



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΧΗΜΙΚΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ - ΤΟΜΕΑΣ ΙΙ

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

**Επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης: Έναρξη
επιχειρηματικής δραστηριότητας, στρατηγική και
ανάπτυξη στην Ευρώπη**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Ιωάννης Ραγκούσης

Επιβλέπων καθηγητής:

Γιάννης Καλογήρου, Καθηγητής Ε.Μ.Π.

Αθήνα, Μάρτιος 2015

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον Καθηγητή κ. Γιάννη Καλογήρου για τη δυνατότητα που μου προσέφερε να εκπονήσω τη Διπλωματική μου εργασία στο Εργαστήριο Βιομηχανικής και Ενεργειακής Οικονομίας του Ε.Μ.Π.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τη Διδάκτωρ του Εργαστηρίου Βιομηχανικής και Ενεργειακής Οικονομίας κα. Αιμιλία Πρωτόγερου, για την επίβλεψη και καθοδήγηση που παρείχε σε όλα τα στάδια της εργασίας, καθώς και για το χρόνο που αφιέρωσε για όλες τις δυσκολίες που παρουσιάστηκαν κατά τη διάρκεια εκπόνησής της.

Τέλος, ένα μεγάλο ευχαριστώ χρωστάω στους γονείς μου, στην αδερφή μου και στο φιλικό μου περιβάλλον για την αγάπη τους, τη στήριξή τους και την ενθάρρυνση που μου προσέφεραν σε όλο το διάστημα των σπουδών μου.

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία βασίστηκε σε ένα τμήμα του ερωτηματολογίου του έργου AEGIS (έργο χρηματοδοτούμενο από την Ευρωπαϊκή Ένωση του οποίου σκοπός είναι η εμπειρική διερεύνηση της επιχειρηματικότητας έντασης γνώσης στην Ευρώπη σε διάφορους τομείς, χώρες και κοινωνικοοικονομικές συνθήκες) και με τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS εφαρμόστηκε ανάλυση διακύμανσης (one way ANOVA) και συσχέτισης (τεστ χ^2) για τον εντοπισμό διαφορών όσον αφορά τη διαδικασία σχηματισμού, τη στρατηγική και την επίδραση της κρίσης μεταξύ επιχειρήσεων, οι οποίες ομαδοποιήθηκαν ανάλογα με:

- τη χώρα προέλευσής τους
- τον ευρύτερο κλάδο στον οποίο ανήκουν (υψηλής τεχνολογίας, χαμηλής τεχνολογίας και παροχής υπηρεσιών)

Για τη μελέτη της διαδικασίας σχηματισμού των επιχειρήσεων, εξετάστηκε η σύνδεσή τους με άλλους οργανισμούς, οι παράγοντες δημιουργίας και οι πηγές χρηματοδότησής τους.

Η στρατηγική των επιχειρήσεων εξετάστηκε με βάση την κύρια στρατηγική που ακολουθούν και τη συμφωνία/διαφωνία τους με συγκεκριμένες προτάσεις που αφορούν τον εντοπισμό και την αξιοποίηση τεχνικών και εμπορικών ευκαιριών, τις πηγές γνώσης και τη δικτύωσή τους.

Η επίδραση της κρίσης μελετήθηκε όσον αφορά τη μεταβολή των πωλήσεων, των εξαγωγών, της απασχόλησης, των κερδών και των επενδύσεων το 2009 καθώς και του μέσου κύκλου εργασιών και του μέσου όρου των κερδών την τριετία 2007-2009.

Από την ανάλυση προκύπτουν γενικές τάσεις αλλά και σημαντικές διαφορές τόσο μεταξύ των χωρών προέλευσης των επιχειρήσεων, όσο και μεταξύ των κλάδων οικονομικής δραστηριότητας στους οποίους ανήκουν.

Abstract

The present thesis was based on a section of the questionnaire of the AEGIS project (a project funded by the European Union whose purpose is the empirical investigation of knowledge-intensive entrepreneurship in Europe in different sectoral, country and socioeconomic contexts) and with the use of SPSS statistical program, a variance (one way ANOVA) and a correlation analysis (χ^2 test) were implemented in order to identify differences in the formation process, the strategy and the impact of crisis between firms, which were grouped according to:

- *the country of origin*
- *the wider sector which they belong (high-technology, low-technology and services)*

For the study of the firms' formation process, an examination of their relation with other organizations, the factors for their formation and their sources of funding was held.

The firms' strategy was examined in terms of the main strategy they follow and their agreement/disagreement with specific proposals concerning the identification and utilization of technical and market opportunities, the sources of knowledge and the networking.

The effect of the economic crisis was studied in terms of changes in sales, exports, employment, profits and investments in 2009 and the average turnover and profits during 2007-2009.

The analysis results in general trends and in significant differences also, both between the firms' country of origin and among the sectors of economic activity they belong.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	i
Abstract	ii
Εισαγωγή και αντικείμενο της διπλωματικής εργασίας	1
Κεφάλαιο 1: Θεωρητικό πλαίσιο	2
1.1 Επιχειρηματικότητα	2
1.1.1 Ορισμός	2
1.1.2 Επιχειρηματικότητα Έντασης Γνώσης	3
1.1.3 Ακαδημαϊκή Επιχειρηματικότητα	5
1.2 Δημιουργία της επιχείρησης.....	6
1.2.1 Spin offs	6
1.2.2 Χρηματοδότηση των επιχειρήσεων	6
1.3 Στρατηγική της επιχείρησης.....	13
1.3.1 Ορισμός	13
1.3.2 Στρατηγική ηγεσίας κόστους.....	14
1.3.3 Στρατηγική διαφοροποίησης	16
1.3.4 Στρατηγική εστίασης	18
Κεφάλαιο 2: Μεθοδολογία	20
2.1 Μέθοδοι ανάλυσης	20
2.1.1 Παραμετρικοί έλεγχοι	20
2.1.2 Μη παραμετρικοί έλεγχοι	21
2.1.3 Κλίμακες Likert	21
2.2 Οι μεταβλητές και το δείγμα της έρευνας	22
Κεφάλαιο 3: Εμπειρικά αποτελέσματα.....	25
3.1 Γενική ανάλυση	25
3.1.1 Δημιουργία επιχείρησης	25
3.1.2 Στρατηγική.....	28
3.1.3 Επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης.....	33
3.2 Ανάλυση ανά χώρα	39
3.2.1 Δημιουργία επιχείρησης	39
3.2.2 Στρατηγική.....	47
3.2.3 Επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης.....	54
3.3 Ανάλυση ανά ομάδα κλάδων οικονομικής δραστηριότητας.....	62
3.3.1 Δημιουργία επιχείρησης	62
3.3.2 Στρατηγική.....	68

3.3.3	Επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης.....	81
Κεφάλαιο 4:	Συμπεράσματα	88
4.1	Συμπεράσματα για το σύνολο των επιχειρήσεων	89
4.1.1	Δημιουργία επιχείρησης	89
4.1.2	Στρατηγική.....	89
4.1.3	Επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης.....	90
4.2	Συμπεράσματα ανά χώρα	90
4.2.1	Δημιουργία επιχείρησης	90
4.2.2	Στρατηγική.....	91
4.2.3	Επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης.....	92
4.3	Συμπεράσματα ανά ομάδα κλάδων οικονομικής δραστηριότητας	93
4.3.1	Δημιουργία επιχείρησης	93
4.3.2	Στρατηγική.....	94
4.3.3	Επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης.....	95
Βιβλιογραφία	97
Παράρτημα.....		101

Ευρετήριο πινάκων

Πίνακας 1: Κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων	23
Πίνακας 2: Αριθμός επιχειρήσεων ανά χώρα.....	24
Πίνακας 3: Αριθμός επιχειρήσεων ανά ομάδα κλάδων	24
Πίνακας 4: Δημιουργία επιχείρησης από προϋπάρχοντα οργανισμό	25
Πίνακας 5: Ποσοστά προϋπαρχόντων οργανισμών των επιχειρήσεων	25
Πίνακας 6: Σύνδεση επιχείρησης με την προϋπάρχουσα εταιρεία	26
Πίνακας 7: Σπουδαιότητα παραγόντων για τη δημιουργία της επιχείρησης	26
Πίνακας 8: Ποσοστό της χρηματοδότησης για τη δημιουργία της επιχείρησης	27
Πίνακας 9: Κύρια στρατηγική επιχείρησης.....	28
Πίνακας 10: Σπουδαιότητα δραστηριοτήτων για την ανίχνευση και αξιοποίηση των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία	29
Πίνακας 11: Σημασία πηγών γνώσεως για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών	30
Πίνακας 12: Συμβολή των δικτύων στις λειτουργίες της επιχείρησης.....	31
Πίνακας 13: Συμμετοχή της επιχείρησης σε είδη συμφωνιών/συνεργασιών	32
Πίνακας 14: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις	33
Πίνακας 15: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις εξαγωγές	34
Πίνακας 16: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στην απασχόληση.....	34
Πίνακας 17: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στα κέρδη	35
Πίνακας 18: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις επενδύσεις	36
Πίνακας 19: Κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες	37
Πίνακας 20: Μέσος όρος των κερδών των επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες	37
Πίνακας 21: Δημιουργία επιχείρησης από προϋπάρχοντα οργανισμό ανά χώρα	39
Πίνακας 22: Ποσοστά προϋπαρχόντων οργανισμών των επιχειρήσεων ανά χώρα.....	40
Πίνακας 23: Σύνδεση επιχείρησης με την προϋπάρχουσα εταιρεία ανά χώρα	41
Πίνακας 24: Σπουδαιότητα παραγόντων για τη δημιουργία της επιχείρησης ανά χώρα	42
Πίνακας 25: Ποσοστό της χρηματοδότησης για τη δημιουργία της επιχείρησης ανά χώρα	45
Πίνακας 26: Κύρια στρατηγική επιχείρησης ανά χώρα.....	47
Πίνακας 27: Σπουδαιότητα δραστηριοτήτων για την ανίχνευση και αξιοποίηση των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία ανά χώρα.....	48
Πίνακας 28: Σημασία πηγών γνώσεως για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών ανά χώρα.....	50
Πίνακας 29: Συμβολή των δικτύων στις λειτουργίες της επιχείρησης ανά χώρα.....	51
Πίνακας 30: Συμμετοχή της επιχείρησης σε είδη συμφωνιών/συνεργασιών ανά χώρα	52
Πίνακας 31: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις ανά χώρα	54
Πίνακας 32: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις εξαγωγές ανά χώρα.....	55
Πίνακας 33: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στην απασχόληση ανά χώρα	56
Πίνακας 34: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στα κέρδη ανά χώρα.....	57
Πίνακας 35: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις επενδύσεις ανά χώρα	58
Πίνακας 36: Κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες ανά χώρα.....	59
Πίνακας 37: Μέσος όρος των κερδών των επιχειρήσεων την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες ανά χώρα.....	60
Πίνακας 38: Δημιουργία επιχείρησης από προϋπάρχοντα οργανισμό ανά ομάδα κλάδων	62

Πίνακας 39: Ποσοστά προϋπαρχόντων οργανισμών των επιχειρήσεων ανά ομάδα κλάδων	63
Πίνακας 40: Σύνδεση επιχείρησης με την προϋπάρχουσα εταιρεία ανά ομάδα κλάδων.....	63
Πίνακας 41: Σπουδαιότητα παραγόντων για τη δημιουργία της επιχείρησης ανά ομάδα κλάδων	64
Πίνακας 42: Ποσοστό της χρηματοδότησης για τη δημιουργία της επιχείρησης ανά ομάδα κλάδων	66
Πίνακας 43: Κύρια στρατηγική επιχείρησης ανά ομάδα κλάδων	68
Πίνακας 44: Σπουδαιότητα δραστηριοτήτων για την ανίχνευση και αξιοποίηση των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία ανά ομάδα κλάδων	70
Πίνακας 45: Σημασία πηγών γνώσεως για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών ανά ομάδα κλάδων	73
Πίνακας 46: Συμβολή των δικτύων στις λειτουργίες της επιχείρησης ανά ομάδα κλάδων ..	76
Πίνακας 47: Συμμετοχή της επιχείρησης σε είδη συμφωνιών/συνεργασιών ανά ομάδα κλάδων	79
Πίνακας 48: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις ανά ομάδα κλάδων	81
Πίνακας 49: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις εξαγωγές ανά ομάδα κλάδων	82
Πίνακας 50: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στην απασχόληση ανά ομάδα κλάδων	83
Πίνακας 51: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στα κέρδη ανά ομάδα κλάδων	84
Πίνακας 52: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις επενδύσεις ανά ομάδα κλάδων	85
Πίνακας 53: Κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες ανά ομάδα κλάδων	86
Πίνακας 54: Μέσος όρος των κερδών των επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες ανά ομάδα κλάδων.....	87

Ευρετήριο διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1: Τυπολογία γενικών στρατηγικών του Porter	13
Διάγραμμα 2: Ποσοστό της χρηματοδότησης για τη δημιουργία της επιχείρησης	27
Διάγραμμα 3: Κύρια στρατηγική επιχείρησης	28
Διάγραμμα 4: Σπουδαιότητα δραστηριοτήτων για την ανίχνευση και αξιοποίηση των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία	29
Διάγραμμα 5: Σημασία πηγών γνώσεως για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών	31
Διάγραμμα 6: Συμβολή των δικτύων στις λειτουργίες της επιχείρησης	32
Διάγραμμα 7: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις	33
Διάγραμμα 8: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις εξαγωγές	34
Διάγραμμα 9: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στην απασχόληση.....	35
Διάγραμμα 10: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στα κέρδη	35
Διάγραμμα 11: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις επενδύσεις	36
Διάγραμμα 12: Κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες	37
Διάγραμμα 13: Μέσος όρος των κερδών των επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009 ...	38
Διάγραμμα 14: Δημιουργία επιχείρησης από προϋπάρχοντα οργανισμό ανά χώρα	39
Διάγραμμα 15: Σύνδεση επιχείρησης με την προϋπάρχουσα εταιρεία ανά χώρα	41
Διάγραμμα 16: Κύρια στρατηγική επιχείρησης ανά χώρα	47
Διάγραμμα 17: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις ανά χώρα ..	55
Διάγραμμα 18: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις εξαγωγές ανά χώρα ..	56
Διάγραμμα 19: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στην απασχόληση ανά χώρα	57
Διάγραμμα 20: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στα κέρδη ανά χώρα	58
Διάγραμμα 21: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις επενδύσεις ανά χώρα	59
Διάγραμμα 22: Δημιουργία επιχείρησης από προϋπάρχοντα οργανισμό ανά ομάδα κλάδων	62
Διάγραμμα 23: Κύρια στρατηγική επιχείρησης ανά ομάδα κλάδων.....	69
Διάγραμμα 24: Συμμετοχή της επιχείρησης σε είδη συμφωνιών/συνεργασιών ανά ομάδα κλάδων	79
Διάγραμμα 25: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις ανά ομάδα κλάδων	82
Διάγραμμα 26: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις εξαγωγές ανά ομάδα κλάδων	83
Διάγραμμα 27: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στην απασχόληση ανά ομάδα κλάδων.....	84
Διάγραμμα 28: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στα κέρδη ανά ομάδα κλάδων	85
Διάγραμμα 29: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις επενδύσεις ανά ομάδα κλάδων	86

Εισαγωγή και αντικείμενο της διπλωματικής εργασίας

Τα ευρήματα που παρουσιάζονται στην παρούσα διπλωματική εργασία βασίζονται στο Ευρωπαϊκό ερευνητικό έργο AEGIS (Advancing Knowledge-Intensive Entrepreneurship and Innovation for Economic Growth and Social Well-being in Europe) το οποίο χρηματοδοτήθηκε από το 7^ο Πρόγραμμα Πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και στο οποίο είχε πολύ σημαντικό ρόλο και το Εργαστήριο Βιομηχανικής και Ενεργειακής Οικονομίας του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου.

Το ερευνητικό έργο AEGIS εστιάζει σε τρία επίπεδα:

- Πρώτον στην επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης, τα βασικά της χαρακτηριστικά, τα όρια και τα κίνητρα επιχειρήσεων που ανήκουν σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας, χαμηλής τεχνολογίας και παροχής υπηρεσιών.
- Δεύτερον στη σύνδεση της επιχειρηματικότητας έντασης γνώσης με την οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική ευημερία και
- Τρίτον, στην αξιολόγησή της σε επίπεδο κλάδου οικονομικής δραστηριότητας και χώρας.

Το συνολικό δείγμα στο οποίο βασίζεται η εμπειρική ανάλυση της διπλωματικής εργασίας αφορά σε 4004 επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις αυτές προέρχονται από 10 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης που ανήκουν σε διαφορετικά κοινωνικοοικονομικά μοντέλα. Ειδικότερα, στο Σκανδιναβικό μοντέλο (Δανία, Σουηδία), στο Αγγλοσαξονικό μοντέλο (Ηνωμένο Βασίλειο), στο Ευρωπαϊκό ηπειρωτικό μοντέλο (Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία), χώρες του Ευρωπαϊκού νότου (Ελλάδα, Πορτογαλία), χώρα της κεντρικής Ευρώπης (Τσεχία) και μια χώρα υπό ένταξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Κροατία). Οι επιχειρήσεις αυτές ανήκουν σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας (π.χ. πληροφορική, φαρμακευτικά προϊόντα), χαμηλής τεχνολογίας (π.χ. τρόφιμα-ποτά) και υπηρεσίες έντασης γνώσης (π.χ. τηλεπικοινωνίες) (Καλογήρου, Πρωτόγερου, Τσακανίκας, 2009).

Η παρούσα διπλωματική εργασία εστιάζει σε δύο επίπεδα: πρώτον, στη χώρα προέλευσης των επιχειρήσεων και δεύτερον στον ευρύτερο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας (υψηλής τεχνολογίας, χαμηλής τεχνολογίας και παροχής υπηρεσιών) στον οποίο ανήκουν οι επιχειρήσεις.

Κεφάλαιο 1: Θεωρητικό πλαίσιο

1.1 Επιχειρηματικότητα

1.1.1 Ορισμός

Όσον αφορά στον τρόπο που οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τον όρο επιχειρηματικότητα, υπάρχει σημαντική σύγχυση. Παρά το γεγονός ότι η λειτουργία του επιχειρηματία είναι ίσως τόσο παλιά όσο και ο θεσμός της ανταλλαγής αγαθών (Hébert & Link, 1988), εντούτοις δεν υπάρχει ευρέως αποδεκτός ορισμός του όρου «επιχειρηματικότητα» (Hornaday, 1992; Ucbasaran, Westhead, & Wright, 2001; Watson, 2001).

Κάθε μελέτη που επικεντρώθηκε στην επιχειρηματικότητα παρουσίασε και από έναν διαφορετικό ορισμό του όρου:

Ο Jean-Baptiste Say, ένας Γάλλος οικονομολόγος που επινόησε πρώτος τον όρο επιχειρηματίας περίπου το 1800, ορίζει τον επιχειρηματία ως ένα πρόσωπο που μετατοπίζει οικονομικούς πόρους από μια περιοχή χαμηλότερης σε μια περιοχή υψηλότερης παραγωγικότητας και μεγαλύτερης απόδοσης.

Ο Schumpeter (1934) όρισε τους επιχειρηματίες ως καινοτόμους που εφαρμόζουν επιχειρηματική αλλαγή στις αγορές, η οποία έχει πέντε εκδηλώσεις: 1) την εισαγωγή ενός νέου (ή βελτιωμένου) αγαθού, 2) την εισαγωγή μιας νέας μεθόδου παραγωγής, 3) το άνοιγμα μιας νέας αγοράς, 4) την αξιοποίηση μιας νέας πηγής προμήθειας και 5) τον ανασχεδιασμό/την αναδιοργάνωση των διαδικασιών διοίκησης των επιχειρήσεων. Ως εκ τούτου, ο ορισμός του Schumpeter εξισώνει την επιχειρηματικότητα με την καινοτομία στην επιχειρηματική λογική, ήτοι την αναγνώριση των ευκαιριών της αγοράς και της χρησιμοποίησης καινοτόμων προσεγγίσεων για την εκμετάλλευσή τους.

Οι Shane και Venkataraman (2000), ορίζουν την επιχειρηματικότητα ως την έρευνα του πώς, από ποιόν και με ποια αποτελέσματα οι ευκαιρίες για τη δημιουργία νέων αγαθών και υπηρεσιών, ανακαλύπτονται, αξιολογούνται και αξιοποιούνται.

Ακόμη και ο ίδιος ο ΟΟΣΑ συνέβαλε στη σύγχυση δεδομένου ότι σχεδόν σε κάθε μελέτη που είχε επίκεντρο την επιχειρηματικότητα παρουσίασε ένα διαφορετικό ορισμό του όρου. Για παράδειγμα:

- Σε μια οικονομική μελέτη του ΟΟΣΑ το 1997, ορίστηκε ως «η δυναμική διαδικασία προσδιορισμού των οικονομικών ευκαιριών και η δράση πάνω σε αυτές με την ανάπτυξη, παραγωγή και πώληση αγαθών και υπηρεσιών».
- Στο «Ενθάρρυνση της Επιχειρηματικότητας» (ΟΟΣΑ, 1998), ορίστηκε ως «η ικανότητα συγκέντρωσης πόρων για την αξιοποίηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών».

- Στο «Επιχειρηματικότητα των Νέων» (ΟΟΣΑ, 2001), ο όρος αυτός ταυτίζεται με την αυτοαπασχόληση: «ένας επιχειρηματίας είναι κάποιος που δουλεύει για τον εαυτό του, αλλά όχι για κάποιον άλλο».
- Τέλος, στο «Κινητήριες Δυνάμεις της Ανάπτυξης» (ΟΟΣΑ, 2001), αναφέρεται: «Η έννοια της επιχειρηματικότητας γενικά αναφέρεται σε τολμηρά άτομα που παρουσιάζουν την προθυμία να αναλάβουν κινδύνους με νέες ή καινοτόμες ιδέες για να δημιουργήσουν νέα προϊόντα ή υπηρεσίες» (Ahmad & Seymour, 2008).

Γενικά μπορεί να ειπωθεί ότι η δημιουργία του πλούτου μιας χώρας εξαρτάται από την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτήν και αυτό με τη σειρά του βασίζεται στις δυνατότητες των επιχειρηματιών της. Ο κάθε επιχειρηματίας εντοπίζει ή δημιουργεί επιχειρηματικές ευκαιρίες, τις οποίες στη συνέχεια εκμεταλλεύεται με τη δημιουργία μικρών ή μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

1.1.2 Επιχειρηματικότητα Έντασης Γνώσης

Η επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης αναφέρεται σε νέες και καινοτόμες επιχειρήσεις με υψηλή ένταση γνώσης στις δραστηριότητές τους, οι οποίες συμμετέχουν σε μια διαδικασία μετατροπής της γνώσης σε καινοτομία. Οι επιχειρήσεις αυτές μετασχηματίζουν τη γνώση σε νέα ή σημαντικά βελτιωμένα αγαθά και υπηρεσίες που μπορούν να εισέλθουν στην αγορά. Είναι επίσης εταιρείες που εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες σε διάφορους τομείς και επιτυγχάνουν, μέσω της στρατηγικής τους, ένα βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Malerba & McKelvey, 2010).

Η επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης είναι ένα πολύ σημαντικό κοινωνικο-οικονομικό φαινόμενο που οδηγεί την καινοτομία, την οικονομική μεγέθυνση και την ανάπτυξη (Groen, 2005). Αυτό το είδος της επιχειρηματικότητας χαρακτηρίζεται από το υψηλό δυναμικό για την αναβάθμιση της τεχνολογίας. Επιπλέον, η επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης είναι ένας αποτελεσματικός μηχανισμός για τη μετατροπή της γνώσης σε καινοτομία και νέες οικονομικές δραστηριότητες (Carlsson et al., 2007).

Σύμφωνα και με τον Malerba (2010), η επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης διαδραματίζει ένα σημαντικό ρόλο στην καινοτομία, στη μετατροπή του βιομηχανικού συστήματος και στην οικονομική ανάπτυξη. Οι νέες επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν, απορροφούν και παράγουν νέα γνώση και εισάγουν νέα προϊόντα και διαδικασίες στην οικονομία, είναι ένα ζωτικό μέρος της οικονομικής προόδου και αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της διεθνούς ανταγωνιστικότητας των χωρών. Επιπλέον, η επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης αναζωογονεί τις τεχνολογίες και τη βιομηχανική δομή και συμβάλλει στη δημιουργία

Θεωρητικό πλαίσιο

νέων θέσεων εργασίας. Ολοένα και περισσότερο, οι φορείς χάραξης πολιτικής στοχεύουν αυτά τα είδη επιχειρήσεων, με την πεποίθηση ότι είναι βασικά στοιχεία για την καινοτομία και την ευημερία.

Η επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης συνδέεται με τη λεγόμενη οικονομία της γνώσης, η οποία χαρακτηρίζεται από τον κρίσιμο ρόλο των τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας, το υψηλό ποσοστό δραστηριοτήτων έντασης γνώσης, την αυξανόμενη αναλογία των υλικών και άυλων περιουσιακών στοιχείων των εταιρικών ισολογισμών και τις αυξημένες δαπάνες E&A (Stam & Garnsey, 2008; Foray, 2004). Επίσης σχετίζεται με τις δραστηριότητες, όπου ο ρόλος της δημιουργίας νέας γνώσης είναι κεντρικής σημασίας για τη δημιουργία αξίας (KEINS, 2006) και επικεντρώνεται στην υλοποίηση των ευκαιριών οι οποίες έχουν ως στόχο τη βελτίωση της παραγωγής και τη διακίνηση της γνώσης, αντί της μεγιστοποίησης του χρηματικού κέρδους.

Οι Malerba και McKelvey (2010), ορίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων έντασης γνώσης ως εξής:

- Είναι νέες
- Είναι καινοτόμες
- Παρουσιάζουν αυξημένη ένταση γνώσης στις δραστηριότητές τους και
- Εντοπίζουν και αξιοποιούν ευκαιρίες για καινοτομία που εμφανίζονται όχι μόνο σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας αλλά και σε διάφορους άλλους κλάδους.

Η έννοια των ευκαιριών για καινοτομία είναι κεντρικής σημασίας για την επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης. Οι Holmén, Magnusson και McKelvey (2007), ορίζουν την ευκαιρία για καινοτομία ως την πιθανότητα μιας αντιληπτής οικονομικής αξίας που υπάρχει σε ένα νέο συνδυασμό πόρων και αναγκών της αγοράς και η οποία προκύπτει από τις αλλαγές των επιστημονικών ή τεχνολογικών γνωστικών βάσεων, τις προτιμήσεις των πελατών και τις σχέσεις μεταξύ των οικονομικών παραγόντων.

Οι ευκαιρίες για καινοτομία αποτελούνται από τις πτυχές των επιστημονικών και τεχνολογικών γνώσεων που απαιτούνται σε κάθε συγκεκριμένη αγορά. Πρόκειται για έναν σύνθετο όρο που περιλαμβάνει επιχειρηματικές, τεχνολογικές και παραγωγικές δυνατότητες.

Συνεπώς, οι πληροφορίες που πρέπει να περιέχει μια ευκαιρία στον τομέα της καινοτομίας για να προσελκύσει επιχειρήσεις ή άτομα για την αξιοποίησή της είναι:

- Μια αντιληπτή οικονομική αξία για την επιχείρηση ή το άτομο,
- Μια αντιληπτή πιθανότητα ότι οι κατάλληλοι πόροι που απαιτούνται για την αξιοποίηση της ευκαιρίας είναι διαθέσιμοι,

- Μια αντιληπτή πιθανότητα ότι τουλάχιστον ένα μέρος της οικονομικής αξίας μπορεί να πιστωθεί από την επιχείρηση ή το άτομο που αναζητά την ευκαιρία.

Επομένως μια εταιρεία ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του τομέα της, για να αντιληφθεί και να εκμεταλλευτεί μια ευκαιρία, θα πρέπει να συνδυάσει ήδη γνωστές τεχνολογίες, προσωπικές αντιλήψεις και το εσωτερικό σύνολο των πόρων της (Kanellos, 2013).

1.1.3 Ακαδημαϊκή Επιχειρηματικότητα

Μια αυξανόμενη πηγή ιδεών και ανάπτυξης καινοτόμων τεχνολογιών που οδηγούν τις επιχειρηματικές προσπάθειες είναι η έρευνα που διεξάγεται στα πανεπιστήμια.

Η ιδέα ότι η γνώση που γεννιέται μέσω πανεπιστημιακών ερευνητικών προγραμμάτων μπορεί να χρησιμοποιηθεί για εμπορικές εφαρμογές και παραγωγή εσόδων, οδήγησε τον Etzkowitz (1998) να εφεύρει τον όρο επιχειρηματικό πανεπιστήμιο, περιγράφοντας το ρόλο που έχουν τα πανεπιστήμια σε σύγχρονες δραστηριότητες οικονομικής ανάπτυξης.

Με την πάροδο του χρόνου, η ιδέα των επιχειρηματικών πανεπιστημίων ενσωματώθηκε σε μια πιο εστιασμένη έννοια που ονομάζεται «ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα».

Η ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα είναι ένας γενικός όρος που αναφέρεται στις προσπάθειες και τις δραστηριότητες που τα πανεπιστήμια και οι συνεργάτες τους στη βιομηχανία αναλαμβάνουν, με την ελπίδα της εμπορευματοποίησης των αποτελεσμάτων της πανεπιστημιακής έρευνας (O'Shea, Allen, O'Gorman, & Roche, 2004).

Η βασική αρχή πίσω από την ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα είναι ότι ένα ευρύ φάσμα της επιστημονικής έρευνας λαμβάνει χώρα εντός των πανεπιστημίων και κάποια από τα αποτελέσματα της έρευνας μπορεί να έχουν εμπορικές εφαρμογές ικανές να αποφέρουν έσοδα για εκείνα τα πανεπιστήμια.

Αυτή η τάση των πανεπιστημίων να λειτουργούν ως καταλύτης για την επιχειρηματική δραστηριότητα και ως συντελεστές που παράγουν έσοδα, βρίσκεται στο επίκεντρο του φαινομένου της ακαδημαϊκής επιχειρηματικότητας (Chrisman, Hynes, & Fraser, 1995; Etzkowitz, 1998; Shane, 2004).

Με βάση τη βιβλιογραφία της επιχειρηματικής έρευνας που δίνει έμφαση στη σημασία της προγενέστερης γνώσης και της ιδιοσυγκρασιακής εμπειρίας για να εξηγήσει την επιχειρηματική συμπεριφορά, έχουν εντοπιστεί μια σειρά από παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν την ικανότητα των ακαδημαϊκών ερευνητών να αναγνωρίσουν και να εκμεταλλευτούν επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Οι παράγοντες αυτοί είναι: α) η γνώση της αγοράς και η συνεργασία με τους χρήστες, β) η πρότερη επιχειρηματική εμπειρία, γ) η έκταση του ερευνητικού δικτύου, δ) η ενσωμάτωση πολλαπλών τομέων έρευνας και ε) η επίδραση της ακαδημαϊκής έρευνας.

1.2 Δημιουργία της επιχείρησης

1.2.1 Spin offs

Οι εταιρίες spin-off (επιχειρήσεις έντασης γνώσης ή τεχνοβλαστοί) είναι επιχειρήσεις των οποίων η δραστηριότητα επικεντρώνεται στην εφαρμογή καινοτόμων επιχειρηματικών σχεδίων καθώς και στην εμπορική εκμετάλλευση γνώσεων που παράγονται σε ερευνητικά εργαστήρια, τεχνολογικούς φορείς καθώς και σε παραγωγικές μονάδες, από άτομα υψηλού επιπέδου τεχνικής και επιστημονικής εκπαίδευσης με τη συνδρομή εμπειρογνομόνων στην επιχειρηματική λειτουργία, παραγωγικών μονάδων και ιδιωτικών χρηματοδοτικών οργανισμών. Αυτό που επιχειρείται δηλαδή είναι η ουσιαστική σύνδεση της ερευνητικής δραστηριότητας με την παραγωγική διαδικασία, μέσω της αξιοποίησης και εκμετάλλευσης των ερευνητικών αποτελεσμάτων.

Η ίδρυση μιας τέτοιας εταιρίας συνήθως έπεται μιας καινοτόμου ιδέας, προϊόντος ή κάποιας ερευνητικής δραστηριότητας που επιδέχεται εμπορικής εκμετάλλευσης και πολύ συχνά κατοχυρώνεται με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας.

1.2.2 Χρηματοδότηση των επιχειρήσεων

1.2.2.1 Εταιρικά επιχειρηματικά κεφάλαια (*corporate venture capital*)

Τα εταιρικά επιχειρηματικά κεφάλαια, τα οποία διακρίνονται από τα εταιρικά εγχειρήματα (*corporate ventures*), είναι η επένδυση των εταιρικών κεφαλαίων απευθείας σε εξωτερικές νεοσύστατες εταιρείες (*start-ups*). Τα εταιρικά εγχειρήματα αναφέρονται όταν μια εταιρία στηρίζει την καινοτομία και νέα έργα στο εσωτερικό της (Chesbrough, 2002).

Τα εταιρικά επιχειρηματικά κεφάλαια ορίζονται ως «η πρακτική κατά την οποία μια μεγάλη επιχείρηση παίρνει ένα ποσοστό των ιδίων κεφαλαίων μιας μικρής αλλά καινοτόμου ή εξειδικευμένης εταιρίας, στην οποία μπορεί επίσης να παρέχει διαχείριση και τεχνογνωσία μάρκετινγκ. Ο στόχος είναι να αποκτήσει η εταιρεία ένα συγκεκριμένο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Ο ορισμός των εταιρικών επιχειρηματικών κεφαλαίων συχνά γίνεται σαφέστερος εξηγώντας τι δεν είναι. Μια επένδυση που γίνεται μέσω ενός εξωτερικού ταμείου το οποίο διαχειρίζονται τρίτοι, ακόμη και όταν το επενδυτικό όχημα χρηματοδοτείται από μία μόνο εταιρεία που επενδύει, δεν θεωρείται εταιρικό επιχειρηματικό κεφάλαιο.

Επίσης, επενδύσεις που θεωρούνται «εταιρικά εγχειρήματα», όπου μια εταιρεία επενδύει σε ένα νέο εσωτερικό εγχείρημα που είναι διαφορετικό από την κύρια δραστηριότητά της, αλλά εξακολουθεί να είναι νομικώς τμήμα της εταιρείας, δεν είναι εταιρικό επιχειρηματικό κεφάλαιο (Chesbrough, 2002).

Το πιο σημαντικό είναι ότι τα εταιρικά επιχειρηματικά κεφάλαια δεν είναι συνώνυμα με τα επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου. Αντίθετα, είναι ένα συγκεκριμένο υποσύνολο του επιχειρηματικού κεφαλαίου υψηλού ρίσκου.

Στην ουσία, το καλύτερο είναι να θεωρηθεί το εταιρικό επιχειρηματικό κεφάλαιο ως υποσύνολο του επιχειρηματικού κεφαλαίου υψηλού ρίσκου σύμφωνα με το οποίο μια εταιρεία επενδύει, χωρίς τη χρήση μιας τρίτης επενδυτικής εταιρείας, σε μια εξωτερική νεοσύστατη εταιρεία που δεν κατέχει.

1.2.2.2 *Μεταφορά τεχνολογίας από πανεπιστημιακές θερμοκοιτίδες (university incubator technology transfer)*

Η ανάπτυξη των νέων επιχειρήσεων που βασίζονται στην έρευνα/τεχνολογία έχει γίνει ολοένα και πιο σημαντική στις ανταγωνιστικές οικονομίες του σήμερα. Αντιμέτωπες με την πρόκληση αυτή, πολλές κρατικές κυβερνήσεις, τοπικοί επιχειρηματικοί ηγέτες, καθώς και ορισμένα καινοτόμα πανεπιστήμια, συνεργάζονται για την προώθηση της ανάπτυξης τέτοιων επιχειρήσεων στις περιοχές τους (Mian S. , 1994).

Ένας μηχανισμός που χρησιμοποιείται για το σκοπό αυτό είναι η δημιουργία εκκολαπτηρίων τεχνολογίας μέσα ή γύρω από τις πανεπιστημιούπολεις. Το ενδιαφέρον για τις χορηγούμενες από τα πανεπιστήμια τεχνολογικές θερμοκοιτίδες πηγάζει από τις σημαντικές προοπτικές του εγχειρήματος. Το όλο εγχείρημα προσφέρει τη δυνατότητα σύνδεσης ταλέντου, τεχνολογίας, κεφαλαίου και τεχνογνωσίας, με σκοπό την αξιοποίηση του επιχειρηματικού ταλέντου, την επιτάχυνση της ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων που βασίζονται στην τεχνολογία καθώς και την επίσπευση της εμπορευματοποίησης της τεχνολογίας (Smilor & Gill, 1986).

Οι ακαδημαϊκοί πόροι για τη μεταφορά της τεχνολογίας περιλαμβάνουν τις εργαστηριακές εγκαταστάσεις, το βασικό προσωπικό, τη διαχείριση της έρευνας, καθώς και ένα περιβάλλον ευνοϊκό για την ανάπτυξη της τεχνολογίας. Για την εκμετάλλευση αυτών των πόρων, τα πανεπιστήμια πειραματίζονται με διάφορες προσεγγίσεις για να ενθαρρύνουν και να βοηθήσουν τους ερευνητές των πανεπιστημίων να είναι περισσότερο επιχειρηματικοί στη μεταφορά της τεχνολογίας (Hisrich & Smilor, 1988).

Η μεταφορά τεχνολογίας είναι ένας παλιός όρος. Η σημασία του έχει μορφοποιηθεί και προσαρμοσθεί στις μεταβαλλόμενες αντιλήψεις της καινοτομίας. Περιγράφει γενικά τις συναλλαγές μεταξύ οργανισμών αφιερωμένων κυρίως στην έρευνα, όπως πανεπιστήμια και εργαστήρια, και οργανισμών που ασχολούνται με την παραγωγή αγαθών προς πώληση στην αγορά (Valdivia, 2013).

Στα πανεπιστήμια, η επιτυχής μεταφορά τεχνολογίας μέσω της επιχειρηματικής ανάπτυξης προκύπτει από την αποτελεσματική σύνδεση των ακαδημαϊκών πόρων με τους

Θεωρητικό πλαίσιο

επιχειρηματίες των εταιρειών με βάση την τεχνολογία. Για να συμβεί αυτό, πρέπει να συγκεντρωθούν τέσσερα κρίσιμα στοιχεία: ταλαντούχοι άνθρωποι, ιδέες, κεφάλαια και τεχνογνωσία (Smilor & Gill, 1986).

Η πανεπιστημιακή μεταφορά τεχνολογίας και η εμπορευματοποίησή της είναι πολύπλοκες διαδικασίες. Περιλαμβάνουν παροχή δικαιωμάτων χρήσης εφευρέσεων ή εκκίνηση επιχειρήσεων που βασίζονται στην έρευνα των πανεπιστημίων. Πόροι έρευνας και ανάπτυξης (E&A), υποδομές, κεφάλαια εκκίνησης, επιχειρηματικά κίνητρα και κουλτούρα, καταλύτες πανεπιστημίων-βιομηχανίας, ενδιάμεσοι παράγοντες και ηγεσία πολιτική, ακαδημαϊκή και εταιρική, είναι μερικές μόνο από τις εισροές που εμπλέκονται στη διαμόρφωση αποτελεσματικών διαδικασιών. Επιπλέον, μια επιτυχημένη πρακτική σε ένα περιβάλλον μπορεί να μην είναι επιτυχημένη σε ένα άλλο από τη στιγμή που οι πόροι, η κουλτούρα, το περιβάλλον και οι προτεραιότητες διαφέρουν από πανεπιστήμιο σε πανεπιστήμιο, κοινότητα σε κοινότητα, και από χώρα σε χώρα (Palminteri, 2005).

