

**Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ.
Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**

**Θεωρητική Ανάλυση του Οικονομικού Περιβάλλοντος των Μικρών και
Μεσαίων Επιχειρήσεων και της Καινοτομικής Δραστηριότητας
Στον Ευρωπαϊκό Χώρο και στην Ελλάδα.**

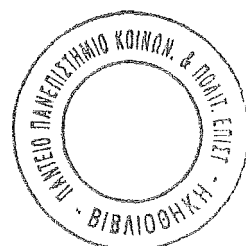
**Μπουτζώνα Κωνσταντίνα
Πτυχιούχος του Τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης**

**Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα για το Μεταπτυχιακό Δίπλωμα
στην Οικονομική και Περιφερειακή Ανάπτυξη**

Τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης

Πάντειο Πανεπιστήμιο

Απρίλιος 2005



Ευχαριστίες

Θα ήθελα σε αυτό το σημείο να ευχαριστήσω όλα τα μέλη της Τριμελούς μου Επιτροπής.

Ιδιαίτερα δε τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Θεοδόσιο Β. Παλάσκα για την πολύτιμη βοήθεια του στη συγγραφή της Διπλωματικής μου εργασίας.

Ευχαριστώ πολύ όλους τους καθηγητές του Μεταπτυχιακού προγράμματός που μας άνοιξαν νέους ορίζοντες και που ήταν πάντα πρόθυμοι να προσφέρουν τη βοήθεια τους.

Περιεχόμενα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ σελ.4

Κεφάλαιο 1: Γενικό Πλαίσιο Λειτουργίας για την Καινοτομία και τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

- 1.1 Καινοτομία. Ορισμοί και θεωρητικές προσεγγίσεις σελ. 6
- 1.2 Κατάταξη και σημασία των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων για την Οικονομία σελ. 9
- 1.3 Το Περιβάλλον των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων σελ. 14
- 1.4 Προγράμματα Ευρωπαϊκής Πολιτικής σελ.16
- 1.5 Αναλυτικότερη Επισκόπηση Δράσεων Ευρωπαϊκής Ένωσης στα πλαίσια για την ανάπτυξη των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων σελ. 21

Κεφάλαιο 2: Συστήματα Προώθησης Καινοτομίας

- 2.1 Δίκτυα και Καινοτομικότητα σελ.27
- 2.2 Εθνικά Συστήματα Καινοτομίας σελ.29
- 2.3 Περιφερειακά Συστήματα Καινοτομίας – Clusters σελ.32
- 2.4 Τοπικά Συστήματα Καινοτομίας σελ.36

Κεφάλαιο 3: Εσωτερική Διάρθρωση και Ανάπτυξη των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων

- 3.1 Κύκλος Ζωής στο Εσωτερικό των Επιχειρήσεων σελ.39
- 3.2 Οργάνωση της γνώσης και της καινοτομίας σελ.41
- 3.3 Στρατηγική Αποφάσεων και σχεδιασμός των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων σελ.44
- 3.4 Ανταγωνιστικότητα μιας Μικρό-Μεσαίας Επιχείρησης σελ. 48

Κεφάλαιο 4: Η Εξέλιξη και ο ρόλος των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων στην Ελληνική Οικονομία

- 4.1 Γενική Μάκρο-Οικονομική κατάσταση στην Ελλάδα σελ.53
- 4.2 Οι Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις στην Ελλάδα σελ. 55
 - 4.2.1 Καινοτομία σελ.57
 - 4.2.2 Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη σελ.59
 - 4.2.3 Επιχειρηματικότητα σελ.60
 - 4.2.4 Απασχόληση σελ. 63
 - 4.2.5 Ανταγωνιστικότητα σελ.64
- 4.3 Τρόποι Ανάπτυξης της Ελληνικής Οικονομίας σελ.65

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ σελ. 68

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ σελ. 69

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι σελ. 76

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ σελ. 79

Εισαγωγή

Η επισκόπηση της σύγχρονης βιβλιογραφίας προσδιορίζει την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη στη βάση της ενεργοποίησης όλων των πολιτικών για τη δημιουργία καινοτομικής δράσης μέσα στα πλαίσια της ενίσχυσης των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ). Η στροφή που έγινε τα τελευταία χρόνια στην δυναμική που αναπτύσσουν οι ΜΜΕ, εξηγείται με κλίμακα τις ευελιξίες και την άμεση προσαρμογή τους (ΜΜΕ) στο ραγδαία αναπτυσσόμενο και μεταβαλλόμενο οικονομικό σύστημα. Η ανάπτυξη των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας εντείνει την δημιουργία ενός παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος, στο οποίο η ανταγωνιστικότητα καθορίζει την επιτυχή παρουσία των επιχειρήσεων στην οικονομία. Η επιβίωση μιας επιχείρησης στο περιβάλλον αυτό προϋποθέτει τη δυναμική της παρουσία σε δίκτυα καινοτομίας και την επθετική πολιτική ανάπτυξης. Εξάλλου, ο βαθμός στο οποίο ένα σύστημα απορροφά γνώση και τη μετατρέπει σε καινοτομία, επηρεάζει την ανταγωνιστικότητα της οικονομίας.

Η Ευρώπη αντιλαμβανόμενη την ανάγκη για αύξηση της ανταγωνιστικότητας στρέφεται προς την αύξηση των δικτύων γνώσης και έρευνας με άμεση διασύνδεση προς τις επιχειρήσεις. Ο σκοπός αυτός εντάσσεται στο στρατηγικό σχεδιασμό που έχει καταρτίσει το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Λισσαβόνας. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που έχει η ευρωπαϊκή οικονομία συνηγορούν προς την επίτευξη του στόχου αυτού. Η Ε.Ε. μπορεί να διαδραματίσει ένα σημαντικό ρόλο στην παγκόσμια οικονομία με έμφαση στις νέες τεχνολογίες και την καινοτομία.

Στο ίδιο κλίμα εντάσσεται και η ελληνική οικονομία με σαφή προσανατολισμό στην παροχή υπηρεσιών. Ως επί το πλείστον η χώρα μας βασίζεται στην ύπαρξη και λειτουργία πολύ μικρών επιχειρήσεων με δυναμικό το στοιχείο της επιχειρηματικότητας. Η καλλιέργεια ευνοϊκού περιβάλλοντος για την τόνωση του ελληνικού επιχειρηματικού 'δαιμονίου' καθίσταται επιτακτική ανάγκη για την βελτίωση της αναπτυξιακής δομής της Ελλάδας.

Συνοπτικά στην παρούσα μελέτη εξετάζεται η θεωρητική πλευρά της εφαρμογής της καινοτομίας στις ΜΜΕ. Το πρώτο κεφάλαιο αναλύει τους ορισμούς της καινοτομίας και των ΜΜΕ. Στη συνέχεια παρουσιάζεται το περιβάλλον που επηρεάζει τη λειτουργία των ΜΜΕ. Ένα στοιχείο του περιβάλλοντος των ΜΜΕ είναι τα ευρωπαϊκά προγράμματα και οι δράσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης που έχουν στόχο την ανάπτυξη του αριθμού των ΜΜΕ και τη διασύνδεσή τους με τα καινοτομικά συστήματα. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται διεξοδικά το Τεχνολογικό και Καινοτομικό πλαίσιο σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο (ομαδοποιείται σε Εθνικά, Περιφερειακά και Τοπικά Συστήματα Καινοτομίας). Στην συνέχεια (τρίτο κεφάλαιο) μελετάται

το εσωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων. Αυτό το κεφάλαιο περιλαμβάνει ενότητες που αφορούν την πορεία που ακολουθεί μια ΜΜΕ, τον τρόπο με τον οποίο οργανώνεται αποτελεσματικά η γνώση και η καινοτομία. Ακόμα περιλαμβάνει την στρατηγική ανάλυση των αποφάσεων που αντιμετωπίζει μια ΜΜΕ για να φτάσει σε ένα επιτυχές επίπεδο ανταγωνισμού. Τέλος, στο τέταρτο κεφάλαιο επιχειρείται μια ενδοσκόπηση της ελληνικής οικονομικής πραγματικότητας τόσο σε μακρο επίπεδο όσο και σε επίπεδο ανάλυσης του ρόλου των ΜΜΕ στην Ελλάδα, της καινοτομίας, της απασχόλησης καθώς και των τρόπων ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας.

1.1 Καινοτομία. Ορισμοί και θεωρητικές προσεγγίσεις

Η σύγχρονη οικονομική επιστήμη δέχεται την καινοτομία ως έναν από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που συντελούν στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων εξαιτίας του ανταγωνισμού στις παγκόσμιες αγορές (DeBresson, 1996). Ο όρος "καινοτομία" είναι ασαφής και διφορούμενος· στην επιστημονική έρευνα σημαίνει τόσο μια διαδικασία όσο και το αποτέλεσμα της. Σύμφωνα με τον ορισμό της καινοτομίας, που προτείνει ο ΟΟΣΑ στο "εγχειρίδιο Frascati", πρόκειται για την μετατροπή μιας ιδέας σε εμπορεύσιμο προϊόν ή υπηρεσία, λειτουργική μέθοδο παραγωγής ή διανομής - νέα ή βελτιωμένα - ή ακόμα σε νέα μέθοδο παροχής κοινωνικής υπηρεσίας. Ο ορισμός αυτός εξηγεί την καινοτομία από την οπτική πλευρά της διαδικασίας. Από την άλλη πλευρά, όταν με τη λέξη "καινοτομία" υποδηλώνεται ένα νέο ή βελτιωμένο προϊόν, εξοπλισμός, η υπηρεσία που διαχέεται επιτυχώς στην αγορά, η έμφαση δίνεται στο αποτέλεσμα της διαδικασίας.

Ετυμολογικά ο όρος καινοτομία αποτελεί μια καινούρια τομή στο ήδη υπάρχον σύστημα¹. Η καινοτομία είναι ένας γενικός όρος και χρησιμοποιείται επισταμένως τα τελευταία χρόνια στην θεωρητική οικονομική βιβλιογραφία για να περιγράψει την ανάγκη των μονάδων παραγωγής να βρουν νέους τρόπους ανταγωνισμού. Η πρακτική αυτή μπορεί να αναφέρεται στη δημιουργία προσωρινών μονοπωλίων μέσω της εκμετάλλευσης των πλεονεκτημάτων της επιχείρησης ή της αναζήτησης νέων μεθόδων παραγωγής και προώθησης των προϊόντων και/ή των υπηρεσιών.

Επεκτείνοντας τον όρο, η καινοτομία περιλαμβάνει την χρήση νέας γνώσης, που σχετίζεται με την τεχνολογία ή με την αγορά, και αναλύεται σε δυο φάσεις: ανακάλυψη και εμπορευματοποίηση (invention & commercialization). Αυτή η. Αφενός η τεχνολογική γνώση αναφέρεται στην κατανόηση και εξέλιξη των συστατικών μερών, των μεθόδων, των διαδικασιών και τεχνικών που απαρτίζουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Αφετέρου η γνώση της αγοράς είναι η γνώση των δικτύων μεταφοράς, των προτιμήσεων, των αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών. Έτσι, με τη διαδικασία της καινοτομίας καλύπτονται κενά ή αντικαθίστώνται συνήθεις πρακτικές στην επιχείρηση δημιουργώντας ή προσλαμβάνοντας νέα γνώση. ✖

Αξίζει να τονιστεί ότι η καινοτομία αποτελεί μια διαδικασία (προσπάθεια μεγάλης χρονικής διάρκειας) και όχι ένα μεμονωμένο γεγονός, που λαμβάνει χώρα σε μια συγκεκριμένη χρονική

¹ Ποιό τι νέον, επιφέρω μεταβολάς εις την κοινωνία (Ετυμολογικό Λεξικό Δ.Β.Δημητράκου)

στιγμή. Και τούτο διότι, η καινοτομία δεν αφορά μόνο την αλλαγή αλλά ολόκληρη την προοδευτική διαδικασία που προηγείται της αλλαγής και καταλήγει σε αυτή. Σύμφωνα με τον Edquist, οι καινοτομίες δεν είναι παρά νέες δημιουργίες, οικονομικής σημασίας, που έχουν πολύ σύνθετη φύση. Αυτές οι δημιουργίες αφορούν την σύλληψη και τη διάχυση στοιχείων της γνώσης, καθώς επίσης και την μετατροπή αυτών των στοιχείων σε νέα προϊόντα και παραγωγικές διαδικασίες (Edquist, 1997).

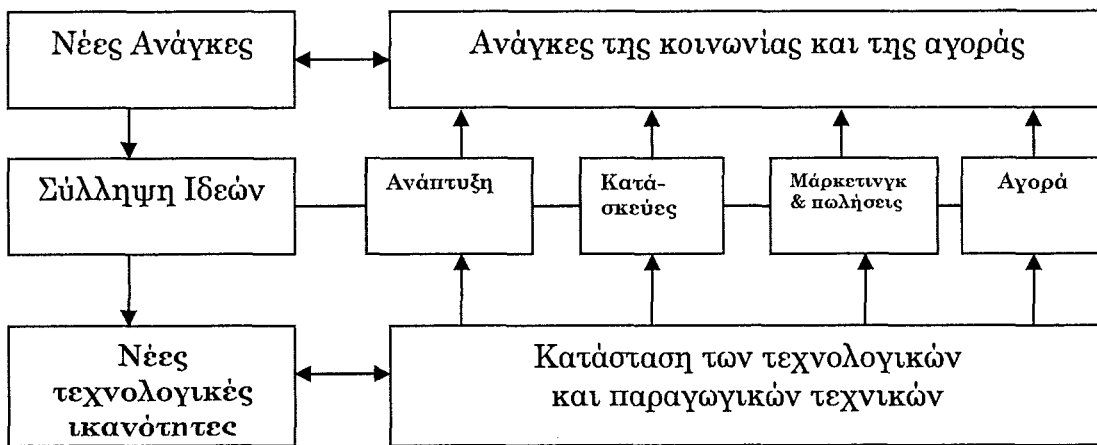
Ανατρέχοντας στο παρελθόν παρατηρούμε ότι, η θεωρία της καινοτομίας εισήχθηκε ως όρος στην εργασία του Joseph Schumpeter, ο οποίος όρισε την καινοτομία ως ένα νέο προϊόν, μια νέα διαδικασία παραγωγής ή μια νέα μορφή οργάνωσης, όπως η συγχώνευση ή το άνοιγμα των νέων αγορών (Schumpeter 1934, p66). Αν και μέχρι την πρόσφατη δεκαετία του '70, η θεωρία καινοτομίας είχε μόνο οριακή θέση στην οικονομική ανάλυση (Sundbo, 1998), σήμερα αποτελεί ένα διεπιστημονικό τομέα έρευνας που εξαπλώνεται σε διάφορους άλλους τομείς, πέρα από την οικονομική σκέψη, όπως κοινωνιολογικής και ψυχολογικής επιστήμης, πολιτική του δημόσιου τομέα, τάσεις της αγοράς και γεωγραφικές πτυχές.

Όπως τονίζει ο Freeman (1992) η καινοτομία περιλαμβάνει τόσο την αναγνώριση και ικανοποίηση μιας ανάγκης όσο και την εμπλοκή τεχνικών γνώσεων, συμπεριλαμβανομένου νέων επιστημονικών και τεχνολογικών πληροφοριών. Προς την κατεύθυνση αυτή άρχισε να αναπτύσσεται η επαγγελματική έρευνα και ανάπτυξη (E&A), που αφορά την προσπάθεια κάποιων θεσμικών οργανισμών να ταιριάζουν οι τεχνικές δυνατότητες με την αγορά (Audretsch & Feldman, 1996). Περαιτέρω, πρότεινε ότι μονόπλευρες καινοτομίες, που παραμελούν τις συγκεκριμένες απαιτήσεις των αναπτυσσόμενων αγορών, είναι πολύ λιγότερο πιθανό να πετύχουν - άσχετα από τις τεχνικές ολοκληρώσεις - σε σύγκριση με τις καινοτομίες που έχουν μια εκτίμηση και κατανόηση των δυνητικών χρηστών και των αναγκών τους (Freeman, 1992). Για το λόγο αυτό στη σύγχρονη οικονομική πραγματικότητα εμφανίζεται η E&A αναπόσπαστο κομμάτι της διαδικασίας της καινοτομίας, με την έννοια ότι εντάσσει σε αυτή, ένα ευρύτερο κομμάτι χαρακτηριστικών που οδηγούν σε μια εύστοχη επιλογή για τις αναδυόμενες ανάγκες της κοινωνίας.

Εκείνο το οποίο απορρέει, από την σύγχρονη βιβλιογραφία, είναι ότι η καινοτομία στις επιχειρήσεις περνάει μέσα από το φίλτρο της κοινωνικής εξέλιξης και επεξεργάζεται τις ανάγκες της αγοράς και του κοινωνικού συνόλου γενικότερα. Γι' αυτό και οι Rothwell και Zegveld συμπεριέλαβαν στην εξίσωσή τους τις ανάγκες της κοινωνίας και της αγοράς. Σε βελτίωση του μοντέλου του Schumpeter, που υποθέτει ότι η εισαγωγή ενός νέου προϊόντος θα οδηγήσει στο άνοιγμα νέων αγορών, το διάγραμμα 1 προτείνει μια πιο διαδραστική προσέγγιση, χρησιμοποιώντας την καινοτομία ως ένα εργαλείο που ικανοποιεί μια συγκεκριμένη ανάγκη.

Με άλλα λόγια, η καινοτομία είναι δυναμική αλλά και 'αντιδραστική'. Ως εκ τούτου η καινοτομία δεν αναφέρεται μόνο σε γνώσεις οικονομικού περιεχομένου αλλά περιλαμβάνει μια σειρά από διαδικασίες, οι οποίες δεν ακολουθούν γραμμική πορεία, αλλά χαρακτηρίζονται από διαλογικές σχέσεις και μηχανισμούς ανατροφοδότησης (Kline και Rosenberg, 1986). Χαρακτηρίζεται επομένως από μια αμφίδρομη σχέση οικονομικών και κοινωνικών συνθηκών που επιδρούν στη σύλληψη νέων ιδεών και συμπεριλαμβάνουν τόσο την οικονομική αποτελεσματικότητα αλλά και την κοινωνική διάσταση ως αλληλένδετα στοιχεία που οδηγούν σε μια επιτυχή καινοτομία δράση.

Διάγραμμα 1.1 Διαδραστικό Μοντέλο Καινοτομίας



Πηγή: Rothwell, R., Zegveld, W. (1985), Reindustrialization and Technology.

Στα ίδια πλαίσια κινήθηκε και ο Sundbo, ο οποίος θεώρησε ότι η καινοτομία πρέπει να είναι χρήσιμη πρακτικά και να έχει εμπορική αξία, αλλά το πιο σημαντικό είναι να είναι κοινωνικά αποδεκτή (Sundbo, 1998). Για να είναι περισσότερο κατανοητή η έννοια της καινοτομίας, τις ταξινομήσε σε τέσσερις ομάδες, οι οποίες παρουσιάζονται παρακάτω:

1. Τεχνολογικές (αντικείμενα)
2. Διανοητικές (γνώμες ή γνώσεις)
3. Φυσικές μετακινήσεις (νέους τρόπους μεταφοράς) και
4. Συμπεριφορικές (αφορούν στρατηγικές και οργανωτικές δομές) (Sundbo 1998, p21).

Μια παρεμφερή ερμηνεία είναι ότι οι καινοτομίες μπορούν επίσης να κατηγοριοποιηθούν με βάση τις ιδιότητες ή τα χαρακτηριστικά που είναι δυνατόν να έχουν (Πραστάκος, Σπανός, Κωστόπουλος, 2003):

- *Καινοτομία Προϊόντος ή Καινοτομία Διεργασίας.* Η καινοτομία προϊόντος είναι η εισαγωγή νέων προϊόντων και υπηρεσιών, ενώ οι καινοτομίες διεργασίας αφορούν την βελτίωση της παραγωγικής διαδικασίας και των παραγόντων που εμπλέκονται σε αυτή.

- *Ριζική ή Σταδιακή Καινοτομία.* Οι σταδιακές καινοτομίες είναι μικρές απλές βελτιώσεις στις χρησιμοποιούμενες πρακτικές της επιχείρησης, ενώ αντίθετα οι ριζικές αποτελούν σημαντικές αλλαγές που αναπροσαρμόζουν τις ικανότητες και τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης ή ακόμα και ολόκληρου του κλάδου.
- *Τεχνική ή Διαχειριστική Καινοτομία.* Η τεχνική καινοτομία αφορά τον τρόπο παραγωγής, τις τεχνολογικές προσαρμογές καθώς και όλες τις παραγωγικές διεργασίες της επιχείρησης. Οι διαχειριστικές καινοτομίες αναφέρονται σε αλλαγές της διοίκησης (ανθρώπινο δυναμικό, δομή της επιχείρησης) και σχετίζονται έμμεσα με τον παραγωγικό ιστό.

Στην κατάταξη αυτή αναφέρονται όλες οι οριακές περιπτώσεις των καινοτομιών και των τομέων που μπορούν αυτές να εφαρμοστούν στα πλαίσια της επιχείρησης. Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι οι καινοτομίες εμφανίζονται και ως βελτιώσεις ή μεταβολές στις ήδη υπάρχουσες «τεχνικές» και διοικητικές δομές με απώτερο σκοπό να ικανοποιήσουν την ανάγκη για ανανέωση μπροστά σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον γεμάτο προκλήσεις.

Παρομοίως η θεωρητική προσέγγιση της κοινωνικής και οικονομικής διάστασης της καινοτομίας αντανakλάται και στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Έτσι, η καινοτομία καθίσταται σημαντική παράμετρος στα οργανωτικά προγράμματα του συστήματος της. Σύμφωνα με τον ορισμό της για την καινοτομία «συνίσταται στην παραγωγή, την αφομοίωση και την επιτυχή εκμετάλλευση των νέων επιτευγμάτων στον οικονομικό και κοινωνικό τομέα» (Πράσινη Βίβλος). Στη βάση αυτή έχουν εκδοθεί αρκετές συστάσεις από τη Ε.Ε. που αφορούν την προώθηση και εφαρμογή της καινοτομίας σε όλες τις οικονομικές φάσεις μιας παραγωγικής μονάδας. Αυτό δείχνει ότι η Ε.Ε. αντιλαμβανόμενη την παγκόσμια πρόκληση θεωρεί ότι η σωστή άσκηση του ανταγωνισμού εδρεύει στον παράγοντα καινοτομία, αλλά και στην εξάπλωση των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων².

1.2 Κατάταξη και σημασία των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων για την Οικονομία.

Ως γνωστόν μια επιχείρηση είναι ένας οικονομικός οργανισμός ο οποίος επιδιώκει την πραγματοποίηση του μέγιστου δυνατού κέρδους. Οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με τα κριτήρια που θέτει η εκάστοτε κατηγοριοποίηση. Κριτήρια για ταξινόμηση των επιχειρήσεων υπάρχουν πολλά. Ένα βασικό κριτήριο, για παράδειγμα είναι το προϊόν που παράγεται από την επιχείρηση, δηλαδή ο κλάδος δραστηριοποίησης (πρωτογενής, δευτερογενής και τριτογενής). Ένα άλλο κριτήριο είναι η νομική της μορφή (ατομική:

² European Commission, "Innovation policy in a knowledge-based economy", ISBN 9282894746, EUR-OP, Luxembourg, 2000.

Προσωπική, Ομόρρυθμη Εταιρεία, Ετερόρρυθμη Εταιρεία, Συμμετοχική – κεφαλαιουχική: Ανώνυμη Εταιρεία, Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης κλπ). Άλλα συνήθη κριτήρια μπορεί να είναι ο κύκλος εργασιών, το παραγωγικό δυναμικό, η έκταση του εδάφους που χρησιμοποιείται, η ποσότητα ηλεκτρικής ενέργειας που καταναλώνεται κ.ά. Τα κριτήρια αυτά σε συνδυασμό μπορεί να αποδώσουν ανάλογα με τις ανάγκες της ταξινόμησης που είναι χρήσιμη κάθε φορά, ώστε να εξυπηρετεί το σκοπό για τον οποίο αυτή πραγματοποιείται.

Αν θέσουμε ως κριτήριο το μέγεθος τότε διακρίνουμε τρεις κατηγορίες επιχειρήσεων: τις μικρές, τις μεσαίες και τις μεγάλες. Μια σαφής οριοθέτηση μεταξύ των κατηγοριών αυτών είναι δύσκολη δεδομένου ότι τα κριτήρια που προσδιορίζουν το μέγεθος είναι συμβατικά και ποικίλλουν ανά περίπτωση. Εξετάζοντας τα πλαίσια της ευρωπαϊκής αγοράς παρατηρούμε μια ταξινόμηση, σύμφωνα με την οποία το μέγεθος ορίζεται διαφορετικά σε κάθε κλάδο (βιομηχανία, εμπόριο, υπηρεσίες κ.α.) και εξάγεται από ένα συνδυασμό κριτηρίων: αριθμός απασχολούμενων και πωλήσεις³.

Ένα ολοκληρωμένο και ομοιόμορφο πλαίσιο αναφοράς για την πολιτική και τη νομοθεσία της Ένωσης που αφορά τις ΜΜΕ αποδόθηκε από την Επιτροπή στις 3 Απριλίου 1996⁴ και συμπεριλαμβάνει τον ορισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Ο ορισμός που διατυπώθηκε από την Επιτροπή είναι αποτέλεσμα της σύνθεσης διαφόρων κριτηρίων: ο αριθμός εργαζομένων, η ανεξαρτησία της επιχείρησης, ο κύκλος εργασιών και το ύψος του ισολογισμού. Ωστόσο επαναπροσδιορίστηκε αργότερα από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξαιτίας της «αύξησης του πληθωρισμού και της παραγωγικότητας». Ο νέος αυτός ορισμός ισχύει από την 1^η Ιανουαρίου του 2005 και περιλαμβάνει τα εξής:

Πίνακας 1.1 Ανώτατα Όρια ΜΜΕ.

Κατηγορία επιχειρήσεων	Αριθμός εργαζομένων (αμετάβλητος)	Κύκλος εργασιών (εκατ. ευρώ)	Συνολικός ισολογισμός (εκατ. ευρώ)
Μεσαίες	<250	50 (1996:40)	43 (1996:27)
Μικρές	<50	10 (1996:7)	10 (1996:5)
Πολύ μικρές	<10	2 (προηγουμένως δεν υπήρχε σχετικό όριο)	2 (προηγουμένως δεν υπήρχε σχετικό όριο)

Πηγή: Commission Recommendation (2003/361/EC).

Οι στόχοι της αναθεώρησης αυτής αποσκοπούν στη βελτίωση των συνθηκών λειτουργίας των ΜΜΕ και στην εξομάλυνση των αλλαγών στην αγορά που επηρεάζουν την εύρωστη

³ Commission DER E.G., 1976 (βιβλίο)

⁴ Ευρωπαϊκή Επιτροπή : 96/280/EK(βιβλίο)

δραστηριότητα των μικρών επιχειρήσεων. Έτσι σύμφωνα με την Ε.Ε. οι αλλαγές αποσκοπούσαν:

- Στη μείωση των διοικητικών επιβαρύνσεων και στην επιτάχυνση των διαδικασιών.
- Στην προώθηση της επιχειρηματικότητας και των πολύ μικρών επιχειρήσεων.
- Στη σημαντική αύξηση των ανώτατων χρηματοοικονομικών ορίων (γεγονός που δεν θα οδηγήσει σε μεγάλη αύξηση του αριθμού των ΜΜΕ, αλλά θα ευνοήσει τις επιχειρήσεις που επενδύουν. Διευκολύνονται επίσης οι μειοψηφικές επενδύσεις μεγάλων επιχειρήσεων σε ΜΜΕ, ενώ, συγχρόνως, διατηρείται η ανεξαρτησία των ΜΜΕ).
- Στη διευκόλυνση της πρόσβασης σε επιχειρηματικά κεφάλαια.
- Στην προώθηση των ομίλων και αύξηση της ασφάλειας δικαίου. Τέλος
- Στην προώθηση της επαγγελματικής κατάρτισης και της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής.

Η προηγούμενη κατάταξη και αναδιατύπωση του ορισμού των ΜΜΕ θεμελιώνει το ενδιαφέρον της Ε.Ε., η οποία επικεντρώνεται στην προσπάθεια για αιεφόρο ανάπτυξη μέσω της πλειονότητας των επιχειρήσεων που λειτουργούν στην Ευρώπη και ως επί το πλείστον περιλαμβάνουν τις μικρές και τις μεσαίες επιχειρήσεις. Η διαπίστωση αυτή άρχισε να εμφανίζεται στις αρχές της δεκαετίας του 1970 όταν οι μεγάλες επιχειρήσεις, σε βιομηχανικούς τομείς – κλειδιά για την οικονομία, άρχισαν να χάνουν την ανταγωνιστικότητά τους και έτσι επαληθεύτηκε από εμπειρικές μελέτες ο κρίσιμος ρόλος των ΜΜΕ. Ο Acs (1984) διαπίστωσε ότι καινούριες και μικρότερες επιχειρήσεις εισήχθησαν στους τομείς παραγωγής ως «φορείς της αλλαγής». Οι μελέτες που ως τότε χρησιμοποιούσαν μετρήσεις καινοτομίας, όπως η Έρευνα και Ανάπτυξη (Ε&Α), άρχισαν να εφαρμόζουν περισσότερο άμεσους δείκτες, όπως νέα προϊόντα και αλλαγές στην διαδικασία παραγωγής, και απέδειξαν ότι οι καινοτόμες δραστηριότητες προέρχονταν από τις μικρές και όχι τις μεγάλες επιχειρήσεις (Acs & Audretsch, 1988).

Οι ΜΜΕ επίσης άρχισαν να παίζουν σημαντικό ρόλο ως αποτελεσματικοί προμηθευτές ενδιάμεσων (intermediate) αγαθών και υπηρεσιών σε μεγάλες επιχειρήσεις. Έπειτα αρκετές εργασίες πρότειναν (με βάση εμπειρικά μοντέλα) ότι οι ανεπτυγμένες χώρες που ενθάρρυναν την επιχειρηματικότητα και τις ΜΜΕ παρουσίασαν υψηλότερη οικονομική ανάπτυξη (Schimitz 1989, Acs 1992, Audretsch & Thurik 2000).

Επιπλέον, επισημάνθηκε ότι η μεταβολή της βιομηχανικής δομής συντελέστηκε, όχι στις μεγάλες επιχειρήσεις, αλλά στις ΜΜΕ τις δεκαετίες 1980 και 1990 (Acs & Audretsch 1993, Loveman and Senegenberger 1991, Thurik 1996). Πολλές εξηγήσεις δόθηκαν για αυτή τη δομική αλλαγή στην οικονομία. Ενδεικτικά, αναφέρονται οι Audretsch & Thurik (2000), οι

οποίοι θεώρησαν ότι η αύξηση στο επίπεδο εκπαίδευσης και των επιχειρηματικών ικανοτήτων τόνωσαν την επιχειρηματικότητα και τις νέες επιχειρήσεις. Άλλοι μελετητές επικεντρώθηκαν στην μη ευέλικτη προσαρμογή που εμφανίζουν οι μεγάλες επιχειρήσεις και η "δυσκίνησία" τους να αντιδράσουν στην παγκοσμιοποίηση, τις νέες τεχνολογίες και την καινοτομία. Έτσι παρατήρησαν ότι το περιβάλλον αυτό ενθάρρυνε τους managers και άλλους εσωτερικούς συνεργάτες των μεγάλων επιχειρήσεων να φύγουν και να ανταγωνιστούν σε ένα περισσότερο αποτελεσματικό περιβάλλον.

Ακριβώς η ίδια τάση εμφανίστηκε και στην ευρωπαϊκή οικονομία. Από στατιστικά στοιχεία (πίνακας 2) παρατηρείται ότι το σύνολο των ΜΜΕ στην Ευρώπη κατέχει την πλειοψηφία στις επιχειρήσεις με ποσοστό που φτάνει το 99,8%. Οι μεγάλες επιχειρήσεις που απασχολούν πάνω από 250 εργαζόμενους αποτελούν μόλις το 0,2% επί του συνόλου. Δικαιολογημένα οι ΜΜΕ χαρακτηρίζονται ως η ραχοκοκαλιά της ευρωπαϊκής οικονομίας.

Επίσης σημαντική καταγράφεται η συμβολή των ΜΜΕ στην απασχόληση που φτάνει το 2003 το 69,7% του συνόλου των εργαζομένων στην Ευρώπη των 19 χωρών. Από το ποσοστό αυτό τη μεγαλύτερη απασχόληση παρέχουν οι πολύ μικρές επιχειρήσεις (αυτές που απασχολούν έως και 9 άτομα). Η διάρθρωση αυτή της οικονομίας παρέχει ανάπτυξη σε μικρή κλίμακα που διαχέεται σε όλους τους τομείς και δημιουργεί πρόσφορο έδαφος για την ανάπτυξη καινοτομικών δικτύων και νέων ιδεών με την ενθάρρυνση, Ερευνητικών και άλλων, Ινστιτούτων παραγωγής γνώσης.

Πίνακας 1.2 Αριθμός μικρομεσαίων επιχειρήσεων και απασχολούμενων σε αυτές (ΕΕ-19).

	έτος	ΜΜΕ			Σύνολο ΜΜΕ	Μεγάλες	Σύνολο
		Πολύ Μικρές	Μικρές	Μεσαίες			
Αριθμός επιχειρήσεων (x 1000)	2000	18.465	1.175	170	19.810	40	19.850
		93%	5,9%	0,9%	99,8%	0,2%	100%
	2003	17.824	1.261	185	19.270	40	19.310
		92,3%	6,5%	1%	99,8%	0,2%	100%
Αριθμός Απασχολούμενων (x 1000)	2000	39.330	22.140	15.640	77.100	39.860	116.970
		33,6%	18,9%	13,4%	65,9%	34,1%	100%
	2003	55.038	24.275	18.105	97.417	42.297	139.714
		39,4%	17,4%	12,9%	69,7%	30,3%	100%

Πηγή: Eurostat

Ασφαλώς η δυναμικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων τονώνει σημαντικά την οικονομία και το φαινόμενο της αριθμητικής επικράτησής των, αποδίδεται στα πολυάριθμα συγκριτικά πλεονεκτήματα που παρουσιάζουν αυτές έναντι των μεγάλων (Hermann,1996 & Wall Street

Journal, 1996). Ενδεικτικά αναφέρουμε μια σειρά από λόγους για τους οποίους οι ΜΜΕ φαίνεται να επικρατούν έναντι των μεγάλων και έτσι εξηγείται γιατί η Ευρώπη προωθεί στρατηγικό σχεδιασμό για την ανάπτυξή της μέσω της δραστηριοποίησης των ΜΜΕ.

1. Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις είναι περισσότερο ευέλικτες στις αλλαγές που παρουσιάζονται στην αγορά. Η **ευελιξία** που αναφέρθηκε αφορά δύο υποκατηγορίες λόγων:

α) Την αμεσότητα της επικοινωνίας. Σε μια μικρή επιχείρηση είναι σαφώς περισσότερο εύκολο και απλό να υπάρχει επαφή του ιδιοκτήτη με τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους εργαζομένους και από την επαφή αυτή προκύπτει άμεση και αποτελεσματικότερη εποπτεία της επιχείρησης. Επίσης αυτή η διαπροσωπική επαφή με το διευθύνοντα της επιχείρησης δημιουργεί προσωπική σχέση και ισχυρούς δεσμούς με τους προμηθευτές και τους πελάτες, η οποία δεν πραγματοποιείται στα πλαίσια μιας μεγάλης επιχείρησης που σπάνια γνωρίζει κανείς με ποιον διαπραγματεύεται.

β) Την ευελιξία στη διοίκηση και στη λήψη αποφάσεων. Μια μικρή επιχείρηση επειδή ακριβώς χαρακτηρίζεται από ευελιξία μπορεί να ανταποκρίνεται καλύτερα στις προκλήσεις του περιβάλλοντος. Δεδομένου ότι το οικονομικό περιβάλλον σήμερα χαρακτηρίζεται από την γρήγορη μεταβολή των συνθηκών, ισχύει το «οι γρήγοροι τρώνε τους αργούς» και όχι αυτό που ίσχυε παλιότερα «οι μεγάλοι τρώνε τους μικρούς». Οι μεγάλες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν μια ιδιαίτερα χρονοβόρα διαδικασία στη λήψη αποφάσεων και στην επεξεργασία προτάσεων και προγραμμάτων. Αυτό είναι το πλεονέκτημα των ΜΜΕ στην ταχύτητα λήψης αποφάσεων και διαπραγματεύσεων για την εφαρμογή μιας νέας ιδέας ή ενός διαφορετικού προγράμματος στην λειτουργία της επιχείρησης.

2. Το μεγάλο ποσοστό των εργαζομένων που απασχολούνται στις ΜΜΕ. Είναι σαφές, από στοιχεία στατιστικά, ότι οι ΜΜΕ καλύπτουν σε ποσοστό το 99,8% των επιχειρήσεων σε όλη την Ευρώπη. Το ποσοστό των εργαζομένων στον ιδιωτικό τομέα αγγίζει περίπου το 70%⁵ και αντιστοιχεί σε 95 εκατομμύρια ανθρώπους. Τα ποσοστά αυτά δεν αφήνουν περιθώρια για αμφισβήτηση της αξίας των ΜΜΕ σε μια αναπτυσσόμενη Ευρώπη, που προσπαθεί να βρει ισορροπίες ανάμεσα στα κράτη – μέλη της (Audretsch, 2002).

3. Επιπλέον στις ΜΜΕ διακρίνεται ο **δυναμισμός**, ιδίως σε θέματα παροχής νέων υπηρεσιών, κοινωνικής και περιφερειακής ανάπτυξης. Τούτο γίνεται σαφές από την περιφερειακή ειδίκευση σε συγκεκριμένα πλεονεκτήματα του κάθε τόπου. Η αναγνώριση και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων αυτών καθίσταται πόρος ανάπτυξης για την εκάστοτε περιφέρεια ή μια τοπική

⁵ «Ευρώπη», όπου περιλαμβάνονται η ΕΕ-25 + 3 υποψήφιες χώρες (Λιχτενστάιν, Νορβηγία και Ελβετία). Πηγή: Παρατηρητήριο των ευρωπαϊκών ΜΜΕ, 2003/7.

περιοχή (Grant 1991, Hamel και Prahalad, 1996). Χαρακτηριστικό παράδειγμα της περίπτωσης αυτής είναι το ελληνικό ελαιόλαδο, η μαστίχα Χίου ή το ιταλικό μάρμαρο.

4. Επιφέρουν σημαντικά οφέλη για το εμπόριο και τις εξαγωγές. Η διάθεση στο παγκόσμιο ηλεκτρονικό δίκτυο ξεχωριστών προϊόντων με υπευθυνότητα και εμπιστοσύνη εξασφαλίζει εξαγωγές σε χώρες του εξωτερικού και κινεί τα νήματα για το εμπόριο τόσο το εξωτερικό όσο και το εσωτερικό (Applegate, Hoslsapple, Kalakota, Radermacher & Whinston, 1996).

Στην πραγματικότητα, η επικράτηση των ΜΜΕ στον ευρωπαϊκό επιχειρηματικό χώρο δημιουργεί προϋποθέσεις για ισομερή ανάπτυξη σε όλους τους πολίτες⁶. Η επικράτηση των ΜΜΕ ευνοεί την κοινωνικοοικονομική ευημερία γιατί διασφαλίζει τον υγιή ανταγωνισμό και προωθεί είτε την αυτοαπασχόληση, είτε την εργασία σε μικρή κλίμακα παραγωγής. Με την προοπτική αυτή δημιουργείται ένα κλίμα επιχειρηματικότητας με επίκεντρο τις ΜΜΕ, όπου κυριαρχεί ο παράγοντας «Άνθρωπος»⁷. Για το λόγο αυτό η σχεδόν κάθε ευρωπαϊκή πολιτική έχει μια διάσταση ΜΜΕ. Πέρα από αυτό, για να υπάρξει μια σαφής εικόνα για την λειτουργία των ΜΜΕ πρέπει να δούμε αναλυτικά τι επηρεάζει τις επιχειρήσεις αυτές.

1.3 Το Περιβάλλον των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.

Τα στοιχεία που ασκούν επιδράσεις στη λειτουργία μιας επιχείρησης, μπορούμε να τα εντάξουμε στο περιβάλλον αυτής (Klassen & McLaughlin, 1998). Ως περιβάλλον ορίζονται όλοι εκείνοι οι παράγοντες που ασκούν άμεση ή έμμεση επιρροή στη δράση μιας επιχείρησης. Είναι σαφές ότι η επιχείρηση δεν είναι ένας αποκομμένος οργανισμός από την κοινωνία, αλλά λειτουργεί μέσα σε ένα συναρτησιακό πλέγμα το οποίο απαρτίζεται από τα εξής:

1) Το υπερ-εθνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο εντάσσεται μια εθνική οικονομία:

Αποτελεί το πλαίσιο κανόνων και συμφωνιών με υπερεθνικούς οργανισμούς οι οποίοι δεσμεύουν την οικονομία να οδηγηθεί προς μια ορισμένη κατεύθυνση. Ως υπερεθνικοί οργανισμοί με σημαντικότητα επίδραση στη μικρομεσαία επιχείρηση της Ευρώπης πρέπει να αναφερθούν ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (Π.Ο.Ε) και φυσικά η πολιτική της Ε.Ε. Τα Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης (ΚΠΣ) της Ε.Ε. και τα άλλα προγράμματα στήριξης των ΜΜΕ (εκτενής αναφορά παρακάτω) παρέχουν την κατάλληλη υποδομή για την εναρμόνιση και προσαρμογή των επιχειρήσεων αυτών στο οικονομικό γίγνεσθαι.

2) Το μάκρο-οικονομικό περιβάλλον μιας χώρας

⁶ «Επιλέγοντας τη μεγέθυνση: γνώση, καινοτομία και θέσεις εργασίας σε μια κοινωνία με συνοχή» COM(2003) της 5 Ιανουαρίου 2003.

⁷ Ανακοίνωση της Επιτροπής «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις σε μια Ευρώπη που διευρύνεται», COM(2003), Βρυξέλλες 21.1.2003.

Με τον όρο αυτό εννοούμε την οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκεται η χώρα. Οι πληθωριστικές πιέσεις της αγοράς, ο ρυθμός της ανεργίας, ο μέσος όρος αμοιβών των συντελεστών παραγωγής, το εθνικό εισόδημα, η παραγωγικότητα, η οικονομική ανάπτυξη και άλλες μεταβλητές του πλέγματος της οικονομίας που καλείται να αντιμετωπίσει η ΜΜΕ.

3) Το πολιτικό περιβάλλον

Το πολιτικό περιβάλλον αποτελεί συνάρτηση του πολιτικό-οικονομικού καθεστώτος που εκπροσωπεί η εκάστοτε κυβερνητική πλειοψηφία. Διευκρινίζεται ότι τα θέματα της οικονομίας δεν θα πρέπει να γίνονται αντικείμενα κομματικής εκμετάλλευσης, αλλά είναι χρήσιμο να αντιμετωπίζονται με κοινή πολιτική βούληση των κομμάτων με γνώμονα τη μακροχρόνια ανάπτυξη της χώρας. Μόνο έτσι διασφαλίζεται ένα πρόσφορο έδαφος, όπου μπορεί να καλλιεργηθεί μεγέθυνση της ευημερίας.⁸

4) Το νομικό περιβάλλον

Είναι το πλαίσιο μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται η ΜΜΕ και αποτελεί χαρακτηριστικό παράγοντα εκσυγχρονισμού της δομής της επιχείρησης. Το νομικό πλαίσιο καθορίζει την προστασία των κοινωνικών ομάδων π.χ. καταναλωτές, προμηθευτές κ.ά. , αλλά επίσης και την ίδια την οικονομική μονάδα.

5) Το τεχνολογικό περιβάλλον

Το τεχνολογικό περιβάλλον περιλαμβάνει την τεχνολογία παραγωγής, μεταφοράς, διοίκησης κ.ά. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσονται και οι φορείς που ενεργούν με άξονα την ανάπτυξη νέων ιδεών και την μεταφορά γνώσης (Πανεπιστήμια, Ιδρύματα Ερευνών, Κέντρα Κατάρτισης). Ο όρος που περιγράφει την αλληλο-μετάδοση πληροφοριών και γνώσης μεταξύ των προαναφερθέντων φορέων είναι το «Δίκτυο ή Σύστημα». Η κάθε χώρα αναπτύσσει τέτοια συστήματα για την προώθηση των επιστημονικών δεδομένων σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

6) Το κοινωνικό περιβάλλον

Περιλαμβάνει μεταβλητές όπως η δημογραφική σύνθεση του πληθυσμού με βάση το επάγγελμα, την ηλικία, καθώς και αλλαγές στον τρόπο ζωής και την ψυχосύνθεση των μελών της κοινωνίας.

7) Το περιβάλλον της αγοράς

Είναι το άμεσο περιβάλλον της επιχείρησης και περιλαμβάνει πολλούς παράγοντες με πιο σημαντικούς τους προμηθευτές πρώτων υλών, τους πιστωτικούς φορείς, τους ανταγωνιστές και τους καταναλωτές.

8) Το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης

⁸ «Το πολιτικό σύστημα και ο επιχειρηματικός κόσμος», Άρθρο του Αλέξανδρου Βέλιου.

Αποτελείται από όλα τα άτομα που εργάζονται για την επιχείρηση και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις.

Η λειτουργία του περιβάλλοντος της επιχείρησης παίζει έναν πολύ σημαντικό ρόλο και ιδιαίτερα για τις ΜΜΕ, οι οποίες επηρεάζονται πολύ εύκολα από αλλαγές στο διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον που δρουν (Porter, 1996). Η άριστη λειτουργία μιας ΜΜΕ περιλαμβάνει την επικοινωνία και συνεργασία τόσο με το εξωτερικό περιβάλλον όσο και με τα εσωτερικά χαρακτηριστικά που έχει διαμορφώσει. Γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι οι προοπτικές ανάπτυξης της επιχείρησης επηρεάζονται είτε άμεσα είτε έμμεσα από το χώρο που υπάρχει γύρω της. Για το λόγο αυτό η εφαρμογή μιας ευνοϊκής πολιτικής για τις ΜΜΕ δεν μπορεί παρά να αφορά όλα τα στάδια αυτά και να απαιτεί αναγκαίες διαρθρωτικές και θεσμικές μεταβολές, τέτοιες που να μην αναστέλλουν αλλά να ενδυναμώνουν την λειτουργία των επιχειρήσεων. Προς την κατεύθυνση αυτή κινείται η ευρωπαϊκή πολιτική και όλα τα μέτρα που έχει καθορίσει για την επίτευξη της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης⁹.

1.4 Προγράμματα της Ευρωπαϊκής Πολιτικής.

Το υπερεθνικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις διέπεται από ένα πλαίσιο κανονισμών, καθώς και από μια σειρά προγραμμάτων που προωθούν την επιχειρηματική δράση στην Ευρώπη. Αυτό που ενδιαφέρει περισσότερο την παρούσα ανάλυση είναι η χρονολογική ταξινόμηση και αναφορά των προγραμμάτων, που απευθύνονται στην πρόταση για μια ολοκληρωμένη και αποτελεσματική δραστηριότητα των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ευρωπαϊκή αγορά υπό το πρίσμα της Οικονομίας της Γνώσης.

Η αρχή έγινε το 1984 όταν η ευρωπαϊκή πολιτική έρευνας ξεκίνησε ένα ποιοτικό βήμα προς τα εμπρός με τη θέσπιση του προγράμματος Esprit (Ευρωπαϊκό Στρατηγικό Πρόγραμμα Έρευνας στις Τεχνολογίες της Πληροφορικής) που στόχευε στην προαγωγή της βασικής έρευνας στον κλάδο της μικροηλεκτρονικής και της υψηλής τεχνολογίας (εντασσόταν στο Πρώτο Πρόγραμμα Πλαίσιο (1984-1987)). Δυο χρόνια αργότερα το 1986 η Ενιαία Ευρωπαϊκή Πράξη καθιστούσε πλέον την επιστήμη αντικείμενο κοινοτικής ευθύνης και αρμοδιότητας, με απώτερο στόχο την εφαρμογή των επιστημονικών διδαγμάτων στην πρακτική των επιχειρήσεων.

Στη δεκαετία του '90 έγινε στροφή προς τις ΜΜΕ, επειδή ήταν πια αποδεκτό ότι οι ΜΜΕ διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο στην οικονομία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με κρίσιμη συμβολή στην καλλιέργεια «πνεύματος καινοτομίας» και διάχυσης της γνώσης σε όλη την

⁹ Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων «Ενοποιημένη Απόδοση της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση», C325/7, 24/12/2002.

οικονομία¹⁰. Στη βάση της πολιτικής αυτής, το 1992 ιδρύθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο με σκοπό τη σύνταξη εκθέσεων σχετικά με θέματα που αφορούν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι εκθέσεις αυτές, που καταρτίζονται από ανεξάρτητους οργανισμούς, προορίζονται κυρίως για τους διαμορφωτές πολιτικής, τους ερευνητές, τους οικονομολόγους και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Το 1993 η Συνθήκη της Ευρωπαϊκής Ένωσης - Συνθήκη του Maastricht - διεύρυνε τον ρόλο της Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (E&TA) στην Ε.Ε. και υπογράμμισε τη σημασία της. Την ίδια χρονιά, συντάχθηκε η Λευκή Βίβλος (CEC 1993) από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την ανάπτυξη, την ανταγωνιστικότητα και την απασχόληση δίνοντας έμφαση στη σημασία της έρευνας, της τεχνολογίας και των τηλεπικοινωνιών στην προώθηση της βιομηχανικής ανταγωνιστικότητας. Επίσης, η δημοσίευση της Λευκής Βίβλου έδωσε μεγάλη ώθηση στην υποστήριξη των ΜΜΕ με βασικό άξονα την αναγνώριση της ανάγκης να προωθηθούν οι πολιτικές που στόχευαν στη δημιουργία θέσεων εργασίας που μπορεί να δημιουργήσει η δραστηριοποίηση των ΜΜΕ. Στο περιεχόμενο της η Λευκή Βίβλος σημείωνε το δυναμισμό και την πρόοδο ορισμένων ΜΜΕ που έχουν επιτύχει κάποιες περιφερειακές οικονομίες όπως το Baden Wuerttemberg και οι ΜΜΕ της Ιταλίας, και πράγματι τούτο επαληθεύτηκε αργότερα από εμπειρικά στοιχεία που έδειξαν ότι οι ΜΜΕ υποστήριζαν τέτοιες προοδευτικές διαδικασίες (Locke 1995, Altbach 1997).

Σε σχέση με την επιχειρηματική πολιτική της Ε.Ε., αυτή σχεδιάστηκε με τρόπο ώστε να συλλάβει αυτόν τον δυναμισμό και τούτο αναλύεται στο πρόγραμμα για τις ΜΜΕ (CEC 1994) που στοχεύει να απλοποιήσει και να βελτιώσει το περιβάλλον στο οποίο οι ΜΜΕ λειτουργούν, ώστε να συμβάλλει στην εξάπλωσή τους. Επιπλέον προέβλεπε διάφορα μέτρα υποστήριξης για τις ΜΜΕ, συμπεριλαμβανομένης και της προώθησης των επιχειρηματικών δικτύων.

Από το 1994 έως το 1998 τέθηκε σε εφαρμογή το 4^ο Πρόγραμμα Πλαίσιο που περιλάμβανε έρευνα, τεχνολογική ανάπτυξη και προγράμματα επίδειξης. Υπήρχε επίσης συνεργασία με τρίτες χώρες και διεθνείς οργανισμούς, διάδοση και βελτιστοποίηση των αποτελεσμάτων και επιμόρφωση και κινητικότητα των ερευνητών.

Τον Ιανουάριο 2000, με την ανακοίνωση «Για έναν ευρωπαϊκό χώρο στον τομέα της έρευνας» αναγνωρίζονταν το γεγονός ότι η ΕΕ πρέπει να εντείνει τις ερευνητικές και τεχνολογικές της προσπάθειες για να παραμείνει ανταγωνιστική σε μια όλο και πιο παγκοσμιοποιημένη οικονομία.

¹⁰ Commission of the European Communities, *Thinking small in an enlarging Europe*, COM(2003) 26 final, Brussels, 21.1.2003

Αυτό σήμαινε τη δημιουργία ενός ευρωπαϊκού χώρου, ενός χώρου χωρίς σύνορα για την έρευνα όπου οι επιστημονικοί πόροι θα αξιοποιούνται αποτελεσματικότερα για τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της Ευρώπης.¹¹ Η δομή και το περιεχόμενο του ευρωπαϊκού χώρου έρευνας περιλαμβάνει στοιχεία που αφορούν την αναβάθμιση των υλικών μέσων και των υποδομών σε όλη την Ευρώπη, και τη σύσταση μια σειράς ευρωπαϊκών οργανισμών επιστημονικής και τεχνολογικής συνεργασίας όπως οι: FES (Ευρωπαϊκό Ίδρυμα για την Επιστήμη), ESA (Ευρωπαϊκός Οργανισμός Διαστήματος), COST (Ευρωπαϊκή Συνεργασία στον τομέα της Επιστημονικής και Τεχνικής Έρευνας), EUREKA (εξω-κοινοτικό ερευνητικό πρόγραμμα), κλπ. Επιπλέον, η πρωτοβουλία αυτή στοχεύει στην ενεργοποίηση δυναμικότερων ιδιωτικών επενδύσεων, στην αύξηση της κινητικότητας των ερευνητών, οι οποίοι θα δρουν σε ένα χώρο με κοινές αξίες και σε ένα ενοποιημένο περιβάλλον επιστημονικών κοινοτήτων. Εκείνο που μπορεί να διεξαχθεί συνολικά από την πράξη του Χώρου Έρευνας είναι η ενίσχυση των δεσμών μεταξύ έρευνας και καινοτομίας και η βελτίωση του συντονισμού και της συνοχής των ερευνητικών δραστηριοτήτων σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο.

Στα πλαίσια αυτά, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Λισσαβόνας, που έγινε το Μάρτιο του 2000, έθεσε μια νέα στρατηγική για την πολιτική που θα ακολουθεί η Ε.Ε. με απώτερο βασικό στόχο *«να γίνει η πιο ανταγωνιστική και δυναμική οικονομία της γνώσης στον πλανήτη, ικανή να προωθή την οικονομική ανάπτυξη με περισσότερες και καλύτερες εργασίες και μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή»*.

Η καινοτομία είναι μία από τις στρατηγικές προτεραιότητες που υιοθετήθηκε από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Λισσαβόνας, προκειμένου να αντιμετωπίσει η Ε.Ε. τις προκλήσεις της Νέας Οικονομίας, παράλληλα με τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της απασχόλησης. Προτάθηκε λοιπόν ότι ένα τέτοιο μοντέλο κοινωνίας ανοικτό στην αλλαγή χρειάζεται την καινοτομία όχι μόνο στην υπηρεσία της οικονομίας της γνώσης, αλλά και της κοινωνίας της γνώσης και του πολιτισμού. Η καινοτομία δεν εξαρτάται αποκλειστικά από τεχνολογικούς παράγοντες, αλλά σε μεγάλο βαθμό από το γενικότερο κλίμα που καλλιεργείται σε μια κοινωνία. Τρεις είναι οι καίριοι τομείς στους οποίους είναι απαραίτητη η παρέμβαση της Ε.Ε. και η δέσμευση των κρατών μελών: δημιουργία μιας επιχειρηματικής νοοτροπίας στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού συστήματος, προώθηση της κατάρτισης των εργαζομένων και ενθάρρυνση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην καινοτομία.

¹¹ Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Συμβούλιο και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, την Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών: «Για έναν ευρωπαϊκό χώρο στον τομέα της έρευνας» [COM (2000) 6 τελικό]

Στο περιεχόμενο του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της Λισσαβόνας τοποθετείται και η Πράσινη Βίβλος¹² για την επιχειρηματικότητα. Το Πράσινο Βιβλίο παρέχει μια γενική εικόνα του ορισμού και της σημασίας του επιχειρηματικού πνεύματος. Ακόμα ασχολείται με τις συνθήκες που απαιτούνται για την ενθάρρυνση της δημιουργίας επιχειρήσεων και τον προσανατολισμό των επιχειρήσεων προς την ανάπτυξη. Η ύπαρξη φιλικού περιβάλλοντος κατά την εκκίνηση και ανάπτυξη των επιχειρήσεων είναι πολύ σημαντική για την επίτευξη αυτών των στόχων. Το Συμβούλιο ενέκρινε τον Χάρτη για τις μικρές επιχειρήσεις, που περιέχει συστάσεις για την λειτουργία των ΜΜΕ, ώστε να αξιοποιούν κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο την οικονομία της γνώσης.

Ειδικότερα, ο Ευρωπαϊκός Χάρτης για τις Μικρές Επιχειρήσεις ψηφίστηκε στη Santa Maria da Feira τον Ιούνιο του 2000, από τους αρχηγούς κρατών και των κυβερνήσεων. Οι προτεραιότητες του Χάρτη αυτού δίνονται στις ΜΜΕ, που αποτελούν τη βάση της ευρωπαϊκής οικονομίας και προωθούν την ανταγωνιστικότητα της. Ως κύριος στόχος του χάρτη ορίστηκε η εγκαθίδρυση ευνοϊκού περιβάλλοντος για τις μικρές επιχειρήσεις και το επιχειρηματικό πνεύμα. Προς την κατεύθυνση αυτή αποφασίστηκαν δέκα γραμμές δράσης (Παράρτημα Ι) που προωθούν την πρόοδο και τη συνεργασία των ΜΜΕ στο ευρωπαϊκό περιβάλλον.

Συνοπτικά, οι κοινοτικές ερευνητικές δραστηριότητες και η χρηματοδότησή τους εντάχθηκαν στα πενταετή προγράμματα πλαίσια (ΠΠ) έρευνας, τεχνολογικής ανάπτυξης και επίδειξης από το 1984. Ενδεικτικά αναφέρονται τα τελευταία δύο ΠΠ:

Το 5ο Πρόγραμμα Πλαίσιο 1998-2002¹³. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα-πλαίσιο απαρτίζεται από τέσσερα θεματικά προγράμματα που καλύπτουν το σύνολο των επιστημονικών, τεχνολογικών και κοινωνικών προκλήσεων στην Ε.Ε. και τρία οριζόντια προγράμματα που καλύπτουν το σύνολο των τομέων των εξωτερικών σχέσεων, της κατάρτισης και της συμμετοχής των Μ.Μ.Ε. Το τρέχον 6ο Πρόγραμμα Πλαίσιο (2002-2006) για την Έρευνα, την Τεχνολογική Ανάπτυξη και την Επίδειξη είναι συνολικού προϋπολογισμού 17.5 δισεκατομμυρίων ευρώ και αποτελείται από τρία Ειδικά Προγράμματα.

Αυτά είναι :

- Πρόγραμμα Εστίασης και Ολοκλήρωσης
- Πρόγραμμα Δόμησης του Ευρωπαϊκού Χώρου Έρευνας
- Πρόγραμμα Ενίσχυσης των Βάσεων του Ευρωπαϊκού Χώρου Έρευνας

Το πρώτο πρόγραμμα (Πρόγραμμα Εστίασης και Ολοκλήρωσης) υποδιαιρείται σε δύο τμήματα.

¹² Πράσινο Βιβλίο της Επιτροπής της 21 Ιανουαρίου 2003, για την επιχειρηματικότητα [COM (2003) 27 τελικό]

¹³ Επίσημη Εφημερίδα αριθ. L 26 της 01.02.1999

Από αυτά το πρώτο υποπρόγραμμα χωρίζεται σε επτά επί μέρους θεματικά προγράμματα και αφορά τομείς όπως οι Βιοεπιστήμες, η Γονιδιωματική, η Βιοτεχνολογία της Υγείας, οι Τεχνολογίες της Κοινωνίας της Πληροφορίας, Ποιότητα και Ασφάλεια Τροφίμων για τους Πολίτες και τέλος Διακυβέρνηση της Κοινωνίας της Γνώσης .

Το δεύτερο υποπρόγραμμα χωρίζεται σε δράσεις με πιο οριζόντιο χαρακτήρα όπως:

- Έρευνα για ενίσχυση των πολιτικών
- Νέες Ανερχόμενες Επιστήμες και Τεχνολογίες
- Ειδικά Μέτρα για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις
- Διεθνής Επιστημονική Συνεργασία
- Δραστηριότητες Κοινοτικών Ερευνητικών Κέντρων

Αναλυτικότερα τα *ειδικά μέτρα* για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στο 6ο ευρωπαϊκό πρόγραμμα πλαίσιο στοχεύουν στην ενθάρρυνση και τη διευκόλυνση της συμμετοχής των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στο Πρόγραμμα αυτό. Αποτελείται από τρία επιμέρους προγράμματα:

- Συνεργατική Έρευνα
- Συλλογική Έρευνα
- Οικονομική & Τεχνολογική Ευφυΐα

Το Πρόγραμμα αυτό δίνει την ευκαιρία σε ΜΜΕ να αναθέσουν μεγάλο ή όλο το ποσοστό έρευνας σε τρίτους φορείς όπως: Πανεπιστήμια, Ερευνητικά Κέντρα, Ερευνητικά Ιδρύματα, Τεχνολογικά Ινστιτούτα. Οι φορείς αυτοί αναλαμβάνουν με συμβάσεις έργου, ως *υπεργολάβοι έρευνας και ανάπτυξης*, την επίλυση δια μέσου της έρευνας κοινών τεχνολογικών προβλημάτων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στο πρόγραμμα (Παράρτημα II).

Μια ακόμα παρεμφερής προσπάθεια έγινε με την υιοθέτηση του Πολυετούς Προγράμματος για τις Επιχειρήσεις διάρκειας πέντε χρόνων (2000-2005). Το πρόγραμμα αυτό για τις επιχειρήσεις και την επιχειρηματικότητα¹⁴ προβλέπει πέντε ειδικότερους άξονες: προώθηση της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας ως αξιόλογης και παραγωγικής δυνατότητας· δημιουργία ευνοϊκών νομοθετικών καθώς και φιλικών προς τις επιχειρήσεις συνθηκών για την ανάπτυξη της έρευνας, της καινοτομίας και της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας· βελτίωση του οικονομικού περιβάλλοντος για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις· ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε μια οικονομία η οποία θα βασίζεται

¹⁴ Απόφαση (2000/819/ΕΚ) του Συμβουλίου σχετικά με ένα πολυετές πρόγραμμα για τις επιχειρήσεις και την επιχειρηματικότητα, ιδίως για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) (2001 - 2005) [Επίσημη Εφημερίδα L 333, 29.12.2000]

στη γνώση· δημιουργία και συντονισμός δικτύων υποστήριξης και παροχής υπηρεσιών για επιχειρήσεις.

Συνολικά ως βασικός στόχος της κοινοτικής πολιτικής της ένωσης καθορίστηκε ο εξής:

«Θα ενισχύσουμε τόσο τα υφιστάμενα προγράμματα που αποσκοπούν στην προώθηση της διάδοσης της τεχνολογίας προς τις μικρές επιχειρήσεις, όσο και τη δυνατότητα των μικρών επιχειρήσεων να εντοπίζουν, να επιλέγουν και να προσαρμόζουν τις τεχνολογίες. Θα καλλιεργήσουμε τη συνεργασία και τις ανταλλαγές στον τομέα της τεχνολογίας ανάμεσα σε εταιρείες διαφορετικών μεγεθών και ειδικότερα ανάμεσα στις ευρωπαϊκές μικρές επιχειρήσεις, θα αναπτύξουμε αποτελεσματικότερα ερευνητικά προγράμματα που θα εστιάζονται στην εμπορική εφαρμογή της γνώσης και της τεχνολογίας και θα αναπτύξουμε και θα προσαρμόσουμε τα συστήματα ποιότητας και πιστοποίησης για τις μικρές επιχειρήσεις. Είναι σημαντικό να διασφαλιστεί ότι θα υπάρχει κοινοτικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας και θα είναι εύκολα προσιτό στις μικρές επιχειρήσεις. Θα καλλιεργήσουμε τη συμμετοχή των μικρών επιχειρήσεων στη συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων, σε τοπικό, εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, καθώς και τη συνεργασία μεταξύ μικρών επιχειρήσεων και ανώτατων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και ερευνητικών ιδρυμάτων. Συνεπώς, πρέπει να υποστηριχθούν οι δράσεις σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο που αποσκοπούν στην ανάπτυξη ομίλων και δικτύων μεταξύ επιχειρήσεων, να αυξηθεί η πανευρωπαϊκή συνεργασία μεταξύ μικρών επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν τεχνολογίες της πληροφορίας, να διαδοθεί η βέλτιστη πρακτική σε συμφωνίες συνεργασίας και να υποστηριχθεί η συνεργασία μεταξύ μικρών επιχειρήσεων, έτσι ώστε να βελτιωθούν οι δυνατότητές τους να διεισδύουν σε πανευρωπαϊκές αγορές και να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους σε αγορές τρίτων χωρών».

1.5 Αναλυτικότερη επισκόπηση δράσεων Ευρωπαϊκή Ένωσης στα πλαίσια για την ανάπτυξη των ΜΜΕ.

Όλες οι παραπάνω κοινοτικές οδηγίες και τα προγράμματα διαμορφώνονται στα πλαίσια του γεγονότος ότι οι μικρές επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν την τεράστια πλειοψηφία των επιχειρήσεων στην Ευρώπη¹⁵. Όμως η καθιέρωση κάποιων μέτρων πολιτικής δεν είναι μόνο ζήτημα που αφορά ευρωπαϊκούς οργανισμούς αλλά τις ίδιες τις επιχειρήσεις. Για το λόγο αυτό η βασική προϋπόθεση για να διαμορφωθεί και να εφαρμοστεί η πολιτική και νομοθεσία της Ε.Ε. είναι η συνεργασία και επικοινωνία με τις επιχειρήσεις για τις οποίες γίνεται η αντίστοιχη ρύθμιση. Η Επιτροπή έχει αναλάβει έχει αναλάβει τη δέσμευση να προωθήσει την έγκαιρη συμμετοχή όλων των ενδιαφερομένων στη διαμόρφωση νομοθεσίας και πολιτικής. Έως τώρα

¹⁵ Eurostat Yearbook 2004. ISBN: 92-894-4963-2, European Communities 2004.

εμφανίζεται ανεπαρκής ο ρυθμός της συστηματικής διαβούλευσης με τις μικρές επιχειρήσεις. Πολύ λίγα κράτη μέλη εφήρμοσαν μέτρα προς το σκοπό αυτό. Για παράδειγμα στη Φιλανδία οργανώσεις επιχειρήσεων συμμετέχουν σε νομοπαρασκευαστικές επιτροπές. Επίσης η Δανία, η Φιλανδία, το Ην. Βασίλειο, η Σουηδία και η Νορβηγία εφαρμόζουν συστηματική διαβούλευση με τους εκπροσώπους των Μικρών επιχειρήσεων. Τέλος, αναφέρεται και η περίπτωση της Ισπανίας, του Λουξεμβούργου και της Αυστρίας, οι οποίες ζητούν τη γνώμη οργανώσεων των επιχειρήσεων, όπως τα εμπορικά επιμελητήρια, πριν από την έκδοση της νομοθεσίας. Έτσι, κρίνεται χρήσιμο σε κοινοτικές οδηγίες προς τις χώρες-μέλη να μεριμνήσουν προς το σκοπό αυτό, δηλαδή την ανάπτυξη διαλόγου με τις επιχειρήσεις ακόμα και με ηλεκτρονικά συστήματα διαβούλευσης.

Ένα άλλο βασικό στοιχείο της πολιτικής που εφαρμόζει η Ένωση για τις ΜΜΕ είναι τα πλεονεκτήματα της αμοιβαίας μάθησης. Η συνεργασία και αμοιβαία ανταλλαγή πληροφοριών και πολιτικών αποτελεί σημαντικό επίτευγμα της Ε.Ε. και αποτελεί σημάδι προόδου. Εάν τα κράτη μέλη μαθαίνουν το ένα από το άλλο και ανταλλάσσουν απόψεις και ορθές πρακτικές, αποφεύγονται λάθη, παραλείψεις αλλά και η απώλεια χρόνου ως προς την επίτευξη της ευημερίας των πολιτών. Παράδειγμα αποτελεί η Σουηδία με την εφαρμογή ενός προγράμματος εγγύησης δανείων για τις Μ.Μ.Ε., που αποτελεί εξέλιξη των συστημάτων που είχαν ακολουθήσει παλιότερα οι Κάτω Χώρες και η Φιλανδία. Η περίπτωση του Βελγίου που εμπνεύστηκε την πολιτική της Δανίας για τους ομίλους επιχειρήσεων.

Επιπλέον, αυτή η ανταλλαγή ορθών πρακτικών συντελεί σημαντικά και στην γεφύρωση του χάσματος των επιδόσεων των χωρών – μελών. Η ισόρροπη ανάπτυξη των χωρών μελών στην Ευρώπη αποτελεί κρίσιμο σημείο για την ενοποίηση της Ευρώπης, καθώς και για την ανάπτυξη των μικρών επιχειρήσεων. Όμως η πραγματικότητα δεν δείχνει να συμβαδίζει με την θεωρία. Το κενό που υπήρχε ανάμεσα σε χώρες της Ευρώπης εξακολουθεί να υπάρχει.

