



Ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων

ανά κύριο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας,

στους τομείς της Βιομηχανίας και των Υπηρεσιών,
για την τριετία 2012-2014

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΚΛΑΔΟΙ



ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΚΛΑΔΟΙ



ΠΗΓΗ: ΕΚΤ, ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ 2012-2014, [HTTP://METRICS.EKT.GR](http://metrics.ekt.gr)

ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥ ΕΚΤ ΚΑΤΑΓΡΑΦΕΙ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πώς καινοτομούν οι ελληνικές επιχειρήσεις



Νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα, σημαντικά βελτιωμένες διαδικασίες, νέες οργανωσιακές μέθοδοι, νέες μέθοδοι μάρκετινγκ είναι οι τομείς που καινοτόμησαν οι ελληνικές επιχειρήσεις

Οι ελληνικές επιχειρήσεις παρουσιάζουν ανεκτικότητα ως προς την ανάπτυξη την περίοδο της οικονομικής κρίσης. Η επίσημη στατιστική έρευνα για την καινοτομία στις ελληνικές επιχειρήσεις την τριετία 2012-2014, που πραγματοποιήθηκε από το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης (ΕΚΤ) σε συνεργασία με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ), δείχνει ότι το ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων παρουσιάζει μικρή υποχώρηση σε σχέση με την αμέσως προηγούμενη έρευνα της τριετίας 2010-2012, από 52,3% σε 51,0%.

Οι επιδόσεις των ελληνικών επιχειρήσεων στην καινοτομία είναι σε καλό επίπεδο καθώς με βάση τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία της Eurostat, την τριετία 2010-2012 ο ευρωπαϊκός μέσος όρος είναι 48,9%. Οι τύποι της καινοτομίας που ανέπτυξαν οι ελληνικές επιχειρήσεις, σύμφωνα με την έρευνα, κατά το διάστημα 2012-2014, αφορούσαν κυρίως νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα (καινοτομία προϊόντος), νέες ή σημαντικά βελτιωμένες διαδικασίες (καινοτομία

διαδικασίας), νέες οργανωσιακές μεθόδους (οργανωσιακή καινοτομία), νέες μεθόδους μάρκετινγκ (καινοτομία μάρκετινγκ).

Η ανάπτυξη προϊόντων (αγαθών ή υπηρεσιών) αυξήθηκε το παρόν διάστημα από 19,5% σε 23,4%, γεγονός που αποδίδεται περισσότερο στην παραγωγή προϊόντων που είναι νέα για την επιχείρηση και τους ως προς την αγορά όπου δραστηριοποιούνται.

Σημαντική ήταν και η καινοτομία που αναπτύχθηκε σε σχέση με την εισαγωγή ή εφαρμογή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων διαδικασιών, όπως είναι οι διαδικασίες παραγωγής αγαθών ή υπηρεσιών, οι μέθοδοι παράδοσης ή διανομής πρώτων υλών, αγαθών ή υπηρεσιών (logistics), όπου το ποσοστό αυξήθηκε από 25,6% σε 29,6%.

Η οργανωσιακή καινοτομία και η καινοτομία στο μάρκετινγκ υποχώρησαν σημαντικά κατά την ίδια τριετία, από 30,2 και 36,8% σε 25,5 και 32,5%, αντίστοιχα. Μείωση εμφανίζουν και οι δαπάνες των επιχειρήσεων για την ανάπτυξη καινοτομιών σε προϊόντα ή διαδικα-

σίες καθώς από το 1,9 δισ. ευρώ που επένδυσαν το 2012, έφτασαν το 1,6 δισ. ευρώ το 2014. Πρόκειται για δαπάνες που στην πλειονότητά τους αφορούν την αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού, λογισμικού και εγκαταστάσεων καθώς και την ανάπτυξη Ερευνας και Τεχνολογίας (R&D) στο εσωτερικό των επιχειρήσεων.

Η βιομηχανία είναι ο οικονομικός κλάδος που περισσότερο επηρεάζεται στην καινοτομία με ποσοστό που αγγίζει το 54,5%. Ο κλάδος της μεταποίησης εμφανίζεται ιδιαίτερα δυναμικός καθώς οι 6.000 επιχειρήσεις του καταγράφουν ποσοστό καινοτομίας 55,1%, μεταξύ των οποίων ξεχωρίζουν οι φαρμακευτικές, οι επιχειρήσεις κατασκευής ηλεκτρολογικού εξοπλισμού και κατασκευής ηλεκτρονικών υπολογιστών, ηλεκτρονικών και οπτικών προϊόντων.

Εξίσου υψηλά ποσοστά καινοτομίας με τον κλάδο μεταποίησης παρουσιάζει και ο κλάδος παροχής νερού, επεξεργασίας λυμάτων, διαχείρισης αποβλήτων.

Στον τομέα των υπηρεσιών, το ποσοστό καινοτομίας κινείται στο 48%. Ο κλάδος της ενημέρωσης και

επικοινωνίας, στον οποίο περιλαμβάνονται περίπου 770 επιχειρήσεις, καταγράφει το μεγαλύτερο ποσοστό καινοτομίας, 59,7%. Η περαιτέρω ανάλυση του κλάδου ενημέρωσης και επικοινωνίας δείχνει ότι οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον προγραμματισμό ηλεκτρονικών υπολογιστών και τη συμβουλευτική έχουν ποσοστό καινοτομίας 84,4%, το υψηλότερο από όλους τους επιμέρους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας στη χώρα.

Σε ό,τι αφορά τις ελληνικές επιχειρήσεις που δεν προχωρούν σε καινοτομίες, η έρευνα καταγράφει ως βασικούς λόγους τη χαμηλή ζήτηση ή την έλλειψη ανάγκης για καινοτομίες στην αγορά τους λόγω χαμηλού ανταγωνισμού, την έλλειψη καλών ιδεών. Περίπου το ένα τέταρτο των επιχειρήσεων που δεν καινοτομούν στη χώρα μας, αναφέρουν ως βασικούς λόγους την έλλειψη ιδίων κεφαλαίων, πίστωσης ή ιδιωτικών επενδύσεων, την αβέβαιη ζήτηση της αγοράς για τις ιδέες της καινοτομίας που διαθέτουν αλλά και τον υψηλό ανταγωνισμό και την έλλειψη κατάλληλα καταρτισμένου προσωπικού.