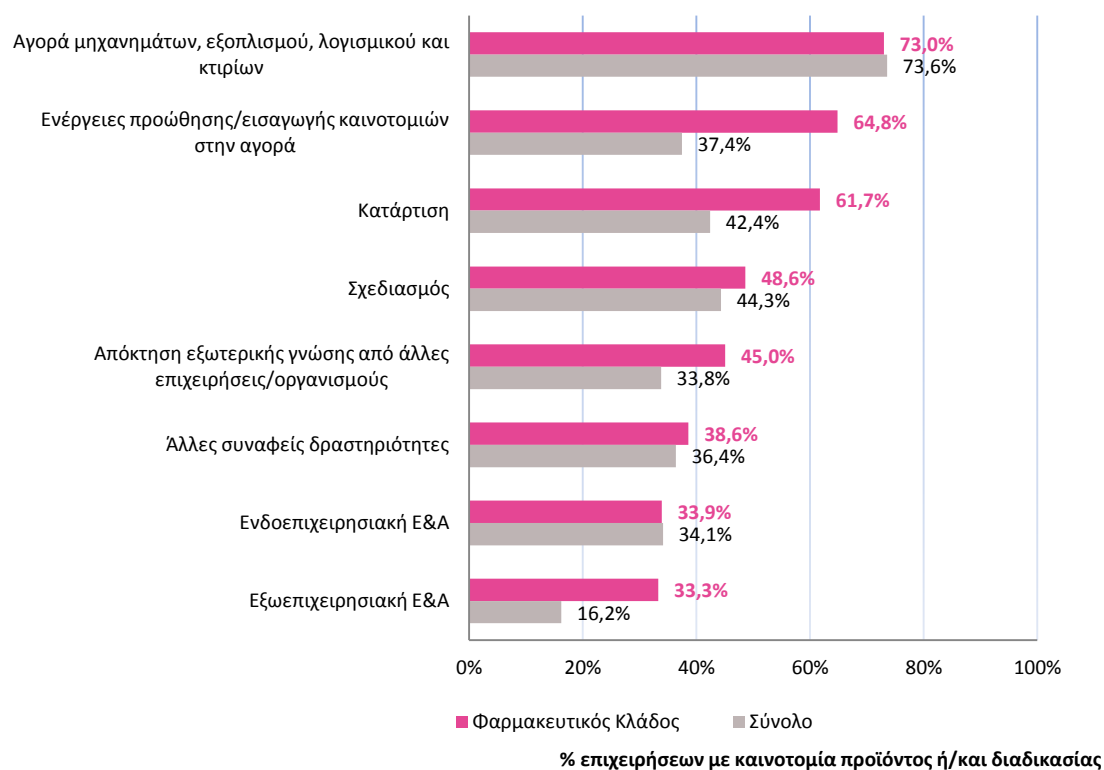
Παρουσιάζονται οι πηγές πληροφόρησης και οι συνεργασίες που πραγματοποιούν οι επιχειρήσεις με άλλους φορείς στο πλαίσιο της ανάπτυξης καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας, καθώς και τα μέσα που χρησιμοποιούν για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των καινοτομιών τους.

2.1. Δαπάνες για καινοτομικές δραστηριότητες

Οι περισσότερες επιχειρήσεις του Φαρμακευτικού Κλάδου με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας προχωρούν στην αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού, λογισμικού και κτιρίων για την εισαγωγή των καινοτομιών, σε ποσοστό 73,0%. Άλλες επιχειρήσεις επενδύουν σε ενέργειες προώθησης/εισαγωγής καινοτομιών στην αγορά (64,8%) και σε κατάρτιση του προσωπικού ως προς τις καινοτομίες που εισάγει η επιχείρηση (61,7%).

