

Χρόνος αειχώρας

ΚΕΙΜΕΝΑ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ, ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΤΟΜΟΣ 6
VOLUME 6

ΤΕΥΧΟΣ 2
ISSUE 2

ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2007
NOVEMBER 2007



ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ - Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
*Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας
και Περιφερειακής Ανάπτυξης*

ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ ΔΗΜΗΤΡΗΣ

ΣΚΑΓΙΑΝΝΗΣ ΠΑΝΤΕΛΗΣ

ΓΟΣΠΟΔΙΝΗ ΑΣΠΑ

ΔΕΦΝΕΡ ΑΛΕΞΗΣ

ΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΥ ΟΛΓΑ

ΨΥΧΑΡΗΣ ΓΙΑΝΝΗΣ

ΣΤΑΘΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ

ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΣΥΝΤΑΞΗΣ

Αραβαντινός Αθανάσιος	- ΕΜΠ
Ανδρικόπουλος Ανδρέας	- Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Βασενχόβεν Λουδοβίκος	- ΕΜΠ
Γιαννακούρου Τζίνα	- Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Γιαννιάς Δημήτρης	- Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
Δελλαδέτσιμας Παύλος	- Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο
Δεμαθάς Ζαχαρίας	- Πάντειο Πανεπιστήμιο
Ιωαννίδης Γιάννης	- Tufts University, USA
Καλογήρου Νίκος	- ΑΠΘ
Καρύδης Δημήτρης	- ΕΜΠ
Κοσμόπουλος Πάνος	- ΔΠΘ
Κουκλέλη Ελένη	- University of California, USA
Λαμπριανίδης Λότης	- Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
Λουκάκης Παύλος	- Πάντειο Πανεπιστήμιο
Λουρή Ελένη	- Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Μαλούτας Θωμάς	- Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο
Μαντουβάλου Μαρία	- ΕΜΠ
Μελαχροινός Κώστας	- Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Μοδινός Μιχάλης	- Εθν. Κέντρο Περιβ. και Αειψ. Ανάπτυξης (ΕΚΠΑΑ)
Μπριασούλη Ελένη	- Πανεπιστήμιο Αιγαίου
Παπαθεοδώρου Ανδρέας	- Πανεπιστήμιο Αιγαίου
Πρεβελάκης Γεώργιος-Στυλ.	- Université de Paris I, France
Φωτόπουλος Γιώργος	- Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου
Χαστάογλου Βίλμα	- ΑΠΘ

Διεύθυνση:

Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας

και Περιφερειακής Ανάπτυξης

Περιοδικό ΑΕΙΧΩΡΟΣ

Πεδίον Άρεως, 383 34 ΒΟΛΟΣ

<http://www.aeihoros.gr> e-mail: aeihoros@prd.uth.gr

τηλ.: 24210 – 74456 fax: 24210 – 74388



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

Ειδικό τεύχος – Αφιέρωμα
Special Issue

**Καινοτομία και
Περιφερειακή Ανάπτυξη**

Επιμέλεια

Γιώργος Πετράκος

Επιστημονικό Περιοδικό

αιχλώρος

Επιμέλεια έκδοσης: Άννα Σαμαρίνα — Παναγιώτης Πανταζής
Λαγού: Παναγιώτης Πανταζής
Σχεδιασμός εξωφύλλου: Γιώργος Παρασκευάς — Παναγιώτης Πανταζής
Εκτύπωση: Ευαγγελία Ξουράφα
Κεντρική διάθεση: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας

Περιεχόμενα

	Πετράκος Γ.	4
	Εισαγωγή	
	Κομνηνός Ν.	10
	Περιφερειακοί Πόλοι Καινοτομίας στην Ελλάδα 2001-2009: Σχεδιασμός εστιασμένων συστημάτων καινοτομίας	
	Πετράκος Γ., Παπαδούλης Α.	34
	Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία στην Ελληνική Περιφέρεια: Μια εμπειρική διερεύνηση στη Θεσσαλία	
	Αγγελάκης Α., Γεωργαντάς Η.	72
	Περιφερειακοί καινοτομικοί σχηματισμοί και διεργασίες θεσμικής ολοκλήρωσης των δρώντων: Quo Vadis Creta?	
	Μπακούρος Ι., Γκιούρκα Π., Φάλλας Γ.	108
	Τεχνολογική Πλατφόρμα, Τεχνολογική Παρακολούθηση και Τεχνολογική Προοπτική Διερεύνηση. Εργαλεία Καινοτομίας Περιφερειακής Ανάπτυξης: Η περίπτωση της Δυτικής Μακεδονίας	
	Μαρκάτου Μ.-Ε., Σκάγιαννης Π.	134
	Τα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας στην Ελλάδα: Γεωγραφικά και τεχνολογικά πρότυπα	
	Σταμπούλης Γ.	168
	Πώς εμπεδώνεται η καινοτομική δραστηριότητα; Η ανάπτυξη των συστημάτων καινοτομίας στο χώρο	
	ΘΕΜΑΤΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ	
	Πετράκος Γ.	190
	Αποτίμηση του Περιφερειακού Πόλου Καινοτομίας Θεσσαλίας, 2006-2008	
	ΣΤΑΥΡΟΔΡΟΜΙΑ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ	
	Αναστασίου Γ.	208
	Συμπόσιο της Uddevalla, Μπάρνι, 2009 <i>Η Γεωγραφία της Καινοτομίας και της Επιχειρηματικότητας</i>	

Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία στην Ελληνική Περιφέρεια: Μια εμπειρική διερεύνηση στη Θεσσαλία

Γιώργος Πετράκος

Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Απόστολος Παπαδούλης

*Πρόεδρος του Συνδέσμου Βιομηχανιών Θεσσαλίας και Κεντρικής Ελλάδας,
Εντεταλμένος διδασκαλίας (407/80), Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας*

Περίληψη

Το άνοιγμα των αγορών στον διεθνή ανταγωνισμό, η ένταξη στο παγκόσμιο παραγωγικό σύστημα χωρών χαμηλού κόστους εργασίας, ο περιορισμός της σπουδαιότητας πρώτων υλών, εργασίας και γεωγραφικής θέσης και η ένταση της τεχνολογίας έχουν διαμορφώσει ένα νέο σκηνικό, για την ανάπτυξη των περιφερειών και των παραγωγικών τους συστημάτων. Σοβαρές παράμετροι στο σκηνικό αυτό είναι η καινοτομική δραστηριότητα και η έρευνα, οι οποίες επεμβαίνουν ως παράγοντες διαφοροποίησης και ένταξης του ανταγωνισμού, και αποτελούν τον πυρήνα για την διαμόρφωση πολιτικών, που συμβάλλουν στην ανάπτυξη των περιφερειακών παραγωγικών συστημάτων. Στο παρόν άρθρο, διερευνώνται με τη χρήση έρευνας πεδίου σε επιχειρήσεις τα αναπτυξιακά και καινοτομικά χαρακτηριστικά του περιφερειακού παραγωγικού συστήματος της Θεσσαλίας, αναζητούνται ελλείμματα σε στάσεις, αντιλήψεις και συμπεριφορές και προτάσσονται πολιτικές, που μπορούν να συμβάλλουν στην ενίσχυση των καινοτομικών του χαρακτηριστικών.

Λέξεις κλειδιά

Καινοτομία, επιχειρηματικότητα, ανταγωνιστικότητα, περιφερειακή ανάπτυξη.

Entrepreneurship and innovation in the Greek regions: An empirical investigation in Thessaly

This paper analyses the adjustment and prospects of the productive and innovative system of the region of Thessaly in Greece. The analysis is based on a business survey conducted in Thessaly, inquiring into the patterns and changes in the innovative activity of industrial firms. The analysis focuses on the role of the internal and external environment, specialisation, human resources and inter-firm relations. Our findings reveal the difficulties of peripheral economies to innovate and compete in an increasingly open and demanding environment and as such they have important implications for regional innovation policy.

Keywords

Innovation, entrepreneurship, peripherality, regional development.

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το ανθρώπινο δυναμικό, η γνώση, η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα αποτελούν καθοριστικό παράγοντα της ανάπτυξης και της ανταγωνιστικότητας των περιφερειών (Asheim κ.ά., 2006· Asheim και Coenen, 2005). Η καινοτομία και η σπουδαιότητά της ως συστατικό της νέας οικονομίας, αναγνωρίζεται επίσης ως προτεραιότητα στη Στρατηγική της Λισαβόνας, για την ενίσχυση ανάπτυξης. Η ΕΕ αναγνωρίζει ότι το περιφερειακό επίπεδο είναι το πλέον κατάλληλο για την εφαρμογή των πολιτικών καινοτομίας. Θεωρεί ότι η φυσική εγγύτητα ευνοεί την συνεργασία και τη δικτύωση μεταξύ τόσο του ιδιωτικού όσο και του δημοσίου τομέα και οδηγεί στη δημιουργία περιφερειακών clusters, τα οποία είναι βασικό συστατικό προαγωγής της έρευνας, της τεχνολογικής ανάπτυξης και της καινοτομίας. (CEC, 2007a). Το κύριο ερώτημα που προκύπτει είναι κατά πόσο το θεσμικό και επιχειρηματικό περιβάλλον των περιφερειών του νότου έχει τα κατάλληλα χαρακτηριστικά για την αποτελεσματική εφαρμογή των περιφερειακών πολιτικών καινοτομίας.

Το παρόν άρθρο εξετάζει την ικανότητα των λιγότερο αναπτυγμένων περιφερειών να προσαρμοστούν στο νέο οικονομικό περιβάλλον που βασίζεται στη γνώση και την καινοτομία. Βασίζεται στα κύρια χαρακτηριστικά του παραγωγικού συστήματος της Ελλάδας και ιδιαίτερα της Θεσσαλίας όπου έγινε έρευνα πεδίου των καινοτόμων δραστηριοτήτων στις σημαντικότερες επιχειρήσεις την περιφέρειας. Η έρευνα εξέτασε το επιχειρηματικό περιβάλλον που δραστηριοποιούνται, την τεχνολογική εξειδίκευση, τους ανθρώπινους πόρους, τη δικτύωση, την αντίληψη τους για την καινοτομία καθώς και την ικανότητα να χρησιμοποιούν στο νέο οικονομικό περιβάλλον.

Στο επόμενο κεφάλαιο επιχειρείται μια σύντομη επισκόπηση της βιβλιογραφίας, στα κεφάλαια 3, 4, 5 και 6 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας πεδίου, ενώ στο τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της ανάλυσης.

2. ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΙΤΗΤΑ ΣΤΙΣ ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΑΝΕΠΤΥΓΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ

Η οικονομία της γνώσης και η έννοια των "Περιφερειακών Συστημάτων Καινοτομίας (Regional Innovation Systems – RIS)"¹ έχουν αποκτήσει σημαντικό ρόλο στη επιστημονική συζήτηση για την Ευρωπαϊκή Περιφερειακή Ανάπτυξη. Οι περισσότερες σύγχρονες οικονομικές θεωρίες και οι εμπειρικές μελέτες διαπιστώνουν τη θετική σχέση της καινοτομίας με το χωρικό επίπεδο της περιφέρειας ως προς τις οικονομικές δραστηριότητες και την ανάπτυξη του ΑΕΠ, γεγονός που επιβεβαιώνεται από του Ευρωπαϊκούς και Παγκόσμιους Πίνακες επιδόσεων (Scoreboards) και πρόσφατες μελέτες (Howells, 2005). Στο Ευρωπαϊκό επίπεδο, οι περιφέρειες προσαρμόζουν τις αναπτυξιακές τους πολιτικές και στρατηγικές με βάση τη Στρατηγική της Λισσαβόνας η οποία δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην καινοτόμο περιφερειακή ανάπτυξη, ιδιαίτερα μετά από την αναπροσαρμογή της το 2005 (CEC, 2007b). Παραμένει, όμως, το γεγονός ότι οι λιγότερο ανεπτυγμένες περιφέρειες και ιδιαίτερα αυτές του Ευρωπαϊκού Νότου επιδεικνύουν περιορισμένη ικανότητα απορρόφησης και ανάπτυξης γνώσης και τεχνολογίας σε σχέση με τις περιφέρειες του κέντρου (Fritsch και Stephan, 2005) και παραμένουν στις χαμηλότερες θέσεις του πίνακα στον Ευρωπαϊκό Περιφερειακό Πίνακα Καινοτομίας (Hollanders, 2007· CEC, 2007b).

Η υστέρηση αυτή μπορεί να αποδοθεί, πέρα από την φυσική απόσταση αυτών των περιφερειών από την "καρδιά" της Ευρώπης, σε δομικά τους προβλήματα. Τέτοια είναι η πολωμένη ανάπτυξη, η έλλειψη υποδομών, το ανεπαρκώς ανεπτυγμένο ανθρώπινο και κοινωνικό κεφάλαιο, το χαμηλό επίπεδο R&D και καινοτομίας εξαιτίας της κυριαρχίας των παραδοσιακών επιχειρήσεων και των ΜΜΕ, η ισχνή παρουσία ισχυρών clusters, η απουσία δικτύωσης με τους παρόχους της γνώσης και η έλλειψη θεσμών και οργανισμών προώθησης της καινοτομίας (Lagendijk και Lorentzen, 2007). Το παραγωγικό τους σύστημα χαρακτηρίζεται από το μικρό οικονομικό μέγεθος των επιχειρήσεων, τη χρήση τεχνολογιών χαμηλότερης κλάσης και την εξάρτηση από πηγές γνώσης του "κέντρου". Το χαμηλό επίπεδο R&D δεν μειώνει μόνο τις καινοτόμες δραστηριότητες στην περιφέρεια αλλά και την ικανότητα των επιχειρήσεων να αξιοποιήσουν την διαπεριφερειακή γνώση και τα Ευρωπαϊκά κονδύλια που διατίθενται (Todtling και Trippl, 2005). Στη μεταφορά τεχνολο-

¹ Regional Innovation Systems (RIS) (Cooke κ.ά., 2004). Η έννοια των RIS προήλθε από την ευρύτερη έννοια των "Εθνικών Συστημάτων Καινοτομίας – National Innovation System (NIS)" Lundvall (1992, 1999 και 2003) και Nelson (1993), ως μια χωρικά εστιασμένη συνιστώσα ανάλυσης των καινοτόμων δραστηριοτήτων.

γίας και τεχνογνωσίας, παρατηρείται η αντίληψη της εξωγενούς προσφοράς που ευνοεί τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις με αποτέλεσμα να μην αντιμετωπίζονται οι πραγματικές ανάγκες των ΜΜΕ για διαδραστική μάθηση ώστε να αναπτυχθεί η ικανότητα ενσωμάτωσης και ανασυνδυασμού της υπάρχουσας γνώσης με τη νέα (Asheim και Isaksen, 2003). Η παρατηρούμενη χαμηλή δυνατότητα ανάπτυξης των "Περιφερειακών Συστημάτων Καινοτομίας (Regional Innovation Systems – RIS)" σε αυτές τις περιφέρειες αποδίδεται στην έλλειψη ύπαρξης "κρίσιμης μάζας" τοπικών δρώντων και υποστηρικτικής υποδομής της καινοτομίας που θα οδηγήσουν σε δημιουργία καινοτόμων clusters (Doloreux κ.ά., 2008).

Σημαντικός είναι επίσης και ο ρόλος της ιστορικής πορείας και εξέλιξης κάθε περιφέρειας διότι διαμορφώνει αντιλήψεις και προκαταλήψεις, οι οποίες λειτουργούν σαν φίλτρο στην επιλογή νέων αναπτυξιακών πολιτικών και επιλογών (Iammarino, 2005· Asheim κ.ά., 2006). Στα παραγωγικά συστήματα των περιφερειών του Νότου ο παράγοντας αυτός έχει ιδιαίτερη σημασία. Στη μεταπολεμική περίοδο, τα περισσότερα αναπτύχθηκαν βασισμένα σε παραδοσιακές δραστηριότητες, από μικρές οικογενειοκρατούμενες επιχειρήσεις και με σημαντική την ύπαρξη της παραοικονομίας (Zambarloukou, 2007).

