

Καινοτομία - Διαχείριση Καινοτομίας

ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΗΣ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
(1^ο)*

Δρ. ΣΟΦΙΑ ΥΦΑΝΤΗ

sifanti@hmu.gr

ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

ΝΕΟ, ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟ, ΠΡΩΤΟΠΟΡΙΑΚΟ
ΠΡΟΪΟΝ, ΥΠΗΡΕΣΙΑ, ΔΙΕΡΓΑΣΙΑ, ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ, ΙΔΕΑ,

που διατίθεται στην **Αγορά**, στο **Κράτος**, στην **Κοινωνία**

και προσφέρει

Άνεση, Ευκολία, και Αποτελεσματικότητα
στην καθημερινότητα

Πέτρος Π. Σουκουλιάς



Πέτρος Π. Σουκουλιάς

ΕΘΝΙΚΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

ΓΓΕΚ

Ερευνώ – Καινοτομώ 2021-27 (Ε-Κ)
Υποστηρίζουν την πραγματοποίηση **Εφαρμοσμένης Έρευνας**, για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων/υπηρεσιών, σε όλη τη **Χώρα**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ

Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΠΕΠ)
Υποστηρίζουν την πραγματοποίηση **Εφαρμοσμένης Έρευνας**, για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων/υπηρεσιών, σε επίπεδο **Περιφέρειας**

Πέτρος Π. Σουκουλιάς

ΕΥΡΩΠΑΪΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ (HORIZON EUROPE)

Budget for the Horizon Europe FP9 framework programme (2021-2027)

Pillar 1 Open Science: 25,8 bn. €		Pillar 2 Global Challenges and Industrial Competitiveness: 52,7 bn. €		Pillar 3 Open Innovation: 13,5 bn. €	
European Research Council (ERC)	16,6 bn. €	Health	7,7 bn. €	European Innovation Council (EIC)	10 bn. €
Marie Skłodowska-Curie Actions (MSCA)	6,8 bn. €	Inclusive and Secure Society	2,8 bn. €	European innovation ecosystems	0,5 bn. €
Infrastructures	2,4 bn. €	Digital and Industry	15 bn. €		
		Climate, Energy and Mobility	15 bn. €	European Institute of Innovation and Technology (EIT)	3 bn. €
		Food and natural resources	10 bn. €		
		Joint Research Centre	2,2 bn. €		
Strengthening the European Research Area: 2,1 bn. €					
Sharing excellence				1,7 bn. €	
Reforming and Enhancing the European R&I system				0,4 bn. €	

ΕΘΝΙΚΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΕΡΕΥΝΑΣ & ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

ΥΠΑΕ/Υφ. Ε&Κ

ΥΠΑΕ/ΓΓΕΚ

Παραγωγικοί Φορείς

Επιταχυντές
(Accelerators)

Συνεργατικά Σχήματα
(Clusters)

Κόμβοι Καινοτομίας
Innovation Hubs

Θερμοκοιτίδες
(Incubators)

Κέντρα Αριστείας
(Competence Centers)

Ανώτατα
Εκπαιδευτικά
Ιδρύματα (ΑΕΙ)

ΕΣΕΤΕΚ

(Εθν. Συμβούλιο Έρευνας,
Τεχνολογίας & Καινοτομίας)

ΕΛΙΔΕΚ

(Ελληνικό
Ίδρυμα Ε&Κ)

ΤΕΣ

(Τομεακά
Επιστημονικά
Συμβούλια)

ΠΣΕΚ

(Περιφερειακά
Συμβούλια Ε&Κ)

