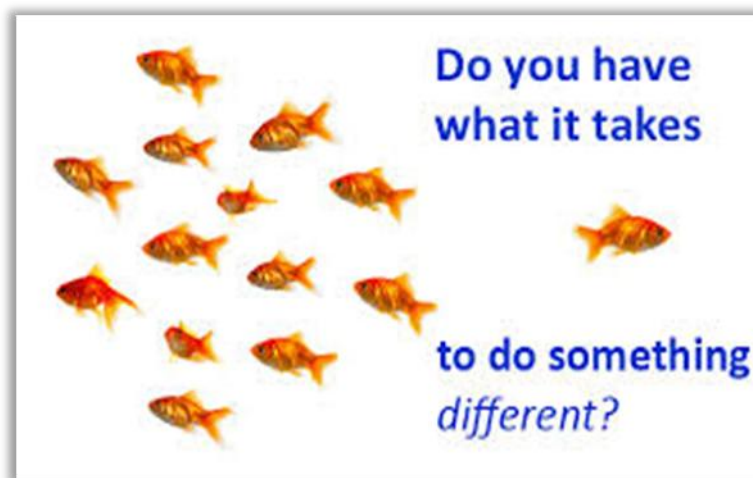




ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΧΗΜΙΚΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗΣ ΚΑΙ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ



Επιχειρηματικότητα που βασίζεται στη γνώση: Ο ρόλος των ιδρυτικών ομάδων και οι καινοτομικές επιδόσεις των επιχειρήσεων

Διπλωματική εργασία της Κωνσταντίνας Ιωαννίδου

Επιβλέπων Καθηγητής: Γιάννης Καλογήρου

Αθήνα, 2015

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Περιεχόμενα

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	2
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ABSTRACT	7
Θεωρητικό μέρος	9
1.1 Ορίζοντας την επιχειρηματικότητα	9
1.2 Επιχειρηματικότητα Έντασης Γνώσης	12
1.3 Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	18
2.1 Μέθοδοι ανάλυσης	18
2. 2 Ανάλυση διακύμανσης μονής κατεύθυνσης (One-way ANOVA)	18
2.3 Πίνακες διπλής εισόδου	18
2.4 ΔΕΙΚΤΗΣ ΕΤΕΡΟΓΕΝΕΙΑΣ BLAU INDEX.....	19
2.5 Κατηγοριοποίηση των επιχειρήσεων	19
3. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΜΠΕΙΡΙΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	23
3.1. Προφίλ της ιδρυτικής ομάδας.....	24
ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΤΕΡΟΓΕΝΕΙΑΣ ΜΕ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ BLAU INDEX.....	31
3.2 ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	37
3.3 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	41
Καινοτομία & Προϊόντα/ Υπηρεσίες	44
ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ.....	52
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	55
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	62
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.	62
1.1 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΕΝΑ ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΙΔΡΥΤΙΚΗΣ ΟΜΑΔΑΣ.....	62
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.	67
Π. 2.1 ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΣΟΤΗΣΗΣ ΑΝΑ ΧΩΡΑ	67

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Π.3.....	75
ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΠΩΗΣΕΩΝ ΜΕ ΥΠΑΡΞΗ ΑΝΑΤΓΩΝΙΣΤΩΝ	75
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Π.4.....	79
ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΗΚΑΝ	79
Βιβλιογραφία.....	89

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής εργασίας πραγματοποιήθηκε στο Εργαστήριο Βιομηχανικής και Ενεργειακής Οικονομίας της σχολής Χημικών Μηχανικών του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου.

Στην διπλωματική εργασία αξιοποιήθηκε η βάση δεδομένων που αναπτύχθηκε στο Εργαστήριο Βιομηχανικής και Ενεργειακής Οικονομίας στο πλαίσιο του χρηματοδοτούμενου από την Ευρωπαϊκή Ένωση και το 7ο Πρόγραμμα Πλαίσιο ερευνητικού έργου AEGIS (Advancing Knowledge-Intensive Entrepreneurship and Innovation for Economic Growth and Social Well-being in Europe). Στόχος του έργου ήταν να μελετήσει σε βάθος την επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης στον Ευρωπαϊκό χώρο. Ειδικότερα, η βάση δεδομένων περιέχει στοιχεία που συλλέχθηκαν με έρευνα πεδίου σε 4.004 νέες επιχειρήσεις από 10 ευρωπαϊκές χώρες, ανάμεσά τους και η Ελλάδα.

Στην παρούσα διπλωματική εργασία εξετάστηκαν το προφίλ των μελών της ιδρυτικής ομάδας των επιχειρήσεων και πιο συγκεκριμένα εξετάστηκαν χαρακτηριστικά που αφορούν στο φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, προηγούμενη εργασιακή εμπειρία, τομέα εξειδίκευσης. Εξετάστηκαν επιπρόσθετα και οι διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης των ανωτέρω επιχειρήσεων και τέλος οι καινοτομικές τους επιδόσεις.

Η εργασία διεξήχθη υπό την επίβλεψη του καθηγητή κ. Καλογήρου Γιάννη, τον οποίο και ευχαριστώ θερμά για την δυνατότητα που μου έδωσε να την εκπονήσω. Οφείλω επίσης ένα μεγάλο ευχαριστώ στην Δρ. Χημικό Μηχανικό κ. Αιμιλία Πρωτόγερου που με τις γνώσεις της και την εμπειρία της συνέβαλε σημαντικά στην ολοκλήρωση της εργασίας. Την ευχαριστώ ολόψυχα για την συνεχή παρακολούθηση, την υποστήριξη, ενθάρρυνση και κυρίως υπομονή και κατανόηση καθ' όλη την διάρκεια της συγγραφής της διπλωματικής στα πλαίσια ολοκλήρωσης του δεύτερου πτυχίου μου

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τις τελευταίες δεκαετίες, η παγκόσμια ακαδημαϊκή βιβλιογραφία άρχισε να καταπιάνεται με την έννοια της, ωθούμενης από τη γνώση, οικονομίας και των συνεπαγόμενων, αυτής, όρων, όπως «πληροφορία», «τεχνογνωσία»/«(υψηλή) τεχνολογία», «καινοτομία», συνδυάζοντάς τους, μάλιστα, με κλασικές, για την Οικονομική Θεωρία, διατυπώσεις, όπως «επιχειρηματικότητα», «ανταγωνισμός», «(νέα) αγορά», «κόστος», «Έρευνα & Ανάπτυξη».

Απόρροια των ανωτέρω είναι και η εισαγωγή της έννοιας «επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης», του φαινομένου δηλαδή κατά του οποίου οι οικονομίες πολλών χωρών βασίζονται ολοένα και περισσότερο στην γνώση. Σήμερα, η γνώση, σε όλες τις μορφές της, κατέχει εξέχοντα ρόλο στην οικονομική διαδικασία. Έθνη που αναπτύσσουν και διαχειρίζονται αποτελεσματικά τα γνωστικά τους εφόδια παρουσιάζουν καλύτερες επιδόσεις. Επιχειρήσεις με μεγαλύτερο εύρος γνώσεων παρουσιάζουν συστηματικά καλύτερη απόδοση από εκείνες με μικρότερο εύρος γνώσεων. Άτομα με περισσότερες γνώσεις έχουν μεγαλύτερες αποδοχές. Ο στρατηγικός αυτός ρόλος της γνώσης στηρίζει τις αυξανόμενες επενδύσεις για την Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη.

Στην παρούσα διπλωματική εργασία αξιοποιήθηκε η βάση δεδομένων που αναπτύχθηκε στο Εργαστήριο Βιομηχανικής και Ενεργειακής Οικονομίας στο πλαίσιο του χρηματοδοτούμενου από την Ευρωπαϊκή Ένωση και το 7ο Πρόγραμμα Πλαίσιο ερευνητικού έργου AEGIS (Advancing Knowledge-Intensive Entrepreneurship and Innovation for Economic Growth and Social Well-being in Europe). Στόχος του έργου ήταν να μελετήσει σε βάθος την επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης στον Ευρωπαϊκό χώρο. Ειδικότερα, η βάση δεδομένων περιέχει στοιχεία που συλλέχθηκαν με έρευνα πεδίου σε 4.004 νέες επιχειρήσεις από 10 ευρωπαϊκές χώρες, ανάμεσά τους και η Ελλάδα, και εστιάζει στην επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης,

Η παρούσα εργασία επικεντρώνεται σε τρία βασικά σημεία. Το πρώτο αφορά τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των μελών της ιδρυτικής ομάδας. Το δεύτερο τις διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης και τρίτον την σύνδεση της έννοιας της καινοτομίας στις επιχειρηματικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων.

Ειδικότερα, έγινε προσπάθεια να προσδιοριστούν τα κοινά –εάν υφίστανται– χαρακτηριστικά της ιδρυτικής ομάδας των επιχειρήσεων έντασης γνώσης και να δοθεί μια ολοκληρωμένη εικόνα με το προφίλ των μελών της ομάδας. Εξετάστηκαν χαρακτηριστικά όπως εκπαίδευση, φύλο και ηλικία.

Κατόπιν εξαιρετικά σημαντική για την ίδρυση και λειτουργία μιας τέτοιας επιχείρησης είναι σαφώς και η πηγή χρηματοδότησης, δεδομένου ότι τα χρήματα είναι η κινητήριος δύναμη που εξασφαλίζει την βιωσιμότητα της επιχείρησης. Στην εργασία έγινε προσπάθεια να προσδιοριστούν οι διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης που επιλέχθηκαν από τις επιχειρήσεις και εάν υπάρχει ειδοποιός διαφορά στις χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα.

Τέλος ένα εξαιρετικού ενδιαφέροντος κομμάτι ήταν και η μελέτη της ύπαρξης ή μη καινοτομίας στα παραγόμενα προϊόντα ή στις παρεχόμενες υπηρεσίες, καθώς και η ύπαρξη ανταγωνιστικών επιχειρήσεων ανάλογα με το πεδίο δράσης της κάθε επιχείρησης.

Για την εκπόνηση της εργασίας χρησιμοποιήθηκε τμήμα της βάσης δεδομένων του έργου AEGIS και με την χρήση στατιστικών εργαλείων πραγματοποιήθηκε η επεξεργασία τους και η εξαγωγή των συμπερασμάτων.

.

ABSTRACT

During the last decades, the global academic literature has been attracted by the knowledge economy and its consequences and other terms such as "information", "knowledge" / "(high) technology", "innovation" combining them even with classic for Economic Theory formalities such as "entrepreneurship", "competition", "(new) market", "costs", "Research & Development".

This resulted to the introduction of 'knowledge-intensive entrepreneurship', namely the phenomenon in which the economies of many countries are increasingly based on knowledge. Today, knowledge occupies a dominant role in the economic process. Nations that develop and effectively manage their knowledge perform better. Companies with a broader range of knowledge consistently show better performance compared to those with a narrower range of knowledge. People who gain new knowledge and continuously learn new things have greater earnings. This strategic role of knowledge supports the increasing investments for Research and Technological Development.

This thesis is based on the database developed in Laboratory of Industrial and Energy Economics in the context the EU funded under the 7th Framework Programme AEGIS research project (Advancing Knowledge-Intensive Entrepreneurship and Innovation for Economic Growth and Social Well-being in Europe). The target of the project was to analyze in depth knowledge intensive entrepreneurship in Europe. More specifically, the database contains data collected by field research in 4,004 new companies in 10 European countries, among them Greece and focuses on knowledge-intensive entrepreneurship,

This thesis focuses on three key points. The first one refers to the main characteristics of the members of the founding team. The second analyzes the different sources of funding and the third aims to bond innovation and business activities of enterprises.

Moreover, an attempt was made to identify common characteristics-if any- of the founding team of knowledge-intensive enterprises and to give a complete picture of the profile of the team members. Some characteristics that analyzed are education, gender and age.

Additionally extremely important for the establishment and operation of these enterprises is clearly the source of funding, since money is the driving force that ensures the company's viability. In this thesis an attempt was made to identify the different sources of funding chosen by the enterprises and if there is a difference among countries.

Finally extremely interesting was to identify the presence or not of innovation in the products or the services provided, and also how the presence or not of competitors affects enterprise's performance.

For the successful implementation of this thesis was used a part of AEGIS project's database and statistical tools such as SPSS which helped on the analysis of the results.

Θεωρητικό μέρος

1.1 Ορίζοντας την επιχειρηματικότητα

Η επιχειρηματικότητα είναι ένα πολύπτυχο φαινόμενο το οποίο μελετάται τόσο από επιστήμονες διαφόρων γνωστικών περιοχών, όσο και από εμπειρικούς της αγοράς και της δράσης που οι τελευταίοι μάλιστα προσδίδουν και την προστιθέμενη αξία στο όλο ζήτημα. Από όποια σκοπιά κι αν προσεγγίσουμε το θέμα, όλοι συμφωνούμε ότι η ανάπτυξη βιώσιμης επιχειρηματικότητας αποτελεί μοχλό ανάπτυξης της οικονομίας και παράγοντα πολιτικής οικονομικής σταθερότητας και οικονομικού δυναμισμού. Το ότι η επιχειρηματικότητα είναι ένα πολυσχιδές φαινόμενο το επιβεβαιώνει και η ποικιλία των ορισμών που έχουν διατυπωθεί κατά καιρούς ανάλογα με την διαφοροποίηση των σκοπών, των στόχων, των κύριων ερωτημάτων και των διαφορετικών μονάδων ανάλυσης που χρησιμοποιούνται από τους διάφορους θεωρητικούς. Σύμφωνα με τον ορισμό της Επιτροπής Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων επιχειρηματικότητα «είναι η σκέψη και η διαδικασία της δημιουργίας και ανάπτυξης οικονομικής δραστηριότητας που βασίζεται στο συνδυασμό της ανάληψης κινδύνου, δημιουργικότητας και καινοτομίας με τη διαχείριση μέσα σε ένα νέο ή υπάρχοντα οικονομικό οργανισμό». Με αυτήν την έννοια, η οικονομική ανάπτυξη μέσω της επιχειρηματικότητας αποτελεί ευθύνη όλων όσων παίρνουν αποφάσεις για τον αποτελεσματικό συνδυασμό των παραγωγικών συντελεστών «επιχειρώντας είτε προς ίδιον συμφέρον, είτε προς άλλων» (Drucker, 1990).

Βασικό συστατικό της επιχειρηματικότητας είναι η καινοτομία η οποία αναφέρεται στη διαδικασία μετασχηματισμού μιας ιδέας σε εμπορεύσιμο προϊόν ή υπηρεσία ή σε μια νέα ή βελτιωμένη μέθοδο διοίκησης, ή σε μια νέα μέθοδο οργάνωσης της εργασίας ή σε μια νέα τεχνική επιχειρησιακής λειτουργίας. Η αξιοποίηση των καινοτόμων ιδεών στις επιχειρηματικές δραστηριότητες, από μεμονωμένα άτομα ή

εταιρίες, αναλαμβάνοντας το ρίσκο για να δημιουργήσουν κάτι νέο, με σκοπό να αξιοποιήσουν τα πλεονεκτήματα του τολμήματος αυτού, οριοθετεί την έννοια της επιχειρηματικότητας. Ο Schumpeter το 1934 διατύπωσε την άποψη ότι η επιχειρηματικότητα στηρίζεται στην καινοτομία και η διαδικασία επίτευξης νέων συνδυασμών ή σχηματισμών ονομάζεται «επιχείρηση» και τα άτομα που φέρουν σε πέρας αυτήν τη διαδικασία ονομάζονται «επιχειρηματίες». Οι επιχειρηματίες κατά τον Schumpeter δεν είναι απαραίτητο να συνδέονται μόνιμα με μια ατομική επιχείρηση, αλλά ως επιχειρηματίες νοούνται ακόμη και τα διορισμένα στελέχη, όπως οι μάντζερ και τα ανώτατα στελέχη διοίκησης μιας επιχείρησης ή πιο γενικά αυτοί που εφαρμόζουν στην πράξη την επιχειρηματική λειτουργία .

Η δημιουργικότητα (creativity) είναι επίσης μια σημαντική παράμετρος της υγιούς επιχειρηματικότητάς και αναφέρεται στην παραγωγή ενός προϊόντος ή υπηρεσίας ή ιδέας που είναι καινοφανής (πρωτότυπη ή απροσδόκητη) και κατάλληλη. Ο Peter Drucker (1990) ορίζει ως επιχειρηματία «αυτόν που δημιουργεί κάτι το καινούριο, κάτι το διαφορετικό, αυτόν που αλλάζει ή μεταβάλλει αξίες».

Ο σημαντικός ρόλος της επιχειρηματικότητας ενώ είχε επισημανθεί στις θεωρίες των κλασικών και νεοκλασικών οικονομολόγων (R. Cantillon, A. Smith, J.B. Say, J.S. Mill, D. Ricardo, L. Warlas, A. Marshall, κ.ά), μολταυτά αγνοήθηκε στην πράξη για αρκετά χρόνια, ιδιαίτερα στην περίοδο μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, όπου δόθηκε μεγάλη σημασία στις μεγάλες επιχειρήσεις και οργανισμούς του ιδιωτικού και δημοσίου τομέα, ως αποτέλεσμα των πολιτικών του κρατικού παρεμβατισμού και του Κεϋνσιανισμού. Ήδη από το 1911 ο Schumpeter είχε μιλήσει για τη σημασία του ρόλου του επιχειρηματία στην ανανέωση, στην ανατροπή των συνθηκών παραγωγής, στην αναζήτηση νέων τρόπων παραγωγής , νέας τεχνολογίας στην παραγωγή νέων προϊόντων. Όμως, μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1970, όσες μικρές επιχειρήσεις ιδρύονταν από φιλόδοξους επιχειρηματίες θεωρούνταν ότι ασκούσαν ουδέτερη επίδραση στα οικονομικά μεγέθη. Η καθοριστική σημασία της επιχειρηματικότητας αναγνωρίζεται μετά την δεκαετία του 1980, κατά τη διάρκεια της οποίας η κρίση της σοσιαλδημοκρατίας στην Ευρώπη, με την ταυτόχρονη αύξηση του Θατσερισμού στις Ηνωμένες Πολιτείες , ευνόησαν την ανάπτυξη των δυνάμεων της αγοράς. (Χατζηκωνσταντίνου & Γωνιάδης, 2009).

Σήμερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις καταλαμβάνουν ένα σημαντικό ποιοτικό και ποσοτικό τμήμα της Ευρωπαϊκής οικονομίας, αποτελώντας πηγή δημιουργικότητας και καινοτομίας και συμβάλλοντας στην βελτίωση των δεικτών απασχόλησης και ανάπτυξης. Σε σχέση με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις, βεβαίως, παρουσιάζουν υστερήσεις όσον αφορά στις οικονομίες κλίμακας, αλλά η αναγνώριση της ουσιαστικής συμβολής των μικρομεσαίων στην βιώσιμη ανάπτυξη , επέβαλε την θεσμοθέτηση πολιτικής και πρωτοβουλιών εκ μέρους της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που προωθούν την επιχειρηματικότητα και προάγουν την ανταγωνιστικότητα αυτών των μικρού μεγέθους επιχειρήσεων.

1.2 Επιχειρηματικότητα Έντασης Γνώσης

«Με τον όρο επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης χαρακτηρίζονται οι νέες επιχειρήσεις που είναι καινοτόμες, χρησιμοποιούν σημαντικά την γνώση στις δραστηριότητες τους και αναπτύσσουν καινοτόμες ευκαιρίες σε ποικίλους τομείς» (Malerba & McKelvey 2015)

Η επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης (ΕΕΓ) δεν αναφέρεται αποκλειστικά σε νεοσύστατες επιχειρήσεις, και δεν περιορίζεται σε ορισμένους τομείς, όπως σε επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας, αλλά γενικότερα σε καινοτόμες επιχειρήσεις που εμπλέκονται σε μια διαδικασία μετάφρασης της γνώσης σε καινοτομία. Η γνώση μπορεί να αναφέρεται σε επιστημονική γνώση, σε τεχνολογικές γνώσεις, αλλά και σε εφαρμοσμένη γνώση. Η ΕΕΓ ενσωματώνει κυρίως συστήματα καινοτομίας αποτελούμενα από ετερογενείς φορείς και δίκτυα διαφόρων τύπων, και διαμορφώνεται από τα θεσμικά όργανα (ρυθμιστικά συστήματα) (Malerba & McKelvey 2015).

Κάποιος θα μπορούσε να ισχυριστεί ότι ένας καλύτερος όρος για να αποδοθεί η έννοια «επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης» θα ήταν «Επιχειρηματικότητα μέσω Καινοτομίας». Εδώ θα πρέπει να γίνει διάκριση ανάμεσα σε δύο είδη επιχειρηματικότητας:

A. Την επιχειρηματικότητα μέσω καινοτομίας που περιλαμβάνει την ανάπτυξη και την εισαγωγή νέου προϊόντος ή υπηρεσίας, την καινοτομία στις διαδικασίες, την εισαγωγή νεωτερισμών και νέων μεθόδων στην επιχείρηση

Και

B. Επιχειρηματικότητα που δεν περιλαμβάνει τα ανωτέρω, π.χ. όταν κάποιος ξεκινά μια νέα επιχείρηση καθαρισμού για το σπίτι, δηλαδή συνήθης επιχειρηματικότητα, η οποία δεν είναι καινοτόμος,

Η διάκριση μεταξύ των δύο εννοιών της επιχειρηματικότητας ακολουθεί την διάκριση του Schumpeter μεταξύ της οικονομικής ανάπτυξης ως σταθερής

διαδικασίας κρατώντας αμετάβλητη την ποιότητα της οικονομικής δραστηριότητας και της ανάπτυξης που αντικατοπτρίζει ποιοτική αλλαγή. Για τον Schumpeter, η δημιουργία μιας νέας επιχείρησης δεν ταυτίζεται κατ' ανάγκην με την έννοια της επιχειρηματικότητας. Ο Metcalfe (2004) πιστεύει επίσης ότι, «πολλές επιχειρηματικές δραστηριότητες είναι αντίγραφα των υφιστάμενων επιχειρήσεων των οποίων η λειτουργία είναι να εξασφαλιστεί η συνέχεια των οικονομικών δραστηριοτήτων τους μέσα στο χρόνο, και η λειτουργία τους βασίζεται σε γνώσεις μιας καλά καθιερωμένης αγοράς και πρακτικών, και υπό αυτή την έννοια δεν φέρνουν τίποτα νέο για την οικονομία» (Metcalfe , 2004) .

