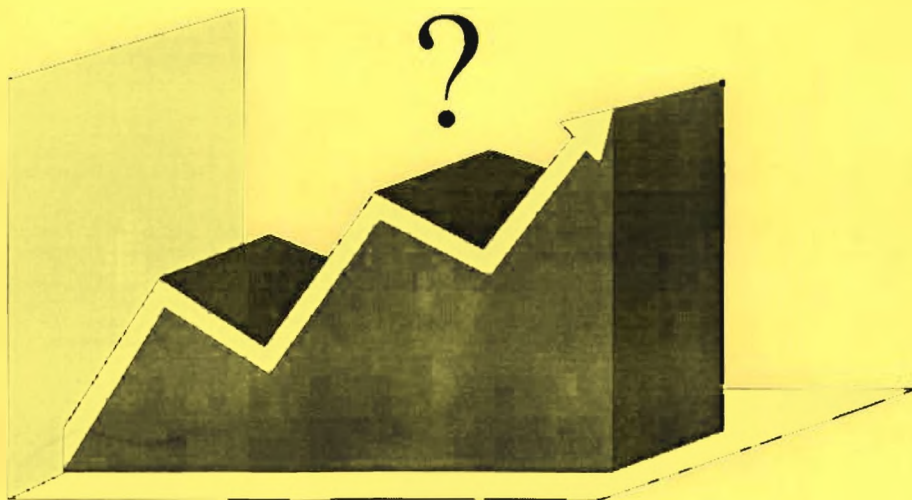


# ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ & ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΕΣ & ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ  
ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ



ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ

ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΔΗΜΗΤΡΟΥΚΑΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ:

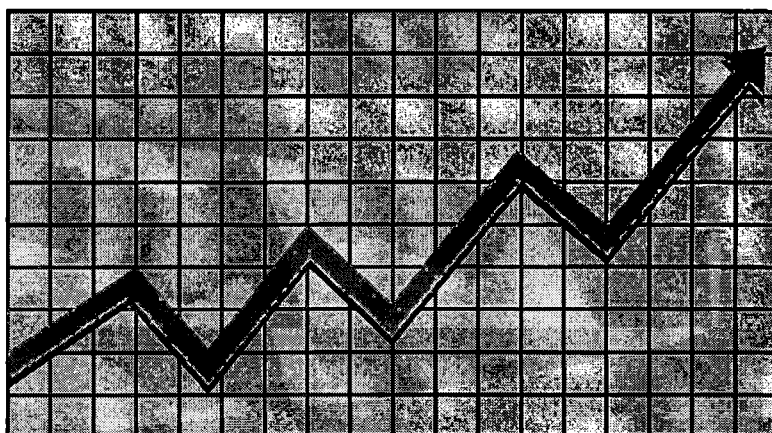
ΓΙΩΤΗ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ

754

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟ 1998

# ***ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ***

***ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ & ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ & ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ  
ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ***



***ΓΙΩΤΗ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ***

***ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ  
κ. ΔΗΜΗΤΡΟΥΚΑΣ***

***ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΓΚΡΙΣΕΩΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ***

- 1) .....
- 2) .....
- 3) .....

3

*αφιερωμένη*  
*εις μνήμην του πατρός μου*  
*Γιώτη Αριστοτέλη*

## *Ευχαριστώ*

θερμά τον καθηγητή και εισηγητή της εργασίας μου αυτής κ. Γεώργιο Δημητρούκα καθώς επίσης και όλους τους αρμόδιους φορείς που συνεργάστηκαν μαζί μου και με βοήθησαν να διεκπεραιώσω το δύσκολο αυτό θέμα της Πτυχιακής μου εργασίας.

Ευχαριστώ επίσης θερμά την οικογένειά μου και όλους όσους με στήριξαν και με ενθάρρυναν τα χρόνια της φοιτητικής μου προετοιμασίας και μετέπειτα για την ομαλή ένταξή μου στο εργασιακό μοτίβο της χώρας μας.

Τέλος θα ήθελα να εκφράσω τα πιο ευγενή και αγνά αισθήματά μου σε όλους τους καθηγητές της σχολής που αποφοίτησα και να εξάρω την αξιέπαινη προσπάθεια τους να μας εισάγουν σε έναν αξιόλογο κόσμο μάθησης, εκτός εκείνων των λογιστικών εφαρμογών, δίδοντάς μας το στίγμα, τη σφραγίδα, τη γνώση και τη σοφία τους. Διότι η γνώση σήμερα μπορεί να μεταδοθεί με πολλούς «στεγνούς» τρόπους και να μην αποτελεί γνώση αλλά παραμόρφωση χαρακτήρων. Για το λόγο αυτό ο λειτουργός της παιδείας πρέπει να έχει τη δύναμη και τη θέληση να ξεφύγει από τα στενά όρια ορισμένων προσταγών της εκάστοτε κυβέρνησης στα θέματα παιδείας και να δωρίσει απλόχερα τη σοφία και της παιδία του.

# **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

**ΕΙΣΑΓΩΓΗ** .....1

## **ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ**

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>**

ΜΙΑ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ

ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΑ.....4

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>**

ΕΡΕΥΝΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ & Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ .....10

■ Τεχνολογική αλλαγή & η θεωρία της επιχείρησης .....15

■ Η καινοτομία και η επιχείρηση .....17

■ Ευκαιρίες, συνθήκες αγοράς και οι διαφορές μεταξύ κλάδων στην  
καινοτομικότητα .....19

■ Δομή αγοράς και καινοτομία .....22

■ Η διαμάχη μεταξύ ζήτησης και προσφοράς .....23

■ Καινοτομία, μέγεθος επιχείρησης και δομή αγοράς .....25

■ Τεχνολογική αλλαγή και διεθνείς εμπόριο .....	28
---	----

## **ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ**

ΓΕΝΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ & ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ .....	32
--	----

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>**

■ Συνεργεία .....	35
■ Επιχειρήσεις και κυβερνητικές στρατηγικές . Στρατηγική σταθερής ανάπτυξης .....	37
■ Στρατηγικές ανάπτυξης.....	39
■ Συγχωνεύσεις .....	40
■ Κοινοπραξίες .....	45
■ Στρατηγική δημιουργίας ταμειακών διαθεσίμων .....	47
■ Αμυντικές στρατηγικές .....	49
■ Κράτος και τεχνολογική αλλαγή .....	51

<b>ΕΠΙΛΟΓΟΣ</b> .....	55
-----------------------	----

<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b> .....	56
---------------------------	----

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Τα οικονομικά της τεχνολογίας είναι ένας νέος κλάδος των οικονομικών επιστημών που δημιουργήθηκε τα τελευταία 15 - 20 χρόνια και στην ουσία αποτελεί μια αντίδραση στην ορθόδοξη οικονομική «σοφία», μια διαμαρτυρία στο γεγονός ότι η οικονομική γνώση αναφέρεται στην τεχνολογική αλλαγή σαν κάτι το ξέχωρο, σαν κάτι που δεν υπεισέρχεται στην οικονομική ανάλυση.

Δεν χρειάζεται μεγάλη παρατηρητικότητα για να διαπιστώσουμε ότι και τώρα ακόμη, η θεωρία της μονάδας παραγωγής, η θεωρία του διεθνούς εμπορίου, η θεωρία της κατανάλωσης εξακολουθούν να διδάσκονται χωρίς ίχνος τεχνολογικής αλλαγής. Είναι καιρός πλέον η οικονομική θεωρία να σταματήσει την παράλειψη που έχει επιδείξει μέχρι τώρα προς τις τεχνικές αλλαγές.

Με λίγα λόγια, τα οικονομικά της τεχνολογίας δεν είναι ένας κλάδος που συγκεντρώνει την προσοχή σε ένα μόνο κομμάτι της οικονομικής θεωρίας αλλά προσπαθεί να δει πως αλλάζει αυτή συνολικά, εισάγοντας τον παράγοντα τεχνολογία. Βεβαίως, η υπάρχουσα οικονομική γνώση χρειάστηκε περισσότερο από δύο αιώνες για να δημιουργηθεί και θα ήταν αφελές να περιμέναμε την αντικατάστασή της από κάτι άλλο μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα.

Με βάση τα όσα ειπώθηκαν παραπάνω μπορούμε να διακρίνουμε έναν σημαντικό αριθμό θεμάτων που διατυπώνονται και αναλύονται σε αυτή την εργασία η οποία χωρίζεται σε δύο κύρια μέρη και σε επιμέρους κεφάλαια.



# *ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ*



**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>****Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 1<sup>ο</sup>****ΜΙΑ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ****Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΑ**

Όταν στα μέσα της δεκαετίας του '50, παρατηρήθηκε η έλλειψη ενασχόλησης της οικονομικής θεωρίας με την τεχνολογική αλλαγή τρεις λόγοι δόθηκαν ως εξήγηση:

1) Οι οικονομολόγοι δεν γνωρίζουν πολλά από επιστήμη και τεχνολογία και επομένως δεν μπορούν να ασχοληθούν με τομείς που δεν γνωρίζουν.

2) Υπήρχαν πολύ λίγα στατιστικά στοιχεία να τους καθοδηγήσουν.

3) Από την εποχή του «κραχ» ήταν απασχολημένων με τα προβλήματα των επιχειρηματικών κύκλων και την συνεπακόλουθη ανεργία.

Ενώ οι δύο δυσκολίες μπορούν κάπως να αντιμετωπισθούν ο τρίτος λόγος παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, γιατί δείχνει ότι ακόμη και οι οικονομολόγοι που θα είχαν τη διάθεση να ασχοληθούν με την τεχνολογική αλλαγή, την θεωρούσαν ως κάτι τελείως ξέχωρο από τις κυκλικές διακυμάνσεις της οικονομίας.

