



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΑΝΟΙΚΤΑ ακαδημαϊκά
μαθήματα ΠΠ

Οικονομικά της Τεχνολογίας και της Καινοτομίας

Ενότητα 7: Καινοτόμες Επιχειρήσεις,
Επιχειρηματικότητα και Ανταγωνισμός

Καθηγητής: Κώστας Τσεκούρας
Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών

Σκοποί ενότητας

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζεται και αναλύεται η δεύτερη υπόθεση του Schumpeter αναφορικά με τη σχέση (ii) κλαδικής συγκέντρωσης με την ένταση της καινοτομίας . Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην συσχέτιση επιχειρηματικών μεγεθών (δύναμη αγοράς) και κλαδικών μεγεθών (δομή αγοράς) με την καινοτομική απόδοση.



Περιεχόμενα ενότητας

- Επιχειρηματικότητα και Νέες Επιχειρήσεις
- Καινοτομία και Επιχειρήσεις
- Αγορές και Καινοτομία
- Εμπειρικά ευρήματα για την απόδοση της καινοτομίας
- Αλληλεπίδραση ανταγωνισμού και καινοτομίας



Επιχειρηματικότητα και Νέες Επιχειρήσεις

Βασικά Ερωτήματα:

- Εφευρέτες – τι κάνουν?
- Επιχειρηματίες – τι ρόλο παίζουν?
- Η δυναμικότητα της κοινωνίας προς την επιχειρηματικότητα (“entrepreneurial capacity”)– Διαφέρει ως προς τον χρόνο και τον χώρο?
- Μεγαλύτερες επιχειρήσεις – διαθέτουν ακόμα επιχειρηματικό (entrepreneurial) πνεύμα?
- Δύο δρόμοι προς την καινοτομία: ατομική προσπάθεια ή δραστηριότητες ETA οργανωμένες σε ομαδική βάση

Καινοτομία και Επιχειρήσεις

Για ποιο λόγο οι επιχειρήσεις προσπαθούν να καινοτομήσουν?

Βιβλιογραφία Οικονομικών Επιστημών:

- Κίνητρο: μεγιστοποίηση παρόντων/μελλοντικών κερδών
- Οι δραστηριότητες ΕΤΑ είναι επένδυση που δημιουργεί μελλοντικές αποδόσεις

Βιβλιογραφία Επιστημών Διοίκησης:

- Εξασφάλιση βιωσιμότητας
- Αύξηση μεριδίου αγοράς
- Ικανοποίηση πελατών

Επιλογή ανάμεσα σε ηγέτη (leader) και ουραγό (follower)

Αγορές και Καινοτομία

- **Δημιουργική καταστροφή** – (Schumpeter)
 - Η καινοτομία δημιουργεί κέρδη γι' αυτούς που την δημιουργούν αλλά επίσης καταστρέφει κέρδη άλλων επιχειρήσεων
- **Δυναμικός ανταγωνισμός** – χαρακτηριστικό των καινοτόμων αγορών
 - Είσοδος νέων προϊόντων και επιχειρήσεων και έξοδος των μη επιτυχημένων.
- Οι **στρεβλώσεις** είναι πιθανές αν:
 - Πολύ λίγοι επιχειρηματίες
 - Πολύ μικρός ρυθμός εξόδου επιχειρήσεων
 - Σημαντικά εμπόδια εισόδου

Δυναμικός Ανταγωνισμός

Η διαδικασία δυναμικού ανταγωνισμού μπορεί να είναι ατελής:

- Οι νέες επιχειρήσεις μπορεί να *περιορίζονται στην πρόσβασή τους σε χρηματοδότηση, εξειδικευμένη εργασία, τεχνολογία ή πληροφορία*
- Σαν αποτέλεσμα *υψηλός ρυθμός αποτυχίας νέων επιχειρήσεων και κατ' επέκταση έξοδος καινοτομιών από την αγορά*
- Οι ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις (incumbents) μπορεί να *αποτρέψουν την είσοδο νέων με την ανάληψη επενδύσεων ETA μεγάλης κλίμακας*
- Οι ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις μπορεί να καινοτομούν *σπάνια εξαιτίας της μη κερδοφορίας της καινοτομίας*

Δημιουργεί ο ανταγωνισμός τον άριστο αριθμό καινοτομιών?

- **“Business Stealing”**: Αποτέλεσμα- Οι Νέες επιχειρήσεις αγνοούν την απώλεια κερδών από τις ήδη λειτουργούσες

Αποτέλεσμα → Μεγάλος Αριθμός προϊόντων

- **“Appropriability”**: Αποτέλεσμα – Οι επιχειρήσεις δεν μπορούν να εσωτερικεύσουν όλα τα πλεονάσματα των καταναλωτών

Αποτέλεσμα → Μικρός Αριθμός προϊόντων

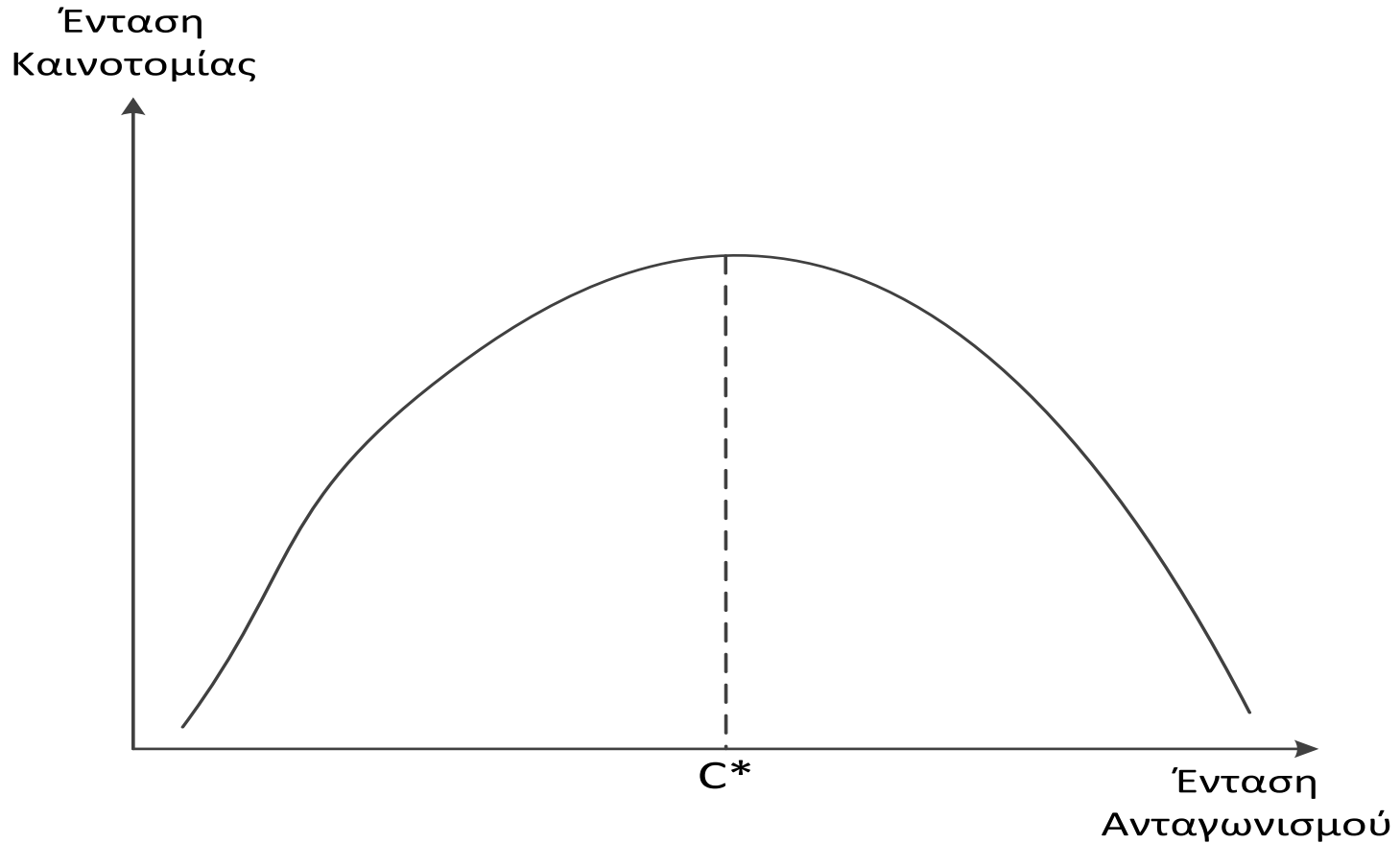
- **“Spillovers”**: Αποτέλεσμα- Νεά προϊόντα διαχέουν γνώση σε άλλες επιχειρήσεις

Αποτέλεσμα → Μικρός Αριθμός προϊόντων

Η σημαντικότητα της δύναμης αγοράς

- Σύμφωνα με τη μία από τις δύο Schumpeterian υποθέσεις οι επιχειρήσεις με μεγάλο μερίδιο αγοράς είναι περισσότερο καινοτόμες.
- Τα μεγάλα μερίδια αγοράς συνδέονται με αυξημένη βεβαιότητα για την εσωτερίκευση των αποδόσεων του R&D από την στιγμή που η καινοτομία εμφανίζεται
- Επίσης συνεπάγονται μεγαλύτερη δυνατότητα χρηματοδότησης των δραστηριοτήτων R&D
- Αυτή η υπόθεση έχει οδηγήσει σε σημαντική θεωρητική και εμπειρική έρευνα για τη σχέση μεταξύ δομής αγοράς, ανταγωνισμού και καινοτομίας.
- Είναι πιθανό να υπάρχει μια αντίστροφη U-μορφής σχέση (βλ. επόμενη διαφάνεια), αλλά οι οικονομολόγοι δεν μπορούν να προσδιορίσουν το C^* που ορίζεται ως το «άριστο επίπεδο ανταγωνισμού»

Αντίστροφη U μορφή μεταξύ καινοτομίας και ανταγωνισμού



Οι Αποδόσεις της Καινοτομίας

Οι (ιδιωτικές) αποδόσεις της καινοτομίας (ETA):

- Έχουν διερευνηθεί χρησιμοποιώντας είτε τις αξίες που διαμορφώνονται στις αγορές είτε προσεγγίσεις που στηρίζονται στην παραγωγικότητα
- Και οι δύο προσεγγίσεις δείχνουν ότι οι αποδόσεις των επενδύσεων σε ETA είναι μεγαλύτερες από τις αντίστοιχες επενδύσεων σε παραδοσιακά (υλικά) επενδυτικά σχέδια.
- Υπερβάλλουσες αποδόσεις μπορεί να προκύπτουν για την αμοιβή αυξημένου κινδύνου
- Οι υψηλές αποδόσεις υποδεικνύουν ότι δεν υπάρχει «ελεύθερη είσοδος» στις διαδικασίες ETA
- Μπορεί επίσης να οφείλονται σε εμπόδια όπως εξασφάλιση κεφαλαίων, έλλειψη ειδικευμένης εργασίας ή προστασία πνευματικών δικαιωμάτων (IPRs)
- Ακόμα οι δραστηριότητες ETA προϋποθέτουν την εξασφάλιση συμπληρωματικών πόρων όπως άρρητη γνώση και ειδικευμένη εργασία.

Οι Κοινωνικές Αποδόσεις της Καινοτομίας

- Η προσέγγιση της παραγωγικότητας μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για την εκτίμηση των κοινωνικών αποδόσεων του R&D
- Αυτό γίνεται είτε με την διερεύνηση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ των επιχειρήσεων
- Ή χρησιμοποιώντας κλαδικά δεδομένα για να μετρηθεί η συνολική κλαδική απόδοση του R&D
- Ένας αριθμός ερευνών καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι οι κοινωνικές αποδόσεις της καινοτομίας είναι μεγαλύτερες από τις αντίστοιχες ιδιωτικές
- Το στοιχείο αυτό συνεπάγεται ότι υπάρχουν θετικές εξωτερικότητες του R&D από την διάχυση (spillovers) της τεχνολογίας

Στοιχεία για την σχέση μεταξύ ανταγωνισμού και καινοτομίας

- Το επιχειρησιακό μέγεθος σε απόλυτους όρους, δεν είναι απαραίτητα ευεργετικό για την καινοτομία
- Τα μεγαλύτερα μερίδια αγοράς φαίνεται ότι επηρεάζουν θετικά τις αποδόσεις των επενδύσεων σε ΕΤΑ
- Οι επιχειρήσεις με πολύ μεγάλη κυριαρχία επί της αγοράς μπορεί να είναι «καινοτομικά αδρανείς»
- Πρόσφατες έρευνες για τη σχέση αριθμού πατεντών και ανταγωνισμού στην αγορά προϊόντος υποστηρίζουν την ύπαρξη καμπύλης αντίστροφης U-μορφής

Ερωτήσεις για συζήτηση

1. Είναι σκόπιμο αυτοί που ασκούν πολιτική να ενισχύουν την επιχειρηματικότητα?
2. Είναι διαφορετικές έννοιες η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία?
3. Γιατί καινοτομούν οι επιχειρήσεις?
4. Τι κόστη και οφέλη προκύπτουν για τις επιχειρήσεις από την καινοτομία?
5. Ποιες είναι οι δύο κύριες Schumpeterian υποθέσεις σχετικά με την καινοτομία? Πως θα τις ελέγχατε αυτές τις υποθέσεις?
6. Τι έχουμε μάθει από τις εμπειρικές έρευνες για τις αποδόσεις του R&D?
7. Ποιοι τομείς της οικονομίας παραλείπονται από αυτές τις μελέτες και γιατί?
8. Πως επηρεάζει ο ανταγωνισμός την καινοτομία στη θεωρία και στην πρακτική?

Βιβλιογραφία

- «Handbook of the economics of innovation and technological change», P. Stoneman, Copyright 1995, κεφ 4 σελ. 90-131, κεφ 6 σελ 182-264

Τέλος Ενότητας

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Αθηνών**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Κώστας Τσεκούρας, Ph.D 2015.
«Οικονομικά της Καινοτομίας και της Τεχνολογίας». Έκδοση: 1.0. Πάτρα
2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:
<https://eclass.upatras.gr/courses/ECON1220/>.

Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Παρόμοια Διανομή 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.