Σύμφωνα με τους Todtling και Trippl (2005), οι κύριες στοχεύσεις των πολιτικών για την ενίσχυση και αναβάθμιση της περιφερικής οικονομίας σε αυτές τις περιφέρειες, θα πρέπει να είναι η οργανωτική και τεχνολογική αναδόμηση με επικαιροποίηση της μάθησης, η εστίαση στις ΜΜΕ και στην αδυναμία τους να παράγουν καινοτομία, η προσέλευση νέων δυναμικών επιχειρήσεων και η ενίσχυση των clusters. Τα μέτρα αυτά θα πρέπει να συνοδεύονται από αλλαγές στη νοοτροπία των συνεργασιών και στην αντίληψη για την καινοτομία (Asheim κ.ά., 2006). Πολύ σημαντικό ρόλο παίζει και η διασύνδεση των επιχειρήσεων με τους φορείς της γνώσης, εντός και εκτός της περιφέρειας, με παράλληλη ενθάρρυνση των συνεργασιών με τους φορείς τεχνολογίας καθώς και μεταξύ τους, για καλύτερη κατανομή του κόστους αλλά και του επιχειρηματικού ρίσκου (García-Aracil και Fernandez De Lucio, 2008).

Στον Ελληνικό χώρο, σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, το σύστημα καινοτομίας παρουσιάζει κεντρικό και συγκεντρωτικό χαρακτήρα, ακολουθώντας την εξέλιξη του πολιτικού συστήματος, με σημαντική έλλειψη εκχώρησης δύναμης και εργαλείων στις περιφέρειες, ώστε να μπορούν να διαμορφώσουν και να ασκήσουν πολιτικές (Ανδρεου, 2006) Η Ελλάδα προσπάθησε να εισάγει έτοιμες λύσεις ανάπτυξης του συστήματος καινοτομίας. Η προσέγγιση που ακολουθήθηκε ήταν "top down" και βασίστηκε κυρίως στην αντιγραφή πρακτικών που είχαν εφαρμοστεί σε άλλες, ευρωπαϊκές κυρίως, χώρες (Πραστάκος κ.ά, 2003). Παρ όλη την συνειδητοποίηση για την σημασία της καινοτομίας στην ανάπτυξη, το ελληνικό σύστημα παραμένει δομικά ανώριμο και πλήρως εξαρτώμενο από τις Ευρωπαϊκές

επιδοτήσεις. Επιπλέον, η απόδοση της παραγωγικής βάση σε σχέση με τις δαπάνες για Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη παραμένει σε χαμηλά επίπεδα (Hatzikian, 2007).

Η επιχειρηματική καινοτομία παρουσιάζει σημαντική υστέρηση που οφείλεται σε σημαντικό βαθμό τόσο στα χαρακτηριστικά της εγχώριας παραγωγικής βάσης όσο και στην εθνική δαπάνη ως ποσοστό του ΑΕΠ, που κατευθύνεται στην Έρευνα και την Τεχνολογική Ανάπτυξη. Ειδικότερα, η συμμετοχή της Βιομηχανίας στο ΑΕΠ είναι περιορισμένη και συνεχίζει να μειώνεται (World Bank, 2008). Χαρακτηρίζεται από την κυριαρχία των παραδοσιακών κλάδων χαμηλής τεχνολογίας, και κυριαρχείται από επιχειρήσεις πολύ μικρού και μικρού μεγέθους (Petrakos κ.ά., 2008), γεγονός που μεταξύ άλλων καθορίζει και την χαμηλή δαπάνη που κατευθύνεται στην Έρευνα και την Τεχνολογική Ανάπτυξη (0,57% του ΑΕΠ το 2006, έναντι 1,84% της ΕΕ), τοποθετώντας την χώρα στην 21^η μεταξύ των χωρών-μελών της ΕΕ-25 (Eurostat, 2008b). Στο εσωτερικό της χώρας η κατάσταση αυτή δικαιολογείται από συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που έχουν διαμορφωθεί διαχρονικά σε περιφερειακό και παραγωγικό επίπεδο. Η χωρική δομή της οικονομίας χαρακτηρίζεται από σημαντική πόλωση, καθώς το 50% του ΑΕΠ να παράγεται στην περιφέρεια της Αττικής (Πετράκος, 2009α· ΕΣΥΕ, 2008). Η εικόνα αυτή επιβεβαιώνεται και από την διαμόρφωση των δεικτών, όπου η περιφέρεια της Αττικής εμφανίζει σημαντική διαφορά με την δεύτερη περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας² (Hollanders, 2007).

3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΘΕΣΣΑΛΙΑ: ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ

Η ανάλυση των δεικτών καινοτομικής δραστηριότητας (Petrakos κ.ά., 2008β· Πετράκος, 2009β) δείχνει με πολύ καθαρό τρόπο ότι η Θεσσαλία, ως περιφερειακό παραγωγικό σύστημα, υστερεί σημαντικά στην ανάπτυξη της καινοτομίας τόσο σε σχέση με τις πιο δυναμικές περιφέρειες της χώρας (κυρίως Αττική και Κεντρική Μακεδονία), όσο και σε σχέση με το μέσο όρο της ΕΕ-25.

Με βάση το συνθετικό δείκτη RRSII³, η Περιφέρεια στην περίοδο 2002-2006 κατατάσσεται στην 200^η θέση ανάμεσα σε 203 περιφέρειες της ΕΕ, με τιμή του δείκτη 0,10 και

² Οι Ελληνικές περιφέρειες στο Regional Innovation Scoreboard 2006 (σε σύνολο 203 περ.), καταλαμβάνουν τις θέσεις 199 έως 203 (Πελοπόννησος, Θεσσαλία, Δυτ. Μακεδονία, Βορ. Αιγαίο, Νότιο Αιγαίο), την θέση 197 η Ήπειρος, την θέση 191 η περιφέρεια της Αν Μακεδονίας Θράκης, την θέση 174 η Κρήτη, την θέση 164 η Κεντρική Μακεδονία και η μοναδική εξαίρεση με καλή επίδοση, είναι η περιφέρεια Αττικής η οποία καταλαμβάνει την 86^η θέση.

³ Ο "Περιληπτικός Αποκαλυπτικός Περιφερειακός Δείκτης Καινοτομίας – Revealed Regional Summary Innovation Index, RRSII), ως μέτρο της μέσης επίδοσης της περιφέρειας στην καινοτομία λαμβάνει υπόψη την σχετική επίδοση τόσο σε Ευρωπαϊκό όσο και σε Εθνικό επίπεδο. Περισσότερα στο "2006 European Regional Innovation Scoreboard (2006 RIS)" by H. Hollanders. Διαθέσιμο στο διαδίκτυο: <http://www.proinno-europe>.

βρίσκεται στην 7^η θέση της κατάταξης των 13 περιφερειών της Ελλάδας με μια μέση τιμή που αντιστοιχεί στο 45% του εθνικού μέσου όρου και στο 29% της τιμής της Αττικής. Τα στοιχεία αυτά υποδηλώνουν μια σημαντική υστέρηση, η οποία μάλιστα τείνει να μεγαλώνει διαχρονικά και η οποία ασφαλώς επηρεάζει μακροχρόνια τις δυνατότητες αναδιάρθρωσης και ανάπτυξης της οικονομίας της.

Για να προσδιοριστούν οι παράγοντες της υστέρησης ως προς την καινοτομία της παραγωγικής βάσης της περιφέρειας σχεδιάστηκε μια έρευνα πεδίου σε ένα δείγμα σημαντικών μεταποιητικών επιχειρήσεων της Θεσσαλίας. Σκοπός της ήταν να καταγράψει τα καινοτόμα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων, την προσαρμογή τους στη νέα οικονομία της γνώσης και την ανταπόκρισή τους τόσο στις υπάρχουσες πολιτικές όσο και στη διαμόρφωση του νέων. Η έρευνα έγινε με ερωτηματολόγιο που σχεδιάστηκε από το Εργαστήριο Περιφερειακής Οικονομικής Ανάλυσης και Πολιτικής του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και περιλαμβάνει 52 ερωτήσεις για το προφίλ της επιχείρησης, το ανθρώπινο δυναμικό της, το οικονομικό της περιβάλλον, τις οικονομικές της σχέσεις, την ανταγωνιστικότητα και τις στάσεις και αντιλήψεις σε ζητήματα καινοτομίας και πολιτικής για την καινοτομία.

Το ερωτηματολόγιο εστάλη ταχυδρομικά σε 220 επιλεγμένες επιχειρήσεις οι οποίες καλύπτουν γεωγραφικά και κλαδικά όλο το εύρος της μεταποιητικής δραστηριότητας στη Θεσσαλία και έχουν κάποιο μέγεθος το οποίο τους επιτρέπει να απαντήσουν τις ερωτήσεις που αφορούν στην καινοτομία. Το δείγμα των επιχειρήσεων ελεγχόταν με τη βοήθεια του Συνδέσμου Βιομηχανιών Θεσσαλίας και Κεντρικής Ελλάδος και του Κέντρου Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Θεσσαλίας. Κατά την επιλογή του δείγματος υπήρχε πρόνοια ώστε αυτό να περιλαμβάνει κατά το δυνατό τις σημαντικές επιχειρήσεις της Θεσσαλίας.

Στο ερωτηματολόγιο απάντησαν συνολικά 115 μεταποιητικές επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν πάνω από 7.326 εργαζόμενους (12% της απασχόλησης στη μεταποίηση στη περιφέρεια), το συνολικό Ένεργητικό τους αντιπροσωπεύει το 3,5% του συνόλου των επιχειρήσεων, που δημοσιεύουν Ισολογισμό, και το 4,1% των πραγματοποιούμενων Πωλήσεων (ICAP, 2006), και συνεπώς αντιπροσωπεύουν ένα πολύ σημαντικό τμήμα της παραγωγικής βάσης της Θεσσαλίας.

Η ανάλυση του δείγματος έγινε σε τρεις ομάδες, με βασικό κριτήριο ταξινόμησης το μέγεθος των επιχειρήσεων, όπως προκύπτει από την απασχόληση, προκειμένου να μελετηθούν οι δυνατότητες, οι αντιλήψεις, οι στάσεις και οι συμπεριφορές των διαφορετικών μεγεθών. Ακολουθώντας μια ομαδοποίηση που αποκλίνει από τον ορισμό της ΕΕ, αλλά ανταποκρίνεται καλύτερα στις Ελληνικές συνθήκες της οικονομίας, οι επιχειρήσεις του

eu/ScoreBoards/Scoreboard2006/pdf/eis_2006_regional_innovation_scoreboard.pdf, ανακτήθηκε στις 09/05/2009.

δείγματος χωρίστηκαν σε μικρές, με απασχόληση έως 20 άτομα, σε μεσαίες με απασχόληση έως 50 άτομα και σε μεγάλες από 50 άτομα και άνω⁴.

Από την ανάλυση της παραγωγικής και οικονομικής ταυτότητας προκύπτει ότι το δείγμα αποτελεί μία αντιπροσωπευτική ομάδα επιχειρήσεων όλων των μεγεθών. Κυριαρχείται από Ανώνυμες Εταιρίες, γεγονός που σημαίνει καλή φορολογική οργάνωση και διαχειριστική διαφάνεια, εμπειρία από τη συμμετοχή ξένου κεφαλαίου αλλά και κουλτούρα συμμετοχής σε επιχειρηματικό όμιλο. Η δυνατότητα της παραγωγικής διαφοροποίησης εκφράζει την ευελιξία των μονάδων και την προσαρμοστικότητά τους στην ζήτηση.

Στα κρίσιμα οικονομικά μεγέθη, αποτυπώνεται βιωσιμότητα και αξιόλογη επενδυτική δραστηριότητα. Τα βασικά σημεία εντοπίζονται καταρχήν στο ότι οι επιχειρήσεις του δείγματος έχουν, σε γενικές γραμμές, αξιόλογη οικονομική και παραγωγική δραστηριότητα, αλλά και εμφανείς επενδυτικές πρωτοβουλίες, οι οποίες εκσυγχρονίζουν την παραγωγική τους υποδομή, χωρίς αυτό να κοστίζει σε χαμένες θέσεις εργασίας. Η κλαδική κατεύθυνση, αναδεικνύει ένα παραγωγικό σύστημα, αρκετά προσανατολισμένο σε παραδοσιακά προϊόντα (τρόφιμα-μέταλλα), χωρίς, ωστόσο, αυτός ο προσανατολισμός να διαμορφώνει αναπτυξιακά αδιέξοδα. Αντίθετα, η παραγωγική αυτή βάση μπορεί, ενισχυόμενη από στοιχεία προστιθέμενης αξίας, να επεκταθεί με δυναμικό τρόπο. Εκείνο όμως που είναι αρκετά ανησυχητικό, είναι ο περιορισμένος ορίζοντας των αγορών των επιχειρήσεων, οι οποίες σε μεγάλο ποσοστό περιορίζονται στην Ελληνική επικράτεια.

4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Η στρατηγική ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος επιδιώκει να καταγράψει και να αναδείξει τα βασικά χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων, στα οποία βασίζονται για να επιτύχουν επιδόσεις στην αγορά. Πολλές θεωρίες έχουν κατά καιρούς αναπτυχθεί γύρω από το ζήτημα αυτό. Η πιο δημοφιλής από αυτές υποστηρίζει ότι επιτυχημένες είναι οι επιχειρήσεις, οι οποίες καταφέρνουν να προσαρμοστούν αποτελεσματικά σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο επιχειρησιακό περιβάλλον (Παπαδάκης, 2002· Porter, 1985). Ο βαθμός προσαρμοστικότητάς τους δίνει την ικανότητα να αντιμετωπίζουν αποτελεσματικότερα τις αλλαγές του εξωτερικού περιβάλλοντος, και να αφομοιώνουν με σχετική επιτυχία τους κραδασμούς που αυτές παράγουν. Οι παράγοντες που συνθέτουν την στρατηγική ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος έχουν σχέση με τους υλικούς, τους άυλους και τους ανθρωπίνους πόρους καθώς και τα συστήματα, που εφαρμόζονται. Ο σωστός συνδυασμός των πόρων αυτών οδηγεί σε ικανότητες, που μπορεί να είναι θεμελιώδεις, και να μετεξελιχθούν σε διατηρήσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και στην στρατηγική ανταγωνιστικότητα.

⁴ Το σύνολο της έρευνας και το ερωτηματολόγιο το οποίο χρησιμοποιήθηκε παρουσιάζονται στο Πετράκος (2009β).

4. 1. Επίπεδο τεχνογνωσίας των επιχειρήσεων του δείγματος

Η κατεχόμενη τεχνογνωσία, δηλαδή ο μοναδικός τρόπος με τον οποίο διαχειρίζεται υλικούς και άυλους πόρους η κάθε επιχείρηση και επιτυγχάνει επιδόσεις, αποτελεί ένα σπουδαίο εργαλείο ανάπτυξης. Η τεχνογνωσία, συν τοις άλλοις, διαμορφώνει και τα συγκεκριμένα πεδία επιχειρησιακής λειτουργίας, στα οποία εστιάζει και εξειδικεύεται η κάθε επιχείρηση για να αποκτήσει υπεροχή έναντι του ανταγωνισμού. Η πολιτική, που ακολουθούν οι επιχειρήσεις στην αναγνώριση της κατάλληλης τεχνολογίας και τεχνογνωσίας, δηλαδή η προμήθεια και η αφομοίωσή της, ώστε να προσαρμόζονται έγκαιρα το παραγωγικό τους δυναμικό και να το καθιστούν περισσότερο αποτελεσματικό και παραγωγικότερο, καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την ικανότητά τους να προσεγγίζουν με αυτάρκεια και πληρότητα τις συντελούμενες μεταβολές στην τεχνολογία και στην ζήτηση, να αντιλαμβάνονται τις δυνατότητές τους στην αφομοίωση των καλύτερων εφαρμογών και να επιλέγουν τα τεχνολογικά εκείνα αγαθά, που βελτιώνουν την κατοχύρωσή τους στην αγορά, και συντελούν στην ανάδειξη του στρατηγικού τους πλεονεκτήματος.

