

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΜΣ ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**

Διπλωματική Εργασία

**Θέμα: «ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ»**

**Επιβλέπων καθηγητής: Δημήτριος Γεωργακέλλος
Μεταπτυχιακή φοιτήτρια: Καλλιόπη Γεροκωνσταντή, ΜΔΟ 2113**

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, ΙΟΥΝΙΟΣ 2023

Παράρτημα Β: Βεβαίωση Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας




ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ «ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ»

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή (δεύτερη) σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, «Δίκαιο και Οικονομία» με τίτλο «**ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ**» έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου.

Υπογραφή Μεταπτυχιακής Φοιτήτριας ...

Όνοματεπώνυμο: Καλλιόπη Γεροκωνσταντή

Ημερομηνία: 09.06.2023

Αφιερώσεις

Στις φίλες μου,

Έμιλο και Δήμητρα

Πίνακας Περιεχομένων

| | |
|--|-------------------------------------|
| <i>Παράρτημα Β: Βεβαίωση Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας</i> | <i>Error! Bookmark not defined.</i> |
| <i>Κατάλογος Πινάκων – Γραφημάτων</i> | 7 |
| <i>Ευχαριστίες</i> | 8 |
| <i>Περίληψη</i> | 9 |
| ΜΕΡΟΣ Α - ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΚΑΙ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ | 10 |
| 1. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ - ΟΡΙΣΜΟΙ | 10 |
| 1.1. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, Η ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ | 10 |
| <i>1.1.1. Η έννοια της επιχειρηματικότητας</i> | 10 |
| <i>1.1.2. Η έννοια της επιχειρηματικής δράσης</i> | 11 |
| <i>1.1.3. Η έννοια της νεοφυούς επιχειρηματικότητας</i> | 12 |
| <i>1.1.4. Τα βασικά χαρακτηριστικά της νεοφυούς επιχείρησης</i> | 14 |
| <i>1.1.5. Μορφές χρηματοδότησης της νεοφυούς επιχείρησης</i> | 16 |
| <i>1.1.6. Στάδια ανάπτυξης νεοφυούς επιχείρησης</i> | 21 |
| 1.2. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΝΕΟΦΥΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ | 23 |
| <i>1.2.1. Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός</i> | 23 |
| <i>1.2.2. Το Business Model Canvas</i> | 25 |
| <i>1.2.3. Η Ανάλυση SWOT</i> | 28 |
| 1.3. Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΣΕ ΚΑΘΕ ΣΤΑΔΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΝΕΟΦΥΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ | 31 |
| <i>1.3.1. Η έννοια της καινοτομίας</i> | 31 |
| <i>1.3.2. Είδη καινοτομίας</i> | 34 |
| <i>1.3.3. Στάδια Καινοτομίας</i> | 42 |
| 1.4. Η ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ | 44 |
| <i>1.4.1. Η χαρτογράφηση της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία</i> | 44 |