Από την βιομηχανική επανάσταση, το εύρος του ρόλου της τεχνολογικής αλλαγής έχει αλλάξει ποιοτικά. Τότε είχε παρατηρηθεί η ύπαρξή της, αλλά όχι με τον ίδιο τρόπο που το κάνουμε στις μέρες μας. Για παράδειγμα, οι οικονομικοί ιστορικοί του ΧΙΧ αιώνα παρατηρώντας τις νέες μηχανές μπόρεσαν να διακρίνουν καθαρά τις επιπτώσεις της τεχνολογικής αλλαγής, υποθέτοντας ότι οι τεχνολογική πρόοδος αποτελούσε την αιτία της επιταχυνόμενης οικονομικής ανάπτυξης. Παραδόξως όμως δεν προσπάθησαν να εξηγήσουν τον τρόπο με τον οποίο αυτές οι μηχανές συνέβαλαν στην οικονομική ανάπτυξη με αποτέλεσμα να γίνει η μηχανή το σύμβολο της οικονομικής ανάπτυξης.

Μεταξύ των οικονομολόγων της εποχής, οι Ματχ και Adam Smith αποτελούν εξαίρεση, γιατί μέσα στις εργασίες τους ερευνούν τους βασικούς μηχανισμούς του καπιταλιστικού συστήματος σε συνδυασμό με μια ανάλυση για τη δημιουργία της τεχνολογικής αλλαγής.

Εκτός όμως απ' αυτές τις εξαιρέσεις, η γενική αντιμετώπιση ήταν τέτοια που αναγνώριζε την σημαντικότητα των νέων μηχανών ως επεξηγηματικό παράγοντα της οικονομικής ανάπτυξης, αλλά ενός παράγοντα που μπορούσε να θεωρηθεί ως δεδομένος χωρίς ανάγκη περαιτέρω επεξήγησης.

Η εικόνα της τεχνολογικής προόδου ως εξωγενής παράγων κράτησε και κρατάει μέχρι τις μέρες μας. Οι κυριότερες όμως αλλαγές έγιναν μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Αρχικά μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο υπήρξε μια περίοδος μεγάλης εμπιστοσύνης και πίστης στην επιστήμη με συνεπακόλουθη μια χωρίς προηγούμενο αύξηση στις δαπάνες έρευνας και ανάπτυξης. Σιγά - σιγά όμως συνειδητοποιήθηκε ότι δεν υπάρχει άμεση συσχέτιση μεταξύ όγκου δαπανών σε έρευνα και ανάπτυξη και ρυθμών οικονομικής ανάπτυξης σε επίπεδο εθνικής οικονομίας: πράγμα που υπονοεί ότι οι διασυνδέσεις μεταξύ έρευνας και ανάπτυξης και ρυθμών οικονομικής ανάπτυξης είναι πολύ πιο σύνθετες απ' ό,τι τις είχαν φαντασθεί. Πολύ λογικά λοιπόν, επήλθε ένας σοβαρός σκεπτικισμός στις αναπτυγμένες χώρες ως προς τον αρχικό ενθουσιασμό για δαπάνες σε έρευνα και ανάπτυξη.

Αποτέλεσμα αυτού του προβληματισμού ήταν το κράτος να προσπαθήσει να διοχετεύσει πόρους σε έρευνα και ανάπτυξη για συγκεκριμένους οικονομικούς και κοινωνικούς στόχους. Έτσι εφ' όσον η έρευνα και η ανάπτυξη δεν οδήγησαν αυτόματα στην οικονομική

ανάπτυξη, οι επιστημονικές και τεχνολογικές εισροές έπρεπε να μελετηθούν, όπως επίσης και ο τρόπος χρησιμοποίησής τους από το οικονομικό σύστημα. Αυτό δεν μπορούσε να γίνει κάτω από τις τότε υπάρχουσες συνθήκες και έτσι ξεπήδησε μια σειρά μελετών πάνω στην καινοτομία που δεν βασίζονται σε συγκεκριμένο θεωρητικό πλαίσιο.

Από την αρχή, οι μελέτες πάνω στην καινοτομία και την τεχνολογική αλλαγή δυσκολεύτηκαν να βρουν θέση μεταξύ των υπάρχοντων τομέων. Το βασικό σημείο είναι ότι η τεχνολογική καινοτομία και η τεχνολογική αλλαγή έχουν αναδυθεί ως διαδικασίες με μια σειρά συγκεκριμένων χαρακτηριστικών, ανεξάρτητα από την κοινωνικοοικονομική ζωή του περιβάλλοντος στο οποίο δημιουργούνται και επομένως έχουν αποκτήσει μια αυτονομία ως πεδία μελέτης.

Πέρα από το ότι η καινοτομία και η τεχνολογική αλλαγή έχουν αναλυθεί ως διαδικασίες ξέχωρες από το κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον, με τα δικά του χαρακτηριστικά έχουν επεξηγήσει και υποθέσεις και δείχνουν να εξηγούν τις ιστορικές αποδείξεις καλύτερα από την νέο - κλασική θεωρία.

Τα κύρια σημεία στα οποία θα καταλήξουμε είναι:

(α) Η τεχνολογική αλλαγή είναι μία βασική δύναμη

(β) Υπάρχουν μερικοί μηχανισμοί που είναι ριζικά διαφορετικοί από τους μηχανισμούς που μας παρουσιάζει η παραδοσιακή θεωρία.

(γ) Αυτοί οι μηχανισμοί έχουν να κάνουν τόσο με τεχνολογικές αλλαγές όσο και με θεσμικές αλλαγές ή ακόμη και με την έλλειψή τους.

(δ) Το κοινωνικό - θεσμικό πλαίσιο έχει πάντοτε επίδραση και μπορεί άλλοτε να βοηθήσει και άλλοτε να δυσχεράνει την διαδικασία τεχνολογικής και θεσμικής αλλαγής. Αυτά τα φαινόμενα επιτάχυνσης και επιβράδυνσης δεν έχουν απλώς να κάνουν με την ατέλεια της αγοράς, αλλά με την φύση των αγορών και με την συμπεριφορά των παραγόντων.

Στα μέσα του περασμένου αιώνα συνέβησαν σημαντικές αλλαγές στην οργάνωση βιομηχανικών επιχειρήσεων. Οι μικρές επιχειρήσεις, με μια και μοναδική δραστηριότητα, στην παρασκευή προϊόντων ή στην εμπορία τους, αντικαταστάθηκαν σταδιακά από μεγάλες επιχειρήσεις στις οποίες η διαχείριση έγινε τόσο σημαντική όσο και η κύρια παραγωγική δραστηριότητα της επιχείρησης.

Από το 1920 και πέρα, η ανάπτυξη υπαρχόντων γραμμών παραγωγής των επιχειρήσεων, η αναζήτηση νέων αγορών και νέων πηγών πρώτων υλών σε απομακρυσμένες περιοχές το άνοιγμα νέων αγορών μέσω της ανάπτυξης ενός μεγάλου φάσματος προϊόντων, οδήγησαν στην ανάπτυξη πολυμηματικών επιχειρήσεων.

Είναι σημαντικό να σημειώσουμε ότι η τεχνολογική αλλαγή συνέτεινε στο να επέλθουν οργανωτικές αλλαγές. Πρόοδος στις μεταφορές και στην ψύξη που επέτρεψαν την γεωγραφική ανάπτυξη των επιχειρήσεων και των αγορών, συνέτειναν στο να δημιουργηθούν

πιο πολύπλοκες εργασίες και επομένως στο να καθορίσουν την ανάδειξη νέων τύπων οργάνωσης.

Αυτό που υπονοείται εδώ, δεν είναι ότι η τεχνολογική αλλαγή είναι η αιτία των αλλαγών στην εσωτερική οργάνωση των επιχειρήσεων, αλλά ότι είναι μία από τις μεταβλητές που δίνουν σχήμα στις επιχειρησιακές στρατηγικές, που με την σειρά τους οδηγούν σε αλλαγές στην οργάνωση των επιχειρήσεων. Νέα όρια, εσωτερικά προς την επιχείρηση έχουν δημιουργηθεί λόγω της αυξανόμενης δυσκολίας των εργασιών και η τεχνολογική αλλαγή έχει παίξει ρόλο στον καθορισμό δημιουργίας και εντοπισμός νέων εσωτερικών ορίων.

Το πέρασμα αυτό, η εξέλιξη από την οικογενειακή επιχείρηση στην πολυμηματική επιχείρηση αποτέλεσε μια σταδιακή αυξανόμενη εξειδίκευση των ορίων που οδήγησαν σε όλο και πιο πολύπλοκα προβλήματα συντονισμού.

Συντονιστικά σχήματα όπως το «γενικό γραφείο» και ο τυπικός επιχειρησιακός προγραμματισμός εισήχθησαν στις επιχειρήσεις με συγκεκριμένους στόχους και στρατηγικές στην περίοδο του μεσοπολέμου, έγιναν όμως πλατειά αποδέκτες και εφαρμόστηκαν κυρίως στις δεκαετίες 50 και 60.

# ***Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 2<sup>ο</sup>***

## ***ΕΡΕΥΝΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ & Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ***

Οι νέες μορφές οργάνωσης, που περιγράψαμε, θεσμοθέτησαν τον διαχωρισμό μεταξύ, πωλήσεων και παραγωγής, ενώ θεσμοθετήθηκε άλλη μια δραστηριότητα της επιχείρησης αρχίζοντας από τα τέλη του περασμένου αιώνα: η έρευνα και η ανάπτυξη που αργότερα εξελίχθηκε σε έναν από τους πιο σημαντικούς τρόπους ανταγωνισμού μεταξύ επιχειρήσεων.