4.1.1. Αξιολόγηση των ισχυρών σημείων της επιχείρησης

Ο αυτοπροσδιορισμός των ισχυρών σημείων της κάθε επιχείρησης ενέχει σε μεγάλο βαθμό θέση αυτοκριτικής και άσκηση αυτογνωσίας. Οι παρατηρήσεις που μπορούν να γίνουν είναι ενδιαφέρουσες τόσο στο συνολικό δείγμα όσο στις επιμέρους ταξινομήσεις. Κατ' αρχήν στο σύνολο του δείγματος η πρώτη πεντάδα των ισχυρών σημείων επικεντρώνεται σε γενικούς ορισμούς που μπορούν να εμπεριέχουν στοιχεία των επόμενων σημείων που δεν περιλαμβάνονται σε αυτή (Πίνακας 1). Για παράδειγμα η υψηλή ποιότητα του προϊόντος, ο έλεγχος ποιότητας και οι διαδικασίες πιστοποίησης καθώς και η φήμη της επιχείρησης είναι σημεία που μπορούν να εμπεριέχουν την τεχνολογία, την ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού την τυποποίηση της παραγωγής, τα εξειδικευμένα προϊόντα και το μάρκετινγκ. Αντίθετα, η επιλογή του χαμηλού κόστους παραγωγής ως τελευταίου ισχυρού σημείου, τόσο στο σύνολο του δείγματος όσο και στις επιμέρους ταξινομήσεις, υποδηλώνει ότι το κριτήριο αυτό έχει πάψει να αποτελεί μέρος του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των επιχειρήσεων.

Στις επιμέρους ταξινομήσεις είναι ενδιαφέρον ότι οι μεσαίοι μεγέθους επιχειρήσεις εμφανίζονται να έχουν καλύτερες επιδόσεις σε μεγαλύτερο αριθμό κριτηρίων από ότι οι μεγάλες. Από τα 17 συνολικά κριτήρια αξιολόγησης, οι μεσαίες επιχειρήσεις έχουν υψηλότερη μέση βαθμολογία σε 10 κριτήρια, οι μεγάλες σε 5 κριτήρια και οι μικρές σε 2 κριτήρια. Αν και οι διαφορές είναι σχετικά μικρές, τα στοιχεία του Πίνακα 1 θέτουν ένα ερώτημα για την κλίμακα παραγωγής που μπορεί να θεωρηθεί ως η πλέον κατάλληλη για το μέγεθος της Ελληνικής αγοράς και τη γεωγραφική της θέση σε σχέση με τις διεθνείς αγορές. Επίσης, τα στοιχεία του Πίνακα δείχνουν ότι οι μικρές επιχειρήσεις είναι αυτές που κατά κανόνα έχουν τα λιγότερα πλεονεκτήματα στην αγορά.

Πίνακας 1. Ισχυρά σημεία επιχείρησης

Ισχυρά σημεία επιχείρησης	Μέσος όρος βαθμολογίας με κλίμακα από 0-10 Κατηγορία επιχείρησης με βάση αριθμό εργαζομένων			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Υψηλή ποιότητα	8,83	8,82	8,83	8,75
Συνέπεια στο χρόνο παράδοσης	8,81	8,92	8,88	8,53
Σχέσεις με τους πελάτες	8,69	8,81	8,87	8,30
Φήμη της επιχείρησης	8,69	8,59	8,85	8,58
Ποιότητα των πρώτων υλών	8,45	8,35	8,54	8,43
Έλεγχος ποιότητας και πιστοποίηση	8,31	7,92	8,68	8,19
Τεχνολογία παραγωγής	8,14	7,95	8,21	8,23
Ευελιξία στην παραγωγή	8,13	8,08	8,18	8,04
Οργάνωση/διοίκηση	7,95	7,63	8,13	7,94
Δυνατότητα "After sales service"	7,72	7,18	8,30	7,48
Ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού	7,62	7,26	7,73	7,67
Εξειδικευμένα προϊόντα/υπηρεσίες	7,35	7,51	6,88	7,60
Τυποποίηση /αυτοματοποίηση της παραγωγής	7,32	7,20	7,27	7,40
Πιστωτική πολιτική έναντι των πελατών	7,30	7,46	7,43	6,83
Μάρκετινγκ/δίκτυα πώλησης	7,00	6,46	7,14	7,50
Μέγεθος της επιχείρησης σε σχέση με την αγορά	6,63	6,14	7,16	6,43
Χαμηλό κόστος παραγωγής	6,02	6,12	6,14	5,54

4.1.2. Σημεία υπεροχής της κατεχόμενης τεχνογνωσίας

Στον Πίνακα 2 οι επιχειρήσεις κρίνουν τις εσωτερικές θεμελιώδεις ικανότητες που τις διακρίνουν και οι οποίες διαμορφώνουν σοβαρά πλεονεκτήματά τους στην αγορά και στον ανταγωνισμό. Η κατεχόμενη τεχνογνωσία ορίζει και τα σημεία εκείνα στα οποία οι επιχειρήσεις μπορούν να αποκτήσουν προβάδισμα έναντι των ανταγωνιστών τους. Το δείγμα, τόσο ως σύνολο όσο και ως επιμέρους ταξινομήσεις, θεωρεί ότι από τα βασικά στοιχεία της τεχνογνωσίας που κατέχει κάθε επιχείρηση συσχετίζονται κυρίως με τον έλεγχο της ποιότητας, την αποτελεσματικότητα και την ποιότητα της παραγωγής. Είναι θετικό, ότι η διαχείριση του ανθρώπινου παράγοντα και συνεπώς η ενεργητική του συμμετοχή στην ποιότητα της παραγωγής, βρίσκεται σε υψηλή θέση.

Πίνακας 2. Αξιολόγηση της κατεχόμενης τεχνογνωσίας

Τομέας	Μέσος όρος βαθμολογίας με κλίμακα από 0-10 Κατηγορία επιχείρησης με βάση αριθμό εργαζομένων			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Έλεγχος ποιότητας	8,50	8,22	8,80	8,31
Ποιότητα-αποτελεσματικότητα παραγωγής	8,35	8,24	8,27	8,45
Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού	7,85	7,70	8,12	7,47
Σχεδιασμός προϊόντων	7,62	7,59	7,90	7,28
Σύγχρονες μέθοδοι Διοίκηση	7,41	7,20	7,46	7,41
Σύγχρονες μέθοδοι χρηματοδότησης	7,05	6,92	6,90	7,27
Μάρκετινγκ-ανάγκες αγοράς	6,94	6,67	6,95	7,20

Θα πρέπει να επισημανθεί είναι ότι στις μεγάλες επιχειρήσεις η τεχνογνωσία στις σύγχρονες μεθόδους χρηματοδότησης και στο μάρκετινγκ για την διερεύνηση των αναγκών της αγοράς, αν και είναι τελευταίες επιλογές στον Πίνακα έχουν ομαλότερη διασπορά σε σχέση με τις δύο άλλες ομάδες επιχειρήσεων, γεγονός που μπορεί να ερμηνευτεί ως ζητήματα που τις απασχολούν εντονότερα και τα γνωρίζουν καλύτερα ως αντικείμενα.

Συνολικά, παρατηρούμε ότι οι μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις έχουν κατά κανόνα καλύτερη επίδοση σε θέματα τεχνολογίας από τις μικρές. Επίσης παρατηρούμε ότι οι επιχειρήσεις τείνουν να έχουν χαμηλότερη αξιολόγηση σε πιο σύγχρονα και πιο απτά κριτήρια.

4.1.3. Διαδικασίες παρακολούθησης των εξελίξεων στην τεχνολογία

Τα στοιχεία του Πίνακα 3 είναι αρκετά αποκαλυπτικά για το οργανωτικό επίπεδο ανά κατηγορία επιχειρήσεων. Πιο συγκεκριμένα, το διαδίκτυο είναι η βασικότερη πηγή ενημέρωσης των μικρών επιχειρήσεων γεγονός που ισχύει και σε ένα σχετικά μεγάλο βαθμό στις μεσαίου μεγέθους. Επίσης πηγές ενημέρωσης για τις μικρές επιχειρήσεις είναι οι εκθέσεις και συνέδρια, οι εφημερίδες και τα περιοδικά, καθώς και οι προμηθευτές. Οι τελευταίοι, είναι πηγή και για τις μεσαίες επιχειρήσεις, που παράλληλα αξιοποιούν εξωτερικούς συνεργάτες αλλά ενημερώνονται και από συζητήσεις. Αντίθετα, οι μεγάλες ενημερώνονται πρώτιστα, είτε παρακολουθώντας τον ανταγωνισμό, είτε συμμετέχοντας σε διεθνείς εκθέσεις και συνέδρια, είτε από πελάτες και προμηθευτές, αλλά η σημαντική διαφοροποίηση έγκειται στο ότι διαθέτουν εξειδικευμένο προσωπικό, που ασχολείται με το αντικείμενο.

Ασφαλώς, το γεγονός ότι το διαδίκτυο είναι πηγή ενημέρωσης για τις μικρές και τις μεσαίες επιχειρήσεις, είναι ένα ενθαρρυντικό στοιχείο, δεδομένου ότι διευκολύνει σημαντικά την αναζήτησή τους και τις βοηθάει να σπάσουν την σχετική απομόνωση που

αντιμετώπιζαν στο παρελθόν. Παρόλα αυτά, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι στις πλέον σύγχρονες, σύνθετες και αποδοτικές μορφές παρακολούθησης της τεχνολογίας (εξειδικευμένο προσωπικό, ανταγωνισμός και σχέση με ΑΕΙ) οι μεγάλες επιχειρήσεις υπερέχουν σημαντικά έναντι των άλλων κατηγοριών.

Πίνακας 3. Διαδικασίες παρακολούθησης εξελίξεων στη τεχνολογία

Διαδικασίες	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Ενημέρωση από το Internet	70,43	82,05	68,29	62,50
Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις και συνέδρια	66,09	69,23	58,54	71,88
Ενημέρωση από περιοδικά και εφημερίδες	61,74	74,36	53,66	56,25
Παρακολουθώντας τον ανταγωνισμό	61,74	66,67	43,90	81,25
Ενημέρωση από πελάτες ή προμηθευτές	51,30	61,54	39,02	56,25
Ενημέρωση από εξωτερικούς συνεργάτες	51,30	48,72	53,66	46,88
Από συζητήσεις	36,52	48,72	53,66	31,25
Υπάρχει εξειδικευμένο προσωπικό που ενημερώνεται	30,43	17,95	26,83	50,00
Ενημέρωση από Επιμελητήρια ή Επαγγελματικές Ενώσεις	27,83	35,90	31,71	9,38
Ενημέρωση από ΑΕΙ/ΤΕΙ, Ερευνητικά Κέντρα	12,17	9,76	9,76	12,50
Τυχαία ή με μη συστηματικό τρόπο	6,09	4,88	4,88	6,25

Έντονη γραφή: υψηλότερη τιμή

4.2. Ανθρώπινο δυναμικό και πολιτικές

Στην παρούσα ενότητα διερευνώνται τα χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού της επιχειρήσεις, στην κλίμακα της ιεραρχίας. Η ύπαρξη δυναμικού με επιστημονικές γνώσεις, με ικανότητες ανάλυσης, σύνθεσης και αντίληψης, εκπαιδευμένου και καταρτιζόμενου, αλλά και με παραγωγικές και διοικητικές εμπειρίες, διαμορφώνει έναν σημαντικό παράγοντα ενίσχυσης των αλλαγών, της καινοτομίας και της ανταγωνιστικότητας τη επιχείρησης. Επιπλέον, εξετάζεται το κατά πόσο οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν πολιτικές κατάρτισης και επιμόρφωσης του δυναμικού τους. Οι πολιτικές αυτές αποτελούν τον βασικότερο μηχανισμό διατήρησης της εργασιακής συνοχής.

4.2.1. Επιστημονικό επίπεδο των managers

Τα στοιχεία του Πίνακα 4 δείχνουν ότι στο σύνολο του δείγματος, το μεγαλύτερο ποσοστό, που ανέρχεται στο 80% περίπου, διοικείται από managers, οι οποίοι έχουν αποκτήσει ανώτατη και ανώτερη εκπαίδευση. Βεβαίως, παραμένει ένα εντυπωσιακό ποσοστό του 21% που δεν διαθέτει σπουδές, παρά μόνον εμπειρία και είναι προφανές ότι το δυναμικό αυτό συμπίπτει με την ιδιοκτησία της επιχείρησης.

Πίνακας 4. Είδος εκπαίδευσης manager

Είδος εκπαίδευσης manager	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Οικονομικά-Διοίκηση Επιχειρήσεων	43,86	31,58	39,02	65,63
Μηχανικός/Τεχνολογικές Σπουδές	32,46	34,21	34,15	28,13
Θετικές επιστήμες	1,75	0,00	4,88	0,00
Κοινωνικές επιστήμες	0,00	0,00	0,00	0,00
Άλλο	0,88	2,63	0,00	0,00
Χωρίς σπουδές/μόνο εμπειρία	21,05	31,58	21,95	6,25
ΣΥΝΟΛΟ	100,00	100,00	100,00	100,00

Έντονη γραφή: υψηλότερη τιμή

Στις επιμέρους ταξινομήσεις, οι μεγάλες επιχειρήσεις τείνουν να προτιμούν managers με οικονομικές σπουδές, ενώ οι μικρές και οι μεσαίες με σπουδές μηχανικού ή τεχνολόγου. Επίσης, οι μικρές επιχειρήσεις κατέχουν το μεγαλύτερο ποσοστό των εμπειρικών managers, το οποίο περιορίζεται στις μεσαίες, αλλά το γεγονός ότι στις μεγάλες αν και περιορίζεται κατά πολύ, καταγράφεται δημιουργεί ορισμένους προβληματισμούς.

4.2.2. Επίπεδο εκπαίδευσης του στελεχιακού δυναμικού

Στις επιχειρήσεις του δείγματος οι πτυχιούχοι μηχανικοί ή πτυχιούχοι θετικών επιστημών δεν φαίνεται να έχουν ευρεία παρουσία, κατέχουν ωστόσο, μία κρίσιμη μάζα δυναμικού, το οποίο αξιοποιούμενο έχει την δυνατότητα να διαμορφώσει ένα αποδοτικό εργασιακό περιβάλλον (Πίνακας 5). Αν και μια μεγάλη επιχείρηση απασχολεί περισσότερους πτυχιούχους (9,67) από μια μεσαία (3,90) ή μια μικρή (2,15), αναλογικά, στο σύνολο των εργαζομένων φαίνεται ότι την καλύτερη αναλογία πτυχιούχων την παρουσιάζουν οι μικρές επιχειρήσεις (15%) και ακολουθούν οι μεσαίες (11%) και οι μεγάλες (5%). Ασφαλώς, αυτό το γεγονός

συσχετίζεται με το επίπεδο της τεχνολογίας και το είδος της αγοράς στο οποίο απευθύνονται οι μεγάλες επιχειρήσεις της Θεσσαλίας.