ΕΠΟΠΤΕΥΟΜΕΝΟΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ

ΕΚ ΑΘΗΝΑ

ΕΚΕΤΑ

ΕΘΝΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΕΡΕΥΝΩΝ

ΕΛΚΕΘΕ

ΕΘΝΙΚΟ ΑΤΣΕΡΟΣΚΟΠΕΙΟ

ΙΤΕ

ΕΚΒΕ ΦΛΕΜΙΝΓΚ

ΙΙΒΕΑΑ

ΕΙ ΠΑΣΤΕΡ

ΕΚΕΦΕ ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΣ

ΕΚ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

ΕΠΟΠΤΕΥΟΜΕΝΟΙ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ

Εθνική Επιτροπή
Ατομικής Ενέργειας

Κέντρο Διάδοσης Επιστημών &
Μουσείο Τεχνολογίας, ΝΟΗΣΙΣ

Επιστημονικό Πάρκο Πατρών

Πέτρος Π. Σουκουλιάς

Πέτρος Π. Σουκουλιάς

1. Η έννοια της επιχειρηματικότητας καινοτομίας*

Η επιχειρηματικότητα θεωρείται έννοια που συλλαμβάνεται αυθόρμητα από τον καθένα, σε ατομικό επίπεδο, καθώς συμμετέχει στο οικονομικό γίγνεσθαι.

Ποικίλες παραστάσεις της καθημερινότητας αφορούν σε επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, άλλοτε επιτυχείς και άλλοτε όχι, οι οποίες σηματοδοτούν την προσωπική αντίληψη του ατόμου περί της έννοιας του επιχειρείν.

Η ιστορική αναδρομή στην έννοια αυτή φανερώνει και τη δυσκολία ορισμού της:

- Ο διεθνής όρος entrepreneur (επιχειρηματίας) έχει Γαλλική προέλευση και σημαίνει «διαμεσολαβητής», αυτός δηλαδή που παρεμβάλλεται σε μια διαδικασία και πιο ελεύθερα μπορεί να χαρακτηριστεί ως «εργολάβος».
- Εισήχθη στην βιβλιογραφία από τον Ιρλανδό οικονομολόγο Richard Cantillon τον 17^ο αι. ο οποίος βρέθηκε στη Γαλλία.

Πριν τον 17ο αιώνα, ο «διαμεσολαβητής» αναλάμβανε τη διεκπεραίωση μεγάλων έργων χωρίς αρχικά συμφωνημένο κόστος, δηλαδή χωρίς ρίσκο. Μετά τον 17ο αιώνα, η αρχική συμφωνία επί του κόστους (προϋπολογισμού) ενός έργου μετακύλησε το οικονομικό βάρος στο «διαμεσολαβητή» και συνεπώς συνέδεσε τον επιχειρηματία με την ανάληψη ρίσκου.

➤ Κατά το 18ο και το 19ο αιώνα, ο επιχειρηματίας χρειάστηκε να διαχωριστεί από τον επενδυτή, αυτόν δηλαδή που χρηματοδοτεί επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, και συχνά ταυτίστηκε με το διαχειριστή (μάνατζερ).

➤ Ουσιαστική διαφοροποίηση από τις δυο προηγούμενες συναφείς κατηγορίες έγινε στις αρχές του 20ου αιώνα στο έργο του Frank Knight (1921)

{επιχειρηματίας είναι αυτός που μπορεί να τα «καταφέρει» με την εγγενή αβεβαιότητα της αγοράς}

και του Joseph Schumpeter (1934)

{επιχειρηματίας είναι ο καινοτόμος, αυτός δηλαδή που με τη δράση του (καινοτομία) μεταβάλλει την αγορά}.

➤ Βιβλιογραφικά, η επιχειρηματικότητα αποτέλεσε πεδίο αυτόνομης έρευνας στη δεκαετία του '80. Πριν από αυτή, οι ακαδημαϊκές μελέτες για την επιχειρηματικότητα είναι ελάχιστες. Όσες δε υπάρχουν αναφέρονται κυρίως στον επιχειρηματία και στα ατομικά χαρακτηριστικά του.

- Ο Drucker (1985) ορίζει την επιχειρηματικότητα ως πράξη καινοτομίας. Χαρακτηριστικά αναφέρει πως “δεν αποτελεί επιχειρηματικότητα η ίδρυση μιας οποιασδήποτε νέας εταιρείας οποία θα κάνει ότι περίπου κάνουν και άλλες παρόμοιες εταιρείες της αγοράς”.

