



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΧΗΜΙΚΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΚΑΙ
ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ: ΤΥΠΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΕΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΚΟΥΚΑ ΝΤΟΡΙΑΝ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΤΣΑΚΑΝΙΚΑΣ ΑΓΓΕΛΟΣ

Αθήνα, Απρίλιος 2014

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η ανάδειξη των βασικών χαρακτηριστικών που διέπουν τις 2000 από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις της Ελλάδας βασιζόμενοι σε έρευνα πεδίου που πραγματοποιήθηκε το 2011. Η αποτύπωση των χαρακτηριστικών αυτών θα βοηθήσει στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων σχετικά με το τι κάνει κάποιες επιχειρήσεις να ξεχωρίζουν από τις υπόλοιπες, καθώς και τους παράγοντες που οδηγούν σε θετικά οικονομικά αποτελέσματα.

Η διπλωματική εργασία αποτελείται από πέντε κεφάλαια. Το κεφάλαιο 1 αποτελεί την εισαγωγή στο περιεχόμενο της εργασίας. Στη συνέχεια, στο **κεφάλαιο δύο** παρουσιάζονται βασικά στοιχεία για το παραγωγικό / επιχειρηματικό σύστημα της χώρας. Τα στοιχεία αυτά έχουν να κάνουν με τη φύση των ελληνικών επιχειρήσεων με βάση τη νομική τους μορφή, την συνεισφορά τους στην οικονομία, τη γεωγραφική διάρθρωση, καθώς και τα μεγέθη απασχόλησης, με στόχο να αναδειχθεί η γενική δημογραφία των επιχειρήσεων της χώρας.

Το **τρίτο κεφάλαιο** αφορά στο θεωρητικό υπόβαθρο σχετικά με τους παράγοντες που έχουν εντοπιστεί στη βιβλιογραφία να επηρεάζουν θετικά την οικονομική αποδοτικότητα των επιχειρήσεων. Τα στοιχεία που εντοπίζονται σε αυτό το στάδιο θα χρησιμεύσουν για την πραγματοποίηση της εμπειρικής ανάλυσης για τις επιχειρήσεις της έρευνας. Επιπλέον, παρατίθενται στοιχεία για τις επιδόσεις των ελληνικών επιχειρήσεων τα τελευταία χρόνια στους παράγοντες αυτούς ενώ παράλληλα γίνεται σύγκριση με τις αντίστοιχες επιδόσεις των χωρών της ΕΕ27.

Στο **τέταρτο κεφάλαιο** παρουσιάζονται γενικά στοιχεία για τον τρόπο που έγινε η καταγραφή των 2000 μεγαλύτερων επιχειρήσεων της χώρας, δηλαδή η μεθοδολογία της έρευνας.

Το βασικότερο κομμάτι της εργασίας πραγματοποιείται στα κεφάλαια πέντε και έξι όπου γίνεται η ανάλυση των αποτελεσμάτων. Συγκεκριμένα, στο **πέμπτο κεφάλαιο** αναδεικνύεται η τυπολογία των επιχειρήσεων της έρευνας βάση των επιδόσεών τους σε συγκεκριμένους οικονομικούς δείκτες. Τα γκρουπ επιχειρήσεων που προκύπτουν συγκρίνονται μεταξύ τους για τις επιδόσεις τους σε διάφορα οικονομικά πεδία με χρήση διαφόρων στατιστικών μεθόδων ανάλυσης με αποτέλεσμα να αναδεικνύονται τα δυνατά σημεία που κάνουν τις επιχειρήσεις “εύρωστες” ή αντίθετα “προβληματικές”.

Τέλος, στο **έκτο κεφάλαιο** με βάση τα στοιχεία που συλλέχθηκαν στο θεωρητικό μέρος πραγματοποιείται “ανάλυση παλινδρόμησης” με στόχο τον εντοπισμό των παραγόντων που επηρεάζουν είτε θετικά, είτε αρνητικά την οικονομική αποδοτικότητα των μεγαλύτερων ελληνικών επιχειρήσεων.

ABSTRACT

The subject of this paper is to highlight the key features of the 2000 largest companies in Greece based on field research conducted in 2011. Extracting these characteristics will help in drawing useful conclusions about what makes some businesses able to stand out from the rest, and the factors that lead them to positive economic results.

The paper consists of 5 chapters. Chapter 1 is an introduction to the content of the project. In chapter two is presented the basic information about the production / business system of the country. These informations have to do with the nature of Greek enterprises by their legal form, their contribution to the economy, geographical structure, and employment figures in order to highlight the general business demography of the country.

The third chapter covers the theoretical background on the factors identified in the literature that positively affect the economic efficiency of enterprises. The elements identified in this stage will serve to carry out the empirical analysis for the researched firms. It also provides information on the performance of Greek firms in recent years on these factors while comparing with the corresponding performance of the EU27 countries.

The fourth chapter presents general information on the way that the 2000 largest companies in the country were recorded.

The basic research of this paper is carried out in chapters five and six where the analysis of the results is conducted. Specifically , in the fifth chapter is highlighted the typology of the businesses researched based on their performance in specific economic indicators . The business groups are compared with each other for their performance in various economic fields using various statistical analysis methods . This, will highlight the strengths that make business " robust " or " problematic ".

Finally , the sixth chapter is based on the data collected in the theoretical part. In this chapter is used multiple regression analysis to identify the factors that affect either positively or negatively the economic efficiency of the larger Greek companies.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα σε πρώτη φάση να εκφράσω τις θερμότερες ευχαριστίες στους γονείς μου που με στηρίζουν τόσα χρόνια και που χάρη στον κόπο και τις θυσίες τους υλοποιούνται οι δικοί μου στόχοι.

Ευχαριστώ ιδιαίτερα τον κ. Άγγελο Τσακανίκα τον επιβλέποντά μου στην παρούσα διπλωματική άσκηση ο οποίος παρά τις διάφορες υποχρεώσεις του έβρισκε πάντα χρόνο για να κάνει τις καίριες υποδείξεις του πάνω στα διάφορα θέματα που αντιμετώπισα.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την κ. Αιμιλία Πρωτογέρου, τον Νίκο Κανέλλο και τον Παναγιώτη Παναγιωτόπουλο οι οποίοι μου παρείχαν σημαντική βοήθεια.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ	13
2.1 Διάρθρωση ελληνικών επιχειρήσεων και νομική τους μορφή.....	13
2.2 Κλάδοι με μεγαλύτερη συνεισφορά στην ελληνική οικονομία.....	14
2.3 Περιφερειακή διάρθρωση επιχειρήσεων	16
2.4 Διάρθρωση επιχειρήσεων κατά τάξη μεγέθους απασχόλησης.....	17
2.5 Μερίδιο κλάδων οικονομικής δραστηριότητας στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία.....	19
2.6 Μερίδιο των κλάδων οικονομικής δραστηριότητας στην απασχόληση	21
2.7 Συμπεράσματα	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΚΡΙΣΙΜΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	25
3.1 Καινοτομία	25
3.1.1 Κυριότεροι τύποι καινοτομιών	26
3.1.2 Σχεδιασμός της εσωτερικής καινοτομίας	33
3.1.3 Τρόποι μέτρησης της καινοτομίας	35
3.1.4 Καινοτομικές επιδόσεις ελληνικών επιχειρήσεων	38
3.2 Εξωστρέφεια	49
3.2.1 Πλεονεκτήματα εξαγωγών	49
3.2.2 Επιδόσεις ελληνικών επιχειρήσεων στις Εξαγωγές	50
3.3 Μέγεθος επιχείρησης.....	55
3.3.1 Θεωρίες των επιχειρήσεων	55
3.3.2 Θεωρητικές επιπτώσεις σύνδεσης μεγέθους επιχείρησης και κερδοφορίας	57
3.3.3 Πώς μετράμε το μέγεθος των επιχειρήσεων;	59
3.4 Επίπεδο εκπαίδευσης προσωπικού και εμπειρία στην επιχείρηση	61
3.4.1 Ελληνικό ανθρώπινο δυναμικό και επίπεδο εκπαίδευσης.....	62
3.4.2 Ελληνικό ανθρώπινο δυναμικό και κινητικότητα	63
3.5 Προγράμματα εκπαίδευσης ανθρώπινου δυναμικού στο επιχειρησιακό περιβάλλον.....	65
3.5.1 Αιτίες που καθιστούν αναγκαία την εκπαίδευση	66
3.5.2 Τα οφέλη της εφαρμογής προγραμμάτων εκπαίδευσης.....	67
3.5.3 Προγράμματα εκπαίδευσης στις ελληνικές επιχειρήσεις	69
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΕΡΕΥΝΑ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ	71
4.1 Εισαγωγή	71
4.2 Προετοιμασία δείγματος / δειγματοληψία:	71

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ.....	74
5.1 Εισαγωγή	74
5.2 Τυπολογία μεγαλύτερων ελληνικών επιχειρήσεων: Οικονομικό προφίλ.....	74
5.3 Κλαδική ανάλυση	76
5.4 Περιφερειακή διάρθρωση	78
5.5 Τάξεις απασχόλησης	79
5.6 Μεταβολή των εξαγωγών	81
5.7 Εταιρική στρατηγική.....	82
5.8 Χρήση πρακτικών management.....	84
5.9 Εφαρμογή πρακτικών διασφάλισης ποιότητας	86
5.10 Βαθμός έκθεσης στο περιβάλλον της κρίσης	87
5.11 Τρόποι αντίδρασης στην κρίση το επόμενο 12μηνο	90
5.12 Τεχνολογικές ικανότητες.....	91
5.13 Καινοτομικές επιδόσεις.....	93
5.14 Διάρθρωση επενδυτικών δαπανών	97
5.15 Συμπεράσματα	97
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	101
6.1 Μεθοδολογία	101
6.2 Επιδόσεις μεγαλύτερων επιχειρήσεων Ελλάδας στους προσδιοριστικούς παράγοντες του κέρδους.....	103
6.3 Κλαδική ανάλυση βάση περιφερειακής διάρθρωσης	105
6.4 Αποτελέσματα ανάλυσης.....	106
6.4.1 Κέρδη 2010.....	107
6.4.2 Κέρδη 2011.....	108
6.5 Τα σημαντικότερα αποτελέσματα	109
6.6 Συμπεράσματα	115
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΗΜΕΙΑ ΚΛΕΙΔΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	117
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	120
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	124

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Μετά από μια **15ετία (1994-2007)** ταχείας ανάπτυξης για την ελληνική οικονομία, με ισχυρούς ρυθμούς μεγέθυνσης, υψηλότερα σχεδόν κάθε χρόνο από τους αντίστοιχους ευρωπαϊκούς μέσους όρους,, η Ελλάδα βρίσκεται πλέον σε βαθιά ύφεση. Όπως έχει γραφτεί από πολλούς (Καλογήρου κ.α. 2011¹), **βασικός πυλώνας** αυτής της αναπτυξιακής τροχιάς ήταν η **ισχυρή εγχώρια ζήτηση** και κυρίως η ιδιωτική κατανάλωση, διευκολυνόμενη από το δανεισμό.

Όμως παρά τη μακροοικονομική σταθεροποίηση, δεν επιλύθηκαν, χρόνιες **διαρθρωτικές αδυναμίες** της ελληνικής οικονομίας σε συνδυασμό με τον περιορισμό της διεθνούς ρευστότητας λόγω της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης, επέτειναν τα **προβλήματα** της χώρας.

Η Ελλάδα σήμερα πρέπει να αλλάξει το υπόδειγμα ανάπτυξης που ακολουθεί, ώστε να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών, βασικός παράγοντας μιας **μακροχρόνιας βιωσιμότητας**. Βασικές προϋποθέσεις για αυτό το σκοπό όμως είναι (ίδιο με προηγούμενη αναφορά):

- Η παραγωγή, η διάχυση και η αξιοποίηση της **γνώσης παντού και για όλους**, ώστε η ελληνική επιχειρηματικότητα να σταθεί στον εντεινόμενο νέο διεθνή καταμερισμό εργασίας.
- Η **επιχειρηματικότητα εντάσεως γνώσης**, που αποτελεί έναν αναγκαίο **μηχανισμό** για την αποτελεσματική αξιοποίηση και μετατροπή της «οικονομικά χρήσιμης» γνώσης σε διατηρήσιμη και διεθνώς ανταγωνιστική οικονομική δραστηριότητα .
- Η ανάπτυξη, η ενεργοποίηση και η κατάλληλη οργάνωση και διαχείριση του **ανθρώπινου δυναμικού που** αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για την αποτελεσματική και αποδοτική παραγωγή, διάχυση και αξιοποίηση της γνώσης.

¹ Γιάννης Καλογήρου, Νίκος Κομνηνός, Θεοδωρής Πελαγίδης, "Οι Νέες Προοπτικές των Ευρωπαϊκών Πολιτικών Καινοτομίας και Συνοχής", ΜΟΔ ΑΕ, 2011

- Η λειτουργική αξιοποίηση των ΤΠΕ παντού και για όλους (στις επιχειρήσεις, στη δημόσια διοίκηση, στην αυτοδιοίκηση, στον πολιτισμό κ.α.), καθώς οι νέες τεχνολογίες αποτελούν ένα μη επαρκώς αξιοποιημένο «αναπτυξιακό κοίτασμα» για την ελληνική οικονομία.

Βασικό ρόλο όμως σε αυτή την πορεία **παίζουν οι επιχειρήσεις**, το είδος δηλαδή των επιχειρήσεων που διαθέτει η χώρα, η ταυτότητα κατά μία έννοια του συνολικού επιχειρηματικού συστήματος. Σαφώς οι επιχειρήσεις λειτουργούν σε ένα περιβάλλον που επηρεάζεται από το κράτος και τις πολιτικές που εφαρμόζει για την επιχειρηματικότητα, την υπάρχουσα αλλά και τη νέα. Ωστόσο, πολλές φορές οι επιχειρήσεις δείχνουν μία μεγαλύτερη ευελιξία στην προσαρμογή σε νέες συνθήκες και επομένως ίσως να έχει και μεγαλύτερη σημασία το πώς συμπεριφέρονται οι επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από τις αλλαγές στο συνολικό θεσμικό πλαίσιο.

Στη διπλωματική αυτή εστιάζουμε λοιπόν ακριβώς στις επιχειρήσεις που διαθέτει η χώρα. Αξιοποιώντας μια μεγάλη έρευνα πεδίου που έγινε το 2011 στις 2000 από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις της χώρας θα προσπαθήσουμε να δούμε κάποια από τα χαρακτηριστικά που ξεχωρίζουν τις πιο επιτυχημένες από τις άλλες. Επίσης, αφού οι επιχειρήσεις αυτές ομαδοποιηθούν με βάση κριτήρια τα κέρδη και τις πωλήσεις για τις δύο χρονιές της έρευνας (2010 και 2011) εν συνεχεία τα γκρουπ επιχειρήσεων που προκύπτουν συγκρίνονται μεταξύ τους για τις επιδόσεις τους σε διάφορα οικονομικά πεδία με χρήση διαφόρων στατιστικών μεθόδων ανάλυσης. Με βάση τα στοιχεία που θα προκύψουν από την παραπάνω σύγκριση θα είμαστε σε θέση να αναδείξουμε κάποια σημεία κλειδιά που κάνουν τις επιχειρήσεις πετυχημένες. Τέλος, σε συνέχεια των παραπάνω με χρήση κατάλληλης μεθόδου θα εξερευνηθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν θετικά / αρνητικά την κερδοφορία των επιχειρήσεων του δείγματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ

2.1 Διάρθρωση ελληνικών επιχειρήσεων και νομική τους μορφή

Στην ενότητα αυτή εξετάζουμε το είδος των επιχειρήσεων που διαθέτει η χώρα. Ωστόσο θα πρέπει να σημειωθεί ότι το τελευταίο διαθέσιμο μητρώο επιχειρήσεων είναι αυτό του 2007, δηλαδή πριν την έλευση της κρίσης. Σύμφωνα λοιπόν με αυτό, το 2007 καταμετρήθηκαν στην Ελλάδα 949.107 επιχειρήσεις. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων αυτών αφορά εκείνες που ανήκουν σε ένα άτομο και εντάσσονται στην κατηγορία των προσωπικών (ατομικών) επιχειρήσεων. Τις υπόλοιπες συμπληρώνουν επιχειρήσεις με πιο σύνθετη οργανωτική δομή οι οποίες διοικούνται από περισσότερα του ενός άτομα. Συγκεκριμένα, από την οπτική της νομικής μορφής η διάρθρωση των ελληνικών επιχειρήσεων περιλαμβάνεται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 2.1.1 Διάρθρωση ελληνικών επιχειρήσεων

Νομική μορφή εταιρείας	Αριθμός επιχειρήσεων	Μερίδιο
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ	747.836	78,8%
ΣΥΜΠΛΟΙΟΚΤΗΣΙΑ & ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ	89.032	9,4%
ΑΕ, ΕΠΕ, ΕΕ κ.λ.π.	112.239	11,8%
Συνολικά	949.107	

Πηγή :μητρώα 2007 (ΣΤΑΚΟΔ'08)

Σε ποσοστό λοιπόν 78,8% οι επιχειρήσεις της χώρας είναι προσωπικές καθώς διοικούνται από ένα άτομο. Οι άλλες νομικές μορφές, δηλαδή ΑΕ, ΕΠΕ, ομόρρυθμες, ετερόρρυθμες κτλ, αποτελούν μόνο το 11,8% του συνόλου των επιχειρήσεων, ενώ εταιρείες πλοίων αποτελούν το υπόλοιπο 9,4%.

Σε επίπεδο κλάδων, από τις παραπάνω επιχειρήσεις το 87,8% συμμετέχει στην παροχή υπηρεσιών, δηλαδή ανήκει στον τριτογενή τομέα παραγωγής, το 9,7% εντάσσεται στο δευτερογενή τομέα, ενώ μόλις 2,5% είναι το ποσοστό εκείνων δραστηριοποιούνται στον πρωτογενή τομέα παραγωγής.

Οι παραπάνω επιχειρήσεις όπως θα παρατηρήσουμε στον πίνακα 2.1.2 παρουσιάζουν σημαντικές αλλαγές με τις αντίστοιχες που υπήρχαν το 2001. Αρχικά, το 2001 καταμετρήθηκαν στην Ελλάδα 795.556 επιχειρήσεις ενώ το 2007 ανήλθαν σε 949.107. Από τα μητρώα του 2001 φαίνεται ότι μπορεί ο πρωτογενής τομέας της χώρας μας να μην έχει αλλάξει αφού από 2,1% πήγε στο 2,5% δεν συμβαίνει ωστόσο το ίδιο με τους υπόλοιπους δύο τομείς. Συγκεκριμένα, ο δευτερογενής υπέστη σημαντική συρρίκνωση τα τελευταία χρόνια αφού με αριθμό επιχειρήσεων 166 χιλ. και μερίδιο 20,9% επί του συνόλου των επιχειρήσεων του 2001, το 2007 διαθέτει μόλις 91 χιλ. με μερίδιο 9,7%. Αντίθετα, ο τριτογενής ενισχύθηκε αφού από 612 χιλ. επιχειρήσεις που είχε το 2001 και με μερίδιο 76,9% το 2007 εμφανίζεται με περίπου 834 χιλ. και μερίδιο 87,8%.

Πίνακας 2.1.2 Αριθμός επιχειρήσεων ανά τομέα παραγωγής

Τομέας παραγωγής	2007		2001	
	Επιχειρήσεις	Μερίδιο	Επιχειρήσεις	Μερίδιο
Πρωτογενής	23.701	2,5%	17.029	2,1%
Δευτερογενής	91.833	9,7%	166.610	20,9%
Τριτογενής	833.573	87,8%	611.917	76,9%
Συνολικά	949.107	100%	795.556	100%

Πηγή: μητρώα 2007 (ΣΤΑΚΟΔ'08)/ 2001 (ΣΤΑΚΟΔ'02)

2.2 Κλάδοι με μεγαλύτερη συνεισφορά στην ελληνική οικονομία

Ο συνολικός κύκλος εργασιών των παραπάνω επιχειρήσεων για το έτος 2007 ανήλθε στο ποσό των 359,9 δισεκ.ευρώ (πίνακας 2.2.1). Ο κλάδος με την μεγαλύτερη συνεισφορά σε όρους κύκλου εργασιών (ποσοστό 21,6%) είναι το *Χονδρικό εμπόριο*, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών στο οποίο δραστηριοποιούνται πάνω από 78 χιλιάδες επιχειρήσεις. Ο κλάδος του χονδρικού εμπορίου μαζί με άλλους 9 που επιλέχθηκαν με βάση την υψηλότερη συνεισφορά τους στην ελληνική οικονομία και που αφορούν κυρίως εταιρείες παροχής υπηρεσιών καλύπτουν το 67% του συνολικού τζίρου, ενώ απαρτίζονται από 462.034 επιχειρήσεις δηλαδή το 48,7% του συνόλου των ελληνικών επιχειρήσεων.

Ο κλάδος που έχει υψηλή συνεισφορά στην ελληνική οικονομία, ενώ παράλληλα απαρτίζεται και από υψηλό αριθμό επιχειρήσεων, είναι εκείνος του *Λιανικού Εμπορίου* (εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών) στον οποίο εντάσσεται το 20,9% των επιχειρήσεων της χώρας ενώ ο κύκλος εργασιών που προέρχεται από αυτόν ανέρχεται στο 14,7% του συνολικού. Αντιθέτως, ο κλάδος που αποτελείται από μικρό αριθμό επιχειρήσεων αλλά καλύπτει υψηλό κύκλο εργασιών είναι της *παραγωγής οπτάνθρακα και προϊόντων διύλισης πετρελαίου* που περιλαμβάνει 102 επιχειρήσεις σε όλη την χώρα και έχει μερίδιο 4,7% στον συνολικό κύκλο εργασιών.

Πίνακας 2.2.1 Top κλάδοι με μεγαλύτερη συνεισφορά στην ελληνική οικονομία

Περιγραφή	Αρ. επιχειρήσεων	Κύκλος εργ. σε δισεκ.ευρώ	Μερίδιο
Χονδρικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών	78.668	77,8	21,6%
Λιανικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών	197.904	53,1	14,7%
Δραστηριότητες χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, με εξαίρεση τις ασφαλιστικές δραστηριότητες και τα συνταξιοδοτικά ταμεία	626	29,8	8,3%
Χονδρικό και λιανικό εμπόριο, επισκευή μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών	31.828	16,9	4,7%
Παραγωγή οπτάνθρακα και προϊόντων διύλισης πετρελαίου	102	16,8	4,7%
Βιομηχανία τροφίμων	16.015	11,9	3,3%
Κατασκευές κτιρίων	43.712	10,6	2,9%
Τηλεπικοινωνίες	2.913	10,3	2,9%
Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, ατμού και κλιματισμού	3.040	7,6	2,1%
Δραστηριότητες υπηρεσιών εστίασης	87.226	6,7	1,9%
Συνολικά	462.034	241,5	67%

Πηγή :μητρώα 2007 (ΣΤΑΚΟΔ'08)

2.3 Περιφερειακή διάρθρωση επιχειρήσεων

Αν και η Ελλάδα χωρίζεται σε 13 περιφέρειες, για λόγους που συνδέονται με την εμπειρική ανάλυση που θα ακολουθήσει έχουμε ομαδοποιήσει την περιφερειακή διάρθρωση των επιχειρήσεων σε 6 περιφέρειες. Με βάση λοιπόν την έδρα δραστηριοποίησής τους, προκύπτει ότι η *Αττική* συγκεντρώνει τις περισσότερες επιχειρήσεις με ποσοστό 35,1% ενώ ο κύκλος εργασιών τους κυμαίνεται στα 245,6 δισεκ. ευρώ, ποσό το οποίο αντιστοιχεί στο 68,2% του συνολικού τζίρου των επιχειρήσεων της χώρας (πίνακας 2.3.1). Είναι γνωστό άλλωστε ότι η περιφέρεια της Αττικής συγκεντρώνει την καρδιά της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης της χώρας. Στην Αττική εδρεύουν πολλές από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους κλάδους που έχουν τη μεγαλύτερη συνεισφορά στην ελληνική οικονομία. Συγκεκριμένα, εκεί ανήκει το 42,5% των επιχειρήσεων του χονδρικού εμπορίου, το 31,3% των επιχειρήσεων του λιανικού εμπορίου και το 52,4% όσων ασχολούνται με δραστηριότητες χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών.

Η επόμενη πολυπληθέστερη περιφέρεια είναι φυσικά η *Κεντρική Μακεδονία & Ανατολική Θράκη* με ποσοστό επιχειρήσεων 22,3% και κύκλο εργασιών 47,9 δισεκ. ευρώ που αντιστοιχεί στο 13,3% του συνολικού τζίρου. Παρατηρείται σε αυτή την περιφέρεια ότι σε αντίθεση με την Αττική ο κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων της είναι σχετικά χαμηλός. Αυτό δικαιολογείται από το γεγονός ότι δεν διαθέτει πολλές από τις επιχειρήσεις των ‘‘ισχυρών’’ οικονομικών κλάδων αλλά αντιθέτως περιλαμβάνει πολλές από τους κλάδους με χαμηλούς τζίρους στην ελληνική οικονομία.

Σε συνέχεια των παραπάνω, στο *Βόρειο Αιγαίο & Νότιο Αιγαίο & Κρήτη* ανήκει το 12,3% των ελληνικών επιχειρήσεων, στην *Ήπειρο & Δυτική Μακεδονία & Ιόνια Νησιά* το 9,1%, στη *Θεσσαλία & Στερεά Ελλάδα* το 10,8% ενώ στη *Πελοπόννησος & Δυτική Ελλάδα* ανήκει το 10,4% των επιχειρήσεων της χώρας.

Πίνακας 2.3.1 Διάρθρωση σε 6 περιφέρειες και ποσοστό συνεισφοράς στην ελληνική οικονομία

Περιφέρεια	Αρ. επιχειρήσεων	Ποσοστό	Κύκλος εργ. σε δισεκ.ευρώ
Αττική	332.899	35,1%	245,6
Κεντρική Μακεδονία & Ανατολική Θράκη	211.935	22,3%	47,9
Βόρειο Αιγαίο & Νότιο Αιγαίο & Κρήτη	116.656	12,3%	21,0
Ήπειρος & Δυτική Μακεδονία & Ιόνια Νησιά	86.029	9,1%	11,7
Θεσσαλία & Στερεά Ελλάδα	102.451	10,8%	17,9
Πελοπόννησος & Δυτική Ελλάδα	99.137	10,4%	16,9
Συνολικά	949.107		359,9

Πηγή :μητρώα 2007 (ΣΤΑΚΟΔ'08)

2.4 Διάρθρωση επιχειρήσεων κατά τάξη μεγέθους απασχόλησης

Όπως έχει αναφερθεί ήδη οι περισσότερες επιχειρήσεις της χώρας είναι προσωπικές με αποτέλεσμα στην ανάλυση κατά τάξεις μεγέθους απασχόλησης ατόμων να αναμένουμε η πλειοψηφία τους να συσσωρεύεται στη μικρότερη κατηγορία ατόμων που περιλαμβάνει τις πολύ μικρές επιχειρήσεις. Πράγματι, στην ανάλυση στον πίνακα 2.4.1 το 97,4% των επιχειρήσεων της χώρας απασχολεί μόλις 0-9 άτομα, δηλαδή αποτελεί τις πολύ μικρές επιχειρήσεις ενώ οι αντίστοιχες για τον μέσο όρο της ΕΕ27 είναι 92,2% δείχνοντας την ισχυρή τάση της ελληνικής οικονομίας απέναντι στις οικογενειακές/προσωπικές επιχειρήσεις². Στα υπόλοιπα έχουμε ότι το 1,8% απασχολεί 10-29 άτομα και αφορά τις μικρές ενώ οι μεσαίες είναι 0,6% και απασχολούν 30-49 άτομα. Άρα, οι ελληνικές ΜΜΕ αντιστοιχούν στο 99,9% των επιχειρήσεων της χώρας, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για την ΕΕ27 είναι 99,8%.

Τέλος, εκείνες οι επιχειρήσεις που διαθέτουν πάνω από 100 απασχολούμενους και που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως μεγάλες αντιστοιχούν σε ποσοστό 0,1%, δηλαδή περιλαμβάνουν 1.835 επιχειρήσεις σε αριθμό ενώ οι ίδιες για την ΕΕ27

²Ενημερωτικό δελτίο SBA 2012 για την Ελλάδα

ανήκουν σε ποσοστό 0,2%, διαφορά αρκετά σημαντική αν αναλογιστούμε το μεγάλο μερίδιο που έχουν οι μεγάλες επιχειρήσεις στην συνολική προστιθέμενη αξία.

Πίνακας 2.4.1 Αριθμός επιχειρήσεων κατά τάξη μεγέθους απασχόλησης

Μέγεθος	Επιχειρήσεις	Μερίδιο	
		Ελλάδα	ΕΕ27
Πολύ μικρή (0-9)	924.077	97,4%	92,2%
Μικρή (10-49)	17.579	1,9 %	6,5%
Μεσαία (50-99)	5.598	0,6%	1,1%
MME (0-99)	947,254	99,9	99,8%
Μεγάλη (+100)	1.835	0,1%	0,2%
Συνολικά	949.089		

Πηγή :μητρώα 2007 (ΣΤΑΚΟΔ'08)

Η δομή των ελληνικών MME σύμφωνα με το *“Ενημερωτικό δελτίο SBA 2012 για την Ελλάδα”* διαφέρει σημαντικά από την αντίστοιχη των υπολοίπων χωρών της ΕΕ. Οι περισσότερες από αυτές σε ποσοστό 97,4% είναι επιχειρήσεις πολύ μικρές και καλύπτουν το 85% των θέσεων εργασίας και το 70% της προστιθέμενης αξίας. Αντίστοιχα οι μεγάλες επιχειρήσεις της χώρας είναι λιγότερες και αντιστοιχούν περίπου στο ήμισυ του μέσου όρου των επιχειρήσεων της ΕΕ27 ενώ παρέχουν μόλις το 15% των θέσεων εργασίας. Εντός του τομέα των MME, οι πολύ μικρές επιχειρήσεις εμφανίζουν μεγαλύτερο ποσοστό: αντιστοιχούν στο 97,4% των επιχειρήσεων, στο 57,0% των θέσεων εργασίας και στο 34,0% της προστιθέμενης αξίας σε σύγκριση με το μέσο όρο της ΕΕ που είναι 92,2%, 30,0% και 21,0% αντιστοίχως. Οι μικρές επιχειρήσεις παράγουν μεγαλύτερη κλίμακα συνολικής προστιθέμενης αξίας από τις άλλες MME της ΕΕ27, μολονότι ο αριθμός τους είναι μικρότερος σε σχετικούς όρους και επιπλέον οι μεγάλες επιχειρήσεις, αν και αντιπροσωπεύουν μικρό ποσοστό στο σύνολο των θέσεων εργασίας στην Ελλάδα καταφέρνουν να παράγουν το 30,0% της συνολικής προστιθέμενης αξίας. Αυτό σημαίνει ότι η παραγωγικότητα των πολύ μικρών ελληνικών επιχειρήσεων είναι πολύ μικρή για τα πρότυπα της ΕΕ27.

Όσον αφορά την τάση που παρουσιάζουν οι ελληνικές MME στο περιβάλλον της κρίσης σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία από το Small Business Act of Europe (SBA) έως το τέλος του 2012 οι επιχειρήσεις αυτές έχουν πληγεί έντονα και ο

αριθμός τους είναι όχι μόνο κατώτερος από το 2008 που ήταν το τελευταίο έτος πριν από την κρίση αλλά και κατώτερος από εκείνον του 2005 που ήταν το έτος βάσης. Η εικόνα είναι λιγότερο απογοητευτική όσον αφορά την απασχόληση και την προστιθέμενη αξία (αναφέρεται ότι αφορά σε στοιχεία έως 2012), η οποία έχει επίσης μειωθεί δραστικά, αλλά είναι ακόμη σε υψηλότερο επίπεδο σε σύγκριση με τον αριθμό των επιχειρήσεων. Βέβαια τα δεδομένα αυτά μεταβάλλονται με ταχύ ρυθμό και οι αναλογίες είναι πολύ πιθανό να έχουν αλλάξει έκτοτε.

2.5 Μερίδιο κλάδων οικονομικής δραστηριότητας στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία

Φεύγοντας από το μητρώο επιχειρήσεων, μπορούμε στη συνέχεια να δούμε ποια είναι η προστιθέμενη αξία που δημιουργούν αυτές οι επιχειρήσεις. Για να το κάνουμε αυτό θα αξιοποιήσουμε τους *Εθνικούς λογαριασμούς* για την περίοδο 2000-2011, όπως προκύπτουν από την ΕΛΣΤΑΤ (πίνακας 2.5.1). Σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία η ακαθάριστη προστιθέμενη αξία των ελληνικών επιχειρήσεων παρουσίασε ανοδική τάση από το 2001 έως το 2009, ενώ στα επόμενα δύο χρόνια (2010 και 2011) άρχισε να μειώνεται, προφανώς λόγω της ύφεσης. Συγκεκριμένα, το 2001 η συνολική προστιθέμενη αξία ανήλθε σε 124,7 δισεκ. ευρώ, στα επόμενα χρόνια αυξήθηκε έως το 2009 που έφτασε την τιμή των 200.444 εκ. ευρώ ενώ το 2010 μειώθηκε στα 195,2 δισεκ. ευρώ και το 2011 στα 182,4 δισεκ. ευρώ.

Ο τομέας που έχει διαχρονικά το μεγαλύτερο μερίδιο στην προστιθέμενη αξία είναι ο τριτογενής με κλάδους όπως οι κατασκευές, η διαχείριση ακίνητης περιουσίας, η εκπαίδευση κ.α. Ο τριτογενής τομέας εκτός του υψηλού μεριδίου στη συνολική ακαθάριστη παρούσα αξία της χώρας είναι και ο μοναδικός τομέας που παρουσίασε συνεχή ανάπτυξη κατά την εξεταζόμενη περίοδο, καθώς το ποσοστό συμμετοχής του στην ΠΑ παρουσίασε αύξηση συνεχή από το 2001 έως το 2011 ενώ τα αντίστοιχα ποσά για πρωτογενή και δευτερογενή τομέα μειώθηκαν. Έτσι, είχαμε ότι το μερίδιο στην ΠΑ το 2001 για τους 3 παραγωγικούς τομείς ήταν 6,3%, 21,5% και 72,2% ενώ τα αντίστοιχα ποσά το 2011 ήταν 3,3%, 16,1% και 80,7% που αποδεικνύει την πτώση των δύο πρώτων και την άνοδο του τρίτου τομέα .

Όσον αφορά τους κορυφαίους κλάδους ανά τομέα παραγωγής έχουμε ότι για τον πρωτογενή μεγαλύτερο μερίδιο στην ΠΑ έχει η *Φυτική και ζωική παραγωγή, θήρα και συναφείς δραστηριότητες* με 7,3 δισεκ. ευρώ το 2001 και 5,1 δισεκ. ευρώ το 2011 ενώ παράλληλα ήταν και ο κλάδος που παρουσίασε την σημαντικότερη μεταβολή με πτώση 29,0%. Στον δευτερογενή τομέα κυριαρχεί η *βιομηχανία τροφίμων, ποτών και καπνού* η οποία το 2001 είχε ΠΑ 3,5 δισεκ. ευρώ και το 2011 5,8 δισεκ. ευρώ ενώ την υψηλότερη αύξηση την περίοδο αυτή παρουσίασε ο κλάδος *επεξεργασία λυμάτων, συλλογή, επεξεργασία και διάθεση αποβλήτων-ανάκτηση υλικών /συλλογή, επεξεργασία και διάθεση αποβλήτων· ανάκτηση υλικών/ δραστηριότητες εξυγίανσης και άλλες υπηρεσίες για τη διαχείριση αποβλήτων* ο οποίος αυξήθηκε από το 2001 έως το 2011 κατά 243,2%. Τέλος, στον τριτογενή τομέα παραγωγής η *διαχείριση ακίνητης περιουσίας* είχε διαχρονικά την υψηλότερη ΠΑ με αρχικό ποσό 13.356 εκ. ευρώ και τελικό 28,030 δισεκ. ευρώ ενώ την μεγαλύτερη ανάπτυξη παρουσίασε ο κλάδος *λοιπές διοικητικές και υποστηρικτικές δραστηριότητες* που αυξήθηκε από το 2001 έως το 2011 κατά 320,8%.

Πίνακας 2.5.1 Κλαδικά αποτελέσματα ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας

	ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ	ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ	ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ	Συνολικά Σε δισεκ. ευρώ
2001	6,3%	21,5%	72,2%	124,7
2002	5,9%	19,4%	74,7%	134,3
2003	5,0%	19,7%	75,3%	148,1
2004	5,8%	18,7%	75,5%	162,1
2005	4,9%	19,3%	75,9%	170,5
2006	4,1%	21,2%	74,8%	179,7
2007	3,2%	20,8%	76,0%	189,1
2008	3,6%	18,4%	78,0%	195,7
2009	3,4%	18,2%	78,5%	200,4
2010	3,4%	16,7%	79,9%	195,2
2011	3,3%	16,1%	80,7%	182,4

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Εθνικοί Λογαριασμοί 64 κλάδοι 2000-2011 (18_1_2013)

Αξίζει να σημειωθεί ότι σε σύγκριση με την ευρωζώνη και την ΕΕ-27, ο πρωτογενής τομέας (γεωργία-αλιεία) και σε μικρότερο βαθμό οι κατασκευές και οι υπηρεσίες παρουσιάζουν στην Ελλάδα μεγαλύτερη συμμετοχή στην οικονομική δραστηριότητα. Το παραπάνω αιτιολογείται από το υψηλό μερίδιο στη ακαθάριστη προστιθέμενη αξία και την απασχόληση από τον πρωτογενή τομέα σε σύγκριση με την ευρωζώνη και την ΕΕ27. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τους Εθνικούς Λογαριασμούς της Eurostat το διάστημα 2004-2008 η προστιθέμενη αξία των ελληνικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στη γεωργία και την αλιεία αντιστοιχούσε στο 4,5% και στο 3,4% της προστιθέμενης αξίας των δύο κλάδων στην Ευρωζώνη και στην ΕΕ-27 αντίστοιχα, ποσοστά διπλάσια των σχετικών για το σύνολο της προστιθέμενης αξίας των κλάδων στην Ελλάδα (2,3% και 1,7%). Παρόμοιο είναι το ποσοστό επί των απασχολούμενων σε αυτές τις δραστηριότητες, που φθάνει το 9,5% στην Ευρωζώνη και το 4,2% στην ΕΕ-27.

2.6 Μερίδιο των κλάδων οικονομικής δραστηριότητας στην απασχόληση

Ο παραγωγικός τομέας που την περίοδο 2000-2011 συγκέντρωσε τους περισσότερους απασχολούμενους και μισθωτούς είναι ο τριτογενής. Έτσι, όπως παρατηρήθηκε και στην περίπτωση της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας ο τριτογενής τομέας έχει μεγαλύτερο μερίδιο συμμετοχής στους απασχολούμενους και τους μισθωτούς. Στους υπόλοιπους δύο τομείς τα αποτελέσματα είναι πιο ανάμεικτα. Συγκεκριμένα, όσον αφορά τους απασχολούμενους όπως φαίνεται και στον πίνακα 2.6.1 ο πρωτογενής τομέας συγκέντρωσε τους περισσότερους σε σύγκριση με τον δευτερογενή την περίοδο 2000-2004 ενώ στα χρόνια που ακολούθησαν έως το 2011 οι διαφορές ήταν πολύ μικρές. Αντίθετα, στην περίπτωση των μισθωτών ο δευτερογενής απασχόλησε πολλούς περισσότερους από τον πρωτογενή τομέα.

Στη χρονιά εκκίνησης των δεδομένων της έρευνας, δηλαδή το 2000 απασχολούνταν στη χώρα μας συνολικά 4.255.114 άτομα ενώ οι τρεις τομείς παραγωγής κατά σειρά είχαν μερίδιο 17,0%, 12,7% και 70,3% δικαιολογώντας τα όσα εξηγήσαμε παραπάνω, δηλαδή την υπεροχή του τριτογενή τομέα απέναντι στους άλλους δύο και την υπεροχή του πρωτογενή απέναντι στον δευτερογενή παραγωγικό τομέα. Την ίδια χρονιά οι μισθωτοί ήταν συνολικά 2.595.099 ενώ οι τρεις τομείς κατά σειρά είχαν

μερίδιο συμμετοχής με ποσοστά 4,3%, 18,0% και 77,7%. Ο τριτογενής τομέας και σε αυτή την κατηγορία διατήρησε την υπεροχή του απέναντι στους άλλους δύο παρουσιάζοντας μεγαλύτερο μερίδιο συμμετοχής στους μισθωτούς ενώ τους λιγότερους συγκέντρωσε ο πρωτογενής, το οποίο είναι και λογικό, αφού κυρίως ο τομέας αυτός έχει αυτοαπασχολούμενους.

Οι απασχολούμενοι το 2011 σύμφωνα με εκτιμήσεις ήταν 4.446.774 ενώ το μερίδιο συμμετοχής των τριών παραγωγικών τομέων ήταν 11,6%, 11,0% και 77,3% ενώ οι μισθωτοί ήταν 2.924.563 με μερίδια συμμετοχής 2,7%, 13,1% και 84,2%. Παρατηρείται λοιπόν ότι οι εργαζόμενοι και μισθωτοί ήταν περισσότεροι το 2011 από ότι το 2000 ενώ ο τριτογενής τομέας παραγωγής όπως και στην περίπτωση της ακαθάριστης παρούσας αξίας ήταν ο μοναδικός που παρουσίασε αύξηση, όταν αντίθετα πρωτογενής και δευτερογενής παρουσίασαν μειώσεις.

Όσον αφορά στους οικονομικούς κλάδους με περισσότερους απασχολούμενους και μισθωτούς ανά τομέα παραγωγής έχουμε ότι:

- Στον πρωτογενή παραγωγικό τομέα κυριαρχεί η *φυτική και ζωική παραγωγή, θήρα και συναφείς δραστηριότητες*.
- Στον δευτερογενή παραγωγικό τομέα κυριαρχεί η *βιομηχανία τροφίμων, ποτών και καπνού*.
- Στον τριτογενή παραγωγικό τομέα κυριαρχεί το *λιανικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών*.