| | | |
|---------------|--|----|
| 2. | ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ - ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ | 48 |
| 2.1. | Η ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΡΥΘΜΙΣΗΣ ΤΟΥ ΘΕΣΜΙΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΤΗΣ ΝΕΟΦΥΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ...48 | |
| 2.1.1. | <i>Ο Ν. 4019/2011 «Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα»</i> | |
| | 50 | |
| 2.1.2. | <i>Ο Ν. 4072/2012 «Βελτίωση επιχειρηματικού περιβάλλοντος - Νέα εταιρική μορφή - Σήματα - Μεσίτες Ακινήτων - Ρύθμιση θεμάτων ναυτιλίας, λιμένων και αλιείας και άλλες διατάξεις» και ο Ν. 4548/2018 «Αναμόρφωση του δικαίου των ανωνύμων εταιρειών»,</i> | 51 |
| 2.1.2. | <i>Ο Ν. 4635/2019(Επενδύω στην Ελλάδα και άλλες διατάξεις) και η αντικατάσταση του του σχετικού άρθρου</i> | 52 |
| 2.1.3. | <i>Το άρθρο 70 Α ΚΦΕ όπως προστέθηκε με το άρθρο 49 Ν. 4712/2020</i> | 53 |
| 2.1.4. | <i>Η Υπουργική απόφαση με Αριθμό. 39937(ΦΕΚ Β΄ 1415/9.4.2021)</i> | 53 |
| 2.1.5. | <i>Ν. 4957/2022 «Νέοι Ορίζοντες στα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα: Ενίσχυση της ποιότητας, της λειτουργικότητας και της σύνδεσης των Α.Ε.Ι. με την κοινωνία και λοιπές διατάξεις»</i> | 54 |
| 2.1.6. | <i>Το Προεδρικό Διάταγμα 15/2022 του Οργανισμού Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων</i> | 56 |
| 2.2. | ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΟΙ ΘΕΣΜΟΙ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΝΕΟΦΥΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ | 58 |
| 2.2.1. | <i>Εθνικό Μητρώο Νεοφυών Επιχειρήσεων «Elevate Greece»</i> | 58 |
| 2.2.2. | <i>Η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Καινοτομίας</i> | 60 |
| | ΜΕΡΟΣ Β: ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΜΕΤΡΗΣΕΙΣ | 63 |
| 3. | ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ – ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ | 63 |
| 3.2. | ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ - ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΠΟΙΗΣΗ | 64 |
| 3.2.1. | <i>Στοιχεία ίδρυσης νεοφυούς επιχείρησης και παρεχόμενο προϊόν/υπηρεσία</i> 64 | |
| 3.2.2. | <i>Παράγοντας επιτυχίας της νεοφυούς επιχείρησης</i> | 65 |
| 3.2.3. | <i>Μέγεθος νεοφυούς επιχείρησης</i> | 68 |
| 3.2.4. | <i>Νεοφυής επιχείρηση, τηλεργασία και η συγκορία της πανδημίας covid19</i> | 71 |
| 3.2.5. | <i>Η καινοτομία στη νεοφυή επιχειρηματικότητα</i> | 73 |

| | | |
|--------|---|----|
| 3.2.6. | <i>Η χρηματοδότηση της καινοτομίας στην νεοφυή επιχείρηση</i> | 80 |
| 4. | ΕΠΙΛΟΓΟΣ | 82 |
| 5. | ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ | 83 |
| 5.1. | ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ | 83 |
| 5.2. | ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ | 85 |
| 5.3. | ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ/ ΙΣΤΟΤΟΠΟΙ | 87 |

Κατάλογος Πινάκων – Γραφημάτων

| | |
|--|----|
| Πίνακας 1: Business Model Canvas | 26 |
| Πίνακας 2: Start-Up Swot Analysis..... | 31 |
| Πίνακας 3: Ύψος Επενδύσεων σε Ελληνικές Startups..... | 46 |
| Πίνακας 4: Ύψος Επενδύσεων ανά Στάδιο σε Ελληνικές Startups..... | 46 |
| Πίνακας 5: Νο 1 Γράφημα ερωτηματολογίου | 66 |
| Πίνακας 6: Νο 2 Γράφημα ερωτηματολογίου | 68 |
| Πίνακας 7: Νο 3 Γράφημα ερωτηματολογίου | 69 |
| Πίνακας 8: Νο 4 Γράφημα ερωτηματολογίου | 71 |
| Πίνακας 9: Νο 5 Γράφημα ερωτηματολογίου | 73 |
| Πίνακας 10: Νο 6 Γράφημα ερωτηματολογίου | 74 |
| Πίνακας 11: Νο 7 Γράφημα ερωτηματολογίου | 75 |
| Πίνακας 12: Νο 8 Γράφημα ερωτηματολογίου | 76 |
| Πίνακας 13: Νο 9 Γράφημα ερωτηματολογίου | 77 |
| Πίνακας 14: Νο 10 Γράφημα ερωτηματολογίου | 78 |
| Πίνακας 15: Νο 11 Γράφημα ερωτηματολογίου | 79 |
| Πίνακας 16: Νο 12 Γράφημα ερωτηματολογίου | 80 |
| Πίνακας 17: Νο 13 Γράφημα ερωτηματολογίου | 82 |

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου, αξιότιμο κ. Δημήτριο Γεωργακέλλο, ο οποίος υπήρξε απολύτως υποστηρικτικός και εξαιρετικά βοηθητικός σε κάθε στάδιο εκπόνησης της παρούσας, με αμέριστη υπομονή και ενθάρρυνση.

Περίληψη

Στο πλαίσιο της παρακολούθησης του Διατμηματικού προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών «Δίκαιο και Οικονομία» του Πανεπιστημίου Πειραιώς, εκπονήθηκε η παρούσα εργασία με θέμα «Νεοφυής Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία». Η παρούσα αποτελεί μια προσπάθεια προσέγγισης του αντικειμένου της νεοφυούς επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας και την παρακολούθηση του φαινομένου της νεοφυούς επιχειρηματικότητας μέσα στην σύγχρονη ελληνική αγορά και οικονομία.

