



ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ
ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ
N A T I O N A L
D O C U M E N T A T I O N
C E N T R E

Καινοτομία

στις ελληνικές επιχειρήσεις
2010-2012

Καινοτομία στις ελληνικές επιχειρήσεις 2010-2012

Υλοποίηση έκδοσης

Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης / Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών: Δρ Εύη Σαχίνη, Διευθύντρια

Τμήμα Καταγραφής, Μέτρησης και Υπηρεσιών Ερευνητικής
& Καινοτομικής Δραστηριότητας: Δρ Νένα Μάλλιου, Προϊσταμένη

Συντελεστές

Για τη διεξαγωγή της στατιστικής έρευνας, 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

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

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

Προτεινόμενος τρόπος αναφοράς

«Καινοτομία στις ελληνικές επιχειρήσεις 2010 – 2012», 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: 978-618-5079-21-5 (pdf)

ISBN: 978-618-5079-22-2 (print)

Σχεδιασμός έκδοσης & εικαστική επιμέλεια: Δάφνη Μπένη

Πρόλογος

Η καινοτομία εμφανίζεται σήμερα με πολύ μεγαλύτερη ένταση και συχνότητα ως ζήτημα που απασχολεί τους φορείς άσκησης πολιτικής, τις επιχειρήσεις αλλά και τους ερευνητικούς και ακαδημαϊκούς φορείς. Οι λόγοι είναι πολλοί και σχετίζονται τόσο με την παγκοσμιοποιημένη φύση της οικονομίας, που απαιτεί τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, όσο και με την ανάγκη αντιμετώπισης των κοινωνικών προκλήσεων που η οικονομική κρίση έχει δημιουργήσει.

Δεν είναι τυχαίο ότι διεθνείς και υπερεθνικοί οργανισμοί, όπως ο ΟΟΣΑ και η ΕΕ, μιλούν για ισόρροπη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη. Ένα τέτοιο μοντέλο ανάπτυξης δεν μπορεί να βασίζεται στη μείωση του μισθολογικού κόστους. Οφείλει να αναζητεί νέους, «έξυπνους» και βιώσιμους τρόπους που έχουν στόχο την αύξηση της αποτελεσματικότητας στις διαδικασίες παραγωγής και στη χρήση των παραγωγικών πόρων.

Η καινοτομία παίζει κομβικό ρόλο στη διαδικασία ανασχηματισμού του παραγωγικού μοντέλου. Όπως προκύπτει από τις διεθνείς βέλτιστες πρακτικές και πολιτικές, η καινοτομία είναι μία συλλογική διαδικασία που έχει πολύ έντονα τα χαρακτηριστικά της διοργανωσιακής συνεργασίας: ο δημόσιος τομέας, οι οργανισμοί που παράγουν έρευνα και ο ιδιωτικός τομέας συνεργάζονται, δημιουργώντας την περίφημη τριπλή έλικα (triple helix), που όχι μόνο παράγει καινοτομία, αλλά την εντάσσει και σε ένα ευρύτερο οικονομικό, κοινωνικό και παραγωγικό πλαίσιο. Κεντρικό ρόλο στη διαδικασία αυτή διαδραματίζουν οι ερευνητικές υποδομές και δίκτυα, αλλά και ο δημόσιος τομέας που, πλέον, αναγνωρίζεται διεθνώς ως κεντρικός παράγοντας στην καινοτομική διαδικασία.

Η έρευνα που παρουσιάζεται στην έκθεση αυτή, η πρώτη μετά το 2006 για την Ελλάδα, αποτελεί την επίσημη έρευνα για την Καινοτομία στις επιχειρήσεις (Community Innovation Survey) που διεξάγεται σε όλες τις χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Διενεργήθηκε από το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης, που από το 2012 με απόφαση της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας, έχει αναλάβει την παραγωγή των επίσημων στατιστικών στοιχείων για την Έρευνα & Ανάπτυξη και Καινοτομία στην Ελλάδα, με τη συνεργασία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής.

Η έρευνα έρχεται να αποτελέσει βασικό εργαλείο για την κατανόηση της καινοτομικής δραστηριότητας στη χώρα μας και τη σημασία που μπορεί να έχει στην παραγωγική της ανασυγκρότηση, παρέχοντας στοιχεία για την περίοδο 2010-2012 και σχεδόν 15 χιλιάδες επιχειρήσεις με 10 ή περισσότερους εργαζομένους, σε Βιομηχανία και Υπηρεσίες. Παρουσιάζονται στοιχεία για τους 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.

Τα συμπεράσματα είναι πολλά και ενδιαφέροντα. Η Ελλάδα εξακολουθεί να καινοτομεί, παρά τις δυσκολίες που περνάει, και βρίσκεται στην 11^η θέση στις 28 χώρες της ΕΕ όσον αφορά το ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων. Συνολικά, επενδύονται 1,9 δισ. ευρώ σε καινοτομικές δραστηριότητες. Τα μεγάλα αστικά κέντρα εξακολουθούν να είναι πόλοι έλξης της καινοτομικής δραστηριότητας, αλλά και η περιφέρεια καταγράφει σημαντικές επιδόσεις. Περιφέρειες, όπως η Κρήτη ή η Στερεά Ελλάδα, αποτελούν κεντρικά σημεία στον καινοτομικό χάρτη της χώρας.

Το ΕΚΤ συγκεντρώνοντας τα στοιχεία για την καινοτομία στην Ελλάδα και παρακολουθώντας ενεργά την εξέλιξη των πολιτικών σε Ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο συνεισφέρει στην κατανόηση της καινοτομικής δραστηριότητας και παρέχει στους φορείς άσκησης πολιτικής ουσιαστικά εργαλεία που τους επιτρέπουν να ασκήσουν τεκμηριωμένη και βασισμένη σε στοιχεία πολιτική. Ταυτόχρονα, αναδεικνύει την Ελλάδα που καινοτομεί και δημιουργεί θέσεις εργασίας για το υψηλά καταρτισμένο και εξειδικευμένο της προσωπικό. Με τον τρόπο αυτό, υπηρετεί τον θεσμικό του ρόλο και συμμετέχει στη συνολική προσπάθεια για μία συνολική βελτίωση της εθνικής καινοτομικής και παραγωγικής δραστηριότητας. Περισσότερο από οτιδήποτε άλλο, καταδεικνύει τον σύνθετο χαρακτήρα του φαινομένου της καινοτομίας και καλεί όλους μας να εργαστούμε για την καλύτερη κατανόηση και αξιοποίηση των στοιχείων που με κόπο και επιμέλεια συγκεντρώθηκαν από ένα μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων, τις οποίες και ευχαριστούμε θερμά.



Δρ. Εύη Σαχίνη
Διευθύντρια ΕΚΤ

Περιεχόμενα

Ενότητα 1: Δείκτες καινοτομίας	9
1.1 Καινοτόμες επιχειρήσεις	10
1.2 Χαρακτηριστικά καινοτόμων επιχειρήσεων	12
1.3 Καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας	16
1.3.1 Καινοτομία προϊόντος	19
1.3.2 Καινοτομία διαδικασίας	20
1.3.3 Εισαγωγή καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας στην αγορά	22
1.4. Οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ	24
1.4.1 Οργανωσιακή καινοτομία	26
1.4.2 Καινοτομία μάρκετινγκ	27
Ενότητα 2: Δραστηριότητες και παράγοντες καινοτομίας	31
2.1 Δαπάνες για καινοτομικές δραστηριότητες	32
2.2 Πηγές πληροφόρησης & συνεργασίες	33
2.3 Παράγοντες βελτίωσης ανταγωνιστικότητας	35
2.4 Ο ρόλος του δημόσιου τομέα	37
Ενότητα 3: Ανάπτυξη καινοτομίας	39
3.1 Στόχοι καινοτόμων επιχειρήσεων	39
3.2 Στρατηγικές καινοτόμων επιχειρήσεων	39
3.3 Εμπόδια καινοτόμων επιχειρήσεων	40
Ενότητα 4: Μεθοδολογικές σημειώσεις	43



η Ελλάδα
στην 11^η θέση
στην ΕΕ 28
σε ποσοστό
καινοτόμων
επιχειρήσεων

Επενδύσεις
1,9 δισ. Ευρώ
σε καινοτομικές
δραστηριότητες

52,3%
καινοτόμες επιχειρήσεις
34,3%
καινοτομία σε
προϊόν/διαδικασία
45,4%
καινοτομία σε
οργάνωση/μάρκετινγκ

19,5%
Καινοτομία Προϊόντος
25,6 %
Καινοτομία Διαδικασίας
30,2%
Καινοτομία Οργάνωσης
36,8%
Καινοτομία Μάρκετινγκ

Περιφέρεια Κρήτης
η πιο καινοτόμος (65,2%)
Ακολουθούν:
Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας (56%)
& Περιφέρεια Αττικής (54,3%)

Νέες καινοτομίες
στην αγορά
46,3%
Νέα προϊόντα
20,3%
Νέες διαδικασίες

38,2%
των επιχειρήσεων
συνεργάζονται
με τρίτους φορείς
για ανάπτυξη καινοτόμων
προϊόντων/διαδικασιών



Ενότητα 1

Δείκτες καινοτομίας

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι βασικοί δείκτες καινοτομίας των ελληνικών επιχειρήσεων για την περίοδο 2010-2012, όπως καταγράφηκαν από την «Έρευνα για την Καινοτομία» που υλοποίησε το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης.

Η «Έρευνα για την Καινοτομία – 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'¹ και τις κατευθύνσεις της Eurostat, εξασφαλίζοντας υψηλή ποιότητα και συγκρισιμότητα στους δείκτες των χωρών-μελών της ΕΕ.

Το εγχειρίδιο Όσλο ορίζει ως **Καινοτομία** σε μία επιχείρηση 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 Μάρκετινγκ.

Η **Καινοτομία προϊόντος** αναφέρεται στην εισαγωγή στην αγορά ενός αγαθού ή μίας υπηρεσίας, που είναι είτε νέα είτε σημαντικά βελτιωμένα ως προς τα χαρακτηριστικά τους ή τις προοριζόμενες χρήσεις τους.

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

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

Καινοτομία μάρκετινγκ είναι η εφαρμογή μίας νέας στρατηγικής μάρκετινγκ, η οποία διαφέρει σημαντικά από τις υπάρχουσες μεθόδους μάρκετινγκ μίας επιχείρησης και δεν έχει χρησιμοποιηθεί ξανά στο παρελθόν.

Στη συνέχεια της ενότητας παρουσιάζονται οι συνολικοί δείκτες καινοτομίας στις ελληνικές επιχειρήσεις, αποτυπώνονται τα βασικά χαρακτηριστικά των καινοτόμων επιχειρήσεων και αναλύονται οι τέσσερις διαφορετικοί τύποι καινοτομίας. Επίσης, σε ειδικούς χάρτες, καταγράφεται η περιφερειακή διάσταση της καινοτομίας ενώ με συγκριτικά διαγράμματα παρουσιάζεται η θέση της Ελλάδας σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

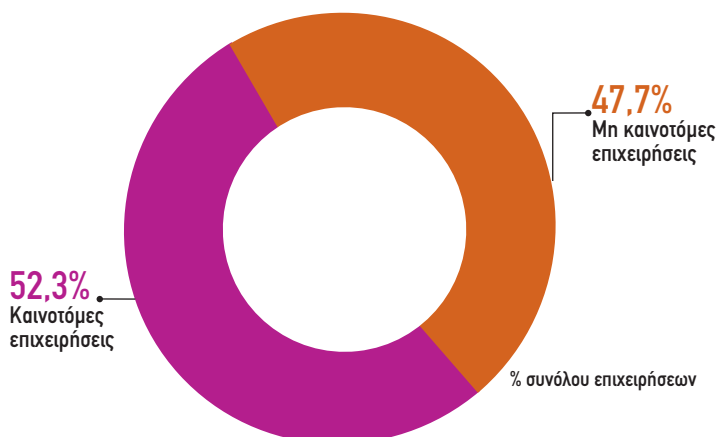
¹ Oslo Manual "Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data", 3rd ed., 2005, Joint Publication of OECD and Eurostat (http://metrics.ekt.gr/sites/emetrics/files/Manuals/OSLO-EN_2005.pdf)

1.1 Καινοτόμες επιχειρήσεις

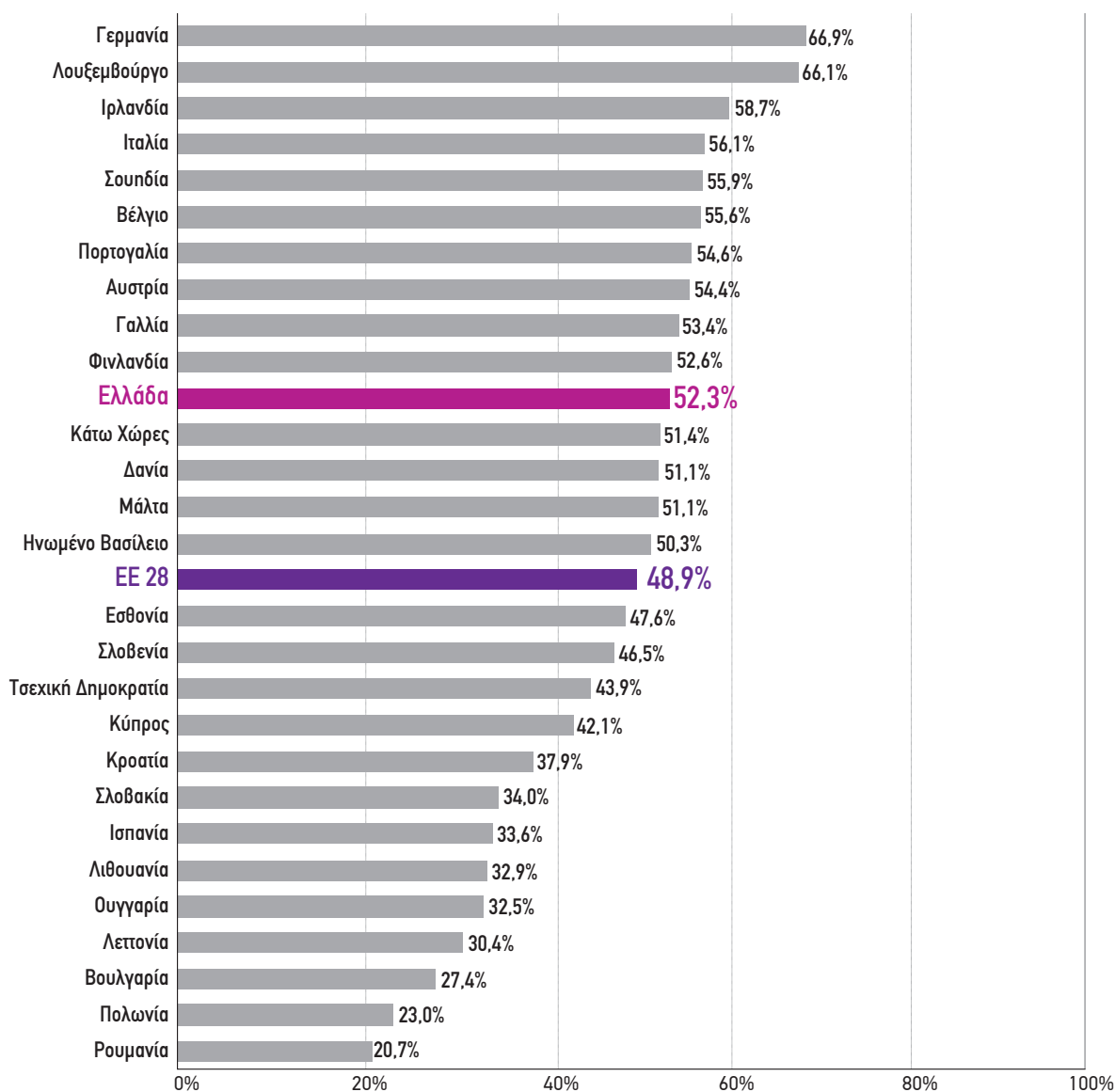
Την περίοδο 2010-2012, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποίησε το ΕΚΤ, το 52,3% των ελληνικών επιχειρήσεων που εμπίπτουν στον πληθυσμό της έρευνας² καινοτομούν σε έναν ή περισσότερους τομείς.

Με βάση το ποσοστό αυτό, η Ελλάδα βρίσκεται στην 11^η θέση μεταξύ των 28 χωρών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ξεπερνώντας τον μέσο ευρωπαϊκό όρο (48,9%).

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



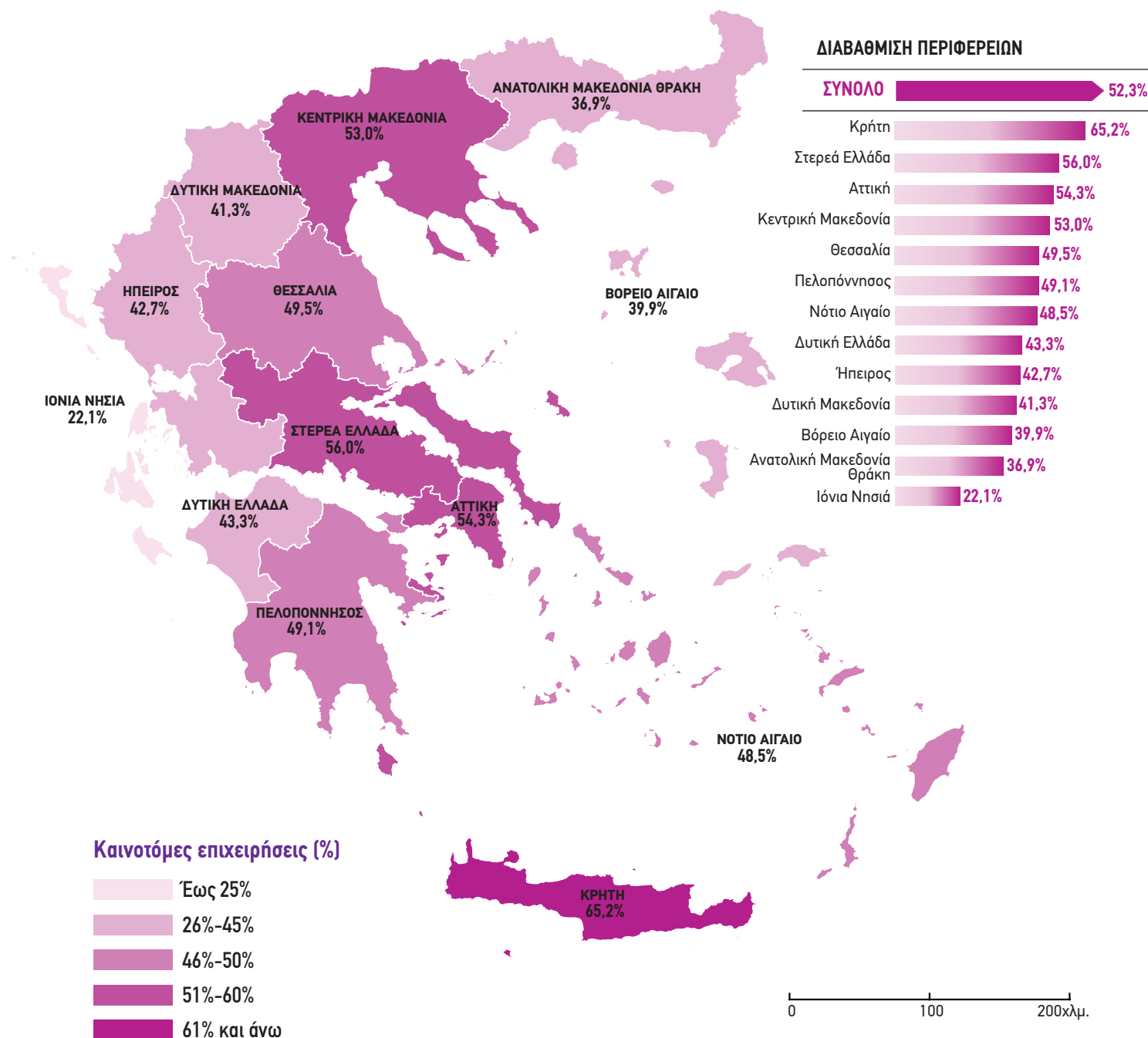
Διάγραμμα 2. Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων στις χώρες μέλη της ΕΕ28, 2010-2012.