Πίνακας 2.6.1 Κλαδικά αποτελέσματα απασχόλησης

		Α'	Β'	Γ'	Συνολικά
2000	Απασχολούμενοι	17,0%	12,7%	70,3%	4.255.114
	Μισθωτοί	4,3%	18,0%	77,7%	2.595.099
2001	Απασχολούμενοι	15,7%	13,2%	71,1%	4.260.547
	Μισθωτοί	3,9%	18,1%	78,0%	2.643.861
2002	Απασχολούμενοι	15,1%	12,9%	72,0%	4.356.482
	Μισθωτοί	3,7%	17,4%	78,9%	2.744.047
2003	Απασχολούμενοι	14,6%	12,4%	73,0%	4.408.022
	Μισθωτοί	3,5%	16,6%	79,8%	2.797.251
2004	Απασχολούμενοι	12,6%	12,1%	75,23%	4.514.448
	Μισθωτοί	3,0%	15,7%	81,3%	2.902.926
2005	Απασχολούμενοι	11,8%	11,9%	76,3%	4.650.028
	Μισθωτοί	2,8%	14,1%	83,1%	2.993.299
2006	Απασχολούμενοι	11,4%	11,7%	76,8%	4.738.631
	Μισθωτοί	2,7%	13,7%	83,6%	3.074.748
2007	Απασχολούμενοι	11,1%	11,6%	77,3%	4.806.715
	Μισθωτοί	2,6%	13,4%	84,0%	3.159.156
2008	Απασχολούμενοι	10,9%	12,0%	77,1%	4.865.801
	Μισθωτοί	2,5%	14,0%	83,5%	3.225.220
2009	Απασχολούμενοι	11,2%	11,6%	77,2%	4.836.217
	Μισθωτοί	2,6%	13,6%	83,8%	3.189.811
2010	Απασχολούμενοι	11,6%	11,3%	77,1%	4.711.692
	Μισθωτοί	2,7%	13,5%	83,9%	3.103.629
2011	Απασχολούμενοι	11,6%	11,0%	77,3%	4.446.774
	Μισθωτοί	2,7%	13,1%	84,2%	2.924.563

Εθνικοί Λογαριασμοί 64 κλάδοι 2000-2011_18.01.2013

2.7 Συμπεράσματα

Τα σημαντικότερα συμπεράσματα που προκύπτουν από την προηγούμενη ανάλυση για το ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον είναι τα εξής:

- Το ελληνικό επιχειρηματικό σύστημα κυριαρχείται διαχρονικά από τις πολύ μικρές επιχειρήσεις, αφού το 97% απασχολεί κάτω από 9 άτομα.
- Το ποσοστό αυτοαπασχόλησης (ατομικών επιχειρήσεων) είναι ακόμη μικρότερο σε σύγκριση με τον μέσο όρο της ΕΕ27.
- Το ποσοστό των μεγάλων επιχειρήσεων της χώρας είναι κατά πολύ μικρότερο από το αντίστοιχο του μέσου όρου της ΕΕ27.
- Η παραγωγικότητα των ελληνικών πολύ μικρών επιχειρήσεων είναι χαμηλή για τα πρότυπα της ΕΕ27.
- Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων ασχολείται με την παροχή υπηρεσιών αφού το 88% εντάσσεται στον τριτογενή παραγωγικό τομέα.
- Ο τριτογενής παραγωγικός τομέας είναι ο μόνος που παρουσίασε ανάπτυξη κατά την τελευταία δεκαετία (περίοδος 2000-2011) ενώ παράλληλα είχε το μεγαλύτερο μερίδιο συμμετοχής στην ακαθάριστη προστιθέμενη με ποσοστό 70-80% και συγκέντρωσε τους περισσότερους απασχολούμενους και μισθωτούς.
- Περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις της χώρας (περίπου 60%) εδρεύουν στην *Αττική* και τη *Κεντρική Μακεδονία & Ανατολική Θράκη*.
- Οι επιχειρήσεις της Αττικής προσφέρουν περίπου το 70% του συνολικού κύκλου εργασιών της χώρας.
- Βασικός κλαδικός προσανατολισμός είναι το *Χονδρικό Και Λιανικό Εμπόριο* που αποδεικνύει ότι τα τελευταία χρόνια η ελληνική οικονομία βασίζεται κυρίως στην κατανάλωση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΚΡΙΣΙΜΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται προσπάθεια ανάδειξης εκείνων των παραγόντων που σύμφωνα με μελέτες έχουν βρεθεί να επηρεάζουν θετικά την οικονομική αποδοτικότητα των επιχειρήσεων. Ένας από αυτούς είναι η καινοτομία.

3.1 Καινοτομία

Καινοτομία είναι ο τρόπος με τον οποίο οι εταιρείες δημιουργούν νέες τεχνολογίες, νέα προϊόντα ή νέες διαδικασίες/διεργασίες (Margaret A. White, Garry D. Bruton 2010). Συνήθως, γίνεται διαχωρισμός των καινοτομιών με βάση την προέλευσή τους σε δύο προσεγγίσεις: α) καινοτομίες που πραγματοποιούνται στο εσωτερικό της επιχείρησης και β) καινοτομίες που προκύπτουν από το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, π.χ. απόκτηση νέας τεχνολογίας ή νέας διεργασίας/διαδικασίας από εξωτερικές πηγές. Οι προσεγγίσεις αυτές ωστόσο μπορεί να ακολουθούνται ταυτόχρονα από κάποιες επιχειρήσεις.

Η καινοτομία βρίσκεται εφαρμογή σε όλα τα επίπεδα της οικονομίας και αποτελεί μια συνεχή δραστηριότητα. Για τις επιχειρήσεις οι καινοτομικές τους επιδόσεις αποτελούν δυναμικό χαρακτηριστικό τους και αποτελούν μια συνεχώς εξελισσόμενη ιδιότητα και όχι στατική. Όπως και η ανταγωνιστικότητα που εκφράζεται από πολλούς παράγοντες και η μέτρηση της προκύπτει από τη συνισταμένη όλων αυτών κάνοντας τελικά δυσχερή την μέτρησή της δυναμικότητάς της. Ένας πρώτος ορισμός για την καινοτομία διατυπώθηκε από τον ΟΟΣΑ στο Εγχειρίδιο του Όσλο (Oslo manual, OECD 1992) ενώ έχουν κατατεθεί έκτοτε διάφορες βελτιώσεις και αναλυτικότεροι προσδιορισμοί.

Με βάση την 3^η έκδοση εγχειριδίου του Oslo (OECD 2005) έχουμε 4 είδη καινοτομίας όπως διατυπώνονται παρακάτω. Γενικά, η καινοτομία περιλαμβάνει δύο καινοτομίες ανάπτυξης τεχνολογίας (νέας ή ήδη υπάρχουσας) και ακόμη δύο που δεν έχουν σχέση απαραίτητα με τεχνολογία. Έτσι, έχουμε:

- Την παραγωγή ή αναβάθμιση ενός προϊόντος (καινοτομία αγαθού ή υπηρεσίας).

- Την εισαγωγή και εφαρμογή μιας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας παραγωγής (καινοτομία διεργασίας).

Περιλαμβάνει ακόμη δύο που μπορεί να έχουν τεχνολογικό υπόβαθρο αλλά μπορεί και όχι και συγκεκριμένα είναι:

- Η εφαρμογή μιας μεθόδου εμπορίας / marketing (καινοτομία εμπορικής εκμετάλλευσης)
- Η εφαρμογή μιας οργανωτικής-οργανωσιακής / μεθόδου (καινοτομία οργάνωσης).

Οι οριοθετήσεις των διαφόρων καινοτομιών είναι αρκετά ευρείες ενώ για τον καθορισμό τους θέτουν ως βασική απαίτηση την υιοθέτηση για πρώτη φορά από τις επιχειρήσεις ενός νέου ή βελτιωμένου προϊόντος, μιας νέας ή βελτιωμένης διαδικασίας παραγωγής, μια μεθόδου εμπορικής εκμετάλλευσης (marketing), ή οργανωσιακής αλλαγής ανεξάρτητα από το εάν έχουν αναπτυχθεί από τις ίδιες τις επιχειρήσεις. Μια επιχείρηση δηλαδή καινοτομεί ακόμα και αν απλώς ενσωματώνει στη λειτουργία της στα προϊόντα / υπηρεσίες της καινοτομίες που έχουν αναπτυχθεί από άλλους που συνήθως ανήκουν στο διεθνές περιβάλλον [10].

3.1.1 Κυριότεροι τύποι καινοτομιών

Σύμφωνα με τη M.A. White η επιλογή των καινοτομιών από την επιχείρηση ακολουθεί της απόφασης να εφαρμόσει εσωτερική καινοτομία και στη συνέχεια να αρχίσει την διαδικασία καθορισμού του καταλληλότερου τύπου καινοτομίας. Υπάρχουν διαφορετικοί τρόποι ταξινόμησης των καινοτομιών, ενώ εμείς θα επιλέξουμε όπως έχουμε ήδη επισημάνει εκείνον που σύμφωνα με το εγχειρίδιο του Oslo τις διακρίνει σε 4 είδη και έχουν να κάνουν με καινοτομία προϊόντος (product innovation), καινοτομία διαδικασιών (process innovation), καινοτομία εμπορικής εκμετάλλευσης (marketing innovation) και καινοτομία οργάνωσης (organizational innovation).

A. Καινοτομία προϊόντος

Η Καινοτομία προϊόντος (product innovation) αποτελεί ίσως την πιο κατανοητή και μετρήσιμη όσον αφορά τον βαθμό μορφή καινοτομίας, καθώς τα αποτελέσματά της είναι απλά και παρουσιάζουν ορατά όρια. Η καινοτομία αυτή στις περισσότερες επιχειρήσεις αναπτύσσεται στον τομέα έρευνας και ανάπτυξης και αφορά ουσιαστικά την παραγωγή ενός νέου προϊόντος ή την βελτίωση των τεχνικών προδιαγραφών (π.χ. αύξηση χρόνου ζωής ενός προϊόντος) ενός ήδη υπάρχοντος με σκοπό να την κάνει πιο προσιτή και φιλική στον καταναλωτή / αγοραστή. Η νέα γνώση και η τεχνολογία ή ακόμα και οι νέες χρήσεις ή συνδυασμοί υφιστάμενων γνώσεων ή τεχνολογιών αποτελούν τα μέσα αξιοποίησης αυτής της καινοτομίας. Για ένα υπάρχον προϊόν που δεν έχει υποστεί σημαντικές αλλαγές η ανάπτυξη μιας νέας χρήσης του μπορεί να ενταχθεί στην εφαρμογή της καινοτομίας προϊόντος.

Αντίστοιχα με τα παραπάνω για την περίπτωση των υπηρεσιών η καινοτομία εφαρμόζεται για να επιφέρει σημαντικές βελτιώσεις στον τρόπο εφαρμογής τους (π.χ. σε σχέση με την αποτελεσματικότητα και την ταχύτητά τους) και στην ανάπτυξη νέων χαρακτηριστικών ή εφαρμογών των ήδη υπαρχουσών ή ακόμη και στην δημιουργία απόλυτα νέων υπηρεσιών.

Η εφαρμογή του προϊόντος ή της υπηρεσίας που θα προκύψει από την χρήση της παραπάνω καινοτομίας επικροτείται σε μια καινοτόμο εταιρεία. Η επιδοκιμασία ενισχύεται με συναισθήματα σιγουριάς και ανησυχίας. Οι περισσότεροι υπάλληλοι θα εκφράσουν σιγουριά για το νέο τους προϊόν επειδή το θεωρούν ιδιοκτησία τους λόγω της επιμέλειας και της προσπάθειας που κατέβαλαν, όμως επίσης αισθάνονται ανήσυχοι καθώς γνωρίζουν ότι η καινοτόμος διαδικασία ουσιαστικά δεν τελειώνει ποτέ [1].

Όπως έχουμε ήδη πει, οι καινοτομίες προϊόντος για τις περισσότερες επιχειρήσεις μπορούν να προκύψουν είτε από το εξωτερικό περιβάλλον, με απλή ή πιο σύνθετη ενσωμάτωσή τους στις επιχειρηματικές λειτουργίες, είτε ως αποτέλεσμα διεξαγωγής έρευνας και ανάπτυξης. Τρεις είναι οι βασικοί τύποι που διακρίνουν την E&A, οι ακόλουθοι [3]:

- **Βασική έρευνα: καθαρή (θεωρητική) έρευνα και ανάπτυξη.** Αφορά τη δημιουργία νέας γνώσης είτε για την επιχείρηση είτε για το σύνολο του εξωτερικού περιβάλλοντός της. Παρόλο που απαιτεί τη δέσμευση πόρων με

αβέβαια αποτελέσματα, από αυτήν προάγεται η βασική γνώση για τα διάφορα πεδία. Η βασική έρευνα είναι, κυρίως, μέλημα των ακαδημαϊκών ιδρυμάτων, των κρατικών δημόσιων ερευνητικών κέντρων, αλλά και εξειδικευμένων ερευνητικών εργαστηρίων, επειδή για τους θεσμούς αυτούς η δημιουργία αξίας δεν προσδιορίζεται από το χρηματικό κέρδος, χωρίς όμως αυτό να σημαίνει ότι οι οργανισμοί αυτοί δεν μπορούν να ασχοληθούν και με εφαρμοσμένη έρευνα. (δες επόμενο)

- **Εφαρμοσμένη έρευνα: ανάπτυξη νέων προϊόντων.** Χρησιμοποιεί την νέα γνώση που αναπτύχθηκε κατά τη βασική έρευνα με στόχο τη δημιουργία νέων προϊόντων που μπορούν να βελτιώσουν τη στρατηγική θέση της επιχείρησης στον κλάδο ή, τουλάχιστον, στην αλλαγή της δυναμικής της θέσης στον κλάδο. Αποτέλεσμά της διαδικασίας αυτής για την επιχείρηση είναι ότι συνήθως της προσδίδει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα απέναντι στις άλλες..
- **Πειραματική έρευνα/ Ολοκλήρωση συστημάτων: βελτίωση προϊόντων.** Αποβλέπει στην υποστήριξη βελτιώσεων σε υφιστάμενες επιχειρηματικές δραστηριότητες που αφορούν εδραιωμένα προϊόντα ή στη διάνοιξη νέων αγορών για κάποιο υφιστάμενο προϊόν. Ο τύπος αυτός παρουσιάζει χαμηλούς κινδύνους ενώ παράλληλα και τα κέρδη που αποφέρει δεν είναι ιδιαίτερα υψηλά.

Ποιός είναι ο καταλληλότερος τύπος καινοτομικών προσπαθειών που πρέπει να επικεντρωθεί η επιχείρηση;

Βασικό στοιχείο της διαδικασίας επιλογής του καταλληλότερου τύπου καινοτομικών προσπαθειών είναι η παρακολούθηση των ανταγωνιστών της επιχείρησης. Ο λόγος που γίνεται αυτό είναι διότι δεν υπάρχει κάποιος άμεσος τρόπος προσδιορισμού του τι συμβαίνει ή του τι θα συμβεί στο μέλλον. Έτσι, οι επιχειρήσεις καταφεύγουν στην στενή παρακολούθηση του ανταγωνισμού.

Το πρώτο ερώτημα που δημιουργείται κατά την φάση αυτή έχει να κάνει με το ποιόν ανταγωνιστή πρέπει η επιχείρηση να παρακολουθεί. Ο ανταγωνιστής αυτός θα ανήκει στον κλάδο που δραστηριοποιείται και η επιχείρηση, ωστόσο η επιχείρηση δεν ανταγωνίζεται απαραίτητα όλες τις εταιρείες του κλάδου στην ίδια αγορά. Αντιθέτως, ανταγωνίζεται πιο άμεσα με κάποιες από αυτές τις οποίες πρέπει πρώτα να εντοπίσει.

Έτσι, γίνεται απαραίτητη η δημιουργία κάποιου χάρτη στρατηγικών ομάδων ο οποίος θα τμηματοποιήσει τον κλάδο και θα προσδιορίσει τις εταιρείες που πρέπει να παρακολουθούνται.

Η κατασκευή του χάρτη στρατηγικών ομάδων θα στηριχθεί σε δύο άξονες, ο οποίοι αναπαριστούν τους κρίσιμους παράγοντες που χαρακτηρίζουν τον κλάδο. Ο προσδιορισμός των παραγόντων έχει να κάνει με το τι θεωρεί ο αναλυτής κρίσιμο. Οι παράγοντες αυτοί θα πρέπει να είναι διακριτοί (να μην παρουσιάζουν συσχετίσεις), να ανήκουν στον ίδιο κλάδο αλλά και να χαρακτηρίζουν διαφορετικά τμήματά του.

Στη συνέχεια με βάση τα παραπάνω τοποθετούνται οι εντοπισμένοι από τους αναλυτές ανταγωνιστές της επιχείρησης και γίνεται μελέτη των δραστηριοτήτων τους (προϊόντα, διαδικασίες και εν δυνάμει ενέργειες του κάθε ανταγωνιστή) από τα διευθυντικά στελέχη. Οι πληροφορίες που μπορούν να εξαχθούν από τη μελέτη έχουν να κάνουν με τις περιοχές που επενδύουν περισσότερο οι ανταγωνιστές όπως η έρευνα νέων προϊόντων, νέων διαδικασιών και νέων αγορών [1].

B. Καινοτομία διαδικασίας

Η καινοτομία διαδικασίας (process innovation) περιλαμβάνει την εφαρμογή μιας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης μεθόδου παραγωγής ή παράδοσης / διανομής (delivery method) η οποία περιλαμβάνει σημαντικές αλλαγές στις τεχνικές, τον εξοπλισμό ή το λογισμικό που χρησιμοποιείται. Σαν στόχος της καινοτομίας αυτής μπορεί να είναι η μείωση του μοναδιαίου κόστους παραγωγής ή διανομής, η βελτίωση της ποιότητας και η καλύτερη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων για την παραγωγή και τη διανομή των προϊόντων. Οι μέθοδοι παραγωγής αφορούν όλες εκείνες τις τεχνικές που σχετίζονται με τον εξοπλισμό και το λογισμικό που μπορεί να χρησιμοποιείται για την παραγωγή των προϊόντων. Παράδειγμα τέτοιων μεθόδων παραγωγής μπορεί είναι η χρησιμοποίηση στη γραμμή παραγωγής νέου εξοπλισμού αυτοματισμών ή σχεδίαση των προϊόντων μέσω υπολογιστή [10].

Τρεις είναι οι βασικές κατηγορίες που εντάσσονται στην καινοτομία διαδικασίας:

- **Νέες διαδικασίες:** χρήση νέου ή σημαντικά βελτιωμένου εξοπλισμού ή/ και διαδικασίας για την παραγωγή του προϊόντος.
- **Βελτιωμένες διαδικασίες:** χρήση βελτιωμένων μεθόδων παραγωγής που είναι αποτέλεσμα της ανάπτυξης των υπάρχουσών μεθόδων.

- **Αναβαθμισμένες διαδικασίες:** νέου ή διαφοροποιημένου εξοπλισμού σε υφιστάμενη ή ελαφρά διαφοροποιημένη διαδικασία.

Η καινοτομία διαδικασίας περιλαμβάνει επίσης νέες ή σημαντικά βελτιωμένες μεθόδους για την ανάπτυξη και παροχή υπηρεσιών, που προέρχονται από αλλαγές στον εξοπλισμό και στο λογισμικό που χρησιμοποιείται κατά την παροχή υπηρεσιών ή σε διαδικασίες ή/και τεχνικές που χρησιμοποιούνται για την παροχή υπηρεσιών. Ακόμη στον ορισμό της καινοτομίας αυτής στις περιπτώσεις που είναι ανάγκη η βελτίωση της αποτελεσματικότητας ή της ποιότητας μιας δευτερεύουσας δραστηριότητας εντάσσονται νέες ή σημαντικά βελτιωμένες τεχνικές, εξοπλισμοί και λογισμικό σε βοηθητικές ως προς την παραγωγή δραστηριότητες όπως π.χ. στα λογιστικά, στη μηχανογράφηση και συντήρηση εξοπλισμού, καθώς επίσης η εφαρμογή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ).

Γ. Καινοτομία εμπορικής εκμετάλλευσης

Η καινοτομία εμπορικής εκμετάλλευσης (marketing innovation) αφορά την εφαρμογή μιας νέας μεθόδου εμπορικής εκμετάλλευσης, μιας νέας στρατηγικής marketing που περιλαμβάνει σημαντικές αλλαγές: α) στη σχεδίαση των προϊόντων, β) στη συσκευασία τους, γ) στην τοποθέτησή τους στην αγορά, δ) στην προώθηση των προϊόντων και ε) στην τιμολόγησή τους [10].

Αυτού του είδους οι καινοτομίες έχουν ως στόχο να επιτρέψουν στην επιχείρηση να ανταποκριθεί όσο το δυνατόν καλύτερα στις ανάγκες των πελατών της, να εισέλθει σε νέες αγορές ή να τοποθετηθεί καλύτερα στην αγορά με σκοπό τη διεύρυνση των πωλήσεών της. Η εφαρμογή νέων μεθόδων που δεν έχουν χρησιμοποιηθεί ξανά από την επιχείρηση αποτελεί την ειδοποιό διαφορά ανάμεσα στην καινοτομία εμπορικής εκμετάλλευσης και στις υπόλοιπες απλές αλλαγές στην εμπορική στρατηγική μιας επιχείρησης. Πρέπει δηλαδή αυτές οι μέθοδοι να συνθέτουν μια νέα στρατηγική και να αντιπροσωπεύουν σημαντική αλλαγή σε σύγκριση με τις υφιστάμενες μεθόδους. Η νέα μέθοδος εμπορικής εκμετάλλευσης μπορεί είτε να αναπτυχθεί εσωτερικά από την επιχείρηση, είτε να υιοθετηθεί από άλλες επιχειρήσεις, στο πλαίσιο μιας διαδικασίας μεταφοράς γνώσης, διάχυσης των καινοτομιών ή ακόμα και μίμησης. Επιπλέον, αυτές

οι μέθοδοι μπορεί να εφαρμόζονται τόσο σε νέα, όσο και υφιστάμενα προϊόντα της επιχείρησης.

Η καινοτομία εμπορικής εκμετάλλευσης μπορεί να περιλαμβάνει σημαντικές αλλαγές:

- Στη σχεδίαση των προϊόντων που αφορούν στο σχήμα και στην εμφάνιση του προϊόντος και όχι απαραίτητα σε λειτουργικά ή χρηστικά χαρακτηριστικά του.
- Στη συσκευασία προϊόντων, παράγοντας που σε ορισμένες κατηγορίες κυρίως καταναλωτικών αγαθών όπως τα τρόφιμα, τα ποτά ή τα απορρυπαντικά, αποτελεί βασικό προσδιοριστικό παράγοντα της εμφάνισης του προϊόντος και της «εικόνας» της επιχείρησης.
- Στη προσφορά νέων γεύσεων σε τρόφιμα και ποτά.

Οι νέες μέθοδοι marketing στην τοποθέτηση προϊόντων, περιλαμβάνουν συνήθως την ανάπτυξη νέων δικτύων πωλήσεων και όχι οργανωτικές μεθόδους (όπως η μεταφορά ή η αποθήκευση προϊόντων) που έχουν να κάνουν κυρίως με την αποτελεσματικότητα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιας μεθόδου είναι η ανάπτυξη από την επιχείρηση για πρώτη φορά ενός συστήματος δικαιοχρησίας (franchising) και με αποτέλεσμα τον πολλαπλασιασμό των σημείων πώλησης. Επιπλέον καινοτομία εμπορικής εκμετάλλευσης μπορεί να είναι η προώθηση των προϊόντων με χρήση νέων αντιλήψεων για την προώθηση των αγαθών και υπηρεσιών της επιχείρησης π.χ. όπως είναι η διαφήμιση μέσω κινηματογραφικών ταινιών.

Γενικότερα, οι αλλαγές που μπορούν να θεωρηθούν ως καινοτομίες εμπορικής εκμετάλλευσης πρέπει να περιλαμβάνουν μεθόδους που δεν έχουν χρησιμοποιηθεί ξανά από την επιχείρηση και οι οποίες αλλάζουν τον τρόπο προώθησης των προϊόντων της. Για παράδειγμα, μια σημαντική αλλαγή στη σχεδίαση του προϊόντος ή στη συσκευασία του που βασίζεται σε μία ιδέα εμπορικής εκμετάλλευσης που έχει ήδη χρησιμοποιηθεί από την επιχείρηση σε άλλο προϊόν ή η χρήση υφιστάμενων μεθόδων εμπορικής εκμετάλλευσης για το άνοιγμα μιας νέας αγοράς ή τη στόχευση μιας νέας ομάδας καταναλωτών, δεν θεωρούνται καινοτομία εμπορικής εκμετάλλευσης.

Δ. Καινοτομία οργάνωσης (organizational innovation)

Η καινοτομία οργάνωσης (organizational innovation) περιλαμβάνει την εισαγωγή μιας νέας οργανωτικής μεθόδου στις επιχειρησιακές πρακτικές, στην οργάνωση της εργασίας ή στη διαχείριση των εξωτερικών σχέσεων της επιχείρησης, τη συνεργασία της δηλαδή με πελάτες και προμηθευτές. Η οργανωτική καινοτομία μπορεί να στοχεύει:

- Στην αύξηση της απόδοσης της επιχείρησης μέσω μείωσης στα διοικητικά κόστη και στα κόστη συναλλαγής.
- Στη βελτίωση του βαθμού ικανοποίησης του προσωπικού στο χώρο εργασίας.
- Στην αξιοποίηση της άρρητης γνώσης που υπάρχει σε μία επιχείρηση.
- Στη μείωση του κόστους των προμηθειών.

Και στην περίπτωση αυτής της καινοτομίας, η διαφορά ανάμεσα στην οργανωτική καινοτομία και στις απλές οργανωτικές / οργανωσιακές αλλαγές σε μία επιχείρηση είναι η εφαρμογή μιας μεθόδου που δεν έχει χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν από την επιχείρηση και είναι αποτέλεσμα στρατηγικών αποφάσεων που έχουν ληφθεί σε ανώτερο επίπεδο διοίκησης.

Η οργανωτική καινοτομία ειδικότερα στις πρακτικές των επιχειρήσεων περιλαμβάνει νέες μεθόδους οργάνωσης της εργασίας και νέων πρακτικών για τη βελτίωση της διάχυσης της γνώσης εντός της επιχείρησης. Οι καινοτομίες στις εξωτερικές σχέσεις μιας επιχείρησης περιλαμβάνουν την εφαρμογή νέων μεθόδων στην οργάνωση των σχέσεων με τις άλλες επιχειρήσεις ή με τους δημόσιους φορείς, π.χ. μέσω νέων μορφών συνεργασιών με ερευνητικούς οργανισμούς ή με προμηθευτές.

Ειδικότερα, οργανωτικές καινοτομίες δεν θεωρούνται οι αλλαγές στις επιχειρηματικές πρακτικές, στην οργάνωση του χώρου εργασίας ή στις εξωτερικές σχέσεις που βασίζονται σε ήδη χρησιμοποιούμενες οργανωτικές μεθόδους της επιχείρησης. Το ίδιο ισχύει και για τη διαμόρφωση διοικητικών στρατηγικών. Όμως, οι οργανωτικές αλλαγές που εφαρμόζονται στο πλαίσιο μιας νέας διοικητικής στρατηγικής αποτελούν καινοτομία, εφόσον εφαρμόζονται για πρώτη φορά στις επιχειρηματικές πρακτικές, στην οργάνωση της εργασίας ή στις εξωτερικές σχέσεις. Τέλος, οι συγχωνεύσεις και οι εξαγορές άλλων επιχειρήσεων δεν αποτελούν οργανωτικές καινοτομίες [11].

Με βάση τα παραπάνω, προκύπτει ότι η καινοτομία ορίζεται με έναν ευρύ τρόπο. Αποτελεί μια δραστηριότητα οποία μπορεί να επιτευχθεί από μία επιχείρηση ακόμα και αν δεν έχει δαπανήσει πόρους για E&A, εφόσον απλώς παρακολουθεί τις εξελίξεις στο διεθνές και εθνικό περιβάλλον της και έχει αναπτυγμένη την ικανότητα απορρόφησης της νέας γνώσης. Έτσι, όπως θα φανεί και στα αποτελέσματα της έρευνας στη συνέχεια της εργασίας μεγάλο ποσοστό ελληνικών επιχειρήσεων από διάφορους κλάδους εμφανίζονται να καινοτομούν, αν και κυρίως σε μη τεχνολογικό επίπεδο.

3.1.2 Σχεδιασμός της εσωτερικής καινοτομίας

Η διαδικασία του σχεδιασμού είναι ιδιαίτερα πολύπλοκη καθώς περιλαμβάνει την εξέταση διαφόρων ζητημάτων που αφορούν την καινοτομία. Αποτέλεσμα της διαδικασίας αυτής σύμφωνα με την White (2010) θα είναι η δημιουργία ενός περιβάλλοντος που θα ενθαρρύνει την καινοτομία και θα αποδέχεται την αποτυχία, αλλά ταυτοχρόνως θα έχει και ένα σαφές σχέδιο για τη μεταφορά των καινοτομιών από το στάδιο της ανάπτυξής τους στην αγορά.

Πρώτο και κρίσιμότερο στάδιο για την ανάπτυξη εσωτερικής καινοτομίας είναι οι επιχειρήσεις να αποφασίσουν αν θα στραφούν σε στρατηγική καινοτομιών. Έτσι, οι επιχειρήσεις πολλές φορές καλούνται να απαντήσουν στο ερώτημα: πρέπει η επιχείρηση να καινοτομεί ή όχι; Η απάντηση στο ερώτημα αυτό είναι απόλυτα συνυφασμένη με την ανάλυση των θετικών και των αρνητικών της στρατηγικής που αφορά την καινοτομία. Τελικά, η απόφαση που θα προκύψει για να κριθεί αποτελεσματική για την επιχείρηση θα πρέπει να έχει λάβει υπόψη και τα πλεονεκτήματα αλλά και τα μειονεκτήματα των καινοτομιών.

Με βάση τα παραπάνω και όσον αφορά στα πλεονεκτήματα που προσφέρει η εφαρμογή στρατηγικής καινοτομιών, έχουμε:

- Μεγαλύτερο έλεγχο της διαδικασίας και των αποτελεσμάτων.
- Βαθύτερη κατανόηση της τεχνολογίας που παράγεται και του τρόπου εφαρμογής της.
- Μεγαλύτερη ικανότητα στη δυνατότητα ανάπτυξης τεχνολογιών επόμενης γενιάς.

- Μεγαλύτερη δυνατότητα κέρδους για όποιον εισέρχεται πρώτος στην αγορά και πραγματοποιεί την πρώτη κίνηση.

Ωστόσο, από την άλλη πλευρά υπάρχουν και ορισμένοι παράγοντες που αποθαρρύνουν τις επιχειρήσεις να εφαρμόσουν εσωτερική καινοτομία. Τα σημαντικότερα μειονεκτήματα που παρουσιάζονται είναι:

- Ο χρόνος που απαιτείται για την υλοποίηση μιας στρατηγικής εσωτερικής ανάπτυξης είναι μεγαλύτερος. Εάν το νέο προϊόν δεν αναπτυχθεί εσωτερικά αλλά αγοραστεί από εξωτερικές πηγές, θα είναι σχεδόν αμέσως διαθέσιμο στην επιχείρηση. Ενώ, εάν το προϊόν αναπτυχθεί από την ίδια την επιχείρηση, το όλο εγχείρημα να δημιουργηθούν νέες διαδικασίες και να προωθηθεί το νέο προϊόν στην αγορά μπορεί να διαρκέσει χρόνια.
- Υπάρχει μεγαλύτερος κίνδυνος αποτυχίας όταν επιχειρεί κανείς να αναπτύξει το κατάλληλο προϊόν στον κατάλληλο χρόνο.
- Η διατήρηση μιας ροής νέων προϊόντων ή και διεργασιών είναι, το λιγότερο, δύσκολη. Υπάρχει πάντα ο κίνδυνος μια άλλη επιχείρηση να εισέλθει πρώτη στην αγορά.

Στη συνέχεια αφού έχει ληφθεί η απόφαση ανάπτυξης καινοτομίας είναι αναγκαίο η επιχείρηση να κατανοήσει κάποιες θεμελιώδεις διαστάσεις αυτής της διαδικασίας:

- Η εταιρεία θα πρέπει να συνειδητοποιήσει ότι η καινοτομία δεν είναι αυτοσκοπός, αλλά τμήμα της συνολικής στρατηγικής προσπάθειας της εταιρείας, καθώς ο ουσιαστικός σκοπός της είναι να τη βοηθήσει να επιτύχει υπέρτερες επιδόσεις από τους ανταγωνιστές της.
- Η εσωτερική καινοτομία είναι διαδικασία/ διεργασία στην οποία εμπλέκονται πολλά άτομα, ικανότητες και πόροι.
- Οι πόροι είναι κρίσιμης σημασίας για τη διαδικασία καινοτομίας. Ο τρόπος διαχείρισης και κατανομής τους προσδιορίζει τους τύπους καινοτομικών δράσεων που έχει τη δυνατότητα να αναλάβει η επιχείρηση.

Τέλος, ανεξαρτήτως του τύπου εσωτερικής καινοτομίας που επιλέγεται κατά την παραπάνω διαδικασία υπάρχουν ορισμένα βήματα στη διαδικασία του σχεδιασμού που αφορούν όλους τους τύπους καινοτομιών και έχουν να κάνουν με πέντε συγκεκριμένες δραστηριότητες [1]:

- 1) **Προσδιορισμό του οράματος:** ακολουθεί του σταδίου της επιλογής της στρατηγικής ανάπτυξης καινοτομίας και επιτελείται συνήθως από σημαντικές ηγετικές φυσιογνωμίες της επιχείρησης.
- 2) **Διατύπωση της αποστολής:** αφού έχει διατυπωθεί το όραμα αναπτύσσεται η αποστολή της επιχείρησης η οποία αποτελεί κάτι πιο συγκεκριμένο για την μετέπειτα πορεία. Στο στάδιο αυτό είναι συνήθως απαραίτητη η συμμετοχή των εργαζομένων για να γίνει καλύτερη κατανόηση, αποδοχή της και δέσμευση ότι θα την εκπληρώσουν.
- 3) **Καθορισμός σκοπών και στόχων:** είναι αυτοί που καθορίζουν το πώς θα εκπληρωθεί το όραμα της επιχείρησης ενώ συγκεκριμενοποιούν, μεταξύ άλλων, ποιές καινοτομίες επιθυμεί να υλοποιήσει η επιχείρηση βραχυπρόθεσμα και ποιες μακροπρόθεσμα.
- 4) **Διαμόρφωση της στρατηγικής:** σε μια επιχείρηση που διαθέτει πολλές διαφορετικές μονάδες η εταιρική στρατηγική προσδιορίζεται από το χαρτοφυλάκιο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και πρέπει να βασίζεται στους σκοπούς που έχουν ήδη καθοριστεί
- 5) **Συγκεκριμένες τακτικές και ενέργειες:** προδιαγράφουν τις συγκεκριμένες τεχνικές που πρέπει να αναλάβουν τα άτομα στον οργανισμό ώστε να πετύχουν στους καθορισμένους σκοπούς και στόχους.

3.1.3 Τρόποι μέτρησης της καινοτομίας

Όπως αναλύθηκε παραπάνω η σπουδαιότητα της καινοτομίας είναι ιδιαίτερα σημαντική για τις επιχειρήσεις. Δημιουργείται έτσι λοιπόν η ανάγκη μέτρησης αυτής της καινοτομίας και τίθεται εύλογα το ερώτημα «πώς μετριέται η καινοτομία;». Κατά τη μέτρηση της καινοτομίας παρουσιάζονται διάφορα προβλήματα που έχουν να κάνουν με την σύλληψη της καινοτομίας και την επιλογή των στατιστικών που χρησιμοποιούνται. Οι διάφορες μέθοδοι μέτρησης της καινοτομίας μέχρι τώρα, συχνά συγχέουν την έννοια της καινοτομίας είτε με κάτι μέχρι τώρα άγνωστο, ή με κάτι που δεν ταιριάζει με τα υπάρχοντα δεδομένα, ή με την εισαγωγή νέων δραστηριοτήτων [2].

Τρεις είναι οι συνήθεις τρόποι μέτρησης της καινοτομίας σύμφωνα με το εγχειρίδιο Frascati (OECD 2002): α) από δαπάνες για E&A, β) από τις ευρεσιτεχνίες και γ) από τις έρευνες πεδίου (Ad Hoc). Έτσι έχουμε αναλυτικά για την κάθε μέθοδο:

Μέτρηση καινοτομίας από δαπάνες για E&A: αυτή η μέθοδος δίνει τη δυνατότητα για άμεση αντιστοίχιση της καινοτομίας με ποσοτικά / οικονομικά στοιχεία που σχετίζονται με την E&A με την προϋπόθεση ότι υπάρχει τέτοιο τμήμα στην επιχείρηση. Σύμφωνα με το εγχειρίδιο Frascati για τις ανάγκες της μεθόδου αυτής είναι απαραίτητη η συλλογή των δεδομένων από την έρευνα και ανάπτυξη. Η E&A όπως αναφέρθηκε μπορεί να καλύπτει βασική έρευνα, εφαρμοσμένη έρευνα και πειραματική έρευνα. Όμως πολλές φορές ο διαχωρισμός των δραστηριοτήτων που μπορούν να θεωρηθούν ότι υπάγονται στην E&A είναι πολλές φορές δύσκολος.. Για παράδειγμα η εκπαίδευση και η έρευνα αγοράς εξαιρούνται από τις δραστηριότητες E&A.

Οι μετρήσεις για την E&A συλλέγονται συνήθως με αναλυτικές φόρμες (έρευνες CIS που διεξάγει η ΓΓΕΤ) και παράλληλα με το βασικό διαχωρισμό της βασικής, εφαρμοσμένης και πειραματικής έρευνας, μπορούν να ταξινομηθούν με πολλαπλά κριτήρια. Οι περισσότεροι από τους διάφορους διαχωρισμούς παραλείπονται από τους αναλυτές συνήθως καθώς εστιάζουν κυρίως στις ακαθάριστες δαπάνες για την E&A, σε εθνικό επίπεδο ή επίπεδο επιχειρήσεων, χάνοντας έτσι αρκετές σημαντικές λεπτομέρειες. Ιδιαίτερα για τις ΜΜΕ παρατηρείται συχνά δυσκολία στη ταξινόμηση και πολλές φορές υποτιμάται η καινοτομική δραστηριότητά τους εξαιτίας της έλλειψης τμημάτων E&A [4].

Αποτελεί λοιπόν αυτή η μέθοδος μέτρησης μια ‘‘ανώδυνη’’ ουσιαστικά μέθοδο καθώς η βασική μεταβλητή που εξετάζει είναι εύκολα μετρήσιμη αφού υπάρχει πληθώρα δεδομένων που σχετίζονται με τις δαπάνες αυτές. Ακόμη, υπάρχει πλήθος δεδομένων που σχετίζονται με την E&A μεταξύ των διαφόρων χωρών παρουσιάζοντας αρκετή ομοιομορφία και επιτρέποντας οποιεσδήποτε συγκρίσεις (S. Dowrick 2003). Παρόλα αυτά παρουσιάζει ένα βασικό μειονέκτημα που έχει να κάνει με την αποτύπωση ενός μόνο δεδομένου εισόδου, τις ακαθάριστες δαπάνες για E&A και η εισροή χρημάτων σε αυτή δεν έχει πάντα σχέση με καινοτόμα αποτελέσματα. Συγκεκριμένα, τα στατιστικά στοιχεία από την E&A δεν σχετίζονται πάντα με τεχνολογικές αλλαγές.

Μέτρηση καινοτομίας από ευρεσιτεχνίες: η μέτρηση αυτή παρουσιάζει αρκετό ενδιαφέρον καθώς οι ευρεσιτεχνίες συνιστούν ένα δείκτη εμπορικής αξιοποίησης της ερευνητικής διαδικασίας. Τα σχετικά δεδομένα είναι ποσοτικά και εύκολα προσπελάσιμα ενώ παράλληλα είναι έγκυρα επειδή στις περισσότερες περιπτώσεις υπάρχει συστηματική καταχώριση και ταξινόμηση των ευρεσιτεχνιών. Την ευρεσιτεχνία πλαισιώνει ένα συμβόλαιο μεταξύ του εφευρέτη και της εκάστοτε κυβέρνησης της χώρας που δραστηριοποιείται, για μια περιορισμένης διάρκειας μονοπωλιακή εκμετάλλευσή της. Η δέσμευση που δημιουργείται με το συμβόλαιο αυτό υποχρεώνει τον εφευρέτη σε δημόσια αποκάλυψη όλων των πληροφοριών της ευρεσιτεχνίας και την κυβέρνηση σε προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων του εφευρέτη. Τα πλεονεκτήματα της μεθόδου αυτής έχουν να κάνουν με: την εφαρμογή νέων τεχνολογιών που προκύπτουν από τις ευρεσιτεχνίες και την ευκολία μέτρησης των απαραίτητων δεδομένων [6].

Ωστόσο και αυτή η μέθοδος παρουσιάζει κάποια μειονεκτήματα. Ένα βασικό αρνητικό είναι η ύπαρξη πολύ μεγάλων διαφορών στην ποιότητα μεταξύ των ευρεσιτεχνιών καθώς δεν έχουν απαραίτητα όλες οι ευρεσιτεχνίες την ίδια αξία. Κάθε χώρα ή οικονομική κοινότητα έχει διαφορετικούς κανονισμούς για τις ευρεσιτεχνίες οπότε δημιουργούνται εμπόδια όσον αφορά την σύγκριση των δεδομένων μεταξύ των χωρών. Ακόμη ένα μειονέκτημα αυτής της μεθόδου έχει να κάνει με το γεγονός ότι οι ευρεσιτεχνίες δεν συνδυάζονται πάντα με μια εμπορικά επιτυχημένη καινοτομία, ενώ ένα καινοτομικό προϊόν δεν μπορεί να γίνει, ή δεν γίνεται πάντα ευρεσιτεχνία (OECD, 2002).

Μέτρηση καινοτομίας με έρευνες πεδίου (Ad Hoc): Η χρήση της μεθόδου αυτής για την μέτρηση της καινοτομίας βρίσκει κυρίως εφαρμογή τα τελευταία χρόνια. Στις έρευνες που πραγματοποιούνται κατά την διαδικασία αυτή γίνεται εστίαση κυρίως στις στρατηγικές και τις πρακτικές της επιχείρησης όσον αφορά την καινοτομία (Brusoni 1998). Το Oslo manual (OECD 2005) παρουσιάζει τη δομή των επισκοπήσεων και κατευθυντήριες οδηγίες για την ανάπτυξή τους. Υπάρχουν δύο μέθοδοι μέτρησης με έρευνες πεδίου και αφορούν δύο διαφορετικές προσεγγίσεις:

- Αντικειμενική προσέγγιση (object based): παρουσιάζει αρκετές ομοιότητες με τη μέτρηση της καινοτομίας με ευρεσιτεχνίες. Εξετάζει την πρόοδο σε συγκεκριμένες τεχνολογικές καινοτομίες και χρησιμοποιεί ως δείκτες τις

αγγελίες για νέα προϊόντα ή υπηρεσίες σε εμπορικά και τεχνικά περιοδικά, τις ευρεσιτεχνίες και τις πωλήσεις από νέα προϊόντα. Το δείγμα που χρησιμοποιείται κατά την ανάλυση αυτή δεν είναι προκαθορισμένο σε αντίθεση με την ανάλυση ευρεσιτεχνιών όπου το δείγμα έχει προκαθοριστεί. Τέτοιου είδους έρευνες πεδίου μπορεί να έχουν μικρότερο εύρος δειγματοληψίας, ωστόσο καταγράφουν σε μεγαλύτερο βάθος και με πολύ περισσότερη πληροφορία το αποτέλεσμα της καινοτομίας, από την προσέγγιση μέτρησης ευρεσιτεχνιών [8].

- Υποκειμενική προσέγγιση (subject based): εξετάζει τον οργανισμό που καινοτομεί (συνήθως την επιχείρηση). Με την μέθοδο αυτή συλλέγονται πληροφορίες εισόδου της διαδικασίας της καινοτομίας. Η υποκειμενική προσέγγιση συγκριτικά με την αντικειμενική καλύπτει ένα πολύ πιο ευρύ φάσμα θεμάτων που περιλαμβάνει την επίδραση της καινοτομίας, επιτυχείς ή μη επιτυχείς δραστηριότητες και τη δομή της διαδικασίας της καινοτομίας [9].

3.1.4 Καινοτομικές επιδόσεις ελληνικών επιχειρήσεων

Έχοντας αναλύσει τους βασικούς ορισμούς για την καινοτομία, ας περάσουμε στην ανάλυση των πραγματικών επιδόσεων των ελληνικών επιχειρήσεων, όπως αυτές έχουν προκύψει από διάφορες έρευνες. Στην ενότητα αυτή αναφέρονται οι επιδόσεις της Ελλάδας στην έρευνα και καινοτομία, σε σχέση με τον υπόλοιπο ευρωπαϊκό χώρο, και ειδικότερα σε παραμέτρους που αναλύονται στο European Innovation Scoreboard και σχετίζονται με τους ανθρώπινους πόρους, τη χρηματοοικονομική υποστήριξη, τις επιχειρηματικές επενδύσεις, διασυνδέσεις και επιχειρηματικότητα, καινοτόμες επιχειρήσεις και οικονομικές επιπτώσεις.

Η συμβολή της καινοτομίας στην ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και των εθνικών οικονομιών αποτελεί βασικό στοιχείο των σύγχρονων δημόσιων οικονομικών πολιτικών στις πλέον αναπτυγμένες χώρες. Η καινοτομία, παρόλο που αποτελεί κατ' αρχήν ένα οικονομικό φαινόμενο είναι δύσκολο να περιγραφεί αποκλειστικά και μόνο με οικονομικούς όρους. Αυτό συμβαίνει γιατί το φαινόμενο έχει κοινωνικές και πολιτισμικές συνιστώσες, οι οποίες είναι δύσκολο να περιγραφούν και να επηρεαστούν από τη γνώση και τα αναλυτικά εργαλεία που έχουμε σήμερα στη διάθεσή μας. Σημαντικό στοιχείο του σημερινού προβληματισμού

αποτελούν οι επιπτώσεις της παγκόσμιας χρηματοοικονομικής κρίσης στην καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα.