1.2.2.3 Επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου (*venture capital*)

1.2.2.3.1 Ορισμός

Τα επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου είναι οικονομικά κεφάλαια που παρέχονται σε πρώιμου σταδίου, υψηλού δυναμικού, αναπτυσσόμενες μη εισηγμένες στο χρηματιστήριο νεοσύστατες εταιρείες. Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων υψηλού ρίσκου κερδίζουν χρήματα με την αγορά μετοχών στις εταιρείες που επενδύουν, οι οποίες έχουν συνήθως μια καινοτόμο τεχνολογία ή επιχειρηματικό μοντέλο σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας, όπως η βιοτεχνολογία και η πληροφορική.

Εναλλακτικά, μπορούμε να ορίσουμε τα επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου ως έναν τρόπο χρηματοδότησης της ίδρυσης, ανάπτυξης ή εξαγοράς μιας εταιρείας, βάσει του οποίου ο επενδυτής αποκτά τμήμα του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας ως αντάλλαγμα για την παροχή χρηματοδότησης. (British Venture Capital Association)

Το επιχειρηματικό κεφάλαιο υψηλού ρίσκου μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε επιχειρήσεις από το αρχικό στάδιο δημιουργίας (*seed capital*), μέχρι την πλήρη ανάπτυξη των επιχειρήσεων (*growth stage*). Επιχειρήσεις σε λειτουργία, οι οποίες πραγματοποιούν σε μεταγενέστερο στάδιο επέκταση ή εκσυγχρονισμό, μπορούν να ζητήσουν επιχειρηματικό κεφάλαιο υψηλού ρίσκου το οποίο ονομάζεται αναπτυξιακό κεφάλαιο (*development capital*), και το οποίο είναι μια μερικότερη μορφή καινοτομικού κεφαλαίου.

1.2.2.3.2 Χαρακτηριστικά

Σε αντίθεση με την επένδυση των «επιχειρηματικών αγγέλων» και άλλες επιλογές αρχικής χρηματοδότησης, τα επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου είναι ελκυστικά για νέες

εταιρείες περιορισμένης λειτουργικής ιστορίας που είναι πάρα πολύ μικρές για να αντλήσουν κεφάλαια από τις δημόσιες αγορές και δεν έχουν φθάσει στο σημείο να εξασφαλίσουν ένα τραπεζικό δάνειο ή άλλο δάνειο που θα τους παρέχει πλήρη χρηματοδότηση. Σε αντάλλαγμα για τον υψηλό κίνδυνο που αναλαμβάνουν οι διαχειριστές επιχειρηματικών κεφαλαίων υψηλού ρίσκου επενδύοντας σε μικρότερες και λιγότερο ώριμες επιχειρήσεις, συνήθως παίρνουν σημαντικό έλεγχο επί των αποφάσεων της εταιρείας και επιπρόσθετα ένα σημαντικό ποσοστό της ιδιοκτησίας της εταιρίας (και κατά συνέπεια της αξίας της).

Οι εταιρίες που επιζητούν επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου ενέχουν μεγάλο κίνδυνο και τα κεφάλαια αυτά είναι η μόνη τους δυνατότητα για χρηματοδότηση, αφού, λόγω του κινδύνου αυτού δεν μπορούν να χρηματοδοτηθούν από «παραδοσιακές» πηγές όπως τα δάνεια από τράπεζες, καθώς τέτοιου είδους κεφάλαια είναι διαθέσιμα μόνο σε εταιρείες με σημαντικά φυσικά περιουσιακά στοιχεία ή ένα μακρύ ιστορικό θετικών ταμειακών ροών. Οι εταιρίες που επιλέγονται, συνήθως δραστηριοποιούνται σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας. Στην ουσία όμως επιλέγονται επιχειρήσεις που έχουν μεγαλύτερες από τα κανονικά επίπεδα προοπτικές ανάπτυξης και επειδή οι κλάδοι αυτοί παρουσιάζουν, αναμφισβήτητα, την υψηλότερη άνθηση τις τελευταίες δεκαετίες, τα περισσότερα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών κατευθύνονται σε αυτούς.

Ο συγκεκριμένος τρόπος χρηματοδότησης χαρακτηρίζεται από δύο βασικά χαρακτηριστικά: Πρώτον, οι επενδυτές κεφαλαίων υψηλού επιχειρηματικού ρίσκου παρεμβαίνουν πολύ ενεργά στη διοίκηση των επιχειρήσεων που χρηματοδοτούν: χρησιμοποιούν την εμπειρία τους, τις επαφές τους και τη φήμη τους προκειμένου να παρέχουν συμβουλές στους επιχειρηματίες, ιδίως σε σχέση με ζητήματα όπως της επιλογής ειδικευμένου προσωπικού ή των συναλλαγών με τους προμηθευτές και τους πελάτες. Δεύτερον, η εισροή του κεφαλαίου γίνεται σε στάδια παράλληλα με τις επενδυτικές αποφάσεις που βασίζονται σε πληροφορίες που φτάνουν με την πάροδο του χρόνου (Repullo & Suarez, 2003).

Πολλές εταιρείες μπορούν να επωφεληθούν από την άντληση κεφαλαίων υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου, καθώς πρόσθετοι χρηματοδοτικοί πόροι μπορούν να επιταχύνουν την ανάπτυξη και να προσφέρουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Ακόμη και κερδοφόρες επιχειρήσεις μπορούν να επωφεληθούν σημαντικά από τα επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού κινδύνου, ως μέσο επιτάχυνσης των σχεδίων ανάπτυξής τους, χρηματοδότησης εξαγορών, εισόδου σε νέες αγορές, προώθησης νέων προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και παροχής ρευστότητας στους μετόχους.

1.2.2.3.3 Πλεονεκτήματα

Τα επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού κινδύνου έχουν κάποια πλεονεκτήματα έναντι των άλλων μορφών χρηματοδότησης :

- Οι άλλες πηγές χρηματοδότησης ζητούν εγγυήσεις (ιδιαίτερα σε περιόδους κρίσης) προκειμένου να προβούν στην χρηματοδότηση. Αντίθετα οι επενδυτές αυτοί, συμμετέχουν στον κίνδυνο, παρέχοντας ισχυρή κεφαλαιακή βάση για την μελλοντική εξέλιξη της χρηματοδοτούμενης επιχείρησης.
- Οι εταιρίες επιχειρηματικών κεφαλαίων υψηλού κινδύνου, στα Διοικητικά Συμβούλια των επιχειρήσεων που χρηματοδοτούν, όπου και αντιπροσωπεύονται, παρέχουν συμβουλές σε θέματα στρατηγικής, οργάνωσης και χρηματοοικονομικής διοίκησης, χρησιμοποιώντας την εμπειρία τους από τη χρηματοδότηση άλλων ομοειδών επιχειρήσεων. Επίσης έχουν ισχυρό δίκτυο επαφών, το οποίο μπορεί να είναι ιδιαίτερα χρήσιμο στην προσέλκυση άλλων επενδυτών ή πελατών.
- Διαθέτουν εμπειρία και γνώσεις όσον αφορά, την προετοιμασία εισαγωγής μιας επιχείρησης στο χρηματιστήριο και θέματα εξαγορών και συγχωνεύσεων.
- Η συμμετοχή τους σε μία επιχείρηση προσδίδει κύρος στην εικόνα της συγκεκριμένης επιχείρησης.

1.2.2.4 Χρηματοδότηση από την ΕΕ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση παρέχει στήριξη στις Ευρωπαϊκές μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), η οποία είναι διαθέσιμη σε διάφορες μορφές όπως επιχορηγήσεις, δάνεια και σε ορισμένες περιπτώσεις, εγγυήσεις. Η υποστήριξη παρέχεται είτε άμεσα είτε μέσω προγραμμάτων διαχειρίσιμων σε εθνικό ή τοπικό επίπεδο, όπως τα διαρθρωτικά ταμεία (structural funds) της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν επίσης να επωφεληθούν από μια σειρά μέτρων μη χρηματοδοτικής υποστήριξης με τη μορφή προγραμμάτων και υπηρεσιών υποστήριξης των επιχειρήσεων.

Τα προγράμματα βοήθειας έχουν χωριστεί στις εξής τέσσερις κατηγορίες:

1. Ευκαιρίες θεματικής χρηματοδότησης (*Thematic funding opportunities*)

Η χρηματοδότηση είναι κυρίως θεματική με συγκεκριμένους στόχους: περιβάλλον, έρευνα και εκπαίδευση, οι οποίοι σχεδιάζονται και υλοποιούνται από διάφορες υπηρεσίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και άλλοι οργανισμοί μπορούν συνήθως να καταθέτουν αίτηση απευθείας για τα προγράμματα, με την προϋπόθεση να παρουσιάσουν βιώσιμα, διακρατικά και προστιθέμενης αξίας έργα. Ανάλογα με το πρόγραμμα, οι αιτούντες μπορεί να είναι και βιομηχανικές ομάδες, επιχειρηματικές ενώσεις και πάροχοι ή σύμβουλοι υπηρεσιών υποστήριξης των επιχειρήσεων. Η συγχρηματοδότηση

είναι ο γενικός κανόνας καθώς η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης συνίσταται συνήθως σε επιδοτήσεις που καλύπτουν μόνο ένα μέρος του κόστους ενός έργου.

2. Διαρθρωτικά Ταμεία

Τα διαρθρωτικά ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης [ΕΤΠΑ] και Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο [ΕΚΤ]), αποτελούν τα μεγαλύτερα κοινοτικά μέσα χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, μέσω των διαφόρων θεματικών προγραμμάτων και κοινοτικών πρωτοβουλιών που εφαρμόζονται στις περιφέρειες. Οι δικαιούχοι των διαρθρωτικών ταμείων λαμβάνουν άμεση συνεισφορά για τη χρηματοδότηση των σχεδίων τους.

Σημειώνεται ότι τα προγράμματα διαχειρίζονται και τα έργα επιλέγονται σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

3. Χρηματοδοτικά Εργαλεία

Τα περισσότερα από τα χρηματοδοτικά εργαλεία είναι διαθέσιμα μόνο έμμεσα, μέσω των εθνικών ενδιάμεσων χρηματοδοτικών οργανισμών. Πολλά από αυτά τα προγράμματα τα διαχειρίζεται το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων.

4. Υποστήριξη για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ

Τα προγράμματα αυτά αποτελούνται γενικά από υποστήριξη σε ενδιάμεσους οργανισμούς ή στις δημόσιες αρχές στον τομέα της διεθνοποίησης, προκειμένου να βοηθηθούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να αποκτήσουν πρόσβαση σε αγορές εκτός της ΕΕ (European Commission, 2012).

Επιπρόσθετα η Ευρωπαϊκή Ένωση διαθέτει πέντε βασικές δυνατότητες χρηματοδότησης για την υποστήριξη της έρευνας και της καινοτομίας:

- I. Το Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Έρευνα,
- II. Το Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Ανταγωνιστικότητα και την Καινοτομία,
- III. Τα Διαρθρωτικά Ταμεία και το Ταμείο Συνοχής (Cohesion Fund) στο πλαίσιο της πολιτικής συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης,
- IV. Το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο για την Αγροτική Ανάπτυξη και
- V. Το Ευρωπαϊκό Ταμείο Αλιείας στο πλαίσιο της πολιτικής για την Αγροτική Ανάπτυξη και της Κοινής Αλιευτικής Πολιτικής (European Union Cohesion Policy, 2011).

1.2.2.5 Χρηματοδότηση από εθνικές κυβερνήσεις ή τοπικές αρχές

Οι πολιτικές που χρησιμοποιούν οι κυβερνήσεις για την ενθάρρυνση των επιχειρηματικών κεφαλαίων υψηλού ρίσκου και των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων έχουν δύο μορφές: α) αυτές που διασφαλίζουν ότι το οικονομικό περιβάλλον είναι ευνοϊκό για την επιχειρηματική

Θεωρητικό πλαίσιο

δραστηριότητα και για τις επενδύσεις επιχειρηματικών κεφαλαίων υψηλού ρίσκου και β) εκείνες που επενδύουν απευθείας σε εταιρείες και χρηματοπιστωτικά ταμεία.

Οι αιτίες για τις προσπάθειες της κυβέρνησης για την τόνωση της επιχειρηματικότητας στηρίζονται σε δύο πυλώνες:

- Πρώτον, ο ρόλος της τεχνολογικής καινοτομίας ως ώθηση για την οικονομική ανάπτυξη είναι πλέον ευρέως αναγνωρισμένος. Πολιτικές δηλώσεις από κυβερνήσεις σε όλο τον κόσμο υπογραμμίζουν τη σημασία της ενθάρρυνσης της καινοτομίας ως κλειδί για την επίτευξη των στόχων για τη διατήρηση της οικονομικής ανάπτυξης και της ευημερίας.
- Δεύτερον, η ακαδημαϊκή έρευνα έχει αναδείξει το ρόλο της επιχειρηματικότητας και του venture capital στην τόνωση της καινοτομίας (Hellmann & Puri, 2000; Kortum & Lerner, 2000).

1.2.2.6 Ίδια κεφάλαια

1.2.2.6.1 Ορισμός

Ίδια κεφάλαια ή Καθαρή Θέση μιας εταιρίας συνιστούν:

- Το Μετοχικό Κεφάλαιο (σε χρήμα και είδος) που εισφέρουν οι φορείς στην επιχείρηση, κατά την ίδρυση της ή και αργότερα κατά τη διάρκεια της παραγωγικής της ζωής
- Τα Αποθεματικά, δηλαδή τα κέρδη που δεν διανέμονται στους φορείς της επιχείρησης, αλλά παρακρατούνται σε αυτή (παρακρατηθέντα/αδιανεμήτα κέρδη).
- Τα κεφάλαια (σε χρήμα και είδος) που χορηγούν δωρεάν στην επιχείρηση διάφοροι τρίτοι, χωρίς να αποκτούν την ιδιότητα του φορέα.
- Οι Υποχρεώσεις της ατομικής επιχείρησης προς τον φορέα της.

1.2.2.6.2 Χαρακτηριστικά

Τα χαρακτηριστικά των ιδίων κεφαλαίων είναι τα εξής:

- Είναι μακροχρόνια, γιατί η λήξη τους συμπίπτει με τη λήξη ζωής της επιχείρησης.
- Δεν επιβαρύνουν την επιχείρηση με τόκους.
- Αποφέρουν εισόδημα στους φορείς της επιχείρησης το οποίο είναι τα κέρδη που πραγματοποιεί η επιχείρηση σε δεδομένο χρονικό διάστημα.

Το κύριο χαρακτηριστικό των ιδίων κεφαλαίων είναι ότι δεν λήγουν σε προκαθορισμένο χρόνο. Παραμένουν επενδυμένα στα στοιχεία του Ενεργητικού της επιχείρησης μέχρι να επιτευχθεί ο σκοπός της ίδρυσης και της λειτουργίας της. Αυτό σημαίνει ότι είναι το πιο μακροχρόνιο από όλα τα στοιχεία του Παθητικού.

1.3 Στρατηγική της επιχείρησης

1.3.1 Ορισμός

Η έννοια της στρατηγικής των επιχειρήσεων, μια έννοια κατά κύριο λόγο πολύπλοκη και ευρεία, έχει περιγραφεί από πολυάριθμους ορισμούς οι οποίοι δε συγκλίνουν πάντοτε. Κάποιοι συγγραφείς ορίζουν τη στρατηγική ως τον καθορισμό των μακροχρόνιων στόχων της επιχείρησης, άλλοι εντάσσουν στον ορισμό και την αποστολή ή το όραμα της επιχείρησης, ενώ άλλοι δίνουν έμφαση στον καθορισμό των δραστηριοτήτων της επιχείρησης σύμφωνα με το εσωτερικό και το εξωτερικό περιβάλλον της.

Σε μια προσπάθεια να δοθεί ένας ορισμός, ο Porter ορίζει τα εξής: «Στρατηγική είναι η δημιουργία μιας μοναδικής και πολύτιμης θέσης, που περιλαμβάνει ένα διαφορετικό σύνολο δραστηριοτήτων» (Porter, 1996)

Η ουσία της στρατηγικής θέσης είναι να επιλεγούν δραστηριότητες που αποφέρουν μεγαλύτερη αποδοτικότητα, επειδή είναι διαφορετικές από αυτές των ανταγωνιστών, και να δημιουργηθεί έτσι ένα βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η κύρια απειλή για τη βιωσιμότητα του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι ότι οι ανταγωνιστές μπορούν να εντοπίσουν και να αναπαράγουν ή να απαρχαιώσουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Saloner, Shepard, & Podolny, 2001).

Προκειμένου να ανταγωνιστεί μακροπρόθεσμα με επιτυχία, μια εταιρεία πρέπει πρώτα να επιλέξει την κατάλληλη τοποθέτηση. Ο Porter (1980) πρότεινε τρεις διαφορετικές προσεγγίσεις για την απόκτηση ή την ενίσχυση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων (ανταγωνιστικών στρατηγικών):

- I. Στρατηγική ηγεσίας κόστους (Προσφορά τυποποιημένων προϊόντων και υπηρεσιών σε χαμηλό κόστος)
- II. Στρατηγική διαφοροποίησης (Προσφορά μοναδικών προϊόντων και υπηρεσιών)
- III. Στρατηγική εστίασης (Αξιοποίηση ευκαιριών σε εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς)

Στρατηγικός Στόχος	Στρατηγικό πλεονέκτημα		
		Μοναδικότητα αντιληπτή από τον πελάτη	Τοποθέτηση χαμηλού κόστους
	Βιομηχανικό εύρος	Διαφοροποίηση	Συνολική ηγεσία κόστους
	Συγκεκριμένο τμήμα μόνο	Εστίαση	

Διάγραμμα 1: Τυπολογία γενικών στρατηγικών του Porter

Θεωρητικό πλαίσιο

Και οι τρεις στρατηγικές έχουν τη δυνατότητα να οδηγήσουν σε κέρδη πάνω από το μέσο όρο. Παρόλα αυτά μπορεί να μην είναι εξίσου κατάλληλες για μια επιχείρηση. Ο λόγος είναι ότι οι τρεις στρατηγικές διαφέρουν σε διάφορες διαστάσεις και θέτουν διαφορετικές απαιτήσεις, για παράδειγμα όσον αφορά τους πόρους, τις δεξιότητες, τις οργανωτικές ρυθμίσεις, τις διαδικασίες ελέγχου, τα συστήματα παροχής κινήτρων και το ύφος της διοίκησης.

Η κερδοφορία μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με το πόσο καλή είναι η εναρμόνιση μεταξύ της επιχείρησης και της επιλεγμένης στρατηγικής, η οποία καθιστά την απόφαση για το ποια στρατηγική θα υιοθετηθεί το κλειδί για τα οφέλη του στρατηγικού σχεδιασμού και απαιτεί η επιλογή να είναι βάσιμη.

Η πρόκληση έγκειται στην επιλογή της στρατηγικής που ταιριάζει καλύτερα στις δυνάμεις και τους πόρους της επιχείρησης και είναι η λιγότερο αναπαραγμένη από τους ανταγωνιστές της και αυτό με τη σειρά του απαιτεί γνώση της επιχείρησης, του επιχειρηματικού της περιβάλλοντος και των ανταγωνιστών της.

1.3.2 Στρατηγική ηγεσίας κόστους

1.3.2.1 Ορισμός

Η έννοια της ηγεσίας κόστους που αναπτύχθηκε από τον Michael Porter χρησιμοποιείται στην επιχειρηματική στρατηγική και περιγράφει έναν τρόπο για την εδραίωση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Ο σκοπός αυτής της στρατηγικής είναι η προσφορά προϊόντων χαμηλού κόστους μιας εταιρείας σε έναν κλάδο. Η στρατηγική ηγεσίας κόστους λαμβάνει χώρα μέσα από την εμπειρία, τις επενδύσεις σε εγκαταστάσεις παραγωγής και τη συντήρηση και την προσεκτική παρακολούθηση του συνολικού κόστους λειτουργίας (μέσω προγραμμάτων όπως της μείωσης του μεγέθους και της διαχείρισης της ποιότητας) (Valipour, Birjandi, & Honarbakhsh, 2012).

1.3.2.2 Χαρακτηριστικά

Η επίτευξη ηγεσίας κόστους συνήθως απαιτεί επιθετική κατασκευή αποδοτικών εγκαταστάσεων κλίμακας και έντονη επιδίωξη της μείωσης του κόστους μέσα από την εμπειρία, τον αυστηρό έλεγχο των δαπανών και των διοικητικών εξόδων, την αποφυγή των οριακών λογαριασμών των πελατών, και την ελαχιστοποίηση του κόστους σε τομείς όπως η έρευνα και ανάπτυξη, η εξυπηρέτηση πελατών, το τμήμα πωλήσεων, η διαφήμιση κ.λπ.

Κατά την προσπάθεια να επιτευχθεί μια θέση συνολικής ηγεσίας κόστους, το χαμηλό κόστος σε σχέση με τους ανταγωνιστές είναι η κεντρική ιδέα που διατρέχει το σύνολο της στρατηγικής και ο στόχος είναι σαφώς η ηγεσία κόστους στο σύνολο του κλάδου.

Ο Porter (1985) πρότεινε οι επιχειρήσεις ηγεσίας κόστους να ελέγχουν σφιχτά το κόστος, να απέχουν από το να επιβαρύνονται με πάρα πολλά έξοδα από την καινοτομία ή το μάρκετινγκ, καθώς και να μειώνουν τις τιμές κατά την πώληση των προϊόντων τους.

Η οργάνωση για την υλοποίηση μιας στρατηγικής ηγεσίας κόστους απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή στην οργανωτική δομή, στους ελέγχους της διοίκησης, στις ανταποδοτικές πολιτικές και στην εφαρμογή των στρατηγικών της ηγεσίας κόστους.

Οι οργανωτικές ρυθμίσεις και τα εργαλεία εφαρμογής θα πρέπει όχι μόνο ταιριάζουν αλλά και να ενισχύουν τη στρατηγική. Ο Porter (1980) έχει διαχωρίσει τις προϋποθέσεις για την εφαρμογή στρατηγικής συνολικής ηγεσίας κόστους σε «κοινώς απαιτούμενες δεξιότητες και πόρους» και «κοινές οργανωτικές απαιτήσεις».

Οι κοινώς απαιτούμενες δεξιότητες και πόροι κατά την εφαρμογή της συνολικής ηγεσίας κόστους είναι οι διαρκείς επενδύσεις κεφαλαίου και η πρόσβαση σε κεφάλαια, οι τεχνικές δεξιότητες, η έντονη εποπτεία της εργασίας και τα συστήματα διανομής χαμηλού κόστους.

Οι κοινές οργανωτικές απαιτήσεις συνιστούν αυστηρό έλεγχο του κόστους, συχνές και λεπτομερείς εκθέσεις ελέγχου, δομημένη οργάνωση και ευθύνες, καθώς και κίνητρα που βασίζονται στην τήρηση αυστηρών ποσοτικών στόχων (Porter, 1988, σ. 40)

Οι επιχειρήσεις που πετυχαίνουν στην ηγεσία κόστους έχουν συχνά τις ακόλουθες εσωτερικές δυνάμεις:

- Πρόσβαση στο κεφαλαίο που απαιτείται για να γίνει μια σημαντική επένδυση σε μέσα παραγωγής. Η επένδυση αυτή αντιπροσωπεύει ένα φραγμό εισόδου στον κλάδο που πολλές επιχειρήσεις δεν μπορούν να ξεπεράσουν.
- Ικανότητα στο σχεδιασμό των προϊόντων για αποδοτική κατασκευή, για παράδειγμα, ο υπολογισμός μιας μικρής συνιστώσας για τη συντόμευση της διαδικασίας συναρμολόγησης.
- Υψηλό επίπεδο τεχνογνωσίας στη μηχανική διεργασία κατασκευής.
- Αποτελεσματικά δίκτυα διανομής.

1.3.3 Στρατηγική διαφοροποίησης

1.3.3.1 Ορισμός

Στα οικονομικά και το μάρκετινγκ, η διαφοροποίηση των προϊόντων (ή απλά διαφοροποίηση) είναι η διαδικασία της διάκρισης ενός προϊόντος ή υπηρεσίας από τα υπόλοιπα, ώστε να καταστεί πιο ελκυστικό σε μια συγκεκριμένη αγορά-στόχο. Αυτό συνεπάγεται τη διαφοροποίηση του προϊόντος από τα προϊόντα των ανταγωνιστών, καθώς και από τα άλλα προϊόντα της επιχείρησης (Chamberlin, 1933).

Αυτή η στρατηγική απαιτεί την ανάπτυξη αγαθών ή μοναδικών υπηρεσιών απaráμιλλης ποιότητας, στηριζόμενη στην αφοσίωση των πελατών στη μάρκα. Μια εταιρεία μπορεί να προσφέρει υψηλότερη ποιότητα, απόδοση ή μοναδικά χαρακτηριστικά που το καθένα από αυτά μπορεί να δικαιολογήσει τις υψηλότερες τιμές.

1.3.3.2 Χαρακτηριστικά

Ο Miller (1987) υποστήριξε ότι οι επιχειρήσεις διαφοροποίησης προϊόντος τείνουν να επενδύουν σημαντικά σε δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης προκειμένου να αυξηθεί η ικανότητα καινοτομίας τους και η ικανότητά τους να συμβαδίσουν με τις καινοτομίες των ανταγωνιστών τους (Jermias, 2008).

Οι περιορισμοί του αυξημένου χρέους και οι απαιτήσεις για την ικανοποίηση των συμβολαίων του χρέους, πιθανώς εμποδίζουν τη δημιουργικότητα και τη καινοτομία των διευθυντών, ιδιότητες που είναι κρίσιμης σημασίας για τη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για τις επιχειρήσεις διαφοροποίησης προϊόντος (Balakrishnan & Fox, 1993; Simerly & Li, 2000; Jermias, 2008).

Στην πραγματικότητα, οι Barney & Hesterley (2006) υποστηρίζουν ότι «η διαφοροποίηση των προϊόντων είναι τελικά μια έκφραση της δημιουργικότητας των ατόμων και των ομάδων μέσα στις επιχειρήσεις. Περιορίζεται μόνο από τις δυνατότητες που υπάρχουν ή που μπορούν να δημιουργηθούν σε μια συγκεκριμένη βιομηχανία και από τη βούληση και την ικανότητα των επιχειρήσεων να διερευνήσουν δημιουργικά τρόπους για να επωφεληθούν από αυτές τις ευκαιρίες (Barney & Hesterley, 2006, σ. 153).

Σύμφωνα και με τον Bengt-Ake Lundvall (2009), από τους κορυφαίους ερευνητές του φαινομένου της καινοτομίας, «οι άνθρωποι και όχι η τεχνολογία είναι το κλειδί για την καινοτομία» και υποστήριξε επίσης ότι «αν η εισαγωγή προωθημένης τεχνολογίας δεν συνδυαστεί με οργανωσιακές αλλαγές και επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό, τότε μπορεί να έχει μια αρνητική επίπτωση στην παραγωγικότητα».

Και ο Biggadike (1979) υποστήριξε ότι οι επιχειρήσεις διαφοροποίησης προϊόντος αντιμετωπίζουν υψηλό βαθμό αβεβαιότητας, καθώς η ισχυρή έμφαση στην καινοτομία, τους αναγκάζει να εμπλακούν σε πιο ριψοκίνδυνες δραστηριότητες και να στοιχηματίσουν σε

προϊόντα που δεν έχουν ακόμη εδραιωθεί. Αυτό θα μπορούσε να κάνει τόσο δύσκολο όσο και ανεπιθύμητο για τις επιχειρήσεις να χρησιμοποιήσουν ένα μεγαλύτερο ποσό χρέους (Jermias, 2008).

Συνεπώς οι επιχειρήσεις που πετυχαίνουν σε μια στρατηγική διαφοροποίησης έχουν συχνά τις ακόλουθες εσωτερικές δυνάμεις:

- Πρόσβαση σε εξέχουσα επιστημονική έρευνα.
- Υψηλής εξειδίκευσης και δημιουργική ομάδα ανάπτυξης προϊόντος.
- Ισχυρή ομάδα πωλήσεων με την ικανότητα να επικοινωνεί με επιτυχία τα θετικά σημεία του προϊόντος.
- Εταιρική φήμη για ποιότητα και καινοτομία.

1.3.3.3 Πλεονεκτήματα

Σύμφωνα με τον Porter, η διαφοροποίηση μπορεί να δημιουργήσει μεγαλύτερη κερδοφορία για το λόγο ότι:

- I. Παρέχει μόνωση κατά των ανταγωνιστικών αντιπάλων, λόγω της εμπιστοσύνης των πελατών στην εταιρεία και της επακόλουθης μείωσης της ευαισθησίας στην τιμή.
- II. Αυξάνει επίσης τα περιθώρια, με βάση τα οποία η εταιρεία αποφεύγει την ανάγκη για μια θέση χαμηλού κόστους.
- III. Η προκύπτουσα αφοσίωση των πελατών και η ανάγκη για έναν ανταγωνιστή να ξεπεράσει τη μοναδικότητα αποτελούν εμπόδια εισόδου στην αγορά.
- IV. Η διαφοροποίηση αποδίδει υψηλότερα περιθώρια κέρδους με τα οποία αντιμετωπίζει τη διαπραγματευτική δύναμη και αμβλύνει σαφώς τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών, καθώς οι αγοραστές δεν έχουν ισότιμες εναλλακτικές λύσεις και είναι ως εκ τούτου λιγότερο ευαίσθητοι με την τιμή.
- V. Τέλος, η εταιρεία που έχει διαφοροποιηθεί, για να επιτύχει την εμπιστοσύνη των πελατών της, θα πρέπει να τοποθετηθεί καλύτερα σε σχέση με τα υποκατάστατα προϊόντα από τους ανταγωνιστές της (Porter, 1988, σ. 38).

Εκτός από τη μείωση των απειλών της εισόδου στον κλάδο, του έντονου ανταγωνισμού, των υποκατάστατων προϊόντων, της διαπραγματευτικής δύναμης των προμηθευτών και των αγοραστών, η διαφοροποίηση δημιουργεί αξία, επιτρέποντας σε μια επιχείρηση να χρεώνει υψηλότερη τιμή που είναι μεγαλύτερη από το επιπλέον κόστος που προκύπτει από τη διαφοροποίηση.

1.3.4 Στρατηγική εστίασης

1.3.4.1 Ορισμός

Η στρατηγική εστίασης αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση ενός συγκεκριμένου στόχου ή τμήματος της αγοράς, σε αντίθεση με τις άλλες δύο στρατηγικές (συνολικής ηγεσίας κόστους και διαφοροποίησης), που επιδιώκουν να επιτύχουν τους στόχους τους σε ολόκληρη την αγορά. Για παράδειγμα, μια επιχείρηση μπορεί να επιλέξει να εξυπηρετήσει μια συγκεκριμένη ομάδα αγοραστών ή μια συγκεκριμένη γεωγραφική αγορά.

Η στρατηγική εστίασης έχει δύο παραλλαγές:

(α) Στην εστίαση κόστους, μια επιχείρηση επιδιώκει ένα πλεονέκτημα κόστους στο τμήμα-στόχο της, ενώ (β) στην εστίαση διαφοροποίησης, μια επιχείρηση επιδιώκει τη διαφοροποίηση στο τμήμα-στόχο της. Η εστίαση κόστους εκμεταλλεύεται τις διαφορές στη συμπεριφορά του κόστους σε συγκεκριμένα τμήματα, ενώ η εστίαση διαφοροποίησης εκμεταλλεύεται τις ειδικές ανάγκες των αγοραστών σε συγκεκριμένα τμήματα. Και οι δύο παραλλαγές της στρατηγικής εστίασης στηρίζονται στις διαφορές μεταξύ του τμήματος-στόχου της επιχείρησης και άλλων τμημάτων του κλάδου. Συνεπώς, μια στρατηγική εστίασης έχει ως στόχο να επιτύχει θέση χαμηλού κόστους ή θέση διαφοροποίησης, ή και τα δύο, από τη σκοπιά του περιορισμένου τμήματός της στην αγορά. (Porter, 1980, σσ. 38-39).

Η επιλογή της προσφοράς χαμηλών τιμών ή διαφοροποιημένων προϊόντων/υπηρεσιών, εξαρτάται από τις ανάγκες του επιλεγμένου τμήματος και από τους πόρους και τις δυνατότητες της επιχείρησης. Τα τμήματα-στόχος πρέπει να έχουν είτε αγοραστές με ασυνήθιστες ανάγκες ή αλλιώς θα πρέπει το σύστημα της παραγωγής και της παράδοσης που εξυπηρετεί καλύτερα το τμήμα-στόχος να διαφέρει από το αντίστοιχο άλλων κλάδων της βιομηχανίας. Το σκεπτικό είναι ότι οι ανάγκες μιας ομάδας μπορούν να εξυπηρετηθούν καλύτερα εστιάζοντας αποκλειστικά πάνω σε αυτή.

1.3.4.2 Χαρακτηριστικά

Η στρατηγική εστίασης δεν αποτελεί ξεχωριστή στρατηγική για τις μεγάλες επιχειρήσεις, λόγω των συνθηκών της μικρής αγοράς. Οι μεγάλες εταιρείες που επιλέγουν να εφαρμόσουν στρατηγικές διαφοροποίησης μπορεί επίσης να επιλέξουν να τις εφαρμόσουν σε συνδυασμό με τις στρατηγικές εστίασης (είτε κόστους ή διαφοροποίησης). Από την άλλη πλευρά, η στρατηγική εστίασης είναι σίγουρα κατάλληλη στρατηγική για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, ιδίως για εκείνες που θέλουν να αποφύγουν τον ανταγωνισμό με τις μεγάλες επιχειρήσεις.

Η εταιρεία συνήθως αποκτά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω της καινοτομίας των προϊόντων και του μάρκετινγκ και όχι της αποτελεσματικότητας. Μια εστιασμένη στρατηγική θα πρέπει να στοχεύει τμήματα της αγοράς που είναι λιγότερο ευάλωτα σε υποκατάστατα

προϊόντα ή όπου ο ανταγωνισμός είναι πιο αδύναμος, για να κερδίσει πάνω από το μέσο όρο απόδοση της επένδυσης (return on investment).

Μια επιχείρηση που χρησιμοποιεί στρατηγική εστίασης απολαμβάνει συχνά υψηλό βαθμό εμπιστοσύνης των πελατών, και αυτή η εδραιωμένη πίστη αποθαρρύνει άλλες επιχειρήσεις από το να την ανταγωνιστούν άμεσα. Επίσης οι επιχειρήσεις που πετυχαίνουν σε μια στρατηγική εστίασης είναι σε θέση να προσαρμόσουν ένα ευρύ φάσμα των δυνάμεων ανάπτυξης του προϊόντος σε ένα σχετικά περιορισμένο τμήμα της αγοράς που γνωρίζουν πολύ καλά.

Ορισμένοι κίνδυνοι των στρατηγικών εστίασης περιλαμβάνουν την απομίμηση και τις αλλαγές στα στοχευμένα τμήματα. Επίσης λόγω της εστίασής τους σε ένα συγκεκριμένο στενό τμήμα της αγοράς, οι επιχειρήσεις που επιδιώκουν μια στρατηγική εστίασης έχουν χαμηλότερο όγκο πωλήσεων και ως εκ τούτου μικρότερη διαπραγματευτική δύναμη με τους προμηθευτές τους. Ωστόσο, οι επιχειρήσεις που επιδιώκουν μια στρατηγική εστιασμένης διαφοροποίησης μπορεί να είναι σε θέση να περάσουν το αυξημένο κόστος στους πελάτες εφόσον δεν υπάρχουν παρεμφερή υποκατάστατα προϊόντα.

Επιπλέον, μπορεί να είναι αρκετά εύκολο για έναν ηγέτη κόστους ευρείας αγοράς να προσαρμόσει το προϊόν του προκειμένου να ανταγωνιστεί άμεσα.

Τέλος, άλλες επιχειρήσεις που εφαρμόζουν τη στρατηγική εστίασης, μπορεί να είναι σε θέση να διαμορφώσουν επιμέρους τμήματα τα οποία να μπορούν να εξυπηρετούν ακόμα καλύτερα.

Κεφάλαιο 2: Μεθοδολογία

2.1 Μέθοδοι ανάλυσης

Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιείται το στατιστικό πακέτο SPSS. Οι μέθοδοι περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης που χρησιμοποιήθηκαν είναι :

2.1.1 Παραμετρικοί έλεγχοι

2.1.1.1 Ο έλεγχος ανάλυσης της διασποράς (ANOVA)

Ο έλεγχος ανάλυσης της διασποράς χρησιμοποιείται για τη διαπίστωση της ύπαρξης στατιστικά σημαντικών διαφορών ανάμεσα σε ομάδες υποκειμένων (συνήθως πάνω από δύο) στις τιμές μιας ποσοτικής μεταβλητής. Στη συγκεκριμένη εργασία η ανάλυση αυτή χρησιμοποιείται για τον εντοπισμό διαφορών ανάμεσα σε ομάδες κλάδων οικονομικής δραστηριότητας δηλαδή υψηλής τεχνολογίας, χαμηλής τεχνολογίας και παροχής υπηρεσιών. Οι ομάδες σχηματίζονται και αντιστοιχούν στις τιμές – κατηγορίες μιας διακριτής μεταβλητής. Η μηδενική υπόθεση είναι ότι δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις ομάδες (στις μέσες τιμές των ομάδων). Η μέθοδος παράγει ένα στατικό F που ακολουθεί την F κατανομή και συνοδεύεται από επίπεδο ή στάθμη σημαντικότητας p . Το F είναι ο λόγος της διασποράς της συνεχούς μεταβλητής μεταξύ των ομάδων διά τη διασπορά στο εσωτερικό των ομάδων. Κατά σύμβαση αν η τιμή του p είναι μικρότερη του 0,05 μπορούμε να αποφανθούμε ότι οι ομάδες διαφέρουν στατιστικά σημαντικά (Ζαφειρόπουλος, 2005).

Ο έλεγχος μπορεί να συσχετιστεί με εκ των υστέρων ελέγχους (post hoc tests), με τους οποίους μπορούμε να συμπεράνουμε με λεπτομέρεια ποιες συγκεκριμένα ομάδες διαφοροποιούνται στατιστικά σημαντικά από τις άλλες. Στη συγκεκριμένη ανάλυση χρησιμοποιήθηκε το Tukey post hoc test.

Βασική προϋπόθεση χρήσης της μεθόδου είναι ότι η συνεχής μεταβλητή κατανέμεται κανονικά και ότι υπάρχει ομοιομορφία διασποράς μεταξύ των ομάδων. Ο έλεγχος της ομοιογένειας των διακυμάνσεων γίνεται με τη βοήθεια ενός στατιστικού τεστ (Levene's test). Αν το τεστ αυτό έχει στατιστική σημαντικότητα μεγαλύτερη από 0,05 τότε υπάρχει ομοιομορφία διασποράς.

Σε περίπτωση που δεν υπάρχει ομοιομορφία διασποράς μεταξύ των ομάδων (το Levene's test έχει στατιστική σημαντικότητα μικρότερη από 0,05) τότε υπάρχει ετερογένεια διακυμάνσεων και χρησιμοποιείται εναλλακτική μέθοδος, συγκεκριμένα το Welch test (το οποίο είναι διαθέσιμο στο SPSS) και στη συνέχεια αντί για Tukey post hoc test χρησιμοποιείται το Games-Howell post hoc test.

2.1.2 Μη παραμετρικοί έλεγχοι

Για τις ονομαστικές μεταβλητές και τις μεταβλητές διάταξης και γενικά για τις κατηγορικές μεταβλητές δεν είναι κατάλληλοι οι συνήθεις έλεγχοι όπως η ανάλυση της διασποράς, που είναι γνωστοί ως «παραμετρικοί» έλεγχοι. Για τους παραμετρικούς ελέγχους υποτίθεται ότι οι μεταβλητές όχι μόνο είναι συνεχείς αλλά συνήθως ότι ακολουθούν την κανονική κατανομή.