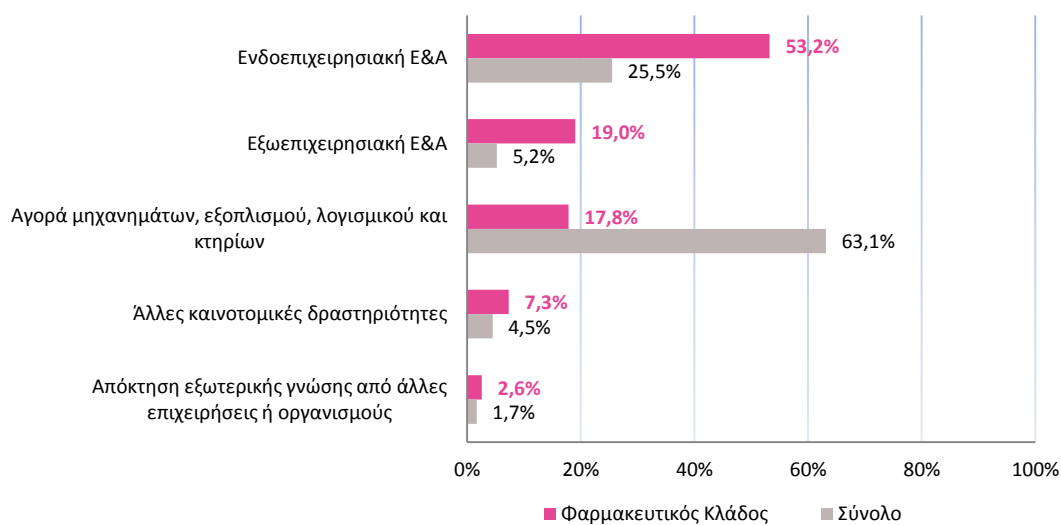
Ακολουθούν οι δαπάνες για τον σχεδιασμό των καινοτομιών οι οποίες πραγματοποιούνται από το 48,6% των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας, για την απόκτηση εξωτερικής γνώσης από άλλες επιχειρήσεις/οργανισμούς (45,0%), για άλλες συναφείς δραστηριότητες (38,6%), την ενδοεπιχειρησιακή έρευνα και ανάπτυξη (33,9%) και την εξωεπιχειρησιακή έρευνα & ανάπτυξη (33,3%).

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



Οι δαπάνες των επιχειρήσεων του Φαρμακευτικού κλάδου για καινοτομικές δραστηριότητες το 2012 ανέρχονται στα 109,4 εκατομμύρια Ευρώ. Οι δαπάνες για την υλοποίηση ενδοεπιχειρησιακής E&A αποτελούν το 53,2% των συνολικών δαπανών για καινοτομικές δραστηριότητες, ποσοστό διπλάσιο από το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων. Ακολουθούν οι δαπάνες για εξωεπιχειρησιακή έρευνα οι οποίες αποτελούν το 19,0% των συνολικών δαπανών για καινοτομικές δραστηριότητες, ποσοστό επίσης υψηλότερο από το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων.