Αυτή δεν είναι μόνο μια φιλοσοφική και εννοιολογική διαμάχη αλλά ένα στατιστικό και εννοιολογικό πρόβλημα. Στην περίπτωση των επιχειρήσεων τα δημογραφικά δεδομένα τα οποία μετρούν την επιχειρηματικότητα έχουν διευρύνει σε πολύ μεγάλο βαθμό την έννοια της επιχειρηματικότητας. Αν περιοριστούμε στον ορισμό Schumpeter - Metcalfe , το υποσύνολο των εταιρειών θα πρέπει να περιορίζεται στις επιχειρήσεις με βάση την καινοτομία. Έτσι τα προβλήματα της επιχειρηματικής λειτουργίας και διαμόρφωσης δεν είναι αμελητέα. Είναι πιθανόν να μην είναι εντελώς επιλύσιμα και η αντιμετώπισή τους θα βασίζεται πάντα σε συγκεκριμένο πλαίσιο, για παράδειγμα έχοντας υπόψη το στόχο του ζητήματος.

Από την άλλη πλευρά, η διάκριση μεταξύ της επιχειρηματικότητας έντασης γνώσης ή μη είναι σημαντική. Επιπλέον, μπορεί να υπάρχουν περιπτώσεις όπου η διάκριση μεταξύ της επιχειρηματικότητας μέσω καινοτομίας και της απλής/ συνήθους επιχειρηματικότητας δεν είναι εύκολο έργο. Για παράδειγμα, υπάρχουν καινοτόμες επιχειρήσεις που δεν είναι αναγκαστικά έντασης γνώσης. Επίσης, υπάρχουν επιχειρήσεις έντασης γνώσης που δεν είναι αναγκαστικά καινοτόμες. Ωστόσο, μια επιχείρηση με υψηλό βαθμό γνώσης αυξάνει την πιθανότητα ότι θα ανασυνδυάσει την υπάρχουσα γνώση και συνεπώς θα καινοτομήσει. Εν ολίγοις, οποιαδήποτε τέτοια διάκριση θα έχει ασαφή όρια και ως εκ τούτου ίσως είναι προτιμότερο να χρησιμοποιήσουμε τον ευρύτερο ορισμό που περιλαμβάνει τόσο την έννοια της καινοτομίας όσο και την έννοια της έντασης γνώσης.

Ορισμοί της επιχειρηματικότητας έχουν δοθεί αρκετοί. Για παράδειγμα οι Schumpeter (1934) και Kirzner (1973). Για τον Schumpeter, οι επιχειρηματίες είναι πάντα καινοτόμοι, αλλά όχι για τον Kirzner για τον οποίο ο επιχειρηματίας θεωρείται ως arbitrageur (δισπαστής) που αποκαθιστά την ισορροπία στην αγορά με την εκμετάλλευση των κενών που εντοπίζονται σε αυτήν και οδηγούν σε διατάραξη της ισορροπίας. Υπάρχουν πρόσφατα δύο σημαντικά ρεύματα σε αυτόν τον τομέα που τονίζουν τις έννοιες «ευκαιρίες» και «δημιουργία επιχείρησης» αντιστοίχως. Οι έννοιες αυτές είναι επίσης κεντρικές στο έργο AEGIS, το οποίο επικεντρώνεται στην «δημιουργία επιχείρησης» και στις «επιχειρηματικές ευκαιρίες».

Σύμφωνα με την πρώτη άποψη, οι επιχειρηματίες διερευνούν πώς και γιατί ορισμένα άτομα (Schumpeter, 1934) ή ομάδες (Schumpeter, 1949) προσδιορίζουν (επιχειρηματικές) ευκαιρίες, τις αξιολογούν ως βιώσιμες, και στη συνέχεια αποφασίζουν για την αξιοποίησή τους, ενώ άλλοι δεν το κάνουν. Στη συνέχεια η εκμετάλλευση των ευκαιριών αυτών οδηγεί σε προϊόν, επιχείρηση, και δημιουργία αξίας.

Σύμφωνα με τη δεύτερη άποψη, η επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία των οργανισμών, για παράδειγμα η διαδικασία με την οποία οι νέοι οργανισμοί δημιουργούνται (Gartner, 1998). Ανάμεσα σε αυτούς τους νέους οργανισμούς, οι επιχειρήσεις είναι οι σημαντικότερες.

Σύμφωνα με τους Malerba & McKelvey (2015) ως επιχειρήσεις έντασης γνώσης θεωρούνται:

- Οι νέες επιχειρήσεις που είναι καινοτόμες
- Οι επιχειρήσεις που έχουν σημαντική ένταση γνώσης στις δραστηριότητές τους, και
- Οι επιχειρήσεις που βλέπουν (αντιλαμβάνονται), συλλαμβάνουν και ανταποκρίνονται σε νέες ευκαιρίες (δηλαδή σε ευκαιρίες αγοράς, τεχνολογικές ευκαιρίες)

Επιπλέον η επιχειρηματική δραστηριότητα έντασης γνώσης με τη σειρά της μπορεί να οδηγήσει σε δομικές, θεσμικές και κοινωνικές αλλαγές δεδομένου ότι οι επιχειρηματίες είναι «φορείς αλλαγής».

1.3 Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα

Είναι εξαιρετικά σημαντικό να οριστεί η έννοια της "καινοτομίας" ρητά. Το να χαρακτηρίσουμε κάτι ως «καινοτόμο» είναι πολύ γενικό και ασαφές. Οι καινοτομίες είναι νέες δημιουργίες που έχουν ιδιαίτερη σημασία για την κοινωνία και την οικονομία και προέρχονται κυρίως από τις επιχειρήσεις. Μπορούν να χωριστούν σε νέα προϊόντα και νέες διεργασίες/ διαδικασίες που αναπτύσσονται και διαδίδονται. Τα προϊόντα μπορούν να είναι είτε υλικά αγαθά ή άυλες υπηρεσίες. Οι διαδικασίες μπορεί να είναι τεχνολογικές ή οργανωτικές (Malerba & McKelvey 2015).

Ο ορισμός της καινοτομίας από τον ΟΟΣΑ και τη Eurostat έχει ως εξής : «η εφαρμογή ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος (αγαθού ή υπηρεσίας) ή διαδικασίας, μιας νέας μεθόδου marketing, ή νέων οργανωτικών μεθόδων στις επιχειρηματικές πρακτικές»(ΟΟΣΑ, 2005).

Υπάρχουν βασικά τέσσερις τύποι καινοτομίας που προσδιορίζονται στο Εγχειρίδιο του Όσλο (Oslo Manual, 2005):

- καινοτομία προϊόντος
- καινοτομία διαδικασίας
- καινοτομία marketing

και

- την οργανωτική καινοτομία.

Ποιο είναι λοιπόν το πλαίσιο στο οποίο αναπτύσσεται και λειτουργεί η επιχειρηματικότητα σε συνδυασμό με την καινοτομία;

Η καινοτομική ικανότητα μιας επιχείρησης βασίζεται στην ικανότητα τεχνολογικής αφομοίωσης, δηλαδή μάθησης, του ευρύτερου παραγωγικού συστήματος (Lundvall 1992). Οι μηχανισμοί απορρόφησης της τεχνολογίας δηλαδή ο τρόπος μάθησης, διαμορφώνεται από το ιστορικά διαμορφωμένο θεσμικό πλαίσιο που διέπει την οικονομία. (Nore- Brandson, 2011).

Στην διεθνή βιβλιογραφία (Drucker, 2004) η καινοτομία ως αποτέλεσμα της τεχνολογικής ικανότητας της επιχείρησης- προσδιορίζεται άλλοτε άμεσα ως εξαρτημένη μεταβλητή των τεχνολογικών εισροών της επιχείρησης (εργαστηριακών δραστηριοτήτων, δαπανών E & A) και άλλοτε έμμεσα από τις νέες εισόδους και επενδύσεις επιχειρήσεων, την συνολική αύξηση της παραγωγικότητας των μισθών και της απασχόλησης. Για την μέτρηση της καινοτομίας σχετικές μελέτες διακρίνουν την καινοτομία σε αλλαγές στην οργάνωση και διαδικασία της παραγωγής και στα προϊόντα (OECD 1996). Η καινοτομία προϊόντος, που καταχωρείται ως πατέντα (Sutton R, 2001), αποτελεί όμως το σαφέστερο μέτρο καθώς οι καινοτομίες οργάνωσης και διαδικασίας της παραγωγής δύσκολα καταγράφονται.

Η μεταφορά και αφομοίωση τεχνολογικής γνώσης εξαρτάται από την προσπάθεια της επιχείρησης για ενδογενή τεχνολογική ανάπτυξη, καθώς και απορρόφηση των εξωγενών τεχνολογικών εισροών (Mainamels et al.,2010). Η δραστηριότητα έρευνας και ανάπτυξης (E & A) και οι δεξιότητες του προσωπικού της επιχείρησης συνιστούν τους κυριότερους ενδογενείς παράγοντες δημιουργίας και συσσώρευσης τεχνολογικής γνώσης. Οι εξωγενείς τεχνολογικές εισροές συνίστανται κυρίως σε πατέντες και τεχνολογικές άδειες, καθώς και στις συνεργασίες που η επιχείρηση αναπτύσσει με ηγετικές τεχνολογικά επιχειρήσεις (Amabile, et al, 2008).

Η αποτελεσματική εισροή γνώσης στην επιχείρηση από εξωγενείς πηγές προϋποθέτει την ύπαρξη ενός περιβάλλοντος οικονομιών συγκέντρωσης, διάχυσης τεχνογνωσίας και ισχυρής επιστημονικής και ερευνητικής βάσης (Metcalf, 2004), που διευκολύνεται από την λειτουργία βιομηχανικών δικτύων ικανών να διαχειριστούν την συλλογική πληροφορία και τεχνογνωσία (Aslund 2007). Η αφομοίωση όμως της γνώσης από την επιχείρηση και η ανάπτυξη καινοτομικής δραστηριότητας προϋποθέτει συστηματική προσπάθεια ενδογενούς E & A.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, η επιχειρηματική καινοτομία ως καινοτομία προϊόντος προσδιορίζεται άμεσα από ενδογενείς παράγοντες που συνιστούν την ενδοεπιχειρησιακή τεχνολογική προσπάθεια. Αυτή αντανακλάται κατ' εξοχήν στην αναλογία επιστημονικού και τεχνικού προσωπικού στο σύνολο των απασχολουμένων της επιχείρησης. Η υψηλή ειδίκευση των εργαζομένων, που αποτελεί γνώση ενσωματωμένη στο ανθρώπινο κεφάλαιο της επιχείρησης, διευκολύνει καθοριστικά την τεχνολογική αφομοίωση και ανάπτυξη. Ανάλογα, οι δαπάνες έρευνας και ανάπτυξης ανά εργαζόμενο της επιχείρησης (Ibboston P. et al, 2010) στα πλαίσια της ενδογενούς τεχνολογικής δραστηριότητας εξασφαλίζουν την ενεργό ανάμιξη του προσωπικού στην ανάπτυξη τεχνογνωσίας και στην κατάρτιση, προϋπόθεση για την συσσώρευση γνώσης. Άμεσα προσδιορίζουν την επιχειρηματική καινοτομία και εξωγενείς παράγοντες που κυρίως συνίστανται σε τεχνολογικές εισροές από εξωτερικές προς την επιχείρηση πηγές. Οι εισροές αυτές καταγράφονται κατ' εξοχήν στις πατέντες και τεχνολογικές άδειες που η επιχείρηση αγοράζει κι εφαρμόζει.

Εξ ίσου καθοριστικός είναι και ο ρόλος των μη καταχωρημένων επίσημα εξωτερικών τεχνολογικών εισροών που εκφράζονται κυρίως στις τεχνολογικές αλλαγές που η επιχείρηση υιοθετεί στην διαδικασία της παραγωγής.

Τέλος, η ικανότητα τεχνολογικής απορρόφησης και καινοτομίας καθορίζει τις οικονομικές επιδόσεις της επιχείρησης. Με άλλα λόγια, η επιχειρηματική ανταγωνιστικότητα -εκφρασμένη ως αύξηση των πωλήσεων (Ettlinger and Tufford 1996 in Amabile 1998)- προσδιορίζεται έμμεσα από τους τεχνολογικούς παράγοντες (εξωγενείς και ενδογενείς) που διαμορφώνουν την καινοτομία. Προσδιορίζεται όμως άμεσα από παράγοντες που σχετίζονται με μη τεχνολογικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης, τα οποία διαμορφώνει η παραγωγική διάρθρωση και το θεσμικό υπόβαθρο του οικονομικού περιβάλλοντος. Πρόκειται για την πρόσβαση και συμμετοχή της επιχείρησης σε τοπικά και διεθνή δίκτυα τεχνολογικής συνεργασίας (Aslund 2007), καθώς και το δυναμικό της ως προς το μέγεθος και καθεστώς λειτουργίας.

.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

2.1 Μέθοδοι ανάλυσης

Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιούμε το στατιστικό πακέτο SPSS 20.0 καθώς και ο δείκτης ομοιογένειας BLAU INDEX. Οι μέθοδοι είναι:

2.2 Ανάλυση διακύμανσης μονής κατεύθυνσης (One-way ANOVA)

Στην απλούστερη μορφή της η ανάλυση διακύμανσης μονής κατεύθυνσης (One-way) ANOVA μας δίνει τη δυνατότητα να ελέγξουμε την υπόθεση ότι οι μέσες τιμές διαφόρων πληθυσμών είναι ίσες. Κάτω από το πλαίσιο αυτό μπορούμε να θεωρήσουμε την ANOVA σαν προέκταση της δοκιμασίας για την σύγκριση των μέσων τιμών δύο πληθυσμών. Υπάρχουν όμως δύο λόγοι για τους οποίους χρησιμοποιούμε την ANOVA έναντι της δοκιμασίας. Ο ένας είναι η συντομότερη διαδικασία ανάλυσης και ο δεύτερος (και πιο σημαντικός) η ακρίβεια της διάγνωσης. Εδώ η ανάλυση χρησιμοποιήθηκε για να εντοπίσουμε διαφορές ανάμεσα στις διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης και μεθόδους που χρησιμοποιήθηκαν για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας.

Η ANOVA από μόνη της δεν μπορεί να μας δείξει συγκεκριμένα μεταξύ ποιών ομάδων υπάρχουν διαφορές μας υποδεικνύει αν υπάρχουν διαφορές. Διαφορές μεταξύ των ομάδων εντοπίζονται με τα κατάλληλα post hoc tests που διαθέτει το SPSS.

2.3 Πίνακες διπλής εισόδου

Οι πίνακες διπλής εισόδου (cross-tabulation tables) είναι κατάλληλοι πίνακες για τη συγκέντρωση και παρουσίαση δεδομένων που αφορούν δυο μεταβλητές. Οι συγκεκριμένοι πίνακες χρησιμοποιήθηκαν κυρίως για την ανάλυση του προφίλ των

μελών της ιδρυτικής ομάδας ώστε να εξαχθούν συμπεράσματα που να αφορούν την ιδρυτική ομάδα στο σύνολο της και όχι μεμονωμένα τον κάθε ιδρυτή. Έτσι συσχετίστηκαν μεταβλητές όπως το μορφωτικό επίπεδο με το φύλο, ο τομέας εξειδίκευσης με το φύλο, η ηλικία και άλλες παράμετροι.

2.4 ΔΕΙΚΤΗΣ ΕΤΕΡΟΓΕΝΕΙΑΣ BLAU INDEX

Ο δείκτης της ετερογένειας BLAU (1997) υπολογίζεται ως εξής

$(1 - \sum_{i=1}^I p_i^2)$ Όπου p_i είναι το ποσοστό των ομάδων της κάθε κατηγορίας.

Ο συγκεκριμένος δείκτης μπορεί να πάρει τιμές από μηδέν (πλήρης ομοιογένεια) έως ένα (πλήρης ανομοιογένεια).

Στην παρούσα εργασία εξετάστηκε η τελευταία απασχόληση των μελών της ιδρυτικής ομάδας. Ο δείκτης χρησιμοποιήθηκε για να κατανοήσουμε την συσχέτιση της προηγούμενης εργασιακής εμπειρίας των μελών της ιδρυτικής ομάδας, δηλαδή την ύπαρξη ή μη ομοιογένειας όσο αφορά την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία και το σχηματισμό της νέας επιχείρησης.

2.5 Κατηγοριοποίηση των επιχειρήσεων

Στα πλαίσια της παρούσας διπλωματικής εργασίας αξιοποιήθηκαν τμήματα του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα πεδίου του ερευνητικού έργου AEGIS στο οποίο συμμετείχαν συνολικά 4,004 επιχειρήσεις.

Συγκεκριμένα εξετάστηκαν:

- Το προφίλ των ιδρυτών με ερωτήσεις κλειστού τύπου. Στις ερωτήσεις αυτές οι επιχειρηματίες καλούνταν να απαντήσουν για την εξειδίκευσή τους, το φύλο τους, την εκπαίδευσή τους, την ηλικία τους και την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία τους.
- Η καινοτομική δραστηριότητα. Εδώ οι επιχειρήσεις κλήθηκαν να απαντήσουν εάν έχουν προβεί στην εισαγωγή νέων υπηρεσιών ή προϊόντων ή συνδυασμό τους στην αγορά όπως και αν υπάρχει έντονος ή μη ανταγωνισμός ανάλογα με την αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται. Στην συνέχεια οι επιχειρήσεις που εισήγαγαν νέα προϊόντα / υπηρεσίες ανέφεραν

τα ποσοστά αυτών ως προς τις συνολικές πωλήσεις τους και τέλος προσδιόρισαν την χρήση επίσημων και ανεπίσημων μεθόδων προστασίας της πνευματικής τους ιδιοκτησίας.

- Η πηγή χρηματοδότησης είναι καίριας σημασίας για την επιβίωση μιας επιχείρησης. Χρησιμοποιήθηκαν ερωτήσεις που αφορούν στις διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης και προσδιορισμός διαφορών ανά χώρα.

Οι επιχειρήσεις που επιλέχθηκαν για την έρευνα του έργου AEGIS ανήκουν στους παρακάτω κλάδους:

Πίνακας 2.1 Κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων του δείγματος

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

Τομέας	Κατηγοριοποίηση NACE
Μεταποιητικοί Κλάδοι Υψηλής Τεχνολογίας	
Αεροναυπηγικής	35.3
Η/Υ και μηχανολογικός εξοπλισμός γραφείων	30
Ραδιοτηλεοπτικός Εξοπλισμός	32
Κατασκευή ιατρικών, οπτικών οργάνων και οργάνων ακρίβειας	33
Φαρμακευτικά Προϊόντα	24.4
Μεταποιητικοί Κλάδοι Μέσης - Υψηλής Τεχνολογίας	
Κατασκευή ηλεκτρολογικού εξοπλισμού και ηλεκτρικών συσκευών	31
Κατασκευή Μηχανολογικού Εξοπλισμού	29
Χημική Βιομηχανία (εξαιρούνται φαρμακευτικά)	24 (excl. 24.4)
Μεταποιητικοί Κλάδοι Χαμηλής Τεχνολογίας	
Βιομηχανίες χαρτιού και εκτύωσης	21,22
Κλωστοϋφαντουργία 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 Η/Υ	72
Έρευνα και πειραματικές δραστηριότητες	73
Λοιπές επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών	74.1, 74.2, 74.3, 74.4, 74.5, 74.8

Οι επιχειρήσεις διαχωρίστηκαν σε τρεις μεγάλες ομάδες κλάδων οικονομικής δραστηριότητας οι οποίοι είναι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας, χαμηλής τεχνολογίας και τέλος σε επιχειρήσεις έντασης γνώσης. Τα ποσοστά αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα

Πίνακας 2.2 Κατανομή Επιχειρήσεων ανά κλάδο

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

Κλάδος	#	%
Υψηλης Τεχνολογίας	418	10,60%
Χαμηλής Τεχνολογίας	1184	29,90%
Επιχειρήσεις Έντασης Γνώσης	2352	59,50%
Σύνολο	3954	100%

Ακολουθεί ο διαχωρισμός των επιχειρήσεων με βάση την χώρα προέλευσης

Πίνακας 2.3 Κατανομή Επιχειρήσεων ανά χώρα

Χώρα	#	%
Κροατία	200	5,0%
Τσεχία	200	5,0%
Δανία	330	8,2%
Γαλλία	570	14,2%
Γερμανία	557	13,9%
Ελλάδα	331	8,3%
Ιταλία	580	14,5%
Πορτογαλλία	331	8,3%
Σουηδία	334	8,3%
Αγγλία	571	14,3%
Σύνολο	4004	100,0%

Τέλος με βάση την εισαγωγή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων προϊόντων ή υπηρεσιών στην αγορά κατά το διάστημα 2007-2009 όπως φαίνεται ακολούθως

Πίνακας 2.4 Επιχειρήσεις με ή χωρίς καινοτομία

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

Εισήγαγε η εταιρεία σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα/ υπηρεσίες	#	%
Ναι	2548	63,6%
Όχι	1456	36,4%
Σύνολο	4004	100,0%

3. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΜΠΕΙΡΙΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Στην ενότητα αυτή θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις αναλύσεις όπως αναφέρθηκαν και στο μεθοδολογικό μέρος:

Στη συγκεκριμένη ενότητα θα εξεταστεί το προφίλ των ιδρυτών καθώς και κάποια στοιχεία που αφορούν την επιχείρηση. Για να μπορέσουμε να εξάγουμε τα γενικά αποτελέσματα ώστε να δοθεί μια σφαιρική εικόνα για το προφίλ της ιδρυτικής ομάδας αξιοποιήθηκαν στοιχεία των ιδρυτών κάθε ιδρυτικής ομάδας που όμως αποτελείται από έναν έως και τέσσερις ιδρυτές.