Το στάδιο αξιολόγησης των καινοτομικών επιδόσεων της Ελλάδας αφορά στη σύγκριση των αποτελεσμάτων που δίνονται από τις ελληνικές επιχειρήσεις με τα αντίστοιχα των χωρών της ΕΕ27. Τα συμπεράσματα που εξάγονται κατά το στάδιο αυτό είναι σημαντικά καθώς δίνουν τη δυνατότητα αποτύπωσης των δυνατών χαρακτηριστικών, των πλεονεκτημάτων ή αδυναμιών που τυχόν εμφανίζει η καινοτομικότητα της Ελλάδας. Παρακάτω λοιπόν θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τον ευρωπαϊκό πίνακα αποτελεσμάτων για την καινοτομία και στα οποία συμπεριλαμβάνεται η Ελλάδα.

Στο πλαίσιο του European Innovation Scoreboard η μέτρηση της καινοτομικής συμπεριφοράς των οργανισμών/ επιχειρήσεων γίνεται βάσει ενός συστήματος δεικτών που έχουν αναπτυχθεί για την μέτρηση της καινοτομική επίδοσης. Η βασική λογική ωστόσο που χαρακτηρίζει τα συστήματά αυτά είναι ότι στηρίζονται στο γραμμικό υπόδειγμα της καινοτομικής διαδικασίας ή μοντέλο του αγωγού (pipeline) για την καινοτομία. Το μοντέλο pipeline περιγράφει την πορεία από τη νέα επιστημονική γνώση στην ανάπτυξη καινοτομικών προϊόντων ως μια γραμμική διαδικασία.

Με βάση τα παραπάνω για την εκτίμηση των καινοτομικών επιδόσεων μιας οικονομίας, χρησιμοποιούνται δείκτες εισροών καινοτομίας και δείκτες εισροών καινοτομίας. Στους πρώτους δείκτες, εκτιμώνται οι επιδόσεις σε παράγοντες που δυνητικά αυξάνουν την πιθανότητα εκδήλωσης καινοτομικής συμπεριφοράς από τους οργανισμούς/ επιχειρήσεις, ενώ στους δεύτερους, περιλαμβάνονται δείκτες οι οποίοι επιδιώκουν την κατά το δυνατό αποτύπωση του βαθμού αποδοτικότητας και ευστοχία μιας δραστηριότητας, με συγκεκριμένα μετρήσιμα αποτελέσματα.

Το European Innovation Scoreboard αναλύει τις καινοτομικές επιδόσεις για τις 27 χώρες της ΕΕ, ενώ προχωρά στην σύγκριση μεταξύ τους και στη σύγκριση με χώρες όπως ΗΠΑ, Καναδάς και Ιαπωνία.

Το μοντέλο της ΕΕ αποτελείται από ένα σύστημα 25 δεικτών που εντάσσονται σε 5 τομείς, οι οποίοι υιοθετούν τη λογική των εισροών και εκροών, καλύπτοντας τις βασικές διαστάσεις της καινοτομικής συμπεριφοράς. Οι τρεις πρώτοι τομείς ανήκουν

στη πλευρά των εισροών ενώ οι υπόλοιποι δύο σε εκείνη των εκροών. Ο κάθε τομέας ξεχωριστά αφορά:

- **Πρώτος:** μέτρηση οδηγών καινοτομίας (δείκτες που μετρούν χαρακτηριστικά οικονομίας σε όρους ανθρώπινου κεφαλαίου και αποθέματος γνώσης).
- **Δεύτερος:** ομάδα δεικτών εισροών (αναφέρεται σε στοιχεία που σχετίζονται με τη δημιουργία γνώσης)
- **Τρίτος:** Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα (αποτυπώνονται προσπάθειες για παραγωγή της καινοτομίας στο επίπεδο της επιχείρησης).
- **Τέταρτος:** δείκτες εφαρμογής (μετρούν επιχειρηματικές κυρίως γνώσεις)
- **Πέμπτος:** πνευματική ιδιοκτησία (δείκτες που αποδίδουν το βαθμό αποδοτικότητας και ευστοχίας μιας δραστηριότητας με συγκεκριμένα μετρήσιμα αποτελέσματα).

Τέλος, η Ευρωπαϊκή επιτροπή λαμβάνοντας υπόψη τις επιδόσεις της κάθε χώρας στους παραπάνω δείκτες έχει δημιουργήσει έναν συνθετικό δείκτη (Συνοπτικός Δείκτης Καινοτομίας, ΣΔΚ) ο οποίος ομαδοποιεί τις εξεταζόμενες χώρες με βάση τις επιδόσεις τους σε τέσσερις ομάδες:

- **Ομάδα Α:** καινοτομικοί ηγέτες (innovation leaders), με συνολικό συντελεστή κατά πολύ υψηλότερο του μέσου όρου της ΕΕ25
- **Ομάδα Β:** innovation followers. Οι χώρες αυτές έρχονται μετά τους ηγέτες ενώ ο συντελεστής τους παραμένει υψηλότερος από τον μέσο όρο της ΕΕ25.
- **Ομάδα Γ:** moderate innovators, χώρες των οποίων ο συντελεστής δεν απέχει πολύ από τον μέσο όρο της ΕΕ27.
- **Ομάδα Δ:** catching up, χώρες οι οποίες απέχουν πολύ από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο

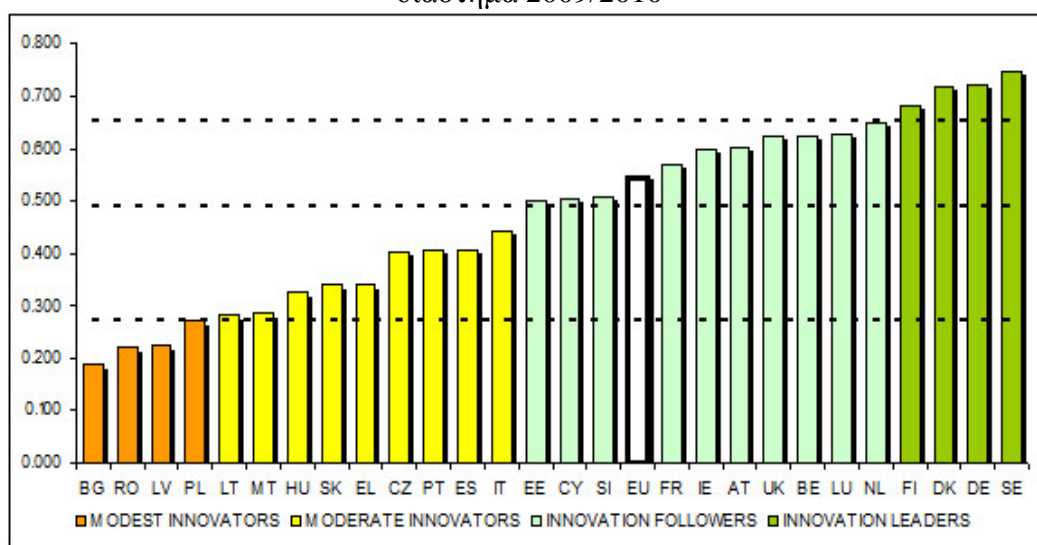
Επιδόσεις ελληνικού συστήματος καινοτομίας

Σε γενικές γραμμές, χαμηλές επιδόσεις, σε ότι αφορά την έρευνα και την καινοτομία στη χώρα μας, καταδεικνύει έκθεση του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (European Innovation Scoreboard) αναφορικά με τις προοπτικές των χωρών μελών του στους τομείς της επιστήμης, της τεχνολογίας, της καινοτομίας και

της βιομηχανίας. Το ερευνητικό σύστημα της Ελλάδας χαρακτηρίζεται στην έκθεση, ως αδύναμο και σε μεγάλο βαθμό αποσυνδεδεμένο από την εγχώρια οικονομία. Η έκθεση κατατάσσει την Ελλάδα κάτω ή πολύ κάτω από το μέσο όρο όσον αφορά στις πολιτικές της για την καινοτομία και την επιστήμη. Η εμπορική αξιοποίηση καινοτομιών στις αγορές νέων προϊόντων, μέσα από τη συνεργασία εγχώριων Πανεπιστημίων και εταιρειών, δεν αποτελεί στοιχείο της σύγχρονης στρατηγικής. Η χώρα παρουσιάζει σοβαρές αδυναμίες στο σύστημα καινοτομίας της, κάτι που δρα ανασταλτικά προκειμένου να ανακτηθεί και να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητά της.

Η Ελλάδα με βάση την ομαδοποίηση του συνοπτικού δείκτη καινοτομίας (ΣΔΚ) ανήκει στην ομάδα Γ δηλαδή τις χώρες που χαρακτηρίζονται ως moderate innovators και οι οποίες δεν απέχουν δραματικά από τον μέσο όρο της ΕΕ27. Με βάση την ευρωπαϊκή κατάταξη για το 2010 η Ελλάδα κατατάσσεται 19^η (διάγραμμα 3.1.1) ενώ στην ομάδα Γ ανήκουν ακόμα χώρες όπως η Τσεχία, η Σλοβακία, η Εσθονία, η Ουγγαρία κ.α.. Ο συνοπτικός δείκτης καινοτομίας της χώρας μας με βάση το διάγραμμα είναι περίπου 0,35 ενώ ο αντίστοιχος του μέσου όρου της ΕΕ27 είναι κοντά στο 0,65. Γίνεται εμφανές λοιπόν, ότι η επίδοση της Ελλάδας μόλις που ξεπερνά το 1/3 της επίδοσης των πρωτοπόρων χωρών της κατάταξης και το ήμισυ της μέσης κοινοτικής βαθμολογίας.

Διάγραμμα 3.1.1 Κατάταξη της ΕΕ27 βάση καινοτομικών επιδόσεων για το διάστημα 2009/2010



Πηγή: European Innovation Scoreboard 2011

Ο πίνακας 3.1.1 εμφανίζει την εξέλιξη του Δείκτη Καινοτομίας από το 2007 έως το 2011, για τη χώρα και το μέσο όρο των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παρατηρείται ότι η Ελλάδα απέχει διαχρονικά από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, παρουσιάζει διακυμάνσεις στο δείκτη, σε αντίθεση με τον ευρωπαϊκό που έχει σταθερή άνοδο, και επιδεικνύει τη μεγαλύτερη επίδοση το 2008.

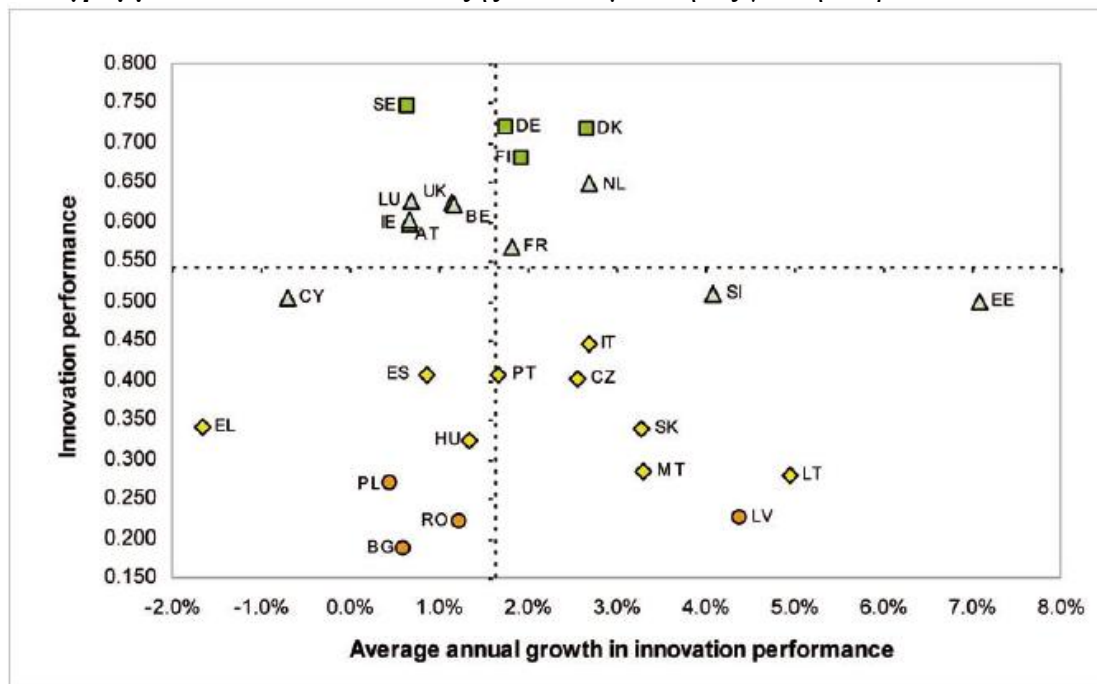
Πίνακας 3.1.1 Εξέλιξη του δείκτη καινοτομίας Summary Innovation Index (SII) του European Innovation Scoreboard

ΣΔΚ	2007	2008	2009	2010	2011
ΕΕ27	0,517	0,526	0,526	0,533	0,539
Ελλάδα	0,329	0,355	0,343	0,339	0,343

Πηγή: European Innovation Scoreboard 2011

Παρατηρείται λοιπόν ότι στη γενική κατάταξη καινοτομικών επιδόσεων η Ελλάδα βρίσκεται σε θέση που απέχει πολύ από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο ενώ ακόμη χειρότερη είναι η θέση της όσον αφορά το επίπεδο ανάπτυξης στον τομέα αυτό. Η οικονομία της χώρας μας εμφανώς επηρεασμένη από την κρίση φαίνεται ότι παρόλο το γεγονός ότι είναι πίσω στον τομέα της καινοτομίας δείχνει να έχει χάσει το βηματισμό της και στην προσπάθεια να συγκλίνει στα επίπεδα του μέσου όρου της ΕΕ27. Δηλαδή, σε αντίθεση με τα χρόνια πριν την κρίση όπου ο δείκτης καινοτομίας (ΣΔΚ) της Ελλάδας παρέμενε σταθερός δείχνοντας μικρές μεταβολές στην καινοτομική ανάπτυξη, την τετραετία που ακολούθησε μετά το 2008 τα πράγματα άλλαξαν. Σύμφωνα με το European Innovation Scoreboard 2013 για την τετραετία 2008-2012 οι μοναδικές χώρες με αρνητικό επίπεδο ανάπτυξης καινοτομικών επιδόσεων είναι η Ελλάδα και η Κύπρος (διάγραμμα 3.1.2).

Διάγραμμα 3.1.2 Επίπεδο ανάπτυξης καινοτομικότητας για την περίοδο 2008-2012



Πηγή: European Innovation Scoreboard 2011

Ο πίνακας 3.1.2 καταγράφει τις επιδόσεις της Ελλάδας σε επιμέρους συνιστώσες του Συνοπτικού Δείκτη Καινοτομίας, και δίνεται η δυνατότητα σύγκρισης με τις αντίστοιχες τιμές του Κοινοτικού μέσου όρου. Η Ελλάδα εμφανίζεται να υστερεί στους δείκτες που αναφέρονται στο εκπαιδευτικό επίπεδο του ανθρώπινου δυναμικού, εμφανίζει ωστόσο πολύ θετικές επιδόσεις (σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο) στους ρυθμούς ανάπτυξης των κατόχων διδακτορικού διπλώματος και στις επιστημονικές δημοσιεύσεις. Αρνητικό είναι το επίπεδο των δαπανών έρευνας και τεχνολογίας στο δημόσιο τομέα, όπως και σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό, αυτό των δαπανών από τις επιχειρήσεις. Ως ένα πολύ θετικό χαρακτηριστικό, η χώρα δείχνει να κυμαίνεται αυτή την περίοδο πάνω από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο στους δείκτες που αφορούν την ενδοεταιρική καινοτομικότητα των ΜΜΕ και στην συνεργασία των ΜΜΕ μεταξύ τους, παρουσιάζοντας ταυτόχρονα καλύτερους ρυθμούς ανάπτυξης. Στους τομείς των ευρεσιτεχνιών, των εμπορικών σημάτων και βιομηχανικών σχεδίων υπάρχει μεγάλη υστέρηση, ενθαρρυντική ένδειξη αποτελεί, όμως, ο πολύ μεγάλος ρυθμός ανάπτυξης των κοινοτικών βιομηχανικών σημάτων. Καλύτερες επιδόσεις προέρχονται και πάλι από τις ΜΜΕ, σε ότι αφορά στις καινοτομίες προϊόντος ή διαδικασίας, οργάνωσης ή μάρκετινγκ. Στο πεδίο των οικονομικών επιπτώσεων, οι επιδόσεις για την απασχόληση σε υπηρεσίες έντασης γνώσης, για τις εξαγωγές

μεταποίησης και υπηρεσιών έντασης γνώσης, βρίσκονται σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Τέλος, πολύ αισιόδοξες φαίνονται οι ενδείξεις για τον κύκλο εργασιών νέων καινοτομιών προς την αγορά, αφού ο δείκτης βρίσκεται πάνω από το μέσο όρο των χωρών της Ευρώπης με εντυπωσιακό ρυθμό αύξησης.

Ωστόσο, πρέπει να επισημανθεί ότι τα στοιχεία που απεικονίζονται στον ΣΔΚ 2011 μπορεί να απεικονίζουν προηγούμενες περιόδους και άρα να μην έχουν ενσωματώσει την περίοδο με τις σοβαρές επιπτώσεις της κρίσης.

Πίνακας 3.1.2 Συνοπτικός Δείκτης Καινοτομίας - Summary Innovation Index (SII) 2011 - Σημερινές Επιδόσεις & Ρυθμός Ανάπτυξης ΕΕ 27 – ΕΛΛΑΔΑ

Διάσταση	Σημερινές επιδόσεις		Ρυθμός ανάπτυξης (μεταβολή %)	
	Ε.Ε. 27	Ελλάδα	Ε.Ε. 27	Ελλάδα
Κάτοχοι διδακτορικού τίτλου ανά 1000 άτομα ηλικίας 25 – 34 ετών	1,5	0,8	2,8	3,4
Πληθυσμός με τριτοβάθμια εκπαίδευση ανά 100 άτομα ηλικίας 25 – 64 ετών	33,6	28,4	3,8	1,6
Επίπεδο Εκπαίδευσης Νέων	79,0	83,4	0,4	0,7
Διεθνείς επιστημονικές δημοσιεύσεις	301	496	6,0	5,9
Δαπάνες E&T στο δημόσιο τομέα	0,76	0,43	4,0	1,8
Δαπάνες E&T στο τομέα των επιχειρήσεων	1,23	0,17	1,3	-1,4
Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) που καινοτομούν μόνες (ενδοεταιρικά) (ως % των ΜΜΕ)	30,31	32,70	-1,3	-0,6
Καινοτόμες Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) που συνεργάζονται με άλλες (% των ΜΜΕ)	11,16	13,31	5,5	12,2
Ευρωπαϊκά Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας ανά 1 εκ. πληθυσμού	3,78	0,40	-0,8	4,9
Κοινοτικά εμπορικά σήματα (Trademarks) ανά 1 εκ. πληθυσμού	5,59	1,62	8,0	5,6
Κοινοτικά βιομηχανικά σχέδια ανά 1 εκ. πληθυσμού	4,77	0,40	1,1	31,6

MME που υιοθετούν καινοτομίες προϊόντος ή διαδικασίας (% των MME)	34,18	37,31	-0,7	1,9
MME που υιοθετούν καινοτομίες οργάνωσης ή μάρκετινγκ (% των MME)	39,09	51,29	0,6	3,0
Απασχόληση σε υπηρεσίες έντασης γνώσης (% εργατικού δυναμικού)	13,50	10,90	0,6	0,2
Εξαγωγές μέσης και υψηλής μεταποίησης (% συνολικών εξαγωγών)	48,23	28,64	0,2	0,3
Εξαγωγές υπηρεσιών έντασης γνώσης (% συνολικών εξαγωγών υπηρεσιών)	48,13	5,60	0,5	-42,0
Κύκλος εργασιών νέων προς την αγορά πωλήσεων (% του κύκλου εργασιών)	13,26	19,23	-1,2	15,1

Πηγή: Innovation Union Scoreboard 2011, ίδια επεξεργασία

Ακόμα όμως και στους δείκτες που η Ελλάδα εμφανίζεται συγκριτικά πιο ισχυρή, όπως σε δείκτες ανθρώπινου δυναμικού, επιχειρηματικών συνεργασιών και επιχειρήσεων που καινοτομούν οι «καλές» επιδόσεις» στηρίζονται στη μεταφορά τεχνολογίας και τεχνογνωσίας από το εξωτερικό, δηλαδή σε «ρηγή καινοτομία». Οι επιχειρήσεις αυτές αποκτούν καινοτομίες και τεχνογνωσία που έχει αναπτυχτεί από τρίτους (off the shelf) κυρίως με την αξιοποίηση δημόσιων επιδοτήσεων. Δυστυχώς όμως στις περισσότερες περιπτώσεις δεν προσαρμόζουν καν την αποκτηθείσα τεχνολογία στην οργάνωση και την παραγωγή τους με αποτέλεσμα να μην έχουν και τα προσδοκώμενα οφέλη στην ανάπτυξη και βιωσιμότητά τους. Η πλειονότητα των προϊόντων της ελληνικής εξαγωγικής παραγωγής θεωρούνται χαμηλής ή μεσαίας τεχνολογίας. Έτσι, τα ελληνικά προϊόντα δεν μπορούν να θεωρηθούν ανταγωνιστικά στο διεθνές περιβάλλον, ειδικά όταν πρέπει να ανταγωνιστούν χώρες χαμηλού εργατικού κόστους, ακόμα και αν απασχολούν υψηλού επιπέδου ερευνητικό δυναμικό. Ο πιο αδύναμος κρίκος της αλυσίδας του ελληνικού συστήματος καινοτομίας είναι διαχρονικά οι ίδιες οι επιχειρήσεις που στην πλειονότητά τους εξακολουθούν να βασίζονται στη μεταφορά τεχνολογίας και τεχνογνωσίας από το εξωτερικό για τον εκσυγχρονισμό και την ανάπτυξή τους.

Αναλυτικότερα η παραγωγική βάση στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από ένα μικρό αριθμό υψηλής καινοτομίας επιχειρήσεων που δεν βασίζονται στη δημόσια

χρηματοδότηση και από ένα μεγάλο πλήθος κυρίως ΜΜΕ επιχειρήσεων που αντιστέκονται στις αλλαγές. Έτσι, οι ελληνικές επιχειρήσεις παρουσιάζουν χαρακτηριστικά δυϊσμού. Από τη μία πλευρά, η πλειονότητα τους δεν μπορεί να αντεπεξέλθει στις απαιτήσεις του διεθνούς ανταγωνιστικού περιβάλλοντος και στρέφεται αποκλειστικά στην κάλυψη της εγχώριας ζήτησης με μη διεθνώς εμπορεύσιμα αγαθά και υπηρεσίες, ενώ από την άλλη υπάρχουν λίγες επιχειρήσεις που κατορθώνουν και να καινοτομήσουν και να είναι ανταγωνιστικές σε παγκόσμιο επίπεδο.

Από την άλλη πλευρά, το εθνικό σύστημα καινοτομίας της χώρας είναι εξαιρετικά κατακερματισμένο, με τους επιμέρους οργανισμούς που το συγκροτούν να κινούνται με διαφορετικές ταχύτητες, προσανατολισμούς, ικανότητες αφομοίωσης και παραγωγής καινοτομίας. Ο συντονισμός μεταξύ των διαφόρων μερών του συστήματος καινοτομίας είναι αδύναμος και η απόδοσή τους έχει σημαντικές διακυμάνσεις. Η εσωτερική δυναμική του ελληνικού συστήματος καινοτομίας προσδιορίζεται από σειρά ασυμμετριών και ανισοτήτων, που συνεπάγονται διαφορετικές ταχύτητες, επιδιώξεις και ικανότητες ανάμεσα σε περιφέρειες, τομείς της παραγωγής, μηχανισμούς πρόσβασης στην τεχνολογία.

Ασυμμετρίες παρατηρούνται μεταξύ άλλων ως προς την περιφερειακή κατανομή των πόρων και ικανοτήτων καινοτομίας. Τρεις περιφέρειες, η Αττική, η Κεντρική Μακεδονία και η Κρήτη, συγκεντρώνουν την πλειοψηφία των δραστηριοτήτων έρευνας και τεχνολογικής καινοτομίας. Ένα μεγάλο μέρος ικανοτήτων και πληθυσμού βρίσκεται ουσιαστικά εκτός της εθνικής προσπάθειας καινοτομίας λόγω έλλειψης πόρων και υποδομών στην ελληνική περιφέρεια. Αλλά ακόμη και στις τρεις καλύτερες περιφέρειες οι επιδόσεις είναι κάτω του ευρωπαϊκού μέσου όρου. Ικανοποιητική συγκέντρωση των πόρων καινοτομίας παρουσιάζεται μόνο στην περιφέρεια Αττικής.

Επίσης, όλοι οι κλάδοι της μεταποίησης έχουν τις χειρότερες επιδόσεις καινοτομίας στην ΕΕ. Στις υπηρεσίες ξεχωρίζουν θετικά οι υπηρεσίες υπολογιστών, οι επιχειρηματικές υπηρεσίες, οι μεταφορές και επικοινωνίες, που έχουν επιδόσεις κοντά και πάνω από το μ.ο. της ΕΕ. Εξαιρετική είναι η εικόνα του τομέα των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, στον οποίο η Ελλάδα έχει την καλύτερη επίδοση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Εντούτοις, οι κλάδοι με υψηλές

επιδόσεις καινοτομίας έχουν μικρή συμμετοχή στην ελληνική βιομηχανία. Οι πλέον προβληματικές πλευρές του εθνικού συστήματος καινοτομίας αφορούν στη βιομηχανία υψηλής τεχνολογίας, στις καινοτόμες επιχειρήσεις της μεταποίησης, στις πωλήσεις ριζικά νέων προϊόντων, στην προστιθέμενη αξία από τη βιομηχανία υψηλής τεχνολογίας, στην επιχειρηματική E&A, στη διαθεσιμότητα κεφαλαίων κινδύνου. Αντίθετα, οι καλύτερες πλευρές του σχετίζονται με τις υπηρεσίες, τις πωλήσεις νέων υπηρεσιών-στην επιχείρηση (καινοτομία), τις πωλήσεις νέων υπηρεσιών-στην αγορά (μεταφορά τεχνολογίας), τις υπηρεσίες υπολογιστών, τη μη τεχνολογική καινοτομία που χαρακτηρίζει τον τομέα των υπηρεσιών.

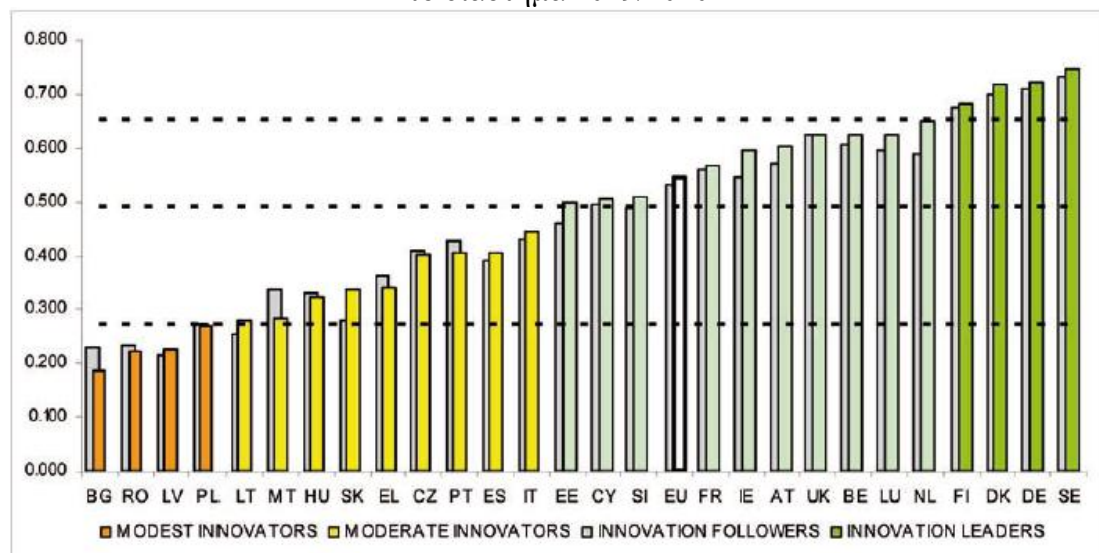
Ο ιδιωτικός τομέας υστερεί ιδιαίτερα, τόσο στην έρευνα όσο και στην ανάπτυξη καινοτομίας. Ιδιαίτερα προβληματική είναι η επίδοση της μεταποίησης. Ο δημόσιος τομέας είναι η κινητήρια δύναμη της καινοτομίας στην Ελλάδα. Σε μεγάλο βαθμό αυτή η ασυμμετρία ερμηνεύει τη συνολική αδυναμία του εθνικού συστήματος καινοτομίας και τη χαμηλή αποτελεσματικότητα των πόρων που διατίθενται.

Συνολικά, οι δαπάνες για Έρευνα και Ανάπτυξη (R&D) έχουν παραμείνει το 2012 μόλις στο 0,60% του ελληνικού ΑΕΠ, όταν ο παλαιότερος εθνικός στόχος ήταν για ποσοστό 1,5% του ΑΕΠ έως το 2020. Επιπλέον, στο σύνολο των σχετικών εγχώριων δαπανών, κυριαρχούν οι δημόσιες επενδύσεις για έρευνα και ανάπτυξη, οι οποίες όμως, παρόλα αυτά, παραμένουν πολύ χαμηλότερες από τον μέσο όρο του ΟΟΣΑ. Οι αντίστοιχες δαπάνες των ελληνικών επιχειρήσεων για R&D είναι απολύτως ανεπαρκείς, όντας οι δεύτερες χαμηλότερες μεταξύ των χωρών του ΟΟΣΑ, ενώ στον στις τελευταίες θέσεις του Οργανισμού βρίσκεται και ο αριθμός των νέων εμπορικών καινοτομικών πατεντών, είτε από ελληνικές εταιρείες είτε από ελληνικά πανεπιστήμια. Οι σχέσεις μεταξύ των Πανεπιστημίων και των ελληνικών βιομηχανιών είναι ισχνές, με τελικό αποτέλεσμα να υπάρχει, αφενός πολύ μικρή ζήτηση από τις εγχώριες εταιρείες για καινοτομική έρευνα και, αφετέρου, να υπάρχει εξίσου ανάλογα μικρή προσφορά καινοτομιών από τα ελληνικά Πανεπιστήμια. Παράλληλα, δεδομένης της επιβαρυσμένης οικονομικής κατάστασης, διαρρέουν διαρκώς νέοι επιστήμονες στο εξωτερικό, κάτι που εντείνεται διαρκώς λόγω της συνεχιζόμενης οικονομικής κρίσης. Η οικονομική κρίση οδηγεί σε περαιτέρω συρρίκνωση, τόσο των δημοσίων, όσο και των ιδιωτικών επενδύσεων για έρευνα και ανάπτυξη στην Ελλάδα, με συνέπεια πλέον τα διαρθρωτικά κεφάλαια της Ε.Ε. να

παραμένουν, ουσιαστικά, η σημαντικότερη πηγή χρηματοδότησης της εγχώριας έρευνας και καινοτομίας.

Τέλος, με βάση τις προβολές για την εικόνα που θα έχει η Ελλάδα την περίοδο που ακολουθεί μετά την κρίση και συγκεκριμένα, το 2020, σε σύγκριση με την εικόνα που παρουσίασε το 2010 θα είναι ελαφρώς θετικότερη. Οι εκτιμήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής δίνουν το ελπιδοφόρο μήνυμα ότι παρά τα εμπόδια που δημιουργεί η κρίση έως το 2020 η καινοτομικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων θα έχει πάρει θετική τροπή. Στο διάγραμμα που ακολουθεί η οικονομία της χώρας μας κατατάσσεται όπως και το 2010 στην 19^η θέση με την απόσταση από την ευρωπαϊκό μέσο όρο να είναι μικρότερη.

Διάγραμμα 3.1.3 Εκτίμηση κατάταξης της ΕΕ27 βάση καινοτομικών επιδόσεων για το διάστημα 2019/2020



Πηγή: European Innovation Scoreboard 2011

Όπως αναλύθηκε παραπάνω η καινοτομικότητα των επιχειρήσεων βελτιώνει την θέση τους στην αγορά με τα ανταγωνιστικά προϊόντα που προκύπτουν από την διαδικασία εισαγωγής καινοτομιών. Ωστόσο, τα οφέλη από το ανταγωνιστικό προϊόν είναι χαμηλά αν αυτό προσφέρεται μόνο στην εγχώρια αγορά. Η αποδοτικότητα των επιχειρήσεων κρίνεται σε μεγάλο βαθμό και από την εξωστρέφειά τους, δηλαδή από τη δυνατότητα να κάνουν εξαγωγές στο εξωτερικό.

3.2 Εξωστρέφεια

Πλήθος μελετών επιβεβαιώνουν τη συσχέτιση της καινοτομίας με την πιθανότητα πραγματοποίησης εξαγωγών αλλά και την ένταση των εξαγωγών ως επί των συνολικών πωλήσεων. Οι καινοτομικές επιχειρήσεις χρειάζεται να έχουν πρόσβαση σε διεθνείς αγορές όχι μόνο για να αυξήσουν τα έσοδα τους αλλά και για να αυξήσουν τη γνώση, τις δεξιότητες και τα δίκτυα που απαιτούνται να στήσουν προκειμένου να επιτύχουν σε μακροπρόθεσμο επίπεδο γνώση και ανταγωνιστικότητα. Όταν μιλάμε για εξαγωγές αναφερόμαστε στην αποστολή στο εξωτερικό εμπορευμάτων εγχώριων, αλλοδαπών ή μεταποιημένων (από ύλες προελεύσεως εξωτερικού) αντίστοιχη εισαγωγή συναλλάγματος ή και χωρίς αυτή (δωροδείγματα), μετά την τήρηση τελωνειακών, τραπεζικών ή άλλων διατυπώσεων και διαδικασιών [28]. Σύμφωνα μάλιστα με τον ΟΟΣΑ το 2008 η αύξηση της εξωστρέφειας κατά 10% οδήγησε σε βελτίωση του βιοτικού επιπέδου κατά 4% [51].

3.2.1 Πλεονεκτήματα εξαγωγών

Οι εξαγωγές έχουν μακροοικονομικά οφέλη, όπως π.χ.:

- Την καλύτερη χρήση των εθνικών πόρων.
- Την αύξηση της εισροής ξένου συναλλάγματος.
- Τη βελτίωση στο ισοζύγιο πληρωμών.

Μολονότι οι εξαγωγές είναι ζωτικής σημασίας για την οικονομία τα ποσοστά εξαγωγών σε αρκετές χώρες είναι χαμηλά. Λόγοι που οδηγούν σε αρνητικά αποτελέσματα έχουν να κάνουν κυρίως με αδυναμίες υποδομής (μικρό μέγεθος παραγωγής, έλλειψη εξαγωγικού στόχου), χαμηλή χρηματοδότηση (εμπόδιο για τις μικρότερες επιχειρήσεις), γεωγραφική θέση χώρας και έλλειψη ασφαλιστικών καλύψεων απέναντι στους εξαγωγείς [28].

3.2.2 Επιδόσεις ελληνικών επιχειρήσεων στις Εξαγωγές

Πίνακας 3.2.1 Εξαγωγική επίδοση ΕΕ27 ανά χώρα (αγαθά)

	Μεταβολή εξαγωγών 12/11(%)	Συνεισφορά στις εξαγωγές Ε.Ε.- 2012 (%)	Εξαγωγές % ΑΕΠ 2011	Εξαγωγές % ΑΕΠ 2012
ΕΛΛΑΔΑ	17%	1%	11%	14%
Λετονία	16%	0%	47%	49%
Λιθουανία	14%	1%	66%	70%
Σλοβακία	10%	1%	83%	89%
Ολλανδία	7%	11%	80%	85%
Πορτογαλία	6%	1%	25%	27%
Εσθονία	5%	0%	75%	74%
Πολωνία	5%	3%	37%	37%
Τσεχία	4%	3%	75%	80%
Ισπανία	4%	5%	21%	22%
Ιταλία	4%	9%	24%	25%
Κύπρος	4%	0%	7%	8%
ΜΟ Ε.Ε. - 27	3%	100%	34%	35%
Βουλγαρία	3%	0%	53%	52%
Γερμανία	3%	24%	41%	41%
Γαλλία	3%	10%	21%	22%
Βέλγιο	2%	8%	92%	92%
Δανία	2%	2%	33%	34%
Αυστρία	2%	3%	42%	42%
Ιρλανδία	1%	2%	57%	56%
Ην. Βασίλειο	1%	8%	21%	19%
Ουγγαρία	0%	2%	81%	83%
Σλοβενία	0%	1%	69%	70%
Φιλανδία	0%	1%	30%	29%
Σουηδία	0%	3%	35%	33%
Ρουμανία	-1%	1%	34%	34%
Μάλτα	-2%	0%	49%	46%
Λουξεμβούργο	-4%	0%	37%	34%

Πηγή: Eurostat/ Επεξεργασία: ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ

Οι ελληνικές επιχειρήσεις, σύμφωνα με πρόσφατη ανακοίνωση του Συνδέσμου Εξαγωγών Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ), που βασίζεται σε στοιχεία της Eurostat, για το τέλος του 2012 παρουσίασαν σημαντική ενίσχυση της εξαγωγικής τους δραστηριότητας. Συγκεκριμένα με ποσοστό 17% (πίνακας 3.2.1) και αξία 26,7 δις. ευρώ παρατηρείται πρωτιά της Ελλάδας στον ρυθμό αύξησης εξαγωγών μεταξύ των

27 χωρών της ΕΕ κερδίζοντας παράλληλα δύο θέσεις στην κατάταξη ως προς τις εξαγωγές και πλέον βρίσκεται στην 19η. Συνολικά, εκτιμάται ότι κατά τη διάρκεια της κρίσης, δηλαδή την περίοδο 2009-2012, η αξία των εξαγωγών αυξήθηκε συνολικά κατά 59%. Ακόμη, παρατηρείται αύξηση της συμμετοχής των εξαγωγών στο ΑΕΠ καθώς από 11% που ήταν το 2011 ανήλθε σε 14% το 2012. Τα τελευταία δεδομένα ωστόσο σε σύγκριση με τους μέσους όρους της ΕΕ27 είναι απογοητευτικά. Συγκεκριμένα εκτιμάται, η συνεισφορά των εξαγωγών στο ΑΕΠ των κρατών μελών της ΕΕ-27 ανέρχεται σε 35%, δηλαδή 20% υψηλότερο από το ελληνικό.

Παρομοίως θετικά εκτιμάται ότι είναι τα αποτελέσματα εξαγωγών για το 2013. Συγκεκριμένα, αναμένεται άνοδος της τάξης του 3% που μπορεί να μην είναι παρόμοια με το ιστορικό ρεκόρ που σημειώθηκε το 2012 ωστόσο δείχνει τη θετική τροχιά που έχουν πάρει οι ελληνικές επιχειρήσεις όσον αφορά τις εξαγωγές (εκτιμήσεις ΟΟΣΑ).

Πίνακας 3.2.2 Εξαγωγές ελληνικών αγαθών και υπηρεσιών ελληνικών επιχειρήσεων και μερίδιο στο ΑΕΠ για την περίοδο 2005-2009

	2005	2006	2007	2008	2009
Εξαγωγές (δισ. ευρώ)	14,73	16,43	17,14	17,33	14,39
% ΑΕΠ	7,5%	7,7%	7,5%	7,2%	6,1%
% επί των εισαγωγών	33,2%	34,2%	32,3%	29,7%	32,5%

Πηγή: ΕΣΥΕ, Επεξεργασία: ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ

Συγκρίνοντας τα παραπάνω αποτελέσματα αναφορικά με τις εξαγωγές γίνεται αντιληπτό ότι η συρρίκνωση της εγχώριας ζήτησης είχε ως αποτέλεσμα την ενίσχυση της προσπάθειας των ελληνικών επιχειρήσεων να στραφούν στις εξαγωγές για να υποκαταστήσουν τις εγχώριες απώλειες. Η οικονομική ύφεση των τελευταίων χρόνων είναι λογικό να άλλαξε σημαντικά τις ελληνικές επιχειρήσεις οδηγώντας τις σε αποσταθεροποίηση.

Όσον αφορά τα πιο εξαγώγιμα ελληνικά αγαθά για την περίοδο κατά την οποία πραγματοποιήθηκε η έρευνα των μεγαλύτερων επιχειρήσεων της χώρας, δηλαδή την περίοδο 2010-2011, ο Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων δίνει στοιχεία για τα 100 πιο εξαγώγιμα αγαθά. Παρακάτω, στον πίνακα 3.2.3 ακολουθεί παρουσίαση εκείνων που η αξία τους ξεπέρασε τα 200 εκ.ευρώ.

Πίνακας 3.2.3 Κορυφαία εξαγωγίμα προϊόντα της χώρας (σε 5ψήφια ανάλυση)

Περιγραφή προϊόντος	Αξία 2011 (εκ. ευρώ)	Μερίδιο
1.1 Ορυκτέλαια πετρελαίου	6.366,2	28,4%
2.6 Πλάκες, ταινίες και φύλλα από αργίλιο	562,5	2,5%
3.4 Εμπιστευτικά προϊόντα	530,1	2,4%
4.2 Φάρμακα	475,6	2,1%
5.3 Ψάρια νωπά/ διατηρημένα με απλή ψύξη	452,6	2,0%
7.7 Σωλήνες κάθε είδους	340,8	1,5%
8.8 Λαχανικά παρασκευασμένα/διατηρημένα	264,4	1,2%
9.9 Βερίκοκα, κεράσια και ροδάκινα	251,2	1,1%
10.5 Βαμβάκι	234,8	1,0%
11.10 Φέτα-κεφαλοτύρι	234,2	1,0%
12.12 Είδη από γουνοδέρματα	215,9	1,0%
13.11 Παρθένο ελαιόλαδο	211,1	0,9%
14.23 Κράματα αργιλίου	204,4	0,9%

Πηγή: ΕΣΥΕ-ΚΕΕΜ

Η πρωτοκαθεδρία των πετρελαιοειδών με αξία 6,366 δισεκ. ευρώ και μερίδιο στη συνολική αξία των εξαγωγών 28,4% δείχνει την ισχυρή εξάρτηση που έχει η ελληνική οικονομία από τον συγκεκριμένο κλάδο. Άλλα σημαντικά προϊόντα με μερίδιο στο σύνολο των εξαγωγών άνω του 2% είναι οι πλάκες, ταινίες και φύλλα από αργίλιο αξίας 562,5 εκ. ευρώ και μερίδιο 2,5%, τα εμπιστευτικά προϊόντα αξίας 530,1 εκ. ευρώ και μερίδιο 2,4%, τα φάρμακα αξίας 475,6 εκ. ευρώ και μερίδιο 2,1% και τα ψάρια(νωπά ή διατηρημένα με απλή ψύξη) αξίας 452,6 εκ. ευρώ και μερίδιο 2,0%.

Σε μία περαιτέρω εμβάθυνση των κλάδων προϊόντων, για τα 100 πιο εξαγωγίμα ελληνικά προϊόντα του 2011 με βάση τα δεδομένα που δίνει ο Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων έχουμε ότι ο κλάδος των τροφίμων και ποτών, με εξαγωγές συνολικής αξίας 2.587 εκ. ευρώ εκπροσωπεί το 11,52% του συνόλου των ελληνικών εξαγωγών. Η επίδοση αυτή επιτυγχάνεται με τη συμμετοχή 23 προϊόντων, εκ των οποίων τα καπνιστά ψάρια, οι φράουλες και τα εμφιαλωμένα νερά, δεν εμφανίζονταν στην αντίστοιχη λίστα του 2010.

Τη μερίδα του λέοντος, όπως έχει ήδη επισημανθεί, αποσπών τα προϊόντα πετρελαίου, με τη νέα προσθήκη της ασφάλτου, ξεπερνώντας το 28,7% της συνολικής αξίας των εξαγωγών, με την επίδοση των 6.448 εκ. ευρώ. Οι επιδόσεις των προϊόντων αργιλίου ενίσχυσαν σημαντικά τον κλάδο των βιομηχανικών δομικών υλικών, που κατατάσσεται στη δεύτερη θέση, με ποσοστό συμμετοχής 11,94% και αξία εξαγωγών 2.680 εκ. ευρώ.

