

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Επιμέλεια: Microsoft

Ο «Ελληνικός Χάρτης Καινοτομίας 2010», η έκθεση του Κέντρου Καινοτομίας της Microsoft, επιχειρεί την αποτύπωση των επιδόσεων της Ελλάδας στην καινοτομία και της θέσης που κατέχει απέναντι στον παγκόσμιο ανταγωνισμό. Η έκθεση αυτή πραγματοποιήθηκε για δεύτερη συνεχή χρονιά υπό την εποπτεία του Δρ. Δημήτρη Δενιόζου, με σκοπό να αναδειχθούν τόσο τα ισχυρά σημεία της χώρας όσο και εκείνα που χρήζουν βελτίωσης. Βασική υπόθεση εργασίας αποτελεί η στενή σχέση ανάμεσα στην καινοτομία των επιχειρήσεων και την ανταγωνιστικότητα της οικονομίας.

Η συγκεκριμένη μελέτη βασίζεται κυρίως στην παρουσίαση και ανάλυση επίσημων στοιχείων σχετικά με την πορεία της καινοτομίας στη χώρα μας, εστιάζοντας σε παραμέτρους που την επηρεάζουν άμεσα σε σύγκριση με ευρωπαϊκές χώρες που παρουσιάζουν υψηλότερους δείκτες καινοτομίας. Κατά βάση αξιοποιήθηκαν τα πρόσφατα στοιχεία (2009) του European Innovation Scoreboard (EIS) τα οποία εμπλουτίστηκαν και συμπληρώθηκαν από τα ευρήματα των εκθέσεων Innobarometer, Eurobarometer και Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Η ανάλυση των δεδομένων συμπληρώνεται με την ποιοτική έρευνα της συντακτικής ομάδας, η οποία έχει ως στόχο την καταγραφή της αντίληψης που έχουν για την καινοτομία στην Ελλάδα η δημόσια διοίκηση, οι επιχειρήσεις και οι εμπορικοί φορείς (επιμελητήρια).

Ακολουθούν τα βασικά συμπεράσματα της έκθεσης:

■ Καινοτομία και ανθρώπινο πόρο

Δεδομένου ότι οι πιο σύγχρονες οικονομίες ανταγωνίζονται με βάση την ικανότητά τους να παράγουν και να αξιοποιήσουν νέα γνώση, τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού έχουν ιδιαίτερη σημασία για την ενίσχυση της αναπτυξιακής διαδικασίας. Σ' αυτό τον κρίσιμο τομέα, η Ελλάδα βρίσκεται σε συγκριτικά καλή θέση όσον αφορά στην παραγωγή αποφοίτων δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Θετική είναι επίσης η εικόνα στη δια βίου μάθηση όπου ο αντίστοιχος δείκτης παρουσιάζει βελτίωση. Ωστόσο, η χώρα μας υστερεί στους δείκτες παραγωγής, επικαιροποίησης και διάδοσης γνώσης, καθώς και στην εκπαίδευση διδασκόντων όπου παρουσιάζεται συρρίκνωση.

Από την πλευρά τους και οι ελληνικές επιχειρήσεις φαίνεται να υστερούν σε δραστηριότητες κατάρτισης σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Αυτή η υστέρηση οδηγεί σε μειωμένη ικανότητα της οικονομίας να παράγει, αλλά και να αφομοιώνει και να εκμεταλλεύεται τη νέα γνώση και τεχνολογία. Όσες από αυτές τις επιχειρήσεις προσφέρουν δραστηριότητες κατάρτισης δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην ανάπτυξη της δημιουργικότητας του προσωπικού τους, αλλά και της ικανότητας για επικοινωνία και για ομαδική εργασία.