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



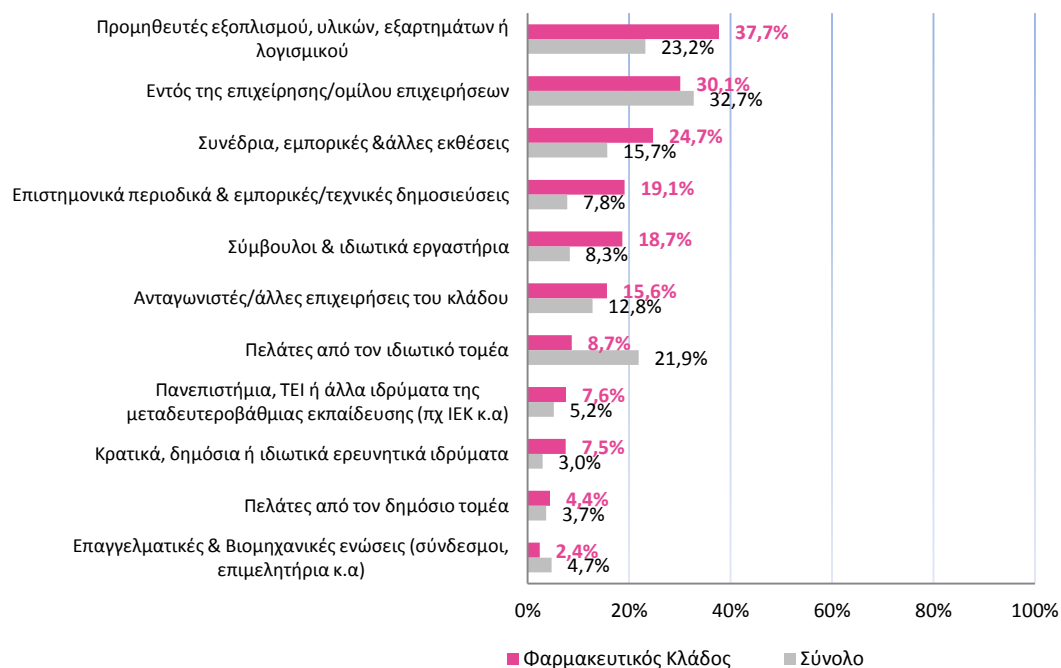
% κατανομή δαπανών για καινοτομικές δραστηριότητες το 2012

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 Φαρμακευτικού κλάδου με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας λαμβάνουν πληροφόρηση για την ανάπτυξη των καινοτομιών κυρίως από προμηθευτές (37,7%) και από πηγές εντός της επιχείρησης/ομίλου επιχειρήσεων (30,1%).

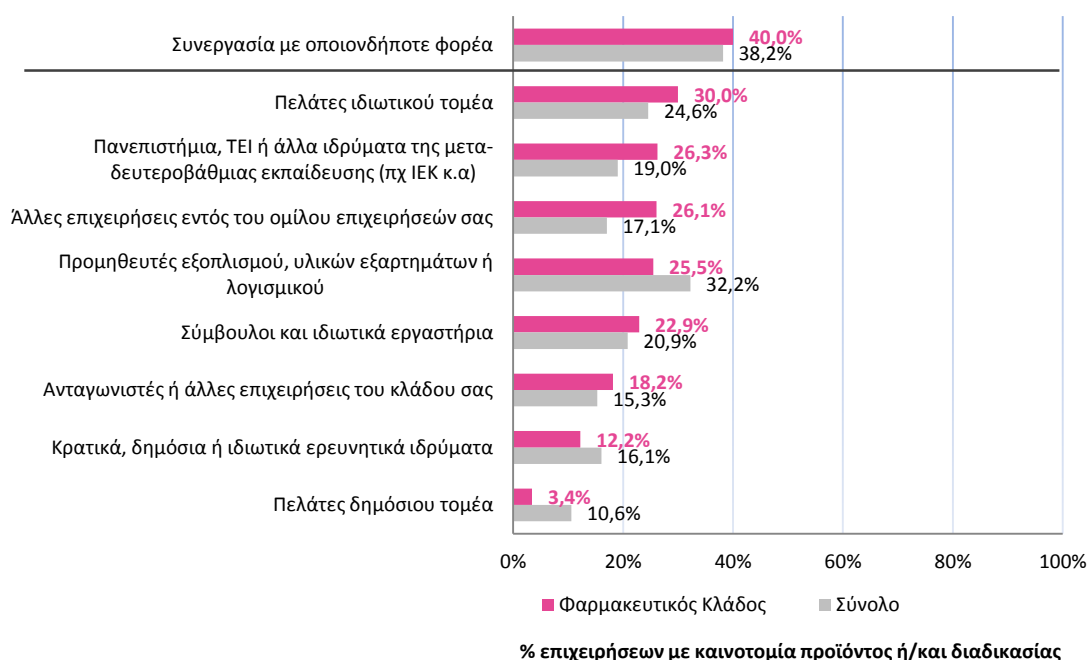
Διάγραμμα 15. Πηγές πληροφόρησης και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τις χρησιμοποιούν, 2010-2012



% επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας

Η ανάπτυξη καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας είναι αποτέλεσμα συνεργασίας για το 40,0 % των επιχειρήσεων του Φαρμακευτικού κλάδου που καταγράφουν κάποια τέτοια καινοτομία, ποσοστό αντίστοιχο με το σύνολο της χώρας. Οι κύριοι συνεργάτες, με ποσοστά μεγαλύτερα από το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων, είναι οι πελάτες από τον ιδιωτικό τομέα, σε ποσοστό 30,0%, τα Πανεπιστήμια / ΤΕΙ σε ποσοστό 26,3% και άλλες επιχειρήσεις εντός του ομίλου επιχειρήσεων σε ποσοστό 26,1%.

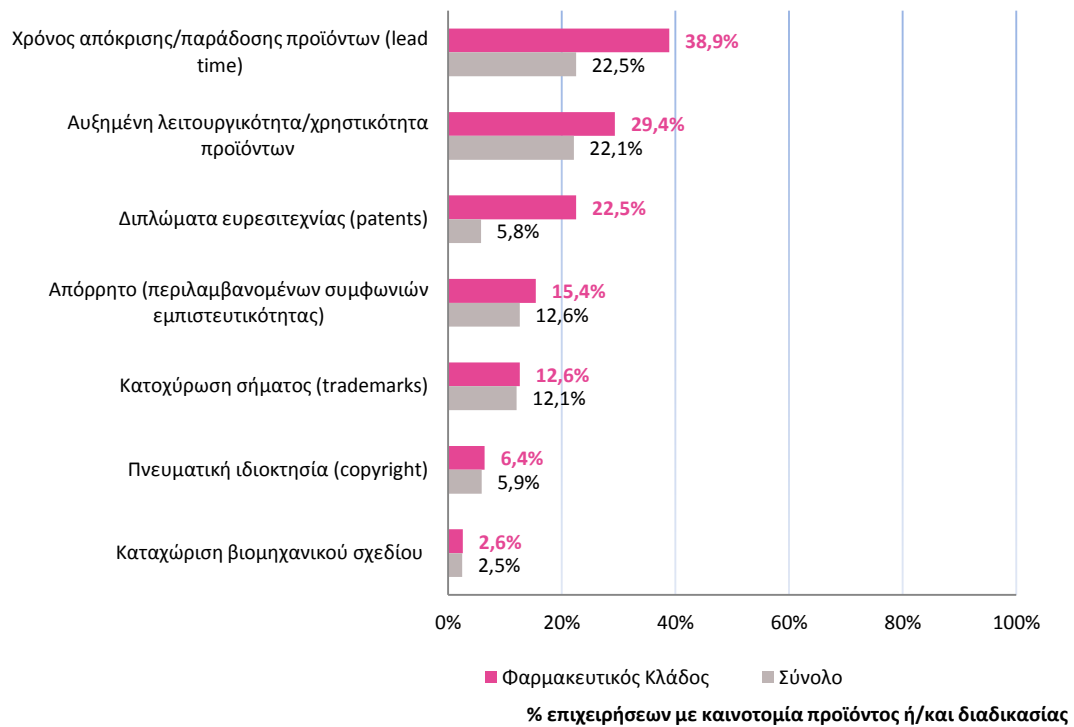
Διάγραμμα 16. Φορείς συνεργασίας και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που συνεργάζεται με αυτούς, 2010-2012