Ο κλάδος των βαμβακιών το 2011 παρουσιάζει σημαντική πτώση τόσο στην συνολική αξία όσο και στο μερίδιο στο σύνολο των εξαγωγών που είχε κατά το προηγούμενο έτος. Από τα 411 εκ. ευρώ, υποχώρησαν στα 279 εκ. ευρώ, με αποτέλεσμα η συμμετοχή τους να μειωθεί από το 2,51% στο 1,24%. Ακόμη στο ίδιο πλαίσιο, κάτω από το όριο του 1 δις ευρώ (918 εκ. ευρώ), υποχώρησαν οι εξαγωγές των φαρμακευτικών-καλλυντικών-απορρυπαντικών, με αποτέλεσμα το 2011 να αντιστοιχούν στο 4,09% του συνόλου των εξαγωγών (από 6,74% το 2010). Αντίθετα, μεγάλη είναι και η αύξηση των προϊόντων ενέργειας και ειδικά του βουτανίου και της ηλεκτρικής ενέργειας, που από το 0,79% του συνόλου το 2010, απέσπασαν το 2011 το 1,19%, μετά την αύξηση των εξαγωγών τους από τα 128 εκ. ευρώ στα 267 εκ. ευρώ.

Νέες εισοδοι στον TOP 100 σημειώνονται για τα πλατέα προϊόντα έλασης σιδήρου, για είδη χοντροσύρματος, για ράβδους χαλκού και σωλήνες μη κυκλικής τομής. Αξιοσημείωτη είναι η είσοδος στη σχετική κατάταξη των συσκευών μετάδοσης ήχου, εικόνας και δεδομένων, αλλά και των μερών αυτών των συσκευών, που αποτελούν εξαγωγές έντασης τεχνολογίας.

Τέλος, αναφορικά με τους κυριότερους προορισμούς των εξαγωγικών αγαθών της Ελλάδας βλέπουμε στον πίνακα 3.2.4 ότι με εξαίρεση την Τουρκία και τις ΗΠΑ οι υπόλοιπες χώρες που ανήκουν στο TOP 10 της συγκεκριμένης κατηγορίας είναι χώρες της ΕΕ27.

Πίνακας 3.2.4 10 κυριότεροι εξαγωγικοί προορισμοί για το 2011

	Χώρα	Αξία σε εκ. ευρώ	Μερίδιο
1	Ιταλία	1963,349	12,1%
2	Γερμανία	1754,202	10,8%
3	Βουλγαρία	1111,491	6,9%
4	Κύπρος	1050,375	6,5%
5	Ην. Βασίλειο	790,129	4,9%
6	Τουρκία	681,059	4,2%
7	Γαλλία	631,010	3,9%
8	Ρουμανία	602,533	3,7%
9	ΗΠΑ	526,947	3,3%
10	Ολλανδία	456,098	2,8%

Πηγή: ΕΣΥΕ-ΚΕΕΜ

Η Γερμανία για την πενταετία πριν το 2011 κρατούσε τα σκήπτρα για τις περισσότερες αγορές ελληνικών προϊόντων. Ωστόσο, τα πράγματα φαίνεται να αλλάζουν πλέον, αφού η Ιταλία με αγορές αξίας 1,96 δισεκ. ευρώ και μερίδιο 12,1%³ στις ελληνικές εξαγωγές γίνεται ο σημαντικότερος αγοραστής. Η Γερμανία μολονότι έχασε την πρωτιά, συνεχίζει να αγοράζει πολλά ελληνικά προϊόντα με συνολική αξία για το 2011 τα 1,75 δισεκ. ευρώ και μερίδιο 10,8%. Παρόμοια με την Γερμανία, η Κύπρος χάνει μια θέση σε σχέση με το 2010 αφού από 3^{ος} σημαντικότερος προορισμός που ήταν το 2010 γίνεται 4^{ος} το 2011, πράγμα που ίσως να δικαιολογείται από την ισχυρή οικονομική ύφεση της χώρας. Ακόμη, χώρα που κάνει την εμφάνισή της για πρώτη φορά στο TOP 10 μεγαλύτερων αγοραστών είναι η Ολλανδία που κατατάσσεται 10^η με αγορές συνολικής αξίας 456,098 εκ. ευρώ και μερίδιο 2,8%.

Υπάρχει ένας σημαντικός παράγοντας που καθορίζει την δυνατότητα των επιχειρήσεων να κάνουν εξαγωγές. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις έχουν μεγαλύτερη ευχέρεια να κάνουν εξαγωγές από τις μικρότερες κι έτσι συμπεραίνεται ότι το μέγεθος καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την εξαγωγικότητά τους. Επιπλέον, το μέγεθος έχει θετική επιρροή σε διάφορους άλλους τομείς της επιχείρησης.

³ Το μερίδιο των ελληνικών εξαγωγών για την Ιταλία για το 2010 ήταν 10,9% και η αξία τους 1,56 δισεκ.ευρώ.

3.3 Μέγεθος επιχείρησης

Το μέγεθος της επιχείρησης σύμφωνα με την βιβλιογραφία αποτελεί ίσως την πιο σημαντική μεταβλητή αναφορικά με την συσχέτισή της με την κερδοφορία μιας επιχείρησης. Οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι πιο πιθανό να εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες που προσφέρει μια οικονομία και να απολαμβάνουν μεγαλύτερη διαπραγματευτική ισχύ απέναντι στους πελάτες και τους προμηθευτές τους (Serrasqueiro και Nunes 2008). Επιπλέον, οι μεγάλες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν χαμηλότερες δυσκολίες όταν πρόκειται να αναζητήσουν δάνεια για νέες επενδύσεις, έχουν συνήθως πιο εξειδικευμένο προσωπικό και μπορούν να διαφοροποιούν την στρατηγική τους. Από την άλλη, οι μικρές επιχειρήσεις παρουσιάζουν ορισμένα χαρακτηριστικά που τους επιτρέπουν να αντισταθμίσουν τα μειονεκτήματα που προκύπτουν από το μέγεθός τους. Προβλήματα που αντιμετωπίζει η ηγεσία σχετικά την οργάνωση δεν αγγίζουν τις μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες είναι πιο ευέλικτες όσον αφορά τις ιεραρχικές δομές με αποτέλεσμα να αλλάζουν ευκολότερα περιβάλλον σε περίπτωση που κρίνεται αναγκαίο για την βιωσιμότητά τους (Yang και Chen 2009).

3.3.1 Θεωρίες των επιχειρήσεων

Το να επικεντρώνεσαι στις επιχειρηματικές θεωρίες αντί να προσπαθείς να εξηγήσεις τους λόγους που παρουσιάζονται διαφορές στις επιδόσεις δίνει μια πιο ευρεία αντιμετώπιση του ζητήματος. Έτσι, θα παρουσιαστεί ένα συμπυκνωμένο θεωρητικό υπόβαθρο σχετικά με το ζήτημα αποδοτικότητα-μέγεθος. Ο Johnsson διακρίνει τρεις κατηγορίες θεωριών που υποστηρίζουν ότι το μέγεθος είναι σημαντικό:

- Θεωρία εντολέα-εντολοδόχου, υποστηρίζει ότι ο διαχωρισμός της εταιρικής ιδιοκτησίας και ελέγχου οδηγεί σε ιδιοτελείς ενέργειες από τους υπεύθυνους διοίκησης ο οποίοι μπορεί να διευρύνουν τα δικά τους οφέλη, όπως περισσότερο κύρος και καλύτερες αμοιβές.
- Θεωρίες στρατηγικής. Οι ιδέες του Porter για τρεις γενικές στρατηγικές που οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν (για να επιτύχουν γενικό κόστος ηγεσίας ή διαφοροποίηση προϊόντων) και οι οποίες αποτελούν ένα χρήσιμο σημείο εκκίνησης κατά την εξέταση των στρατηγικών επιλογών.

- Θεσμική θεωρία. Υποστηρίζει ότι οι οργανισμοί/ επιχειρήσεις επιδιώκουν να συμπεριφέρονται με τρόπους που δεν θα οδηγήσουν στην αντίληψη ότι είναι διαφορετικές, και κατά συνέπεια να γίνονται αντικείμενο επικρίσεων. Ως εκ τούτου, οι επιχειρήσεις σταδιακά θα παρουσιάζουν παρόμοια συμπεριφορά και θα υιοθετούν ‘‘νομιμοποιημένες’’ επιχειρηματικά προσεγγίσεις. Η δεδομένη έννοια της επιχειρηματικής ανάπτυξης και ‘‘ότι το μεγαλύτερο είναι καλύτερο από το μικρότερο’’ είναι ενσωματωμένα στο θεσμικό περιβάλλον των οργανισμών/ επιχειρήσεων με αποτέλεσμα η πίεση να τις αναγκάσει να συμμορφώνονται σε αυτό το πλαίσιο.

Ο You (1995) στην μελέτη του προσφέρει μια επισκόπηση θεωριών για τους καθοριστικούς παράγοντες του μεγέθους της επιχείρησης και της διανομής των εταιρικών μεγεθών, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στις μικρές επιχειρήσεις δίνοντας τέσσερις προσεγγίσεις:

- Συμβατική μακροοικονομική προσέγγιση (ή τεχνολογική προσέγγιση) κατά την οποία το μέγεθος της επιχείρησης καθορίζεται από τεχνική αποδοτικότητα και αποδοτικότητα κατανομής.
- Προσέγγιση του κόστους συναλλαγής (ή θεσμική προσέγγιση) κατά την οποία το μέγεθος της επιχείρησης καθορίζεται από την αποτελεσματικότητα του κόστους συναλλαγής.
- Προσέγγιση της βιομηχανικής οργάνωσης στην οποία το μέγεθος της επιχείρησης και η διανομή της (διάρθρωση αγοράς) καθορίζεται από την ισχύ που έχει στην αγορά.
- Η τέταρτη προσέγγιση είναι εκείνη των δυναμικών μοντέλων κατανομής του μεγέθους των επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένων των στοχαστικών μοντέλων, μοντέλων κύκλου ζωής και εξελεγκτικών μοντέλων.

Παρόμοιες προσεγγίσεις επιχειρηματικών θεωριών παρουσιάζονται σε μελέτη των Bauman και Kaen (2003). Τις θεωρίες αυτές τις διακρίνουν σε τεχνολογικές, οργανωτικές και θεσμικές:

- Τεχνολογικές θεωρίες, επικεντρώνονται στην διαδικασία της παραγωγής τονίζοντας το φυσικό κεφάλαιο, τις οικονομίες κλίμακας και φασμάτων όπως

οι μεταβλητές που καθορίζουν το βέλτιστο μέγεθος της επιχείρησης σιωπηρά αποβλέποντας στην κερδοφορία.

- Οργανωτικές θεωρίες, δένουν την κερδοφορία και το μέγεθος με οργανωτικά κόστη συναλλαγών, κόστη ηγεσίας και το εύρος του κόστους ελέγχου.
- Θεσμικές θεωρίες, συνδέουν το μέγεθος της επιχείρησης με μεταβλητές όπως νομικά συστήματα, ρύθμιση μονοπωλίων, προστασία ευρεσιτεχνιών, μέγεθος αγοράς και ανάπτυξη χρηματοπιστωτικών αγορών.

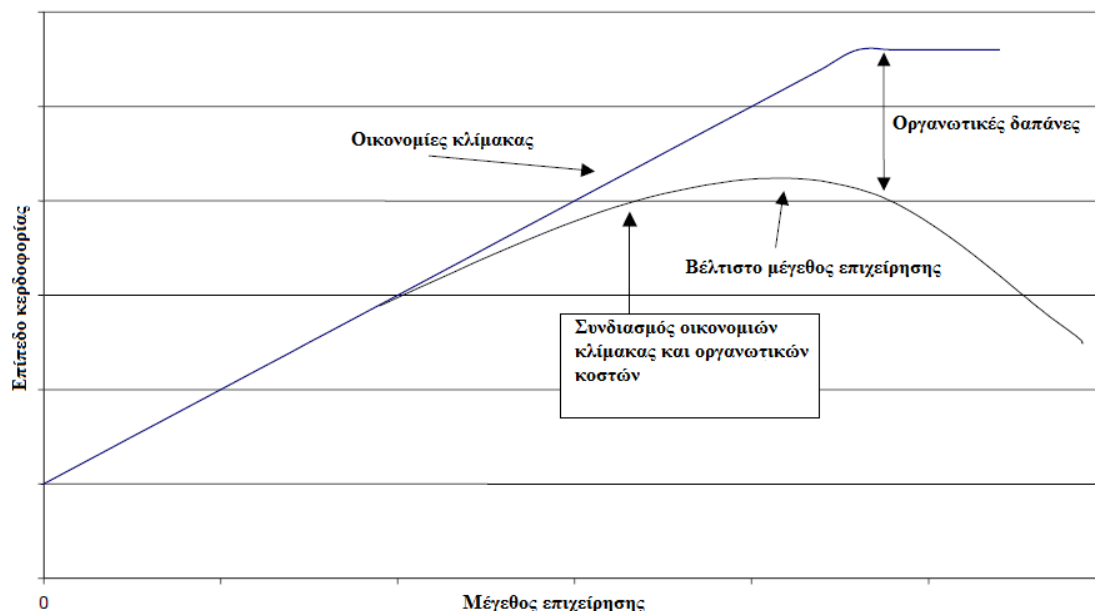
3.3.2 Θεωρητικές επιπτώσεις σύνδεσης μεγέθους επιχείρησης και κερδοφορίας

Το βασικό συμπέρασμα που προκύπτει από τον συνδυασμό τεχνολογικών-οργανωτικών θεωριών όσον αφορά τα κόστη συναλλαγής και αντιπροσώπευσης σε σχέση με το μέγεθος της επιχείρησης για μια συγκεκριμένη βιομηχανία και ένα συγκεκριμένο θεσμικό περιβάλλον, το μέγεθος της επιχείρησης και η κερδοφορία μπορεί να συνδέονται με βάση τις οικονομίες κλίμακας, τα κόστη συναλλαγών και τα κόστη αντιπροσώπευσης. Αναλυτικά, ακολουθεί παρακάτω η συγκεκριμένη θεωρία:

Δια μέσου ενός συγκεκριμένου εύρους, οι οικονομίες κλίμακας οδηγούν σε χαμηλότερο μέσο κόστος ανά μονάδα. Τα οφέλη από αυτά τα χαμηλά κόστη μπορούν να διανεμηθούν ανάμεσα σε όλους συντελεστές της επιχείρησης, ή δια μέσου ανταγωνιστικών πιέσεων, να οδηγήσουν σε χαμηλότερα κόστη προϊόντος. Ας εξερευνήσουμε το ζήτημα από την πλευρά των ανταγωνιστικών αγορών όπου τα κόστη που εξοικονομούνται παραπάνω έχουν αντίκτυπο τους πελάτες προσφέροντάς τους προϊόντα σε χαμηλότερες τιμές. Καταρχάς, χαμηλότερο κόστος παραγωγής μπορεί να οδηγήσει σε φθηνότερο τελικό προϊόν. Αν τα κόστη των μονάδων είναι φθίνουσα συνάρτηση του μεγέθους της επιχείρησης και το προϊόν των μικρών επιχειρήσεων είναι πανομοιότυπο με εκείνο των μεγάλων, τότε οι μικρές είναι αναγκασμένες να χρεώνουν παρόμοια (ή χαμηλότερα) από ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτό, τις οδηγεί σε χαμηλότερο κέρδος ανά μονάδα και χαμηλότερη απόδοση των επενδύσεων. Εναλλακτικά, στο σημείο όπου οι οικονομίες κλίμακας δεν θα υπήρχαν, τα μέσα κόστη μονάδων δεν θα σχετίζονταν με τα μεγέθη των επιχειρήσεων. Τότε, θα μπορούσαμε να παρατηρήσουμε, για παράδειγμα, μεσαίες και

μεγάλες επιχειρήσεις ισοδύναμα κερδοφόρες, όπως φαίνεται στο διάγραμμα στο σημείο όπου το γράφημα για τις οικονομίες κλίμακας γίνεται επίπεδο [43].

Διάγραμμα 3.3.1 Προβλεπόμενη συσχέτιση κερδοφορίας-μεγέθους



Πηγή: Fred R. Kaen, "Firm Size, Employees and Profitability in U.S. Manufacturing Industries"

Εν συνεχεία των παραπάνω ακολουθούν η συναλλαγή, η αντιπροσώπευση και το εύρος του κόστους των ελέγχων, ή αλλιώς οργανωτικές δαπάνες. Όσο μια επιχείρηση μεγαλώνει οι δαπάνες αυτές αυξάνονται και αντισταθμίζουν τις οικονομίες κλίμακας. Στο διάγραμμα 3.3.1 έχει σχεδιαστεί το γράφημα που απεικονίζει τον συμβιβασμό αυτό. Η διαφορά της γραμμής αυτής με την αντίστοιχη των οικονομιών κλίμακας ονομάζεται οργανωτικές δαπάνες. Στο σημείο όπου οι οικονομίες κλίμακας σταθεροποιούνται, η μεγέθυνση της επιχείρησης οδηγεί σε ακόμη υψηλότερες οργανωτικές δαπάνες και κόστη μονάδων. Οπότε, η συνολική κερδοφορία ελαττώνεται. Δηλαδή, στην ουσία, αυτές οι οργανωτικές δαπάνες θέτουν όρια όσον αφορά στο πόσο μπορεί μια επιχείρηση να μεγαλώσει σε μια ανταγωνιστική αγορά όπου η διοίκηση της επιχείρησης έχει οργανωθεί με απώτερο στόχο την μεγιστοποίηση του κέρδους του ιδιοκτήτη.

Λαμβάνοντας υπόψη επιπλέον τους κρίσιμους πόρους και τις θεωρίες ικανοτήτων περιπλέκει τις παραπάνω υποθέσεις. Οι κρίσιμοι πόροι και οι θεωρίες ικανοτήτων θέτουν όρια στο μέγεθος της επιχείρησης είτε άμεσα είτε έμμεσα διαμέσου του μεγέθους αγοράς για τα αγαθά και τις υπηρεσίες των επιχειρήσεων. Οι θεωρίες ικανοτήτων, κατά κύρια βάση, θέτουν ένα πρόβλημα διότι τα υπάρχοντα των

επιχειρήσεων που εντάσσονται στις θεωρίες αυτές μπορεί να είναι διαφορετικά μέσα παραγωγής –οι λειτουργίες παραγωγής των τεχνολογικών θεωριών. Επιπλέον, η υπέρθεση μιας θεωρίας ικανότητας σε μία τεχνολογική θεωρία μπορεί και να οδηγήσει σε πρόβλεψη ότι το μέγεθος και η κερδοφορία δεν είναι αρνητικά συσχετισμένες. Δηλαδή, είναι πιθανό να μην υπάρχει σημαντική συσχέτιση.

Για τις επιχειρήσεις που έχουν “μυστικές” ικανότητες και για το αν επιβαρύνονται με κόστη συναλλαγών ή κόστη αντιπροσώπευσης όσο μεγαλώνουν σε μέγεθος είναι άλλο ζήτημα. Αν αυτό συμβαίνει, το μέγεθος και η κερδοφορία είναι αρνητικά συσχετισμένες. Αν όχι, πάλι δεν υπάρχει καμία συσχέτιση.

Συμπερασματικά, όσον αφορά το μέγεθος και την κερδοφορία οδηγούμαστε στο εξής:

Είτε η κερδοφορία αυξάνεται και στην συνέχεια σε κάποιο σημείο σταθεροποιείται, είτε μειώνεται εξαρτώμενη από την αύξηση του μεγέθους, είτε καμία συσχέτιση δεν υπάρχει ανάμεσα σε κερδοφορία και μέγεθος επιχείρησης.

3.3.3 Πώς μετράμε το μέγεθος των επιχειρήσεων;

Το μέγεθος σύμφωνα με τους Kumar, Rajan και Zingales (2001) μπορεί να υπολογιστεί με βάση διάφορους τρόπους και συγκεκριμένα λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως: σύνολο ενεργητικού, πωλήσεις, προσωπικό και προστιθέμενη αξία. Οι τεχνολογικές θεωρίες των επιχειρήσεων οι οποίες επικεντρώνονται στις οικονομίες κλίμακας που προκύπτουν από εισροές κεφαλαίων θα διαφωνούσαν με τη χρήση του ενεργητικού και των πωλήσεων για την μέτρηση του μεγέθους. Επιπλέον για τις οργανωτικές θεωρίες, το ενεργητικό και οι πωλήσεις δεν αποτελούν σωστό τρόπο μέτρησης. Οπότε, η προστιθέμενη αξία και ο αριθμός των εργαζομένων αποτελούν τους βασικούς υποψήφιους για την μέτρηση του μεγέθους.

Η προστιθέμενη αξία ωστόσο λόγω τεχνικών αδυναμιών αποφεύγεται πολλές φορές. Το βασικό μειονέκτημά της είναι ότι μετριέται δύσκολα με αποτέλεσμα να οδηγούμαστε στο υποκατάστατό του που είναι το προσωπικό. Ένας άλλος λόγος που χρησιμοποιείται ο αριθμός των εργαζομένων για την μέτρηση του μεγέθους της επιχείρησης είναι ότι οι δαπάνες για συντονισμό και έλεγχο συνδέονται ισχυρά με την

προστιθέμενη αξία ανά απασχολούμενο και τον αριθμό των απασχολουμένων. Τελικά, οι θεωρίες των κρίσιμων πόρων που προβλέπουν ότι οι επιχειρηματίες θέλουν να εμποδίσουν την διαρροή μυστικών από την επιχείρηση με μια έννοια υποστηρίζουν ότι όσο μεγαλύτερος ο αριθμός των απασχολουμένων τόσο πιο πιθανό να διαρρεύσουν τα μυστικά. Έτσι, ο βασικός τρόπος μέτρησης του μεγέθους είναι ο αριθμός του προσωπικού.

Τέλος, διάφορες εμπειρικές μετρήσεις έχουν πραγματοποιηθεί για την ανεύρεση συσχέτισης μεταξύ μεγέθους και οικονομικής αποδοτικότητας. Στο σύνολό τους οι έρευνες αυτές δεν έχουν δείξει ξεκάθαρα αποτελέσματα σχετικά με τη συσχέτιση της κερδοφορίας με το μέγεθος, παρουσιάζοντας και θετική και αρνητική συγγένεια. Οι Yang και Chen (2009) σύγκριναν την τεχνική αποδοτικότητα των ΜΜΕ με εκείνη των μεγάλων επιχειρήσεων και δεν κατέληξαν σε σαφή συμπεράσματα για την συσχέτιση επιλέγοντας διάφορες μεθόδους εκτίμησης. Σε μια μελέτη των Πορτογαλικών επιχειρήσεων από τους Serrasqueiro και Nunes 2008 βρέθηκε ότι το μέγεθος συσχετίζεται θετικά με την οικονομική αποδοτικότητα μόνο για τις ΜΜΕ και όχι για τις μεγάλες επιχειρήσεις. Χρησιμοποιώντας, ένα δείγμα από 1020 Ινδικές επιχειρήσεις ο Majumdar (1997) εξερεύνησε την επιρροή που έχει το μέγεθος στην κερδοφορία και την παραγωγικότητα. Τα αποτελέσματα που βρήκε αφού χρησιμοποίησε και διάφορους άλλους παράγοντες που θεωρητικά επηρεάζουν την αποδοτικότητα έδειξαν ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι λιγότερο παραγωγικές αλλά περισσότερο κερδοφόρες.

Ο Lee (2009) έλεγξε τον ρόλο που έχει το μέγεθος επί της κερδοφορίας αναλύοντας 7000 επιχειρήσεις που ανήκουν στο χρηματιστήριο των ΗΠΑ. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το απόλυτο μέγεθος των επιχειρήσεων παίζει σημαντικό ρόλο στην επεξήγηση της κερδοφορίας. Ωστόσο, η συσχέτιση αυτή δεν ήταν γραμμική υποδεικνύοντας ότι τα ευρήματα έχασαν την σημαντικότητά τους στις μεγάλες επιχειρήσεις. Οι Amato και Burson (2009) ερεύνησαν την σχέση μέγεθος-κερδοφορίας για επιχειρήσεις που ασχολούνται με χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες. Με βάση την γραμμική σχέση βρέθηκε αρνητική επιρροή του μεγέθους, παρόλα αυτά αυτή η συσχέτιση δεν ήταν σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας.

Οι μελέτες αυτές δείχνουν μπορεί να υπάρξει συσχέτιση ανάμεσα στο μέγεθος και την κερδοφορία ωστόσο να μην είναι απαραίτητα γραμμική.

3.4 Επίπεδο εκπαίδευσης προσωπικού και εμπειρία στην επιχείρηση

Ένας άλλος παράγοντας που έχει μεγάλη σημασία στην αποδοτικότητα των επιχειρήσεων είναι αυτός που αφορά την μόρφωση και την πείρα που έχει το προσωπικό της εκάστοτε επιχείρησης/ οργανισμού.

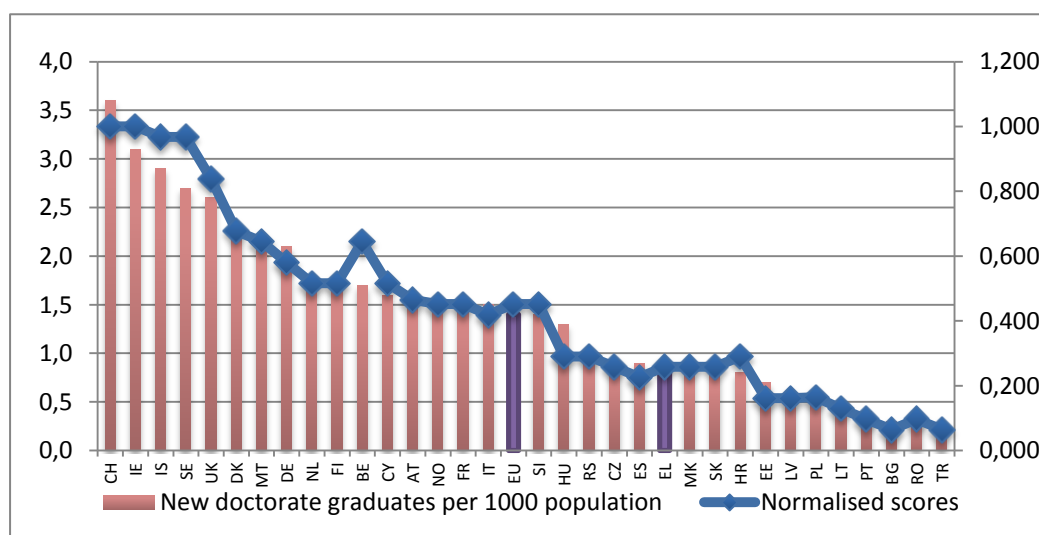
Για την επαγγελματική εμπειρία των στελεχών των επιχειρήσεων και την επιρροή που έχει στην αποδοτικότητα μπορούμε να βρούμε άπειρες βιβλιογραφικές πηγές. Σύμφωνα με τον Cant και Toohey (2003) ο παράγοντας πείρα έχει χαρακτηριστεί ως πολύ σημαντικός και επηρεάζει σημαντικά την λειτουργία των επιχειρήσεων. Ο Toohey (2009) θεωρεί ότι υπάρχουν διάφορες μορφές εμπειριών (π.χ. προϋπηρεσία, χρόνια παραμονής στην επιχείρηση κ.λπ.) και ότι όσο μεγαλύτερο εύρος λαμβάνεται υπόψη από τον εργοδότη κατά την αξιολόγηση του προσωπικού τόσο πιο πιθανή η επιτυχία της επιχείρησης. Οι Wanigasekara και Surangi (2011) μας πληροφορούν ότι πολλοί αναλυτές έχουν εντοπίσει ισχυρή συσχέτιση ανάμεσα στην επιχειρηματική επιτυχία, την εμπειρία του ανθρώπινου δυναμικού και το επίπεδο εκπαίδευσης. Συγκεκριμένα για τις ΜΜΕ, ο Thapa (2007) εντόπισε σε μελέτη ότι υπάρχει θετική συσχέτιση ανάμεσα στο επίπεδο εκπαίδευσης και την επιχειρηματική κερδοφορία. Ακόμη, η πιθανότητα της αποτυχίας βρέθηκε να σχετίζεται με την εμπειρία και το επίπεδο εκπαίδευσης του μάνατζερ ή ιδιοκτήτη της επιχείρησης. Για παράδειγμα, επενδύσεις όπου οι ιδιοκτήτες είχαν πάνω από 10 εργασιακή εμπειρία και/ή 4 ή παραπάνω χρόνια ανώτατων σπουδών βρέθηκε ότι είχαν χαμηλή πιθανότητα να αποτύχουν[31].

Υπάρχουν ωστόσο και ορισμένες έρευνες που δείχνουν ότι οι δεξιότητες που έχει αποκτήσει το προσωπικό από την εκπαίδευση ή την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία (Khan και Butt 2002). Βρέθηκε σε έρευνα ότι υπάρχει αρνητική συσχέτιση ανάμεσα σε αυτές τις δεξιότητες και την επιτυχία της επένδυσης και αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι η κάθε εταιρεία έχει τις δικές τις ιδιαιτερότητες και έτσι οι προηγούμενες γνώσεις να μην ανταποκρίνονται σε αυτές και παράδειγμα να δρουν αρνητικά στην προσπάθεια που γίνεται να ληφθούν οι νέες.

3.4.1 Ελληνικό ανθρώπινο δυναμικό και επίπεδο εκπαίδευσης

Σύμφωνα με το Innovation Union Scoreboard για το 2011 οι νέοι κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος της ηλικιακής ομάδας 25-34 ετών στην Ελλάδα είναι λιγότεροι από τον μέσο όρο της ΕΕ27 (διάγραμμα 3.4.1). Συγκεκριμένα, βρίσκεται στην 22η θέση όσον αφορά τους κατόχους διδακτορικού καθώς ανά 1000 άτομα πληθυσμού λιγότερο από ένας διαθέτει αυτό το επίπεδο εκπαίδευσης ενώ αντίστοιχος μέσος όρος είναι στο 1,5. Θετικότερη φαίνεται να είναι η εικόνα για την τελευταία πενταετία όπου σύμφωνα με τις ίδιες πηγές η Ελλάδα τρέχει με καλύτερους ρυθμούς ανάπτυξης που ευδοκιμούν την παρουσία διδακτορικού από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο.

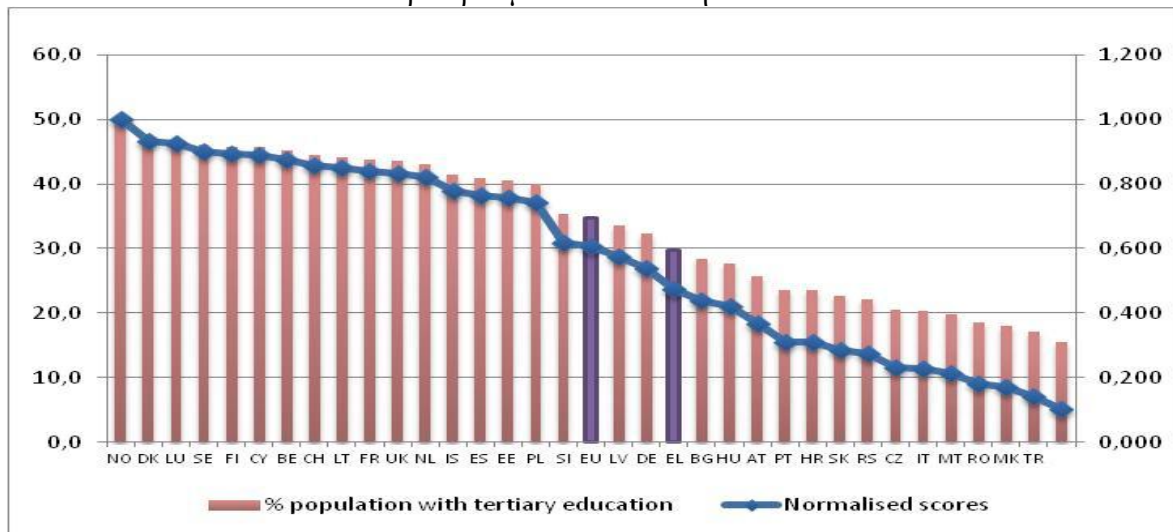
Διάγραμμα 3.4.1 Αριθμός νέων κάτοχων διδακτορικού διπλώματος ανά 1000 άτομα πληθυσμού ηλικίας 25-34 ετών.



Πηγή: Innovation Union Scoreboard,2009

Για την τριτοβάθμια εκπαίδευση οι επιδόσεις της Ελλάδας είναι οριακά καλύτερες από εκείνες του διδακτορικού (διάγραμμα 3.4.2). Συγκεκριμένα, για την ηλικιακή ομάδα 30-34 ετών το πληθυσμού που έχει ολοκληρώσει τριτοβάθμια εκπαίδευση (ΑΕΙ, ΤΕΙ κλπ) η χώρα μας κατατάσσεται 20η στην ΕΕ27 όπου το 30% της ηλικιακής ομάδας αυτής κατέχει αντίστοιχο δίπλωμα. Το αντίστοιχο ποσοστό για την ΕΕ27 είναι κοντά στο 33% ενώ υπάρχουν χώρες με πάνω από 45% της συγκεκριμένης ηλικιακής ομάδας να έχει δίπλωμα τριτοβάθμιας αποδεικνύοντας ότι υπάρχει αρκετός χώρος για βελτίωση στα ποσοστά αυτά.

Διάγραμμα 3.4.2 Πληθυσμός ηλικίας 30-34 ετών που έχει ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση.



Πηγή: Innovation Union Scoreboard, 2010

Μολονότι όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης του ελληνικού εργατικού δυναμικού τα δείγματα δεν απέχουν πολύ από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο όσον αφορά το εκπαιδευτικό σύστημα παρατηρούνται σημαντικές αδυναμίες. Στην Ελλάδα, φαίνεται να γίνεται εστίαση περισσότερο στη μεταφορά αποσπασματικής, εδραιωμένης γνώσης και στην πλήρη τήρηση του περιεχομένου των προγραμμάτων σπουδών, ενώ δίνεται λιγότερη έμφαση στη διαδικασία εκμάθησης και στη δημιουργία νέας γνώσης. Συνεπώς, το εκπαιδευτικό σύστημα βρίσκεται συχνά σε απόσταση από την πρακτική εφαρμογή, επιμένοντας περισσότερο σε θεωρητική προετοιμασία των νέων παρά σε άμεση πρακτική επιμόρφωσή τους. Το γεγονός αυτό αντανακλάται στη μη ετοιμότητα των αποφοίτων της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του εργασιακού περιβάλλοντος.

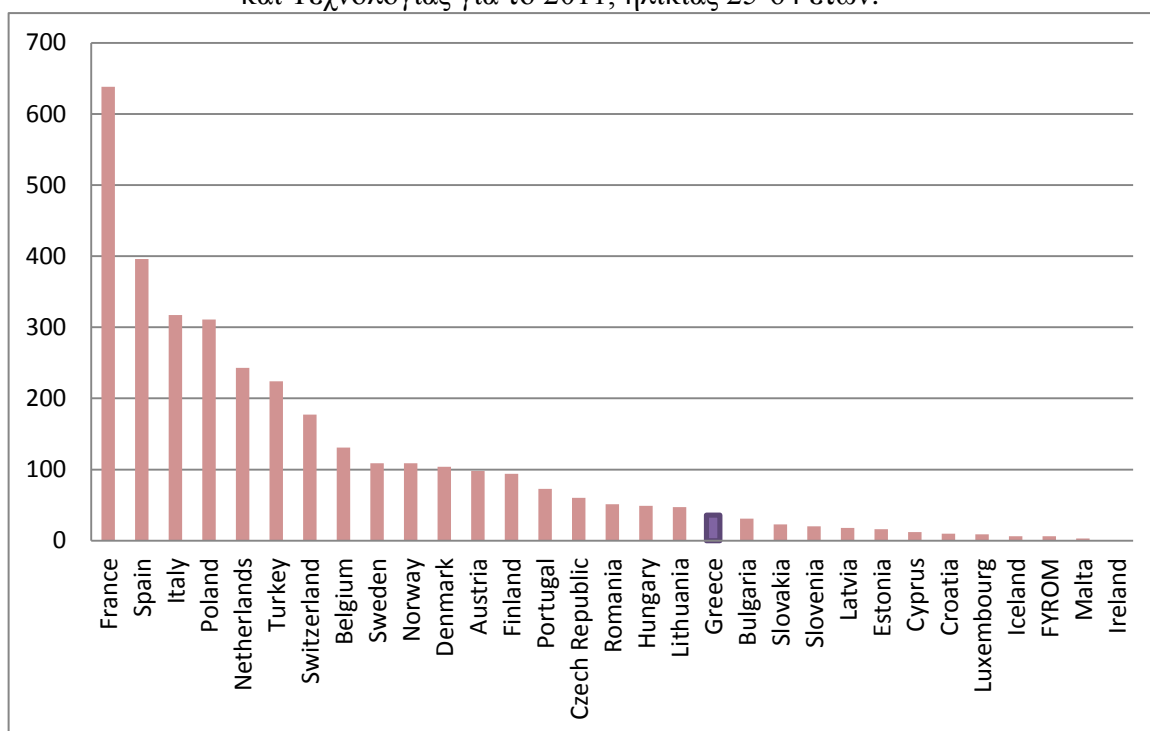
3.4.2 Ελληνικό ανθρώπινο δυναμικό και κινητικότητα

Εκτός των αδυναμιών που παρουσιάζονται στο εκπαιδευτικό σύστημα σε έναν άλλο παράγοντα όπως αυτόν της κινητικότητας εμφανίζονται εξίσου αδυναμίες. Η κινητικότητα εργασίας δείχνει τον βαθμό στον οποίο οι απασχολούμενοι έχουν τη δυνατότητα ή είναι πρόθυμοι να μετακινηθούν μεταξύ διαφορετικών θέσεων εργασίας, οργανισμών και διαφορετικών περιοχών. Η κινητικότητα εργασίας αποτελεί ένα κρίσιμο μέσο για την αποτελεσματική κατανομή των παραγωγικών πόρων, καθώς χωρίς αυτήν περιορίζεται αναδιάρθρωση των επιχειρήσεων και η

περαιτέρω ανάπτυξή τους. Επίσης, η απουσία κινητικότητας στην εργασία παρεμποδίζει την ανακατανομή των πόρων από τους κλάδους που έχουν φθίνουσα πορεία στους αναπτυσσόμενους κλάδους και αυτό ως ακολούθως μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες για την οικονομική επίδοση.

Με βάση τα στοιχεία που δίνει έκθεση της Eurostat (2011) η Ελλάδα κατατάσσεται 19η όσο αφορά την μετακίνηση των εργαζομένων από εργασία σε εργασία (job-to-job) ηλικιακής ομάδας 25-64 ετών (διάγραμμα 3.4.3). Γενικά, ο βαθμός κινητικότητας εργασίας έχει ένα άριστο σημείο σύμφωνα με τη βιβλιογραφία και η απουσία κινητικότητας εργασίας αποτελεί σημαντικό εμπόδιο για την προσαρμογή στις διαρθρωτικές μεταβολές. Σύμφωνα με εμπειρικές μελέτες η σχέση μεταξύ κινητικότητας εργασίας και οικονομικής ανάπτυξης πιθανότατα έχει μορφή ανεστραμμένου U όπου τα πολύ χαμηλά επίπεδα κινητικότητας αλλά και τα πολύ υψηλά επίπεδα δρουν περιοριστικά στην οικονομική ανάπτυξη.

Διάγραμμα 3.4.3 Κινητικότητα Εργασίας Ανθρώπινων Πόρων σε τομείς Επιστήμης και Τεχνολογίας για το 2011, ηλικίας 25-64 ετών.



Πηγή: Eurostat, 2011

Η Αγγλία και Γερμανία έχουν τις υψηλότερες τιμές με 1.104 χιλ άτομα και 959 χιλ άτομα αντίστοιχα

Με βάση τα παραπάνω γίνεται εμφανές ότι στην Ελλάδα υπάρχουν συγκριτικά σημαντικές υστερήσεις ως προς τη κινητικότητα εργασίας των ανθρώπινων πόρων που σχετίζονται με την επιστήμη και τη τεχνολογία. Οι φορείς χάραξης πολιτικής θα

πρέπει να εστιάσουν σε δράσεις που θα διευκολύνουν και θα παρακινούν τη κινητικότητα εργασίας ιδίως αυτής της κατηγορίας ανθρώπινων πόρων προκειμένου να τη χρησιμοποιήσουν ως ένα αξιόπιστο και μακροπρόθεσμο εργαλείο για την προώθηση της καινοτομίας, τη διάχυση της γνώσης, τη βελτίωση της παραγωγικότητας, την αποτελεσματική κατανομή των παραγωγικών πόρων και γενικότερα για την οικονομική ανάπτυξη. Για την ώρα όμως αυτό δε συμβαίνει.

Όπως είδαμε λοιπόν, οι Έλληνες εργαζόμενοι υπολείπονται σε κάποιο βαθμό σε σχέση με εκείνους του συνόλου της ΕΕ27 σε θέματα που αφορούν την μόρφωσή τους και την εμπειρία τους σε εργασιακό περιβάλλον. Για να καλυφθούν τα κενά που δημιουργούν οι παραπάνω παράγοντες οι επιχειρήσεις οφείλουν να εκπαιδεύσουν το προσωπικό τους εφαρμόζοντας ειδικά προγράμματα για το θέμα αυτό.

3.5 Προγράμματα εκπαίδευσης ανθρώπινου δυναμικού στο επιχειρησιακό περιβάλλον

Εκπαίδευση είναι η οργανωμένη διαδικασία μάθησης που στοχεύει στην απόκτηση γνώσεων και ικανοτήτων για τον ορισμένο σκοπό. Η εκπαίδευση έχει στόχο τη μεταφορά γνώσεων, ή δεξιοτήτων από έναν πομπό (εκπαιδευτή), σε ένα δέκτη (εκπαιδευόμενο), μέσω μια τυπικής διαδικασίας (διδασκαλία) πάνω σε ένα ή περισσότερα αντικείμενα [11].

Το ανθρώπινο δυναμικό σύμφωνα με τους Baroukh και Kleiner (2002) αποτελεί τον βασικότερο πόρο ενός οργανισμού. Το νεοεισερχόμενο προσωπικό αλλά και το ήδη υπάρχον πρέπει να υποβάλλεται σε πρόγραμμα εκπαίδευσης έτσι ώστε να συμβάλλει:

- Στην ανάπτυξη κριτικής ικανότητας ώστε να έχουν την ικανότητα να μαθαίνουν καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής τους.
- Στην υποκίνηση για μάθηση.
- Στην προσφορά καλύτερων υπηρεσιών.
- Στην ενδυνάμωση των αξιών τους για κοινωνικές και πολιτισμικές υπευθυνότητες.
- Στην κατανόηση των προβλημάτων με πολλούς τρόπους ώστε να βρίσκουν εναλλακτικές λύσεις.

- Στη συνειδητοποίηση ότι έχουν τη δύναμη να κάνουν τη διαφορά.

Η επιβίωση ενός οργανισμού εξαρτάται από την ικανότητα του να μαθαίνει γρηγορότερα από τους ανταγωνιστές του (Μπουραντάς 2003). Αυτό όμως απαιτεί συστηματική και μακρόχρονη προσπάθεια ούτως ώστε οι εργαζόμενοι να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένοι και να ικανοποιούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τους στόχους του οργανισμού. Οι παραπάνω συγγραφείς διατυπώνουν ακόμη την άποψη ότι η συστηματική εκπαίδευση του προσωπικού οδηγεί στην αύξηση της παραγωγικότητας, καθώς και στην ανάπτυξη των ικανοτήτων του ενώ επίσης βελτιώνει την ατομική απόδοση των εργαζομένων και συνεισφέρει στη συνολική ανάπτυξη του οργανισμού.

Το ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί τη δύναμη για τον οργανισμό σύμφωνα με πολλούς αναλυτές όπως οι Evans και Lindsay. Συνεπώς, η επιτυχία του θα είναι απόλυτα συνυφασμένη με τη σωστή λειτουργία του ανθρώπινου δυναμικού. Για τον λόγο αυτό, η επένδυση στην εκπαίδευση του προσωπικού θεωρείται η πιο κερδοφόρα και πιο σίγουρη από όλες τις υπόλοιπες επενδύσεις. Από την άλλη πλευρά πολλές επιχειρήσεις δείχνουν απροθυμία να επενδύσουν στην εκπαίδευση του προσωπικού τους διότι δυσκολεύονται να μετρήσουν τα οφέλη έναντι του κόστους που προκύπτει [27].