Επιχειρηματικότητα αποτελεί η ίδρυση εταιρείας η οποία εισάγει καινούριο προϊόν ή υπηρεσία το οποίο διαταράσσει την αγορά σύμφωνα με τη θεώρηση του Schumpeter περί καινοτομίας στη δεκαετία του '30.

- Ο Gartner (1988) ήταν από τους πρώτους που επεσήμαναν ότι η έρευνα της επιχειρηματικότητας, που είχε επικεντρωθεί στο «ποιος είναι ο επιχειρηματίας», χρειαζόταν να επικεντρωθεί περισσότερο στην ίδρυση μιας επιχείρησης, δηλαδή στο «τι πράττει ένας επιχειρηματίας». Έτσι σύμφωνα με αυτόν

«η επιχειρηματικότητα είναι το φαινόμενο ίδρυσης μιας επιχείρησης»

Ο επιχειρηματίας δηλαδή είναι ρόλος τον οποίο μπορεί να αναλάβει κάθε άνθρωπος για ένα διάστημα της ζωής του.

- Σημαντική λοιπόν εξέλιξη στην κατανόηση της επιχειρηματικότητας αποτέλεσε η θεώρηση του Stevenson (1985-1989) όπου ονομάζει επιχειρηματία αυτόν που ακολουθεί μια ευκαιρία ανεξάρτητα από τους πόρους τους οποίους ελέγχει. Η παρατήρηση αυτή διαφοροποιεί τον επιχειρηματία από έναν διαχειριστή (μάνατζερ) ο οποίος ακολουθεί επιχειρηματικές ευκαιρίες της αγοράς.
- Τέλος, η πιο σύγχρονη άποψη είναι αυτή που αναπτύχθηκε από τους McGrath και MacMillan (2000) σύμφωνα με την οποία η επιχειρηματικότητα είναι τρόπος σκέψης. Οι συγγραφείς αυτοί ονομάζουν όσους έχουν τον επιχειρηματικό τρόπο σκέψης καθ' έξιν επιχειρηματίες (habitual entrepreneurs) οι οποίοι εντοπίζουν συνεχώς καινούριες επιχειρηματικές ευκαιρίες τις οποίες αξιοποιούν σε χρόνο που οι ίδιοι επιλέγουν.

2. Ορισμοί και είδη καινοτομίας*

Η καινοτομία είναι έννοια που αφορά στους νέους συνδυασμούς (new combinations) όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Schumpeter.

Πιο συγκεκριμένα ορίζει την καινοτομία ως “νέος συνδυασμός νέας ή υπάρχουσας γνώσης, πόρων, εξοπλισμού κ.λπ.” με αποκλειστικό σκοπό την εμπορική του αξιοποίηση. Η θεώρηση αυτή συμφωνεί με την παλαιότερη (γύρω στο 1800) του Jean-Baptiste Say ο οποίος όρισε τον επιχειρηματία ως το άτομο που αναδιοργανώνει (αλλάζει) τους παραγωγικούς πόρους από μια χαμηλή παραγωγική χρήση σε μια υψηλότερη.

Οι νέοι αυτοί συνδυασμοί μπορούν να αφορούν σε **προϊόντα, υπηρεσίες ή διαδικασίες παραγωγής** οπότε έχουμε και τα τρία αντίστοιχα είδη καινοτομίας.

Προκειμένου η καινοτομία να μπορεί να αποτυπωθεί σε κάθε τοπική οικονομία, ο ΟΟΣΑ (Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης) έχει ορίσει τα επόμενα τέσσερα είδη καινοτομίας (OECD 2005):

- ❖ **Καινοτομία προϊόντος**, όπου ένα νέο (ή σημαντικά αναβαθμισμένο) προϊόν το οποίο είναι τεχνολογικά διαφορετικό από τα υπάρχοντα εισέρχεται στην αγορά. Η κατασκευή του προϊόντος αυτού μπορεί να στηρίζεται σε νέα γνώση ή σε νέο συνδυασμό υπάρχόντων τεχνολογιών (αντίστοιχα για υπηρεσίες).
- ❖ **Καινοτομία διαδικασίας**, όπου μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) διαδικασία παραγωγής ή διανομής ενός προϊόντος χρησιμοποιείται εμπορικά. Τα προϊόντα αυτά είτε δεν θα μπορούσαν να παραχθούν ή να διανεμηθούν με τις προηγούμενες διαδικασίες παραγωγής, είτε η παραγωγή και η διανομή τους θα ήταν περιορισμένη (ανεπαρκής για την αγορά).