Πίνακας 5. Αριθμός εργαζομένων με πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ από πολυτεχνικές σχολές ή σχολές θετικών επιστημών

Μέγεθος επιχείρησης	Μέσο μέγεθος απασχολούμενων	Ποσοστό (%) στο σύνολο των εργαζομένων
Επιχειρήσεις με 1-20 εργαζόμενους	2,15	15,34
Επιχειρήσεις με 21-50 εργαζόμενους	3,90	11,14
Επιχειρήσεις με >50 εργαζόμενους	9,67	5,82
Σύνολο των επιχειρήσεων	5,02	7,72

4.2.3. Εφαρμοζόμενες πολιτικές κατάρτισης

Οι επιχειρήσεις στο σύνολο του δείγματος δίνουν μία αρκετά ενθαρρυντική εικόνα, όπως ακριβώς αποτυπώνεται και στον Πίνακα 6, δεδομένου ότι το 80% περίπου δηλώνει ότι είτε ενδοεπιχειρησιακά, είτε με την συνεργασία εξωτερικών συνεργατών υλοποιεί προγράμματα κατάρτισης. Στις επιμέρους ταξινομήσεις, οι μεγάλες επιχειρήσεις καταρτίζουν τους εργαζομένους τους σε ποσοστό πάνω από 90%, ακολουθούν οι μεσαίες με 76% περίπου και οι μικρές με 67%. Αξίζει να σημειωθεί ότι αν και οι μικρές υστερούν έναντι των άλλων, οι επιδόσεις τους θα πρέπει να κριθούν και με βάση το γεγονός οι μονάδες αυτές έχουν περιορισμένο προσωπικό, με αυξημένες παραγωγικές υποχρεώσεις και συνεπώς περιορισμένες δυνατότητες εκτεταμένης υλοποίησης προγραμμάτων κατάρτισης.

Πίνακας 6. Υλοποίηση προγράμματος κατάρτισης ανά κατηγορία επιχειρήσεων

Πρόγραμμα κατάρτισης	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Ναι (συνολικά)	79,28	66,67	75,61	90,63
Ναι, ενδο-επιχειρησιακά	46,85	38,89	48,78	50,00
Ναι, με τη βοήθεια εξωτερικών συμβούλων	30,63	33,33	24,39	37,50
Όχι	23,42	33,33	24,39	9,38

Έντονη γραφή: υψηλότερη τιμή

4.3. Συνιστώσες του παραγόμενου προϊόντος

Στην παρούσα ενότητα διερευνάται αν – και σε ποιο βαθμό – οι επιχειρήσεις έχουν εικόνα της αγοράς και κυρίως πως αντιλαμβάνονται τη δική τους παρουσία – ποιοτική και τιμολογιακή – έναντι των ανταγωνιστών τους. Η αναγνώριση των σημείων της δικής τους υπεροχής έναντι του ανταγωνισμού καθώς και το αντίστροφο παρέχει την δυνατότητα εφαρμογής πολιτικών παρακολούθησης του ανταγωνισμού και έγκαιρης αντιμετώπισης των επερχόμενων αλλαγών, χωρίς αιφνιδιασμούς.

4.3.1. Στοιχεία της παραγόμενης ποιότητας

Τα στοιχεία του Πίνακα 7 είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά σε ότι αφορά στην ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων από τις επιχειρήσεις του δείγματος σε σχέση με τον ανταγωνισμό, ειδικά μάλιστα στην περίπτωση που αυτός εκπροσωπείται σε μεγάλο βαθμό από πολυεθνικές επιχειρήσεις. Το 70% και πλέον, των επιχειρήσεων δηλώνει ότι παράγει εφάμιλλης ποιότητας προϊόντα, και το 24% ότι την πλησιάζει. Μικρή απόκλιση παρουσιάζει η ομάδα των μικρών επιχειρήσεων, η οποία ωστόσο δηλώνοντας ότι γνωρίζει την επικρατούσα κατάσταση, δείχνει ότι πρώτον παρακολουθεί τις εξελίξεις στον ανταγωνισμό και δεύτερον ότι μπορεί να προσπαθεί μέχρι να καταφέρει να την αντιμετωπίσει.

Πίνακας 7. Ποιότητα παραγόμενων προϊόντων

Ποιότητα προϊόντων	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Στα ίδια επίπεδα με τα επιθυμητά standards	70,43%	71,79	65,85	71,88
Πλησιάζει το επίπεδο των επιθυμητών standards	26,96%	20,51	34,15	28,13
Χαμηλότερη	2,61%	7,69	0,00	0,00
Πολύ χαμηλότερη	0,00%	0,00	0,00	0,00

4.3.2. Η διαμορφούμενη τιμή του προϊόντος σε σχέση με τον ανταγωνισμό

Πέραν των ποιοτικών χαρακτηριστικών, οι επιχειρήσεις του δείγματος προσφέρουν στην αγορά τιμές, που επίσης ως ποσοστό είναι σε μεγάλο βαθμό εφάμιλλες με αυτές του ανταγωνισμού. Το γεγονός, ότι σε όλες τις επιμέρους ταξινομήσεις το 30% περίπου δηλώνει από λίγη έως μεγάλη απόσταση από τις τιμές του ανταγωνισμού μπορεί και να σημαίνει σχετική αδυναμία ανταγωνισμού. Από την άλλη πλευρά όμως, το γεγονός ότι παρ' όλες τις υψηλότερες τιμές τους τα προϊόντα τους προτιμούνται, δείχνει πιθανόν ότι την αδυναμία

τους αυτή οι επιχειρήσεις την έχουν αναπληρώσει με άλλα ισχυρά σημεία, τα οποία δεν προσφέρει ο ανταγωνισμός (Πίνακας 8).

Πίνακας 8. Διαμόρφωση τιμής προϊόντος σε σχέση με τον ανταγωνισμό

Διαμόρφωση τιμής	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Στο ίδιο επίπεδο με ανταγωνισμό ή χαμηλότερη	70,18	69,23	70,73	70,97
Λίγο υψηλότερη από ανταγωνισμό	23,68	25,64	21,95	22,58
Υψηλότερη	4,39	0,00	7,32	6,45
Πολύ υψηλότερη	1,75	5,13	0,00	0,00

Τα στοιχεία δείχνουν ότι οι επιχειρήσεις του δείγματος παρακολουθούν τις εξελίξεις της αγοράς σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους και γνωρίζουν τα σημεία στα οποία υπερέχουν ή χρειάζεται να βελτιωθούν.

4.4. Πολιτική για την ποιότητα και την έρευνα

Στην παρούσα ενότητα εξετάζονται τα στοιχεία της έρευνας, που αναδεικνύουν νέες παραγωγικές μεθόδους, τις οποίες έχουν εισάγει οι επιχειρήσεις τους δείγματος στην παραγωγική τους διαδικασία και κυρίως συστήματα με τα οποία διοικούν την ποιότητα καθώς και τους τρόπους εμπλοκής τους στην ερευνητική δραστηριότητα. Η διαδρομή αυτή είναι εξαιρετικά απαιτητική, προϋποθέτει πειθαρχίες και κυρίως την προσαρμογή σε μία νέα κουλτούρα, στην οποία οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν έχουν και τις καλύτερες επιδόσεις. Το ζητούμενο, στην προκειμένη περίπτωση, είναι το κατά πόσο οι επιχειρήσεις του δείγματος δείχνουν συγκλίνουσες συμπεριφορές προς την κρατούσα αυτή εικόνα ή αποκλίνουσα.

4.4.1. Συστήματα διασφάλισης της ποιότητας

Η διάχυτη εντύπωση ότι οι επιχειρήσεις επικεντρώνουν ένα μεγάλο μέρος του ενδιαφέροντός τους σε ζητήματα, που αναφέρονται στην ποιότητα επιβεβαιώνεται και από τα στοιχεία του παρόντος Πίνακα 9. Το 80% σχεδόν των επιχειρήσεων του δείγματος είναι πιστοποιημένο κατά ένα ορισμένο πρότυπο, στοιχείο που έχει ευθεία αναφορά στην φροντίδα τους για την βελτίωση της ανταγωνιστικής τους θέση στην αγορά. Τα αποτελέσματα είναι εξαιρετικά ενθαρρυντικά και μπορούν να θεωρηθούν ως μία καλή βάση, πάνω στην οποία μπορεί να καλλιεργηθεί μία στερεή κουλτούρα ποιότητας.

Πίνακας 9. Βαθμός πιστοποίησης της επιχείρησης

Πιστοποίηση	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Ναι	79,65	78,95	78,05	84,38
Όχι	20,35	21,05	21,95	15,63

4.4.2. Κατοχυρωμένα σήματα, πατέντες και βιομηχανικά σχέδια

Διερευνώντας την προσπάθεια εκσυγχρονισμού και ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων του δείγματος, προκύπτει από τα στοιχεία του Πίνακα 10, ότι ένα ποσοστό της τάξης του 56% εμφανίζει κινητικότητα και ότι οι μεγάλες και οι μικρές επιχειρήσεις είτε έχουν κατοχυρώσει κάποιο σήμα είτε έχουν κάνει αίτηση κατοχύρωσης. Μικρό ποσοστό μικρών κατά βάση μονάδων κατοχύρωσε ή έκανε αίτηση για την κατοχύρωση πατέντας, ενώ ελάχιστες μονάδες έχουν ασχοληθεί με την κατοχύρωση κάποιου βιομηχανικού σχεδίου.

Πίνακας 10. Κατοχυρωμένα σήματα, πατέντες και βιομηχανικά σχέδια

Ενέργειες κατοχύρωσης	Αρ. επιχειρήσεων	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
		Σύνολο	1-20	21-50	>50
Κατοχύρωσε κάποιο σήμα	21	18,26	23,08	7,32	25,00
Έκανε αίτηση κατοχύρωσης σήματος (trade mark)	20	17,39	23,08	7,32	21,88
Κατοχύρωσε κάποια πατέντα	10	8,70	15,38	7,32	3,13
Έκανε αίτηση για κατοχύρωση πατέντας	9	7,83	10,26	9,76	3,13
Έκανε αίτηση κατοχύρωσης βιομηχανικού σχεδίου	2	1,74	2,56	2,44	0,00
Κατοχύρωσε κάποιο βιομηχανικό σχέδιο	2	1,74	2,56	2,44	0,00
Σύνολο	64	55,66	76,92	36,60	53,14

Αξίζει πάντως να υπογραμμιστεί ότι ένας από τους βασικούς δείκτες μέτρησης της επιχειρηματικής καινοτομίας, και στον οποίο υστερεί δραματικά η χώρα μας είναι το πλήθος των κατοχυρώσεων πατεντών. Η αδυναμία είναι προφανής και μεταξύ των επιχειρήσεων του δείγματος.

4.4.3. Επίπεδο ερευνητικών δραστηριοτήτων

Τα στοιχεία του Πίνακα 11 δείχνουν ότι ένα ποσοστό των επιχειρήσεων του δείγματος, που είναι της τάξης του 80%, δείχνει ενδιαφέρον για την ανάπτυξη ερευνητικής δραστηριότητας. Αυτή πραγματοποιείται είτε απασχολώντας μόνιμο προσωπικό ή περιστασιακά απασχολούμενους, είτε διαθέτοντας κάποια εσωτερική δομή ή προσφεύγοντας σε εξωτερικές υπηρεσίες. Στην πράξη, όμως, μόνο το 23% των επιχειρήσεων και το 40% των μεγάλων επιχειρήσεων διαθέτουν Τμήμα ή προσωπικό που συστηματικά ασχολείται με ερευνητική δραστηριότητα. Τα ποσοστά αυτά δεν είναι ιδιαίτερα υψηλά, αν λάβει κανείς υπόψη του το γεγονός ότι το δείγμα έχει επιλεγεί με τρόπο που να περιλαμβάνει τις καλύτερες μεταποιητικές επιχειρήσεις της Θεσσαλίας. Ακόμα και σε αυτό το επιλεγμένο δείγμα, μόνο μία στις τέσσερις επιχειρήσεις διαθέτει κάποιες δομές έρευνας. Οι υπόλοιπες είτε αντιμετωπίζουν το θέμα με περιστασιακό τρόπο, είτε δεν το αντιμετωπίζουν καθόλου. Η υπεροχή των μεγάλων επιχειρήσεων έναντι των μικρότερων στο θέμα των ερευνητικών δομών και υποδομών, αποτελεί ένδειξη της ανάγκης οικονομικών κλίμακας και ενός κρίσιμου μεγέθους παραγωγής στην έρευνα, το οποίο μπορεί να επιτευχθεί είτε σε μεγάλες μονάδες είτε με τη συνεργασία των μικρότερων.

Πίνακας 11. Βαθμός ερευνητικής δραστηριότητας

Τμήμα ή προσωπικό στην επιχείρηση που να ασχολείται με ερευνητική δραστηριότητα (R&D)	Αρ. επιχειρήσεων		Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης		
	(%)		1-20	21-50	>50
Ναι	27	23,89	13,51	19,51	40,63
Όχι, αλλά υπάρχουν εργαζόμενοι οι οποίοι ασχολούνται part time	19	16,81	21,62	12,20	15,63
Όχι, αλλά περιστασιακά ασχολούνται κάποιοι εργαζόμενοι αν προκύψει ανάγκη	31	27,43	29,73	29,27	25,00
Κανένας στην επιχείρηση αλλά συνεργαζόμαστε με εξωτερικό εργαστήριο	13	11,50	18,92	12,20	3,13
Κανένας στην επιχείρηση δεν ασχολείται με ερευνητική δραστηριότητα	23	20,35	16,22	26,83	15,63

4.5. Κρίσιμοι παράγοντες που προκαλούν αλλαγές στις επιχειρήσεις

Το μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον, είναι ένας κατεξοχήν σημαντικός παράγοντας, ο οποίος επιβάλλει στις επιχειρήσεις έναν αναγκαστικό ρυθμό αλλαγών, ώστε να έχουν την ικανότητα να ανταποκρίνονται στις βασικές απαιτήσεις του ανταγωνισμού. Η ικανότητα για αλλαγές είναι προαπαιτούμενο, ειδικά στις επιχειρήσεις οι οποίες δεν κατέχουν

την κρίσιμα μάζα αγορών ώστε να επιβάλλουν συνήθειες αλλά ακολουθούν τους leaders, ώστε να συμβαδίζουν με τις επιβαλλόμενες απαιτήσεις της ζήτησης. Στην παρούσα ενότητα, εξετάζονται οι αλλαγές που έχουν γίνει στην προηγούμενη διετία. Διερευνώνται επίσης οι σημαντικοί εκείνοι παράγοντες, που ενισχύουν οικονομικά την απόφαση για αλλαγή και έχουν να κάνουν με ένα ευρύ πλέγμα κινήτρων, τα οποία αρθρώνονται στο ισχύον εθνικό καθεστώς επιχορηγήσεων. Υλοποιούνται δε μέσω του αναπτυξιακού Νόμου, των τομεακών Προγραμμάτων, όπως είναι το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας και μέσω των περιφερειακών προγραμμάτων, όπως είναι το Περιφερειακό Επιχειρησιακό.

4.5.1. Το καθεστώς των επενδυτικών κινήτρων

Οι οικονομικές ενισχύσεις για την υλοποίηση επενδυτικών προγραμμάτων αποτελεί τον βασικότερο πυλώνα της Ελλάδα αλλά και της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων καθώς και την άμβλυνση των περιφερειακών ανισοτήτων.

Μεταξύ των επιχειρήσεων του δείγματος (Πίνακας 12), περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις έχουν αξιοποιήσει επενδυτικά προγράμματα είτε περιφερειακά είτε τομεακά. Κατά σειρά επιλογής, δημοφιλέστερα είναι τα προγράμματα του ΥΠΑΝ, τα ΠΕΠ καθώς και τα διαρθρωτικά προγράμματα του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης.