Τα πρώτα εργαστήρια στη Γερμανία εμφανίζονται το 1870 και στις Η.Π.Α. το 1890, αλλά έγιναν ευρέως διαδεδομένα μόνο μεταξύ των δύο πολέμων κυρίως στους κλάδους ηλεκτρικών και χημικών. Η αληθινή όμως περίοδος αύξησης της οργανωμένης έρευνας και ανάπτυξης ήταν η περίοδος μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Γι



αυτό, τόσο ο επιχειρησιακός σχεδιασμός όσο και η εμπειρία της διαχείρισης της καινοτομίας είναι ακόμη πολύ πρόσφατα.

Η ανάπτυξη της οργανωμένης έρευνας και ανάπτυξης στην μοντέρνα επιχείρηση, επέφερε με δραματική αλλαγή στην δυνατότητα της βιομηχανίας να δημιουργεί μια ροή νέων και διαφοροποιημένων προϊόντων και να χρησιμοποιεί εναλλαγές σ' αυτή τη δυνατότητα, ως ανταγωνιστικό όπλο μεταξύ επιχειρήσεων και μεταξύ κρατών. Ο ανταγωνισμός που δημιουργείται μεταξύ νέων προϊόντων είναι βασικά πιο σημαντικός από τις οριακές αλλαγές στις τιμές υπαρχόντων προϊόντων.

Κάτω από αυτό το πρίσμα, μπορούμε να πούμε ότι αυτή η στάση αποτελεί μια προσπάθεια από τις επιχειρήσεις έτσι ώστε να ελέγχουν τα οφέλη από την τεχνολογική αλλαγή, αντί να καταλήγουν θύματα αυτής της αλλαγής. Η έρευνα και η ανάπτυξη, η καινοτομία καθώς και η γενικότερη δραστηριότητα του στρατηγικού προγραμματισμού δεν αποτελούν παρά μια προσπάθεια εκ μέρους της επιχείρησης να ελαττώσουν την αβεβαιότητα του μέλλοντος.

Η νέα δραστηριότητα όμως, της έρευνας και της ανάπτυξης δημιούργησε έντονα προβλήματα συντονισμού σε σχέση με τις υπόλοιπες δραστηριότητες της επιχείρησης αλλά και με τις αλλαγές στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, αλλαγές σημαντικές για τη χάραξη στρατηγικής στην ίδια την έρευνα και την ανάπτυξη.

Ας πάρουμε για παράδειγμα την δραστηριότητα του Μάρκετινγκ μέσα στην επιχείρηση. Η καθημερινή έγνοια των μελών του τμήματος Μάρκετινγκ στρέφεται γύρω από τις τιμές αλλά και τα μερίδια αγοράς τόσο τα δικά τους όσο και των ανταγωνιστών. Χαράζουν τακτικές και στρατηγικές για την πώληση των υπάρχοντων προϊόντων και την παροχή πληροφοριών πάνω στις οποίες θα βασισθεί η μελλοντική παραγωγή. Αυτές οι ασχολίες τοποθετούν τα μέλη του τμήματος Μάρκετινγκ στην θέση να παρακολουθούν μακροπρόθεσμες αλλαγές στις τάσεις ζήτησης. Οι πηγές αυτές των αλλαγών στην ζήτηση είναι περίπλοκες. Μερικές δείχνουν να προέρχονται από αλλαγές στα χαρακτηριστικά των ίδιων των καταναλωτών όπως αυτές που ξεκινούν από αλλαγές στο εισόδημα ή σε κοινωνικές και πολιτιστικές αλλαγές.

Άλλες αλλαγές μπορεί να οφείλονται στις κινήσεις άλλων παραγωγών που αλλάζουν την ποιότητα και το φάσμα των προϊόντων τους. Πέρα από την επίδραση της διαφήμισης υπάρχει μια επαφή μεταξύ αλλαγών στις δυνατότητες του συστήματος προσφοράς και αλλαγές στις ανάγκες των καταναλωτών και εκφράζονται ως «ζήτηση».

Οι επιστήμονες και τεχνολόγοι του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης, μέσα στην επιχείρηση, συνδέονται λίγο ως πολύ και ανάλογα με τις επικρατούσες συνθήκες, με την πλατειά επιστημονική κοινότητα. Επομένως, πρόοδος δεν μπορεί να επιτευχθεί παρά μόνον εάν οι επιστήμονες επικοινωνούν και διαδίδουν τα αποτελέσματά τους μεταξύ τους; είτε μέσω επιστημονικών δημοσιεύσεων είτε μέσω

συνδιασκέψεων. Αυτό συμβαίνει, σε μεγάλο βαθμό, άσχετα από τις προσπάθειες της διοίκησης να οργανώνει και να κατευθύνει τις προσπάθειές τους.

Τόσο οι εργαζόμενοι στο τμήμα του Μάρκετινγκ όσο και αυτοί που εργάζονται στο τμήμα έρευνας και ανάπτυξης θεωρούν τις αλλαγές στα προϊόντα της επιχείρησης ως συμβιβασμό μεταξύ ζήτησης και δυνατότητας. Κάτι αντίστοιχο βέβαια συμβαίνει και με το τμήμα παραγωγής που είναι και αυτό σημαντικό στην συνολική διαδικασία.

Ο συντονισμός μεταξύ των τριών τμημάτων εξαρτάται από την επίδραση πολλών παραγόντων π.χ. την προσωπικότητα των ατόμων, το μέγεθος των επιχειρήσεων, την γεωγραφική απόσταση μέχρι και από το είδος της αγοράς και το εύρος τεχνικών δυνατοτήτων. Σε πολλές επιχειρήσεις συναντάμε ένα είδος «στρατηγικού management» που δομεί αυτή τη διαδικασία. Αυτό γίνεται είτε μέσω του προϋπολογισμού προς τα τμήματα είτε μέσω του πλάνου δράσης της επιχείρησης.

Η θεσμοθέτηση της έρευνας και ανάπτυξης έχει αλλάξει χωρίς να λύσει τα προβλήματα που υπάρχουν στο πως να καινοτομούμε. Η θεσμοθέτηση όμως της έρευνας και την ανάπτυξης επέφερε σημαντικές επιπτώσεις στον τρόπο με τον οποίο βλέπουμε την τεχνολογική αλλαγή. Πρώτον, δεν μπορούμε πλέον να θεωρούμε ότι οι εφευρέσεις και οι καινοτομίες είναι εξωγενείς προς το οικονομικό σύστημα. Δεύτερον, εφ' όσον έρευνα και ανάπτυξη δημιουργούν νέες γνώσεις

και νέα αβεβαιότητα, η ύπαρξή της είναι ασυμβίβαστη με τις υποθέσεις της ίσης τεχνολογίας. Τρίτον, το ότι η επιχείρηση διαλέγει μεταξύ projects έρευνας και ανάπτυξης σημαίνει ότι υπάρχει ένα ολόκληρο φάσμα στρατηγικών από τις οποίες η επιχείρηση μπορεί να επιλέξει.

## ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ & Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η εξάπλωση της παρουσίας των τμημάτων έρευνας και ανάπτυξης στις επιχειρήσεις, συνέπεσε με την εξάπλωση της μορφής της επιχείρησης που είναι χωρισμένη σε τμήματα βασισμένα σε προϊόντα. Οι δύο αυτές αλλαγές έχουν ένα κοινό παρανομαστή: στην προσπάθεια εκ μέρους των επιχειρήσεων να ελέγξουν μέρος του περιβάλλοντος τους αντί απλώς να αντιδρούν σ' αυτό. Ο ρόλος ενός τμήματος έρευνας και ανάπτυξης είναι η επιλογή συγκεκριμένων τεχνολογιών έτσι ώστε να επιτραπεί η χρησιμοποίησή τους ως βασικά στοιχεία σε πολύπλοκες στρατηγικές με σκοπό την μεγέθυνση της επιχείρησης. Με αυτή την έννοια, η φύση της δράσης του τμήματος έρευνας και ανάπτυξης είναι να διευρύνει τις τεχνολογικές δυνατότητες, ή πιο απλά να δημιουργήσει τεχνολογία. Η χρήση της τεχνολογίας θα περιορισθεί όμως από έναν συγκεκριμένο αριθμό συντελεστών που έχουν ως εξής:

Πρώτον, τόσο η επιστημονική όσο και η τεχνολογική γνώση γεννούν περιορισμούς γιατί απλά κάποια πράγματα δεν μπορούν να εφευρεθούν.

Δεύτερον, για οποιαδήποτε επιχείρηση, οι τεχνολογικές της δυνατότητες έχουν σαν αποτέλεσμα τον περιορισμό της στο φάσμα των

τεχνολογικών συστατικών που μπορούν να ενσωματώσει στις στρατηγικές ανάπτυξής της.

Τρίτον, μερικές τεχνολογίες προσφέρουν διαφορετικά οικονομικά κίνητρα, άσχετα από την σχετική δυσκολία των τεχνολογικών προβλημάτων που συνεπάγονται. Στην ουσία, οι τεχνολογικές δυνατότητες δεν αποτελούν ένα άπειρο σύνολο.