Αντί γι' αυτούς μπορούν στην περίπτωση των κατηγορικών μεταβλητών να χρησιμοποιηθούν οι μη παραμετρικοί έλεγχοι. Για τους μη παραμετρικούς ελέγχους δεν χρειάζεται να κάνουμε την υπόθεση της κανονικότητας των μεταβλητών και δεν επηρεάζονται από το είδος της κατανομής των μεταβλητών (distribution free tests). Επίσης οι μη παραμετρικοί έλεγχοι χρησιμοποιούνται σε μεγάλα αλλά και μικρά δείγματα με επιτυχία και σε σχέση με τους παραμετρικούς ελέγχους παρουσιάζουν μικρότερη ισχύ (power-efficiency) και είναι περισσότερο συντηρητικοί. Όταν όμως δεν μπορούμε να υποθέσουμε την ύπαρξη της κανονικής κατανομής στα δεδομένα, την ομοιογένεια των διασπορών ή όταν οι μεταβλητές είναι διακριτές ονομαστικές ή διάταξης, οι μη παραμετρικοί έλεγχοι είναι οι πλέον κατάλληλοι.

2.1.2.1 Ο χ^2 έλεγχος

Ο χ^2 έλεγχος αφορά τη διαπίστωση της ύπαρξης στατιστικής εξάρτησης ή ανεξαρτησίας δύο διακριτών μεταβλητών. Κατασκευάζεται ένας πίνακας συνάφειας των δύο μεταβλητών με γραμμές και στήλες που σχηματίζονται από τις κατηγορίες των δύο μεταβλητών. Τα κελιά του πίνακα περιέχουν τις συχνότητες της από κοινού κατανομής των δύο μεταβλητών.

Ελέγχεται η μηδενική υπόθεση ότι οι δύο μεταβλητές είναι στατιστικά ανεξάρτητες μεταξύ τους, έναντι της εναλλακτικής ότι οι μεταβλητές είναι εξαρτημένες. Υπολογίζεται το στατιστικό χ^2 που ακολουθεί τη χ^2 κατανομή με βαθμούς ελευθερίας $(R-1)(C-1)$, όπου R είναι ο αριθμός των γραμμών του πίνακα συνάφειας και C ο αριθμός των στηλών. Συνοδεύεται από μια αντίστοιχη στάθμη σημαντικότητας που εκφράζει την πιθανότητα να κάνουμε λάθος όταν απορρίψουμε τη μηδενική υπόθεση. Συνήθως απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση και δεχόμαστε ότι οι δύο μεταβλητές είναι στατιστικά εξαρτημένες μεταξύ τους όταν η στάθμη σημαντικότητας είναι μικρότερη του 0,05 (Ζαφειρόπουλος, 2005).

2.1.3 Κλίμακες Likert

Είναι οι κλίμακες που χρησιμοποιούνται περισσότερο. Η δυνατότητα που προσφέρουν είναι ότι δεν καταγράφουν τη γενική συμφωνία ή ασυμφωνία με μία πρόταση (κάτι τέτοιο θα γινόταν και με διχοτομικές κλίμακες) αλλά και το βαθμό συμφωνίας. Περιέχουν στη διατύπωση της ερώτησης που τις συνοδεύει το «πόσο» ή το «σε ποιο βαθμό» κ.ά.

Συχνά είναι επταβάθμιες, πενταβάθμιες, τετραβάθμιες, τριβάθμιες. Στη συγκεκριμένη ανάλυση οι κλίμακες Likert είναι πενταβάθμιας μορφής όπου αποδόθηκε η τιμή καθόλου στο ένα άκρο τους (που έχει την τιμή ένα) και η τιμή πάρα πολύ στο άλλο άκρο (που έχει την τιμή πέντε). Κατά τη διαδικασία των συνεντεύξεων, οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να επιλέξουν οποιαδήποτε από τις δύο ακραίες τιμές ή τις ενδιάμεσές τους, ανάλογα με το βαθμό συμφωνίας τους και την άποψή τους. Κάθε βαθμίδα είχε χαρακτηρισμό όπως «πολύ», «αρκετά» κ.α. Οι ερωτηθέντες επέλεξαν μία μόνο τιμή από τις προτεινόμενες βαθμίδες της κλίμακας.

Στις κλίμακες με άρτιο αριθμό θέσεων δεν υπάρχει μεσαίο σημείο οπότε έμμεσα πιέζεται ο ερωτώμενος να επιλέξει από τη μία ή την άλλη πλευρά της κλίμακας. Αντίθετα, στην πενταβάθμια κλίμακα (περιττός αριθμός θέσεων) οι ερωτηθέντες μπορούσαν να επιλέξουν τη μεσαία θέση (με τιμή τρία) αν ήθελαν έμμεσα να αποφύγουν να απαντήσουν στην ερώτηση ή να πάρουν θέση.

Η περίπτωση χρήσης πενταβάθμιας κλίμακας παρουσιάζει το θετικό χαρακτηριστικό ότι δίνει τη δυνατότητα στον ερωτώμενο να τοποθετηθεί σε ουδέτερο – μεσαίο σημείο ή να επιλέξει μια σαφή τοποθέτηση προς τη μία ή την άλλη κατεύθυνση της κλίμακας. Έχει τη δυνατότητα να τοποθετηθεί ακραία ή με μετριοπάθεια, ανεξάρτητα από την κατεύθυνση που έχει επιλέξει, γιατί έχει στη διάθεσή του δύο βαθμίδες σε κάθε κατεύθυνση εκατέρωθεν του μεσαίου σημείου (Ζαφειρόπουλος, 2005).

2.2 Οι μεταβλητές και το δείγμα της έρευνας

Στα πλαίσια της παρούσας διπλωματικής εργασίας αξιοποιήθηκαν τμήματα του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα πεδίου του ερευνητικού έργου AEGIS στην οποία συμμετείχαν συνολικά 4004 επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα εξετάστηκαν:

- *Η διαδικασία σχηματισμού των επιχειρήσεων.* Οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να αναφέρουν αν οι επιχειρήσεις τους ιδρύθηκαν από άλλον προϋπάρχοντα οργανισμό (πανεπιστήμιο ή εταιρεία) και στην περίπτωση της ίδρυσής τους από εταιρεία ποια η μεταξύ τους σχέση. Στη συνέχεια με ερώτηση τύπου Likert (πενταβάθμιας κλίμακας), δηλώθηκε η σπουδαιότητα που είχε η κάθε παράμετρος για τη δημιουργία της επιχείρησης, ενώ με ποσοστιαία κλίμακα δηλώθηκε το ποσοστό της χρηματοδότησης που προήλθε από διάφορες πηγές για την ίδρυση της επιχείρησης.
- *Η στρατηγική των επιχειρήσεων.* Στις ερωτήσεις αυτές οι ερωτώμενοι δήλωσαν τη στρατηγική που ακολουθούν οι επιχειρήσεις τους και στη συνέχεια με ερωτήσεις τύπου Likert (πενταβάθμιας κλίμακας) δήλωσαν τη συμφωνία/διαφωνία τους με

συγκεκριμένες προτάσεις που χαρακτηρίζουν την ανίχνευση και αξιοποίηση των ευκαιριών στο εσωτερικό της εταιρείας, τη σπουδαιότητα των πηγών γνώσεως για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών, τη συμβολή των δικτύων που συμμετέχει η επιχείρηση στις λειτουργίες της και στη συμμετοχή της επιχείρησης σε είδη συμφωνιών/συνεργασιών.

- *Η επίπτωση της οικονομικής κρίσης στις επιχειρήσεις.* Δόθηκαν οι εκτιμήσεις των ιδρυτών των επιχειρήσεων για την επίπτωση της οικονομικής κρίσης στους τομείς των πωλήσεων, των εξαγωγών, της απασχόλησης, των κερδών και των επενδύσεων (σύγκριση των δραστηριοτήτων του 2009 με τις δραστηριότητες του 2008). Στη συνέχεια δήλωσαν τον μέσο κύκλο εργασιών και τον μέσο όρο των κερδών των επιχειρήσεών τους κατά τα τρία τελευταία χρόνια διεξαγωγής της έρευνας (2007-2009).

Οι επιχειρήσεις που επελέγησαν για την έρευνα πεδίου του ερευνητικού έργου AEGIS ανήκουν στους παρακάτω κλάδους οικονομικής δραστηριότητας:

Πίνακας 1: Κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων

Κλάδος	Κατηγοριοποίηση NACE 1.1
Μεταποιητικοί κλάδοι υψηλής τεχνολογίας	
Αεροναυπηγική	35.3
Υπολογιστές και μηχανολογικός εξοπλισμός γραφείων	30
Ραδιοηλεκτρονικός εξοπλισμός	32
Κατασκευή ιατρικών, οπτικών οργάνων και οργάνων ακριβείας	33
Φαρμακευτικά προϊόντα	24.4
Μεταποιητικοί κλάδοι μέσης-υψηλής τεχνολογίας	
Κατασκευή ηλεκτρολογικού εξοπλισμού και ηλεκτρικών συσκευών	31
Κατασκευή μηχανολογικού εξοπλισμού	29
Χημικές βιομηχανίες (εξαιρούνται τα φαρμακευτικά προϊόντα)	24 (εκτός από 24.4)
Μεταποιητικοί κλάδοι χαμηλής τεχνολογίας	
Βιομηχανίες χάρτου και εκτύπωσης	21,22
Κλωστοϋφαντουργίες και ένδυση	17,18,19
Τρόφιμα, ποτά και τσιγάρα	15,16
Μεταποιητικοί κλάδοι μέσης-χαμηλής τεχνολογίας	
Βασικά μέταλλα	27
Κατασκευή μεταλλικών προϊόντων	28
Κλάδοι επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών έντασης γνώσης	
Τηλεπικοινωνίες	64.2
Δραστηριότητες που σχετίζονται με χρήση υπολογιστών	72
Έρευνα και πειραματικές δραστηριότητες	73
Άλλες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών	74.1,74.2,74.3,74.4,74.5,74.8

Με βάση τη χώρα προέλευσής τους οι επιχειρήσεις κατανέμονται όπως φαίνεται στον Πίνακα 2:

Πίνακας 2: Αριθμός επιχειρήσεων ανά χώρα

Χώρα	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Κροατία	200	5%
Τσεχία	200	5%
Δανία	330	8,2%
Γαλλία	570	14,2%
Γερμανία	557	13,9%
Ελλάδα	331	8,3%
Ιταλία	580	14,5%
Πορτογαλία	331	8,3%
Σουηδία	334	8,3%
Ηνωμένο Βασίλειο	571	14,3%
Σύνολο	4004	100%

Οι επιχειρήσεις επίσης διαχωρίστηκαν σε τρεις ευρύτερες ομάδες κλάδων οικονομικής δραστηριότητας. Έτσι αναφερόμαστε σε μεταποιητικές επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας, μεταποιητικές επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών έντασης γνώσης οι οποίες θα αναφέρονται ως ΕΠΥΕΓ. Σύμφωνα με τον Πίνακα 3:

Πίνακας 3: Αριθμός επιχειρήσεων ανά ομάδα κλάδων

Ομάδες κλάδων	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Υψηλής τεχνολογίας	418	10,6%
Χαμηλής τεχνολογίας	1184	29,9%
ΕΠΥΕΓ	2352	59,5%
Σύνολο	3954	100%

Κεφάλαιο 3: Εμπειρικά αποτελέσματα

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο γίνεται η παράθεση σε πίνακες των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση του ερωτηματολογίου στο SPSS όσον αφορά α) τη δημιουργία της επιχείρησης, β) τη στρατηγική της επιχείρησης και γ) του αποτελέσματος της οικονομικής κρίσης. Η κατηγοριοποίηση που ακολουθείται είναι η εξής:

- Στο πρώτο υποκεφάλαιο γίνεται η γενικότερη ανάλυση στο δείγμα των 4004 επιχειρήσεων.
- Στο δεύτερο υποκεφάλαιο γίνεται η ανάλυση του δείγματος των επιχειρήσεων σύμφωνα με τη χώρα προέλευσής τους.
- Τέλος στο τρίτο υποκεφάλαιο γίνεται η ανάλυση του δείγματος σύμφωνα με τον κλάδο οικονομικής δραστηριότητας στον οποίο ανήκουν, δηλαδή επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας, επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών έντασης γνώσης (ΕΠΥΕΓ).

3.1 Γενική ανάλυση

3.1.1 Δημιουργία επιχείρησης

Πίνακας 4: Δημιουργία επιχείρησης από προϋπάρχοντα οργανισμό

Προέκυψε η επιχείρηση από άλλον προϋπάρχοντα οργανισμό;	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Ναι	558	13,9%
Όχι	3446	86,1%
Σύνολο	4004	100%

Σύμφωνα με τον Πίνακα 4, η συντριπτική πλειονότητα (86,1%) των επιχειρήσεων δεν προέκυψε από άλλον προϋπάρχοντα οργανισμό.

Για τις επιχειρήσεις που απάντησαν θετικά, εξετάζεται ο τύπος του οργανισμού από τον οποίο προέκυψαν (πανεπιστήμιο ή άλλη επιχείρηση):

Πίνακας 5: Ποσοστά προϋπαρχόντων οργανισμών των επιχειρήσεων

Προϋπάρχον οργανισμός	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Πανεπιστήμιο	14	2,5%
Εταιρεία	544	97,5%
Σύνολο	558	100%

Εμπειρικά αποτελέσματα

Σύμφωνα με τον Πίνακα 5, η συντριπτική πλειονότητα των επιχειρήσεων που έχουν ιδρυθεί από άλλους προϋπάρχοντες οργανισμούς έχει ως προϋπάρχον οργανισμό εταιρεία (98% επί του συνόλου).

Για τις επιχειρήσεις που ιδρύθηκαν από άλλες επιχειρήσεις, εξετάζεται η σχέση που έχουν με την επιχείρηση από την οποία προέκυψαν:

Πίνακας 6: Σύνδεση επιχείρησης με την προϋπάρχουσα εταιρεία

Σύνδεση με την προϋπάρχουσα εταιρεία ως:	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Συνεργάτης	121	22,2%
Ανταγωνιστής	26	4,8%
Πελάτης	28	5,1%
Προμηθευτής	28	5,1%
Κανένα από αυτά	341	62,7%
Σύνολο	544	100%

Σύμφωνα με τον Πίνακα 6, το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων (62,7%) δεν είχε άμεση σχέση με την επιχείρηση από την οποία προέκυψε. Επιπρόσθετα το 22,2% των επιχειρήσεων δήλωσε ότι ήταν συνεργάτης της προϋπάρχουσας εταιρείας.

Στη συνέχεια εξετάζεται η σπουδαιότητα των ακόλουθων παραγόντων για τη δημιουργία της επιχείρησης (σε κλίμακα 1-5 όπου το 1 είναι ασήμαντο και το 5 είναι εξαιρετικά σημαντικό):

Πίνακας 7: Σπουδαιότητα παραγόντων για τη δημιουργία της επιχείρησης

Παράγοντες	Μέση τιμή
Εργασιακή εμπειρία στον τρέχοντα κλάδο δραστηριοποίησης	4,31
Τεχνικές γνώσεις και γνώσεις μηχανικού στον κλάδο	3,83
Γνώσεις σχεδιασμού	3,04
Γνώση της αγοράς	4,05
Δίκτυα που χτίστηκαν κατά τη διάρκεια προηγούμενης καριέρας	3,74
Διαθεσιμότητα χρηματοδότησης	3,33
Ευκαιρίες σε πρωτοβουλίες δημόσιων προμηθειών	2,09
Ύπαρξη ενός αρκετά μεγάλου πελάτη	3,25
Ευκαιρία που προκύπτει από τεχνολογική αλλαγή	2,98
Ευκαιρία που προκύπτει από μια νέα ανάγκη της αγοράς	3,27
Ευκαιρία που προκύπτει από νέες κανονιστικές ή θεσμικές απαιτήσεις	2,49

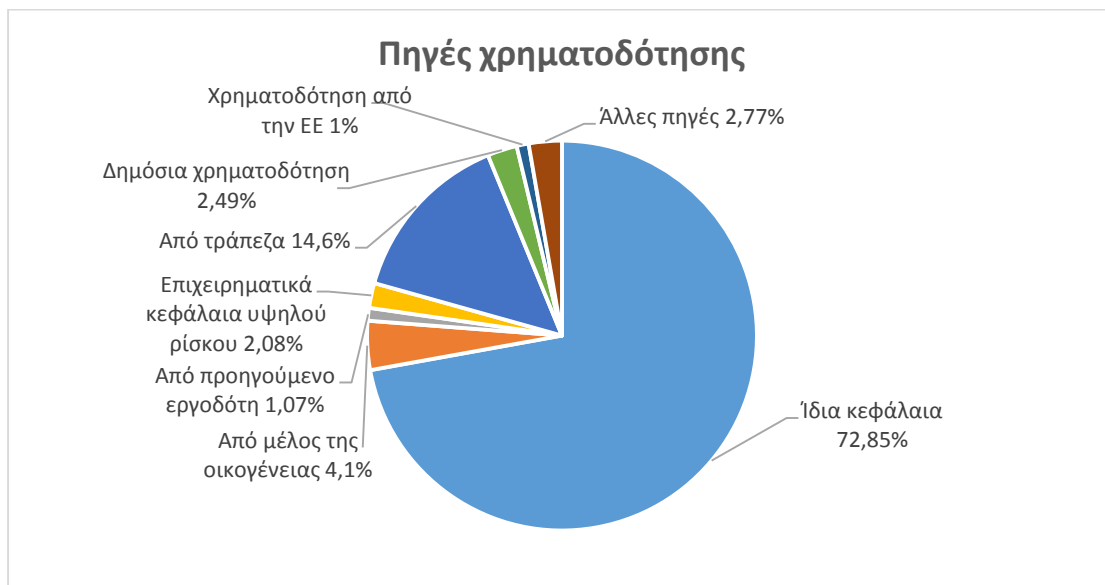
Σύμφωνα με τον Πίνακα 7, οι σπουδαιότεροι παράγοντες για τη δημιουργία επιχείρησης είναι η εργασιακή εμπειρία των ιδρυτών στον τρέχοντα κλάδο δραστηριοποίησης (4,31 κατά

μέσο όρο) και η γνώση της αγοράς (4,05 κατά μέσο όρο). Στον αντίποδα ο λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι οι ευκαιρίες που προκύπτουν μέσω πρωτοβουλιών που συνδέονται με δημόσιες προμήθειες (2,09 κατά μέσο όρο).

Στη συνέχεια ζητήθηκε από τους ιδρυτές να υπολογίσουν το ποσοστό της χρηματοδότησης που προήλθε από τις ακόλουθες πηγές για τη σύσταση της εταιρείας τους:

Πίνακας 8: Ποσοστό της χρηματοδότησης για τη δημιουργία της επιχείρησης

Πηγές	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Ίδια κεφάλαια	3907	72,85%
Χρηματοδότηση από μέλος της οικογένειας	3794	4,1%
Χρηματοδότηση από προηγούμενο εργοδότη	3792	1,07%
Επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου	3793	2,08%
Χρηματοδότηση από τράπεζα	3810	14,6%
Δημόσια χρηματοδότηση από εθνική κυβέρνηση ή τοπικές αρχές	3798	2,49%
Χρηματοδότηση από την ΕΕ	3792	1%
Άλλες πηγές	3759	2,77%



Διάγραμμα 2: Ποσοστό της χρηματοδότησης για τη δημιουργία της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 8, η σημαντικότερη πηγή χρηματοδότησης για τη δημιουργία της επιχείρησης ήταν τα ίδια κεφάλαια (72,85%). Οι λιγότερο σημαντικές πηγές ήταν η χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση (1%) και η χρηματοδότηση από προηγούμενο εργοδότη (1,07%).

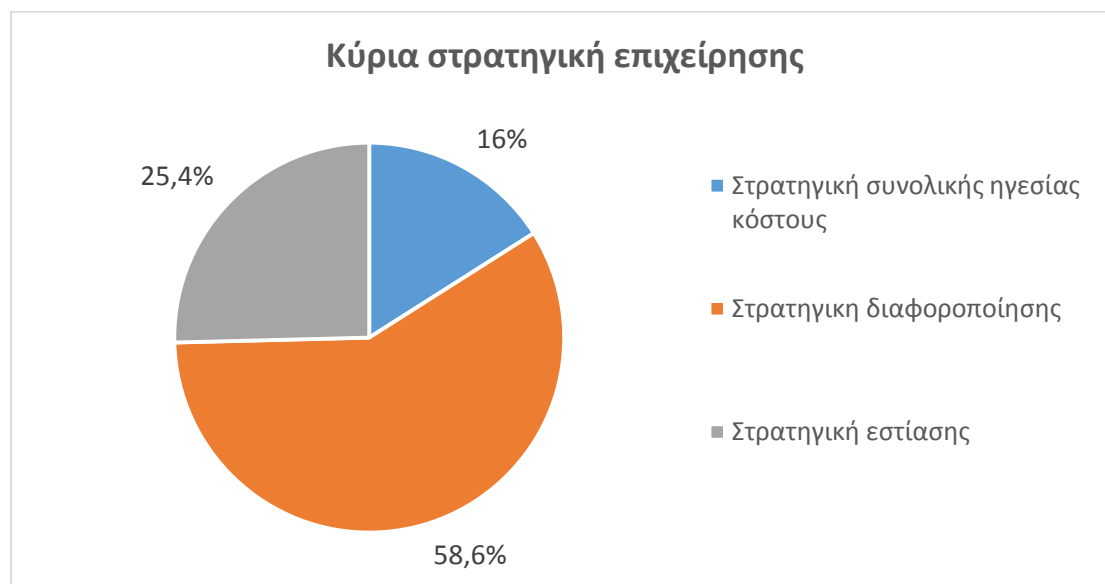
Εμπειρικά αποτελέσματα

3.1.2 Στρατηγική

3.1.2.1 Εντοπισμός και αξιοποίηση τεχνικών και εμπορικών ευκαιριών

Πίνακας 9: Κύρια στρατηγική επιχείρησης

Κύρια στρατηγική επιχείρησης	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Προσφορά τυποποιημένων προϊόντων/υπηρεσιών με χαμηλό κόστος	639	16%
Προσφορά μοναδικών προϊόντων και υπηρεσιών	2347	58,6%
Εκμετάλλευση ευκαιριών σε συγκεκριμένες αγορές	1018	25,4%
Σύνολο	4004	100%



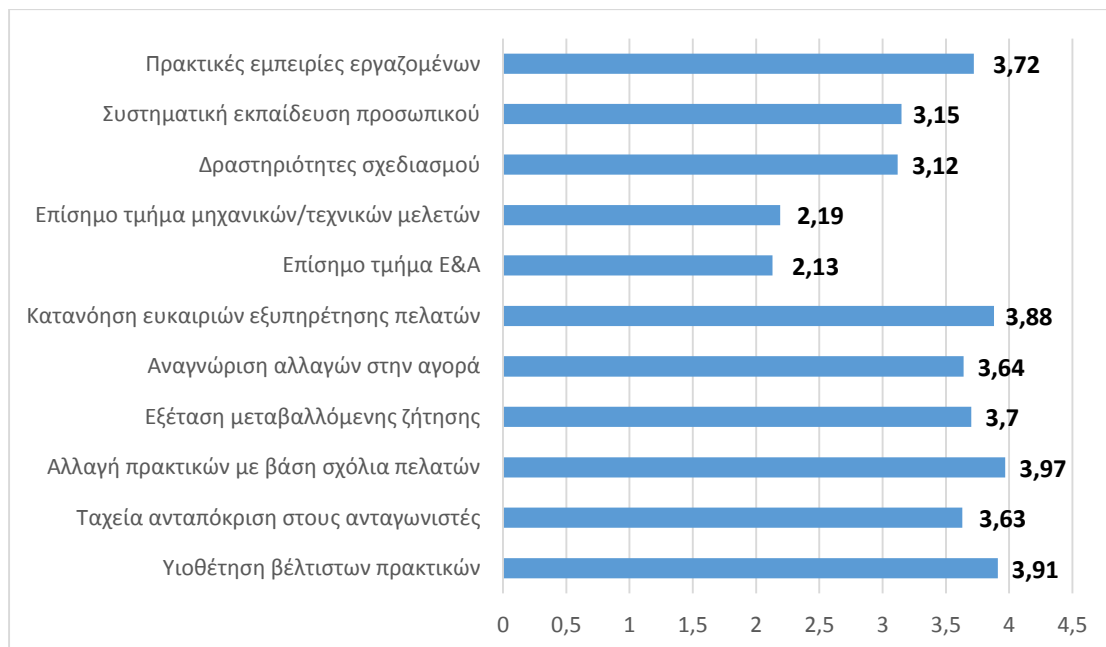
Διάγραμμα 3: Κύρια στρατηγική επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 9, η κύρια στρατηγική που ακολούθησε η πλειονότητα των επιχειρήσεων ήταν η προσφορά μοναδικών προϊόντων και υπηρεσιών (58,6%). Ακολούθησε η εκμετάλλευση ευκαιριών σε συγκεκριμένες αγορές (25,4%) και το μικρότερο ποσοστό είχε η προσφορά τυποποιημένων προϊόντων/υπηρεσιών με χαμηλό κόστος (16%).

Στη συνέχεια οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων κλήθηκαν να απαντήσουν σε ποιο βαθμό συμφωνούν ή διαφωνούν με τις ακόλουθες δηλώσεις οι οποίες αφορούν την ανίχνευση και την αξιοποίηση των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία τους (σε κλίμακα 1-5 όπου το 1 σημαίνει διαφωνώ απόλυτα και το 5 συμφωνώ απόλυτα):

Πίνακας 10: Σπουδαιότητα δραστηριοτήτων για την ανίχνευση και αξιοποίηση των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία

Δραστηριότητες	Αριθμός επιχειρήσεων	Μέση τιμή
Η εταιρεία μας παρατηρεί ενεργά και υιοθετεί τις βέλτιστες πρακτικές στον κλάδο μας	3989	3,91
Η εταιρεία μας ανταποκρίνεται ταχέως στις κινήσεις των ανταγωνιστών	3991	3,63
Αλλάζουμε τις πρακτικές μας με βάση τα σχόλια των πελατών	3991	3,97
Η εταιρεία μας εξετάζει τακτικά τις συνέπειες της μεταβαλλόμενης ζήτησης της αγοράς όσον αφορά νέα προϊόντα και υπηρεσίες	3997	3,7
Η εταιρεία μας είναι γρήγορη στο να αναγνωρίζει αλλαγές στην αγορά	3988	3,64
Κατανοούμε γρήγορα νέες ευκαιρίες για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών μας	3994	3,88
Υπάρχει επίσημο τμήμα E&A στην εταιρεία μας.	3988	2,13
Υπάρχει επίσημο τμήμα μηχανικών και τεχνικών μελετών στην εταιρεία μας.	3985	2,19
Η δραστηριότητα σχεδιασμού είναι σημαντική για την εισαγωγή νέων προϊόντων/υπηρεσιών στην αγορά	3987	3,12
Εφαρμόζουμε συστηματική εκπαίδευση/επιμόρφωση στο προσωπικό μας τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό της επιχείρησης	3984	3,15
Οι εργαζόμενοί μας μοιράζονται τις πρακτικές εμπειρίες τους σε συχνή βάση	3970	3,72



Διάγραμμα 4: Σπουδαιότητα δραστηριοτήτων για την ανίχνευση και αξιοποίηση των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία

Εμπειρικά αποτελέσματα

Σύμφωνα με τον Πίνακα 10, οι σπουδαιότερες δραστηριότητες για την ανίχνευση και αξιοποίηση των ευκαιριών σε μια εταιρεία είναι η αλλαγή των πρακτικών της εταιρείας με βάση τα σχόλια των πελατών (3,97 κατά μέσο όρο), η ενεργή παρατήρηση και υιοθέτηση των βέλτιστων πρακτικών στον κλάδο δραστηριοποίησής της (3,91 κατά μέσο όρο) και η γρήγορη κατανόηση νέων ευκαιριών για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της (3,88 κατά μέσο όρο).

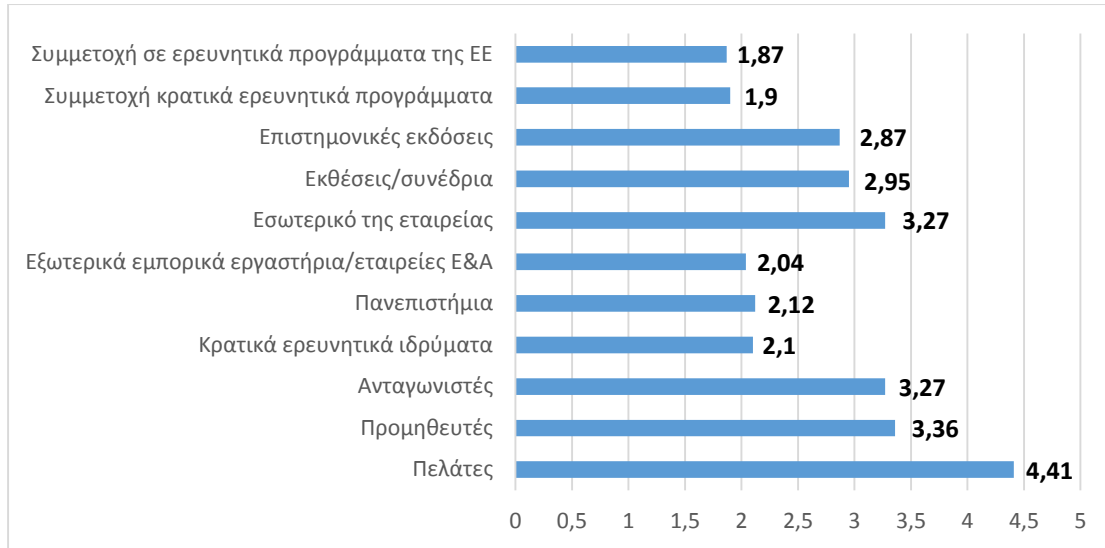
Αντίθετα οι λιγότερο σημαντικές δραστηριότητες ήταν η ύπαρξη επίσημου τμήματος μηχανικών και τεχνικών μελετών (2,19 κατά μέσο όρο) και η ύπαρξη επίσημου τμήματος E&A στην εταιρεία (2,13 κατά μέσο όρο).

3.1.2.2 Πηγές γνώσης

Σε αυτό το στάδιο, οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων κλήθηκαν να αξιολογήσουν τη σημασία των παρακάτω πηγών γνώσεως για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών (σε μια κλίμακα 5 βαθμών όπου το 1 δεν είναι σημαντικό και το 5 είναι εξαιρετικά σημαντικό):

Πίνακας 11: Σημασία πηγών γνώσεως για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών

Πηγές γνώσης	Μέση τιμή
Πελάτες	4,41
Προμηθευτές	3,36
Ανταγωνιστές	3,27
Κρατικά ερευνητικά ιδρύματα	2,1
Πανεπιστήμια	2,12
Εξωτερικά εμπορικά εργαστήρια/εταιρείες E&A/τεχνολογικά ινστιτούτα	2,04
Εσωτερικό της εταιρείας	3,27
Εκθέσεις εταιρειών του κλάδου, συνέδρια και εκθέσεις	2,95
Επιστημονικά περιοδικά και άλλες εμπορικές ή τεχνικές εκδόσεις	2,87
Συμμετοχή σε χρηματοδοτούμενα από το κράτος ερευνητικά προγράμματα	1,9
Συμμετοχή σε χρηματοδοτούμενα από την ΕΕ ερευνητικά προγράμματα	1,87



Διάγραμμα 5: Σημασία πηγών γνώσεως για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών

Σύμφωνα με τον Πίνακα 11, η σημαντικότερη πηγή γνώσης για την εταιρεία ήταν οι πελάτες (4,41 κατά μέσο όρο). Αντίθετα οι λιγότερο σημαντικές πηγές γνώσης ήταν η συμμετοχή σε χρηματοδοτούμενα από το κράτος ερευνητικά προγράμματα (1,9 κατά μέσο όρο) και η συμμετοχή σε χρηματοδοτούμενα από την Ευρωπαϊκή Ένωση ερευνητικά προγράμματα (Προγράμματα Πλαίσιο) (1,87 κατά μέσο όρο).

3.1.2.3 Δικτύωση

Σε αυτή την παράγραφο γίνεται ανάλυση των δικτύων στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση. Πιο συγκεκριμένα οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν σε ποιο βαθμό τα δίκτυα αυτά συνέβαλαν στις ακόλουθες λειτουργίες της επιχείρησης (σε μια κλίμακα 5 βαθμών όπου το 1 δεν είναι σημαντικό και το 5 είναι εξαιρετικά σημαντικό):

Πίνακας 12: Συμβολή των δικτύων στις λειτουργίες της επιχείρησης

Δίκτυα	Μέση τιμή
Επικοινωνία με τους πελάτες	4,1
Επιλογή προμηθευτών	3,35
Πρόσληψη ειδικευμένου εργατικού δυναμικού	3,33
Συλλογή πληροφοριών σχετικά με τους ανταγωνιστές	3,17
Πρόσβαση σε κανάλια διανομής	2,89
Υποστήριξη για την απόκτηση επιχειρηματικών δανείων/προσέλκυση κεφαλαίων	2,4
Διαφήμιση και προώθηση	2,84
Ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών	3,27
Διαχείριση παραγωγής και λειτουργιών	3,01
Υποστήριξη στη διευθέτηση της φορολογίας ή άλλων νομικών ζητημάτων	2,79
Διερεύνηση δυνατοτήτων εξαγωγής	2,37

Εμπειρικά αποτελέσματα



Διάγραμμα 6: Συμβολή των δικτύων στις λειτουργίες της επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Πίνακα 12, τα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση συνέβαλαν περισσότερο στην επικοινωνία με τους πελάτες (4,1 κατά μέσο όρο) και λιγότερο στη διερεύνηση δυνατοτήτων εξαγωγής (2,37 κατά μέσο όρο) και στην υποστήριξη για την απόκτηση επιχειρηματικών δανείων/προσέλκυση κεφαλαίων (2,4 κατά μέσο όρο).

Στη συνέχεια οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αναφέρουν σε ποιο βαθμό η εταιρεία τους έχει συμμετάσχει στα παρακάτω είδη συμφωνιών/συνεργασιών (σε μια κλίμακα 5 βαθμών όπου το 1 είναι καθόλου και το 5 είναι πολύ συχνά):

Πίνακας 13: Συμμετοχή της επιχείρησης σε είδη συμφωνιών/συνεργασιών

Είδος συμφωνίας/συνεργασίας	Μέση τιμή
Στρατηγική συμμαχία	2,22
Συμφωνία Ε&Α	1,69
Συμφωνία τεχνικής συνεργασίας	2,12
Συμφωνία αδειοδότησης	1,81
Υπεργολαβία	2,48
Εμπορική/εξαγωγική προώθηση	1,93
Ανάθεση έρευνας	1,49
Άλλο είδος συμφωνίας	1,22

Σύμφωνα με τον Πίνακα 13, η πιο συχνή συμμετοχή των εταιριών είναι σε συμφωνία υπεργολαβίας (2,48 κατά μέσο όρο). Αντίθετα η λιγότερο συχνή συμμετοχή είναι σε συμφωνία ανάθεσης έρευνας (1,49 κατά μέσο όρο).

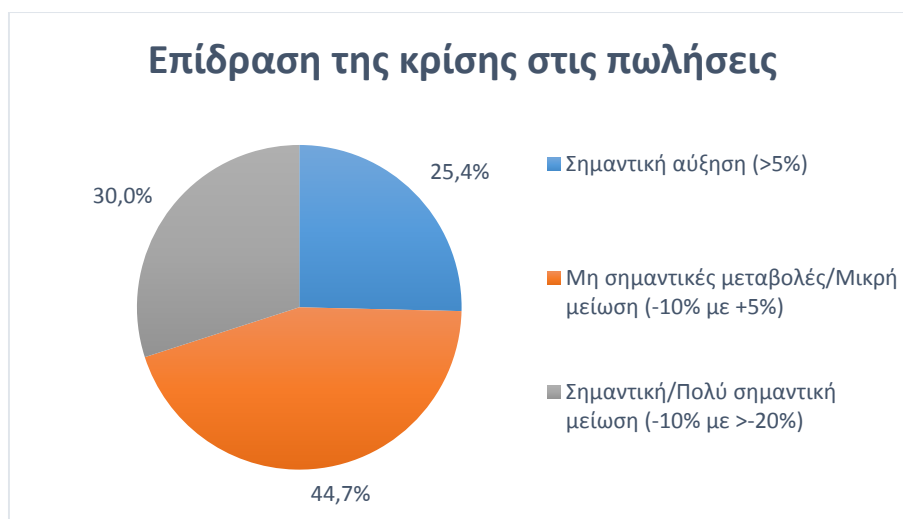
3.1.3 Επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης
Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται μια μελέτη της επίδρασης της οικονομικής κρίσης στις επιδόσεις των επιχειρήσεων.

Αρχικά εξετάζεται πώς η υπάρχουσα οικονομική κρίση επηρέασε τις επιχειρήσεις όσον αφορά (μεταβολές το 2009 σε σύγκριση με το 2008):

- α) Τις πωλήσεις
- β) Τις εξαγωγές
- γ) Την απασχόληση
- δ) Τα κέρδη
- ε) Τις επενδύσεις

Πίνακας 14: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις

Μεταβολή πωλήσεων	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Σημαντική αύξηση (>5%)	997	25,4%
Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	1195	30,5%
Μικρή μείωση (-5% με -10%)	556	14,2%
Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	513	13,1%
Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	662	16,9%
Σύνολο	3923	100%

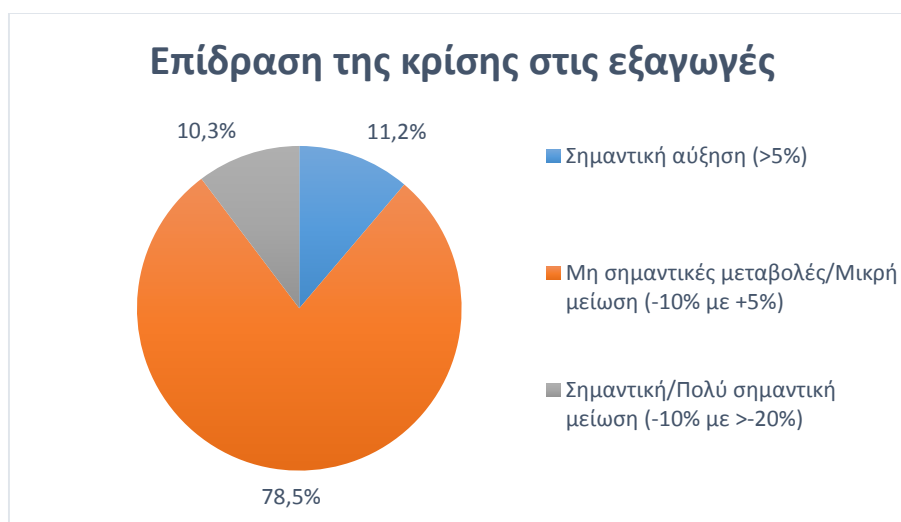


Διάγραμμα 7: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις

Σύμφωνα με τον Πίνακα 14, το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων εν μέσω κρίσης παρουσίασε μη σημαντικές μεταβολές/μικρή μείωση στις πωλήσεις (44,7% κατά μέσο όρο). Αρκετές ήταν και οι επιχειρήσεις οι οποίες παρουσίασαν σημαντική αύξηση στις πωλήσεις (25,4% κατά μέσο όρο) και οι επιχειρήσεις που εμφάνισαν σημαντική/πολύ σημαντική μείωση στις πωλήσεις τους (30%).