Αναφορικά με τον αριθμό μελών της ιδρυτικής ομάδας -όπως προέκυψε από το AEGIS project- κατά μέσο όρο μιλάμε για μικρές ιδρυτικές ομάδες των δύο ατόμων. Αξιοσημείωτο είναι ότι στην Δανία,(56%) Κροατία (52%) και Σουηδία (56%) παρατηρούνται τα μεγαλύτερα ποσοστά επιχειρήσεων με ένα μόνο ιδρυτή. Ο μέσος όρος των επιχειρήσεων με ένα ιδρυτή διαμορφώνεται στο 37%. Τα χαμηλότερα ποσοστά απαντώνται στην Ιταλία και Πορτογαλία με 21% και 24% αντίστοιχα. Τέλος στη μεγαλύτερη πλειοψηφία των επιχειρήσεων (πάνω από το 90% σε όλες τις χώρες) η ιδρυτική ομάδα αποτελείται από έναν έως και τέσσερις ιδρυτές, ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό (μόλις 6%) επιχειρήσεων έχει ιδρυθεί από περισσότερα μέλη (πέντε ως εννέα)

3.1. Προφίλ της ιδρυτικής ομάδας

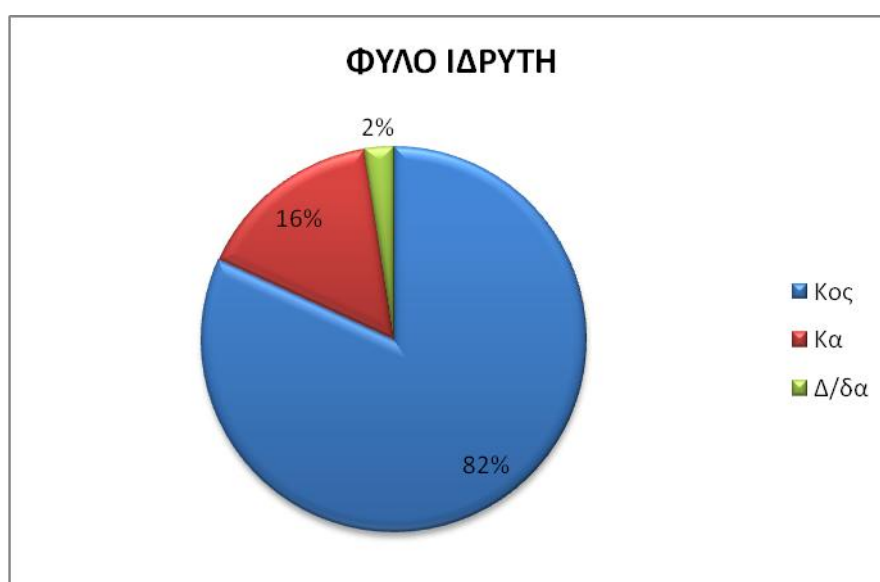
Τα μέλη της ιδρυτικής ομάδας κλήθηκαν να δώσουν πληροφορίες για το φύλο τους.

Τα συνολικά στοιχεία δίνονται στους παρακάτω πίνακες

Πίνακας 3.1. Κατανομή του φύλου της ιδρυτικής ομάδας

ΦΥΛΟ ΙΔΡΥΤΗ					ΣΥΝΟΛΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΜΕΡΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	3947	2473	1094	539	8053	
ΚΥΡΙΟΣ	3338	1930	887	434	6589	82%
ΚΥΡΙΑ	521	493	168	86	1268	16%
Δ/ΔΑ	88	50	39	19	196	2%
	ΙΔΡΥΤΗΣ 1	ΙΔΡΥΤΗΣ 2	ΙΔΡΥΤΗΣ 3	ΙΔΡΥΤΗΣ 4		

Γράφημα 3.1. Ποσοστιαία Κατανομή του φύλου της ιδρυτικής ομάδας (N=8.053)



Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε αφορά επιχειρήσεις των οποίων οι ιδρυτικές ομάδες αποτελούνται από 4 το πολύ μέλη.

Από την συνένωση των στοιχείων των ανωτέρω πινάκων και σε ότι αφορά το φύλο προκύπτει ότι σε ποσοστό 82% (6.589) πρόκειται για άνδρες ενώ σε ποσοστό 18% (732) γυναίκες. Παρατηρούμε ότι οι άνδρες αξιοποιούν περισσότερο τις ευκαιρίες και δραστηριοποιούνται πολύ πιο ενεργά από ότι οι γυναίκες. Το ποσοστό των ανδρών είναι συντριπτικό άρα και μπορούμε να ισχυριστούμε πως οι ιδρυτικές ομάδες είναι κυρίως ανδροκρατούμενες.

Με την ίδια λογική τα μέλη κλήθηκαν να απαντήσουν για το μορφωτικό επίπεδο τους.

Πίνακας 3.2 Κατανομή του εκπαιδευτικού επιπέδου της ιδρυτικής ομάδας

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΙΔΡΥΤΩΝ					ΣΥΝΟΛΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΜΕΡΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	3947	2473	1094	539	8053	
Δ/Α	138	164	101	61	464	6%
ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ	1563	1041	429	205	3238	40%
ΑΝΩΤΕΡΗ	879	541	60	250	1730	21%
ΑΝΩΤΑΤΗ	1367	727	504	23	2621	33%
	ΙΔΡΥΤΗΣ 1	ΙΔΡΥΤΗΣ 2	ΙΔΡΥΤΗΣ 3	ΙΔΡΥΤΗΣ 4		

Γράφημα 3.2 Ποσοστιαία κατανομή του εκπαιδευτικού επιπέδου της ιδρυτικής ομάδας (N=8.053)



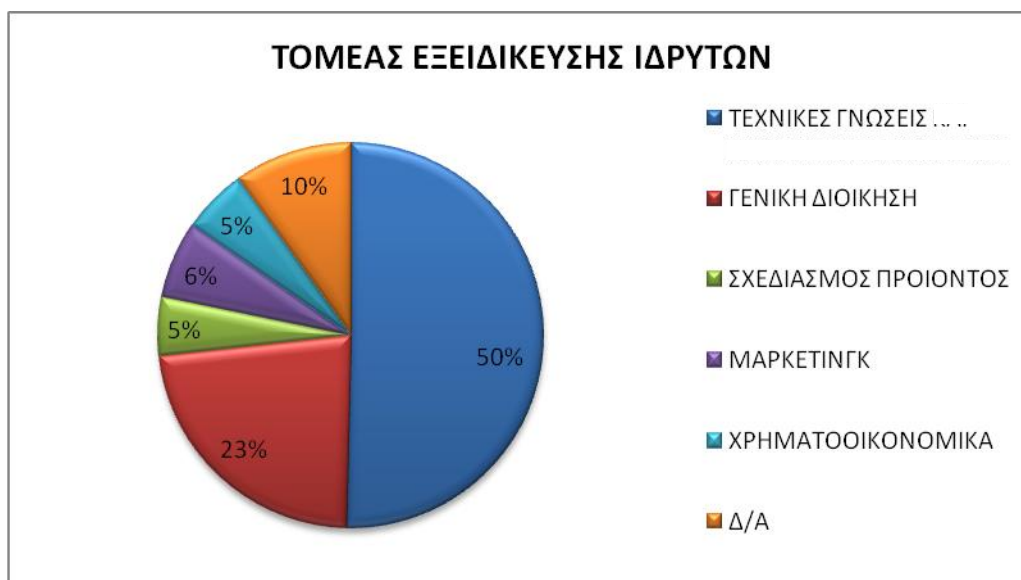
Από την επεξεργασία των δεδομένων προκύπτει πως το μεγαλύτερο ποσοστό των μελών της ιδρυτικής ομάδας είναι υψηλού μορφωτικού επιπέδου (54%). Πιο συγκεκριμένα το 21% είναι υψηλού μορφωτικού επιπέδου (κάτοχοι πτυχίου, ενώ σημαντικό ποσοστό της ιδρυτικής ομάδας είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού/ διδακτορικού διπλώματος (33%). Τέλος το 40% είναι χαμηλού μορφωτικού επιπέδου.

Ακολούθως εξετάστηκε και ο διαφορετικός τομέας εξειδίκευσης. Δίδονται σε πίνακα και γράφημα τα αποτελέσματα

Πίνακας 3.3 Κατανομή ανά τομέα εξειδίκευσης της ιδρυτικής ομάδας

ΤΟΜΕΑΣ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ ΙΔΡΥΤΩΝ					ΣΥΝΟΛΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΜΕΡΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	3947	2473	1094	539	8053	
ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	2119	1176	525	238	4058	50%
ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ	980	527	229	107	1843	23%
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ	169	140	59	29	397	5%
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	231	195	66	28	520	6%
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ	157	161	79	43	440	5%
Δ/Δ	291	274	136	94	795	10%
	ΙΔΡΥΤΗΣ 1	ΙΔΡΥΤΗΣ 2	ΙΔΡΥΤΗΣ 3	ΙΔΡΥΤΗΣ 4		

Γράφημα 3.3 Ποσοστιαία κατανομή ανά τομέα εξειδίκευσης της ιδρυτικής ομάδας (N=8.053)



Από τα στοιχεία που προέκυψαν από το ερωτηματολόγιο έχει προκύψει πως στο μεγαλύτερο ποσοστό η ιδρυτική ομάδα έχει προηγούμενη εξειδίκευση σε τεχνολογία και μηχανολογία σε ποσοστό 50%, ακολουθεί η γενική διοίκηση με

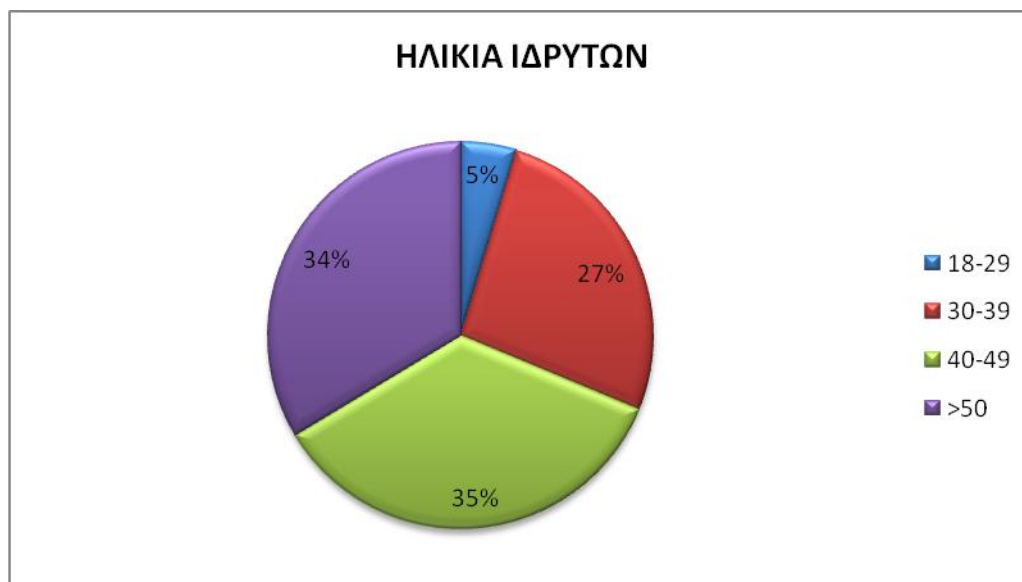
ποσοστό 23% και σε πολύ μικρότερα ποσοστά ο σχεδιασμός προϊόντος, το μάρκετινγκ και τα χρηματοοικονομικά (μόλις 5% αντίστοιχα).

Με την ίδια λογική τα μέλη κλήθηκαν να απαντήσουν σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκουν.

Πίνακας 3.4 Κατανομή της ηλικιακής ομάδας στην οποία ανήκει η ιδρυτική ομάδα

ΗΛΙΚΙΑ ΙΔΡΥΤΩΝ					ΣΥΝΟΛΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΜΕΡΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	3947	2473	1094	539	8053	
18-29	161	112	67	35	375	5%
30-39	993	687	324	138	2142	27%
40-49	1399	859	386	185	2829	35%
>50	1394	815	317	181	2707	34%
	ΙΔΡΥΤΗΣ 1	ΙΔΡΥΤΗΣ 2	ΙΔΡΥΤΗΣ 3	ΙΔΡΥΤΗΣ 4		

Γράφημα 3.4 Ποσοστιαία κατανομή της ηλικιακής ομάδας στην οποία ανήκει η ιδρυτική ομάδα(N=8.053)



Από το παραπάνω γράφημα προκύπτει πως σχεδόν ισόποσα τα μέλη της ιδρυτικής ομάδας ανήκουν στις ηλικιακές ομάδες 40-49 και άνω των 50 με ποσοστά 35% και 34% αντίστοιχα.

Άρα λοιπόν συνοψίζοντας τα παραπάνω στοιχεία και ότι αφορά την σύσταση της ιδρυτικής ομάδας στο μεγαλύτερο ποσοστό πρόκειται για άνδρες υψηλού μορφωτικού επιπέδου που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα άνω των 40 ετών και έχουν εξειδίκευση στους τομείς της τεχνολογίας και μηχανολογίας.

Στο σύνολο των 4.004 επιχειρήσεων ο μέσος όρος των –εργαζομένων πλήρους απασχόλησης είναι 11, ενώ ο μέσος όρος για τον αριθμό εργαζομένων μερικής απασχόλησης είναι 3.

Η προηγούμενη απασχόληση των ιδρυτών είναι καίριας σημασίας για την δημιουργία της νέας επιχείρησης. Ίδια επαγγελματική προϋπηρεσία σημαίνει ότι τα μέλη έχουν κοινές γνώσεις και προφανώς εμπειρίες άρα μπορούν εύκολα ο ένας να κατανοήσει τον άλλο.

Και στην αντίθετη όμως περίπτωση της διαφορετικής επαγγελματικής απασχόλησης τα μέλη επωφελούνται από αυτή τη διαφορετικότητα δεδομένου ότι ο καθένας συνεισφέρει διαφορετική γνώση και έτσι καλύπτεται ευρύτερο φάσμα τομέων.

Οι διαφορετικοί τομείς προηγούμενης επαγγελματικής απασχόλησης είναι οι ακόλουθοι:

1. Ιδιοκτήτης μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται ακόμα
2. Ιδιοκτήτης μιας επιχείρησης που διέκοψε λειτουργία
3. Εργαζόμενος σε μια επιχείρηση του ίδιου κλάδου
4. Εργαζόμενος σε μια επιχείρηση διαφορετικού κλάδου
5. Αυτοαπασχολούμενος
6. Εργαζόμενος σε πανεπιστήμιο ή εκπαιδευτικό ίδρυμα
7. Κυβερνητικός Υπάλληλος
8. Άνεργος
9. Τίποτα από τα παραπάνω – Πρώτη του/της δουρεία

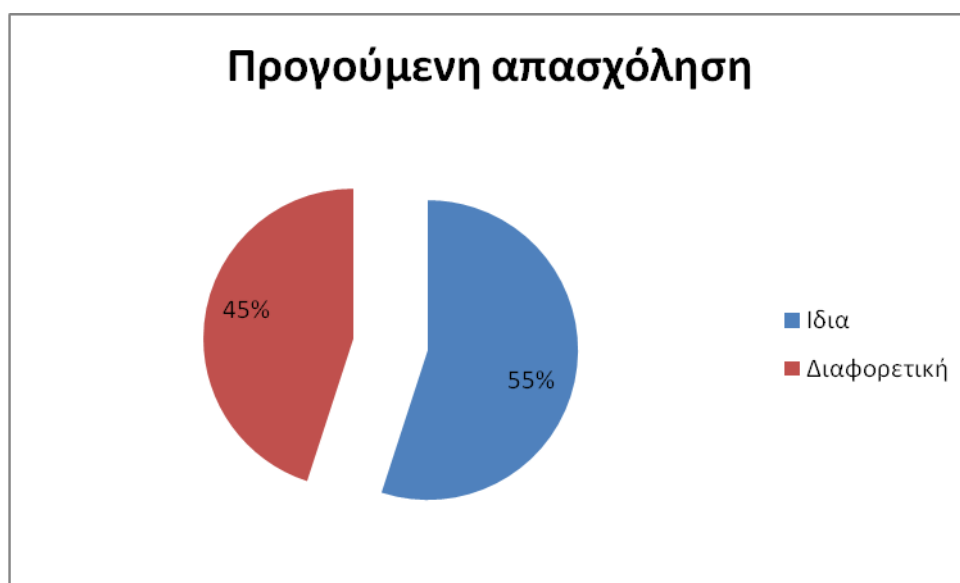
Στο σύνολο των 4.004 επιχειρήσεων που συνολικά συμμετείχαν στο AEGIS Project προέκυψε ότι:

- 1.474 επιχειρήσεις αποτελούνται από έναν μόνο ιδρυτή

- σε 1.363 επιχειρήσεις που η ιδρυτική ομάδα αποτελείται από δύο έως και τέσσερα άτομα, τα μέλη έχουν ίδια προηγούμενη επαγγελματική απασχόληση
- Στις 1.110 επιχειρήσεις τα μέλη της ιδρυτικής ομάδας έχουν διαφορετική επαγγελματική εμπειρία
- 57 επιχειρήσεις δεν απάντησαν

Άρα λοιπόν στις 2.473 επιχειρήσεις με αριθμό μελών ιδρυτικής ομάδας από δύο έως και τέσσερα άτομα το 55% παρουσιάζει ομοιογένεια ως προς την επαγγελματική απασχόληση των μελών, ενώ το 45% παρουσιάζει ανομοιογένεια.

Γράφημα 3.5 Ποσοστιαία κατανομή προηγούμενης απασχόλησης των ιδρυτών(N=2.473)



Από τα αποτελέσματα προκύπτει πως η κοινή επαγγελματική προϋπηρεσία / απασχόληση βοήθησε τα μέλη ώστε να ιδρύσουν την νέα επιχείρηση.

ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΤΕΡΟΓΕΝΕΙΑΣ ΜΕ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ BLAU INDEX

Στο σύνολο των 4.004 επιχειρήσεων οι 1.532 επιχειρήσεις αποτελούνται από ένα μόνο ιδρυτή (BLAU Index 0). Σε 1.363 επιχειρήσεις οι ιδρυτές που απαρτίζουν την ιδρυτική ομάδα έχουν την ίδια επαγγελματική προϋπηρεσία ενώ σε 1.110 διαφορετική.

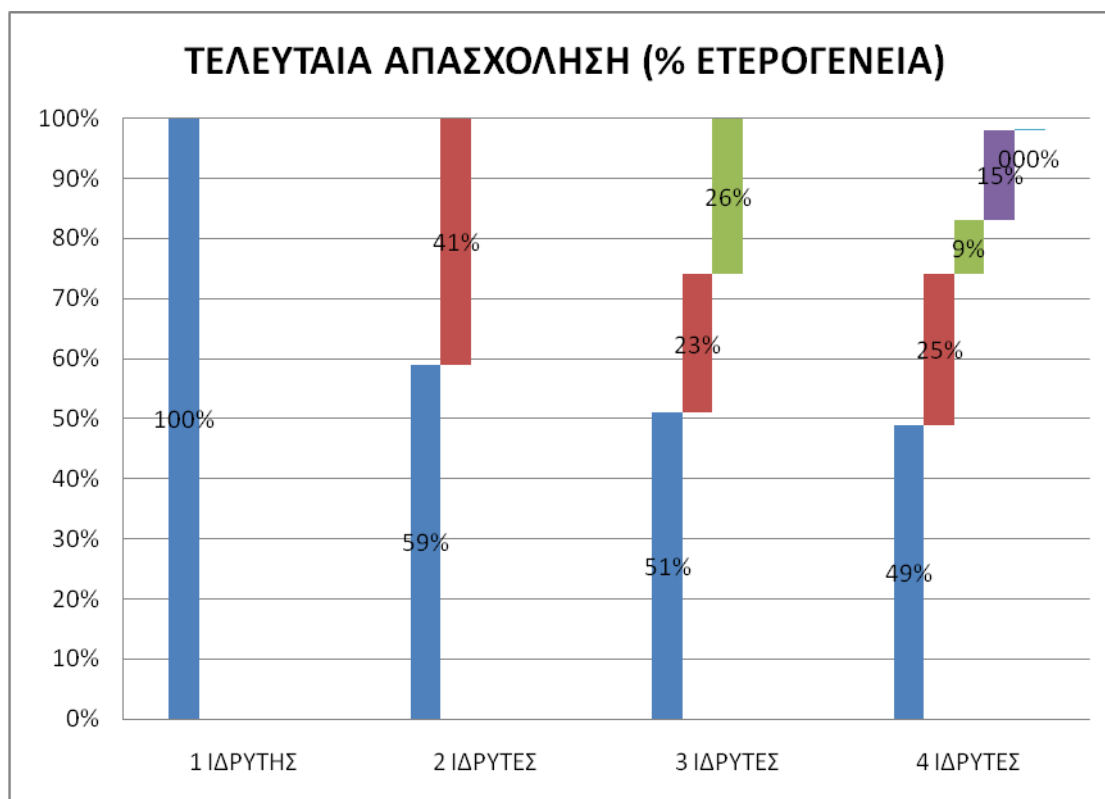
Στην περίπτωση που υπάρχουν 2 ιδρυτές στην ομάδα:

Σύνολο 1.379 επιχειρήσεις. Από τον τύπο του BLAU index οι πιθανές τιμές είναι 0 και 0,5. Στις 816 επιχειρήσεις υπάρχει πλήρης ομοιογένεια μεταξύ των μελών ενώ στις υπόλοιπες 563 ανομοιογένεια (Δείκτης BLAU 0,5).