2

2

## Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Τώρα θα στραφούμε προς συγκεκριμένα θέματα της επιχείρησης σε σχέση με την τεχνολογική αλλαγή. Μέσα στον περασμένο αιώνα, ο τόπος της καινοτομικής δράσης άλλαξε από εργαστήρια ενός ή και περισσότερων ατόμων, υπήρξε η μετάβαση στα οργανωμένα εργαστήρια των μεγάλων επιχειρήσεων. Πολλοί ήταν οι λόγοι:

- Πρώτον, στις περισσότερες βιομηχανίες το να καινοτομήσεις χρειάζεται ειδικές ικανότητες και γνώσεις σ' ένα υψηλό επίπεδο επιστήμης, μηχανική χρήση ακριβών μηχανημάτων και εξοπλισμού, και έναν αριθμό ατόμων που να δουλεύουν συλλογικά.

- Δεύτερον, οι γνώσεις που αφορούν τις υπάρχουσες τεχνολογίες, καθώς και τα όρια των δυνατοτήτων τους ιδιωτικοποιούνται για να μην είναι προσιτές απ' όλους.

- Τρίτον, η εφεύρεση έχει γίνει ένα σημαντικό στοιχείο στον ανταγωνισμό μεταξύ επιχειρήσεων.

Ως αποτέλεσμα της σημαντικότητας της βιομηχανικής έρευνας και ανάπτυξης οι οικονομολόγοι ασχολούνται με τον χαρακτήρα των επιχειρήσεων και τις βιομηχανικές δομές που οδηγούν σε καινοτομία..

Αρκετή σημασία δόθηκε στον ρόλο της ζήτησης (τι ζητάνε οι χρήστες και πόσα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν, επηρεάζοντας έτσι την κατεύθυνση των τεχνολογικών αλλαγών που δημιουργούνται. Οι επιστήμονες τώρα γνωρίζουν ότι οι τεχνολογική αλλαγή έχει μια λογική που επηρεάζει ποιες ζητήσεις θα βρουν λύση και ποιες όχι.

Η νέα γνώση ότι η τεχνολογία τείνει να κινηθεί προς συγκεκριμένες κατευθύνσεις οδήγησε στο συμπέρασμα ότι η συμπεριφορά της επιχείρησης και η δομή της βιομηχανίας «καλουπώνονται» από τον τρόπο με τον οποίο εξελίσσεται η τεχνολογία, τουλάχιστον τόσο όσο η συμπεριφορά της επιχείρησης και η δομή του κλάδου επιδρούν στην τεχνολογική αλλαγή.



## **ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ, ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΚΛΑΔΩΝ ΣΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΟΤΗΤΑ**

Κατά καιρούς, οι διαφορές που παρατηρούνται διαχρονικά στους ρυθμούς και στους τρόπους καινοτομικότητας μεταξύ διαφόρων κλάδων, οφείλονται σε διαχρονικές και ενδοκλαδικές διαφορές:

- στις ευκαιρίες για καινοτομία,
- στους βαθμούς με τους οποίους οι καινοτομίες μπορούν να αποφέρουν κέρδη στις επιχειρήσεις
- στη ζήτηση που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις

Πέρα από τα παραπάνω , εξαρτάται από το πόσο εύκολα μπορεί η επιχείρηση να κερδίσει και να κρατήσει τα κέρδη της:

- διπλώματα ευρεσιτεχνίας
- μυστικότητας
- κέρδος στον στο χρόνο εκκίνησης
- κόστος και χρόνος που χρειάζονται για τέλεια απομίμηση
- υπεροχή στο service και στην προσπάθεια πωλήσεων

Επιπλέον υπάρχουν κάποια χαρακτηριστικά παραγωγής που συνδυάζονται με τα χαρακτηριστικά της καινοτομικής συμπεριφοράς.

Αυτά είναι:

**I. Τομείς προσφοράς:** υφαντουργία, ένδυμα, ένδυμα, προϊόντα ξύλου. Οι καινοτομίες είναι κυρίως καινοτομίες μεθόδων παραγωγής, ευκαιρίες καινοτομίες είναι συνήθως ενσωματωμένες σε νέα μηχανήματα και προϊόντα που προέρχονται από επιχειρήσεις έξω από τους κλάδους αυτούς. Καινοτομία είναι κυρίως η διάχυση των καλύτερων μηχανημάτων και τρόπων παραγωγής και ενδιάμεσων αγαθών.

**II. Τομείς με έντονες οικονομίες κλίμακος:** Καινοτομίες σε μεθόδους και προϊόντα. Οι οικονομίες κλίμακος είναι σημαντικές και παρουσιάζονται σε διάφορα σημεία: παραγωγή, έρευνα, σχεδιασμός. Οι επιχειρήσεις είναι μεγάλες, παράγουν μεγάλο μέρος της τεχνολογίας με μεθόδους παραγωγής που χρησιμοποιούν, ξοδεύουν μεγάλο ποσοστό των πόρων τους σε έρευνα και τείνουν να καθετοποιηθούν ως προς τον ίδιο τον τεχνολογικό τους εξοπλισμό.

**III. Εξειδικευμένοι Παραγωγοί:** κυρίως νέα προϊόντα στην καινοτομική τους δραστηριότητα. Κυρίως μικρές επιχειρήσεις,

εργάζονται σε στενή σχέση με τους χρήστες και ενσωματώνουν εξειδικευμένες γνώσεις σε σχεδιασμό και κατασκευή εξοπλισμού.

**IV. Κλάδοι που βασίζονται στην επιστήμη:** Τα ηλεκτρονικά και οι περισσότερες χημικές βιομηχανίες. Η καινοτομία είναι συνήθως άμεσα συνδεδεμένα με νέα τεχνολογικά παραδείγματα που γίνονται προσιτά λόγω επιστημονικής προόδου.

## ΔΟΜΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Η σχέση δομή αγοράς, μέγεθος επιχείρησης και καινοτομίας έχει ερευνηθεί έντονα. Παρ' όλα αυτά, είναι εύκολο για κάποιον να προτείνει πλεονεκτήματα στην καινοτομία ή μειονεκτήματα, κάτω από διαφορετικές συνθήκες αγοράς ή για διαφορετικό μέγεθος μονάδων. Οι δύο σχέσεις που έχουν μελετηθεί περισσότερο, είναι η ένταση έρευνας, σε σχέση με το βαθμό συγκέντρωσης της αγοράς και η ένταση έρευνας σε σχέση με μέγεθος μονάδων. Στην περίπτωση της συγκέντρωσης δεν υπάρχει έδαφος που να συμφωνούν οι ερευνητές εκτός από το ότι συμφωνούν ότι διαπιστώνουν σημαντικές επιπτώσεις που οφείλονται στο επίπεδο κλάδου βιομηχανικού και ότι ο βαθμός τεχνολογικής ευκαιρίας στο επίπεδο βιομηχανικού κλάδου μπορεί να είναι σημαντική επίδραση στον βαθμό έντασης.

Ως προς το μέγεθος των επιχειρήσεων, υπάρχει κοινό έδαφος για τους ερευνητές που συμφωνούν ότι η ένταση έρευνας αυξάνει με το μέγεθος της επιχείρησης μέχρι ένα ορισμένο σημείο και μετά ξαναπέφτει. Και εδώ όμως η εικόνα επηρεάζεται και από μεταβλητές που ανήκουν στο επίπεδο των βιομηχανικών κλάδων και δεν έχουν συμπεριληφθεί.

## **Η ΔΙΑΜΑΧΗ ΜΕΤΑΞΥ ΖΗΤΗΣΗΣ & ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ**

Οι εργασίες δύο οικονομολόγων, του Juhumpeter και του Juhmookler, είναι βασικές στην σύγχρονη θεωρία. Και για τους δύο, η τεχνολογική αλλαγή αποτελεί έναν βασικό παράγοντα για την οικονομική ανάπτυξη. Οι ιδέες τους έχουν δημιουργήσει τις τέσσερις πιθανώς πιο σημαντικές υποθέσεις γύρω από την προέλευση των καινοτομιών.

Ριζικά νέες καινοτομίες οδηγούν στην ανάλυση τελείως νέων βιομηχανιών και δημιουργούν ανανεωμένη τάση για οικονομική ανάπτυξη. Επομένως, η προσφορά νέων τεχνολογιών είναι πιο σημαντική από την προσαρμογή στη ζήτηση. Επίσης μόνο καινοτομίες προϊόντων μπορούν να οδηγήσουν στην δημιουργία νέων βιομηχανιών. Επομένως είναι πιο σημαντικές και καινοτομίες μεθόδων παραγωγής, που δεν μπορούν παρά να οδηγήσουν σε μεγαλύτερη αποδοτικότητα υπάρχοντων βιομηχανιών. Σύμφωνα με τον Juhumpeter, ο επιχειρηματίας δέχεται να πάρει το ρίσκο και να «παλέψει» με την προσδοκία ενός στοιχειακού μονοπωλίου και μεγάλων κερδών. Ενώ αυτή ήταν η αρχική του θέση, αργότερα άλλαξε και έδωσε έμφαση σε υπάρχουσα μονοπωλιακά προτερήματα, ως τον σημαντικό συντελεστή για την εισαγωγή νέων ιδεών στην οικονομική ζωή.

Παρατήρηση ότι ένα μονοπώλιο ή ολιγοπώλιο έχει μεγαλύτερες δυνατότητες από μία ατομική επιχείρηση από άποψη πόρων για έρευνα και ανάπτυξη σχεδιασμού, μεγέθους και να μπορεί να επωφεληθεί από οικονομίες κλίμακος.

Στις παραπάνω ιδέες πηγάζουν 3 από τις 4 σημαντικότερες ιδέες γύρω από την καταγωγή των καινοτομιών.