3.5.1 Αιτίες που καθιστούν αναγκαία την εκπαίδευση

Οι αιτίες που καθιστούν αναγκαία τη συνεχή εκπαίδευση των εργαζομένων έχουν να κάνουν με τις σημαντικές αλλαγές συνθήκες, τόσο στο εξωτερικό όσο στο εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Ενδεικτικά οι αιτίες αυτές σχετίζονται με [11]:

- Τεχνολογική πρόοδο –απαιτεί νέες γνώσεις, νέες ειδικότητες, εφαρμογή νέων μεθόδων και διαδικασιών εκτέλεσης έργου.
- Απαιτήσεις και ανάγκες καταναλωτή –απαιτούν νέες θέσεις εργασίας με νέο ή και διαφορετικό περιεχόμενο.
- Συγχωνεύσεις και εξαγορές –απαιτούν νέα οργανωσιακή κουλτούρα, νέες θέσεις εργασίας.

- Επανασχεδιασμό λειτουργιών και οργανωτικές αλλαγές –απαιτούν νέες αρμοδιότητες, διευρυμένα καθήκοντα.

3.5.2 Τα οφέλη της εφαρμογής προγραμμάτων εκπαίδευσης

Η σημασία της εκπαίδευσης για την επιχείρηση όπως αναλύθηκε παραπάνω είναι ιδιαίτερα σημαντική. Η σημασία της ενισχύεται ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια όπου, η αυτοματοποίηση, η τεχνολογία και η ταχύτητα των αλλαγών δυσκολεύουν την επιβίωση όσων αδυνατούν να ακολουθήσουν. Τα οφέλη για την επιχείρηση από την εκπαίδευση των εργαζομένων είναι πολλά, μερικά από τα οποία αναφέρονται παρακάτω[11]:

- **Αυξημένη παραγωγικότητα:** Η ανάπτυξη των γνώσεων και των ικανοτήτων, μέσω της εκπαίδευσης, οδηγεί σε αύξηση της ποσότητας και της ποιότητας του παραγόμενου προϊόντος, αλλά και στη μείωση των λαθών, των παρεξηγήσεων και των καθυστερήσεων. Βελτιώνεται, μέσω της εκπαίδευσης, η προσωπική, ομαδική και επιχειρησιακή απόδοση σε όρους παραγόμενης ποσότητας, ποιότητας, ταχύτητας και συνολικής παραγωγικότητας. Ιδιαίτερα σήμερα, η αξιοποίηση των δυνατοτήτων της νέας τεχνολογίας, η οποία στις μέρες μας είναι βασικό μέσο για την αύξηση της παραγωγικότητας, απαιτεί συστηματική εκπαίδευση.
- **Μείωση της ανάγκης επίβλεψης των εργαζομένων και της εργασίας τους:** Η εκπαίδευση δίνει τη δυνατότητα στον εργαζόμενο να εκτελέσει τα καθήκοντα της εργασίας του με μειωμένη επίβλεψη. Η μειωμένη επίβλεψη του έργου των εργαζομένων είναι θετικό γεγονός τόσο για τον ίδιο τον εργαζόμενο λόγω της μεγαλύτερης ευχέρειας για ανάληψη πρωτοβουλιών, όσο και για την επιχείρηση λόγω της μείωσης του κόστους επίβλεψης.
- **Μείωση ατυχημάτων:** Η εκπαίδευση που αναπτύσσει ικανότητες που αφορούν τη δουλειά και τη σωστή συντήρηση του εξοπλισμού, ενώ παράλληλα ενημερώνει για τα μέτρα ασφαλείας, μπορεί να συμβάλει στη μείωση του ποσοστού των ατυχημάτων.
- **Αύξηση της οργανωσιακής σταθερότητας και της ευελιξίας:** Η ικανότητα μιας επιχείρησης να διατηρεί την αποτελεσματικότητά της παρά την απώλεια έμπειρου προσωπικού, μπορεί να ενισχυθεί με την ύπαρξη εκπαιδευμένων

υπαλλήλων που να μπορούν άμεσα να αναπληρώσουν τις απώλειες. Από την άλλη, η ικανότητα άμεσης προσαρμογής σε αλλαγές δηλαδή η ευελιξία, προϋποθέτει την ύπαρξη εργαζομένων με πολλαπλές ικανότητες ώστε να είναι δυνατή η μετακίνηση τους σε τομείς εργασίας με διαφορετικές απαιτήσεις.

- Ανάπτυξη κουλτούρας προσανατολισμένης στη βελτίωση της απόδοσης: η συνεπής και εξειδικευμένη προσφορά εκπαίδευσης βοηθά στην ανάπτυξη μιας κουλτούρας προσανατολισμένης προς τη συνεχή βελτίωση της απόδοσης.
- Αύξηση της αφοσίωσης των εργαζομένων: Η εκπαίδευση, με την ενθάρρυνση του ανθρώπινου δυναμικού να ταυτιστεί με τους στόχους της επιχείρησης, δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να αυξήσει την αφοσίωση και την υποκίνηση των εργαζομένων της.

Με βάση τα παραπάνω μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η εκπαίδευση / κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού:

- Μπορεί να οδηγήσει σε βελτίωση της κερδοφορίας.
- Συμβάλλει στην ανάπτυξη της επιχείρησης.
- Βοηθάει στη βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης.
- Η επιχείρηση μαθαίνει από τον εκπαιδευόμενο.
- Βοηθά στην αποτελεσματική λήψη αποφάσεων και την επίλυση προβλημάτων.
- Συμβάλλει στην μείωση του κόστους.
- Δίνει τη δυνατότητα ελάττωσης του ανθρώπινου δυναμικού με αποτέλεσμα να μειώνει τα κόστη για μισθούς.
- Βοηθά τους εργαζόμενους να προσαρμόζονται στις αλλαγές.

Διάφορες έρευνες έχουν αποδείξει τα παραπάνω σχετικά τα θετικά της εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού. Σύμφωνα, με έρευνα των Cosh και Hughes (2003) στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις της Αγγλίας βρέθηκε ότι η εκπαίδευση έχει θετική σχέση με την κερδοφορία ενώ ο κύκλος εργασιών στις επιχειρήσεις που μελετήθηκαν αυξήθηκε. Ακόμη, η παραγωγικότητα του προσωπικού αυξήθηκε και η προσαρμοστικότητά τους στο εργασιακό περιβάλλον βελτιώθηκε. Ακόμη, σύμφωνα με τους Mazur και Coleman (2008), η διαθεσιμότητα υπηρεσιών που αφορούν

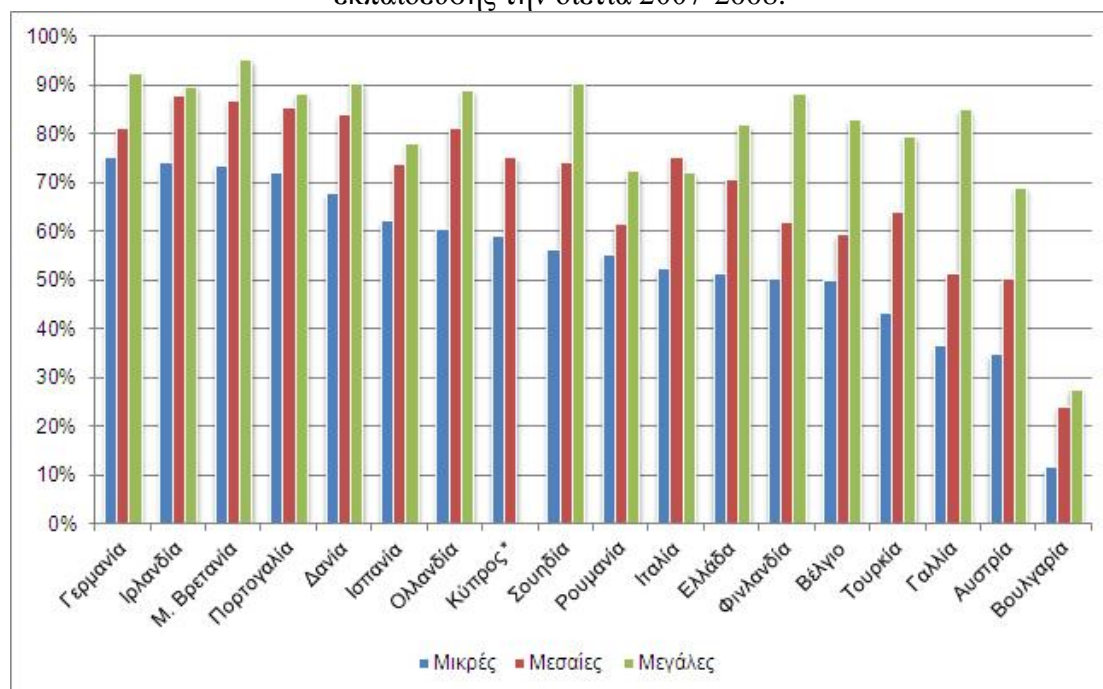
εκπαίδευση προσωπικού οδηγεί τις επιχειρήσεις σε θετικότερα οικονομικά αποτελέσματα.

3.5.3 Προγράμματα εκπαίδευσης στις ελληνικές επιχειρήσεις

Σύμφωνα με το European Company Survey, 2009 το ποσοστό συμμετοχής των ελληνικών ΜΜΕ στα προγράμματα εκπαίδευσης την διετία 2007-2008 ήταν ικανοποιητικό σε σύγκριση με άλλες χώρες. Συγκεκριμένα, οι ελληνικές ΜΜΕ συμμετείχαν περισσότερο από αρκετές χώρες όπως το Βέλγιο, η Γαλλία και η Φινλανδία κ.α. χωρίς ωστόσο να διατηρείται η ίδια αναλογία για τις μεγάλες επιχειρήσεις.

Διάγραμμα 3.5.1

Ποσοστό εργαζομένων επιχειρήσεων χωρών ΕΕ που συμμετείχαν σε προγράμματα εκπαίδευσης την διετία 2007-2008.



Πηγή: Eurofound, European Company Survey, 2009.

Η συμμετοχή των ΜΜΕ στην ελληνική οικονομία (82% της συνολικής απασχόλησης) όπως έχει ήδη επισημανθεί είναι σαφώς υψηλότερη από τις χώρες της Βόρειας Ευρώπης, όπου σημαντικότερο μέρος της απασχόλησης προέρχεται από μεγάλες επιχειρήσεις. Αντίστοιχα οι μεγάλες επιχειρήσεις της Ελλάδας έχουν μικρότερη συμμετοχή στην απασχόληση καθώς είναι λίγες αριθμητικά. Έτσι, όσον αφορά στην υπεροχή στην εκπαίδευση των ελληνικών ΜΜΕ, το «έλλειμμα» στην εκπαίδευση και κατάρτιση του προσωπικού που εμφανίζουν οι ευρωπαϊκές (σε σχέση

με τις ελληνικές) ΜΜΕ καλύπτεται (με το παραπάνω) από τα ποσοστά συμμετοχής σε αντίστοιχες δραστηριότητες εργαζομένων σε μεγάλες (και περισσότερο κερδοφόρες) επιχειρήσεις.

Οι επιδόσεις των ελληνικών επιχειρήσεων στη συμμετοχή των εργαζομένων τους σε προγράμματα κατάρτισης και συνεχιζόμενης εκπαίδευσης επιβεβαιώνονται σε έρευνα για το Ευρωβαρόμετρο που κατατάσσει την Ελλάδα στην 25η θέση σε ότι αφορά την «ευρείας κλίμακας» κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού (συμμετοχή σε εκπαίδευση και κατάρτιση σε ποσοστό μεγαλύτερο του 50% του δυναμικού της επιχείρησης). Το δείγμα της έρευνας αυτής, όμως, απαρτίζεται από επιχειρήσεις που απασχολούν τουλάχιστον 50 εργαζομένους, εξαιρώντας έτσι τη συντριπτική πλειοψηφία των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων της ελληνικής οικονομίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΕΡΕΥΝΑ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ

4.1 Εισαγωγή

Για την εξέταση των υποθέσεων που γίνονται στο πλαίσιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας αξιοποιούμε μία μεγάλη έρευνα πεδίου που έγινε σε 2000 επιχειρήσεις της χώρας το 2011⁴. Ακολουθούν τα βασικά μεθοδολογικά χαρακτηριστικά της έρευνας.

4.2 Προετοιμασία δείγματος / δειγματοληψία:

Η έρευνα πεδίου είχε γενικό σκοπό την καταγραφή της στρατηγικής ταυτότητας των μεγαλύτερων επιχειρήσεων της χώρας. Τα κριτήρια εντοπισμού των μεγαλύτερων επιχειρήσεων αφορούσαν κυρίως την απασχόληση και τον κύκλο εργασιών. Η χρήση και του κύκλου εργασιών ως επικουρικού κριτηρίου έγινε λόγω έλλειψης στοιχείων σχετικά με τους απασχολούμενους ή/και την εποχικότητα (περίπτωση μη μόνιμου προσωπικού) σε κάποιες επιχειρήσεις.

Για να σταθεί εφικτό να συλλεχθεί ένας έγκυρος αριθμός 2000 επιχειρήσεων κρίθηκε αναγκαία η προσέγγιση 6000 επιχειρήσεων δηλαδή τριπλάσιου δείγματος. Το σύνολο αυτό αποτελεί τον πληθυσμό της έρευνας. Αναλυτικότερα, οι επιχειρήσεις που επιλέχθηκαν είχαν:

- Αριθμό προσωπικού άνω των 250 ατόμων.

ή/ και

- Κύκλο εργασιών άνω των 10 εκ. ευρώ.

Ενώ στα επίπεδα των περιφερειών οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις επιλέχθηκαν με τα ίδια κριτήρια αλλά για χαμηλότερα όρια, καθώς υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις ανάλογα με την περιφέρεια δηλαδή οι επιχειρήσεις αυτές είχαν:

⁴ Η έρευνα διεξήχθη στο πλαίσιο του έργου "Έρευνα στις επιχειρήσεις για την πρόβλεψη των μεταβολών στα περιφερειακά παραγωγικά συστήματα και τις τοπικές αγορές εργασίας", με χρηματοδότηση από ΣΕΒ. Το έργο υλοποιήθηκε από το ΙΟΒΕ και το ΕΒΕΟ/ΕΜΠ, υπό την επιστημονική ευθύνη του κ.Γ.Καλογήρου.

- Αριθμό προσωπικού άνω των 50 ατόμων.

ή/ και

- Κύκλο εργασιών άνω των 1 εκ. ευρώ.

Με βάση την εφαρμογή των παραπάνω κριτηρίων της έρευνας ο τελικός πληθυσμός των επιχειρήσεων της έρευνας περιλαμβάνει 6032 επιχειρήσεις, από τις οποίες προσεγγίστηκαν τελικά περίπου 4200 ώστε να συλλεχθούν 2025 έγκυρες απαντήσεις. Να σημειωθεί ότι κατά την επιλογή τους εξαιρέθηκαν οι μεγάλες τράπεζες, καθώς θα απαιτούνταν ειδικό ερωτηματολόγιο σε αυτή την περίπτωση διαφορετικό από εκείνο που χρησιμοποιήθηκε για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις.

Το ερωτηματολόγιο το οποίο χρησιμοποιήθηκε επισυνάπτεται στο τέλος της παρούσας εργασίας. Το καταλληλότερο άτομο της εταιρείας ώστε να απαντήσει το ερωτηματολόγιο ήταν ο Γενικός Διευθυντής ή ο Διευθύνων σύμβουλος, ο οποίος αποτέλεσε και το σημείο επαφής για τη συνέντευξη (contact person). Τα συμπεράσματα που προέκυψαν στη φάση της πιλοτικής έρευνας ενσωματώθηκαν στο τελικό ερωτηματολόγιο με στόχο τη βελτίωσή του.

Χρόνος έναρξης της έρευνας ήταν η 30 Μαρτίου 2011 και χρόνος λήξης η 5 Ιουλίου 2011.

Μερικά βασικά χαρακτηριστικά των επιλεγμένων επιχειρήσεων της έρευνας ακολουθούν στους παρακάτω πίνακες:

Πίνακας 4.1 Ανάλυση κερδοφορίας

	2010		2011	
	Επιχειρήσεις	Κατανομή	Επιχειρήσεις	Κατανομή
Κέρδη	1269	63,8%	1125	59,4%
Ζημιές	632	31,8%	561	29,6%
Ούτε κέρδη, ούτε ζημιές / οριακό αποτέλεσμα - μεταβολή	89	4,5%	209	11,0%
	N=1990		N=1895	

Πίνακας 4.2 Ανάλυση σε 13 περιφέρειες

Περιφέρεια	Επιχειρήσεις	Κατανομή
Αν. Μακεδονία και Θράκη	127	6,3%
Αττική	715	35,3%
Βόρειο Αιγαίο	32	1,6%
Δυτική Ελλάδα	122	6,0%
Δυτική Μακεδονία	54	2,7%
Ήπειρος	61	3,0%
Θεσσαλία	155	7,7%
Ιόνια Νησιά	45	2,2%
Κεντρική Μακεδονία	270	13,3%
Κρήτη	144	7,1%
Νότιο Αιγαίο	92	4,5%
Πελοπόννησος	98	4,8%
Στερεά Ελλάδα	110	5,4%

N=2025

Πίνακας 4.3 Ανάλυση ανά κλάδο

	Επιχειρήσεις	Κατανομή
Πρωτογενής τομέας	70	3,5%
Μεταποίηση	685	33,8%
Κατασκευές	109	5,4%
Εμπόριο	746	36,8%
Ξενοδοχεία- Εστιατόρια	143	7,1%
Υπηρεσίες (60-71)	98	4,8%
Πληροφορική (72)	51	2,5%
Συμβουλευτικές υπηρεσίες (74)	69	3,4%
Λοιπές υπηρεσίες (75-93)	54	2,7%

N=2025

Πίνακας 4.4 Κατανομή δείγματος με βάση την απασχόληση

	Επιχειρήσεις	Κατανομή
1-10 άτομα	248	12,2%
10-49 άτομα	849	41,9%
50-249 άτομα	713	35,2%
Πάνω από 250 άτομα	215	10,6%

N=2025

Η ανάλυση των παραπάνω αποτελεσμάτων ακολουθεί σε επόμενα στάδια της έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ

5.1 Εισαγωγή

Σε αυτό το στάδιο της εργασίας, με βάση την επιλογή των 2025 μεγαλύτερων επιχειρήσεων της χώρας γίνεται προσπάθεια να παρουσιαστούν τα χαρακτηριστικά που διέπουν τις επιχειρήσεις αυτές και στη συνέχεια να αναδειχθούν εκείνοι οι λόγοι που τις κάνουν αποδοτικές σε οικονομικούς όρους ή εκείνοι που τις οδηγούν στην αποτυχία. Για τον λόγο αυτό, όπως θα δούμε και παρακάτω, γίνεται κατηγοριοποίησή τους με βάση τέσσερις τυπολογίες όπου οι επιχειρήσεις που εντάσσονται στο καθένα έχουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά/ γνώρισμα.

Με τη βοήθεια του λογισμικού SPSS 20 και τη χρήση διαφόρων στατιστικών μεθόδων φαίνεται ότι επιχειρήσεις που παρουσιάζουν κάποια βασικά γνώρισμα μπορεί να βρίσκονται σε ευνοϊκότερη οικονομική θέση από τις υπόλοιπες ή το αντίθετο.

5.2 Τυπολογία μεγαλύτερων ελληνικών επιχειρήσεων: Οικονομικό προφίλ

Οι 2025 μεγαλύτερες επιχειρήσεις της χώρας ταξινομήθηκαν σε ομάδες Α,Β,Γ και Δ βάση συγκεκριμένων οικονομικών κριτηρίων που επιλέχθηκαν κατά την έρευνα. Στόχος ήταν με βάση την κατηγοριοποίηση αυτή να διακριθούν οι “υγιείς” ή οικονομικά εύρωστες επιχειρήσεις (προφίλ Α) από τις προβληματικές (προφίλ Δ). Τα κριτήρια επιλογής αφορούσαν την κερδοφορία των περιόδων 2009-2010 και 2011-2012 και την μεταβολή που είχαν οι πωλήσεις κατά τα διαστήματα αυτά. Έτσι, έγινε δυνατή η σύγκριση των αποτελεσμάτων μέσω κατάλληλα επιλεγμένης μεθόδου στο λογισμικό (SPSS 20) των μεγαλύτερων επιχειρήσεων με βάση την οικονομική τους κατάσταση και παρατηρήθηκε ότι σε κάποια πεδία υπάρχουν ισχυρές διαφορές. Στις ερωτήσεις όπου παρατηρήθηκαν οι σημαντικότερες διαφορές έγινε καταγραφή και παρουσίαση των αποτελεσμάτων τους.

Με βάση τα παραπάνω, η ομαδοποίηση των μεγαλύτερων επιχειρήσεων περιλαμβάνει τα τέσσερα προφίλ που ακολουθούν:

Οικονομικό προφίλ Α: Αναπτυγμένες/ Εδραιωμένες επιχειρήσεις.

Στο προφίλ Α περιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις που βρίσκονται στην καλύτερη θέση με βάση τους οικονομικούς όρους που επιλέχθηκαν, καθώς καταφέρνουν να μην επηρεαστούν από το περιβάλλον της κρίσης και αφορούν 573 σε αριθμό. Αφορούν δηλαδή επιχειρήσεις που είχαν κέρδη το 2010 και το 2011 ενώ οι πωλήσεις τους παρουσίασαν αύξηση τη δεύτερη χρονιά σε σύγκριση με την πρώτη. Οι επιχειρήσεις αυτές είναι οι πιο ισχυρές από το σύνολο των 2025 και είναι πιθανό να μην αντιμετωπίσουν ιδιαίτερα προβλήματα στο κοντινό μέλλον και να ανταπεξέλθουν στη κρίση.

Οικονομικό προφίλ Β: Επιχειρήσεις που παρουσιάζουν μικρή πτώση.

Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται οι επιχειρήσεις που είχαν κέρδη το 2010, κέρδη το 2011, αλλά οι πωλήσεις τους μειώθηκαν το 2011 σε σχέση με το 2010. Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει 397 επιχειρήσεις. Η μείωση των πωλήσεων στην περίπτωση των επιχειρήσεων αυτών φαίνεται να μην είναι καταστροφική καθώς καταφέρνουν να διατηρούν κέρδη και στον δεύτερο χρόνο (σε μερικές περιπτώσεις ίσως να είναι μειωμένα) δείχνοντας ότι μαζί με εκείνες του προφίλ Α ίσως να επιβιώσουν και αυτές στο περιβάλλον της οικονομικής ύφεσης.

Οικονομικό προφίλ Γ: Επιχειρήσεις που παρουσιάζουν μεγάλη πτώση.

Το προφίλ Γ είναι αυτό με τις περισσότερες επιχειρήσεις και είναι 655 που παρουσιάζουν μικτές τάσεις στα οικονομικά κριτήρια που επιλέχθηκαν. Συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις αυτές είχαν κέρδη την μία χρονιά (2010 ή 2011) και ζημιές την άλλη ενώ οι πωλήσεις τους κατά το διάστημα αυτό είτε αυξήθηκαν είτε μειώθηκαν. Αποτελούν δηλαδή μία ενδιάμεση ομάδα που όμως τείνει περισσότερο στο γκρουπ με την δυσχερέστερη θέση καθώς αρκετές από αυτές με τις ζημιές που θα παρουσιάσουν ίσως να μην επιβιώσουν. Το γκρουπ των επιχειρήσεων αυτών όπως είπαμε είναι εκείνο που συγκεντρώνει τις περισσότερες δικαιολογώντας την κατάσταση του εξωτερικού περιβάλλοντος που επικρατούσε κατά το διάστημα της έρευνας, δηλαδή την διετία 2010-2011 όπου η κρίση άρχισε να δημιουργεί τα ουσιαστικότερα προβλήματα στη λειτουργία τους .

Οικονομικό προφίλ Δ: Επιχειρήσεις χαμηλής ανάπτυξης/ οι προβληματικές των οποίων η βραχυχρόνια πορεία είναι δύσκολη.

Οι επιχειρήσεις αυτές είναι 400 σε αριθμό και αφορούν τις πολύ προβληματικές καθώς έχουν αρνητικά αποτελέσματα στα κριτήρια που επιλέχθηκαν από την έρευνα. Η κατηγορία αυτή πρόκειται δηλαδή για επιχειρήσεις με ζημιές το 2010, ζημιές το 2011 ενώ οι πωλήσεις τους είτε αυξήθηκαν είτε μειώθηκαν. Αυτές οι επιχειρήσεις αναμένεται να αντιμετωπίσουν τα μεγαλύτερα προβλήματα βιωσιμότητας σε σύγκριση με τις υπόλοιπες καθώς όταν παρουσιάζεις ζημιές για δύο συνεχείς χρονιές τότε αυτόματα αποτελείς και βασικό υποψήφιο πτώχευσης.

Έχοντας προχωρήσει στο διαχωρισμό των επιχειρήσεων σε 4 γκρουπ με βάση τα συγκεκριμένα κριτήρια που τέθηκαν, είναι απαραίτητο να δούμε τι κάνει τα παραπάνω να ξεχωρίζουν μεταξύ τους. Αυτό, ίσως να μας οδηγήσει σε σημαντικά συμπεράσματα όσον αφορά την επιχειρηματικότητα στη χώρα μας, δηλαδή να αναδείξει τα θετικά / αρνητικά σημεία της.

Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες για τους οποίους αναμένουμε σε θεωρητικό επίπεδο να έχουν συσχέτιση θετική είτε αρνητική με αυτό που κάνει τις επιχειρήσεις να ξεχωρίζουν, δηλαδή την οικονομική ευρωστία. Στο επόμενο μέρος της εργασίας αναλύουμε ποιοι είναι οι παράγοντες που διαφοροποιούν τη κατάταξη των επιχειρήσεων στις διάφορες θέσεις.

5.3 Κλαδική ανάλυση

Το πρώτο στοιχείο που εξετάζουμε είναι ο κλάδος. Όπως έχουμε αναφέρει ήδη, οι επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα παραγωγής της Ελλάδας είναι εκείνες που έχουν μεγαλύτερο μερίδιο στον συνολικό αριθμό των 949.107 επιχειρήσεων της χώρας. Το 2007 τα μερίδια, για πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή τομέα παραγωγής ήταν αντίστοιχα 2,5%, 9,7% και 87,8% επί του συνολικού αριθμού επιχειρήσεων. Έτσι και στην περίπτωση των 2025 μεγαλύτερων επιχειρήσεων της χώρας η αναλογία επιβεβαιώνεται με ποσοστά μεριδίων συμμετοχής 3,5%, 33,8% και 62,7%.

Μολονότι ο τριτογενής παραμένει ο παραγωγικός τομέας στον οποίο εντάσσονται οι περισσότερες επιχειρήσεις, παρατηρείται ότι το ποσοστό μεριδίου είναι αρκετά μειωμένο σε σύγκριση με το αντίστοιχο του συνόλου των επιχειρήσεων της χώρας

ενώ παράλληλα στον δευτερογενή το ποσοστό αυτό είναι πολύ μεγαλύτερο. Ο βασικός λόγος που συμβαίνει αυτό είναι επειδή στον τριτογενή τομέα ανήκουν οι περισσότερες από τις πολύ μικρές επιχειρήσεις (και κυρίως οι προσωπικές) της χώρας, οι οποίες όπως έχουμε ήδη αναφέρει αναλογούν στο 97,4% του συνόλου.

Για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης θα επισημάνουμε τις ελάχιστες σημαντικές διαφορές που παρατηρούνται κυρίως ανάμεσα στις ακραίες ομάδες, δηλαδή μεταξύ Α και Δ.

Οι επιχειρήσεις του προφίλ Α σύμφωνα με τα δεδομένα του πίνακα 5.3.1 υπερисχύουν –σε ποσοστό επιχειρήσεων- σημαντικά των αντιστοίχων του Δ στους κλάδους:

- *Υπηρεσίες (60-71)*
- *Πληροφορική (72)*
- *Συμβουλευτικές Υπηρεσίες (74)*

Αυτό δείχνει ότι σε κάποιο βαθμό οι κλάδοι αυτοί παρουσιάζονται ανεπηρέαστοι από το περιβάλλον της κρίσης και έχουν θετικά αποτελέσματα. Αντίθετα, παρατηρείται ισχυρή συμμετοχή των ‘προβληματικών’ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στους κλάδους:

- *Εμπόριο*
- *Ξενοδοχεία-Εστιατόρια*
- *Λοιπές Υπηρεσίες (75-93)*

Εδώ, αναδεικνύεται μια μικρή τάση επηρεασμού των ασχολούμενων σε αυτούς τους κλάδους επιχειρήσεων από τα προβλήματα που δημιουργεί η κρίση.

Πίνακας 5.3.1 Οικονομικό προφίλ/ Οικονομικός κλάδος

Τομέας παραγωγής	Οικονομικός κλάδος	A	B	Γ	Δ	Συν. Έρευνας
A'	-	3,1%	4,0%	3,5%	3,3%	3,5%
B'	Μεταποίηση	34,7%	31,7%	33,6%	35,0%	33,8%
	Κατασκευές	5,4%	7,6%	4,6%	4,5%	5,4%
Γ'	Εμπόριο	34,0%	38,3%	37,9%	37,8%	36,8%
	Ξενοδοχεία- Εστιατόρια	7,9%	3,5%	7,0%	9,5%	7,1%
	Υπηρεσίες(60-71)⁵	5,2%	5,0%	5,3%	3,3%	4,8%
	Πληροφορική(72)	3,0%	3,8%	2,1%	1,3%	2,5%
	Συμβουλευτικές Υπ. (74)	4,2%	3,8%	3,7%	1,5%	3,4%
	Λοιπές υπηρεσίες (75-93)	2,4%	2,3%	2,3%	4,0%	2,7%
	Συνολικά τριτογενής τομέας	62,1%	64,3%	62,9%	61,9%	57,3%

N=2025

Πέρα από τον κλάδο -που όπως είδαμε έχει κάποιο βάρος πάνω στην οικονομική ευρωστία των επιχειρήσεων- ένας άλλος παράγοντας είναι οι τυχόν διαφοροποιήσεις ανάλογα με την έδρα της επιχείρησης.

5.4 Περιφερειακή διάρθρωση

Εδώ έχουμε ότι οι επιχειρήσεις του προφίλ B παρουσιάζουν υψηλή συσσώρευση στην περιοχή της Αττικής με το 40,1% τους να ανήκει εκεί σε αντίθεση με τις αντίστοιχες του προφίλ Γ όπου ανήκει μόλις το 30,4% (πίνακας 5.4.1). Παρόμοια διαφορά, αλλά σε μικρότερη κλίμακα, καταγράφεται και στο *Βόρειο και Νότιο Αιγαίο & Κρήτη* όπου από την κατηγορία A εντάσσεται το 15,5% των επιχειρήσεων της, από την B το 11,1% ενώ από την Δ το 11,3% αναδεικνύοντας μια μικρή υπεροχή των επιχειρήσεων της περιοχής αυτής όσον αφορά την επιβίωση στο περιβάλλον της κρίσης.

Πίνακας 5.4.1 Οικονομικό προφίλ / Περιφέρειες

⁵ Ο αριθμός 60-71 αφορά την κωδικοποίηση ΣΤΑΚΟΔ. Το ίδιο και στις υπόλοιπες περιπτώσεις.

Περιφέρεια ⁶	Α	Β	Γ	Δ	Συν. έρευνας
Αττική	35,8%	40,1%	30,4%	38,0%	35,3%
Κεντρική Μακεδονία & Ανατολική Θράκη	18,0%	17,9%	22,0%	19,8%	19,6%
Βόρειο Αιγαίο & Νότιο Αιγαίο & Κρήτη	15,5%	11,1%	13,7%	11,3%	13,2%
Ήπειρος & Δυτική Μακεδονία & Ιόνια Νησιά	11,9%	9,1%	11,6%	12,0%	11,3%
Θεσσαλία & Στερεά Ελλάδα	12,2%	13,9%	14,4%	11,5%	13,1%
Πελοπόννησος & Δυτική Ελλάδα	6,6%	8,1%	7,9%	7,5%	7,5%

N=2025

Αν στα παραπάνω δεν εξάχθηκαν ιδιαίτερα σημαντικά συμπεράσματα καθώς οι διαφορές μεταξύ των ομάδων δεν ήταν μεγάλες, εκεί που αναμένουμε ισχυρή διαφοροποίηση είναι το μέγεθος των επιχειρήσεων που εξαρτάται από τον παράγοντα “απασχόληση”.

5.5 Τάξεις απασχόλησης

Πράγματι, σε σύγκριση με τα προηγούμενα εκείνο που παρουσιάζει τις πιο ουσιώδεις διαφορές μεταξύ των μεγαλύτερων επιχειρήσεων είναι το μέγεθος βάση της απασχόλησης. Αυτό δικαιολογείται στο γεγονός ότι, όπως έχουμε ήδη αναφέρει σε προηγούμενο κεφάλαιο, οι πολύ μικρές επιχειρήσεις παρουσιάζουν μικρή ακαθάριστη παρούσα αξία με αποτέλεσμα λίγες από αυτές να καταφέρνουν να εισχωρούν στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις της χώρας.

Έτσι, παρατηρούμε στον πίνακα 5.5.1 ότι μόλις το 9,3% από τις επιχειρήσεις που επιλέχθηκαν είναι πολύ μικρές⁷ ενώ στο σύνολο της χώρας το ίδιο ποσοστό είναι

⁶ Όπως έχει ήδη αναφερθεί υπάρχουν 13 γεωγραφικές περιφέρειες αλλά για λόγους διευκόλυνσης έχει γίνει συμπύκνωσή τους σε 7.

⁷ Γενικά, ο διαχωρισμός των επιχειρήσεων στην παρούσα ανάλυση θα γίνεται σε μικρή/ μικρομεσαία/ μεσαία/ μεγάλη βάση απασχολουμένων ατόμων 0-9/ 10-49/ 50-249/ 250+ αντίστοιχα. Ωστόσο, επειδή τα διαθέσιμα δεδομένα για το σύνολο της ελληνικής οικονομίας είναι υπό τον διαχωρισμό σε άτομα 0-9/ 10-49/ 50-99/ 100+ αναγκαζόμαστε να συμβιβαστούμε

97,4%. Βλέπουμε λοιπόν το περιορισμένο ποσοστό μικρών επιχειρήσεων που επιλέχθηκαν στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις τις χώρες με βάση τα κριτήρια που τέθηκαν σε προηγούμενη φάση της έρευνας. Αντίθετα, το ποσοστό των επιχειρήσεων της έρευνας που απασχολούν πάνω από 100 άτομα είναι 24,9% ενώ το ποσοστό αυτό για όλη την Ελλάδα είναι μόλις 0,1%.

Οι διαφορές που αναφέρονται παραπάνω βρίσκουν εφαρμογή και μεταξύ των οικονομικών προφίλ όπου με βάση τον διαχωρισμό ΜΜΕ και μεγάλες επιχειρήσεις παρατηρούνται σημαντικές αποκλίσεις ανάμεσα στα γκρουπ στα οποία ομαδοποιήθηκαν οι επιχειρήσεις της έρευνας. Συγκεκριμένα, έχουμε:

- Το 32,5% των επιχειρήσεων του οικονομικού -προφίλ Α- απασχολούν πάνω από 100 άτομα, ενώ εκείνες των υπολοίπων προφίλ βρίσκονται σε μικρότερα ποσοστά με χαρακτηριστικότερο το Γ όπου μόλις το 19,9% των επιχειρήσεών του έχει αυτή την ιδιότητα.
- Οι ΜΜΕ ποσοστιαία είναι περισσότερες στα γκρουπ Β,Γ και Δ ενώ είναι λιγότερες στις “υγιείς” επιχειρήσεις, -προφίλ Α-.
- Επιπλέον, στην κατηγορία *πολύ μικρές* επιχειρήσεις το ποσοστό των “καλών” επιχειρήσεων -προφίλ Α- είναι χαμηλότερο από το αντίστοιχο των “προβληματικών”, -προφίλ Γ και Δ-.

Αποδεικνύεται λοιπόν εύκολα ότι υπάρχει ισχυρή συσχέτιση μεταξύ των κριτηρίων που θέσαμε (κέρδη και πωλήσεις) και του μεγέθους της επιχείρησης με βάση τον αριθμό των απασχολουμένων και άρα οι πιο ισχυρές σε αυτά τα πεδία επιχειρήσεις απασχολούν αναλογικά περισσότερους εργαζόμενους από ότι οι πιο αδύναμες. Δεν μπορούμε να αγνοήσουμε ωστόσο το 7,5% των επιχειρήσεων του προφίλ Α που αντιστοιχεί σε περίπου 43 επιχειρήσεις ή το 8,9% εκείνων του προφίλ Β που αντιστοιχεί σε 35 επιχειρήσεις και αναφέρονται σε εκείνες με προσωπικό 0-9 ατόμων. Το τελευταίο είναι ιδιαίτερα σημαντικό καθώς μας δείχνει ότι ακόμη και οι *πολύ μικρές* επιχειρήσεις μπορούν να έχουν οικονομική ευημερία και να επιτύχουν ικανοποιητικά αποτελέσματα.

σε αυτά τα όρια, μόνο για την συγκεκριμένη περίπτωση. Στα υπόλοιπα, όταν θα λέμε π.χ. μεγάλη επιχείρηση, θα εννοούμε αυτήν με προσωπικό άνω των 250 ατόμων.

Πίνακας 5.5.1 Οικονομικό προφίλ/ Μέγεθος

Μέγεθος εταιρείας	Τάξεις απασχ.	A	B	Γ	Δ	Συν έρευνας	Συν. χώρας
Πολύ μικρή	0-9	7,5%	8,9%	10,4%	10,5%	9,3%	97,4%
Μικρή	10-49	39,5%	46%	50,0%	44,7%	45,3%	1,9%
Μεσαία	50-99	20,5%	21,7%	19,7%	20,8%	20,6%	0,6%
MME	0-99	67,5%	76,6%	80,1%	76,0%	75,2%	99,9%
Μεγάλη	+100	32,5%	23,3%	19,9%	24,1%	24,9%	0,1%

N=2025

Υπενθυμίζεται ότι η έρευνα που αναλύουμε στην παρούσα εργασία έγινε το 2011, δηλαδή μεσούσης της οικονομικής κρίσης. Όπως θα ήταν αναμενόμενο, πολλές επιχειρήσεις επηρεάστηκαν σημαντικά από αυτή την αλλαγή και πολλοί τομείς που μπορεί να ήταν ζωτικής σημασίας αποδυναμώθηκαν είτε ενισχύθηκαν παραπάνω. Ένας από αυτούς τους τομείς είναι οι εξαγωγές⁸.

5.6 Μεταβολή των εξαγωγών

Σχεδόν οι μισές από τις επιχειρήσεις της έρευνας δεν κάνουν εξαγωγή προϊόντων στο εξωτερικό, ενώ οι υπόλοιπες κάνουν, με κάποιες από αυτές να αναμένουν αύξηση κατά την επόμενη διετία και κάποιες άλλες μείωση στα ποσοστά αυτά (πίνακας 5.6.1).

Πίνακας 5.6.1 Μεταβολή των εξαγωγών

Μεταβολή	A	B	Γ	Δ	Συνολ.
Θα αυξηθούν	188	92	151	61	492
Θα μειωθούν	14	14	26	27	81
Θα παραμείνουν σχεδόν αμετάβλητες	106	67	105	57	335
Η επιχείρηση δεν κάνει εξαγωγές	255	216	356	247	1074
Σύνολο επιχειρήσεων	573	397	655	400	2025

N=2025

⁸ Όπως θα δούμε σε άλλο στάδιο της εργασίας μας, οι εξαγωγές έχουν θετική συσχέτιση με την οικονομική αποδοτικότητα.

Διαπιστώνεται ότι παραπάνω από τις μισές των επιχειρήσεων του γκρουπ Α κάνει εξαγωγές ενώ από εκείνες του Δ μόλις το 36% εξάγει. Συγκεκριμένα, για τις 951 εξαγωγικές επιχειρήσεις έχουμε ότι:

- 1 στις 2 επιχειρήσεις του προφίλ Α κάνει εξαγωγές.
- Σχεδόν 3 στις 5 του Β δεν κάνει εξαγωγές.
- Σχεδόν 3 στις 5 του Γ δεν κάνει εξαγωγές.
- Σχεδόν 2 στις 3 επιχειρήσεις του προφίλ Δ δεν κάνει εξαγωγές.

Όσον αφορά στις προβλέψεις τους για την εξέλιξη των εξαγωγών, οι σημαντικότερες αποκλίσεις παρατηρούνται μεταξύ των ακραίων γκρουπ, Α και Δ. Γενικά, στο σύνολό τους οι επιχειρήσεις της έρευνας εκτίμησαν ότι:

- Συνολικά $\frac{1}{4}$ των εξαγωγικών αναμένεται να αυξήσει τις εξαγωγές του την επόμενη χρονιά.
- Το $\frac{1}{2}$ των εξαγωγικών του Προφίλ Α θα τις αυξήσει.
- Μόλις το 15% των εξαγωγικών του Δ θα τις αυξήσει.
- Συνολικά οι 81 (περίπου το 4%) θα τις μειώσουν.
- Συνολικά οι 335 (το 16,5%) δεν θα παρουσιάσουν μεταβολές στα ποσοστά αυτά.

Η αύξηση ή μείωση των εξαγωγών στις περισσότερες περιπτώσεις μπορεί να είναι αποτέλεσμα κάποιας εταιρικής στρατηγικής. Σε κάθε περίπτωση υπάρχουν διάφορες παρόμοιες στρατηγικές οι οποίες εφαρμόζονται σε κάποιο βαθμό –ανάλογα με την δυναμική της επιχείρησης. Η επόμενη ενότητα αναλύει αυτό το στοιχείο

5.7 Εταιρική στρατηγική

Οι επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα αξιολόγησαν το βαθμό κατά τον οποίο υιοθετούν πέντε εταιρικές στρατηγικές, αξιολογώντας την απάντησή τους σε κλίμακα από 1 (καθόλου χρήση) έως 5 (χρήση σε μεγάλο βαθμό). Για την κατανόηση διαφορών που υπάρχουν ανάμεσα στα γκρουπ χρησιμοποιήθηκε ανάλυση one-way anova (πίνακας 5.7.1).

Πίνακας 5.7.1 Συγκρίσεις ανά ζεύγη των μέσων όρων, στα επίπεδα οικονομικού προφίλ/ ανάλυση απονα.

Κατηγορία	A	AB	ΑΓ	ΑΔ	B	BΓ	ΒΔ	Γ	ΓΔ	Δ
Αύξηση μεριδίου αγοράς σε υφιστάμενες αγορές <i>F=3,21, sig=0,022</i>	3,79			***	3,70			3,66		3,56
Αύξηση πωλήσεων με διείσδυση σε νέες αγορές <i>F=12,62, sig=0,000</i>	3,61	***		***	3,31			3,45	***	3,08
Αύξηση πωλήσεων με νέα προϊόντα/ υπηρεσίες <i>F=6,36, sig=0,000</i>	3,38			***	3,36		**	3,43	***	3,07
Προσδιορισμός νέων, μικρών/ ιδιαίτερων τομέων αγοράς <i>F=2,34, sig=0,071</i>	3,04			**	2,97			3,03	**	2,83
Επαναπροσδιορισμός των τομέων δραστηριοποίησης <i>F=0,28, sig=0,834</i>	2,85				2,87			2,91		2,83

Σημείωση: **: Σημαντική σε ποσοστό 5%, ***: Σημαντική σε ποσοστό 1%

Η στρατηγική όπου εντοπίζονται οι υψηλότερες διαφορές σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ανάμεσα στις επιχειρήσεις των τεσσάρων προφίλ είναι η *αύξηση πωλήσεων με διείσδυση σε νέες αγορές*. Οι επιχειρήσεις του προφίλ Α κάνουν μεγαλύτερη χρήση της (μέσος όρος 3,61), ακολουθούν οι αντίστοιχες του Γ (μέσος όρος 3,45) και εκείνες του Β (μέσος όρος 3,31) ενώ τον χαμηλότερο βαθμό χρήσης της τον παρατηρούμε στο προφίλ Δ (διαφορά με τις υπόλοιπες σε σημαντικότητα $p < 1\%$).

Στην *αύξηση πωλήσεων με νέα προϊόντα/ υπηρεσίες* παρατηρούνται σημαντικές διαφορές μεταξύ του τελευταίου -γκρουπ Δ- και των υπολοίπων. Οι επιχειρήσεις του συγκεκριμένου γκρουπ δηλώνουν την χαμηλότερη χρήση της πρακτικής αυτής (μέσος όρος 3,07 και διαφορά σε ποσοστό 1%) ενώ στα υπόλοιπα βλέπουμε μεγαλύτερη χρήση με εκείνες του γκρουπ Γ να υπερσχύουν (μέσος όρος 3,43) οριακά των υπολοίπων δύο.