555 επιχειρήσεις έχουν 3 μέλη στην ιδρυτική τους ομάδα. Οι 283 χαρακτηρίζονται από πλήρη ομοιογένεια σε ότι αφορά τελευταία προϋπηρεσία των μελών της ιδρυτικής ομάδας. Σε 128 οι 2 στους 3 έχουν ίδια προϋπηρεσία και ο δείκτης παίρνει τιμή 0,4422. Τέλος σε 144 και οι 3 ιδρυτές προέρχονται από διαφορετικούς χώρους (τιμή Δείκτη BLAU = 0,666).

Τέλος από τις 539 επιχειρήσεις που αποτελούνται από 4 μέλη στην ιδρυτική ομάδα, οι 264 χαρακτηρίζονται από πλήρη ομοιογένεια. Σε 136 έχουμε 3 ιδρυτές να έχουν δώσει την ίδια απάντηση (Δείκτης BLAU 0,375), σε 46 ανά 2 ιδρυτές την ίδια απάντηση (Δείκτης BLAU 0,5), σε 82 δύο ίδιες- δύο διαφορετικές (BLAU Index 0,625), και τέλος σε 11 δώσανε 4 διαφορετικές απαντήσεις (Δείκτης BLAU 0,75)

Γράφημα 3.6 Δείκτης ετερογένειας της τελευταίας απασχόλησης της ιδρυτικής ομάδας



Πίνακας 3.5 Κατανομή δείκτη ετερογένειας προηγούμενης απασχόλησης των ιδρυτών (N=4.004)

ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ	# ΙΔΡΥΤΩΝ	# ΙΔΡΥΤΩΝ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΒΛΑΥ	%	# ΙΔΡΥΤΩΝ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΒΛΑΥ	%	# ΙΔΡΥΤΩΝ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΒΛΑΥ	%	# ΙΔΡΥΤΩΝ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΒΛΑΥ
1532	1 ΙΔΡΥΤΗΣ	1532	0	100%								
1379	2 ΙΔΡΥΤΕΣ	816	0	59%	563	0,5	41%					
555	3 ΙΔΡΥΤΕΣ	283	0	51%	128	0,4422	23%	144	0,666	26%		
539	4 ΙΔΡΥΤΕΣ	264	0	49%	136	0,375	25%	46	0,5	9%	82	0,625
4004	SUM	2895		72%	827		21%	190		5%	82	

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε πως σε όλες τις περιπτώσεις επικρατεί η ομοιογένεια αναφορικά με την τελευταία θέση που κατείχαν οι ιδρυτές. Το μεγαλύτερο βαθμό ετερογένειας (Δείκτης ΒΛΑΥ 0,75) βρίσκουμε μόνο στην περίπτωση των 4 ιδρυτών και σε ποσοστό μόλις 0,14%.

Από τις συνολικά 4,005 απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση που αφορούσε το τελευταίο επάγγελμα απομονώθηκαν οι απαντήσεις που έστω και ένα μέλος της ιδρυτικής ομάδας απάντησε πως έχει εργαστεί σε χώρο που ανήκει στην ίδια βιομηχανία (απάντηση αρ. 3) ή σε χώρο που ανήκει σε διαφορετική βιομηχανία (απάντηση αρ. 4).

Προκύπτει ότι σε 2.000 επιχειρήσεις έστω και ένα μέλος έχει εργαστεί σε χώρο που ανήκει στην ίδια βιομηχανία, ποσοστό 50%, ενώ 1.096 έχουν ξαναεργαστεί αλλά σε διαφορετικό χώρο, ποσοστό 27%.

Στην συνέχεια τα μέλη της ιδρυτικής ομάδας κλήθηκαν να απαντήσουν ποιος είναι ο βασικός τομέας εξειδίκευσης τους και κατά πόσο αυτός σχετίζεται με την τρέχουσα δραστηριότητα της επιχείρησης.

Στην συγκεκριμένη ερώτηση δόθηκαν συνολικά απαντήσεις από 3.947 επιχειρήσεις.

Οι πιθανές απαντήσεις ήταν

1. Τεχνικές γνώσεις και γνώσεις μηχανολογίας
2. Γενική Διοίκηση
3. Σχεδιασμός Προϊόντος
4. Μάρκετινγκ
5. Χρηματοοικονομικά
6. Τίποτα από τα παραπάνω/ Δεν γνωρίζω

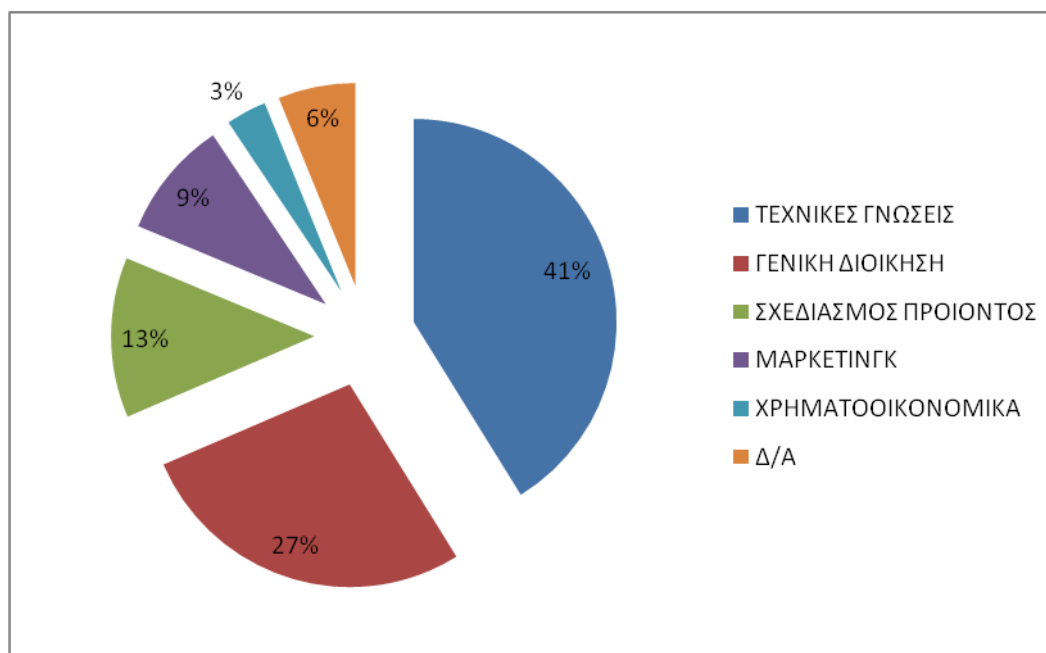
Για την επεξεργασία των δεδομένων υπολογίστηκε η μέση τιμή από τις απαντήσεις των ιδρυτών και τα αποτελέσματα συνοψίζονται ως εξής:

- Σε 1,625 επιχειρήσεις η ιδρυτική ομάδα έχει απαντήσει πως έχει τεχνικές γνώσεις, ποσοστό 41%
- Σε 1,080 γνώσεις γενικής διοίκησης, ποσοστό 27%
- Σε 503 σχεδιασμό προϊόντος, ποσοστό 13%

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

- Σε 369 μάρκετινγκ, ποσοστό 9%
- Σε 127 χρηματοοικονομικά, ποσοστό 3%
- Και τέλος 243 τίποτα από τα παραπάνω, ποσοστό 6%

Γράφημα 3.7 Κύριος τομέας εξειδίκευσης της ιδρυτικής ομάδας και συσχέτιση του με την τρέχουσα δραστηριότητα της επιχείρησης(N=4.004)



Μέσος όρος επαγγελματικής προϋπηρεσίας της ιδρυτικής ομάδας.

Για την συγκεκριμένη ανάλυση χρησιμοποιήθηκε ο μέσος όρος των απαντήσεων που δόθηκε από όλα τα μέλη της ιδρυτικής ομάδας. Προέκυψε πως κατά μέσο όρο 12,5 χρόνια είχαν προηγούμενη προϋπηρεσία τα μέλη της ιδρυτικής ομάδας.

Από πού δημιουργήθηκε η επιχείρηση;

Στην ερώτηση αυτή οι επιχειρήσεις κλήθηκαν να απαντήσουν εφόσον η τρέχουσα επιχείρηση προέρχεται από άλλον οργανισμό. Στο σύνολο των 4.004 απαντήσεων οι 558 απάντησαν Ναι και οι λοιποί 3.447 Όχι. Τα αντίστοιχα ποσοστά φαίνονται στο διάγραμμα:

Γράφημα 3.8 Ποσοστιαία κατανομή των επιχειρήσεων που προήλθαν από άλλο προϋπάρχοντα οργανισμό (N=558)



Εν συνεχεία όσοι απάντησαν ΝΑΙ (558) κλήθηκαν να δώσουν διευκρίνηση τι είναι ο μητρικός οργανισμός: 1. Πανεπιστήμιο, 2. Επιχείρηση, 3. Άλλο

Πανεπιστήμιο απάντησαν 14 από τους 558 και 544 απάντησαν Επιχείρηση.

Έπειτα οι 544 που έδωσαν ως απάντηση την Επιχείρηση έπρεπε να απαντήσουν εάν η μητρική επιχείρηση σχετίζεται με την νέα επιχείρηση είτε ως

1. Συνεργάτης,
2. Ανταγωνιστής,
3. Πελάτης,
4. Προμηθευτής,
5. Τίποτα

Πίνακας 3.6 Ποσοστιαία κατανομή του τρόπου συσχέτισης του μητρικού οργανισμού με την τρέχουσα εταιρεία.

	%	# ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ
ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ	22%	121
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΗΣ	5%	26
ΠΕΛΑΤΗΣ	5%	28
ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ	5%	28
ΤΙΠΟΤΑ	63%	341

Γράφημα 3.9 Ποσοστιαία κατανομή του τρόπου συσχέτισης του μητρικού οργανισμού με την τρέχουσα εταιρεία. (N=544)



Παρατηρούμε πως αν και η νέα επιχείρηση προέρχεται από μια προηγούμενη σε πολύ μεγάλο ποσοστό οι δύο επιχειρήσεις δεν σχετίζονται άμεσα.

3.2 ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Οι διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης είναι:

1. Ίδια Κεφάλαια
 2. Μέλος Οικογένειας
 3. Προηγούμενος Εργοδότης (θερμοκοιτίδα επιχείρησης κλπ)
 4. Κεφάλαια Υψηλού Επιχειρηματικού Ρίσκου (Venture Capital)
 5. Τράπεζα
 6. Χρηματοδότηση από δημόσιους φορείς
 7. Ευρωπαϊκή ένωση
 8. Άλλη πηγή
- 2.235 απάντησαν πως ως αποκλειστική πηγή χρηματοδότησης είχαν τα ίδια κεφάλαια.
 - 47 απάντησαν πως ως αποκλειστική πηγή χρηματοδότησης είχαν οικογενειακό μέλος
 - 16 απάντησαν πως ως αποκλειστική πηγή χρηματοδότησης είχαν προηγούμενο εργοδότη
 - 15 απάντησαν πως ως αποκλειστική πηγή χρηματοδότησης είχαν venture capital
 - 97 απάντησαν πως ως αποκλειστική πηγή χρηματοδότησης είχαν τράπεζα
 - 16 απάντησαν πως ως αποκλειστική πηγή χρηματοδότησης είχαν δημόσιο φορέα

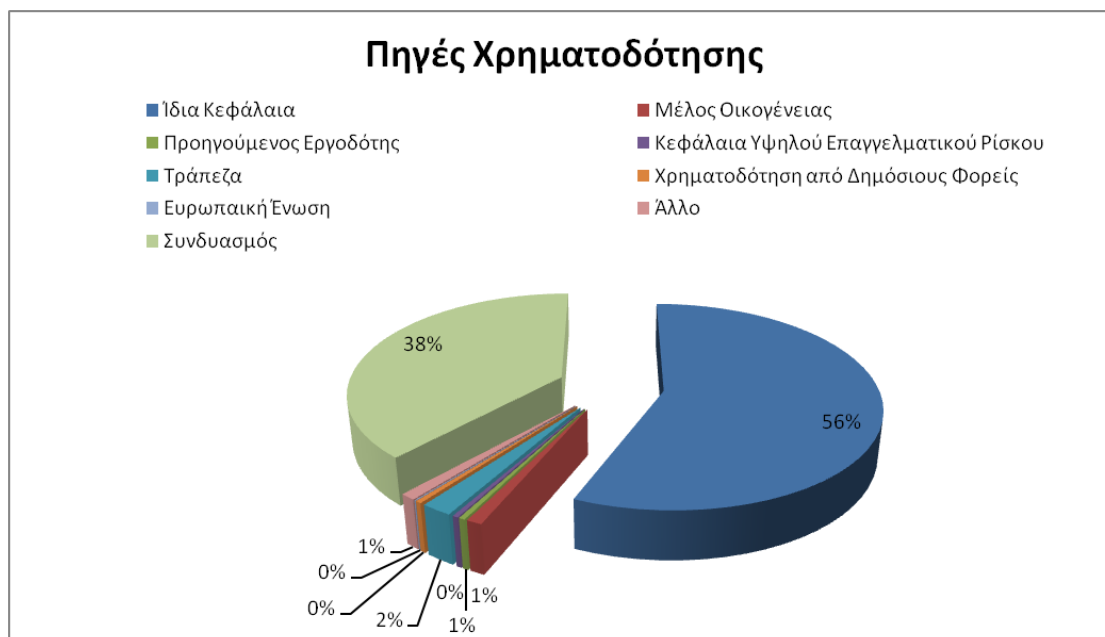
- 3 απάντησαν πως ως αποκλειστική πηγή χρηματοδότησης είχαν την Ε.Ε
- 41 απάντησαν πως είχαν άλλη ως αποκλειστική πηγή χρηματοδότησης
- Και τέλος 1534 απάντησαν πως χρησιμοποίησαν συνδυασμό πηγών χρηματοδότησης

Τα αντίστοιχα ποσοστά διαμορφώνονται ως εξής :

Πίνακας 3.8 Διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης ανά ποσοστό στο σύνολο των απαντήσεων από όλες τις χώρες

Πηγή Χρηματοδότησης	Ποσοστό
Ίδια Κεφάλαια	56%
Μέλος Οικογένειας	1%
Προηγούμενος Εργοδότης	0,40%
Κεφάλαια Υψηλού Επιχειρηματικού Ρίσκου	0,37%
Τράπεζα	2%
Χρηματοδότηση από δημόσιους φορείς	0,40%
Ευρωπαϊκή ένωση	0,07%
Άλλο	1%
Συνδυασμός	38%

Γράφημα 3.10 Ποσοστιαία κατανομή διαφορετικών πηγών χρηματοδότησης στο σύνολο των απαντήσεων (N=4004)



Παρατηρούμε πως στις περισσότερες περιπτώσεις (56%) η χρηματοδότηση προέρχεται από ίδια κεφάλαια αποκλειστικά ενώ σε μικρότερο ποσοστό επιλέγεται συνδυασμός πηγών χρηματοδότησης (38%).

Στην συνέχεια εξετάζονται οι διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης ανά χώρα.

Αρχικά ας δούμε τις διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης:

1. Ίδια Κεφάλαια
2. Μέλος Οικογένειας
3. Προηγούμενος Εργοδότης (θερμοκοιτίδα επιχείρησης κλπ)
4. Κεφάλαια Υψηλού Επιχειρηματικού Ρίσκου (Venture Capital)
5. Τράπεζα
6. Χρηματοδότηση από δημόσιους φορείς
7. Ευρωπαϊκή ένωση
8. Άλλη πηγή

Πίνακας 3.7 Διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης ανά χώρα

Χώρα	Ίδια Κεφάλαια	Μέλος Οικογένειας	Προηγούμενος Εργοδότης	Κεφάλαια Υψηλού Επιχειρηματικού Ρίσκου	Τράπεζα	Χρηματοδότηση από δημόσιους φορείς	Ευρωπαϊκή ένωση
Κροατία	168	19	5	3	27	5	
Γαλλία	181	16	7	1	41	1	3
Δανία	305	9	6	9	98	4	3
Γαλλία	532	43	10	27	188	68	10
Γερμανία	508	70	18	35	148	59	15
Ελλάδα	298	34	6	4	80	24	41
Ιταλία	483	81	21	39	227	49	21
Πορτογαλλία	298	42	3	12	101	17	8
Σουηδία	303	9	4	18	72	12	4
Αγγλία	514	43	12	28	96	40	7
ΣΥΝΟΛΟ	3590	366	92	176	1078	279	112

Ο πίνακας περιγράφει τους διαφορετικούς τρόπους χρηματοδότησης ανά χώρα για το σχηματισμό της επιχείρησης. Όπως παρατηρούμε από τον ανωτέρω πίνακα σε όλες τις χώρες η βασική πηγή χρηματοδότησης προέρχεται από ίδια κεφάλαια με τη Γαλλία να είναι η χώρα που χρησιμοποιεί κυρίως την συγκεκριμένη πηγή χρηματοδότησης. Αντίθετα η χρηματοδότηση από μέλη οικογένειας είναι η λιγότερο διαδεδομένη μέθοδος μεταξύ των χωρών. Παρατηρούμε πως και η Ελλάδα δεν διαφοροποιείται σε σχέση με τις λοιπές χώρες, ακολουθεί δηλαδή το ίδιο μοτίβο με τις περισσότερες επιχειρήσεις να χρηματοδοτούνται από ίδια κεφάλαια.

Αξίζει εδώ να γίνει μια αναφορά στα κεφάλαια υψηλού επιχειρηματικού ρίσκου (venture capital) που προσφέρουν σε νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις χρηματοδότηση, τεχνική υποστήριξη, υποστήριξη μάρκετινγκ και δικτύωση καθώς αυτές προσπαθούν να μετατρέψουν τις ιδέες τους σε προϊόντα και να γίνουν πλήρως ανεπτυγμένες επιχειρήσεις, και δυστυχώς δεν είναι καθόλου διαδεδομένη ως μορφή χρηματοδότησης.

Τα επιχειρηματικά κεφάλαια είναι «καύσιμο υψηλού βαθμού οκτανίων, που κινεί την πρόοδο της υψηλής τεχνολογίας». Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η Apple. Το 1976 ο Steve Jobs & ο Steve Wozniak ξεκίνησαν την εταιρεία στο γκαράζ των γονιών του πρώτου στο Λος Άλτος της Καλιφόρνια. Το 1977 η εταιρεία έλαβε 91000 \$ σε ανεπίσημα επιχειρηματικά κεφάλαια και ακολούθησαν 3,5 εκατομμύρια δολάρια σε επίσημα επιχειρηματικά κεφάλαια. Δεύτερη χαρακτηριστική περίπτωση η Intel. Κεφαλαιούχοι προσέφεραν στην εταιρεία αρχική χρηματοδότηση 2,5

εκατομμυρίων δολαρίων και ακολούθησε χρηματοδότηση δεύτερου γύρου 3,5 εκατομμυρίων δολαρίων.

Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό των παρόχων επιχειρηματικών κεφαλαίων είναι ο εξονυχιστικός έλεγχος των νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων που εξετάζουν προκειμένου να τις εντάξουν στο χαρτοφυλάκιο τους. Ελάχιστα είναι εκείνα που προχωρούν σε επίσημη χρηματοδότηση. Οι πάροχοι επιχειρηματικών κεφαλαίων έχουν τελειοποιήσει στο έπακρο την ικανότητα τους να επιλέγουν ιδέες, εντοπίζοντας και εξειδικεύοντας το επιχειρηματικό μοντέλο που είναι πιθανότερο να πετύχει. Οι πάροχοι επιχειρηματικών κεφαλαίων αναζητούν νεοϊδρυόμενες εταιρείες σε τομείς υψηλής τεχνολογίας με προϊόντα που απευθύνονται σε μαζική αγορά και που αναμένεται να γίνουν κερδοφόρες και αυτάρκειες μέσα σε μία περίοδο δύο ή τριών ετών. Άλλο χαρακτηριστικό των παρόχων επιχειρηματικών κεφαλαίων είναι ότι παρακολουθούν από πολύ κοντά το χαρτοφυλάκιο των νεοϊδρυόμενων εταιρειών τους, συμμετέχουν στα διοικητικά συμβούλια, στην πρόσληψη προσωπικού στην ανάπτυξη προϊόντων και επιχειρηματική δικτύωση.

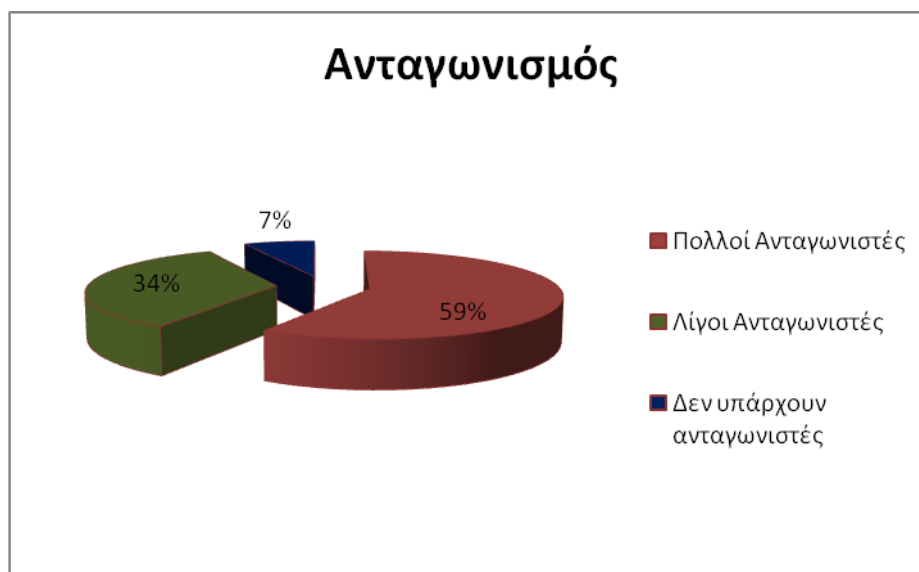
3.3 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Στην ενότητα αυτή θα εξεταστεί εάν η ιδρυθείσα επιχείρηση καινοτομεί σε σχέση με τις υπάρχουσες παρέχοντας νέα προϊόντα/ υπηρεσίες. Έτσι λοιπόν εξετάζεται ο αριθμός των ανταγωνιστών.