Αναφέρεται χαρακτηριστικά η περίπτωση των χωρών που εφαρμόζουν άμεσους και απλουστευμένους τρόπους για την έναρξη των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης ή επιτρέπουν την εκπλήρωση υποχρεώσεων μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή (π.χ. Δανία, Σουηδία, Νορβηγία, Ισπανία, Γαλλία και Αυστρία). Σε άλλες χώρες όμως δεν παρέχονται τόσο ανεπτυγμένες πρακτικές για την διευκόλυνση της λειτουργίας των ΜΜΕ. Παρόλο που ο σκοπός της Ε.Ε. ήταν ότι : *«Το κόστος της εκκίνησης των επιχειρήσεων πρέπει να συγκαταλέγεται μεταξύ των ανταγωνιστικότερων στον κόσμο. Οι χώρες με τις μεγαλύτερες καθυστερήσεις και τις πιο πολύπλοκες διαδικασίες για την έγκριση νέων εταιρειών πρέπει να ενθαρρυνθούν να συμβαδίσουν με τις ταχύτερες»*.

Ένα άλλο κρίσιμο σημείο της πολιτικής είναι η απόκτηση επιχειρηματικής αντίληψης και ικανότητας του ευρωπαϊού πολίτη. Σύμφωνα με την Ε.Ε. : «*Η Ευρώπη θα συμβάλλει στην ανάπτυξη επιχειρηματικού πνεύματος και νέων δεξιοτήτων από τη μικρή ηλικία. Οι γενικές γνώσεις για την επιχειρηματική δραστηριότητα και το επιχειρηματικό πνεύμα πρέπει να διδάσκονται σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης. Ειδικά προγράμματα σπουδών που να αφορούν τις επιχειρήσεις θα πρέπει να αποτελούν βασικό συστατικό των εκπαιδευτικών συστημάτων της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και στα κολέγια και στα πανεπιστήμια. Θα ενθαρρύνουμε και θα προωθήσουμε τις επιχειρηματικές προσπάθειες των νέων και θα αναπτύξουμε τα κατάλληλα συστήματα κατάρτισης διευθυντικών στελεχών μικρών επιχειρήσεων*».

Ήδη σε ορισμένες χώρες εφαρμόζουν κατάλληλη εκπαίδευση στα δημοτικά σχολεία και στα σχολεία μέσης εκπαίδευσης. Χώρες όπως η Ιρλανδία, η Φιλανδία, η Νορβηγία, η Σουηδία και η Αγγλία έχουν καθιερώσει μαθήματα δημοτικής εκπαίδευσης για την απόκτηση της επιχειρηματικής δεξιοτεχνίας. Επίσης, το Βέλγιο, η Δανία, η Ελλάδα, η Ιρλανδία, το Λουξεμβούργο, η Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο στράφηκαν και ως προς τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Σημειώνεται ότι στην Ελλάδα και την Ισπανία ενθαρρύνονται στρατηγικές για την επαγγελματική κατάρτιση διευθυντών των μικρών επιχειρήσεων. Έτσι με την δεύσμεση των κρατών μελών για ελάφρυνση των μέτρων που παρεμποδίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα και η εκπαίδευση των πολιτών σημαίνουν μια νέα προοπτική για την Ευρωπαϊκή οικονομία.

Η ανακοίνωση για τη δια βίου κατάρτιση και το «λεπτομερές πρόγραμμα εργασίας για την επίτευξη των στόχων των συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ευρώπη» ορίζουν το επιχειρηματικό πνεύμα ως βασική δεξιότητα. Τα προγράμματα Leonardo da Vinci και Socrates χρηματοδοτούν διάφορα έργα που αφορούν την επιχειρηματικότητα, από την προώθηση επιχειρηματικού πνεύματος στα σχολεία μέχρι τη στήριξη προγραμμάτων μεταπτυχιακών σπουδών στον τομέα της επιχειρηματικότητας.

Ακόμη, η Ε.Ε. προωθεί την πλήρη απελευθέρωση της διακίνησης αγαθών, υπηρεσιών και κεφαλαίων μέσα στα σύνορά της. Το ίδιο συμβαίνει και για την εγκατάσταση των επιχειρήσεων πέρα από τα εθνικά σύνορα με την αρωγή ενός νομοθετικού πλαισίου καθορισμένο στη Βαρκελώνη, που έχει υιοθετηθεί μόνο από το 1/3 των χωρών της Ένωσης¹⁶. Συγκεκριμένα η πρόθεση της Ε.Ε. είναι: «*να συνεχίσουν τις μεταρρυθμίσεις που πραγματοποιούνται ήδη, με σκοπό τη ολοκλήρωση, στην Ένωση, μιας πραγματικής εσωτερικής αγοράς, φιλικής προς τις*

¹⁶ Οι χώρες αυτές είναι η Δανία, οι Κάτω Χώρες, η Φινλανδία, η Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο.

μικρές επιχειρήσεις, σε τομείς που έχουν ζωτική σημασία για την ανάπτυξη των μικρών επιχειρήσεων, περιλαμβανομένου του ηλεκτρονικού εμπορίου, των τηλεπικοινωνιών, των επιχειρήσεων κοινής ωφελείας, των δημοσίων συμβάσεων και των συστημάτων διασυννοριακών πληρωμών. Πρέπει να εφαρμόζονται αυστηρά οι ευρωπαϊκοί και εθνικοί κανόνες περί ανταγωνισμού για να εξασφαλιστεί ότι οι μικρές επιχειρήσεις θα έχουν όλες τις δυνατότητες να εισέρχονται σε νέες αγορές και να ανταγωνίζονται σε ισότιμη βάση».

Μια άλλη σημαντική πτυχή της προσπάθειάς της Ε.Ε. για την προώθηση των ΜΜΕ είναι και τα βήματα που έχουν γίνει στην ενίσχυση των τεχνολογικών δυνατοτήτων τους. Τα δίκτυα τεχνολογίας για τη μεταφορά τεχνογνωσίας από τα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά ινστιτούτα στις μικρές επιχειρήσεις είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημα στην τόνωση της ανταγωνιστικότητας και της βιωσιμότητας σε όλους τους τομείς της οικονομικής δράσης. Φιλόδοξες πρωτοβουλίες προς αυτή την κατεύθυνση έχουν ληφθεί σε χώρες όπως η Δανία, η Γερμανία, η Ελλάδα, η Ιρλανδία και η Αυστρία.

Βαρύνουσα σημασία δίνεται επίσης στην καινοτομία που εξαρτάται από την έρευνα, την τεχνολογία και τον ανταγωνισμό. Οιοσδήποτε φραγμός και τα εμπόδια στην καινοτομία πρόκειται να εξαλειφθούν, με την ενθάρρυνση της δημιουργίας εκπαιδευτικών συστημάτων για την κατάρτιση ενός ειδικευμένου και δια βίου εκπαιδευόμενου εργατικού δυναμικού (Συμβούλιο της Λισσαβόνας). Από στατιστικές αναλύσεις του Παρατηρητηρίου Ευρωπαϊκών ΜΜΕ, διαπιστώνεται ένα ποσοστό της τάξης του 20% των πολύ μικρών επιχειρήσεων και ένα 30% των μικρών¹⁷, θεωρούν ότι η έλλειψη ειδικευμένου εργατικού δυναμικού αποτελεί το πρώτο και πιο σημαντικό εμπόδιό τους. Ορισμένα κράτη όπως η Ιρλανδία, η Γερμανία και η Ιταλία έχουν δείξει ενδιαφέρον να βελτιώσουν το χάσμα των δεξιοτήτων, ώστε να λυθεί το πρόβλημα της έλλειψης ειδικευμένου εργατικού δυναμικού. Η Ευρώπη συνολικά εφαρμόζει το πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για την Απασχόληση και του Σχεδίου Δράσης για τις δεξιότητες και την κινητικότητα.

Μια ιδιαίτερα σημαντική έκθεση για την κατάσταση της καινοτομίας στην Ευρώπη εκδόθηκε πρόσφατα από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Πρόκειται για την έκδοση *"Οικοδομώντας μια οικονομία της καινοτομίας στην Ευρώπη"*¹⁸ στην οποία συνοψίζονται τα συμπεράσματα δώδεκα μελετών που εκπονήθηκαν από διαφορετικές ερευνητικές ομάδες και καλύπτουν ένα μεγάλο

¹⁷ Πηγή: Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ 2002/1 «Τα σημαντικότερα στοιχεία της έρευνας του 2001».

¹⁸ Πηγή: CORDIS

αριθμό θεμάτων: πολιτική για την καινοτομία, μεταφορά τεχνολογίας, χρηματοδότηση και διαχείριση καινοτομίας κ.ά.

Οι εννέα από τις μελέτες αυτές εξετάζουν τις τάσεις και τις επιπτώσεις της ευρωπαϊκής πολιτικής για την καινοτομία, ενώ οι άλλες τρεις αντιμετωπίζουν θέματα που αφορούν τη χρηματοδότηση της καινοτομίας, την προώθηση τεχνικών διαχείρισης της στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και την ανάπτυξη εθνικών και περιφερειακών στρατηγικών για την καινοτομία. Οι μελέτες καταδεικνύουν τον κρίσιμο ρόλο της καινοτομίας στην ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και την οικονομική ανάπτυξη. Η καινοτομία οδηγεί σε νέα προϊόντα, υπηρεσίες και διεργασίες, και μπορεί να δημιουργήσει νέες αγορές σε νέα πεδία οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας. Οι επιχειρήσεις είναι αυτές που πρέπει να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις της καινοτομίας και να αδράξουν τις ευκαιρίες που εμφανίζονται. Από την άλλη μεριά, ζωτικής είναι ο ρόλος του δημόσιου τομέα στη δημιουργία εκείνων των συνθηκών που μπορούν να οδηγήσουν στη μεγιστοποίηση ευρύτερων κοινωνικών και οικονομικών οφελών.

Στην έκδοση αυτή, οι περιλήψεις των μελετών κατηγοριοποιούνται σε πέντε κεφάλαια όπου παρουσιάζονται θέματα που αφορούν

- την πολιτική για την καινοτομία σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο
- τη μεταφορά τεχνολογίας - τη "μετατροπή" δηλαδή των ερευνητικών αποτελεσμάτων σε εμπορικά προϊόντα και υπηρεσίες
- τη χρηματοδότηση της καινοτομίας - ιδιαίτερα, από τράπεζες και κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών
- τη διαχείριση της καινοτομίας μέσα στις επιχειρήσεις, και ειδικότερα στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις
- την καινοτομία στις περιφέρειες

Ακολουθούν μερικά βασικά σημεία που επισημαίνονται στις μελέτες:

Ο ρόλος της καινοτομίας γίνεται ολοένα και πιο σημαντικός στη σημερινή παγκόσμια, βασισμένη στη γνώση, οικονομία. Η ανταγωνιστικότητα εξαρτάται, σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με το παρελθόν, από τη δυνατότητα των τομέων των κατασκευών και των υπηρεσιών να αντιμετωπίσουν τις ραγδαίως μεταβαλλόμενες ανάγκες της αγοράς, γρήγορα και αποτελεσματικά, μέσω της εφαρμογής των νέων τεχνολογιών. Η αφομοίωση και η εφαρμογή της νέας γνώσης με στόχο τη βελτίωση της παραγωγικότητας και τη δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών βασίζεται στην επιστημονική εφευρετικότητα και το επιχειρηματικό ταλέντο. Στον 21ο αιώνα η καινοτομία θα αποτελεί την πρωταρχική κινητήρια δύναμη για μια επιτυχημένη βιομηχανική και επιχειρηματική πολιτική, ενώ θα πρέπει να "τονώσει" τις πολιτικές σε τομείς όπως η εκπαίδευση, το εργασιακό δίκαιο και η φορολογία.

Η καινοτομία θα πρέπει να λαμβάνει χώρα σε επιχειρήσεις όλων των μεγεθών, σε κάθε τομέα δραστηριότητας, και όχι μόνο σε τομείς υψηλής τεχνολογίας, όπως η βιοτεχνολογία και οι τεχνολογίες πληροφορικής. Αυτοί οι "αναδυόμενοι" τομείς αποτελούν βέβαια κρίσιμο μοχλό για την οικονομία, καταλαμβάνουν όμως ακόμη σχετικά μικρό ποσοστό στο ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η πολιτική για την καινοτομία θα πρέπει να εστιάζεται και στους πιο παραδοσιακούς τομείς της βιομηχανίας, όπου απασχολούνται οι περισσότεροι εργαζόμενοι στην Ε.Ε. Η νέα γνώση δεν δημιουργείται μόνο μέσα από την έρευνα και την ανάπτυξη. Αποκτάται και ως αποτέλεσμα των επενδύσεων στη βιομηχανία και μέσω της ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού.

Οι επιδόσεις στην καινοτομία ποικίλλουν στα κράτη μέλη. Επίσης, η ικανότητα για καινοτομία στον βιομηχανικό τομέα παρατηρείται κυρίως στις μεγαλύτερες εταιρείες και λιγότερο στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. Υπάρχει βέβαια ένας αριθμός ευέλικτων και δυναμικών, βασισμένων στην τεχνολογία, ΜΜΕ που συνεισφέρουν στην τεχνολογική πρόοδο, σημειώνουν σημαντικές επιτυχίες στις διεθνείς αγορές, και αναπτύσσονται με ταχείς ρυθμούς. Οι ΜΜΕ δεν αξιοποιούν όμως επαρκώς τους εσωτερικούς πόρους και τα εξωτερικά δίκτυα που είναι απαραίτητα για την εύκολη πρόσβαση στη γνώση, στις δεξιότητες, στις τεχνολογίες και στις χρηματοδοτήσεις, παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται η καινοτομία.

Ωστόσο η καινοτομία είναι μάλλον συστημική (systemic) παρά γραμμική. Οι διεργασίες δηλαδή για την καινοτομία είναι πολυδιάστατες, περιλαμβάνουν πολλούς διαφορετικούς "παίκτες", και συχνά λαμβάνουν χώρα σε μεγάλες χρονικές περιόδους. Η καινοτομία απαιτεί την ανάπτυξη, με την πάροδο του χρόνου, υψηλά διασυνδεδεμένων συστημάτων που να διασφαλίζουν την ελεύθερη ροή της πληροφορίας μεταξύ μεγάλων επιχειρήσεων, ερευνητών, επιχειρηματιών, επενδυτών, συμβούλων, τοπικών αρχών και άλλων παραγόντων. Μια επιτυχημένη καινοτομία μπορεί να συνεπάγεται μια μεταφορά τεχνολογίας - για παράδειγμα από ένα πανεπιστήμιο ή ερευνητικό κέντρο σε μια εταιρεία - αλλά αυτό αποτελεί μάλλον ένα μεμονωμένο γεγονός. Μια επιτυχημένη μεταφορά τεχνολογίας εξαρτάται κυρίως από άλλους παράγοντες, πριν και μετά τη μεταφορά, και επηρεάζεται από τις συνθήκες που επικρατούν στο τοπικό ή στο εθνικό περιβάλλον καινοτομίας.

Το τελευταίο διάστημα έχουν ενταθεί οι προσπάθειες για την οικοδόμηση ενός Ευρωπαϊκού Χώρου Καινοτομίας γύρω από υποδομές που προκύπτουν από ευρωπαϊκές πρωτοβουλίες, όπως οι στρατηγικές για Περιφερειακή Ανάπτυξη και Μεταφορά Τεχνολογίας (RITTS) και το Δίκτυο των Κέντρων Αναδιανομής Καινοτομίας (IRCs). Στις αμέσως επόμενες ενότητες περιγράφονται θεωρητικές προσεγγίσεις των συστημάτων αυτών.

Κεφάλαιο 2. Συστήματα Προώθησης Καινοτομίας

2.1 Δίκτυα και καινοτομικότητα

Σε μια παγκοσμιοποιημένη οικονομία καμία επιχείρηση δεν μπορεί να πετύχει εάν είναι απομονωμένη. Ως εκ τούτου πολλές επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να υιοθετούν στρατηγικές συμμαχίες και να συμμετέχουν σε ενδοεπιχειρησιακά δίκτυα, εξαιτίας του χαμηλότερου κόστους, της αυξανόμενης ευελιξίας και της καλύτερης αποτελεσματικότητας τους (Grandori & Soda, 1995). Ο όρος 'δίκτυο' προσδιορίζει ένα σύμπλεγμα 'μονάδων' που διασταυρώνονται σε ένα σχηματισμό πλέγματος. Είναι οι μηχανισμοί, οι δεσμοί και οι σχέσεις που φέρνουν σε επαφή κάποιες 'μονάδες', οι οποίες συνδιαμορφώνουν το δίκτυο.

Στην οικονομία τα δίκτυα είναι οι συνδετικοί κρίκοι ανάμεσα στην αγορά και τις επιχειρήσεις (Thorelli, 1986). Άλλοι συγγραφείς υποστηρίζουν ότι τα δίκτυα είναι ένας τρίτος τύπος οργάνωσης, που διαφέρει από τις επιχειρήσεις και την αγορά (Powell, 1990). Σε γενικές γραμμές τα δίκτυα είναι ευρύτεροι σχηματισμοί που προωθούν τη συνεργασία.

Τα Καινοτομικά Συστήματα αποτελούν μορφές δικτύων που στηρίζουν την καινοτομία. Ειδικότερα, το καινοτομικό σύστημα είναι αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης ανάμεσα στην επιστημονικό - τεχνολογικό σύστημα και το παραγωγικό σύστημα. Αν το επιστημονικό και τεχνολογικό σύστημα (που ονομάζεται σύστημα Έρευνας και Ανάπτυξης) το απομονώσουμε από τον παραγωγικό σύστημα δεν μπορούμε να μιλήσουμε για ένα καινοτομικό σύστημα. Με άλλα λόγια το Καινοτομικό Σύστημα επιβάλλει την ύπαρξη των άλλων δύο συστημάτων και την αλληλεπίδραση μεταξύ τους. Επιπλέον, η αλληλεπίδραση αυτή απαιτεί κάποιους μηχανισμούς (ζώνες μετάβασης) και τους ενδιάμεσους παράγοντες για να λειτουργήσει. Οι πιο γνωστοί από αυτούς είναι τα Ερευνητικά Κέντρα, τα Τεχνοπάρκα, τα Τεχνολογικά κέντρα, οι Σύμβουλοι Τεχνολογίας και τα Δίκτυα Πληροφοριών. Αλλά το καινοτομικό σύστημα δεν ολοκληρώνεται εδώ. Στις ζώνες αλληλεπίδρασης συναντά κανείς τον ανθρώπινο παράγοντα π.χ. η 'εταιρική έρευνα' είναι θέμα κουλτούρας και χρειάζεται κατάρτιση. Επιπλέον η δημιουργία των δομικών μονάδων του καινοτομικού συστήματος (εταιρικά ερευνητικά κέντρα, 'επωαστήρια') χρειάζεται η απαραίτητη οικονομική ενίσχυση και γενικά η δημόσια βοήθεια, τουλάχιστον στην αρχή.

Γενικότερα μπορούμε να θεωρήσουμε το σύστημα καινοτομίας ως ένα μίγμα χαρακτηριστικών: η υποδομή και οι πολιτικές, που καθορίζουν τη θέση της οικονομίας να εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που παρέχονται από τις νέες τεχνολογίες (Fombrun, 1982). Το πρόβλημα που εμφανίζεται στην εφαρμογή της πολιτικής αυτής είναι οι γεωγραφικές αποστάσεις μεταξύ των περιοχών. Και βέβαια όσο μεγαλύτερη είναι η απόσταση τόσο χαμηλότερος είναι ο βαθμός ροής της γνώσης που υπάρχει μεταξύ τους (Maurseth & Verspagen, 1999). Επιπλέον, οι ροές

γνώσης είναι μεγαλύτερες στο εσωτερικό των χωρών παρά ανάμεσα στις διάφορες χώρες. Ακόμα έχει αποδειχτεί εμπειρικά ότι σε ευρωπαϊκό επίπεδο, οι ροές γνώσεων είναι εντονότερες μεταξύ των περιοχών που έχουν παρόμοιες ή συμπληρωματικές ειδικεύσεις στην παραγωγή. Στη σχετική βιβλιογραφία περιγράφονται οι ισχυρές επιρροές που οδηγούν στο σχηματισμό των δεσμών ανάμεσα σε γεωγραφικά όμορες περιοχές και τεχνολογικά παρόμοιες δραστηριότητες στο περιβάλλον της οικονομίας (Edquist, 2000). Εντούτοις οι επαφές μεταξύ των επιχειρήσεων και των επιστημονικών κοινοτήτων συντελούν στην δημιουργία δικτύων που αποτελούν το δυναμικό στοιχείο στην ανάπτυξη μιας σύγχρονης οικονομίας βασισμένης στη γνώση και στην καινοτομία (Lundgren, 1995).

Άλλωστε επειδή, η σύγχρονη οικονομία χαρακτηρίζεται ως «οικονομία μάθησης» εμφανίστηκε η ανάγκη για ενεργητική συμμετοχή των επιχειρήσεων σε δίκτυα μεταφοράς γνώσεων και πληροφοριών (Oerlemans et al, 1998). Η ανάγκη αυτή ενισχύεται στις ΜΜΕ οι οποίες δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στον παγκόσμιο ανταγωνισμό βασισμένες στις παραδοσιακές αρχές μείωσης του κόστους (Nelson & Winter, 1982).

Με αυτή την νέα προσέγγιση για οργάνωση δικτύων ανακάμπτεται το ενδιαφέρον για την καινοτομία, ως μια «διαδραστική» διαδικασία, καθώς επίσης και ο επανακαθορισμός της επιχείρησης ως ένας οργανισμός μάθησης μέσα σε ένα ορισμένο «ανστιτουτοκεντρικό» πλαίσιο (Nelson & Winter:1982, Freeman & Perez:1988, Lundvall:1988, Kline & Rosenberg:1986). Η συλλογή πληροφοριών για την ανάπτυξη παρουσιάζεται ως μονόδρομος για τις επιχειρήσεις και ιδιαίτερα για τις ΜΜΕ, που δεν έχουν τμήματα Ε&Α στην κατοχή τους. Αυτή η συλλογή ή παραγωγή νέας γνώσης γίνεται σε άλλους φορείς, προσανατολισμένους στην δραστηριότητα, και μεταφέρεται στις επιχειρήσεις. Η μεταφορά αυτή γίνεται μέσω δικτύων.

Η σύλληψη της δικτύωσης δίνει έμφαση στην αμφίδρομη διαδικασία κατά την οποία οι επιχειρήσεις έχουν ενεργό συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις και υποστηρίζονται από ινστιτούτα¹⁹ και οργανισμούς. Παράδειγμα αποτελούν οι βιομηχανικοί σύνδεσμοι, οι σύνδεσμοι Ε&Α και καινοτομίας, τα παραγωγικά κέντρα, τα πανεπιστήμια, τα Κέντρα Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, καθώς και υπηρεσίες τραπεζικές και χρηματιστικές, που παίζουν ένα ρόλο – κλειδί στην εισαγωγή νέων προϊόντων, νέων διαδικασιών και νέων τύπων οργάνωσης για οικονομική χρήση.

Ειδικότερα, για τις ΜΜΕ, η ομαδοποίηση – σε δίκτυα – πιστεύεται ότι προσφέρει μοναδικές ευκαιρίες για να καταπιαστούν με ένα ευρύ φάσμα εγχώριων διασυνδέσεων μεταξύ των

¹⁹ Formal definitions of “institutions” stress the “persistent and connected set of rules, formal and informal, that prescribe behavioral roles, constrain activity and shape expectations... they... give order to expectations and allow actors to coordinate under conditions of uncertainty” (Storper:1998,24 - Edquist and Johnson:1997).

χρηστών και των παραγωγών, αλλά και με τον τομέα παραγωγής γνώσεων (πανεπιστήμια και ινστιτούτα E&A) και τους τομείς παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών μιας οικονομίας που θέτει σε λειτουργία τις γνώσεις και την καινοτομία (Meyer & Stamer: 1998, UNCTAD: 1998, Nadvi & Schmitz:1997, Nadvi:1995). Για παράδειγμα, διατηρώντας κάθετες διασυνδέσεις ανάμεσα σε χρήστες και παραγωγούς μπορεί να μειωθεί το κόστος που σχετίζεται με την πληροφόρηση και την επικοινωνία, το ρίσκο που συνδέεται με την εισαγωγή νέων προϊόντων και ο χρόνος που χρειάζεται να μεταφερθεί μια καινοτομία από το εργαστήριο ή το σχεδιαστήριο στην αγορά (Lundvall:1988, Lundvall: 1992, Ernst, Ganiatsos & Mytelka: 1998, Nelson: 1993).

Από την άλλη πλευρά, η οριζόντια συνεργασία ανάμεσα σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου, δύναται να αποφέρει «συλλογικές αποδοτικότητες»²⁰ (Schmitz, 1997) με την έννοια ότι μειώνει το κόστος συναλλαγής, επιταχύνει την καινοτομία διαμέσου της γρηγορότερης επίλυσης προβλημάτων και πρόσβασής στην αγορά. Από άλλες μελέτες εντοπίστηκαν θετικές εξωτερικότητες που παράγονται από την ομαδοποίηση (clustering). Μερικές από αυτές είναι η διαθεσιμότητα ειδικευμένου προσωπικού, συγκεκριμένα είδη υποδομών, άτυπες ανταλλαγές καινοτομικής παραγωγής και γνώσεων (Storper 1995, Maskell 1996). Οι μελέτες αυτές προβάλλουν επιπλέον το βοηθητικό ρόλο που παίζουν τα πολιτικά και κοινωνικά ινστιτούτα και οι πολιτικές των κυβερνήσεων, στην ανάπτυξη της συλλογικής δραστηριότητας και στην μετατροπή τέτοιων δικτύων σε συστήματα καινοτομίας και παραγωγής σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο (Brusco 1982, Piore and Sable 1984, Morgan & Sayer 1988, Storper & Scott 1993, Wolfe & Gertler 1998).

2.2 Εθνικά Συστήματα Καινοτομίας

Η οικονομική βιβλιογραφία προτείνει ότι η τεχνική αλλαγή και η καινοτομία είναι κρίσιμοι παράγοντες για την εξέλιξη της δυναμικής οικονομίας που είναι βασισμένη στη γνώση και των οικονομιών μάθησης που εμπεριέχονται σε αυτή. Η επίδραση της καινοτομίας σε μια χώρα πραγματοποιείται μέσα από τα δίκτυα ροής γνώσης και νέων τεχνολογιών. Το δίκτυο αυτό οργανώνεται από κρατικές υπηρεσίες και ονομάζεται Εθνικό Σύστημα Καινοτομίας (ΕΣΚ).

Στην ουσία η προσέγγιση αυτή βασίζεται στην πεποίθηση ότι η καινοτομία είναι μια διαλογική, θεσμικά ενσωματωμένη διαδικασία όπου υπηρεσίες και οργανισμοί επικοινωνούν, συνεργάζονται και καθιερώνουν τις μακροπρόθεσμες σχέσεις. Αρχικά οι επιστήμονες εξέταζαν τα εθνικά σχέδια της καινοτομικής δραστηριότητας και αργότερα εισήγαγαν την έννοια των εθνικών συστημάτων καινοτομίας (Freeman (1982, 1987), Lundvall (1988, 1992) και Nelson

²⁰ Collective Efficiencies.

(1993)), καθιερώνοντας έτσι την εφαρμογή της καινοτομίας καθώς και τη συστηματική προσέγγιση καινοτομικών δραστηριοτήτων στο εθνικό πλαίσιο μιας χώρας με απώτερο στόχο τη διάχυση της γνώσης σε εθνικό επίπεδο.

Τα εθνικά καινοτομικά συστήματα προσδιορίζονται με διάφορους τρόπους που αφορούν είτε λειτουργικές είτε γεωγραφικές προσεγγίσεις (Carlsson 2002, Malerba 2002, Niosi 2002). Όμως όπως και να οριστούν τα εθνικά καινοτομικά συστήματα πάντα περιέχουν τη δημιουργία, τη διάχυση και τη χρήση της γνώσης. Ο ορισμός που δίνουν οι Galli και Teubal (1997:345), προσδιορίζει τα εθνικά συστήματα καινοτομίας ως «το σύνολο των οργανισμών²¹, των ινστιτούτων και των σχέσεων για την παραγωγή, διάχυση και την εφαρμογή των επιστημονικών και τεχνολογικών γνώσεων που αναπτύσσονται σε μια συγκεκριμένη χώρα».

Ωστόσο ο ορισμός αυτός απαιτεί τον προσδιορισμό του μεγάλου αριθμού των ινστιτούτων και των οργανισμών που λαμβάνουν μέρος στη δημιουργία των δικτύων ροής γνώσεων, ώστε να είναι δυνατή η ανάλυση των δυνατοτήτων ενός Εθνικού Συστήματος Καινοτομίας (North, 1990). Στους οργανισμούς εντάσσονται οι πολιτικοί, διοικητικοί, ρυθμιστικοί και οικονομικοί δρώντες (Galli & Teubal, 1997:346). Σε ότι αφορά τα ινστιτούτα, αυτά μπορεί να είναι «επίσημα» ή «ανεπίσημα» (Edquist & Johnson, 1997:49). Για παράδειγμα, οι κανονισμοί και οι οδηγίες εκδίδονται από «επίσημα» ινστιτούτα, ενώ οι παραδόσεις, οι συνήθειες πρακτικές και οι κανόνες συνεργασίας είναι αποτελέσματα των «ανεπίσημων» ινστιτούτων. Για τους Edquist και Johnson (1997:50) η διάκριση των «επίσημων» και «ανεπίσημων» ινστιτούτων είναι βασική, εξαιτίας του γεγονότος ότι οι σχέσεις μεταξύ τους διαφοροποιούνται σημαντικά ανάμεσα στις χώρες ή ανάμεσα σε κλάδους στην ίδια τη χώρα. Σε κάθε περίπτωση όμως, κάθε είδους ινστιτούτο παίζει σημαντικό ρόλο μέσα σε ένα ΕΣΚ, παρέχοντας πρακτικές και κανονισμούς που διαμορφώνουν τις σχέσεις ανάμεσα σε ιδιώτες σε διάφορους κλάδους της πολιτικής και της οικονομίας (Hall, 1986:19). Συνεπώς, τα ινστιτούτα δημιουργούν ταυτόχρονα σειρά και συνεκτικότητα, αλλά παράλληλα έχουν και αντίκτυπο στη συμπεριφορά και εικόνα των συστημάτων καινοτομίας (Lundvall et al, 2002:220).

Μελετώντας τα ινστιτούτα και τις επιχειρήσεις παρατηρούμε έναν ισχυρό δεσμό ανάμεσά τους. Από τη μια πλευρά, οι επιχειρήσεις είναι ενσωματωμένες σε ένα ορισμένο περιβάλλον ινστιτούτων ή σε μια ομάδα κανόνων, που προσδιορίζουν τη δομή και τα κίνητρα για τις καινοτομικές δραστηριότητες σε μια χώρα, διαμορφώνουν τους οργανισμούς και καθορίζουν τις σχέσεις ανάμεσα σε αυτούς (Edquist & Johnson 1997:59, March & Olson 1998). Από την άλλη πλευρά, τα ινστιτούτα ενσωματώνουν στους οργανισμούς καθορισμένες πρακτικές σχετικές με τη λειτουργία τους (π.χ. σχέσεις εργοδότη – εργαζομένου).

²¹ Επιχειρήσεις

Το ΕΣΚ έχει δυο σημαντικές διαστάσεις. Η πρώτη αφορά την *εσωτερική* του συνδετικότητα και η δεύτερη το βαθμό της *εξωτερικής* συνεργασίας. Η εσωτερική διάσταση περιλαμβάνει την έκταση της μεταφοράς γνώσης από τα εθνικά ερευνητικά ινστιτούτα στις εγχώριες επιχειρήσεις (διάχυση εντός συνόρων). Όσο πιο εύκολη και γρήγορη είναι η μεταφορά γνώσης τόσο πιθανότερη είναι η εμπορευματοποίηση αυτής από τις επιχειρήσεις. Σε αντίθετη περίπτωση παρουσιάζονται σοβαρές καθυστερήσεις που αντανακλώνται στην καινοτομική δραστηριότητα που παρουσιάζει η χώρα (Dosi et al. 1990, Nelson and Rosenberg 1993). Η εξωτερική συνεργασία ενός ΕΣΚ δείχνει κατά πόσο τα ερευνητικά ινστιτούτα μιας χώρας απορροφούν γνώση από οργανισμούς που βρίσκονται σε άλλες χώρες (εξωτερική απορροφητικότητα). Η στρατηγική εισαγωγής γνώσης από ξένες χώρες επιτρέπει στα ινστιτούτα να καλύψουν τεχνολογικά κενά ή να εμπλουτίσουν τη γνωσιακή βάση στη χώρα (Shan & Hamilton, 1991; Almeida, 1996).

Το πλαίσιο το οποίο καθορίζει την επίδοση του ΕΣΚ στο εσωτερικό μιας χώρας, δηλαδή την «εθνική υποδομή», αφορά μια σειρά από παράγοντες²² που είναι απαραίτητοι για τη σωστή λειτουργία του συστήματος:

- Επενδύσεις σε βασική έρευνα
- Κρατικές πολιτικές υποστήριξης και χρηματοδότησης της έρευνας
- Πολιτικές που σχετίζονται με την φορολόγηση κεφαλαίων για E&A
- Διαθεσιμότητα κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου
- Επίπεδο εκπαίδευσης
- Υποδομή σε τεχνολογίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών
- Προστασία πνευματικής ιδιοκτησίας
- Έκθεση στο διεθνή ανταγωνισμό και προσέλκυση επενδύσεων
- Εγχώρια ζήτηση για καινοτομικά προϊόντα

Επομένως, ενώ μερικοί μελετητές υποστηρίζουν ότι η σημασία των εθνών έχει σημειώσει απότομη κάμψη, άλλοι συνεχίζουν να θεωρούν ότι το έθνος είναι σημαντικό πλαίσιο για τις καινοτομικές διαδικασίες. Πρόσφατες μελέτες αποδεικνύουν ότι ένα ΕΣΚ παίζει ένα βασικό ρόλο στην υποστήριξη και διακυβέρνηση της καινοτομικής διαδικασίας (Galli/Teubal 1997, Mytelka 2000). Το γεγονός όμως ότι κατά τη διάρκεια οποιασδήποτε δεδομένης εποχής μια ή μερικές χώρες τείνουν να είναι επιτυχείς στις τεχνολογικές καινοτομίες υποδηλώνει ότι το εθνικό περιβάλλον μπορεί να έχει μια ιδιαίτερη επιρροή στην υποκίνηση, τη διευκόλυνση ή την παρεμπόδιση των καινοτομικών δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

²² Καινοτομία: Πραστάκος, Σπανός, Κωστόπουλος 2003

Βέβαια εκτός από την έννοια των εθνικών συστημάτων καινοτομίας (ΕΣΚ) το ερευνητικό φάσμα περιλαμβάνει και τα τομεακά συστήματα της καινοτομίας (Breschi & Malerba 1997, Malerba 2002), τα τεχνολογικά συστήματα (Carlsson 1995 & 1997, Carlsson & Stankiewicz 1995), το περιφερειακό σύστημα καινοτομίας (Cooke *et al* 1997, Braczyk *et al* 1998) και τα επιχειρησιακά συστήματα (Whitley 1999α, 1999β, 2000)). Έτσι, την εφαρμογή της έννοιας των ΕΣΚ έχει ακολουθήσει η εισαγωγή και εμφάνιση ενός ευρέως φάσματος επιμέρους υποσυστημάτων καινοτομίας, που εντάσσονται σε αυτό²³.