Στις υπόλοιπες στρατηγικές οι διαφορές είναι ηπιότερες, και συγκεκριμένα, στην *αύξηση μεριδίου αγοράς σε υφιστάμενες αγορές* υπάρχει μεγαλύτερη χρήση από τις επιχειρήσεις του προφίλ Α (μέσος όρος 3,79) από τις αντίστοιχες του Δ (μέσος όρος 3,56 και διαφορά σε ποσοστό 1%), στον *προσδιορισμό νέων ιδιαίτερων τομέων* υψηλότερη είναι η χρήση στα προφίλ Α και Γ και χαμηλότερη στο Δ (διαφορά σε ποσοστό 5%). Στον *επαναπροσδιορισμό των τομέων δραστηριοποίησης* οι στατιστικές διαφορές δεν είναι σημαντικές.

Σε συνέχεια των εταιρικών στρατηγικών, εξετάζονται οι διάφορες πρακτικές management που εφαρμόζουν ή όχι οι επιχειρήσεις.

5.8 Χρήση πρακτικών management

Οι επιχειρήσεις τέθηκαν να απαντήσουν εάν κάνουν χρήση πέντε επιλεγμένων πρακτικών management και όσες από αυτές απάντησαν θετικά καταγράφονται στον πίνακα που ακολουθεί με βάση τον διαχωρισμό των προφίλ Α, Β, Γ και Δ (πίνακας 5.8.1).

Πίνακας 5.8.1 Χρήση πρακτικών management ανά προφίλ επιχειρήσεων.

Πρακτικές management/ ποσοστό επιχειρήσεων που εφαρμόζουν την συγκεκριμένη πρακτική	Α	Β	Γ	Δ	Συνολ.
Ολοκληρωμένα πληροφοριακά συστήματα	438 76,4%	291 73,3%	490 74,8%	300 75,0%	1519 75,0%
Συστήματα διοίκησης έργου	223 38,9%	155 39,0%	254 38,8%	129 32,3%	761 37,6%
Διοίκηση ολικής ποιότητας	325 56,7%	192 48,4%	360 55,0%	188 47,0%	1065 52,6%
Θεσμοθετημένες διαδικασίες αξιολόγησης και ανάπτυξης ανθρωπίνου δυναμικού	333 58,1%	233 58,7%	410 62,6%	221 55,3%	1197 59,1%
Σύστημα σύνδεσης μισθών /παραγωγικότητας	305 53,2%	209 52,6%	314 47,9%	180 45,0%	1008 49,8%
Σύνολο επιχειρήσεων	573	397	655	400	2025

N=2025

Στις περισσότερες από τις πρακτικές παρατηρούνται περισσότερες επιχειρήσεις που προέρχονται από τα προφίλ Α και Γ. Αυτό οφείλεται είτε επειδή τα γκρουπ αυτά περιλαμβάνουν και τις περισσότερες επιχειρήσεις είτε υπάρχει κάποια συσχέτιση ανάμεσα σε αυτά τα δύο και την χρήση πρακτικών management.

Η περίπτωση πρακτικής management στην οποία παρατηρούνται οι σημαντικότερες διαφορές ανάμεσα στα γκρουπ των επιχειρήσεων είναι η *διοίκηση ολικής ποιότητας* όπου συμμετέχουν:

- 325 επιχειρήσεις του προφίλ Α / ή το 56,7% τους
- 192 επιχειρήσεις του Β/ ή το 48,4% τους
- 360 επιχειρήσεις του Γ/ ή το 55,0% τους
- 188 επιχειρήσεις του Δ/ ή το 47,0% τους.

Συνολικά την τάση αυτή εκδηλώνουν 1065 επιχειρήσεις που αποτελούν παραπάνω από τις μισές των μεγάλων επιχειρήσεων της Ελλάδας.

Στις υπόλοιπες περιπτώσεις όπου οι διαφορές δεν είναι το ίδιο σημαντικές με προηγουμένως έχουμε ότι στα *συστήματα διοίκησης έργου* οι επιχειρήσεις του γκρουπ Δ μειονεκτούν των υπολοίπων καθώς την πρακτική αυτή εφαρμόζουν μόλις 129 επιχειρήσεις -το 32,3% τους-, ενώ στα άλλα γκρουπ τα ποσοστά αυτά δεν διαφέρουν σημαντικά. Συνολικά την πρακτική αυτή την εφαρμόζουν 761 επιχειρήσεις ή αλλιώς 1 στις 3.

Στις *θεσμοθετημένες διαδικασίες αξιολόγησης και ανάπτυξης ανθρωπίνου δυναμικού* οι σημαντικότερες διαφορές είναι ανάμεσα στα γκρουπ Γ και Δ όπου οι πρώτες είναι σχεδόν διπλάσιες από τις δεύτερες, ενώ συνολικά την πρακτική αυτή εφαρμόζουν 2 στις 3 μεγάλες επιχειρήσεις. Στα *συστήματα σύνδεσης μισθών / παραγωγικότητας* χαρακτηριστικότερη είναι η συμμετοχή της κατηγορίας Α με 305 επιχειρήσεις -το 53,2% της-, ενώ αντίθετα η Δ συμμετέχει με μόλις 180 επιχειρήσεις -το 45% της-.

Τέλος, *ολοκληρωμένα πληροφοριακά συστήματα* εφαρμόζουν οι περισσότερες από τις μεγάλες επιχειρήσεις, και συγκεκριμένα 1519 που αντιστοιχούν στα 3/4 του συνόλου της έρευνας. Οι διαφορές ωστόσο ανάμεσα στα προφίλ δεν είναι σημαντικές σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας καθώς περίπου το 75% των επιχειρήσεων από κάθε προφίλ εφαρμόζει αυτή την πρακτική.

5.9 Εφαρμογή πρακτικών διασφάλισης ποιότητας

Οι επιχειρήσεις απάντησαν εάν κάνουν χρήση πέντε επιλεγμένων πρακτικών διασφάλισης ποιότητας και όσες από αυτές δήλωσαν ότι κάνουν καταγράφονται στον πίνακα που ακολουθεί με βάση τον διαχωρισμό των προφίλ Α, Β, Γ και Δ (πίνακας 5.9.1).

Πίνακας 5.9.1 Χρήση πρακτικών διασφάλισης ποιότητας ανά προφίλ επιχειρήσεων.

Πρακτική διασφάλισης ποιότητας/ ποσοστό επιχειρήσεων που εφαρμόζουν την συγκεκριμένη πρακτική	Α	Β	Γ	Δ	Συνολ.
Πιστοποιημένο σύστημα διαχείρισης ποιότητας	376 65,6%	227 57,2%	410 62,6%	253 63,3%	1266 62,5%
Πιστοποιημένο σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης	165 28,8%	107 27,0%	170 26,0%	100 25,0%	542 26,8%
Πιστοποιημένο σύστημα διαχείρισης υγιεινής και ασφάλειας στην εργασία	236 41,2%	139 35,0%	251 38,3%	118 29,5%	744 36,7%
Οικολογικά σήματα	118 20,6%	56 14,1%	150 22,9%	80 20,0%	404 19,9%
Σύνολο επιχειρήσεων	573	397	655	400	2025

N=2025

Στις δύο πρώτες περιπτώσεις πρακτικών διασφάλισης ποιότητας δεν παρατηρούνται σημαντικές διαφορές ανάμεσα στα γκρουπ επιχειρήσεων. Ειδικά για την πρώτη περίπτωση, δηλαδή την *εφαρμογή πιστοποιημένου συστήματος διαχείρισης ποιότητας* αξίζει να επισημάνουμε ότι, την εφαρμόζουν οι περισσότερες από τις μεγάλες επιχειρήσεις, δηλαδή 1266 που αντιστοιχούν στο 62,5% τους.

Για την εφαρμογή *πιστοποιημένου συστήματος διαχείρισης υγιεινής και ασφάλειας* απαντούν θετικά:

- Συνολικά 744 επιχειρήσεις/ ή το 36,7% τους.
- 236 από το Α/ ή το 41,2% τους.
- 139 από το Β/ ή το 35,0% τους
- 251 από το Γ/ ή το 38,3% τους
- 118 από το Δ/ ή το 29,4% τους

Η τελευταία περίπτωση πρακτικής διασφάλισης ποιότητας συγκεντρώνει και τις λιγότερες επιχειρήσεις, καθώς μόλις 404 χρησιμοποιούν τα *οικολογικά συστήματα*. Εδώ, το προφίλ που μειονεκτεί σημαντικά των υπολοίπων όσον αφορά τον αριθμό επιχειρήσεων είναι το Β καθώς μόλις 56 επιχειρήσεις του -το 14,1% τους- εφαρμόζουν την πρακτική αυτή.

Όλα τα παραπάνω, εταιρική στρατηγική, πρακτικές management και πρακτικές διασφάλισης ποιότητας μπορεί να έχουν καθοριστικό ρόλο στον αγώνα της επιβίωσης των επιχειρήσεων στο περιβάλλον της κρίσης για το οποίο έχει γίνει ήδη λόγος. Είναι σημαντικό ωστόσο, να δούμε σε τι βαθμό εκτίθενται τα διάφορα γκρουπ επιχειρήσεων σε παράγοντες που εμφανίζονται σε περιόδους οικονομικής ύφεσης.

5.10 Βαθμός έκθεσης στο περιβάλλον της κρίσης

Ο βαθμός έκθεσης των επιχειρήσεων στο περιβάλλον της κρίσης έχει ιδιαίτερη σημασία καθώς φανερώνει ποια είναι τα σημεία εκείνα στα οποία η επιχείρηση αισθάνεται ότι υστερεί με αποτέλεσμα να δημιουργούνται κενά που μπορούν να επηρεάσουν τη βιωσιμότητά της.

Η ερώτηση αυτή καλύφθηκε με 7 πιθανά προβλήματα τα οποία δημιουργεί η κρίση, ενώ οι επιχειρήσεις αξιολόγησαν το βαθμό έκθεσής τους σε αυτά σε μια πενταβάθμια κλίμακα από 1 έως 5 όπου στην πρώτη υποδηλώνεται *καθόλου έκθεση* ενώ στην τελευταία *έκθεση σε μεγάλο βαθμό*. Στον επόμενο πίνακα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης διακύμανσης (one-way ANOVA), ώστε να ελεγχθεί πώς διαφοροποιείται ο βαθμός έκθεσης στο περιβάλλον αυτό ανάλογα με το οικονομικό προφίλ που ανήκει η επιχείρηση.

Πίνακας 5.10.1 Συγκρίσεις ανά ζεύγη των μέσων όρων, στα επίπεδα οικονομικού προφίλ, ανάλυση άπονα.

Κατηγορία	A	AB	ΑΓ	ΑΔ	B	BΓ	BΔ	Γ	ΓΔ	Δ
Χαμηλή ρευστότητα λόγω της άρνησης των τραπεζών να εγκρίνουν νέα δάνεια <i>F=73,02, sig=0.000</i>	2,36		***	***	2,50	***	***	3,12	***	3,58
Χαμηλή ρευστότητα λόγω προβλημάτων ρευστότητας προμηθευτών/ πελατών <i>F=58,76, sig=0,000</i>	2,80	**	***	***	3,13	***	***	3,52	**	3,83
Περιορισμένες πληρωμές / εργασίες από το Δημόσιο (βασικός πελάτης) <i>F=38,00, sig=0,000</i>	2,22	***	***	***	2,61	***	***	2,82	**	3,11
Πίεση για αμεσότερες πληρωμές από προμηθευτές του εξωτερικού <i>F=8,25, sig=0,000</i>	1,93		***	***	2,06	**	**	2,27		2,32
Πίεση από ανταγωνιστές που εστιάζουν στο κόστος <i>F=7,32, sig=0,000</i>	2,44		***	***	2,49	**	**	2,70		2,77
Πίεση από ανταγωνιστές που εστιάζουν στην ποιότητα / διαφοροποίηση <i>F= 0,28, sig=0,837</i>	1,84				1,85			1,87		1,90
Μετατόπιση του αγοραστικού προτύπου σε φθηνότερες κατηγορίες προϊόντων / υπηρεσιών <i>F=10,55, sig=0,000</i>	2,27	**	***	***	2,45		**	2,57		2,71

Σημείωση: **: Σημαντική σε ποσοστό 5%, ***: Σημαντική σε ποσοστό 1%

Ένα πρώτο συμπέρασμα είναι ότι οι χαμηλότεροι μέσοι όροι ή αλλιώς η μικρότερη έκθεση στην κρίση παρουσιάζεται στην περίπτωση των επιχειρήσεων του οικονομικού προφίλ Α. Η κατηγορία αυτή διαφέρει σε όλες σχεδόν τις παραμέτρους που εξετάστηκαν αποδεικνύοντας ότι οι καλές οικονομικές επιδόσεις εξασφαλίζουν αντίστοιχα χαμηλή έκθεση στο περιβάλλον της κρίσης.

Επίσης σε όλα τα πιθανά προβλήματα υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των 4 κατηγοριών, εκτός από την *πίεση από ανταγωνιστές που εστιάζουν στην ποιότητα* όπου δεν προκύπτει σημαντική διαφορά καθώς για όλες τις κατηγορίες ο κίνδυνος αυτός αξιολογείται ως πολύ χαμηλός (μέσοι όροι μεταξύ 1,8-1,9).

Έτσι, οι επιχειρήσεις της κατηγορίας Γ και Δ παρουσιάζουν σημαντικά υψηλότερο κίνδυνο από τις εδραιωμένες επιχειρήσεις του προφίλ Α σε όλα τα πεδία εκτός της *πίεσης από ανταγωνιστές που εστιάζουν στην ποιότητα*. Όσον αφορά τις επιχειρήσεις του προφίλ Β δηλώνουν σε στατιστικά σημαντικό βαθμό υψηλότερο κίνδυνο από τις αντίστοιχες του Α προφίλ στο πεδίο των *περιορισμένων πληρωμών / εργασιών από το Δημόσιο*, ενώ αντίστοιχη διαφορά αλλά μικρότερης κλίμακας παρατηρείται στη *χαμηλή ρευστότητα λόγω προβλημάτων ρευστότητας προμηθευτών / πελατών* και στη *μετατόπιση του αγοραστικού προτύπου σε φθηνότερες κατηγορίες προϊόντων / υπηρεσιών*.

Μεταξύ των επιχειρήσεων του προφίλ Β και εκείνων των Γ και Δ παρατηρούνται σημαντικές διαφορές έκθεσης στα 3 πρώτα πεδία με χαρακτηριστικότερη την *χαμηλή ρευστότητα λόγω της άρνησης των τραπεζών να εγκρίνουν νέα δάνεια* όπου μέσοι οι όροι Β,Γ και Δ είναι 2,50, 3,12 και 3,58 αντίστοιχα. Στα υπόλοιπα πεδία οι διαφορές είναι παρόμοιες, αλλά μικρότερης κλίμακας καθώς τα αποτελέσματα δεν διαφέρουν όσο προηγουμένως.

Για τις επιχειρήσεις της κατηγορίας Γ και Δ οι στατιστικά σημαντικές διαφορές είναι μικρότερες, καθώς παρουσιάζουν τους υψηλότερους μέσους όρους με τις τελευταίες να βρίσκονται ελάχιστα σε πιο αρνητική θέση. Ελαφρώς λιγότερο εκτεθειμένες εμφανίζονται έτσι οι επιχειρήσεις της κατηγορίας Γ στα θέματα *ρευστότητας και πληρωμών από το Δημόσιο*.

5.11 Τρόποι αντίδρασης στην κρίση το επόμενο 12μηνο

Στη συνέχεια οι επιχειρήσεις των τεσσάρων προφίλ εξετάστηκαν ως προς τους τρόπους που επιλέγουν να αντιδράσουν στην κρίση το επόμενο 12μηνο. Οι επιχειρήσεις αξιολόγησαν 7 τρόπους για τους οποίους απάντησαν είτε ότι θα τους εφαρμόσουν, είτε ότι δεν θα τους εφαρμόσουν, είτε μπορεί/ ίσως να το κάνουν ή είτε το έχουν κάνει ήδη. Παρακάτω, στον πίνακα 5.11.1 καταγράφονται όσες σκοπεύουν να εφαρμόσουν τους επιμέρους τρόπους αντίδρασης.

Πίνακας 5.11.1 Χρήση Τρόποι αντίδρασης στην κρίση το επόμενο 12μηνο ανά προφίλ επιχειρήσεων.

Τρόποι αντίδρασης/ ποσοστό επιχειρήσεων που αντιδρούν με αυτό τον τρόπο	A	B	Γ	Δ	Συνολ.
Μείωση απασχολούμενων	26 4,5%	73 18,4%	158 24,1%	156 39,0%	413 20,4%
Μείωση της παραγωγής ή δραστηριότητας	20 3,5%	79 19,9%	120 18,3%	117 29,3%	336 16,6%
Μείωση των τιμών	77 13,4%	89 22,4%	152 23,2%	108 27,0%	426 21,0%
Περικοπή έμμεσων παροχών προς τους εργαζόμενους	67 11,7%	100 25,2%	189 28,9%	158 39,5%	514 25,4%
Συγκράτηση ή μείωση των τακτικών αποδοχών του προσωπικού	227 39,6%	208 52,4%	339 51,8%	229 57,3%	1003 49,5%
Περικοπές σε πριμ, επιδόματα παραγωγικότητας	109 19,0%	127 32,0%	226 34,5%	168 42,0%	630 31,1%
Προσαρμογή του χρόνου εργασίας	103 18,0%	98 24,7%	250 38,2%	164 41,0%	615 30,4%
Σύνολο επιχειρήσεων	573	397	655	400	2025

N=2025

Οι τρόποι αντίδρασης στην κρίση έχουν ισχυρή συσχέτιση με τον βαθμό έκθεσης στο περιβάλλον της κρίσης όπου είδαμε ότι την χαμηλότερη έκθεση έχουν οι επιχειρήσεις του προφίλ Α. Έτσι και στους περισσότερους τρόπους αντίδρασης οι λιγότερες επιχειρήσεις προέρχονται από το προφίλ Α ενώ οι περισσότερες από τα Γ και Δ, αφού αυτές έχουν την περισσότερη ανάγκη. Συγκεκριμένα, ο τρόπος αντίδρασης που συγκεντρώνει τις περισσότερες επιχειρήσεις -1003 επιχειρήσεις ή σχεδόν οι μισές

αντιδρούν με αυτόν τον τρόπο- είναι η *συγκράτηση ή μείωση των τακτικών αποδοχών του προσωπικού*. Με βάση τον διαχωρισμό σε γκρουπ επιχειρήσεων στον συγκεκριμένο τρόπο αντίδρασης οδηγούνται:

- Μόλις 2 στις 5 επιχειρήσεις του προφίλ Α.
- Λίγες παραπάνω από τις μισές του Β.
- Λίγες παραπάνω από τις μισές του Γ.
- Σχεδόν τα 2/3 των επιχειρήσεων του γκρουπ Δ.

Παρόμοια με τα παραπάνω οι επιχειρήσεις του γκρουπ Α δηλώνουν σε πολύ χαμηλό ποσοστό -μόλις το 3,4% τους ή 20 επιχειρήσεις- ότι θα προβούν σε *μείωση της παραγωγής ή δραστηριότητας* ενώ αρκετά υψηλότερα είναι τα ποσοστά των επιχειρήσεων των υπολοίπων προφίλ. Την *μείωση απασχολουμένων* θα την εφαρμόσουν μόλις 26 επιχειρήσεις του γκρουπ Α -ή το 4,5% τους- ενώ από το Δ η συμμετοχή αυτή είναι με 156 επιχειρήσεις -ή το 39% τους-. Η ίδια αναλογία ανάμεσα στα προφίλ επιχειρήσεων επιβεβαιώνεται και στους υπόλοιπους τρόπους αντίδρασης με οριακά ωστόσο χαμηλότερες διαφορές.

5.12 Τεχνολογικές ικανότητες

Η επόμενη μεταβλητή που χρησιμοποιήθηκε για να εντοπιστούν διαφορές μεταξύ των προφίλ ήταν οι τεχνολογικές ικανότητες. Για τις τεχνολογικές τους ικανότητες οι επιχειρήσεις αξιολόγησαν τέσσερα είδη με κλίμακα αξιολόγησης από το 1 (καθόλου) έως το 5 (σε μεγάλο βαθμό). Για την καλύτερη κατανόηση των αποτελεσμάτων έγινε ανάλυση διακύμανσης (one-way anova) και τα αποτελέσματα καταγράφονται στον πίνακα 5.12.1.

Πίνακας 5.12.1 Συγκρίσεις ανά ζεύγη των μέσων όρων, στα επίπεδα οικονομικού προφίλ.

Κατηγορία	A	AB	AΓ	AΔ	B	BΓ	BΔ	Γ	ΓΔ	Δ
Άμεση ανταπόκριση σε μεταβολές της ζήτησης <i>F=7,71, sig=0,000</i>	4,02	***	***	***	3,80			3,84		3,76
Ευελιξία στην παραγωγή νέων προϊόντων υπηρεσιών <i>F=3,71, sig=0,011</i>	3,35			***	3,19			3,26		3,07
Προσαρμογή τεχνολογίας στις ανάγκες της <i>F=10,51, sig=0,000</i>	3,74		***	***	3,59		**	3,47	***	3,35
Τμήμα τεχνικών μελετών ή/ και R&D αγοράς <i>F=4,20, sig=0,006</i>	2,80			***	2,70			2,64		2,47

Σημείωση: **: Σημαντική σε ποσοστό 5%, ***: Σημαντική σε ποσοστό 1%

Οι ισχυρότερες διαφορές σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ανάμεσα στα προφίλ επιχειρήσεων προκύπτουν για την *προσαρμογή τεχνολογίας στις ανάγκες της επιχείρησης*. Η επιχείρησης του προφίλ Α διαθέτουν περισσότερο αυτή την ικανότητα (μέσος όρος 3,74 που είναι σημαντικός σε σύγκριση με τους υπόλοιπους σε ποσοστό 1%) με τις αντίστοιχες του προφίλ Β να ακολουθούν και εκείνες του προφίλ Γ να έρχονται τρίτες. Χαμηλότερο βαθμό ικανότητας σε αυτή την κατηγορία έχουν οι επιχειρήσεις του προφίλ Δ (μέσος όρος 3,35).

Ως προς την *άμεση ανταπόκριση σε μεταβολές της ζήτησης* υπάρχει σημαντική διαφορά μεταξύ του προφίλ Α και των υπολοίπων. Οι επιχειρήσεις του πρώτου προφίλ έχουν πολύ υψηλή ικανότητα σε αυτή την κατηγορία με μέσο όρο βαθμού αξιολόγησης 4,02 ενώ για τις αντίστοιχες επιχειρήσεις των προφίλ Β, Γ και Δ η ικανότητα αυτή είναι σημαντικά μικρότερη (μέσος όρος μεταξύ 3,84-3,76).

Οι υπόλοιπες δύο κατηγορίες τεχνολογικής ικανότητας δεν παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές. Και στις δύο περιπτώσεις οι επιχειρήσεις του προφίλ Α έχουν υψηλότερο

μέσο όρο από τις αντίστοιχες του προφίλ Δ σε ποσοστό στατιστικής σημαντικότητας 1%.

Ένας παράγοντας που είναι άρρητα συνδεδεμένος με την τεχνολογία -όπως έχει επισημανθεί κατά την θεωρία μας- είναι εκείνος της καινοτομίας.. Αξίζει λοιπόν, να δούμε τις καινοτομικές επιδόσεις που έχουν οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις της χώρας.

5.13 Καινοτομικές επιδόσεις

Οι επιχειρήσεις του ερωτηματολογίου εξετάστηκαν για τις επιδόσεις τους σε τρία βασικά είδη καινοτομίας, όπως αυτά ορίζονται με βάση το εγχειρίδιο του Oslo. Συγκεκριμένα, τέθηκαν να απαντήσουν εάν αναπτύσσουν τις καινοτομία *προϊόντος*, καινοτομία *διαδικασίας*, και καινοτομία *οργάνωσης / εμπορικής εκμετάλλευσης*.

Πίνακας 5.13.1 Ποσοστό επιχειρήσεων ανά καινοτομική δραστηριότητα

Είδος καινοτομίας	A	B	Γ	Δ	Συνολ.
Δημιουργία νέων ή σημαντικά βελτιωμένων προϊόντων ή υπηρεσιών	308	194	319	167	988
Ποσοστό	53,8%	48,9%	48,7%	41,8%	48,8%
Εισαγωγή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων καινοτομιών διαδικασιών / διεργασιών την τελευταία διετία (2009-2010)	209	130	186	98	623
Ποσοστό	36,5%	32,7%	28,4%	24,5%	30,8%
Εισαγωγή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων καινοτομιών οργάνωσης / εμπορίας / μάρκετινγκ κατά την τελευταία διετία 2009-2010	242	143	256	127	768
Ποσοστό	42,2%	36,0%	39,1%	31,8%	37,9%
Σύνολο επιχειρήσεων	558	382	640	384	1964

N=1964

Την δημιουργία νέων ή σημαντικά βελτιωμένων προϊόντων ή υπηρεσιών (καινοτομία προϊόντος) την εισάγουν 988 επιχειρήσεις ή αλλιώς σχεδόν οι μισές από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Όπως ήταν αναμενόμενο λοιπόν η καινοτομία που

εφαρμόζουν οι περισσότερες από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις της χώρας είναι εκείνη με τα πιο ορατά όρια που είναι και πιο εύκολα μετρήσιμη όπως έχουμε αναφέρει ήδη. Όσον αφορά τα γκρουπ αυτό που κάνει περισσότερη εντύπωση είναι το χαμηλό – σύγκριση με τα άλλα- ποσοστό του τελευταίου γκρουπ δυναμικότητας. Συγκεκριμένα, συμμετέχουν:

- 308 από το Α/ ή το 53,4% τους.
- 194 από το Β/ ή το 48,9% τους.
- 319 από το Γ/ ή το 48,7% τους.
- Μόλις 167 από το Δ/ ή το 41,8% τους.

Η καινοτομία προϊόντος μολονότι εφαρμόζεται σε μεγάλο ποσοστό στις μεγάλες επιχειρήσεις της χώρας, παρουσιάζει ένα απογοητευτικό στοιχείο. Για την διετία 2009-2010 που γίνεται η ανάλυση το 68,3% των επιχειρήσεων που εισαγάγουν τέτοια καινοτομία δήλωσαν ότι το νέο προϊόν είναι απλώς νέο για την επιχείρησή τους ενώ σχεδόν οι μισές (επιχειρήσεις κυρίως προερχόμενες από το οικονομικό προφίλ Α) δήλωσαν ότι αποτελεί καινοτομία για την ελληνική αγορά. Από την άλλη πλευρά ένα ποσοστό της τάξεως του 16% των επιχειρήσεων δήλωσε ότι τα προϊόντα ήταν καινοτόμα για την παγκόσμια αγορά.

Η εισαγωγή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων καινοτομιών οργάνωσης / εμπορίας / μάρκετινγκ (καινοτομία διαδικασίας) κατά την διετία 2009-2010 περιλαμβάνει μόλις το 38% των μεγαλύτερων επιχειρήσεων και συγκεκριμένα 768 από αυτές. Κυρίαρχο γκρουπ της κατηγορίας αυτής είναι το Γ με 256 επιχειρήσεις -ή το 39% του- ενώ ελάχιστα λιγότερες είναι εκείνες του Α με 242 -ή το 42% του-. Τις υπόλοιπες επιχειρήσεις συμπληρώνουν το γκρουπ Β με 143 -ή το 36% του- και τελευταίο το Δ με 127 -ή το 31,8% του-.

Όσον αφορά το είδος της εισαγόμενης καινοτομίας διαδικασιών, το 68% των επιχειρήσεων δήλωσε ότι αποτελούν μεθόδους παραγωγής προϊόντων/υπηρεσιών. Σχεδόν οι μισές από τις επιχειρήσεις που εισάγουν παρόμοια καινοτομία δήλωσαν ότι αποτελεί πρακτικές που εφαρμόζονται στην εφοδιαστική αλυσίδα της επιχείρησης ενώ ένα 30% ότι πρόκειται για τρόπους χρήσης των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών.

Ως προς το τελευταίο είδος καινοτομίας, την *εισαγωγή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων καινοτομιών διαδικασιών / διεργασιών (καινοτομία οργάνωσης/καινοτομία εμπορικής εκμετάλλευσης)* σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας κατά τη διετία 2009-2010 623 επιχειρήσεις έχουν εμφανίσει κάποιο σχετικό αποτέλεσμα. Και πάλι είναι οι επιχειρήσεις του προφίλ Α που φαίνεται να κάνουν περισσότερο αυτή την καινοτομία καθώς είναι σε αριθμό 209 –ή το 36,5% τους- ενώ ακολουθούν εκείνες του Γ με 186 - ή το 28,4% τους-. Από το προφίλ Β παρατηρούνται 130 -ή το 32,7% του- επιχειρήσεις ενώ εκείνες του Δ είναι μόλις 98 –ή το 30,8% του-.

Το 68% των επιχειρήσεων που εισάγουν την παραπάνω καινοτομία δήλωσε ότι *αναφέρεται σε μεθόδους πωλήσεων ή διάθεσης προϊόντων/ υπηρεσιών*. Σχεδόν οι μισές δήλωσαν ότι *αναφέρεται σε μεθόδους οργάνωσης της εργασίας* ενώ περίπου τόσες είναι και εκείνες για τις οποίες η καινοτομία αφορά την *αναβάθμιση των υπηρεσιών μετά την πώληση (after sales)*. Τέλος, για ένα ποσοστό της τάξεως του 35% η καινοτομία οργάνωσης/ εμπορικής εκμετάλλευσης αφορά τις *μεταβολές στο design, ή τη συσκευασία προϊόντων/ υπηρεσιών*.

Στη συνέχεια προσπαθούμε να συνθέσουμε τα συγκεκριμένα είδη καινοτομιών ανά επιχείρηση με ένα σωρευτικό τρόπο (πίνακας 5.13.2).

Πίνακας 5.13.2 Ποσοστά επιχειρήσεων ανά αριθμό εισαγόμενων καινοτομιών

Αριθμός καινοτομιών	Α	Β	Γ	Δ	Συνολ.
Καμία καινοτομία	153	110	183	152	598
Ποσοστό	27,1%	28,4%	29,0%	38,7%	29,5%
Τουλάχιστον ένα είδος καινοτομίας	410	278	447	240	1375
Ποσοστό	73,4%	71,6%	70,1%	61,2%	67,9%
Τουλάχιστον δύο είδη καινοτομιών	249	138	214	109	710
Ποσοστό	44,2%	35,6%	33,9%	27,8%	35,1%
Και τα τρία είδη	95	45	75	38	253
Ποσοστό	16,8%	11,6%	11,9%	9,7%	12,5%
Σύνολο επιχειρήσεων	558	382	640	384	1964

N=1964

Από τις 2025 μεγαλύτερες επιχειρήσεις της χώρας οι 1375 –ή το 69,7%- δήλωσε ότι εφαρμόζει τουλάχιστον ένα από τα τρία είδη καινοτομιών ενώ οι 589 –ήτοι 29,5%- δεν εφαρμόζει καμία καινοτομία. Οι υπόλοιπες 61 επιχειρήσεις που συμπληρώνουν το σύνολο εξαιρέθηκαν από την παρούσα ανάλυση διότι απάντησαν “ΔΓ/ΔΑ” σε τουλάχιστον ένα είδος καινοτομίας.

Το προφίλ από το οποίο προέρχονται οι περισσότερες επιχειρήσεις με εφαρμογή τουλάχιστον ενός είδους καινοτομίας είναι του Γ, όπου το 70,1% -ή αλλιώς 447 επιχειρήσεις- έχει απαντήσει θετικά. Ωστόσο και πάλι κυρίαρχη είναι η παρουσία των “υγείων” με βάση οικονομικούς όρους επιχειρήσεων καθώς από αυτές (προφίλ Α) ανήκει το 73,4% τους –ή αλλιώς 410 επιχειρήσεις-. Ακολουθως έχουμε τις 278 επιχειρήσεις του προφίλ Β –ή το 71,6% τους- ενώ τελευταίες έρχονται οι πιο αδύναμες (προφίλ Δ) από τις οποίες μόλις το 61,2% εφαρμόζει τουλάχιστον ένα είδος καινοτομίας. Τα αποτελέσματα για τις επιχειρήσεις που δεν κάνουν καμία καινοτομία είναι τα αντίστροφα από τα προηγούμενα.

Τουλάχιστον δύο από τα τρία είδη καινοτομιών εφαρμόζουν 710 επιχειρήσεις –ή το 35,1%- εκ των οποίων οι 249 προέρχονται από το πρώτο οικονομικό γκρουπ επιχειρήσεων. Δηλαδή, το 44,2% των “υγείων” επιχειρήσεων της χώρας κάνει τουλάχιστον 2 καινοτομίες ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τις υπόλοιπες είναι εμφανώς μειωμένο. Συγκεκριμένα, μόλις το 27,8% των επιχειρήσεων του προφίλ Δ συμμετέχει σε αυτό το πεδίο ενώ σε ελαφρώς καλύτερη μοίρα έχουμε εκείνες του Γ με το 33,9% τους και τις αντίστοιχες του Β με το 35,6% τους.

Τέλος, οι επιχειρήσεις που κάνουν και τα τρία είδη καινοτομίας όπως θα ήταν αναμενόμενο είναι ελάχιστες συγκριτικά με το σύνολό τους. Συγκεκριμένα, μόλις 253 επιχειρήσεις –ή το 12,5% - δήλωσαν ότι είναι πολύ καινοτομικές. Από τα γκρουπ επιχειρήσεων στην κατηγορία αυτή εντάσσονται:

- Από το προφίλ Α 95 επιχειρήσεις/ ή το 16,8%.
- Από το Γ 75 επιχειρήσεις/ ή το 11,9%.
- Από το Β 45 επιχειρήσεις/ ή το 11,6%.
- Από το Δ 38 επιχειρήσεις/ ή το 9,7%.

5.14 Διάρθρωση επενδυτικών δαπανών

Για την ανάλυση των επενδυτικών δαπανών χρησιμοποιήθηκε η διάμεσος τιμή (σε χιλιάδες ευρώ) ανά προφίλ επιχειρήσεων για δύο περιόδους: 2009-2010 και 2011-2012.

Πίνακας 5.14.1 Διάμεσος αξία επενδυτικών δαπανών

Έτος	Αξία επενδυτικών δαπανών	A	B	Γ	Δ	
2009-2010	Το 50% δαπάνες πάνω από (σε χιλ. ευρώ)	400	300	160	132	
2011-2012	Το 50% δαπάνες πάνω από (σε χιλ. ευρώ)	238	100	-	-	
Σύνολο επιχειρήσεων		573	397	655	400	2025

Οι μισές επιχειρήσεις του προφίλ Α δαπάνησαν την πρώτη διετία για διάφορες κατηγορίες επενδύσεων (π.χ. αγορά εξοπλισμού, αύξηση παραγωγικής δραστηριότητας κ.α.) πάνω από 400 χιλιάδες ευρώ ενώ κατά την επόμενη διετία οι μισές επιχειρήσεις δηλώνουν ότι θα δαπανήσουν πάνω από μόλις 238 χιλ. ευρώ. Χαμηλότερες είναι οι δαπάνες για τις επιχειρήσεις του προφίλ Β καθώς οι μισές από αυτές επένδυσαν πάνω από 300 χιλ. ευρώ ενώ η εκτίμηση για την επόμενη διετία ήταν μόλις 100 χιλ. ευρώ. Ακόμη χαμηλότερες δαπάνες δηλώθηκαν για την πρώτη διετία από τις επιχειρήσεις των προφίλ Γ και Δ καθώς το ποσό των μισών επιχειρήσεων του πρώτου είναι πάνω από 160 χιλ. ευρώ και του δεύτερου πάνω από 132 χιλ. ενώ για την επόμενη διετία λόγω των υψηλών περικοπών δεν προέκυπτε αποτέλεσμα διαμέσου τιμής.

5.15 Συμπεράσματα

Τα σημαντικότερα συμπεράσματα που προκύπτουν από το κεφάλαιο 5 είναι:

- Οι επιχειρήσεις του προφίλ Α συγκεντρώνουν –ποσοστιαία- τις περισσότερες μεγάλες επιχειρήσεις ενώ αντίθετα εκείνες του Δ τις περισσότερες μικρές. Άρα υπάρχει θετική σχέση μεταξύ μεγέθους και οικονομικών επιδόσεων.
- Κλάδοι όπως *Υπηρεσίες (60-71)*, *Πληροφορική (72)* και *Συμβουλευτικές Υπηρεσίες (74)* συγκεντρώνουν περισσότερο “υγιείς” –με βάση τον διαχωρισμό- επιχειρήσεις ενώ αντίθετα εκείνοι του *Εμπορίου*, των *Ξενοδοχείων-Εστιατορίων* και των *Λοιπών Υπηρεσιών (75-93)* συγκεντρώνουν

περισσότερο “προβληματικές”. Άρα, για την εξεταζόμενη περίοδο φαίνεται ότι αφενός οι πρώτοι κλάδοι να λειτουργούν καλύτερα από τους δεύτερους αλλά και ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των οικονομικών κλάδων και των οικονομικών επιδόσεων.

- Οι μισές επιχειρήσεις του προφίλ Α πραγματοποιούν εξαγωγές, με τις περισσότερες από αυτές να αναμένουν μάλιστα να τις αυξήσουν στην επόμενη διετία. Αντίθετα, σχεδόν 2 στις 3 από το προφίλ Δ δεν κάνει καθόλου εξαγωγές. Συνεπώς υπάρχει θετική σχέση εξαγωγών και οικονομικής επίδοσης.
- Αν και η *αύξηση μεριδίου αγοράς σε υφιστάμενες αγορές* είναι η εταιρική στρατηγική που εφαρμόζεται σε υψηλότερο βαθμό από τις περισσότερες επιχειρήσεις της χώρας, εκείνη που όμως φαίνεται να συνδέεται σε μεγαλύτερο βαθμό με την οικονομική ευρωστία είναι η *αύξηση πωλήσεων με διείσδυση σε νέες αγορές*.
- Η πρακτική management που εφαρμόζουν οι περισσότερες από τις επιχειρήσεις του δείγματος είναι οι *θεσμοθετημένες διαδικασίες ανάπτυξης ανθρώπινου δυναμικού*, ενώ η *διοίκηση ολικής ποιότητας* είναι εκείνη που παρουσιάζει την σημαντικότερη συσχέτιση με το οικονομικό προφίλ αφού την εφαρμόζουν περισσότερο οι οικονομικά εύρωστες και λιγότερο οι “προβληματικές”.
- Η πρακτική διασφάλισης ποιότητας που φαίνεται να συνδέεται σε μεγαλύτερο βαθμό με την οικονομική ευρωστία είναι τα *πιστοποιημένα συστήματα διαχείρισης υγιεινής και ασφάλειας* αφού εμφανίζεται λιγότερο στα προβληματικά γκρουπ και περισσότερο στα υπόλοιπα. Τα *πιστοποιημένα συστήματα διαχείρισης ποιότητας* φαίνεται να είναι η πρακτική που βρίσκει περισσότερο εφαρμογή στο σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος χωρίς ωστόσο να παρουσιάζεται σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ των οικονομικών προφίλ.
- Η πρακτική διασφάλισης ποιότητας που εφαρμόζεται από τις περισσότερες επιλεγμένες επιχειρήσεις για την έρευνα είναι τα *πιστοποιημένα συστήματα διαχείρισης ποιότητας* χωρίς ωστόσο να παρουσιάζει όμως καμία σημαντική συσχέτιση με την οικονομική ευρωστία σε αντίθεση με τα *πιστοποιημένα*

συστήματα διαχείρισης υγιεινής και ασφάλειας τα οποία φαίνεται να σχετίζονται σημαντικά με το θέμα αυτό.

- Αν και χαμηλή ρευστότητα λόγω προβλημάτων ρευστότητας προμηθευτών/ πελατών φαίνεται να έχει θίξει περισσότερο τις επιχειρήσεις του δείγματος όσων αφορά τον βαθμό έκθεσής τους στο περιβάλλον της κρίσης, η χαμηλή ρευστότητα λόγω της άρνησης των τραπεζών να εγκρίνουν νέα δάνεια ωστόσο είναι αυτή που σχετίζεται περισσότερο με τα προφίλ των επιχειρήσεων αφού φαίνεται να επηρεάζει περισσότερο τις ‘προβληματικές’ επιχειρήσεις.
- Σχεδόν οι μισές από τις επιχειρήσεις του δείγματος δηλώνουν ότι το 2011 αναγκάζονται -λόγω των προβλημάτων που δημιουργεί κρίση- να κάνουν συγκράτηση ή μείωση των τακτικών αποδοχών του προσωπικού. Άρα, μεσούσης της περιόδου οι επιχειρήσεις της χώρας για να επιβιώσουν καταφεύγουν κυρίως στο μέτρο αυτό.
- Σχεδόν τα 2/5 των επιχειρήσεων του γκρουπ Δ δηλώνουν ότι θα κάνουν μείωση των απασχολουμένων και περικοπή έμμεσων παροχών προς τους εργαζόμενους ενώ 3 στις 5 του ίδιου γκρουπ θα κάνουν συγκράτηση ή μείωση των τακτικών αποδοχών του προσωπικού. Τα αντίστοιχα ποσοστά για τις επιχειρήσεις του γκρουπ Α είναι εμφανώς μειωμένα. Άρα υπάρχει σημαντική συσχέτιση των μέτρων αυτών με την οικονομική αποδοτικότητα των επιχειρήσεων⁹.
- Η άμεση ανταπόκριση σε μεταβολές της ζήτησης είναι η ισχυρότερη από τις τεχνολογικές ικανότητες του συνόλου των 2025 επιλεγμένων επιχειρήσεων, η προσαρμογή της τεχνολογίας στις ανάγκες της επιχείρησης ωστόσο, είναι αυτή που παρουσιάζει ισχυρότερες συσχετίσεις με τα οικονομικά προφίλ.
- Σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις του δείγματος εισάγουν καινοτομία προϊόντος. Άρα, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι, αυτή είναι η καινοτομία που επενδύουν περισσότερο οι ελληνικές επιχειρήσεις.
- Μόλις 1 στις 4 επιχειρήσεις από το γκρουπ Δ εισάγουν καινοτομία διαδικασίας/ διεργασίας ενώ για το Α είναι λίγο περισσότερες από 1 στις 3

⁹ Πράγμα που δικαιολογείται από το γεγονός ότι ο βαθμός έκθεσης έχει άμεση συσχέτιση με την αποδοτικότητα με αποτέλεσμα τα μέτρα που θα λαμβάνονται για να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα που δημιουργούνται να αφορούν κυρίως όσους πλήττονται περισσότερο, δηλαδή τους πιο αδύναμους (προφίλ Δ)

επιχειρήσεις. Άρα, η καινοτομία που εμφανίζει μεγαλύτερη συσχέτιση με την οικονομική αποδοτικότητα είναι η *διαδικασίας/ διεργασίας*.

- Το ποσοστό των επιλεγμένων επιχειρήσεων που εισάγει και τα 3 είδη καινοτομίας αντιστοιχεί σε μόλις 12,5% ενώ συγκεκριμένα για εκείνες του γκρουπ Α το ποσοστό αυτό είναι 16,8%. Άρα, η εφαρμογή και των 3 ειδών καινοτομίας είναι μία πολυτέλεια που αφορά κυρίως τις οικονομικά εύρωστες επιχειρήσεις.
- Οι μισές επιχειρήσεις του γκρουπ Α την περίοδο 2009-2010 είχαν δαπάνες πάνω από 400 χιλ. ευρώ η κάθε μία ενώ για την επόμενη περίοδο το ποσό αυτό μειώθηκε σε 238 χιλ. ευρώ. Άρα, η οικονομική κρίση έχει πλήξει την επενδυτική συμπεριφορά ακόμα και των πιο εύρωστων επιχειρήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Από την θεωρία έχουν επισημανθεί διάφοροι παράγοντες που μπορεί να έχουν είτε θετική είτε αρνητική επιρροή στην οικονομική αποδοτικότητα της επιχείρησης, αν τη μετρήσουμε σε όρους κερδοφορίας. Στη συνέχεια λοιπόν της εργασίας και με βάση το δείγμα των 2025 επιχειρήσεων γίνεται λοιπόν προσπάθεια εξερεύνησης των προσδιοριστικών παραγόντων της κερδοφορίας με την βοήθεια του λογισμικού SPSS 20.