Πίνακας 15: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις εξαγωγές

Μεταβολή εξαγωγών	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Σημαντική αύξηση (>5%)	372	11,2%
Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	2453	74%
Μικρή μείωση (-5% με -10%)	148	4,5%
Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	130	3,9%
Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	211	6,4%
Σύνολο	3314	100%

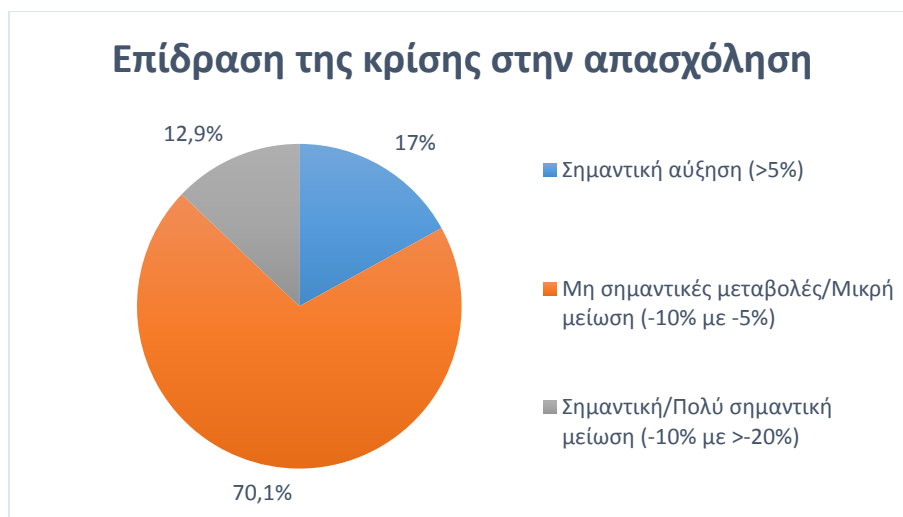


Διάγραμμα 8: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις εξαγωγές

Σύμφωνα με τον Πίνακα 15, η συντριπτική πλειονότητα των επιχειρήσεων εν μέσω κρίσης παρουσίασε μη σημαντικές μεταβολές/μικρή μείωση στις εξαγωγές (78,5% κατά μέσο όρο). Αντίθετα ένα μικρό ποσοστό επιχειρήσεων εμφάνισε σημαντική αύξηση (11,2%) και σημαντική/πολύ σημαντική μείωση στις εξαγωγές (10,3%).

Πίνακας 16: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στην απασχόληση

Μεταβολή εξαγωγών	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Σημαντική αύξηση (>5%)	657	17%
Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	2444	63,4%
Μικρή μείωση (-5% με -10%)	258	6,7%
Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	199	5,2%
Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	297	7,7%
Σύνολο	3855	100%

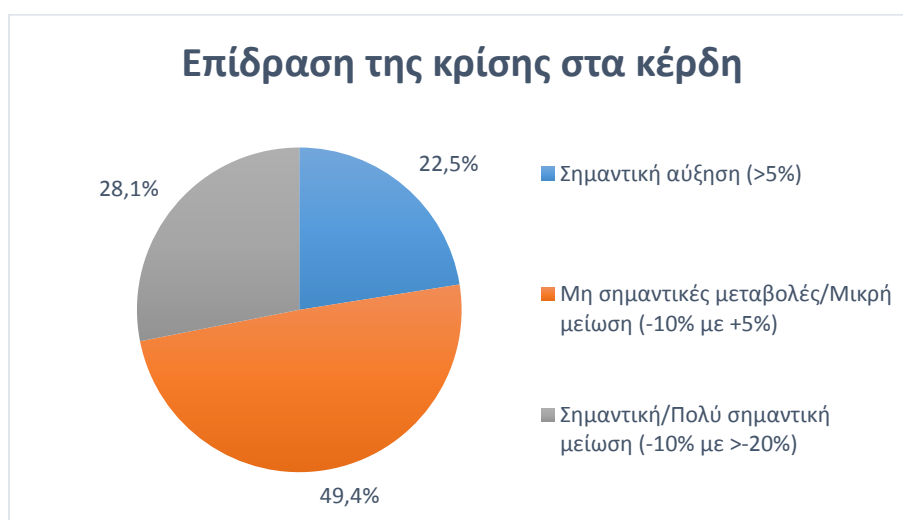


Διάγραμμα 9: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στην απασχόληση

Σύμφωνα με τον Πίνακα 16, η συντριπτική πλειονότητα των επιχειρήσεων εν μέσω κρίσης εμφάνισε μη σημαντικές μεταβολές/μικρή μείωση στην απασχόληση (70,1% κατά μέσο όρο). Επιπρόσθετα λίγες ήταν οι επιχειρήσεις οι οποίες εμφάνισαν σημαντική αύξηση στην απασχόληση (17% κατά μέσο όρο) και οι επιχειρήσεις οι οποίες εμφάνισαν σημαντική/πολύ σημαντική μείωση στην απασχόληση (12,9%).

Πίνακας 17: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στα κέρδη

Μεταβολή κερδών	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Σημαντική αύξηση (>5%)	866	22,5%
Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	1374	35,7%
Μικρή μείωση (-5% με -10%)	528	13,7%
Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	453	11,8%
Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	625	16,3%
Σύνολο	3846	100%



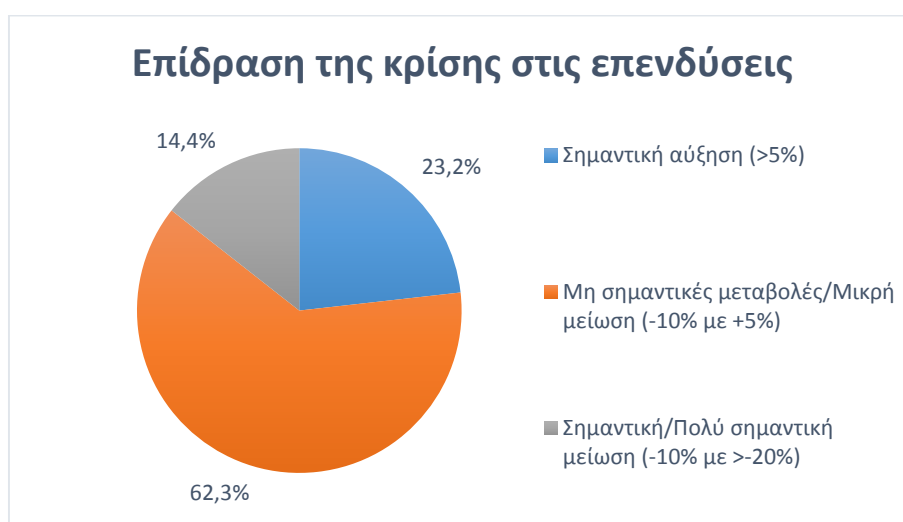
Διάγραμμα 10: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στα κέρδη

Εμπειρικά αποτελέσματα

Σύμφωνα με τον Πίνακα 17, το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων εν μέσω κρίσης παρουσίασε μη σημαντικές μεταβολές/μικρή μείωση στα κέρδη (49,4% κατά μέσο όρο). Αρκετές ήταν και οι επιχειρήσεις που παρουσίασαν σημαντική αύξηση στα κέρδη (22,5% κατά μέσο όρο) καθώς και οι επιχειρήσεις που παρουσίασαν σημαντική/πολύ σημαντική μείωση στα κέρδη (28,1%).

Πίνακας 18: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις επενδύσεις

Μεταβολή επενδύσεων	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Σημαντική αύξηση (>5%)	890	23,2%
Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	2132	55,6%
Μικρή μείωση (-5% με -10%)	256	6,7%
Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	224	5,8%
Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	330	8,6%
Σύνολο	3832	100%



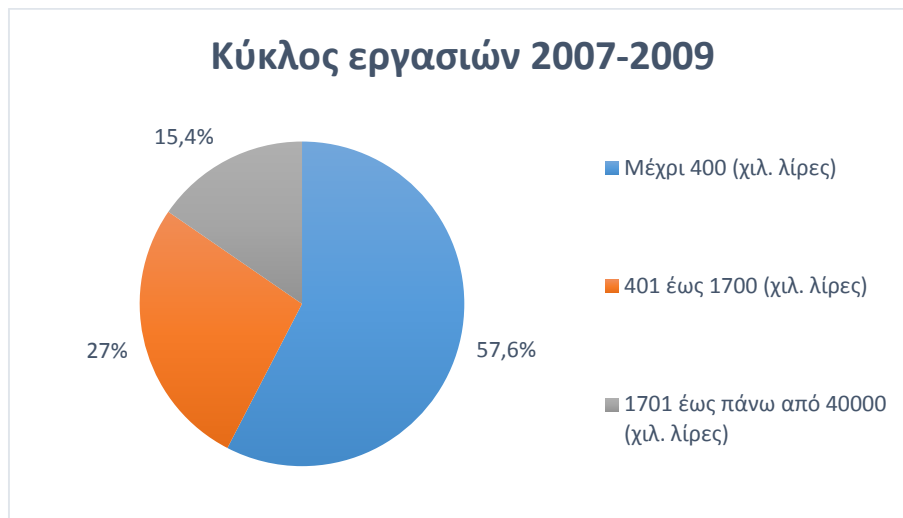
Διάγραμμα 11: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις επενδύσεις

Σύμφωνα με τον Πίνακα 18, το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων εν μέσω κρίσης παρουσίασε μη σημαντικές μεταβολές/μικρή μείωση στις επενδύσεις (62,3% κατά μέσο όρο). Επιπρόσθετα αρκετές επιχειρήσεις παρουσίασαν σημαντική αύξηση στις επενδύσεις (23% κατά μέσο όρο) και ένα μικρότερο ποσοστό επιχειρήσεων παρουσίασε σημαντική/πολύ σημαντική μείωση στις επενδύσεις (14,4%).

Στη συνέχεια γίνεται ανάλυση του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων κατά τα τρία τελευταία έτη διεξαγωγής της έρευνας (2007-2009):

Πίνακας 19: Κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες

Κύκλος εργασιών	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Μέχρι 200	1384	37,3%
200-400	754	20,3%
401-1700	1004	27%
1701-4000	319	8,6%
4001-8500	94	2,5%
8501-40000	39	1,1%
Πάνω από 40000	118	3,2%
Σύνολο	3712	100%



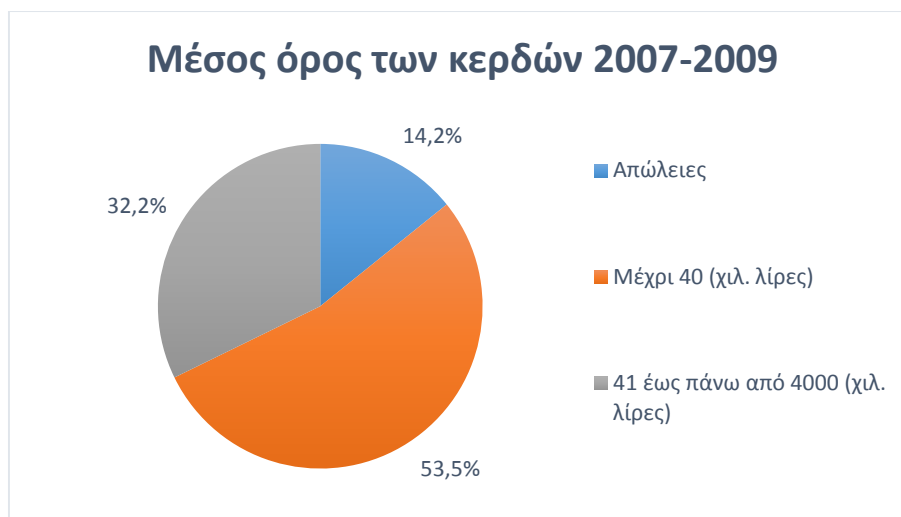
Διάγραμμα 12: Κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες

Σύμφωνα με τον Πίνακα 19, το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009 είχε κύκλο εργασιών μέχρι 400 χιλιάδες λίρες (57,6% κατά μέσο όρο). Επιπρόσθετα ένα μεγάλο ποσοστό επιχειρήσεων είχε τζίρο 401-1700 χιλιάδες λίρες (27% κατά μέσο όρο). Τζίρο από 1701 έως πάνω από 40000 χιλιάδες λίρες παρουσίασε το 15,4% των επιχειρήσεων.

Ακολούθως γίνεται ανάλυση του μέσου όρου των κερδών των επιχειρήσεων κατά τα έτη 2007-2009:

Πίνακας 20: Μέσος όρος των κερδών των επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες

Μέσος όρος κερδών	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό
Απώλειες	496	14,2%
Μέχρι 40	1871	53,5%
41-130	696	19,9%
131-170	152	4,3%
171-450	176	5%
451-850	61	1,7%
850-4000	36	1%
Πάνω από 4000	11	0,3%
Σύνολο	3499	100%



Διάγραμμα 13: Μέσος όρος των κερδών των επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009

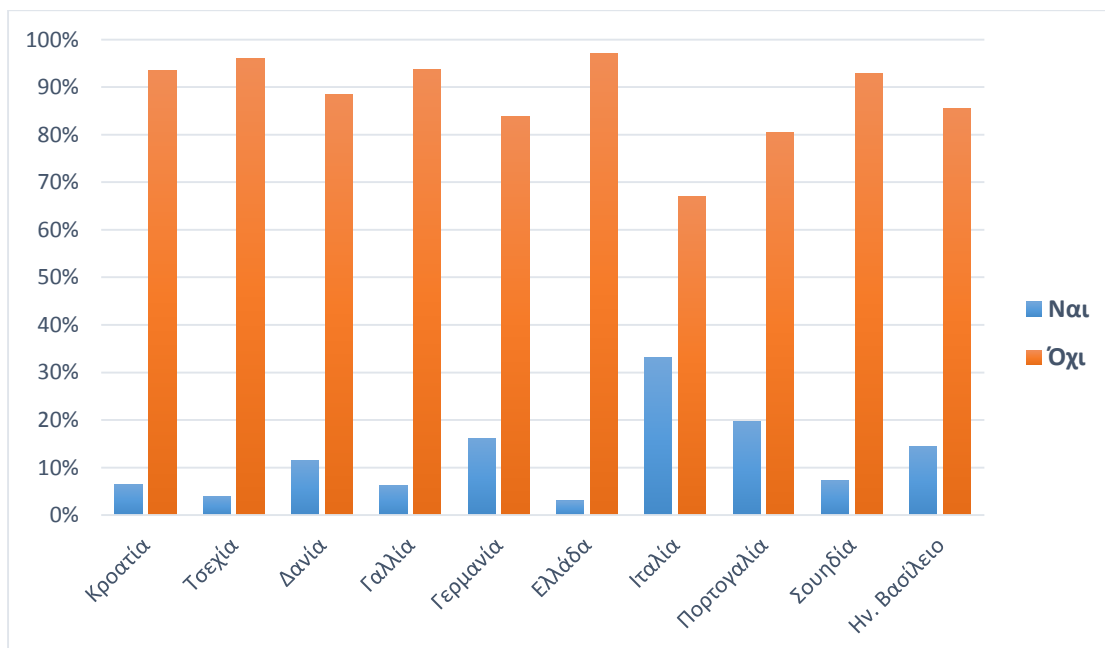
Σύμφωνα με τον Πίνακα 20 το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009 εμφάνισε μέσο όρο κερδών μέχρι 130 χιλιάδες λίρες (73,4%) ενώ μικρό ποσοστό επιχειρήσεων εμφάνισε μέσο όρο κερδών 131 έως πάνω από 4000 χιλιάδες λίρες (12,3%) και αντίστοιχα μικρό ποσοστό επιχειρήσεων εμφάνισε απώλειες (14,2%).

3.2 Ανάλυση ανά χώρα

3.2.1 Δημιουργία επιχείρησης

Πίνακας 21: Δημιουργία επιχείρησης από προϋπάρχοντα οργανισμό ανά χώρα

	Προέκυψε η επιχείρηση από άλλον προϋπάρχοντα οργανισμό;		
	Ναι	Όχι	Σύνολο
Κροατία	13	187	200
	6,5%	93,5%	100%
Τσεχία	8	192	200
	4%	96%	100%
Δανία	38	292	330
	11,5%	88,5%	100%
Γαλλία	36	534	570
	6,3%	93,7%	100%
Γερμανία	90	467	557
	16,2%	83,8%	100%
Ελλάδα	10	321	331
	3%	97%	100%
Ιταλία	192	388	580
	33,1%	66,9%	100%
Πορτογαλία	65	226	331
	19,6%	80,4%	100%
Σουηδία	24	310	334
	7,2%	92,8%	100%
Ην. Βασίλειο	82	489	571
	14,4%	85,6%	100%
Σύνολο	558	3446	4004
	13,9%	86,1%	100%



Διάγραμμα 14: Δημιουργία επιχείρησης από προϋπάρχοντα οργανισμό ανά χώρα

Εμπειρικά αποτελέσματα

Κατά την ανάλυση του Πίνακα 21 παρατηρείται ότι η Ιταλία και η Πορτογαλία έχουν τα μεγαλύτερα ποσοστά επιχειρήσεων που προέκυψαν από άλλον οργανισμό (33,1% και 19,6% αντίστοιχα), ενώ τα χαμηλότερα ποσοστά παρατηρούνται στην Ελλάδα και στην Τσεχία (3% και 4% αντίστοιχα).

Για τις επιχειρήσεις που απάντησαν θετικά, εξετάζεται ο τύπος του οργανισμού από τον οποίο προέκυψαν (πανεπιστήμιο ή άλλη επιχείρηση):

Πίνακας 22: Ποσοστά προϋπαρχόντων οργανισμών των επιχειρήσεων ανά χώρα

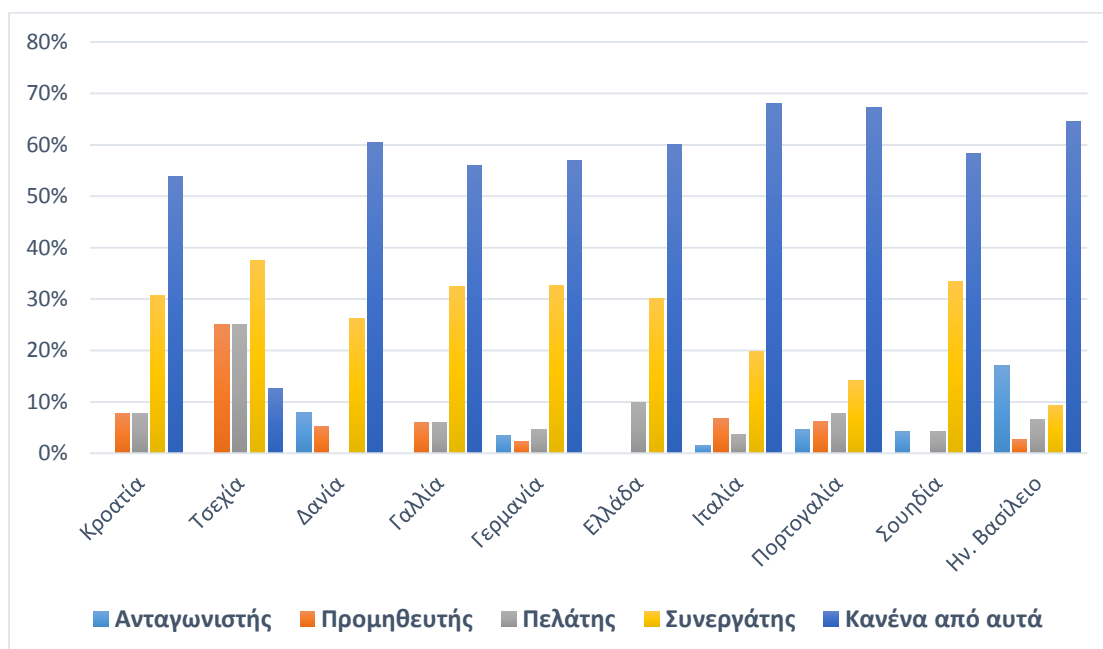
	Προϋπάρχων οργανισμός		
	Πανεπιστήμιο	Εταιρεία	Σύνολο
Κροατία	0	13	13
	0%	100%	100%
Τσεχία	0	8	8
	0%	100%	100%
Δανία	0	38	38
	0%	100%	100%
Γαλλία	2	34	36
	5,6%	94,4%	100%
Γερμανία	4	86	90
	4,4%	95,6%	100%
Ελλάδα	0	10	10
	0%	100%	100%
Ιταλία	1	191	192
	0,5%	99,5%	100%
Πορτογαλία	1	64	65
	1,5%	98,5%	100%
Σουηδία	0	24	24
	0%	100%	100%
Ην. Βασίλειο	6	76	82
	7,3%	92,7%	100%
Σύνολο	14	544	558
	2,5%	97,5%	100%

Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων του Πίνακα 22 παρατηρείται ότι οι επιχειρήσεις από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία και τη Γερμανία, κατά 7,3%, 5,6% και 4,4% αντίστοιχα ιδρύθηκαν από κάποιο πανεπιστήμιο.

Επιπρόσθετα, για τις επιχειρήσεις που ιδρύθηκαν από άλλες επιχειρήσεις, εξετάζουμε τη σχέση που έχουν με την επιχείρηση από την οποία προέκυψαν:

Πίνακας 23: Σύνδεση επιχείρησης με την προϋπάρχουσα εταιρεία ανά χώρα

	Σύνδεση με την προϋπάρχουσα εταιρεία ως:					Σύνολο
	Συνεργάτης	Ανταγωνιστής	Πελάτης	Προμηθευτής	Κανένα από αυτά	
Κροατία	4	0	1	1	7	13
	30,8%	0%	7,7%	7,7%	53,8%	100%
Τσεχία	3	0	2	2	1	8
	37,5%	0%	25%	25%	12,5%	100%
Δανία	10	3	0	2	23	38
	26,3%	7,9%	0%	5,3%	60,5%	100%
Γαλλία	11	0	2	2	19	34
	32,4%	0%	5,9%	5,9%	55,9%	100%
Γερμανία	28	3	4	2	49	86
	32,6%	3,5%	4,7%	2,3%	57%	100%
Ελλάδα	3	0	1	0	6	10
	30%	0%	10%	0%	60%	100%
Ιταλία	38	3	7	13	130	191
	19,9%	1,6%	3,7%	6,8%	68,1%	100%
Πορτογαλία	9	3	5	4	43	64
	14,1%	4,7%	7,8%	6,2%	67,2%	100%
Σουηδία	8	1	1	0	14	24
	33,3%	4,2%	4,2%	0%	58,3%	100%
Ην. Βασίλειο	7	13	5	2	49	76
	9,2%	17,1%	6,6%	2,6%	64,5%	100%
Σύνολο	121	26	28	28	341	544
	22,2%	4,8%	5,1%	5,1%	62,7%	100%



Διάγραμμα 15: Σύνδεση επιχείρησης με την προϋπάρχουσα εταιρεία ανά χώρα

Εμπειρικά αποτελέσματα

Κατά την ανάλυση των αποτελεσμάτων ανά χώρα, παρατηρείται ότι οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Τσεχία, εμφανίζουν αυξημένα ποσοστά στη σύνδεση με την επιχείρηση από την οποία προήλθαν ως συνεργάτες (37,5% των επιχειρήσεων), πελάτες (25% των επιχειρήσεων) και προμηθευτές (25% των επιχειρήσεων) και οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο Ηνωμένο Βασίλειο εμφανίζουν αυξημένα ποσοστά διασύνδεσης με προϋπάρχουσες επιχειρήσεις ως ανταγωνιστές (17,1% των επιχειρήσεων).

Στη συνέχεια εξετάζεται η σπουδαιότητα των ακόλουθων παραγόντων για τη δημιουργία της επιχείρησης (σε κλίμακα 1-5 όπου το 1 είναι ασήμαντο και το 5 είναι εξαιρετικά σημαντικό):

Πίνακας 24: Σπουδαιότητα παραγόντων για τη δημιουργία της επιχείρησης ανά χώρα

	Εργασιακή εμπειρία στον τρέχοντα κλάδο δραστηριοποίησης	Τεχνικές γνώσεις και γνώσεις μηχανικού στον κλάδο	Γνώσεις σχεδιασμού	Γνώση της αγοράς	Δίκτυα που χτίστηκαν κατά τη διάρκεια προηγούμενης καριέρας	Διαθεσιμότητα χρηματοδότησης
Κροατία	199	200	199	200	200	197
	4,09	3,92	3,43	4,18	3,89	3,48
Τσεχία	198	199	198	199	199	196
	4,28	3,75	2,3	3,78	3,61	3,1
Δανία	329	329	325	330	329	329
	4,33	4,05	2,68	3,93	3,67	2,78
Γαλλία	568	569	568	569	564	567
	4,31	4,07	2,94	3,83	3,41	3,32
Γερμανία	556	556	556	557	554	556
	4,31	3,41	2,77	4,06	3,66	3,63
Ελλάδα	330	330	328	326	327	326
	4,34	4,2	3,94	4,23	3,79	3,5
Ιταλία	580	580	579	580	578	576
	4,37	4,19	3,25	4,17	4,1	3,65
Πορτογαλία	330	325	329	331	329	329
	4,38	3,59	3,24	4,2	3,79	3,38
Σουηδία	333	332	333	333	333	333
	4,23	3,21	2,86	4,02	3,96	2,81
Ην. Βασίλειο	569	569	567	571	570	567
	4,35	3,77	2,96	4,08	3,65	3,26
Σύνολο	3992	3989	3982	3996	3983	3976
	4,31	3,83	3,04	4,05	3,74	3,33

(συνέχεια Πίνακα 24)

	Ευκαιρίες σε πρωτοβουλίες δημόσιων προμηθειών	Ύπαρξη ενός αρκετά μεγάλου πελάτη	Ευκαιρία που προκύπτει από τεχνολογική αλλαγή	Ευκαιρία που προκύπτει από μια νέα ανάγκη της αγοράς	Ευκαιρία που προκύπτει από νέες κανονιστικές ή θεσμικές απαιτήσεις
Κροατία	198	200	198	198	196
	2,36	3,44	3,4	3,77	2,73
Τσεχία	199	199	196	197	194
	1,74	3,02	2,61	2,95	2,08
Δανία	326	327	328	328	327
	1,77	2,8	2,93	3,09	2,29
Γαλλία	557	568	561	566	558
	1,87	3,58	2,52	2,89	2,18
Γερμανία	547	557	555	557	554
	2,04	3,3	2,74	3,17	2,22
Ελλάδα	330	328	328	328	327
	2,79	3,1	3,21	3,42	2,88
Ιταλία	573	578	579	575	573
	2,11	3,19	3,38	3,69	2,99
Πορτογαλία	324	330	329	328	325
	2,29	3,17	3,17	3,47	2,79
Σουηδία	330	333	332	332	330
	1,86	3,12	3,03	3,49	2,34
Ην. Βασίλειο	565	568	568	568	569
	2,18	3,4	2,96	3,05	2,45
Σύνολο	3949	3988	3974	3977	3953
	2,09	3,25	2,98	3,27	2,49

Εργασιακή εμπειρία στον τρέχοντα κλάδο δραστηριοποίησης: Για το σύνολο των επιχειρήσεων ανά χώρα, η εργασιακή εμπειρία των ιδρυτών στον κλάδο δραστηριοποίησης της εκάστοτε επιχείρησης έπαιξε εξαιρετικά σημαντικό ρόλο για τη δημιουργία της (4,31 κατά μέσο όρο).

Τεχνικές γνώσεις και γνώσεις μηχανικού στον κλάδο: Για το σύνολο των επιχειρήσεων, οι τεχνικές γνώσεις και οι γνώσεις μηχανικού των ιδρυτών στον κλάδο δραστηριοποίησης της εκάστοτε επιχείρησης έπαιξε σημαντικό ρόλο για τη δημιουργία της (3,83 κατά μέσο όρο).

Γνώσεις σχεδιασμού: Για το σύνολο των επιχειρήσεων, οι γνώσεις σχεδιασμού των ιδρυτών έπαιξαν έναν μέτριας σπουδαιότητας ρόλο στη δημιουργία της επιχείρησης (3,04 κατά μέσο όρο). Εξάιρεση αποτελούν η Ελλάδα στην οποία ο μέσος όρος των απαντήσεων (3,94 κατά μέσο όρο) δηλώνει ότι οι γνώσεις σχεδιασμού ήταν σημαντικής σπουδαιότητας για την ίδρυση της επιχείρησης και η Τσεχία στην οποία ο μέσος όρος των απαντήσεων (2,3 κατά μέσο όρο) δηλώνει ότι οι γνώσεις σχεδιασμού ήταν μικρής σπουδαιότητας για την ίδρυση της επιχείρησης.

Γνώση της αγοράς: Για το σύνολο των επιχειρήσεων, η γνώση της αγοράς έπαιξε αρκετά σημαντικό ρόλο για τη δημιουργία της επιχείρησης (4,05 κατά μέσο όρο). Πιο συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα εμφάνισαν τον μεγαλύτερο μέσο όρο των απαντήσεων με 4,23 ενώ οι επιχειρήσεις στην Τσεχία τον μικρότερο με 3,78.

Δίκτυα που χτίστηκαν κατά τη διάρκεια προηγούμενης καριέρας: Για το σύνολο των επιχειρήσεων, τα δίκτυα που χτίστηκαν κατά τη διάρκεια προηγούμενης καριέρας των ιδρυτών έπαιξαν σημαντικό ρόλο για τη δημιουργία της επιχείρησης (3,74 κατά μέσο όρο). Πιο συγκεκριμένα για την Ιταλία και τη Σουηδία αυτά τα δίκτυα έπαιξαν ακόμα πιο σημαντικό ρόλο καθώς ο μέσος όρος των απαντήσεων σε αυτές τις χώρες κυμάνθηκε στο 4,1 και 3,96 αντίστοιχα.

Διαθεσιμότητα χρηματοδότησης: Για το σύνολο των επιχειρήσεων, η διαθεσιμότητα χρηματοδότησης έπαιξε έναν μέτριας σπουδαιότητας ρόλο για τη δημιουργία της επιχείρησης (3,33 κατά μέσο όρο). Πιο σημαντικό ρόλο φαίνεται ότι είχε στην Ιταλία και τη Γερμανία με 3,65 και 3,63 κατά μέσο όρο αντίστοιχα, ενώ λιγότερο σημαντικό ρόλο είχε στη Δανία με 2,78 και στη Σουηδία με 2,81 κατά μέσο όρο αντίστοιχα.

Ευκαιρίες σε πρωτοβουλίες δημόσιων προμηθειών: Για το σύνολο των επιχειρήσεων, οι ευκαιρίες σε πρωτοβουλίες δημόσιων προμηθειών έπαιξαν έναν σχετικά ασήμαντο ρόλο για τη δημιουργία της επιχείρησης (2,09 κατά μέσο όρο). Πιο συγκεκριμένα για τις επιχειρήσεις στην Ελλάδα αυτός ο παράγοντας ήταν μέτριας σπουδαιότητας για τη δημιουργία της επιχείρησης (2,79 κατά μέσο όρο) ενώ στην Τσεχία και τη Δανία ήταν σχεδόν ασήμαντος καθώς ο μέσος όρος των απαντήσεων κυμάνθηκε στο 1,74 και 1,77 αντίστοιχα.

Ύπαρξη ενός αρκετά μεγάλου πελάτη: Για το σύνολο των επιχειρήσεων, η ύπαρξη ενός αρκετά μεγάλου πελάτη έπαιξε έναν μέτριας σπουδαιότητας ρόλο για τη δημιουργία της επιχείρησης (3,25 κατά μέσο όρο). Πιο συγκεκριμένα η χώρα στην οποία ο μέσος όρος των απαντήσεων ήταν μεγαλύτερος είναι η Γαλλία με 3,58, ενώ η χώρα με τον μικρότερο μέσο όρο απαντήσεων είναι η Δανία με 2,8.

Ευκαιρία που προκύπτει από τεχνολογική αλλαγή: Για το σύνολο των επιχειρήσεων, η ευκαιρία που προκύπτει από τεχνολογική αλλαγή έπαιξε έναν μέτριας σπουδαιότητας ρόλο για τη δημιουργία της επιχείρησης (2,98 κατά μέσο όρο). Πιο συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις από την Κροατία και την Ιταλία εμφάνισαν αυξημένο μέσο όρο με 3,4 και 3,38 αντίστοιχα.

Ευκαιρία που προκύπτει από μια νέα ανάγκη της αγοράς: Για το σύνολο των επιχειρήσεων, η ευκαιρία που απορρέει από μια νέα ανάγκη της αγοράς έπαιξε έναν μέτριας σπουδαιότητας ρόλο για τη δημιουργία της επιχείρησης (3,27 κατά μέσο όρο). Για τις

επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κροατία και στην Ιταλία, ο μέσος όρος ήταν μεγαλύτερος με 3,77 και 3,69 αντίστοιχα.

Ευκαιρία που προκύπτει από νέες κανονιστικές ή θεσμικές απαιτήσεις: Για το σύνολο των επιχειρήσεων, η ευκαιρία που απορρέει από νέες κανονιστικές ή θεσμικές απαιτήσεις έπαιξε έναν σχετικά ασήμαντο ρόλο για τη δημιουργία της επιχείρησης (2,49 κατά μέσο όρο). Για τις επιχειρήσεις στην Ιταλία και στην Ελλάδα, ο συγκεκριμένος παράγοντας έπαιξε έναν μέτριας σπουδαιότητας ρόλο καθώς ο μέσος όρος των απαντήσεων κυμάνθηκε στο 2,99 και 2,88 αντίστοιχα.

Στη συνέχεια ζητήθηκε από τους ιδρυτές να υπολογίσουν το ποσοστό της χρηματοδότησης που προήλθε από τις ακόλουθες πηγές για τη σύσταση της εταιρείας τους:

Πίνακας 25: Ποσοστό της χρηματοδότησης για τη δημιουργία της επιχείρησης ανά χώρα

	Ίδια κεφάλαια	Από μέλος της οικογένειας	Από προηγούμενο εργοδότη	Επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου	Από τράπεζα	Δημόσια χρηματοδότηση	Από την ΕΕ	Άλλες πηγές
Κροατία	189	190	191	190	188	190	190	189
	78,87%	7,22%	2,15%	0,98%	8,75%	1,11%	0%	1,43 %
Τσεχία	194	194	194	194	194	194	194	180
	77,39%	3,73%	1,7%	0,26%	12,03%	0,41%	0,57%	3,67 %
Δανία	328	327	327	327	327	327	327	326
	76,36%	0,8%	0,96%	1,65%	16,99%	0,8%	0,28%	2,21 %
Γαλλία	551	543	541	541	543	541	540	538
	72,57%	2,76%	0,53%	1,67%	18,02%	2,63%	0,21%	2,43 %
Γερμανία	552	551	551	551	551	550	550	536
	69,19%	4,48%	1,47%	3,2%	14,49%	3,64%	0,53%	3,08 %
Ελλάδα	320	317	317	317	320	319	319	316
	74,39%	5,67%	0,49%	0,55%	10,08%	2,88%	5,77%	0,25 %
Ιταλία	559	558	558	557	559	558	558	555
	61,74%	6,8%	1,59%	2,74%	20,39%	3,44%	1,5%	1,78 %
Πορτογαλία	326	326	326	327	326	326	326	326
	72,31%	6,43%	0,52%	0,84%	15,15%	2,29%	0,92%	1,53 %
Σουηδία	331	285	285	285	292	288	286	285
	77,96%	1,32%	0,35%	2,87%	16,29%	1,44%	0,42%	3,19 %
Ην. Βασίλειο	557	503	502	504	510	505	502	508
	78,62%	2,36%	1,19%	3,25%	7,84%	2,97%	0,21%	6,51 %
Σύνολο	3907	3794	3792	3793	3810	3798	3792	3759
	72,85%	4,1%	1,07%	2,08%	14,6%	2,49%	1%	2,77 %

Ίδια κεφάλαια: Χρηματοδότηση από ίδια κεφάλαια χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στην Κροατία (78,87%) και οι επιχειρήσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο (78,62%) και σε μικρότερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στην Ιταλία (61,74%).

Από μέλος της οικογένειας: Χρηματοδότηση από μέλος της οικογένειας χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στην Κροατία (7,22%), στην Ιταλία (6,8%), στην Πορτογαλία (6,43%) και στην Ελλάδα (5,67%) και σε μικρότερο ποσοστό στη Δανία (0,8%) και στη Σουηδία (1,32%).

Από προηγούμενο εργοδότη: Χρηματοδότηση από προηγούμενο εργοδότη χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στην Κροατία (2,15%), στην Τσεχία (1,7%) και στην Ιταλία (1,59%) και σε μικρότερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στη Σουηδία (0,35%).

Επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου: Χρηματοδότηση από επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο (3,25%) και στη Γερμανία (3,2%) και σε μικρότερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στην Τσεχία (0,26%), στην Ελλάδα (0,55%), στην Πορτογαλία (0,84%) και στην Κροατία (0,98%).

Από τράπεζα: Χρηματοδότηση από τράπεζα χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στην Ιταλία (20,39%) και στη Γαλλία (18,02%) και σε μικρότερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο (7,84%), στην Κροατία (8,75%) και στην Ελλάδα (10,08%).

Δημόσια χρηματοδότηση: Χρηματοδότηση από εθνική κυβέρνηση ή τοπικές αρχές χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στη Γερμανία (3,64%) και στην Ιταλία (3,44%) και σε μικρότερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στην Τσεχία (0,41%) και στη Δανία (0,8%).

Από την ΕΕ: Χρηματοδότηση από την ΕΕ χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα (5,77%) και στην Ιταλία (1,5%) και σε μηδενικό ποσοστό οι επιχειρήσεις στην Κροατία (0%).

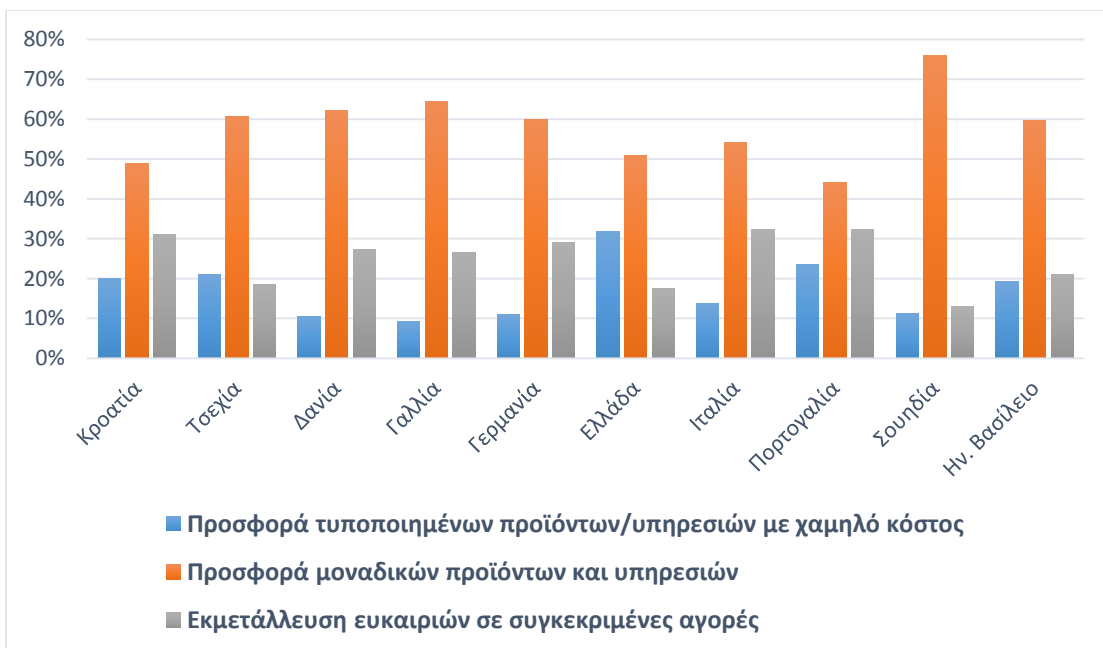
Άλλες πηγές: Χρηματοδότηση από άλλες πηγές χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο (6,51%) και σε μικρότερο ποσοστό οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα (0,25%).