2.3 Περιφερειακά Συστήματα Καινοτομίας - clusters

Η εισαγωγή της έννοιας των Περιφερειακών Συστημάτων Καινοτομίας έγινε περίπου στη δεκαετία του '90 (Cooke 1992, Dalum *et al* 1999, Niosi & Bas 2001). Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε αργότερα, από τον Cook το 1996 (Cook *et al*, 1996), στην ιδέα ότι οι περιφέρειες μπορούν να κινητοποιούν τις τοπικές πηγές και τα ινστιτούτα με απώτερο στόχο την ανάπτυξη της περιοχής. Παρ' ότι το περιφερειακό καινοτομικό σύστημα είναι μέρος του ΕΚΣ, οι περιφερειακές πολιτικές είναι σημαντικές, διότι λαμβάνουν υπ' όψη την ιδιαίτερη κουλτούρα και τα χαρακτηριστικά της κάθε περιφέρειας (Autio, 1996).

Σημειώνεται ότι ο Lundvall ήταν από τους πρώτους που προώθησαν τη σκέψη των συστημάτων καινοτομίας, εισάγοντας τις έννοιες περιφερειακή αποκέντρωση και περιφερειακά δίκτυα (Lundvall, 1992), χωρίς να θεωρήσει σημαντική την χρησιμότητα της καινοτομίας για την ανταλλαγή «σιωπηρών» γνώσεων ανάμεσα σε γεωγραφικά όμορες περιοχές. Αυτό τονίστηκε λίγα χρόνια αργότερα, όταν έγινε προσπάθεια να συμπεριληφθούν σε ένα γραμμικό μοντέλο (που περιλαμβάνει συστατικά όπως επιχειρήσεις, ερευνητικά και εκπαιδευτικά κέντρα, γνώσεις κλπ), τότε αποκαλύφθηκε η σημασία της οργάνωσης ενός καινοτομικού περιφερειακού συστήματος (Nauwelaers & Reid, 1995).

Η συνεργασία σε περιφερειακό επίπεδο αφορά την ομαδοποίηση επιχειρήσεων για αμοιβαία βοήθεια και στήριξη. Δεδομένου ότι το βασικό στοιχείο στη στρατηγική για την οικονομία της γνώσης είναι η ικανότητα επιλογής του είδους των πληροφοριών που πρέπει να παραχθούν ή να συλλεχθούν, καθώς και ο χρονισμός και το κόστος αυτών των δραστηριοτήτων παρατηρήθηκε ότι η ανάπτυξη και αξιοποίηση της νέας γνώσης αποτελεί πλέον ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις. Αυτές συχνά συνασπίζονται σε ομάδες ή συστάδες (clusters) και συνεργάζονται με δημόσιους οργανισμούς παραγωγής γνώσης για την καλύτερη αντιμετώπιση των σύγχρονων προκλήσεων. Με τον όρο cluster εννοούμε «δίκτυα ανεξάρτητων επιχειρήσεων,

²³ Ο Rip (2002:124) αναγνωρίζει ότι ένα ΕΣΚ είναι ένα μωσαϊκό των κλαδικών συστημάτων και δικτύων.

ινστιτούτων παραγωγής γνώσεων (πανεπιστήμια, επιχειρήσεις προώθησης τεχνολογίας, ινστιτούτα κ.α.) και πελατών που συνδέονται σε μια αλυσίδα παραγωγής» (Roelandt & den te, 1999). Εντός του cluster η ικανότητα έρευνας και καινοτομίας βελτιώνεται λόγω της εξειδίκευσης και της συνεργασίας των μελών του. Το clustering αφορά τις διαδικασίες και τις κοινωνικές δομές που αλληλεπιδρούν ώστε να βελτιωθεί ο τρόπος χρήσης των πόρων και η ανταγωνιστικότητα σε μια περιφέρεια.

Το κάθε cluster έχει μια μοναδική αναπτυξιακή τροχιά, δικές του αρχές οργάνωσης και συγκεκριμένα προβλήματα. Επίσης τα ΠΣΚ- clusters έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά στις περιφέρειες που λειτουργούν. Για παράδειγμα, τα καινοτομικά συστήματα στις βιομηχανίες υψηλής τεχνολογίας διαφέρουν πολύ από τα καινοτομικά συστήματα στις παραδοσιακές βιομηχανίες (όπως βιομηχανίες μεταποίησης ξύλου και μετάλλου). Επιπλέον είναι πιθανό τα ΠΣΚ να διαφέρουν πολύ ανάμεσα σε περιφέρειες με παρόμοιες βιομηχανικές δομές. Ένα σημείο που συντελεί στη διαφοροποίηση αυτή είναι το μέγεθος των περιφερειών, που παίζει ένα σημαντικό ρόλο στην δομή και την λειτουργία των ΠΣΚ (Andersson & Karlsson, 2002).

Εντούτοις, διακρίνονται δυο είδη ομάδων επιχειρήσεων: τα *Άτυπα* και τα *Οργανωμένα clusters*. Η πρώτη αφορά clusters που προέρχονται από αυτόβουλες συγκεντρώσεις επιχειρήσεων και άλλων σχετικών παραγόντων και η δεύτερη από αυτούς που εισήχθησαν σε ομάδα μέσω των δημόσιων πολιτικών. Το τελευταίο είναι το επονομαζόμενο «κατασκευασμένο» cluster (UNCTAD, 1998) και μπορεί να είναι μια τεχνόπολη ή ένα βιομηχανικό πάρκο αλλά και ένα εκκολαπτήριο ή μια Ζώνη Εξαγωγών.

Επιπλέον, σύμφωνα με τα euroabstracts²⁴ διακρίνονται 3 τρεις τύποι σχηματισμών ομάδας των επιχειρήσεων που αόριστα μπορούν να κληθούν ως συστάδες-ομάδες:

Αυτή που καθορίζεται ως "*περιφερειακή συστάδα*", που σημαίνει ότι είναι μια συγκέντρωση των αλληλοεξαρτώμενων εταιριών μέσα στις ίδιες ή σχετικές βιομηχανίες. Έπειτα είναι το "*περιφερειακό δίκτυο καινοτομίας*", που περιέχει ένα οργανωμένο σύστημα συνεργασίας μεταξύ των εταιριών που ενθαρρύνουν την καινοτομία. Και το τρίτο είναι ένα "*περιφερειακό σύστημα καινοτομίας*", παρέχοντας όχι μόνο τη συνεργασία καινοτομίας μεταξύ των εταιριών, αλλά υποστηρίζεται από διάφορες οργανώσεις για την ανάπτυξη και τη διάχυση γνώσης.

Με βάση τα νέα δεδομένα πολλές χώρες του ανεπτυγμένου κόσμου στράφηκαν στην περιφερειακή καινοτομία και στην δημιουργία συστάδων επιχειρήσεων με απώτερο στόχο να

²⁴ "Ένας συμπλέκτης των συστάδων", Euroabstracts, Δεκέμβριος 2001.

ενδυναμώνουν τα επιμέρους τμήματα των ΕΣΚ, την ανταγωνιστικότητά τους και την περιφερειακή καινοτομία (OECD, 1999).

Παρόμοια δράση προωθεί και η Ε.Ε. ακολουθώντας εν μέρει το παράδειγμα της Αμερικής στράφηκε μεταξύ άλλων, στην εφαρμογή περιφερειακών στρατηγικών καινοτομίας, εξαιτίας της αδυναμίας των εθνικών συστημάτων καινοτομίας για εξειδικευμένη περιφερειακή ανάπτυξη (CEC 1995). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η πολιτική που ακολούθησε το Ηνωμένο Βασίλειο από το 1998 που ήθελε να δημιουργήσει μια οικονομία βασισμένη στη γνώση και ως εκ τούτου ενίσχυσε τους οργανισμούς περιφερειακής ανάπτυξης και αύξησε την συν- χρηματοδότηση της καινοτομίας υποστηρίζοντας ταυτόχρονα τη στρατηγική ανάπτυξης περιφερειακών συστάδων επιχειρηματικής δραστηριότητας. Στα πλαίσια αυτά διαφαίνεται ότι τα ΠΣΚ αναγνωρίζονται πλέον από τους περισσότερο σημαντικούς παράγοντες στην πολιτική οικονομικής ανάπτυξης.

Γιατί και πως όμως μια περιφέρεια μπορεί να υποστηρίξει την καινοτομία; Το ερώτημα αυτό τίθεται στη βάση της νέας οικονομίας που στηρίζεται περισσότερο στη γνώση, την επιστήμη και την τεχνολογία, παρά στους φυσικούς πόρους. Σύμφωνα με την πρόσφατη θεωρία της περιφερειακής ανάπτυξης, τα τοπικά πλεονεκτήματα έχουν μετατραπεί από συγκριτικά (που στηρίζονται στο σχετικά μικρότερο κόστος παραγωγής) σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα (που στηρίζονται σε περισσότερο ποιοτικά στοιχεία της παραγωγικότητας και της τεχνολογίας). Αυτός ο νέος τρόπος σκέψης για τα πλεονεκτήματα και τις δυνατότητες της περιφέρειας εντοπίζεται σε Περιφερειακά Καινοτομικά Συστήματα και στις οικονομίες συγκέντρωσης, που δημιουργούνται από την ομαδοποίηση επιχειρήσεων, ερευνητικών ινστιτούτων και τους παραγωγούς υπηρεσιών (Steiner, 1999).

Εκείνο λοιπόν που έχει μεγαλύτερη σημασία είναι να αναπτυχθούν ερευνητικά κέντρα, να υπάρχει ένα ιδιαίτερα καταρτισμένο εργατικό δυναμικό καθώς και μια καινοτόμος νοοτροπία. Η δημιουργία ενός τέτοιου περιβάλλοντος ενθαρρύνει τις καινοτόμες επιχειρήσεις να δραστηριοποιούνται επιτυχώς όχι μόνο στην εγχώρια αλλά και στην παγκόσμια αγορά (ιδιαίτερα με την ανάπτυξη των ηλεκτρονικών επικοινωνιών). Έτσι μια περιφέρεια για να γίνει ελκυστική στην προσέλκυση επενδύσεων και επιχειρηματικής δραστηριότητας θα πρέπει να ιδρύσει την απαραίτητη ερευνητική υποδομή για να υποστηρίξει την στρατηγική καινοτομίας που απαιτεί η σύγχρονη οικονομική οργάνωση. Όσο οι περιφέρειες γίνονται πιο ειδικευμένες και έχουν ανεπτυγμένη θεσμική δομή για την επιχειρηματική δραστηριότητα, τόσο περισσότερο ελκυστικές γίνονται για τις ξένες άμεσες επενδύσεις (FDI), που αναζητούν τέτοια κέντρα ειδίκευσης και φυσικά ακολουθεί και το εγχώριο κεφάλαιο που αναζητά στρατηγικές θέσεις για επένδυση (Cooke *et al*, 2000).

Εξάλλου, οι περιφέρειες που έχουν αναπτύξει τη λειτουργία των clusters και τους κατάλληλους διοικητικούς μηχανισμούς για να στηρίζουν τις καινοτόμες επιχειρήσεις παρουσιάζονται ως οι πιο ενδιαφέρουσες κοινότητες οικονομικής δράσης, καθορίζουν τις πραγματικές ροές οικονομικής δραστηριότητας και μπορούν να αξιοποιήσουν τους συνδέσμους και τις συμπράξεις μεταξύ των οικονομικών δρώντων. Οι περιφέρειες πρέπει να επιδιώξουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, κινητοποιώντας όλα τα προτερήματά τους συμπεριλαμβανομένων των κυβερνητικών και των θεσμικών, όπου αυτά υπάρχουν. Άρα μια περιφέρεια που ρυθμίζει μια ομαλή συνεργασία και επικοινωνία μεταξύ των επιχειρήσεων, των αγορών, των δημόσιων αρχών, των ερευνητικών ιδρυμάτων, των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και των κοινωνικών εταίρων ενέχει όλα τα στοιχεία για τη δημιουργία ενός οικονομικού πλαισίου που θα ευνοεί την επιτυχή δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων και θα προάγει την περιφερειακή και την κοινωνική ανάπτυξη.

Τέτοια παραδείγματα υπάρχουν στην Ευρώπη και απέδειξαν ότι τα ΠΣΚ έχουν τη δυνατότητα να ενδυναμώσουν τις παραδοσιακές ή «χαμηλής τεχνολογίας» βιομηχανίες και να δώσουν νέα ώθηση στην δράση τους στον παγκόσμιο χώρο της αγοράς. Ενδεικτικά αναφέρονται τα clusters των μάλλινων υφασμάτων και των σκελετών γυαλιών στην Ιταλία, το cluster των ξύλινων επίπλων στην Δανία, τα clusters της βιομηχανίας φαγητού στην Νορβηγία (Smith, 1999) καθώς επίσης και οι βιομηχανίες που είναι σχετικές με το δάσος στην Φιλανδία (Pajarinen, Rouvinen & Yla-Anttila, 1998). Σημειώνεται ότι η Ιταλία έχει χαρακτηριστεί ως χώρα με παραδοσιακή δομή των τοπικών συλλογικών οργανισμών που υποστηρίζουν οικονομικές υπηρεσίες και μια συγκεκριμένη σειρά συνηθειών και πρακτικών που διευκολύνουν τη διαδραστική συμπεριφορά ανάμεσα στις επιχειρήσεις (Edquist & Lundvall, 1993) και γι' αυτό παρουσιάζεται ως πρωτοπόρα στην λειτουργία των ΠΣΚ (Piore & Sabel:1984, Porter: 1990, Schmitz:1993).

Τα επιτυχή αυτά παραδείγματα δείχνουν ότι η συνεργασία των οικονομικών δραστηριοτήτων διαφόρων επιχειρήσεων –ανάλογα πάντα με τον τύπο των συνεργασιών και των clusters– μπορούν να ενδυναμώσουν την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ και να συντελέσουν στην διάχυση γνώσεων και πληροφοριών (Maurseth & Verspagen, 1998 p.16).

Σύμφωνα με ένα έγγραφο της Ε.Ε.²⁵ που αφορά τα επιτυχημένα clusters σε τομείς υψηλής τεχνολογίας και παραδοσιακούς τομείς παρατηρούμε ότι κάθε χώρα ανέπτυξε συγκεκριμένα επιτυχή δίκτυα:

²⁵ «Information and Communication Technology», EU Commission (2002), pp. 21, 29.

<i>υψηλής τεχνολογίας</i>	<i>παραδοσιακά clusters</i>
Αγγλία(υψηλή τεχνολογία)	Αγγλία (βιομηχανία motor-sport)
Ιρλανδία (λογισμικό - software)	Ιρλανδία (βιομηχανία προϊόντων γάλακτος)
Ισπανία (ιατρικά εργαλεία)	Ισπανία (βιομηχανία παπουτσιών)
Ιταλία (Βίο-ιατρική)	Ιταλία (οπτική βιομηχανία)

2.4 Τοπικά Συστήματα Καινοτομίας

Η κοινή δράση και η ανταλλαγή πληροφοριών ανάμεσα στους συμπολίτες μιας κοινότητας συντελεί στην εφαρμογή και εξάπλωση της γνώσης (σιωπηρής και φανερής) και στην συνεργασία με απώτερο στόχο την βελτίωση της τοπικής οικονομίας και της κοινωνίας.

Οι περισσότεροι γεωγραφικά συγκεντρωμένες γνώσεις αποτελούν τα Τοπικά Συστήματα Καινοτομίας (ΤΚΣ). Ο όρος αυτός αναφέρεται σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή καθώς επίσης και σε μια ορισμένη κουλτούρα, η οποία υπάρχει στην περιοχή που αναπτύσσεται ένα σύστημα καινοτομίας. Σύμφωνα με τον Feldman (1994) οι πηγές γνώσης που ενσωματώνονται με ανθρώπινη και θεσμική μορφή, είναι λιγότερο κινητικές γεωγραφικά σε σύγκριση με το οικονομικό κεφάλαιο. Η δυσκινησία αυτή δημιουργεί ένα δίκτυο ροής γνώσεων που μορφοποιούνται στο ΤΣΚ. Τα χαρακτηριστικά του αφορούν τα στοιχεία και τις σχέσεις, τα οποία αλληλεπιδρούν στην παραγωγή, στη διάδοση και τη χρήση της νέας και οικονομικά χρήσιμης γνώσης (Lundvall, 1992), που βρίσκεται μέσα σε μια συγκεκριμένη περιοχή μέσα στα σύνορα ενός έθνους.

Τα ΤΣΚ προκαλεί την άμεση και δημιουργική παρέμβαση για την καινοτομία και την τεχνολογία στα τοπικά δρώμενα. Η συμμετοχική δραστηριότητα μαζί με την τεχνολογική ανάπτυξη αποτελούν πρόσφορο έδαφος για την βιωσιμότητα των ΜΜΕ. Και αυτό συμβαίνει γιατί οι σημερινές επιχειρήσεις κυρίως βασίζονται στη γνώση, έτσι ώστε οι πηγές πληροφόρησης και ροής νέων ιδεών είναι τα κλειδιά που οδηγούν στην απόκτηση και ανάπτυξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων (Boisot 1998, Grant 1996, Teece 1998, Davenport & Prusak 1997). Έπειτα η συνεργασία τοπικών ομάδων δημιουργεί κατάλληλες συνθήκες που εκτός από την παραγωγή νέων ιδεών, συμβάλλει και στην συμβίωσή τους σε ένα αρμονικό και δημιουργικό περιβάλλον.

Ένα Τοπικό Σύστημα Καινοτομίας έχει παρόμοια χαρακτηριστικά με ένα Εθνικό Σύστημα Καινοτομίας στη βάση του γεγονότος ότι διευκολύνει το μετασχηματισμό των επιστημονικών και τεχνολογικών επιτευγμάτων ώστε να αξιοποιηθούν σε οικονομική χρήση (Rothwell & Zegveld, 1988, p19). Τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει ένα ΤΣΚ σε σύγκριση με τα ΕΣΚ και τα υπερεθνικά αναφέρονται ως επί το πλείστον στην αμεσότερη επαφή του δικτύου με τις

ανάγκες της κοινότητας. Με άλλα λόγια, εμφανίζουν μεγαλύτερη κατανόηση της τοπικής κοινότητας, της συγκεκριμένης γνώσης, των αναγκών και των επιθυμιών και δια τούτο είναι σαφώς σε ευνοϊκότερη θέση στο να παρέχουν στην περιοχή τους την πλέον κατάλληλη τεχνολογία.

Παράλληλα, η εξέλιξη των ΤΣΚ γίνεται με βάση τις τοπικές συνθήκες, νοοτροπίες και ανάγκες και επιπλέον υπάρχει μια ακόμα σημαντική πτυχή: η κοινοτική συμμετοχή. Η συμμετοχή του απλού πολίτη στην εφαρμογή της μεταφερόμενης ή τοπικά ανεπτυγμένης τεχνολογίας είναι ένα πολύ σημαντικό στοιχείο της διαδικασίας. Ακόμα και στην περίπτωση της αποτυχίας, η κοινότητα επωφελείται από την ενεργό διαδικασία για να φτάσει στο σημείο αυτό.

Αν αναλογιστεί κανείς την μεταφορά της τεχνολογίας, σε ένα λιγότερο ανεπτυγμένο κόσμο ή τις μακρινές κοινότητες σε έναν ανεπτυγμένο τόπο, είναι αναγκαίο να εξεταστεί το τοπικό δίκτυο ειδάλλως το πιθανότερο είναι η αποτυχία της διαδικασίας μεταφοράς τεχνολογίας. Είναι σαφές ότι οι εξωτερικοί επενδυτές παρατηρούν το τοπικό δίκτυο στην περιοχή που θέλουν να «ενεργοποιήσουν» τα κεφάλαιά τους, και τούτο συμβαίνει γιατί η προσαρμογή της τεχνολογικής καινοτομίας στο τοπικό πλαίσιο (τοπικές προσδοκίες και συνθήκες) αποφέρει τα μέγιστα δυνατά οφέλη τόσο στην επιχείρηση όσο και στο ΤΣΚ. Χωρίς την τεχνολογική υποδομή, που είναι κατάλληλη για τις τοπικές συνθήκες, η ικανότητα για εισαγωγή καινοτομιών θα μειωθεί και κατά συνέπεια οι κίνδυνοι και το κόστος από την καινοτομία πρόκειται να είναι πολύ μεγαλύτερα.

Η μεγάλη τους διαφορά έγκειται στο γεγονός ότι ένα ΤΣΚ καθοδηγείται από την τοπική κοινότητα, ενώ ένα ΕΣΚ κατευθύνεται με βάση την πολιτική της εθνικής ηγεσίας. Επιπλέον, τα ΤΣΚ σε αντιδιαστολή με τα ΕΣΚ, είναι πιο ανθρώπινα και πιο εύχρηστα, εξαιτίας της μικρής κλίμακάς τους και της πραγματικής επαφής των ανθρώπων με τις νέες καινοτομίες που εφαρμόζονται (Braczyk, Cooke & Heidenreich, 1998). Τέλος, σημειώνεται το γεγονός ότι ενώ τα ΕΣΚ σχεδιάζονται από και για ένα συγκεκριμένο έθνος και τα υπερεθνικά συστήματα καινοτομίας είναι αποτέλεσμα συμφωνιών που γίνονται από κράτη τα οποία έχουν εμπορικές συναλλαγές, τα ΤΣΚ τείνουν να εμφανίζονται λόγω των αναγκών σε μια συγκεκριμένη περιοχή. Παρ' όλα αυτά για να είναι αποτελεσματικό ένα σύστημα καινοτομίας θα πρέπει να συνεργούν μια σειρά από παράγοντες. Αρχικά χωρίς μια κυβερνητική πολιτική να υποκινήσει την καινοτομία τα ΕΣΚ, ΠΣΚ και ΤΣΚ θα είναι δύσκολο να λειτουργήσουν αποτελεσματικά. Έπειτα χωρίς επιστημονική έρευνα η τεχνολογική καινοτομία δεν μπορεί να υπάρξει. Χωρίς την κατάλληλη βιομηχανική υποδομή και κεφάλαια δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί μια καινοτομία. Επίσης χωρίς την κατάλληλη κατάρτιση και εκπαίδευση των ανθρώπων οι τεχνολογικές καινοτομίες θα είναι ανεπιτυχείς. Το πιο σημαντικό στοιχείο για την εύρωστη και ιδανική

λειτουργία της καινοτομίας σε μια κοινωνία, είναι η κυβερνητική στρατηγική για την προώθηση των καινοτομιών και η επιτυχής λειτουργία των δικτύων μεταφοράς γνώσης καθώς και το μετασχηματισμό των γνώσεων αυτών έτσι ώστε να εφαρμόζονται στην οικονομική δραστηριότητα και να οδηγούν στην καλύτερη οικονομική επίδοση και τις βελτιωμένες συνθήκες διαβίωσης.

Κεφάλαιο 3. Εσωτερική Διάρθρωση και Ανάπτυξη των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων

3.1. Κύκλος ζωής στο εσωτερικό των Επιχειρήσεων.

Η κάθε επιχείρηση αποτελεί έναν οργανισμό ο οποίος γεννιέται, εξελίσσεται και προσπαθεί να επιβιώσει. Η πορεία αυτή ονομάζεται κύκλος ζωής. Εξετάζοντας τον κύκλο ζωής και τη δομή μιας ΜΜΕ παρατηρούμε ότι η «ανανέωση» αποτελεί βασικό κομμάτι της βιωσιμότητας της επιχείρησης. Ας δούμε όμως αναλυτικότερα τι περιλαμβάνει η οργανωτική σύνθεση μιας ΜΜΕ και ο κύκλος ζωής της:

Το στάδιο εισαγωγής είναι το στάδιο που η επιχείρηση πρωτοεμφανίζεται στο επιχειρηματικό προσκήνιο αναζητώντας συνεργασία με προμηθευτές για προμήθεια πρώτων υλών, υλικών συσκευασίας κλπ. Δηλαδή αναζητά συνεργασία με προμηθευτές και πελάτες. Είναι το σημείο στο οποίο αντιμετωπίζει ιδιαίτερα προβλήματα λόγω του μεγέθους της. Κι αυτό γιατί υπάρχει έλλειψη εμπιστοσύνης τόσο εκ μέρους των προμηθευτών όσο και εκ μέρους των πελατών για το αν θα μπορέσει η επιχείρηση να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις της μακροχρόνια ή όχι.

Το δεύτερο στάδιο, της ανάπτυξης, η ΜΜΕ οφείλει να καθορίσει τους επιχειρηματικούς στόχους της και να εκμεταλλεύεται τόσο τα τεχνολογικά πλεονεκτήματα που μπορεί να διαθέτει ή να αποκτήσει, όσο και τις ανθρώπινες δυνάμεις της για να μπορέσει να επιβιώσει στο συγκεκριμένο οικονομικό χώρο. Είναι το στάδιο που αποδεικνύει την καλή συμπεριφορά τόσο στους πελάτες όσο και στους προμηθευτές και στα πιστωτικά ιδρύματα με τα οποία συνεργάζεται. Η επιχείρηση στο στάδιο αυτό θα πρέπει να επιδιώκει τη διάκριση. Στη φάση αυτή πολλές επιχειρήσεις εγκαταλείπουν τον αγώνα επιβίωσης είτε λόγω έλλειψης στόχων είτε λόγω ανωριμότητας.

Το τρίτο στάδιο είναι το στάδιο της ωριμότητας. Στο στάδιο αυτό η επιχείρηση έχει πια εδραιωθεί στην συγκεκριμένη αγορά και έχει πραγματοποιήσει κέρδη. Η εμπιστοσύνη των συνεργατών εντός και εκτός επιχείρησης βρίσκεται στο υψηλότερο επίπεδό της. Το στάδιο αυτό πέραν των θετικών που περιέχει υποκρύπτει και μια απειλή. Την απειλή του μέλλοντος. Τι θα συμβεί στη συνέχεια; Η επιχείρηση θα συνεχίσει να μεγεθύνεται ή θα πέσει στο στάδιο της κάμψης;

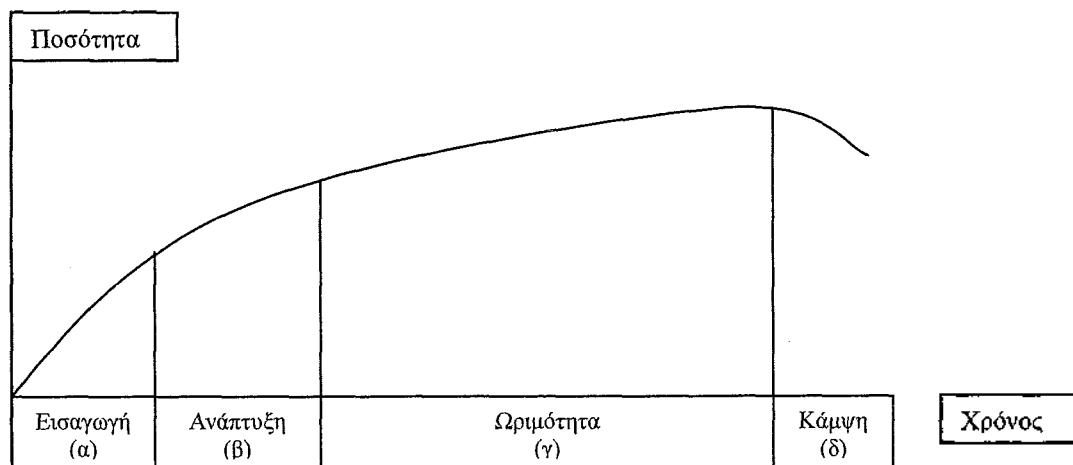
Εξετάζοντας τη γενική τάση που επικρατεί παρατηρούμε ότι το 90% των επιχειρήσεων στο σημείο αυτό αντιμετωπίζουν την απειλή της κάμψης και μόνο ένα 10% συνεχίζει την αυξανόμενη πορεία του. Οι λόγοι που εξηγούν την πτωτική πορεία είναι πολλοί.

Ενδεικτικά αναφέρεται, η απόλυτη «κυριαρχία» του ιδιοκτήτη – διευθυντή και η έλλειψη εμπιστοσύνης προς τα άλλα στελέχη της επιχείρησης, η πιθανή απότομη αύξηση της

επιχείρησης και η απώλεια του ελέγχου καθώς και εξωγενής παράγοντες όπως μη ανανέωση του τεχνολογικού εξοπλισμού ή η μη εισαγωγή νέων προϊόντων κλπ.

Τέλος, στο στάδιο της *κάμψης*, η επιχείρηση αρχίζει να χάνει μερίδιο της αγοράς, σημειώνονται προβλήματα ταμειακής ρευστότητας και αντιμετωπίζει την επιφυλακτικότητα των προμηθευτών και των πιστωτικών ιδρυμάτων. Η τεχνολογία που χρησιμοποιεί είναι παλιά και το κόστος εργασίας υψηλό. Τα στελέχη απομακρύνονται από την επιχείρηση και οι καταναλωτές ψάχνουν για υποκατάστατα προϊόντα. Το στάδιο αυτό θα είναι το τελευταίο εάν η επιχείρηση δεν αναζητήσει τρόπους «αναγέννησης» διατηρώντας τα πλεονεκτήματα της μακροχρόνιας ύπαρξης. Ο πιο κατάλληλος τρόπος για να γίνει αυτό είναι να οργανωθεί η επιχείρηση και καινοτομήσει βασιζόμενη στην γνώση και την πληροφόρηση. /

Διάγραμμα 3.1 Κύκλος Ζωής της ΜΜΕ.



3.2 Οργάνωση της γνώσης και της καινοτομίας

Για να αντιληφθούμε την έννοια της διαχείρισης της γνώσης και το πώς αυτή μπορεί να δημιουργήσει ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα αναλύουμε περιληπτικά την βιβλιογραφία της οργανωτικής γνώσης, δηλαδή τη βάση της επιχείρησης που είναι η γνώση. Ορίζουμε ως οργανωτική γνώση την σιωπηρή και ρητή γνώση²⁶ που κατέχουν τα άτομα σχετικά με τα προϊόντα, τα συστήματα και τις διαδικασίες. Περιλαμβάνει τη ρητή γνώση που κωδικοποιείται σε εγχειρίδια χρήσης, βάσεις δεδομένων και πληροφοριακά συστήματα καθώς και τη σιωπηρή γνώση που μοιράζεται συλλογικά στο εσωτερικό της επιχείρησης με την έννοια της κουλτούρας, της συνηθισμένης πρακτικής που ακολουθείται και του τρόπου που γίνονται οι εργασίες στην επιχείρηση (Nahapiet & Ghoshal 1998, Grant 1996, Nonaka & Takeuchi 1995). Η εσωτερική γνώση προέρχεται από την αναδιοργάνωση, τις εμπειρίες, την ευρηματικότητα ή ακόμα και από ατυχήματα που συμβαίνουν. Ενώ η εξωτερική γνώση προέρχεται από νέους ανθρώπους, νέα αποκτήματα, κοινοπραξίες και από κοινωνικά δίκτυα (Kogut & Zander, 1992). Είναι πολύ βασικό οι επιχειρηματίες να μπορούν να εκμεταλλεύονται τις ιδέες που συναντούν είτε στο εσωτερικό της επιχείρησής τους είτε από άλλες εξωτερικές πηγές (Kogut & Zander, 1992).

Εμβαθύνοντας στο θέμα της διαχείρισης μιας MME θα προσπαθήσουμε να δούμε πως ένας επιχειρηματίας μπορεί να προωθήσει την ανάπτυξη της επιχείρησής του, με την εισαγωγή της καινοτομίας στην δράση της. Έχει ήδη γίνει γνωστό από ερευνητές, όπως οι Lussier & Corman (1994), ότι η διαφορά ανάμεσα σε μια επιτυχημένη και μια αποτυχημένη επιχείρηση εξαρτάται από την διαχείριση των *manager/ιδιοκτητών* της επιχείρησης που έχουν πρόσβαση στο κεφάλαιο, την εμπειρία διαχείρισης ή τις ικανότητες.

Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι μια πολύ σημαντική περιοχή ανάπτυξης για τις MME είναι το πώς αυτές διαχειρίζονται την υπάρχουσα γνώση για να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Ένα ευρύ φάσμα μελετών για την γνώση προτείνουν ότι αυτή μπορεί να είναι η πηγή για την ανάπτυξη συγκριτικών πλεονεκτημάτων (Boisot 1998, Grant 1996, Teece 1998). Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά των MME είναι ο ταχύς ρυθμός της αλλαγής που έχουν, καθώς μετακινούνται στο κύκλο ζωής τους (Hamilton, 2000). Κάθε στάδιο του κύκλου αυτού απαιτεί διαφορετικές δραστηριότητες διαχείρισης της γνώσης έτσι ώστε να είναι επιτυχής. Το κάθε στάδιο έχει διάφορες προκλήσεις και για το λόγο αυτό η διαχείριση της γνώσης λαμβάνει χώρα σε καθένα από τα στάδια με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι επιτυχημένη η οργάνωση της επιχείρησης.

²⁶ Ο αντίστοιχος όρος της διεθνούς βιβλιογραφίας αντίστοιχα είναι : Tacit and Explicit Knowledge

Πρώτο στοιχείο της βιωσιμότητας της επιχείρησης είναι να εισάγει νέες ιδέες μεταφρασμένες σε προϊόντα/υπηρεσίες ή οτιδήποτε άλλο μπορεί να συντελέσει στην διατήρηση ή και αύξηση του μεριδίου της αγοράς. Στις δεδομένες αγορές η επιχείρηση πρέπει να εξετάσει τρόπους περαιτέρω διείσδυσης των υπαρχόντων προϊόντων, γεγονός που διαπιστώνεται με την αύξηση των πωλήσεων. Ακόμα η επιχείρηση θα πρέπει να βρίσκεται σε διαρκή ετοιμότητα για τον εμπλουτισμό της αγοράς με νέα προϊόντα. Έτσι όταν το υπάρχον προϊόν διανύσει το μισό του σταδίου ωριμότητας (διάγραμμα 3.1) τότε η επιχείρηση θα πρέπει να εμφανίσει νέο προϊόν στην αγορά. Με την πολιτική αυτή η επιχείρηση κατορθώνει να βρίσκεται διαρκώς στο στάδιο της ωρίμανσης. Αυτό συμβαίνει γιατί έως ότου το προϊόν αυτό διανύσει το στάδιο της ωρίμανσης, το νέο θα έχει εισαχθεί στην αγορά και θα αρχίζει η ανάπτυξή του. Με την στρατηγική αυτή η επιχείρηση βρίσκεται πάντα σε κερδοφόρα επίπεδα. Συγχρόνως η MME θα πρέπει να αναπτύσσεται σε νέες αγορές έτσι ώστε να ανοίξει το δρόμο για την εφαρμογή της στρατηγικής διαφοροποίησης του προϊόντος.