² 14.987 ελληνικές επιχειρήσεις με 10 εργαζόμενους και άνω με δραστηριότητα στους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας (NACE rev2) που αναφέρονται στην «Ενότητα 4: Μεθοδολογικές Σημειώσεις».

Στο επίπεδο των ελληνικών περιφερειών, το μεγαλύτερο ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων καταγράφεται στην Περιφέρεια Κρήτης (65,2%). Ακολουθούν οι Περιφέρειες Στερεάς Ελλάδας, με ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων 56%, η Περιφέρεια Αττικής με ποσοστό 54,3% και η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με ποσοστό 53%.

Χάρτης 1. Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων ανά περιφέρεια, 2010-2012.



Η ομαδοποίηση των περιφερειών πραγματοποιήθηκε με χρήση της μεθόδου Jenks Natural Breaks.

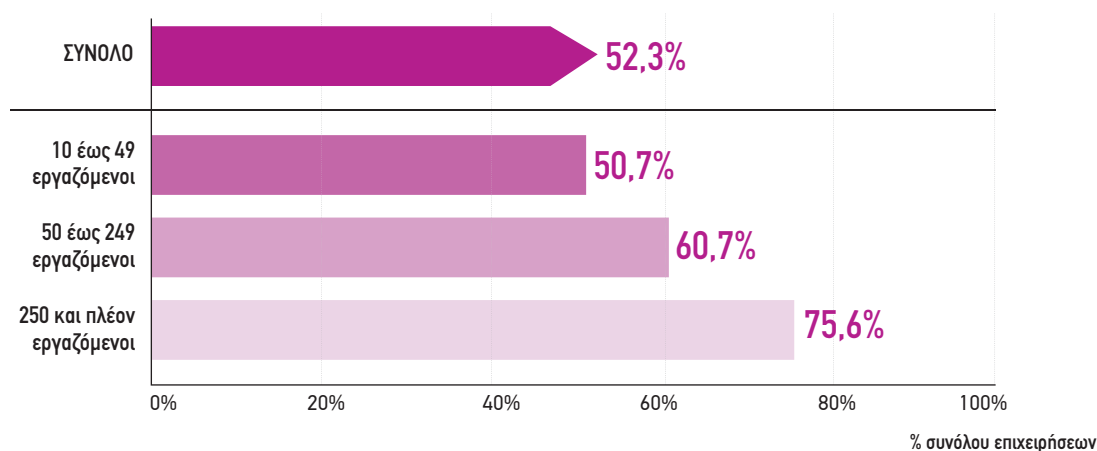
1.2 Χαρακτηριστικά καινοτόμων επιχειρήσεων

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι καινοτόμες επιχειρήσεις ανά μέγεθος επιχείρησης, με βάση τον αριθμό εργαζομένων, και ανά πρωτεύοντα κλάδο οικονομικής δραστηριότητας.

Εξετάζεται επίσης η διαφοροποίηση των καινοτόμων και μη καινοτόμων επιχειρήσεων σε βασικά χαρακτηριστικά, όπως ο κύκλος εργασιών, ο αριθμός των ατόμων που απασχολούν και οι αγορές στις οποίες απευθύνονται.

Με αναφορά στο μέγεθος των επιχειρήσεων, τόσο οι μικρομεσαίες όσο και οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι στην πλειονότητά τους καινοτόμες. Ωστόσο, το ποσοστό καινοτομίας αυξάνεται προοδευτικά με το μέγεθος της επιχείρησης και από 50,7% στις επιχειρήσεις με 10-49 εργαζόμενους, ανέρχεται σε 60,7% στις επιχειρήσεις με 50-249 εργαζόμενους και φθάνει το 75,6% στις επιχειρήσεις με 250 και πλέον εργαζόμενους.

Διάγραμμα 3. Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2010-2012.



Το ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων στους επιμέρους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 4. Συγκεκριμένα, παρουσιάζονται οι δύο κύριοι τομείς της Βιομηχανίας και των Υπηρεσιών ως εξής:

Ο τομέας της **Βιομηχανίας** περιλαμβάνει τους ακόλουθους κωδικούς οικονομικής δραστηριότητας (NACE rev2):

- 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

Ο τομέας των **Υπηρεσιών** απαρτίζεται από τους εξής κωδικούς οικονομικής δραστηριότητας (NACE rev2):

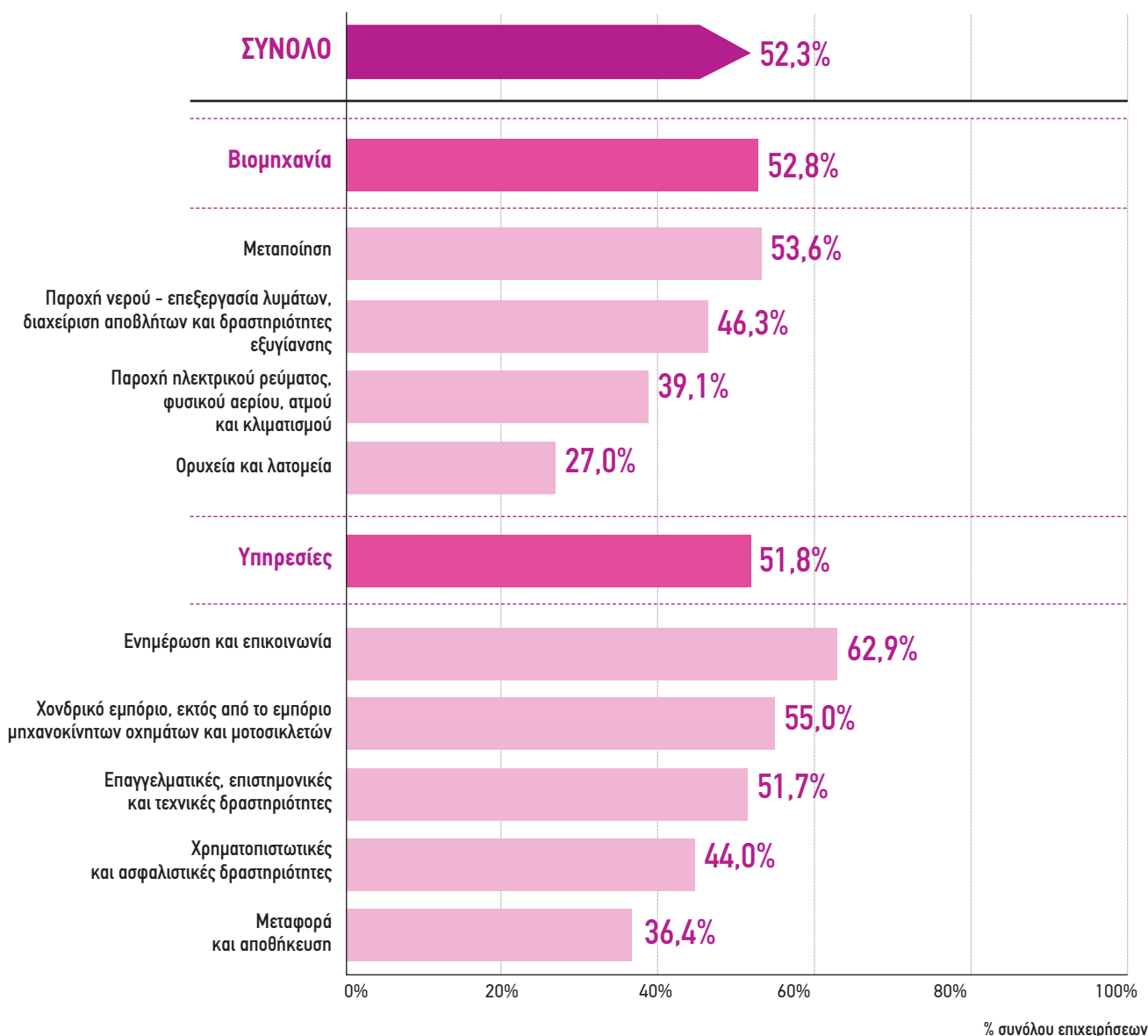
- Ζ (46): Χονδρικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών
- Η (49-53): Μεταφορά και αποθήκευση
- Ι (58-63): Ενημέρωση και επικοινωνία
- ΙΑ (64-66): Χρηματοπιστωτικές και ασφαλιστικές δραστηριότητες
- ΙΓ (71-73): Επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες (Αρχιτεκτονικές δραστηριότητες και δραστηριότητες μηχανικών-τεχνικές δοκιμές και αναλύσεις / Επιστημονική έρευνα και ανάπτυξη / Διαφήμιση και έρευνα αγοράς)

Οι καινοτόμες επιχειρήσεις ξεπερνούν το 50% τόσο στον τομέα της Βιομηχανίας όσο και στον τομέα των Υπηρεσιών.

Στον τομέα της Βιομηχανίας, το μεγαλύτερο ποσοστό (53,6%) καινοτόμων επιχειρήσεων καταγράφεται στον κλάδο της «Μεταποίησης», στον οποίο διακρίνονται οι επιμέρους κλάδοι της «Παραγωγής βασικών φαρμακευτικών προϊόντων και φαρμακευτικών συσκευασμάτων» με ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων 79,7%, της «Κατασκευής ηλεκτρονικών υπολογιστών, ηλεκτρονικών και οπτικών προϊόντων» με ποσοστό 76,7% και της «Κατασκευής ηλεκτρολογικού εξοπλισμού» με 73,0%.

Στον τομέα των Υπηρεσιών, το μεγαλύτερο ποσοστό (62,9%) καινοτόμων επιχειρήσεων καταγράφεται στον κλάδο της «Ενημέρωσης & Επικοινωνίας», στον οποίο διακρίνονται οι κλάδοι των «Δραστηριοτήτων προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφών δραστηριοτήτων» με ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων 78,4%, των «Εκδοτικών δραστηριοτήτων (λογισμικό, βιβλία, περιοδικά)» με ποσοστό 75,6% και των «Τηλεπικοινωνιών» με 60,3%.

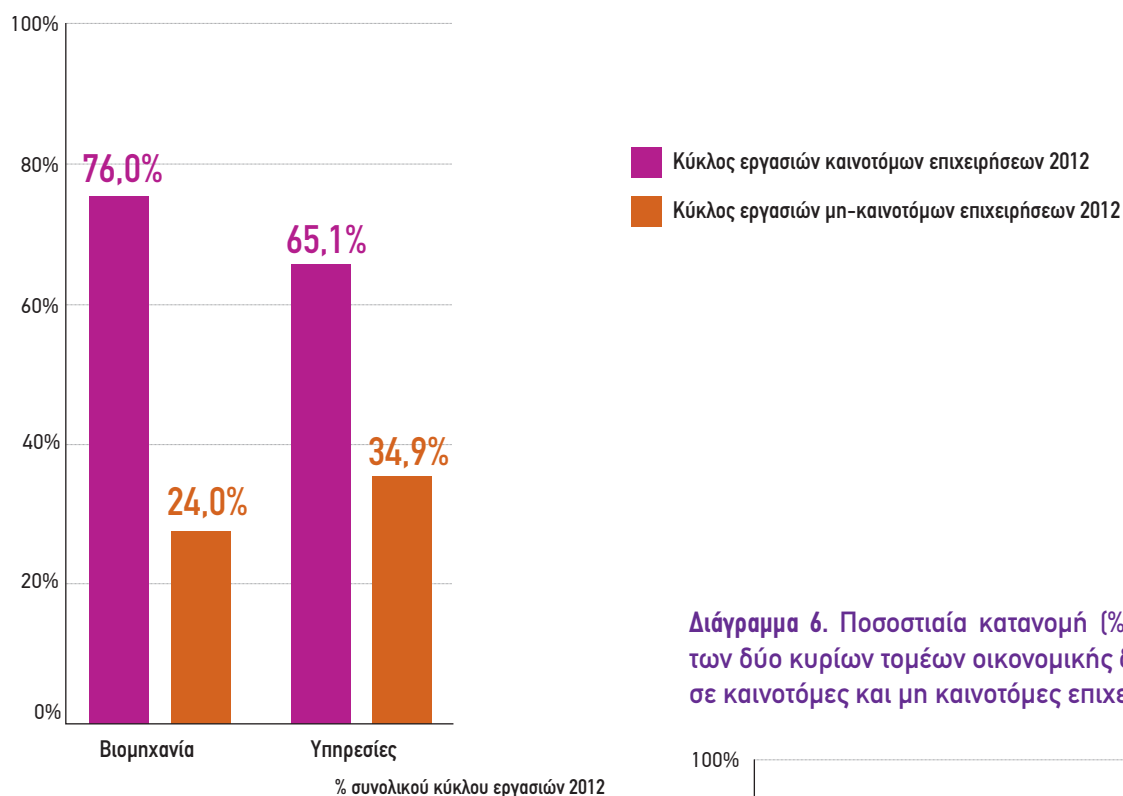
Διάγραμμα 4. Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων ανά πρωτεύοντα κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, 2010-2012.



Οι καινοτόμες επιχειρήσεις έχουν καλύτερες επιδόσεις όσον αφορά στον κύκλο εργασιών τους. Το Διάγραμμα 5 καταγράφει τη συνεισφορά των καινοτόμων και των μη καινοτόμων επιχειρήσεων στον συνολικό κύκλο εργασιών του τομέα της Βιομηχανίας και του τομέα των Υπηρεσιών.

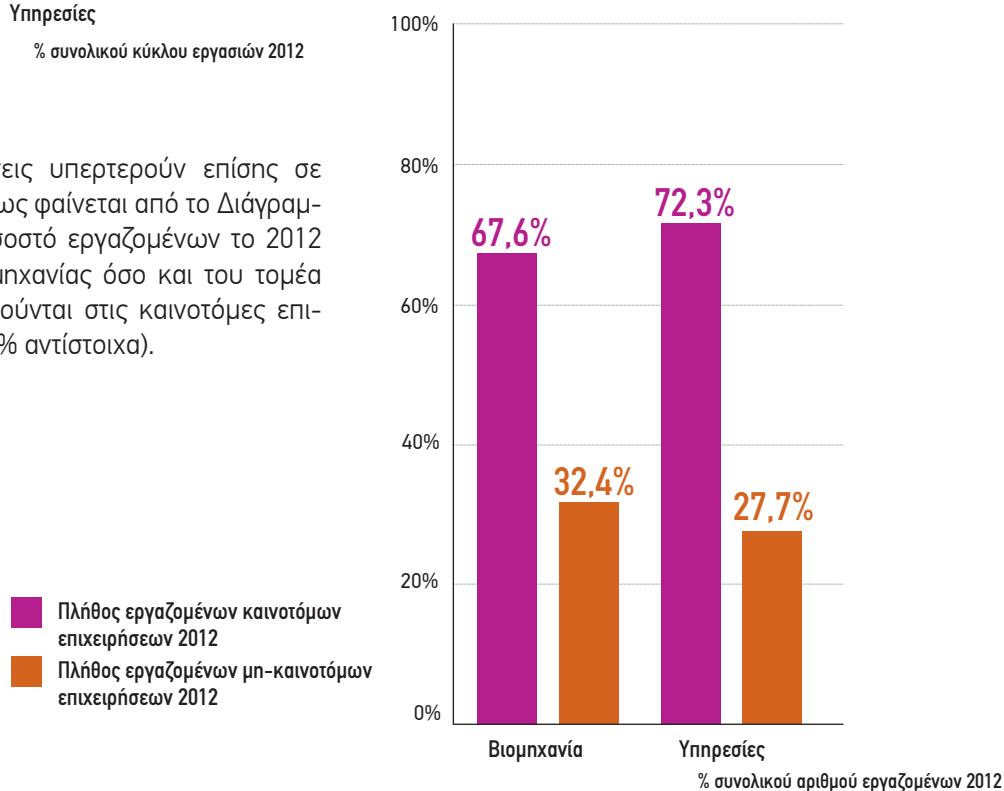
Στον τομέα της Βιομηχανίας το 76% του κύκλου εργασιών προέρχεται από τις καινοτόμες επιχειρήσεις. Στον τομέα των Υπηρεσιών το ποσοστό αυτό είναι 65,1%.

Διάγραμμα 5. Ποσοστιαία κατανομή (%) κύκλου εργασιών των δύο κυρίων τομέων οικονομικής δραστηριότητας σε καινοτόμες και μη καινοτόμες επιχειρήσεις, 2012.



Οι καινοτόμες επιχειρήσεις υπερτερούν επίσης σε όρους απασχόλησης. Όπως φαίνεται από το Διάγραμμα 6, το μεγαλύτερο ποσοστό εργαζομένων το 2012 τόσο του τομέα της Βιομηχανίας όσο και του τομέα των Υπηρεσιών απασχολούνται στις καινοτόμες επιχειρήσεις (67,6% και 72,3% αντίστοιχα).

Διάγραμμα 6. Ποσοστιαία κατανομή (%) εργαζομένων των δύο κυρίων τομέων οικονομικής δραστηριότητας σε καινοτόμες και μη καινοτόμες επιχειρήσεις, 2012.



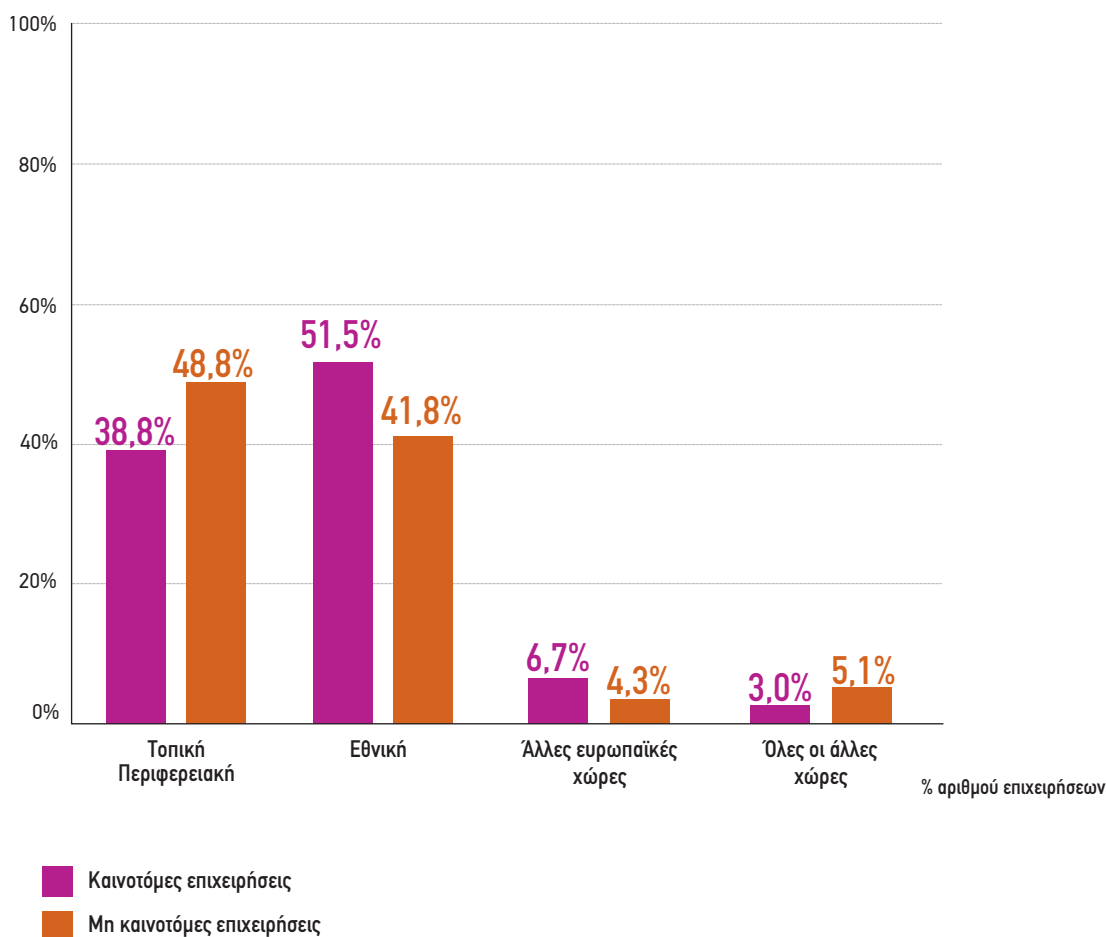
Το Διάγραμμα 7 καταγράφει τη σημαντικότερη, από άποψη κύκλου εργασιών την περίοδο 2010-2012, αγορά για τις καινοτόμες και μη καινοτόμες ελληνικές επιχειρήσεις.