3.2.2 Στρατηγική

3.2.2.1 Εντοπισμός και αξιοποίηση τεχνικών και εμπορικών ευκαιριών

Πίνακας 26: Κύρια στρατηγική επιχείρησης ανά χώρα

	Ποια είναι η κύρια στρατηγική της επιχείρησης;			Σύνολο
	Προσφορά τυποποιημένων προϊόντων/υπηρεσιών με χαμηλό κόστος	Προσφορά μοναδικών προϊόντων και υπηρεσιών	Εκμετάλλευση ευκαιριών σε συγκεκριμένες αγορές	
Κροατία	40	98	62	200
	20%	49%	31%	100%
Τσεχία	42	121	37	200
	21%	60,5%	18,5%	100%
Δανία	35	205	90	330
	10,6%	62,1%	27,3%	100%
Γαλλία	52	367	151	570
	9,1%	64,4%	26,5%	100%
Γερμανία	61	334	162	557
	11%	60%	29,1%	100%
Ελλάδα	105	168	58	331
	31,7%	50,8%	17,5%	100%
Ιταλία	79	313	188	580
	13,6%	54%	32,4%	100%
Πορτογαλία	78	146	107	331
	23,6%	44,1%	32,3%	100%
Σουηδία	37	254	43	334
	11,1%	76%	12,9%	100%
Ην. Βασίλειο	110	341	120	571
	19,3%	59,7%	21%	100%
Σύνολο	639	2347	1018	4004
	16%	58,6%	25,4%	100%



Διάγραμμα 16: Κύρια στρατηγική επιχείρησης ανά χώρα

Εμπειρικά αποτελέσματα

Σύμφωνα με τον Πίνακα 26, παρατηρούνται στατιστικά σημαντικές διαφορές όσον αφορά τη στρατηγική που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις ανά χώρα. Η Ελλάδα εμφανίζει αυξημένο ποσοστό επιχειρήσεων που εφαρμόζουν στρατηγική προσφοράς τυποποιημένων προϊόντων/υπηρεσιών με χαμηλό κόστος (31,7%), η Σουηδία εμφανίζει αυξημένο ποσοστό επιχειρήσεων που εφαρμόζουν στρατηγική προσφοράς μοναδικών προϊόντων και υπηρεσιών (76%) και η Ιταλία, η Πορτογαλία και η Κροατία εμφανίζουν αυξημένα ποσοστά επιχειρήσεων που εφαρμόζουν στρατηγική εκμετάλλευσης ευκαιριών σε συγκεκριμένες αγορές (32,4%,32,3% και 31% αντίστοιχα).

Στη συνέχεια οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων κλήθηκαν να απαντήσουν σε ποιο βαθμό συμφωνούν ή διαφωνούν με τις ακόλουθες δηλώσεις οι οποίες αφορούν την ανίχνευση και την αξιοποίηση των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία τους (σε κλίμακα 1-5 όπου το 1 σημαίνει διαφωνώ απόλυτα και το 5 συμφωνώ απόλυτα):

Πίνακας 27: Σπουδαιότητα δραστηριοτήτων για την ανίχνευση και αξιοποίηση των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία ανά χώρα

	Υιοθέτηση βέλτιστων πρακτικών στον κλάδο	Ταχεία ανταπόκριση στις κινήσεις των ανταγωνιστών	Αλλαγή πρακτικών με βάση σχόλια πελατών	Εξέταση μεταβαλλόμενης ζήτησης	Γρήγορη αναγνώριση των αλλαγών στην αγορά
Κροατία	197	198	200	198	197
	4,45	4,14	4,42	4,11	4,19
Τσεχία	198	200	200	200	199
	4,18	3,87	4,35	3,84	3,63
Δανία	328	329	330	330	327
	4,06	3,5	3,99	3,83	3,53
Γαλλία	567	566	568	569	567
	4,01	3,81	4,24	3,82	3,75
Γερμανία	556	557	556	557	556
	3,67	3,84	4,18	3,67	3,76
Ελλάδα	331	327	329	329	329
	1,92	2,11	2,11	2,08	2,07
Ιταλία	579	580	575	579	579
	4,15	3,81	3,65	3,97	3,83
Πορτογαλία	331	331	331	331	331
	4,19	4,03	4,22	3,9	3,86
Σουηδία	331	333	334	333	333
	3,99	3,05	4,31	3,76	3,72
Ην. Βασίλειο	571	570	568	571	570
	4,36	3,84	4,23	3,84	3,83
Σύνολο	3989	3991	3991	3997	3988
	3,91	3,63	3,97	3,7	3,64

(συνέχεια Πίνακα 27)

	Κατανόηση ευκαιριών εξυπηρέτησης πελατών	Επίσημο τμήμα Ε&Α	Επίσημο τμήμα μηχανικών/τεχνικών μελετών	Δραστηριότητες σχεδιασμού	Συστηματική εκπαίδευση προσωπικού	Πρακτικές εμπειρίες εργαζομένων
Κροατία	199	200	200	197	200	199
	4,27	2,11	2,26	3,97	3,68	4,41
Τσεχία	199	200	200	200	200	198
	4,08	1,81	1,9	2,96	3,48	4,27
Δανία	330	327	328	329	326	326
	3,94	1,67	1,81	2,76	2,8	3,7
Γαλλία	568	569	568	565	559	556
	3,95	2,24	2,4	3,3	2,94	3,49
Γερμανία	555	557	557	556	557	555
	2,13	2,01	2,57	3,51	3,24	4,02
Ελλάδα	330	329	329	331	330	331
	2,13	3,19	2,57	2,35	3	1,88
Ιταλία	579	577	577	576	579	577
	4,19	2,47	2,28	3,14	3,57	4,03
Πορτογαλία	331	328	326	331	330	330
	4,13	2,17	2,2	3,25	3,19	4,01
Σουηδία	333	333	332	334	333	333
	3,91	1,39	1,58	2,79	2,83	3,52
Ην. Βασίλειο	570	568	568	568	570	565
	4,09	1,96	1,93	3,07	2,98	3,97
Σύνολο	3994	3988	3985	3987	3984	3970
	3,88	2,13	2,19	3,12	3,15	3,72

Σύμφωνα με την ανάλυση του Πίνακα 27, παρατηρείται ότι για τις επιχειρήσεις στην Ελλάδα η υιοθέτηση βέλτιστων πρακτικών στον κλάδο (1,92), η ταχεία ανταπόκριση στις κινήσεις των ανταγωνιστών (2,11), η αλλαγή των πρακτικών με βάση τα σχόλια των πελατών (2,11), η εξέταση της μεταβαλλόμενης ζήτησης της αγοράς (2,08), η γρήγορη αναγνώριση των αλλαγών στην αγορά (2,07), η κατανόηση των ευκαιριών εξυπηρέτησης πελατών (2,13) καθώς και ο διαμοιρασμός των πρακτικών εμπειριών των εργαζομένων σε συχνή βάση (1,88), είναι δραστηριότητες σχεδόν ασήμαντης σπουδαιότητας για την ανίχνευση και την αξιοποίηση των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία.

3.2.2.2 Πηγές Γνώσης

Σε αυτό το στάδιο, οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων κλήθηκαν να αξιολογήσουν τη σημασία των παρακάτω πηγών γνώσεως για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών (σε μια κλίμακα 5 βαθμών όπου το 1 δεν είναι σημαντικό και το 5 είναι εξαιρετικά σημαντικό):

Εμπειρικά αποτελέσματα

Πίνακας 28: Σημασία πηγών γνώσεως για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών ανά χώρα

	Πελάτες	Προμηθευτές	Ανταγωνιστές	Κρατικά ερευνητικά ιδρύματα	Πανεπιστήμια	Εξωτερικά εμπορικά εργαστήρια/εταιρείες Ε&Α/τεχνολογικά ιστιτούτα
Κροατία	200	200	200	200	200	200
	4,29	3,75	3,8	2,68	2,69	2,78
Τσεχία	200	200	200	200	200	200
	4,15	3,13	3,24	1,72	1,74	1,71
Δανία	330	330	330	330	330	330
	4,38	3,01	2,99	1,92	1,86	1,89
Γαλλία	570	570	570	570	570	570
	4,3	3,26	3,17	1,85	1,77	1,73
Γερμανία	557	557	557	557	557	557
	4,34	3,04	3,06	1,87	2,07	1,81
Ελλάδα	331	331	331	331	331	331
	4,29	3,63	3,56	2,37	2,36	2,36
Ιταλία	580	580	580	580	580	580
	4,43	3,69	3,44	2,37	2,34	2,38
Πορτογαλία	331	331	331	331	331	331
	4,76	4,13	3,57	2,6	2,87	2,6
Σουηδία	334	334	334	334	334	334
	4,44	3,03	3,1	1,9	2	1,67
Ην. Βασίλειο	571	571	571	571	571	571
	4,54	3,18	3,15	2,02	1,85	1,89
Σύνολο	4004	4004	4004	4004	4004	4004
	4,41	3,36	3,27	2,1	2,12	2,04
	Εσωτερικό της εταιρείας	Εκθέσεις εταιρειών του κλάδου, συνέδρια και εκθέσεις	Επιστημονικά περιοδικά και άλλες εμπορικές ή τεχνικές εκδόσεις	Συμμετοχή σε χρηματοδοτούμενα από το κράτος ερευνητικά προγράμματα	Συμμετοχή σε χρηματοδοτούμενα από την ΕΕ ερευνητικά προγράμματα	
Κροατία	200	200	200	200	200	200
	3,99	3,71	3,64	2,21	2,34	2,34
Τσεχία	200	200	200	200	200	200
	3,4	2,85	2,84	1,55	1,59	1,59
Δανία	330	330	330	330	330	330
	2,34	2,63	2,56	1,8	1,58	1,58
Γαλλία	570	570	570	570	570	570
	2,84	2,45	2,5	1,61	1,53	1,53
Γερμανία	557	557	557	557	557	557
	3,12	3,1	3,08	1,6	1,56	1,56
Ελλάδα	331	331	331	331	331	331
	3,45	3,15	2,95	2,37	2,46	2,46
Ιταλία	580	580	580	580	580	580
	4,03	3,06	2,94	2,38	2,42	2,42
Πορτογαλία	331	331	331	331	331	331
	3,21	3,4	3,15	2,35	2,38	2,38
Σουηδία	334	334	334	334	334	334
	3,25	2,75	2,86	1,6	1,56	1,56
Ην. Βασίλειο	571	571	571	571	571	571
	3,29	2,89	2,71	1,7	1,61	1,61
Σύνολο	4004	4004	4004	4004	4004	4004
	3,27	2,95	2,87	1,9	1,87	1,87

Σύμφωνα με τον Πίνακα 28, για τις επιχειρήσεις στην Κροατία, στην Ελλάδα, στην Πορτογαλία και στην Ιταλία, όλες οι πηγές γνώσης που αναφέρονται στην έρευνα ήταν σπουδαιότερης σημασίας για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών σε σχέση με τις επιχειρήσεις στις υπόλοιπες χώρες του δείγματος.

3.2.2.3 Δικτύωση

Σε αυτή την παράγραφο γίνεται ανάλυση των δικτύων στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση. Πιο συγκεκριμένα οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν σε ποιο βαθμό τα δίκτυα αυτά συνέβαλαν στις ακόλουθες λειτουργίες της επιχείρησης (σε μια κλίμακα 5 βαθμών όπου το 1 δεν είναι σημαντικό και το 5 είναι εξαιρετικά σημαντικό):

Πίνακας 29: Συμβολή των δικτύων στις λειτουργίες της επιχείρησης ανά χώρα

	Επικοινωνία με τους πελάτες	Επιλογή προμηθευτών	Πρόσληψη ειδικευμένου προσωπικού	Συλλογή πληροφοριών ανταγωνιστών	Πρόσβαση σε κανάλια διανομής	Υποστήριξη για προσέλκυση κεφαλαίων
Κροατία	200	200	200	200	200	200
	4,26	3,86	3,64	3,56	3,5	2,59
Τσεχία	200	200	200	200	200	200
	4,11	3,38	3,25	3,26	2,74	2,12
Δανία	330	330	330	330	330	330
	4,46	3,25	3,37	2,93	2,8	2,16
Γαλλία	570	570	570	570	570	570
	3,99	3,43	3,36	3,05	2,49	2,36
Γερμανία	557	557	557	557	557	557
	4,14	2,99	3,19	3,28	3,37	2,18
Ελλάδα	331	331	331	331	331	331
	4,4	3,7	3,46	3,51	3,01	2,71
Ιταλία	580	580	580	580	580	580
	3,46	3,12	3,22	2,94	2,75	2,64
Πορτογαλία	331	331	331	331	331	331
	4,53	4,19	4,24	3,76	3,49	3,34
Σουηδία	334	334	334	334	334	334
	4,14	3,02	2,86	2,84	2,74	1,95
Ην. Βασίλειο	571	571	571	571	571	571
	4,13	3,23	3,1	3,04	2,52	2,12
Σύνολο	4004	4004	4004	4004	4004	4004
	4,1	3,35	3,33	3,17	2,89	2,4

Εμπειρικά αποτελέσματα

	Διαφήμιση/ προώθηση	Ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών	Διαχείριση παραγωγής/λειτουργιών	Υποστήριξη διευθέτησης φορολογίας	Διερεύνηση δυνατοτήτων εξαγωγής
Κροατία	200	200	200	200	200
	3,33	3,66	3,77	2,95	2,83
Τσεχία	200	200	200	200	200
	2,83	3,03	2,7	2,75	2,39
Δανία	330	330	330	330	330
	2,79	3,35	2,6	2,54	1,97
Γαλλία	570	570	570	570	570
	2,75	3,31	3,34	2,64	2,13
Γερμανία	557	557	557	557	557
	2,9	3,04	2,81	2,75	2,09
Ελλάδα	331	331	331	331	331
	3,11	3,34	3,23	3,08	2,89
Ιταλία	580	580	580	580	580
	2,71	3,31	2,98	2,82	2,46
Πορτογαλία	331	331	331	331	331
	3,42	3,89	3,77	3,8	3,46
Σουηδία	334	334	334	334	334
	1,91	3,07	2,19	2,55	2,11
Ην. Βασίλειο	571	571	571	571	571
	2,9	3,04	2,91	2,45	2,07
Σύνολο	4004	4004	4004	4004	4004
	2,84	3,27	3,01	2,79	2,37

Σύμφωνα με τον Πίνακα 29, τα δίκτυα στα οποία συμμετέχουν οι επιχειρήσεις στην Πορτογαλία, στην Ελλάδα και στην Κροατία, συνέβαλαν σε μεγαλύτερο βαθμό, σε σχέση με τις επιχειρήσεις στις υπόλοιπες χώρες, σε όλες τις λειτουργίες της επιχείρησης.

Στη συνέχεια οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αναφέρουν σε ποιο βαθμό η εταιρεία τους έχει συμμετάσχει στα παρακάτω είδη συμφωνιών (σε μια κλίμακα 5 βαθμών όπου το 1 είναι καθόλου και το 5 είναι πολύ συχνά):

Πίνακας 30: Συμμετοχή της επιχείρησης σε είδη συμφωνιών/συνεργασιών ανά χώρα

	Στρατηγική συμμαχία	Συμφωνία Ε&Α	Συμφωνία τεχνικής συνεργασίας	Συμφωνία αδειοδότησης	Υπεργολαβία	Εμπορική/εξαγωγική προώθηση	Ανάθεση έρευνας	Άλλο είδος συμφωνίας
Κροατία	200	200	200	200	200	200	200	200
	2,06	1,88	2,66	2,18	2,61	2,36	1,97	1,73
Τσεχία	200	200	200	200	200	200	200	200
	2,09	1,46	2,12	1,66	2,97	2,16	1,46	1,12
Δανία	330	330	330	330	330	330	330	330
	2,42	1,61	2,35	1,74	2,74	2,05	1,3	1,38
Γαλλία	570	570	570	570	570	570	570	570
	1,91	1,62	1,9	1,46	2,57	1,67	1,36	1,21
Γερμανία	557	557	557	557	557	557	557	557
	2,34	1,62	2,07	2,01	2,15	1,9	1,53	1,22
Ελλάδα	331	331	331	331	331	331	331	331
	2,26	1,8	2,17	1,7	2,4	1,53	1,54	1,12

Ιταλία	580	580	580	580	580	580	580	580
	2,21	1,9	2,38	1,65	1,95	1,84	1,55	1,2
Πορτογαλία	331	331	331	331	331	331	331	331
	2,21	1,81	2,26	1,99	2,6	2,08	1,68	1,13
Σουηδία	334	334	334	334	334	334	334	334
	2,25	1,59	1,95	1,88	2,46	2	1,26	1,09
Ην. Βασίλειο	571	571	571	571	571	571	571	571
	2,35	1,58	1,83	1,98	2,85	2,16	1,49	1,21
Σύνολο	4004	4004	4004	4004	4004	4004	4004	4004
	2,22	1,69	2,12	1,81	2,48	1,93	1,49	1,22

Στρατηγική συμμαχία: Οι επιχειρήσεις στη Δανία συμμετείχαν σε πιο συχνή βάση στο συγκεκριμένο είδος συμφωνίας (2,42 κατά μέσο όρο) σε σχέση με τις επιχειρήσεις στη Γαλλία (1,91 κατά μέσο όρο).

Συμφωνία E&A: Οι επιχειρήσεις στην Κροατία, στην Πορτογαλία και στην Ελλάδα συμμετείχαν σε πιο συχνή βάση στο συγκεκριμένο είδος συμφωνίας (1,88,1,81 και 1,8 κατά μέσο όρο αντίστοιχα) σε σχέση με τις επιχειρήσεις στην Τσεχία (1,46 κατά μέσο όρο).

Συμφωνία τεχνικής συνεργασίας: Οι επιχειρήσεις στην Κροατία συμμετείχαν σε πιο συχνή βάση στο συγκεκριμένο είδος συμφωνίας (2,66 κατά μέσο όρο) σε σχέση με τις επιχειρήσεις στη Γαλλία (1,46 κατά μέσο όρο).

Υπεργολαβία: Οι επιχειρήσεις στην Τσεχία συμμετείχαν σε πιο συχνή βάση στο συγκεκριμένο είδος συμφωνίας (2,97 κατά μέσο όρο) σε σχέση με τις επιχειρήσεις στην Ιταλία (1,95 κατά μέσο όρο).

Εμπορική/εξαγωγική προώθηση: Οι επιχειρήσεις στην Κροατία συμμετείχαν σε πιο συχνή βάση στο συγκεκριμένο είδος συμφωνίας (2,36 κατά μέσο όρο) σε σχέση με τις επιχειρήσεις στην Ελλάδα (1,53 κατά μέσο όρο).

Ανάθεση έρευνας: Οι επιχειρήσεις στην Κροατία συμμετείχαν σε πιο συχνή βάση στο συγκεκριμένο είδος συμφωνίας (1,97 κατά μέσο όρο) σε σχέση με τις επιχειρήσεις στη Σουηδία (1,26 κατά μέσο όρο).

Άλλο είδος συμφωνίας: Οι επιχειρήσεις στην Κροατία συμμετείχαν σε πιο συχνή βάση σε άλλο είδος συμφωνίας (1,73 κατά μέσο όρο) σε σχέση με τις επιχειρήσεις στη Σουηδία (1,09 κατά μέσο όρο).

Εμπειρικά αποτελέσματα

3.2.3 Επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης

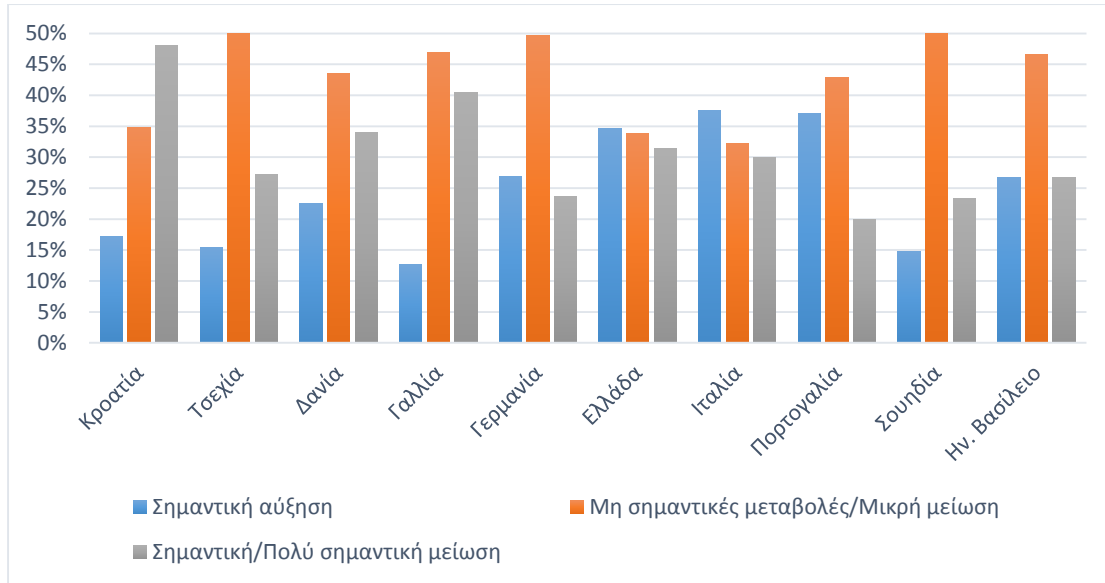
Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται σε επίπεδο χωρών μια μελέτη της επίδρασης της οικονομικής κρίσης στις επιδόσεις των επιχειρήσεων.

Αρχικά εξετάζεται πώς η υπάρχουσα οικονομική κρίση επηρέασε τις επιχειρήσεις όσον αφορά (μεταβολές το 2009 σε σύγκριση με το 2008):

- α) Τις πωλήσεις
- β) Τις εξαγωγές
- γ) Την απασχόληση
- δ) Τα κέρδη
- ε) Τις επενδύσεις

Πίνακας 31: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις ανά χώρα

	Σημαντική αύξηση (>5%)	Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	Μικρή μείωση (-5% με -10%)	Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	Σύνολο
Κροατία	34	47	22	31	64	198
	17,2%	23,7%	11,1%	15,7%	32,3%	100%
Τσεχία	30	65	46	26	27	194
	15,5%	33,5%	23,7%	13,4%	13,9%	100%
Δανία	74	105	38	56	56	329
	22,5%	31,9%	11,6%	17%	17%	100%
Γαλλία	71	155	107	112	113	558
	12,7%	27,8%	19,2%	20,1%	20,3%	100%
Γερμανία	147	214	58	42	87	548
	26,8%	39,1%	10,6%	7,7%	15,9%	100%
Ελλάδα	111	65	44	54	47	321
	34,6%	20,2%	13,7%	16,8%	14,6%	100%
Ιταλία	210	131	50	55	113	559
	37,6%	23,4%	8,9%	9,8%	20,2%	100%
Πορτογαλία	121	94	46	28	37	326
	37,1%	28,8%	14,1%	8,6%	11,3%	100%
Σουηδία	48	143	58	39	37	325
	14,8%	44%	17,8%	12%	11,4%	100%
Ην. Βασίλειο	151	176	87	70	81	565
	26,7%	31,2%	15,4%	12,4%	14,3%	100%
Σύνολο	997	1195	556	513	662	3923
	25,4%	30,5%	14,2%	13,1%	16,9%	100%



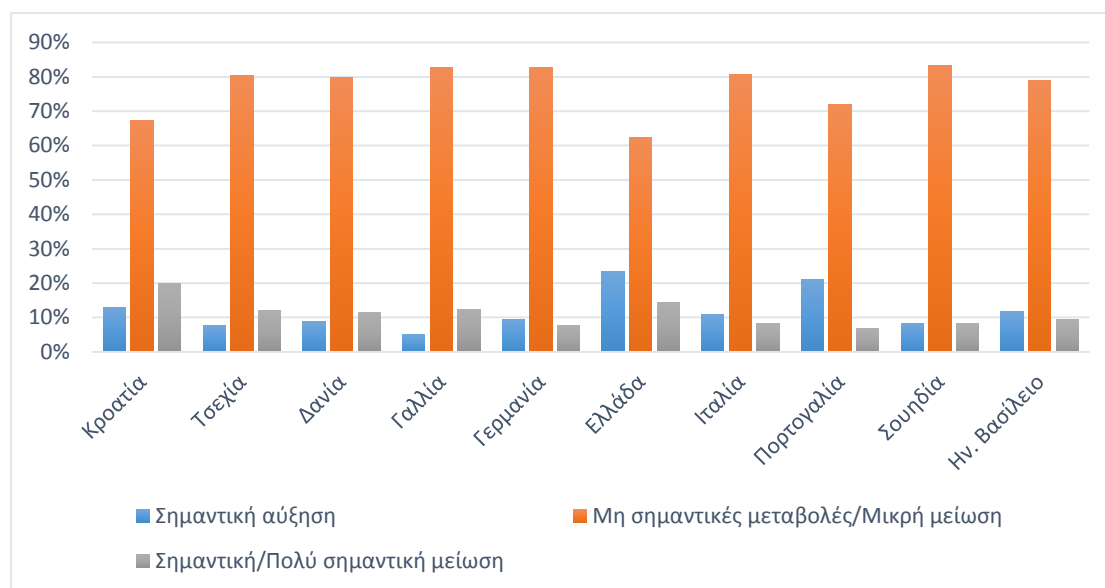
Διάγραμμα 17: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις ανά χώρα

Σύμφωνα με τον Πίνακα 31, παρατηρείται ότι από τη μια μεριά μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων στην Ελλάδα (34,6%), την Ιταλία (37,6%) και την Πορτογαλία (37,1%), εμφάνισε σημαντική αύξηση των πωλήσεων, ενώ από την άλλη το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων στην Κροατία (48%) εμφάνισε σημαντική/πολύ σημαντική μείωση των πωλήσεων.

Πίνακας 32: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις εξαγωγές ανά χώρα

	Σημαντική αύξηση (>5%)	Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	Μικρή μείωση (-5% με -10%)	Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	Σύνολο
Κροατία	22	109	6	8	26	171
	12,9%	63,7%	3,5%	4,7%	15,2%	100%
Τσεχία	14	128	20	13	9	184
	7,6%	69,6%	10,9%	7,1%	4,9%	100%
Δανία	28	248	10	14	23	323
	8,7%	76,8%	3,1%	4,3%	7,1%	100%
Γαλλία	20	312	23	23	27	405
	4,9%	77%	5,7%	5,7%	6,7%	100%
Γερμανία	45	373	18	9	27	472
	9,5%	79%	3,8%	1,9%	5,7%	100%
Ελλάδα	54	131	13	18	15	231
	23,4%	56,7%	5,6%	7,8%	6,5%	100%
Ιταλία	59	417	17	13	32	538
	11%	77,5%	3,2%	2,4%	5,9%	100%
Πορτογαλία	51	154	21	4	13	243
	21%	63,4%	8,6%	1,6%	5,3%	100%
Σουηδία	22	208	11	8	14	263
	8,4%	79,1%	4,2%	3%	5,3%	100%
Ην. Βασίλειο	57	373	9	20	25	484
	11,8%	77,1%	1,9%	4,1%	5,2%	100%
Σύνολο	372	2453	148	130	211	3314
	11,2%	74%	4,5%	3,9%	6,4%	100%

Εμπειρικά αποτελέσματα

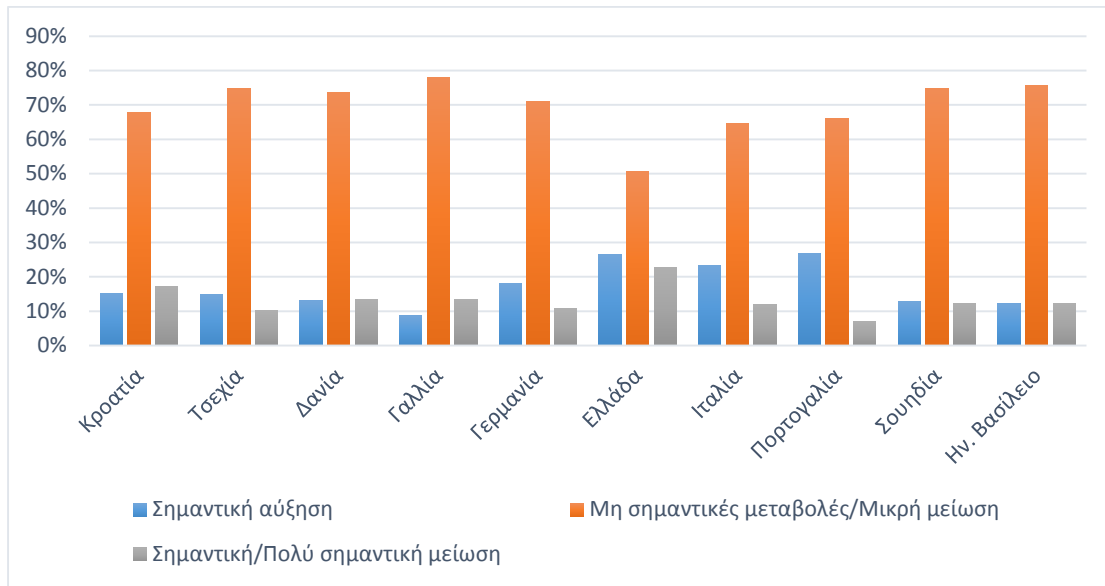


Διάγραμμα 18: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις εξαγωγές ανά χώρα

Σύμφωνα με τον Πίνακα 32, παρατηρείται ότι μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων στην Ελλάδα (23,4%) και στην Πορτογαλία (21%) εμφάνισε σημαντική αύξηση στις εξαγωγές ενώ μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων στην Κροατία (19,9%) και στην Ελλάδα (14,3%) εμφάνισε σημαντική/πολύ σημαντική μείωση των εξαγωγών.

Πίνακας 33: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στην απασχόληση ανά χώρα

	Σημαντική αύξηση (>5%)	Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	Μικρή μείωση (-5% με -10%)	Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	Σύνολο
Κροατία	30	119	15	15	19	198
	15,2%	60,1%	7,6%	7,6%	9,6%	100%
Τσεχία	29	119	27	12	8	195
	14,9%	61%	13,8%	6,2%	4,1%	100%
Δανία	43	220	21	18	26	328
	13,1%	67,1%	6,4%	5,5%	7,9%	100%
Γαλλία	45	380	25	27	43	520
	8,7%	73,1%	4,8%	5,2%	8,3%	100%
Γερμανία	99	360	27	14	45	545
	18,2%	66,1%	5%	2,6%	8,3%	100%
Ελλάδα	85	130	32	37	36	320
	26,6%	40,6%	10%	11,6%	11,2%	100%
Ιταλία	133	344	24	27	41	569
	23,4%	60,5%	4,2%	4,7%	7,2%	100%
Πορτογαλία	87	199	16	7	16	325
	26,8%	61,2%	4,9%	2,2%	4,9%	100%
Σουηδία	38	185	36	18	18	295
	12,9%	62,7%	12,2%	6,1%	6,1%	100%
Ην. Βασίλειο	68	388	35	24	45	560
	12,1%	69,3%	6,2%	4,3%	8%	100%
Σύνολο	657	2444	258	199	297	3855
	17%	63,4%	6,7%	5,2%	7,7%	100%



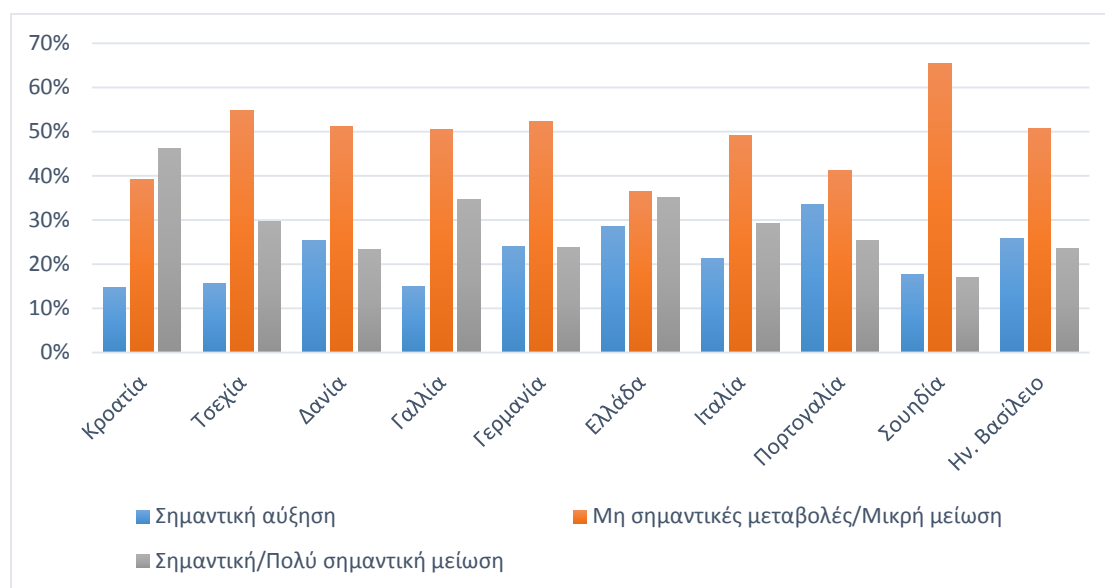
Διάγραμμα 19: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στην απασχόληση ανά χώρα

Οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα, στην Πορτογαλία και στην Ιταλία, είχαν τα μεγαλύτερα ποσοστά σημαντικής αύξησης της απασχόλησης (26,6%, 26,8% και 23,4% αντίστοιχα) και παράλληλα οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα παρουσίασαν και τα μεγαλύτερα ποσοστά σημαντικής/πολύ σημαντικής μείωσης της απασχόλησης (22,8%).

Πίνακας 34: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στα κέρδη ανά χώρα

	Σημαντική αύξηση (>5%)	Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	Μικρή μείωση (-5% με -10%)	Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	Σύνολο
Κροατία	29	56	21	28	63	197
	14,7%	28,4%	10,7%	14,2%	32%	100%
Τσεχία	30	70	35	30	27	192
	15,6%	36,5%	18,2%	15,6%	14,1%	100%
Δανία	81	123	41	35	40	320
	25,3%	38,4%	12,8%	10,9%	12,5%	100%
Γαλλία	82	183	93	83	107	548
	15%	33,4%	17%	15,1%	19,5%	100%
Γερμανία	130	221	62	49	80	542
	24%	40,8%	11,4%	9%	14,8%	100%
Ελλάδα	92	74	43	54	59	322
	28,6%	23%	13,4%	16,8%	18,3%	100%
Ιταλία	116	218	49	50	109	542
	21,4%	40,2%	9%	9,2%	20,1%	100%
Πορτογαλία	107	86	46	37	44	320
	33,4%	26,9%	14,4%	11,6%	13,8%	100%
Σουηδία	53	146	50	28	23	300
	17,7%	48,7%	16,7%	9,3%	7,7%	100%
Ην. Βασίλειο	146	197	88	59	73	563
	25,9%	35%	15,6%	10,5%	13%	100%
Σύνολο	866	1374	528	453	625	3846
	22,5%	35,7%	13,7%	11,8%	16,3%	100%

Εμπειρικά αποτελέσματα

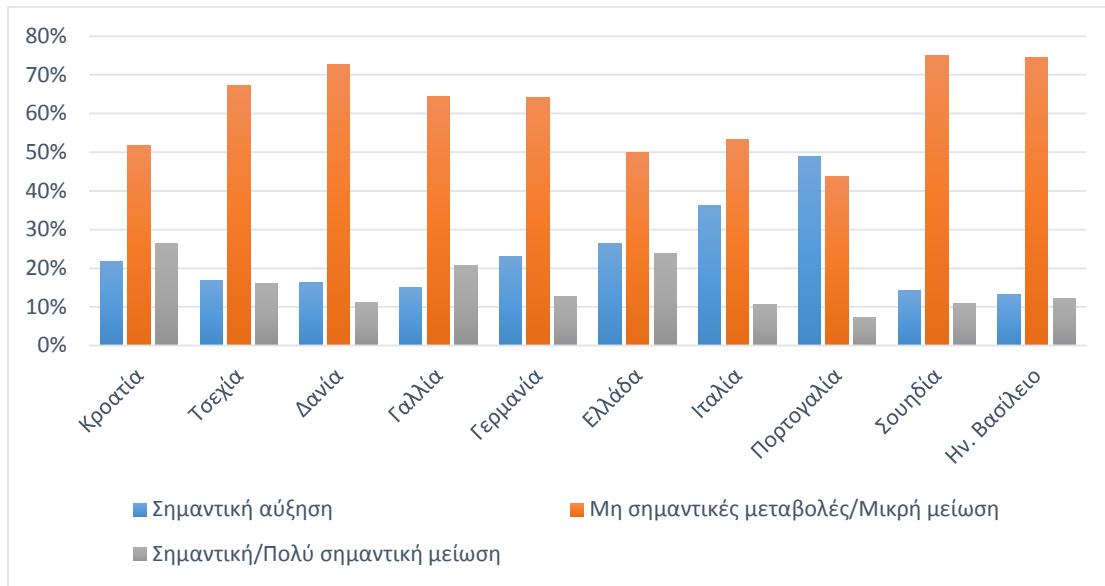


Διάγραμμα 20: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στα κέρδη ανά χώρα

Το μεγαλύτερο ποσοστό σημαντικής αύξησης κερδών κατέχουν οι επιχειρήσεις από την Πορτογαλία (33,4%) και ακολουθούν οι επιχειρήσεις από την Ελλάδα (28,6%). Από τις επιχειρήσεις που εμφάνισαν σημαντική/πολύ σημαντική μείωση των κερδών τα μεγαλύτερα ποσοστά εμφανίζονται στην Κροατία (46,2%), στην Ελλάδα (35,1%) και στη Γαλλία (34,6%).

Πίνακας 35: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις επενδύσεις ανά χώρα

	Σημαντική αύξηση (>5%)	Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	Μικρή μείωση (-5% με -10%)	Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	Σύνολο
Κροατία	43	91	11	11	41	197
	21,8%	46,2%	5,6%	5,6%	20,8%	100%
Τσεχία	32	112	17	16	15	192
	16,7%	58,3%	8,9%	8,3%	7,8%	100%
Δανία	53	219	19	19	17	327
	16,2%	67%	5,8%	5,8%	5,2%	100%
Γαλλία	80	301	45	48	63	537
	14,9%	56,1%	8,4%	8,9%	11,7%	100%
Γερμανία	126	312	39	21	48	546
	23,1%	57,1%	7,1%	3,8%	8,8%	100%
Ελλάδα	82	128	26	36	37	309
	26,5%	41,4%	8,4%	11,7%	12%	100%
Ιταλία	203	281	19	18	41	562
	36,1%	50%	3,4%	3,2%	7,3%	100%
Πορτογαλία	158	126	16	10	14	324
	48,8%	38,9%	4,9%	3,1%	4,3%	100%
Σουηδία	42	191	30	13	19	295
	14,2%	64,7%	10,2%	4,4%	6,4%	100%
Ην. Βασίλειο	71	371	34	32	35	543
	13,1%	68,3%	6,3%	5,9%	6,4%	100%
Σύνολο	890	2132	256	224	330	3832
	23,2%	55,6%	6,7%	5,8%	8,6%	100%



Διάγραμμα 21: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις επενδύσεις ανά χώρα

Κατά την ανάλυση των δεδομένων του Πίνακα 35, προκύπτει ότι από τις επιχειρήσεις που παρουσίασαν σημαντική αύξηση των επενδύσεων, τα μεγαλύτερα ποσοστά κατέχουν οι επιχειρήσεις στις χώρες του Ευρωπαϊκού νότου (Πορτογαλία (48,8%), Ιταλία (36,1%) και Ελλάδα (26,5%)). Στον αντίποδα από τις επιχειρήσεις που παρουσίασαν σημαντική/πολύ σημαντική μείωση των επενδύσεων τα μεγαλύτερα ποσοστά κατέχουν οι επιχειρήσεις στην Κροατία (26,4%) και στην Ελλάδα (23,7%).

Στη συνέχεια γίνεται ανάλυση του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων ανά χώρα κατά τα τρία τελευταία έτη διεξαγωγής της έρευνας (2007-2009):

Πίνακας 36: Κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες ανά χώρα

	Μέχρι 200	200-400	401-1700	1701-4000	4001-8500	8501-40000	Πάνω από 40000	Σύνολο
Κροατία	74	28	50	15	7	1	0	175
	42,3%	16%	28,6%	8,6%	4%	0,6%	0%	100%
Τσεχία	59	42	52	16	6	3	1	179
	33%	23,5%	29,1%	8,9%	3,4%	1,7%	0,6%	100%
Δανία	134	70	77	17	5	3	2	308
	43,5%	22,7%	25%	5,5%	1,6%	1%	0,6%	100%
Γαλλία	276	113	120	22	5	1	1	538
	51,3%	21%	22,3%	4,1%	0,9%	0,2%	0,2%	100%
Γερμανία	164	115	159	55	17	6	2	518
	31,7%	22,2%	30,7%	10,6%	3,3%	1,2%	0,4%	100%

Εμπειρικά αποτελέσματα

Ελλάδα	40	59	77	25	8	6	56	271
	14,8%	21,8%	28,4%	9,2%	3%	2,2%	20,7%	100%
Ιταλία	113	92	210	97	24	9	7	552
	20,5%	16,7%	38%	17,6%	4,3%	1,6%	1,3%	100%
Πορτογαλία	150	72	68	15	7	2	4	318
	47,2%	22,6%	21,4%	4,7%	2,2%	0,6%	1,3%	100%
Σουηδία	170	61	59	18	6	0	0	314
	54,1%	19,4%	18,8%	5,7%	1,9%	0%	0%	100%
Ην. Βασίλειο	204	102	132	39	9	8	45	539
	37,8%	18,9%	24,5%	7,2%	1,7%	1,5%	8,3%	100%
Σύνολο	1384	754	1004	319	94	39	118	3712
	37,3%	20,3%	27%	8,6%	2,5%	1,1%	3,2%	100%

Από τα αποτελέσματα της ανάλυσης προκύπτει ότι οι επιχειρήσεις από τη Σουηδία και τη Γαλλία εμφανίζουν αυξημένα ποσοστά επιχειρήσεων με κύκλο εργασιών μέχρι 200 χιλιάδες λίρες (54,1% και 51,3% αντίστοιχα).