■ Σημαντική υστέρηση σε επιχειρηματικά κεφάλαια-δημόσιες δαπάνες για έρευνα

Ενώ η Ελλάδα βρίσκεται σε σχετικά καλή θέση ως προς τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες στον τομέα των παραδοσιακών τύπου πιστώσεων (π.χ. τραπεζικός δανεισμός), υστερεί σημαντικά στη διαθεσιμότητα επιχειρηματικών κεφαλαίων, καθώς και σε δημόσιες δαπάνες για έρευνα (η χρηματοδότηση της δημόσιας έρευνας ως ποσοστό του ΑΕΠ στην Ελλάδα κυμαίνεται στο 60% του Κοινοτικού μέσου όρου). Ο ρυθμός βελτίωσης στους δείκτες αυτούς δε φαίνεται επαρκής για να ανακτηθεί έδαφος σε σύντομο χρονικό διάστημα. Από την άλλη, θετική είναι η εικόνα στον τομέα των επενδύσεων για την ευρυζωνικότητα, όπου η θέση της χώρας είναι σημαντικά βελτιωμένη, με το 74% των ελληνικών επιχειρήσεων να έχει πρόσβαση σε σύγχρονα δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών, ενώ σημειώνεται και υψηλός ρυθμός ανάπτυξης.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η διάθεση των ιδίων των επιχειρήσεων να δαπανήσουν πόρους για την καινοτομία. Το 10% των ελληνικών επιχειρήσεων δηλώνει ότι η καινοτομία είναι πιο σημαντική από το χαμηλό κόστος, στην πράξη όμως επενδύουν πολύ λιγότερο από τους ανταγωνιστές τους για έρευνα και τεχνολογικές πληροφορίες και επικοινωνιών (ΤΠΕ). Βρίσκονται σε σχετικά καλύτερη θέση στις δαπάνες για καινοτομία που δε βασίζεται στην έρευνα, ωστόσο ο σχετικός δείκτης παρουσιάζει συρρίκνωση.

Τα στοιχεία του Innobarometer επιβεβαιώνουν έμμεσα το δισταγμό στην ελληνική επιχειρηματική κοινότητα. Από τις σχετικά λίγες ελληνικές επιχειρήσεις

που προχώρησαν σε δαπάνες για την καινοτομία σε ποσοστό 25% και άνω του κύκλου εργασιών τους, περισσότερες από τις μισές δαπάνησαν ποσοστό μεγαλύτερο του 50%, όταν στις υπόλοιπες χώρες οι επιχειρήσεις που δαπανούν τέτοια υψηλά ποσοστά αποτελούν τη μειοψηφία. Από αυτή τη «μη τυπική συμπεριφορά» προκύπτει το ενδεχόμενο να υπάρχουν ορισμένοι «πρωταθλητές» της καινοτομίας στη χώρα μας, οι οποίοι και θα μπορούσαν στο μέλλον να αναδειχθούν διεθνώς.

■ Η Ελλάδα ανάμεσα στις ελάχιστες χώρες με αύξηση καινοτόμων ΜΜΕ

Ιδιαίτερα ενθαρρυντικό είναι το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι από τις ελάχιστες χώρες που παρουσιάζουν αύξηση των καινοτόμων μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ), μαζί με τη Φινλανδία, την Ολλανδία και την Πορτογαλία, ιδιαίτερα μάλιστα όταν ο κοινοτικός μέσος όρος είναι αρνητικός, καθώς και το γεγονός ότι το ποσοστό των ελληνικών επιχειρήσεων που δηλώνουν την καινοτομία ως κύρια ή σημαντική πηγή εσόδων πλησιάζει τον κοινοτικό μέσο όρο. Επιπλέον, το ποσοστό των ελληνικών ΜΜΕ που υιοθέτησε καινοτομίες ξεπέρασε τον κοινοτικό μέσο όρο, ενώ το ποσοστό των ελληνικών ΜΜΕ που υιοθέτησε οργανωτικές καινοτομίες ή νέες μεθόδους μάρκετινγκ είναι το δεύτερο υψηλότερο.