Η εθνική αγορά αποτελεί τη μεγαλύτερη αγορά για το 51,5% των καινοτόμων επιχειρήσεων και ακολουθεί η τοπική /περιφερειακή αγορά που είναι σημαντικότερη για το 38,8% των καινοτόμων επιχειρήσεων.

Η εικόνα αντιστρέφεται στις μη καινοτόμες επιχειρήσεις, για τις οποίες η τοπική/περιφερειακή αγορά είναι σημαντικότερη σε ποσοστό 48,8% και η εθνική σε ποσοστό 41,8%.

Το ποσοστό των επιχειρήσεων που καταγράφουν ως σημαντικότερη αγορά τις άλλες χώρες, είτε εντός είτε εκτός Ευρώπης, είναι χαμηλό τόσο στις καινοτόμες όσο και στις μη καινοτόμες επιχειρήσεις.

Διάγραμμα 7. Ποσοστιαία κατανομή (%) καινοτόμων και μη καινοτόμων επιχειρήσεων με βάση τη σημαντικότερη γεωγραφική αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται, 2010-2012.



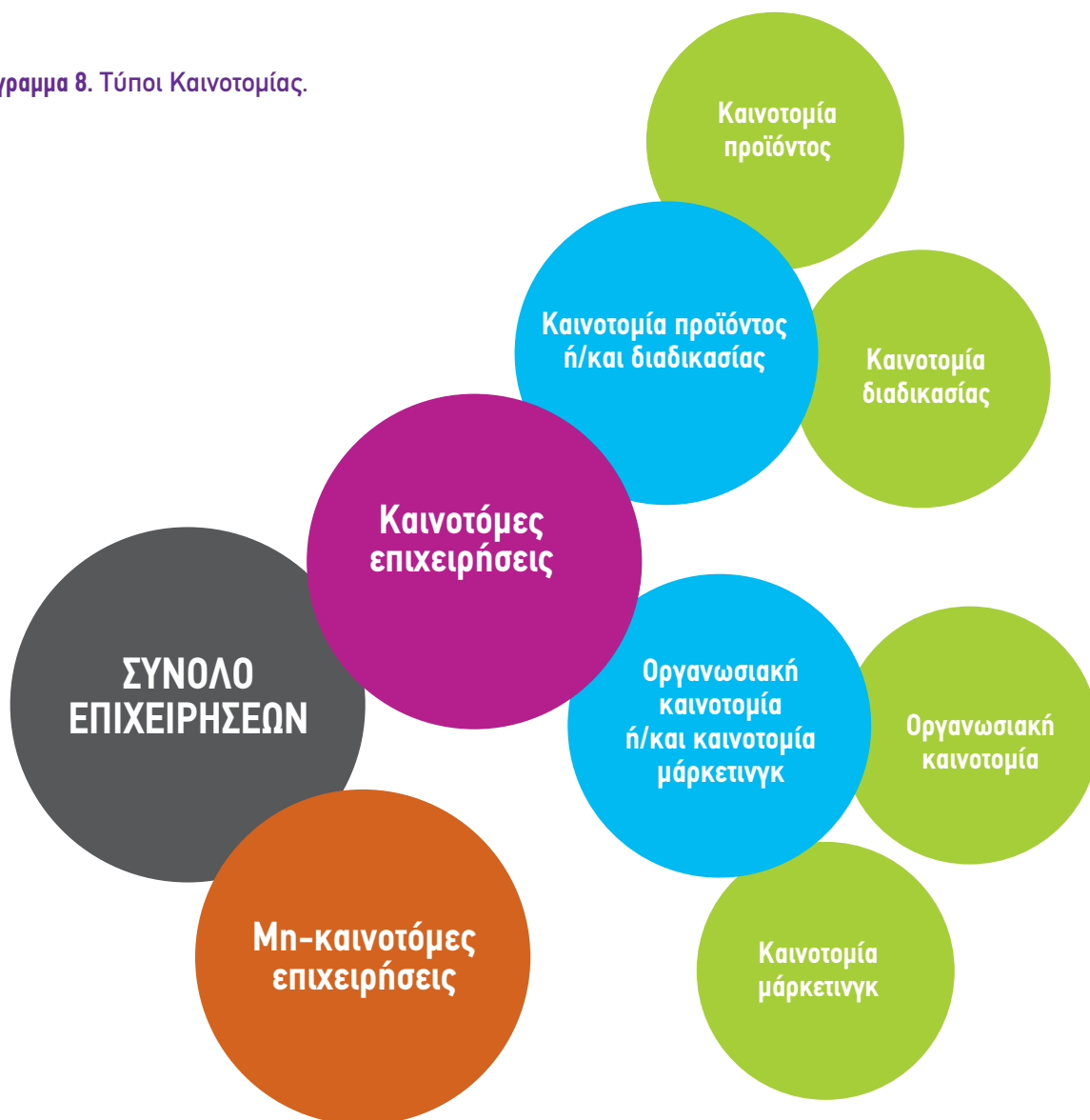
1.3 Καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας

Οι επιχειρήσεις που καινοτομούν συνήθως παρουσιάζονται σε δύο συγκεντρωτικές κατηγορίες, την «Καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας» και την «Οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ».

Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει τις επιχειρήσεις που καινοτομούν σε προϊόντα (αγαθά ή υπηρεσίες) ή/και διαδικασίες, ανεξάρτητα αν εφαρμόζουν και καινοτομίες οργάνωσης/μάρκετινγκ. Στην κατηγορία αυτή καταγράφονται επίσης οι επιχειρήσεις που πραγματοποίησαν την περίοδο 2010 έως και 2012 δραστηριότητες για την εισαγωγή καινοτομιών προϊόντος/διαδικασίας, που όμως βρίσκονταν σε εξέλιξη ή σε αναστολή το 2012.

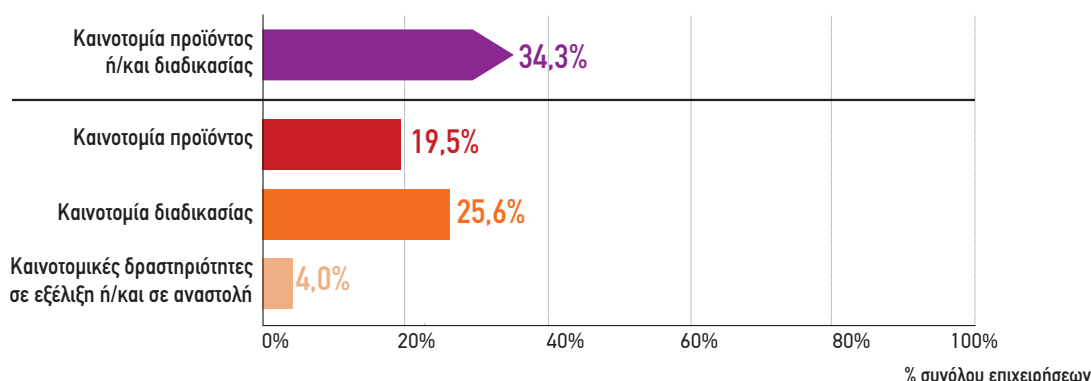
Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τις επιχειρήσεις που καινοτομούν σε οργάνωση ή/και μάρκετινγκ, ανεξάρτητα αν εφαρμόζουν και καινοτομίες σε προϊόντα ή/και διαδικασίες.

Διάγραμμα 8. Τύποι Καινοτομίας.

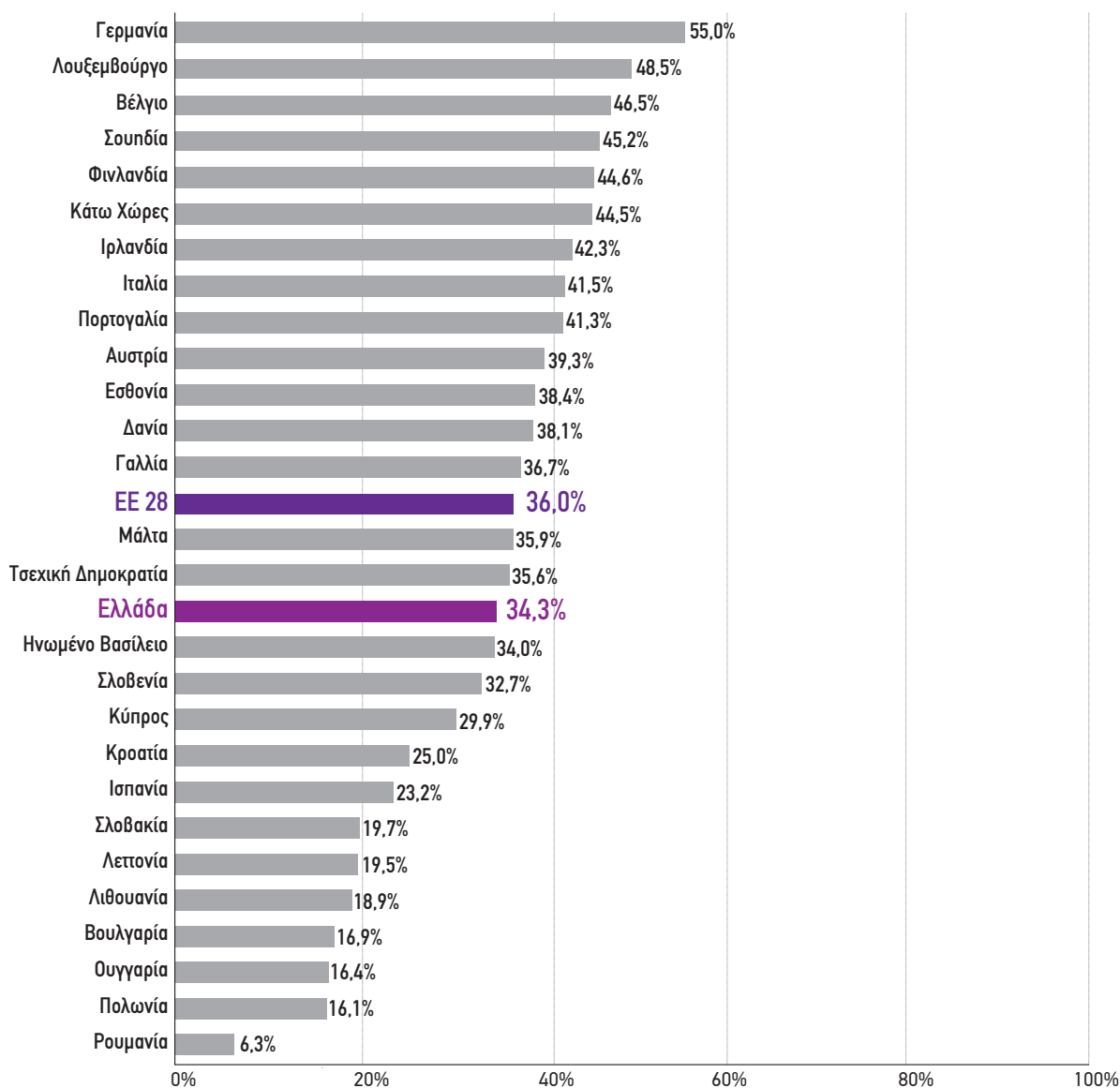


Την περίοδο 2010 έως και 2012, το 34,3% των επιχειρήσεων που εμπίπτουν στον πληθυσμό της έρευνας, καινοτομεί σε προϊόντα ή/και διαδικασίες. Καινοτομία προϊόντος καταγράφει το 19,5% και καινοτομία διαδικασίας το 25,6% των επιχειρήσεων (Διάγραμμα 9).

Σε ποσοστό 4% οι επιχειρήσεις υλοποίησαν καινοτομικές δραστηριότητες για την εισαγωγή καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας που είτε βρίσκονταν ακόμα σε εξέλιξη το 2012 είτε ανεστάλησαν πριν την εισαγωγή καινοτομίας.

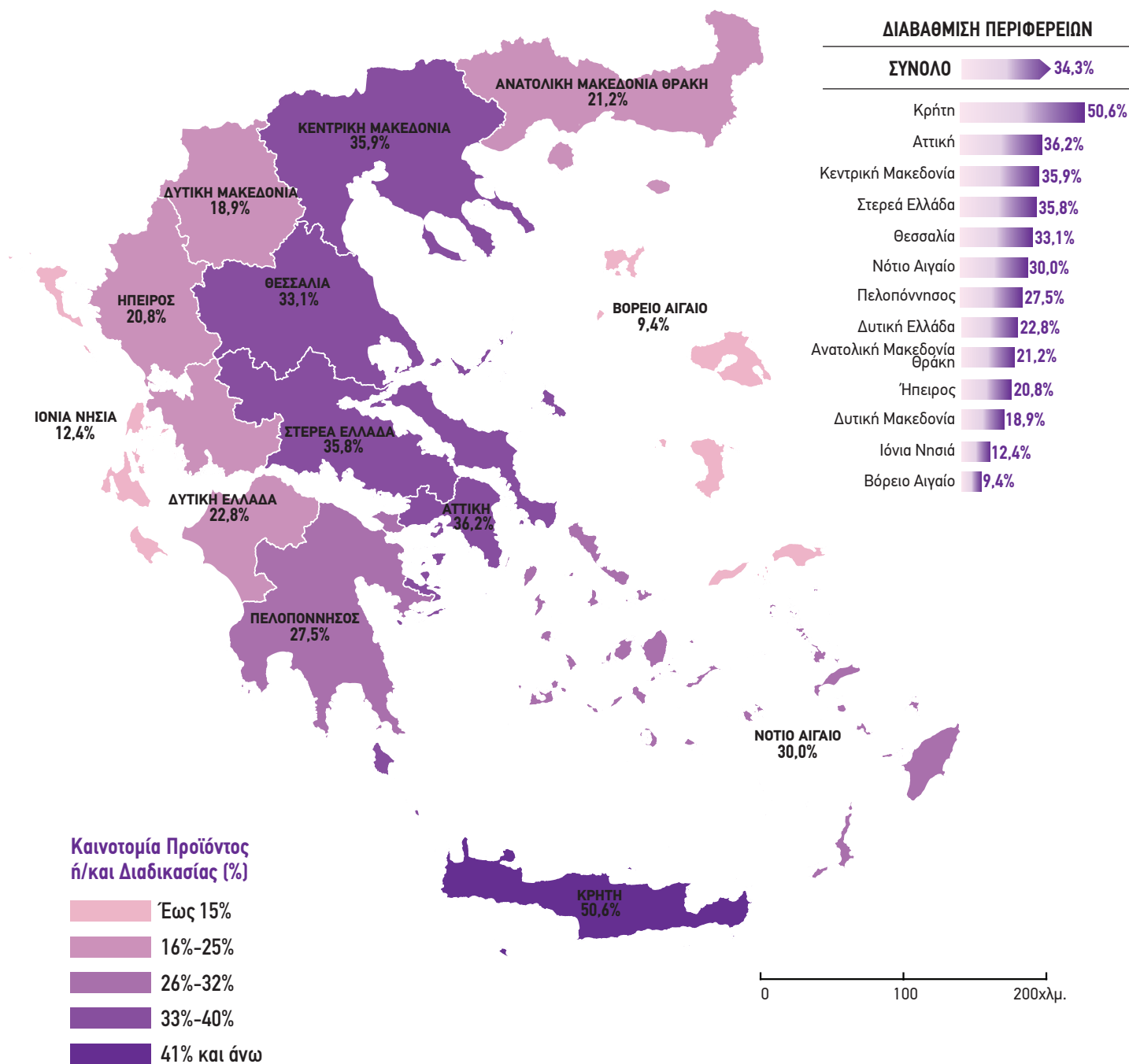
Διάγραμμα 9. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας και οι επιμέρους κατηγορίες, 2010-2012.

Με βάση την καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας, η Ελλάδα με ποσοστό 34,3% βρίσκεται στην 16^η θέση μεταξύ των χωρών μελών της ΕΕ-28. Ο μέσος ευρωπαϊκός όρος ανέρχεται σε 36%.

Διάγραμμα 10. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας στις χώρες μέλη της ΕΕ28, 2010-2012.

Ο ακόλουθος χάρτης αποτυπώνει το ποσοστό των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας στις ελληνικές περιφέρειες. Πρώτη εμφανίζεται η Περιφέρεια Κρήτης, ομοίως με την κατανομή στο σύνολο της καινοτομίας, με ποσοστό 50,6%. Στη συνέχεια, η κατάταξη των περιφερειών ως προς την καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας παρουσιάζει μικρές διαφοροποιήσεις σε σύγκριση με την κατάταξη στο σύνολο της καινοτομίας. Η Περιφέρεια Αττικής βρίσκεται στη δεύτερη θέση, με ποσοστό επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας 36,2% και ακολουθεί η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με ποσοστό 35,9%.

Χάρτης 2. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας ανά περιφέρεια, 2010-2012.



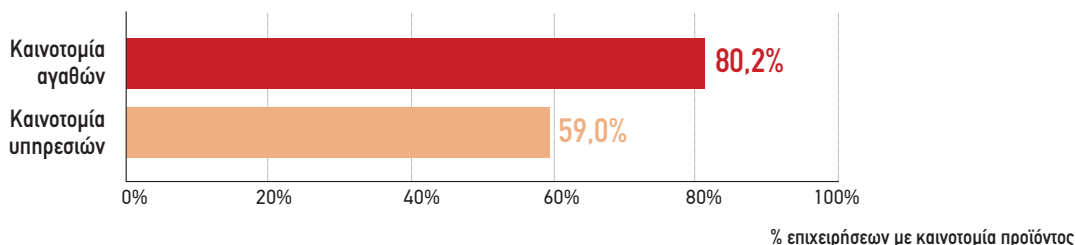
Η ομαδοποίηση των περιφερειών πραγματοποιήθηκε με χρήση της μεθόδου Jenks Natural Breaks.

1.3.1 Καινοτομία προϊόντος

Οι επιχειρήσεις με καινοτομία προϊόντος διακρίνονται περαιτέρω σε αυτές που καταγράφουν καινοτομία σε **αγαθά** (ανεξάρτητα αν παράλληλα έχουν και καινοτομία σε υπηρεσίες) και σε αυτές που καταγράφουν καινοτομία σε **υπηρεσίες** (ανεξάρτητα αν παράλληλα καινοτομούν σε αγαθά).