- ❖ **Εμπορική καινοτομία** (marketing innovation) όπου εφαρμόζεται μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) μέθοδος μάρκετινγκ από μια επιχείρηση. Η νέα αυτή μέθοδος μπορεί να αναπτυχθεί από την εταιρεία ή να υιοθετηθεί από άλλες και αφορά στο σχεδιασμό του προϊόντος, στη συσκευασία του, στην αποθήκευση και στη διανομή του, στη διαφήμισή του και στην τιμολόγησή του.
- ❖ **Οργανωσιακή καινοτομία** (organizational innovation) όπου μια επιχείρηση εφαρμόζει μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) μέθοδο οργάνωσης της εμπορικής της πρακτικής, της εργασίας και των αρμοδιοτήτων στο εσωτερικό της, όπως και στις σχέσεις της με εξωτερικούς οργανισμούς ή επιχειρήσεις. Βασική προϋπόθεση είναι η νέα μέθοδος οργάνωσης να μην είναι περιστασιακή, αλλά να εντάσσεται στη στρατηγική της επιχείρησης.

Μια άλλη κατηγοριοποίηση της καινοτομίας μπορεί να γίνει ανάλογα με τη ριζοσπαστικότητά της. Έτσι, οι καινοτομίες χωρίζονται σε **ριζοσπαστικές, ημι-ριζοσπαστικές** και σε **βελτιωτικές**.

- ❖ Η ριζοσπαστική καινοτομία (radical innovation) είναι αυτή που δεν προκύπτει ως φυσική εξέλιξη της υπάρχουσας τεχνολογίας. Η ριζοσπαστική καινοτομία αλλάζει εντελώς (καταργεί) την υπάρχουσα τεχνολογία και το υπάρχον επιχειρηματικό μοντέλο, δηλαδή τον τρέχοντα τρόπο που αντλείται αξία από την αγορά. Σύμφωνα με την βιβλιογραφία ορίζεται ως ριζοσπαστική καινοτομία αυτή που έχει τη δυναμική να παράγει ένα ή περισσότερα από τα επόμενα:
 - ένα εντελώς νέο σύνολο χαρακτηριστικών επίδοσης,
 - βελτιώσεις κατά τουλάχιστον πέντε φορές πάνω υπαρχόντων χαρακτηριστικών επίδοσης, ή
 - σημαντική (30% και πάνω) μείωση του κόστους.

Προφανώς, η ριζοσπαστική καινοτομία είναι αυτή στην οποία αναφέρθηκε ο Schumpeter και συνοδεύει τις μεγάλες επιστημονικές ανακαλύψεις (π.χ. ηλεκτρικός λαμπτήρας, ηλεκτρονικοί υπολογιστές κ.τ.λ.). Αντίθετα,

- ❖ οι βελτιωτικές καινοτομίες (ή οριακές, ή σταδιακές) είναι νέοι συνδυασμοί οι οποίοι δεν αλλάζουν την υπάρχουσα τεχνολογία και το μοντέλο με το οποίο αντλείται αξία από την αγορά. Κλασικό παράδειγμα βελτιωτικής καινοτομίας είναι η αυτοκινητοβιομηχανία η οποία παρουσιάζει συνεχείς εξελίξεις των μοντέλων των αυτοκινήτων σε ετήσια σχεδόν βάση.
- ❖ Ανάμεσα στις δύο προηγούμενες μορφές καινοτομίας υπάρχουν οι ημι-ριζοσπαστικές καινοτομίες οι οποίες είναι νέοι συνδυασμοί που επιφέρουν αλλαγή είτε στην υπάρχουσα τεχνολογία είτε στο επιχειρηματικό μοντέλο (όχι όμως και στα δύο ταυτοχρόνως). Ένα παράδειγμα ημι-ριζοσπαστικών καινοτομιών είναι τα προϊόντα της εταιρείας Apple (i-products).