Διαρθρωμένη η παρούσα σε δύο βασικά μέρη, στο πρώτο εξ' αυτών επιχειρείται να οριοθετηθεί το θεωρητικό, αλλά και το θεσμικό πλαίσιο της νεοφυούς επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας και να προσδιορίσει τον μεταξύ τους σύνδεσμο, τόσο σε εννοιολογικό, όσο και σε πρακτικό επίπεδο. Εκκινώντας από την έννοια της επιχειρηματικότητας, προσεγγίζεται η νεοφυής επιχειρηματικότητα, ο ρόλος του επιχειρηματικού σχεδιασμού στη σύγχρονη νεοφυή επιχείρηση και ακολούθως παρουσιάζονται ευσύντοπα η σημασία των σταδίων αυτού. Παράλληλα, στο πρώτο μέρος ορίζεται η καινοτομία και σηματοδοτείται ο ρόλος της σε κάθε στάδιο ανάπτυξης της νεοφυούς επιχείρησης. Συγχρόνως, γίνεται αναφορά στην νεοφυή επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και παρουσιάζεται το θεσμικό πλαίσιο εντός του οποίου αυτή λειτουργεί. Το μέρος αυτό θα μπορούσε να συνιστά την εξωτερική ανάγνωση και προσέγγιση του φαινομένου.

Στο δεύτερο μέρος της παρούσας, με το εργαλείο του ερωτηματολογίου, αποτελεί μια οργανωμένη προσπάθεια, εσωτερικής ανάγνωσης, αλλά και αναγνώρισης του φαινομένου της νεοφυούς επιχειρηματικότητας και καινοτομίας, καθώς ερωτηθείσες οι ίδιες οι επιχειρήσεις «συστήνονται» μέσα από μια σειρά απαντήσεων. Οι απαντήσεις αυτές σχολιάζονται και ερμηνεύονται στοχεύοντας σε μια ουσιαστική παραμετροποίηση και στην συλλογή πορισμάτων, ικανών να απαντήσουν στα βασικά ερωτήματα και τους προβληματισμούς γύρω από όσα συνιστούν την «Νεοφυή Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία» στην Ελλάδα των μεταπανδημικών ετών.

ΜΕΡΟΣ Α - ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΚΑΙ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

1. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ - ΟΡΙΣΜΟΙ

1.1. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, Η ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1.1.1. Η έννοια της επιχειρηματικότητας

Η έννοια της **επιχειρηματικότητας** έχει πολυσχιδές, πολυεπίπεδο και δυναμικό περιεχόμενο, με αποτέλεσμα να μην μπορεί να οριοθετηθεί με ακρίβεια μέσα στην ανθρώπινη ιστορία. Σημαντικά συνυφασμένη με την ατομική πρωτοβουλία και την προσπάθεια του ανθρώπου να δοκιμάσει κάτι που είναι ικανός να διεκπεραιώσει ([<αρχ. ἐπιχειρῶ], «είναι στο χέρι του»), προκειμένου να ξεπεράσει το γνωστικό του όριο και να δημιουργήσει κάτι καινούργιο, συσχετιζόταν πάντα με την τόλμη, το ρίσκο και την αποφασιστικότητα για κάτι νέο. Με τον τρόπο αυτόν, η επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα πολυεπίπεδο τρόπο σκέψης και οργανωσιακής συγκρότησης άρτια συντονισμένα μεταξύ τους, ώστε να παρουσιάζονται σε πολλές εκφάνσεις της οργανωμένης κοινωνικής, επιστημονικής και παραγωγικής διαδικασίας.

Ο όρος «επιχειρηματικότητα» αντανακλά ειδικότερες διαστάσεις του «σκέπτεσθαι» και του «λειτουργείν» και σε καμία περίπτωση δεν είναι μια στατική έννοια που σχετίζεται και γίνεται συνώνυμη της έναρξης μιας επιχείρησης και της θέσης αυτής σε λειτουργία. Ένα χαρακτηριστικό και σχολικό παράδειγμα για να γίνει περισσότερο αντιληπτή η έννοια του «*επιχειρηματικά σκεπτόμενου*» είναι εκείνο όπου ο υπάλληλος εταιρείας κινητής τηλεφωνίας συλλαμβάνει την ιδέα της του να ενσωματώσει στο κινητό τηλέφωνο μια κάμερα και να το καταστήσει με τον τρόπο αυτό πολύ-εργαλείο με περισσότερες λειτουργίες. Στο ίδιο πλαίσιο και περαιτέρω ένας ειδικότερος ορισμός της επιχειρηματικότητας έχει ειπωθεί ότι είναι η