Την περίοδο 2010 – 2012, το 80,2% των ελληνικών επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος εισάγουν καινοτομίες αγαθών. Καινοτομία υπηρεσιών καταγράφει το 59,0% των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος.

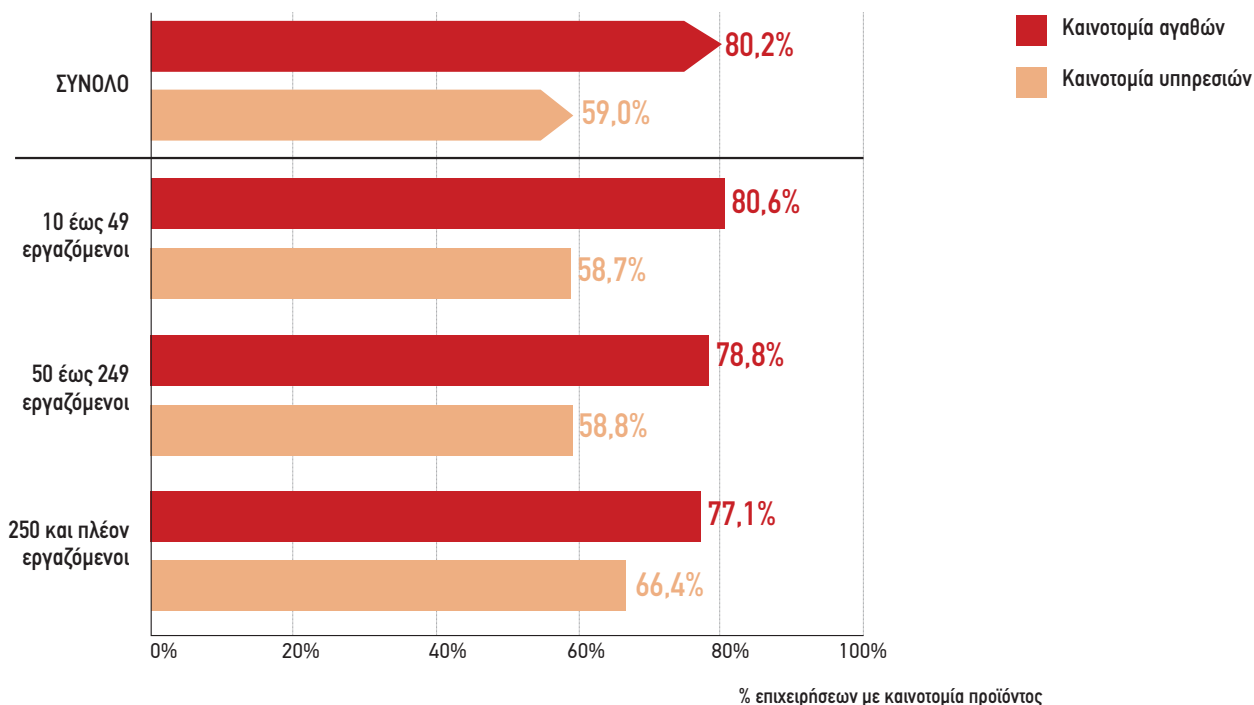
Διάγραμμα 11. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία σε αγαθά και υπηρεσίες, 2010-2012.



Στα Διαγράμματα 12 & 13 παρουσιάζονται τα ποσοστά των επιχειρήσεων με καινοτομία σε αγαθά και αυτών με καινοτομία σε υπηρεσίες, ανά μέγεθος και ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας αντίστοιχα.

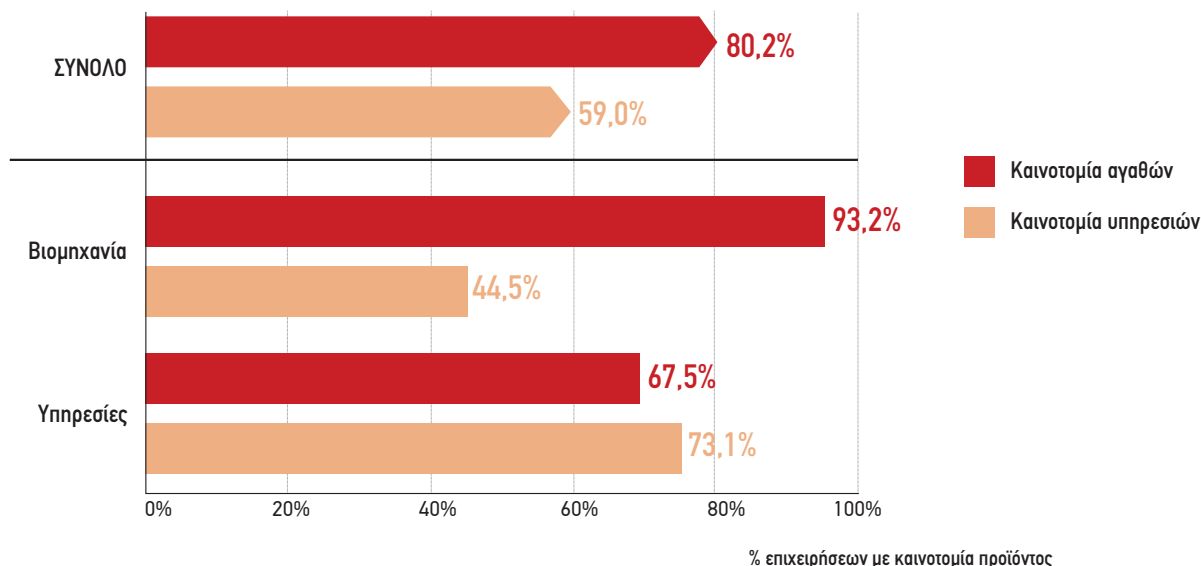
Ως προς το μέγεθος, δεν υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ του συνόλου και των δύο μικρότερων τάξεων μεγέθους, 10-49 και 50-249 εργαζόμενοι. Στις επιχειρήσεις με 250 και πλέον εργαζόμενους καταγράφεται αύξηση στο ποσοστό των καινοτομιών υπηρεσιών (66,4%) σε σχέση με το σύνολο (59%).

Διάγραμμα 12. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία σε αγαθά και υπηρεσίες ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2010-2012.



Η καινοτομία σε αγαθά κυριαρχεί στον τομέα της Βιομηχανίας καθώς το 93,2% των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος έχουν καινοτομία σε αγαθά ενώ καινοτομία σε υπηρεσίες καταγράφει το 44,5%. Στον τομέα των Υπηρεσιών η καινοτομία υπηρεσιών (73,1%) υπερτερεί ελαφρά της καινοτομίας σε αγαθά (67,5%).

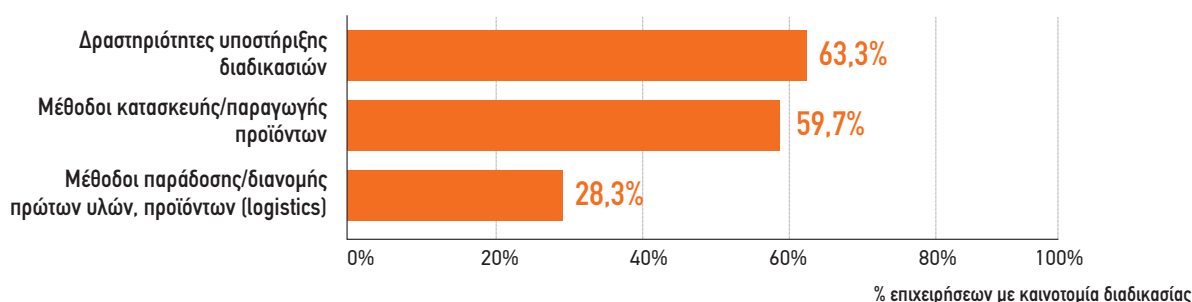
Διάγραμμα 13. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία σε αγαθά και υπηρεσίες ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2010-2012.



1.3.2 Καινοτομία διαδικασίας

Στην καινοτομία διαδικασίας εξετάζεται η εφαρμογή μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας σε τρεις τομείς: διαδικασίες παραγωγής, μέθοδοι διανομής, δραστηριότητες υποστήριξης διαδικασιών. Οι περισσότερες από τις επιχειρήσεις που καινοτομούν σε διαδικασίες εισάγουν καινοτομίες για την υποστήριξη των διαδικασιών (63,3%) και ακολούθως για τις μεθόδους κατασκευής/παραγωγής των προϊόντων (59,7%). Λιγότερο από το ένα τρίτο των επιχειρήσεων με καινοτομία διαδικασίας καινοτομεί στις μεθόδους παράδοσης/διανομής των προϊόντων (28,3%).

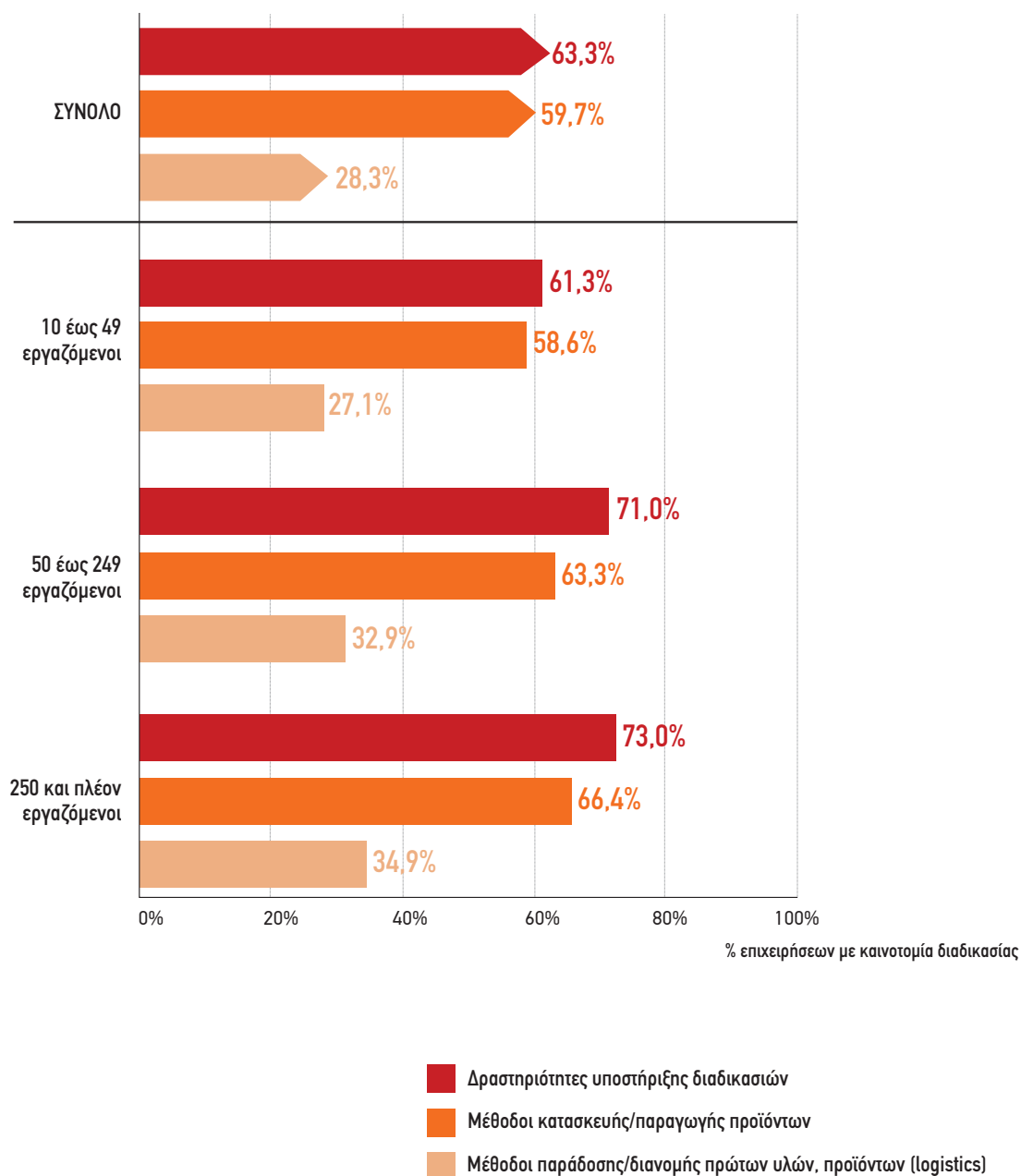
Διάγραμμα 14. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία διαδικασίας στις επιμέρους κατηγορίες, 2010-2012.



Με αναφορά στο μέγεθος των επιχειρήσεων, η έκταση της εφαρμογής των τριών κατηγοριών καινοτομίας διαδικασίας ακολουθεί την ίδια σειρά και στις τρεις τάξεις μεγέθους, με πρώτη την υποστήριξη των διαδικασιών, δεύτερη τις μεθόδους κατασκευής/παραγωγής των προϊόντων και τρίτη τις μεθόδους παράδοσης/διανομής των προϊόντων.

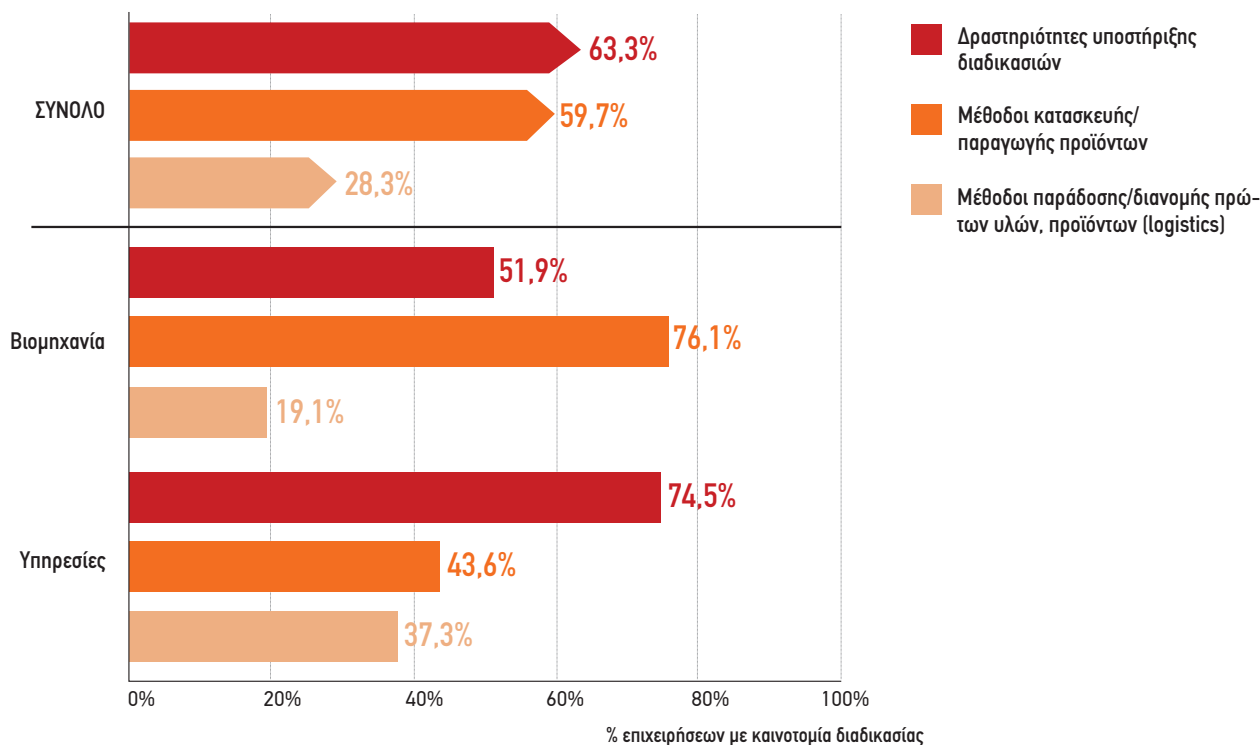
Τα ποσοστά εφαρμογής και των τριών κατηγοριών καινοτομίας διαδικασίας αυξάνονται όσο αυξάνεται το μέγεθος των επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 15. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία διαδικασίας στις επιμέρους κατηγορίες ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2010-2012.



Με αναφορά στους τομείς οικονομικής δραστηριότητας, η έκταση της εφαρμογής των τριών κατηγοριών καινοτομίας διαδικασίας διαφοροποιείται. Στον τομέα της Βιομηχανίας κυριαρχούν οι επιχειρήσεις με καινοτομία στις μεθόδους κατασκευής/παραγωγής των προϊόντων με ποσοστό 76,1% ενώ στον τομέα των Υπηρεσιών το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων (74,5%) καινοτομεί στις δραστηριότητες υποστήριξης διαδικασιών.

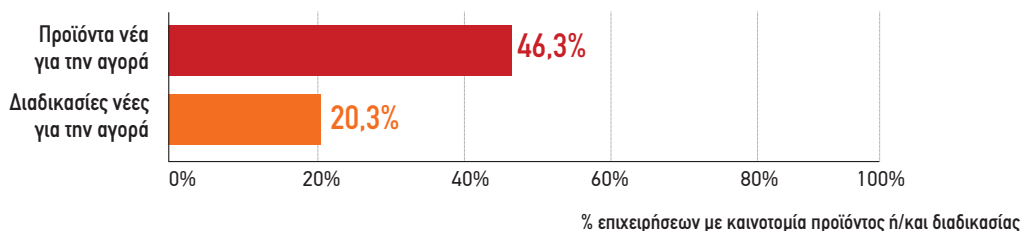
Διάγραμμα 16. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία διαδικασίας στις επιμέρους κατηγορίες ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2010-2012.



1.3.3 Εισαγωγή καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας στην αγορά

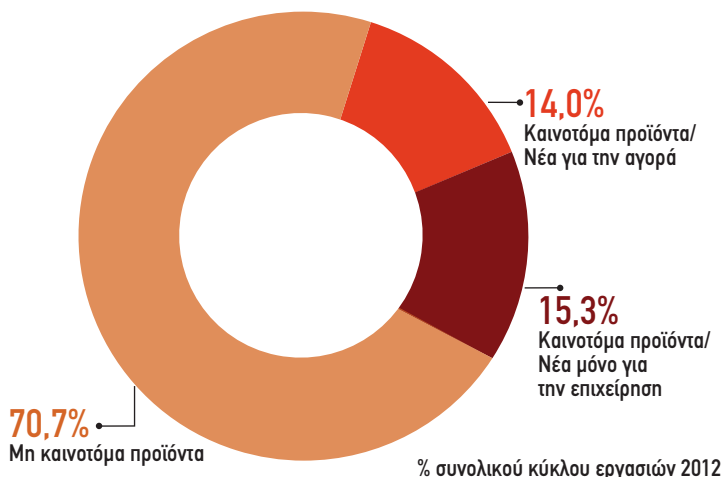
Τα προϊόντα που εισήγαγαν οι επιχειρήσεις στην περίοδο 2010 έως και 2012 ήταν κατά 46,3% νέα για την αγορά στην οποία απευθύνονται. Οι καινοτόμες διαδικασίες νέες για την αγορά ανέρχονται στο 20,3% των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας.

Διάγραμμα 17. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος και καινοτομία διαδικασίας νέα για την αγορά, 2010-2012.