Όσον αφορά στην εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων, στις εξαγωγές υπηρεσιών έντασης γνώσης η χώρα μας ξεπερνά τον κοινοτικό μέσο όρο. Λιγότερο θετική είναι η εικόνα στις εξαγωγές προϊόντων υψηλής και μέσης-υψηλής τεχνολογίας, όπου καταλαμβάνουμε την τελευταία θέση (στο 65% του Κοινοτικού μέσου όρου). Αλλά και στην απασχόληση στη μεταποίηση μέσης-υψηλής τεχνολογίας και στις υπηρεσίες έντασης γνώσης, η Ελλάδα υστερεί σε σχέση με τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες, σημειώνοντας όμως θετικό ρυθμό ανάπτυξης ως προς τις τελευταίες.

■ «Άριστα» στη σύνθεση τζιρού από πωλήσεις νέων προϊόντων

Αντίθετα, οι ελληνικές επιχειρήσεις εμφανίζονται να αριστεύουν στη σύνθεση του κύκλου εργασιών από πωλήσεις νέων προϊόντων. Στα μεν νέα προϊόντα για την αγορά ο ελληνικός δείκτης είναι διπλάσιος του μέσου κοινοτικού, στα δε προϊόντα που θεωρούνται νέα για την ίδια την επιχείρηση είναι αυξημένος κατά 50% περίπου. Από το συνδυασμό των δεικτών συνάγεται ότι τα νέα προϊόντα κατευθύνονται κατά κύριο λόγο στην εσωτερική αγορά και δεν προορίζονται γενικά για εξαγωγές.

Τέλος, στο πεδίο της δικτύωσης, οι ελληνικές επιχειρήσεις εμφανίζουν ικανοποιητικά ποσοστά συνεργασίας με τρίτους για την προώθηση καινοτόμων δραστηριοτήτων, τα οποία μάλιστα βελτιώνονται. Η συνεργασία είναι μεγαλύτερη με ερευνητικούς οργανισμούς, πελάτες και προμηθευτές, αλλά περιορισμένη με εκπαιδευτικούς οργανισμούς και με άλλες επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου. Σε διεθνές επίπεδο οι ελληνικές επιχειρήσεις συνεργάζονται περισσότερο για την ανάθεση υπεργολαβιών και τη διερεύνηση ξένων αγορών για τα νέα προϊόντα τους και λιγότερο για την πρόληψη εργαζομένων και για επενδύσεις.

■ Επιχειρηματίες από ανάγκη

Τα συγκριτικά στοιχεία των ευρωπαϊκών χωρών δείχνουν ότι η Ελλάδα εμφανίζει τους υψηλότερους δείκτες επιχειρηματικότητας όλων των κατηγοριών (επίδοξη επιχειρηματικότητα, νέα επιχειρηματικότητα, επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα). Διερευνώντας τα επιμέρους χαρακτηριστικά της ελληνικής επιχειρηματικής συμπεριφοράς, βρίσκουμε ότι οι Έλληνες σε ποσοστό 60% δείχνουν προτίμηση στην αυτοαπασχόληση, ποσοστό πολύ μεγαλύτερο από το 45% του κοινοτικού μέσου όρου. Όσον αφορά στο βασικό κίνητρο της επιχειρηματικής δραστηριότητας, φαίνεται να σχετίζεται λιγότερο με μια ευκαιρία που ο Έλληνας επιχειρηματίας διέγινε στην αγορά και περισσότερο με το γεγονός ότι εξαναγκάστηκε ο ίδιος να ακολουθήσει αυτή τη σταδιοδρομία, ελλείψει άλλων ευκαιριών. Έτσι, η Ελλάδα εμφανίζει το μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρηματικών πρωτοβουλιών ανάγκης ως ποσοστό της δραστηριότητας αρχικών σταδίων και ένα από τα μικρότερα ποσοστά επιχειρηματικών πρωτοβουλιών ευκαιρίας. Το γεγονός ότι η Ελλάδα παρουσιάζει μεγαλύτερο ποσοστό διακοπής της επιχειρηματικής δραστηριότητας συμβαδίζει με τα βασικά κίνητρα των νέων επιχειρηματιών: η επικράτηση της επιχειρηματικότητας ανάγκης οδηγεί πιο συχνά σε αποτυχία του εγχειρήματος απ' ό,τι η επιχειρηματικότητα που ξεκινάει από μια διαπιστωμένη ευκαιρία στην αγορά.