Άσκηση Θεωρίας

Καινοτομία	P	H	B	Π/Υ	Δ	E	O
Αντικατάσταση προϊόντων ζάχαρης από προϊόντα stevia							
Δημιουργία κβαντικών υπολογιστών							
Υιοθέτηση συστήματος πιστοποίησης (ISO)							
Υδροκαλλιέργειες							
Καλωδιακή τηλεόραση							
Χρήση συστήματος GPS σε αυτοκίνητα							

όπου: (P) ριζοσπαστική, (H) ημι-ριζοσπαστική, (B) βελτιωτική, (Π/Υ) προϊόντος/υπηρεσίας, (Δ) διαδικασίας, (E) Εμπορική και (O) οργανωσιακή.

Συμπληρώστε με Χ τον άνωθεν πίνακα

3. Είδη και μορφές επιχειρηματικότητας*

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να διακριθεί σε διάφορα είδη ανάλογα με το σκοπό της και τον τρόπο που στοχεύει να αντλήσει αξία από την αγορά (επιχειρηματικό μοντέλο).

Στην συνέχεια θα αναφερθούμε συνοπτικά στην:

- επιχειρηματικότητα καινοτομίας,
- στην κοινωνική επιχειρηματικότητα,
- στη δημόσια επιχειρηματικότητα και
- στην ενδοεπιχειρηματικότητα

ως βασικές, σύγχρονες μορφές του επιχειρείν.

3.1 Επιχειρηματικότητα καινοτομίας

Η μορφή αυτή τονίζει την καινοτομία για να διαφοροποιηθεί από την επιχειρηματικότητα ανάγκης και την αυτοαπασχόληση. Η παράμετρος που διαχωρίζει τις δύο αυτές μορφές αφορά στο **κόστος ευκαιρίας**. Ως κόστος ευκαιρίας εννοούμε την εναλλακτική αξιοποίηση κεφαλαίου (ή εργασιακού χρόνου) όταν αυτό δεν τοποθετηθεί σε συγκεκριμένη επιχειρηματική ευκαιρία.

Για παράδειγμα, ένας εν δυνάμει επιχειρηματίας ανακαλύπτει επιχειρηματική ευκαιρία για την οποία χρειάζεται να επενδύσει το ποσό των 10.000 Ευρώ.

Εάν ο επιχειρηματίας αυτός δεν αξιοποιήσει την ευκαιρία θα τοποθετήσει τα 10.000 Ευρώ στην τράπεζα με επιτόκιο πχ 3% 😊 .

Έτσι, το κόστος της ευκαιρίας που ανακάλυψε είναι για αυτόν

$3\% \times 10.000 \text{ Ευρώ} = 300 \text{ Ευρώ}$ το έτος.

Ας υποθέσουμε ότι ένας άλλος εν δυνάμει επιχειρηματίας ανακαλύπτει την ίδια ευκαιρία την οποία αν δεν αξιοποιήσει θα αξιοποιήσει το κεφάλαιό του σε ασφαλή επένδυση επιτοκίου 5%.

Για τον δεύτερο το κόστος της ευκαιρίας είναι 500 Ευρώ το έτος.

Συνεπώς, το κόστος μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας ποικίλλει από άτομο σε άτομο ανάλογα με τις εναλλακτικές δραστηριότητες και προοπτικές που έχει ο καθένας.

Είναι λοιπόν φανερό ότι σε περιόδους οικονομικής ύφεσης και υψηλής ανεργίας, ή σε σχετικά ασθενείς οικονομικά χώρες, οι πολίτες ανακαλύπτουν επιχειρηματικές «ευκαιρίες» χαμηλής ανταπόδοσης τις οποίες αξιοποιούν διότι το κόστος των ευκαιριών αυτών είναι ελάχιστο.