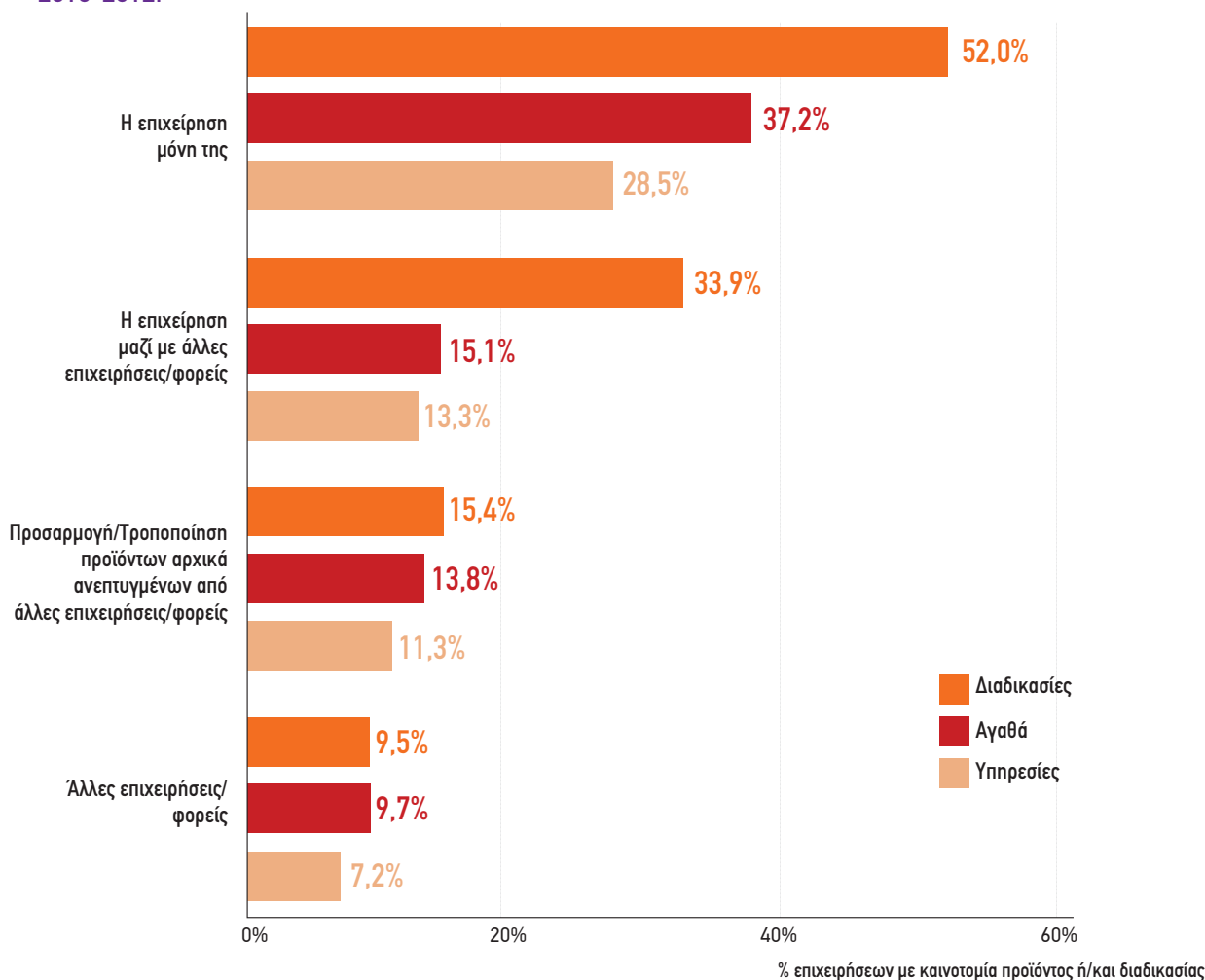


Διάγραμμα 18. Ποσοστιαία κατανομή (%) κύκλου εργασιών από καινοτόμα / μη καινοτόμα προϊόντα, 2012.

Η συνεισφορά των καινοτόμων προϊόντων στον συνολικό κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ανέρχεται σε 29,3% το 2012, σχεδόν εξίσου καταμερισμένη σε προϊόντα νέα για την αγορά (14,0%) ή νέα μόνο για την επιχείρηση (15,3%).



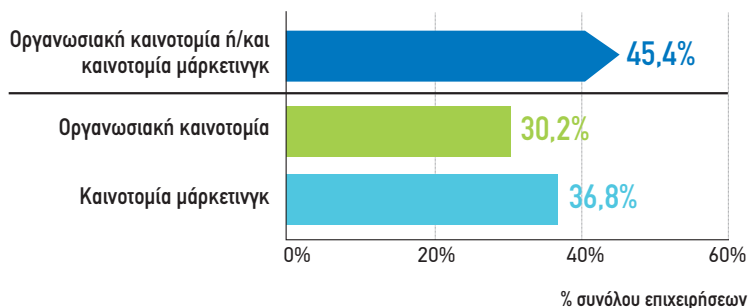
Όσον αφορά την ανάπτυξη καινοτομιών, οι περισσότερες επιχειρήσεις αναπτύσσουν μόνες τους τις καινοτομίες προϊόντος (αγαθών, υπηρεσιών) ή/και διαδικασίας, ξεπερνώντας το 50% στις καινοτόμες διαδικασίες. Ακολουθούν οι επιχειρήσεις που αναπτύσσουν καινοτομίες μαζί με άλλες επιχειρήσεις ή άλλους φορείς. Οι επιχειρήσεις που αναπτύσσουν καινοτομίες προσαρμόζοντας ή τροποποιώντας προϊόντα και διαδικασίες που αρχικά αναπτύχθηκαν από άλλους φορείς είναι λίγες τόσο ως προς τα αγαθά/υπηρεσίες που εισάγουν όσο και ως προς τις καινοτόμες διαδικασίες τους. Περιορισμένη είναι τέλος η ανάπτυξη καινοτομιών αποκλειστικά από άλλους φορείς για λογαριασμό της επιχείρησης.

Διάγραμμα 19. Φορείς ανάπτυξης καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας και ποσοστό (%) επιχειρήσεων, 2010-2012.

1.4. Οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ

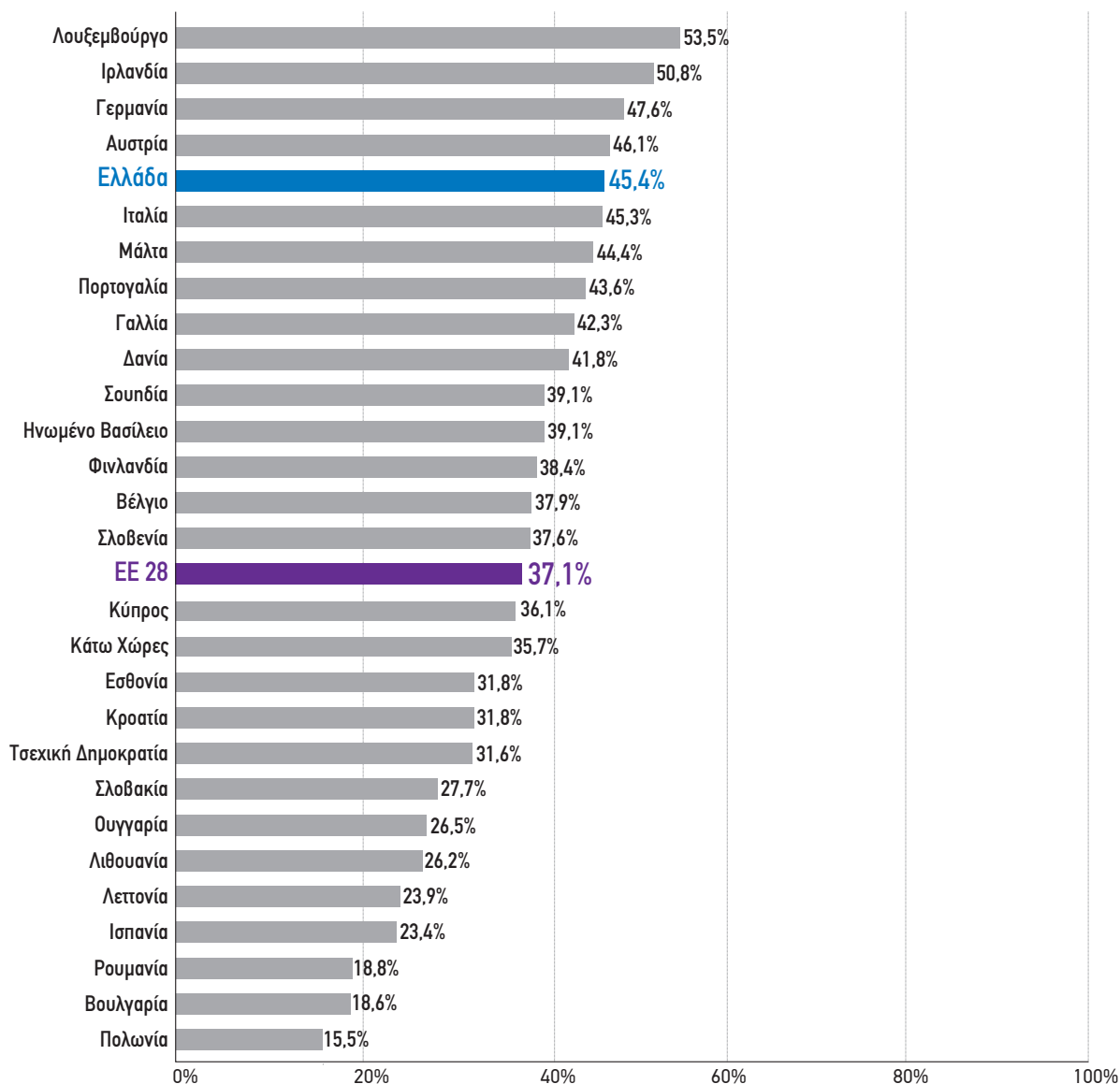
Οι επιχειρήσεις που καινοτομούν στην οργάνωση ή/και στο μάρκετινγκ αντιστοιχούν στο 45,4% των επιχειρήσεων του πληθυσμού της έρευνας. Το ποσοστό αυτό καθιστά τους δύο επιμέρους τύπους καινοτομίας κυρίαρχους συγκριτικά με το ποσοστό των επιχειρήσεων που καινοτομούν σε προϊόντα ή/και διαδικασίες (34,3%). Οργανωσιακή καινοτομία καταγράφει το 30,2% και καινοτομία μάρκετινγκ το 36,8% των επιχειρήσεων του πληθυσμού.

Διάγραμμα 20. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ και οι επιμέρους κατηγορίες, 2010-2012.



Η Ελλάδα βρίσκεται στην 5^η θέση ως προς την οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ με ποσοστό 45,4%, όπου ο μέσος ευρωπαϊκός όρος είναι 37,1%.

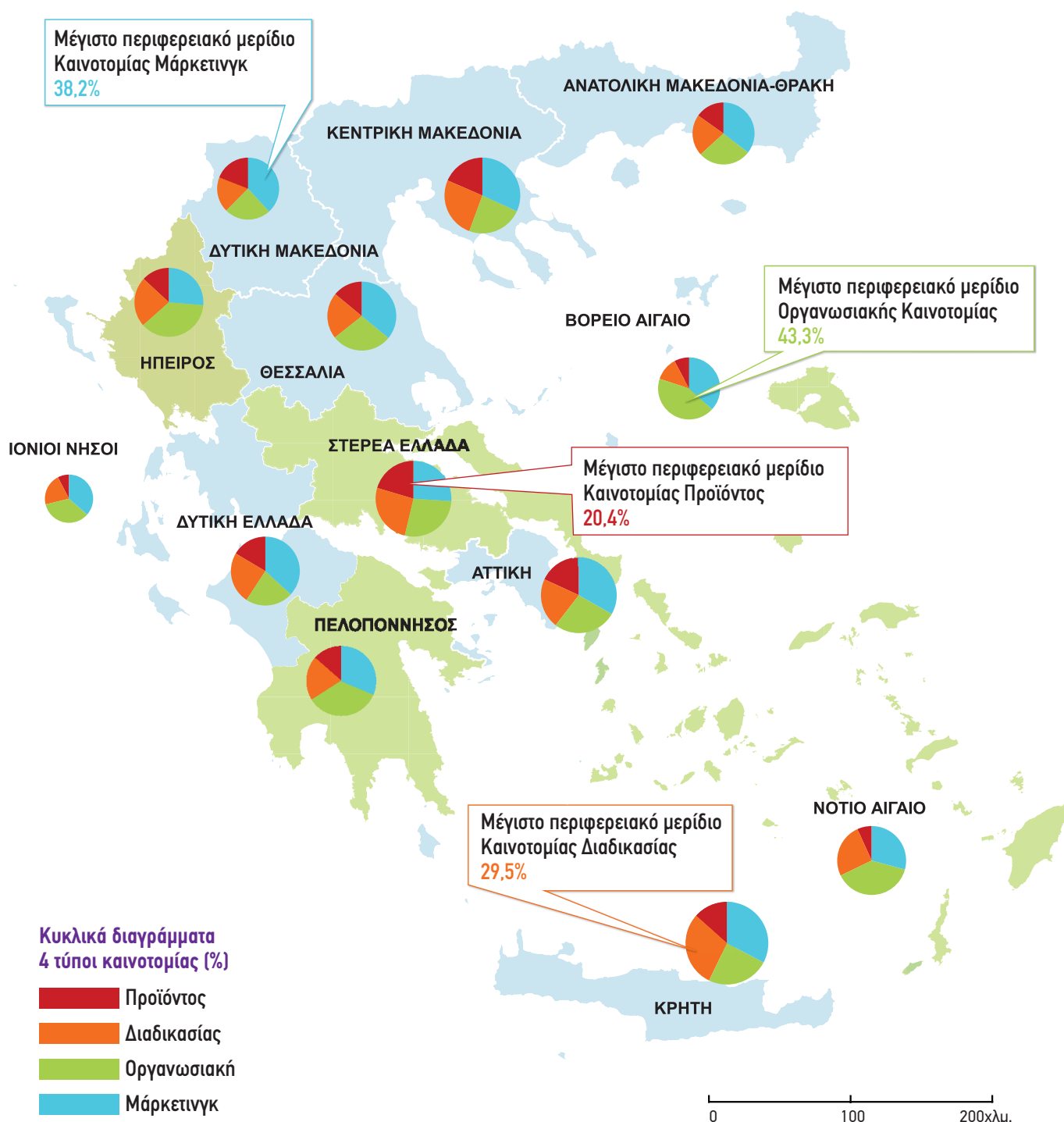
Διάγραμμα 21. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία ή/και καινοτομία μάρκετινγκ στις χώρες μέλη της ΕΕ-28, 2010-2012.



Ο Χάρτης 3 απεικονίζει την κατανομή των τεσσάρων τύπων καινοτομίας στις ελληνικές περιφέρειες. Σε κάθε περιφέρεια έχει αντιστοιχηθεί ένα κυκλικό διάγραμμα με την ποσοστιαία κατανομή των τεσσάρων τύπων καινοτομίας σε αυτήν. Το μέγεθος κάθε κυκλικού διαγράμματος είναι ανάλογο του συνολικού ποσοστού καινοτομίας της κάθε περιφέρειας (βλ. Χάρτη 1).

Η καινοτομία οργάνωσης και η καινοτομία μάρκετινγκ κυριαρχούν στις ελληνικές επιχειρήσεις σε όλες τις περιφέρειες. Συγκεκριμένα, σε 8 περιφέρειες κυριαρχεί η καινοτομία μάρκετινγκ (με γαλάζια επισήμανση στον χάρτη) και σε 5 περιφέρειες κυριαρχεί η οργανωσιακή καινοτομία (με πράσινη επισήμανση στον χάρτη). Σημειώνεται ωστόσο ότι όλες οι περιφέρειες εμφανίζουν και τους τέσσερις τύπους, όπως απεικονίζεται στις κατανομές των κυκλικών διαγραμμάτων.

Χάρτης 3. Ποσοστιαία κατανομή (%) τύπων καινοτομίας ανά περιφέρεια, 2010-2012.

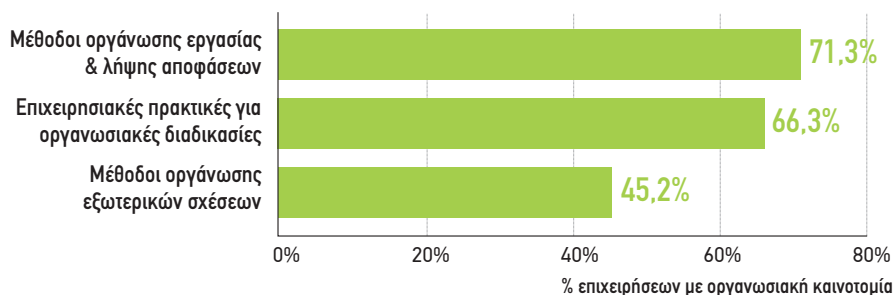


1.4.1 Οργανωσιακή καινοτομία

Η οργανωσιακή καινοτομία αφορά στην εφαρμογή, για πρώτη φορά, από την επιχείρηση μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης οργανωσιακής μεθόδου σε τρεις επιμέρους τομείς: τις **επιχειρησιακές πρακτικές για οργανωσιακές διαδικασίες** (π.χ. διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας, διαχείριση ποιότητας κ.λπ.), την **οργάνωση της εργασίας και της λήψης αποφάσεων** (π.χ. νέος καταμερισμός αρμοδιοτήτων, ομαδική εργασία κ.λπ.) και τις **εξωτερικές σχέσεις** της επιχείρησης (π.χ. υιοθέτηση εξωτερικών αναθέσεων για πρώτη φορά κ.λπ.). Είναι προφανές ότι μία επιχείρηση μπορεί να αναπτύσσει καινοτομίες σε περισσότερους από έναν από τους παραπάνω τομείς.

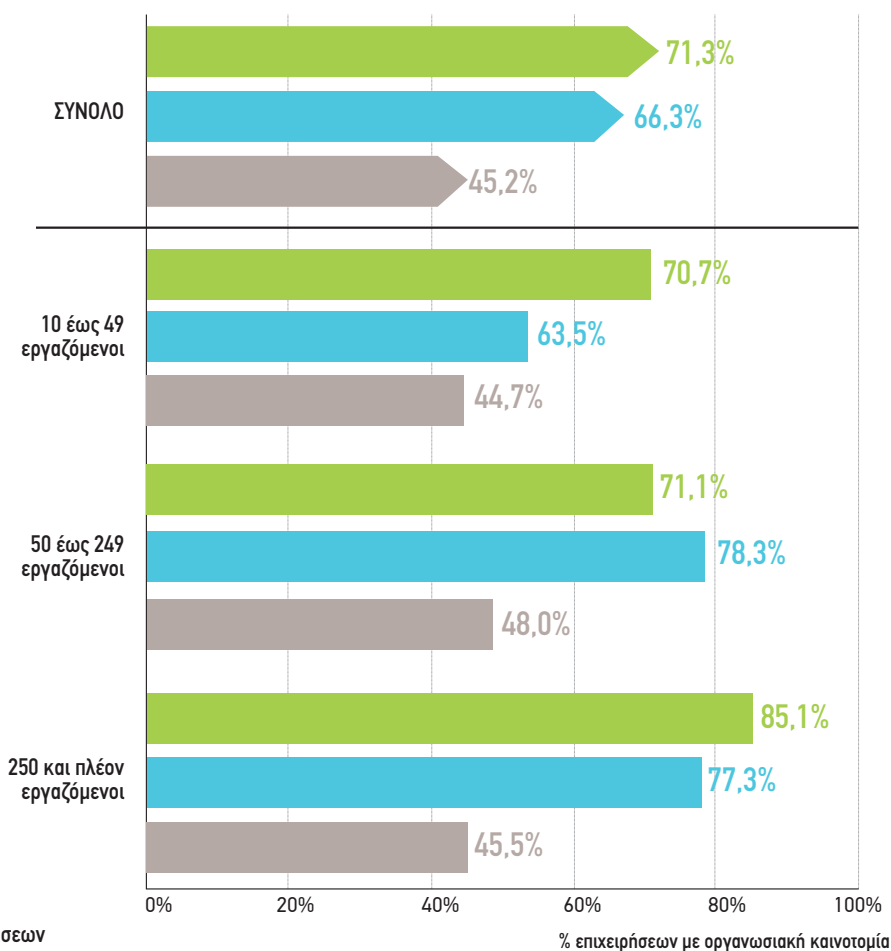
Η πλειονότητα (71,3%) των επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία εφαρμόζει νέες μεθόδους οργάνωσης της εργασίας και λήψης αποφάσεων. Ακολουθούν, με ποσοστό 66,3%, αυτές που καινοτομούν στις επιχειρησιακές πρακτικές για οργανωσιακές διαδικασίες και τέλος, το 45,2% υλοποιούν νέες μεθόδους οργάνωσης των εξωτερικών σχέσεων.