ΑΣ 2010

■ Η άποψη των Ελλήνων για το ρόλο του επιχειρηματία

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο τρόπος που αντιλαμβάνεται η κοινωνία το ρόλο των επιχειρηματιών. Φαίνεται ότι οι Έλληνες αναγνωρίζουν τη συμβολή των επιχειρηματιών στη δημιουργία νέων προϊόντων προς όφελος του κοινωνικού συνόλου σε ποσοστό λίγο μικρότερο από το μέσο κοινοτικό όρο, αλλά πολύ μικρότερο εκείνου των ηγετικών χωρών της καινοτομίας. Το ελληνικό χαρακτηριστικό εδώ είναι ότι το ποσοστό των έντονα διαφωνούντων με τη συνεισφορά των επιχειρηματιών είναι υπερδιπλάσιο του μέσου κοινοτικού όρου και υψηλότερο από κάθε άλλη χώρα, ένδειξη της ύπαρξης μιας μειοψηφίας που διαφοροποιείται emphaticώς ως προς την αντίληψη του ρόλου των επιχειρηματιών στην καινοτομία και μέσω αυτής στην ανάπτυξη.

Από τη μεριά τους και οι ελληνικές επιχειρήσεις «εμπιστεύονται» λιγότερο από τις επιχειρήσεις κάθε άλλης χώρας την εσωτερική αγορά για την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών τους, ενώ εντοπίζουν πιο απαιτητικές αγορές στις ευρωπαϊκές χώρες, κάτι το οποίο σημαίνει μεγαλύτερα έξοδα και ανάγκες για πληροφορίες και στοιχεία. Αυτή η διαπίστωση αποτελεί ένα ακόμη «ενοχοποιητικό στοιχείο» για τον αρνητικό ρόλο του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην καινοτομία.

■ Η καινοτομία σε περιφερειακό επίπεδο: Δείκτες με εκπλήξεις

Προχωρώντας ένα βήμα πέρα από τη μελέτη αποτυπώνει ενδιαφέροντα στοιχεία για τις επιδόσεις των ελληνικών περιφερειών στην καινοτομία και τις διαφοροποιήσεις που σημειώνονται ανάμεσα σε αυτές, χρησιμοποιώντας στοιχεία από την ευρωπαϊκή έκθεση Regional Innovation Scoreboard.

Από τις ελληνικές περιφέρειες, η Αττική, η Κεντρική Μακεδονία και το Αιγαίο-Κρήτη εντάσσονται στους μεσο-χαμηλούς καινοτόμους. Η περιφέρεια που εκπλήσσει για τις επιδόσεις της είναι το Αιγαίο-Κρήτη, όπου σημειώνεται η καλύτερη επίδοση σε όλη την Ευρώπη στην εξοικονόμηση ανθρώπινου δυναμικού, υλικών και ενέργειας. Η ίδια περιφέρεια παρουσιάζει δείκτη κοντά στο μέγιστο στη δαπάνη για καινοτομία μη βασισμένη στην έρευνα και στο ποσοστό επιχειρήσεων που υιοθετούν καινοτομίες που σχετίζονται με την οργάνωση και το μάρκετινγκ και αυτό παρόλο που (ενδεχομένως και χάρη στο ότι) η περιφέρεια αυτή εμφανίζει το υψηλότερο ποσοστό δημόσιων δαπανών για έρευνα ως προς το περιφερειακό ΑΕΠ.

■ Εθνικά συστήματα καινοτομίας και δημόσιες πολιτικές

Στην έκθεση επιχειρείται η σύγκριση με μερικές από τις προηγμένες στην καινοτομία χώρες της Ευρώπης, συγκεκριμένα τη Δανία, την Αυστρία και την Ιρλανδία. Σκοπός είναι να προβληθούν οι συνθήκες υπό τις οποίες αυτές οι χώρες καταφέρνουν να επιτυγχάνουν υψηλά επίπεδα ανταγωνιστικότητας και να γίνονται παράδειγμα προς μίμηση από τρίτους.