διαδικασία που έγκειται στη δημιουργία ενός «καινούργιου», δηλαδή καινοφανούς πράγματος, προϊόντος ή υπηρεσίας με την έννοια ότι έχει μια αξία (είτε για την συγκεκριμένη αγορά στην οποία απευθύνεται, είτε για το κοινωνικό σύνολο ευρύτερα) και για τη δημιουργία αυτού του νέου – καινούργιου θυσιάζεται και επενδύεται προσπάθεια και χρόνος, αναλαμβάνονται κίνδυνοι οικονομικοί, κοινωνικοί αλλά και ψυχολογικοί οι οποίοι αντισταθμίζονται από τις αντίστοιχες οικονομικές, κοινωνικές και ψυχολογικές αμοιβές οι οποίες απορρέουν από το αποτέλεσμα της διαδικασίας αυτής¹.

Ο οικονομολόγος Alfred Marshall προσέγγισε την έννοια της επιχειρηματικότητας αναλύοντας στο ερευνητικό του έργο υπό τον τίτλο “Principles of Economics”, ότι η επιχειρηματικότητα είναι συγχρόνως εκείνη η κινητήριος οργανωτική δύναμη μεταξύ των συντελεστών της παραγωγικής διαδικασίας (κεφαλαίου, γης και εργασίας) συγχρόνως είναι κινητήρια οργανωτική δύναμη ως παραγωγικός συντελεστής πάνω στον οποίον παγιώνεται και σταθεροποιείται η οικονομική σκέψη και εναρμονίζει στη λειτουργία της του λοιπούς τρεις παραγωγικούς συντελεστές κατά και με σκοπό την παραγωγική διαδικασία². Κατά μια άλλη οπτική, η έννοια της επιχειρηματικότητας είναι πρακτική σύμφωνα με την οποία το γνωστικό κομμάτι γίνεται το μέσο και η οδός για να πραγματοποιηθεί ο σκοπός της³. Σύμφωνα δηλαδή με την προσέγγιση αυτή είναι ωσάν η επιχειρηματικότητα να έχει «προαποφασίσει» τον στόχο της και το σκοπό της και με εργαλείο τη γνώση να κατευθύνεται προς την επίτευξή του.

1.1.2. Η έννοια της επιχειρηματικής δράσης

Για την καλύτερη κατανόηση της επιχειρηματικότητας είναι σκόπιμο να προσεγγιστεί η ομόκεντρη και στενότερη έννοια αυτής, η έννοια της **επιχειρηματικής δράσης** και η έννοια του **επιχειρηματία**. Ευσύνοπτα στο σημείο αυτό, χωρίς την ανάλυση των επί μέρους εννοιών, τίθεται ως δεδομένο ότι η ανάπτυξη των επιχειρηματιών άρρηκτα συνδεδεμένη με τα κοινωνικά και οικονομικά δρώμενα και πλαίσια, ενώ παράλληλα η ουσιαστική και πρακτική υποστήριξη της επιχειρηματικής δράσης αποτελεί πολιτιστικό κοινωνικό και εθνικό

¹ <https://www.interactive-education.gr/blog/startup-demiourgia.html> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

² Welsch, H. P. (Ed.). (2004). Entrepreneurship: the way ahead. Psychology Press

³ Drucker, P. F. (2002). The discipline of innovation. Harvard business review

χαρακτηριστικό, όσο και σημείο αναφοράς για την πολιτιστική πορεία ενός κράτους⁴. Η οργάνωση και διαχείριση των βασικών παραγωγικών συντελεστών θα πρέπει να θεωρηθεί ότι παίζει καίριο ρόλο για την οργάνωση της παραγωγής και αυτό έχει ως αποτέλεσμα η επιχειρηματική δραστηριότητα να αποσκοπεί στην εναρμονισμένη ενσωμάτωση των λοιπών παραγωγικών συντελεστών στην παραγωγική δραστηριότητα⁵.