• Πρώτον, άσχετα με το ποιος παράγει και που παράγεται, η τεχνολογία είναι η κινητήριος δύναμη της ανάπτυξης. Αυτό δίνει την θέση που αρμόζει στην θεωρία της προσφοράς της τεχνολογίας.

• Δεύτερον, πια είναι η ιδεώδης μορφή αγοράς για να επιτευχθεί και να ενθαρρυνθεί η καινοτομία;

• Τρίτον, ποιο είναι το βέλτιστο μέγεθος επιχειρήσεων σε σχέση με την καινοτομία;

• Η τέταρτη αναφέρεται στην επένδυση, τα αποθέματα, την απασχόληση και την καινοτομική δραστηριότητα μερικών βιομηχανικών κλάδων.

**ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΟΜΗ ΑΓΟΡΑΣ**

Το μονοπώλιο έχει αντιμετωπισθεί ως μια μη παραγωγική μορφή οργάνωσης αγοράς που οδηγεί σε περιορισμούς στην παραγωγή και σε ψηλότερες τιμές απ' ό τι σε μια πλήρως ανταγωνιστική αγορά. Πολλές επιχειρήσεις ανταγωνίζονται μέσω ανάπτυξης νέων προϊόντων, οι δε πόροι που χρειάζονται για την ανάπτυξη νέων προϊόντων δεν θα μπορούσαν να προέρθουν παρά από τα υπερφυσικά κέρδη που θα ήταν δυνατά σε μια μονοπωλιακή αγορά. Επομένως, μια πλήρως ανταγωνιστική αγορά θα μπορούσε να οδηγήσει στην πιο υψηλή αποδοτικότητα μέσα σ' ένα στατικό κόσμο, στον οποίο τα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρονται είναι στατικά και το κόστος παραγωγής μειώνεται συνεχώς. Επιχειρήσεις, που μεγιστοποιούν αυτή την στατική αποδοτικότητα κάνουν αδύνατη την ανάπτυξη νέων προϊόντων. Μονοπώλια και ολιγοπώλια όμως, ενώ είναι λιγότερο αποδοτικές μορφές αγοράς με την στατική έννοια επιτρέπουν την εισαγωγή νέων προϊόντων που οδηγούν σε μεγαλύτερη δυναμική αποδοτικότητα.

Κάτω από αυτό το πρίσμα, ένα μονοπώλιο διαθέτει προτερήματα σε σχέση με άλλες μορφές αγοράς ως προς την ανάπτυξη και υιοθέτηση καινοτομιών. Αντίθετα βέβαια, τα μονοπώλια έχουν μερικά πολύ γνωστά μειονεκτήματα. Τα υπερφυσικά τους κέρδη

μπορούν να χρησιμοποιηθούν είτε για να καινοτομούν είτε για να επιβιώσουν χωρίς να καινοτομούν. Επιχειρήσεις σε πολύ συγκεντρωμένες αγορές είναι αδύναμες να αναπτύξουν μερικές μορφές καινοτομίας.

Ο βαθμός διάρθρωσης μιας αγοράς δεν θα επηρεάσει μόνο τον ρυθμό δημιουργίας καινοτομιών αλλά επίσης και τον ρυθμό με τον οποίο οι καινοτομίες αυτές υιοθετούνται από άλλους καινοτόμους και χρήστες.

Ο βαθμός συγκεντρωτικότητας μιας αγοράς μπορεί να μετρηθεί από το μερίδιο της αγοράς που καλύπτουν οι επιχειρήσεις. Μπορεί επίσης να αντιπροσωπευθεί από το ύψος των τιμών των προϊόντων πάνω από το αποτέλεσμα που θα επιτυγχανόταν εάν είχαμε τέλεια αγορά. Τα δύο όμως αυτά μέτρα είναι τελείως διαφορετικά.

Σχετικά με την δομή της αγοράς, δεν μπορούν να διεξαχθούν συμπεράσματα. Εξαίρεση αποτελεί η χημική βιομηχανία για την οποία υπάρχει πλούσιο υλικό που συνηγορεί ότι υπάρχει ένα διαχωριστικό όριο, τόσο για τη δομή αγοράς όσο και για το μέγεθος της επιχείρησης, κάτω από το οποίο δεν υπάρχει καινοτομική δραστηριότητα. Για άλλους βιομηχανικούς κλάδους, τα αποτελέσματα είναι πολύ πιο αμφιλεγόμενα.

Οι διαφοροποιήσεις μεταξύ βιομηχανικών κλάδων που είναι μεγαλύτερες από τις διαφορές μεταξύ επιχειρήσεων στον ίδιο κλάδο,



διαφέρουν μεταξύ τους στο βαθμό ευκαιριών που διαθέτουν και που καθορίζουν την ένταση σε έρευνα και τον ρυθμό τεχνολογικής αλλαγής.

Οι τεχνολογικές ευκαιρίες πέρα από τις διαφορές σε μέγεθος και δομή αγοράς θα μπορούσαν να γίνουν άλλη μια αιτία για τις διαφορετικές τάσεις καινοτομίας.

## ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

Το διεθνές εμπόριο επηρεάζεται από την τεχνολογική αλλαγή και με τη σειρά του επηρεάζει την οικονομική ανάπτυξη και απασχόληση. Με την σειρά του καλείται να εξηγήσει το που γίνεται η παραγωγή και η χρήση των προϊόντων. Ένα μέρος του διεθνούς εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων έχει περάσει σε εμπόριο μεταξύ θυγατρικών των ιδίων πολυεθνικών. Η εξέλιξη αυτή που έχει επιταχυνθεί από τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο έχει δυσκολέψει τα πράγματα για τις θεωρίες διεθνούς εμπορίου.

Παραδοσιακές θεωρίες διεθνούς εμπορίου βασιζόντουσαν στην αρχή του συγκριτικού πλεονάσματος. Η συνολική παραγωγή αυξάνεται με το διεθνές εμπόριο. Η εξειδίκευση της παραγωγής στα προϊόντα όπου διαθέτουν συγκριτικό πλεονέκτημα αποτελεί τη μόνιμη προτροπή προς όλες τις χώρες από όλους τους διεθνείς οργανισμούς. Η θεωρία του συγκριτικού πλεονεκτήματος απέκτησε την σημαντικότητα της τον περασμένο αιώνα και την διατήρηση μέχρι σήμερα, αλλά κυρίως μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο.

Απ' αυτό το σημείο αρχίζουν θεωρίες γνωστές ως «νέες τεχνολογικές θεωρίες» του διεθνούς εμπορίου. Η πιο γνωστή από αυτές είναι ο «κύκλος ζωής του προϊόντος» του Vernon. Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, νέα προϊόντα είναι πιθανό να δημιουργηθούν σε χώρες

με υψηλό εισόδημα, όπου υπάρχει τόσο η ζήτηση για αυτά τα προϊόντα, όσο και οι απαιτούμενες γνώσεις για να παραχθούν. Στην αρχή, η παραγωγή περιορίζεται στην αρχική χώρα παραγωγής. Η ζήτηση σε άλλες πλούσιες χώρες για τα συγκεκριμένα προϊόντα καλύπτεται από τις εισαγωγές τους, όταν όμως οι αγορές τους μεγεθοποιηθούν τότε η παραγωγή αρχίζει από εκεί. Η συναλλαγή μεταξύ του πρώτου παραγωγού και των υπολοίπων με τον χρόνο με τον χρόνο μειώνονται. Στο τέλος, η κατεύθυνση του εμπορίου μπορεί να αντιστραφεί εάν οι νέοι παραγωγοί, εάν οι μιμήτριες χώρες έχουν χαμηλότερο κόστος και γίνουν σχετικά αποδοτικές στην παραγωγή του νέου προϊόντος. Όσο το προϊόν ωριμάζει, γίνεται πιο τυποποιημένο και η παραγωγή του γίνεται πιο εύκολο να μεταφερθεί σε άλλες χώρες με χαμηλότερο εισόδημα.

Κάτι άλλο που έχει βγει στην επιφάνεια και έχει τεκμηριωθεί επαρκώς, αλλού συναντά δυσκολία στο να συμφιλιωθεί με το συγκριτικό πλεονέκτημα, είναι η σημαντικότητα παραγόντων πέρα από τις τιμές, στην θεωρία του διεθνούς εμπορίου. Η εμπειρία δείχνει ότι μερικές φορές πιο ακριβά προϊόντα προτιμούνται από τα πιο φθηνά. Η εμπειρία επίσης έχει δείξει ότι και άλλοι παράγοντες, όπως περιτύλιγμα, πακετάρισμα, διαφήμιση, χρόνος παραλαβής, παίζουν σημαντικό ρόλο.

Πέρα, από αυτά τα προβλήματα μερικές από τις υποθέσεις της θεωρίας, όπως πλήρης ανταγωνισμός, μη κινητικότητα συντελεστών παραγωγής, άμεση και χωρίς κόστος διάχυση τεχνολογίας είναι όλα μη ρεαλιστικά. Επίσης μέρη της θεωρίας όπως, η χειροτέρευση των όρων

εμπορίου και η εξαφάνιση μερικών εθνικών βιομηχανιών βρίσκονται σε αντίθεση με θεωρίες βασισμένες στο συγκριτικό πλεονέκτημα. Στη πράξη, η καινοτομία και η τεχνολογική αλλαγή αποτελούν στοιχεία μη πλήρους ανταγωνισμού και η προσπάθεια επανατοποθέτησής του μη πλήρους ανταγωνισμού με την παρουσία διεθνούς διάχυσης τεχνολογίας αποτελεί έναν από τους πιο ισχυρούς παράγοντες που επιδρούν πάνω στο διεθνές εμπόριο. Τέλος, το θέμα των πολυεθνικών έχει αποκτήσει μεγάλη σημασία λόγω της εξήγησης που χρειάζεται να δοθεί στο γιατί έχει επέλθει η αλλαγή στο εμπόριο, από εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων σε εμπόριο μεταξύ των θυγατρικών.