Στις επιμέρους κατηγορίες οι μικρές και οι μεγάλες επιχειρήσεις προσφεύγουν καταρχήν στα Προγράμματα του ΥΠΑΝ, και ακολούθως στις Ενισχύσεις της Περιφέρειας, ενώ οι μεσαίες πράττουν ακριβώς το αντίθετο. Σημειώνεται, πάντως, ότι ένα μικρό ποσοστό μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων προσφεύγουν στον Αναπτυξιακό Νόμο, όπου το μέσο ύψος ενισχύσεων είναι πολύ μεγαλύτερο από όλα τα υπόλοιπα, ενώ ένα εμφανές ποσοστό μικρών και μεγάλων αξιοποιεί τις επιχορηγήσεις του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης.

Πίνακας 12. Βασικές πηγές χρηματοδότησης

Πηγές χρηματοδότησης	Αρ. επιχειρήσεων	(%)	Ύψος χρηματοδότησης Μέσος όρος (€)
Η Περιφέρεια Θεσσαλίας	21	18,26%	333.537,53
Το ΥΠΑΝ	23	20,00%	335.714,11
Το ΥΠΟΙΟ	3	2,61%	1.922.000,00
Το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης	12	10,43%	836.863,64
Άλλο Δημόσιο φορέα	3	2,61%	113.614,67
Απευθείας από την ΕΕ	2	1,74%	70.000,00

4.5.2. Σημαντικές αλλαγές της τελευταίας διατίας

Στην παράγραφο αυτή διερευνάται όχι μόνον το κρίσιμο μέγεθος αλλαγών στις οποίες έχουν προχωρήσει οι επιχειρήσεις του δείγματος τα τελευταία δύο χρόνια, αλλά η χρησιμότητά τους καθώς και η έκταση πραγματοποίησης των. Από τα στοιχεία του Πίνακα 13 προκύπτει ότι σε μεγάλες αλλαγές έχει προχωρήσει ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων, ενώ ένας μεγαλύτερος έχει διαχειριστεί μικρότερες αλλαγές.

Πίνακας 13. Σημαντικές αλλαγές στην επιχείρηση τα τελευταία 2 χρόνια

Αλλαγές στα εξής	Μεγάλη αλλαγή (%)			Μικρή αλλαγή (%)			Καμμία αλλαγή (%)
	Θετικές επιπτώσεις		Σύνολο	Θετικές επιπτώσεις		Σύνολο	
	Ναι	Όχι		Ναι	Όχι		
Είδος των προϊόντων	19,09	0,00	19,09	33,64	1,82	38,18	42,73
Σχεδιασμό προϊόντων	24,76	0,00	25,71	36,19	3,81	41,90	32,38
Στην συσκευασία	19,23	0,00	20,19	23,08	1,92	28,85	50,96
Στην γκάμα των προϊόντων	23,85	0,00	24,77	41,28	2,75	48,62	26,61
Στον παραγωγικό εξοπλισμό	33,96	0,00	35,85	33,96	0,94	36,79	27,36
Μέθοδο διοίκησης	9,71	0,00	10,68	26,21	0,97	33,01	56,31
Μέθοδο marketing	9,09	0,00	11,11	24,24	3,03	30,30	58,59
Μέθοδο διαφήμισης	8,16	0,00	10,20	20,41	2,04	23,47	66,33
Μέθοδο διανομής	6,93	0,00	7,92	11,88	1,98	14,85	77,23
Μέθοδο χρηματοδότησης	5,94	0,00	5,94	12,87	2,97	19,80	74,26
Έλεγχο ποιότητας	24,30	0,00	26,17	32,71	1,87	37,38	36,45
Πολιτική υγιεινής και ασφάλειας	19,05	0,95	21,90	29,52	3,81	38,10	40,00
Πολιτική προμηθειών	5,77	0,00	5,77	38,46	3,85	47,12	47,12
Πολιτική εξαγωγών	9,71	0,00	9,71	24,27	0,00	28,16	62,14
Μέθοδο διαχείρισης αποθεμάτων	7,14	0,00	7,14	26,53	1,02	30,61	62,24
Μέθοδο κατάρτισης προσωπικού	5,83	0,00	6,80	34,95	0,97	40,78	52,43
Σχέσεις με εργατικό δυναμικό	3,96	0,00	4,95	25,74	1,98	30,69	64,36

Πολλές, όμως, επιχειρήσεις δηλώνουν αποχή και αδράνεια σε σχέση με αλλαγές μικρής ή μεγάλης έκτασης. Ο χώρος, που στην φιλοσοφία των επιχειρήσεων είναι δεκτικότερος αλλαγών είναι εκείνος της "hard" λειτουργίας τους, δηλαδή της παραγωγής και λιγότερο αυτός των μεθόδων οργάνωσης των διαφόρων τομέων. Οι μέθοδοι διανομής, διαφήμισης, διοίκησης, διαχείρισης των αποθεμάτων και οι σχέσεις με το εργατικό δυναμικό για πολλές επιχειρήσεις δεν επιλέγονται ως πεδία αλλαγών, είτε από αδυναμία, είτε από άγνοια. Ανάλογη τύχη έχουν και οι μέθοδοι χρηματοδότησης, και κατάρτισης του προσωπικού. Σημειώνεται δε ότι τα πεδία στα οποία παρατηρείται σχετικά μεγαλύτερη αδράνεια στις επιχειρήσεις, είναι τα ταχύτερα μεταβαλλόμενα στις αγορές αλλά και κρίσιμα στη διαμόρφωση του κόστους καθώς και της προοπτικής επιτυχούς σταδιοδρομίας στην αγορά.

4.5.3. Παράγοντες που συμβάλλουν στην απόφαση για αλλαγές

Εντυπωσιάζει το στοιχείο ότι η έρευνα αγοράς, θεωρείται αμελητέος παράγοντας επηρεασμού των αποφάσεων για αλλαγές, για τις επιχειρήσεις του δείγματος. Αντίθετα, κυρίαρχο είναι το management, αβοήθητο όμως, από αυθεντικές γνώμες της αγοράς. (Πίνακας 14).

Πίνακας 14. Παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση της επιχείρησης για αλλαγές

Παράγοντες αλλαγών	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Η διοίκηση αντιλαμβάνεται ότι οι αλλαγές είναι αναγκαίες	86,96	89,74	87,80	84,38
Οι πελάτες της επιχείρησης ζητούν τις αλλαγές	56,52	53,85	56,10	56,25
Οι αλλαγές προσεγγίζουν την πρακτική της διεθνούς αγοράς	46,09	46,15	39,02	53,13
Το προσωπικό της επιχείρησης προτείνει τις αλλαγές	20,00	23,08	14,63	25,00
Οι ανταγωνιστές κάνουν αντίστοιχες αλλαγές πρώτοι	17,39	20,51	19,51	12,50
Οι αλλαγές προκύπτουν από κάποια επιστημονική έρευνα	15,65	12,82	19,51	15,63
Οι αλλαγές χρηματοδοτούνται από κάποιο πρόγραμμα	13,04	17,95	9,76	9,38
Οι προμηθευτές προτείνουν τις αλλαγές	6,09	7,69	7,32	3,13
Οι αλλαγές προτείνονται από εξωτερικούς συμβούλους	6,09	2,56	9,76	6,25
Τυχαία γεγονότα	3,48	2,56	4,88	3,13
Άλλος παράγοντας (έρευνα αγοράς)	0,87	2,56	0,00	0,00

Οι εξελίξεις στις διεθνείς αγορές επηρεάζουν περισσότερο τις μεγάλες επιχειρήσεις ενώ το προσωπικό έχει περιορισμένη συμβολή. Οι μεσαίες επιχειρήσεις, σε μικρό ποσοστό αλλά κρίσιμο, επηρεάζονται από ερευνητικά αποτελέσματα, ενώ στις μικρές επιχειρήσεις αρκετά εμφανή συμβολή έχουν τα χρηματοδοτικά προγράμματα, τα οποία ενισχύουν αλλαγές. Γενικά, η διαπίστωση που προκύπτει είναι ότι οι αλλαγές προέρχονται από την κορυφή της πυραμίδας, όπως και όταν αυτή αντιλαμβάνεται την αναγκαιότητα και την έκτασή τους.

4.6. Στρατηγική ανάπτυξης μέσω των συνεργασιών και των υπεργολαβιών

Τα στοιχεία της παραγωγικής αυτάρκειας και της εταιρικής απομόνωσης, είναι χαρακτηριστικά του φορντικού παραγωγικού μοντέλου, στο οποίο οι επιχειρήσεις διαμορφώνουν την οργάνωσή τους σε μεγάλες παραγωγικές σειρές και προσπαθούν να αποκτήσουν την κατά το δυνατόν μεγαλύτερη παραγωγική αυτοτέλεια. Το γεγονός αυτό τις επιβαρύνει με μεγαλύτερα επενδυτικά κόστη σε εξοπλισμό, του οποίου ο ορίζοντας απόσβεσης είναι αμφισβητούμενος και επιβάλλει ένα στερεότυπο καθεστώσ λειτουργίας. Αντίθετα, στο μοντέλο της ευέλικτης επιχείρησης, οι μονάδες υπολογίζουν στις δικές τους παραγωγικές δυνάμεις και αξιοποιούν και τις δυνατότητες του υπόλοιπου παραγωγικού περιγύρου, συνεργαζόμενες με αυτόν. Αφενός αυτό τις απαλλάσσει από επενδύσεις λιγότερο αποδοτικές και αφετέρου παρέχει σημαντική ευελιξία στην οργάνωση της παραγωγικής τους διαδικασίας. Ειδικά, για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι συνεργασίες αποτελούν τον αποτελεσματικότερο τρόπο αντιμετώπισης του προβλήματος του παραγωγικού και οικονομικού τους μεγέθους μέσα από την αξιοποίηση κλιμάκων οικονομικών κλίμακας και συγκέντρωσης. Σε άλλες χώρες (Ιταλία, Γαλλία, Γερμανία, Ιαπωνία κ.λπ) οι συνεργασίες αυτές, όπου προεξάρχουν οι πυκνές διεπιχειρησιακές δικτυώσεις, συμπεριλαμβανομένης και της υπεργολαβίας, έχουν προσλάβει σημαντική έκταση και συμβάλλουν αποφασιστικά στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του επιχειρηματικού ιστού (Λυμπεράκη, 1991). Στην παρούσα ενότητα διερευνάται αφενός το εύρος των πάσης μορφής συνεργασιών που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις του δείγματος και αφετέρου η στάση τους απέναντι σε αυτές. Τέλος, εξετάζεται η στάση και αντίληψη των επιχειρήσεων απέναντι στις συνεργασίες, οι οποίες αναπτύσσονται είτε με επιστημονικούς είτε με δι-επαγγελματικούς φορείς, ώστε να φανεί το περιθώριο περαιτέρω βελτίωσής ή ανάπτυξης ανάλογου τύπου συνεργασιών.

4.6.1. Οι επιχειρήσεις ως αναθέτες

Εν προκειμένω διερευνάται το κατά πόσο οι επιχειρήσεις έχουν αξιοποιήσει το παραγωγικό τους περιβάλλον και έχουν συνεργαστεί μαζί του, αναθέτοντας εργασίες τους εκτός του δικού τους χώρου, ή επιμένουν την παραγωγική απομόνωση, επενδύοντας στην καθετοποίησή τους. Τα στοιχεία του Πίνακα 15 δεν αφήνουν πολλά ερμηνευτικά περιθώρια.

Μόνον ένα ποσοστό της τάξης του 30% επιλέγει να συνεργαστεί και μάλιστα αποφεύγοντας τον τοπικό παραγωγικό ιστό, ενώ το υπόλοιπο εκτελεί το σύνολο της παραγωγής του in-house. Εκείνο ωστόσο που μπορούμε να παρατηρήσουμε, είναι ότι ενώ οι συμπεριφορές στις μικρές και στις μεσαίες είναι ίδιες, στις μεγάλες σημειώνεται μία σχετική θετική διαφοροποίηση.

Πίνακας 15. Οι επιχειρήσεις ως αναθέτες

Αναθέτες	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Ναι, σε άλλη επιχείρηση στη Θεσσαλία	15,65	12,82	17,07	15,63
Ναι, σε επιχείρηση σε άλλη περιφέρεια	11,30	10,26	9,76	15,63
Ναι, σε επιχείρηση σε άλλη χώρα	5,22	7,69	2,44	6,25
Όχι	67,83	69,23	70,73	62,50

4.6.2. Οι επιχειρήσεις ως υπεργολάβοι

Οι διαπιστώσεις της προηγούμενης παραγράφου επιβεβαιώνονται και από τα στοιχεία του Πίνακα 16. Μικρό παραμένει το ποσοστό των επιχειρήσεων που εργάστηκαν ως υπεργολάβοι, όμως το εντυπωσιακό είναι ότι την μικρότερη δραστηριότητα αυτής της μορφής επιδεικνύουν οι μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες λόγω μεγέθους και ευελιξίας είναι τα καταλληλότερα οχήματα συμμετοχής σε υπεργολαβικές σχέσεις.

Πίνακας 16. Οι επιχειρήσεις ως υπεργολάβοι

Υπεργολάβοι	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Ναι, σε άλλη επιχείρηση στη Θεσσαλία	8,85	10,81	14,63	14,63
Ναι, σε επιχείρηση σε άλλη περιφέρεια	15,04	16,22	12,20	12,20
Ναι, σε επιχείρηση σε άλλη χώρα	9,73	8,11	4,88	4,88
Όχι	66,37	64,86	68,29	68,29

4.6.3. Εκτιμήσεις για τα υφιστάμενα περιθώρια ανάπτυξης συνεργασιών

Στον Πίνακα 17 παρατίθεται μία σειρά επαγγελματικών, ερευνητικών και επιστημονικών φορέων, αποστολή των οποίων ή μέσα στις δυνατότητές τους είναι και η ανάπτυξη συνεργασίας με επιχειρήσεις και η υποβοήθησή τους σε διάφορα κρίσιμα ζητήματα. Από μία

πρώτη ματιά η εικόνα είναι απολύτως σαφής. Το μεγαλύτερο τμήμα των επιχειρήσεων του δείγματος δηλώνει ότι έχει μικρή συνεργασία, με εξαίρεση τα Επιμελητήρια των οποίων την συνεργασία την βρίσκει χρήσιμη και τους Συνδέσμους Βιομηχανιών με τους οποίους η συνεργασία αξιολογείται ως πολύ χρήσιμη.