Σημαντική στατιστική διαφορά προκύπτει και στις επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών πάνω από 40 εκατομμύρια λίρες καθώς εκεί δήλωσε ότι ανήκει το 20,7% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα και το 8,3% των επιχειρήσεων στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Ακολούθως γίνεται ανάλυση του μέσου όρου των κερδών των επιχειρήσεων ανά χώρα κατά τα έτη 2007-2009:

Πίνακας 37: Μέσος όρος των κερδών των επιχειρήσεων την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες ανά χώρα

	Απώλειες	Μέχρι 40	41-130	131-170	171-450	451-850	850-4000	Πάνω από 4000	Σύνολο
Κροατία	17	99	38	5	7	3	2	0	171
	9,9%	57,9%	22,2%	2,9%	4,1%	1,8%	1,2%	0%	100%
Τσεχία	18	90	35	3	9	5	5	0	165
	10,9%	54,5%	21,2%	1,8%	5,5%	3%	3%	0%	100%
Δανία	45	156	69	12	11	6	3	1	303
	14,9%	51,5%	22,8%	4%	3,6%	2%	1%	0,3%	100%
Γαλλία	106	318	65	14	11	1	1	0	516
	20,5%	61,6%	12,6%	2,7%	2,1%	0,2%	0,2%	0%	100%
Γερμανία	64	203	135	30	32	8	3	0	475
	13,5%	42,7%	28,4%	6,3%	6,7%	1,7%	0,6%	0%	100%

Ελλάδα	34	91	64	19	27	13	4	1	253
	13,4%	36%	25,3%	7,5%	10,7%	5,1%	1,6%	0,4%	100%
Ιταλία	74	315	89	19	16	4	4	4	525
	14,1%	60%	17%	3,6%	3%	0,8%	0,8%	0,8%	100%
Πορτογαλία	41	197	25	15	7	3	2	2	292
	14%	67,5%	8,6%	5,1%	2,4%	1%	0,7%	0,7%	100%
Σουηδία	25	202	33	8	9	4	1	0	282
	8,9%	71,6%	11,7%	2,8%	3,2%	1,4%	0,4%	0%	100%
Ην. Βασίλειο	72	200	143	27	47	14	11	3	517
	13,9%	38,7%	27,7%	5,2%	9,1%	2,7%	2,1%	0,6%	100%
Σύνολο	496	1871	696	152	176	61	36	11	3499
	14,2%	53,5%	19,9%	4,3%	5%	1,7%	1%	0,3%	100%

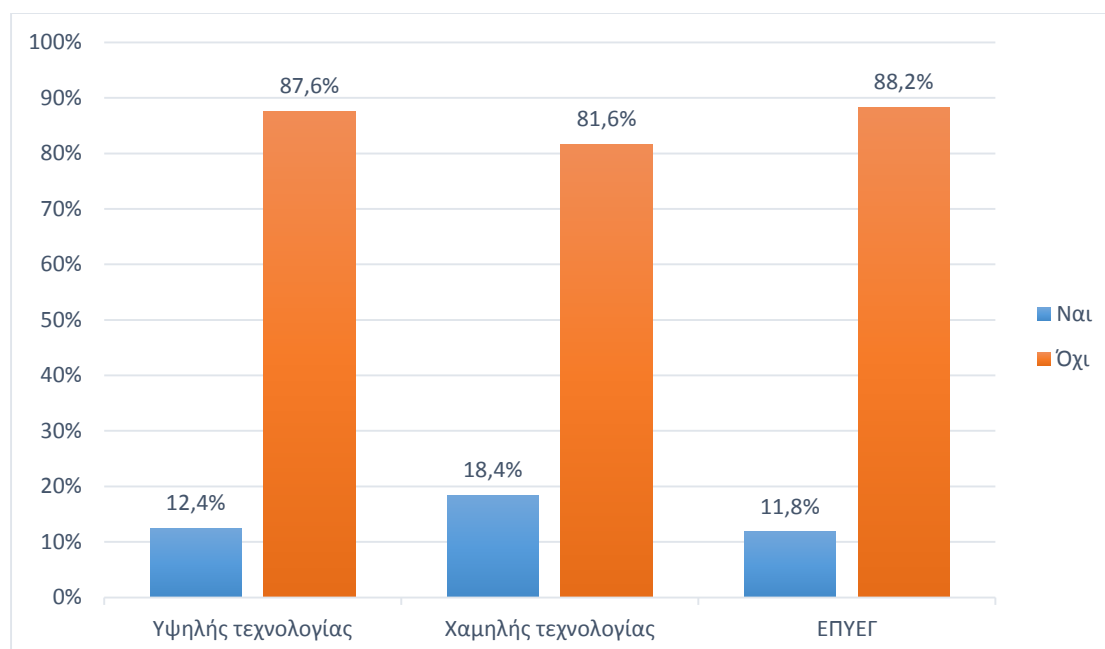
Κατά την εξαγωγή των συμπερασμάτων του παραπάνω πίνακα προκύπτει ότι η Σουηδία είχε αυξημένο ποσοστό επιχειρήσεων με κέρδη μέχρι 40 χιλιάδες λίρες (71,6%), ενώ η Ελλάδα και το Ηνωμένο Βασίλειο είχαν αυξημένα ποσοστά επιχειρήσεων με κέρδη 171-450 χιλιάδες λίρες (10,7% και 9,1% αντίστοιχα). Επιπρόσθετα η Ελλάδα είχε και το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων με κέρδη 451-850 χιλιάδες λίρες (5,1%).

3.3 Ανάλυση ανά ομάδα κλάδων οικονομικής δραστηριότητας

3.3.1 Δημιουργία επιχείρησης

Πίνακας 38: Δημιουργία επιχείρησης από προϋπάρχοντα οργανισμό ανά ομάδα κλάδων

	Προέκυψε η επιχείρηση από άλλον προϋπάρχοντα οργανισμό;		
	Ναι	Όχι	Σύνολο
Υψηλής τεχνολογίας	52 12,4%	366 87,6%	418 100%
Χαμηλής τεχνολογίας	218 18,4%	966 81,6%	1184 100%
ΕΠΥΕΓ	278 11,8%	2074 88,2%	2352 100%
Σύνολο	548 13,9%	3406 86,1%	3954 100%



Διάγραμμα 22: Δημιουργία επιχείρησης από προϋπάρχοντα οργανισμό ανά ομάδα κλάδων

Σύμφωνα με το τεστ χ^2 με $\chi^2=29,458$, $df=2$, $p=0,000<0,05$ υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ της ίδρυσης επιχειρήσεων από προϋπάρχοντα οργανισμό και του κλάδου στον οποίο ανήκουν. Συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας κατά μεγαλύτερο ποσοστό σε σχέση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις (18,4%), προέκυψαν από προϋπάρχοντα οργανισμό.

Για τις επιχειρήσεις που απάντησαν θετικά, εξετάζουμε τον τύπο του οργανισμού από τον οποίο προέκυψαν (πανεπιστήμιο ή άλλη επιχείρηση):

Πίνακας 39: Ποσοστά προϋπαρχόντων οργανισμών των επιχειρήσεων ανά ομάδα κλάδων

	Προϋπάρχον οργανισμός		
	Πανεπιστήμιο	Εταιρεία	Σύνολο
Υψηλής τεχνολογίας	2	50	52
	3,8%	96,2%	100%
Χαμηλής τεχνολογίας	0	218	218
	0%	100%	100%
ΕΠΥΕΓ	12	266	278
	4,3%	95,7%	100%
Σύνολο	14	534	548
	2,6%	97,4%	100%

Σύμφωνα με το τεστ χ^2 με $\chi^2=9,530$, $df=2$, $p=0,009<0,05$ το αποτέλεσμα της ανάλυσης είναι στατιστικά σημαντικό. Συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και οι ΕΠΥΕΓ, σε σχέση με τις επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας, προέρχονται από πανεπιστήμια σε μεγαλύτερο ποσοστό (3,8% και 4,3% αντίστοιχα).

Επιπρόσθετα, για τις επιχειρήσεις που ιδρύθηκαν από άλλες επιχειρήσεις, εξετάζουμε τη σχέση που έχουν με την επιχείρηση από την οποία προέκυψαν:

Πίνακας 40: Σύνδεση επιχείρησης με την προϋπάρχουσα εταιρεία ανά ομάδα κλάδων

	Σύνδεση με την προϋπάρχουσα εταιρεία ως:					Σύνολο
	Συνεργάτης	Ανταγωνιστής	Πελάτης	Προμηθευτής	Κανένα από αυτά	
Υψηλής τεχνολογίας	8	3	4	3	32	50
	16%	6%	8%	6%	64%	100%
Χαμηλής τεχνολογίας	33	11	10	13	151	218
	15,1%	5%	4,6%	6%	69,3%	100%
ΕΠΥΕΓ	77	12	14	12	151	266
	28,9%	4,5%	5,3%	4,5%	56,8%	100%
Σύνολο	118	26	28	28	334	534
	22,1%	4,9%	5,2%	5,2%	62,5%	100%

Κατά την ανάλυση των αποτελεσμάτων ανά ομάδα κλάδων, παρατηρούμε ότι μεγαλύτερο ποσοστό ΕΠΥΕΓ (28,9%) σε σχέση με τις επιχειρήσεις χαμηλής και υψηλής τεχνολογίας (15,1% και 16% αντίστοιχα), συνδέονται ως συνεργάτες με την προϋπάρχουσα εταιρεία.

Σύμφωνα με το τεστ χ^2 με $\chi^2=15,941$, $df=8$, $p=0,043<0,05$ το αποτέλεσμα είναι στατιστικά σημαντικό.

Εμπειρικά αποτελέσματα

Στη συνέχεια εξετάζουμε τη σπουδαιότητα των ακόλουθων παραγόντων για τη δημιουργία της επιχείρησης (σε κλίμακα 1-5 όπου το 1 είναι ασήμαντο και το 5 είναι εξαιρετικά σημαντικό):

Πίνακας 41: Σπουδαιότητα παραγόντων για τη δημιουργία της επιχείρησης ανά ομάδα κλάδων

	Υψηλής τεχνολογίας	Χαμηλής τεχνολογίας	ΕΠΥΕΓ	Σύνολο	Ανοva/Welch Test
Εργασιακή εμπειρία στον τρέχοντα κλάδο δραστηριοποίησης	4,33	4,21	4,36	4,31	F=7,282 p=0,001<0,05
Τεχνικές γνώσεις και γνώσεις μηχανικού στον κλάδο	4,27	3,88	3,72	3,82	F=43,236 p=0,000<0,05
Γνώσεις σχεδιασμού	3,33	3,10	2,96	3,04	F=15,126 p=0,000<0,05
Γνώση της αγοράς	4,01	4,11	4,02	4,05	F=3,211 p=0,04<0,05
Δίκτυα που χτίστηκαν κατά τη διάρκεια προηγούμενης καριέρας	3,64	3,63	3,82	3,74	F=10,567 p=0,000<0,05
Διαθεσιμότητα χρηματοδότησης	3,46	3,68	3,13	3,33	F=74,087 p=0,000<0,05
Ευκαιρίες σε πρωτοβουλίες δημόσιων προμηθειών	2,10	2,14	2,06	2,09	F=1,466 p=0,231>0,05
Ύπαρξη ενός αρκετά μεγάλου πελάτη	3,32	3,34	3,20	3,25	F=4,902 p=0,007<0,05
Ευκαιρία που προκύπτει από τεχνολογική αλλαγή	3,38	2,91	2,94	2,98	F=22,274 p=0,000<0,05
Ευκαιρία που προκύπτει από μια νέα ανάγκη της αγοράς	3,47	3,31	3,22	3,27	F=7,765 p=0,000<0,05
Ευκαιρία που προκύπτει από νέες κανονιστικές ή θεσμικές απαιτήσεις	2,59	2,49	2,47	2,49	F=1,499 p=0,224>0,05

Εργασιακή εμπειρία στον τρέχοντα κλάδο δραστηριοποίησης: Το Welch test με $F(2, 1084,298)=7,282$, $p=0,001<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι οι ΕΠΥΕΓ έχουν στατιστικά σημαντική διαφορά με τις επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας. Η εργασιακή εμπειρία στον τρέχοντα κλάδο δραστηριοποίησης αποτελεί σημαντικότερο παράγοντα για τη δημιουργία ΕΠΥΕΓ και λιγότερο σημαντικό παράγοντα για τη δημιουργία επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας.

Τεχνικές γνώσεις και γνώσεις μηχανικού στον κλάδο: Το Welch test με $F(2, 1235,245)=43,236$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ και των τριών ομάδων επιχειρήσεων. Οι τεχνικές γνώσεις και οι γνώσεις μηχανικού στον κλάδο

αποτελούν πιο σημαντικό παράγοντα για τη δημιουργία επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας, ενώ αποτελούν λιγότερο σημαντικό παράγοντα για τη δημιουργία ΕΠΥΕΓ.

Γνώσεις σχεδιασμού: Το Welch test με $F(2, 1151,569)=15,126$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι και οι τρεις ομάδες κλάδων παρουσιάζουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ τους. Οι γνώσεις σχεδιασμού είναι σημαντικότερος παράγοντας για τη δημιουργία επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο σημαντικός για τη δημιουργία ΕΠΥΕΓ.

Γνώση της αγοράς: Η ANOVA με $F(2,3943)=3,211$, $p=0,04<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι οριακά (καθώς το $p=0,044$) υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Η γνώση της αγοράς είναι σημαντικότερη παράμετρος για τη δημιουργία επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας σε σχέση με τις επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας.

Δίκτυα που χτίστηκαν κατά τη διάρκεια προηγούμενης καριέρας: Η ANOVA με $F(2,3930)=10,567$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τα δίκτυα που χτίστηκαν κατά τη διάρκεια προηγούμενης καριέρας είναι σημαντικότερη παράμετρος για τη δημιουργία ΕΠΥΕΓ και λιγότερο σημαντική για τη δημιουργία επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας.

Διαθεσιμότητα χρηματοδότησης: Το Welch test με $F(2, 1127,032)=74,087$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι και οι τρεις ομάδες κλάδων παρουσιάζουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ τους. Η διαθεσιμότητα χρηματοδότησης είναι σημαντικότερος παράγοντας για τη δημιουργία επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και λιγότερο σημαντικός για τις ΕΠΥΕΓ.

Ευκαιρίες σε πρωτοβουλίες δημόσιων προμηθειών: Η ANOVA με $F(2,3896)=1,466$, $p=0,231>0,05$ δείχνει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των κλάδων. Οι ευκαιρίες σε πρωτοβουλίες δημόσιων προμηθειών είναι σημαντικότερη παράμετρος για τη δημιουργία επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και λιγότερο σημαντική για τη δημιουργία ΕΠΥΕΓ.

Ύπαρξη ενός αρκετά μεγάλου πελάτη: Η ANOVA με $F(2,3935)=4,902$, $p=0,007<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Η ύπαρξη ενός αρκετά μεγάλου πελάτη είναι σημαντικότερος παράγοντας για τη δημιουργία επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και λιγότερο σημαντικός για τη δημιουργία ΕΠΥΕΓ.

Ευκαιρία που προκύπτει από τεχνολογική αλλαγή: Το Welch test με $F(2, 1124,912)=22,274$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Ο συγκεκριμένος παράγοντας είναι σημαντικότερος για τη δημιουργία επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο σημαντικός για τη δημιουργία επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας.

Ευκαιρία που προκύπτει από μια νέα ανάγκη της αγοράς: Η ANOVA με $F(2,3924)=7,765$, $p=0,007<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Ο συγκεκριμένος παράγοντας είναι σημαντικότερος για τη δημιουργία επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο σημαντικός για τη δημιουργία ΕΠΥΕΓ.

Ευκαιρία που προκύπτει από νέες κανονιστικές ή θεσμικές απαιτήσεις: Το Welch test με $F(2, 1117,926)=1,499$, $p=0,224>0,05$ δείχνει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των κλάδων. Ο συγκεκριμένος παράγοντας είναι σημαντικότερος για τη δημιουργία επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο σημαντικός για τη δημιουργία ΕΠΥΕΓ.

Στη συνέχεια ζητήθηκε από τους ιδρυτές να υπολογίσουν το ποσοστό της χρηματοδότησης που προήλθε από τις ακόλουθες πηγές για τη σύσταση της εταιρείας τους:

Πίνακας 42: Ποσοστό της χρηματοδότησης για τη δημιουργία της επιχείρησης ανά ομάδα κλάδων

	Υψηλής τεχνολογίας	Χαμηλής τεχνολογίας	ΕΠΥΕΓ	Σύνολο	Anova/Welch Test
Ίδια κεφάλαια	66,25%	62,59%	79,18%	72,86%	F=88,169 p=0,000<0,05
Χρηματοδότηση από μέλος της οικογένειας	3,14%	6,82%	2,91%	4,11%	F=17,084 p=0,000<0,05
Χρηματοδότηση από προηγούμενο εργοδότη	0,96%	0,95%	1,17%	1,08%	F=0,297 p=0,743>0,05
Επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου	3,38%	1,73%	2,02%	2,08%	F=2,071 p=0,127>0,05
Χρηματοδότηση από τράπεζα	19,43%	22,26%	9,79%	14,6%	F=81,124 p=0,000<0,05
Δημόσια χρηματοδότηση	2,81%	2,52%	2,38%	2,47%	F=0,270 p=0,763>0,05
Χρηματοδότηση από την ΕΕ	0,79%	1,98%	0,57%	1,02%	F=10,574 p=0,000<0,05
Άλλες πηγές	4,25%	1,61%	3,04%	2,74%	F=7,858 p=0,000<0,05

Ίδια κεφάλαια: Το Welch test με $F(2, 1053,947)=88,169$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Χρηματοδότηση από ίδια κεφάλαια χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι ΕΠΥΕΓ και σε μικρότερο ποσοστό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Χρηματοδότηση από μέλος της οικογένειας: Το Welch test με $F(2, 1073,876)=17,084$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Χρηματοδότηση από μέλος της οικογένειας χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο ποσοστό οι ΕΠΥΕΓ.

Χρηματοδότηση από προηγούμενο εργοδότη: Η ANOVA με $F(2,3742)=0,297$, $p=0,743>0,05$ δείχνει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των κλάδων. Χρηματοδότηση από προηγούμενο εργοδότη χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι ΕΠΥΕΓ και σε μικρότερο ποσοστό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου: Το Welch test με $F(2, 1022,210)=2,071$, $p=0,127>0,05$ δείχνει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των κλάδων. Επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο ποσοστό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Χρηματοδότηση από τράπεζα: Το Welch test με $F(2, 990,388)=81,124$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Χρηματοδότηση από τράπεζα χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο ποσοστό οι ΕΠΥΕΓ.

Δημόσια χρηματοδότηση από εθνική κυβέρνηση ή τοπικές αρχές: Η ANOVA με $F(2,3748)=0,270$, $p=0,763>0,05$ δείχνει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των

κλάδων. Δημόσια χρηματοδότηση από εθνική κυβέρνηση ή τοπικές αρχές χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο ποσοστό οι ΕΠΥΕΓ.

Χρηματοδότηση από την ΕΕ: Το Welch test με $F(2, 1040,762)=10,574$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Χρηματοδότηση από την ΕΕ χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο ποσοστό οι ΕΠΥΕΓ.

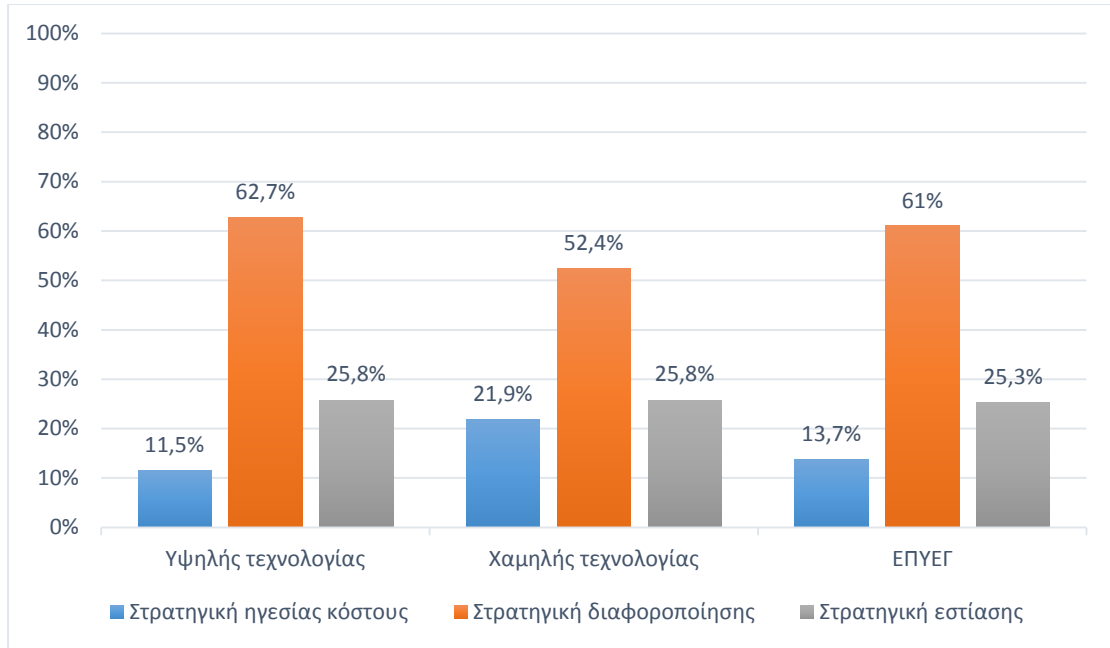
Άλλες πηγές: Το Welch test με $F(2, 1031,691)=7,858$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Χρηματοδότηση από άλλες πηγές χρησιμοποίησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο ποσοστό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

3.3.2 Στρατηγική

3.3.2.1 Εντοπισμός και αξιοποίηση τεχνικών και εμπορικών ευκαιριών

Πίνακας 43: Κύρια στρατηγική επιχείρησης ανά ομάδα κλάδων

	Ποια είναι η κύρια στρατηγική της επιχείρησης;			
	Προσφορά τυποποιημένων προϊόντων/υπηρεσιών με χαμηλό κόστος	Προσφορά μοναδικών προϊόντων και υπηρεσιών	Εκμετάλλευση ευκαιριών σε συγκεκριμένες αγορές	Σύνολο
Υψηλής τεχνολογίας	48	262	108	418
	11,5%	62,7%	25,8%	100%
Χαμηλής τεχνολογίας	259	620	305	1184
	21,9%	52,4%	25,8%	100%
ΕΠΥΕΓ	322	1434	596	2352
	13,7%	61%	25,3%	100%
Σύνολο	629	2316	1009	3954
	15,9%	58,6%	25,5%	100%



Διάγραμμα 23: Κύρια στρατηγική επιχείρησης ανά ομάδα κλάδων

Σύμφωνα με το τεστ χ^2 με $\chi^2=50,288$, $df=4$, $p=0,000<0,05$ υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ της στρατηγικής που ακολουθεί η κάθε επιχείρηση και του κλάδου στον οποίο ανήκει. Συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας κατά μεγαλύτερο ποσοστό σε σχέση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις εφάρμοσαν τη στρατηγική της προσφοράς τυποποιημένων προϊόντων/υπηρεσιών με χαμηλό κόστος (στρατηγική ηγεσίας κόστους), ενώ οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας, κατά μεγαλύτερο ποσοστό σε σχέση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις, χρησιμοποίησαν ως στρατηγική την προσφορά μοναδικών προϊόντων και υπηρεσιών (στρατηγική διαφοροποίησης).

Στη συνέχεια οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων κλήθηκαν να απαντήσουν σε ποιο βαθμό συμφωνούν ή διαφωνούν με τις ακόλουθες δηλώσεις οι οποίες αφορούν την ανίχνευση και την αξιοποίηση των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία τους (σε κλίμακα 1-5 όπου το 1 σημαίνει διαφωνώ απόλυτα και το 5 συμφωνώ απόλυτα):

Εμπειρικά αποτελέσματα

Πίνακας 44: Σπουδαιότητα δραστηριοτήτων για την ανίχνευση και αξιοποίηση των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία ανά ομάδα κλάδων

	Υψηλής τεχνολογίας	Χαμηλής τεχνολογίας	ΕΠΥΕΓ	Σύνολο	Anova/Welch Test
Η εταιρεία μας παρατηρεί ενεργά και υιοθετεί τις βέλτιστες πρακτικές στον κλάδο μας	415	1179	2345	3939	F=10,939 p=0,000<0,05
	3,94	3,77	3,97	3,90	
Η εταιρεία μας ανταποκρίνεται ταχέως στις κινήσεις των ανταγωνιστών	416	1181	2344	3941	F=12,092 p=0,000<0,05
	3,88	3,59	3,60	3,63	
Αλλάζουμε τις πρακτικές μας με βάση τα σχόλια των πελατών	418	1178	2346	3942	F=18,238 p=0,000<0,05
	4,06	3,79	4,04	3,97	
Η εταιρεία μας εξετάζει τακτικά τις συνέπειες της μεταβαλλόμενης ζήτησης της αγοράς όσον αφορά νέα προϊόντα και υπηρεσίες	418	1183	2347	3948	F=5,710 p=0,003<0,05
	3,80	3,60	3,73	3,70	
Η εταιρεία μας είναι γρήγορη στο να αναγνωρίζει αλλαγές στην αγορά (π.χ. τον ανταγωνισμό, τους κανονισμούς, τη δημογραφία)	418	1181	2339	3938	F=3,461 p=0,032<0,05
	3,70	3,57	3,67	3,64	
Κατανοούμε γρήγορα νέες ευκαιρίες για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών μας	417	1180	2347	3944	F=4,912 p=0,008<0,05
	4,00	3,82	3,90	3,89	
Υπάρχει επίσημο τμήμα Ε&Α στην εταιρεία μας	416	1181	2342	3939	F=37,017 p=0,000<0,05
	2,77	2,09	2,04	2,13	
Υπάρχει επίσημο τμήμα μηχανικών και τεχνικών μελετών στην εταιρεία μας	416	1180	2340	3936	F=44,628 p=0,000<0,05
	2,89	2,07	2,12	2,19	
Η δραστηριότητα σχεδιασμού είναι σημαντική για την εισαγωγή νέων προϊόντων/υπηρεσιών στην αγορά	416	1176	2345	3937	F=17,249 p=0,000<0,05
	3,45	3,20	3,02	3,12	
Εφαρμόζουμε συστηματική εκπαίδευση/επιμόρφωση στο προσωπικό μας τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό της επιχείρησης	413	1182	2340	3935	F=5,636 p=0,004<0,05
	3,32	3,08	3,15	3,15	
Οι εργαζόμενοί μας μοιράζονται τις πρακτικές εμπειρίες τους σε συχνή βάση	414	1177	2331	3922	F=13,588 p=0,000<0,05
	3,87	3,55	3,78	3,72	

Η εταιρεία μας παρατηρεί ενεργά και υιοθετεί τις βέλτιστες πρακτικές στον κλάδο μας: Το Welch test με $F(2, 1093,325)=10,939$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τη συγκεκριμένη δραστηριότητα ανίχνευσης και αξιοποίησης των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι ΕΠΥΕΓ και σε μικρότερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Η εταιρεία μας ανταποκρίνεται ταχέως στις κινήσεις των ανταγωνιστών: Το Welch test με $F(2, 1125,908)=12,092$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τη συγκεκριμένη δραστηριότητα χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Αλλάζουμε τις πρακτικές μας με βάση τα σχόλια των πελατών: Το Welch test με $F(2, 1116,932)=18,238$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τη συγκεκριμένη δραστηριότητα χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Η εταιρεία μας εξετάζει τακτικά τις συνέπειες της μεταβαλλόμενης ζήτησης της αγοράς όσον αφορά νέα προϊόντα και υπηρεσίες: Το Welch test με $F(2, 1102,806)=5,710$, $p=0,003<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τη συγκεκριμένη δραστηριότητα χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Η εταιρεία μας είναι γρήγορη στο να αναγνωρίζει αλλαγές στην αγορά (π.χ. τον ανταγωνισμό, τους κανονισμούς, τη δημογραφία): Το Welch test με $F(2, 1109,944)=3,461$, $p=0,032<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει οριακά ($p=0,04$) ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τη συγκεκριμένη δραστηριότητα χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Κατανοούμε γρήγορα νέες ευκαιρίες για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών μας: Το Welch test με $F(2, 1114,035)=4,912$, $p=0,008<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας.

Τη συγκεκριμένη δραστηριότητα χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Υπάρχει επίσημο τμήμα E&A στην εταιρεία μας: Το Welch test με $F(2, 1077,033)=37,017$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τη συγκεκριμένη δραστηριότητα χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι ΕΠΥΕΓ.

Υπάρχει επίσημο τμήμα μηχανικών και τεχνικών μελετών στην εταιρεία μας: Το Welch test με $F(2, 1084,872)=44,628$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τη συγκεκριμένη δραστηριότητα χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Η δραστηριότητα σχεδιασμού είναι σημαντική για την εισαγωγή νέων προϊόντων/υπηρεσιών στην αγορά: Το Welch test με $F(2, 1128,342)=17,249$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας, των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τη συγκεκριμένη δραστηριότητα χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι ΕΠΥΕΓ.

Εφαρμόζουμε συστηματική εκπαίδευση/επιμόρφωση στο προσωπικό μας τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό της επιχείρησης: Το Welch test με $F(2, 1137,736)=5,636$, $p=0,004<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τη συγκεκριμένη δραστηριότητα χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Οι εργαζόμενοί μας μοιράζονται τις πρακτικές εμπειρίες τους σε συχνή βάση: Το Welch test με $F(2, 1142,462)=13,588$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ

των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τη συγκεκριμένη δραστηριότητα χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

3.3.2.2 Πηγές Γνώσης

Σε αυτό το στάδιο, οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων κλήθηκαν να αξιολογήσουν τη σημασία των παρακάτω πηγών γνώσεως για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών (σε μια κλίμακα 5 βαθμών όπου το 1 δεν είναι σημαντικό και το 5 είναι εξαιρετικά σημαντικό):

Πίνακας 45: Σημασία πηγών γνώσεως για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών ανά ομάδα κλάδων

	Υψηλής τεχνολογίας	Χαμηλής τεχνολογίας	ΕΠΥΕΓ	Σύνολο	Anova/Welch Test
Πελάτες	418	1184	2352	3954	F=3,435 p=0,033<0,05
	4,45	4,45	4,37	4,4	
Προμηθευτές	418	1184	2352	3954	F=203,377 p=0,000<0,05
	3,63	3,90	3,04	3,36	
Ανταγωνιστές	418	1184	2352	3954	F=22,179 p=0,000<0,05
	3,33	3,45	3,17	3,27	
Κρατικά ερευνητικά ιδρύματα	418	1184	2352	3954	F=3,097 p=0,045<0,05
	2,22	2,13	2,07	2,1	
Πανεπιστήμια	418	1184	2352	3954	F=5,170 p=0,006<0,05
	2,25	2,04	2,14	2,12	
Εξωτερικά εμπορικά εργαστήρια/εταιρείες E&A/τεχνολογικά ινστιτούτα	418	1184	2352	3954	F=25,236 p=0,000<0,05
	2,2	2,2	1,92	2,04	
Εσωτερικό της εταιρείας (τεχνογνωσία, εργαστήρια E&A μέσα στην εταιρεία)	418	1184	2352	3954	F=4,505 p=0,011<0,05
	3,48	3,24	3,25	3,27	
Εκθέσεις εταιρειών του κλάδου, συνέδρια και εκθέσεις	418	1184	2352	3954	F=27,181 p=0,000<0,05
	3,19	3,11	2,83	2,95	
Επιστημονικά περιοδικά και άλλες εμπορικές ή τεχνικές εκδόσεις	418	1184	2352	3954	F=26,276 p=0,000<0,05
	2,9	2,65	2,98	2,87	
Συμμετοχή σε χρηματοδοτούμενα από το κράτος ερευνητικά προγράμματα	418	1184	2352	3954	F=10,296 p=0,000<0,05
	2,12	1,95	1,84	1,9	
Συμμετοχή σε χρηματοδοτούμενα από την ΕΕ ερευνητικά προγράμματα (Προγράμματα Πλαίσιο)	418	1184	2352	3954	F=18,864 p=0,000<0,05
	2,11	1,99	1,77	1,87	

Πελάτες: Το Welch test με $F(2, 1148,129)=3,435$, $p=0,033<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει οριακά ($p=0,049$) ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας. Τη συγκεκριμένη πηγή γνώσης χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι ΕΠΥΕΓ.

Προμηθευτές: Το Welch test με $F(2, 1167,744)=203,377$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ όλων των ομάδων κλάδων. Τη συγκεκριμένη πηγή γνώσης χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι ΕΠΥΕΓ.

Ανταγωνιστές: Το Welch test με $F(2, 1113,833)=22,179$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Τη συγκεκριμένη πηγή γνώσης χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι ΕΠΥΕΓ.

Κρατικά ερευνητικά ιδρύματα: Η ANOVA με $F(2,3951)=3,097$, $p=0,045<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει οριακά ($p=0,058$) ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και ΕΠΥΕΓ. Τη συγκεκριμένη πηγή γνώσης χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι ΕΠΥΕΓ.

Πανεπιστήμια: Η ANOVA με $F(2,3951)=5,170$, $p=0,006<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Τη συγκεκριμένη πηγή γνώσης χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Εξωτερικά εμπορικά εργαστήρια/εταιρείες E&A/τεχνολογικά ινστιτούτα: Το Welch test με $F(2, 1081,847)=25,236$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Τη συγκεκριμένη πηγή γνώσης χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό

οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι ΕΠΥΕΓ.

Εσωτερικό της εταιρείας (τεχνογνωσία, εργαστήρια E&A μέσα στην εταιρεία): Η ANOVA με $F(2,3951)=4,505$, $p=0,011<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τη συγκεκριμένη πηγή γνώσης χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Εκθέσεις εταιρειών του κλάδου, συνέδρια και εκθέσεις: Η ANOVA με $F(2,3951)=27,181$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Τη συγκεκριμένη πηγή γνώσης χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι ΕΠΥΕΓ.

Επιστημονικά περιοδικά και άλλες εμπορικές ή τεχνικές εκδόσεις: Το Welch test με $F(2, 1135,652)=26,276$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τη συγκεκριμένη πηγή γνώσης χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι ΕΠΥΕΓ και σε μικρότερο βαθμό οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Συμμετοχή σε χρηματοδοτούμενα από το κράτος ερευνητικά προγράμματα: Το Welch test με $F(2, 1087,208)=10,296$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και στατιστικά οριακή ($p=0,048$) σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Τη συγκεκριμένη πηγή γνώσης χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι ΕΠΥΕΓ.

Συμμετοχή σε χρηματοδοτούμενα από την ΕΕ ερευνητικά προγράμματα (Προγράμματα Πλαίσιο): Το Welch test με $F(2, 1073,972)=18,864$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας

Εμπειρικά αποτελέσματα

και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Τη συγκεκριμένη πηγή γνώσης χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και σε μικρότερο βαθμό οι ΕΠΥΕΓ.

3.3.2.3 Δικτύωση

Σε αυτή την παράγραφο γίνεται ανάλυση των δικτύων στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση. Πιο συγκεκριμένα οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν σε ποιο βαθμό τα δίκτυα αυτά συνέβαλαν στις ακόλουθες λειτουργίες της επιχείρησης (σε μια κλίμακα 5 βαθμών όπου το 1 δεν είναι σημαντικό και το 5 είναι εξαιρετικά σημαντικό):

Πίνακας 46: Συμβολή των δικτύων στις λειτουργίες της επιχείρησης ανά ομάδα κλάδων

	Υψηλής τεχνολογίας	Χαμηλής τεχνολογίας	ΕΠΥΕΓ	Σύνολο	Anova/Welch Test
Επικοινωνία με τους πελάτες	418	1184	2352	3954	F=0,640 p=0,527>0,05
	4,17	4,09	4,11	4,11	
Επιλογή προμηθευτών	418	1184	2352	3954	F=146,624 p=0,000<0,05
	3,68	3,82	3,06	3,35	
Πρόσληψη ειδικευμένου εργατικού δυναμικού	418	1184	2352	3954	F=8,248 p=0,000<0,05
	3,48	3,42	3,26	3,33	
Συλλογή πληροφοριών σχετικά με τους ανταγωνιστές	418	1184	2352	3954	F=10,885 p=0,000<0,05
	3,27	3,29	3,1	3,17	
Πρόσβαση σε κανάλια διανομής	418	1184	2352	3954	F=19,86 p=0,000<0,05
	3,06	3,06	2,78	2,89	
Υποστήριξη για την απόκτηση επιχειρηματικών δανείων/προσέλκυση κεφαλαίων	418	1184	2352	3954	F=87,039 p=0,000<0,05
	2,65	2,78	2,16	2,4	
Διαφήμιση και προώθηση	418	1184	2352	3954	F=6,098 p=0,002<0,05
	2,81	2,95	2,79	2,84	
Ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών	418	1184	2352	3954	F=8,77 p=0,000<0,05
	3,53	3,23	3,25	3,28	
Διαχείριση παραγωγής και λειτουργιών	418	1184	2352	3954	F=110,256 p=0,000<0,05
	3,34	3,42	2,75	3,01	
Υποστήριξη στη διευθέτηση της φορολογίας ή άλλων νομικών ζητημάτων	418	1184	2352	3954	F=17,155 p=0,000<0,05
	2,74	2,97	2,7	2,79	
Διερεύνηση των δυνατοτήτων εξαγωγής	418	1184	2352	3954	F=89,582 p=0,000<0,05
	2,82	2,72	2,12	2,38	

Επικοινωνία με τους πελάτες: Η ANOVA με $F(2,3951)=0,64$, $p=0,527>0,05$ δείχνει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των κλάδων. Τα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση συνέβαλλαν στην επικοινωνία με τους πελάτες περισσότερο για τις επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο για τις επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Επιλογή προμηθευτών: Το Welch test με $F(2, 1169,642)=146,624$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Τα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση συνέβαλλαν στην επιλογή προμηθευτών περισσότερο για τις επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και λιγότερο για τις ΕΠΥΕΓ.

Πρόσληψη ειδικευμένου εργατικού δυναμικού: Το Welch test με $F(2, 1145,672)=8,248$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Τα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση συνέβαλλαν στην πρόσληψη ειδικευμένου εργατικού δυναμικού περισσότερο για τις επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο για τις ΕΠΥΕΓ.

Συλλογή πληροφοριών σχετικά με τους ανταγωνιστές: Η ANOVA με $F(2,3951)=10,885$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Τα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση συνέβαλλαν στη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τους ανταγωνιστές περισσότερο για τις επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και λιγότερο για τις ΕΠΥΕΓ.

Πρόσβαση σε κανάλια διανομής: Το Welch test με $F(2, 1126,006)=19,86$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Τα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση συνέβαλλαν στην πρόσβαση σε κανάλια διανομής περισσότερο για τις επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και τις επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και λιγότερο για τις ΕΠΥΕΓ.