Εκείνο όμως που είναι το βασικότερο κομμάτι που στηρίζεται η βιωσιμότητα και η κερδοφορία (σταθερότητα στο στάδιο ωρίμανσης) είναι η *διαρκής πληροφόρηση και απόκτηση γνώσης για την σύλληψη και εφαρμογή νέων ιδεών*. Με άλλα λόγια να μπορεί η επιχείρηση να καινοτομεί και να ξεχωρίζει στον κλάδο της. Επισημαίνεται ότι οι πηγές από τις οποίες μια MME αντλεί τις καινοτομίες μπορεί να προέρχονται είτε από το εξωτερικό περιβάλλον, είτε από το εσωτερικό της ίδιας της επιχείρησης. Αρχικά για να αρχίσει η δημιουργία ενός σχεδίου καινοτομίας απαιτείται μια σειρά από πληροφορίες (για τη δημιουργία ή τη διάδοση της γνώσης). Υποστηρίζεται ότι οι επιχειρήσεις προτιμούν να αναπτύξουν δικιά τους εσωτερική ομάδα δεξιοτήτων, γνώσης και εμπειρίας, διότι έτσι μπορεί να αποτελέσει την ηγετική μονάδα στην αγορά που δραστηριοποιείται. Βέβαια - αντίθετα από τις μεγάλες επιχειρήσεις - μια μικρομεσαία επιχείρηση δεν έχει την ικανότητα να διαθέτει μεγάλα κεφάλαια ούτε και το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό να επενδύσει στην E&A και επομένως έχει περιορισμένες δυνατότητες να παράγει καινοτομία στο εσωτερικό της. Τούτο επιβεβαιώνεται από έρευνες στο θέμα της εισαγωγής της καινοτομίας, απ' όπου προκύπτει ότι η ροπή για καινοτομία αυξάνεται όσο αυξάνεται το μέγεθος της επιχείρησης (Kleinknecht, 1989).

Παρ' όλα αυτά υπάρχουν μικρομεσαίες επιχειρήσεις που καταφέρνουν να είναι από τις δυναμικότερες επιχειρήσεις στο παγκόσμιο οικονομικό γίγνεσθαι. Η καινοτόμος δραστηριότητα και η οικονομική επιτυχία σε περιοχές όπως η Σίλικον Βάλεϋ και οι ιταλικές βιομηχανικές περιοχές, αποδεικνύουν ότι οι συστάδες των MME λειτουργούν πολύ αποτελεσματικά στον τομέα της καινοτομίας. Από πού λοιπόν αντλούν τη γνώση οι MME, που υστερούν σε εσωτερική E&A, ώστε να παραμείνουν στην πρώτη γραμμή της καινοτόμου διαδικασίας;

Οι περισσότεροι οικονομικοί αναλυτές υποστηρίζουν ότι το γεγονός αυτό προέρχεται από τη διάχυση της γνώσης που πηγάζει από τα δημόσια ερευνητικά κέντρα και τα πανεπιστήμια (Acs, Audretsch and Feldman 1994, Audretsch and Vivarelli 1996, Piergiovanni, Santarelli and Vivarelli 1997). Έπειτα είναι γνωστό ότι η διάχυση της γνώσης από τα πανεπιστήμια και τα άλλα ερευνητικά κέντρα θεωρούνται πιο σημαντικά στην παραγωγή της καινοτομίας για τις μικρές επιχειρήσεις από ότι στις μεγάλες επιχειρήσεις (Audretsch and Vivarelli, 1996; Piergiovanni, Santarelli and Vivarelli, 1997). Με τον τρόπο αυτό γίνεται συντελείται η επιτυχής πορεία μιας συστάδας MME, που διασυνδέεται αποτελεσματικά με τα δημόσια κέντρα θεωρητικής και εφαρμοσμένης τεχνολογίας (πανεπιστήμια, ινστιτούτα κλπ), οδηγείται στην εισαγωγή της καινοτόμου διαδικασίας.

Ο τρόπος που τα δημόσια ερευνητικά κέντρα μπορούν να διαχέουν την γνώση και τούτο να έχει εφαρμογή στην καινοτόμο λειτουργία των MME, είναι εξαιρετικά σημαντικός. Η παρουσία των πανεπιστημίων και των δημόσιων ερευνητικών κέντρων σε μια περιοχή μπορεί να διαδραματίσει τρεις πολλούς σημαντικούς ρόλους στην δημιουργία και τη ανάπτυξη ενός καινοτομικού περιβάλλοντος. Ο πρώτος ρόλος είναι να παράγει νέα γνώση (βασική και εφαρμοσμένη). Με τον τρόπο αυτό ένα ερευνητικό κέντρο είναι ιδιαίτερα σημαντικό για την οικονομία της πληροφορίας. Η δημιουργία κέντρων προσανατολισμένων στη αναζήτηση της τεχνολογίας και αντίστοιχων εργαστηρίων έχουν κίνητρα να διαδίδουν τη γνώση μέσω δικτύων επιχειρήσεων, είτε και των διαπροσωπικών σχέσεων μέσα στην κοινότητα. Ο δεύτερος ρόλος είναι να παρέχουν κατάρτιση και πείρα στην τοπική αγορά εργασίας, ιδιαίτερα στις τοπικές MME που μπορεί να μην έχουν την ικανότητα και/ή τη δύναμη να ανταγωνιστούν στην παγκόσμια αγορά. Και τρίτον, το ίδιο το πανεπιστήμιο μπορεί να ξεκινήσει νέα επιχειρηματικά κέντρα, όπως στην περίπτωση του πανεπιστημίου του Stanford και του Cambridge (Castells and Hall, 1994, p. 231), ή να παράγει υπο – προϊόντα και να προωθεί δεσμούς ανάμεσα στους εργαζόμενους και τους φορείς του πανεπιστημίου.

Μια παραδοσιακή ενέργεια της καινοτομικής πολιτικής είναι η ενδυνάμωση της ικανότητας των MME να απορροφούν τεχνολογία και γνώση (Lundvall 1992, Παλάσκας & Τσάμπρα 2001). Η προσπάθεια αυτή για συστηματική μεταφορά και αφομοίωση της τεχνολογικής γνώσης εξαρτάται, τόσο από την παραγωγή τεχνολογίας και νέας γνώσης, όσο και από την απορρόφηση των εισροών αυτών από την επιχείρηση (Clark, Palaskas et al, 2002). Οι εισροές αυτές προέρχονται από ενδογενείς και εξωγενείς παράγοντες. Οι ενδογενείς αποτελούν αποτελέσματα της E&A και των δεξιοτήτων του προσωπικού της επιχείρησης (Brouwer & Kleinknecht, 1996) και οι εξωγενείς αφορούν πατέντες, τεχνολογικές άδειες και τεχνολογικές καινοτομίες από

επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν ηγετικές δράσεις στο τομέα αυτό (Caves 1982, Symeonidis 1996).

3.3 Στρατηγική Αποφάσεων και Σχεδιασμός των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων.

Ο ακρογωνιαίος λίθος της ανάπτυξης μιας ΜΜΕ είναι η οργάνωσή της (Lasseter, Houston, Wright and Park, 2000). Η οργανωτική δομή κάθε επιχείρησης έχει τα δικά της χαρακτηριστικά αλλά εκείνο το οποίο αποτελεί κοινό σημείο όλων είναι η κατάστρωση ενός στρατηγικού σχεδιασμού για την υλοποίηση των αντικειμενικών σκοπών τους. Η στρατηγική δίνει τη μέσο-μακροχρόνια κατεύθυνση και τους στόχους μιας επιχείρησης, με σκοπό να ικανοποιήσει τις προσδοκίες του επιχειρηματία (κέρδη, φιλοδοξίες κλπ) και να καλύψει τις εκάστοτε επιθυμίες των καταναλωτών (π.χ. ποιότητα, τιμή). Η επίτευξη των παραπάνω προϋποθέτει τη σωστή και αποτελεσματική χρήση όλων των πόρων της επιχείρησης (χρηματικά κεφάλαια, ανθρώπινο δυναμικό, πάγια, τεχνογνωσία κλπ), ταυτόχρονα με τον διαρκή έλεγχο της σωστής πορείας στα πλαίσια της στρατηγικής που επιλέχθηκε. Επίσης, πρέπει να υπάρχει συνεχής, έγκαιρη και έγκυρη πληροφόρηση για τα γεγονότα που πιθανόν θα επηρεάσουν τη λειτουργία της επιχείρησης και αφορούν το γενικότερο εξωτερικό περιβάλλον της (οικονομικό, νομικό, δημοσιονομικό, πολιτικό κλπ)²⁷.

Ένα βασικό σημείο που αξίζει να τονιστεί είναι ότι η οργάνωση της επιχείρησης πρέπει να γίνεται με γνώμονα τη στρατηγική της και τους βασικούς παράγοντες που απαιτούνται για την επιτυχία της. Ο μάνατζερ πρέπει να διαγνώσει ποιες είναι οι βασικές λειτουργίες που απαιτούνται για επιτυχή εκτέλεση - ποιες λειτουργίες είναι κρίσιμες και ποιες όχι - και πρέπει να χτίζει την επιχείρηση του με βάση τις κρίσιμες αυτές λειτουργίες.

Η εμφάνιση του στρατηγικού σχεδιασμού έγινε στη δεκαετία του '60 και του '70 με την ανάπτυξη διαφόρων μοντέλων και σχετικών θεωριών στρατηγικής. Στη δεκαετία του '80 λόγω της πίεσης του παγκόσμιου ανταγωνισμού οι επιχειρήσεις άρχισαν να δίνουν έμφαση στη λειτουργική βελτίωση της επιχείρησης: ολική ποιότητα, αναδόμηση, ανασχεδιασμός κλπ. Έπειτα από την δεκαετία αυτή, αφιερωμένη στην αύξηση της παραγωγικότητας και της αποδοτικότητας, ο στρατηγικός σχεδιασμός κάνει την επανεμφάνισή του στην κατάκτηση νέων αγορών, στην παραγωγή νέων προϊόντων και γενικά στην βελτίωση και επέκταση των επιχειρήσεων (Porter 1986, Butera 1991, Blili and Raymond 1993, Bjorn, Andersen and Chatfield 1996).

²⁷ Επιχειρησιακός Οδηγός «Στρατηγικός Σχεδιασμός», Ξ. Εμμανουηλίδης, ΚΕ.ΜΑΚ.

Η στρατηγική ανάλυση είναι σήμερα αναγκαία για τις ΜΜΕ για να αποφευχθούν άσκοπες ενέργειες που βλάπτουν την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης. Αρχικά, καταστρώνεται μια σαφής εικόνα του τι προσπαθεί να πετύχει η επιχείρηση για τον ιδιοκτήτη και τους εργαζόμενους. Αυτό ξεκαθαρίζει τις προθέσεις και τους προσανατολισμούς της επιχείρησης, ώστε οι ενέργειες να επικεντρώνεται σε δραστηριότητες που έχουν αναλυθεί και αναμένεται να αποφέρουν πλεονεκτήματα στην επιχείρηση. Η σαφής οριοθέτηση των εργασιών που πρόκειται να απασχολήσουν την επιχείρηση αποτελεί τρόπο ώστε να αποφεύγεται σπατάλη χρόνου και πόρων (Moingeon and Ramanantsoa, 1995).

Έπειτα, δημιουργείται στην επιχείρηση ένα κλίμα πρωτοβουλίας κινήσεων και δράσης, παρά αντίδρασης και άμυνας, που οδηγεί σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα (Thompson & Strickland, 2001). Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που αναπτύσσει μια ΜΜΕ (Barney, 1991) μπορούν να επεκταθούν ή να διπλασιαστούν και να αποδώσουν αποτελέσματα όχι μόνο για μια συγκεκριμένη περίοδο χρόνου αλλά ακόμα και μακροπρόθεσμα. Δυνητικά όλες οι πόροι και το περιβάλλον της επιχείρησης, μπορούν να αποφέρουν συγκριτικά πλεονεκτήματα αρκεί να εντοπίζονται από την επιχείρηση εγκαίρως και περιλαμβάνονται στο σχεδιασμό της για το μέλλον. Έτσι, η ΜΜΕ βελτιώνει την αποτελεσματικότητά της αλλά και την προβλεπτικότητά της για τις ανάγκες των καταναλωτών (Collis & Montgomery, 1995).

Εξάλλου, καθώς η παγκόσμια οικονομία παρουσιάζει скаμπανεβάσματα, εκείνο το οποίο εξασφαλίζει την επιτυχία μιας ΜΜΕ μακροχρόνια και της επιτρέπει να παραμένει ανταγωνιστική (χρησιμοποιώντας δεξιότητες, εναλλάσσοντας πόρους και αναπτύσσοντας ικανότητες) είναι ο σωστός στρατηγικός σχεδιασμός, που λαμβάνει υπ' όψην όλες τις συνθήκες του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος στο οποίο λειτουργεί (Pearce & Robinson, 2000). Τα οικονομικά αποτελέσματα και τα στατιστικά αποδεικνύουν ότι η επιτυχία των ΜΜΕ απαιτεί την ανάγκη για το προσδιορισμό μιας στρατηγικής ανάλυσης. Η ανάλυση αυτή ξεκαθαρίζει τα υπέρ και τα κατά που αντιμετωπίζει μια επιχείρηση και καθορίζει την επιτυχία της ανάλογα με το μέγεθός της, τον κλάδο της και την παραγωγή της. Η παράθεση σε ένα σχεδιασμό όλων των αλλαγών στις επιλογές των καταναλωτών και τη δυναμικότητά τους, οι δημογραφικές μεταβολές των καταναλωτών καθώς και τα ενδεχόμενα πρότυπά τους αποτελούν λόγους για τους οποίους η επιχείρηση πρέπει να είναι ανταγωνιστική και να λαμβάνει γνώση όλων των παραμέτρων και των προβλημάτων στο περιβάλλον που δραστηριοποιείται.

Στη συνέχεια αναφέρονται επιγραμματικά διάφοροι τύποι στρατηγικής που μπορεί να ακολουθήσει μια επιχείρηση για να παραμείνει βιώσιμη στον παγκόσμιο ανταγωνισμό (OCDE 2000).

- *Η στρατηγική της καινοτομίας.* Με την τακτική αυτή οι ΜΜΕ προσπαθούν να έχουν τις κατάλληλες «επιστροφές» από τη βάση των γνώσεων που κατέχουν (με ή χωρίς δικές τους επενδύσεις σε Ε&Α).

Η καινοτομία είναι μια από τις βασικότερες πηγές της ανταγωνιστικότητας για τις ΜΜΕ, που δρουν ως παράγοντες αλλαγής και μηχανές για την παραγωγή νέων ιδεών και καινοτομικών δραστηριοτήτων (Tucker, 2003). Όμως η παραγωγή καινοτομικών δραστηριοτήτων απαιτεί την εισροή νέας οικονομικής γνώσης στην επιχείρηση. Αλλά επειδή η γνώση διαφέρει σε σχέση με τις άλλες παραδοσιακές εισροές της εργασίας, του κεφαλαίου κλπ. είναι πολύ δύσκολο για μια ΜΜΕ να επενδύσει σε μια τόσο «ριψοκίνδυνη» διαδικασία, όπως είναι η παραγωγή νέας γνώσης. Η πιο σημαντική (όχι όμως και μοναδική) πηγή της νέας γνώσης είναι η Έρευνα και Ανάπτυξη (Audretsch 1995, Gault 1998). Άλλοι παράγοντες που δρουν προς την παραγωγή νέας γνώσης είναι το υψηλό επίπεδο του ανθρώπινου κεφαλαίου, το ικανό εργατικό δυναμικό και η ισχυρή παρουσία επιστημόνων και μηχανικών. Επειδή όμως μια ΜΜΕ δεν εφαρμόζει πολιτική Ε&Α που βρίσκει τη νέα γνώση; Μια πρώτη απάντηση είναι ότι η γνώση εισρέει από «τρίτες» επιχειρήσεις ή ερευνητικά ιδρύματα, όπως τα πανεπιστήμια. Συνεπώς, η οικονομική γνώση διαχέεται από άλλες επιχειρήσεις που έχουν τμήματα Ε&Α ή από Πανεπιστημιακά Ερευνητικά Εργαστήρια. Η αλλαγή αυτή στην εισροή της γνώσης πραγματοποιείται μέσω των κατάλληλων δικτύων στα οποία συμμετέχει η επιχείρηση.

- *Η στρατηγική τεχνολογίας πληροφοριών,* κάνει χρήση νέας τεχνολογίας με στόχο να μειώσει το κόστος της ΜΜΕ και να αυξήσει την παραγωγικότητα.

Η στρατηγική αυτή συνεισφέρει στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας στις παγκόσμιες αγορές με την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών που μειώνουν το κόστος. Τεχνολογίες πληροφοριών είναι η ανάπτυξη των τεχνολογιών διαδικτύου που επιτρέπει σε μια ΜΜΕ να δραστηριοποιείται στο παγκόσμιο εμπόριο με ένα πολύ χαμηλό κόστος. Εφαρμόζοντας το ηλεκτρονικό εμπόριο και την πρόσβαση στο διαδίκτυο για προϊόντα και νέες ιδέες, μια ΜΜΕ μπορεί να βελτιώσει την λειτουργία της με ένα ιδιαίτερο χαμηλό κόστος (Callahan and Pasternack, 2002). Συνεπώς, η εφαρμογή μιας τέτοιας στρατηγικής από μια ΜΜΕ, είναι δυνατόν για να δημιουργήσει ανταγωνιστικότητα στην παγκόσμια αγορά, με τη χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας για να αναπτύξει πυρήνες ανταγωνισμού και συνεργασίες με άλλες ΜΜΕ για την κατασκευή καινοτομιών που θα αναφέρονται στις προτιμήσεις των πελατών.

- *Η στρατηγική niche ή εστίασης,* κατά την οποία οι ΜΜΕ συγκεντρώνουν τις προσπάθειές τους σε ένα niche, ένα τμήμα της αγοράς με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.

Το niche μπορεί να είναι γεωγραφικό ή μπορεί να ορίζεται από ειδική χρήση του προϊόντος ή από ειδικά χαρακτηριστικά του προϊόντος. Στο niche αυτό μια επιχείρηση μπορεί να ακολουθεί στρατηγική χαμηλού κόστους ή διαφοροποίησης. Στην κατηγορία αυτή η ΜΜΕ δεν προσπαθεί να κατακτήσει τεχνολογικές καινοτομίες. Αλλά επικεντρώνεται στην ικανοποίηση των διαφορετικών αναγκών που έχουν οι καταναλωτές. Καθώς αυξάνεται η πολυπλοκότητα των προϊόντων, οι πελάτες-καταναλωτές απαιτούν περισσότερες οδηγίες για την διαχείριση των προϊόντων. Αυτή την διευκόλυνση παράγουν οι ΜΜΕ που ακολουθούν τη στρατηγική της εστίασης. Είναι δηλαδή ένας συνδυασμός της προσανατολισμένης παραγωγής από τη μια σε ειδικευμένη θέση παραγωγής ενός προϊόντος και ταυτόχρονα στην πλήρη ικανοποίηση των αναγκών των πελατών.

- *Η στρατηγική του δικτύου*, σύμφωνα με την οποία οι ΜΜΕ συνεργάζονται με άλλες επιχειρήσεις (ΜΜΕ ή μεγάλες) με στόχο να βελτιώσουν την ικανότητά τους να έχουν πρόσβαση και να απορροφήσουν καινοτομίες.

Στην στρατηγική του δικτύου απαιτείται συμμετοχή μιας ΜΜΕ σε δίκτυα και συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις (μικρές, μεγάλες ή και τις δύο). Στα πλαίσια αυτά υπάρχει σημαντική διάχυση γνώσης και τεχνολογίας από το ένα μέρος του δικτύου στα άλλα. Η ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ πελατών, κατασκευαστών και προμηθευτών του κεφαλαίου δημιουργεί ένα εύφορο κλίμα για την προώθηση της καινοτομίας. Η συνεργασία αυτή ενδυναμώνεται με τη συμμετοχή εθνικών και τοπικών κυβερνητικών πολιτικών, καθώς επίσης και από ιδιωτικούς οικονομικούς οργανισμούς. Τέτοιου είδους στρατηγική ακολουθείται στη Silicon Valley (Saxenian, 1994) και στα επιτυχημένα Ιταλικά δίκτυα.

Γενικότερα τα δίκτυα συντελούν στη μείωση του κόστους και την προώθηση της καινοτομίας μέσω της συνεργασίας με εξωτερικές επιχειρήσεις. Βέβαια στην περίπτωση αυτή ενδέχεται να αυξηθούν τα κόστη μεταφοράς ή ακόμα και να αποκαλυφθούν σχέδια ή νέες ιδέες σε ανταγωνιστές, αλλά τα εμπειρικά στοιχεία δείχνουν ότι τα μειονεκτήματα αυτά αντισταθμίζονται από τα οφέλη του δικτύου. Συνολικά οι εφαρμογές μέσα σε δίκτυα υιοθετούν ραγδαίες τεχνολογικές καινοτομίες και συντελούν στην ανταγωνιστικότητα κάθε επιχείρησης (Normann & Ramirez, 1993).

- *Η στρατηγική συστάδων*, στην οποία οι ΜΜΕ εντοπίζουν τους ανταγωνιστές προκειμένου να εκμεταλλευτούν τα ξεχειλίσματα της γνώσης (spill – overs) ειδικά στα αρχικά στάδια του βιομηχανικού κύκλου ζωής.

Η στρατηγική αυτή μοιάζει με τη στρατηγική των δικτύων, αλλά αφορά την συμμετοχή σε δίκτυα τοπικών συστάδων (clusters). Στην στρατηγική αυτή η ΜΜΕ αυξάνει τα πλεονεκτήματα από τα δίκτυα με άλλες επιχειρήσεις που εμφανίζουν γεωγραφική συγκέντρωση με την έννοια

ότι όλες έχουν καλύτερη πρόσβαση σε νέες ιδέες και γνώση. Η περίπτωση αυτή ίσως είναι περισσότερο σημαντική σε νέες βιομηχανίες ή βιομηχανίες όπου η γνώση είναι σιωπηρή (tacit). Οι αναφορές στην στρατηγική υποδεικνύουν ότι για να ανταγωνιστείς σε παγκόσμιο επίπεδο απαιτείται ότι αφενός η επιχείρηση είναι επιθετική, έτοιμη να αναλάβει νέες θέσεις στην παραγωγή και στην αγορά, αφετέρου αμυντική, για να προστατεύει τις θέσεις της. Όπως αναφέρουν πολλοί συγγραφείς υπάρχουν αρκετά θέματα που πρέπει να κατανοήσει μια επιχείρηση για να αποφασίσει τι ακριβώς θα την οδηγήσει στην επιτυχία (π.χ. διαφορετικές κουλτούρες, δημογραφικές, θεσμικές και αγοραίες συνθήκες²⁸). Στη βάση αυτή απαιτείται σωστή και ευέλικτη διαχείριση της MME με στρατηγικό τρόπο ώστε να διασφαλίζει τη συνεργασία της επιχείρησης με φορείς ανάπτυξης (Wilkinson, 1997).

3.4 Ανταγωνιστικότητα μιας Μικρό-Μεσαίας Επιχείρησης.

Η ανταγωνιστικότητα και η επιβίωση μιας επιχείρησης, με διάφορους τρόπους, αποτελεί κύριο θέμα της βιβλιογραφίας του 21^{ου} αιώνα. Πέρα από τις αγορές, η επιχείρηση επιδιώκει να ανταγωνίζεται εφόσον το μέλλον δείχνει ασταθές, γεμάτο προκλήσεις και ραγδαίες αλλαγές. Τούτο γιατί, το βασικότερο σημείο στην οικονομία του αιώνα είναι η στροφή προς τη γνώση, την επικοινωνία και την ικανότητα να προσαρμόζεται κανείς στο μεταβαλλόμενο περιβάλλον (ESADE et al, 2001). Πλέον αναφερόμαστε στην «οικονομία της γνώσης», που χαρακτηρίζει μια οικονομία, στην οποία ολοένα και περισσότερο η γνώση αναγνωρίζεται ως το κλειδί για την ανάπτυξη. Ως εκ τούτου οι MME, για να επιβιώσουν, προσαρμόζονται στις αλλαγές και ακολουθούν στρατηγικές τέτοιες που να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις της εποχής (Brown & Eisenhardt, 1998). Δεδομένο αποτελεί πια ότι βασικοί μοχλοί της οικονομικής ανάπτυξης είναι η γνώση, οι δεξιότητες, η τεχνολογία, η ευελιξία στην παραγωγή, η ανάδειξη νέων βιομηχανιών, προϊόντων και υπηρεσιών κ.α, που συνηγορούν στην διατήρηση της ανταγωνιστικότητας (Argyris, 1993).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (European Commission) ορίζει την ανταγωνιστικότητα ως «την επίτευξη υψηλού και αυξανόμενου βιοτικού επιπέδου των κατοίκων μιας χώρας και τη διατήρηση της ανεργίας σε όσο το δυνατόν χαμηλότερα ποσοστά». Σύμφωνα με το Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας των ΗΠΑ, «η ανταγωνιστικότητα ορίζεται ως η ικανότητα αύξησης του πραγματικού εισοδήματος των Αμερικανών πολιτών και η δυνατότητα παραγωγής προϊόντων υψηλής ποιότητας, τα οποία να ανταποκρίνονται στη ζήτηση των παγκόσμιων αγορών». Το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (World Economic Forum) ορίζει την ανταγωνιστικότητα ως

²⁸ Thompson & Strickland (2000)-Κεφάλαιο VI

«την ικανότητα μιας χώρας να επιτυγχάνει υψηλούς αναπτυξιακούς ρυθμούς και να διατηρεί το κατά κεφαλήν ΑΕΠ (Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν) σε υψηλά επίπεδα».

Η έννοια της ανταγωνιστικότητας προβάλλει συχνά ως το εργαλείο-κλειδί για την προώθηση της αναπτυξιακής διαδικασίας. Πέρα από τις συχνές αναφορές στην ανταγωνιστικότητα της οικονομίας μας, μια ολόκληρη στρατηγική της Ε.Ε. - η Στρατηγική της Λισσαβόνας - έχει ως σημείο αναφοράς την ανταγωνιστικότητα. Σε ένα περιβάλλον που μετασχηματίζεται με πρωτόγνωρη ταχύτητα, όπου επιχειρήσεις ή (και) χώρες κερδίζουν ή χάνουν ανταγωνιστική δύναμη σε εξαιρετικά σύντομα διαστήματα, και το οποίο χαρακτηρίζεται από συνεχείς και ισχυρές ανακατατάξεις στη διεθνή πυραμίδα της ανάπτυξης και της ευημερίας, η ανταγωνιστικότητα αναδεικνύεται σε ένα από τα εργαλεία-κλειδιά για τη δυναμική της αναπτυξιακής διαδικασίας και η πολιτική και επιχειρησιακή διαχείριση των συστατικών στοιχείων της ανταγωνιστικότητας είναι κρίσιμο στοιχείο επιτυχίας.

Αρχικά παρατηρείται ότι νέα και γρήγορα εμφανιζόμενα προϊόντα και σχεδιασμοί, εισάγονται στην αγορά, δίνεται έμφαση στο κόστος και τις προσφορές χαμηλότερων τιμών και μειώσεις προσωπικού διαδίδονται συνεχώς. Έτσι, εξοικονομώντας εισόδημα από αυτές τις διαδικασίες αναμένεται να περάσουν στους καταναλωτές και να μειώσουν τις δαπάνες.

Είναι σημαντικό να επισημάνουμε ότι το φαινόμενο της ανταγωνιστικότητας δεν επαφίεται μόνο στον περιορισμό του κόστους, αλλά και σε δράσεις που αφορούν την δημιουργία συμμαχιών, συγχωνεύσεων, εναλλακτική ανάπτυξη και διαφοροποίηση των στρατηγικών αλλά και την ποιότητα του εργατικού δυναμικού. Η τεχνολογία της εποχής μας περιορίζει τις γεωγραφικές αποστάσεις και οι επιχειρήσεις προσπαθούν να αναπτυχθούν και να «εξοντώσουν» τους ανταγωνιστές με έμφαση στην καινοτομία (Thompson & Stickland, 2001:ch.2).

Η πρόθεση αυτή επιβεβαιώνει το γεγονός ότι η ανταγωνιστικότητα στην παγκόσμια οικονομία απαιτεί τόλμη, επιθετικότητα, τη χάραξη νέων θέσεων και το σχεδιασμό νέων στρατηγικών για την προστασία των θέσεων της επιχείρησης. Συγκεκριμένα, η διαδικασία της ανταγωνιστικότητας αφορά όχι μια, αλλά σειρά από στρατηγικές που η μια επιδρά στην άλλη και συνδυαστικά αποφέρουν τα επιθυμητά αποτελέσματα για την κερδοφορία της μικρομεσαίας επιχείρησης. Οι στρατηγικές αυτές καλύπτουν τα επιμέρους ζητήματα που αντιμετωπίζει μια ΜΜΕ (Σχεδιασμός Marketing, Οργάνωσης, Μηχανολογικός, Εργατικού Δυναμικού, Πληροφοριών και Ελέγχου κ.α).

Εξετάζοντας την πορεία και την πολιτική των επιχειρήσεων ο συναγωνισμός στην καινοτομία, αποτελεί σήμερα εξίσου σημαντικό παράγοντα όπως και ο ανταγωνισμός στον τομέα των τιμών. Σε πολλές περιπτώσεις, η καινοτομία, λαμβάνοντας ποικίλες μορφές επιτρέπει την κατάκτηση νέων αγορών και την αντοχή στον παγκόσμιο ανταγωνιστικό στερέωμα. Η

εφαρμογή καινοτόμων ιδεών δύναται να επεκταθεί πέρα από την έρευνα για εφευρέσεις, στην προσαρμογή των μεθόδων παραγωγής, στην εκμετάλλευση νέων αγορών, την εφαρμογή νέων οργανωτικών τρόπων διαχείρισης, την συνεργασία με διάφορους φορείς σχεδιασμού και έρευνας για τεχνολογική ανάπτυξη. Παρατηρείται ότι ο κύκλος ζωής των προϊόντων έχει μειωθεί σημαντικά και οι επιχειρήσεις πρέπει να αναπτύσσουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες σε ρυθμούς εντονότερους από το παρελθόν. Οι κλασσικοί συντελεστές παραγωγής (π.χ. κεφάλαιο, εργασία) δεν είναι σε θέση πλέον να παρέχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που θα κρατήσει στο χρόνο. Η παγκοσμιοποίηση και η έκρηξη των τεχνολογιών έχουν διαμορφώσει ένα νέο ανταγωνιστικό περιβάλλον (new competitive landscape). Άλλωστε οι διαφορές ανταγωνιστικότητας και του κατά κεφαλήν εισοδήματος μπορούν έως ένα βαθμό να αποδοθούν σε διαφορετικά επίπεδα ανάπτυξης καινοτομικών προϊόντων, διαδικασιών ή υπηρεσιών (Dosi 1990, Fagerberg 1994, Tidd *et al.* 2001, Forbes 2002).

Οπωσδήποτε ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για την ανταγωνιστικότητα μιας ΜΜΕ είναι η υιοθέτηση γνώσεων και πληροφοριών. Για να μπορεί μια επιχείρηση να είναι και να παραμένει ανταγωνιστική θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να αντιμετωπίζει τις ραγδαίες μεταβαλλόμενες ανάγκες της αγοράς γρήγορα και αποτελεσματικά με την εφαρμογή νέων τεχνολογιών. Η δυνατότητα μιας ΜΜΕ να πληροφορείται εγκαίρως την νέα γνώση (ίσως μέσω δικτύων) και η ικανότητα της να συνειδητοποιεί και να εφαρμόζει αυτή τη νέα γνώση έχοντας ως άξονα την βελτίωση της παραγωγικότητας και την εισαγωγή νέων προϊόντων και υπηρεσιών, είναι τα δυο βασικά συστατικά για την επιτυχή δράση της στην οικονομία.

Άλλωστε πηγή για την καινοτομία αποτελεί όχι μόνο η γνώση, αλλά και η επικοινωνία των εργαζομένων μεταξύ τους. Η επικοινωνία αφορά δίκτυα επιχειρηματικών ομάδων που βρίσκονται σε ανοιχτό διάλογο και ανταλλαγή απόψεων και ιδεών (Spencer, 2000). Επιπλέον, «μοιράζονται» εμπειρίες και πρακτικές χρήσιμες για την σύλληψη νέων ιδεών. Επομένως με τα δίκτυα επιτυγχάνεται η ροή γνώσης από όλους τους κλάδους και την επιστημονική κοινότητα προς την επιχείρηση (Liebeskind, 1996).

Ένα ακόμα σημαντικό στοιχείο που οδηγεί στην διατήρηση της ανταγωνιστικότητας είναι ο βαθμός απορρόφησης και ανάπτυξης νέων ιδεών και νέας τεχνολογίας (Παλάσκας & Τσάμπρα, 2001). Η απορρόφηση νέων αναπτυξιακών παραγόντων αφορά τόσο την πρόσληψη της νέας γνώσης όσο και την επιτυχή εκμετάλλευσή της στο “καλούπι” της κάθε μικρομεσαίας επιχείρησης (Cohen & Levinthal, 1990). Η πρόσληψη της γνώσης επιτυγχάνεται μέσα από τα δίκτυα των επιχειρήσεων και των οργανισμών (Jacob, Julien and Raymond, 1997). Η εκμετάλλευση αφορά τον τρόπο με τον οποίο η νέα γνώση θα γίνει κομμάτι της επιχείρησης και το πώς θα οργανωθεί η επιχείρηση με βάση τα νέα δεδομένα που έχει στη διάθεσή της. Στο

σημείο αυτό σημαντικό ρόλο παίζει η διαχείριση της ΜΜΕ και σαφώς οι ικανότητες των ατόμων που οργανώνουν τα παραγωγικά δρώμενα της επιχείρησης, δηλαδή η στρατηγική που ακολουθείται.