2.3. Παράγοντες βελτίωσης ανταγωνιστικότητας

Όσον αφορά στα μέσα που συμβάλλουν στην ανταγωνιστικότητα των καινοτομιών, οι επιχειρήσεις του Φαρμακευτικού κλάδου αξιολογούν ως σημαντικότερο μέσο τον χρόνο απόκρισης/παράδοσης των προϊόντων, σε ποσοστό 38,9%, υψηλότερο από το σύνολο της χώρας. Ακολουθούν η αυξημένη λειτουργικότητα/χρηστικότητα των προϊόντων τους, με ποσοστό 29,4%, η χρήση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας (22,5%), το απόρρητο σε ποσοστό 15,4% καθώς και η κατοχύρωση σήματος (12,6%)

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



Ενότητα 3

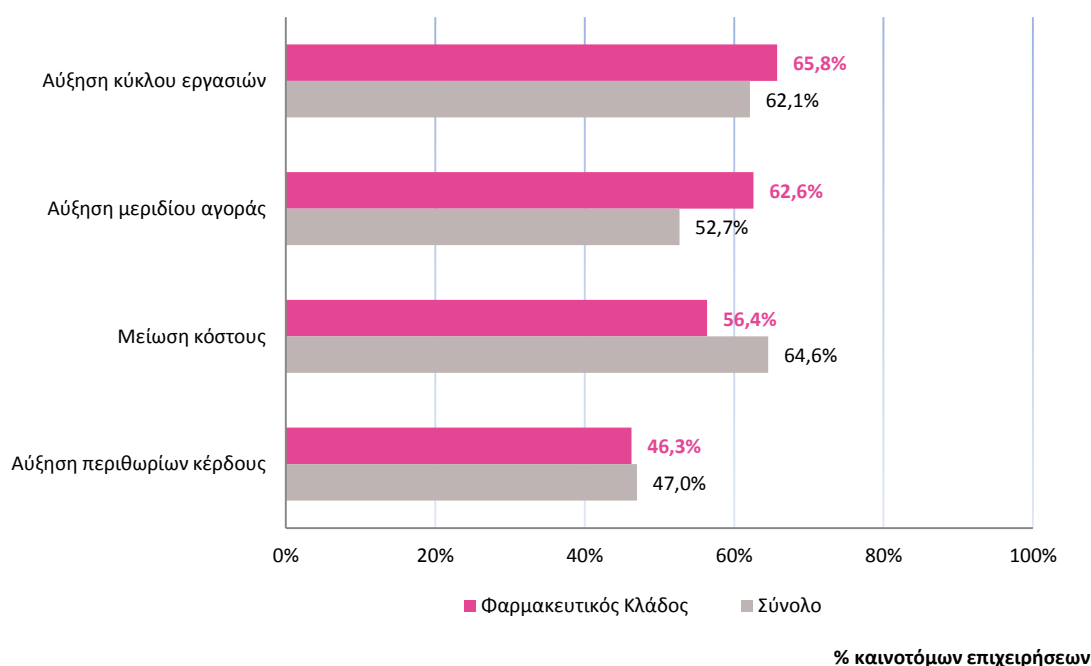
Ανάπτυξη Καινοτομίας

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

3.1. Στόχοι καινοτόμων επιχειρήσεων

Οι κυριότεροι στόχοι των καινοτόμων επιχειρήσεων στον Φαρμακευτικό κλάδο είναι η αύξηση του κύκλου εργασιών (65,8%) και η αύξηση του μεριδίου αγοράς (62,6%).