Υποστήριξη για την απόκτηση επιχειρηματικών δανείων/προσέλκυση κεφαλαίων: Το Welch test με $F(2, 1089,946)=87,039$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική

διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Τα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση συνέβαλλαν στην υποστήριξη για την απόκτηση επιχειρηματικών δανείων/προσέλκυση κεφαλαίων περισσότερο για τις επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και λιγότερο για τις ΕΠΥΕΓ.

Διαφήμιση και προώθηση: Το Welch test με $F(2, 1133,185)=6,098$, $p=0,002<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση συνέβαλλαν στη διαφήμιση και προώθηση περισσότερο για τις επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και λιγότερο για τις ΕΠΥΕΓ.

Ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών: Η ANOVA με $F(2,3951)=8,77$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση συνέβαλλαν στην ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών περισσότερο για τις επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο για τις επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Διαχείριση παραγωγής και λειτουργιών: Το Welch test με $F(2, 1115,728)=110,256$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Τα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση συνέβαλλαν στη διαχείριση παραγωγής και λειτουργιών περισσότερο για τις επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και λιγότερο για τις ΕΠΥΕΓ.

Υποστήριξη στη διευθέτηση της φορολογίας ή άλλων νομικών ζητημάτων: Το Welch test με $F(2, 1117,429)=17,155$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Τα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση συνέβαλλαν στην υποστήριξη στη διευθέτηση της φορολογίας ή άλλων νομικών ζητημάτων περισσότερο για τις επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και λιγότερο για τις ΕΠΥΕΓ.

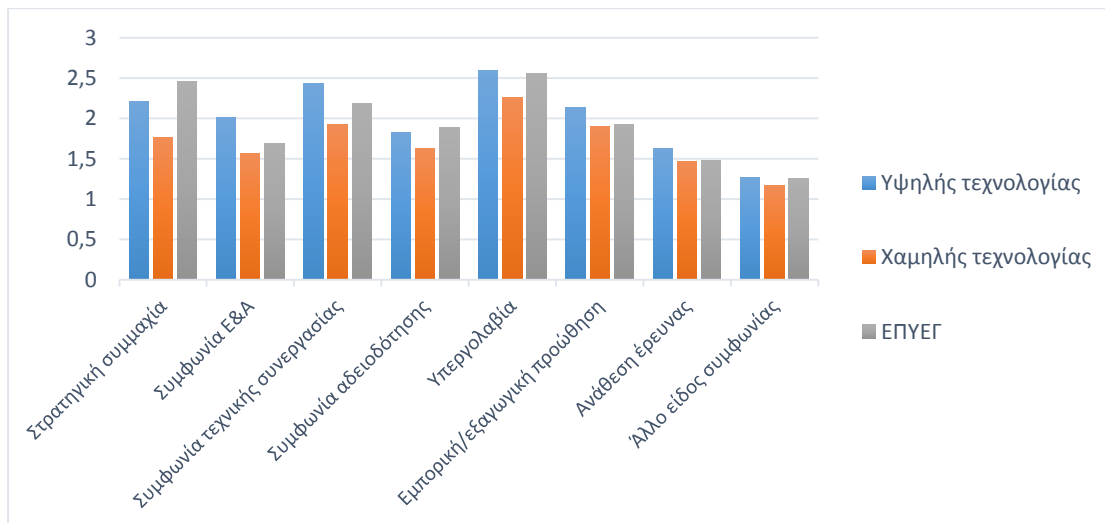
Διερεύνηση των δυνατοτήτων εξαγωγής: Το Welch test με $F(2, 1076,884)=89,582$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ΕΠΥΕΓ και των

επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας. Τα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση συνέβαλλαν στη διερεύνηση των δυνατοτήτων εξαγωγής περισσότερο για τις επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο για τις ΕΠΥΕΓ.

Στη συνέχεια οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αναφέρουν σε ποιο βαθμό η εταιρεία τους έχει συμμετάσχει στα παρακάτω είδη συμφωνιών (σε μια κλίμακα 5 βαθμών όπου το 1 είναι καθόλου και το 5 είναι πολύ συχνά):

Πίνακας 47: Συμμετοχή της επιχείρησης σε είδη συμφωνιών/συνεργασιών ανά ομάδα κλάδων

	Υψηλής τεχνολογίας	Χαμηλής τεχνολογίας	ΕΠΥΕΓ	Σύνολο	Ανοva/Welch Test
Στρατηγική συμμαχία	418	1184	2352	3954	F=113,789
	2,21	1,76	2,45	2,22	p=0,000<0,05
Συμφωνία Ε&Α	418	1184	2352	3954	F=23,967
	2,01	1,56	1,69	1,69	p=0,000<0,05
Συμφωνία τεχνικής συνεργασίας	418	1184	2352	3954	F=31,111
	2,43	1,92	2,18	2,12	p=0,000<0,05
Συμφωνία αδειοδότησης	418	1184	2352	3954	F=20,594
	1,83	1,63	1,89	1,81	p=0,000<0,05
Υπεργολαβία	418	1184	2352	3954	F=18,361
	2,60	2,26	2,55	2,47	p=0,000<0,05
Εμπορική/εξαγωγική προώθηση	418	1184	2352	3954	F=6,834
	2,14	1,90	1,92	1,94	p=0,001<0,05
Ανάθεση έρευνας	418	1184	2352	3954	F=4,646
	1,63	1,46	1,48	1,49	p=0,01<0,05
Άλλο είδος συμφωνίας	418	1184	2352	3954	F=5,851
	1,26	1,16	1,25	1,22	p=0,003<0,05



Διάγραμμα 24: Συμμετοχή της επιχείρησης σε είδη συμφωνιών/συνεργασιών ανά ομάδα κλάδων

Στρατηγική συμμαχία: Το Welch test με $F(2, 1136,596)=113,789$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ όλων των κλάδων. Συμμετοχή σε συμφωνία στρατηγικής συμμαχίας χρησιμοποιούν περισσότερο οι ΕΠΥΕΓ και λιγότερο οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Συμφωνία E&A: Το Welch test με $F(2, 1085,693)=23,967$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ όλων των κλάδων. Συμμετοχή σε συμφωνία E&A χρησιμοποιούν περισσότερο οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Συμφωνία τεχνικής συνεργασίας: Το Welch test με $F(2, 1115,581)=31,111$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ όλων των κλάδων. Συμμετοχή σε συμφωνία τεχνικής συνεργασίας χρησιμοποιούν περισσότερο οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Συμφωνία αδειοδότησης: Το Welch test με $F(2, 1135,028)=20,594$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Συμμετοχή σε συμφωνία αδειοδότησης χρησιμοποιούν περισσότερο οι ΕΠΥΕΓ και λιγότερο οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Υπεργολαβία: Το Welch test με $F(2, 1117,095)=18,361$, $p=0,000<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Συμμετοχή σε συμφωνία υπεργολαβίας χρησιμοποιούν περισσότερο οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Εμπορική/εξαγωγική προώθηση: Η ANOVA με $F(2,3951)=6,834$, $p=0,001<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Tukey post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Συμμετοχή σε συμφωνία εμπορικής/εξαγωγικής προώθησης χρησιμοποιούν περισσότερο οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Ανάθεση έρευνας: Το Welch test με $F(2, 1088,284)=4,646$, $p=0,01<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Συμμετοχή σε συμφωνία ανάθεσης έρευνας χρησιμοποιούν περισσότερο οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Άλλο είδος συμφωνίας: Το Welch test με $F(2, 1102,435)=5,851$, $p=0,003<0,05$ δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά. Το Games-Howell post hoc test δείχνει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας και των ΕΠΥΕΓ. Συμμετοχή σε άλλου είδους συμφωνία χρησιμοποιούν περισσότερο οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και λιγότερο οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

3.3.3 Επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης

Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται σε επίπεδο ομάδας κλάδων μια μελέτη της επίδρασης της οικονομικής κρίσης στις επιδόσεις των επιχειρήσεων.

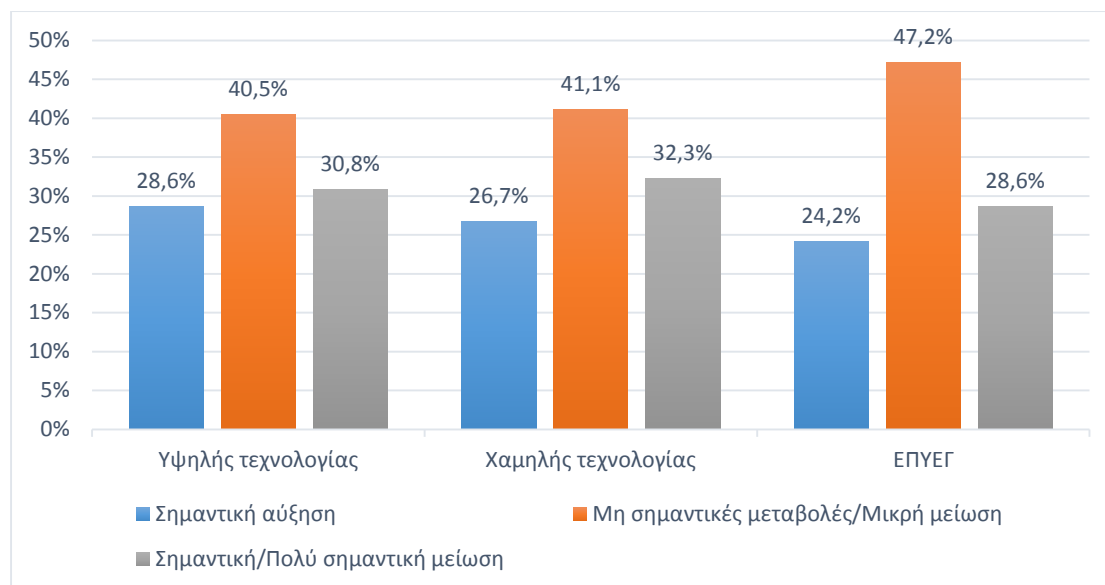
Αρχικά εξετάζεται πώς η υπάρχουσα οικονομική κρίση επηρέασε τις επιχειρήσεις όσον αφορά (μεταβολές το 2009 σε σύγκριση με το 2008):

- α) Τις πωλήσεις
- β) Τις εξαγωγές
- γ) Την απασχόληση
- δ) Τα κέρδη
- ε) Τις επενδύσεις

Πίνακας 48: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις ανά ομάδα κλάδων

	Σημαντική αύξηση (>5%)	Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	Μικρή μείωση (-5% με -10%)	Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	Σύνολο
Υψηλής τεχνολογίας	118	117	50	58	69	412
	28,6%	28,4%	12,1%	14,1%	16,7%	100%
Χαμηλής τεχνολογίας	309	325	150	164	210	1158
	26,7%	28,1%	13%	14,2%	18,1%	100%
ΕΠΥΕΓ	557	738	349	285	374	2303
	24,2%	32%	15,2%	12,4%	16,2%	100%
Σύνολο	984	1180	549	507	653	3873
	25,4%	30,5%	14,2%	13,1%	16,9%	100%

Εμπειρικά αποτελέσματα

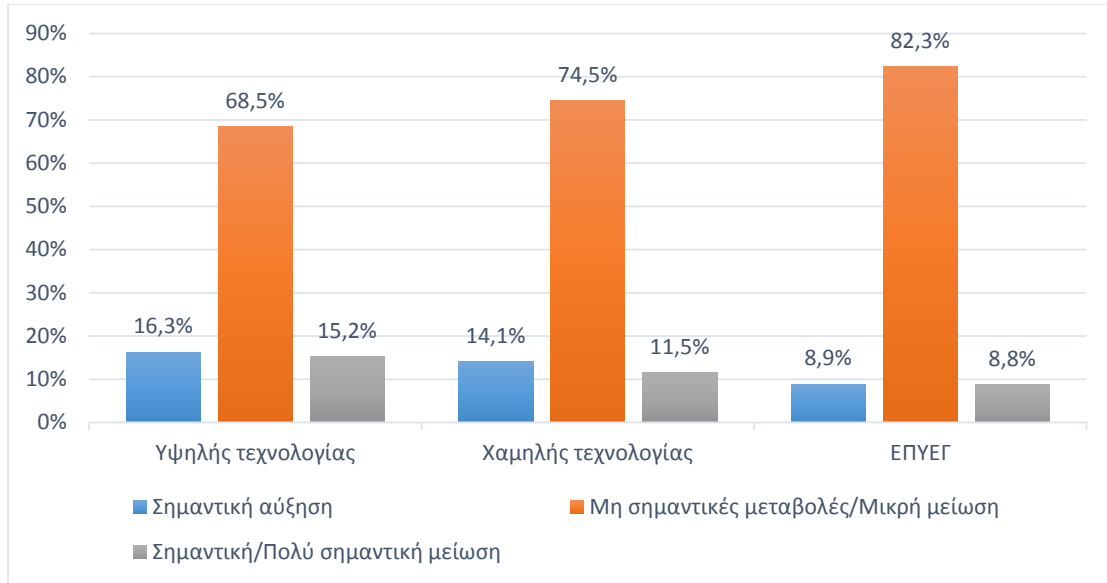


Διάγραμμα 25: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις ανά ομάδα κλάδων

Σύμφωνα με το τεστ χ^2 με $\chi^2=16,297$, $df=8$, $p=0,038 < 0,05$ υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των κλάδων. Συγκεκριμένα, μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας (28,6%) παρουσίασε σημαντική αύξηση στις πωλήσεις, μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας (32,3%) παρουσίασε σημαντική/πολύ σημαντική μείωση, ενώ μεγαλύτερο ποσοστό ΕΠΥΕΓ (47,2%) παρουσίασε μη σημαντικές μεταβολές ή μικρή μείωση στις πωλήσεις κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης.

Πίνακας 49: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις εξαγωγές ανά ομάδα κλάδων

	Σημαντική αύξηση (>5%)	Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	Μικρή μείωση (-5% με -10%)	Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	Σύνολο
Υψηλής τεχνολογίας	61	227	30	17	40	375
	16,3%	60,5%	8%	4,5%	10,7%	100%
Χαμηλής τεχνολογίας	139	687	47	38	75	986
	14,1%	69,7%	4,8%	3,9%	7,6%	100%
ΕΠΥΕΓ	171	1502	71	72	96	1912
	8,9%	78,6%	3,7%	3,8%	5%	100%
Σύνολο	371	2416	148	127	211	3273
	11,3%	73,8%	4,5%	3,9%	6,4%	100%



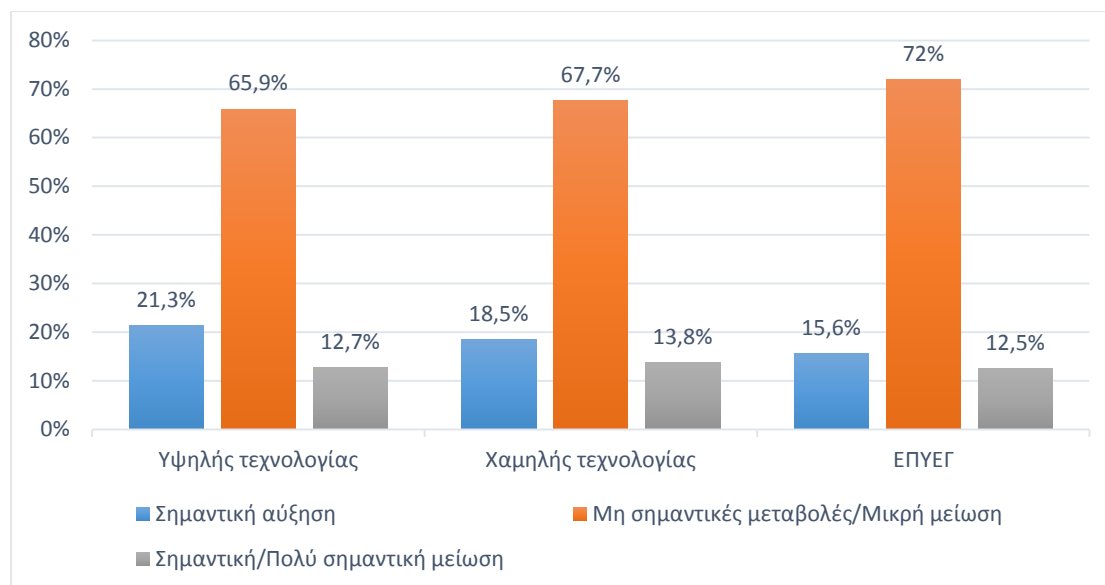
Διάγραμμα 26: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις εξαγωγές ανά ομάδα κλάδων

Σύμφωνα με το τεστ χ^2 με $\chi^2=73,256$, $df=8$, $p=0,000<0,05$ υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των κλάδων. Συγκεκριμένα, μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας (16,3%) παρουσίασε σημαντική αύξηση και παράλληλα σημαντική/πολύ σημαντική μείωση (15,2%) στις εξαγωγές, ενώ μεγαλύτερο ποσοστό ΕΠΥΕΓ (82,3%) παρουσίασε μη σημαντικές μεταβολές ή μικρή μείωση στις εξαγωγές κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης.

Πίνακας 50: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στην απασχόληση ανά ομάδα κλάδων

	Σημαντική αύξηση (>5%)	Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	Μικρή μείωση (-5% με -10%)	Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	Σύνολο
Υψηλής τεχνολογίας	87 21,3%	242 59,3%	27 6,6%	27 6,6%	25 6,1%	408 100%
Χαμηλής τεχνολογίας	213 18,5%	690 59,8%	91 7,9%	52 4,5%	107 9,3%	1153 100%
ΕΠΥΕΓ	351 15,6%	1479 65,9%	136 6,1%	116 5,2%	163 7,3%	2245 100%
Σύνολο	651 17,1%	2411 63,3%	254 6,7%	195 5,1%	295 7,8%	3806 100%

Εμπειρικά αποτελέσματα

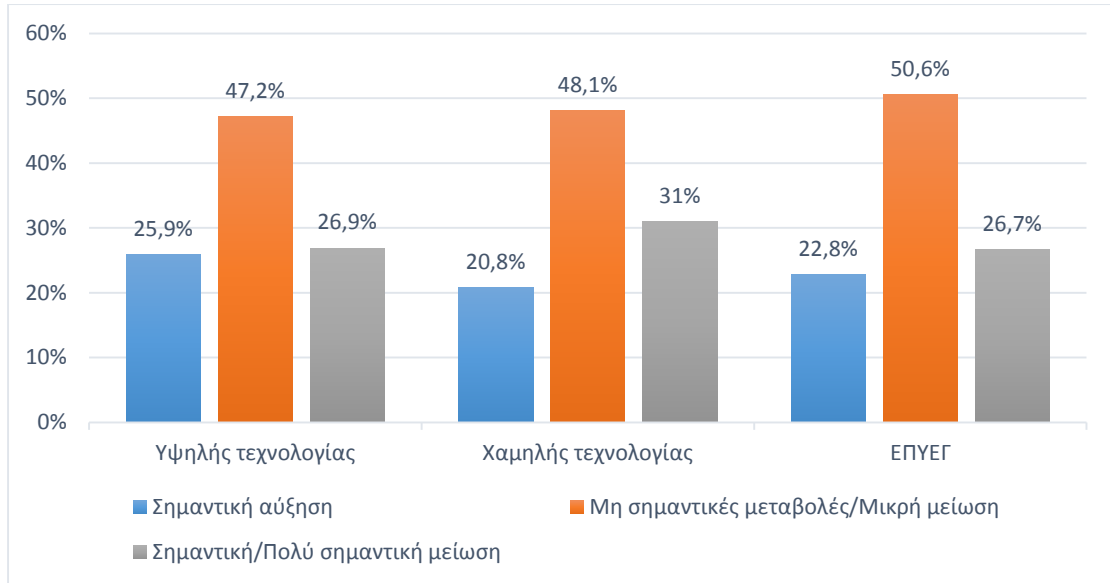


Διάγραμμα 27: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στην απασχόληση ανά ομάδα κλάδων

Σύμφωνα με το τεστ χ^2 με $\chi^2=25,939$, $df=8$, $p=0,001<0,05$ υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των κλάδων. Συγκεκριμένα, μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας (21,3%) παρουσίασε σημαντική αύξηση στην απασχόληση, μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας (13,8%) παρουσίασε σημαντική/πολύ σημαντική μείωση, ενώ μεγαλύτερο ποσοστό ΕΠΥΕΓ (72%) παρουσίασε μη σημαντικές μεταβολές ή μικρή μείωση στην απασχόληση κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης.

Πίνακας 51: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στα κέρδη ανά ομάδα κλάδων

	Σημαντική αύξηση (>5%)	Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	Μικρή μείωση (-5% με -10%)	Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	Σύνολο
Υψηλής τεχνολογίας	105	142	49	39	70	405
	25,9%	35,1%	12,1%	9,6%	17,3%	100%
Χαμηλής τεχνολογίας	237	382	166	145	209	1139
	20,8%	33,5%	14,6%	12,7%	18,3%	100%
ΕΠΥΕΓ	513	829	310	261	340	2253
	22,8%	36,8%	13,8%	11,6%	15,1%	100%
Σύνολο	855	1353	525	445	619	3797
	22,5%	35,6%	13,8%	11,7%	16,3%	100%



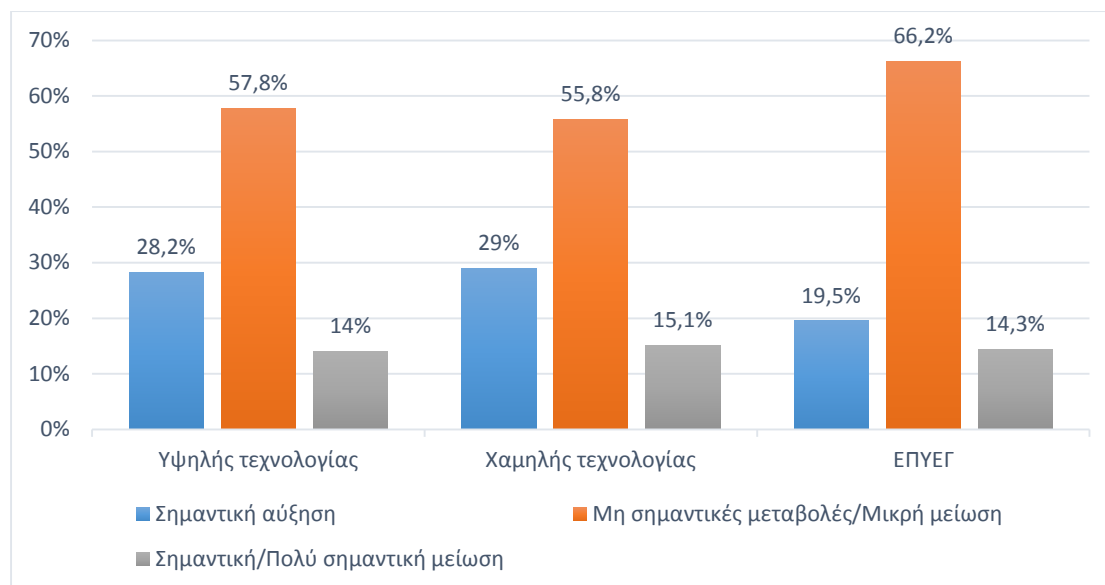
Διάγραμμα 28: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στα κέρδη ανά ομάδα κλάδων

Σύμφωνα με το τεστ χ^2 με $\chi^2=15,001$, $df=8$, $p=0,059 > 0,05$ δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των κλάδων. Συγκεκριμένα, μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας (25,9%) παρουσίασε σημαντική αύξηση στα κέρδη, μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας (31%) παρουσίασε σημαντική/πολύ σημαντική μείωση, ενώ μεγαλύτερο ποσοστό ΕΠΥΕΓ (50,6%) παρουσίασε μη σημαντικές μεταβολές ή μικρή μείωση στα κέρδη κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης.

Πίνακας 52: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις επενδύσεις ανά ομάδα κλάδων

	Σημαντική αύξηση (>5%)	Μη σημαντικές μεταβολές (+/- 5%)	Μικρή μείωση (-5% με -10%)	Σημαντική μείωση (-10% με -20%)	Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)	Σύνολο
Υψηλής τεχνολογίας	113 28,2%	207 51,6%	25 6,2%	20 5%	36 9%	401 100%
Χαμηλής τεχνολογίας	333 29%	580 50,6%	60 5,2%	67 5,8%	107 9,3%	1147 100%
ΕΠΥΕΓ	435 19,5%	1310 58,6%	170 7,6%	133 6%	186 8,3%	2234 100%
Σύνολο	881 23,3%	2097 55,4%	255 6,7%	220 5,8%	329 8,7%	3782 100%

Εμπειρικά αποτελέσματα



Διάγραμμα 29: Επίδραση της υπάρχουσας οικονομικής κρίσης στις επενδύσεις ανά ομάδα κλάδων

Σύμφωνα με το τεστ χ^2 με $\chi^2=52,418$, $df=8$, $p=0,000<0,05$ υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των κλάδων. Συγκεκριμένα, μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας (29%) παρουσίασε σημαντική αύξηση και παράλληλα σημαντική/πολύ σημαντική μείωση (15,1%) στις επενδύσεις, ενώ μεγαλύτερο ποσοστό ΕΠΥΓΕ (66,2%) παρουσίασε μη σημαντικές μεταβολές ή μικρή μείωση στις επενδύσεις κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης.

Στη συνέχεια γίνεται ανάλυση του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων ανά ομάδα κλάδων κατά τα τρία τελευταία έτη διεξαγωγής της έρευνας (2007-2009):

Πίνακας 53: Κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες ανά ομάδα κλάδων

	Υψηλής τεχνολογίας	Χαμηλής τεχνολογίας	ΕΠΥΓΕ	Σύνολο
Μέχρι 200	95	287	988	1370
	23,8%	26,7%	45,1%	37,4%
200-400	70	204	473	747
	17,5%	19%	21,6%	20,4%
401-1700	142	336	506	984
	35,6%	31,2%	23,1%	26,8%
1701-4000	61	132	123	316
	15,3%	12,3%	5,6%	8,6%
4001-8500	16	43	34	93
	4%	4%	1,6%	2,5%
8501-40000	4	19	15	38
	1%	1,8%	0,7%	1%
Πάνω από 40000	11	55	51	117
	2,8%	5,1%	2,3%	3,2%
Σύνολο	399	1076	2190	3665
	100%	100%	100%	100%

Σύμφωνα με το τεστ χ^2 με $\chi^2=229,207$, $df=12$, $p=0,000<0,05$ υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των κλάδων. Πιο συγκεκριμένα το μεγαλύτερο ποσοστό ΕΠΥΕΓ (45,1%) είχε κύκλο εργασιών μέχρι 200 χιλιάδες λίρες ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας (35,6% και 31,2% αντίστοιχα) είχε κύκλο εργασιών 401-700 χιλιάδες λίρες.

Ακολούθως γίνεται ανάλυση του μέσο όρου των κερδών των επιχειρήσεων ανά ομάδα κλάδων κατά τα έτη 2007-2009:

Πίνακας 54: Μέσος όρος των κερδών των επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009 σε χιλιάδες λίρες ανά ομάδα κλάδων

	Υψηλής τεχνολογίας	Χαμηλής τεχνολογίας	ΕΠΥΕΓ	Σύνολο
Απώλειες	48 12,6%	161 16,2%	279 13,4%	488 14,1%
Μέχρι 40	196 51,6%	527 52,9%	1125 54,1%	1848 53,5%
41-130	65 17,1%	182 18,3%	442 21,3%	689 19,9%
131-170	27 7,1%	43 4,3%	80 3,8%	150 4,3%
171-450	26 6,8%	45 4,5%	103 5%	174 5%
451-850	14 3,7%	24 2,4%	22 1,1%	60 1,7%
850-4000	4 1,1%	10 1%	21 1%	35 1%
Πάνω από 4000	0 0%	4 0,4%	7 0,3%	11 0,3%
Σύνολο	380 100%	996 100%	2079 100%	3455 100%

Σύμφωνα με το τεστ χ^2 με $\chi^2=38,209$, $df=14$, $p=0,000<0,05$ υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των κλάδων. Πιο συγκεκριμένα μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων χαμηλής τεχνολογίας (16,2%) είχε απώλειες κατά την τριετία 2007-2009, μεγαλύτερο ποσοστό ΕΠΥΕΓ (75,4%) είχε κέρδη μέχρι 130 χιλιάδες λίρες και μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας (18,7%) είχε κέρδη 131-4000 χιλιάδες λίρες. Κέρδη πάνω από 4000 χιλιάδες λίρες είχαν μόνο 7 ΕΠΥΕΓ, 4 επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και καμία επιχείρηση υψηλής τεχνολογίας.

Κεφάλαιο 4: Συμπεράσματα

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο γίνεται μια προσπάθεια εξαγωγής χρήσιμων συμπερασμάτων από την ανάλυση του ερωτηματολογίου σχετικά με:

1. Τη δημιουργία της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, συμπεραίνεται αν η επιχείρηση ιδρύθηκε από άλλον οργανισμό και ποια η σχέση της εταιρείας με αυτόν, ποιοι παράγοντες έπαιξαν τον πιο καθοριστικό ρόλο για τη δημιουργία της επιχείρησης και από πού προήλθε η χρηματοδότηση για την ίδρυσή της.
2. Τη στρατηγική της επιχείρησης. Δηλαδή συμπεραίνεται ποια γενικότερη στρατηγική ακολουθεί η επιχείρηση, με ποιους τρόπους εντοπίζει και εκμεταλλεύεται τις ευκαιρίες μέσα από το περιβάλλον της, σε ποιες πηγές γνώσης βασίζεται για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών, ποια η συμβολή που έχουν στις λειτουργίες της τα διάφορα επιχειρηματικά δίκτυα στα οποία συμμετέχει και σε τι βαθμό συμμετέχει ίδια σε διάφορα είδη συμφωνιών/συνεργασιών.
3. Την επίδοση των επιχειρήσεων και του αποτελέσματος της οικονομικής κρίσης. Πιο αναλυτικά, μελετάται η μεταβολή κατά το 2009 (σε σύγκριση με το 2008) των βασικών μεγεθών της επιχείρησης, δηλαδή, των πωλήσεων, των εξαγωγών, της απασχόλησης, των κερδών και των επενδύσεων της επιχείρησης και στο κατά πόσο αυτή η κρίση επηρέασε το μέσο κύκλο εργασιών και το μέσο όρο των κερδών της επιχείρησης την τριετία 2007-2009.

Η απόδοση των συμπερασμάτων για τις παραπάνω κατηγορίες γίνεται αρχικά για το σύνολο του δείγματος των 4004 επιχειρήσεων, στη συνέχεια γίνεται κατηγοριοποίηση αυτών των επιχειρήσεων σύμφωνα με τη χώρα προέλευσής τους και τέλος γίνεται κατηγοριοποίηση τους σύμφωνα με τον κλάδο οικονομικής δραστηριότητας στον οποίο ανήκουν, δηλαδή επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας, επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας και επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών έντασης γνώσης (ΕΠΥΕΓ).

4.1 Συμπεράσματα για το σύνολο των επιχειρήσεων

4.1.1 Δημιουργία επιχείρησης

Συνοψίζοντας για τη δημιουργία της επιχείρησης για το σύνολο των επιχειρήσεων μπορεί να ειπωθεί ότι:

Παρατηρείται πολύ περιορισμένη ίδρυση επιχειρήσεων από άλλους οργανισμούς και ειδικότερα η συμβολή των πανεπιστημίων στην ίδρυση εταιρειών είναι σχεδόν μηδενική. Επιπρόσθετα ακόμα και για τις εταιρείες που ιδρύθηκαν από άλλες εταιρείες προκύπτει ότι δεν έχουν άμεση σχέση με αυτές.

Για την ίδρυση των επιχειρήσεων παρατηρείται ότι οι σημαντικότεροι παράγοντες ήταν η εργασιακή εμπειρία στον κλάδο δραστηριοποίησης της εταιρείας και η γνώση της αγοράς και όχι η διαθεσιμότητα χρηματοδότησης, οι τεχνικές γνώσεις/γνώσεις σχεδιασμού ή οι προκύπτουσες ευκαιρίες.

Για τις πηγές χρηματοδότησης παρατηρείται έντονη τάση των ιδρυτών να τις χρηματοδοτούν με ίδια κεφάλαια ενώ η αξιοποίηση επιχειρηματικών κεφαλαίων υψηλού ρίσκου, κεφαλαίων από προηγούμενο εργοδότη, κρατικής χρηματοδότησης και χρηματοδότησης από την Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ελάχιστη.

4.1.2 Στρατηγική

Σχετικά με την στρατηγική που ακολουθεί το σύνολο των επιχειρήσεων συμπεραίνεται ότι:

Η πλειονότητα των επιχειρήσεων επέλεξε στρατηγική διαφοροποίησης ως μέθοδο απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Αντίθετα μικρό ήταν το ποσοστό που επέλεξε στρατηγική ηγεσίας κόστους.

Οι πηγές διερεύνησης νέων επιχειρηματικών ευκαιριών είναι κυρίως το στενό πλαίσιο λειτουργίας των επιχειρήσεων όπως οι πελάτες, οι προμηθευτές, οι ανταγωνιστές και το εσωτερικό της εταιρείας. Πολύ περιορισμένη αξιοποίηση της γνώσης από πανεπιστήμια, ερευνητικά εργαστήρια/ινστιτούτα, επιστημονικά συνέδρια/περιοδικά και από τη συμμετοχή σε χρηματοδοτούμενα από το κράτος ερευνητικά προγράμματα και σε χρηματοδοτούμενα από την Ευρωπαϊκή Ένωση ερευνητικά προγράμματα (Προγράμματα Πλαίσιο).

Οι πελάτες (μαζί με την υιοθέτηση των βέλτιστων πρακτικών στον κλάδο δραστηριοποίησης της εταιρείας), αποτελούν και τον σπουδαιότερο παράγοντα αξιοποίησης και ανίχνευσης των ευκαιριών για την εταιρεία και επιπρόσθετα η επικοινωνία με τους πελάτες είναι και το πιο σημαντικό αποτέλεσμα των δραστηριοτήτων δικτύωσης της εταιρείας.

Συμπεράσματα

Οι πιο συχνά χρησιμοποιούμενες συμφωνίες/συνεργασίες για τις επιχειρήσεις του δείγματος ήταν η υπεργολαβία, η στρατηγική συμμαχία και η τεχνική συνεργασία.

4.1.3 Επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης

Για την επίδοση του συνόλου των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης προκύπτει ότι:

Όσον αφορά τις πωλήσεις το 2009, ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό του δείγματος (44%) εμφάνισε αρνητικά αποτελέσματα, ενώ αντίθετα για τις εξαγωγές, την απασχόληση, τα κέρδη και τις επενδύσεις, το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων παρουσίασε μη σημαντικές μεταβολές σε κάθε έναν από τους παραπάνω τομείς.

Για το μέσο κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων κατά την τριετία 2007-2009, το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων είχε μέσο κύκλο εργασιών μέχρι 200 χιλιάδες λίρες, ενώ όσον αφορά τα κέρδη, το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων εμφάνισε κέρδη μέχρι 40 χιλιάδες λίρες. Απώλειες είχε το 12,4% των επιχειρήσεων. Τα αποτελέσματα είναι αναμενόμενα δεδομένου ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις του δείγματος είναι μικρές επιχειρήσεις (εμφάνισαν μέσο κύκλο εργασιών την τριετία 2007-2009 κάτω από 1,7 εκατομμύρια λίρες/1 εκατομμύριο ευρώ).

4.2 Συμπεράσματα ανά χώρα

4.2.1 Δημιουργία επιχείρησης

Συνοψίζοντας για τη δημιουργία της επιχείρησης ανά χώρα μπορεί να ειπωθεί ότι:

Η Ιταλία είναι η χώρα με το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων που προέκυψαν από άλλον οργανισμό, ενώ η Ελλάδα και η Τσεχία είναι οι χώρες με τα χαμηλότερα ποσοστά.

Το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία και η Γερμανία είναι οι χώρες με τα μεγαλύτερα ποσοστά επιχειρήσεων που ιδρύθηκαν από πανεπιστήμια.

Από τις επιχειρήσεις που ιδρύθηκαν από άλλη επιχείρηση, αυτές που δραστηριοποιούνται στην Τσεχία εμφανίζουν αυξημένα ποσοστά στη σύνδεσή τους με την προϋπάρχουσα εταιρεία ως συνεργάτες, πελάτες και προμηθευτές ενώ οι αντίστοιχες στο Ηνωμένο Βασίλειο εμφανίζουν αυξημένα ποσοστά στη σύνδεσή τους με αυτή ως ανταγωνιστές.

Για τους παράγοντες δημιουργίας της επιχείρησης, παρατηρείται ότι στην Ελλάδα οι γνώσεις σχεδιασμού, η γνώση της αγοράς και οι ευκαιρίες σε πρωτοβουλίες δημόσιων

προμηθειών ήταν σημαντικότερης σπουδαιότητας για την ίδρυση της επιχείρησης σε αντίθεση με την Τσεχία.

Επίσης η διαθεσιμότητα χρηματοδότησης ήταν σημαντικότερος παράγοντας για την ίδρυση της επιχείρησης στην Ιταλία και τη Γερμανία σε αντίθεση με τη Δανία και τη Σουηδία.

Για τις επιχειρήσεις στις χώρες της Μεσογείου (Ιταλία, Ελλάδα, Πορτογαλία) και στην Κροατία, οι ευκαιρίες που προκύπτουν από τεχνολογική αλλαγή, από μια νέα ανάγκη της αγοράς και από νέες κανονιστικές ή θεσμικές απαιτήσεις ήταν σημαντικότεροι παράγοντες για τη δημιουργία της επιχείρησης.

Όσον αφορά τις πηγές χρηματοδότησης παρατηρούμε ότι τα νεότερα μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (στο σύνολο των χωρών του δείγματος) Τσεχία και Κροατία μαζί με τις ασθενέστερες οικονομικά Ελλάδα και Πορτογαλία, βάσισαν την χρηματοδότηση της ίδρυσης των επιχειρήσεών τους σε πηγές με χαμηλότερο ρίσκο όπως στη χρηματοδότηση με ίδια κεφάλαια των ιδρυτών, στη χρηματοδότηση από μέλος της οικογένειας, στη δημόσια χρηματοδότηση και στη χρηματοδότηση από προηγούμενο εργοδότη και στην περίπτωση της Ελλάδας και στη χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Σε μικρότερο ποσοστό χρησιμοποίησαν πηγές όπως χρηματοδότηση από επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου και χρηματοδότηση από τράπεζα.

Για τις Σκανδιναβικές χώρες Δανία και Σουηδία έχουμε να παρατηρήσουμε ότι οι κύριες πηγές χρηματοδότησης των επιχειρήσεών τους ήταν τα ίδια κεφάλαια, τα επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου και η χρηματοδότηση από τράπεζα και λιγότερο η χρηματοδότηση από μέλος της οικογένειας, από προηγούμενο εργοδότη, η δημόσια χρηματοδότηση και η χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Οι επιχειρήσεις στην Ιταλία και τη Γερμανία συγκεκριμένα, βάσισαν τη χρηματοδότησή τους περισσότερο σε κεφάλαια από προηγούμενο εργοδότη, σε επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου, σε χρηματοδότηση από τράπεζα και σε δημόσια χρηματοδότηση και για την Ιταλία και σε χρηματοδότηση από μέλος της οικογένειας και σε χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση, ενώ βασίστηκαν λιγότερο σε ίδια κεφάλαια.

4.2.2 Στρατηγική

Σχετικά με τη στρατηγική που ακολουθούν οι επιχειρήσεις ανά χώρα συμπεραίνεται ότι:

Οι επιχειρήσεις των πιο αδύναμων οικονομικά χωρών του δείγματος (Κροατία, Τσεχία, Πορτογαλία και Ελλάδα), έχουν τα μεγαλύτερα ποσοστά στην εφαρμογή στρατηγικής ηγεσίας κόστους.

Οι επιχειρήσεις στις Σκανδιναβικές χώρες (Δανία και Σουηδία) και στη Γαλλία, εμφανίζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά εφαρμογής στρατηγικής διαφοροποίησης.

Παράλληλα οι επιχειρήσεις στην Ιταλία, στην Πορτογαλία και στην Κροατία, εμφανίζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά στρατηγικής εστίασης.