Από το σύνολο των 4.004 επιχειρήσεων:

- 2.349 ή 59% απάντησαν πως έχουν πολλούς ανταγωνιστές
- 1.375 ή 34% απάντησαν πως έχουν λίγους ανταγωνιστές
- 281 ή 7% απάντησαν πως δεν έχουν κανέναν ανταγωνιστή

Γράφημα 3.11 Ποσοστιαία κατανομή ανταγωνιστών (N=4.004)



Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός πως στο 93% των περιπτώσεων ήδη υπάρχουν ανταγωνιστές στον επιχειρηματικό περιβάλλον και μάλιστα σε ποσοστό 59% ο αριθμός των ανταγωνιστών είναι μεγάλος.

Ύπαρξη ανταγωνιστών - % των πωλήσεων της επιχείρησης σε τοπική/ διεθνή/ παγκόσμια αγορά

Στους παρακάτω πίνακες θα δούμε κατά πόσο η ύπαρξη ανταγωνιστών επηρεάζεται από την αγορά στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση:

Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκαν τα στοιχεία που προέκυψαν από τους Πίνακες στο Παράρτημα Π.3

Παρατίθενται κάποια βασικά στοιχεία για την ερμηνεία του πίνακα Duncan.

Εάν ο πίνακας κάτω από το Subset for alpha = .05 έχει μία στήλη λέμε ότι υπάρχει μεν διαφοροποίηση στατιστικώς σημαντική για την μεταβλητή αυτή αλλά το Duncan δεν μπορεί να πει ποια είναι αυτή η διαφοροποίηση . Εάν όμως υπάρχουν δύο ή περισσότερες στήλες κάνουμε τα εξής :Κοιτάμε αν υπάρχουν κοινές τιμές σε δύο ή περισσότερες στήλες κατόπιν κοιτάμε ποιες τιμές υπάρχουν μόνο σε μία στήλη και τέλος λέμε ότι οι τιμές που υπάρχουν μόνο στην στήλη 1 διαφέρουν από αυτές που υπάρχουν μόνο στην στήλη 2

Από την ανάλυση του πίνακα παρατηρούμε πως όταν η επιχείρηση δραστηριοποιείται κυρίως σε τοπικό επίπεδο έχει πολλούς ανταγωνιστές στο επιχειρησιακό της περιβάλλον.

Από την ανάλυση του πίνακα παρατηρούμε πως όταν η επιχείρηση δραστηριοποιείται κυρίως σε εθνικό επίπεδο έχει μόνο λίγους ανταγωνιστές στο επιχειρησιακό της περιβάλλον.

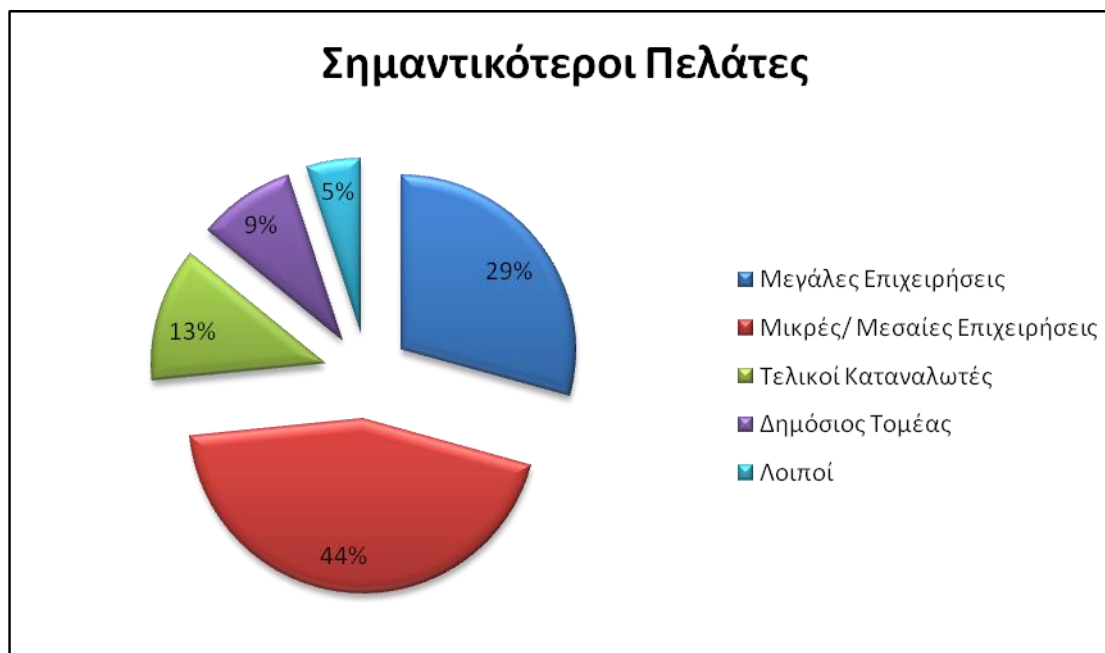
Από την ανάλυση του πίνακα παρατηρούμε πως όταν η επιχείρηση δραστηριοποιείται κυρίως σε διεθνές επίπεδο δεν έχει ανταγωνιστές στο επιχειρησιακό της περιβάλλον.

Από την ανάλυση των απαντήσεων στην ερώτηση 17 προκύπτει πως στο μεγαλύτερο ποσοστό οι πελάτες της επιχείρησης είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Πίνακας 3.9 Βασικοί πελάτες της νέας επιχείρησης

Πελάτης	#	%
Μεγάλες Επιχειρήσεις	1173	29%
Μικρές/ Μεσαίες Επιχειρήσεις	1767	44%
Τελικοί Καταναλωτές	499	12%
Δημόσιος Τομέας	363	9%
Λοιποί	202	5%

Γράφημα 3.12 Ποσοστιαία κατανομή των σημαντικότερων πελατών(N=4.004)



Καινοτομία & Προϊόντα/ Υπηρεσίες

Από τις συνολικά 4.004 επιχειρήσεις που συμμετείχαν στο AEGIS Project οι 2.548 δήλωσαν πως έχουν εισάγει είτε νέα είτε σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα/ υπηρεσίες τα τελευταία 3 χρόνια στην αγορά, ποσοστό που αγγίζει το 64%.

1.456 επιχειρήσεις δεν έχουν εισάγει νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα ή υπηρεσίες και το ποσοστό αγγίζει το 36%.

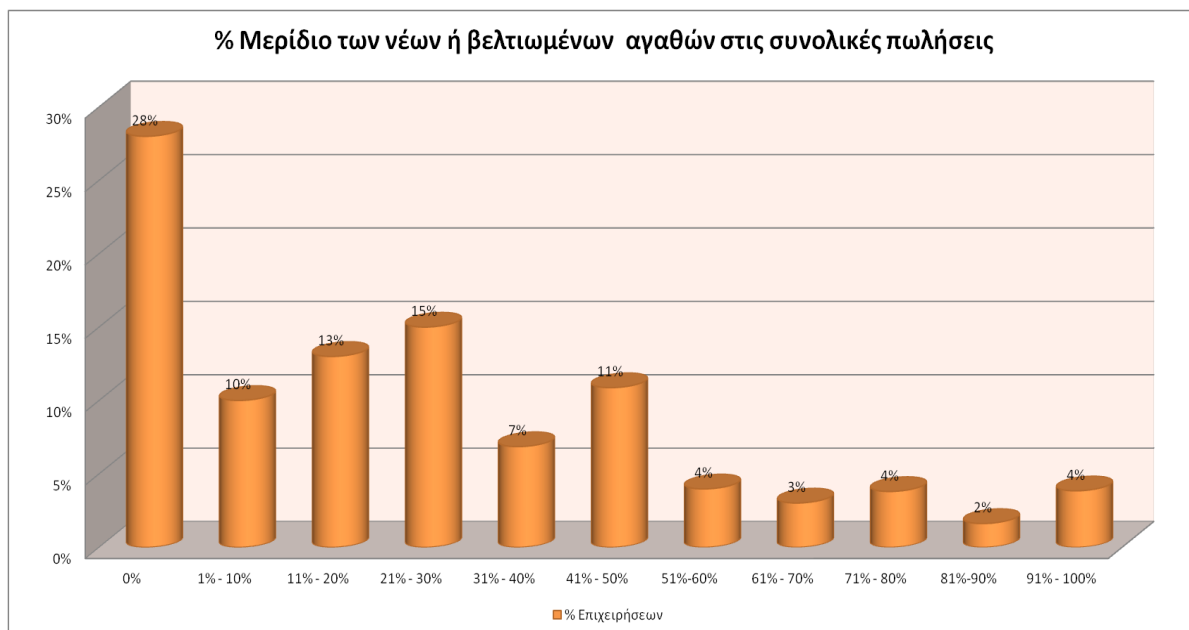
Από τις 2.548 επιχειρήσεις που απάντησαν θετικά στο προηγούμενο ερώτημα οι 2.280 έδωσαν στοιχεία για το ποσοστό συνεισφοράς των αγαθών αυτών στις συνολικές πωλήσεις. Συγκεντρωτικά τα αποτελέσματα φαίνονται στον παρακάτω πίνακα.

Αξιοσημείωτο είναι πως ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό 28% απάντησε πως τα νέα ή βελτιωμένα προϊόντα δεν συνεισέφεραν καθόλου στις συνολικές πωλήσεις. Ο μέσος όρος που προκύπτει από τις απαντήσεις είναι πως τα νέα ή βελτιωμένα προϊόντα είχαν μια συμμετοχή της τάξης του 28,43% στο σύνολο των πωλήσεων. 1.044 επιχειρήσεις δήλωσαν πως τα νέα ή βελτιωμένα προϊόντα συνεισέφεραν σε ποσοστό πάνω από το μέσο όρο στις συνολικές πωλήσεις (45,7%).

Πίνακας 3.10 % Μεριδίο των νέων ή βελτιωμένων αγαθών στις συνολικές πωλήσεις

% Μεριδίο των νέων ή βελτιωμένων αγαθών στις συνολικές πωλήσεις	# Επιχειρήσεων	% Επιχειρήσεων
0%	629	28%
1% - 10%	235	10%
11% - 20%	290	13%
21% - 30%	348	15%
31% - 40%	157	7%
41% - 50%	249	11%
51%-60%	91	4%
61% - 70%	69	3%
71% - 80%	87	4%
81%-90%	37	2%
91% - 100%	88	4%

Γράφημα 3.13 Κατανομή % Μεριδίου των νέων ή βελτιωμένων αγαθών στις συνολικές πωλήσεις (N=2.280)



Αντίστοιχη ερώτηση έγινε και σε ότι αφορά νέες ή σημαντικά βελτιωμένες υπηρεσίες. Απάντηση έδωσαν 2.290 επιχειρήσεις.

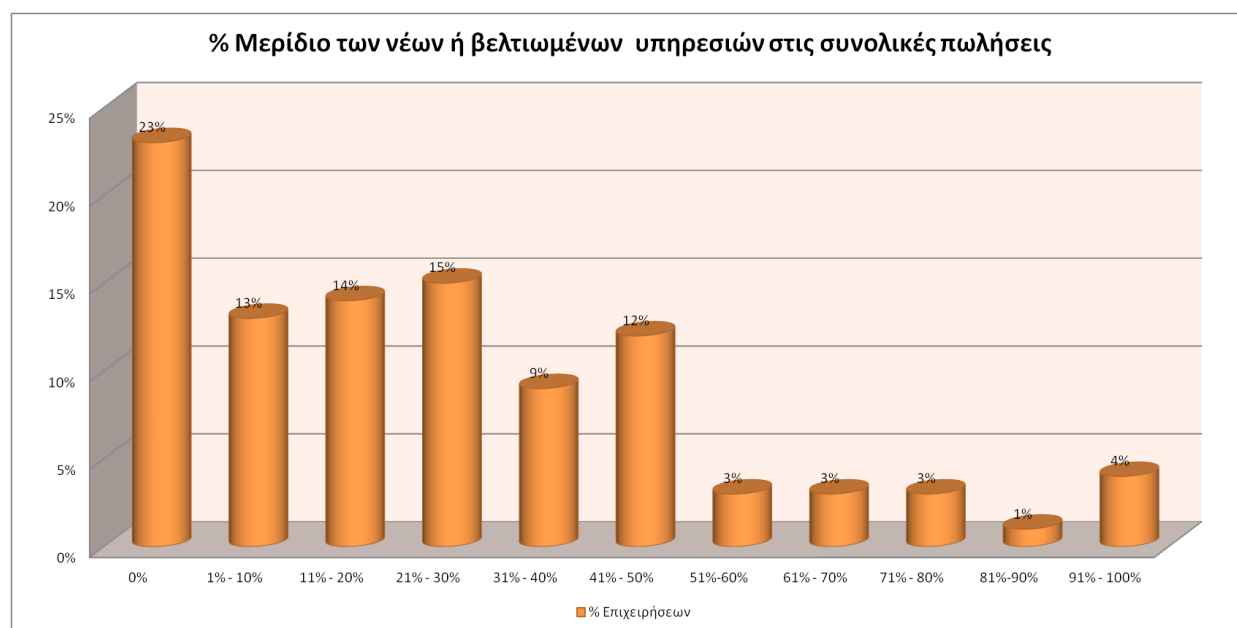
Συγκεντρωτικά τα αποτελέσματα φαίνονται στον παρακάτω πίνακα.

Αξιοσημείωτο είναι πως και εδώ ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό 23% απάντησε πως οι νέες ή βελτιωμένες υπηρεσίες δεν συνεισέφεραν καθόλου στις συνολικές πωλήσεις. Ο μέσος όρος που προκύπτει από τις απαντήσεις είναι πως οι νέες ή βελτιωμένες υπηρεσίες είχαν μια συμμετοχή της τάξης του 28,61% στο σύνολο των πωλήσεων. 1.063 επιχειρήσεις δήλωσαν πως οι νέες ή βελτιωμένες υπηρεσίες συνεισέφεραν σε ποσοστό πάνω από το μέσο όρο στις συνολικές πωλήσεις (46,41%).

Πίνακας 7.11 % Μερίδιο των νέων ή βελτιωμένων υπηρεσιών στις συνολικές πωλήσεις

% Μεριδίο των νέων ή βελτιωμένων υπηρεσιών στις συνολικές πωλήσεις	# Επιχειρήσεων	% Επιχειρήσεων
0%	525	23%
1% - 10%	290	13%
11% - 20%	330	14%
21% - 30%	335	15%
31% - 40%	206	9%
41% - 50%	274	12%
51%-60%	76	3%
61% - 70%	77	3%
71% - 80%	69	3%
81%-90%	20	1%
91% - 100%	88	4%

Γράφημα 3.14 Κατανομή % Μεριδίου των νέων ή βελτιωμένων υπηρεσιών στις συνολικές πωλήσεις (N=2.280)



Κατόπιν οι επιχειρήσεις κλίθηκαν να απαντήσουν ένα τα νέα βελτιωμένα προϊόντα ή υπηρεσίες ήταν νέα για την εταιρεία, νέα για την αγορά ή νέα στον κόσμο.

Οι επιχειρήσεις είχαν την δυνατότητα πολλαπλών απαντήσεων:

1. Νέα στην επιχείρηση
2. Νέα στην αγορά
3. Νέα στον κόσμο

Από το πλήθος των 2.548 απαντήσεων υπολογίστηκε ο μέσος όρος ανά επιχείρηση σε 1,7. Από αυτό συμπεραίνουμε πως για τις περισσότερες επιχειρήσεις που συμμετείχαν στο project τα νέα ή βελτιωμένα προϊόντα/ υπηρεσίες ήταν είτε νέα στην επιχείρηση είτε νέα στην αγορά ή και τα δύο.

Αναλυτικά :

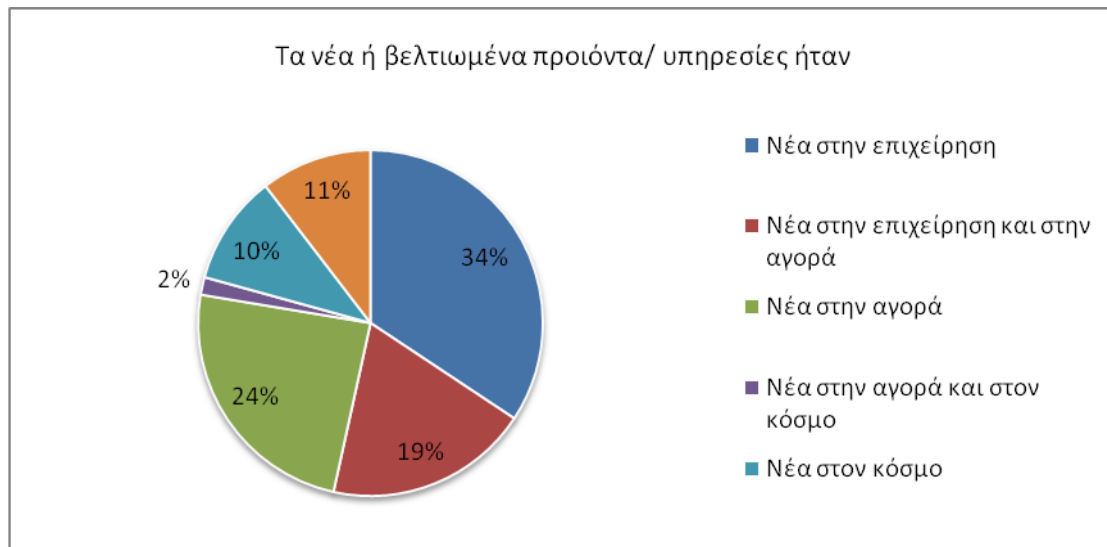
- Νέο στην επιχείρηση: 874 απαντήσεις
- Νέο στην επιχείρηση και νέο στην αγορά : 488 απαντήσεις
- Νέο στην αγορά : 616 απαντήσεις
- Νέο στην αγορά και νέο στον κόσμο : 42 απαντήσεις
- Νέο στον κόσμο : 262 απαντήσεις
- Νέο στην επιχείρηση και στην αγορά και στον κόσμο : 266 απαντήσεις

Αναλυτικά τα ποσοστά φαίνονται στον παρακάτω πίνακα :

Πίνακας 3.12 Κατάταξη των νέων ή βελτιωμένων προϊόντων / υπηρεσιών

Τα νέα ή βελτιωμένα προϊόντα/ υπηρεσίες ήταν	# Επιχειρήσεων	%
Νέα στην επιχείρηση	874	34%
Νέα στην επιχείρηση και στην αγορά	488	19%
Νέα στην αγορά	616	24%
Νέα στην αγορά και στον κόσμο	42	2%
Νέα στον κόσμο	262	10%
Νέα στην επιχείρηση, στην αγορά και στον κόσμο	266	10%
ΣΥΝΟΛΟ	2548	

Γράφημα 3.15 % Κατάταξη των νέων ή βελτιωμένων προϊόντων / υπηρεσιών (N=2.5480)



Όπως παρατηρούμε και από το γράφημα στο μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων 34% απάντησε πως τα νέα ή βελτιωμένα προϊόντα / υπηρεσίες ήταν αποκλειστικά νέα για την εταιρεία. Το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό 24% αφορά μόνο βελτιωμένα προϊόντα ή υπηρεσίες που είναι νέα στην αγορά.

Πολύ μικρότερα είναι τα ποσοστά που αφορούν την εισαγωγή νέων προϊόντων/ υπηρεσιών στον κόσμο 10%, καθώς και ο συνδυασμός να είναι ταυτόχρονα νέα στον κόσμο, την αγορά και την επιχείρηση επίσης 10%.

Στην συνέχεια για τις 2.548 επιχειρήσεις που απάντησαν θετικά πως έχουν εισάγει σημαντικά βελτιωμένα αγαθά ή υπηρεσίες ακολούθησε ανάλυση ανά χώρα:

Στην συνέχεια ακολουθεί ανάλυση ανά χώρα:

Παρατηρούμε πως στην Ιταλία παρατηρείται το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων που εισήγαγαν στην αγορά νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα ή υπηρεσίες με ποσοστό που αγγίζει το 16,88%. Ακολουθούν με ποσοστά κοντά στο 13% και σχεδόν ισόποσα το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία και η Γαλλία. Το ποσοστό για την Ελλάδα είναι 9%. Παρατηρούμε πως η Ελλάδα δεν έχει βρίσκεται στην μέση κατάταξη σε σχέση με τις λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες πράγμα που σημαίνει πως υπάρχουν

περιθώρια βελτίωσης και τομείς που δυνητικά θα μπορούσε να επενδύσει περισσότερο.