Αντίθετα, η επιχειρηματικότητα καινοτομίας εστιάζει σε επιχειρηματικές ευκαιρίες υψηλής οικονομικής προσδοκίας αξιοποιώντας γνώσεις, επιχειρηματικό σχεδιασμό και τάσεις της αγοράς. Για το λόγο αυτό χαρακτηρίζεται πολλές φορές και ως *επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης*.

3.2 Κοινωνική επιχειρηματικότητα

Στην κοινωνική επιχειρηματικότητα η έννοια της «αξίας», δεν είναι μόνο οικονομική αλλά και κοινωνική. Συνεπώς, σκοπός του κοινωνικού επιχειρηματία είναι να αντιμετωπίσει, μέσω της δραστηριότητάς του, κάποια κοινωνική ανάγκη.

Αυτή λοιπόν η κοινωνική ανάγκη, ή το κοινωνικό πρόβλημα, είναι που καθορίζει την αποστολή της επιχείρησης ενώ το κίνητρο του κοινωνικού επιχειρηματία είναι η οριστική ικανοποίησή της. Τα συνήθη μέσα που χρησιμοποιεί ο κοινωνικός επιχειρηματίας είναι τα κέρδη από τις πωλήσεις των προϊόντων του, χορηγίες, δωρεές, όπως και συνεργασίες με φορείς ή άλλες μη-κερδοσκοπικές επιχειρήσεις.

Παρατηρούμε τέλος ότι τελευταίως η κοινωνική επιχείρηση νοείται ως «πράσινη» επιχείρηση. Φυσικά, η επιχειρηματικότητα που στοχεύει στην προστασία του περιβάλλοντος είναι κοινωνική, όμως, η δραστηριότητα των κοινωνικών επιχειρήσεων δεν εξαντλείται σε αυτό.

3.3 Δημόσια επιχειρηματικότητα

Η έννοια της δημόσιας επιχειρηματικότητας αφορά σε δημόσιους οργανισμούς και εισήχθη από τον Drucker (1985). Σύμφωνα με τον Drucker, “οι δημόσιοι φορείς πρέπει να λειτουργούν επιχειρηματικά όπως οι εταιρείες, ίσως και περισσότερο”.

Μόνο οι οργανισμοί που είναι σε θέση να καινοτομήσουν θα μπορούν να εξυπηρετούν καλύτερα την αποστολή τους. Η διαδικασία αυτή είναι ανάλογη με αυτή των επιχειρήσεων και συχνά αναφέρεται ο όρος «ψευδο-αγορά» για τις ανάγκες τις οποίες καλύπτουν οι δημόσιοι οργανισμοί.

Ωστόσο, η δημόσια επιχειρηματικότητα παραμένει στα σπάργανα καθώς δεν είναι ακόμα πέρα για πέρα σαφές το περιεχόμενό της.

3.4 Ενδοεπιχειρηματικότητα

Η ενδοεπιχειρηματικότητα (ή επιχειρηματικό μάνατζμεντ) αφορά σε μεγάλες εταιρείες και οργανισμούς οι οποίοι ακολουθούν επιχειρηματικές ευκαιρίες. Οι Stevenson και Jarillo (1990) επισημαίνουν ότι η ενδοεπιχειρηματικότητα επεκτείνει το επιχειρείν από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στις μεγάλες, καλύπτοντας όλο το φάσμα των εταιρειών.

Ως μορφή οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων είναι πολύ νέα και απαντάται μόνο σε μερικές, συνήθως καινοτόμες, εταιρείες (π.χ. 3M, Apple, Intel κ.ά.). Επισημαίνεται ότι η επιχειρηματική ευκαιρία ενοποιεί την επιχειρηματικότητα των μεμονωμένων ατόμων και των επιχειρήσεων, θεωρώντας τις τελευταίες ως οντότητες (οργανισμούς) που μπορούν να επιλέξουν να δραστηριοποιηθούν όμοια με τους συνήθεις επιχειρηματίες.