Σε όλο το φάσμα του επιχειρείν, από τις επιμέρους δραστηριότητας μέχρι και τις συντονισμένες δομημένες και συγκεκριμένες επιχειρήσεις, εξαιρετικά σημαντικό ρόλο έχουν οι διοικητικές δομές, οι οποίες αποτελούνται από πρόσωπα με αυξημένου κύρους ευθύνη, έχουν ιεραρχική οργάνωση και είναι αρμόδια και υπεύθυνα τόσο το στάδιο της λήψεως αποφάσεων, όσο και για την έκδοση εντολών και οδηγιών εντός των προβλεπόμενων εκάστοτε πλαισίων. Να σημειωθεί ότι απαραίτητο προαπαιτούμενο στα δικαιώματα, τις ευθύνες και εν γένει το σύνολο των διοικητικών αρμοδιοτήτων που συσχετίζονται με την ανάληψη ευθυνών και την λήψη αποφάσεων είναι η εν τοις πράγμασι πρωτοβουλία δράσεως που έχει και πάντα εντός των ορίων των αρμοδιοτήτων του. Μεταξύ των σπουδαιότερων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και αρμοδιοτήτων σε μια επιχείρηση είναι η πρόβλεψη και ο προγραμματισμός, (**Planning**), η οργάνωση (**Organizing**), η επικοινωνία και ο συντονισμός των δράσεων (**Leading**), καθώς επίσης ο έλεγχος και η αξιολόγηση (**Controlling**)⁶.

1.1.3. Η έννοια της νεοφυούς επιχειρηματικότητας

Ως **νεοφυείς επιχειρήσεις** ορίζονται σύμφωνα με το ESM - European Startup Monitor (ESM), ως οι επιχειρήσεις που διακρίνονται από τρία χαρακτηριστικά: Έχουν διάρκεια ζωής μικρότερη των δέκα (10) ετών, Διακρίνονται από καινοτόμο τεχνολογία ή/ και καινοτόμο επιχειρηματικό μοντέλο. Χαρακτηρίζονται από σημαντική ανάπτυξη πωλήσεων ή/και απασχόλησης. *Kollman, T., Stöckmann, C.,*

⁴ Γεώργιος Κορρές, Αν. Καθηγητής, Τμήμα Γεωγραφίας & Παναγιώτα Μανώλη, Λέκτορας, Τμήμα Μεσογειακών Σπουδών, Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα, ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ (ΜΚΕ) ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ, 2011-2012

⁵ Γεώργιος Κορρές, Αν. Καθηγητής, Τμήμα Γεωγραφίας & Παναγιώτα Μανώλη, Λέκτορας, Τμήμα Μεσογειακών Σπουδών, Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα, ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ (ΜΚΕ) ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ, 2011-2012

⁶ Γεώργιος Κορρές, Αν. Καθηγητής, Τμήμα Γεωγραφίας & Παναγιώτα Μανώλη, Λέκτορας, Τμήμα Μεσογειακών Σπουδών, Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα, ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ (ΜΚΕ) ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ, 2011-2012

Hensellek, S., Kensbock, J., (2016), *The 2nd European Startup Monitor, European Startup Monitor(ESM)*.

Η νεοφυής επιχειρηματικότητα δεν έχει έναν ειδικό και αποκρυσταλλωμένο ορισμό. Σύμφωνα με το Λεξικό της Οξφόρδης, «μια start-up είναι μια νεοσύστατη επιχείρηση». Από την άλλη, το Forbes δίνει άλλον ορισμό, σύμφωνα με τον οποίο «Η start-up είναι μια εταιρεία που εργάζεται για να δώσει λύση σε ένα πρόβλημα που δεν είναι προφανές και η επιτυχία του δεν είναι εγγυημένη». Το Επιχειρηματικό Λεξικό έρχεται να ενισχύσει εννοιολογικά τους δύο αυτούς ορισμούς και ορίζει ότι «μια εταιρεία πρώιμου κύκλου ζωής όπου οι επιχειρηματίες περνούν από το στάδιο της ιδέας στην εξασφάλιση χρηματοδότησης, ορίζοντας τη δομή του επιχειρηματικού μοντέλου και τις εκκινήσεις και συναλλαγές». «Startup είναι ένας προσωρινός οργανισμός ο οποίος είναι σχεδιασμένος να αναζητά ένα επαναλαμβανόμενο (repeatable) και επεκτάσιμο (scalable) επιχειρηματικό μοντέλο» (Blank, 2013, p.65), «Startup είναι ένας ανθρώπινος θεσμός, ο οποίος έχει σχεδιαστεί για να προσφέρει ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία υπό συνθήκες ακραίας αβεβαιότητας» (Ries, 2014).