Θεωρίες γύρω από τα μη υλικά περιουσιακά στοιχεία παίζουν σημαντικό ρόλο στην εξήγηση της ύπαρξης πολυεθνικών. Οι τεχνολογικές γνώσεις αποτελούν μια σημαντική πηγή μη υλικών περιουσιακών στοιχείων αλλά όχι τη μόνη. Γι' αυτό θα περιμέναμε οι πολυεθνικές να είναι σημαντικοί παραγωγοί τεχνολογικών γνώσεων και να συγκεντρώνονται σε κλάδους με ένταση γνώσεων.

# *ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ*



## **ΓΕΝΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ & ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ**

Η πολυπλοκότητα των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν σήμερα οι επιχειρήσεις, ο γρήγορος ρυθμός μεταβολών των συνθηκών του οικονομικού, τεχνολογικού, κοινωνικού και πολιτικού περιβάλλοντος, η ένταση του ανταγωνισμού στο διεθνή χώρο και οι ενοποιήσεις των αγορών, κυρίως της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας, καθιστούν αναγκαίο τον προγραμματισμό για την ανάπτυξη και επιβίωση των επιχειρήσεων.

Από έρευνες που έχουν γίνει, έχουμε καταλήξει στο συμπέρασμα, ότι οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν ένα υγιή και καλομελετημένο προγραμματισμό, έχουν πολύ μεγαλύτερες πιθανότητες επιτυχίας σε σχέση με τις επιχειρήσεις που δεν εφαρμόζονται και δεν έχουν στρατηγικούς προσανατολισμούς, αλλά αντιδρούν παθητικά στις μεταβολές του περιβάλλοντος.

Στόχο μας είναι να αναφερθούμε και να παρουσιάσουμε τις στρατηγικές με βάση τις οποίες μια επιχείρηση σχεδιάζει να πετύχει τους στόχους και την αποστολή της. Η στρατηγική αποτελεί το βασικό στάδιο της διαδικασίας του στρατηγικού προγραμματισμού και έτσι τα επιτελικά στελέχη προσδιορίζουν και αξιολογούν τις εναλλακτικές

στρατηγικές και τελικά, επιλέγουν την καλύτερη δυνατή στρατηγική, η οποία θα υιοθετηθεί και θα τεθεί σε εφαρμογή για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης.

Εναλλακτικές στρατηγικές μπορούμε να διακρίνουμε πάρα πολλές, από τις οποίες μια επιχείρηση μπορεί να επιλέγει την καταλληλότερη εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όπως: οι μακροχρόνιοι στόχοι και η αποστολή της επιχείρησης, οι ρυθμοί ανάπτυξης των αγορών και η ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης στην αγορά.

Η καταλληλότερη στρατηγική μπορεί να αλλάξει και αλλάζει όταν οι συνθήκες του περιβάλλοντος αλλάζουν. Προϋπόθεση της αξιολόγησης και επιλογής της πιο κατάλληλης στρατηγικής είναι ο προσδιορισμός των εναλλακτικών στρατηγικών. Οι σπουδαιότερες εναλλακτικές στρατηγικές είναι οι εξής:

- Στρατηγικής Σταθερής Ανάπτυξης
- Στρατηγική Ανάπτυξης
- Στρατηγική Συγχωνεύσεων
- Στρατηγική Κοινοπραξιών
- Στρατηγική Δημιουργίας Διαθεσίμων
- Στρατηγική Άμυνας

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>****ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>**

Σκόπιμο είναι, προτού προχωρήσουμε στην ανάπτυξη των εναλλακτικών στρατηγικών, να αναπτύξουμε λίγο την έννοια της συνεργίας, η οποία επηρεάζει, σε κάποιο και σημαντικό βαθμό τη διαμόρφωση της στρατηγικής την οποία θα ακολουθήσει η επιχείρηση για την επίτευξη των μελλοντικών της στόχων.



## ΣΥΝΕΡΓΕΙΑ

Η συνεργία είναι ένα από τα κυριότερα στοιχεία της στρατηγικής της επιχείρησης που συνδέεται με τα προϊόντα και τις αγορές της.

Η συνεργασία μπορεί να διατυπωθεί σαν μαθηματική έκφραση κατά την οποία το γενικό σύνολο ενός αθροίσματος είναι μεγαλύτερο από το άθροισμα των μερών του. Σύμφωνα όμως με έναν άλλο ορισμό, συνεργία έχουμε όταν το άθροισμα των δυνάμεων δύο επιχειρήσεων είναι μεγαλύτερο από το άθροισμα των αδυναμιών τους. Υπάρχουν διάφορα είδη συνεργίας όπως:

- *Συνεργείο στις πωλήσεις*

Αυτή μπορεί να συμβεί, όταν τα προϊόντα χρησιμοποιούν κοινά δίκτυα διανομής, κοινή διαφήμιση.

- *Συνεργεία στις λειτουργίες*

Αυτή μπορεί να προκύψει από την καλύτερη αξιοποίηση του μηχανολογικού εξοπλισμού και των εγκαταστάσεων .

- *Συνέπεια στις λειτουργίες*

Αυτή μπορεί να προέλθει, από την κοινή χρήση του εργοστασίου, κοινή χρήση μηχανών και εργαλείων.

- *Συνεργεία στη Διοίκηση*

Αυτή μπορεί να προκύψει από την εμπειρία της διοίκησης στο χειρισμό προβλημάτων σε ένα ειδικό κλάδο, η οποία βοηθά στην επίλυση προβλημάτων σε έναν άλλο κλάδο.

## **ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΤΑΘΕΡΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

Για μια επιχείρηση η στρατηγική της σταθερής ανάπτυξης μπορεί να σημαίνει:

- Πρώτον, η επιχείρηση είναι ικανοποιημένη με την απόδοσή της και συνεχίζει την επιδίωξη ιδίων στόχων.
- Δεύτερον, η επιχείρηση συνεχίζει να εξυπηρετεί τους πελάτες της με τα ίδια προϊόντα και τις υπηρεσίες της

Η στρατηγική της σταθερής ανάπτυξης για μια επιχείρηση είναι αρκετά ικανοποιητική και μερικοί από τους λόγους για τους οποίους χρησιμοποιείται είναι οι εξής:

- Η επιχείρηση πηγαίνει αρκετά καλά και εκτελεί τις λειτουργίες της σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο.
- Η διοίκηση δεν αναλαμβάνει τον κίνδυνο να αλλάξει την στρατηγική της γιατί οι αλλαγές συνήθως συνδέονται με έναν υψηλό βαθμό κινδύνου.

- Το περιβάλλον θεωρείται να είναι σχετικά σταθερό και οι ευκαιρίες τις οποίες οι επιχειρήσεις θα ήθελαν να επωφεληθούν είναι λίγες.

- Οι αλλαγές στην στρατηγική συνεπάγονται και αλλαγές στην κατανομή πόρων

3

Οι επιχειρήσεις οι οποίες ακολουθούν την στρατηγική της σταθερής ανάπτυξης, συγκεντρώνονται σε ένα προϊόν ή υπηρεσία και αναπτύσσονται διατηρώντας το μερίδιό τους σε μια σταθερά αυξανόμενη αγορά και αυξάνοντας με αργό ρυθμό το μερίδιό τους στην αγορά.

Η στρατηγική της σταθερής ανάπτυξης υιοθετείται συνήθως από τις μικρές ιδιωτικές επιχειρήσεις, από μεγάλες κυρίαρχες εταιρίες που βρίσκονται στο στάδιο της ωρίμανσης και από τις δημόσιες επιχειρήσεις, τις επιχειρήσεις μεταφορών, τις τράπεζες.

## ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Οι επιχειρήσεις οι οποίες επιδιώκουν μια στρατηγική ανάπτυξη είναι οι επιχειρήσεις όπου:

- Τείνουν να έχουν μεγαλύτερα από το μέσο όρο περιθώρια κέρδους.
- Προσπαθούν να εξαλείψουν τον κίνδυνο του ανταγωνισμού των τιμών
- Αναπτύσσουν πολύ συχνά νέα προϊόντα, νέες αγορές, νέες παραγωγικές διαδικασίες και νέες χρήσεις για τα παλιά τους προϊόντα.

Οι σπουδαιότεροι λόγοι για τους οποίους μια επιχείρηση αποφασίζει να χρησιμοποιήσει μια στρατηγική ανάπτυξης είναι οι εξής:

- Οι αξίες και οι φιλοδοξίες της διοίκησης ή και των ανώτερων στελεχών
- Η σύνδεση της αύξησης των μισθών με την αύξηση των πωλήσεων και των κερδών της επιχείρησης.

- Η πίστη ότι η εταιρεία πρέπει να αναπτυχθεί και να επιβιώσει. Σε ορισμένες άστατες βιομηχανίες, η στρατηγική της σταθερής ανάπτυξης οδηγεί σε επιτυχία, αλλά μακροπρόθεσμα οδηγεί σε αποτυχία. Έτσι η ανάπτυξη μπορεί να είναι αναγκαία για επιβίωση της επιχείρησης και το περιβάλλον είναι ευμετάβλητο.