6.1 Μεθοδολογία

Η ανάλυση παλινδρόμησης που θα χρησιμοποιηθεί παρακάτω στηρίζεται σε μία εξίσωση της οποίας οι μεταβλητές έχουν αναλυθεί κατά την θεωρία. Πρόκειται για μεταβλητές για τις οποίες έχει εντοπιστεί να έχουν θετική επιρροή στην οικονομική αποδοτικότητα των επιχειρήσεων. Η γενική εξίσωση προσδιορισμού της κερδοφορίας παίρνει την ακόλουθη μορφή:

$$\begin{aligned} \text{kerdi} = & a_0 + a_1.\text{ekpaideusi_TEI} + a_2.\text{ekpaideusi_AEI} + a_3.\text{ekpaideusi_MASTER} + \\ & a_4.\text{empeiria_1} + a_5.\text{empeiria_2} + a_6.\text{empeiria_3} + a_7.\text{megethos} + a_8.\text{kainotomia} + \\ & a_9.\text{eksagoges} + a_{10}.\text{ekpaideusi} + a_{11}.\text{tehnologia_1} + a_{12}.\text{tehnologia_2} + a_{13}.\text{tehnologia_3} \\ & + a_{14}.\text{tehnologia_4} \end{aligned} \quad (1)$$

Όπου οι μεταβλητές της εξίσωσης (1) είναι:

ekpaideusi_TEI: ποσοστό προσωπικού με πτυχίο TEI (κλίμακα 0= 0%, 1= 1-25%, 2= 26-50%, 3= 51-75%, 4= 76-100%).

ekpaideusi_AEI: ποσοστό προσωπικού με πτυχίο AEI (κλίμακα 0= 0%, 1= 1-25%, 2= 26-50%, 3= 51-75%, 4= 76-100%).

ekpaideusi_MASTER: ποσοστό προσωπικού με μεταπτυχιακό ή διδακτορικό (κλίμακα 0= 0%, 1= 1-25%, 2= 26-50%, 3= 51-75%, 4= 76-100%).

empeiria_1: ποσοστό προσωπικού με λιγότερα από 2 έτη στην εταιρεία (κλίμακα 0= 0%, 1= 1-25%, 2= 26-50%, 3= 51-75%, 4= 76-100%).

empeiria_2: ποσοστό προσωπικού με 2-10 έτη στην εταιρεία (κλίμακα 0= 0%, 1= 1-25%, 2= 26-50%, 3= 51-75%, 4= 76-100%).

empeiria_3: ποσοστό προσωπικού άνω των 10 ετών στην εταιρεία (κλίμακα 0= 0%, 1= 1-25%, 2= 26-50%, 3= 51-75%, 4= 76-100%).

megethos: αφορά τον αριθμό των απασχολουμένων ανά επιχείρηση

kainotomia: καινοτομική ικανότητα εταιρείας (κλίμακα 0=καμία καινοτομία, 1=μία καινοτομία, 2=δύο καινοτομίες, 3=τρεις καινοτομίες).

eksagoges: δυνατότητα εξαγωγών επιχείρησης (κλίμακα 0=OXI, 1=NAI).

ekpaideusi: εφαρμογή προγραμμάτων εκπαίδευσης του προσωπικού (κλίμακα 0=OXI, 1=NAI).

tehnologia_1: Τεχνολογικές ικανότητες επιχείρησης/ άμεση ανταπόκριση σε μεταβολές της ζήτησης (κλίμακα 0=καθόλου... 4=σε μεγάλο βαθμό).

tehnologia_2: Τεχνολογικές ικανότητες επιχείρησης/ ευελιξία στην παραγωγή νέων προϊόντων / υπηρεσιών (κλίμακα 0=καθόλου... 4=σε μεγάλο βαθμό).

tehnologia_3: Τεχνολογικές ικανότητες επιχείρησης/ προσαρμογή τεχνολογίας στις ανάγκες της (κλίμακα 0=καθόλου... 4=σε μεγάλο βαθμό).

tehnologia_4: Τεχνολογικές ικανότητες επιχείρησης/ τμήμα τεχνικών μελετών ή / και R&D (κλίμακα 0=καθόλου... 4=σε μεγάλο βαθμό).

Ακόμη, κρίθηκε αναγκαίο, για την λήψη ποιοτικότερων αποτελεσμάτων να ομαδοποιηθούν οι επιχειρήσεις βάση της περιφερειακής διάρθρωσής τους σε 6 υποδείγματα / περιφέρειες. Έτσι, η ανάλυση παλινδρόμησης πραγματοποιήθηκε για το συνολικό δείγμα των 2025 επιχειρήσεων αλλά και για καθένα από τα 6 υποδείγματα. Αναλυτικά, τα υποδείγματα αυτά είναι:

1= Αττική (715 επιχειρήσεις)

2= Κεντρική Μακεδονία & Ανατολική Θράκη (397 επιχειρήσεις)

3= Βόρειο Αιγαίο & Νότιο Αιγαίο& Κρήτη (268 επιχειρήσεις)

4= Ήπειρος & Δυτική Μακεδονία & Ιόνια Νησιά (228 επιχειρήσεις)

5= Πελοπόννησος & Δυτική Ελλάδα (152 επιχειρήσεις)

6= Θεσσαλία & Στερεά Ελλάδα (265 επιχειρήσεις)

6.2 Επιδόσεις μεγαλύτερων επιχειρήσεων Ελλάδας στους προσδιοριστικούς παράγοντες του κέρδους

Οι επιδόσεις των επιχειρήσεων ανά περιφέρεια παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές. Πιο συγκεκριμένα, ως προς την κερδοφορία παρατηρούμε στον πίνακα ότι σε όλες τις περιφέρειες περίπου το 60% είχε κέρδη το 2010. Μάλιστα στην περιφέρεια 6 το ποσοστό αυτό έφθασε στο 66,3% έναντι 61,7% στην περιφέρεια 4, που είναι το χαμηλότερο ποσοστό.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται κάποια βασικά περιγραφικά στοιχεία για τις εξεταζόμενες μεταβλητές, ανά περιφέρεια. Αναλυτικότερα στον πίνακα έχουν περιληφθεί: α) για τις μεταβλητές **κέρδη 2010 και 2011** το ποσοστό των επιχειρήσεων που παρουσίασε κερδοφορία τις συγκεκριμένες χρονιές, β) στις μεταβλητές του επιπέδου εκπαίδευσης και της εμπειρίας (**ekpaideusi και empeiria**) αποτυπώνεται το ποσοστό των επιχειρήσεων των οποίων άνω του 25% του προσωπικού παρουσιάζει την αντίστοιχη ιδιότητα, γ) στην **megethos** αναφερόμαστε στην διάμεσο τιμή (το 50% των παρατηρήσεων έχουν προσωπικό περισσότερο από την τιμή αυτή), δ) στην **kainotomia** αναφερόμαστε στο ποσοστό των επιχειρήσεων που εισάγουν και τα τρία είδη καινοτομίας και ε) στην **ekpaideusi** το ποσοστό των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν προγράμματα εκπαίδευσης.

Πίνακας 6.1 Μέσες τιμές μεταβλητών εξίσωσης (1) για τα διάφορα υποδείγματα

	1	2	3	4	5	6	Ολικό
Κέρδη 2010	63,9%	62,4%	65,1%	61,7%	63,1%	66,3%	63,8%
Κέρδη 2011	61,2%	55,1%	65,0%	55,6%	57,6%	59,4%	59,4%
ekpaideusi_TEI (>25%)	15,5%	11,6%	15,3%	13,6%	11,9%	15,5%	14,2%
ekpaideusi_AEI (>25%)	31,2%	12,6%	10,8%	11,3%	7,2%	9,4%	18,3%
ekpaideusi_MASTER (>25%)	8,8%	1,6%	0,4%	0,9%	0,0%	0,8%	3,6%
empeiria_1 (>25%)	16,8%	14,5%	22,6%	11,6%	12,6%	15,5%	16,1%
empeiria_2 (>25%)	86,1%	79,1%	83,0%	77,1%	78,0%	78,3%	81,8%
empeiria_3 (>25%)	49,9%	52,9%	47,9%	76,7%	50,0%	53,4%	50,2%
megethos (διάμεσος)	74	48	30	22	24,5	29	42
Kainotomia (3 είδη)	16,6%	9,7%	13,9%	11,2%	6,2%	11,7%	12,8%
eksagoges	51,1%	58,6%	18,3%	41,0%	37,2%	49,4%	45,8%
ekpaideusi	87,1%	71,5%	70,5%	63,9%	67,8%	67,5%	75,2%
tehnologia_1 (μ.τιμή)	2,82	2,88	2,99	2,81	2,97	2,86	2,87
tehnologia_2 (μ.τιμή)	2,24	2,23	2,20	2,19	2,32	2,26	2,24
tehnologia_3 (μ.τιμή)	2,58	2,52	2,53	2,50	2,56	2,53	2,54
tehnologia_4 (μ.τιμή)	1,89	1,66	1,48	1,49	1,41	1,54	1,66

N=2025

Τα σημαντικότερα ευρήματα όσον αφορά τις επιδόσεις για τις μεταβλητές της εξίσωσης (1) ακολουθούν παρακάτω:

- Η αποδοτικότητα των επιχειρήσεων της *Αττικής* στην πλειοψηφία των μεταβλητών της εξίσωσης (1) παρουσιάζεται “κατά πολύ” καλύτερη συγκρινόμενη με τις υπόλοιπες δείχνοντας ότι αποτελούν μια κατηγορία από μόνες τους. Συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις αυτές έχουν κερδοφορία κοντά στον μέσο όρο ενώ παρουσιάζουν αρκετά υψηλές επιδόσεις σε σύγκριση με τις υπόλοιπες σε πεδία όπως: προσωπικό με πτυχίο ΑΕΙ, προσωπικό με μεταπτυχιακό ή διδακτορικό, μέγεθος επιχειρήσεων, εισαγωγή και των τριών ειδών καινοτομίας και στα στην εφαρμογή προγραμμάτων εκπαίδευσης.
- Οι επιχειρήσεις της *Κεντρικής Μακεδονίας & Ανατολικής Θράκης* παρουσιάζουν κερδοφορία για το 2010 ελαφρώς χαμηλότερη του συνόλου ενώ αναμένουν μεγαλύτερες μειώσεις –σε σύγκριση με τα υπόλοιπα γκρουπ- για το 2011. Στις υπόλοιπες επιδόσεις τους παρατηρούμε θετική εικόνα όσον αφορά τις εξαγωγές και αρνητική στην εισαγωγή και των τριών ειδών καινοτομίας.
- Εκείνες του *Βόρειου Αιγαίου & Νότιου Αιγαίου & Κρήτης* παρουσιάζονται πιο υγιείς για το πεδίο της κερδοφορίας με θετικότερο ποσοστό κερδοφόρων επιχειρήσεων από το υπόλοιπο σύνολο και χαρακτηριστικότερο το γεγονός ότι είναι η μοναδική περιφέρεια της οποίας το ποσοστό των κερδοφόρων επιχειρήσεων δεν ελαττώνεται το 2011. Επίσης, οι επιχειρήσεις αυτές παρουσιάζουν αμεσότερη ανταπόκριση σε μεταβολές της ζήτησης ωστόσο υστερούν σημαντικά στο προσωπικό με μεταπτυχιακό/ διδακτορικό και την δυνατότητα εξαγωγών.
- Για την *Ήπειρο & Δυτική Μακεδονία & Ιόνια Νησιά* παρατηρούμε χαμηλές επιδόσεις κερδοφορίας –σε σύγκριση με το υπόλοιπο σύνολο- με σημαντικές μειώσεις το 2011. Επιπλέον, φαίνεται να υστερούν στο προσωπικό με ανώτατο επίπεδο εκπαίδευσης το μεταπτυχιακό/ διδακτορικό και στα τμήματα τεχνικών μελετών ή/ και R&D (**tehnologia_4**).
- Η *Πελοπόννησος & Δυτική Ελλάδα* είναι κοντά στον γενικό μέσο όρο όσον αφορά τις κερδοφόρες επιχειρήσεις ωστόσο υστερεί στημόνια στο προσωπικό με ανώτατες σπουδές (ΑΕΙ και MASTER) και στην E&A (**tehnologia_4**).

- Η *Θεσσαλία & Στερεά Ελλάδα* έχει “ποσοστιαία” τις περισσότερες κερδοφόρες επιχειρήσεις για το 2010 ωστόσο τα πράγματα αλλάζουν το 2011 όπου οι κερδοφόρες πλησιάζουν τον γενικό μέσο όρο. Στα αρνητικά υστερούν κυρίως στο προσωπικό με ανώτατο επίπεδο εκπαίδευσης το πτυχίο ΑΕΙ και στο αντίστοιχο με μεταπτυχιακό ή διδακτορικό.

6.3 Κλαδική ανάλυση βάση περιφερειακής διάρθρωσης

Οι κλάδοι στους οποίους δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις της έρευνας έχουν σημαντική σημασία στην κατανόηση των επιδόσεών τους στις επιμέρους μεταβλητές της εξίσωσης (1). Έτσι οδηγούμαστε στην ανάγκη της κλαδικής ανάλυσης των επιχειρήσεων βάση του διαχωρισμού τους σε περιφέρειες. Όπως θα δούμε στον πίνακα 6.2 υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ των περιφερειών.

Πίνακας 6.2 Κλαδική ανάλυση/ Περιφερειακή διάρθρωση

	1 N=715	2 N=397	3 N=268	4 N=228	5 N=152	6 N=265	Ολικό N=2025
Πρωτογενής τομέας	1,5%	4,8%	3,0%	6,1%	3,9%	4,5%	3,5%
Μεταποίηση	24,8%	44,8%	18,3%	33,8%	45,4%	50,9%	33,8%
Κατασκευές	4,1%	6,8%	5,2%	6,1%	7,9%	4,9%	5,4%
Εμπόριο	41,7%	31,5%	38,4%	38,6%	35,5%	29,4%	36,8%
Ξενοδοχεία-Εστιατόρια	2,4%	5,5%	24,6%	9,2%	4,6%	3,8%	7,1%
Υπηρεσίες (60-71)	7,7%	2,3%	7,1%	3,5%	2,0%	1,5%	4,8%
Πληροφορική (72)	6,7%	0,8%	-	-	-	-	2,5%
Συμβουλευτικές υπηρεσίες (74)	7,6%	1,8%	1,1%	0,9%	-	1,1%	3,4%
Λοιπές υπηρεσίες (75-93)	3,6%	1,8%	2,2%	1,8%	0,7%	3,8%	2,7%

N=2025

Με βάση τα αποτελέσματα του πίνακα αξίζει να επισημάνουμε ότι ενώ οι μεγάλες επιχειρήσεις *Πληροφορικής* στην *Αττική* ανήκουν σε ποσοστό 6,7% επί του συνόλου των επιχειρήσεων του συγκεκριμένου υποδείγματος, στις υπόλοιπες περιφέρειες απουσιάζουν, εκτός ενός μικρού ποσοστού της δεύτερης περιφέρειας που αφορά κυρίως επιχειρήσεις προερχόμενες από την *Κεντρική Μακεδονία*. Παρομοίως, για τις *Συμβουλευτικές υπηρεσίες*, στην *Αττική* ανήκουν σε ποσοστό 7,6% σε αντίθεση με την *Πελοπόννησο & Δυτική Ελλάδα* που δεν προσφέρει μεγάλες επιχειρήσεις σε αυτή την κατηγορία. Τα *Ξενοδοχεία-Εστιατόρια* αποτελούν ένα μεγάλο ποσοστό (της τάξης

24,6%) των μεγάλων επιχειρήσεων της περιοχής *Βόρειο Αιγαίο & Νότιο Αιγαίο & Κρήτη* ξεπερνώντας “κατά πολύ” το αντίστοιχο των υπολοίπων περιοχών. Παρόμοιες ιδιομορφίες παρατηρούνται και στις υπόλοιπες περιφέρειες.

6.4 Αποτελέσματα ανάλυσης

Η ανάλυση παλινδρόμησης πραγματοποιήθηκε σε δύο στάδια. Το πρώτο έχει να κάνει με βάση την κερδοφορία του 2010 -που είναι το έτος που πραγματοποιήθηκε η έρευνα- και το δεύτερο αφορά τις εκτιμήσεις που έγιναν από τις επιχειρήσεις για την κερδοφορία του 2011. Έτσι, η εξίσωση (1) εκτελείται δύο φορές όπου αντί της εξαρτημένης μεταβλητής **kerdi** χρησιμοποιούνται οι μεταβλητές:

- Κέρδη 2010
- Κέρδη 2011

6.4.1 Κέρδη 2010

Η ανάλυση πολλαπλής παλινδρόμησης πραγματοποιήθηκε με βάση την εξίσωση (1) όπου ως εξαρτημένη μεταβλητή χρησιμοποιήθηκε η κερδοφορία για το 2010. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον πίνακα 6.3.

Πίνακας 6.3 Αποτελέσματα πολλαπλής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή κέρδη 2010

Μεταβλητές (1) (Εξαρτημένη 2010)	1 N=516	2 N=298	3 N=182	4 N=170	5 N=89	6 N=200	Ολικό N=1455
Σταθερός όρος	0,027 (0,001)	-0,686 (0,286)	-1,724 (1,544)	3,915** (5,724)	-2,685 (1,243)	-0,185 (0,019)	-1,034** (4,144)
ekpaideusi_TEI	0,055 (0,127)	-0,009 (0,001)	-0,340 (2,227)	0,089 (0,128)	-0,115 (0,091)	0,119 (0,326)	-0,015 (0,033)
ekpaideusi_AEI	0,071 (0,321)	0,034 (0,028)	-0,160 (0,397)	0,298 (1,183)	0,631 (2,199)	0,056 (0,047)	0,092 (1,345)
ekpaideusi_MASTER	-0,093 (0,316)	0,033 (0,018)	0,919** (4,177)	-0,096 (0,055)	-0,265 (0,187)	-0,557* (2,473)	-0,069 (0,420)
empeiria_1	0,142 (0,506)	0,602** (5,110)	0,356 (1,439)	0,524 (2,319)	-2,685 (1,243)	0,166 (0,326)	0,319*** (8,928)
empeiria_2	0,094 (0,250)	0,094 (0,125)	0,585** (4,136)	0,717** (4,242)	-0,115 (0,091)	-0,108 (0,131)	0,271*** (6,614)
empeiria_3	0,053 (0,098)	-0,041 (0,027)	0,484* (3,219)	0,494 (2,521)	0,557 (1,129)	-0,163 (0,364)	0,157 (2,582)
megethos	0,188** (5,309)	-0,137 (0,962)	-0,106 (0,454)	0,159 (0,440)	0,131 (0,126)	-0,125 (0,529)	-0,110** (4,410)
kainotomia	-0,054 (0,281)	0,311** (4,118)	0,036 (0,035)	0,321 (2,179)	0,341 (1,254)	0,113 (0,371)	0,117* (3,429)
eksagoges	0,429** (4,667)	0,614** (4,872)	1,420*** (6,429)	-0,009 (0,001)	0,814 (1,937)	0,495 (2,164)	0,449*** (14,477)
ekpaideusi	0,376 (1,671)	0,043 (0,019)	-0,763* (3,346)	-0,328 (0,682)	-0,910 (2,158)	-0,097 (0,064)	-0,071 (0,253)
tehnologia_1	0,052 (0,213)	0,062 (0,175)	0,140 (0,499)	-0,018 (0,007)	0,139 (0,243)	0,332* (3,039)	0,097 (2,207)
tehnologia_2	-0,024 (0,073)	-0,110 (0,758)	-0,349** (3,846)	0,283* (3,467)	-405* (3,148)	0,023 (0,026)	-0,046 (0,805)
tehnologia_3	-0,021 (0,040)	0,356*** (6,142)	0,407** (4,967)	0,135 (0,617)	0,071 (0,061)	0,105 (0,456)	0,114* (3,757)
tehnologia_4	0,192** (5,496)	-0,250** (4,551)	0,094 (0,350)	-0,228 (1,980)	-0,039 (0,036)	0,059 (0,173)	0,020 (0,169)
Nagelkerke R ²	0,055	0,132	0,191	0,163	0,214	0,099	0,047
Cox & Snell R ²	0,040	0,096	0,137	0,120	0,156	0,072	0,034
-2 Log likelihood	647,634	357,808	202,553	202,505	101,149	245,249	1837,152

Σημείωση: οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Στις παρενθέσεις ακολουθούν τη στατιστική Wald.

6.4.2 Κέρδη 2011

Όπως και στην προηγούμενη ενότητα πραγματοποιείται ανάλυση πολλαπλής παλινδρόμησης με βάση την εξίσωση (1) όπου ως εξαρτημένη μεταβλητή χρησιμοποιείται η κερδοφορία για το 2011. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον πίνακα 6.4.

Πίνακας 6.4 Αποτελέσματα πολλαπλής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή κέρδη 2011

Μεταβλητές (1) (Εξαρτημένη 2011)	1 N=506	2 N=293	3 N=169	4 N=162	5 N=82	6 N=187	Ολικό N=1399
Σταθερός όρος	-0,921 (0,845)	-0,257 (0,044)	-1,900 (2,080)	-3,042** (3,708)	-2,213 (0,756)	-1,173 (0,718)	-1,131** (4,934)
ekpaideusi_TEI	0,158 (0,986)	0,190 (0,739)	0,104 (0,203)	-0,027 (0,012)	0,290 (0,476)	0,050 (0,057)	0,070 (0,406)
ekpaideusi_AEI	0,137 (1,158)	0,131 (0,395)	0,161 (0,399)	0,412 (2,051)	-0,337 (0,588)	-0,031 (0,013)	0,127 (2,582)
ekpaideusi_MASTER	0,275 (2,495)	-0,012 (0,002)	0,134 (0,093)	0,103 (0,064)	0,145 (0,050)	-0,753* (3,638)	0,068 (0,394)
empeiria_1	0,123 (0,359)	-0,054 (0,048)	0,351 (1,430)	0,594* (2,883)	0,150 (0,072)	0,263 (0,835)	0,213** (3,972)
empeiria_2	-0,153 (0,615)	-0,327 (1,658)	0,241 (0,770)	0,473 (1,964)	0,197 (0,122)	-0,073 (0,057)	0,019 (0,034)
empeiria_3	-0,248 (1,974)	-0,297 (1,583)	0,280 (1,209)	0,427 (1,952)	-0,348 (0,432)	-0,287 (1,076)	-0,097 (0,982)
prosopiko	-0,008 (0,009)	0,235* (2,789)	0,172 (1,163)	0,050 (0,059)	0,491 (1,516)	0,209 (1,366)	0,074 (1,951)
kainotomia	0,068 (0,431)	0,191 (1,698)	0,160 (0,654)	0,308 (2,108)	0,252 (0,623)	0,108 (0,342)	0,137** (4,696)
megethos	0,449** (4,919)	0,590** (4,852)	1,127** (4,659)	0,071 (0,037)	1,470** (5,130)	0,767** (5,008)	0,492*** (17,418)
eksagoges	0,429** (4,667)	0,614** (4,872)	1,420*** (6,429)	-0,009 (0,001)	0,814 (1,937)	0,495 (2,164)	0,449** (8,477)
ekpaideusi	0,089 (0,403)	0,040 (0,547)	-0,591 (3,997)	-0,367 (1,514)	0,069 (1,588)	0,124 (0,102)	-0,108 (0,565)
tehnologia_1	0,184* (2,523)	0,140 (0,927)	0,056 (0,078)	0,363** (3,976)	0,215 (0,487)	0,135 (0,642)	0,095 (2,031)
tehnologia_2	0,057 (0,403)	-0,91 (0,547)	-0,357** (3,997)	-0,194 (1,514)	-,302 (1,588)	0,124 (0,631)	-0,025 (0,239)
tehnologia_3	0,103 (0,930)	0,127 (0,869)	0,415** (4,556)	0,363** (3,976)	0,005 (0,000)	0,135 (0,642)	0,165*** (7,531)
tehnologia_4	0,140* (2,833)	-0,255** (5,428)	-0,043 (0,068)	-0,107 (0,444)	0,142 (0,407)	-0,027 (0,036)	-0,016 (0,105)
Nagelkerke R ²	0,124	0,092	0,145	0,175	0,318	0,154	0,080
Cox & Snell R ²	0,091	0,068	0,105	0,131	0,235	0,115	0,059
-2 Log likelihood	620,435	380,267	197,386	200,972	88,552	233,050	1799,972

Σημείωση: οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Στις παρενθέσεις ακολουθούν τη στατιστική Wald.

6.5 Τα σημαντικότερα αποτελέσματα

Συνολικό δείγμα

Στο συνολικό δείγμα όπως έχει ήδη επισημανθεί ανήκουν 2025 επιχειρήσεις που με βάση τα επιλεγμένα κριτήρια επιλογής περιλαμβάνουν τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις της χώρας. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης παλινδρόμησης για το δείγμα αυτό έδειξαν ότι:

- Η εμπειρική ικανότητα που αφορά τους απασχολούμενους που εργάζονται στην επιχείρηση λιγότερο από 2 χρόνια (**empeiria_1**) εμφανίζεται σημαντική σε ποσοστό στατιστικής σημαντικότητας 1% για το 2010 και 5% για το 2011 ενώ επηρεάζει θετικά την κερδοφορία και στις δύο περιόδους.
- Η εμπειρική ικανότητα που αφορά τους απασχολούμενους που εργάζονται στην επιχείρηση 2-10 έτη (**empeiria_2**) εμφανίζεται σημαντική σε ποσοστό 5% για το 2010 επηρεάζοντας θετικά την οικονομική αποδοτικότητα της χρονιάς αυτής. Για το 2011 όμως ο παράγοντας δεν είναι σημαντικός.
- Ο αριθμός απασχολουμένων (**megethos**) εμφανίζεται σημαντικός σε ποσοστό 5% και αρνητική επιρροή στα κέρδη για το 2010 ενώ αντιθέτως για το 2011 εμφανίζει θετική επιρροή σε ποσοστό 1%.
- Η καινοτομική ικανότητα των επιχειρήσεων (**kainotomia**) επηρεάζει θετικά την κερδοφορία του 2010 και είναι σημαντική ποσοστό 10% και την αντίστοιχη του 2011 σε ποσοστό 5%.
- Η εξαγωγικότητα (**eksagoges**) επηρέασε θετικά τα κέρδη του 2010 σε ποσοστό στατιστικής σημαντικότητας 1% και τα αντίστοιχα του 2011 σε ποσοστό 5%.
- Η τεχνολογική ικανότητα που αφορά την προσαρμογή της τεχνολογίας στις ανάγκες της επιχείρησης (**tehnologia_3**) εμφανίζεται σημαντική σε ποσοστό 10% για τα κέρδη του 2010 επηρεάζοντάς τα θετικά, ενώ αντίστοιχα σημαντική και με θετική εμφανίζεται και για το 2011 με ποσοστό ωστόσο 1%.

Υπο-δείγμα 1/ Αττική

Το γκρουπ της Αττικής όπως έχουμε ήδη επισημάνει είναι το μεγαλύτερο σε αριθμό επιχειρήσεων και το πιο ανεπτυγμένο με βάση τις επιδόσεις τους στις επιμέρους μεταβλητές της εξίσωσης (1). Για τα κέρδη, παρατηρούμε μέσους όρους που είναι συνυφασμένοι με τους αντίστοιχους του συνόλου. Οι σημαντικές μεταβλητές είναι:

- Ο αριθμός απασχολουμένων (**megethos**) για το 2010 είναι σημαντικός σε ποσοστό 5% ενώ η συσχέτισή του με την κερδοφορία της χρονιάς αυτής είναι αρνητική.¹⁰
- Η εξαγωγικότητα (**eksagoges**) για το 2010 όπως για το 2011 είναι σημαντική σε ποσοστό 5% ενώ η συσχέτισή της με την εξαρτημένη είναι θετική.¹¹
- Η τεχνολογική ικανότητα των επιχειρήσεων να παρουσιάζουν αμεσότερη ανταπόκριση σε μεταβολές της ζήτησης (**tehnologia_1**) για το 2011 είναι σημαντική σε ποσοστό 10% και παρουσιάζει θετική συσχέτιση με τα κέρδη της χρονιάς αυτής.
- Η τεχνολογική ικανότητα που αφορά την E&A (**tehnologia_4**) είναι σημαντική σε ποσοστό 5% για το 2010 και 10% για το 2011 με θετική επιρροή απέναντι στην κερδοφορία.

Υπο-δείγμα 2/ Κεντρική Μακεδονία & Ανατολική Θράκη

Εδώ, στην ανάλυση παλινδρόμησης, συμμετέχουν 298 και 293 επιχειρήσεις για τα δύο έτη αντίστοιχα με ποσοστό κερδοφόρων για το 2010 κοντά στο σύνολο ενώ το 2011 το ποσοστό αυτό αναμένεται αρκετά μειωμένο. Οι σημαντικότερες στατιστικά μεταβλητές είναι:

¹⁰ Η αρνητική αυτή επιρροή ίσως δικαιολογείται από το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις της Αττικής χαρακτηρίζονται από υψηλή απασχόληση. Όμως, όπως είδαμε στην θεωρία υπάρχει ένας βέλτιστος αριθμός απασχολουμένων ώστε να επέρχεται κερδοφορία. Εάν αυτός ο αριθμός ξεπερασθεί τότε η κερδοφορία ελαττώνεται.

¹¹ Περισσότερο από το 65% των επιχειρήσεων αυτών ασχολείται με μεταποίηση και εμπόριο που αποτελούν κλάδους για τους οποίους οι εξαγωγές είναι σημαντικές και έτσι ίσως να δικαιολογείται η θετική επιρροή των εξαγωγών στην κερδοφορία.

- Η εμπειρική ικανότητα που αφορά το προσωπικό που ανήκει στην επιχείρηση λιγότερα από 2 έτη (**empeiria_1**) είναι σημαντική σε ποσοστό 5% για το 2010 έχοντας θετική επιρροή απέναντι στην εξαρτημένη. ¹²
- Ο αριθμός απασχολουμένων (**megethos**) εμφανίζεται σημαντικός για το 2011 σε ποσοστό 10% και με θετική επιρροή. Το γκρουπ αυτό όσον αφορά το μέγεθος των επιχειρήσεων βάση απασχόλησης έρχεται δεύτερο μετά την Αττική και κοντά στον μέσο όρο.
- Ο αριθμός εισαγόμενων καινοτομιών (**kainotomia**) εμφανίζεται σημαντικός σε επίπεδο σημαντικότητας 5% για το 2010 παρουσιάζοντας παράλληλα θετική συσχέτιση με τα κέρδη.
- Η εξαγωγική ικανότητα (**eksagoges**) εμφανίζεται σημαντική σε ποσοστό 5% για το 2010 ομοίως και για το 2011 και η επιρροή της στα κέρδη είναι θετική και στις δύο περιπτώσεις. ¹³
- Η τεχνολογική ικανότητα που αφορά την προσαρμογή της τεχνολογίας στις ανάγκες της επιχείρησης (**tehnologia_3**) εντοπίζεται σημαντική για το 2010 σε ποσοστό 1% με επιρροή θετική στην κερδοφορία.
- Η τεχνολογική ικανότητα που αφορά την E&A (**tehnologia_4**) εμφανίζεται σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5% τόσο για το 2010 όσο και για το 2011 και η επιρροή της στα κέρδη είναι αρνητική.

Υπο-δείγμα 3/ Βόρειο Αιγαίο & Νότιο Αιγαίο& Κρήτη

Στην ανάλυση παλινδρόμησης, συμμετέχουν 182 και 169 επιχειρήσεις για τα δύο έτη αντίστοιχα με το ποσοστό κερδοφόρων για το 2010 κοντά στο σύνολο ενώ για το

¹² Γενικά, το πιο νέο προσωπικό για την επιχείρηση αμείβεται με λιγότερα από το πιο πεπειραμένο το οποίο είναι λογικό να έχει υποστεί αυξήσεις/ προαγωγές με τα χρόνια. Έτσι, ίσως εξηγείται το γεγονός ότι η συγκεκριμένη μεταβλητή είχε θετική παρουσία στα κέρδη.

¹³ Οι επιχειρήσεις μεταποίησης παρουσιάζουν την σημαντικότερη ‘‘εξαγωγικότητα’’ και σε κάποιο βαθμό εκείνες του εμπορίου και αφού στο συγκεκριμένο γκρουπ πάνω από το 75% είναι επιχειρήσεις που ασχολούνται με αυτούς τους κλάδους δικαιολογεί την θετική συσχέτιση.

2011 σημαντικά υψηλότερο των υπολοίπων. Οι σημαντικότερες –σε στατιστικό επίπεδο- μεταβλητές είναι:

- Το προσωπικό με ανώτατο επίπεδο εκπαίδευσης το μεταπτυχιακό ή το διδακτορικό (**ekpaideusi_MASTER**) εμφανίζεται σημαντικό για τα κέρδη του 2010 σε ποσοστό 5% και έχοντας θετική επιρροή.
- Η εμπειρική ικανότητα που αφορά τους απασχολούμενους που εργάζονται στην επιχείρηση 2-10 έτη (**empeiria_2**) είναι σημαντική για το 2010 σε ποσοστό 5% και η επιρροή της στα κέρδη είναι θετική.
- Το προσωπικό που εργάζεται στην επιχείρηση για χρόνο άνω των 10 ετών (**empeiria_3**) είναι σημαντικό για το 2010 σε ποσοστό 10% ενώ επηρεάζει θετικά την κερδοφορία της χρονιάς αυτής.
- Η εξαγωγικότητα (**eksagoges**) εμφανίζεται σημαντική σε ποσοστό στατιστικής 1% για το 2010 και 5% για το 2011 και η συσχέτισή της με τα κέρδη είναι θετική.
- Η εφαρμογή προγραμμάτων εκπαίδευσης (**ekpaideusi**) είναι σημαντική για το 2010 σε επίπεδο 10% ενώ επηρεάζει αρνητικά την κερδοφορία.¹⁴
- Η Τεχνολογική ικανότητα για ευελιξία στην παραγωγή νέων προϊόντων / υπηρεσιών (**tehnologia_2**) εμφανίζεται σημαντική σε επίπεδο 5% τόσο για το 2010 όσο και για το 2011 ενώ επηρεάζει αρνητικά την κερδοφορία και στις δύο περιπτώσεις.
- Η προσαρμογή τεχνολογίας στις ανάγκες της επιχείρησης (**tehnologia_3**) είναι σημαντική ποσοστό 5% τόσο για το 2010 όσο και για το 2011 ενώ επηρεάζει θετικά την κερδοφορία.

Υπο-δείγμα 4/ Ήπειρος & Δυτική Μακεδονία & Ιόνια Νησιά

Το γκρουπ αυτό όπως έχουμε ήδη επισημάνει σε σύγκριση με τα υπόλοιπα υστερεί στο προσωπικό με ανώτατο επίπεδο εκπαίδευσης το μεταπτυχιακό/ διδακτορικό και

¹⁴ Ο λόγος είναι ότι για κάποιες από τις επιχειρήσεις π.χ. ξενοδοχείων-εστιατορίων που αντιστοιχούν στο 24,1% του υποδείγματος 3 τα προγράμματα εκπαίδευσης ίσως να είναι πολυτέλεια με αποτέλεσμα να τις επιβαρύνουν οικονομικά χωρίς να αποφέρουν κάποια αποτελέσματα.

στην ανάπτυξη E&A. Στην ανάλυση παλινδρόμησης τα σημαντικότερα αποτελέσματα είναι:

- Η εμπειρική ικανότητα που αφορά τους απασχολούμενους που εργάζονται στην επιχείρηση για διάστημα λιγότερο των 2 ετών (**empeiria_1**) είναι σημαντική για το 2011 σε ποσοστό 10% και η συσχέτισή της με τα κέρδη θετική.
- Το προσωπικό με διάρκεια στην επιχείρηση 2-10 έτη (**empeiria_2**) είναι σημαντικό για το 2010 σε ποσοστό 5% και η συσχέτισή του με τα κέρδη θετική.
- Η τεχνολογική ικανότητα των επιχειρήσεων να παρουσιάζουν αμεσότερη ανταπόκριση σε μεταβολές της ζήτησης (**tehnologia_1**) είναι σημαντική για το 2011 σε ποσοστό 5% και η συσχέτισή της με τα κέρδη θετική.
- Η Τεχνολογική ικανότητα για ευελιξία στην παραγωγή νέων προϊόντων / υπηρεσιών (**tehnologia_2**) είναι σημαντική για το 2010 σε ποσοστό 10% και η συσχέτιση με τα κέρδη θετική.
- Η προσαρμογή τεχνολογίας στις ανάγκες της επιχείρησης (**tehnologia_3**) είναι σημαντική για το 2011 σε ποσοστό 5% και η συσχέτιση με τα κέρδη θετική.

Υπο-δείγμα 5/ Πελοπόννησος & Δυτική Ελλάδα

Οι επιδόσεις των συγκεκριμένων επιχειρήσεων είναι παρόμοιες με το προηγούμενο γκρουπ καθώς υστερούν σημαντικά σε προσωπικό με ανώτατο επίπεδο εκπαίδευσης και στην ανάπτυξη E&A. Όσον αφορά την ανάλυση παλινδρόμησης αναγκάζομαστε να αποδεχτούμε γκρουπ με λίγες παρατηρήσεις¹⁵ αφού έχουμε για τα δύο έτη 89 και 82 επιχειρήσεις αντίστοιχα. Λίγα είναι τα στατιστικά ευρήματα που προκύπτουν από την ανάλυση, και συγκεκριμένα είναι:

¹⁵ Γενικά, για να κριθεί ένα δείγμα ικανοποιητικό σε μια ανάλυση παλινδρόμησης πρέπει να ξεπερνά τις 100 παρατηρήσεις.

- Η εξαγωγική ικανότητα των επιχειρήσεων αυτών (**eksagoges**) εμφανίζεται σημαντική για το 2011 σε ποσοστό 5% και επηρεάζει θετικά την οικονομική απόδοση.
- Η τεχνολογική ικανότητα για ευελιξία στην παραγωγή νέων προϊόντων / υπηρεσιών (**tehnologia_2**) είναι σημαντική για το 2010 σε ποσοστό 10% και η επιρροή της στην κερδοφορία είναι αρνητική.

Υπο-δείγμα 6/ Θεσσαλία & Στερεά Ελλάδα

Οι μέσες επιδόσεις των συγκεκριμένων επιχειρήσεων είναι κοντά στο σύνολο ενώ συγκεντρώνουν το υψηλότερο ποσοστό επιχειρήσεων μεταποίησης. Οι πιο σημαντικές μεταβλητές είναι:

- Το προσωπικό με ανώτατο επίπεδο εκπαίδευσης το μεταπτυχιακό/ διδακτορικό (**ekpaideusi_MASTER**) είναι σημαντικό σε ποσοστό 10% για το 2010 και το 2011 και η επιρροή του στα κέρδη είναι αρνητική.¹⁶
- Η εξαγωγικότητα των επιχειρήσεων αυτών (**eksagoges**) εμφανίζεται σημαντική για το 2011 σε ποσοστό 5% ενώ έχει θετική επιρροή στην οικονομική απόδοση.¹⁷
- Η τεχνολογική ικανότητα των επιχειρήσεων να παρουσιάζουν αμεσότερη ανταπόκριση σε μεταβολές της ζήτησης (**tehnologia_1**) είναι σημαντική για το 2010 σε ποσοστό 10% και η επιρροή της στην κερδοφορία είναι θετική.

¹⁶ Οι επιχειρήσεις μεταποίησης ανήκουν στο υψηλότερο ποσοστό στο γκρουπ 6 όπου ξεπερνούν τις μισές επιχειρήσεις. Η μεταποίηση δεν έχει ιδιαίτερη απαίτηση από προσωπικό με μεταπτυχιακό ή διδακτορικό με αποτέλεσμα κάποιες να επηρεάζονται αρνητικά αφού υποχρεούνται να διαθέτουν περισσότερα για αμοιβές.

¹⁷ Το γκρουπ αυτό όπως και τα περισσότερα χαρακτηρίζεται από υψηλή συγκέντρωση επιχειρήσεων εμπορίου και μεταποίησης που αποτελούν εξαγωγικούς κλάδους για το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων.

6.6 Συμπεράσματα

- Το ποσοστό του προσωπικού με ανώτατο επίπεδο εκπαίδευσης το μεταπτυχιακό/ διδακτορικό είναι στατιστικά σημαντικό στην περιφέρεια *Βόρειο Αιγαίο & Νότιο Αιγαίο & Κρήτη* (σημαντικό σε ποσοστό 5% για το 2010) και *Θεσσαλία & Στερεά Ελλάδα* (σημαντικό σε ποσοστό 10% το 2010 και το 2011). Η συσχέτισή της με την κερδοφορία είναι θετική για την πρώτη περιφέρεια και αρνητική για την δεύτερη.
- Η παρουσία των εργαζομένων στην επιχείρηση για χρονικό διάστημα λιγότερο των 2 ετών βρέθηκε στατιστικώς σημαντική για το *Βόρειο Αιγαίο & Νότιο Αιγαίο & Κρήτη* (σημαντική σε ποσοστό 5% για το 2010 και το 2011), για την *Ήπειρο & Δυτική Μακεδονία & Ιόνια Νησιά* (ποσοστό 10% για το 2011) και για το συνολικό δείγμα (ποσοστό 10% για το 2010 και 5% για το 2011). Η συσχέτισή της με την εξαρτημένη είναι θετική.
- Για τους εργαζόμενους που εργάζονται στην επιχείρηση για χρονικό διάστημα 2-10 έτη, βρέθηκε ότι η παρουσία τους επηρεάζει θετικά την κερδοφορία του συνολικού δείγματος (ποσοστό σημαντικότητας 1% για το 2010) και στο *Βόρειο Αιγαίο & Νότιο Αιγαίο & Κρήτη* (σημαντικότητα 5% για το 2010) και την *Ήπειρο & Δυτική Μακεδονία & Ιόνια Νησιά* (σημαντικότητα 5% για το 2010).
- Η μεταβλητή που αντιπροσωπεύει το ποσοστό των εργαζομένων που ανήκουν στην επιχείρηση για χρονικό διάστημα άνω των 10 ετών, βρέθηκε ότι επηρεάζει θετικά την κερδοφορία του *Βόρειου Αιγαίου & Νότιου Αιγαίου & Κρήτης* σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας και ποσοστό 10% για το 2010.
- Ο αριθμός των απασχολούμενων παρουσιάζεται στατιστικώς σημαντικός στο συνολικό δείγμα (σημαντικός σε ποσοστό 5% για το 2010), στην *Αττική* (σημαντικός σε ποσοστό 5% για το 2010) και στην *Κεντρική Μακεδονία & Ανατολική Θράκη* (σημαντικός σε ποσοστό 10%). Η συσχέτισή του με τα κέρδη είναι αρνητική στις δύο πρώτες περιπτώσεις και θετική στην τελευταία.
- Ο αριθμός εισαγόμενων καινοτομιών βρέθηκε ότι είναι σημαντικός για την *Κεντρική Μακεδονία & Ανατολική Θράκη* (σε ποσοστό 10% για το 2010) και το συνολικό δείγμα (σε ποσοστό 5% για το 2010 και το 2011). Η επιρροή της καινοτομίας στα κέρδη είναι θετική σε όλες τις περιπτώσεις.