Ένα άλλο βασικό κομμάτι της ανταγωνιστικότητας προέρχεται από την *επιχειρηματικότητα*. Με τον όρο αυτό νοείται η νοοτροπία που έχει ένα άτομο να ανιχνεύει και να εκμεταλλεύεται ευκαιρίες που μπορούν να δώσουν νέα ώθηση στην επιχείρηση (Πράσινη Βίβλος). Είναι η δημιουργικότητα και η σωστή εκτίμηση των δεδομένων που ωθεί σε νέες θεωρήσεις και στην ανάπτυξη άλλων πρακτικών. Η επιχειρηματικότητα εφαρμόζεται σε όλες τις δραστηριότητες της επιχείρησης και σε όλες τις φάσεις από τις οποίες διέρχεται ένας οργανισμός (αρχικό στάδιο, ανάπτυξη κλπ). Η έντονη δραστηριοποίηση στην προσπάθεια για σύλληψη νέων ιδεών αποφέρει ουσιαστικά αποτελέσματα στην επιτυχία μιας επιχείρησης. Αυτό συμβαίνει διότι η συνεχής αναζήτηση για καινούριες ιδέες και τρόπους ανάπτυξης δεν επαναπαύει τον «οργανισμό» σε μια συγκεκριμένη δραστηριότητα και με τον τρόπο αυτό μετέχει στην ανταγωνιστικότητα της παγκόσμιας οικονομικής. Το πιο ουσιαστικό τμήμα της επιχειρηματικότητας εναπόκειται στην πρωτοβουλία για δράσεις που ανανεώνουν την επιχείρηση και δημιουργούν προοπτικές για νέες αγορές. Επομένως, είναι ο ορισμός της επιχειρηματικότητας που δίνει τροφή στον ανταγωνισμό και δημιουργεί τις κατάλληλες συνθήκες γι' αυτόν.

Ο προσδιορισμός της ανταγωνιστικότητας περιλαμβάνει επίσης τον συνδυασμό της ανθρώπινης γνώσης και των δεξιοτήτων των εργαζομένων. Ο στόχος αυτός έχει δύο πλευρές (Hendry, Arthur & Jones, 1995). Από τη μια πλευρά, η ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας βασίζεται στους ανθρώπινους πόρους, μέσα από διαφορετικές μορφές επίσημης και μη-επίσημης μάθησης (εκπαιδευτικά τμήματα, εσωτερικά σεμινάρια, ομάδες εργαζομένων κλπ). Από την άλλη, βασίζεται σε εξωτερικές πηγές. Παράδειγμα αποτελούν οι προσλήψεις νέων εργαζομένων, η λήψη συμβουλευτικών υπηρεσιών ή οι συνεργασίες με εξωτερικούς παράγοντες.

Σχηματικά μπορούμε να πούμε ότι η πυραμίδα της οικονομικής δράσης που οδηγεί στην ανταγωνιστικότητα είναι η εξής:

υποπολλαπλάσιο δημόσιο δανεισμό σε σύγκριση με την Ελλάδα, ως ποσοστό αυτού προς το ΑΕΠ.

Επιπλέον, μια μελέτη του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (Δ.Ν.Τ.) με αντικείμενο τους συντελεστές ανάπτυξης στην Ελλάδα και την Πορτογαλία αποκαλύπτει ότι από το 1980 μέχρι και τα μέσα της δεκαετίας του '90, το πραγματικό, κατά κεφαλήν ακαθάριστο εισόδημα στην Ελλάδα αυξήθηκε μόνο 1% με αποτέλεσμα να αυξηθεί το χάσμα που χώριζε την ελληνική οικονομία από τις ανεπτυγμένες οικονομίες της Ευρώπης. Η Ελλάδα δεν κατάφερε να προσαρμοστεί στους ρυθμούς της Ε.Ε., με αποτέλεσμα να χάσει σημαντικό έδαφος στο επίπεδο της μακροοικονομικής σταθεροποίησης. Κύρια αδυναμία της ελληνικής οικονομίας θεωρείται η ελλιπής απελευθέρωσή της λόγω του έντονου κρατικού παρεμβατισμού.

Σε ότι αφορά το ρυθμό ανόδου του ΑΕΠ, αυτός υποχώρησε σε 3,8% το 2004 από 4,5% το 2003³⁰. Με βάση ορισμένες παραδοχές και προϋποθέσεις που παρουσιάζονται αναλυτικά στην Έκθεση, εκτιμάται ότι το τρέχον έτος (2005) ο πληθωρισμός θα σημειώσει μικρή επιτάχυνση σε σύγκριση με το 2004 (στο 3,3% από 3,0%, βάσει του Εναρμονισμένου Δείκτη Τιμών Καταναλωτή), ενώ ο πυρήνας του πληθωρισμού θα παραμείνει ουσιαστικά αμετάβλητος. Αναμένεται από τους μελετητές ότι ο πληθωρισμός θα εξακολουθήσει να είναι σημαντικά υψηλότερος από το μέσο όρο του πληθωρισμού στη ζώνη του ευρώ και είναι ορατός ο κίνδυνος να υπάρξει περαιτέρω απώλεια διεθνούς ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας.

Όσο για την εξαγωγική δραστηριότητα της Ελλάδας παρατηρείται σοβαρό έλλειμμα ανταγωνιστικότητας εξαιτίας της απουσίας αποτελεσματικών μηχανισμών ενημέρωσης των επιχειρηματιών, των υψηλών τιμών, του ανταγωνισμού από φθηνές χώρες και η δυσκολία διείσδυσης σε ξένες αγορές. Σύμφωνα με στοιχεία του Πανελλήνιου Συνδέσμου Εξαγωγέων, η κατάσταση στις εξαγωγές χαρακτηρίζεται από περιορισμό του μεριδίου τους στη διεθνή αγορά, συρρίκνωση του ποσοστού της εθνικής παραγωγής που προορίζεται για εξαγωγές και τέλος συνεχόμενη αύξηση των εισαγωγών. Ως κύρια αιτία της επιδείνωσης της ανταγωνιστικότητας και της αύξησης των εισαγωγών φαίνεται να είναι το φορολογικό σύστημα με τις συνεχείς μεταβολές, το υψηλό κόστος ενέργειας και μεταφορών, τις ελλείψεις υποδομής στις μεταφορές, τις χρονοβόρες και δαπανηρές διαδικασίες νέων επενδύσεων και το πολύ υψηλό κόστος των υπηρεσιών του Δημοσίου και των υπηρεσιών που παρέχουν οι επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας.

Τα εμπειρικά στοιχεία δείχνουν ότι η Ελλάδα εξάγει μόνο το 7,9% του ΑΕΠ (2003), ενώ τα υπόλοιπα κράτη-μέλη της Ε.Ε. εξάγουν κατά μέσο όρο ποσό ίσο με το 26% του ΑΕΠ. Τα προϊόντα υψηλής τεχνολογίας που εξάγουμε αποτελούν μόνο το 8% του συνόλου των εξαγωγών, καθώς επίσης μια μελέτη του Υπουργείου Οικονομικών δείχνει ότι μόνο το 12% από

³⁰ Έκθεση της Τράπεζας της Ελλάδας για το 2004.

τα προϊόντα που εξάγονται ανήκουν σε κλάδους που έχουν κάποιο πλεονέκτημα και είναι βέβαιο ότι θα διατηρήσουν τη δυναμική τους στο μέλλον.

Ωστόσο τα εμπειρικά στοιχεία δείχνουν ότι μερικές από τις αξιοπρόσεκτες ελληνικές εξαγωγές μπορούν να σταθούν σε οποιαδήποτε αγορά. Παράδειγμα αποτελούν τα υφάσματα του νομού Ηλείας στην Κίνα, κομπούτερ στο Πακιστάν, ζυμαρικά στο Χονγκ-Κονγκ, καλλυντικά στη Νέα Υόρκη κλπ. Επίσης κλάδοι όπως η κλωστοϋφαντουργία, οι χημικές ουσίες, τα βασικά μέταλλα και τα μεταλλικά προϊόντα επιδεικνύουν καλούς βαθμούς εξωστρέφειας και ανταγωνιστικότητας στις διεθνείς αγορές.

Οι ελληνικές εξαγωγές μπορούν να ενισχυθούν, αρκεί να ληφθούν μέτρα αποφασιστικής σημασίας και να προωθηθούν συγκεκριμένες δομικές αλλαγές από την πολιτεία και τις επιχειρήσεις. Οι ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις για να μπορέσουν να αναπτυχθούν περισσότερο και να διακριθούν, οφείλουν να εξασφαλίσουν ακόμα υψηλότερη ποιότητα, καλύτερη οργάνωση, τη δημιουργία «επωνυμίας» και κυρίως σαφή προσανατολισμό για το στόχο τους. Τα ελληνικά προϊόντα υστερούν σε τεχνικές προώθησης και προβολής, στον σχεδιασμό και σε μεθόδους marketing. Αυτό που φαίνεται να λείπει περισσότερο είναι το brand name.

Αυτές οι επιδόσεις της οικονομίας επαναλαμβάνονται για μεγάλα χρονικά διαστήματα και συνεχίζουν να υφίστανται και στη νέα δεκαετία που διανύουμε, πράγμα που σημαίνει ότι δεν είναι ένα βραχυχρόνιο πρόβλημα σχεδιασμού και εφαρμογής της οικονομικής πολιτικής αλλά ούτε και απόρροια τυχαίων διαταραχών. Είναι ένα μακροχρόνιο διαρθρωτικό πρόβλημα που δείχνει ότι προέρχεται από την προβληματική λειτουργία των θεσμών της οικονομίας (μηχανισμοί οικονομικής δραστηριότητας και συντονισμού).

4.2 Οι Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τον κοινοτικό ορισμό της Ε.Ε. για τις ΜΜΕ, στην Ελλάδα αυτές ξεπέρασαν το 1 εκατομμύριο (πίνακας 4.2). Από αυτές περισσότερες από το 98% είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις με τζίρο που δεν υπερβαίνει τα 2 εκατ. ευρώ και απασχολεί λιγότερους από 10 εργαζόμενους. Οι μικρές ελληνικές επιχειρήσεις, δηλαδή αυτές που πραγματοποιούν τζίρο από 2 έως 10 εκατ. ευρώ, μόλις ξεπερνούν τις 5.500, ενώ οι μεσαίες (με τζίρο από 10-50 εκατ. ευρώ) δεν είναι ούτε 1000.

Πίνακας 4.2 Η εικόνα των ΜΜΕ στους τομείς παραγωγής για το 2003.

Κλάδος	Τζίρος (εκατ. ευρώ)			Σύνολο	%
	0-2	2,1-10	10,1-50		
Μεταποίηση	81.426	1.218	276	82.920	8,2
Χονδρικό- λιανικό εμπόριο	277.397	3.129	486	281.012	28
Ξενοδοχεία- εστιατόρια	95.961	210	22	96.193	9,6
Μεταφορές	422.373	372	78	422.823	42
Παροχή υπηρεσιών	41.803	153	33	41.989	4,2
Κατασκευές	79.831	473	94	80.398	8
Σύνολο	998.791	5.555	989	1.005.335	100

Πηγή: Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή Ελλάδας, ΕΣΥΕ 2003.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων εντοπίζεται στις μεταφορές, με ποσοστό 42% επί του συνόλου. Ακολουθεί το εμπόριο (28%) και τα ξενοδοχεία- εστιατόρια (9,5%). Τα νούμερα αυτά δείχνουν ότι οι ΜΜΕ στην Ελλάδα αποτελούν το σημαντικότερο και μεγαλύτερο τμήμα της οικονομίας με σαφή προσανατολισμό στον τομέα των υπηρεσιών. Ο **τριτογενής τομέας** είναι ο μεγαλύτερος με 70,6%³¹ στο σύνολο της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας, εξέλιξη που αιτιολογεί την εκτίμηση ότι η Ελλάδα έχει γίνει πλέον χώρα υπηρεσιών (το 1990 το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 63%).

Οι στατιστικές και ερευνητικές μελέτες για τις ΜΜΕ δείχνουν ότι η ανάπτυξη τους υπολείπεται των αντίστοιχων ευρωπαϊκών. Παρ' ότι η Ελλάδα είναι μέλος της Ε.Ε. και εντάσσεται στο νομοθετικό και ρυθμιστικό πλαίσιο που έχει καταστρώσει η Ευρώπη, εντούτοις δεν φαίνεται να αλλάζει το τοπίο της ανάπτυξης. Τόσο ο ελληνικός παραγωγικός ιστός όσο και το ελληνικό εμπόριο εμφανίζουν δύο σημαντικές ανεπάρκειες.

-Η πρώτη οφείλεται στην αδυναμία των ελληνικών επιχειρήσεων να ενσωματώνουν στις λειτουργίες τους τα κύρια συστατικά των κοινωνιών που στηρίζονται στη γνώση. -Η δεύτερη είναι το αποτέλεσμα της πρώτης και έγκειται στο σχεδόν ανύπαρκτο ενδιαφέρον των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων να συμμετάσχουν στα κοινοτικά ερευνητικά προγράμματα.

Αυτό συμβαίνει διότι, οι επιχειρήσεις δεν έχουν επαρκή πληροφόρηση για τα κοινοτικά προγράμματα που εφαρμόστηκαν και εξακολουθούν να εφαρμόζονται στην Ελλάδα. Τα κονδύλια που δόθηκαν στην Ελλάδα από την Ευρώπη και αφορούσαν την ανάπτυξη των Πολύ Μικρών και Μικρό-Μεσαίων Επιχειρήσεων ήταν αρκετά, αλλά δεν απέδωσαν τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Αρχικά υπάρχουν γραφειοκρατικοί σκόπελοι και πληθώρα απαιτήσεων από τους δημόσιους οργανισμούς που αποθαρρύνουν τους επιχειρηματίες από το να συμμετέχουν στα προγράμματα αυτά. Έπειτα δεν υπάρχει επαρκής πληροφόρηση για το είδος των προγραμμάτων που βρίσκονται σε εξέλιξη. Επιπλέον, η επιχειρηματική αντίληψη στην Ελλάδα δεν είναι τέτοια

³¹ Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας, Εθνικούς Λογαριασμούς την περίοδο 2003.

που εξασφαλίζει ενεργή συμμετοχή και «αναζήτηση» για εύρεση νέων ευκαιριών που υπάρχουν. Οι περισσότεροι έλληνες επιχειρηματίες επαναπαύονται σε ένα ορισμένο εισόδημα που προσφέρει η εργασία τους και δεν λαμβάνουν υπ' όψη τον ανταγωνισμό από την παγκόσμια οικονομία.

Σύμφωνα λοιπόν με παρόμοιες μελέτες και συγκρίσεις (benchmarking) η ελληνική μικρομεσαία επιχείρηση οδηγείται σε αργή αλλά σταθερή εξαφάνιση. Ένα τέτοιο πολυσήμαντο γεγονός, από πολιτικής και κοινωνικής πλευράς, θα έχει οδυνηρές οικονομικές επιπτώσεις. Διότι με σπασμένη την οικονομική σπονδυλική στήλη της η Ελλάδα θα βρεθεί μπροστά σε νέα προβλήματα με ποικίλες κοινωνικές προεκτάσεις. Το βασικό πρόβλημα εντοπίζεται στο ότι οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν συμμετέχουν ούτε στην οικοδόμηση της νέας ευρωπαϊκής αγοράς ούτε στα κοινοτικά προγράμματα ενισχύσεως της τεχνολογικής τους υποδομής αλλά ούτε στις προσπάθειες της Ε.Ε. για τη δημιουργία ευρωπαϊκών μικρομεσαίων επιχειρήσεων αιχμής σε τομείς υψηλής τεχνολογίας.

Το αποτέλεσμα των αδυναμιών αυτών είναι η περιθωριοποίηση της ελληνικής οικονομίας, με δεδομένη την ταχύτητα των τεχνολογικών και επιστημονικών εξελίξεων, που αυξάνει την απόσταση από τις άλλες οικονομίες των χωρών μελών της Ένωσης. Η Ελλάδα απέχει πολύ από την επίτευξη του στόχου της Ε.Ε. στη Λισσαβόνα και τούτο αποτελεί δυσμενής εξέλιξη τόσο για την οικονομική αλλά κυρίως για την κοινωνική εναρμόνιση με τα υπόλοιπα κράτη-μέλη.

4.2.1 Καινοτομία

Η ελληνική καινοτομική δραστηριότητα εμφανίζεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα ανάπτυξης (European Trend Chart on Innovation, 2001). Όλοι οι φορείς που μπορούν να δημιουργήσουν καινοτομία στην Ελλάδα φαίνεται να είναι αποκομμένοι και χωρίς κρατική στήριξη για εφαρμογή της έρευνας. Οι φορείς αυτοί είναι τα Πανεπιστήμια, τα ιδιωτικά και δημόσια κέντρα έρευνας και τεχνολογίας, τα ινστιτούτα μελετών κλπ. Η ομαλή συνεργασία ανάμεσα στους φορείς αυτούς εξασφαλίζει τη ροή γνώσης στα όρια του δικτύου. Ταυτόχρονα οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στα δίκτυα αυτά εξασφαλίζουν την αδιάκοπη πληροφόρηση για τη νέα γνώση που κυκλοφορούν τα ινστιτούτα.

Η ενεργή συμμετοχή των επιχειρήσεων στα δίκτυα γνώσης είναι μια διαδικασία που αποφέρει μόνο θετικά αποτελέσματα για τη λειτουργία τους. Εν τούτοις στην Ελλάδα παρατηρείται μια αποστροφή στη συνεργασία των επιχειρήσεων και των άλλων κέντρων γνώσης και έρευνας. Επικρατεί ένα είδος εσωστρέφειας και έλλειψης εμπιστοσύνης τόσο για τους κρατικούς μηχανισμούς όσο και για τους ιδιωτικούς. Η κατάσταση αυτή είναι εν μέρει αποτέλεσμα των κακών επιδόσεων που παρουσιάζει σήμερα η οικονομία. Από την άλλη πλευρά τα ινστιτούτα

έρευνας και τεχνολογίας δεν έχουν επαρκείς πόρους να καλύψουν καινοτόμα προγράμματα. Η ιδιωτική επένδυση είναι πάρα πολύ μικρή στον τομέα αυτό. Ενώ η δημόσια επένδυση δεν καλύπτει πολλούς τομείς, που τα πανεπιστήμια θα μπορούσαν να αναπτύξουν.

Σχετικά με την ιδιωτική πρωτοβουλία παρουσιάζεται άτονο ενδιαφέρον από τις ΜΜΕ για την συμμετοχή σε καινοτόμα δίκτυα. Η πλειονηφία των επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι ΜΜΕ και διευθύνονται από τον ιδιοκτήτη-επιχειρηματία. Οι πρωτοβουλίες που αφορούν καινοτόμες δράσεις είναι περιορισμένες σε μικρές διοικητικές ομάδες χωρίς πολλές δυνατότητες περαιτέρω εξέλιξης. Την κατάσταση αυτή δυσχεραίνει περισσότερο η απουσία οργανωμένων τμημάτων Ε&Α, στρατηγικών κατευθύνσεων από επιστημονικούς φορείς που συνδέονται με την αγορά και άλλων ινστιτούτων παραγωγής καινοτόμων ιδεών.

Χαρακτηριστική είναι η καινοτομική δράση των επιχειρήσεων στη περίοδο 1998-2000 σε ποσοστιαία βάση (πίνακας 4.3). Η συγκριτική απεικόνιση με το μέσο όρο των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων (ΕΕ-15) δείχνει ξεκάθαρα την τάση για μη-καινοτόμα στρατηγική των ελληνικών επιχειρήσεων.

Πίνακας 4.3 Ποσοστό των επιχειρήσεων με δράσεις καινοτομίας, 1998-2000 (%)

	Σύνολο	Βιομ/νία	Υπηρεσίες	Πολύ Μικρές	Μικρές	Μεσαίες
ΕΕ-15	47	47	40	39	60	77
Ελλάδα	28	27	33	26	32	45

Πηγή: ΕΣΥΕ

Η καινοτομική δράση στην Ελλάδα υπολείπεται των ευρωπαϊκών εταίρων σχεδόν κατά το ήμισυ (28% έναντι 47% της Ε.Ε.). Η αργή προσαρμογή της μικρομεσαίας ελληνικής επιχείρησης αποτελεί σαφή ένδειξη ότι δεν υπάρχει επαρκής πληροφόρηση των επιχειρηματιών για τον ρόλο που παίζει η καινοτομία στην παγκοσμιοποιημένη αγορά.

Έπειτα η προώθηση της καινοτομίας απαιτεί την παραγωγή της μέσα σε δίκτυα μεταφοράς γνώσεων. Στον τομέα αυτό η Ελλάδα παρουσιάζει σημαντική υστέρηση. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια η υποβολή προτάσεων της Ελλάδας για καινοτόμες δράσεις είναι πάρα πολύ χαμηλές. Συνολικά κατατέθηκαν πάνω από 12.000 σχέδια, στα οποία την πρωτιά κατέχει το Ηνωμένο Βασίλειο (17% του συνόλου) και ακολουθεί η Γερμανία (15%). Η Ελλάδα βρίσκεται στις τελευταίες θέσεις της σχετικής κατάταξης,³² με ποσοστό 2%. Επιπλέον, σημειώνεται ότι οι ελληνικές προτάσεις για ανάπτυξη καινοτομικών σχεδίων προέρχονται, κατά κύριο λόγο, από πανεπιστήμια και κρατικά ερευνητικά κέντρα, τόσο αντιλαμβάνεται κανείς ότι το ποσοστό συμμετοχής που αναλογεί στις επιχειρήσεις είναι σχεδόν μηδενικό.

³² Κοινοτική Υπηρεσία Πληροφοριών Έρευνας και Ανάπτυξης (CORDIS)

Άσχημη είναι η θέση της Ελλάδας και σε «φυτώρια επιχειρήσεων», δηλαδή κρατικών συνήθως φορέων που αναλαμβάνουν το ρόλο του μεσάζοντα μεταξύ έρευνας και επιχειρήσεων για την ανάπτυξη καινοτομιών. Αναλογεί μόνο μια σε 100.000 επιχειρήσεις, έναντι 5 στην Ε.Ε.³³.

Επομένως από την παραπάνω ανάλυση διαφαίνεται ότι η Ελλάδα είναι περισσότερο «χρήστης» καινοτομικών τεχνολογιών που αναπτύχθηκαν σε άλλες χώρες, παρά «παραγωγός» καινοτομιών. Οι δυο βασικοί παράγοντες που συμβάλλουν στην κατάσταση αυτή είναι:

1. Η έλλειψη βιομηχανικής παράδοσης των ελληνικών επιχειρήσεων, που είναι κατά βάση συγκεντρωμένες σε παραδοσιακούς κλάδους χαμηλής ή μέσης έντασης τεχνολογίας και
2. Η «εθνική υποδομή» που δεν είναι κατάλληλη για ανάπτυξη και υποστήριξη της καινοτομίας.

4.2.2 Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη (E&TA).

Ο εκσυγχρονισμός και οι νέες τεχνολογίες είναι δύο από τους πλέον κρίσιμους παράγοντες για την επιβίωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίοι δεν έχουν αξιοποιηθεί επαρκώς από τη συντριπτική πλειονότητα των ελληνικών ΜΜΕ³⁴.

Οι επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες και έρευνα είναι πολύ χαμηλές και φτάνουν μόλις στο 0,67% του ΑΕΠ, πιο λίγες από κάθε άλλη χώρα στην Ε.Ε.. Αναλύοντας το ποσοστό αυτό παρατηρούμε ότι η διάρθρωση της δαπάνης για E&TA δεν είναι ισορροπημένη, γιατί εμφανίζεται σαφής υπεροχή του δημόσιου τομέα έναντι του ιδιωτικού. Ο δημόσιος τομέας συνεισφέρει πάνω από το 70% των δαπανών για E&TA (εθνική και κοινοτική χρηματοδότηση), έναντι 25% του ιδιωτικού, ενώ ο ευρωπαϊκός μέσος όρος είναι 44,2% και 53,9% αντιστοίχως. Το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό της ελληνικής οικονομίας, έχει ως αποτέλεσμα οι καλές επιδόσεις των ελληνικών ερευνητικών ομάδων στα κοινοτικά προγράμματα E&TA να μην οδηγούν σε ανάλογη έκφραση της ερευνητικής προσπάθειας σε οικονομικούς όρους (είναι σχεδόν ανύπαρκτη η σύνδεση των αποτελεσμάτων της έρευνας με τις ΜΜΕ). Στην Ελλάδα δεν υπάρχει ούτε ένα κέντρο έρευνας για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών στις ΜΜΕ, αλλά ούτε και μια μάζα νεωτεριστικών και καινοτόμων ΜΜΕ που θα τις αξιοποιήσουν.

Τα εγχειρήματα με τις θερμοκοιτίδες εκκόλαψης επιχειρήσεων νέας τεχνολογίας σε Τεχνολογικά πάρκα, όπως του Λαυρίου και της Πάτρας, είναι μεν πρωτοποριακά, αλλά δεν έχουν αποφέρει ακόμα απτά αποτελέσματα, ενώ άλλοι σχεδιασμοί δημιουργίας θερμοκοιτίδων έχουν προχωρήσει ελάχιστα.

Οι θερμοκοιτίδες καινοτομικής ανάπτυξης που λειτουργούν σήμερα στην Ελλάδα βρίσκονται σε έξι πόλεις της χώρας (σε σύνολο 54 πρωτεύουσες των νομών) και είναι οι εξής:

³³ Eurostat Yearbook 2004.

³⁴ Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή Ελλάδας (ΟΚΕ)

- Το τεχνολογικό πάρκο Ηρακλείου
- Το τεχνολογικό πάρκο Θεσσαλονίκης
- Το τεχνολογικό πάρκο Θεσσαλίας
- Τη θερμοκοιτίδα Χανίων
- Τη θερμοκοιτίδα Θεσσαλονίκης (i4G)
- Τις θερμοκοιτίδες στην Αθήνα (I-Cube, iVen)

Σε αντιδιαστολή με το μικρό αριθμό των πάρκων που υπάρχουν στην Ελλάδα παραθέτουμε την πληροφορία ότι στην Ε.Ε. λειτουργούν σήμερα περισσότερα από 800 τεχνολογικά πάρκα και αποτελούν ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο θεσμό στήριξης νέων καινοτομικών επιχειρήσεων.

Ακόμα οι Βιομηχανικές Περιοχές (ΒΙΠΕ) στην Ελλάδα βρίσκονται σε πολύ πρώιμα στάδια ανάπτυξης. Τα βασικά προβλήματα είναι η έλλειψη ολοκληρωμένου χωροταξικού σχεδιασμού και κατ' επέκταση ολοκληρωμένων σχεδίων για την επιχειρηματική και βιομηχανική χωροθεσία. Επίσης, σημειώνεται ανεπαρκής ή ανύπαρκτη πρόσβαση στις υφιστάμενες ΒΙΠΕ και βασικές ελλείψεις στη λειτουργική και οργανωτική δομή (αγροτικά δρομάκια). Ακόμα υπάρχει έλλειψη έργων υποδομής εκτός ΒΙΠΕ που είναι αναγκαία για την ομαλή λειτουργία της, όπως δίκτυα ομβρίων και ακάθαρτων υδάτων κλπ. Ένα ακόμα σημαντικό πρόβλημα είναι η έλλειψη σχεδίων για την πλήρη σύνδεση των ΒΙΠΕ με εθνικά και διεθνή δίκτυα μεταφορών, τηλεπικοινωνιών, πληροφορικής, ενέργειας, φυσικού αερίου κλπ. Τα προβλήματα αυτά αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες για την συγκέντρωση των επιχειρήσεων σε ένα χώρο που θα τους προσφέρει δυνατότητες επικοινωνίας και συνεργασίας.

Συνολικά η Έρευνα και η Τεχνολογική Ανάπτυξη στη χώρα μας βρίσκονται σε πρώιμα επίπεδα εξέλιξης, παρά τη συμμετοχή της χώρας στις διαρθρωτικές μεταβολές που προωθεί η ευρωπαϊκή πολιτική. Η αργή προσαρμογή στα νέα δεδομένα επιφέρει σοβαρές δυσκαμψίες τόσο στο επιχειρηματικό κλίμα, όσο και στην ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ της Ελλάδας στο παγκόσμιο οικονομικό στερέωμα.

4.2.3 Επιχειρηματικότητα

Σύμφωνα με την Πράσινη Βίβλο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής η επιχειρηματικότητα αποτελεί νοοτροπία. Πρόκειται για την ικανότητα ενός ατόμου είτε μόνος του είτε στα πλαίσια ενός οργανισμού να αναγνωρίζει τις νέες ευκαιρίες, να τις εκμεταλλεύεται προκειμένου να επιτύχει οικονομικό όφελος. Στην προσπάθειά του, όμως, αυτή καινοτομεί, δημιουργεί νέα προϊόντα, εκτελεί νέες δραστηριότητες, απασχολεί άλλους πολίτες και έτσι συμβάλλει στην αύξηση της απασχόλησης και του βιοτικού επιπέδου.

Στη δεκαετία που διανύουμε το επίκεντρο της οικονομικής πολιτικής είναι η επιχειρηματικότητα, η ανταγωνιστικότητα και η εφαρμογή ενός πλέγματος κινήτρων για τη βελτιστοποίηση του παραγόμενου προϊόντος. Παρά τις ισχυρές αναταράξεις και ανακατατάξεις που παρατηρούνται στο χώρο των ΜΜΕ και παρά την υψηλή «θνησιμότητα» των νέων μικροεπενδυτών που δοκιμάζουν την τύχη τους στον επιχειρηματικό στίβο, ο συγκεκριμένος τομέας της ελληνικής οικονομίας κάθε άλλο παρά ακολουθεί φθίνουσα πορεία, σε ό,τι αφορά τουλάχιστον το πλήθος των επιχειρήσεων. Τα στατιστικά στοιχεία δείχνουν ότι στην Ελλάδα, η επιχειρηματικότητα ευδοκimeί. Η καθαρή αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων, αφού ληφθεί υπόψη η απώλεια παλαιών επιχειρήσεων, είναι θετική, 3,2% το 2002. Αυτή η αύξηση υπερβαίνει την αντίστοιχη αύξηση στις ΗΠΑ (0,6%), αλλά και σε 11 από τις υπόλοιπες 14 ευρωπαϊκές χώρες.

Το 2003 περίπου 110.000 άνθρωποι ασχολήθηκαν στην Ελλάδα με την έναρξη κάποιου τύπου επιχειρηματικής δραστηριότητας³⁵, η οποία κατά πολύ μεγάλο βαθμό αποτελεί μία ατομική υπόθεση: ο μέσος όρος των ιδιοκτητών μίας επιχείρησης είναι μόλις 1,5 άτομα. Κάθε ξεκίνημα επιχείρησης δημιουργεί 2 θέσεις εργασίας, εκτός του ιδιοκτήτη, ενώ η συνολική χρηματοδότηση νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων το 2003 ανήλθε σε 6 δισ. ευρώ. Η ίδια έρευνα έδειξε ότι το 6,8% του ενεργού πληθυσμού είτε ξεκινούν είτε δραστηριοποιούνται ήδη επιχειρηματικά, ποσοστό που κατατάσσει την Ελλάδα στην 16η θέση στο σύνολο των 31 χωρών που συμμετέχουν στο Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας.

Ωστόσο, η Ελλάδα εμφανίζει υψηλό ποσοστό Επιχειρηματικότητας Ανάγκης, που εκδηλώνεται όταν ο επιχειρηματίας δεν έχει άλλη δυνατότητα βιοπορισμού. Σύμφωνα με ευρωδημοσκοπήση (ευρωβαρόμετρο) του Σεπτεμβρίου 2003 φαίνεται, μεταξύ άλλων, ότι οι Έλληνες θέλουν να αυτοαπασχολούνται αλλά αντιμετωπίζουν δυσκολίες, λόγω έλλειψης οικονομικής υποστήριξης και εξαιτίας της πολυπλοκότητας των διαφόρων διοικητικών διαδικασιών. Τα στοιχεία δείχνουν ότι:

- Το 51% προτιμά την αυτοαπασχόληση (Στην Ελλάδα το αυτοαπασχολούμενο ποσοστό του εργατικού δυναμικού υπερβαίνει το 25%, που είναι το μεγαλύτερο ποσοστό στην Ε.Ε.).
- Ένας στους τρεις έχει ήδη σκεφθεί ή σχεδιάζει να ανοίξει μια επιχείρηση, ενώ το 22% δηλώνει ότι έχει ήδη αρχίσει το στήσιμο της επιχείρησής του.
- Το 68% προτιμά να συστήσει μια νέα επιχείρηση αντί να αποκτήσει μια που ήδη λειτουργεί.

³⁵ «Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα», IOBE.

- Το 88% θεωρεί ότι του λείπει η οικονομική υποστήριξη για τη χρηματοδότηση της σύστασης μιας επιχείρησης.
- Το 63% δεν είναι διατεθειμένο να επενδύσει τα χρήματά του στην επιχείρηση κάποιου που έχει ήδη αποτύχει.

Από άλλη έρευνα διαφαίνεται επίσης ότι οι νέοι στην Ελλάδα δείχνουν να ενδιαφέρονται ιδιαίτερα να ιδρύσουν δικές τους επιχειρηματικές μονάδες. Μάλιστα στρέφονται προς την παραγωγή καινοτόμων προϊόντων και την παροχή πρωτοποριακών υπηρεσιών αλλά συναντούν πολλά και συχνά ανυπέρβλητα εμπόδια³⁶. Το υπερβολικό κόστος που απαιτείται για την ίδρυση μίας νέας επιχείρησης και ο εφιάλτης της γραφειοκρατίας αποτελούν τα δύο μεγαλύτερα προβλήματα με τα οποία βρίσκονται αντιμέτωποι οι νέοι επίδοξοι επιχειρηματίες.

Από την έρευνα της Euronem προκύπτει ότι ένας Έλληνας νέος που θέλει να ιδρύσει μία επιχείρηση θα πρέπει να διαθέσει συνολικά 66 εργάσιμες ημέρες, να συμπληρώσει 70 έγγραφα και να δαπανήσει 5.560 ευρώ. Στην Ιρλανδία αντιθέτως, η οποία αποτελεί παράδειγμα προς μίμηση στον τομέα της προσέλκυσης επενδύσεων και της προώθησης της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας, ο υποψήφιος νέος επενδυτής πρέπει να διαθέσει 20 ημέρες, να συμπληρώσει λιγότερα από 10 έγγραφα και να δαπανήσει 300 ευρώ.

Το γενικό επιχειρηματικό κλίμα δείχνει ότι δεν δίνεται προτεραιότητα στην επιχειρηματικότητα από τις ελληνικές κυβερνήσεις, παρ' ότι οι Έλληνες προτιμούν την αυτοαπασχόληση. Αυτό συμβαίνει εξαιτίας του γεγονότος ότι εμφανίζονται σημαντικές διαρθρωτικές αδυναμίες που εμποδίζουν τις επενδύσεις και την επιχειρηματική δραστηριότητα. Κυρίως, όμως, δεν υπάρχει στρατηγική και συνειδητοποίηση της σημασίας της επιχειρηματικότητας. Οι ρυθμοί λειτουργίας της κρατικής μηχανής είναι τόσο αργοί που για να δεις έναν υπεύθυνο υπουργείου για να γίνει μια επένδυση περνούν μήνες και για να ληφθεί μια απόφαση χρόνια.