Πίνακας 17. Αξιολόγηση και συνεργασία των επιχειρήσεων με φορείς

Φορείς συνεργασίας	Συμμετοχή (%)		Αξιολόγηση της βοήθειας ή της συνεργασίας (%)			Αν όχι, επιθυμία για συνεργασία στο μέλλον (%)	
	Ναι	Όχι	Πολύ χρήσιμη	Χρήσιμη	Όχι χρήσιμη	Ναι	Όχι
ΑΕΙ	32,08	67,92	12,26	19,81	0,00	35,85	13,21
ΤΕΙ	23,81	76,19	5,71	12,38	1,90	48,57	14,29
Ερευνητικά Κέντρα	22,00	78,00	9,00	9,00	0,00	50,00	13,00
ΚΕΤΑ	36,89	63,11	21,36	14,56	0,00	36,89	11,65
Επιμελητήριο	60,95	39,05	21,90	34,29	0,00	21,90	6,67
Σύνδεσμο Βιομηχανιών	53,77	46,23	31,13	17,92	0,94	27,36	8,49
Περιφέρεια Θεσσαλίας	45,19	54,81	16,35	23,08	2,88	26,92	15,38
Νομαρχία	36,54	63,46	9,62	24,04	0,96	31,73	16,35
Δημοτικές Επιχειρήσεις	21,78	78,22	5,94	10,89	2,97	32,67	25,74
Τεχνικό Επιμελητήριο	15,15	84,85	9,09	5,05	0,00	42,42	22,22
Αναπτυξιακές Εταιρείες	32,32	67,68	8,08	17,17	2,02	41,41	11,11
ΚΕΚ	29,81	70,19	5,77	17,31	1,92	33,65	23,08
Κοινωνικές Επιχειρήσεις	6,32	93,68	0,00	4,21	0,00	33,68	37,89

Το εξαιρετικά σημαντικό, ωστόσο στοιχείο αυτών των απαντήσεων είναι, ότι ένα μεγάλο μέρος των επιχειρήσεων του δείγματος επιζητάει συνεργασία με ΑΕΙ, ΤΕΙ και Ερευνητικά Κέντρα καθώς και με το Τεχνικό Επιμελητήριο και τις Αναπτυξιακές Εταιρείες. Το γεγονός αυτό θα πρέπει να ερμηνευτεί ως μία σοβαρή επιθυμία των Θεσσαλικών μονάδων να υποβοηθηθούν από την έρευνα και να αναζητήσουν διεξόδους σε τρέχοντα αδιέξοδα ζητήματα, που τις απασχολούν. Η εικόνα αυτή εμπεριέχει κρίσιμο ενδιαφέρον που πρέπει να αξιοποιηθεί. Αξίζει, επίσης, να υπογραμμιστεί ότι η ένταση της επιθυμίας εκδηλώνεται με εξαιρετική σαφήνεια από όλες τις επιμέρους ταξινομήσεις των επιχειρήσεων του δείγματος.

4.6.4. Παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία

Οι επιχειρήσεις αναδεικνύουν τους παράγοντες εσωτερικούς αλλά και αγοραίους τους οποίους κρίνουν ότι πρωτοστατούν από άποψη συμβολής στην επιτυχία τους. Το μότο "καλές ιδέες και σκληρή δουλειά" είναι αυτό που συνθέτει την πρώτη επιλογή όλων των επιχειρήσεων του δείγματος, αδιακρίτως μεγέθους και ακολουθεί η επιλογή κατάλληλου προσωπικού και στελεχών. Και οι δύο αυτές επιλογές θέτουν ένα σοβαρό ζήτημα που το αναγνωρίζουν οι επιχειρήσεις του δείγματος. Στην συνείδηση των μονάδων ο σπουδαιότερος παράγοντας επιτυχίας είναι ο άνθρωπος από το ψηλότερο σημείο της πυραμίδας μέχρι το τελευταίο. Στις επιμέρους κατηγορίες, προκύπτει μία σχετικά ομοιογενής ταύτιση, εντοπίζονται όμως και επιμέρους διαφοροποιήσεις (Πίνακας 18).

Πίνακας 18. Παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία μιας επιχείρησης

Παράγοντες επιτυχίας	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Καλές ιδέες και σκληρή δουλειά	93,04	92,31	92,68	93,75
Η επιλογή κατάλληλου προσωπικού και στελεχών	74,78	64,10	68,29	93,75
Να λειτουργεί σε μεγάλες αγορές μαζικής κατανάλωσης	41,74	46,15	39,02	43,75
Να λειτουργεί σε αγορές εξειδικευμένων προϊόντων	41,74	46,15	46,34	31,25
Η ύπαρξη μικρού αριθμού ανταγωνιστών	34,78	35,90	34,15	34,38
Η ικανότητα να παίρνει κανείς ρίσκο	33,91	38,46	26,83	40,63
Οι καλές σχέσεις με το τραπεζικό σύστημα	32,17	23,08	43,90	25,00
Οι μεγάλοι πελάτες	29,57	30,77	26,83	34,38
Η ύπαρξη μεγάλης οικονομικής επιφάνειας από τον επιχειρηματία	20,00	23,08	21,95	15,63
Διασυνδέσεις με ισχυρούς πολιτικούς ή οικονομικούς παράγοντες	19,13	20,51	24,39	12,50
Η συνεργασία με μια ξένη επιχείρηση	12,17	5,13	7,32	28,13
Η εγκατάσταση σε μεγάλες πόλεις	9,57	15,38	4,88	9,38
Η χρήση φτηνής εργασίας	7,83	12,82	7,32	3,13

Για παράδειγμα, οι μικρές και οι μεγάλες δεν θεωρούν τις σχέσεις τους με το τραπεζικό σύστημα ως παράγοντα επιτυχίας, σε αντίθεση με τις μεσαίες, οι οποίες προφανώς έχουν μεγαλύτερες κεφαλαιακές ανάγκες έναντι των δύο άλλων κατηγοριών οι οποίες υποβαθμίζουν τον παράγοντα αυτό, η κάθε μία για τους δικούς της λόγους. Οι μεγάλες

επιχειρήσεις, δεν θεωρούν παράγοντα επιτυχίας την λειτουργία σε αγορές εξειδικευμένων προϊόντων, σε αντίθεση με τις άλλες δύο κατηγορίες, οι οποίες ανταποκρίνονται και στις μεγάλες αγορές μαζικής κατανάλωσης. Ένα ενδιαφέρον εύρημα έχει σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες θεωρούν παράγοντα επιτυχίας την συνεργασία με ξένηχείρηση. Είναι δε εντυπωσιακό ότι όλες οι επιχειρήσεις θεωρούν ως μη σοβαρό παράγοντα επιτυχίας την χρήση φθηνής εργασίας. Παραμένει όμως το γεγονός, ότι παρόλο που οι μικρές και οι μεσαίες επιχειρήσεις αξιολογούν χαμηλά την φθηνή εργασία, δεν την θεωρούν αμελητέο παράγοντα. Τα στοιχεία της ενότητας αυτής επιβεβαιώνουν το ελληνικό επιχειρηματικό μοντέλο ως προς την στάση του απέναντι στις συνεργασίες. Οι επιχειρήσεις προτιμούν τον μοναχικό δρόμο, αποφεύγοντας να συνεξετάσουν κόστη και οφέλη.

5. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Σήμερα, περισσότερο από κάθε άλλη εποχή, οι επιχειρήσεις όλων των κλάδων αντιμετωπίζουν καταγιστικές αλλαγές προερχόμενες από το εξωτερικό περιβάλλον τους. Τις αλλαγές αυτές τις αρθρώνουν γεγονότα και εξελίξεις που προκαλούνται από την πρόοδο της τεχνολογίας, τις αλλαγές των πολιτικών και νομικών καθεστώτων, την οικονομική πρόοδο, τις δημογραφικές και κοινωνικές εξελίξεις, καθώς και από τις δυνάμεις τις αγοράς, όπως αυτές εκφράζονται από τους παραγωγούς, τους προμηθευτές, τους αγοραστές, αλλά και τον υφιστάμενο ανταγωνισμό (Παπαδάκης, 2000). Το εξωτερικό περιβάλλον διαχωρίζεται σε δύο επιμέρους συνιστώσες, το ευρύτερο – μακρο περιβάλλον το οποίο επηρεάζει τηνχείρηση, αλλά και κάθε άλληχείρηση που λειτουργεί στην ίδια περιοχή, χώρα κ.λπ. και το μικρο – περιβάλλον, δηλαδή το άμεσα κλαδικό τηςχείρησης (Λούκας, 1995· Coulter, 2002).

Έρευνες έχουν δείξει ότι πολλές από τις καθιερωμένες επιχειρήσεις, όταν βρεθούν αντιμέτωπες με μεγάλες αλλαγές στο περιβάλλον τους, είτε αδυνατούν να αντιδράσουν είτε αντιδρούν με λάθος τρόπο, είτε όταν αντιδρούν είναι αργά (Sull, 1999). Στα πλαίσια αυτής της ανάλυσης, μία άλλη βασική παράμετρος που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη είναι η αλληλεπίδραση ανάμεσα στις επιχειρήσεις και το περιβάλλον τους. Οι επιχειρήσεις δεν είναι παθητικοί αποδέκτες των δυνάμεων του περιβάλλοντος αλλά σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό συν-διαμορφωτές του. Πολλές από τις πλέον επιτυχημένες δεν έχουν στηρίξει την επιτυχία τους στην προσπάθεια να φτάσουν και να ξεπεράσουν τον ανταγωνισμό αλλά να υπερισχύσουν σε αυτό που ονομάζεται *αλυσίδα αξίας* (value innovation) (Kim, 1997).

Στην παρούσα ενότητα επιχειρείται η ανάλυση στοιχείων αυτών των δύο παραμέτρων, δηλαδή του μικρο και μακρο περιβάλλοντος, με βάση τον τρόπο που τις εκτιμούν οι επιχειρήσεις του δείγματος.

5.1. Τα χαρακτηριστικά του ανταγωνισμού

Η ένταση του ανταγωνισμού ανάμεσα στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε κάποιο κλάδο, αποτελεί την σύνθεση των χαρακτηριστικών συμπεριφορών των επιχειρήσεων, τα οποία αφενός προσδιορίζουν την δυναμική ανάπτυξής του και αφετέρου καταγράφουν τις δυσκολίες των συνθηκών, που αυτές θα πρέπει να υπερβούν για να διασφαλίζουν την συνέχεια της παρουσίας τους στην αγορά. Είναι προφανές ότι σε αγορές που κυριαρχούν μεγάλα παραγωγικά και εμπορικά συγκροτήματα, είτε εγχώρια είτε κυρίως πολυεθνικά, η ένταση του ανταγωνισμού για τις μικρότερες μονάδες είναι εξαιρετικά μεγάλη. Το γεγονός, ωστόσο, ότι αυτή η κατηγορία επιχειρήσεων κατορθώνει να διατηρείται στον ανταγωνισμό, παραπέμπει σε εσωτερικούς πόρους και ικανότητες ευελιξίας, προσαρμοστικότητας και διαφοροποίησης, στοιχεία τα οποία δημιουργούν αντοχές.

Στη παρούσα ενότητα διερευνώνται τα χαρακτηριστικά που διακρίνουν την αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται οι μονάδες. Το πλήθος και η προέλευση των ανταγωνιστών είναι δύο παράμετροι που φανερώνουν και την ένταση του ανταγωνισμού. Οι αγορές όπου κυριαρχεί μικρός αριθμός ανταγωνιστών και στις οποίες δηλώνεται παρουσία μεγάλων και πολυεθνικών επιχειρήσεων είναι προφανές ότι διακρίνονται από μεγάλη ένταση ανταγωνισμού και η διασφάλιση της παρουσίας μικρών επιχειρήσεων είναι προϊόν ευελιξίας και δυνατοτήτων διαφοροποίησης. Αντίθετα, στις αγορές με πολλούς ανταγωνιστές οι στρατηγικές επιλογές είναι περισσότερες και η προσαρμοστικότητα μικρότερης έντασης.

5.1.1. Το πλήθος των ανταγωνιστών

Τόσο στο σύνολο του δείγματος (Πίνακας 19) όσο και στις επιμέρους ταξινομήσεις, οι ανταγωνιστές για την πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι πάνω από 10. Αυτό επί της ουσίας σημαίνει ότι το πεδίο της αγοράς είναι σύνθετο, με συνέπεια να χρειάζεται συνεχή ανάλυση και ποικιλία προσεγγίσεων.

Πίνακας 19. Αριθμός ανταγωνιστών της επιχείρησης στην αγορά

Πλήθος ανταγωνιστών	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Κανένας	0,87	2,56	0,00	0,00
1-4	24,35	23,08	21,95	28,13
5-10	24,35	23,08	31,71	18,75
Πάνω από 10	50,43	51,28	46,34	53,13

Βεβαίως, τα πράγματα είναι ενδεχομένως περισσότερο σύνθετα έως και δύσκολα για τις επιχειρήσεις, των οποίων οι ανταγωνιστές είναι 1-4 ή ακόμη 5-10, αλλά και στην περίπτωση αυτή έχει αξία το κατεχόμενο μερίδιο αγοράς, τα παραγωγικά και οικονομικά χαρακτηριστικά του leader της αγοράς, κ.λπ. Δηλαδή, η παρουσία σε μία μικρή ομάδα ανταγωνιζόμενων επιχειρήσεων, όπου οι άλλες διακρίνονται για τα πολυεθνικά τους χαρακτηριστικά, δεν επιτρέπει εξαιρετικές προοπτικές, όταν οι στρατηγικές των μικρότερων μονάδων είναι γραμμικές και όχι διαφοροποιούμενες.

5.1.2. Η παρουσία πολυεθνικών επιχειρήσεων στον κλάδο

Αναλύοντας το ανταγωνιστικό περιβάλλον, παρατηρούμε στα στοιχεία του Πίνακα 20 ότι ένα πολύ μεγάλο ποσοστό, της τάξης του 46%, των ανταγωνιστών των επιχειρήσεων του δείγματος είναι είτε παραγωγικές είτε εμπορικές πολυεθνικές. Αυτό σημαίνει ότι οι πιέσεις που δέχονται, στον χώρο της αγοράς, είναι εξουθενωτικές. Είναι συνεχώς υποχρεωμένες να παρακολουθούν τις εξελίξεις που διαμορφώνουν οι πολυεθνικές επιχειρήσεις και να προσαρμόζονται, πράγμα αρκετές φορές πολύ δύσκολο λόγω διαφοράς στην ένταση του κεφαλαίου και της τεχνολογίας, ή να ακολουθούν στρατηγικές διαφοροποίησης και ευελιξίας. Το γεγονός ότι, με βάση τα οικονομικά τους στοιχεία, οι θεσσαλικές επιχειρήσεις παρουσιάζουν θετικές εξελίξεις, υποδηλώνει την ικανότητά του τοπικού παραγωγικού συστήματος να προσαρμόζονται στον ανταγωνισμό και να ανταποκρίνονται θετικά στο υφιστάμενο περιβάλλον.

Πίνακας 20. Η παρουσία πολυεθνικών επιχειρήσεων

Παρουσία πολυεθνικών επιχειρήσεων	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Ναι (συνολικά)	46,09	48,72	46,34	46,88
Ναι, παραγωγικές	25,22	25,64	24,39	28,13
Ναι, εισαγωγικές	15,65	20,51	19,51	6,25
Όχι	53,91	51,28	53,66	53,13

5.2. Η αντίληψη του επιχειρηματικού περιβάλλοντος

Το εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων αποτελεί παράγοντα σημαντικών αλλαγών και περιορισμών, στους οποίους είναι υποχρεωμένες να προσαρμόζονται αποτελεσματικά. Ταυτόχρονα, όμως, οι παράγοντες του ευρύτερου περιβάλλοντος που επηρεάζουν περισσότερο τις επιχειρήσεις είναι δυνατόν να διαφέρουν από περιοχή σε περιοχή (Παπαδάκης,

2002). Στην παρούσα ενότητα αναλύονται οι παράγοντες του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, οι οποίοι, στην αντίληψη των επιχειρήσεων, επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά το έργο τους.