Διάγραμμα 23. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία στις επιμέρους κατηγορίες, 2010-2012.



Διάγραμμα 24. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία στις επιμέρους κατηγορίες ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2010-2012.

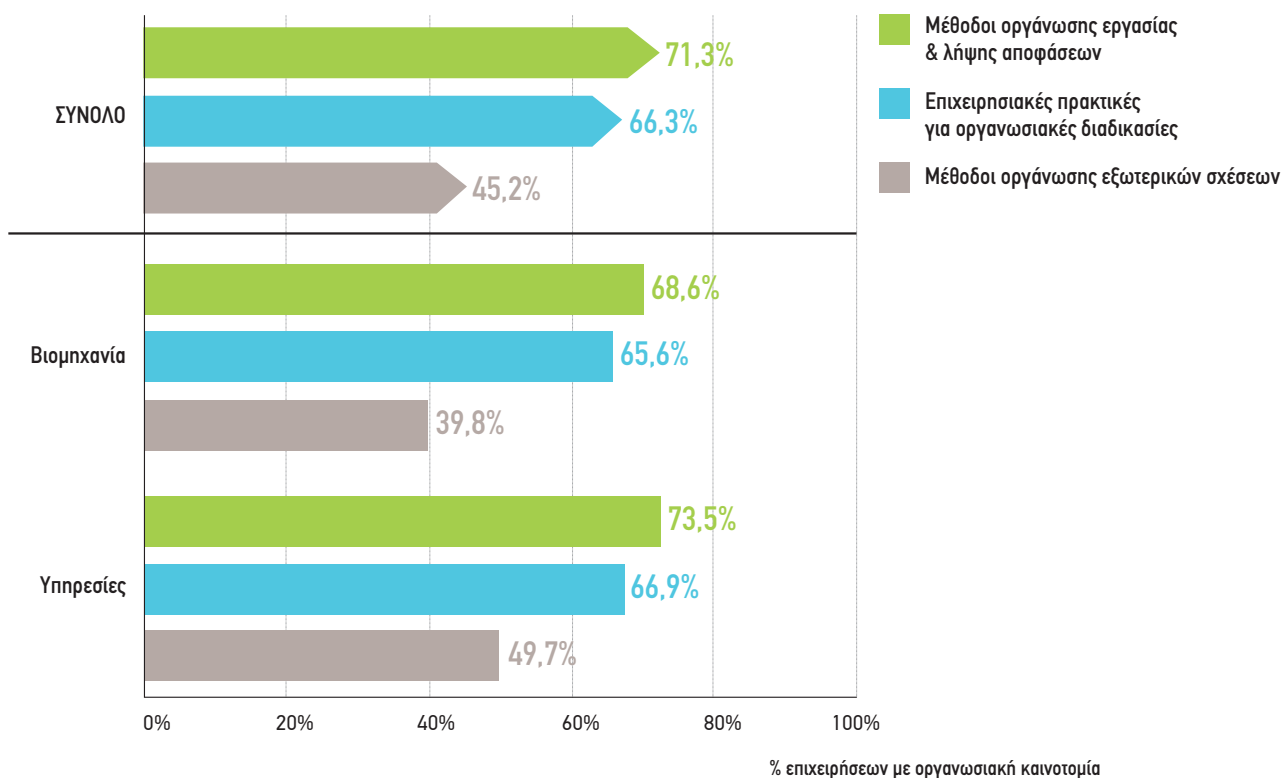
Οι τρεις αυτοί επιμέρους τομείς οργανωσιακής καινοτομίας διαφοροποιούνται με το μέγεθος της επιχείρησης. Οι μικρές επιχειρήσεις, με 10 έως 49 εργαζόμενους, που εισάγουν οργανωσιακή καινοτομία, καινοτομούν και στις τρεις μεθόδους με παρόμοια ποσοστά όπως το σύνολο των επιχειρήσεων. Ομοίως και οι μεγάλες επιχειρήσεις, με 250 και πλέον εργαζόμενους, όπου όμως τα ποσοστά καινοτομίας στις μεθόδους οργάνωσης της εργασίας (85,1%) και στις επιχειρησιακές πρακτικές (77,3%) είναι εμφανώς υψηλότερα. Στις επιχειρήσεις με 50 έως 249 εργαζόμενους, η σειρά αντιστρέφεται καθώς το 78,3% των επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία εφαρμόζει καινοτομίες στις επιχειρησιακές πρακτικές για τις οργανωσιακές διαδικασίες, αλλά το ποσοστό των νέων μεθόδων οργάνωσης εργασίας & λήψης αποφάσεων παραμένει υψηλό (71,1%).



- Μέθοδοι οργάνωσης εργασίας & λήψης αποφάσεων
- Επιχειρησιακές πρακτικές για οργανωσιακές διαδικασίες
- Μέθοδοι οργάνωσης εξωτερικών σχέσεων

Σε κλαδικό επίπεδο, παρατηρείται μία μικρή μείωση στα ποσοστά των καινοτόμων μεθόδων οργάνωσης στον τομέα της Βιομηχανίας και στις τρεις κατηγορίες και μία παράλληλη αύξηση στις καινοτόμες μεθόδους οργάνωσης στον τομέα των Υπηρεσιών σε σχέση με τα αντίστοιχα ποσοστά του συνόλου των επιχειρήσεων. Η διαφορά αυτή είναι πιο εμφανής στις μεθόδους οργάνωσης των εξωτερικών σχέσεων της επιχείρησης, όπου στον τομέα της Βιομηχανίας οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν νέες μεθόδους ως προς τις εξωτερικές τους σχέσεις με τρίτους φορείς σε ποσοστό 39,8% ενώ το αντίστοιχο ποσοστό επιχειρήσεων στον τομέα των Υπηρεσιών φτάνει το 49,7%.

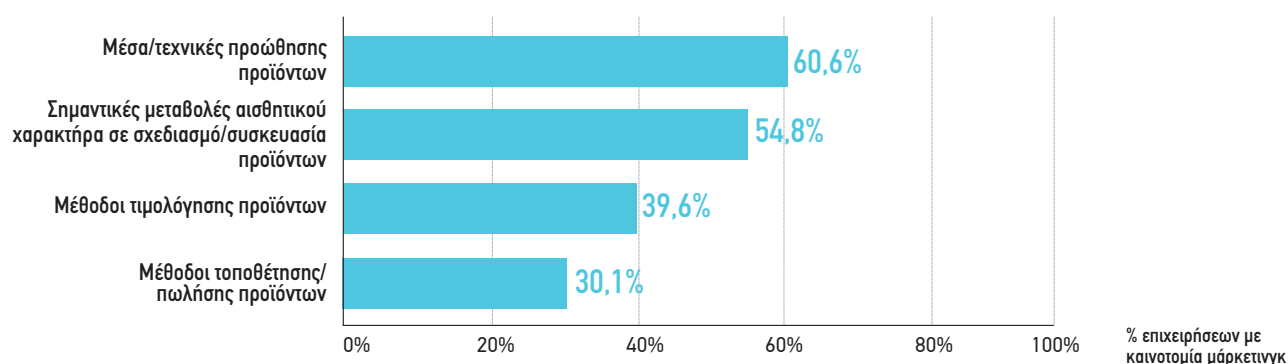
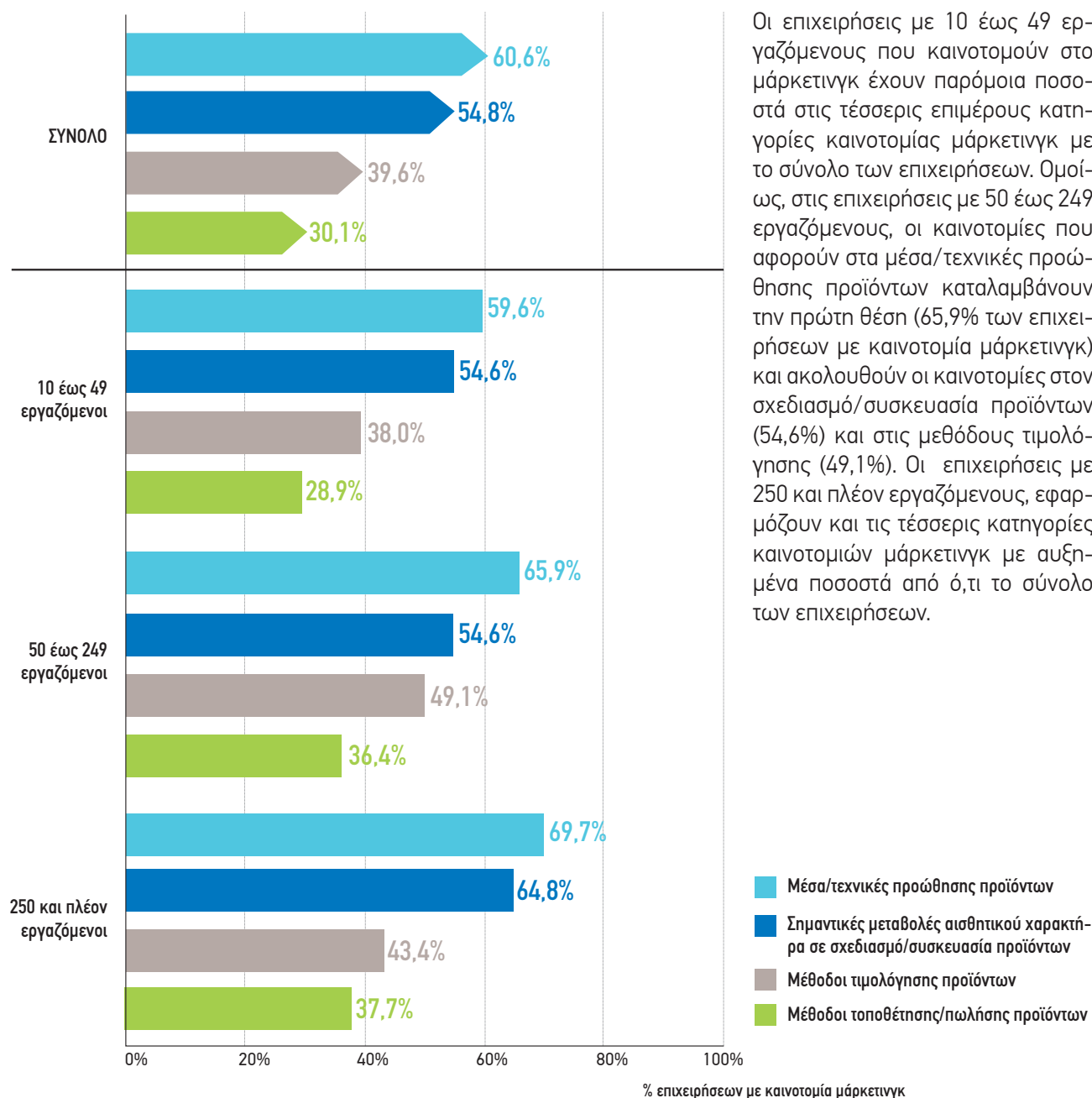
Διάγραμμα 25. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με οργανωσιακή καινοτομία στις επιμέρους κατηγορίες ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2010-2012.



1.4.2 Καινοτομία μάρκετινγκ

Στην Καινοτομία μάρκετινγκ εξετάζεται η εφαρμογή μίας νέας στρατηγικής μάρκετινγκ, η οποία διαφέρει σημαντικά από τις υπάρχουσες μεθόδους μάρκετινγκ της επιχείρησης και δεν έχει χρησιμοποιηθεί ξανά στο παρελθόν, σε τέσσερις τομείς: **στον σχεδιασμό/συσκευασία, στην τοποθέτηση, στην προώθηση ή/και στην τιμολόγηση του προϊόντος**. Εξαιρούνται οι εποχικές, τακτικές και άλλες μεταβολές ρουτίνας στις μεθόδους μάρκετινγκ.

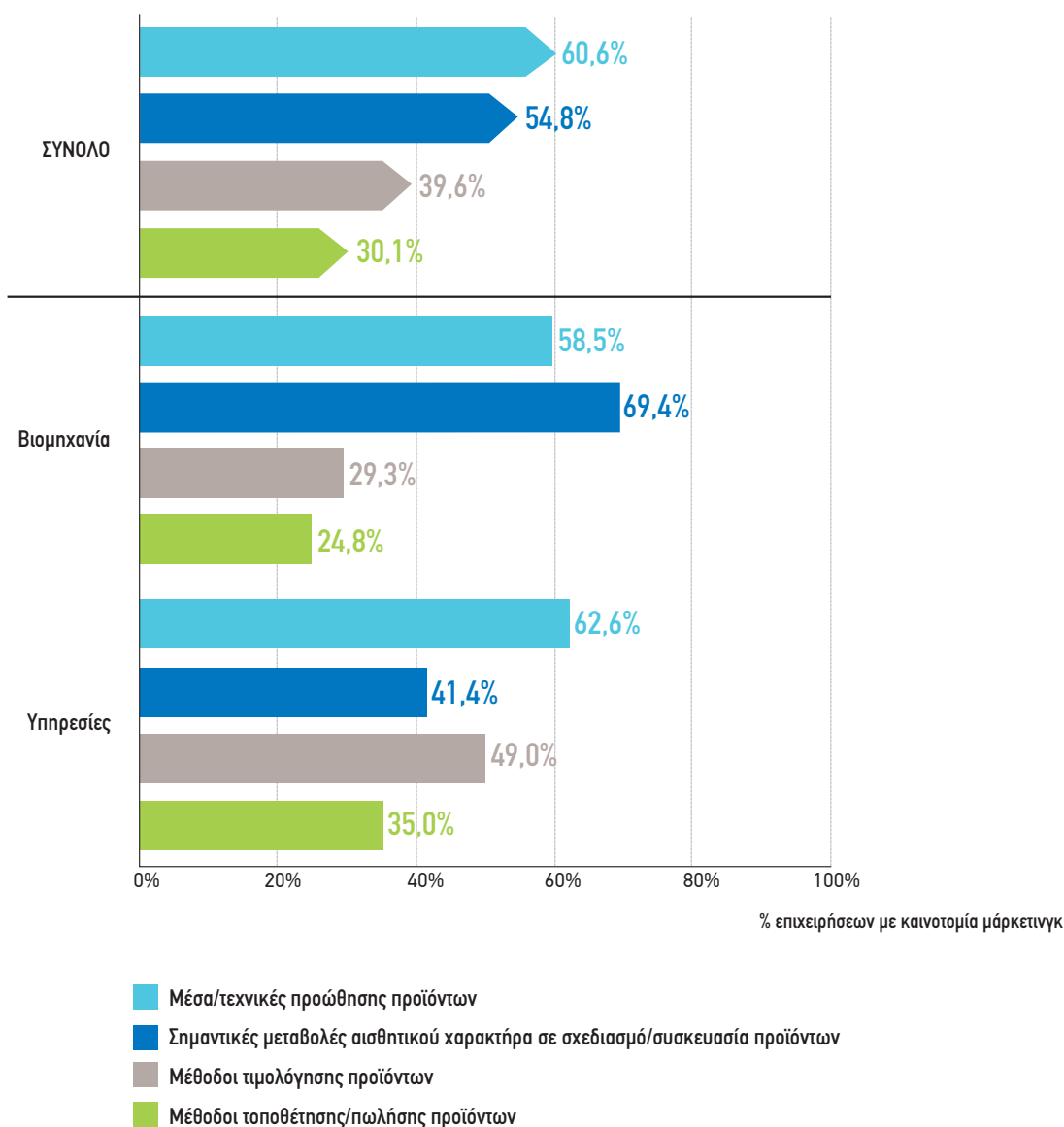
Όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 26, η πλειονότητα των επιχειρήσεων με καινοτομία μάρκετινγκ εισάγει νέες μεθόδους προώθησης των προϊόντων (60,6%). Περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις υλοποιούν καινοτομίες μάρκετινγκ μέσω σημαντικών μεταβολών αισθητικού χαρακτήρα στον σχεδιασμό ή στη συσκευασία των προϊόντων (54,8%). Λιγότερες είναι οι επιχειρήσεις που υλοποιούν καινοτόμες μεθόδους τιμολόγησης των προϊόντων (39,6%) όπως και μεθόδους τοποθέτησης/πώλησης αυτών (30,1%).

Διάγραμμα 26. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία μάρκετινγκ στις επιμέρους κατηγορίες, 2010-2012.**Διάγραμμα 27. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία μάρκετινγκ στις επιμέρους κατηγορίες ανά μέγεθος επιχείρησης, βάσει του αριθμού εργαζομένων, 2010-2012.**

Στον τομέα της Βιομηχανίας, οι επιχειρήσεις με καινοτομία μάρκετινγκ εφαρμόζουν κυρίως καινοτομίες στον σχεδιασμό / συσκευασία των προϊόντων (69,4% των επιχειρήσεων με καινοτομία μάρκετινγκ) και στα μέσα / τεχνικές προώθησης προϊόντων (58,5%), ενώ τα ποσοστά των επιχειρήσεων που καινοτομούν στις μεθόδους τιμολόγησης (29,3%) και τοποθέτησης/πώλησης των προϊόντων (24,8%) είναι αισθητά χαμηλότερα.

Στον τομέα των Υπηρεσιών, οι καινοτομίες στα μέσα / τεχνικές προώθησης προϊόντων είναι η πρώτη κατηγορία καινοτομιών μάρκετινγκ και εφαρμόζονται από το 62,6% των επιχειρήσεων με καινοτομία μάρκετινγκ. Ακολουθούν οι καινοτομίες στις μεθόδους τιμολόγησης (49% των επιχειρήσεων), στον σχεδιασμό/συσκευασία των προϊόντων (41,4%) ενώ τέλος, αυξημένα είναι τα ποσοστά των καινοτομιών στις μεθόδους τοποθέτησης/πώλησης των προϊόντων (35%).

Διάγραμμα 28. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία μάρκετινγκ στις επιμέρους κατηγορίες ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2010-2012.





Ενότητα 2

Δραστηριότητες και παράγοντες καινοτομίας

Στην ενότητα αυτή αναλύονται οι δραστηριότητες και οι παράγοντες που ευνοούν την ανάπτυξη καινοτομιών σε προϊόντα και διαδικασίες (τεχνολογική καινοτομία).

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 (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.