Μια έτερη εννοιολογική προσέγγιση είναι αυτή κατά την οποία μια νεοφυής επιχείρηση είναι «μια νέα εταιρεία που μόλις αρχίζει να αναπτύσσεται. Οι νεοφυείς επιχειρήσεις είναι συνήθως μικρές και αρχικά χρηματοδοτούνται και λειτουργούν από λίγους ιδρυτές ή ένα άτομο. Αυτές οι εταιρείες προσφέρουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία που δεν προσφέρεται επί του παρόντος, αλλού στην αγορά, ή οι ιδρυτές τους πιστεύουν ότι προσφέρονται με κατώτερο τρόπο» (Sidiropoulos: 2017)⁷. Το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων έχει δημιουργήσει και ιδρύσει μια πλατφόρμα με επενδυτικό χαρακτήρα και αντικείμενο: «**Το Ταμείο Επιχειρηματικών Συμμετοχών (EquiFund)**», η οποία αποτελεί ένα εξαιρετικά σημαντικό θετικό πρόσημο στην πραγμάτωση και στην εξέλιξη του φαινομένου της ίδρυσης και της δημιουργίας νεοφυών επιχειρήσεων. Ας σημειωθεί ότι έως και το 2022, είχε υπολογιστεί ότι το EquiFund θα διέθετε σχεδόν το ποσό του ενός δισεκατομμυρίου ευρώ προκειμένου να χρηματοδοτηθούν ελληνικές Startups κατά το πρώτο στάδιο της έναρξης της λειτουργίας τους, προκειμένου αυτό να πυροδοτήσει την πρωτοβουλία και το κίνητρο των σχετικών επενδυτών να χρηματοδοτήσουν περαιτέρω τη νεοφυή επιχειρηματικότητα και να ευοδωθούν σημαντικές

⁷ Sidiropoulos, Z., (2017), The Development of Start-Up Entrepreneurship in Greece Supported by Modern Financing Methods, 7 th International Conference of ASECU Youth.

προσπάθειες ενίσχυσης και ανάπτυξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας (Antoniadis et al.: 2018).⁸

Νεοφυής επιχείρηση (Start-Up) είναι ένας οργανισμός που σχηματίζεται με σκοπό την εξαιρετικά γρήγορη ανάπτυξη και για τον λόγο αυτό στην έναρξη των εργασιών του έχει έναν έντονα προσωρινό χαρακτήρα, ενώ παράλληλα λειτουργεί κάτω από ένα επαναλαμβανόμενο και επιχειρηματικό μοτίβο, το οποίο έχει τέτοια δομή και δυναμική που να του εξασφαλίσει την άμεση και ευρεία επέκτασή του στην αγορά. Με άλλη διατύπωση θα ήταν εφικτό να διατυπωθεί ότι μια «*Start-Up επιχείρηση είναι μια εταιρεία σχεδιασμένη να αναπτύσσεται γρήγορα*». Αυτή η συνοπτική διατύπωση είναι εξαιρετικά χρήσιμη και αληθής σε όλη της την έκταση, καθώς αποτυπώνει μια επιχειρηματική ιδέα σχεδιασμένη να «*κινείται γρήγορα*». Κοινός εννοιολογικός παρονομαστής των δύο ορισμών που προηγήθηκαν αποτελεί ο ρυθμός με τον οποίον αναπτύσσεται η επιχείρηση. Αν σε αυτήν την ταχύρρυθμη σχεδιασμένη επιχειρηματική δράση, όπως έχει οριστεί προστεθεί και η έννοια της καινοτομίας τότε θα έχουμε τα πυρηνικά εννοιολογικά στοιχεία και δομικά χαρακτηριστικά μιας Start-Up⁹. Επομένως, σε μια προσπάθεια σύνθεσης των δύο βασικών στοιχείων της έννοιας μιας νεοφυούς επιχείρησης θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι η ενσωμάτωση μιας καινοτομίας μέσα σε μια επιχειρηματική ιδέα, η οποία είναι σχεδιασμένη και έχει τις δομικές προδιαγραφές να εξαπλώνεται ταχύτατα και να επεκτείνεται μέσα στην αγορά στην οποία απευθύνεται.