5.2.1. Τα δυνατά σημεία της Θεσσαλίας για την επιχειρηματική ανάπτυξη

Οι επιχειρήσεις του δείγματος, θεωρούν ότι ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της Θεσσαλίας είναι η κεντροβαρικότητα της θέσης της και ακολούθως βαθμολογούν με μικρότερες βαθμολογίες τα άλλα χαρακτηριστικά της (Πίνακας 21). Εκείνο, ωστόσο, που θα πρέπει να υπογραμμιστεί, είναι η στάση των μεγάλων επιχειρήσεων τόσο έναντι των μικρών όσο και έναντι των μεσαίων. Ο κάθε επιμέρους δείκτης, που αξιολογούν είναι υψηλότερα βαθμολογημένος από ότι στις άλλες δύο κατηγορίες. Εκτιμάται ότι αυτό συμβαίνει για δύο λόγους: Ο πρώτος αφορά το σχετικά μεγαλύτερο μέγεθος, το οποίο, όταν συνοδεύεται και από οικονομίες κλίμακας στην παραγωγή τους δίνει περισσότερες δυνατότητες και συνεπώς περισσότερα περιθώρια θετικής αξιολόγησης της τοπικής οικονομίας. Ο δεύτερος λόγος σχετίζεται με το γεγονός ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις συνήθως έχουν επιλέξει συνειδητά την περιοχή, αξιολογώντας όλα τα χαρακτηριστικά της, απορρίπτοντας άλλες περιοχές, τις οποίες επίσης αξιολόγησαν. Αντιθέτως, οι μικρές και οι μεσαίες, οι οποίες συνήθως αντιπροσωπεύουν τον τοπικό κεφάλαιο, τα περισσότερα χαρακτηριστικά τα θεωρούν δεδομένα, στο μεγαλύτερο μέρος τους.

Πίνακας 21. Αξιολόγηση της ελκυστικότητας της Θεσσαλίας

Παράγοντες ελκυστικότητας	Μ.Ο βαθμολογίας με κλίμακα από 0-10 επιχειρήσεις με βάση αρ. εργαζομένων			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Γεωγραφική θέση	7,83	7,23	7,87	8,25
Χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες	6,96	6,50	6,71	7,50
Ποιότητα ανθρώπινου δυναμικού (γνώση, εξειδίκευση, εμπειρία)	6,34	5,81	6,51	6,65
Μεταφορικές υποδομές (Οδικές, σιδηροδρομικές, θαλάσσιες, αεροπορικές)	6,28	6,11	6,33	6,32
Ύψος επενδυτικών κινήτρων	6,16	5,86	6,03	6,53
Επιχειρηματικές υποδομές (ΒΙΠΕ, ΒΙΟΠΑ, Τεχνολογικό Πάρκο)	6,03	5,78	5,68	6,66
Διαθεσιμότητα προμηθευτών και επάρκεια πρώτων υλών	5,94	5,75	5,83	6,10
Επιχειρηματικές υπηρεσίες (εταιρείες συμβούλων, marketing, κ.λπ.)	5,81	5,44	5,68	6,13
Συνολική αξιολόγηση της ελκυστικότητας της Θεσσαλίας	6,65	6,29	6,68	6,90

Συνολικά, οι επιχειρήσεις αξιολογούν πολλά από τα χαρακτηριστικά της παραγωγικής ταυτότητας της Θεσσαλίας με χαμηλό βαθμό, συμπεριλαμβανομένων του ανθρώπινου κεφαλαίου, των επιχειρηματικών υποδομών και των επιχειρηματικών υπηρεσιών. Η περιορισμένη ικανοποίηση των επιχειρήσεων από τα κύρια χαρακτηριστικά της παραγωγικής ταυτότητας της Θεσσαλίας είναι στενά συνυφασμένη με τα προβλήματα και τους περιορισμούς της περιφέρειας, είτε αυτή γίνεται αντιληπτή στην εθνική κλίμακα ως εκτός μητροπολιτικών κέντρων περιοχές, είτε γίνεται αντιληπτή στην Ευρωπαϊκή κλίμακα ως το μεγαλύτερο μέρος του Νότου και της Ανατολής.

5.2.2. Εμπόδια από την λειτουργία του κράτους

Πολλά από τα εμπόδια τα οποία αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις προέρχονται από τη λειτουργία του κράτους. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 22, η γραφειοκρατία θεωρείται μακράν η βασική πηγή δημιουργίας εμποδίων. Η ασκούμενη φορολογική πολιτική είναι η αμέσως επόμενη, αλλά σε αυτή δίνει πολύ μεγάλη έμφαση η ομάδα των μεσαίων επιχειρήσεων. Η διαφθορά αναφέρεται μέσα στις πηγές εμποδίων, δεν έχει όμως το βάρος εκείνο που ενδεχομένως θα αναμένονταν. Τέλος, η πολυνομία, και το ασαφές πλαίσιο λειτουργίας, οι αναχρονιστικές εργασιακές σχέσεις και η εχθρική νοοτροπία, είναι εμπόδια τα οποία προβάλλουν κατά βάση οι μεγάλες επιχειρήσεις, παρά οι άλλες δύο ομάδες.

Πίνακας 22. Επιμέρους εμπόδια από τη λειτουργία του Κράτους

Εμπόδια από την λειτουργία του Κράτους	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Γραφειοκρατία	79,13	84,62	70,73	81,25
Αντιαναπτυξιακό φορολογικό σύστημα	49,57	43,59	63,41	37,50
Διαφθορά	34,78	33,33	36,59	34,38
Ελλείψεις σε υποδομές και υπηρεσίες	27,83	30,77	24,39	28,13
Πολυνομία-ασαφές πλαίσιο λειτουργίας	26,96	20,51	31,71	34,38
Αδιαφορία ή εχθρική νοοτροπία	20,87	17,95	17,07	28,13
Αναχρονιστικές εργασιακές σχέσεις	12,17	15,38	12,20	21,88
Πληθωρισμός	11,30	5,13	7,32	6,25
Απουσία Χωροταξικού Σχεδιασμού	6,09	5,13	7,32	3,13
Άλλο	2,61	2,56	0,00	6,25
Απουσία Κτηματολογίου	0,87	0,00	0,00	3,13

5.2.3. Στοιχεία της αγοράς που δημιουργούν εμπόδια στην ανάπτυξη

Εμπόδια στη λειτουργία των επιχειρήσεων δεν δημιουργεί μόνο το κράτος, αλλά και ο τρόπος λειτουργίας της αγοράς. Ο Πίνακας 23 παρέχει ενδιαφέροντα στοιχεία για τον τρόπο που οι επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται την λειτουργία της αγοράς και τα εμπόδια που προκύπτουν από αυτή. Συγκεκριμένα, το σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος αναγνωρίζει ως βασικά εμπόδια τον αθέμιτο ανταγωνισμό, τις ανεξέλεγκτες εισαγωγές από τρίτες χώρες, την κυριαρχία των αλυσίδων λιανικής πώλησης και τον προβληματικό έλεγχο των αγορών. Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι ο εντοπισμός από όλες τις επιχειρήσεις ως πρώτο εμπόδιο τον αθέμιτο ανταγωνισμό από προϊόντα χωρίς ποιοτικά standards επιβεβαιώνει την συνειδητή επιλογή τους για παραγωγή και προσφορά ποιοτικών προϊόντων, στοιχείο που έχει προσδιοριστεί και σε προηγούμενες ενότητες.

Πίνακας 23. Στοιχεία της αγοράς που δημιουργούν εμπόδια στην ανάπτυξη

Εμπόδια από την αγορά	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Αθέμιτος ανταγωνισμός από προϊόντα χωρίς ποιοτικά standards	67,83	66,67	73,17	65,63
Ανεξέλεγκτες εισαγωγές από χώρες του Τρίτου Κόσμου	36,52	33,33	34,15	40,63
Η κυριαρχία και η πρακτική των αλυσίδων λιανικής πώλησης	18,26	25,64	12,20	18,75
Προβληματικός έλεγχος των αγορών	19,13	20,51	21,95	12,50
Η ύπαρξη ολιγοπωλιακών καταστάσεων	17,39	15,38	17,07	21,88
Ενδοκλαδικές συγκρούσεις	17,39	20,51	7,32	25,00
Ο τρόπος λειτουργίας του τραπεζικού συστήματος	16,52	7,69	24,39	18,75
Περιορισμένη ζήτηση στο συγκεκριμένο κλάδο	11,30	10,26	14,63	9,38
Ανεπαρκής λειτουργία της Επιτροπής Ανταγωνισμού	10,43	10,26	4,88	15,63
Απουσία καταναλωτικού κινήματος	4,35	5,13	7,32	0,00
Άλλο	2,61	0,00	4,88	3,13

5.2.4. Εμπόδια που προκύπτουν από την εσωτερική δομή της επιχείρησης

Πέρα από το κράτος και την αγορά, προβλήματα δημιουργούν και οι ίδιες οι επιχειρήσεις με τις αδυναμίες και τις επιλογές τους. Στην παρούσα παράγραφο επιχειρείται μία προσπάθεια ανάδειξης της αυτοκριτικής διάθεσης εκ μέρους των επιχειρήσεων, για δικές τους αδυναμίες που εμποδίζουν την ανάπτυξή τους. Η εξάρτησή τους από το κόστος εργα-

σίας συνδέεται με την έμφαση που δίνουν οι επενδύσεις τους στον σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό, όμως δεν συνδέεται με την απουσία φροντίδας για καλύτερες μεθόδους οργάνωσης, που αντιμετωπίζει σε μεγάλο βαθμό το πρόβλημα (Πίνακας 24). Η απόστασή τους από τις μεγάλες αγορές αποτελεί ένα βασικό εμπόδιο, για τις μικρές και τις μεσαίες επιχειρήσεις. Οι μεγάλες, όμως, που έχουν εκτιμήσει θετικά την κεντροβαρικότητα της θέσης της Θεσσαλίας, δεν δίνουν έμφαση στον παράγοντα αυτόν. Αξίζει να σχολιαστούν τα εμπόδια της απουσίας κρίσιμων ειδικοτήτων που θέλουν οι μεγάλες επιχειρήσεις, αλλά και της μικρής προστιθέμενης αξίας του παραγόμενου προϊόντος. Και τα δύο αυτά σημεία αναφέρονται στην ανταγωνιστικότητα αυτών των μονάδων.

Πίνακας 24. Εμπόδια που σχετίζονται με αδυναμίες της επιχείρησης

Εμπόδια-αδυναμίες επιχειρήσεων	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Μεγάλη εξάρτηση από το κόστος εργασίας	48,70	38,46	46,34	62,50
Απόσταση από τις μεγάλες αγορές	40,00	43,59	46,34	28,23
Οργανωτικά κενά	20,87	17,95	26,83	18,75
Απουσία κρίσιμων ειδικοτήτων	20,87	15,38	17,07	31,25
Φόβος ανάληψης επενδυτικών ρίσκων	19,13	17,95	21,95	18,75
Αδυναμία επαρκούς πίστωσης των πελατών	16,52	15,38	17,07	15,63
Μικρής προστιθέμενης αξίας προϊόν	13,91	10,26	12,20	18,75
Μικρή οικονομική και παραγωγική επιφάνεια	12,17	17,95	9,76	9,38
Περιορισμένη πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό	10,43	2,56	14,63	15,63
Οικογενειακή μονάδα με προβλήματα διαδοχής	4,35	7,69	2,44	3,13
Αδυναμία παρακολούθησης των αλλαγών	2,61	2,56	0,00	6,25
Άλλο	2,61	2,56	2,44	3,13

Πάντως, με βάση τις τοποθετήσεις των επιχειρήσεων, η αυτοκριτική είναι μάλλον περιορισμένη, δεδομένου ότι και πάλι οι αναφορές τους αφορούν σε μεγάλο βαθμό τρίτους παρά τις ίδιες. Από τα στοιχεία της ανάλυσης προκύπτει ότι, αν και οι επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από μια σειρά αδυναμιών, το εξωτερικό περιβάλλον είναι αυτό που τελικά επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό, είτε ως κράτος, είτε ως αγορά τη λειτουργία των επιχειρήσεων της Θεσσαλίας.

6. ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Είναι γεγονός, ότι οι επιδόσεις της Ελλάδος στα πεδία της Έρευνας και της καινοτομίας είναι εξαιρετικά περιορισμένες. Η Θεσσαλία βρίσκεται σε ακόμη μεγαλύτερη υποχώρηση στα μεγέθη αυτά. Τα τελευταία χρόνια, για την αντιστροφή αυτού του κλίματος έχουν αναληφθεί σοβαρές πρωτοβουλίες, εκ μέρους της Πολιτείας και ήδη έχει ιδρυθεί ο Περιφερειακός Πόλος Καινοτομίας Θεσσαλίας καθώς και το Κέντρο Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Θεσσαλίας, δύο φορείς οι οποίοι ήδη έχουν αρχίσει να λειτουργούν και έχουν ως απώτερο στόχο να δημιουργήσουν γόνιμο πεδίο συνεργασίας της έρευνας με την παραγωγή, με βασική επιδίωξη την παραγωγή εφαρμόσιμων καινοτομιών και την ενίσχυση της προστιθέμενης αξίας του παραγόμενου προϊόντος των Θεσσαλικών επιχειρήσεων.

Στον Πίνακα 25, οι επιχειρήσεις τοποθετούνται σχετικά με τα χαρακτηριστικά που θα επιθυμούσαν να περιέχουν οι εφαρμοζόμενες πολιτικές για την καινοτομία, στην Θεσσαλία. Κοινή είναι η αναγνωρισμένη ανάγκη, τόσο για την παροχή χρήσιμων πληροφοριών όσο και την δυνατότητα ανάπτυξης του δίαυλου συνεργασίας της έρευνας με την παραγωγή.

Πίνακας 25. Επιλογές πολιτικών

Επιλογές πολιτικών	Ποσοστό (%) επιχειρήσεων ανά κατηγορία απασχόλησης			
	Σύνολο	1-20	21-50	>50
Παροχή χρήσιμων πληροφοριών	63,48	66,67	60,98	59,38
Δυνατότητα συνεργασίας με ΑΕΙ/ΤΕΙ και Ερευνητικά Κέντρα	59,13	66,67	48,78	65,63
Επενδυτικά κίνητρα για επιχειρηματικές συνεργασίες (clusters)	56,52	53,85	46,34	68,75
Μεταφορά άριστων πρακτικών (Best practice) από εξωτερικό	47,83	46,15	51,22	50,00
Ενεργοποίηση μηχανισμών χρηματοδότησης καινοτόμου δράσης	46,09	48,72	43,90	50,00
Φορολογικά κίνητρα για επιχειρηματικές συνεργασίες (clusters)	44,35	35,90	43,90	50,00
Συμβουλευτικές υπηρεσίες	45,22	56,41	41,46	34,38
Δημιουργία Ινστιτούτου Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας	39,13	33,33	39,02	46,88
Forum ανταλλαγής γνώσεων και διάχυση γνώσης	38,26	35,90	41,46	34,38
Δυνατότητα συνεργασίας με επιχειρήσεις leaders	22,61	28,21	21,95	18,75
Brainstorming με ειδικούς	21,74	28,21	12,20	25,00
Έκδοση πιστοποιητικού καινοτόμου επιχείρησης	19,13	25,64	14,63	18,75

Αξιόλογη είναι η προσέγγιση των μεγάλων επιχειρήσεων, οι οποίες είτε μέσω άμεσων επιχορηγήσεων είτε μέσω φορολογικών απαλλαγών, πιστεύουν ότι θα πρέπει να υπάρξει πολιτική για την ενίσχυση των clusters, αλλά και η αντίληψή τους για την αναγκαιότητα δημιουργίας Ινστιτούτου Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας στην Θεσσαλία. Η μεταφορά καλών πρακτικών από το εξωτερικό και η δημιουργία fora ανταλλαγής γνώσεων και διάχυσής τους, κρίνονται αναγκαίες παρεμβάσεις από τις μεσαίες επιχειρήσεις, ενώ έμφαση δίνουν οι μικρές στις συμβουλευτικές υπηρεσίες. Σε γενικές γραμμές, οι προτεινόμενες πολιτικές είναι σημαντικές και έχουν την δυνατότητα να υλοποιηθούν, υπό το πρίσμα ενός σοβαρού προγραμματισμού ολοκληρωμένων παρεμβάσεων για την προώθηση της καινοτομίας στο περιφερειακό παραγωγικό σύστημα της Θεσσαλίας.