Συνολικά, η αναστροφή του επιχειρηματικού περιβάλλοντος φαίνεται ως επιτακτική ανάγκη για την ελληνική οικονομία. Ενδεικτικά κάποια μέτρα που μπορούν να ληφθούν προς την κατεύθυνση αυτή είναι:

- Έμφαση σε πολιτικές βελτίωσης της ποιότητας της επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Άρση των εμποδίων στην άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Θεσμοθέτηση μίας μόνον δημόσιας υπηρεσίας που θα αναλαμβάνει τη διεκπεραίωση όλων των απαιτούμενων διαδικασιών, σε μικρό χρονικό διάστημα.
- Χρηματοδοτικοί μηχανισμοί εξειδικευμένοι στην ενίσχυση μικρών και πολύ μικρών δραστηριοτήτων.

³⁶ Έρευνας για την «επιχειρηματικότητα των νέων και την καινοτομία» που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής από το δίκτυο της Μη Κυβερνητικής Οργάνωσης Euronem.

- Πολιτικές τεχνολογικής αναβάθμισης των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων.
- Ενθάρρυνση της Έρευνας και της Καινοτομίας.
- Υποστήριξη της επιχειρηματικότητας των νέων, των γυναικών και των μεταναστών.

4.2.4 Απασχόληση

Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ το 2002 στην Ελλάδα το εργατικό δυναμικό αποτελούν 4,37 εκατ. άνθρωποι από τους οποίους το 90,4% είναι οι απασχολούμενοι. Στις πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις (με απασχόληση από 1 έως 49 άτομα) συγκεντρώνεται σχεδόν το 73% της ελληνικής απασχόλησης. Στο χώρο της μεταποίησης (οι ΜΜΕ αποτελούν το 99% των επιχειρήσεων στον κλάδο) απασχολείται το 63,6% των εργαζομένων και παράγουν το 27% του ΑΕΠ της μεταποίησης. Στο εμπόριο, οι ΜΜΕ αποτελούν το 96,5% του συνόλου των επιχειρήσεων, απασχολούν το 14% των εργαζομένων στη χώρα και παράγουν γύρω στο 20% του συνολικού εθνικού ΑΕΠ.

Τα ποσοστά αυτά είναι πολύ υψηλότερα από τα μέσα επίπεδα της Δυτικής Ευρώπης. Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (7η Έκθεση 2002), στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Επιτροπή (ΕΟΕ) και την Ελβετία υπάρχουν 20,5 εκατομμύρια επιχειρήσεις, οι οποίες παρέχουν εργασία σε 122 εκατομμύρια ανθρώπους. Το 93% αυτών των επιχειρήσεων είναι πολύ μικρές (έως 9 εργαζόμενοι). Στην Ελλάδα, το αντίστοιχο ποσοστό ανέρχεται σε 99%. Το 6% είναι μικρές (10 - 49 εργαζόμενοι), λιγότερες από το 1% του συνόλου είναι μεσαίου μεγέθους (50 - 249 εργαζόμενοι) και μόνο το 0,2% είναι μεγάλες επιχειρήσεις (απασχολούν πάνω από 250 εργαζόμενους).

Ιδιαίτερα σημαντικό σε ό,τι αφορά την απασχόληση είναι το γεγονός ότι το διάστημα 1988 - 2001 στον ευρωπαϊκό χώρο απωλέσθηκαν θέσεις εργασίας στις μεγάλες επιχειρήσεις, ενώ αντίθετα η απασχόληση στον τομέα των ΜΜΕ αυξήθηκε.

Τα στοιχεία, λοιπόν, δείχνουν ότι οι ΜΜΕ μπορούν να αποτελέσουν το κύριο εργαλείο για την καταπολέμηση της ανεργίας σε όλη την Ευρώπη, αλλά πολύ περισσότερο στη χώρα μας. Όμως, σημειώνει η Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδας (ΟΚΕ), τα διοικητικά βάρη που σχετίζονται με την πρόσληψη των εργαζομένων έχουν αυξηθεί, παρά τις ενέργειες των κρατών - μελών. Το 31% των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, δηλαδή περίπου το 1/3 αυτών, θεωρούν ότι τα βάρη αυτά αποτελούν το βασικό αντικίνητρο για νέες προσλήψεις.

Στην Ελλάδα, το μη μισθολογικό κόστος³⁷ είναι από τα υψηλότερα στην Ε.Ε. και φθάνει το 43,86% του μισθού, γεγονός που αποτρέπει τις προσλήψεις και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Η μείωσή του προσκρούει σε προβλήματα που δημιουργούνται στα ασφαλιστικά ταμεία, για τα οποία πρέπει να επιληφθεί η πολιτεία. Το γεγονός ότι σε ορισμένες περιπτώσεις η

³⁷ Κόστος που αφορά ασφαλιστικές εισφορές, επιθεωρήσεις εργασίας, ενημερώσεις κλπ

πολιτεία έχει λάβει μέτρα για την άμβλυνση αυτού του προβλήματος (π.χ. για την πρόσληψη γυναικών, ανέργων άνω των 55 ετών, αντικατάσταση εγκύων γυναικών κ.λπ.), δείχνει ακριβώς ότι το μη μισθολογικό κόστος αποτελεί ένα από τα εμπόδια στην αύξηση της απασχόλησης. Τέλος, θα πρέπει να σημειώσουμε ότι, με βάση επίσημα στοιχεία που παραθέτει η ΟΚΕ, οι νέες θέσεις στις ΜΜΕ στοιχίζουν πολύ φθηνότερα από ότι στις μεγάλες επιχειρήσεις.

4.2.5 Ανταγωνιστικότητα ελληνικών ΜΜΕ.

Έχει αναφερθεί ότι η ανταγωνιστικότητα μίας οικονομίας στις παγκόσμιες αγορές, είναι η ικανότητά της να παράγει πλούτο και νέες θέσεις εργασίας και εξαρτάται ολοένα και περισσότερο από το πόσο αποτελεσματικά αναπτύσσει νέα προϊόντα και υπηρεσίες και ενσωματώνει τις νέες τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας στον παραγωγικό ιστό.

Στον αιώνα που ήδη διανύουμε, η καινοτομία, η μεταφορά τεχνογνωσίας αλλά και η δημιουργικότητα, είναι τα κλειδιά της επιβίωσης και τα εφελκύδια επικερδούς προώθησης στον χρόνο για όλες τις επιχειρήσεις. Για να μπορέσει μια επιχείρηση να επιβιώσει σε ένα ολοένα και πιο ανταγωνιστικό κόσμο, ανεξάρτητα από το μέγεθός της, θα πρέπει να μπορεί να αντεπεξέλθει και να αναπροσαρμόζεται στις αλλεπάλληλες προκλήσεις. Κάθε επιχείρηση θα πρέπει να είναι «ανοιχτή» σε νέες ιδέες, διαδικασίες και μεθόδους οργάνωσης και να μπορεί να τις απορροφήσει δημιουργικά. Οι στρατηγικές και μέθοδοι καινοτομίας και μεταφοράς τεχνογνωσίας πρέπει να εφαρμόζονται σε κάθε σύγχρονη επιχείρηση.

Στα πλαίσια του παγκοσμιοποιημένου διεθνούς περιβάλλοντος η ελληνική οικονομία δέχεται ισχυρές πιέσεις στο θέμα του ανταγωνισμού, ιδιαίτερα σε τομείς όπου η ελληνική οικονομία έχει ισχυρά παραγωγικά συμφέροντα (κλωστοϋφαντουργικά, ρούχα, αγροτικά). Ταυτόχρονα όμως, εμφανίζεται αποδυναμωμένη από πλευράς πλεονεκτημάτων που καθορίζουν στη σημερινή φάση την ανταγωνιστική δύναμη στους τομείς αυτούς³⁸.

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ, η Ελλάδα από πλευράς ανταγωνιστικότητας κατατάσσεται στην 22η θέση μεταξύ των 25 χωρών-μελών της Ε.Ε.³⁹. Παράλληλα, η Παγκόσμια Έκθεση Ανταγωνιστικότητας (2004) του Διεθνούς Ινστιτούτου Μάνατζμεντ και Ανάπτυξης αναφέρει ότι η Ελλάδα αξιολογείται στην 44η θέση μεταξύ 60 χωρών. Η παγκόσμια κατάταξη της χώρας μας σύμφωνα με στοιχεία του WEF για την περίοδο 2004-2005 είναι στην 37η θέση μεταξύ 104 χωρών σύμφωνα με τον δείκτη ανταγωνιστικότητας ανάπτυξης, 41η θέση

³⁸ Δημέλη Σ., Συγκριτικά πλεονεκτήματα της ελληνικής οικονομίας: Συνολική και κλαδική ανάλυση 1990-2001 (Αθήνα, ΚΕΠΕ 2004).

³⁹ World Economic Forum (Various Years), The Global Competitiveness Report, Oxford University

μεταξύ 103 χωρών σύμφωνα με τον δείκτη επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας και 51η θέση μεταξύ 104 χωρών σύμφωνα με τον δείκτη ολικής ανταγωνιστικότητας⁴⁰. Αξιοσημείωτο είναι ότι οι Εκθέσεις αμφοτέρων των διεθνών οργανισμών επισημαίνουν ότι μετά το 2000 η θέση της Ελλάδος επιδεινώνεται στον πίνακα των ανταγωνιστριών χωρών της διεθνούς οικονομίας.

Ταυτόχρονα, όπως επισημαίνεται στην έκθεση του WEF, οι βασικότεροι παράγοντες που εμποδίζουν την Ελλάδα να προσεγγίσει σε ανταγωνιστικότητα τις προηγμένες χώρες της Ευρωζώνης συνδέονται με το μικροοικονομικό περιβάλλον λειτουργίας των επιχειρηματικών μονάδων, όπως η δημιουργία χρηματοδοτικής στρατηγικής για την ενθάρρυνση της ανάπτυξης και υιοθέτησης νέας τεχνολογίας, το ανθρώπινο δυναμικό κ.ά.

Στη σημερινή εποχή, ισχυρή ανταγωνιστικότητα προϋποθέτει αποφάσεις για ισχυροποίηση και μετασχηματισμό της παραγωγικής βάσης. Μια τέτοια διαδικασία δεν μπορεί να υπερβεί βασικούς περιορισμούς που συνδέονται με τις πραγματικές δυνάμεις της κοινωνίας (παραγωγικές, τεχνολογικές, κρατικές, θεσμικές), αλλά ούτε και να παγιδευτεί σε αυτές, χωρίς να επιδιώκει την υπέρβασή τους. Αυτό που μετράει είναι το «πολιτικό μάνατζμεντ» της όλης διαδικασίας και η διαχείριση ενός ευρύτατου φάσματος οικονομικών, θεσμικών και κοινωνικών παραμέτρων, που συμβάλλουν στην επιτυχία του στόχου. Τα εργαλεία είναι γνωστά, είναι κοινά σε πολλές κοινωνίες και, άλλοτε περισσότερο άλλοτε λιγότερο, χρησιμοποιούνται παντού. Το κρίσιμο στοιχείο που κάνει τις διαφορές είναι το μείγμα πολιτικών που επιλέγεται, οι συνδυασμοί στόχων και εργαλείων, η αποφασιστικότητα, η συστηματικότητα και η συνέπεια στην εφαρμογή τους.

4.3 Τρόποι Ανάπτυξης της Ελληνικής Οικονομίας.

Παρά τις βελτιώσεις που έγιναν τα τελευταία χρόνια, έχουν σημειωθεί και σημαντικές καθυστερήσεις, με αποτέλεσμα να δεσμεύονται οι αναπτυξιακές δυνατότητες της χώρας. Προς την κατεύθυνση αυτή κρίνεται αναγκαίο να επιτευχθεί ο μετασχηματισμός της ελληνικής οικονομίας, από μια οικονομία της οποίας η ανάπτυξη βασίζεται κυρίως στην εγχώρια ζήτηση, όπως συμβαίνει τα τελευταία χρόνια, σε μια οικονομία όπου η πλευρά της προσφοράς ανταποκρίνεται πιο αποτελεσματικά στις οικονομικές συνθήκες και μπορεί να αντιμετωπίζει με όλο και μεγαλύτερη επιτυχία τον ανταγωνισμό στις παγκόσμιες αγορές, έτσι ώστε ο εξωτερικός τομέας να αναδειχθεί σε βασικό προωθητικό παράγοντα ανάπτυξης⁴¹.

⁴⁰ «Η Ανταγωνιστικότητα της Ελλάδος 2004-2005», Ανάλυση με Βάση την Έκδοση του World Economic Forum, ΣΕΒ, Οκτώβριος 2004.

⁴¹ Έκθεση της Τράπεζας της Ελλάδας, 2004

Πρωτίστως, η αύξηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, με τη σειρά της, προϋποθέτει την επιτάχυνση του ρυθμού των αποκρατικοποιήσεων και τη συνεργασία του ιδιωτικού με τον δημόσιο τομέα. Είναι οι μόνες επιλογές οι οποίες δίνουν ευκαιρίες και προοπτική για δραστηριότητα από τους ιδιώτες⁴². Επιπρόσθετα, πρέπει να θεσμοθετηθεί ένα σύγχρονο πλαίσιο για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Να αρθεί η γραφειοκρατία, να τροποποιηθεί το πλαίσιο για την αδειοδότηση των επιχειρήσεων και να διευκολυνθούν οι νέοι επιχειρηματίες.

Ωστόσο, η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας περνά μέσα από την άρση των αγκυλώσεων και τον εκσυγχρονισμό της ελληνικής οικονομίας. Για να βελτιωθεί η ανταγωνιστικότητα πρέπει να στηριχθεί στον ιδιωτικό τομέα και στην ενεργοποίηση των ιδιωτικών κεφαλαίων. Τούτο, όμως, για να επιτευχθεί πρέπει να επιτύχουμε τη διατήρηση του σταθερού μακροοικονομικού περιβάλλοντος και τον θεσμικό εκσυγχρονισμό της οικονομίας μέσω της απελευθέρωσης των αγορών και την ευελιξία της αγοράς εργασίας, ενώ ο δημόσιος τομέας επιβάλλεται να γίνει πιο ανταγωνιστικός. Στην τόνωση της επιχειρηματικότητας αναμένεται να συμβάλλει σημαντικά η αλλαγή στο αναπτυξιακό και φορολογικό πλαίσιο. Το νέο μοντέλο ανάπτυξης πρέπει να βασιστεί στην καινοτομία, στην έρευνα, στην τεχνολογία, στη βελτίωση της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών και στην εξωστρέφεια.

Καθοριστικής σημασίας είναι η ταχύτερη υλοποίηση των έργων υποδομής, στα οποία ο ιδιωτικός τομέας θα μπορούσε να συνεισφέρει αποτελεσματικότερα με τη συμμετοχή των κεφαλαίων του, όπως για παράδειγμα τα συγχρηματοδοτούμενα έργα. Επιπλέον, οι τράπεζες διαθέτουν τα χρηματοοικονομικά εργαλεία και μπορούν να βοηθήσουν και να στηρίξουν την εγχώρια επιχειρηματικότητα.

Έπειτα η ελληνική οικονομία έχει αρκετές δυνατότητες εκμετάλλευσης των φυσικών πόρων που βρίσκονται στη χώρα καθώς και του ανθρώπινου δυναμικού της. Πολλοί αναλυτές διατυπώνουν προτάσεις για έναν νέο στρατηγικό προσανατολισμό της ελληνικής οικονομίας. Με αιχμή τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα και ειδικότερα το φυσικό της περιβάλλον, τα χιλιόμετρα όμορφων παραλιών, τα δεκάδες νησιά και το ξεχωριστό κλίμα έναντι των άλλων ευρωπαϊκών χωρών, προτείνεται η Ελλάδα να γίνει τόπος προσέλκυσης όχι μόνο διακοπών αλλά και μακράς διαμονής ορισμένων εύπορων στρωμάτων της Βόρειας Ευρώπης. Η ευκαιρία ανάπτυξης μιας τουριστικής εξειδίκευσης, αλλά και άλλων υπηρεσιών διεθνοποιημένης

⁴² Όπως δείχνει η μέχρι τώρα πορεία των διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων στη χώρα μας, στους κλάδους που απελευθερώθηκαν (π.χ. στο χρηματοπιστωτικό τομέα, τις τηλεπικοινωνίες, τα ταχυδρομεία) υπήρξαν σαφή οφέλη για τους καταναλωτές και για την οικονομία.

ζήτησης (παιδεία, υγεία, πολιτισμός) αποτελεί παράδειγμα προς μίμηση (π.χ. ο τρόπος ανάπτυξης της Φλώριδας των ΗΠΑ).

Επιπλέον κρίνεται αναγκαία η άμεση βελτίωση του εξαγωγικού κλίματος και επέκταση ελληνικών επιχειρήσεων σε αγορές του εξωτερικού. Αυτό μπορεί να συμβεί με τον επανασχεδιασμό των εξαγωγικών προορισμών και τον καθορισμό "κρατών-στόχων", όπου θα αναπτύσσεται συγκεκριμένη στρατηγική διείσδυσης και δημιουργία "ευνοϊκού περιβάλλοντος". Στα κράτη αυτά μπορούν να αναπτυχθούν Οικονομικές και Εμπορικές Υπηρεσίες (ΟΕΥ), η οποίες θα συνεργάζεται στενά με την αντίστοιχη πρεσβεία και θα αποτελούν την εξαγωγική αιχμή του δόρατος, σε κάθε κράτος στόχο. Οι υπηρεσίες αυτές θα λειτουργούν με επιλεγμένα στελέχη, που θα κάνουν αντίστοιχο μάρκετινγκ, θα δημιουργούν πλέγμα συνεργασίας και θα προωθούν συγκεκριμένα προϊόντα ή ομάδες προϊόντων.

Τέλος, το μικρό μέγεθος της Ελλάδας είναι ένας παράγοντας που μπορεί να μετατραπεί σε βασικό συγκριτικό πλεονέκτημα για την ανάπτυξη της οικονομίας της χώρας μας. Πρότυπο αποτελεί το μοντέλο της Φιλανδίας, η οποία έχει το μισό πληθυσμό σε σύγκριση με την Ελλάδα και εντούτοις κατάφερε να δημιουργήσει ένα πυρήνα καινοτόμας δράσης. Το θεμέλιο για την ανάπτυξή της Φιλανδίας είναι το εκπαιδευτικό σύστημα, που κατάφερε να προσελκύσει το ενδιαφέρον των μαθητών για το διάβασμα⁴³. Κινητήριος μοχλός για τη ραγδαία επιχειρηματική εξέλιξη και την άνθηση της οικονομίας ήταν η έρευνα και η ανάπτυξη. Το τρίπτυχο σύγχρονη τεχνολογία, έρευνα και καινοτομία και κυρίως εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού, οδήγησε τη χώρα σε εντυπωσιακούς ρυθμούς οικονομικών και τεχνολογικών επιδόσεων σε παγκόσμιο επίπεδο. Επομένως, η ελληνική οικονομία διαθέτει τα απαραίτητα στοιχεία για ανάπτυξη (ανθρώπινο δυναμικό, επιχειρηματική διάθεση, μικρό μέγεθος) και το μόνο που απομένει είναι η ενεργοποίηση των στοιχείων αυτών με δυναμικό τρόπο που ευνοεί την μεγέθυνση τόσο των οικονομικών επιδόσεων όσο και των κοινωνικών συνθηκών διαβίωσης.

⁴³ Η κατάρτιση των Φινλανδών εκπαιδευτικών είναι, επίσης, εντυπωσιακή, αφού δάσκαλοι και καθηγητές απαιτείται να έχουν μεταπτυχιακούς τίτλους σπουδών.

Συμπερασματική Πρόταση

Το συμπέρασμα που εξάγεται από την παρούσα ανάλυση είναι ότι η σημασία της ισομερούς ανάπτυξης στα δεδομένα της νέας Οικονομίας της Γνώσης έγκειται στην εξάπλωση μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Εξάλλου είναι γεγονός ότι οι Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις σε όλες τις χώρες του κόσμου είναι συστατικό στοιχείο της δομής των εθνικών οικονομιών και κοινωνιών. Οι λόγοι που οδηγούν στο συμπέρασμα αυτό αφορούν στο ότι οι ΜΜΕ: συμβάλλουν αποφασιστικά στην οικονομική ανάπτυξη, την παραγωγή, την απασχόληση καθώς επίσης στην αποκέντρωση και την κοινωνική συνοχή. Ακόμη, λειτουργούν ως φυτώρια νέων επιχειρήσεων, καινοτόμων ειδών και εφαρμογών, ευέλικτων επιχειρηματικών σχημάτων, εξυπηρέτησης τοπικών αναγκών, χωροταξικής κατανομής θέσεων απασχόλησης και εισοδήματος.

Επιπλέον, η οργανωτική δομή αυτών είναι περισσότερο ‘ανθρώπινη’ και δίνει την ευκαιρία στους εργαζόμενους να αναπτύξουν πρωτοβουλίες τόσο στο εσωτερικό της επιχείρησης όσο και στην επαφή με εξωτερικούς παράγοντες (δίκτυα πελατών, ερευνητικά κέντρα κλπ).

Επισημαίνεται ότι το κρίσιμο σημείο για την ανάπτυξη είναι η συνεργασία και η προσαρμοστικότητα. Η συμμετοχή σε συστήματα καινοτομίας αφενός απαιτεί την ενεργητική συμμετοχή και αφετέρου προωθεί την επικοινωνία και το διάλογο μεταξύ των ανθρώπων που το απαρτίζουν. Μέσα στο πλαίσιο αυτό αναπτύσσεται μια δυναμική επαφής ανάμεσα σε ανθρώπους που συντελεί στην κοινωνική συνοχή. Η επικοινωνία προωθεί, μεταξύ άλλων, την προσαρμοστικότητα και ευελιξία του ανθρώπινου δυναμικού στα νέα φαινόμενα της παγκοσμιοποίησης.

Εκείνο το οποίο προέχει είναι κάθε χώρα να διαμορφώνει τη στρατηγική της ανάπτυξη με γνώμονα την ισόρροπη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης για όλα τα μέλη της κοινωνίας. Η επίτευξη του στόχου αυτού δρα με γεωμετρική πρόοδο προς την κατεύθυνση της οικονομικής προόδου. Σε ένα τέτοιο περιβάλλον διάχυσης της ποιότητας ζωής (παιδεία, υγεία, άρσης του κοινωνικού αποκλεισμού) και δημοκρατικής λειτουργίας της πολιτείας, δημιουργούνται όλες οι αναγκαίες συνθήκες για τη στροφή των ανθρώπων στη σύλληψη νέων ιδεών και την αυξημένη δημιουργικότητα.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Acs Z., (1984), "The Changing Structure of the US Economy Lessons from the Steel Industry", New York: Praeger.
- Acs, Z. and Audretsch D., (1988), "Innovation in Large and Small Firms: An Empirical analysis", *American Economic Review*, 78(4), September, 678-690.
- Acs A., (1992), "Small Business Economics: A Global Perspective", *Challenge* v 35, n6, 38-44.
- Acs Z. and Audretsch D., (1993), "Small Firms and Entrepreneurship: And East-West Perspective", Cambridge, Cambridge University Press.
- Acs, Z.J., Audretsch D.B., Feldman, M.P., (1994), "R&D spillovers and recipient firm size". *Review of Economics and Statistics* 76, 336-340.
- Almeida, Paul. (1996), "Knowledge Sourcing by Foreign Multinationals: Patent Citation Analysis in the U.S. Semiconductor Industry". *Strategic Management Journal*, 7: 155-165.
- Altbach, E., (1997), "Small and Medium-Sized Business in the Changing Japanese Economy", Japan Economic Institute, Washington, D.C.
- Argyris, C. (1993), "Knowledge for Action: A Guide to Overcoming Barriers to Organisational Change", San Francisco: Jossey Bass Publishers.
- Amin A., Johnson S. and Storey D. J., (1986), "Small firms in the process of economic development". *Journal of Regional Policy*, 4 pp 493-517
- Applegate, L., Hoshsapple, C., Kalakota, R., Radermacher, F. and Whinston, A. (1996). "Electronic commerce: Building blocks of new business opportunity", *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 6(1), 1-10.
- Audretsch, David B., (1995), *Innovation and Industry Evolution*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Audretsch, David B., (1998), "Agglomeration and the Location of Innovative Activity", *Oxford Review of Economic Policy*, 14(2), 18-29.
- Audretsch David B., (2002), 'Entrepreneurship: A survey of the literature'.
- Audretsch D. and Vivarelli (1994) Small firms and R and D Spillovers: evidence from Italy. Centre for Economic policy Research Discussion Paper Series, No 927
- Audretsch, D. and M. Feldman (1996), "R&D Spillovers and the Geography of Innovation and Production", *American Economic Review*, 86(4), pp. 253-273.
- Audretsch, D. and A. Thurik, (2000), "Capitalism and Democracy in the 21st Century: From the Managed to the Entrepreneurial Economy", *Journal of Evolutionary Economics* 10(1), 17-34.
- Autio E. (1996), *Evaluation of RTD in Regional Systems of Innovation*, report presented at the Restpor conference "Global Comparison of Regional RTD and Innovation Strategies for Development and Cohesion", Brussels, 19-21 September.
- Badaracco, J. (1991): *The Knowledge Link: How firms compete through strategic alliances*, Harvard Business School Press, Boston.
- Barney, J., (1991), "Firm resources and sustained competitive advantage", *Journal of Management Studies*, 17(1), 99-120.
- Bjorn-Andersen, N. and Chatfield, A. (1996), "Driving Organisational Transformation Through the Use of Inter-Organisational Systems (IOS)", *Proceedings of the Ninth International Conference on EDI-IOS*, Bled, Slovenia, pp. 520-538.
- Blili, S. and Raymond, L. (1993), "Information Technology: Threats and Opportunities for Small and Medium Enterprises", *International Journal of Information Management*, Vol. 13, pp. 439-448

- Boisot, M. H. (1998). *Knowledge assets: securing competitive advantage in the information economy*. New York: Oxford University Press.
- Braczyk, H.-J., Cooke, P., Heidenreich, M. (eds) (1998) *Regional Innovation Systems – The role of governance in a globalized world*, London, UCL.
- Breschi, S. & Malerba. (1997), "Sectoral Innovation Systems: Technological Regimes, Schumpeterian Dynamics and Spatial Boundaries", in Edquist, C (ed). 1997, *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations*, Pinter, London
- Brown Sh. & Eisenhardt Kath., (1998), *Competing on the Edge, Strategy as Structured Chaos* (<http://www.meansbusiness.com>).
- Brouwer E and Kleinknecht A (1996) 'Determinants of innovation: a microeconomic analysis of three alternative innovation output indicators', in A Kleinknecht, ed, *Determinants of Innovation: the Message from New Indicators*. London and Basingstoke: Macmillan Press.
- Brusco, S. (1982) 'The Emilian Model: productive decentralisation and social integration', in, *Cambridge Journal of Economics*, 6, pp.167-184.
- Butera, F. (1991), *La métamorphose de l'organisation : du château au réseau*, Les Editions d'Organisation, Paris.
- Callahan, C. and Pasternack, B. (2002). *Competing in the Digital Age: How the Internet is Transforming Corporate Strategy*, Retrieved June 5, 2002 from www.bah.com or www.eiu.com.
- Carayannis, E.G. and Alexander, J. (1999), An empirical knowledge-based framework for analyzing government-university-industry strategic research partnerships, *Proceedings of the Portland International Conference on Management of Engineering and Technology*, Vol. 1, 1999, p49.
- Carlsson, B. (ed.) (1995), *Technological Systems and Economic Performance: The Case of Factory Automation*. Kluwer, Dordrecht.
- Carlsson, B. (ed.) (1997), *Technological Systems and Industrial Dynamics*. Kluwer Publishers, Dordrecht.
- Carlsson B. & Stankiewicz R. (1995), *On the Nature, Function and Composition of Technological Systems*, in B. Carlsson (editor), *Technological Systems and Economic Performance: The Case of Factory Automation*, Dordrecht, Kluwer.
- Carlsson, Bo, Staffan Jacobson, Magnus Holmen, Annika Rickne (2002), "Innovation systems: analytical & methodological issues", *Research Policy*, 31, pp. 233-245.
- Castells, M. and Hall, P. (1994) *Technopoles of the World*, Routledge: London.
- Caves, R.E. (1982), *Multinational Enterprise and Economic Analysis*, Cambridge: University Press.
- CEC (1993) *Growth, Competitiveness, Employment. The Challenges and Ways Forward into the 21st Century*. White Paper. Brussels.
- CEC (1994) *Integrated Programme in Favour of SMEs and the Craft Sector*, Brussels
- Chaos. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Clark, G., Palaskas, T., Tracey, P. and Tsampra, M. (2002), *Globalization and SME competitive strategies in Europe's vulnerable regions: firm, industry and country effects on employment in four labour-intensive industries over the late 1990s*, paper for the Dialogue Workshop: The internationalisation of European SMEs: culture, entrepreneurship and competitiveness, EU, Socio-Economic Research Key Action, Brussels.
- Cohen W. & Levinthal D., (1990), "Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation". *Administrative Science Quarterly* 35: 128±152
- Collis, D.J. and Montgomery, C.A. (1995), *Competing on Resources: Strategy in the 1990s*. Harvard Business Review, July-August 1995

- Commission Recommendation (6/5/2003) concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises (2003/361/EC)
- Commission of the European Communities, *Thinking small in an enlarging Europe*, COM(2003) 26 final, Brussels, 21.1.2003
- Communication from the Commission to the European Parliament and the Council, Making a European Area of Lifelong Learning a Reality, COM (2001)678 final, 21.11.2001
- Cooke Ph., (1992), "Regional Innovation Systems: Competitive Regulation in the New Europe", *Geoforum* 23, pp.356-392
- Cooke P. et al (1996), *Regional Innovation Systems: Concept, Analysis and Typology*, report presented at the RESTPOR conference "Global Comparison of Regional RTD and Innovation Strategies for Development and Cohesion", Brussels, 19-21 September.
- Dalum, Bent, Magnus Holmen, stajjan Jacobsson, Mette Preast, Annika Rickne, Gert Villumsen, (1999), "Changing the regional system of innovation", in J Fagerberg, P Guerrieri, B Verspagen, (eds), *The Economic Challenge for Europe*. Edward Elgar: Cheltenham, pp.175-199.
- Danson, M., Fairley, J., Lloyd, G. and Newlands, D. (1980) *Scottish Enterprise: an evolving approach to integrating economic development in Scotland*. In A. Brown and R Parry (eds) *The Scottish Government Yearbook 1990*. Edinburgh University Press, Edinburgh.
- Darroch, J. & McNaughton, R., (2002) "Examining the Link between Knowledge Management Practices and Types of Innovation", *Journal of Intellectual Capital* v3n3 PP: 210-222.
- Davenport, T. & Prusak, L. (1997). *Information ecology: Mastering the information and knowledge environment*. New York: Oxford University Press.
- DeBresson C. (1996) (ed), "Economic interdependence and innovative activity", Edward Elgar, London 1996
- Dosi (1990), *The Economic of Technological Change and International Trade*, N.Y. University Press
- Έγγραφο εργασίας των υπηρεσιών της Επιτροπής της 8ης Μαΐου: Προς μία Ευρώπη των Επιχειρήσεων - Πρόγραμμα εργασίας για την πολιτική για τις επιχειρήσεις 2000 -2005 [SEC (2000) 771 - Δεν έχει δημοσιευθεί στην Επίσημη Εφημερίδα]
- Edquist, C. (ed) (1997). "Systems of Innovation – Technologies, Institutions and Organizations", London, Printer Publisher.
- Edquist, Charles & Bjorn Johnson (1997), "Institutions and Organization in Systems of Innovation", in C Edquist (ed), *Systems of Innovation, Technologies, Institutions and Organizations*. Printer: London.
- Edquist, C. (2000), *i2Systems of Innovations (E Their Emergence and Characteristics)*, in Edquist, C. & McKelvey, M. (eds) (2000), *Systems of Innovations: Growth, Competitiveness and Employment Volume 1*, MPG Books Ltd, Cornwall
- Ernst, D, T. Ganiatsos and L. Mytelka (eds.), 1998, "Technological Capabilities and Export Success - Lessons from East Asia", Routledge Press, London.
- ESADE et al, *Small Business Training and Competitiveness: Building Case Studies in Different European Cultural Contexts*, TSER Project, Barcelona, 2001
- Fagerberg, J. (1994), 'Technology and International Differences in Growth Rates', *Journal of Economic Literature*, 32, 1147-75
- Freeman, C. (1982), *The Economics of Industrial Innovation*. Penguin, Harmondsworth.
- Freeman, C. (1987), *Technology and Economic Performance: Lessons from Japan*. Pinter, London.
- Freeman, C. (1992), "Formal Scientific and Technical Institutions in the National System of Innovation", in B-A Lundvall (ed), *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. Printer: London, pp.169-187.
- Freeman C., & Perez C., (1988) "Structural crises of adjustment, business cycles and investment behaviour". In: Dosi G, Freeman C, Nelson RR, Silverberg G, Soete LLG (eds)

- Technical change and economic theory. Frances Pinter, London Feldman, M.P. (1994), The Geography of Innovation, Dordrecht, Kluwer Academic Publishers.
- Frascati Manual. OECD, Paris (1993) (2002)
- Forbes K.J, 2002. "Cheap Labor Meets Costly Capital: The Impact of Devaluations on Commodity Firms," *NBER Working Papers* 9053, National Bureau of Economic Research, Inc.
- Fombrun, C.J., (1982), "Strategies for network research in organizations", *Academy of Management Review*, Vol.34 No.2, pp.280-91.
- Galli, Riccardo & Morris Teubal (1997), "Paradigmatic Shifts in National Innovation Systems", in C Edquist(ed), *Systems of Innovation. Technologies, Institutions, and Organizations*. Printer: London, pp. 342-370
- Gault, F.D.,(1998) "Research and development in a service economy". *Research Evaluation*. Volume 7, number 2.
- Grandori, A. & Soda, G., (1995), "Inter-firm networks: antecedents, mechanisms and forms", *Organization Studies*, Vol. 16, No 2, 1995, pp. 183-214.
- Grant, R. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*. 17 (Winter Special Issue), 109-122.
- Grossman, G. & Helpman, E. (1991), "Innovation and Growth in the Global Economy" Cambridge, Mass: MIT Press.
- Hall, Peter, A (1986), *Governing the Economy*. Oxford University Press: Oxford.
- Hall, Peter, A. (1994) *Innovation, Economics and Evolution – Theoretical Perspectives on Changing Technology in Economic Systems*, London, Harvester Wheatsheaf.
- Hall I., and Hardy S. (2003) 'RSA annual conference. Building entrepreneurial capacity in the regions', *Regions*, 7, 243, p. 4-5.
- Hamel, G. and C.K. Prahalad, (1996): *Competing for the Future*. Harvard Business School Press. Boston/ Mass.(Orig. 1994).
- Hendry, C., M.B. Arthur, and A.M. Jones (1995), *Strategy Through People - Adaptation and Learning in the Small-Medium Enterprise*, Routledge, London
- Hermann Simon, (1996), "Hidden Champions: Lessons From 500 of the World's Best Companies", HBS Press.
- Jacob, R., Julien, P.-A. et Raymond, L. (1997), " Developing the Network Enterprise : Foundations, Technologies and Experiences ", *Proceedings of the 7th International Forum on Technology Management*, Kyoto, Japan, November 3-7, p. 178-183.
- Kingston, W. (1984) *The Political Economy of Innovation*, The Hague, Martinus Nijhoff Publishers.
- Klassen, R.D. and C.P. McLaughlin, (1998), "The Impact of Environmental Management on Firm Performance", *Management Science*, (August), vol. 42, no. 8, pp. 1199-1214.
- Kleinknecht A., (1989), "Firm size and innovation.Observations in dutch manufacturing industries", SEO (Foundation for Economic Research), University of Amsterdam, Jodenbreestraat 23, 1011 NH Amsterdam, The Netherlands
- Kline, S.J., Rosenberg, N., (1986) An overview of innovation, in Landau, R., Rosenberg, N., *The positive sum strategy: harnessing technology for economic growth* (Washington: National Academy Press).
- Kogut, B. & Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. *Organization Science*. 3, 383-397.
- Lasseter, T., Houston, P., Wright, J. and Park, J. (2000, First Quarter). Amazon Your Industry: Extracting Value From the Value Chain. *Strategy & Business*, 94-105.
- Locke, J., (1995), "Rmaking the Italian Economy", Ithaca: Cornell University Press.
- Loveman G. and Sengenberger W., (1991), "The Re-emergence of Small-Scale Production: An International Perspective", *Small Business Economics*, 3 (1), 1-38.