1.1.4. Τα βασικά χαρακτηριστικά της νεοφυούς επιχείρησης

Στα βασικά χαρακτηριστικά της νεοφυούς επιχείρησης είναι ο **προσωρινός χαρακτήρας της**, καθώς επίσης και το **επενδυτικό πλάνο** που έχει σχεδιασθεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να προλαμβάνει και να προοιωνίζει την εξέλιξη της σε μια επιχείρηση με την εδραιωμένη κανονικοποιημένη μορφή της. Περαιτέρω, ο μέσος όρος «ζωής» μιας Start Up είναι το είθισται να θεωρείται το ένα με το πολύ δύο χρόνια, καθώς μέσα σε αυτό το χρονικό πλαίσιο θα είναι εύλογο για την δομή και τη δυναμική της να έχει διαμορφώσει όλα εκείνα τα στοιχεία που θα της εξασφαλίσουν τα δομικά και λειτουργικά στοιχεία, υλικά και δεδομένα, ώστε να υφίσταται πλέον ως μια κανονική επιχείρηση. Με την έννοια της κανονικής

⁸ Antoniadis, V., Giakoumelos, M., Petkakis, T., Zacharia, Z., (2018), Greece's Startup Ecosystem. A prime opportunity for economic growth, The Boston Consulting Group, April 2018

⁹ <https://rejoin.gr/>, Ιωάννης Δ. Φαρσαρότας – Ευάγγελος Θ. Σπάτουλας

επιχείρησης, στην ουσία και πολλώ δε μάλλον στα ελληνικά δεδομένα, εννοούμενη ως «κανονική» επιχείρηση είναι μια σύννομη νομική μορφή που προβλέπεται από το νόμο, τόσο ως προς τις ειδικότερες διατυπώσεις της σύστασης, όσο και της σύννομης λειτουργίας της, καθώς ο νεοφυής επιχειρηματίας ή ιδιοκτήτης καλείται να υλοποιήσει το επιχειρηματικό πλάνο ή άλλως να ενσαρκώσει τον επιχειρηματικό του σχεδιασμό και εγχείρημα μέσα σε ένα νομικό μόρφωμα¹⁰.

Περαιτέρω, αναφέρθηκε στον ως άνω ορισμό ή καλύτερα στην προσπάθεια προσέγγισης ορισμού στο στοιχείο εκείνο της επανάληψης, ως ένα επαναλαμβανόμενο μοτίβο κάτι το οποίο συσχετίζεται με την παραδοχή ότι το προϊόν ή η υπηρεσία που σχεδιάζει, δημιουργεί και προωθεί μια νεοφυής επιχείρηση δεν θα έχει όρια στην χρήση υπό την αίρεση μετατροπών και άρα θα είναι εφικτό να χρησιμοποιείται χωρίς περαιτέρω τροποποίηση απευθείας από τους πελάτες της εταιρείας.

Συγχρόνως, το πελατειακό εύρος της εταιρείας θα πρέπει να είναι αρκετά ευμέγεθες, με δεδομένο ότι στόχος είναι η κάλυψη ραγδαίων και δυναμικών πελατειακών απαιτήσεων. Τέλος, η ειδοποιός διαφορά από κάθε άλλο ταχέως αναπτυσσόμενο τελικό προϊόν οποιασδήποτε άλλης επιχείρησης, είναι ότι το τελικό προϊόν που προωθεί στην σχετική αγορά μια νεοφυής επιχείρηση χαρακτηρίζεται από μια εξειδικευμένη καινοτομία και για τον λόγο αυτό έχει άμεση συνάφεια και συσχετισμό με τεχνολογικά προϊόντα και υπηρεσίες. Αυτό το καινοτόμο πρόσημο είναι συνώνυμο με το βασικό αίτιο της δημιουργίας της νεοφυούς επιχείρησης, καθώς με εργαλείο και οδηγό την ενσωματωμένη καινοτομία της ικανοποιεί μια εξειδικευμένη επιθυμία και ανάγκη του πελατολογίου της¹¹.

Συνοψίζοντας, τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων του νέου αυτού τομέα είναι: **η καινοτομία** (σε όλα τα επίπεδα συμπεριλαμβανομένης και της καινοτομίας σε επίπεδο επιχειρηματικού μοντέλου – *business model innovation*), **η προοπτική ταχείας ανάπτυξης με αυξημένο ρίσκο** έναντι των παραδοσιακών επιχειρήσεων, **η μεγαλύτερη ενδεχόμενη απόδοση** και η **επεκτασιμότητα** του επιχειρηματικού μοντέλου (scalability)¹².