- Εξωτερικές πιέσεις από επενδυτές και άλλους, οι οποίοι έχουν οικονομικά συμφέροντα στην εταιρεία, πιέζουν για υψηλή ανάπτυξη.

- Πίστη, ότι η ανάπτυξη θα δημιουργήσει μονοπωλιακές δυνάμεις.

Ενώ οι στρατηγικές ανάπτυξης είναι συχνά ενδιαφέρουσες για πολλά διευθυντικά στελέχη, μετόχους, επενδυτές, εντούτοις μπορεί να καταλήξουν σε αποτυχία εάν δεν ακολουθηθεί η σωστή πορεία.

Ακριβώς για τους λόγους αυτούς που αναφέρθηκαν πριν αρχίσει να εφαρμοσθεί μια στρατηγική ανάπτυξης πρέπει να απαντηθούν τα παρακάτω ερωτήματα:

- Οι οικονομικοί πόροι της επιχείρησης είναι αρκετοί;
- Εάν η επιχείρηση σταματήσει τη στρατηγική ανάπτυξης τότε η επιχείρηση θα είναι ανταγωνιστικά βιώσιμη;

- Οι κρατικές ρυθμίσεις θα επιτρέψουν στην επιχείρηση να ακολουθήσει την στρατηγική που επέλεξε;

Αυτό βέβαια ισχύει για τις μεγάλες επιχειρήσεις οι οποίες με τη στρατηγική ανάπτυξης μπορούν να αναπτύξουν μονοπωλιακές ή ολιγοπωλιακές δυνάμεις.

## ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΕΙΣ

Υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους μια επιχείρηση επιθυμεί τη συγχώνευση. Οι λόγοι αυτοί βασίζονται στα κίνητρα του αγοραστή για συγχώνευση και στα κίνητρα του πωλητή για συγχώνευση.

Τα κίνητρα του αγοραστή για συγχώνευση είναι τα εξής:

- Αύξηση της αξίας της μετοχής της επιχείρησης
- Αύξηση του ρυθμού ανάπτυξης της επιχείρησης
- Πραγματοποίηση μιας καλής επένδυσης
- Βελτίωση της σταθερότητας των πωλήσεων και κερδών μιας επιχείρησης
- Ελάττωση του ανταγωνισμού με την εξαγορά ενός ή περισσότερων ανταγωνιστών
- Αύξηση της αποδοτικότητας και της δυνατότητας πραγματοποίησης των κερδών, ειδικά όταν με τη συγχώνευση δύο επιχειρήσεων εμφανίζονται τα αποτελέσματα της συνεργασίας.

Συνεργία, στην περίπτωση συγχωνεύσεων, μπορεί να προκύψει από την πραγματοποίηση οικονομιών κλίμακας στην παραγωγή, λόγω



αποτελεσματικότερου συνδυασμού των παραγωγικών εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού.

Επίσης, οικονομίες κλίμακας μπορεί να προκύψουν από καλύτερο συνδυασμό:

- των πόρων των υπηρεσιών του μάρκετινγκ
- της τεχνολογίας
- των χρηματοοικονομικών πόρων
- των ανθρωπίνων πόρων

Τα κίνητρα του πωλητή για συγχώνευση είναι τα εξής:

- Αύξηση της αξίας των μετόχων των ιδιοκτητών
- Αύξηση του ρυθμού ανάπτυξης της επιχείρησης με τη χρησιμοποίηση περισσότερων πόρων.
- Απόκτηση πόρων για την βελτίωση της αποδοτικότητας
- Διευκόλυνση στην αντιμετώπιση των προβλημάτων που αφορούν την διοίκηση όπως η διαδικασία διαδοχής της διοίκησης όταν η επιχείρηση ανήκει σε ένα άτομο.

Για να πραγματοποιηθεί με επιτυχία μια συγχώνευση πρέπει να γίνει ένας καλός σχεδιασμός που αφορά - τον σαφή προσδιορισμό των στόχων της συγχώνευσης - τον καθορισμό των κερδών για τους μετόχους και των επιχειρήσεων - την βεβαιότητα ότι τα καινούργια

στελέχη είναι ικανά - την βεβαιότητα ότι οι πόροι τη αγοράστριας επιχείρησης μπορούν να συνδυαστούν με τους πόρους της πωληθείσας επιχείρησης. Βέβαια ένας καλός σχεδιασμός είναι απαραίτητος αλλά τον σημαντικότερο ρόλο παίζει ο «ανθρώπινος παράγοντας» στην εφαρμογή της όλης στρατηγικής.

## ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΕΣ

Η κοινοπραξία είναι η σύμπραξη δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων για την δημιουργία μιας νέας επιχειρηματικής μονάδας με αυτοτελή οντότητα.

Μερικοί από τους λόγους που καθιστούν την σύσταση των κοινοπραξιών είναι:

- Ελάττωση υψηλών κινδύνων, που συνεπάγεται η ανάληψη μεγάλων έργων όπως δημόσια έργα: κατασκευή αεροδρομίων, φραγμάτων κ.λ.π.
- Γρήγορη απόκτηση νέας τεχνολογίας για την παραγωγή νέων προϊόντων
- Επεκτάσεις σε νέες αγορές
- Χρησιμοποίηση από κοινού των πόρων
- Υποβοήθηση των μικρότερων επιχειρήσεων για την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού
- Οι μεγάλες επιχειρήσεις πρέπει να χρησιμοποιούν την κοινοπραξία ως ένα μέσο για έλεγχο

Άλλωστε συσταίνονται και κοινοπραξίες μεταξύ διαφόρων επιχειρήσεων διαφορετικών χωρών για την εξοικονόμηση

χρηματοοικονομικών πόρων, για την αύξηση των πωλήσεων, την χρησιμοποίηση κοινών δικτύων διανομής που σημαίνει μείωση του κόστους του μάρκετινγκ, την χρησιμοποίηση και πολύ περισσότερο για τη μείωση των εθνικών αντιδράσεων που θα προκαλούσε η εγκατάσταση μιας επιχείρηση σε μια ξένη χώρα.

Κατά την σύσταση μιας κοινοπραξίας πρέπει να παρθούν μερικές κρίσιμες αποφάσεις για ορισμένα θέματα όπως: η επιλογή του συνεταιίρου, μερίδιο ιδιοκτησίας, διοίκηση της κοινοπραξίας κ.λ.π.

## ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΑΜΙΑΚΩΝ ΔΙΑΘΕΣΙΜΩΝ

Τα περισσότερα προϊόντα ή υπηρεσίες φτάνουν σε ένα σημείο όπου η μελλοντική ανάπτυξη φαίνεται αμφίβολη ή μη αποδοτική από άποψη κέρδους. Αυτό ίσως να συμβαίνει για διάφορους λόγους όπως η εμφάνιση νέων ανταγωνιστών, αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών ή άλλοι παράγοντες.

Κάτω από τέτοιες συνθήκες οι επιχειρήσεις προσπαθούν να αποκομίσουν όσο το δυνατό περισσότερα από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παρουσιάζουν αυτά τα συμπτώματα. Για την αντιμετώπιση της κατάστασης αυτής οι επιχειρήσεις προσπαθούν να περιορίσουν τις επενδύσεις και τα έξοδα και να μεγιστοποιήσουν βραχυπρόθεσμα το κέρδος.

Αυτή η στρατηγική συνεπάγεται την ελάττωση των επενδύσεων σε μια περιοχή ή σε έναν κλάδο με σκοπό την περικοπή των δαπανών και την μείωση του κόστους. Η στρατηγική αυτή μπορεί να εφαρμοσθεί στις επιχειρήσεις όπου:

- Η δραστηριότητα βρίσκεται σε μία αγορά, η οποία είναι σταθερή ή παρουσιάζει πτωτική τάση.
- Η δραστηριότητα κατέχει μικρό μερίδιο στην αγορά
- Η δραστηριότητα δεν αποφέρει υψηλά κέρδη ή ακόμη μπορεί και να αποφέρει και ζημιές.

- Η δραστηριότητα δεν παρέχει άλλα επιθυμητά χαρακτηριστικά στο χαρτοφυλάκιο της επιχείρησης.

Όταν μια επιχείρηση παρουσιάζει όλο και περισσότερα από τα παραπάνω χαρακτηριστικά τόσο περισσότερο αυξάνει η πιθανότητα να χρησιμοποιήσει την στρατηγική δημιουργία ταμειακών διαθεσίμων.

## ΑΜΥΝΤΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ

Οι αμυντικές στρατηγικές χρησιμοποιούνται από μια επιχείρηση όταν επιθυμεί να χρησιμοποιήσει ή να ελαττώσει τις δραστηριότητες της. Οι στρατηγικές αυτές χρησιμοποιούνται όταν οι επιχειρήσεις θέλουν να αντεπεξέλθουν σε μια κρίση ή σε ένα πρόβλημα.

Ειδικότερα οι αμυντικές στρατηγικές χρησιμοποιούνται όταν:

- Η επιχείρηση έχει χρηματοοικονομικά προβλήματα
  - Η επιχείρηση προβλέπει δύσκολες καταστάσεις
  - Οι ιδιοκτήτες έχουν κουραστεί από την επιχείρηση ή όταν έχουν την δυνατότητα να αποκομίσουν σημαντικά οφέλη. Ο βασικός τους σκοπός όμως είναι να βοηθήσουν την επιχείρηση να αντιμετωπίσει μια δύσκολη κατάσταση και στη συνέχεια να χρησιμοποιήσει μια εναλλακτική στρατηγική. Οι αμυντικές στρατηγικές είναι:
- Η στρατηγική της Ανάκαμψης που μπορεί να χρησιμοποιηθεί από μια επιχείρηση για να βελτιώσει την αποδοτικότητα των λειτουργιών της.