Στις χώρες αυτές, η προώθηση της καινοτομίας και η ανάπτυξη με βάση την οικονομία της γνώσης συνιστά κυβερνητική προτεραιότητα. Αυτό σημαίνει ότι διαπερνάει όλες τις επιμέρους δημόσιες πολιτικές, ενώ κάθε μια από αυτές ενσωματώνει τις παραμέτρους της οικονομίας της γνώσης στα δικά της προγράμματα και δράσεις. Σημείνει ακόμη ότι αυτή η γενικευμένη προσπάθεια αφενός συντονίζεται σε ανώτατο κυβερνητικό επίπεδο και αφετέρου εκτελείται αποτελεσματικά από εξειδικευμένες υπηρεσίες με βάση σαφείς στόχους και προγράμματα. Η επίτευξη των στόχων γίνεται χάρη στους θεσμούς και τις διαδικασίες που έχουν σχεδιαστεί για τους σκοπούς αυτούς.

■ Η χρηματοοικονομική κρίση και η καινοτόμος δραστηριότητα

Η χρηματοοικονομική κρίση που προσέβαλε την τελευταία τριετία την παγκόσμια οικονομία και ιδιαίτερα τις οικονομίες των πλέον εκτεθειμένων στο διεθνή ανταγωνισμό χωρών, δεν ήταν δυνατόν να μην επηρεάσει τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, η κρίση ώθησε τις επιχειρήσεις στους κλάδους μεσο-υψηλής τεχνολογίας και αυτές που χρησιμοποιούν τη μείωση κόστους ως εργαλείο στρατηγικής επιβίωσης σε μείωση των δαπανών για την καινοτομία. Από την άλλη, οι πιο καινοτόμες επιχειρήσεις και αυτές που εφαρμόζουν ευρείες στρατηγικές καινοτομίας απεδείχθησαν πιο ανθεκτικές.

Ανσυχητικά είναι τα στοιχεία που παρουσιάζουν αντιστροφή της τάσης σύγκλισης μεταξύ των περισσότερο και λιγότερο αναπτυγμένων περιφερειών της Ευρώπης, με την καινοτομία να πληττείται περισσότερο στις χώρες με τους ταχύτερους ρυθμούς ανάπτυξης. Όσον αφορά την Ελλάδα, προκύπτει ότι από την παγκόσμια οικονομική κρίση επηρεαζόμαστε αρνητικά, αλλά οι επιπτώ-

σεις εμφανίζονται με υστέρηση σε σύγκριση με την κατηγορία των καινοτομικά προσηγνισμένων χωρών. Προκύπτει επίσης έντονα ο διυισμός της ελληνικής οικονομίας, με μέρος των επιχειρήσεων να συνεχίζει να εκσυγχρονίζεται, ενώ ένα άλλο να επιλέγει την εγκατάλειψη (ή μείωση) των καινοτόμων δραστηριοτήτων. Η εθνική οικονομική κρίση φαίνεται ότι θα επιφέρει ένα ακόμα πλήγμα στην καινοτομία, παρόλο που ακόμα δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για να μετρήσουμε με ασφάλεια τις επιπτώσεις.

■ Καινοτομία και δημόσια διοίκηση

Από τις απαντήσεις των εκπροσώπων της δημόσιας διοίκησης στην έρευνα της συντακτικής ομάδας της εν λόγω μελέτης, προκύπτει ότι κεντρικός στόχος τους είναι η βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών μέσω της αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών για την ευκολότερη πρόσβαση σε βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες, η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και η παραγωγή καινοτόμων προϊόντων. Μάλιστα, ως συμπέρασμα από τις απαντήσεις προκύπτει ότι η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και των νέων τεχνολογιών βρίσκεται ψηλά στην ατζέντα της δημόσιας διοίκησης.

■ Καινοτομία και Νέες Επιχειρήσεις: Τι αποθαρρύνει την ανάπτυξη καινοτομίας στην Ελλάδα

Δίνοντας το λόγο σε εκείνους για τους οποίους η καινοτομία αποτελεί λόγο ύπαρξης και κινητήριο δύναμη, δηλαδή τις ελληνικές startup επιχειρήσεις, το βασικότερο συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι οι επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται την αλληλεπίδραση επιχειρηματικότητας και καινοτομίας, ως το συνδυασμό που θα οδηγήσει τη χώρα στην έξοδο της από την κρίση, βοηθώντας τις επιχειρήσεις να διεκδύσουν στην παγκόσμια αγορά. Ωστόσο, το υψηλό κόστος που εμπεριέχει η μετατροπή της έρευνας σε καινοτομία, καθώς και η έλλειψη ενός επαρκούς θεσμικού πλαισίου δρουν σε μεγάλο βαθμό ανασταλτικά για την ανάπτυξη της καινοτομίας στη χώρα μας, ενώ ως τροχοπέδη φαίνεται πως λειτουργεί και η επικρατούσα κουλτούρα που δεν προσφέρει πρόσφορο έδαφος στις νέες ιδέες. Παρόλα αυτά θετικό είναι το γεγονός ότι οι νέες εταιρείες βλέπουν την κρίση ως ευκαιρία και την καινοτομία όχι ως πολυτέλεια αλλά ως ζωτική ανάγκη και ως μοχλό ανάπτυξης.

■ Καινοτομία και επιχειρηματικοί φορείς

Τα παραπάνω επιβεβαιώνονται και από τις απαντήσεις των επιμελητριών, των κατ'εξοχήν φορέων εκπροσώπησης της επιχειρηματικότητας. Από τις απαντήσεις τους προκύπτει σαφώς το συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις «διψούν» για καινοτομία. Επιπλέον, καλούν την πολιτεία να αναλάβει σειρά από πρωτοβουλίες και να προωθήσει δράσεις που θα ενισχύουν την προώθηση της καινοτομίας, ενώ συμφωνούν ότι η καλλιέργεια «πνεύματος καινοτομίας» ή «κουλτούρας καινοτομίας» είναι υπόθεση που αφορά τόσο την πολιτεία όσο και τις ίδιες τις επιχειρήσεις και τα περιφερειακά όργανα εκπροσώπησης τους.

■ Συμπεράσματα και προτάσεις

Το συμπέρασμα στο οποίο καταλήγει ο Ελληνικός Χάρτης Καινοτομίας 2010 είναι ότι η ελληνική κοινωνία έχει ανάγκη από αλλαγή «παραδείγματος» στον τομέα της επιχειρηματικότητας. Καθώς κυλάει ο χρόνος και οι ανταγωνιστικές οικονομίες ισχυροποιούνται, τα περιθώρια καθυστέρησης συρρικνώνονται και η ανάγκη για βελτιώσεις με ταχείς ρυθμούς σε όλα τα μέτωπα γίνεται επιτακτική. Αυτό αυξάνει τη πολυπλοκότητα των προβλημάτων και επιβαρύνει τις υποχρεώσεις των βασικών παραγόντων, δημόσιων και ιδιωτικών, της ελληνικής οικονομίας, με αποτέλεσμα να δυσκολεύει η είσοδος σε έναν κύκλο ανάπτυξης βασισμένο στην καινοτομία και την οικονομία της γνώσης. Η ενίσχυση της καινοτομίας δεν είναι απαραίτητα μία δαπανηρή διαδικασία. Συχνά, το απαραίτητο νομοθετικό και ρυθμιστικό πλαίσιο αρκεί για να κάνουν οι αγορές από ποιοτικό καλό: να εξελισσονται και να καινοτομούν. Επιχειρηματικές επιτυχίες βασισμένες στην καινοτομία και τις νέες τεχνολογίες υπάρχουν, αλλά τις περισσότερες φορές περνούν απαρατήρητες. Τα πρώτα βήματα έχουν ήδη γίνει για να αντιστραφεί η γενικευμένη άποψη που θέλει την Ελλάδα να μην καινοτομεί, χρειάζεται όμως μία πιο συντονισμένη προσπάθεια επιβράβευσης και προβολής των «success stories», που θα ενθαρρύνει και θα ενισχύει την επένδυση στην καινοτομία. ■