- Μία εκ της βάσης (bottom-up) διαδικασία ανακάλυψης και αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών. Οι προτάσεις παραλαμβάνονται-αξιολογούνται-αποφασίζεται η πορεία τους.

3.5 Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

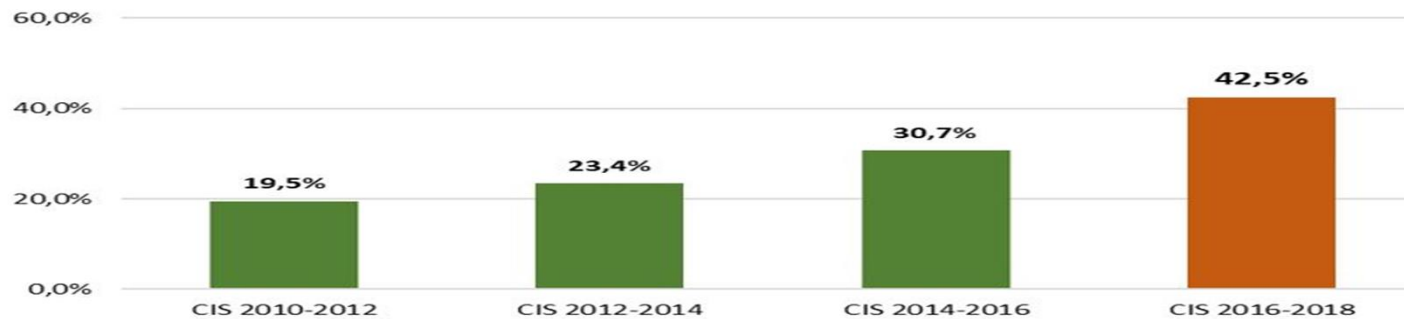
Η επιχειρηματική δραστηριοποίηση εξαρτάται από το τοπικό αλλά και το διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον. Το σύνολο δηλαδή των συνθηκών και των γενικότερων αντιλήψεων μέσα στο οποίο θα «δράσει» ο εκάστοτε επιχειρηματίας.

Για την παρακολούθηση της εξέλιξης της επιχειρηματικότητας, οργανισμοί όπως το Global Entrepreneurship Monitor –GEM (σε διεθνή κλίμακα <http://www.gemconsortium.org/>) ή το Eurobarometer (σε Ευρωπαϊκή κλίμακα http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm) εκπονούν περιοδικές μελέτες και εκθέσεις.

Για την Ελλάδα, στοιχεία για την ετήσια έκθεση του GEM παρέχει το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών – IOBE (<http://www.iobe.gr/>).

Πρέπει να σημειώσουμε ότι κατά την τελευταία δεκαετία η Ελλάδα συγκαταλέγεται ανάμεσα στις χώρες με οικονομία καινοτομίας στις εκθέσεις του GEM. Όπως όμως είναι γνωστό σε όλους μας, η Ελλάδα βίωσε και ακόμη βιώνει μετά το 2009 την οικονομική κρίση χρέους η οποία έχει άμεσα κοινωνικοοικονομικά αποτελέσματα και κατά συνέπεια μεταβάλλει συνεχώς το επιχειρηματικό περιβάλλον.

Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία προϊόντος, Community Innovation Survey (CIS) 2012, 2014, 2016, 2018



Πηγή: ΕΚΤ, "Βασικοί Δείκτες για την Καινοτομία στις Ελληνικές Επιχειρήσεις 2016-2018" (<https://metrics.ekt.gr/publications/403>)

και εξωστρέφεια αλλά η επαγόμενη επιχειρηματικότητα «ανάγκης» λόγω των οικονομικών συνθηκών μετριάξει αυτήν την προοπτική. Η δε αύξηση των νέων επιχειρήσεων παρουσιάζει σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις περιφέρειες της χώρας.

Αυτά για σήμερα !