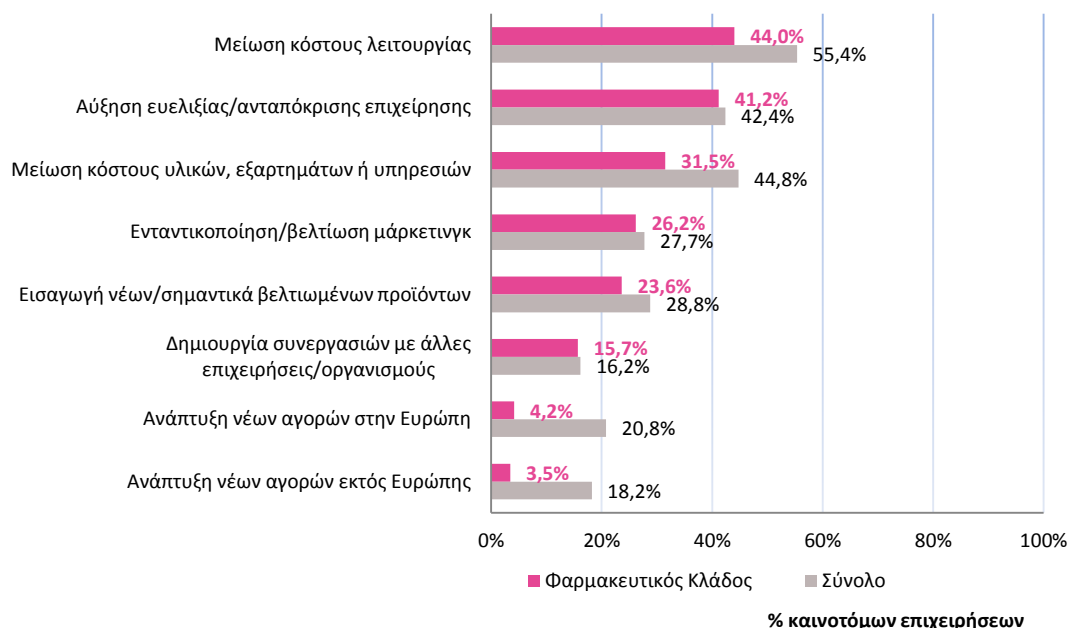
Διάγραμμα 18. Στόχοι καινοτόμων επιχειρήσεων και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τους υιοθετούν, 2010-2012



3.2. Στρατηγικές καινοτόμων επιχειρήσεων

Η μείωση του κόστους λειτουργίας και η αύξηση ευελιξίας/ανταπόκρισης της επιχείρησης αναδεικνύονται ως οι βασικές στρατηγικές των καινοτόμων επιχειρήσεων στον Φαρμακευτικό κλάδο.

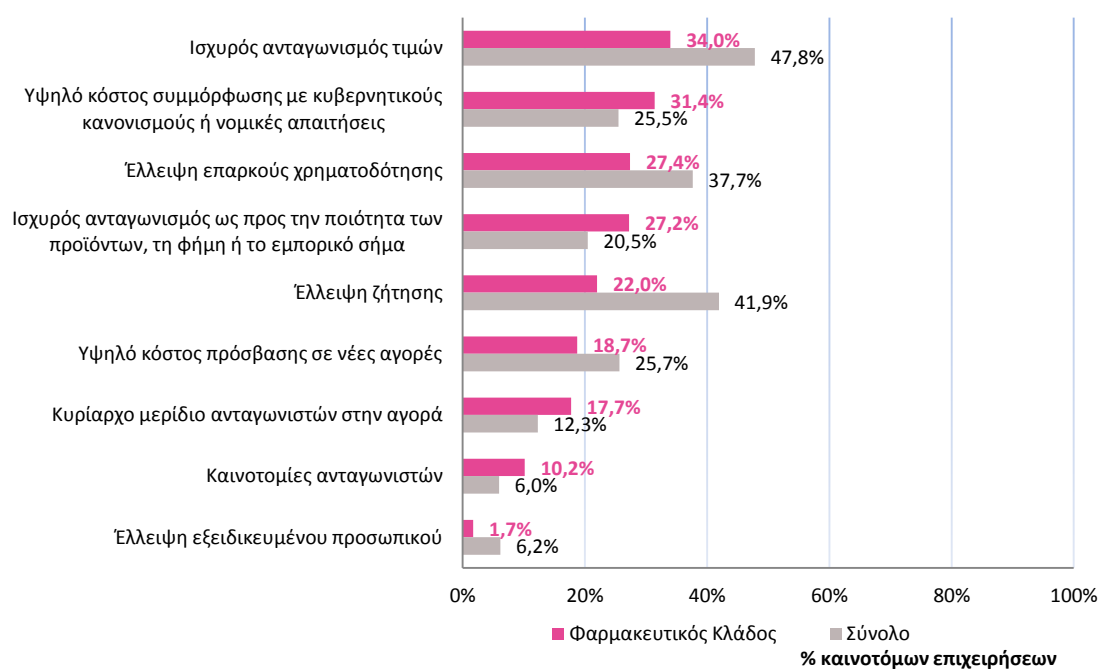
Διάγραμμα 19. Στρατηγικές καινοτόμων επιχειρήσεων και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τις εφαρμόζει, 2010-2012.