Στον τομέα της ανίχνευσης και αξιοποίησης των ευκαιριών μέσα στην εταιρεία παρατηρείται ότι για τις επιχειρήσεις στην Ελλάδα, σχεδόν όλες οι δραστηριότητες (εκτός από την ύπαρξη επίσημου τμήματος έρευνας και ανάπτυξης και τμήματος τεχνικών μελετών) ήταν ασήμαντης σπουδαιότητας.

Όσον αφορά τις πηγές γνώσης για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών, παρατηρείται ότι για τις επιχειρήσεις στην Κροατία, στην Ελλάδα, στην Πορτογαλία και στην Ιταλία όλες οι πηγές γνώσης που αναφέρονται στην έρευνα ήταν σπουδαιότερης σημασίας για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών σε σχέση με τις επιχειρήσεις στις υπόλοιπες χώρες του δείγματος.

Επίσης για τις επιχειρήσεις στην Πορτογαλία, στην Ελλάδα και στην Κροατία, η συμβολή όλων των δικτύων στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση ήταν σπουδαιότερης σημασίας στη λειτουργία της επιχείρησης.

Στον τομέα της σύναψης συμφωνιών/συνεργασιών, οι επιχειρήσεις στην Κροατία και στην Πορτογαλία συμμετείχαν πιο συχνά σε όλων των ειδών τις συμφωνίες σε σχέση με τις επιχειρήσεις των υπολοίπων χωρών.

4.2.3 Επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης

Για την επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης ανά χώρα παρατηρούνται τα εξής:

Η Κροατία ήταν η χώρα στην οποία η κρίση είχε τη μεγαλύτερη επίδραση καθώς τόσο στις πωλήσεις και στις εξαγωγές όσο και στα κέρδη και στις επενδύσεις, είχε τα μεγαλύτερα ποσοστά επιχειρήσεων που εμφάνισαν αρνητικά αποτελέσματα.

Οι επιχειρήσεις στις χώρες της Μεσογείου εμφανίζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά επιχειρήσεων που παρουσίασαν σημαντική αύξηση στις πωλήσεις, στις εξαγωγές, στην απασχόληση, στα κέρδη και στις επενδύσεις.

Για τις επιχειρήσεις στην Ελλάδα επιπρόσθετα παρατηρούνται ακραίες τάσεις όσον αφορά τις εξαγωγές, την απασχόληση, τα κέρδη και τις επενδύσεις καθώς εμφανίζουν από τα μεγαλύτερα ποσοστά τόσο στην κατηγορία των επιχειρήσεων που παρουσίασαν σημαντική αύξηση όσο και στην κατηγορία των επιχειρήσεων που παρουσίασαν σημαντική/πολύ σημαντική μείωση για κάθε ένα από τα παραπάνω μεγέθη.

Για το τζίρο των επιχειρήσεων ανά χώρα την τριετία 2007-2009, παρατηρείται ότι η Σουηδία και η Γαλλία εμφανίζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά επιχειρήσεων με τζίρο μέχρι 200 χιλιάδες λίρες. Μεγάλη στατιστική διαφορά εντούτοις παρατηρείται στην κατηγορία των

επιχειρήσεων με μέσο κύκλο εργασιών πάνω από 40 εκατομμύρια λίρες, καθώς ενώ για τις υπόλοιπες χώρες τα ποσοστά είναι σχεδόν μηδενικά, για το Ηνωμένο Βασίλειο και κυρίως για την Ελλάδα τα ποσοστά είναι υψηλά.

Όσον αφορά τα κέρδη των επιχειρήσεων εν μέσω κρίσης, παρατηρείται ότι η Σουηδία είχε το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων με κέρδη μέχρι 40 χιλιάδες λίρες, τη στιγμή που η Ελλάδα και το Ηνωμένο Βασίλειο είχαν αυξημένα ποσοστά επιχειρήσεων στην κατηγορία με κέρδη 171-450 χιλιάδες λίρες και επιπρόσθετα η Ελλάδα εμφανίζει και πολύ μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων στην κατηγορία με κέρδη 451-850 χιλιάδες λίρες.

4.3 Συμπεράσματα ανά ομάδα κλάδων οικονομικής δραστηριότητας

4.3.1 Δημιουργία επιχείρησης

Συνοψίζοντας για τη δημιουργία της επιχείρησης ανά ομάδα κλάδων μπορεί να ειπωθεί ότι:

Οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας:

- α) Προέκυψαν από προϋπάρχοντα οργανισμό κατά μεγαλύτερο ποσοστό σε σχέση με τις επιχειρήσεις που ανήκουν στους άλλους κλάδους,
- β) Παρουσιάζουν μηδενικά ποσοστά στην ίδρυσή τους από πανεπιστήμιο,
- γ) Στηρίχθηκαν περισσότερο στη γνώση της αγοράς, τη διαθεσιμότητα χρηματοδότησης και την ύπαρξη ενός μεγάλου πελάτη για τη δημιουργία της επιχείρησης,
- δ) Στηρίχθηκαν περισσότερο σε χρηματοδότηση από μέλος της οικογένειας, από τράπεζα και από την Ευρωπαϊκή Ένωση για την ίδρυση της επιχείρησης.

Οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας:

- α) Στηρίχθηκαν περισσότερο, σε σχέση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις, στις εξειδικευμένες γνώσεις και στην εκμετάλλευση των κάθε μορφής ευκαιριών για τη δημιουργία της επιχείρησης,
- β) Στηρίχθηκαν περισσότερο από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις σε επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου και σε δημόσια χρηματοδότηση για την ίδρυση της επιχείρησης.

Οι ΕΠΥΕΓ:

- α) Εμφανίζουν μεγαλύτερα ποσοστά στη σύνδεσή τους ως συνεργάτες με την εταιρεία από την οποία προέρχονται,
- β) Στηρίχθηκαν περισσότερο στην εργασιακή εμπειρία και στη δικτύωση των ιδρυτών τους για τη δημιουργία της επιχείρησης,
- γ) Στηρίχθηκαν περισσότερο σε ίδια κεφάλαια και σε χρηματοδότηση από προηγούμενο εργοδότη για την ίδρυση της επιχείρησης.

Συμπεράσματα

4.3.2 Στρατηγική

Σχετικά με τη στρατηγική που ακολουθούν οι επιχειρήσεις ανά ομάδα κλάδων συμπεραίνεται ότι:

Οι επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας:

- α) Εφαρμόζουν περισσότερο στρατηγική κόστους,
- β) Ως πηγές γνώσης για τη διερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών, εκμεταλλεύονται περισσότερο τον στενό κύκλο της επιχείρησης όπως τους πελάτες και τους ανταγωνιστές,
- γ) Στηρίζονται περισσότερο στα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση, όσον αφορά την επιλογή προμηθευτών, τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τους ανταγωνιστές, την υποστήριξη για την προσέλκυση κεφαλαίων/διευθέτηση της φορολογίας, τη διαφήμιση/προώθηση και τη διαχείριση της παραγωγής και των λειτουργιών,
- δ) Έχουν ελάχιστη συμμετοχή σε σύναψη συμφωνιών/συνεργασιών όλων των ειδών.

Οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας:

- α) Εφαρμόζουν περισσότερο στρατηγική διαφοροποίησης,
- β) Ανιχνεύουν και αξιοποιούν τις ευκαιρίες μέσα στην εταιρεία, με βάση την γρήγορη προσαρμογή στις αλλαγές των αναγκών της αγοράς, την επένδυση σε τμήματα έρευνας και ανάπτυξης και τεχνικών μελετών και τη συστηματική εκπαίδευση του προσωπικού,
- γ) Ως πηγές γνώσης, δίνουν έμφαση στα κρατικά/ιδιωτικά ερευνητικά ιδρύματα και εργαστήρια, στις εκθέσεις των εταιρειών του κλάδου και στη συμμετοχή σε χρηματοδοτούμενα από το αντίστοιχο κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση ερευνητικά προγράμματα,
- δ) Στηρίζονται περισσότερο στα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση για την επικοινωνία με τους πελάτες, την πρόσληψη ειδικευμένου εργατικού δυναμικού, την πρόσβαση σε κανάλια διανομής, την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών και τη διερεύνηση των δυνατοτήτων εξαγωγής,
- ε) Συμμετέχουν πιο συχνά σε συμφωνία τεχνικής συνεργασίας, έρευνας και ανάπτυξης, υπεργολαβίας, εμπορικής/εξαγωγικής προώθησης και ανάθεσης έρευνας.

Οι ΕΠΥΕΓ:

- α) Ως πηγές γνώσης εκμεταλλεύονται περισσότερο τα επιστημονικά περιοδικά και τις άλλες εμπορικές και τεχνικές εκδόσεις,
- β) Συμμετέχουν πιο συχνά σε συμφωνία στρατηγικής συμμαχίας και αδειοδότησης.

4.3.3 Επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης

Για την επίδοση των επιχειρήσεων και το αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης ανά ομάδα κλάδων προκύπτει ότι:

Δεν παρατηρούνται σημαντικές διαφορές μεταξύ των κλάδων όσον αφορά τις πωλήσεις, την απασχόληση, τα κέρδη και τις επενδύσεις.

Παρόλα αυτά στις εξαγωγές παρατηρείται ότι οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας εμφανίζουν ακραίες τάσεις καθώς ενώ από τη μία ένα ποσοστό της τάξης του 16,3% παρουσίασε σημαντική αύξηση των εξαγωγών, από την άλλη ένα ποσοστό της τάξης του 10,7% παρουσίασε πολύ σημαντική μείωση.

Για το μέσο κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων ανά ομάδα κλάδων την τριετία 2007-2009, παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό υψηλής και χαμηλής τεχνολογίας είχαν μέσο τζίρο 401-1700 χιλιάδες λίρες, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό ΕΠΥΕΓ είχε τζίρο μέχρι 200 χιλιάδες λίρες. Επιπρόσθετα, στην κατηγορία των επιχειρήσεων με μέσο κύκλο εργασιών πάνω 40 εκατομμύρια λίρες το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν χαμηλής τεχνολογίας, οπότε προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό μεγάλων εταιρειών του δείγματος είναι εταιρείες χαμηλής τεχνολογίας.

Όσον αφορά τα κέρδη εν μέσω κρίσης, παρατηρείται ότι στην κατηγορία των επιχειρήσεων με κέρδη 31-130 χιλιάδες λίρες, οι ΕΠΥΕΓ εμφάνισαν τα μεγαλύτερα ποσοστά, ενώ στην κατηγορία των επιχειρήσεων με κέρδη πάνω από 131 χιλιάδες λίρες, τα μεγαλύτερα ποσοστά τα εμφάνισαν οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας.

Από τις επιχειρήσεις που εμφάνισαν απώλειες, το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας.

Συμπεράσματα

Βιβλιογραφία

- Ahmad, N., & Seymour, R. G. (2008). Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection: OECD Statistics Directorate Working Paper. STD/DOC(2008)1.
- Balakrishnan, S., & Fox, I. (1993). Asset Specificity, Firm Heterogeneity and Financial Leverage. *Strategic Management Journal*, 14(1), 3-16.
- Barney, J. B., & Hesterley, W. S. (2006). *Strategic Management and Competitive Advantage*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Carlsson, B., Zoltan, A., Audretsch, D., & Braunerhjelm, P. (2007). The Knowledge Filter, Entrepreneurship, and Economic Growth. *Jena Economic Research Paper*, 2007-057.
- Chamberlin, E. H. (1933). *The Theory of Monopolistic Competition: A Re-orientation of the Theory of Value*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Chesbrough, H. (2002). Making Sense of Corporate Venture Capital. *Harvard Business Review*, 80(3).
- Chrisman, J., Hynes, T., & Fraser, S. (1995). Faculty entrepreneurship and economic development: The case of the University of Calgary. *Journal of Business Venturing*, 10(4), 267-281.
- D'Este, P., Mahdi, S., & Neely, A. (2010). Academic Entrepreneurship: What are the Factors Shaping the Capacity of Academic Researchers to Identify and Exploit Entrepreneurial Opportunities? *DRUID Working Paper No 10-05*.
- Etzkowitz, H. (1998). The norms of entrepreneurial science: Cognitive effects of the new university-industry linkage. *Research Policy*, 27(8), 823-833.
- European Commission. (2012). An overview of the main funding opportunities available to European SMEs. *European Union Support Programmes for SMEs*.
- European Union Cohesion Policy. (2012). New Practical Guide to EU Funding Opportunities for Research and Innovation. *Competitive European Regions through Research and Innovation*.
- Foray, D. (2004). *The Economics of Knowledge*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Groen, A. (2005). Knowledge intensive entrepreneurship in networks: towards a multi-level/multi dimensional approach. *Journal of Enterprising Culture*, 13(1), 69-88.
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (1988). *The Entrepreneur: Mainstream Views & Radical Criticiques*. New York, USA: Praeger.
- Hellmann, T., & Puri, M. (2000). The Interaction between Product Market and Financing Strategy: The Role of Venture Capital. *Review of Financial Studies*, 13, 959-984.
- Hisrich, R. D., & Smilor, R. W. (1988). The university and business incubation: Technology transfer through entrepreneurial development. *The Journal of Technology Transfer*, 13(1), 14-19.

Βιβλιογραφία

- Holmén, M., Magnusson, M., & McKelvey, M. (2007). What are innovative opportunities? *Industry and Innovation*, 14(1), 27-45.
- Hornaday, R. W. (1992). Thinking About Entrepreneurship: A Fuzzy Set Approach. *Journal of Small Business Management*, 30(4), 12-23.
- Jermias, J. (2008). The Relative Influence of Competitive Intensity and Business Strategy on the Relationship between Financial Leverage and Performance. *The British Accounting Review*, 40, 71-86.
- Kanellos, N. (2013). Exploring the characteristics of Knowledge-Based Entrepreneurship in Greek high-technology sectors. *Economics and Management of Innovation, Technology and Organizations*. Aalborg, Denmark: DRUID Academy Conference 2013.
- KEINS. (2006). Knowledge based entrepreneurship: institutions, networks and systems. *EU project n° CT2-CT-2004-506022, deliverable 0*.
- Kortum, S. S., & Lerner, J. (2000). Assessing the Contribution of Venture Capital to Innovation. *Rand Journal of Economics*, 31, 674-692.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. New Jersey: Prentice Hall.
- Malerba, F. (2010). *Knowledge-Intensive Entrepreneurship and Innovation Systems: Evidence from Europe*. New York: Routledge.
- Malerba, F., & McKelvey, M. (2010). Conceptualizing knowledge-intensive entrepreneurship: concepts and models. *AEGIS project, deliverable 1.1.1*.
- Metrick, A., & Yasuda, A. (2010). *Venture Capital and the Finance of Innovation, 2nd Edition*. USA: Wiley.
- Mian, S. (1994). U.S. university-sponsored technology incubators: An overview of management, policies and performance. *Technovation*, 14(8), 515-528.
- Mian, S. A. (1996). The university business incubator: A strategy for developing new research/technology-based firms. *The Journal of High Technology Management Research*, 7(2), 191-208.
- Minarik, M. (2007). *Cost Leadership & Differentiation: An investigation of the fundamental trade-off between Porter's cost leadership and differentiation strategies*. Institute of International Business: Stockholm School of Economics .
- O'Shea, R., Allen, T., O'Gorman, C., & Roche, F. (2004). Universities and technology transfer: A review of academic entrepreneurship literature. *Irish Journal of Management*, 25(2), 11-29.
- Palmintera, D. (2005). *Accelerating Economic Development Through University Technology Transfer*. Ανάκτηση από www.InnovationAssoc.com.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.

- Porter, M. E. (1988). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors* (2nd εκδ.). New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (1996). What Is Strategy? *Harvard Business Review*, 74(6), 61-78.
- Repullo, R., & Suarez, J. (2003). Venture Capital Finance: A Security Design Approach. *Review of Finance*, 8(1), 75-108.
- Saloner, G., Shepard, A., & Podolny, J. (2001). *Strategic Management*. New York: John Wiley & Sons.
- Sampat, B. N. (2006). Universities and intellectual property: shaping a new patent policy for government funded academic research. Στο D. H. Guston, & D. Sarewitz (Επιμ.), *Shaping science and technology policy: The next generation of research* (σσ. 55-76).
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA.: Harvard University Press.
- Shane, S. A. (2004). *Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Shane, S. A., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Simerly, R. L., & Li, M. (2000). Environmental Dynamism, Financial Leverage and Performance: A Theoretical Integration and an Empirical Test. *Strategic Management Journal*, 21(1), 31-49.
- Smilor, R. W., & Gill, M. D. (1986). *The New Business Incubator: Linking Talent, Technology, Capital and Know-How*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Stam, & Garnsey. (2008). Entrepreneurship in the Knowledge Economy. Στο J. Bessant, & T. Venables (Επιμ.), *Creating Wealth from Knowledge*.
- Ucbasaran, D., Westhead, H. P., & Wright, H. (2001). The Focus of Entrepreneurial Research: Contextual and Process Issues. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 57-80.
- Valdivia, W. D. (2013). *University Start-Ups: Critical for Improving Technology Transfer*. Ανάκτηση από www.brookings.edu.
- Valipour, H., Birjandi, H., & Honarbakhsh, S. (2012). The Effects of Cost Leadership Strategy and Product Differentiation Strategy on the Performance of Firms. *Journal of Asian Business Strategy*, 2(1), 14-23.
- Watson, C. H. (2001). Small Business Versus Entrepreneurship Revisited. Στο R. H. Brockhaus, G. E. Hills, H. Klandt, & H. P. Welsch, *Entrepreneurship Education: A Global View*. Aldershot: Ashgate.
- White, M. A., & Bruton, G. D. (2010). *Η Στρατηγική Διαχείριση της Τεχνολογίας και της Καινοτομίας* (1η εκδ.). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Wood, M. S. (2011). A process model of academic entrepreneurship. *Business Horizons*, 54(2), 153-161.

Βιβλιογραφία

Ζαφειρόπουλος, Κ. (2005). *Πώς Γίνεται Μια Επιστημονική Εργασία; Επιστημονική Έρευνα και Συγγραφή Εργασιών*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Καλογήρου, Γ., Πρωτόγερου, Α., & Τσακανίκας, Ά. (2009). *Final report summarizing survey methods and results*. LIEE/NTUA, AEGIS deliverable 7.1.5.

ΟΟΣΑ. (1997). *OECD Economic Surveys*. OECD.

ΟΟΣΑ. (1998). *Fostering Entrepreneurship*. Paris: OECD.

ΟΟΣΑ. (2001). Drivers of Growth: Information Technology, Innovation and Entrepreneurship. *Science, Technology and Industry Outlook*, 89.

ΟΟΣΑ. (2001). *Putting the Young in Business: Policy Challenges for Youth Entrepreneurship*. OECD.

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο

Μέρος 1. Γενικές πληροφορίες σχετικά με την επιχείρηση

Ερώτηση 1: Ποιος είναι ο αριθμός των εργαζομένων

1. Πλήρους απασχόλησης και
2. Μερικής απασχόλησης

Ερώτηση 2: Ποιος είναι ο αριθμός των εργαζομένων με πτυχίο πανεπιστημίου;

Ερώτηση 2β: Ποιοι από αυτούς είναι κάτοχοι:

1. Μεταπτυχιακού
2. Διδακτορικού

Μέρος 2α: Γενικές πληροφορίες σχετικά με τον ιδρυτή ή την ιδρυτική ομάδα

Ερώτηση 3: Πόσα άτομα συμμετείχαν στην ίδρυση της επιχείρησης;

Ερώτηση 4: Ποιος ήταν ο ιδρυτής της επιχείρησης;

Ερώτηση 5: Ποιο είναι το μορφωτικό επίπεδο των ιδρυτών;

1. Στοιχειώδης εκπαίδευση
2. Δευτεροβάθμια εκπαίδευση
3. Πτυχιούχοι πανεπιστημίου
4. Κάτοχοι μεταπτυχιακού πτυχίου
5. Κάτοχοι διδακτορικού
6. Δεν γνωρίζω

Ερώτηση 6: Ποιο ήταν το προηγούμενο επάγγελμα των ιδρυτών πριν την ίδρυση αυτής της επιχείρησης;

1. Ιδιοκτήτης μιας επιχείρησης που υπάρχει ακόμα
2. Ιδιοκτήτης μιας επιχείρησης που έχει σταματήσει την λειτουργία της
3. Εργαζόμενος σε μια επιχείρηση που ανήκει στον ίδιο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας
4. Εργαζόμενος σε μια επιχείρηση που ανήκει σε διαφορετικό κλάδο οικονομικής δραστηριότητας

Παράρτημα

5. Αυτεπάγγελτος
6. Εργαζόμενος σε πανεπιστήμιο ή άλλο ερευνητικό ινστιτούτο
7. Δημόσιος υπάλληλος
8. Άνεργος
9. Τίποτα από τα παραπάνω – είναι η πρώτη του/της δουλειά
10. Δεν γνωρίζω

Ερώτηση 7: Κατά προσέγγιση πόσα χρόνια επαγγελματικής εμπειρίας είχαν οι ιδρυτές στον ίδιο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας με την επιχείρηση που ίδρυσαν;

Ερώτηση 8: Ποιες είναι οι γνώσεις/δεξιότητες των ιδρυτών που είναι σχετικές με την λειτουργία της επιχείρησης

1. Τεχνικές γνώσεις και γνώσεις μηχανικού
2. Γενική διοίκηση
3. Σχεδίαση προϊόντων
4. Μάρκετινγκ
5. Χρηματοοικονομικά
6. Κανένα από τα παραπάνω/Δεν γνωρίζω

Ερώτηση 9: Ποια είναι η ηλικία των ιδρυτών;

1. 18-29
2. 30-39
3. 40-49
4. >50
5. Δεν γνωρίζω

Ερώτηση 10: Είναι γεννημένοι οι ιδρυτές στην χώρα προέλευσης της επιχείρησης;

1. Ναι
2. Όχι
3. Δεν ξέρω

Μέρος 2β: Διαδικασία σχηματισμού της επιχείρησης

Ερώτηση 11: Είναι η παρούσα επιχείρηση θυγατρική κάποιου άλλου οργανισμού;

1. Ναι

2. Όχι

Ερώτηση 12: Ο οργανισμός του οποίου η επιχείρηση είναι θυγατρική είναι

1. Πανεπιστήμιο
2. Επιχείρηση
3. Άλλο, προσδιορίστε

Ερώτηση 12β: Για επιχειρήσεις που αποτελούν θυγατρικές άλλων επιχειρήσεων, η σχέση μεταξύ τους είναι

1. Συνεργάτες
2. Ανταγωνιστές
3. Πελάτης
4. Προμηθευτής
5. Κανένα από τα παραπάνω

Ερώτηση 13: Προσδιορίστε την σημασία των ακόλουθων παραγόντων στον σχηματισμό της επιχείρησης. Σε πενταβάθμια κλίμακα όπου το 1 αντιστοιχεί σε καθόλου σημαντικό και το 5 σε εξαιρετικά σημαντικό

1. Προϋπηρεσία στον ίδιο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας
2. Τεχνικές γνώσεις/γνώσεις μηχανικού στον ίδιο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας
3. Γνώσεις σχεδιασμού
4. Γνώση της αγοράς
5. Δίκτυα που έχουν δημιουργηθεί κατά την μέχρι τώρα καριέρα
6. Διαθεσιμότητα χρηματοδότησης
7. Παροχή προϊόντων/υπηρεσιών σε υπηρεσίες του δημοσίου
8. Ύπαρξη ενός μεγάλου πελάτη
9. Ευκαιρία που προέκυψε από κάποια τεχνολογική αλλαγή
10. Ευκαιρία που προέκυψε από την εμφάνιση μιας νέας ανάγκης στην αγορά
11. Ευκαιρία που προέκυψε από νέους κανονισμούς ή νομοθετικές ρυθμίσεις

Ερώτηση 14: Προσδιορίστε το ποσοστό των παρακάτω πηγών στην χρηματοδότηση κατά την έναρξη της επιχείρησης

1. Ίδια κεφάλαια (αποταμιεύσεις)
2. Χρηματοδότηση από μέλος της οικογένειας

Παράρτημα

3. Χρηματοδότηση από προηγούμενο εργοδότη
4. Επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου (venture capital)
5. Δάνειο από τράπεζα
6. Χρηματοδότηση από την κυβέρνηση ή τοπικούς φορείς (στα πλαίσια υποστήριξης της επιχειρηματικότητας)
7. Χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση
8. Άλλες πηγές, προσδιορίστε

Μέρος 3: Περιβάλλον αγοράς

Ερώτηση 15: Υπάρχουν άλλες επιχειρήσεις που προσφέρουν τα ίδια προϊόντα/ υπηρεσίες στους πιθανούς πελάτες;

Εναλλακτικές απαντήσεις:

1. Υπάρχουν πολλοί ανταγωνιστές
2. Υπάρχουν λίγοι ανταγωνιστές
3. Δεν υπάρχουν άλλοι ανταγωνιστές

Ερώτηση 16: Κατά την τριετία 2007-2009 ποιο ήταν το ποσοστό πωλήσεων της επιχείρησής σας στην:

1. Τοπική αγορά
2. Εθνική αγορά
3. Διεθνή αγορά

Ερώτηση 17: Προσδιορίστε τον πιο σημαντικό τύπο πελάτη της επιχείρησής σας:

Εναλλακτικές απαντήσεις:

1. Μεγάλες επιχειρήσεις
2. Μικρομεσαίες επιχειρήσεις
3. Τελικοί καταναλωτές (ιδιωτική κατανάλωση)
4. Δημόσιος τομέας
5. Άλλο (συνδυασμός των προηγούμενων περιπτώσεων ή άλλη απάντηση)

Ερώτηση 18: Προσδιορίστε κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις που χαρακτηρίζουν το εταιρικό σας περιβάλλον. Σε πενταβάθμια κλίμακα, όπου το 1 αντιστοιχεί σε απόλυτη διαφωνία και το 5 αντιστοιχεί σε απόλυτη συμφωνία

Προτάσεις:

- Ο κύκλος ζωής των προϊόντων είναι μικρός
- Οι πελάτες ζητούν τακτικά νέα προϊόντα/υπηρεσίες
- Η ταχύτητα των τεχνολογικών αλλαγών είναι μεγάλη
- Οι δραστηριότητες των ανταγωνιστών μας είναι απρόβλεπτες και ο ανταγωνισμός είναι έντονος
- Μια επιχείρηση επιτυγχάνει μόνο αν μπορεί να λανσάρει στην αγορά νέα προϊόντα/υπηρεσίες
- Επικρατεί ο ανταγωνισμός στην τιμή
- Επικρατεί ο ανταγωνισμός στην ποιότητα

Ερώτηση 19: Προσδιορίστε την συμβολή των παρακάτω παραγόντων στην δημιουργία και συντήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της επιχείρησης. Σε πενταβάθμια κλίμακα, όπου το 1 αντιστοιχεί σε μηδενική συμβολή και το 5 αντιστοιχεί σε πολύ μεγάλη συμβολή

Παράγοντες:

- Ικανότητα να προσφέρει νέα προϊόντα/υπηρεσίες
- Ικανότητα να προσαρμόζει τα προϊόντα/υπηρεσίες της σε συγκεκριμένες ανάγκες καταναλωτών/συγκεκριμένες αγορές
- Ικανότητα να προσφέρει τα αναμενόμενα προϊόντα με χαμηλό κόστος
- Δραστηριότητες E&A
- Δραστηριότητες μάρκετινγκ και προώθησης

Ερώτηση 20: Προσδιορίστε κατά πόσο οι ακόλουθοι παράγοντες αποτέλεσαν προβλήματα κατά την ανάπτυξη της επιχείρησης και την επέκταση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Σε πενταβάθμια κλίμακα, όπου το 1 αντιστοιχεί σε καθόλου και το 5 αντιστοιχεί σε πολύ μεγάλο βαθμό

Παράγοντες:

- Ρίσκο/αβεβαιότητα σχετικά με την τεχνολογία
- Ρίσκο/αβεβαιότητα σχετικά με την αγορά
- Δυσκολία στην εύρεση χρηματοδότησης για επενδύσεις ανάπτυξης
- Δυσκολία στην εύρεση συνεργατών
- Δυσκολία στην εύρεση εργαζομένων με δεξιότητες
- Έλλειψη τεχνογνωσίας

Παράρτημα

Ερώτηση 21: Προσδιορίστε πόσο σοβαρά ήταν τα ακόλουθα νομικά/θεσμικά εμπόδια κατά την ανάπτυξη της επιχείρησης και την επέκταση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Σε πενταβάθμια κλίμακα, όπου το 1 αντιστοιχεί σε καθόλου και το 5 αντιστοιχεί σε πολύ σοβαρά Νομικά/θεσμικά εμπόδια:

- Συνεχείς αλλαγές στην φορολογική νομοθεσία
- Υψηλό ποσοστό φορολόγησης
- Χρονοβόρες διαδικασίες για την έκδοση αδειών
- Ελαστική εφαρμογή νομοθεσίας ανταγωνισμού για την αντιμετώπιση μονοπωλιακών πρακτικών
- Ελλιπής προστασία διανοητικής ιδιοκτησίας και πατεντών
- Αυστηρή προστασία διανοητικής ιδιοκτησίας και πατεντών
- Μέλη της κυβέρνησης ευνοούν άτομα με διασυνδέσεις
- Η σχετική με την χρεοκοπία νομοθεσία καθιστά τεράστιο το κόστος αποτυχίας
- Αυστηρή νομοθεσία σχετικά με την αγορά εργασίας

Μέρος 4. Στρατηγική

Ερώτηση 22: Ποια ήταν η κύρια στρατηγική της επιχείρησης

Εναλλακτικές απαντήσεις:

- Η προσφορά τυποποιημένων προϊόντων/υπηρεσιών με χαμηλό κόστος (στρατηγική συνολικής ηγεσίας κόστους)
- Η προσφορά μοναδικών προϊόντων/υπηρεσιών (στρατηγική διαφοροποίησης)
- Η εκμετάλλευση ευκαιριών σε εξειδικευμένες αγορές (στρατηγική εστίασης)

Ερώτηση 23: Προσδιορίστε κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω δηλώσεις που αφορούν τον εντοπισμό και την αξιοποίηση ευκαιριών για την επιχείρηση. Σε πενταβάθμια κλίμακα όπου το 1 αντιστοιχεί σε διαφωνώ έντονα και το 5 αντιστοιχεί σε συμφωνώ έντονα.

Δηλώσεις:

1. Η επιχείρηση μας παρατηρεί και υιοθετεί τις καλύτερες πρακτικές στον κλάδο της οικονομικής μας δραστηριότητας
2. Η επιχείρηση μας απαντά άμεσα στις κινήσεις των ανταγωνιστών
3. Αλλάζουμε τις πρακτικές μας με βάση τις γνώμες των καταναλωτών
4. Η επιχείρηση μας λαμβάνει υπόψιν τις συνέπειες της αλλαγής της ζήτησης στην αγορά σε σχέση με νέα προϊόντα/υπηρεσίες

5. Η επιχείρηση μας αντιλαμβάνεται γρήγορα αλλαγές στην αγορά (π.χ. στον ανταγωνισμό, στους κανονισμούς, στη δημογραφία των πελατών)
6. Η επιχείρηση μας αντιλαμβάνεται νέες ευκαιρίες για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών
7. Υπάρχει επίσημο τμήμα E&A στην επιχείρηση μας
8. Υπάρχει επίσημο τμήμα μηχανικών και τεχνικών μελετών στην επιχείρηση μας
9. Η δραστηριότητα σχεδιασμού είναι σημαντική για την εισαγωγή νέων προϊόντων/υπηρεσιών στην αγορά
10. Εφαρμόζουμε συστηματική εκπαίδευση τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού προσωπικού
11. Οι εργαζόμενοι μοιράζονται τις πρακτικές εμπειρίες τους σε τακτική βάση

Ερώτηση 24: Αξιολογήστε την σημασία των παρακάτω πηγών γνώσης για την διερεύνηση νέων ευκαιριών. Σε πενταβάθμια κλίμακα όπου το 1 αντιστοιχεί σε καθόλου σημαντική και το 5 σε εξαιρετικά σημαντική

Πηγές γνώσης:

1. Πελάτες
2. Προμηθευτές
3. Ανταγωνιστές
4. Δημόσια ινστιτούτα ερευνών
5. Πανεπιστήμια
6. Εξωτερικά εμπορικά εργαστήρια, επιχειρήσεις E&A και τεχνικά ινστιτούτα
7. Εσωτερικό της επιχείρησης (τεχνογνωσία, εργαστήρια E&A της επιχείρησης)
8. Συνέδρια και εκθέσεις
9. Επιστημονικά περιοδικά και άλλες εμπορικές ή τεχνικές δημοσιεύσεις
10. Συμμετοχή σε δημοσίως χρηματοδοτούμενα ερευνητικά προγράμματα
11. Συμμετοχή σε ερευνητικά προγράμματα που χρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση

Ερώτηση 25: Κατά πόσο τα δίκτυα στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση σας συνέβαλλαν στις παρακάτω λειτουργίες της επιχείρησης. Σε πενταβάθμια κλίμακα, όπου το 1 αντιστοιχεί σε καθόλου σημαντικά και το 5 σε εξαιρετικά σημαντικά

Λειτουργίες:

Επικοινωνία με τους πελάτες

Παράρτημα

Επιλογή προμηθευτών

Πρόσληψη εργαζομένων με δεξιότητες

Συλλογή πληροφοριών σχετικά με τους ανταγωνιστές

Πρόσβαση σε κανάλια διανομής

Βοήθεια στην χορήγηση δανείων/προσέλκυση κεφαλαίων

Διαφήμιση και προώθηση

Ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών

Διαχείριση παραγωγής και λειτουργιών

Βοήθεια για την διευθέτηση της φορολογίας και άλλων νομικών θεμάτων

Διερεύνηση ευκαιριών για εξαγωγές

Ερώτηση 26: Προσδιορίστε κατά πόσο η επιχείρησή σας συμμετείχε στους παρακάτω τύπους συμφωνιών

Τύπος συμφωνίας:

1. Στρατηγική συμμαχία
2. Συμφωνία Ε&Α
3. Συμφωνία τεχνικής συνεργασίας
4. Συμφωνία αδειοδότησης
5. Υπεργολαβία
6. Εμπορική/εξαγωγική προώθηση
7. Εξωτερική ανάθεση ερευνών
8. Άλλο, προσδιορίστε

Μέρος 5. Καινοτομία και επιχειρηματικά μοντέλα

Ερώτηση 27α: Εισήγαγε η επιχείρησή στην αγορά νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα ή υπηρεσίες κατά το χρονικό διάστημα 2007-2009? (Εξαιρούνται οι μεταπωλήσεις προϊόντων που έχουν αγοραστεί από άλλες επιχειρήσεις και νέα προϊόντα οι μοναδικές διαφορές των οποίων από τα υπάρχοντα είναι αισθητικές)

Απαντήσεις:

- Ναι
- Όχι

Ερώτηση 27β1: Προσδιορίστε το ποσοστό των νέων ή σημαντικά βελτιωμένων προϊόντων στις συνολικές πωλήσεις

Ερώτηση 27β2: Προσδιορίστε το ποσοστό των νέων ή σημαντικά βελτιωμένων υπηρεσιών στις συνολικές πωλήσεις

Ερώτηση 28: Τα νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα/υπηρεσίες ήταν...

Πιθανές περιπτώσεις:

- Νέα για την επιχείρηση
- Νέα για την αγορά
- Νέα για τον κόσμο

Ερώτηση 29: Προσδιορίστε κατά πόσο η επιχείρηση εισήγαγε στην αγορά νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα/υπηρεσίες ως αποτέλεσμα συμμετοχής σε δραστηριότητα χρηματοδοτούμενη από το δημόσιο. Σε πενταβάθμια κλίμακα όπου το 1 αντιστοιχεί σε καθόλου και το 5 αντιστοιχεί σε μεγάλο βαθμό

Ερώτηση 30: Προσδιορίστε αν χρησιμοποιήθηκαν από την επιχείρηση κάποιες από τις ακόλουθες μεθόδους προστασίας διανοητικής ιδιοκτησίας κατά την τριετία 2007-2009

Μέθοδοι προστασίας διανοητικής ιδιοκτησίας:

- Πατέντες
- Εμπορικά σήματα
- Πνευματικά δικαιώματα
- Σύμφωνα εμπιστευτικότητας
- Μυστικότητα
- Χρονικό προβάδισμα έναντι των ανταγωνιστών
- Πολυπλοκότητα σχεδιασμού

Ερώτηση 31: Κατά την τριετία 2007-2009 εφάρμοσε η επιχείρηση νέες ή σημαντικά βελτιωμένες...

Περιπτώσεις:

- Μεθόδους κατασκευής
- Εφοδιαστικές αλυσίδες, μεθόδους παράδοσης ή διανομής των εισροών, προϊόντων και υπηρεσιών τους.

Παράρτημα

- Υποστηρικτικές δραστηριότητες για τις διεργασίες της, όπως συστήματα συντήρησης και λογιστικής.
- Συστήματα διαχείρισης γνώσης
- Αλλαγές στη δομή διοίκησης

Ερώτηση 32: Κατά μέσο όρο τι ποσοστό των πωλήσεων δαπανήθηκε τα τελευταία χρόνια για E&A;

Ερώτηση 33A: Κατά μέσο όρο τι ποσοστό αύξησης/μείωσης σημείωσαν οι πωλήσεις, η απασχόληση και οι εξαγωγές το χρονικό διάστημα 2007-2009;

Ερώτηση 33B: Εκτίμηση για το ποσοστό αύξησης/μείωσης των πωλήσεων, της απασχόλησης και των εξαγωγών για το 2010

Ερώτηση 34: Μπορείτε να προσδιορίσετε την επίδραση (αν υπήρξε) της οικονομικής κρίσης στην επιχείρησή σας όσον αφορά τα ακόλουθα στοιχεία (διαφορά του 2009 με το 2008)

Στοιχεία:

- Πωλήσεις
- Εξαγωγές
- Απασχόληση
- Κέρδη
- Επενδύσεις

Επίδραση της οικονομικής κρίσης:

1. Σημαντική αύξηση (>5%)
2. Μη σημαντικές αλλαγές (+/-5%)
3. Μικρή μείωση (-5% με -10%)
4. Σημαντική μείωση (-10 με -20%)
5. Πολύ σημαντική μείωση (>-20%)
6. Δεν γνωρίζω

Ερώτηση 35: Πως θεωρείτε ότι θα επηρεαστεί η επιχείρησή/τομέας σας από άποψη χρηματοδότησης και δημιουργίας νέων ευκαιριών στην μετά την κρίση περίοδο;

- Η ρευστότητα στον τομέα μας θα περιοριστεί σημαντικά
- Τα κόστη δανεισμού θα αυξηθούν σημαντικά

- Πολλοί πελάτες/προμηθευτές θα αντιμετωπίσουν σοβαρά προβλήματα ρευστότητας τα οποία θα προκαλέσουν προβλήματα και στην επιχείρησή μας.

Ερώτηση 36: Προσδιορίστε τον μέσο όρο του κύκλου εργασιών της επιχείρησής την τριετία 2007-2009

Εναλλακτικές απαντήσεις:

- Έως 200 χιλιάδες λίρες
- 200-400 χιλιάδες λίρες
- 401-1700 χιλιάδες λίρες
- 1701-4000 χιλιάδες λίρες
- 4001-8500 χιλιάδες λίρες
- 8501-40000 χιλιάδες λίρες
- Πάνω από 40000 χιλιάδες λίρες
- Δεν γνωρίζω
- Δεν απάντησε

Ερώτηση 37: Προσδιορίστε τον μέσο όρο των κερδών της επιχείρησής την τριετία 2007-2009

Εναλλακτικές απαντήσεις:

- Απώλειες
- Έως 40 χιλιάδες λίρες
- 41-130 χιλιάδες λίρες
- 131-170 χιλιάδες λίρες
- 171-450 χιλιάδες λίρες
- 451-850 χιλιάδες λίρες
- 850 χιλιάδες λίρες με 4 εκατομμύρια λίρες
- Πάνω από 4 εκατομμύρια λίρες
- Δεν γνωρίζω
- Δεν απάντησε