Πίνακας 3.13 Ανάλυση ανά χώρα

Χώρα	Εισήγαγε η εταιρεία νέα ή βελτιωμένα προϊόντα/ υπηρεσίες		% θετικών απαντήσεων (συνολικά)
	Ναι	Όχι	
Ιταλία	430	150	16,88%
Αγγλία	342	229	13,42%
Γερμανία	334	223	13,11%
Γαλλία	309	261	12,13%
Ελλάδα	231	100	9,07%
Πορτογαλία	223	108	8,75%
Σουηδία	207	127	8,12%
Δανία	196	134	7,69%
Κροατία	138	62	5,42%
Τσεχία	138	62	5,42%

Γράφημα 3.16 % Κατάταξη των χωρών αναφορικά με την εισαγωγή νέων ή βελτιωμένων αγαθών/ υπηρεσιών(N=2.548)



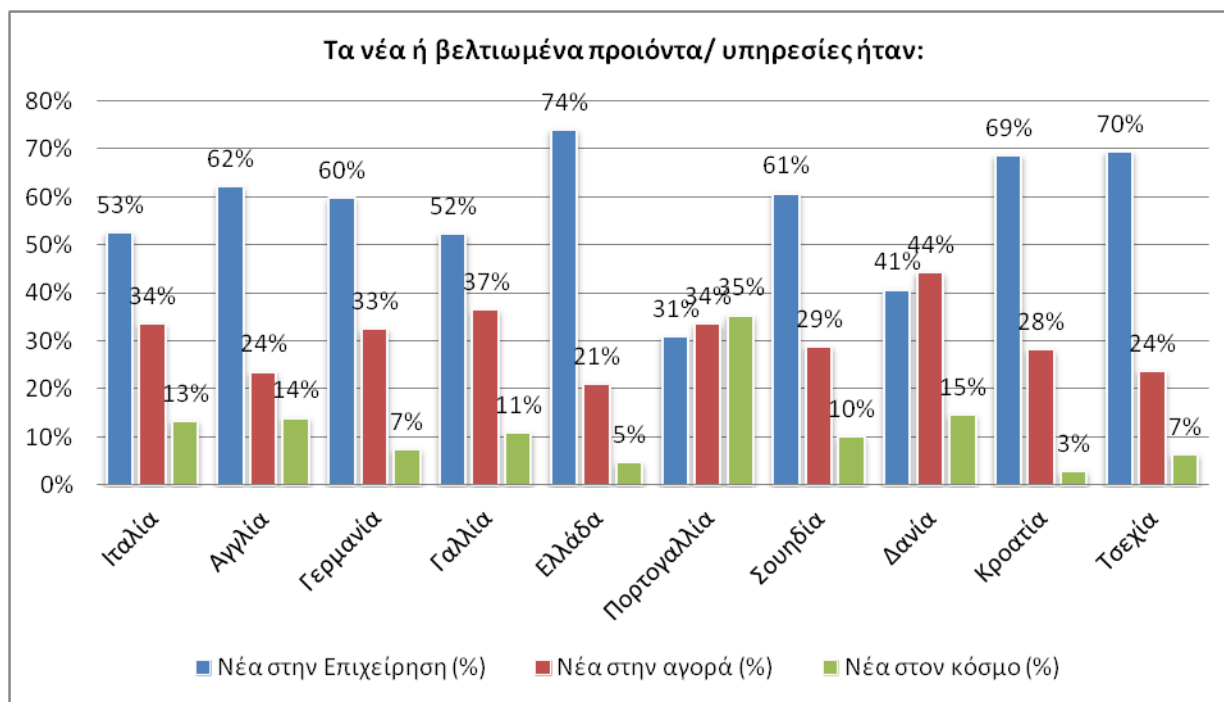
Στην συνέχεια εξετάστηκε ανά χώρα εάν τα νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα ή υπηρεσίες ήταν καινούρια στην επιχείρηση, στην αγορά, στον κόσμο.

Πίνακας 3.14 Ανάλυση ανά χώρα των νέων / βελτιωμένων προϊόντων/ υπηρεσιών

Χώρα	Τα νέα ή βελτιωμένα προϊόντα/ υπηρεσίες ήταν:		
	Νέα στην Επιχείρηση (%)	Νέα στην αγορά (%)	Νέα στον κόσμο (%)
Ιταλία	53%	34%	13%
Αγγλία	62%	24%	14%
Γερμανία	60%	33%	7%
Γαλλία	52%	37%	11%
Ελλάδα	74%	21%	5%
Πορτογαλία	31%	34%	35%
Σουηδία	61%	29%	10%
Δανία	41%	44%	15%
Κροατία	69%	28%	3%
Τσεχία	70%	24%	7%
ΣΥΝΟΛΟ	1439	791	318

Παρατηρούμε πως στις περισσότερες περιπτώσεις τα νέα προϊόντα ή υπηρεσίες ήταν καινούρια για την επιχείρηση. Στην Ελλάδα παρατηρείται το μεγαλύτερο ποσοστό στην κατηγορία αυτή που αγγίζει το 71%.

Γράφημα 3.17 % Κατάταξη των νέων/ βελτιωμένων προϊόντων/ υπηρεσιών ανά χώρα (N=2.548)



Στην συνέχεια εξετάζεται σε τι βαθμό τα νέα ή βελτιωμένα προϊόντα που έχουν λανσαριστεί από τις επιχειρήσεις είναι απόρροια επιδοτούμενης δραστηριότητας ή υποστήριξης από δημόσιους φορείς.

Πίνακας 3.15 Ανάλυση σε τι βαθμό τα νέα ή βελτιωμένα προϊόντα που έχουν λανσαριστεί από τις επιχειρήσεις είναι απόρροια επιδοτούμενης δραστηριότητας ή υποστήριξης από δημόσιους φορείς.

Βαθμός	# Επιχειρήσεων	%
Καθόλου	1904	75%
2	163	6%
3	216	8%
4	119	5%
Πολύ	130	5%
Δ/Ξ	16	1%
ΣΥΝΟΛΟ	2548	

Παρατηρούμε πως οι περισσότερες επιχειρήσεις και μάλιστα με σημαντική διαφορά απάντησαν πως τα νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα ή υπηρεσίες που εισήγαγαν στην αγορά δεν προέρχονται από επιδοτούμενη δραστηριότητα ή υποστηρίχθηκαν από δημόσιο.

ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ

Τέλος εξετάστηκε με ποιο τρόπο οι επιχειρήσεις προστατεύουν την πνευματική τους ιδιοκτησία κατά τα τελευταία 3 χρόνια.

Η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην διατήρηση της καινοτομίας και δημιουργικότητας στις επιχειρήσεις, και κατ'επέκταση στην βιωσιμότητα της επιχείρησης.

Τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, δηλαδή οι επίσημες μέθοδοι προστασίας, περιλαμβάνουν δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας (διπλώματα ευρεσιτεχνίας και εμπορικά σήματα) και τα πνευματικά δικαιώματα. Ημι-επίσημες μέθοδοι προστασίας βασίζονται μεν σε νόμους, αλλά δεν συνεπάγονται καμία επίσημη εγγραφή. Είναι συνήθως συμβόλαια (π.χ. συμφωνίες εμπιστευτικότητας), που

μπορούν να χρησιμοποιηθούν παρόμοια με τις επίσημες μεθόδους προστασίας (για την προστασία της γνώσης και των πληροφοριών), αλλά μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για να επισημοποιήσουν και να νομιμοποιήσουν τις σχέσεις της επιχείρησης με τους συνεργάτες και τους υπαλλήλους της. Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι των ανεπίσημων μεθόδων προστασίας και συνήθως δεν συνεπάγονται νομικές μορφές προστασίας . Μερικά από αυτά συνδέονται στενά με τις επίσημες μεθόδους όπως συμβάσεις, και μπορεί ακόμη και να βασίζονται σε νομικά δικαιώματα (π.χ. εμπιστευτικότητα). Επιπλέον, ορισμένες μέθοδοι ενσωματώνονται σε τυποποιημένες πρακτικές εργασίας εντός της επιχείρησης (π.χ. πολυπλοκότητα του σχεδιασμού) και δεν έχουν νομική ισχύ.

Οι επιλογές είναι οι ακόλουθες και σημειώνεται πως υπάρχει η δυνατότητα πολλαπλών απαντήσεων.

1. Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας
2. Εμπορικό σήμα
3. Πνευματική ιδιοκτησία
4. Συμφωνίες Εμπιστευτικότητας
5. Μυστικότητα
6. Χρονικό προβάδισμα έναντι του ανταγωνισμού
7. Πολυπλοκότητα σχεδιασμού

Όπως προαναφέρθηκε υπήρχε δυνατότητα πολλαπλών απαντήσεων. Στο σύνολο των 2.548 επιχειρήσεων που απάντησαν συνολικά στην ερώτηση αυτή ο μεγαλύτερος αριθμός απαντήσεων δόθηκε στις συμφωνίες εμπιστευτικότητας (1.397) και στο γεγονός ότι έχουν το πλεονέκτημα να προηγούνται χρονικά του ανταγωνισμού (1.369). Τρίτη έρχεται η πολυπλοκότητα του σχεδιασμού με 1.166 απαντήσεις.

Στην συνέχεια ακολουθεί ανάλυση της μεθόδου που χρησιμοποιείται για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας ανά τομέα:

Πίνακας 7.16 Ανάλυση των διαφορετικών τρόπων προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας ανά τομέα .

Τομέας	Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας	Εμπορικό σήμα	Πνευματική ιδιοκτησία	Συμφωνίες Εμπιστευτικότητας	Μυστικότητα	Χρονικό προβάδισμα έναντι του ανταγωνισμού	Πολυπλοκότητα σχεδιασμού
Υψηλής Τεχνολογίας	29%	43%	17%	56%	47%	64%	62%
Χαμηλής Τεχνολογίας	15%	43%	26%	39%	31%	52%	41%
Επιχειρήσεις Έντασης Γνώσης	15%	39%	32%	68%	47%	52%	46%

Παρατηρούμε ότι στην περίπτωση των επιχειρήσεων που ανήκουν στον τομέα υψηλής τεχνολογίας δήλωσαν ως σε μεγαλύτερο ποσοστό 64% ως μέθοδο προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας χρησιμοποιούν το πλεονέκτημα ότι προηγούνται χρονικά του ανταγωνισμού.

Το ίδιο δήλωσαν και οι επιχειρήσεις που ανήκουν στον τομέα χαμηλής τεχνολογίας με ποσοστό που φτάνει το 52%.

Ενώ τέλος οι επιχειρήσεις έντασης γνώσεις χρησιμοποιούν τις συμφωνίες εμπιστευτικότητας σε ποσοστό 68%.

Ο παρακάτω πίνακας δείχνει την χρήση των μεθόδων προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας ανά χώρα.

Πίνακας 3.17 Ανάλυση των διαφορετικών τρόπων προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας ανά χώρα

Χώρα	Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας	Εμπορικό σήμα	Πνευματική ιδιοκτησία	Συμφωνίες Εμπιστευτικότητας	Μυστικότητα	Χρονικό προβάδισμα έναντι του ανταγωνισμού	Πολυπλοκότητα σχεδιασμού
Κροατία	15%	43%	33%	41%	49%	68%	63%
Τσεχία	13%	26%	20%	48%	28%	42%	21%
Δανία	15%	24%	28%	62%	56%	84%	44%
Γαλλία	16%	39%	17%	49%	24%	38%	46%
Γερμανία	21%	44%	37%	75%	71%	64%	57%
Ελλάδα	15%	67%	33%	47%	35%	11%	39%
Ιταλία	14%	39%	14%	40%	20%	71%	46%
Πορτογαλλία	19%	53%	20%	38%	43%	77%	48%
Σουηδία	14%	45%	35%	62%	52%	38%	40%
Αγγλία	19%	30%	41%	74%	40%	41%	44%

Από τον πίνακα φαίνεται πως οι ανεπίσημες μέθοδοι προστασίας είναι πιο διαδεδομένοι στις περισσότερες χώρες σε σχέση με τις επίσημες μεθόδους. Στην χώρα μας το "εμπορικό σήμα" απαντάται στο μεγαλύτερο ποσοστό.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

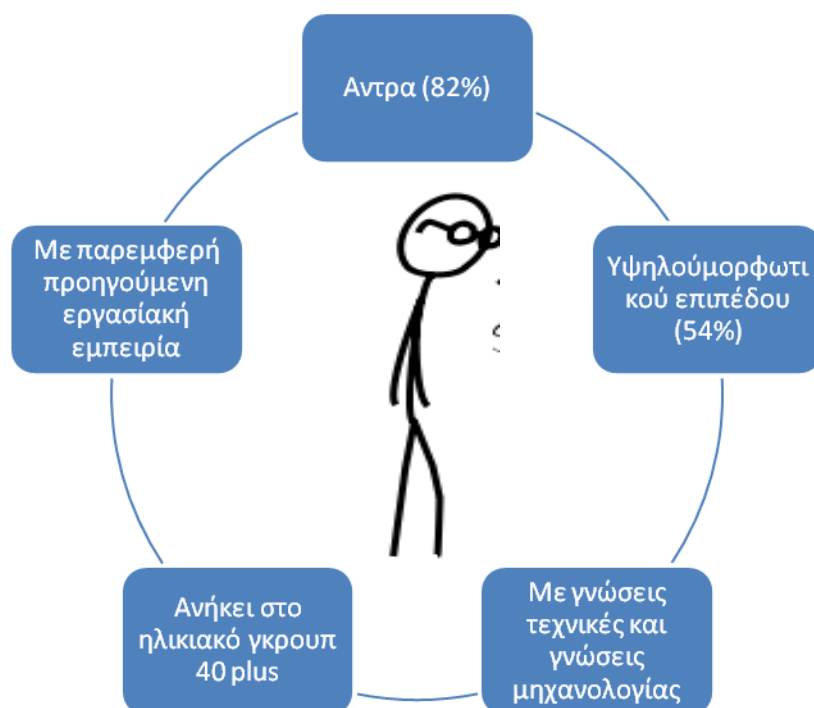
Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιαστούν τα συμπεράσματα που προέκυψαν από τις αναλύσεις του εμπειρικού μέρους και θα γίνει και σχετικός σχολιασμός αυτών. Όλα τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν για την ανάλυση προήλθαν από το ερευνητικό έργο AEGIS και προέρχονται από 4.004 επιχειρήσεις από διάφορες Ευρωπαϊκές χώρες συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας.

Το μέγεθος της ιδρυτικής ομάδας έχει απασχολήσει ευρέως τη διεθνή βιβλιογραφία. Μεγαλύτερες ιδρυτικές ομάδες είναι πιο πιθανό να συνεισφέρουν περισσότερο (συμπεριλαμβανομένων ανθρώπινου κεφαλαίου και οικονομικών πόρων) και ως εκ τούτου μπορούν να ανταποκριθούν καλύτερα και αποτελεσματικότερα στις μεταβαλλόμενες οικονομικές και πολιτικές συνθήκες που είναι χαρακτηριστικό των ημερών μας. Επιπλέον, οι ομάδες με μεγαλύτερο αριθμό ιδρυτών θεωρείται ότι είναι σε καλύτερη θέση να αναγνωρίσουν ευκαιρίες. Όσο μεγαλύτερη είναι η ιδρυτική ομάδα, τόσο πιο ετερογενής είναι όσον αφορά τις ικανότητες, τη γνώση, τη σοφία και την εμπειρία, και ως εκ τούτου μπορεί να αντιμετωπίσει πιο αποτελεσματικά τα καθημερινά προβλήματα. Επιπλέον, μπορεί να υπάρχουν ψυχολογικά οφέλη για τους συνιδρυτές (Bird, 1989) όπως για παράδειγμα το αίσθημα της αμοιβαίας υποστήριξης που ενδέχεται να υπάρχει μέσα σε μια ομάδα και μπορεί να αυξήσει την ικανοποίηση και την επίδοση των μελών της ομάδας (Janz, Colquitt, & Noe, 1997). Ωστόσο, υπάρχουν επίσης στοιχεία που σχετίζονται με τις αρνητικές πτυχές της ετερογένειας μεταξύ των μελών της ιδρυτικής ομάδας. Ενδεικτικά αναφέρονται προβλήματα που σχετίζονται με θέματα ελέγχου, ανάληψης ευθύνης, και κινήτρων (Mosakowki, 1998) καθώς και των συγκρούσεων μέσα στην ομάδα (Amason & Sapienza, 1997)

Εκτός από τις ατομικές επιχειρήσεις, τα δύο ιδρυτικά μέλη είναι ο συνήθης αριθμός ατόμων για να ιδρυθεί μια νέα επιχείρηση (Shane, 2008). Τα αποτελέσματα της

έρευνας επιβεβαιώνουν αυτή τη δήλωση, αφού ο μέσος όρος στο σύνολο των χωρών είναι δύο μέλη. Εξαιρέση αποτελούν η Κροατία, Δανία και Σουηδία όπου ο αριθμός των επιχειρήσεων που ιδρύθηκαν από ένα ιδρυτή ξεπερνά το 50%.

Στην ανάλυση που προηγήθηκε αναλύθηκε το προφίλ των μελών της ιδρυτικής ομάδας. Πιο συγκεκριμένα εξετάστηκε το φύλο, το μορφωτικό επίπεδο, ο τομέας εξειδίκευσης και τέλος η ηλικία των ιδρυτών. Από την συνολική επεξεργασία των δεδομένων προκύπτει ότι πρόκειται για:



Παρατηρούμε πως οι άνδρες έχουν κυρίαρχικό ρόλο στην ίδρυση της επιχείρησης και η συμμετοχή των γυναικών είναι αρκετά περιορισμένη. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα βρίσκεται σε πολύ πρώιμο στάδιο.

Ακολούθως εξετάστηκε το εκπαιδευτικό επίπεδο των ιδρυτών. Το εκπαιδευτικό επίπεδο είναι εξαιρετικά σημαντικό αφού αφορά τις θεωρητικές γνώσεις που αποκτήθηκαν από τους ιδρυτές και αποτελεί εφόδιο για την μετέπειτα επαγγελματική εξέλιξή τους. Από την βιβλιογραφία έχει προκύψει πως αυτή η

μεταβλητή σχετίζεται θετικά με την βιωσιμότητα και ανάπτυξη των νέων επιχειρήσεων. Η ανάλυση έδειξε πως σε πολύ μεγάλο ποσοστό (που ξεπερνά το 50%) τα μέλη της ιδρυτικής ομάδας είναι υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Τέλος αξίζει να σημειωθεί πως το μεγαλύτερο ποσοστό ιδρυτών χαμηλού μορφωτικού επιπέδου απαντάται σε επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας (60%) ενώ το χαμηλότερο ποσοστό ιδρυτών χαμηλού μορφωτικού επιπέδου βρίσκεται στις επιχειρήσεις έντασης γνώσης (28%). Στις επιχειρήσεις έντασης γνώσης το 48% των ιδρυτών είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού και διδακτορικού διπλώματος.

Ένας ακόμα παράγοντας που αναλύθηκε είναι η προηγούμενη απασχόληση των ιδρυτών. Θα μπορούσαν να είναι οι εργαζόμενοι σε μια επιχείρηση που ανήκει στον ίδιο ή σε διαφορετικό κλάδο, ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που εξακολουθούν να λειτουργούν ή ακόμα και να έχουν διακόψει τη λειτουργία τους, αυτοαπασχολούμενοι, δημόσιοι υπάλληλοι ή υπάλληλοι σε πανεπιστήμιο. Η πλειοψηφία αυτών έχει εμπειρία στο βιομηχανικό κλάδο (41%) και μόλις 15% έχει ιδρύσει στο παρελθόν επιχείρηση. Γενικά σε μία επιχειρησιακή ομάδα η ύπαρξη εμπειρίας είναι καθοριστικής σημασίας για την βιωσιμότητα και ανάπτυξη δεδομένου ότι οι ιδρυτές μοιράζονται γνώση, τεχνογνωσία, δεξιότητες και εμπειρία.

Η προηγούμενη ίδρυση επιχείρησης επιταχύνει και διευκολύνει την διαδικασία ίδρυσης της νέας επιχείρησης.

Με εξαίρεση τις επιχειρήσεις που έχουν μόνο ένα ιδρυτή για τις υπόλοιπες δηλαδή αυτές που αποτελούνται από δύο έως και τέσσερα μέλη στην ιδρυτική τους ομάδα παρατηρούμε πως σε ποσοστό 55% χαρακτηρίζονται από ομοιογένεια όσον αφορά την τελευταία απασχόληση των μελών.

Σαφώς και η κοινή επαγγελματική απασχόληση βοηθάει τα μέλη της ομάδας να συνεννοηθούν καλύτερα μεταξύ τους αλλά και η ετερογένεια βοηθάει στην διάχυση και απόκτηση νέας γνώσης. Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε πως η ομοιογένεια στην προηγούμενη επαγγελματική απασχόληση δεν είναι καθοριστικός παράγοντας για την σύσταση της ιδρυτικής ομάδας, δεδομένου ότι και το ποσοστό της ετερογένειας είναι αρκετά υψηλό (45% περίπου).

Τέλος οι τεχνικές γνώσεις αναδείχθηκαν ο πιο σημαντικός τομέας εξειδίκευσης των ιδρυτών μεταξύ των χωρών με εξαίρεση την Γερμανία και Πορτογαλία όπου και κυριάρχησε η γενική διοίκηση. Οι τεχνικές γνώσεις ως βασικός τομέας εξειδίκευσης των ιδρυτών είναι κυρίαρχος στις επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας (65%) σε σχέση με τις επιχειρήσεις έντασης γνώσης (54%) και τις επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας (46%). Στις επιχειρήσεις έντασης γνώσης η εξειδίκευση στην γενική διοίκηση αναδεικνύεται ως σημαντικότερος τομέας εξειδίκευσης με ποσοστό 46%. Το ίδιο προκύπτει και για τις επιχειρήσεις χαμηλής τεχνολογίας, δηλαδή βασικός τομέας εξειδίκευσης η γενική διοίκηση με ποσοστό 45%.

Ας δούμε κάποια βασικά στοιχεία που αφορούν την ύπαρξη των γυναικών στην ιδρυτική ομάδα των επιχειρήσεων. Το συνολικό ποσοστό είναι εξαιρετικά χαμηλό και μόλις 18%.



Μόλις το 18% στο σύνολο των μελών είναι γυναίκες

- Έχουν εξειδίκευση κυρίως στην γενική διοίκηση και λιγότερο σε θέματα τεχνικά ή μηχανολογίας.

Είναι υψηλού μορφωτικού επιπέδου.

Σημαντικό κομμάτι για την εγκαθίδρυση και βιωσιμότητα μιας επιχείρησης έχει και η προηγούμενη εμπειρία των ιδρυτικών μελών.

Από τις απαντήσεις που δόθηκαν ένα πολύ μεγάλο ποσοστό 72% δήλωσε πως είχε την ίδια επαγγελματική προϋπηρεσία πριν την ίδρυση της νέας επιχείρησης. Αυτό σημαίνει πως οι ιδρυτές δεν ρισκάρουν να δοκιμάσουν νέα επιχειρηματικά μονοπάτια σε νέους κλάδους, παρά στον επιχειρηματικό χώρο που γνωρίζουν, έχουν εμπειρία, τεχνογνωσία και έχουν χτίσει επαγγελματική σχέση εμπιστοσύνης.