- Lundvall, B.-Å. (1988), Innovation as an interactive process: from user-producer interaction to the national system of innovation. In: Dosi, G. et al. (eds.), *Technical Change and Economic Theory*. Pinter, London.
- Lundvall, B.-Å. (ed.) (1992), *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. Pinter, London.
- Lundgren, A., (1995), *“Technological Innovation and Technical Evolution”*, Routledge, London, 1995.
- Liebeskind J.P., (1996), Knowledge, strategy and the theory of the firm. *Strategic Management Journal*, Winter Special Issue 17: 93–107
- Malebra, Franko (2002), “Sectoral systems of innovation and production” *Research Policy*, 31, pp.247-264.
- March J.G., & Olson J.P., (1998), “The Institutional Dynamics of International Political Orders”, *International Organization*, 52(4), pp. 943-970.
- Moingeon, B. and Ramanantsoa, B. (1995), " Comment rendre l'entreprise apprenante", *L'Expansion Management Review*, No 78, pp. 96-103.
- Mowery, D.C., Oxley, J.E. and Silverman, B.S. (1996), Strategic alliances and interfirm knowledge transfer, *Strategic Management Journal*, Vol. 17 (Winter Special Issue), p77-91.
- Mytelka, L.K., (2000), “Local systems of Innovation in a Globalized World Economy”, *Industry & Innovation*, 7(1), pp.15-32.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual capital and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*. 23, 242-266.
- Nauwelaers C. and Reid A. (1995), *Innovative Regions ? A Comparative Review of Methods of Evaluating Regional Innovation Potential*, Louvain/Luxembourg, Rider/European Commission.
- Nelson, R.R. (ed.) (1993), *“National Innovation Systems: A Comparative Analysis”*. Oxford University Press, Oxford.
- Nelson R.R. & Winter S.G. (1982), *“An evolutionary theory of economic change”*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Nelson, Richard R. and Nathan Rosenber, (1993), Technical Innovation and National systems. In Richard R. Nelson, editor, *National Innovation Systems: A Comparative Analysis*. New York: Oxford University Press.
- Niosi, Jorge (2002), “National systems of innovation are x-inefficient (and x-effective)- Why some are slow learners”, *Research Policy*, 31, pp.291-302.
- Niosi J. & Bas T.B. (2001), “The Competencies of Regions – Canada’s Clusters in Biotechnology”, *Small Business Economics*, 17, pp.31-42.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company*. New York: Oxford University Press.
- Normann, R. & Ramirez, R., (1993) “From value chain to value constellation: designing interactive strategy” , *Harvard Business Review*, pp. 65-77.
- North, D.C. (1990), *“Institutions, Institutional Change & Economic Performance”* , Cambridge, Cambridge University Press.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual capital and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*. 23, 242-266.
- OECD, (1993), "Proposed Standard Practice for Surveys of Research and Experimental Development", FRASCATI Manual, Copyright OECD/EUROSTAT,.
- OECD (1996), *Innovation, Patents and Technological Strategies*, Paris: OECD
- OECD, (2000) “Enhancing The Competitiveness Of Smes In The Global Economy: Strategies And Policies” Conference for Ministers responsible for SMEs and Industry Ministers Bologna, Italy.

- Oerlemans, L. *et al* (1998), "Do networks Matter for Innovation? The usefulness of the Economic Network Approach in Analysing Innovation", *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 89/3" 298-309.
- Πραστάκος, Γρ., Σπανός, Γ., Κωστόπουλος Κ., (2003), "Καινοτομία: Προσδιοριστικοί Παράγοντες και Προβληματισμοί για το Μέλλον της Ελληνική Οικονομίας", Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Εργαστήριο Διοικητικής Επιστήμης.
- Παλάσκας Θ. και Τσάμπρα Μ., (2001), «Η Επιχειρηματική Ανταγωνιστικότητα στην Οικονομία της Γνώσης: η περίπτωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ευρώπη και την Ασία», Πάντειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης.
- Palaskas Th. και Tsampra M. (2002), «National Innovation Systems: Absorptive Capacity and Firm Competitiveness», chapter in J. Cantwell and J. Molero (eds), *Technological Strategies of Multinational Companies and National Systems of Innovation - Consequences for national and European S&T Policies*, Cheltenham: Edward Elgar (forthcoming).
- Pearce, J. and Robinson, R., (2000), Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy (HD 30.28.P3385), STRATEGIC MANAGEMENT.
- Piore, M. J., and Sable, C. F. (1984). *The second industrial divide: Possibilities for prosperity*. New York: Basic Books.
- Porter, M. (1986), *L'avantage concurrentiel*, InterEditions, Paris.
- Porter, M., (1996), "On Competition", Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Porter, Michael. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Powell, WW., (1990) "Neither market nor hierarchy: network forms of organization", in Cummings, L.L. and Staw, B. (Eds), *Research in Organizational Behavior*, JAI Press, Greenwich, CT, pp.295-336.
- Rip, A., (2002) "Regional Innovation Systems and the Advent of Strategic Science", *Journal of Technology Transfer*, 27, pp. 123-131.
- Robert Tucker "Driving Growth Through Innovation: How Leading Firms Are Transforming Their Futures." www.innovationresource.com 2003.
- Roelandt, T. & P. den Hertog (ed.) (1999). *Boosting innovation. The cluster approach*. OECD Proceedings. Parijs: OECD.
- Roessner, J.D. (ed) (1988) *Government Innovation Policy: Design, Implementation, Evaluation*, London, MacMillan Press.
- Rothwell, R., & Zegveld, W. (1985), "Reindustrialization and Technology".
- Rockefeller Foundation, G.E.D. (1996) 'Solar Development Corporation: A Proposal to stimulate Global Institutional Capacity for Solar-Based Energy Services Provision', Rockefeller Foundation: 23.
- Saxenian A (1994) *Regional advantage: Culture and competition in silicon valley and route 128*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Schumpeter, J. (1934), "The Theory of Economic Development", New York, Harvard.
- Schmitz J.A., (1989), "Imitation, Entrepreneurship, and Long-run Growth", *Journal of Political Economy*, 97: 721-739.
- James A. Schmitz, Jr., 1997. "Government production of investment goods and aggregate labor productivity," *Staff Report* 240, Federal Reserve Bank of Minneapolis
- Shan, W. and W. Hamilton, (1991), Country-specific Advantage and International Cooperation. *Strategic Management Journal*, 12: 419-432.
- Spencer, J., (2000), Knowledge Flows in the Global Innovation System: Do U.S. Firms Share More Scientific Knowledge than their Japanese Rivals? *Journal of International Business Studies*, 31(3): 521-561.
- Spencer, Jennifer (2003), "Firms' Knowledge-Sharing Strategies In The Global Innovation System: Empirical Evidence From The Flat Panel Display Industry", *Strategic Management Journal*, 24: 217-233.

- Steiner, Michael. "Regional Policy in a Knowledge-based Economy: Informational Needs, Modelling Approaches and Strategic Concepts of a Cluster Approach" presented in PRSCO 16, Korea, 1999.
- Storper, M. (1995) The resurgence of regional economies, ten years later: The region as a nexus of untraded interdependencies. *European Urban and Regional Studies*, 2, 191-221.
- Storper, M. and Scott, A.J. (1993) "The wealth of regions". *Futures*, 27, 505-526.
- Sundbo, J., (1998), "The Theory of Innovation – Entrepreneurs, Technology and Strategy", Cheltenham, UK, Edward Elgar.
- Symeonidis, G. (1996), Innovation, Firm Size and Market Structure: Schumpeterian Hypotheses and Some New Themes, Paris: OECD.
- Teece, D. J. (1998). Capturing value from knowledge assets: The new economy, markets for know-how, and intangible assets. *California Management Review*, 40, 55-79.
- Thompson Arthur A., Jr. and Strickland A.J. III (2001), Strategic Management: Concepts and Cases, the McGraw-Hill Company, Inc.
- Thorelli, H.B., (1986), "Networks: between markets and hierarchies", *Strategic Management Journal*, Vol. 7, No 1, pp.37-51.
- Thurik, A.R., 1996, Small Firms, Entrepreneurship and Economic Growth, In: Acs Z., Carlsson B. and Thurik A.R. (eds) *Small Business in The Modern Economy*, 126-152.
- Tidd, J 2001 Innovation management in context: Environment, organization and performance *International Journal of Management Reviews*, 3(3).
- Tucker R., (2003) "Driving Growth Through Innovation: How Leading Firms Are Transforming Their Futures." <http://www.innovationresource.com>
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), 1998: *World Investment Report 1997: Transnational Corporations, Market Structure, and Competition Policy*. UNCTAD, Geneva.
- Wall Street Journal , (1996), "The World's Best Unknown Companies", 20.5.1996
- Wilkinson, F. (1997) Cooperation, the organization of work and competitiveness, ESRC Centre for Business Research, University of Cambridge, Working Paper 85.
- Wolfe, D., & Gertler, M. (1998). The regional innovation system in Ontario in: H.-J. Braczyk, P. Cooke & M. Heidenreich (Eds.), *Regional Innovation Systems - The Role of Governances in a Globalized World*: UCL.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

I. Ευρωπαϊκός Χάρτης για τις Μικρές Επιχειρήσεις – Γραμμές δράσης

1. Εκπαίδευση και επιμόρφωση για το επιχειρηματικό πνεύμα

Η Ευρώπη θα γαλουχήσει το επιχειρηματικό πνεύμα και τις νέες ικανότητες από μικρότερη ηλικία. Γενικές γνώσεις σχετικά με τις επιχειρήσεις και το επιχειρηματικό πνεύμα πρέπει να διδάσκονται σε όλα τα σχολικά επίπεδα. Ειδικές ενότητες σχετικές με τις επιχειρήσεις θα πρέπει να αποτελούν ουσιαστικό συστατικό των εκπαιδευτικών προγραμμάτων στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση και στα κολέγια και τα πανεπιστήμια.

Θα ενθαρρύνουμε και θα προωθήσουμε τις επιχειρηματικές προσπάθειες των νέων και θα αναπτύξουμε κατάλληλα επιμορφωτικά προγράμματα για στελέχη σε μικρές επιχειρήσεις.

2. Φθηνότερη και ταχύτερη εκκίνηση

Το κόστος της εκκίνησης των επιχειρήσεων θα πρέπει να συγκαταλέγεται μεταξύ των ανταγωνιστικότερων στο κόσμο. Οι χώρες με τις μεγαλύτερες καθυστερήσεις και τις πιο πολύπλοκες διαδικασίες για την έγκριση νέων εταιρειών θα πρέπει να ενθαρρυνθούν να πλησιάσουν το επίπεδο των ταχύτερων χωρών. Θα πρέπει να αυξηθεί η απευθείας σύνδεση για την εγγραφή.

3. Καλύτερη νομοθεσία και ρυθμίσεις

Οι εθνικοί νόμοι περί χρεοκοπίας θα πρέπει να εξεταστούν βάσει της ορθής πρακτικής. Η γνώση από ασκήσεις συγκριτικής αξιολόγησης θα πρέπει να μας οδηγήσει στη βελτίωση των ισχυουσών πρακτικών στην ΕΕ.

Οι νέες ρυθμίσεις σε εθνικό και κοινοτικό επίπεδο πρέπει να εξεταστούν προσεκτικά, ώστε να αξιολογηθεί ο αντίκτυπός τους στις μικρές επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες. Όποτε είναι δυνατόν, οι εθνικοί και οι κοινοτικοί κανόνες πρέπει να απλοποιούνται. Οι κυβερνήσεις πρέπει να χρησιμοποιούν φιλικά προς τον χρήστη διοικητικά έγγραφα.

Οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να εξαιρούνται από ορισμένες υποχρεώσεις κανονιστικού χαρακτήρα. Στο πλαίσιο αυτό η Επιτροπή μπορεί να απλουστεύσει τη νομοθεσία περί ανταγωνισμού, έτσι ώστε να μειωθεί ο φόρτος συμμόρφωσης για τις μικρές επιχειρήσεις.

4. Διαθεσιμότητα των ικανοτήτων

Θα προσπαθήσουμε να εξασφαλίσουμε ότι τα ιδρύματα επιμόρφωσης, τα οποία θα συμπληρώνονται από προγράμματα επιμόρφωσης εντός των επιχειρήσεων, θα παρέχουν κατάλληλες ικανότητες προσαρμοσμένες στις ανάγκες των μικρών επιχειρήσεων και θα προσφέρουν δια βίου επιμόρφωση και παροχή συμβουλών.

5. Βελτίωση της πρόσβασης σε απευθείας σύνδεση

Οι δημόσιες αρχές θα πρέπει να παροτρυνθούν να αυξήσουν την ηλεκτρονική επικοινωνία τους με τον τομέα των μικρών επιχειρήσεων. Έτσι, οι εταιρείες θα είναι σε θέση να δέχονται συμβουλές, να υποβάλουν αιτήσεις, να καταθέτουν φορολογικές δηλώσεις ή να λαμβάνουν απλές πληροφορίες σε απευθείας σύνδεση και, επομένως ταχύτερα και φθηνότερα. Η Επιτροπή θα πρέπει να δώσει το παράδειγμα στο τομέα αυτό.

6. Περισσότερα οφέλη από την Ενιαία Αγορά

Οι μικρές επιχειρήσεις αισθάνονται τα οφέλη από τις μεταρρυθμίσεις που πραγματοποιούνται στην οικονομία της Ευρώπης. Επομένως η Επιτροπή και τα κράτη μέλη πρέπει να συνεχίσουν τις μεταρρυθμίσεις που πραγματοποιούνται ήδη, με σκοπό την ολοκλήρωση, στην Ένωση, μιας πραγματικής εσωτερικής αγοράς, φιλικής προς τις μικρές επιχειρήσεις, σε ζωτικούς τομείς για την ανάπτυξη των μικρών επιχειρήσεων, περιλαμβανομένου του ηλεκτρονικού εμπορίου, των τηλεπικοινωνιών, των επιχειρήσεων κοινής ωφελείας των δημοσίων προμηθειών και των συστημάτων διασυννοριακών πληρωμών.

Παράλληλα, οι ευρωπαϊκοί και εθνικοί κανόνες περί ανταγωνισμού θα πρέπει να εφαρμόζονται αυστηρά, για να εξασφαλιστεί ότι οι μικρές επιχειρήσεις θα έχουν όλες τις δυνατότητες να εισέρχονται σε νέες αγορές και να ανταγωνίζονται σε ισότιμη βάση.

7. Φορολογικά και χρηματοοικονομικά ζητήματα

Τα φορολογικά συστήματα θα πρέπει να εφαρμοστούν ώστε να επιβραβεύεται η επιτυχία, να ενθαρρύνεται η έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, να ευνοείται η επέκταση των μικρών επιχειρήσεων και η δημιουργία θέσεων απασχόλησης και να διευκολύνεται η δημιουργία και η διαδοχή όσον αφορά τις μικρές επιχειρήσεις. Τα κράτη μέλη θα πρέπει να εφαρμόζουν τη βέλτιστη πρακτική όσον αφορά τη φορολογία και τα κίνητρα προσωπικών επιδόσεων.

Οι επιχειρηματίες χρειάζονται χρηματοδότηση για να κάνουν τις φιλοδοξίες τους πραγματικότητα. Προκειμένου να βελτιωθεί η πρόσβαση των μικρών επιχειρήσεων στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες θα κάνουμε τα ακόλουθα:

- Θα εντοπίσουμε και θα άρουμε τα εμπόδια στη δημιουργία μιας πανευρωπαϊκής αγοράς κεφαλαίων και στην εφαρμογή του Σχεδίου Δράσης για τις Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες και του Σχεδίου Δράσης για τα Επιχειρηματικά Κεφάλαια.
- Θα βελτιώσουμε τη σχέση ανάμεσα στο τραπεζικό σύστημα και τις μικρές επιχειρήσεις με τη δημιουργία των ενδεδειγμένων όρων πρόσβασης στις πιστώσεις και στο επιχειρηματικό κεφάλαιο.
- Θα βελτιώσουμε τη πρόσβαση στα διαρθρωτικά ταμεία και θα θεωρήσουμε ευπρόσδεκτες πρωτοβουλίες της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων για την αύξηση της χρηματοδότησης που είναι διαθέσιμη για τις νεοπαγείς επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας περιλαμβανομένων των τίτλων συμμετοχής στο κεφάλαιο.

8. Ενίσχυση των τεχνολογικών δυνατοτήτων των μικρών επιχειρήσεων

Θα ενισχύσουμε τα υφιστάμενα προγράμματα που αποσκοπούν στην προώθηση της διάδοσης της τεχνολογίας προς τις μικρές επιχειρήσεις καθώς και τη δυνατότητα των μικρών επιχειρήσεων να εντοπίζουν, να επιλέγουν και να προσαρμόζουν τις τεχνολογίες.

Θα καλλιεργήσουμε τη συνεργασία και τις ανταλλαγές στον τομέα της τεχνολογίας ανάμεσα σε εταιρείες διαφορετικών μεγεθών και ειδικότερα ανάμεσα στις ευρωπαϊκές μικρές επιχειρήσεις θα αναπτύξουμε αποτελεσματικότερα ερευνητικά προγράμματα που θα εστιάζονται στην εμπορική εφαρμογή της γνώσης και της τεχνολογίας και θα αναπτύξουμε και θα προσαρμόσουμε τα συστήματα ποιότητας και πιστοποίησης για τις μικρές επιχειρήσεις. Είναι σημαντικό να διασφαλισθεί ότι θα υπάρχει κοινοτικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας και θα είναι εύκολα προσιτό στις μικρές επιχειρήσεις.

Θα καλλιεργήσουμε τη συμμετοχή των μικρών επιχειρήσεων στη συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων, σε τοπικό, εθνικό ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο καθώς και τη συνεργασία μεταξύ μικρών επιχειρήσεων και ιδρυμάτων ανώτατης εκπαίδευσης και ερευνητικών ιδρυμάτων.

9. Επιτυχημένα πρότυπα ηλεκτρονικών επιχειρήσεων και υποστήριξη κορυφαίων μικρών επιχειρήσεων

Η επιτροπή και τα κράτη μέλη θα πρέπει να ενθαρρύνουν τις μικρές επιχειρήσεις να εφαρμόζουν τη βέλτιστη πρακτική και να υιοθετούν επιτυχημένα επιχειρηματικά πρότυπα που θα τους παρέχουν τη δυνατότητα να ευδοκιμήσουν πραγματικά στη νέα οικονομία.

Θα συντονίσουμε τις δραστηριότητες των κρατών μελών και της ΕΕ για τη δημιουργία συστημάτων, δικτύων και υπηρεσιών πληροφόρησης και επιχειρηματικής υποστήριξης, τα οποία να είναι εύκολα προσβάσιμα και κατανοητά, και να ανταποκρίνονται στις επιχειρηματικές ανάγκες· θα διασφαλίσουμε πρόσβαση σε ευρωπαϊκό επίπεδο σε ότι αφορά την καθοδήγηση και υποστήριξη από μέντορες και "αγγέλους επιχειρήσεων" (Business angels), μεταξύ άλλων και μέσω ιστοσελίδων, και θα εκμεταλλευτούμε το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο για τις ΜΜΕ.

10. Ανάπτυξη ισχυρότερης και αποτελεσματικότερης εκπροσώπησης των συμφερόντων των μικρών επιχειρήσεων στο επίπεδο της Ένωσης και σε εθνικό επίπεδο.

Θα ολοκληρώσουμε την επισκόπηση του τρόπου με τον οποίο εκπροσωπούνται τα συμφέροντα των μικρών επιχειρήσεων σε επίπεδο ΕΕ και σε εθνικό επίπεδο, μεταξύ άλλων μέσω του κοινωνικού διαλόγου.

II. Έκτο πρόγραμμα πλαίσιο (2002-2006)

1) ΣΤΟΧΟΣ

Να θεσπιστεί ένα χρηματοδοτικό μέσο που θα καταστήσει δυνατή την υλοποίηση ενός αυθεντικού ευρωπαϊκού χώρου της έρευνας.

2) ΠΡΑΞΗ

Απόφαση αριθ. 1513/2002/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Ιουνίου 2002 σχετικά με το έκτο πρόγραμμα πλαίσιο δραστηριοτήτων έρευνας, τεχνολογικής ανάπτυξης και επίδειξης με σκοπό τη συμβολή στη δημιουργία του ευρωπαϊκού χώρου της έρευνας και στην καινοτομία (2002-2006) [Επίσημη Εφημερίδα L 232, 29.08.2002].

3) ΠΛΑΙΣΙΟ

Από το 1984, η Ευρωπαϊκή Ένωση αναπτύσσει πολιτική έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης βάσει πολυετών προγραμμάτων πλαισίων. Το έκτο πρόγραμμα πλαίσιο στο οποίο βρισκόμαστε σήμερα είναι, όπως και τα προηγούμενα, ένα χρήσιμο εργαλείο που επηρεάζει σημαντικά τις ερευνητικές δραστηριότητες σε όλα τα κράτη μέλη.

Για την πλήρη όμως αξιοποίηση του υπάρχοντος δυναμικού, απαιτείται μια ευρύτερη προσέγγιση η οποία περνάει μέσα από τη δημιουργία ενός αυθεντικού ευρωπαϊκού χώρου της έρευνας του οποίου στόχος θα είναι να δημιουργηθεί έδαφος ευνοϊκό για την ανάδειξη του δυναμικού που διαθέτει η Ευρώπη ώστε να γίνει ένας από τους κινητήριους μοχλούς της έρευνας σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ο ευρωπαϊκός χώρος της έρευνας είναι ο ακρογωνιαίος λίθος του έκτου προγράμματος πλαισίου. Ο ευρωπαϊκός χώρος της έρευνας ευνοεί την επιστημονική αριστεία, την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία μέσα από την προώθηση της συνεργασίας μεταξύ των διαφόρων οικονομικών, κοινωνικών και επιστημονικών παραγόντων.

4) ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Το νέο πρόγραμμα πλαίσιο αποβλέπει στην καθιέρωση δύο νέων εργαλείων: των δικτύων αριστείας και των ολοκληρωμένων έργων.

- Τα δίκτυα αριστείας αποβλέπουν σε σταδιακή ολοκλήρωση των δραστηριοτήτων των εταίρων οι οποίοι δικτυώνονται μέσω των «εικονικών» κέντρων αριστείας.
- Τα ολοκληρωμένα έργα είναι μεγάλα έργα που αποσκοπούν στη δημιουργία κρίσιμης μάζας στο πλαίσιο ερευνητικών δραστηριοτήτων οι οποίες έχουν ως άξονα επιστημονικούς και τεχνολογικούς στόχους σαφώς καθορισμένους.

Παράλληλα, στόχος είναι να χρησιμοποιηθεί ένα εργαλείο που προβλέπεται στη συνθήκη και που δεν έχει ποτέ μέχρι τώρα χρησιμοποιηθεί, η συμμετοχή δηλαδή της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε έντεκα προγράμματα στα οποία περισσότερα του ενός κράτη μέλη.

5) ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΚΑΙ ΓΡΑΜΜΕΣ ΔΡΑΣΗΣ

Το έκτο πρόγραμμα πλαίσιο περιλαμβάνει πέντε ειδικά προγράμματα:

- ολοκλήρωση και ενδυνάμωση του ευρωπαϊκού χώρου της έρευνας, συμπεριλαμβανομένων των θεματικών προτεραιοτήτων
- δόμηση του ευρωπαϊκού χώρου της έρευνας
- δραστηριότητες του Κοινού Κέντρου Ερευνών (ΚΚΕρ)
- πυρηνική ενέργεια
- δραστηριότητες του Κοινού Κέντρου Ερευνών (Ευρατόμ).

Ο προϋπολογισμός του έκτου προγράμματος πλαισίου ανέρχεται σε 17,5 τρισεκατομ. ευρώ, από τα οποία 16,270 δισεκατομ. προορίζονται για το σκέλος Ευρωπαϊκή Κοινότητα και 1,230 για το σκέλος Ευρατόμ. Το πρόγραμμα πλαίσιο θα διαρκέσει τέσσερα έτη, από την 1η Ιανουαρίου 2003 μέχρι τις 31 Δεκεμβρίου 2006.

Α) Ολοκλήρωση και ενίσχυση του ευρωπαϊκού χώρου της έρευνας (θεματικές προτεραιότητες). Προϋπολογισμός: 13,345 δισεκατομ. ευρώ

1) Βιοεπιστήμες, γονιδιωματική και βιοτεχνολογία στην υπηρεσία της υγείας

Προϋπολογισμός: 2,255 δισ. ευρώ

Στόχος: στήριξη της Ευρώπης στην εκμετάλλευση των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από έρευνα σχετική με τα γονιδιώματα των ζώντων οργανισμών, ιδιαίτερα μάλιστα προς όφελος της δημόσιας υγείας, καθώς και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής βιοτεχνολογίας.

2) Τεχνολογίες για την κοινωνία της πληροφορίας. Προϋπολογισμός: 3,625 δισ. ευρώ

Στόχος: να δοθεί ώθηση στην ανάπτυξη των τεχνολογιών υλικού και λογισμικού, ώστε οι πολίτες να έχουν τη δυνατότητα να ενταχθούν οργανικά στην κοινωνία της γνώσης.

3) Νανοτεχνολογίες, νοήμονα υλικά, νέες διεργασίες παραγωγής. Προϋπολογισμός: 1,300 δισ. Ευρώ

Στόχος: να αποκτήσει η Ευρώπη δυνατότητες για παραγωγή έρευνας (και εκμετάλλευση των αποτελεσμάτων αυτής) πάνω στην αρχιτεκτονική των υπερμορίων και μακρομορίων καθώς και για εφαρμογές στη χημεία, την υγεία κλπ.

4) Αεροναυπηγική και διάστημα. Προϋπολογισμός: 1,075 εκ. ευρώ

Στόχος: να ενισχυθούν οι επιστημονικές και τεχνολογικές βάσεις της αεροναυπηγικής και διαστημικής βιομηχανίας της Ευρώπης με απώτερο στόχο τη βελτίωση της ασφάλειας και την προστασία του περιβάλλοντος.

5) Ασφάλεια των τροφίμων και κίνδυνοι για την υγεία. Προϋπολογισμός: 685 εκ. ευρώ

Στόχος: να τεθούν οι επιστημονικές και τεχνολογικές βάσεις για την παραγωγή και διανομή ειδών διατροφής βελτιωμένης ασφάλειας, μεγαλύτερης διατροφικής αξίας και ευρύτερης ποικιλίας.

6) Βιώσιμη (αειφόρος) ανάπτυξη, πλανητική μεταβολή και οικοσυστήματα (συμπεριλαμβάνεται η έρευνα στον τομέα της ενέργειας και στον τομέα των μεταφορών).

Προϋπολογισμός: 2,120 δισ. Ευρώ

Στόχος: μια βιώσιμη ανάπτυξη στην οποία να ενσωματώσουμε τους περιβαλλοντικούς, οικονομικούς και κοινωνικούς στόχους, συμπεριλαμβανομένων των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, των μεταφορών και της αειφόρου διαχείρισης των χερσαίων και θαλάσσιων πόρων της Ευρώπης.

7) Πολίτες και διακυβέρνηση στην κοινωνία της γνώσης. Προϋπολογισμός: 225 εκ. ευρώ

Στόχος: να κινητοποιηθεί το ευρωπαϊκό ερευνητικό δυναμικό των οικονομικών, πολιτικών, κοινωνικών επιστημών και επιστημών του ανθρώπου που χρειάζεται για να οικοδομηθεί μιας κοινωνία της γνώσης.

8) Ειδικές δραστηριότητες των οποίων η εμβέλεια υπερβαίνει τον χώρο της έρευνας

- **Υποστήριξη πολιτικών και πρόβλεψη επιστημονικών και τεχνολογικών αναγκών.**

Προϋπολογισμός: 555 εκ. ευρώ

Στόχος: να επιτευχθούν οι θεμελιακοί στόχοι της Κοινότητας με υποστήριξη της χάραξης και εφαρμογής κοινοτικών πολιτικών όταν δεν θα είναι δυνατή η εκπλήρωση ορισμένων απαιτήσεων στο πλαίσιο των θεματικών προτεραιοτήτων.

- **Οριζόντιες δράσεις έρευνας στις οποίες συμμετέχουν οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Προϋπολογισμός:** 430 εκ. ευρώ

Στόχος: να δοθεί βοήθεια στις ευρωπαϊκές ΜΜΕ, είτε αυτές δραστηριοποιούνται σε παραδοσιακούς ή σε νεότερους τομείς, για να ενισχύσουν το τεχνολογικό τους δυναμικό και να γίνουν γνωστές προς τα έξω, σε ευρωπαϊκή ή και σε διεθνή κλίμακα.

- **Ειδικά μέτρα στήριξης της διεθνούς συνεργασίας. Προϋπολογισμός:** 315 εκ. ευρώ

Στόχος: να ενθαρρυνθεί η διεθνής συνεργασία των αναπτυσσόμενων χωρών, των χωρών της Μεσογείου συμπεριλαμβανομένων των χωρών των δυτικών Βαλκανίων, της Ρωσίας και των Νέων Ανεξάρτητων Κρατών στο πεδίο της έρευνας.

- **Δραστηριότητες του Κοινού Κέντρου Ερευνών που δεν αφορούν την πυρηνική ενέργεια (ΚΚΕρ). Προϋπολογισμός:** 760 εκ. ευρώ

Στόχος: να παρέχει ανεξάρτητη επιστημονική και τεχνική βοήθεια σε συνεργασία με τους επιστημονικούς κύκλους, τους εθνικούς ερευνητικούς οργανισμούς, τα πανεπιστήμια και τις επιχειρήσεις στην Ευρώπη.

Β) Δόμηση του Ευρωπαϊκού χώρου της έρευνας.

Προϋπολογισμός: 2,605 εκατομ. Ευρώ

- 1) **Έρευνα και καινοτομία. Προϋπολογισμός:** 290 εκατομ. ευρώ

Στόχος: να τονωθούν, σε ολόκληρη την Ευρώπη και κυρίως στις λιγότερο ευνοημένες περιφέρειες, η τεχνολογική καινοτομία, η εκμετάλλευση των αποτελεσμάτων της έρευνας, η μεταφορά γνώσης και τεχνολογίας καθώς και η δημιουργία τεχνολογικών επιχειρήσεων.

- 2) **Ανθρώπινοι πόροι και κινητικότητα. Προϋπολογισμός:** 1,580 εκατομ. Ευρώ

Στόχος: να αναπτυχθούν οι ανθρώπινοι πόροι (υποτροφίες Marie Curie) μέσα από την τόνωση της διακρατικής κινητικότητας για τις ανάγκες της κατάρτισης ή της μεταφοράς γνώσης ώστε η Ευρώπη να αποτελέσει πόλο έλξης για ερευνητές από τρίτες χώρες.

- 3) **Υποδομές έρευνας. Προϋπολογισμός:** 655 εκατομ. Ευρώ

Στόχος: να εγκατασταθεί στην Ευρώπη ένα δίκτυο υποδομών έρευνας όπου η πρόσβαση να είναι ευκολότερη.

- 4) **Επιστήμη και κοινωνία. Προϋπολογισμός:** 80 εκατομ. Ευρώ

Στόχος: οι αρμονικές σχέσεις μεταξύ επιστήμης και κοινωνίας καθώς και η κριτική σκέψη πάνω σε διάφορα θέματα μεταξύ των οποίων ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας, η αρχή της προφύλαξης, γυναίκες και επιστήμη κλπ.

Γ) Ενίσχυση των βάσεων του ευρωπαϊκού χώρου της έρευνας.

Προϋπολογισμός: 320 εκατομ. ευρώ

Οι δράσεις που αναλαμβάνονται υπ' αυτόν τον τίτλο στόχο έχουν τη βελτίωση του συντονισμού και την υποστήριξη μιας συνεκτικής ανάπτυξης των πολιτικών και των δραστηριοτήτων έρευνας και τόνωσης της καινοτομίας στην Ευρώπη.

- 1) **Συντονισμός εθνικών δραστηριοτήτων**

Στόχος: ο συντονισμός των δραστηριοτήτων σε θέματα υγείας, βιοτεχνολογίας, περιβάλλοντος και ενέργειας.

- 2) **Συντονισμός σε ευρωπαϊκή κλίμακα**

Στόχος: να αναληφθούν πρωτοβουλίες στο πλαίσιο επιστημονικών σχημάτων όπως είναι η συνεργασία COST (συνεργασία στον τομέα της επιστημονικής και τεχνικής έρευνας), ESO

(ευρωπαϊκό αστεροσκοπείο για την παρατήρηση του νότιου ημισφαιρίου), EMBL
(ευρωπαϊκό εργαστήριο μοριακής βιολογίας) κλπ.