7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από την ανάλυση προκύπτει ότι υπάρχουν σημαντικά χαρακτηριστικά τα οποία επηρεάζουν το θεσμικό και επιχειρηματικό περιβάλλον των λιγότερο ανεπτυγμένων περιφερειών και τα οποία εμποδίζουν την καινοτόμο ανάπτυξη τους όσο και την εκμετάλλευση των υφιστάμενων πολιτικών. Το γεγονός αυτό εξηγεί εν μέρει τη σημαντική υστέρηση που παρουσιάζουν στους δείκτες ανάπτυξης και καινοτομίας.

Γενικεύοντας τα αποτελέσματα της έρευνα πεδίου της Θεσσαλίας μπορεί να ειπωθεί ότι διαπιστώνονται σημαντικά οικονομικά, δομικά και θεσμικά εμπόδια καθώς και αντιλήψεις οι οποίες δημιουργούν ένα περιβάλλον το οποίο δεν προάγει την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα.

Ειδικότερα, από τα στοιχεία που προέκυψαν γίνεται εμφανές ότι στο θεσσαλικό παραγωγικό σύστημα διακρίνονται χαρακτηριστικά, που διαμορφώνονται κάτω από ένα μικτό καθεστώς στάσεων, αντιλήψεων και συμπεριφορών απέναντι στις διάφορες αγορές (διεθνείς, έρευνας, ανθρώπινου δυναμικού, προμηθευτών, πελατών, συνεργατών κ.λπ.).

Οι επιχειρήσεις και ιδιαίτερα οι μικρές παρουσιάζουν υψηλή εξάρτηση από την εγχώρια ή την τοπική ζήτηση και πολύ περιορισμένη διέξοδο στις διεθνείς αγορές. Αυτό ενισχύει την εμπορική εσωστρέφεια και περιορίζει τα περιθώρια διαμόρφωσης μία ταυτότητας δυναμισμού. Η ενδοπεριφερειακή επιχειρηματική συνεργασία υπό οποιαδήποτε έννοια, μεταξύ ομοιοκλαδικών ή παρεμφερών λειτουργιών επιχειρήσεων, εμφανίζεται ως εξαιρετικά ανώριμη επιλογή, ενώ η εμπειρία από συνεργασίες των μονάδων με περιφερειακές ή άλλες ερευνητικές δομές είναι εξαιρετικά περιορισμένη, γεγονότα που αναδεικνύουν μία γενικευμένη ασθενή κουλτούρα συνεργασιών της επιχειρηματικής κοινότητας με την ερευνητική. Οι αλλαγές που επισυμβαίνουν στις επιχειρήσεις ακολουθούν έναν αργό ρυθμό μεταβολής και προέρχονται κυρίως από το εξωτερικό περιβάλλον, γεγονός που επιβεβαι-

ώνει ότι το παραγωγικό σύστημα δεν χαράζει πρωτοπόρες κατευθύνσεις, αλλά κατά βάση, προσαρμόζεται – στον βαθμό που μπορεί – στις αλλαγές που επιβάλλονται.

Από την άλλη πλευρά, το επιχειρηματικό δυναμικό έχει να επιδείξει μία επιτυχημένη πορεία στην αγορά, η οποία επιβεβαιώνεται από οικονομικά αποτελέσματα, οφείλεται δε σε μεγάλο βαθμό σε παράγοντες που κατάλληλα διαχειριζόμενοι θα μπορούσαν να οδηγήσουν και στη διαφοροποίηση της παραγωγικής ταυτότητας. Ένα πρώτο βασικό στοιχείο αυτής της διαπίστωσης είναι ότι ενώ καταγράφονται εκτεταμένες επενδυτικές πρωτοβουλίες, η μεγαλύτερη προσοχή και το βάρος τους εστιάζεται στον εξοπλισμό και όχι τόσο σε πολιτικές διαφοροποίησης του επενδυτικού μίγματος όπως soft επενδύσεις με έμφαση στις οργανωτικές αλλαγές και βελτίωση των διαχειριστικών πρακτικών, που μπορούν να προωθήσουν τις επιχειρηματικές αλλαγές και να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα των μονάδων.

Ένα σοβαρό εύρημα είναι το γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων δίνει μεγάλη έμφαση στην κατοχύρωση της παρουσίας του μέσα στην αγορά ενισχύοντας συνειδητά την πολιτική της ποιότητάς του. Σε μία περίοδο, όπου η κατανάλωση αναζητάει την ποιότητα, η συγκεκριμένη επιλογή αποτελεί μία κρίσιμη βάση για αλλαγές προερχόμενες από την συνεργασία τους με την έρευνα, που θα έχουν ως αφετηρία την ποιότητα και την αξιοποίηση της καινοτομίας. Το γεγονός, ότι η καινοτομική δραστηριότητα δεν έχει εκδηλωθεί εξατομικευμένα, είναι αφενός προϊόν της ελλειμματικής κουλτούρας του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και αφετέρου της ελλιπούς χρηματοδοτικής ικανότητας των επιχειρήσεων, η οποία είναι αδύναμη αντικειμενικά να στηρίξει σοβαρή ερευνητική δραστηριότητα. Αντίθετα, οι απαντήσεις του συγκεκριμένου δυναμικού μπορούν να συνθέσουν την κρίσιμη μάζα των κατευθύνσεων ενός οργανωμένου συστήματος καινοτομίας, το οποίο θα αξιοποιεί την υφιστάμενη ερευνητική δομή. Με την βούληση της Πολιτείας, μπορούν και πρέπει να ενισχυθούν ανάλογες πρωτοβουλίες, στο πλαίσιο της αναπτυξιακής πολιτικής της Στρατηγικής της Δισσαβόνας.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Εθνικό Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας & Ανάπτυξης (2008) *Ετήσια Έκθεση για την Ανταγωνιστικότητα 2007*, Αθήνα.

ICAP (2006) *Οδηγός Επιχειρήσεων Κεντρικής Ελλάδος*, Αθήνα.

Λουκάς Σ. (1995) "Επιχειρησιακή Πολιτική και Στρατηγική", Πανεπιστημιακές Παραδόσεις, Αθήνα.

Λυμπεράκη Αντ. (1991) *Ευέλικτη Εξειδίκευση. Κρίση και αναδιάρθρωση στην μικρή βιομηχανία*, Αθήνα: Gutenberg.

- Παπαδάκης Β. (2002) *Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία*, Αθήνα: Εκδ. Μπένου.
- Παπαδούλης Α, (2000) "Βιομηχανικά συμπλέγματα σε κρίση – Η περίπτωση του Ν. Μαγνησίας", *Διδακτορική εργασία*, Βόλος.
- Περιφέρεια Θεσσαλίας (2000) *Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Θεσσαλίας*, Περιφέρεια Θεσσαλίας.
- Πετράκος Γ. (2009α) "Περιφερειακές ανισότητες και επιλεκτική ανάπτυξη: οι οικονομικές δυναμικές του χώρου και οι προϋποθέσεις άσκησης αποτελεσματικής περιφερειακής πολιτικής", στο 25 Κείμενα για το Σχεδιασμό και την Ανάπτυξη του Χώρου, Συλλογικός Τόμος για τα 20 χρόνια λειτουργίας του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, 359-393.
- Πετράκος Γ. (επιμ.) (2009β) *Στρατηγικό Σχέδιο για την Ανάπτυξη της Καινοτομίας στη Θεσσαλία*, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.
- Πραστάκος Γ., Σπανός Γ., Κωστόπουλος Κ. (2003) "Καινοτομία: Προσδιοριστικοί παράγοντες και προβληματισμοί για το μέλλον της Ελληνικής Οικονομίας", Κείμενο Εκκίνησης, Πρόγραμμα foresight, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Εργαστήριο Διοικητικής Επιστήμης.
- Υπουργείο Ανάπτυξης (2000) *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα 2000-2006*, Αθήνα.

Ξενογλώσση

- Andreou G. (2006) "EU Cohesion Policy in Greece: Patterns of Governance and Europeanization", *South European Society & Politics*, 11 (2): 241-59.
- Asheim B. T. και Isaksen A. (2003) "SMEs and the regional dimension of innovation" στο B. Asheim, A. Isaksen, C. Nauwelaers και F. Tödtling (επιμ.), *Regional Innovation Policy for Small–Medium Enterprises*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Asheim B. T. κ.ά. (2006) "Constructing regional advantage: principles-perspectives-policies", Report of DG Research Expert Group on Constructing Regional Advantage, Brussels: European Commission.
- Asheim B.T. και Coenen L. (2005), Knowledge bases and regional innovation systems: Comparing Nordic clusters. *Research Policy*, V.34, (8):1173-90.
- CEC (2007a) "Competitive European Regions through Research and Innovation – A contribution to more growth and more and better jobs. Communication from the Commission", COM (2007) 474 final, Brussels: Commission of the European Communities, 16.8.2007.
- CEC (2007b) "Regions Delivering Innovation through Cohesion Policy" SEC (2007) 1547, Brussels: Commission of the European Communities, 14.11.2007.

- Cooke P. (2007) "Regional Innovation Systems revealed- Regional Innovation in Europe", *Journal of the innovative regions in Europe*, no17: 3-6.
- Cooke P., Heidenreich M. και Braczyk H.J. (2004) *Regional Innovation Systems: The Role of Governance in a Globalized World*, UK London: Routledge.
- Coulter M. (2002) "Strategic Management in Action", NJ Prentice Hall, 2^η έκδοση, κεφ 3.
- Doloreux D. και Dionne S. (2008) "Is regional innovation system development possible in peripheral regions? Some evidence from the case of La Pocatiere, Canada", *Entrepreneurship & Regional Development*, 20 (3): 259 – 283.
- ESYE (2008) *Statistical database*. Διαθέσιμο στο διαδίκτυο: <http://www.statistics.gr>.
- Eurostat (2008b) "Science, Technology and Innovation in Europe", *news release*, 34/2008.
- Fritsch M. και Stephan A. (2005) "Regionalization of innovation policy—Introduction to the special issue", *Research Policy*, 34 (8): 1123-27.
- Garcia-Aracil, A. και Fernandez De Lucio, I., (2008) "Industry-University Interactions στο A Peripheral European Region: An Empirical Study of Valencian Firms", *Regional Studies*, 42 (2): 215 – 227.
- Hassink R. (2005) "How to unlock regional economies from path dependency? From learning region to learning cluster", *European Planning Studies*, 13 (4): 521 – 53.
- Hatzikian J. (2007) "Research and Technological Development Policy and Innovative Performance: The Greek case within EU", στο Korres G. , "*Regionalisation, Growth, and Economic Integration*", Physica-Verlag HD
- Hollanders H., (2007) "2006 European Regional Innovation Scoreboard (2006 RIS)", MERIT, European Trend Chart on Innovation.
- Howells J. (2005) "Innovation and regional economic development: A matter of perspective?", *Research Policy*, 34: 1220-34.
- Iammarino S. (2005) "An evolutionary integrated view of Regional Systems of Innovation: Concepts, measures and historical perspectives", *European Planning Studies*, 13 (4): 497-519.
- Keating M. (1997) "The political economy of Regionalism" in Keating M. and Loughlin J (επιμ.), *The political economy of Regionalism*, London: Routledge, 17-40.
- Kim C.M., και Mauborgne R. (1997) "Value Innovation: The strategic logic of high growth" *Harvard Business Review*.
- Koschatzky K. (2006) "The regionalization of innovation policy: New options for regional change?", στο G. Fuchs και P. Shapira *Rethinking Regional Innovation and Change-Path Dependency or Regional Breakthrough?*, Netherlands: Springer, 291-312.
- Koschatzky K. και Lo, V. (2007) "Methodological framework for cluster analyses", Fraunhofer Institute for Systems & Innovation Research, *Working Papers Firms &*

Regions, No R1/2007.

- Legendijk, A., Lorentzen, A. (2007) "Proximity, Knowledge & Innovation in Peripheral Regions. On the Intersection between Geographical and Organizational Proximity", *European Planning Studies*, 15 (4) 457-66.
- Petrakos G., Fotopoulos G. και Kallioras D. (2008α) "Economic Integration and Structural Change in the Greek Regions: A Southern Perspective", στο Krieger-Boden C., Morgenroth E. and Petrakos G. (επιμ.), *The Impact of Economic Integration on Regional Structural Change and Cohesion*, London: Routledge, 72-95.
- Petrakos G., Skayannis P., Papadoulis A και Anastasiou G. (2008β) "Entrepreneurship, innovation and regional development: A Southern European perspective", International Workshop "Human Capital, Social Capital and Creative Capital as Sources of Regional Growth", Tinbergen Institute and VU University, Amsterdam 30 June & 1 July, 2008.
- Petrakos G. (1994) "Small Enterprise Development and Regional Policy: Comparative analysis and implication for Eastern and Central European Countries", Paper presented in the Conference: *The Redevelopment of Regions Expected to Experience Severe Impact from Technological and Environmental Preconstruction*, ACE Program, Katowice, Poland, 24-27 Sept. 1993.
- Porter M. (1985) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York: Free Press.
- Sull D.N. (1999) "Why Good Companies Go Bad", *Harvard Business Review*.
- Tödtling F. και Trippel M. (2005) "One size fits all? Towards a differentiated regional policy approach", *Research Policy*, 34(8): 1203-19.
- World Bank (2008) *Key Development Data & Statistics*. Διαθέσιμο στο διαδίκτυο: <http://web.worldbank.org>.
- Zambarloukou, S., (2007) "Is There a South European Pattern of Post-Industrial Employment?", *South European Society and Politics*, 12 (4): 425-442.

Γιώργος Πετράκος

- Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τμ. Μηχανικών Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πεδίον Άρεως, 383 34 Βόλος
e-mail: petrakos@prd.uth.gr

Απόστολος Παπαδούλης

- Σύνδεσμος Βιομηχανιών Θεσσαλίας και Κεντρικής Ελλάδας,
Ελ. Βενιζέλου 4, 382 21 Βόλος
e-mail: apapadoulis@sbtke.gr

- 4 **Πετράκος Γ.**
Εισαγωγή
- 10 **Κορνηνός Ν.**
Περιφερειακοί Πόλοι Καινοτομίας στην Ελλάδα 2001-2009:
Σχεδιασμός εστιασμένων συστημάτων καινοτομίας
- 34 **Πετράκος Γ., Παπαδούλης Α.**
Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία στην Ελληνική Περιφέρεια:
Μια εμπειρική διερεύνηση στη Θεσσαλία
- 72 **Αγγελάκης Α., Γεωργαντάς Η.**
Περιφερειακοί καινοτομικοί σχηματισμοί και
διεργασίες θεσμικής ολοκλήρωσης των δρώντων: Quo Vadis Creta?
- 108 **Μπακούρος Ι., Γκιούρκα Π., Φάλλας Γ.**
Τεχνολογική Πλατφόρμα, Τεχνολογική Παρακολούθηση και
Τεχνολογική Προοπτική Διερεύνηση.
Εργαλεία Καινοτομίας Περιφερειακής Ανάπτυξης:
Η περίπτωση της Δυτικής Μακεδονίας
- 134 **Μαρκάτου Μ.-Ε., Σκάγιαννης Π.**
Τα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας στην Ελλάδα:
Γεωγραφικά και τεχνολογικά πρότυπα
- 168 **Σταμπούλης Γ.**
Πώς εμπεδώνεται η καινοτομική δραστηριότητα;
Η ανάδυση των συστημάτων καινοτομίας στο χώρο

ΘΕΜΑΤΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

- 190 **Πετράκος Γ.**
Αποτίμηση του Περιφερειακού Πόλου Καινοτομίας Θεσσαλίας, 2006-2008

ΣΤΑΥΡΟΔΡΟΜΙΑ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

- 208 **Αναστασίου Γ.**
Συμπόσιο της Uddevalla, Μπάρι, 2009
Η Γεωγραφία της Καινοτομίας και της Επιχειρηματικότητας