Κατόπιν ακολούθησε μελέτη ετερογένειας με τη χρήση του δείκτη BLAU. Δεδομένου ότι τα μέλη της ιδρυτικής ομάδας είναι από 1 έως 4, μία σύγκριση της ομοιογένειας/ετερογένειας μεταξύ των μελών σε ότι αφορά την επαγγελματική προϋπηρεσία θα είχε εξαιρετικό ενδιαφέρον. Η συνολική ανάλυση έδειξε πως σε όλες τις περιπτώσεις επικράτησε η ομοιογένεια. Από ότι φαίνεται η κοινή επαγγελματική εμπειρία είναι σημαντικότερος παράγοντας για την ίδρυση της νέας επιχείρησης. Η κοινή σταδιοδρομία/ επαγγελματική εμπειρία δημιουργεί ένα πρόσφορο περιβάλλον ώστε τα μέλη να συνεννοηθούν καλύτερα, να βελτιώσουν τις υπάρχουσες γνώσεις τους και γενικά να προχωρήσουν σε νέες επιχειρηματικές προσπάθειες.

Έπειτα αναλύθηκαν τα χαρακτηριστικά που αφορούν στην επιχείρηση. Από πού αναπτύχθηκε η νέα επιχείρηση, εάν καινοτόμησε και πως στέκεται έναντι του ανταγωνισμού.

Ο μητρικός οργανισμός είναι και πάλι κατά συντριπτική πλειοψηφία επιχείρηση. Αυτό όμως που έχει ενδιαφέρον είναι το γεγονός πως η νέα με την παλιά/μητρική επιχείρηση δεν σχετίζονται καθόλου.

Η σύγχρονη επιχειρησιακή εποχή αναμφίβολα χαρακτηρίζεται από φοβερές αλλαγές και «ασυνέχειες», νέοι κλάδοι δημιουργούνται, τομείς επιχειρηματικών δραστηριοτήτων μεταλλάσσονται ή καταργούνται, αναδεικνύονται νέες χώρες ενώ άλλες περιθωριοποιούνται. Στο πλαίσιο αυτό η μακροπρόθεσμη εταιρική επιτυχία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την ικανότητα της επιχείρησης να καινοτομεί. Το 64% των συμμετεχόντων απάντησε πως τα τελευταία τρία χρόνια έχει εισάγει σημαντικά ή βελτιωμένα προϊόντα/ υπηρεσίες τα οποία στο μεγαλύτερο ποσοστό τους ήταν νέα ως προς την επιχείρηση και σε μικρότερο ποσοστό νέα στην αγορά.

Κατόπιν εξετάστηκε ξεχωριστά σε τι βαθμό τα νέα αγαθά ή υπηρεσίες επηρέασαν τις συνολικές πωλήσεις. Κατά μέσο όρο τα νέα προϊόντα συνεισέφεραν σε μια αύξηση του 29% στο ύψος των συνολικών πωλήσεων, ίδιο ποσοστό που προέκυψε και από την ανάλυση για την επίδραση των νέων υπηρεσιών στις συνολικές πωλήσεις. Συμπερασματικά φαίνεται πως οι επενδύσεις σε βελτιώσεις υφιστάμενων προϊόντων ή υπηρεσιών και σε δημιουργία νέων στο σύνολό τους

εξακολουθούν να διευκολύνουν την ανάπτυξη της επιχείρησης. Εντούτοις σήμερα είναι πλέον σαφές πως μόνον οι ριζικές αλλαγές οδηγούν σε νέες αγορές, προωθούν την γρήγορη ανάπτυξη και δημιουργούν υψηλές αποδόσεις. Όλες αυτές όμως οι εξελίξεις υποστηρίζεται ότι απαιτούν μια επιχειρηματικότητα νέας μορφής, αυτής που σήμερα είναι γνωστή ως «επιχειρηματικότητα έντασης-γνώσης».

Αυτό που πρέπει να προσέξει μια επιχείρηση είναι οι ανεκμετάλλευτες περιοχές επιχειρηματικής δραστηριότητας, τις ευκαιρίες δηλαδή που εντοπίζουν οι στρατηγικοί καινοτόμοι πολύ πιο γρήγορα από τους ανταγωνιστές τους. Παροιμιώδης είναι η φράση του John Rockefeller: *«Εάν θέλεις να πετύχεις, πρέπει να ανακαλύψεις νέα μονοπάτια και να αποφύγεις τα πεπατημένα...»*. Σε παράφραση αλλά στην ίδια λογική προέκυψε ότι οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε διεθνές επίπεδο δεν έχουν να αντιμετωπίσουν ανταγωνιστές στο περιβάλλον τους σε αντίθεση με αυτές που δραστηριοποιούνται σε τοπικό επίπεδο και ο ανταγωνισμός είναι πολύ έντονος.

Τέλος η χρηματοδοτική υποστήριξη είναι ικανή και αναγκαία συνθήκη για την εκκίνηση μιας επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις είχαν αρκετές επιλογές για την χρηματοδοτική τους υποστήριξη αλλά η δημοφιλέστερη όλων ήταν η χρηματοδότηση από ίδια κεφάλαια. Οι χρηματορροές από την Ευρωπαϊκή Ένωση δεν χρησιμοποιήθηκαν καθόλου από τις επιχειρήσεις, ενώ τέλος σημαντικό ποσοστό δήλωσε πως επιμέρισε την χρηματοδότηση του σε διαφορετικές πηγές. Ο τρόπος εξεύρεσης χρημάτων για την χρηματοδότηση της επιχείρησης αναδεικνύει και προβλήματα που συνδέονται με τη δυσκολία πρόσβασης σε πηγές χρηματοδότησης και θέματα γραφειοκρατίας. Οι δύο τελευταίοι παράγοντες θα μπορούσαν να συσχετισθούν και με το δύσκολο οικονομικό περιβάλλον καθώς και την επαγγελματική εμπειρία των ιδρυτών και κυρίως στην περίπτωση της χώρας μας.

Η τελευταία παρατήρηση αφορά στον τρόπο που οι επιχειρήσεις προστατεύουν την πνευματική ιδιοκτησία. Οι μέθοδοι που είναι πιο δημοφιλής ανάμεσα στις επιχειρήσεις είναι οι συμφωνίες εμπιστευτικότητας, το ότι χρονικά προηγούνται στου ανταγωνισμού και η πολυπλοκότητα σχεδιασμού.

Κλείνοντας την παρούσα εργασία μπορούμε να πούμε ότι η εικόνα και ο τρόπος που αντιλαμβάνεται και αντιμετωπίζει τις μεταβολές στο οικονομικό περιβάλλον μια επιχείρηση διαφοροποιείται ανάλογα με το αν καινοτομεί η όχι και ανάλογα με το μορφωτικό επίπεδο ιδρυτών και εργαζομένων. Καθετί από αυτά παρουσιάζει δυνατά και αδύνατα σημεία έτσι ο κατάλληλος συνδυασμός αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα για την υγιή ,ανταγωνιστική και κερδοφόρα λειτουργία μιας επιχείρησης.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.

1.1 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΕΝΑ ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΙΔΡΥΤΙΚΗΣ ΟΜΑΔΑΣ.

q8. main areas of expertise of founder 1 - mention 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	technical and engineering knowledge	2119	52,9	53,7	53,7
	general management	980	24,5	24,8	78,5
	product design	169	4,2	4,3	82,8
	marketing	231	5,8	5,9	88,6
	finance	157	3,9	4,0	92,6
	none of these / don't know	291	7,3	7,4	100,0
	Total	3947	98,6	100,0	
Missing	System	57	1,4		
Total		4004	100,0		

q8. main areas of expertise of founder 1 - mention 1 ^ Founder's age Crosstabulation

Count

		Founder's age				Total
		18-29	30-39	40-49	>50	
q8. main areas of expertise of founder 1 - mention 1	technical and engineering knowledge	78	508	774	759	2119
	general management	35	238	349	358	980
	product design	6	57	60	46	169
	marketing	14	74	73	70	231
	finance	4	32	58	63	157
	none of these / don't know	24	84	85	98	291
Total		161	993	1399	1394	3947

Crosstab

Count

		q8. main areas of expertise of founder 1 - mention 1						Total
		technical and engineering knowledge	general management	product design	marketing	finance	none of these / don't know	
q4. gender founder 1	mr	1957	732	125	181	121	222	3338
	mrs	135	215	40	46	33	52	521
	ms	27	33	4	4	3	17	88
Total		2119	980	169	231	157	291	3947

q4. gender founder 1 * q5. what is the highest educational attainment of founder 1? Crosstabulation

Count

		q5. what is the highest educational attainment of founder 1?						Total
		elementary education	secondary education	bachelor degree	postgraduate degree	phd	don't know	
q4. gender founder 1	mr	229	1087	713	972	214	123	3338
	mrs	24	196	134	140	17	10	521
	ms	3	24	32	21	3	5	88
Total		256	1307	879	1133	234	138	3947

Ιδρυτής No 1:

Το μεγαλύτερο ποσοστό του πρώτου ιδρυτή έχει γνώσεις μηχανικού είτε τεχνικές γνώσεις, ενώ παράλληλα προκύπτει πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που βρίσκονται σε αυτό το γκρουπ είναι μεταξύ 40-49 ετών και άνδρες, με το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών να έχει μέσο μορφωτικό επίπεδο .

q8. main areas of expertise of founder 2 - mention 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	technical and engineering knowledge	1176	29,4	47,6	47,6
	general management	527	13,2	21,3	68,9
	product design	140	3,5	5,7	74,5
	marketing	195	4,9	7,9	82,4
	finance	161	4,0	6,5	88,9
	none of these / don't know	274	6,8	11,1	100,0
	Total	2473	61,8	100,0	
Missing	System	1531	38,2		
Total		4004	100,0		

q8. main areas of expertise of founder 2 - mention 1 * Founder's age Crosstabulation

Count

		Founder's age				Total
		18-29	30-39	40-49	>50	
q8. main areas of expertise of founder 2 - mention 1	technical and engineering knowledge	52	332	422	370	1176
	general management	25	148	176	178	527
	product design	4	42	53	41	140
	marketing	9	53	70	63	195
	finance	5	37	54	65	161
	none of these / don't know	17	75	84	98	274
Total		112	687	859	815	2473

Crosstab

Count

		q8. main areas of expertise of founder 2 - mention 1						Total
		technical and engineering knowledge	general management	product design	marketing	finance	none of these / don't know	
q4. gender founder 2	mr	1036	371	105	137	100	181	1930
	mrs	127	138	33	55	60	80	493
	ms	13	18	2	3	1	13	50
Total		1176	527	140	195	161	274	2473

q4. gender founder 2 ^ q5. what is the highest educational attainment of founder 2? Crosstabulation

Count

		q5. what is the highest educational attainment of founder 2?						Total
		elementary education	secondary education	bachelor degree	postgraduate degree	phd	don't know	
q4. gender founder 2	mr	128	648	414	490	103	147	1930
	mrs	35	212	112	112	11	11	493
	ms	2	16	15	9	2	6	50
Total		165	876	541	611	116	164	2473

Ιδρυτής No 2:

Όπως και στην περίπτωση του πρώτου ιδρυτή και εδώ ακολουθείται το ίδιο μοτίβο, ο μεγαλύτερο ποσοστό του δευτέρου ιδρυτή έχει γνώσεις μηχανικού είτε τεχνικές γνώσεις, ενώ παράλληλα προκύπτει πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που βρίσκονται σε αυτό το γκρουπ είναι μεταξύ 40-49 ετών και άνδρες μέσου μορφωτικού επιπέδου και πάλι.

q8. main areas of expertise of founder 3 - mention 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	technical and engineering knowledge	525	13,1	48,0	48,0
	general management	229	5,7	20,9	68,9
	product design	59	1,5	5,4	74,3
	marketing	66	1,6	6,0	80,3
	finance	79	2,0	7,2	87,6
	none of these / don't know	136	3,4	12,4	100,0
	Total	1094	27,3	100,0	
Missing	System	2910	72,7		
Total		4004	100,0		

q8. main areas of expertise of founder 3 - mention 1 * q9. what is the age of founder 3? Crosstabulation

Count

		q9. what is the age of founder 3?				Total
		18-29	30-39	40-49	>50	
q8. main areas of expertise of founder 3 - mention 1	technical and engineering knowledge	27	158	192	148	525
	general management	11	70	80	68	229
	product design	3	21	20	15	59
	marketing	4	21	21	20	66
	finance	6	17	30	26	79
	none of these / don't know	16	37	43	40	136
Total		67	324	386	317	1094

q4. gender founder 3 * q5. what is the highest educational attainment of founder 3? Crosstabulation

Count

		q5. what is the highest educational attainment of founder 3?						Total
		elementary education	secondary education	bachelor degree	postgraduate degree	phd	don't know	
q4. gender founder 3	mr	40	297	169	243	56	82	887
	mrs	11	67	32	45	3	10	168
	ms	0	14	4	11	1	9	39
Total		51	378	205	299	60	101	1094

Crosstab

Count

		q8. main areas of expertise of founder 3 - mention 1						Total
		technical and engineering knowledge	general management	product design	marketing	finance	none of these / don't know	
q4. gender founder 3	mr	468	172	50	49	57	91	887
	mrs	50	45	7	15	18	33	168
	ms	7	12	2	2	4	12	39
Total		525	229	59	66	79	136	1094

Ιδρυτής No 3:

Όπως και στις δύο προηγούμενες περιπτώσεις και εδώ το μεγαλύτερο ποσοστό του τρίτου ιδρυτή έχει γνώσεις μηχανικού είτε τεχνικές γνώσεις, ενώ παράλληλα προκύπτει πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που βρίσκονται σε αυτό το γκρουπ είναι μεταξύ 40-49 ετών και άνδρες.

Ιδρυτής No 4:

q8. main areas of expertise of founder 4 - mention 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	technical and engineering knowledge	238	5,9	44,2	44,2
	general management	107	2,7	19,9	64,0
	product design	29	,7	5,4	69,4
	marketing	28	,7	5,2	74,6
	finance	43	1,1	8,0	82,6
	none of these / don't know	94	2,3	17,4	100,0
	Total	539	13,5	100,0	
Missing	System	3465	86,5		
Total		4004	100,0		

q8. main areas of expertise of founder 4 - mention 1 * q9. what is the age of founder 4? Crosstabulation

Count

		q9. what is the age of founder 4?				Total
		18-29	30-39	40-49	>50	
q8. main areas of expertise of founder 4 - mention 1	technical and engineering knowledge	13	61	89	75	238
	general management	8	26	36	37	107
	product design	3	13	7	6	29
	marketing	1	8	12	7	28
	finance	2	8	18	15	43
	none of these / don't know	8	22	23	41	94
Total		35	138	185	181	539

q4. gender founder 4 * q5. what is the highest educational attainment of founder 4? Crosstabulation

Count

		q5. what is the highest educational attainment of founder 4?						Total
		elementary education	secondary education	bachelor degree	postgraduate degree	phd	don't know	
q4. gender founder 4	mr	26	135	82	114	20	57	434
	mrs	5	32	17	28	2	2	86
	ms	0	7	3	6	1	2	19
Total		31	174	102	148	23	61	539

Crosstab

Count

		q8. main areas of expertise of founder 4 - mention 1						Total
		technical and engineering knowledge	general management	product design	marketing	finance	none of these / don't know	
q4. gender founder 4	mr	214	81	25	17	28	69	434
	mrs	21	22	3	6	15	19	86
	ms	3	4	1	5	0	6	19
Total		238	107	29	28	43	94	539

Όπως και στις άλλες τρεις προηγούμενες περιπτώσεις και εδώ το μεγαλύτερο ποσοστό του τέταρτου ιδρυτή έχει γνώσεις μηχανικού είτε τεχνικές γνώσεις, ενώ

παράλληλα προκύπτει πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που βρίσκονται σε αυτό το γκρουπ είναι μεταξύ 40-49 ετών και άνδρες.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.

Π. 2.1 ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΣΟΤΗΣΗΣ ΑΝΑ ΧΩΡΑ

ANOVA Analysis

Αρχικά κοιτάμε στον πίνακα της ANOVA (Π 1) το Sig. Του F. Εάν αυτό είναι μικρότερο του 0,05 τότε για την μεταβλητή αυτή κοιτάμε τον πίνακα του Duncan.

1. Χρηματοδότηση από ίδια κεφάλαια

q14. estimate the percentage of funding coming from own financial resources (sav

Duncan^{a,b}

countryid	N	Subset for alpha = 0.05			
		1	2	3	4
denmark	330	606136,48			
germany	557	897734,61	897734,61		
sweden	334	898280,83	898280,83		
portugal	331	1510645,19	1510645,19	1510645,19	
united kingdom	571	2451915,50	2451915,50	2451915,50	
czech republic	200	3000074,98	3000074,98	3000074,98	3000074,98
greece	331		3323334,66	3323334,66	3323334,66
france	570		3333403,38	3333403,38	3333403,38
italy	580			3620749,06	3620749,06
croatia	200				5500074,37
Sig.		,073	,073	,117	,056

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 343,740.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Από τον Πίνακα Duncan προκύπτει πως στην Κροατία η πηγή χρηματοδότησης ήταν κατά κύριο λόγο τα ίδια κεφάλαια, ενώ το μικρότερο ποσοστό απαντάται στην Δανία.

2. ΧΡΗΜΑΔΟΔΟΤΗΣΗ ΑΠΟ ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ

q14. estimate the percentage of funding coming from funding from family member

Duncan^{a,b}

countryid	N	Subset for alpha = 0.05			
		1	2	3	4
denmark	330	909091,68			
germany	557	1077203,68	1077203,68		
portugal	331	1510580,31	1510580,31	1510580,31	
czech republic	200	3000003,53	3000003,53	3000003,53	
italy	580	3793109,88	3793109,88	3793109,88	
greece	331	4229612,55	4229612,55	4229612,55	
france	570		4736844,59	4736844,59	
croatia	200			5000006,71	
united kingdom	571				11908933,42
sweden	334				14670659,37
Sig.		,082	,054	,067	,098

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 343,740.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Παρατηρούμε πως στην Σουηδία η βασική πηγή χρηματοδότησης είναι από μέλος της οικογένειας, ενώ στην Δανία το ποσοστό είναι μικρότερο.

3. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΑΠΟ ΠΡΟΗΝ ΕΡΓΟΔΟΤΗ

q14. estimate the percentage of funding coming from funding from previous employ

Duncan^{a,b}

countryid	N	Subset for alpha = 0.05		
		1	2	3
denmark	330	909091,84		
germany	557	1077200,71		
portugal	331	1510574,49	1510574,49	
czech republic	200	3000001,56	3000001,56	
italy	580	3793104,87	3793104,87	
greece	331	4229607,59	4229607,59	
croatia	200	4500001,92	4500001,92	
france	570		5087719,65	
united kingdom	571			12084063,73
sweden	334			14670658,54
Sig.		,064	,061	,123

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 343,740.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Όπως και στην προηγούμενη περίπτωση στην Σουηδία παρατηρούνται τα μεγαλύτερα ποσοστά χρηματοδότησης από προηγούμενους εργαζόμενους , ενώ αντίστοιχα τα μικρότερα παρατηρούνται σε Γερμανία και Δανία.

4. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΜΕΣΩ VENTURE CAPITAL

Όπως και στην προηγούμενη περίπτωση στην Σουηδία παρατηρούνται τα μεγαλύτερα ποσοστά χρηματοδότησης μέσω Venture capital , ενώ αντίστοιχα τα μικρότερα παρατηρούνται σε Γερμανία και Δανία

q14. estimate the percentage of funding coming from venture capital

Duncan^{a,b}

countryid	N	Subset for alpha = 0.05		
		1	2	3
denmark	330	909092,52		
germany	557	1077202,41		
portugal	331	1208460,01		
czech republic	200	3000000,16	3000000,16	
italy	580	3965519,75	3965519,75	
greece	331	4229607,65	4229607,65	
croatia	200		5000000,79	
france	570		5087720,73	
united kingdom	571			11733802,87
sweden	334			14670660,69
Sig.		,083	,275	,079

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 343,740.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

5. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΑΠΟ ΤΡΑΠΕΖΑ

q14. estimate the percentage of funding coming from funding from a bank

Duncan^{a,b}

countryid	N	Subset for alpha = 0.05			
		1	2	3	4
denmark	330	909107,72			
germany	557	1077213,58			
portugal	331	1510588,90	1510588,90		
czech republic	200	3000011,58	3000011,58	3000011,58	
greece	331	3323272,49	3323272,49	3323272,49	
italy	580	3620709,20	3620709,20	3620709,20	
france	570		4736859,13	4736859,13	
croatia	200			6000008,05	
united kingdom	571				10683018,94
sweden	334				12574864,16
Sig.		,146	,075	,099	,241

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 343,740.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Ο πίνακας Duncan σε αυτή την περίπτωση μας δείχνει ότι σε χώρες όπως η Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο η πηγή χρηματοδότησης από τράπεζα είναι περισσότερο διαδεδομένη σε σχέση με τις άλλες χώρες, και ειδικά την Δανία όπου και παρατηρείται σε πολύ μικρότερο βαθμό.

6. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΑΠΌ ΚΡΑΤΙΚΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ

q14. estimate the percentage of funding coming from public fund from national go

Duncan^{a,b}

countryid	N	Subset for alpha = 0.05		
		1	2	3
denmark	330	909091,67		
germany	557	1256736,05		
portugal	331	1510576,22	1510576,22	
czech republic	200	3000000,31	3000000,31	
greece	331	3625380,31	3625380,31	
italy	580	3793106,64	3793106,64	
croatia	200		5000000,90	
france	570		5087721,64	
united kingdom	571			11558671,28
sweden	334			13772455,92
Sig.		,131	,058	,182

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 343,740.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Και σε αυτή την περίπτωση, ο πίνακας Duncan μας δείχνει ότι σε χώρες όπως η Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο η πηγή χρηματοδότησης από κρατικούς φορείς είναι περισσότερο διαδεδομένη σε σχέση με τις άλλες χώρες, και ειδικά την Δανία όπου και παρατηρείται σε πολύ μικρότερο βαθμό.

7. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΜΕ ΚΟΝΔΥΛΙΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

Ο πίνακας Duncan σε αυτή την περίπτωση μας δείχνει ότι σε χώρες όπως η Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο η πηγή χρηματοδότησης από κονδύλια της Ευρωπαϊκής Ένωσης απαντάται σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με τις άλλες χώρες, και ειδικά την Δανία όπου και παρατηρείται σε πολύ μικρότερο βαθμό.

q14. estimate the percentage of funding coming from european union funds

Duncan^{a,b}

countryid	N	Subset for alpha = 0.05			
		1	2	3	4
denmark	330	909091,15			
germany	557	1256732,98			
portugal	331	1510574,88	1510574,88		
czech republic	200	3000000,46	3000000,46	3000000,46	
greece	331	3625383,09	3625383,09	3625383,09	
italy	580	3793104,78	3793104,78	3793104,78	
croatia	200		4999999,85	4999999,85	
france	570			5263157,93	
united kingdom	571				12084062,87
sweden	334				14371257,41
Sig.		,136	,063	,236	,173

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 343,740.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

8. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΑΠΌ ΑΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ

q14. estimate the percentage of funding coming from other sources (please specif

Duncan^{a,b}

countryid	N	Subset for alpha = 0.05			
		1	2	3	4
denmark	330	1212123,35			
portugal	331	1510575,48			
germany	557	3770200,34	3770200,34		
italy	580	4310346,40	4310346,40		
greece	331	4531722,16	4531722,16		
croatia	200		5500001,19		
france	570		5614037,21		
czech republic	200			10000003,00	
united kingdom	571			11033280,42	
sweden	334				14670660,97
Sig.		,103	,373	,567	1,000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 343,740.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

Ο πίνακας Duncan μας δείχνει πως πλην των ανωτέρω πηγών χρηματοδότησης η Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο χρησιμοποιούν και λοιπές πηγές χρηματοδότησης.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Π.3

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΠΩΗΣΕΩΝ ΜΕ ΥΠΑΡΞΗ ΑΝΑΓΓΩΝΙΣΤΩΝ

% Sales in Regional market

Duncan^{a,b}

q15. right now, are there other businesses offering the same products and/or ser	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
no other business competitors	281	35,12	
only a few business competitors	1374	37,14	
yes, many business competitors	2349		48,38
Sig.		,390	1,000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

- Uses Harmonic Mean Sample Size = 636,641.
- The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

% Sales in National market

Duncan^{a,b}

q15. right now, are there other businesses offering the same products and/or ser	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
yes, many business competitors	2349	39,66	
no other business competitors	281		44,71
only a few business competitors	1374		45,31
Sig.		1,000	,778

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

- Uses Harmonic Mean Sample Size = 636,641.
- The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

%Sales in International market

Duncan^{a,b}

q15. right now, are there other businesses offering the same products and/or ser	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
yes, many business competitors	2349	11,95	
only a few business competitors	1374		17,55
no other business competitors	281		20,17
Sig.		1,000	,076

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 636,641.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Στην συνέχεια ας εξετάσουμε ανά χώρα τις 3 πιο σημαντικές μεθόδους που χρησιμοποιούνται για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας (με χρήση ONE WAY ANOVA)

q30. methods were used by your firm to protect its intellectual property - confi

Duncan^{a,b}

countryid	N	Subset for alpha = 0.05			
		1	2	3	4
germany	334	1,25			
united kingdom	342	1,26			
sweden	207		1,38		
denmark	196		1,38		
france	309			1,51	
czech republic	138			1,52	
greece	231			1,53	1,53
croatia	138			1,59	1,59
italy	430			1,60	1,60
portugal	223				1,62
Sig.		,846	,987	,086	,066

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 223,619.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Παρατηρούμε ότι οι συμφωνίες εμπιστευτικότητας ως μέθοδος προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας χρησιμοποιείται στην Πορτογαλία περισσότερο και λιγότερο στην Γερμανία.

q30. methods were used by your firm to protect its intellectual property - lead-

Duncan^{a,b}

countryid	N	Subset for alpha = 0.05				
		1	2	3	4	5
denmark	196	1,16				
portugal	223	1,23	1,23			
italy	430		1,29	1,29		
croatia	138			1,32		
germany	334			1,36		
czech republic	138				1,58	
united kingdom	342				1,59	
sweden	207				1,62	
france	309				1,62	
greece	231					1,89
Sig.		,127	,164	,104	,384	1,000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 223,619.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Σχετικά με το πλεονέκτημα του ότι χρονικά προηγούνται του ανταγωνισμού η Ελλάδα προηγείται σε απαντήσεις έναντι των άλλων χωρών, ενώ αυτή τη μέθοδο λιγότερο χρησιμοποιεί η Δανία.

q30. methods were used by your firm to protect its intellectual property - compl

Duncan^{a,b}

countryid	N	Subset for alpha = 0.05			
		1	2	3	4
croatia	138	1,37			
germany	334	1,43	1,43		
portugal	223		1,52	1,52	
france	309			1,54	
italy	430			1,54	
united kingdom	342			1,56	
denmark	196			1,56	
sweden	207			1,60	
greece	231			1,61	
czech republic	138				1,79
Sig.		,208	,060	,095	1,000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 223,619.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Τέλος η πολυπλοκότητα σχεδιασμού ως μέθοδος προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας απαντάται περισσότερο στην Τσεχία και λιγότερο στην Κροατία.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Π.4

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ

E1 Ποιος είναι ο συνολικός αριθμός των. ...

Κωδικός	Περιγραφή
1	Εργαζομένων πλήρους απασχόλησης την επιχείρηση
2	Εργαζομένων μερικής απασχόλησης την επιχείρηση

E2. Ποιος είναι ο συνολικός αριθμός εργαζομένων με πτυχίο Πανεπιστημίου στην επιχείρησή σας

Κωδικός	Περιγραφή
1	Εργαζόμενοι με πτυχίο πανεπιστημίου

E2B

E2B. Πόσοι από αυτούς έχουν:

Κωδικός	Περιγραφή
1	Μεταπτυχιακό Δίπλωμα
2	Διδακτορικό

E3. Πόσα μέλη ίδρυσαν την επιχείρηση

Κωδικός	Περιγραφή
1	Αριθμός μελών

E4. Ποιος ίδρυσε την επιχείρησή σας;

Κωδικός	Περιγραφή
---------	-----------

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

1	Ιδρυτής 1
2	Ιδρυτής 2
3	Ιδρυτής 3
4	Ιδρυτής 4

Κωδικός	Περιγραφή
1	Κος
2	Κα
3	Δ/δα

E5. Ποιο είναι το υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο των ιδρυτών;

Κωδικός	Περιγραφή	Κωδικός
1		Ιδρυτής 1
2		Ιδρυτής 2
3		Ιδρυτής 3
4		Ιδρυτής 4

Κωδικός	Περιγραφή
1	Βασική Εκπαίδευση
2	Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση
3	Πτυχίο
4	Μεταπτυχιακό
5	Διδακτορικό
6	Δεν γνωρίζω

Ε6. Ποια ήταν η τελευταία επαγγελματική του/των ιδρυτή/των πριν την ίδρυση της επιχείρησης;

Κωδικός	Περιγραφή
1	Ιδρυτής 1:
2	Ιδρυτής 2:
3	Ιδρυτής 3:
4	Ιδρυτής 4:

Κωδικός	Περιγραφή
1	Ιδιοκτήτης μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται ακόμα
2	Ιδιοκτήτης μιας επιχείρησης που διέκοψε λειτουργία
3	Εργαζόμενος σε μια επιχείρηση του ίδιου κλάδου
4	Εργαζόμενος σε μια επιχείρηση διαφορετικού κλάδου
5	Αυτοαπασχολούμενος
6	Εργαζόμενος σε πανεπιστήμιο ή εκπαιδευτικό ίδρυμα
7	Κυβερνητικός Υπάλληλος
8	άνεργος
9	Τίποτα από τα παραπάνω – Πρώτη του/της δουλειά
10	Δεν γνωρίζω

Ε7. Περίπου πόσα χρόνια επαγγελματικής προϋπηρεσίας είχε/αν οι ιδρυτές στον τομέα που τώρα δραστηριοποιείται η επιχείρηση πριν την ίδρυσή της;

Κωδικός	Περιγραφή
---------	-----------

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

- | | |
|---|------------|
| 1 | Ιδρυτής 1: |
| 2 | Ιδρυτής 2: |
| 3 | Ιδρυτής 3: |
| 4 | Ιδρυτής 4: |

Ε8. Ποιος είναι ο βασικός τομέας εξειδίκευσης του ιδρυτή/των που είναι σχετικά με την λειτουργία της επιχείρησης;

- | Κωδικός | Περιγραφή |
|---------|------------|
| 1 | Ιδρυτής 1: |
| 2 | Ιδρυτής 2: |
| 3 | Ιδρυτής 3: |
| 4 | Ιδρυτής 4: |

- | Κωδικός | Περιγραφή |
|---------|---|
| 1 | Τεχνικές γνώσεις και γνώσεις μηχανολογίας |
| 2 | Γενική Διοίκηση |
| 3 | Σχεδιασμός Προϊόντος |
| 4 | Μάρκετινγκ |
| 5 | Χρηματοοικονομικά |
| 6 | Τίποτα από τα παραπάνω/ Δεν ξέρω |

Ε9. Ποια είναι η ηλικία του ιδρυτή/των;

- | Κωδικός | Περιγραφή |
|---------|------------|
| 1 | Ιδρυτής 1: |

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

- 2 Ιδρυτής 2:
3 Ιδρυτής 3:
4 Ιδρυτής 4: :

Κωδικός	Περιγραφή
1	18-29
2	30-39
3	40-49
4	>50
5	Δεν ξέρω

E10. Ο/Οι ιδρυτής/ τές γεννήθηκε σε αυτή τη χώρα;

Κωδικός	Περιγραφή
1	Ιδρυτής 1:
2	Ιδρυτής 2:
3	Ιδρυτής 3:
4	Ιδρυτής 4:

Κωδικός	Περιγραφή
1	Ναι
2	Όχι
3	Δεν ξέρω

E11. Η εταιρεία προήλθε από άλλο προϋπάρχοντα οργανισμό;

Κωδικός	Περιγραφή
1	Ναι

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

2 Όχι

E12α

Συνθήκη E11 = 1

E12α. Τι ήταν ο μητρικός οργανισμός;

Κωδικός Περιγραφή

1 Πανεπιστήμιο

2 Επιχείρηση

3 Άλλο

E12β

Συνθήκη (E11 = 1) και (E12α = 2)

E12β. Αυτή η επιχείρηση συνδέεται με την νέα επιχείρηση ως:

Κωδικός Περιγραφή "

1 Partner

2 Ανταγωνιστής

3 Πελάτης

4 Προμηθευτής

5 Τίποτα

E14. Εκτιμήστε το ποσοστό της χρηματοδότησης που προέρχεται από τις ακόλουθες πηγές για την εκκίνηση της εταιρείας σας:

Κωδικός Περιγραφή

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

- 1 Ίδια κεφάλαια (αποταμιεύσεις)
- 2 Χρηματοδότηση από μέλος της οικογένειας
- 3 Χρηματοδότηση από προηγούμενο εργοδότη
- 4 Κεφάλαια υψηλού επαγγελματικού ρίσκου
- 5 Χρηματοδότηση από τράπεζα
- 6 Χρηματοδότηση από δημόσιους φορείς
- 7 Χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση
- 8 Άλλο

E15. Αυτή τη στιγμή υπάρχουν άλλες επιχειρήσεις που να προσφέρουν τα ίδια προϊόντα/ υπηρεσίες στους δυνητικούς σας πελάτες;

- | Κωδικός | Περιγραφή |
|---------|---------------------------|
| 1 | Ναι πολλοί ανταγωνιστές |
| 2 | Μόνο λίγοι ανταγωνιστές |
| 3 | Δεν υπάρχουν ανταγωνιστές |

E16. Κατά τη διάρκεια των τριών τελευταίων ετών (2007-2009) ποιο ήταν το % των πωλήσεων :

- | Κωδικός | Περιγραφή |
|---------|-------------------|
| 1 | Στην τοπική αγορά |
| 2 | Στην εθνική αγορά |
| 3 | Στην διεθνή αγορά |

E17. Δηλώστε τον ποιο σημαντικό πελάτη της επιχείρησής.

- | Κωδικός | Περιγραφή |
|---------|----------------------|
| 1 | Μεγάλες Επιχειρήσεις |

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

- | | |
|---|---------------------------------------|
| 2 | Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις |
| 3 | Τελικοί καταναλωτές (π.χ. νοικοκυριά) |
| 4 | Δημόσιος τομέας |
| 5 | Άλλο |

E27α Η εταιρεία εισήγαγε νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα κατά την διάρκεια των τριών τελευταίων ετών; (Εξαιρείται η περίπτωση αναπόλησης νέων προϊόντων που αγοράστηκαν από άλλη επιχείρηση και έγιναν μόνο αισθητικές αλλαγές).

Κωδικός Περιγραφή

- | | |
|---|-----|
| 1 | Ναι |
| 2 | Όχι |

Q27b. Παρακαλώ προσδιορίστε:

Κωδικός Περιγραφή

- | | |
|---|---|
| 1 | Το μερίδιο των νέων ή σημαντικά βελτιωμένων προϊόντων στις συνολικές πωλήσεις |
| 2 | Το μερίδιο των νέων ή σημαντικά βελτιωμένων υπηρεσιών στις συνολικές πωλήσεις |

E28. Τα νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα ή υπηρεσίες ήταν ...

Κωδικός Περιγραφή

- | | |
|---|---------------------|
| 1 | Νέα στην επιχείρηση |
|---|---------------------|

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

2 Νέα στην αγορά

3 Νέα στον κόσμο

E29. Παρακαλώ εκτιμήστε σε τι βαθμό τα νέα ή βελτιωμένα προϊόντα που έχει εισάγει η επιχείρηση είναι απόρροια επιδοτούμενης δραστηριότητας. Σε μία κλίμακα του 5 όπου το 1 σημαίνει καθόλου και το 5 σε μεγάλο βαθμό.

Κωδικός	Περιγραφή
1	Καθόλου
2	2
3	3
4	4
5	Σε μεγάλο βαθμό
6	Δεν γνωρίζω

E30. Ποιες μέθοδοι προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας χρησιμοποιήθηκαν από την επιχείρησή σας τα τελευταία τρία χρόνια.

Κωδικός	Περιγραφή
1	Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας
2	Εμπορικό Σήμα
3	Πνευματική ιδιοκτησία
4	Συμφωνίες εμπιστευτικότητας
5	Μυστικότητα

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

6 Χρονικό προβάδισμα έναντι του ανταγωνισμού

7 Πολυπλοκότητα σχεδιασμού

Κωδικός Περιγραφή

1 Ναι

2 Όχι

3 Δεν γνωρίζω

Βιβλιογραφία

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Advancing Knowledge-Intensive Entrepreneurship and Innovation for Economic Growth and Social Well-being in Europe (AEGIS) Survey Results Report, Y.Caloghirou, A.Protoyerou, A.Tsakanikas, (2009)
- Amabile T., *Creativity and the Role of the Leader*, (2008), *Harvard Business Review*, pp. 101-109
- Amabile T., *How to kill Creativity*, (1998), *Harvard Business Review*, pp. 77-87
- Aslund A. *How Capitalism was Built*, Cambridge, (2007)
- Bessant J. *Innovation and Entrepreneurship*, Wiley, (2013)
- Brock, William A. and David S. Evans, *Small Business Economic*, (1989), Volume 1, Issue 1, pp 7-20
- Charan, R. and Tichy, N. (1998), *Every Business is a growth Business, How Your Company Can Prosper Year After Year*, Random House: New York.
- Djankov S., Murrell P., *Enterprise Restructuring in Transition: A Quantitative Survey* (September 2002), *Journal of Economic Literature*, Vol. XL, pp. 739-792
- Drucker P. (1990), *The New Realities*, *The Journal of the Operational Research Society*, Vol 41, pp.1177.
- Essex E., *Learning from an Artist about Organizations*, (2002), *Journal of Management Inquiry*, pp. 148-158
- Estrin S. *Competition and Corporate Governance in Transition* (Winter 2002), *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 16, Number 1, pp. 101-124
- Goffee R. ., *Leading Clever People*, (2007), *Harvard Business Review*, pp. 72-79
- Housel, T. and Bell, A. H. (2001), *Measuring and Managing Knowledge*, McGrawHill, Irwin.
- Ibbotson P., *Directing Creativity: The Art and Craft of Leadership*, (2010), *Rotman Magazine*, pp. 35-39
- Lehrer J., *Groupthink*, (2012), *The New Yorker*, pp. 22-27
- Lehrer J.(an interview), *Q&A*, (2012), *Rotman Magazine*, pp. 75-77

- McGraw, T. (2001), 'Thinking ahead: The 20th century's theorist of 21st century entrepreneurship", Leonard Stern School of Business.
- Mainemels B. et al., *Ideas are Born in Fields of Play*, (2010), *Rotman Magazine*, pp. 40-45
- Mainemels B. , *Grow and Play*, (2008), *Business Strategy Review*, pp. 39-43
- Malerba F. and McKelvey M. (2016), *Conceptualizing Knowledge Intensive Entrepreneurship: definition and model* in F. Malebra, Y.Calogirou, M. Mackelvey and S. Radosevic (eds) *Dynamics of Knowledge Intensive Entrepreneurship: Business strategy and business policy*, Oxon : Routledge, pp. 19-47
- Mandel, M. (2000), *The New Economy*, *Business Week*, January 31, pp. 73-91.
- Metcalfe B. (2004), *Leadership: Time for a New Direction?*, *Leadership*, Vol 1, pp.51-71.
- Nonaka, I., P. Reinmoeller, et al (2000), *Integrating IT Systems to Capitalize on Market Knowledge*, In *Knowledge Creation- A Source of Value*, G. von Krogh, I. Nonaka & T. Nishiguchi, London and New York, NY, Macmillan Press, pp. 89-109.
- Noppe-Brandon S. (an interview), *Imagination First: Unlock the Power of Possibility*, (2011), *Rotman Magazine*, pp. 23-27
- OECD, (1999), *Annual Report for Member Countries*
- OECD, (2001), *The New Economy beyond the Hype: The OECD Growth Project*, Paris.
- OECD (2001) *Towards a knowledge-based economy OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2001*.
- OECD (2005), *Oslo Manual : Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, Paris : OECD/EUROSTAT.
- OECD (2007). *Innovation and Growth: Rationale for an Innovation Strategy*.
- OECD, (2009), *Annual Report for Member Countries*
- O'Reilly C. (2009), *The Ambidextrous Organization*, *Harvard Business Review*, pp. 74-81
- O'Reilly C., *Organizational Ambidexterity in Action: How Managers Explore and Exploit*, (2011), *California Management Review*, Vol. 53, No 4, pp. 5-22
- Raynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E. et al, (2004), *Global Entrepreneurship Monitor (GEM): 2003*, Executive Report.
- Schumpeter, J. A, (1939), *Business Cycles: A Theoretical and Historical Analysis of the Capitalist Process*, New York: McGraw Hill.
- Schumpeter, J. A, (1942), *Capitalism, Socialism and Democracy*, London: George Allen and Unwin.

- Shane, S. and Venkataraman, S. (2003), Technology Entrepreneurship, *Research Policy*, Vol. 32, Issue 2, pp. 181-184.
- Sutton R., *The Weird Rules of Creativity*, (2001), *Harvard Business Review*, pp.
- Sorescu, A. B., Rajesk, K. C. and Jaideep, C. P. (2003), Sources and Financial Consequences of radical Innovation: Insights from Pharmaceuticals, *Journal of Marketing*, 67 (4), σελ. 82-102.
- Tsoukas, H. and Vladimirov, E. (2000), *On Organizational knowledge and its management: an ethnographic investigation*. Paper presented at the Knowledge Management: Concepts and Controversies Conference, Warwick University, UK, 10-11 February.
- Zucker, L.G., Darby, M. and M. Brewer (1998), Intellectual human capital and the birth of US biotechnology enterprises, *American Economic Review*, 88 (1), pp. 290-305.
- Wellman, Barry (1998) "Doing it ourselves", Pp 71-78 in Required Reading: Sociology's Most Influential Books. Edited by Dan Clawson, University of Massachusetts Press

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Βαλασάκης Κ., (2004) *Δημιουργία και Ανάπτυξη Επιχειρήσεων: Η ελληνική πραγματικότητα*, Πρακτικά Συνεδρίου «Το επιχειρείν θαρσείν χρη», Αθήνα
- Θεοδωρόπουλος Σ.,(2004) *Η επιχειρηματικότητα διεθνώς*, Πρακτικά Συνεδρίου «Το επιχειρείν θαρσείν χρη», Αθήνα
- Λαδόπουλος Ι. (1998) *Κριτική της Μεγιστοποίησης του Κέρδους ως Στόχου Επιχειρησιακής Συμπεριφοράς*, ΑΣΟΕΕ,
- Μπελλές Α. (2004) *Οικογενειακή Επιχείρηση*, Πρακτικά Συνεδρίου «Το επιχειρείν θαρσείν χρη», Αθήνα
- Μουρδουκούτας Π. (2005) *Επιχειρηματική Στρατηγική σε Ημιπαγκοσμιοποιημένη Οικονομία*, εκδ. Σταμούλης,
- Παπαδάκης Β (2002)., *Στρατηγική των Επιχειρήσεων* , εκδ. Μπένου, ,
- Schumpeter J.A.,(2006) *Καπιταλισμός, Σοσιαλισμός και Δημοκρατία*, εκδ. Παπαζήση,

- Χατζηκωνσταντίνου Γ και, Γωνιάδης Η., (2009) *Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία*, εκδ. Gutenberg,