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

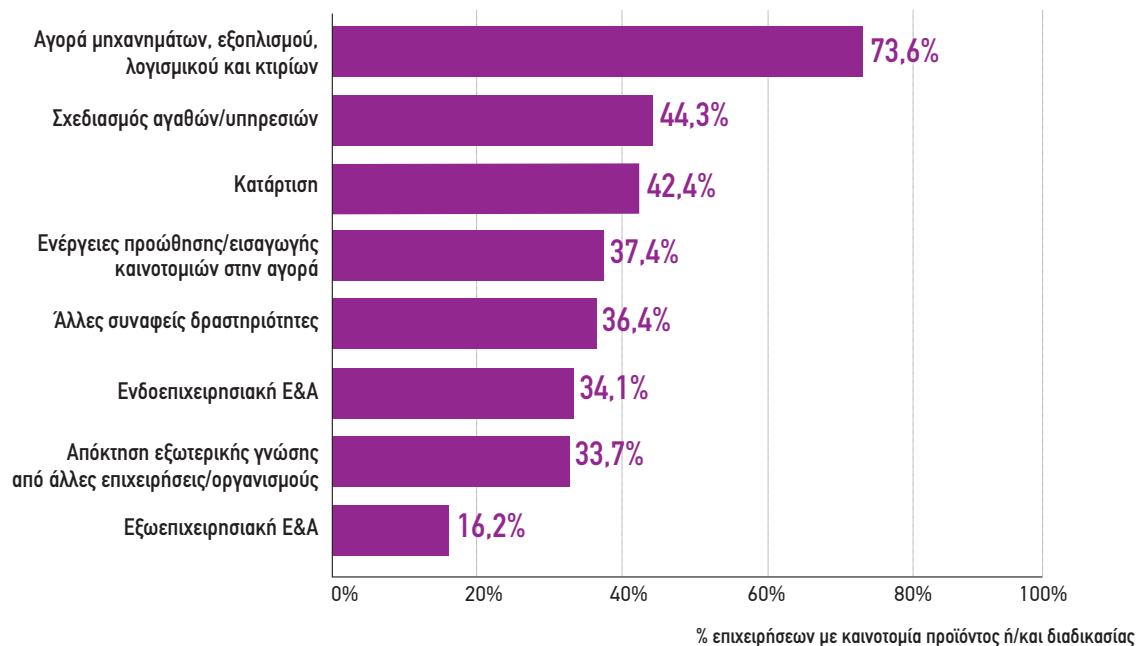
Παρουσιάζονται οι πηγές πληροφόρησης και οι συνεργασίες που πραγματοποιούν οι επιχειρήσεις με άλλους φορείς στο πλαίσιο της ανάπτυξης καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας, καθώς και τα μέσα που χρησιμοποιούν για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των καινοτομιών τους.

Τέλος, παρουσιάζεται η συμβολή του ελληνικού δημοσίου τομέα στην ανάπτυξη καινοτομιών, μέσω των συμβάσεων που υλοποιεί με επιχειρήσεις.

2.1 Δαπάνες για καινοτομικές δραστηριότητες

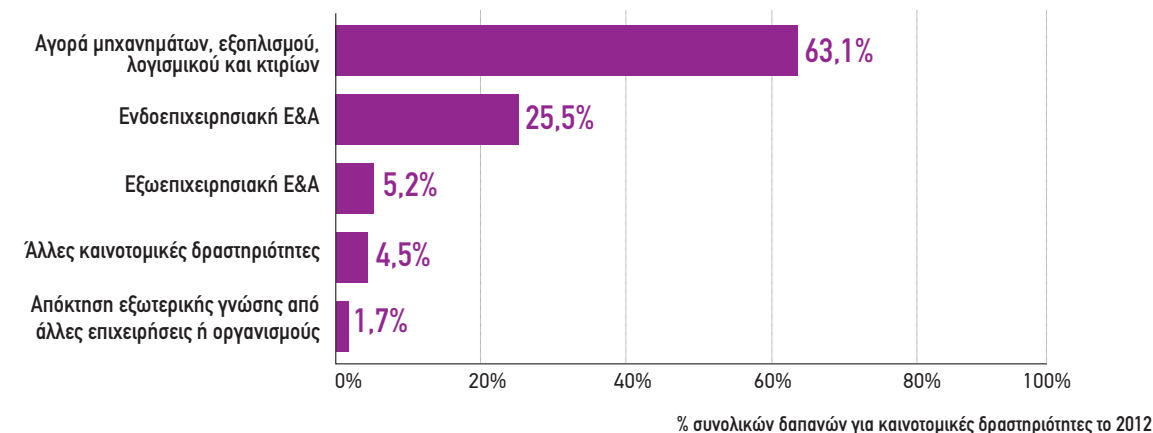
Οι περισσότερες επιχειρήσεις με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας προχωρούν στην αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού, λογισμικού και κτιρίων για την εισαγωγή των καινοτομιών, σε ποσοστό 73,6%. Άλλες επιχειρήσεις επενδύουν στον σχεδιασμό των καινοτομιών (44,3%), στην κατάρτιση του προσωπικού ως προς τις καινοτομίες που εισάγει η επιχείρηση (42,4%) καθώς και στις ενέργειες προώθησης/εισαγωγής καινοτομιών στην αγορά (37,4%). Το 34,1% των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας δραστηριοποιείται σε Έρευνα και Ανάπτυξη ή/και επιλέγει την απόκτηση εξωτερικής γνώσης από άλλες επιχειρήσεις/οργανισμούς (33,7%). Σε μικρότερο ποσοστό οι επιχειρήσεις αναθέτουν σε τρίτους φορείς την Ε&Α για την ανάπτυξη των καινοτομιών τους (16,2%).

Διάγραμμα 29. Καινοτομικές δραστηριότητες και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τις εφαρμόζουν, 2010-2012.



Οι δαπάνες για καινοτομικές δραστηριότητες το 2012 ανέρχονται στα 1,9 δισεκατομμύρια Ευρώ. Αυτές κυρίως αφορούν σε αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού, λογισμικού και κτιρίων, σε ποσοστό 63,1% των συνολικών δαπανών. Ακολουθούν οι δαπάνες για ενδοεπιχειρησιακή Ε&Α, με ποσοστό 25,5% ενώ αισθητά χαμηλότερα είναι τα ποσοστά δαπανών για τις υπόλοιπες δραστηριότητες.

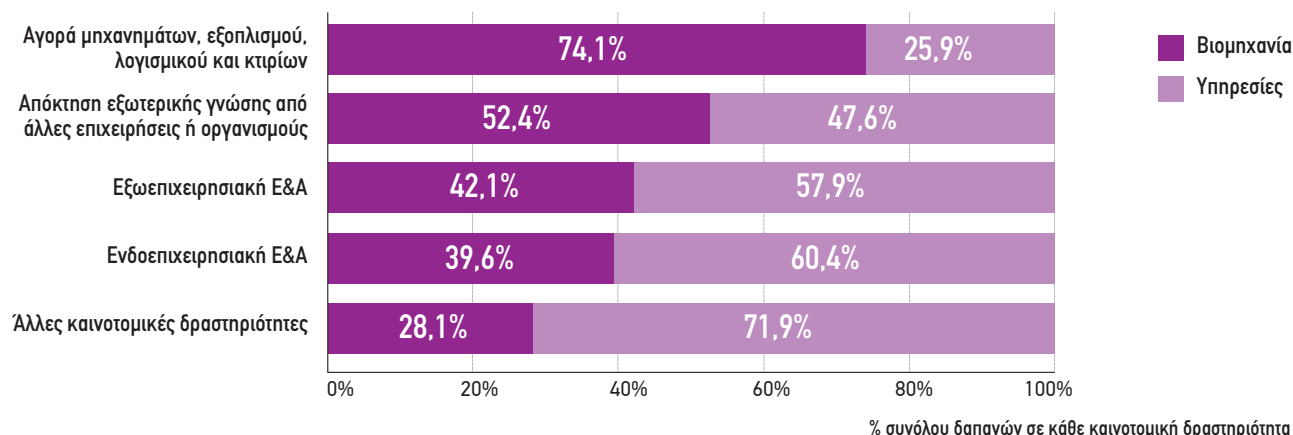
Διάγραμμα 30. Ποσοστιαία κατανομή (%) δαπανών στις επιμέρους κατηγορίες καινοτομικών δραστηριοτήτων, 2012.



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

Το Διάγραμμα 31 παρουσιάζει τη συνεισφορά των δύο κύριων τομέων οικονομικής δραστηριότητας, Βιομηχανίας και Υπηρεσιών, στις δαπάνες των επιμέρους κατηγοριών καινοτομικών δραστηριοτήτων. Το μεγαλύτερο ποσοστό των δαπανών για εξωεπιχειρησιακή και ενδοεπιχειρησιακή Ε&Α προέρχεται από τον τομέα των Υπηρεσιών (57,9% και 60,4% αντίστοιχα) ενώ ο τομέας της Βιομηχανίας κυριαρχεί στην αγορά μηχανημάτων (74,1% των δαπανών της κατηγορίας).

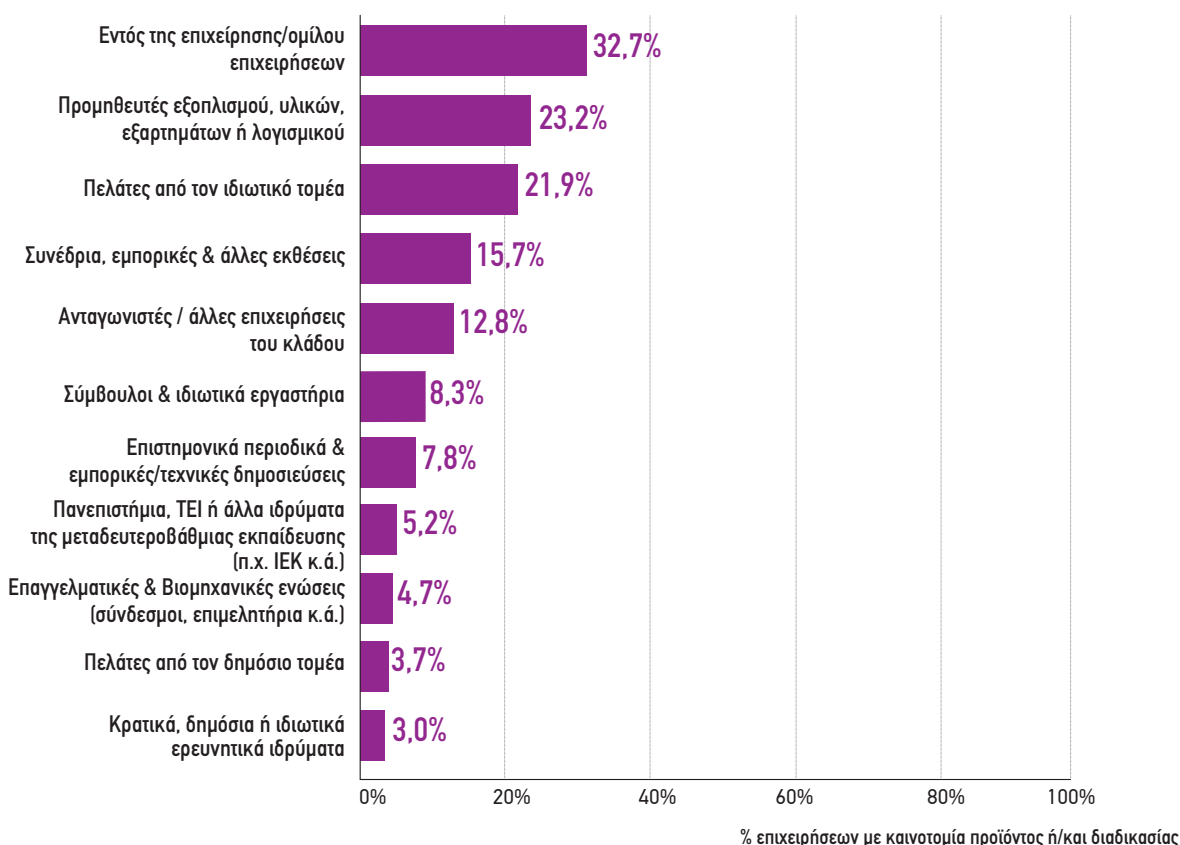
Διάγραμμα 31. Ποσοστιαία κατανομή (%) των δαπανών των επιμέρους κατηγοριών καινοτομικών δραστηριοτήτων ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2012.



2.2 Πηγές πληροφόρησης & συνεργασίες

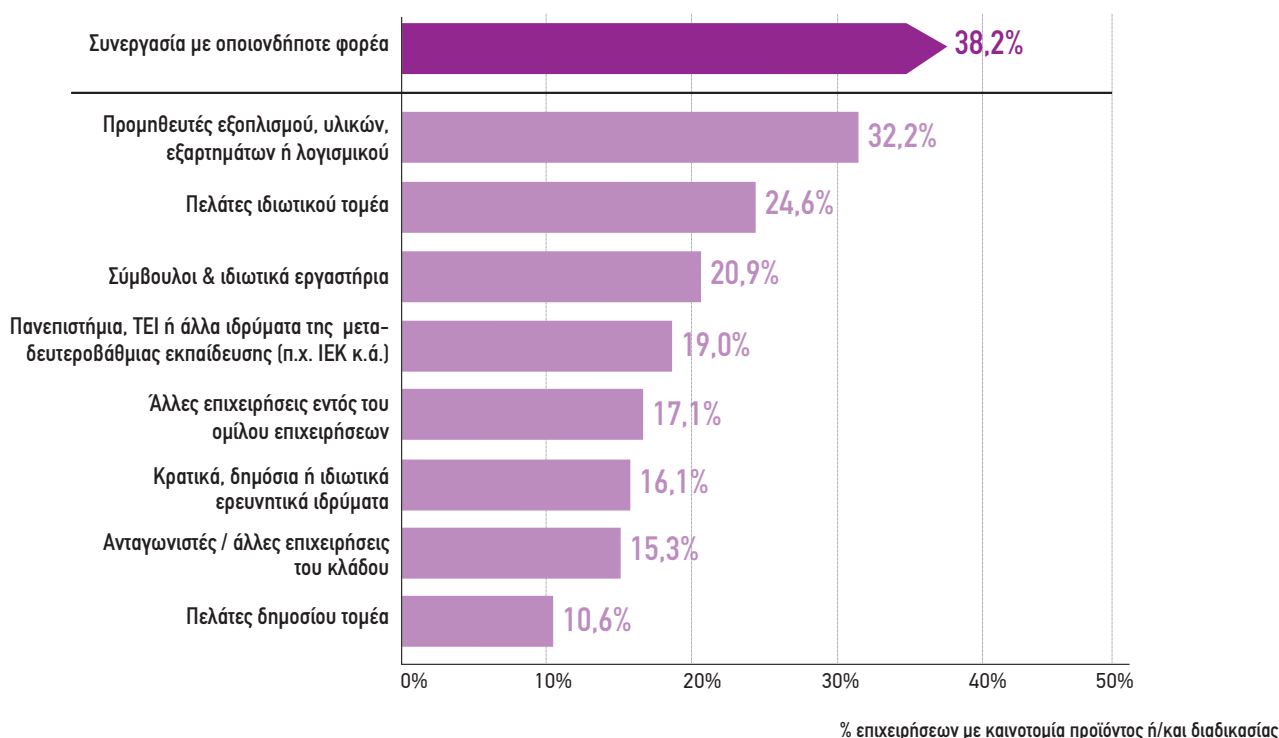
Οι επιχειρήσεις με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας επιλέγουν κυρίως πηγές εντός της επιχείρησης/ομίλου επιχειρήσεων για την πληροφόρησή τους ως προς την ανάπτυξη των καινοτομιών (32,7%). Επόμενες πηγές πληροφόρησης δηλώνονται οι προμηθευτές εξοπλισμού, υλικών, εξαρτημάτων ή λογισμικού, σε ποσοστό 23,2%, οι πελάτες από τον ιδιωτικό τομέα (21,9%) και έπονται τα συνέδρια, εμπορικές και άλλες εκθέσεις (15,7%).

Διάγραμμα 32. Πηγές πληροφόρησης και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τις χρησιμοποιούν, 2010-2012.



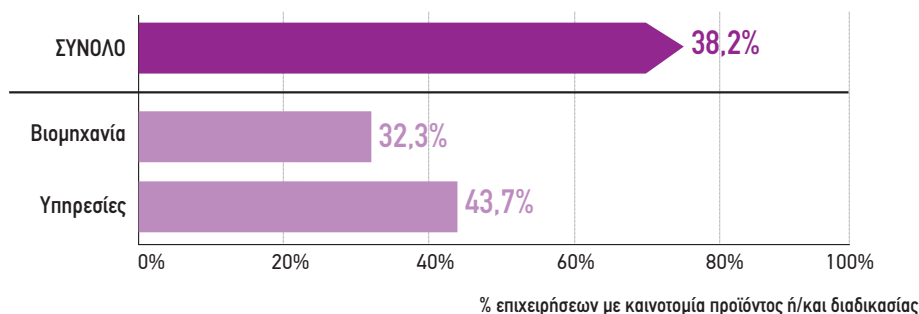
Η ανάπτυξη καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας είναι αποτέλεσμα συνεργασίας για το 38,2% των επιχειρήσεων που καταγράφουν κάποια τέτοια καινοτομία. Ως συνεργασία για την καινοτομία εννοείται η ενεργός συμμετοχή σε καινοτομικές δραστηριότητες μαζί με άλλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς, χωρίς να είναι απαραίτητο και οι δύο εταίροι της συνεργασίας να έχουν εμπορικό όφελος. Οι κύριοι συνεργάτες είναι οι προμηθευτές (εξοπλισμού, υλικών, λογισμικού) σε ποσοστό 32,2%, οι πελάτες από τον ιδιωτικό τομέα, σε ποσοστό 24,6%, οι σύμβουλοι και τα ιδιωτικά εργαστήρια (20,9%) και τα Πανεπιστήμια, ΤΕΙ ή άλλα ιδρύματα μετα-δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (19%).

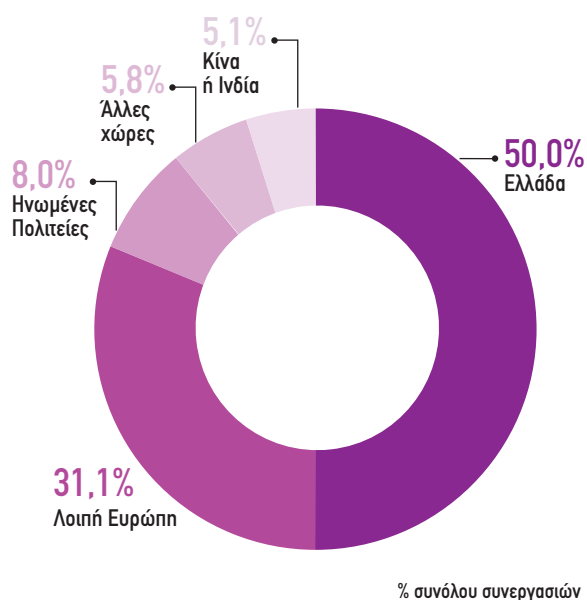
Διάγραμμα 33. Φορείς συνεργασίας και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που συνεργάζεται με αυτούς, 2010-2012.



Σχετικά με τον τομέα οικονομικής δραστηριότητας, οι επιχειρήσεις με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας στον τομέα των Υπηρεσιών συνεργάζονται με άλλους φορείς σε ποσοστό 43,7% για την ανάπτυξη καινοτομιών. Το ποσοστό αυτό αντιστοιχεί σε 32,3% στον τομέα της Βιομηχανίας.

Διάγραμμα 34. Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με συνεργασία (με οποιονδήποτε φορέα) ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2010-2012.



Διάγραμμα 35. Ποσοστιαία (%) κατανομή συνεργασιών επιχειρήσεων ανά γεωγραφική περιοχή, 2010-2012.