■ **Η στρατηγική Αποεπένδυσης** που συνεπάγεται την πώληση ενός μεγάλου μέρους μιας δραστηριότητας, η οποία μπορεί να είναι τμήμα /κλάδου ή ακόμη και μια παραγωγική μονάδα. και

■ **Η στρατηγική της Ρευστοποίησης** όταν ολόκληρη η εταιρεία πωλείται ή παύει τις εργασίες της και διαλύεται.

3

Με βάση όλα τα παραπάνω οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι ο στρατηγικός προγραμματισμός είναι αναγκαίος στις σύγχρονες επιχειρήσεις. Η ταχεία αλλαγή, η οποία συμβαίνει στο περιβάλλον των επιχειρήσεων και η οικονομική ανάπτυξη, δημιουργούν ευκαιρίες, δημιουργούν όμως και κινδύνους, ιδιαίτερα σε αυτή την εποχή του παγκόσμιου ανταγωνισμού και της ενοποίησης των αγορών, όπως είναι η ενοποίηση της Ευρωπαϊκής Κοινής Αγοράς.



## **ΚΡΑΤΟΣ ΚΑΙ ΤΑΚΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΛΛΑΓΗ**

Το κύριο ερώτημα που τίθεται είναι εάν υπάρχει ή όχι, ρόλος για το κράτος σε σχέση με την τεχνολογική αλλαγή.

Χρειάζεται ένας μεγάλος βαθμός συντονισμού μεμονωμένων δραστηριοτήτων σε μια κοινωνία έτσι ώστε να επιτευχθεί ο αναγκαίος βαθμός σταθερότητας για να επιβιώσει. Μετά απ' αυτόν τον συντονισμό μπορεί να καλυφθεί από την επιχείρηση και την αγορά, αλλά υπάρχουν και δραστηριότητες που φυσιολογικά ανήκουν στο κράτος π.χ. η νομοθέτηση είναι ασχολία του κράτους.

Η κύρια ασχολία του κράτους είναι η μακροοικονομική πολιτική, από την οποία δεν μπορεί να αποκοπεί η βιομηχανική πολιτική. Επειδή το μεγαλύτερο μέρος έρευνας και ανάπτυξης και σχεδόν όλες οι τεχνολογικές καινοτομίες γίνονται από την βιομηχανία, η αλληλοκάλυψη μεταξύ βιομηχανικής πολιτικής και τεχνολογικής πολιτικής είναι σημαντική και η δικαιολόγηση για κρατική χρηματοδότηση της έρευνας και ανάπτυξης είναι σχεδόν ίδια με αυτήν για άμεση κρατική παρέμβαση στη βιομηχανία. Αξιοπρόσεκτο πάντως είναι ότι ακόμη και οι σημερινές κυβερνήσεις των αναπτυσσόμενων χωρών, είναι συγχρόνως αφοσιωμένες σε μια πολύπλοκη μάζα νομικών και πολιτικών εργαλείων για την προώθηση και τον έλεγχο της τεχνολογικής αλλαγής.

Ιστορικά, ακόμη και την εποχή όπου το *laissez faire* κυριαρχούσε απόλυτα ως ιδεολογία, το κράτος είχε μια συνειδητοποιημένη κρατικής παρέμβασης.

Στον Δυτικό κόσμο, η παρέμβαση του κράτους δεν έχει ως σκοπό να αντικαταστήσει την αγορά, αλλά να βελτιώσει τη γενική κατάσταση προς το καλό του γενικού συμφέροντος, έστω και αν διαφωνούν μερίδες των παραγωγών συνδεδεμένες με συγκεκριμένα συμφέροντα.

Η λογική πίσω από την παρέμβαση του κράτους σε έρευνα και ανάπτυξη βασίζεται έμμεσα ή άμεσα σε θεωρίες που σχετίζουν την επιστήμη και την τεχνολογία με την οικονομική ανάπτυξη.

**(1)** Εάν ενεργήσει από μόνη της η αγορά και η παραγωγή κινηθεί προς την κατεύθυνση που ζητά η ζήτηση, τότε θα έχουμε επιχειρήσεις που προσπαθούν να μεγιστοποιήσουν το κέρδος τους αλλά δεν έχουν σαν στόχο την οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

**(2)** Μεγάλες, ριζικές καινοτομίες που συνεπάγονται και επενδύσεις σε υποδομή, δεν μπορούν να διαχυθούν παρά μόνο με την παρέμβαση του κράτους: ηλεκτρικό ρεύμα.

(3) Το μέγεθος των επενδυσιακών κεφαλαίων που χρειάζεται η έρευνα και ανάπτυξη σε βιομηχανίες βασισμένες σε νέες τεχνολογίες κυρίως, υψηλή τεχνολογία είναι τόσο μεγάλο που μεμονωμένες επιχειρήσεις δεν μπορούν να καλύψουν τα αναγκαία κεφάλαια ή να δεχθούν το μεγάλο ρίσκο που συνεπάγεται η ανάπτυξη νέας τεχνολογίας.

3

(4) Οι κυβερνήσεις επίσης επεμβαίνουν στηρίζοντας δραστηριότητες κάτω από την εθνική πίεση: είτε βοηθώντας κλάδους που για στρατηγικούς λόγους πιστεύει ότι θα πρέπει να παραμείνουν ανταγωνιστικοί ή για να βοηθήσουν και να προστατέψουν άλλους που δεν είναι ανταγωνιστικοί.

(5) Υπάρχουν πολλές δραστηριότητες που είναι σημαντικές τόσο προς τη βιομηχανία και γενικότερα προς την κοινωνία όπως η ενέργεια, οι μεταφορές, οι τηλεπικοινωνίες, όπου μια μεμονωμένη επιχείρηση μπορεί να μην επωφεληθεί κάνοντας μια επένδυση σε τεχνολογική αλλαγή. Και εδώ το κράτος παρεμβαίνει κυρίως με χρηματοδότηση.

(6) Η υγεία είναι άλλος ένας κλάδος στον οποίο χρειάζεται παρέμβαση τόσο στην παροχή τους όσο και στην έρευνα την οποία αυτή συνεπάγεται.

(7) Η άμυνα αποτελεί σαφώς έναν τομέα που ανήκει στην δικαιοδοσία του κράτους, έναν τομέα όπου το κράτος θα πρέπει οπωσδήποτε να καθορίσει την κατεύθυνση της έρευνας του και τον όγκο της.

(8) Τέλος κρατική παρέμβαση χρειάζεται και για τον έλεγχο και την προστασία από την τεχνολογική αλλαγή (π.χ. πυρηνικά και χημικά απόβλητα, βλαβερά φάρμακα κ.λ.π.).

Από όλα αυτά συμπεραίνουμε ότι το κράτος παίζει από πολύ παλιά τον παρεμβατικό του ρόλο και επομένως ο ρόλος αυτός δεν είναι αποσπασματικός ή τυχαίος ή στιγμιαίος. Ο ρόλος αυτός ήταν και είναι διαφορετικός στις Η.Π.Α. στην Αγγλία και την υπόλοιπη Ευρώπη.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Από όλα αυτά διαπιστώνουμε ότι οι περισσότερες χώρες, ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες, έχουν αντιληφθεί τη σημαντικότητα της τεχνολογίας στην ανάπτυξη, αλλά και την τάση του ανταγωνισμού που εκτείνεται διεθνώς να συντελείται όλο και περισσότερο μέσω της τεχνολογίας με συνέπεια την αναδιάρθρωση του διεθνούς καταμερισμού παραγωγής και εργασίας.

Ο πλησιέστερος στόχος από άποψη ευκολίας επίτευξης είναι η χαμηλή τεχνολογία, αλλά οι επιτακτικότερες ανάγκες μας είναι στους κλάδους μεσαίας τεχνολογίας που θα απαιτήσουν και την μεγαλύτερη προσπάθεια. Στόχος θα πρέπει να είναι οι κλάδοι όπου οι καινοτομίες τους χαρακτηρίζονται από έμφαση σε μεθόδους και τρόπους παραγωγής και όχι σε κλάδους με έμφαση σε νέα προϊόντα.

Τέλος σ' αυτό το σημείο, η αναγκαιότητα δημιουργίας ενός καθοδηγητικού οργάνου γίνεται όλο και πιο αναγκαία. Διότι εκτός από την τεράστια προσπάθεια που πρέπει να καταβάλλεται υπάρχει έντονη ανάγκη για συγκεντρωτικότητα και κυρίως κατεύθυνση. Όσο για τα εργαλεία της τεχνολογικής πολιτικής, αυτά θα πρέπει να είναι πιο ισορροπα μεταξύ προσφοράς και ζήτησης τεχνολογίας απ' ότι συμβαίνει στις περισσότερες αναπτυγμένες χώρες.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Το Τραίνο της Ανάπτυξης και η Ελλάδα του πέμπτου Kndratiev  
Νίκος Βερβαρδάκης.
- Προγραμματισμός δράσεως επιχειρήσεων  
Πετ. Α. Κιόχου - Γεωργ. Δ. Παπανικολάου
- Ο προγραμματισμός της δράσης των επιχ/σεων  
Μειμάρογλου Μ.Κ.
- Οικονομική των επιχειρήσεων  
Γεωργιάδης Μ.