- Η εξαγωγικότητα βρέθηκε σημαντική στην *Αττική* (σε ποσοστό 1% για το 2010 και 5% το 2011), στην *Κεντρική Μακεδονία & Ανατολική Θράκη* (σε ποσοστό 5% για το 2010 και το 2011), στο *Βόρειο Αιγαίο & Νότιο Αιγαίο & Κρήτη* (σε ποσοστό 5% για το 2010 και το 2011), στην *Πελοπόννησος & Δυτική Ελλάδα* (σε ποσοστό 5% για το 2011), στην *Θεσσαλία & Στερεά Ελλάδα* (σε ποσοστό 5% για το 2011) και στο συνολικό δείγμα (σε ποσοστό 1% για το 2010 και το 2011). Σε όλες τις περιπτώσεις η επιρροή που έχουν οι εξαγωγές στα κέρδη βρέθηκε θετική.
- Η εφαρμογή προγραμμάτων εκπαίδευσης από την επιχείρηση παρουσιάζεται σημαντική για το *Βόρειο Αιγαίο & Νότιο Αιγαίο & Κρήτη* (σε ποσοστό 10% για το 2010) και έχει αρνητική συσχέτιση με την κερδοφορία.
- Η τεχνολογική ικανότητα των επιχειρήσεων που αφορά άμεση ανταπόκριση σε μεταβολές της ζήτησης βρέθηκε να επηρεάζει θετικά την κερδοφορία των επιχειρήσεων της *Θεσσαλίας & Στερεά Ελλάδας* (ποσοστό 10% για το 2010).
- Η ευελιξία στην παραγωγή νέων προϊόντων/ υπηρεσιών είναι η τεχνολογική ικανότητα που βρέθηκε σημαντική στο *Βόρειο Αιγαίο & Νότιο Αιγαίο & Κρήτη* (σημαντικότητα 5% για το 2010 και το 2011), στην *Ήπειρο & Δυτική Μακεδονία & Ιόνια Νησιά* (σημαντικότητα 10% για το 2010) και στην *Πελοπόννησο & Δυτική Ελλάδα* (σημαντικότητα 10% για το 2010). Η συσχέτισή της με τα κέρδη είναι θετική στην *Ήπειρο & Δυτική Μακεδονία & Ιόνια Νησιά* και αρνητική σε όλες τις υπόλοιπες περιπτώσεις.
- Η τεχνολογική ικανότητα των επιχειρήσεων να προσαρμόζουν την τεχνολογία στις ανάγκες τους βρέθηκε στατιστικώς σημαντική στο συνολικό δείγμα (ποσοστό 10% για το 2010 και 1% για το 2011), στην *Κεντρική Μακεδονία & Ανατολική Θράκη* (σε ποσοστό 1% για το 2010) και στο *Βόρειο Αιγαίο & Νότιο Αιγαίο & Κρήτη* (σε ποσοστό 5% για το 2010 και το 2011) και στην *Ήπειρο & Δυτική Μακεδονία & Ιόνια Νησιά* (σε ποσοστό 5% για το 2011). Η συσχέτισή της με την κερδοφορία είναι θετική σε όλες τις περιπτώσεις.
- Η παρουσία τμήματος τεχνικών μελετών ή/ και R&D εμφανίζεται σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας στην *Αττική* (σε ποσοστό 5% για το 2010 και 10% για το 2011) και στην *Κεντρική Μακεδονία & Ανατολική Θράκη* (σε ποσοστό 5% για το 2010 και το 2011). Η συσχέτιση της με τα κέρδη είναι θετική για την πρώτη περιφέρεια και αρνητική για την δεύτερη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΗΜΕΙΑ ΚΛΕΙΔΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Από τη συνολική στατιστική επεξεργασία των δεδομένων της έρευνας για τις 2000 μεγαλύτερες επιχειρήσεις της Ελλάδας μπορούν να αναδειχθούν κάποιες βασικές σχέσεις που προκύπτουν από την ανάλυση:

- Ο χαρακτηριστικότερος παράγοντας που η παρουσία του έχει θετικές συνέπειες για την οικονομική αποδοτικότητα των επιχειρήσεων μπορούμε να πούμε ότι είναι σαφώς οι εξαγωγές. Αν και οι εξαγωγικές επιδόσεις των ελληνικών επιχειρήσεων σε σύγκριση με τις αντίστοιχες για το σύνολο της ΕΕ27 είναι σχετικά χαμηλές, υπάρχει μεγάλη αισιοδοξία ότι στα επερχόμενα χρόνια τα πράγματα θα αλλάξουν. Μάλιστα, ήδη οι επιχειρήσεις έχουν εντείνει την προσπάθειά τους για εξωστρέφεια, παρόλο που ακόμα η ένταση αυτής της προσπάθειας είναι χαμηλή. Ωστόσο, από την ανάλυση προέκυψε ότι οι πιο οικονομικά υγιείς επιχειρήσεις είναι αυτές που εξάγουν.
- Το μέγεθος έχει και αυτό σημαντικό ρόλο στις οικονομικές επιδόσεις και ειδικότερα στην κερδοφορία. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις κατά κανόνα συγκεντρώνουν περισσότερες πιθανότητες να παρουσιάσουν κέρδη από τις μικρότερες. Με δεδομένο ότι η Ελλάδα συγκεντρώνει λίγες μεγάλες επιχειρήσεις σε σύγκριση με τους εταίρους της στην ΕΕ27, το γεγονός αυτό φανερώνει και τις δυσκολίες που δημιουργεί στην προσπάθεια ανάκαμψης, το μικρό μέσο μέγεθος της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Δυστυχώς, δεν έχουμε αρκετές μεγάλες επιχειρήσεις και υπάρχει ανάγκη να διευρυνθεί έστω και μέσω συνεργασιών το μέσο μέγεθος, για επίτευξη καλύτερων οικονομιών κλίμακας.
- Η καινοτομία φαίνεται να σχετίζεται με την οικονομική αποδοτικότητα ωστόσο όχι στον βαθμό που αναμέναμε με βάση συμπεράσματα από παλαιότερες μελέτες. Οι Ελληνικές επιχειρήσεις σε σύγκριση με τις αντίστοιχες της ΕΕ27 δεν καινοτομούν σε ικανοποιητικό βαθμό και μάλιστα φαίνεται να έχουν χάσει τον δρόμο προς την ανάπτυξη στον τομέα αυτό με αποτέλεσμα να μην αναμένουμε θετικότερη εικόνα για το άμεσο μέλλον.

- Επιχειρήσεις με υψηλό ποσοστό εργαζομένων που εργάζονται σε αυτές για διάστημα λιγότερο των 10 ετών είναι πιο πιθανό να παρουσιάσουν κέρδη.
- Η ανάπτυξη τεχνολογικών ικανοτήτων και δει προσαρμογής της τεχνολογίας στις ανάγκες της επιχείρησης μπορεί να ενισχύσει την πιθανότητα εμφάνισης κέρδους.

Με βάση τον διαχωρισμό των επιχειρήσεων σε ομάδες ανάλογα με το οικονομικό τους προφίλ προκύπτει ότι:

- Οι επιχειρήσεις που είχαν κέρδη ταυτόχρονα το 2010 και το 2011 ενώ και η πωλήσεις τους παρουσίασαν άνοδο κατά το διάστημα αυτό, στις επιμέρους στατιστικές αναλύσεις που υποβλήθηκαν, παρουσία και των υπολοίπων επιχειρήσεων της έρευνας διαθέτουν τα εξής χαρακτηριστικά: είναι γενικά μεγαλύτερες, κάνουν περισσότερες εξαγωγές, εφαρμόζουν πιο εξειδικευμένες στρατηγικές, έχουν εκτεθεί λιγότερο στο περιβάλλον της κρίσης, έχουν ισχυρότερες τεχνολογικές ικανότητες, είναι περισσότερο καινοτόμες και κάνουν μεγαλύτερες επενδυτικές δαπάνες.
- Η δεύτερη κατηγορία επιχειρήσεων που αφορά εκείνες με κέρδη και τις 2 χρονιές με μείωση –κατά το διάστημα αυτό- των πωλήσεων ωστόσο, φαίνεται ότι επιλέγουν περισσότερο την ασφάλεια με αποτέλεσμα να απέχουν σε πολλές περιπτώσεις από τις πρώτες. Για παράδειγμα, οι επιχειρήσεις αυτές δεν κάνουν σε υψηλό βαθμό αύξηση πωλήσεων με διείσδυση σε νέες αγορές, λαμβάνουν σε ορισμένες περιπτώσεις ισχυρά μέτρα για να αποφύγουν την κρίση, δεν ανταποκρίνονται αρκετά άμεσα σε μεταβολές της ζήτησης κ.λ.π.
- Η τρίτη κατηγορία αφορά εκείνες τις επιχειρήσεις που είχαν κέρδη την μία χρονιά και ζημιές την άλλη (χωρίς εδώ να λαμβάνονται υπόψη οι μεταβολές των πωλήσεων). Οι επιχειρήσεις αυτές παρουσιάζουν τις πιο ανάμεικτες τάσεις με αποτέλεσμα να μην προκύπτουν σημαντικά συμπεράσματα. Πιθανότατα η κατηγορία αυτή θα έπρεπε να διευρυνθεί σε περισσότερες υποκατηγορίες για την εξαγωγή ποιοτικότερων αποτελεσμάτων.
- Η θέση της τελευταίας κατηγορίας που αφορά επιχειρήσεις που παρουσίασαν ζημιές και στις δύο εξεταζόμενες χρονιές δικαιολογείται εύκολα από την ανάλυση. Οι επιχειρήσεις αυτές, δεν εξάγουν, δεν εφαρμόζουν πολλές εταιρικές στρατηγικές, παρουσιάζουν τον υψηλότερο βαθμό έκθεσης στο

περιβάλλον της κρίσης με αποτέλεσμα να καταφεύγουν σε περισσότερα ακραία μέτρα αντιμετώπισης αυτής, έχουν χαμηλές τεχνολογικές ικανότητες και είναι οι λιγότερο καινοτομικές.

Συνεπώς, πρέπει να ενισχυθούν ποσοτικά οι επιχειρήσεις της κατηγορίας Α, ώστε να αναβαθμιστεί συνολικά το επιχειρηματικό σύστημα της χώρας. Πράγματι οι επιχειρήσεις προσπαθούν να στηρίξουν τα έσοδά τους μέσω εξαγωγών. Όμως η εξωστρέφεια δεν είναι εύκολη, καθώς απαιτείται γνώση των αγορών, ποιότητα, ευελιξία, τεχνολογικές ικανότητες και ισχυρό ανθρώπινο κεφάλαιο. Χρειάζονται επενδύσεις σε τεχνολογία, σύγχρονο εξοπλισμό και «δύσκολη» καινοτομία ώστε να εστιάσουμε σε νησίδες αγοράς σε παγκόσμιο επίπεδο. Και πάνω από όλα πρέπει να μεγαλώσει το μέσο μέγεθος της ελληνικής επιχείρησης: όσο το δυνατό περισσότερες επιχειρήσεις να αλλάξουν κατηγορία: οι πολύ μικρές (<10 ατόμων) να γίνουν μικρές (10-49 ατόμων), οι μικρές να γίνουν μεσαίες και οι μεσαίες να γίνουν μεγάλες. Μόνο τότε θα έχουμε εκείνες τις οικονομίες κλίμακας που θα μας επιτρέψουν ισχυρότερες επιχειρήσεις διεθνώς ανταγωνιστικές.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1] Margaret A. White, Garry D. Bruton, ‘‘Η στρατηγική διαχείριση της τεχνολογίας και της καινοτομίας’’, εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ, 2010
- [2] Danneels E. Kleinschmidt E., ‘‘Product innovativeness from the firm’s perspective: Its dimensions and their relation with project selection and performance’’, Journal of Product Innovation Management, 2001
- [3] ‘‘Frascati manual’’, ‘‘ Proposed standard practice for surveys on research and experimental development’’, OECD, 2002
- [4] Zoltan Acs, David B. Audretsch, ‘‘Innovation and small firms’’, The MIT press, 1990
- [5] S. Dowrick, ‘‘A review of the evidence on science, R&D and productivity’’, Paper prepared for the department of education, science and training, Australian National University, 2003
- [6] Biju Paul Abraham, Soumyo D. Moitra, ‘‘ Innovation assessment through patent analysis’’, Indian Institute of Management Calcutta, 2005
- [7] ‘‘Oslo manual’’, ‘‘Guidelines for collecting and interpreting innovation data’’, OECD, 2005
- [8] B. Godin, ‘‘The rise of innovation surveys: measuring a fuzzy concept’’, Project on the history and sociology of STI statistics, Working paper No.16, 2002
- [9] K. Smith, ‘‘Measuring innovation’’, TEARI working paper no 6. ,2003
- [10] Τσακανίκας Α., Πυλκρέτη Μ.Χ., Μαραγκού Γ., ‘‘Καινοτομία των ελληνικών επιχειρήσεων και κλάδοι υψηλής τεχνολογίας’’, IOBE, 2008
- [11] Μπουραντάς Δ. & Παπαλεξανδρή Ν., ‘‘Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων’’, Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα 2003
- [12] Γελάση Γ., ‘‘Η διαδοχή στις οικογενειακές επιχειρήσεις, η περίπτωση της Κορίνθου’’, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, 2009

- [13] Κομισόπουλος Φ., “Δημιουργία μοντέλου εκτίμησης και διαχείρισης της δυνατότητας ενός οργανισμού για καινοτομία αξιοποιώντας τις δραστηριότητες διαχείρισης καινοτομίας”, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, 2011
- [14] Παρμαγγιούλης Π., “Οδηγός ανάλυσης δεδομένων με τη χρήση SPSS” Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 2008
- [15] Ρούσσοσ Π., Ευσταθίου Γ., “Σύντομο εγχειρίδιο SPSS 16.0”, ΕΚΠΑ, 2008
- [16] Barbara G. Tabachnick, Linda S. Fidell, “Using Multivariate Statistics” Pearson Education, Inc., 2007
- [17] Τσαγκρής Μ. , “Στατιστικής Με Χρήση Του Πακέτου SPSS 15”, 2008
- [18] Α.Εμβαλώτης, Α.Κατσής, Γ.Σιδερίδης, “Μεθοδολογία Εκπαιδευτικής Έρευνας”, 2006
- [19] Karl L.Wuensch, “Binary Logistic Regression with PASW/SPSS”, 2011
- [20] Δ. Φουσκάκης, “Εισαγωγή Στην Στατιστική”, ΕΜΠ, 2012
- [21] Μ. Ξενή, “Λογιστική Παλινδρόμηση & Διαχωριστική Ανάλυση”, Πανεπιστήμιο Πατρών, 2010
- [22] “Εθνικοί Λογαριασμοί 64 κλάδοι 2000-2011”, 2013
- [23] “Μητρώα ΣΤΑΚΟΔ’08”, 2007
- [24] “Ενημερωτικό Δελτίο για την SBA”, 2012
- [25] “Η Ελλάδα Σε Αριθμούς”, European Of Association of Directory and Database Publishers, 2012
- [26] “European Company Survey”, European Foundation for the Improvement Of Living and Working Conditions, 2009
- [27] Evans J. & Lindsay W., ”The Management and Control of Quality”, Fourth Edition, South – Western College Publishing Cincinnati, Ohio 1999

- [28] Μαγδαληνός Α., ‘‘Το Μάνατζμεντ Κόστους και Τιμών Αγαθών προς Εξαγωγή’’, Internatio Trade Center, Αθήνα 1990
- [29] A. Cosh, A. Hughes, ‘‘The Relationship between Training and Business Performance’’, University of Cambridge, 2003
- [30] Mazur, L. & Coleman, A., ‘‘Training and the small business’’, Institute of Directors, London, 2008
- [31] Boden, R. J. Jr. Nucci, ‘‘A.R On the Survival Prospects of Men’s and Women’s New Business Ventures’’. Journal of Business Venturing, 2000
- [32] Toohey G., ‘‘ Experience and New Venture Performance’’, Cambridge Scholars Publishing, United Kingdom, 2009
- [33] Cant, M. Brink, A. & Ligthelm A.A., ‘‘Problems experienced by small businesses in South Africa’’, 16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New Zealand, 2003
- [34] Wanigasekara .W.M.S.K & Surangi H.K.N.S, ‘‘Impact of level of education and business experience on business success among small retail owner managers in Sri Lanka’’, University of kelaniya, 2011
- [35] Thapa A., ‘‘Micro-enterprises and household Income’’, The Journal of Nepalese Business Studies, 2007
- [36] ‘‘Innovation Union Scoreboard’’, 2006, 2011, 2013
- [37] ‘‘Europe in Figures’’, Eurostat yearbook, 2011
- [38] ‘‘ You, J.-I., ‘‘Small firms in economic theory’’, Cambridge Journal of Economics, 1995
- [39] Baumann, H. D. and Kaen, F. R., ‘‘Firm Size, Employees and Profitability in U.S. Manufacturing Industries’’, Social Science Research Network, 2003
- [40] Jónsson, B., ‘‘Does the size matter? The relationship between size and profitability of Icelandic firms’’, Bifröst Journal of Social Science, 2007

- [41] Yang Chih-Hai, Ku-Hsieh Chen, ‘‘Are small firms less efficient?’’, Small Business Economics, 2009
- [42] Serrasqueiro Z. S., P. M. Nunes, ‘‘Performance and Size: Empirical Evidence from Portuguese SMEs’’, Small Business Economics, 2008
- [43] Fred R. Kaen, ‘‘Firm Size, Employees and Profitability in U.S. Manufacturing Industries’’, University of New Hampshire, 2003
- [44] Kumar, K.B., R.G. Rajan, L. Zingales, ‘‘What determines firm size?’’, University of Chicago, 2001
- [45] Lee. J., ‘‘Does Size Matter in Firm Performance? Evidence from US Public Firms’’, Int. J. of the Economics of Business, 2009
- [46] Majumdar, S. K., ‘‘The Impact of Size and Age in Firm-Level Performance: some Evidence from India’’, Review of Industrial Organization, 1997
- [47] Amato, L., Wilder, R. P. , ‘‘The Effects of Firm Size on Profit Rates in U. S. Manufacturing’’, Southern Economic Journal, 1985
- [49] Brusoni S., Prencipe A., Salter A., ‘‘Mapping and Measuring Innovation in Project-based firms’’, CoPs Publications, Brighton, 1998
- [50] Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων www.pse.gr
- [51] ‘‘Στρατηγική Μελέτη «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ»’’, Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, 2013
- [52] Γ. Καλογήρου, Ν. Κομνηνός, Θ. Πελαγίδης, ‘‘Οι Νέες Προοπτικές των Ευρωπαϊκών Πολιτικών Καινοτομίας και Συνοχής’’, ΜΟΔ ΑΕ, 2011

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ερωτηματολόγιο έρευνας

Σε γενικές γραμμές, πώς θα χαρακτηρίζατε τα κυριότερα προϊόντα, ή τις υπηρεσίες που προσφέρει η επιχείρησή σας στην αγορά; Είναι...	ΝΑΙ	ΟΧΙ
«Τυποποιημένα προϊόντα/υπηρεσίες, που απευθύνονται σε μαζικές αγορές, με χαμηλό κόστος παραγωγής»;	1	2
«Προϊόντα/υπηρεσίες που απευθύνονται σε μικρά, εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς (niche markets)»;	1	2
«Προϊόντα/υπηρεσίες που προσαρμόζονται στις απαιτήσεις του πελάτη» (customized, tailor made);	1	2
«Προϊόντα /υπηρεσίες υψηλής διαφοροποίησης ως προς τον ανταγωνισμό»;	1	2

Σε ποιο βαθμό θα λέγατε ότι αποτελούν μέρος της εταιρικής στρατηγικής σας οι ακόλουθες επιχειρηματικές κινήσεις:	Καθόλου				Σε μεγάλο βαθμό
ΑΠΑΝΤΗΣΤΕ ΜΕ ΤΗ ΒΟΗΘΕΙΑ ΤΗΣ ΚΛΙΜΑΚΑΣ 1-5, ΟΠΟΥ 1 ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΚΑΘΟΛΟΥ ΚΑΙ 5 ΣΕ ΜΕΓΑΛΟ ΒΑΘΜΟ					
«Η αύξηση του μεριδίου αγοράς με τα ίδια προϊόντα/υπηρεσίες, στις υφιστάμενες αγορές»;	1	2	3	4	5
«Η διείσδυση σε νέες αγορές με τα ίδια προϊόντα, ή και υπηρεσίες»;	1	2	3	4	5
«Η αύξηση των πωλήσεων με νέα προϊόντα/υπηρεσίες»;	1	2	3	4	5
«Ο εντοπισμός νέων, μικρών ή ιδιαίτερων τομέων αγοράς (niche markets) στις υφιστάμενες αγορές δραστηριοποίησης της επιχείρησής σας»;	1	2	3	4	5
«Ο επαναπροσδιορισμός των τομέων δραστηριοποίησης της επιχείρησής σας»;	1	2	3	4	5

Στην επιχείρησή σας...	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Χρησιμοποιείτε Ολοκληρωμένα Πληροφοριακά Συστήματα, όπως CRM, ERP, IMS;	1	2
Χρησιμοποιείτε Συστήματα Διοίκησης Έργου (Project Management);	1	2
Εφαρμόζετε Διοίκηση Ολικής Ποιότητας; (Total quality management);	1	2

Β. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ & ΑΓΟΡΑ

Την τελευταία διετία, 2009-2010, περίπου τι δαπάνη για επενδύσεις* έκανε, συνολικά, η επιχείρησή σας στην Ελλάδα; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ ΣΕ ΕΥΡΩ – ΕΑΝ ΔΕΝ ΕΧΕΤΕ ΚΑΝΕΙ ΕΠΕΝΔΥΣΗ, ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ (0)	(€)
---	-----

***ΜΕ ΤΟΝ ΟΡΟ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΕΝΝΟΟΥΝΤΑΙ ΟΙ ΔΑΠΑΝΕΣ ΓΙΑ ΑΓΟΡΑ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ, ΝΕΟΥ Η ΠΡΟΣ ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗ, ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΓΗΠΕΔΩΝ, ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΝΕΩΝ ΚΤΙΡΙΩΝ ΚΑΙ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ, ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗ Η ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΑΛΑΙΩΝ.**

Από τη συνολική αξία των επενδύσεων που υπολογίζετε, <u>περίπου</u> τι ποσοστό % αντιστοιχεί σε κάθε κατηγορία δαπανών:... ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΑ ΠΟΣΟΣΤΑ ΠΟΥ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΟΥΝ ΣΕ ΚΑΘΕ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	(ποσοστό % στο σύνολο της επένδυσης)
Αγορά νέου ή αντικατάσταση υφιστάμενου κεφαλαιουχικού εξοπλισμού	(1)
Εισαγωγή νέων μεθόδων παραγωγής	(2)
Αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας για ήδη παραγόμενα προϊόντα/υπηρεσίες	(3)
Διεύρυνση της παραγωγικής δυναμικότητας για την παραγωγή νέων προϊόντων/υπηρεσιών	(4)
Συμμόρφωση με την περιβαλλοντική νομοθεσία, ή θέματα υγιεινής και ασφαλείας	(5)
Εξοικονόμηση και διαχείριση της ενέργειας	(6)
ΣΥΝΟΛΟ	100%

Και για την προσεχή διετία 2011-2012, τι δαπάνη προβλέπετε για επενδύσεις στην Ελλάδα; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ ΣΕ ΕΥΡΩ – ΕΑΝ ΔΕΝ ΠΡΟΒΛΕΠΕΤΕ ΕΠΕΝΔΥΣΗ, ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ (0)	(€)
---	-----

Και από τη συνολική αξία των επενδύσεων που προβλέπετε για το 2011-2012, <u>περίπου</u> πόσο τοις εκατό αντιστοιχεί σε κάθε κατηγορία δαπανών:... ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΑ ΠΟΣΟΣΤΑ ΠΟΥ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΟΥΝ ΣΕ ΚΑΘΕ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	(ποσοστό % στο σύνολο της επένδυσης)
Αγορά νέου ή αντικατάσταση υφιστάμενου κεφαλαιουχικού εξοπλισμού	(1)
Εισαγωγή νέων μεθόδων παραγωγής	(2)
Αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας για ήδη παραγόμενα προϊόντα/υπηρεσίες	(3)
Διεύρυνση της παραγωγικής δυναμικότητας για την παραγωγή νέων προϊόντων/υπηρεσιών	(4)
Συμμόρφωση με την περιβαλλοντική νομοθεσία, ή θέματα υγιεινής και ασφαλείας	(5)
Εξοικονόμηση και διαχείριση της ενέργειας	(6)
ΣΥΝΟΛΟ	100%

Στο σημερινό οικονομικό περιβάλλον, πόσο εκτεθειμένη είναι η επιχείρησή σας:...	Καθόλου				Σε μεγάλο βαθμό
Σε έλλειψη ρευστότητας, επειδή οι τράπεζες δεν εγκρίνουν νέα δάνεια; Θα λέγατε ότι δεν είναι καθόλου εκτεθειμένη, ή ότι είναι εκτεθειμένη σε μεγάλο βαθμό; ΑΠΑΝΤΗΣΤΕ ΜΕ ΤΗ ΒΟΗΘΕΙΑ ΤΗΣ ΚΛΙΜΑΚΑΣ 1-5, ΟΠΟΥ 1 ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΚΑΘΟΛΟΥ ΚΑΙ 5 ΣΕ ΜΕΓΑΛΟ ΒΑΘΜΟ	1	2	3	4	5
Σε έλλειψη ρευστότητας, επειδή οι προμηθευτές, ή οι πελάτες σας αντιμετωπίζουν οι ίδιοι πρόβλημα ρευστότητας;	1	2	3	4	5
Επειδή έχουν περιοριστεί οι πληρωμές, ή οι εργασίες από το βασικό πελάτη της επιχείρησής σας;	1	2	3	4	5
Σε πίεση για αμεσότερες πληρωμές από προμηθευτές του εξωτερικού;	1	2	3	4	5
Σε πίεση από ανταγωνιστές που βασίζονται σε χαμηλό κόστος;	1	2	3	4	5
Σε πίεση από ανταγωνιστές που βασίζονται στην ποιότητα, ή στη διαφοροποίηση;	1	2	3	4	5
Λόγω της μετατόπισης του αγοραστικού προτύπου σε φθηνότερες κατηγορίες προϊόντων/υπηρεσιών;	1	2	3	4	5

Μέσα στους επόμενους 12 μήνες, η επιχείρησή σας σκοπεύει να προχωρήσει σε:...	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Μείωση του αριθμού των απασχολούμενων;	1	2
Μείωση της παραγωγής ή της δραστηριότητάς της;	1	2
Μείωση των τιμών της;	1	2
Περικοπή έμμεσων παροχών προς τους εργαζόμενους;	1	2
Συγκράτηση, ή μείωση των τακτικών αποδοχών του προσωπικού;	1	2
Περικοπές σε πριμ και επιδόματα παραγωγικότητας;	1	2
Προσαρμογή του χρόνου εργασίας;	1	2

Το 2011 σε σχέση με το 2010, εκτιμάτε ότι οι πωλήσεις της επιχείρησής σας στην ελληνική αγορά, θα αυξηθούν, θα μειωθούν, ή θα παραμείνουν σχεδόν αμετάβλητες;

Θα αυξηθούν 1
Θα μειωθούν 2
Σχεδόν αμετάβλητες 3

	(ποσοστό %)
Σε τι ποσοστό περίπτωσης εκτιμάτε ότι θα αυξηθούν οι πωλήσεις σας στην ελληνική αγορά; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ % ΤΗΣ ΕΚΤΙΜΗΣΗΣ ΣΑΣ	
	(ποσοστό %)
Σε τι ποσοστό περίπτωσης εκτιμάτε ότι θα μειωθούν οι πωλήσεις σας στην ελληνική αγορά; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ % ΤΗΣ ΕΚΤΙΜΗΣΗΣ ΣΑΣ	

Οι εξαγωγές της επιχείρησής σας; Εκτιμάτε ότι θα αυξηθούν, θα μειωθούν, ή θα παραμείνουν σχεδόν αμετάβλητες το 2011 σε σχέση με το 2010;

Θα αυξηθούν 1
Θα μειωθούν 2
Θα παραμείνουν σχεδόν αμετάβλητες 3
Η επιχείρηση δεν κάνει εξαγωγές 8

	(ποσοστό %)
Σε τι ποσοστό περίπου εκτιμάτε ότι <u>θα αυξηθούν</u> οι εξαγωγές σας; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ % ΤΗΣ ΕΚΤΙΜΗΣΗΣ ΣΑΣ	

	(ποσοστό %)
Σε τι ποσοστό περίπου εκτιμάτε ότι <u>θα μειωθούν</u> οι εξαγωγές σας; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ % ΤΗΣ ΕΚΤΙΜΗΣΗΣ ΣΑΣ	

Το 2010 πραγματοποιήσατε κέρδη, ή ζημιές;

Κέρδη	1	
Ζημιές	2	
Ούτε κέρδη/ούτε ζημιές /οριακό αποτέλεσμα/μεταβολή		3

Το 2011 αναμένετε κέρδη, ή ζημιές;

Κέρδη	1	
Ζημιές	2	
Ούτε κέρδη/ούτε ζημιές /οριακό αποτέλεσμα/μεταβολή		3

ΠΡΟΣΟΧΗ: Η ΕΡΩΤΗΣΗ 45 ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΘΕΙ ΜΟΝΟ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΠΟΥ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΙΧΕ ΚΕΡΔΗ ΤΟ 2010 ΚΑΙ ΑΝΑΜΕΝΕΙ ΚΕΡΔΗ ΤΟ 2011

Τα κέρδη, το 2011, εκτιμάτε ότι θα έχουν αύξηση, μείωση, ή θα παραμείνουν σχεδόν αμετάβλητα, σε σχέση με το 2010;

Αύξηση	1
Μείωση	2
Αμετάβλητα	3

ΠΡΟΣΟΧΗ: Η ΕΡΩΤΗΣΗ 46 ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΘΕΙ ΜΟΝΟ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΠΟΥ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΙΧΕ ΖΗΜΙΕΣ ΤΟ 2010 ΚΑΙ ΑΝΑΜΕΝΕΙ ΖΗΜΙΕΣ ΤΟ 2011

Οι ζημιές, το 2011, εκτιμάτε ότι θα έχουν αύξηση, μείωση, ή θα παραμείνουν σχεδόν αμετάβλητες, σε σχέση με το 2010;

Αύξηση	1
Μείωση	2
Αμετάβλητες	3

Γ. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΩΝ

Μια επιχείρηση αντλεί γνώση από διάφορες πηγές. Η επιχείρησή σας, σε ποιο βαθμό χρησιμοποιεί, ως πηγή γνώσης...	Καθόλου				Σε μεγάλο βαθμό
Τους πελάτες της; ΑΠΑΝΤΗΣΤΕ ΜΕ ΤΗ ΒΟΗΘΕΙΑ ΤΗΣ ΚΛΙΜΑΚΑΣ 1-5, ΟΠΟΥ 1 ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΚΑΘΟΛΟΥ ΚΑΙ 5 ΣΕ ΜΕΓΑΛΟ ΒΑΘΜΟ	1	2	3	4	5
Την έρευνα που διεξάγει η ίδια (Τμήμα μελετών-ερευνών/ in-house R&D);	1	2	3	4	5
Τη συμμετοχή της σε ερευνητικά προγράμματα;	1	2	3	4	5
Τους προμηθευτές της;	1	2	3	4	5
Τους ανταγωνιστές, ή άλλες επιχειρήσεις του κλάδου;	1	2	3	4	5
Τις εταιρίες μελετών & συμβούλων;	1	2	3	4	5
Τα Πανεπιστήμια, και τα δημόσια ερευνητικά κέντρα;	1	2	3	4	5
Τα Συνέδρια, και τις εκθέσεις;	1	2	3	4	5
Τα Επιστημονικά περιοδικά και τις επαγγελματικές ή τεχνικές εκδόσεις;	1	2	3	4	5

	Καθόλου				Σε μεγάλο βαθμό
Όταν εμφανίζονται μεταβολές της ζήτησης, σε ποιο βαθμό, θα λέγατε ότι η επιχείρησή σας ανταποκρίνεται γρήγορα; ΑΠΑΝΤΗΣΤΕ ΜΕ ΤΗ ΒΟΗΘΕΙΑ ΤΗΣ ΚΛΙΜΑΚΑΣ 1-5, ΟΠΟΥ 1 ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΚΑΘΟΛΟΥ ΚΑΙ 5 ΣΕ ΜΕΓΑΛΟ ΒΑΘΜΟ	1	2	3	4	5
Σε ποιο βαθμό παρουσιάζει ευελιξία στην παραγωγή διαφορετικών προϊόντων ή υπηρεσιών;	1	2	3	4	5
Σε ποιο βαθμό βελτιώνει την τεχνολογία και την προσαρμόζει στις ανάγκες της;	1	2	3	4	5
Πόσο οργανωμένο είναι το τμήμα τεχνικών μελετών ή/και Έρευνας και Ανάπτυξης (R&D);	1	2	3	4	5

Κατά τη τελευταία διετία (2009-2010) η επιχείρησή σας δημιούργησε κάποια νέα, ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα ή υπηρεσίες; **ΕΞΑΙΡΕΙΤΑΙ Η ΑΠΛΗ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗ ΝΕΩΝ ΑΓΑΘΩΝ ΑΛΛΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΜΟΝΟ ΑΙΣΘΗΤΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ**

Ναι 1 Όχι 2

	(ποσοστό %)
Μπορείτε να εκτιμήσετε περίπου τι ποσοστό του ετήσιου τζίρου της επιχείρησής σας μπορεί να αποδοθεί σε αυτά τα νέα προϊόντα/υπηρεσίες; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ % ΤΗΣ ΕΚΤΙΜΗΣΗΣ ΣΑΣ	

Τα νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα/υπηρεσίες που δημιούργησε η επιχείρησή σας ήταν:

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΔΥΝΑΤΕΣ

Νέα για την επιχείρησή σας; 1
Νέα για την ελληνική αγορά; 2
Νέα για την παγκόσμια αγορά; 3

Κατά την τελευταία διετία (2009-2010), η επιχείρησή σας έχει εισάγει κάποιες καινοτομίες που αφορούν παραγωγικές διαδικασίες, ή διεργασίες;

Ναι 1 Όχι 2

Συγκεκριμένα, τι αφορά η καινοτομία που εισήγαγε η επιχείρησή σας: **ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΔΥΝΑΤΕΣ**

Μεθόδους παραγωγής προϊόντων/υπηρεσιών 1
Πρακτικές που εφαρμόζονται στην εφοδιαστική αλυσίδα της επιχείρησής (logistics) 2
Τρόπους χρήσης των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών 3

Κατά την τελευταία διετία (2009-2010), η επιχείρησή σας έχει εισάγει κάποιες καινοτομίες που αφορούν την οργάνωση, την εμπορία, ή το μάρκετινγκ;

Ναι 1 Όχι 2

Συγκεκριμένα, τι αφορά η καινοτομία που εισήγαγε η επιχείρησή σας: **ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΔΥΝΑΤΕΣ**

Μεθόδους οργάνωσης της εργασίας; 1
Μεταβολές στο design, ή τη συσκευασία προϊόντων/υπηρεσιών; 2
Μεθόδους πωλήσεων ή διάθεσης προϊόντων/υπηρεσιών; 3
Αναβάθμιση των υπηρεσιών μετά την πώληση (after sales); 4

Δ. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Στην επιχείρησή σας αντιμετωπίζετε δυσκολίες στην εύρεση υποψηφίων με τα κατάλληλα για κάθε θέση προσόντα και δεξιότητες, ή όχι;

Ναι 1
Όχι 2

Σχετικά με τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει η επιχείρηση στην εύρεση υποψηφίων, θα λέγατε ότι οι υποψήφιοι...	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Έχουν περισσότερα προσόντα από ό,τι απαιτεί η θέση εργασίας;	1	2
Δεν πληρούν τις προδιαγραφές της θέσης εργασίας;	1	2
Δεν διαθέτουν την προσωπικότητα που χρειάζεται η επιχείρηση;	1	2
Είναι λίγοι, ή δεν υπάρχουν υποψήφιοι για τη θέση;	1	2

Σε σχέση με τη θέση εργασίας τους, θα λέγατε, γενικά, ότι εντοπίζετε ελλείψεις γνώσεων και δεξιοτήτων στους εργαζόμενους της επιχείρησής σας;

Ναι 1 Όχι 2

Σε ποιες δεξιότητες πιστεύετε ότι υστερούν, πάντοτε σε σχέση με τη θέση εργασίας τους;	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Σε τεχνικές γνώσεις που απαιτούνται για τη συγκεκριμένη εργασία;	1	2
Στη διαχείριση τεχνολογίας και καινοτομίας;	1	2
Σε γνώσεις χρηματοοικονομικής διαχείρισης;	1	2
Στη βασική χρήση εφαρμογών πληροφορικής;	1	2
Στην προφορική και γραπτή επικοινωνία;	1	2
Στη γνώση ξένων γλωσσών;	1	2
Στην εργασία σε ομάδες;	1	2
Στην ανάπτυξη πρωτοβουλιών και στην ανάληψη ρίσκου;	1	2
Σε ικανότητες οργάνωσης και διοίκησης έργου (project management);	1	2

Εφαρμόζετε προγράμματα εκπαίδευσης προσωπικού στην επιχείρησή σας;

Ναι 1 Όχι 2

Με ποιον τρόπο εκπαιδεύετε το προσωπικό σας;	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Με προγράμματα ενδοεπιχειρησιακής εκπαίδευσης;	1	2
Με τη χρηματοδοτούμενη από την εταιρία συμμετοχή σε σεμινάρια εκτός επιχείρησης;	1	2
Με συστηματική ανταλλαγή πρακτικών εμπειριών ανάμεσα στους εργαζόμενους;	1	2
Με On-the-job training;	1	2
Με κυκλική εναλλαγή εργαζομένων (Job Rotation);	1	2

Ποιες είναι οι τρεις ειδικεύσεις που θεωρείτε ότι είναι οι πλέον κρίσιμες* και καθοριστικές για τη λειτουργία της επιχείρησής σας;

ΠΕΡΙΓΡΑΨΤΕ ΣΧΕΤΙΚΑ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗΣ ΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ. Π.χ. ΟΧΙ «ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ», ΑΛΛΑ «ΜΑΝΑΓΕΡ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ», «ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ», «ΕΛΕΓΚΤΗΣ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΩΝ», «ΧΕΙΡΙΣΤΗΣ ΑΝΥΨΩΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΟΣ», «ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΨΥΚΤΙΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ»

1 ^η ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ:
2 ^η ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ:
3 ^η ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ:

***ΩΣ ΚΡΙΣΙΜΕΣ ΕΙΔΙΚΕΥΣΕΙΣ ΕΝΝΟΟΥΝΤΑΙ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΘΕΣΕΙΣ) ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΑ ΑΠΟ ΤΥΠΙΚΑ ΠΡΟΣΩΝΤΑ Η ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΙΕΡΑΡΧΙΑ, ΤΩΝ ΟΠΟΙΩΝ ΤΟ ΕΙΔΙΚΟ ΒΑΡΟΣ ΓΙΑ ΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΑΣ ΚΡΙΝΟΝΤΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ.**

1^η ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ

Το υπάρχον προσωπικό της επιχείρησής σας καλύπτει ικανοποιητικά τις γνώσεις και δεξιότητες, που απαιτεί η 1^η ειδικευση που αναφέρατε, ή όχι;

Ναι 1 Όχι 2

Κατά τη γνώμη σας, που οφείλεται το γεγονός ότι το υπάρχον προσωπικό δεν καλύπτει ικανοποιητικά τις απαιτήσεις της θέσης της 1 ^{ης} ειδικευσης που αναφέρατε;	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Στις αδυναμίες του επίσημου εκπαιδευτικού συστήματος να παρέχει τις κατάλληλες γνώσεις και δεξιότητες;	1	2
Σε ελλείψεις των προγραμμάτων εκπαίδευσης και ανάπτυξης του προσωπικού;	1	2
Σε αστοχία της διαδικασίας επιλογής προσωπικού;	1	2
Στη συχνή αντικατάσταση του προσωπικού;	1	2

2^η ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ

Το υπάρχον προσωπικό της επιχείρησής σας καλύπτει ικανοποιητικά τις γνώσεις και δεξιότητες, που απαιτεί η 2^η ειδικευση που αναφέρατε, ή όχι;

Ναι 1 Όχι 2

Που οφείλεται το γεγονός ότι το υπάρχον προσωπικό δεν καλύπτει ικανοποιητικά τις απαιτήσεις της θέσης της 2 ^{ης} ειδικευσης που αναφέρατε;	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Στις αδυναμίες του επίσημου εκπαιδευτικού συστήματος να παρέχει τις κατάλληλες γνώσεις και δεξιότητες;	1	2
Σε ελλείψεις των προγραμμάτων εκπαίδευσης και ανάπτυξης του προσωπικού;	1	2
Σε αστοχία της διαδικασίας επιλογής προσωπικού;	1	2
Στη συχνή αντικατάσταση του προσωπικού;	1	2

3^η ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ

Το υπάρχον προσωπικό της επιχείρησής σας καλύπτει ικανοποιητικά τις γνώσεις και δεξιότητες, που απαιτεί η 3^η ειδικευση που αναφέρατε, ή όχι;

Ναι 1 Όχι 2

Που οφείλεται το γεγονός ότι το υπάρχον προσωπικό δεν καλύπτει ικανοποιητικά τις απαιτήσεις της θέσης της 3 ^{ης} ειδικευσης που αναφέρατε;	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Στις αδυναμίες του επίσημου εκπαιδευτικού συστήματος να παρέχει τις κατάλληλες γνώσεις και δεξιότητες;	1	2
Σε ελλείψεις των προγραμμάτων εκπαίδευσης και ανάπτυξης του προσωπικού;	1	2
Σε αστοχία της διαδικασίας επιλογής προσωπικού;	1	2
Στη συχνή αντικατάσταση του προσωπικού;	1	2

<p>Σε γενικές γραμμές, ποια ήταν η κατανομή του κύκλου εργασιών σας το 2010, στις αγορές στις οποίες δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας; Μπορείτε να εκτιμήσετε περίπου τι ποσοστό % προέρχεται από την εγχώρια αγορά, την Ευρωπαϊκή Ένωση, τα Βαλκάνια, την Τουρκία, ή άλλες χώρες; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ % ΤΗΣ ΕΚΤΙΜΗΣΗΣ ΣΑΣ</p>	(ποσοστό %)	
Την εγχώρια αγορά;		(1)
Την Ευρωπαϊκή Ένωση;		(2)
Τα Βαλκάνια;		(3)
Την Τουρκία;		(4)
Άλλες χώρες;		(5)
ΣΥΝΟΛΟ	100%	

ΕΑΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΤΕ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΠΟΙΕΣ

<p>Και για το 2011, μπορείτε να προβλέψετε την κατανομή του κύκλου εργασιών σας, στις αγορές στις οποίες δραστηριοποιείστε; Περίπου, τι ποσοστό % προβλέπετε ότι θα προέλθει από την εγχώρια αγορά, την Ευρωπαϊκή Ένωση, τα Βαλκάνια, την Τουρκία, ή άλλες χώρες; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ % ΤΗΣ ΕΚΤΙΜΗΣΗΣ ΣΑΣ</p>	(ποσοστό %)	
Την εγχώρια αγορά;		(1)
Την Ευρωπαϊκή Ένωση;		(2)
Τα Βαλκάνια;		(3)
Την Τουρκία;		(4)
Άλλες χώρες; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΠΟΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΡ. 109		(5)
ΣΥΝΟΛΟ	100%	

ΕΑΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΤΕ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΠΟΙΕΣ

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ:	
Συνολικός (μέσος ετήσιος) <u>αριθμός των απασχολούμενων πλήρους απασχόλησης</u> στην επιχείρησή σας	
Αριθμός <u>γυναικών</u> πλήρους απασχόλησης	
Αριθμός <u>μεταναστών</u> πλήρους απασχόλησης	
Αριθμός απασχολούμενων <u>μερικής απασχόλησης</u>	
Αριθμός <u>γυναικών</u> μερικής απασχόλησης	
Αριθμός <u>μεταναστών</u> μερικής απασχόλησης	
Αριθμός απασχολούμενων <u>εποχικής απασχόλησης</u>	
Αριθμός <u>γυναικών</u> εποχικής απασχόλησης	
Αριθμός <u>μεταναστών</u> εποχικής απασχόλησης	

Τι ποσοστό του προσωπικού της επιχείρησης είναι απόφοιτοι ΤΕΙ, τι ποσοστό απόφοιτοι ΑΕΙ και τι ποσοστό κάτοχοι Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού τίτλου; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ % ΚΑΘΕ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ - <u>ΟΧΙ ΤΟΝ ΑΡΙΘΜΟ ΤΩΝ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ</u> ΠΡΟΣΟΧΗ: ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΤΕ ΤΑ ΠΟΣΟΣΤΑ ΤΩΝ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ <u>ΜΟΝΟΝ</u> ΤΙΣ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΕΣ ΒΑΘΜΙΔΕΣ ΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	(ποσοστό %)
Απόφοιτοι ΤΕΙ	(1)
Απόφοιτοι ΑΕΙ	(2)
Κάτοχοι Μεταπτυχιακού / Διδακτορικού τίτλου	(3)

Τι ποσοστό του προσωπικού εργάζεται στην επιχείρηση λιγότερο από 2 έτη, τι ποσοστό από 2 έως 10 έτη και τι ποσοστό περισσότερο από 10 έτη; ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ % ΚΑΘΕ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ	(ποσοστό %)
Προσωπικό που εργάζεται λιγότερο από 2 έτη	(1)
Προσωπικό που εργάζεται από 2-10 έτη	(2)
Προσωπικό που εργάζεται >10 έτη	(3)
ΣΥΝΟΛΟ	100%