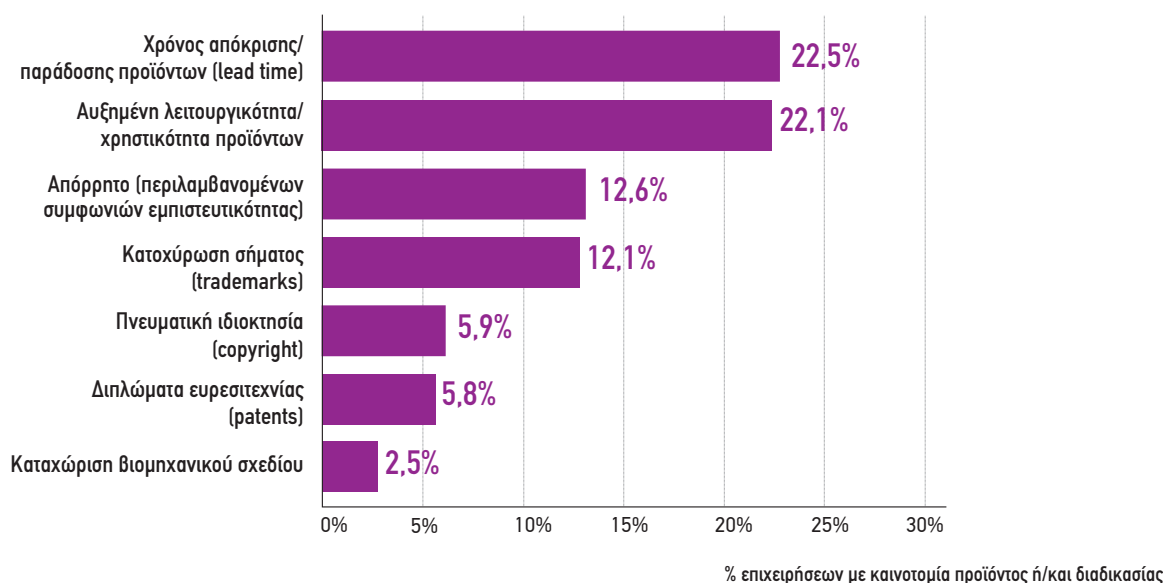
Ως προς την γεωγραφική περιοχή των συνεργασιών που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας, οι συνεργασίες πραγματοποιούνται με φορείς στην Ελλάδα σε ποσοστό 50% και ακολουθούν οι συνεργασίες με φορείς στην Λοιπή Ευρώπη (31,1%).

Λιγότερες είναι οι επιχειρήσεις που συνεργάζονται με φορείς στις Ηνωμένες Πολιτείες (8%), σε άλλες χώρες (5,8%) και στην Κίνα/Ινδία (5,1%).

2.3. Παράγοντες βελτίωσης ανταγωνιστικότητας καινοτομιών

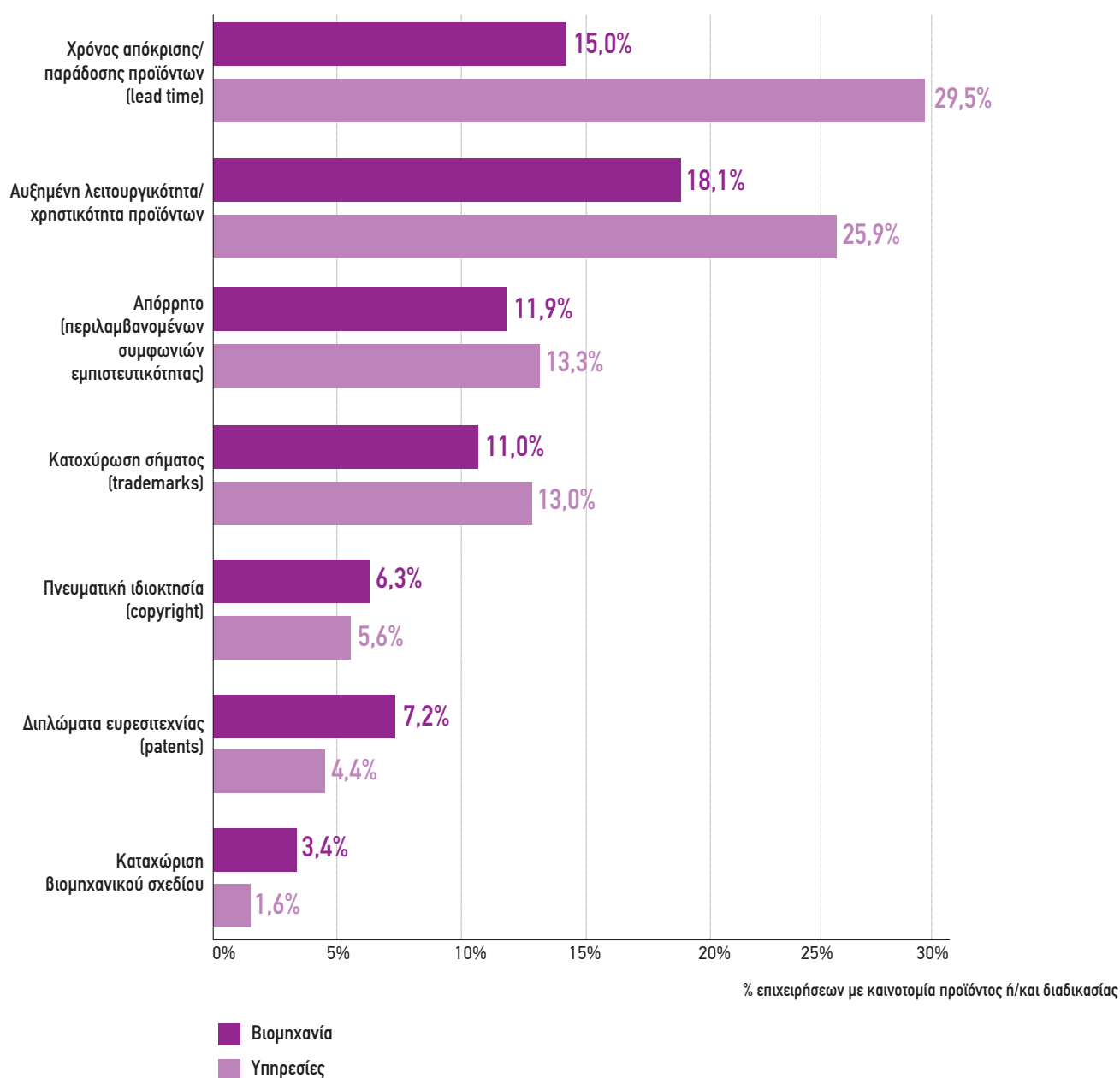
Οι επιχειρήσεις με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας αξιολογούν τον χρόνο απόκρισης/παράδοσης των προϊόντων, σε ποσοστό 22,5%, καθώς και την αυξημένη λειτουργικότητά τους, σε ποσοστό 22,1%, ως τα πιο αποτελεσματικά μέσα για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των καινοτομιών που αναπτύσσουν.

Σε χαμηλότερα ποσοστά κυμαίνεται η αποτελεσματικότητα της χρήσης απορρήτου (12,6%) και της κατοχύρωσης σήματος για τις καινοτομίες τους (12,1%). Η πνευματική ιδιοκτησία καθώς και η χρήση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας κρίνονται ως αποτελεσματικά μόνο από λίγες επιχειρήσεις που καινοτομούν σε προϊόντα/διαδικασίες (5,9% και 5,8% των επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας αντιστοίχως).

Διάγραμμα 36. Αποτελεσματικότητα μέσω ανταγωνιστικότητας καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας και ποσοστό (%) επιχειρήσεων, 2010-2012.

Η σύγκριση των μέσων αυτών μεταξύ των δύο κύριων τομέων οικονομικής δραστηριότητας παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 37. Στον τομέα των Υπηρεσιών υπερτερούν, όπως και στο σύνολο του πληθυσμού, ο χρόνος απόκρισης και η αυξημένη λειτουργικότητα των προϊόντων (με ποσοστό 29,5% και 25,9% αντιστοίχως), ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά στον τομέα της Βιομηχανίας είναι εμφανώς χαμηλότερα (15% και 18,1% αντιστοίχως). Αντιθέτως, οι βιομηχανικές επιχειρήσεις θεωρούν αποτελεσματικά, σε μεγαλύτερο ποσοστό από ότι οι επιχειρήσεις των Υπηρεσιών, τη χρήση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας (7,2%) και πνευματικής ιδιοκτησίας (6,3%).

Διάγραμμα 37. Αποτελεσματικότητα μέσων ανταγωνιστικότητας καινοτομιών προϊόντος ή/και διαδικασίας και ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, 2010-2012.



2.4. Ο ρόλος του δημόσιου τομέα

Ο ρόλος του δημόσιου τομέα, μέσω των συμβάσεων που συνάπτει με τις επιχειρήσεις για τις διάφορες προμήθειες σε αγαθά και υπηρεσίες, αναγνωρίζεται διεθνώς ως ιδιαίτερα σημαντικός στη μόχλευση της καινοτομίας.

Εξετάζοντας την ύπαρξη καινοτομίας στο πλαίσιο των συμβάσεων που συνάπτει το ελληνικό δημόσιο, το 6,2% των επιχειρήσεων που είχαν συμβάσεις με τον δημόσιο τομέα δηλώνει πως υλοποίησε καινοτομικές δραστηριότητες ως προϋπόθεση της σύμβασης. Ποσοστό 11,9% δηλώνει πως υλοποίησε καινοτομικές δραστηριότητες χωρίς να είναι προϋπόθεση της σύμβασης. Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων που πραγματοποίησαν συμβάσεις με τον ελληνικό δημόσιο τομέα δεν υλοποίησαν καμία καινοτομία (81,8%).

Διάγραμμα 38. Καινοτομικές δραστηριότητες στις συμβάσεις με τον Ελληνικό δημόσιο τομέα, 2010-2012 (%).



Μεγαλύτερα είναι τα ποσοστά των ελληνικών επιχειρήσεων που υλοποίησαν καινοτομίες στο πλαίσιο συμβάσεων με φορείς του δημόσιου τομέα άλλων χωρών.

Αναλυτικότερα, ποσοστό 14,7% υλοποίησε καινοτομικές δραστηριότητες ως προϋπόθεση της σύμβασης και ποσοστό 27,4% χωρίς να είναι προϋπόθεση της σύμβασης.



Ενότητα 3

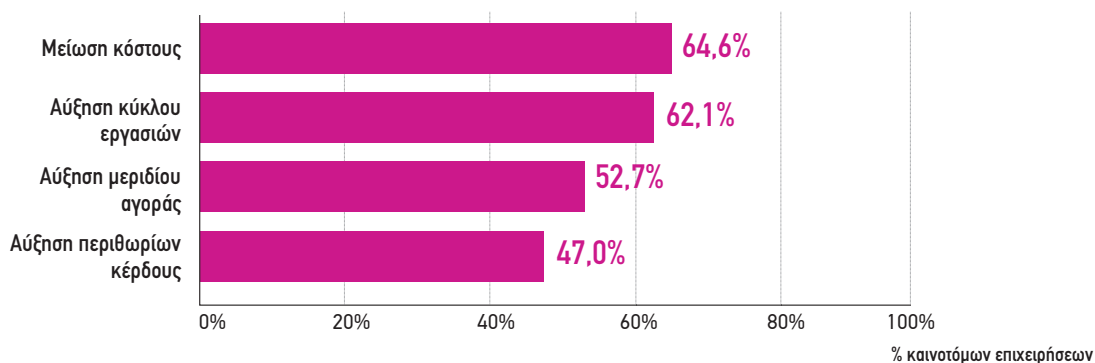
Ανάπτυξη καινοτομίας

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

3.1 Στόχοι καινοτόμων επιχειρήσεων

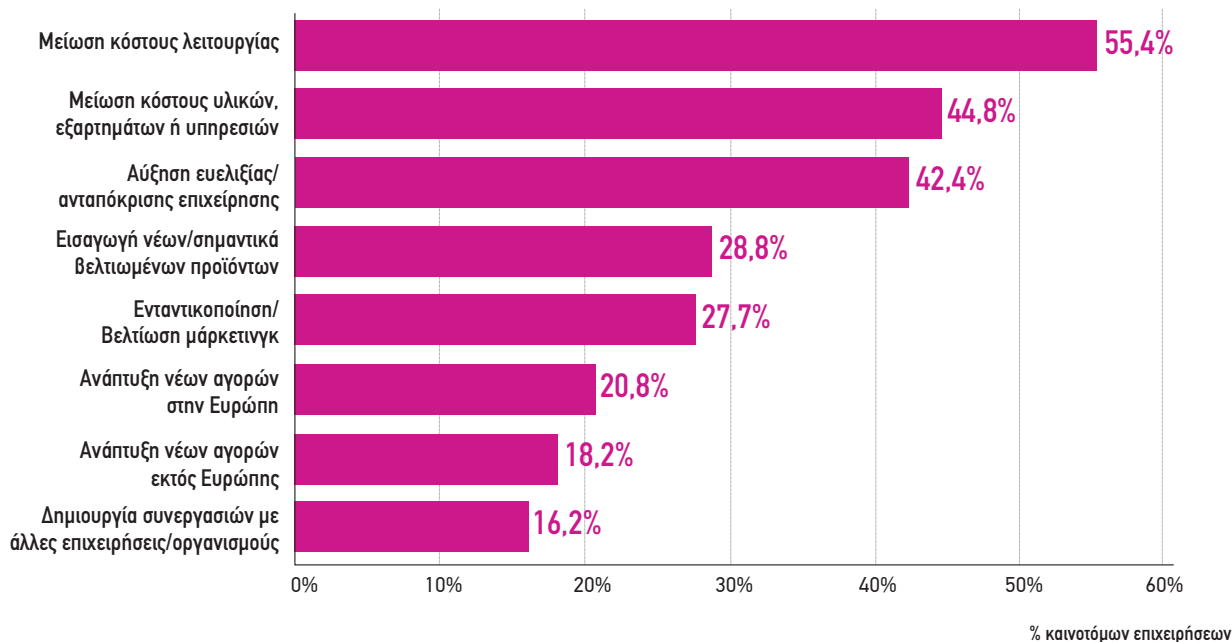
Οι κυρίαρχοι στόχοι των καινοτόμων επιχειρήσεων είναι η μείωση κόστους (64,6%) και η αύξηση του κύκλου εργασιών (62,1%). Ακολουθώντας, οι καινοτόμες επιχειρήσεις επιδιώκουν την αύξηση του μεριδίου αγοράς, σε ποσοστό 52,7%, και του περιθωρίου κέρδους, σε ποσοστό 47%.

Διάγραμμα 39. Στόχοι καινοτόμων επιχειρήσεων και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τους υιοθετούν, 2010-2012.



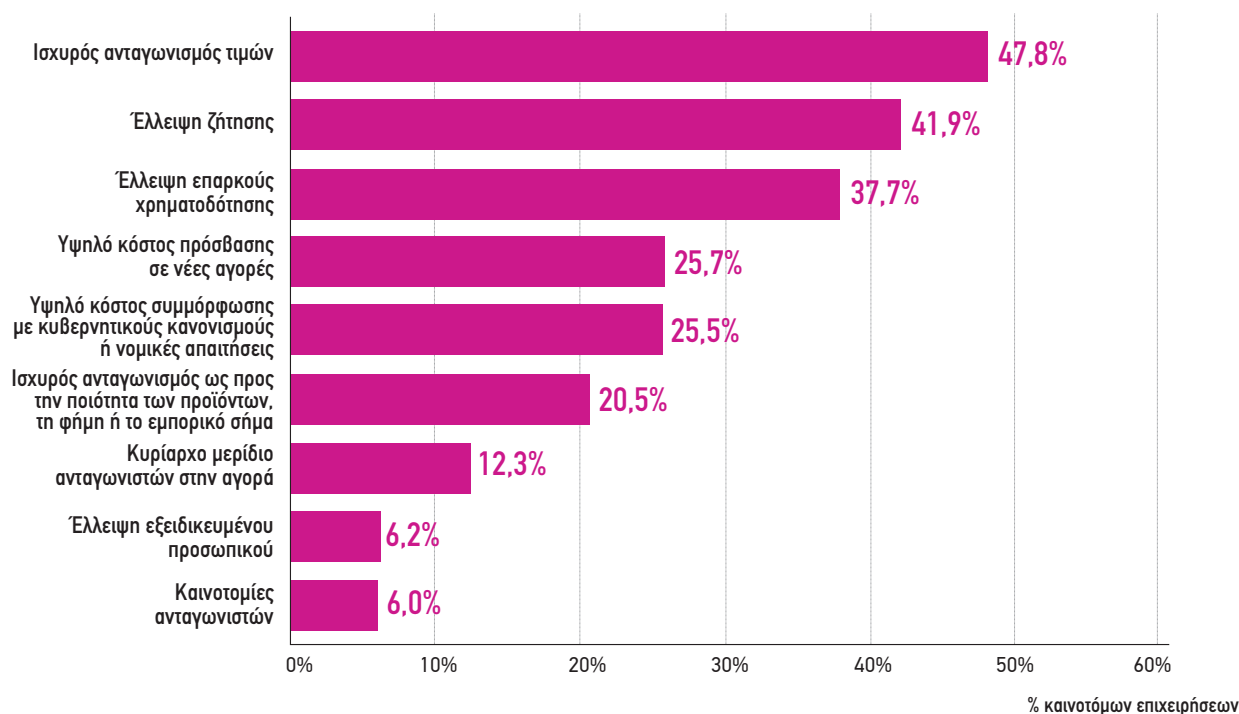
3.2 Στρατηγικές καινοτόμων επιχειρήσεων

Η μείωση του κόστους λειτουργίας ή/και του κόστους υλικών, εξαρτημάτων ή υπηρεσιών που αγοράζονται αναδεικνύονται ως οι βασικές στρατηγικές των καινοτόμων επιχειρήσεων με ποσοστό 55,4% και 44,8% αντιστοίχως. Ακολουθεί η αύξηση ευελιξίας/ανταπόκρισης της επιχείρησης, με ποσοστό 42,4%, ενώ σε μικρότερο βαθμό υιοθετούνται οι υπόλοιπες στρατηγικές. Μόλις το 16,2% των καινοτόμων επιχειρήσεων υιοθετεί στρατηγικές δημιουργίας συνεργασιών με άλλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς.

Διάγραμμα 40. Στρατηγικές καινοτόμων επιχειρήσεων και ποσοστό (%) επιχειρήσεων που τις εφαρμόζει, 2010-2012.

3.3 Εμπόδια καινοτόμων επιχειρήσεων

Τα κυριότερα εμπόδια των καινοτόμων επιχειρήσεων είναι ο ισχυρός ανταγωνισμός τιμών, σε ποσοστό 47,8%, και η έλλειψη ζήτησης, σε ποσοστό 41,9%. Ακολουθούν η έλλειψη επαρκούς χρηματοδότησης (37,7% των καινοτόμων επιχειρήσεων), αλλά και το υψηλό κόστος πρόσβασης σε νέες αγορές (25,7%) και το υψηλό κόστος συμμόρφωσης με κανονισμούς και νομικές απαιτήσεις (25,5%). Τα λοιπά εμπόδια συγκεντρώνουν χαμηλότερα ποσοστά, με τις καινοτομίες των ανταγωνιστών να αναγνωρίζονται ως εμπόδιο μόλις από το 6% των καινοτόμων επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 41. 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 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

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)

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

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

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

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	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

Σύμφωνα με το στατιστικό μητρώο επιχειρήσεων, το οποίο τηρεί η Ελληνική Στατιστική Αρχή, ο πληθυσμός της έρευνας αποτελείται από 14.987 επιχειρήσεις. 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

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

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 Ε&Α 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.

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 : 978-618-5079-21-5 (pdf) ISBN: 978-618-5079-22-2 (print)



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Ταμείο
Περιφερειακής
Ανάπτυξης



ψηφιακή **ε**λλάδα
Όλα είναι δυνατά
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
"Ψηφιακή Σύγκλιση"



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