3.3. Εμπόδια καινοτόμων επιχειρήσεων

Τα κυριότερα εμπόδια των καινοτόμων επιχειρήσεων στον Φαρμακευτικό κλάδο είναι ο ισχυρός ανταγωνισμός τιμών, αν και με ποσοστό μικρότερο του συνόλου των ελληνικών επιχειρήσεων, και το υψηλό κόστος συμμόρφωσης με κυβερνητικούς κανονισμούς ή νομικές απαιτήσεις. Ακολουθούν η έλλειψη επαρκούς χρηματοδότησης και ο ισχυρός ανταγωνισμός ως προς την ποιότητα, τη φήμη, ή τα σήματα.

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 τέσσερις τύπους καινοτομίας, τις καινοτομικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων, την εισαγωγή νέων προϊόντων στην επιχείρηση και στην αγορά, τον ρόλο του κρατικού κλάδου 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 Φαρμακευτικό κλάδο 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

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)

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.

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 (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.

Νομικό πλαίσιο

Η συλλογή των στοιχείων για την Καινοτομία στις επιχειρήσεις γίνεται σύμφωνα με την Απόφαση αριθ. 1608/2003/EK⁴ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, σχετικά με την παραγωγή και την ανάπτυξη κοινοτικών στατιστικών για

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

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 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	Β (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	Ζ (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

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

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

Φαρμακευτικός κλάδος

Για την αποτύπωση του κλάδου ελήφθησαν υπόψη οι επιχειρήσεις οι οποίες εντάσσονται στους εξής κωδικούς οικονομικής δραστηριότητας (Nace rev2):

Βιομηχανία	Γ Μεταποίηση 21 Παραγωγή βασικών φαρμακευτικών προϊόντων
Υπηρεσίες	Z (46): Χονδρικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών 4646 Χονδρικό εμπόριο φαρμακευτικών προϊόντων

Σύμφωνα με το στατιστικό μητρώο επιχειρήσεων, το οποίο τηρεί η Ελληνική Στατιστική Αρχή, το σύνολο των επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται στους ανωτέρω κλάδους είναι 496. Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται η κατανομή αυτών στους επιμέρους υποκλάδους.

Κωδικός Nace rev 2	Σύνολο επιχειρήσεων πληθυσμού
21 Παραγωγή βασικών φαρμακευτικών προϊόντων	69
4646 Χονδρικό εμπόριο φαρμακευτικών προϊόντων	427
Φαρμακευτικός κλάδος	496

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 παρείχε 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.



ΕΡΕΥΝΑ, ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

| metrics.ekt.gr

ISBN: 978-618-5079-35-2 (pdf) ISBN: 978-618-5079-34-5 (print)



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Ταμείο
Περιφερειακής
Ανάπτυξης



ψηφιακή **ελλάδα**
Όλα είναι δυνατά
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
"Ψηφιακή Σύγκληση"



ΕΣΠΑ
2007-2013
Πρόγραμμα για την ανάπτυξη
Ποιότητα ζωής για όλους



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Πολιτισμού,
Παιδείας & Θρησκευμάτων

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης