

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΑΝΤΙ ΠΡΟΛΟΓΟΥ .....	15
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	17

### **1. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ** **25-60**

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	27
2. Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ .....	34
2.1 Έννοια και ιστορική εξέλιξη .....	34
2.1.1 Ο ορισμός της τεχνολογίας .....	37
2.2 Οι απαρχές και η διαδρομή της τεχνολογίας .....	38
2.2.1 Το Πρώτο Κύμα του Πολιτισμού .....	38
2.2.2 Το Δεύτερο Κύμα του Πολιτισμού .....	38
2.2.3 Το Τρίτο Κύμα του Πολιτισμού .....	40
2.3 Η δημιουργία της τεχνολογίας .....	42
3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ .....	42
3.1 Δυναμική συσχέτιση και αλληλεπίδραση .....	42
3.1.1 Η διάχυση και ο «εκδημοκρατισμός» της τεχνολογίας .....	43
3.1.2 Η δημιουργία νέων προϊόντων .....	44
3.2 Η τεχνολογία ως όχημα .....	45
3.2.1 Η βελτίωση των διαδικασιών παραγωγής και διοίκησης .....	45
α) Η αύξηση της γενικής παραγωγικότητας .....	46
β) Η βελτίωση της ποιότητας .....	49
γ) Η βελτιστοποίηση της χρήσης των πόρων .....	49
δ) Η αύξηση της ανταγωνιστικότητας .....	50
ε) Η λήψη αποφάσεων .....	51
4. ΟΙ ΠΑΡΕΝΕΡΓΕΙΕΣ .....	54
4.1 Η επιβάρυνση του περιβάλλοντος .....	54
5. ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	57

6. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ .....	57
7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	58
8. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ .....	60

## **2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ 61-116**

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	63
2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ .....	64
2.1 Η επιχειρηματική δραστηριότητα .....	64
2.2 Μορφές επιχειρήσεων .....	66
3. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ .....	68
3.1 Το μέλλον της επιχειρηματικής δραστηριότητας .....	68
3.2 Χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής δραστηριότητας .....	70
3.2.1 Ο επιχειρηματίας... άνθρωπος .....	70
3.2.2 Επιχειρηματική δράση και κοινωνική ευθύνη .....	72
α) Επιχειρηματική δράση, τεχνολογία και απασχόληση .....	72
β) Επιχειρηματική δράση και εταιρική διακυβέρνηση .....	74
4. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ .....	76
4.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες της επιχειρηματικότητας .....	81
4.2 Επιχειρηματικότητα και καινοτομία .....	87
4.3 Το περιβάλλον ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας .....	88
α) Δομές υποστήριξης της επιχειρηματικότητας .....	89
β) Χρηματοδότηση της επιχειρηματικότητας .....	89
γ) Εκπαίδευση και επιχειρηματικότητα .....	90
δ) Δημόσιος τομέας και επιχειρηματικότητα .....	92
4.4 Είδη επιχειρηματικότητας και επιχειρηματική πρωτοβουλία .....	94
4.5 Η ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα .....	102
4.6 Επιχειρηματική δραστηριότητα και μανάτζμεντ .....	104
4.7 Το επιχειρηματικό σχέδιο (Business Plan) .....	106
5. ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	110
6. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ .....	110
7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	111
8. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ .....	116

## **3. ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΕΥΡΕΣΗ ΣΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ 117-176**

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	119
1.1 Η εφεύρεση .....	120
1.2 Η έρευνα .....	121

1.3 Η πνευματική ιδιοκτησία . . . . .	123
1.4 Η ευρεσιτεχνία . . . . .	125
1.4.1 Το Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας (Δ.Ε.) . . . . .	129
1.4.2 Πιστοποιητικό Υποδείγματος Χρησιμότητας (ΠΥΧ) . . . . .	130
1.4.3 Πιστοποιητικό Κατάθεσης Μετάφρασης Ευρωπαϊκού Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας . . . . .	130
1.4.4 Λοιποί τίτλοι προστασίας . . . . .	130
1.5 Ο Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (ΟΒΙ) . . . . .	131
1.6 Ευρεσιτεχνία και η διάχυση της τεχνολογίας . . . . .	132
1.7 Ευρεσιτεχνία και επιχειρηματικότητα . . . . .	135
2. Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ . . . . .	136
2.1 Ο ορισμός της καινοτομίας . . . . .	136
2.1.1 Τα υποδείγματα ανάπτυξης της καινοτομίας . . . . .	138
2.1.2 Τα σημαντικά είδη της καινοτομίας . . . . .	140
2.1.3 Η τεχνολογική καινοτομία προϊόντων και διαδικασιών . . . . .	142
2.1.4 Μη τεχνολογική καινοτομία . . . . .	143
2.2 Οι Συνθήκες ανάπτυξης της Καινοτομίας . . . . .	144
2.2.1 Οι Επιχειρήσεις . . . . .	144
α) Οι ενδοεπιχειρησιακές πηγές (ενδογενείς) καινοτομίας . . . . .	145
β) Οι εξωγενείς πηγές της καινοτομίας . . . . .	149
γ) Χαρακτηριστικά της καινοτόμου επιχείρησης . . . . .	149
1. Τεχνολογικές δεξιότητες . . . . .	150
2. Δεξιότητες στην αγορά . . . . .	150
3. Δεξιότητες ανθρώπινων πόρων . . . . .	151
4. Οργανωσιακές δεξιότητες . . . . .	151
2.2.2 Επιστημονικά και Τεχνολογικά Ιδρύματα . . . . .	153
2.2.3 Παράγοντες μεταφοράς και απορρόφησης τεχνολογίας, γνώσης και δεξιοτήτων . . . . .	154
2.2.4 Το γενικότερο θεσμικό περιβάλλον . . . . .	155
2.3 Δείκτες και μέτρηση της καινοτομίας . . . . .	158
2.4 Παράγοντες επιρροής της καινοτομίας . . . . .	163
2.5 Καινοτομία και επενδύσεις . . . . .	164
3. ΠΕΡΙΛΗΨΗ . . . . .	168
4. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ . . . . .	169
5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ . . . . .	169
6. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ . . . . .	176

#### **4. Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ 177-214**

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ . . . . .	179
2. ΤΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ . . . . .	182
2.1 Η έννοια και η πρακτική του μάνατζμεντ . . . . .	183
2.2 Οι τύποι του μάνατζμεντ, οι σύγχρονες θεωρίες και τα χαρακτηριστικά τους . . . . .	184
2.3 Το μάνατζμεντ της αλλαγής . . . . .	188
2.4 Επικοινωνία και μάνατζμεντ . . . . .	195

2.5 Κουλτούρα και μάνατζμεντ . . . . .	197
2.6 Το μάνατζμεντ του χρόνου ( <i>Time Management</i> ) . . . . .	199
2.7 Η διαχείριση κινδύνων ( <i>Risk management</i> ) . . . . .	203
2.7.1 Η διαδικασία διαχείρισης του κινδύνου . . . . .	206
3. ΠΕΡΙΛΗΨΗ . . . . .	210
4. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ . . . . .	211
5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ . . . . .	211
6. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ . . . . .	214

## **5. Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΓΝΩΣΗΣ ΩΣ ΠΡΟΚΡΙΜΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ**

**215-238**

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ . . . . .	217
2. ΤΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΤΗΣ ΓΝΩΣΗΣ - ΖΕΥΞΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ . . . . .	219
2.1 Η διαχείριση ή το μάνατζμεντ της γνώσης (ΜτΓ) . . . . .	221
2.1.1 Στρατηγικά οφέλη . . . . .	224
2.1.2 Τακτικά οφέλη . . . . .	224
2.1.3 Λειτουργικά οφέλη . . . . .	225
2.2 Η πληροφορία ως πλουτοπαραγωγικός πόρος . . . . .	225
2.3 Πρακτικές διαχείρισης της οργανωσιακής γνώσης . . . . .	226
1. Το μάνατζμεντ των διαδικασιών της έρευνας και τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΕΤΑ) . . . . .	229
2. ΕΤΑ και χαρτογράφηση των σχέσεων ενίσχυσης της γνώσης . . . . .	229
3. ΕΤΑ και διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού . . . . .	229
4. Το μάνατζμεντ της διανοητικής ιδιοκτησίας . . . . .	229
5. ΕΤΑ και μάνατζμεντ της τεχνολογίας της πληροφορικής . . . . .	230
2.3.1 Τα μέσα διαχείρισης της γνώσης . . . . .	230
2.3.2 Οι κανόνες διαχείρισης της γνώσης . . . . .	231
2.3.3 Ο στόχος του μάνατζμεντ της επιχειρηματικής γνώσης . . . . .	232
3. ΠΕΡΙΛΗΨΗ . . . . .	235
4. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ . . . . .	235
5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ . . . . .	236
6. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ . . . . .	238

## **6. Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

**239-292**

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ . . . . .	241
2. Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ . . . . .	242
2.1 Η ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης . . . . .	243
2.1.1 Ανάλυση της αγοράς . . . . .	243
α) Κατάτμηση της αγοράς . . . . .	243

β) Ανάλυση των πελατών .....	244
γ) Ανάλυση του ανταγωνισμού-ανταγωνιστών .....	245
2.1.2 Ανάλυση του περιβάλλοντος .....	246
2.2 Προσδιορισμός των στόχων .....	247
2.3 Στρατηγικός προγραμματισμός .....	248
2.3.1 Στρατηγικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα .....	249
2.3.2 Τα Στρατηγικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα κατά Porter .....	249
2.3.3 Η Μήτρα Αγοράς/Προϊόντος του Ansoff .....	251
α) Η διείσδυση στην αγορά .....	252
β) Η ανάπτυξη των προϊόντων .....	252
γ) Η ανάπτυξη της αγοράς .....	252
δ) Η διαφοροποίηση .....	253
2.3.4 Η Μήτρα της Βοστώνης .....	253
2.3.5 Η Μήτρα των Πελατών .....	255
2.3.5 Το σχέδιο μάρκετινγκ (marketing plan) .....	257
2.4 Η εφαρμογή και ο έλεγχος .....	259
2.4.1 Το μίγμα μάρκετινγκ .....	259
α) Η πολιτική προϊόντος .....	260
β) Η πολιτική τιμής .....	261
γ) Η πολιτική διανομής .....	264
δ) Η πολιτική επικοινωνίας/πωλήσεων .....	265
2.5 Έρευνα αγοράς .....	268
3. ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ .....	269
3.1 Το μάρκετινγκ της καινοτομίας .....	271
3.1.1 Το Προκαταρκτικό μάρκετινγκ .....	271
1. Προκαταρκτική διερεύνηση .....	271
2. Λεπτομερής έρευνα .....	272
3.1.2 Το μάρκετινγκ του καινοτόμου προϊόντος ή της υπηρεσίας .....	272
3.1.3 Το μάρκετινγκ της ευρεσιτεχνίας .....	276
3.2 Η καινοτομία στο μάρκετινγκ .....	279
4. INTERNET ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ .....	283
α) Οι ωφέλειες .....	283
β) Οι στόχοι .....	284
γ) Οι στρατηγικές εφαρμογής .....	285
δ) Η μέτρηση της επιτυχίας της ιστοσελίδας .....	285
ε) Διαδικασίες ελέγχου και διατήρησης της ιστοσελίδας .....	286
1. Ο σχεδιασμός της ιστοσελίδας .....	286
2. Η δημιουργία της ιστοσελίδας .....	287
3. Η εμφάνιση και η αισθητική της ιστοσελίδας .....	287
4. Ο ορισμός της ομάδας υποστήριξης .....	287
5. Η συνεργασία με μηχανές αναζήτησης .....	287
6. Ο σχεδιασμός του επιπέδου συναλλαγών .....	288
7. Η επικαιροποίηση, η συντήρηση και η προβολή της ιστοσελίδας .....	288
5. ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	289
6. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ .....	290

7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	290
8. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ .....	292

## **7. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ**

**293-328**

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	295
2. ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ (ΕΣΚ) .....	297
3. Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	301
α) Η τεχνολογική κληρονομιά .....	302
β) Η διοικητική κληρονομιά .....	303
γ) Η δομή της αγοράς .....	304
δ) Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα .....	305
4. ΜΕΡΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΕΝΘΑΡΡΥΝΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	308
4.1 Μέτρα πολιτικής ενθάρρυνσης της ευρεσιτεχνίας ως μέσου ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα .....	309
5. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: Έρευνα & Καινοτομία στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις .....	313
6. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ: Η ελληνοποίηση των Αδειών Creative Commons .....	319
7. ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	325
8. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ .....	325
9. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	326
10. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ .....	328
ΑΝΤΙ ΕΠΙΛΟΓΟΥ .....	329