¹⁰ <https://rejoin.gr/>, Ιωάννης Δ. Φαρσαρότας – Ευάγγελος Θ. Σπάτουλας

¹¹ <https://rejoin.gr/>, Ιωάννης Δ. Φαρσαρότας – Ευάγγελος Θ. Σπάτουλας

¹² Κλαδικές Στοχεύσεις, Νεοφυής επιχειρηματικότητα, ΣΤΟΧΑΣΙΣ Σύμβουλοι Επιχειρήσεων Α.Ε. (“STOCHASIS”)

1.1.5. Μορφές χρηματοδότησης της νεοφυούς επιχείρησης

Μια νεοφυής επιχείρηση μπορεί να χρηματοδοτηθεί με τους τυπικούς και πλέον καθιερωμένους τρόπους χρηματοδότησης, όπως είναι για παράδειγμα η χρηματοδότηση μέσω δανειοδότησης από πιστωτικά ιδρύματα, με δανεισμό από τον κοινωνικό ή οικογενειακό κύκλο ή με ένα βασικό αρχικό κεφάλαιο που προέρχεται από αποταμιεύσεις, χρηματοδότηση κάποιο επενδυτή ή αξιοποίηση της τήρησης των προδιαγραφών χρηματοδότησης από κάποιον κεντρικό εθνικό ή ευρωπαϊκό οργανισμό. Ωστόσο, υπάρχουν και άλλοι νεότεροι τρόποι να χρηματοδοτηθεί μια Startup, όπως είναι το **venture capital**, οι άγγελοι επενδυτές (**business angels**) και το **crowdfunding**. Ταυτόχρονα, δεν αποκλείεται μια νεοφυής επιχείρηση να χρησιμοποιήσει και κρατικούς δημόσιους πόρους ή ειδικά προγράμματα τα οποία αφορούν και αποσκοπούν στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Ειδική μνεία θα πρέπει να γίνει ως προς τα μέσα και τους τρόπους χρηματοδότησης των νεοφυών επιχειρήσεων η χρηματοδότηση μέσω των **θερμοκοιτίδων** και των **clusters** (Antoniadis et al.: 2018).

Οι θερμοκοιτίδες είναι μορφώματα και χώροι που διαδραματίζουν τον ρόλο ενός θεσμικού διαμεσολαβητή παρέχοντας υπηρεσίες, όπως υποδομή, δικτύωση και υποστήριξη του επιχειρηματικού πλάνου της νεοφυούς επιχείρησης, απλοποιώντας τις και ενισχύοντας διαδικασίες προσέγγισης πελατών. Αποτελούν με τον τρόπο αυτόν τον συνδετικό κρίκο της της νεοφυούς επιχείρησης με την αγορά, τον κύκλο των επενδυτών και των πελατών, όπου νεοφυής επιχείρηση επιθυμεί να συστηθεί, να εδραιωθεί και να επεκταθεί, ενώ παράλληλα παρέχοντας ταυτόχρονα υποστηρίζει την εσωτερική δομή και περιβάλλον της νεοφυούς επιχείρησης με πόρους υλικούς και πνευματικούς. Αυτό σημαίνει ότι οι θερμοκοιτίδες χρησιμοποιούν τόσο τα γνωστικά εργαλεία όσο και την αναγκαία υλικοτεχνική υποδομή και οικονομικούς πόρους λαμβάνοντας μια θέση ενός ενδιάμεσου μέρους σε μια προοπτική συναλλαγής όπου στο ένα άκρο είναι η νεοφυής επιχείρηση την οποία η θερμοκοιτίδα ενισχύει στατικά, συμβουλευτικά, οργανωτικά, γνωστικά και λειτουργικά και στο άλλο άκρο βρίσκεται το -ενίοτε και διεθνές- δίκτυο πελατών και επενδυτών το οποίο θα αξιοποιηθεί για την περαιτέρω εξέλιξη της startup¹³.

¹³ Gao, Q., Cui, L., Lew, Y.K., Li, Z., Khan, Z., (2021), Business Incubators as International Knowledge Intermediaries: Exploring their role in the internationalization of start-ups from an emerging market, Journal of International Management.

Όπως είναι αντιληπτό, ο ρόλος των θερμοκοιτίδων είναι ένας ρόλος γεμάτος προκλήσεις, λεπτούς χειρισμούς και εύθραυστες ισορροπίες, καθώς είναι ιδιαίτερα σύνθετη διαδικασία η γεφύρωση των νεοφυών επιχειρήσεων με τα διάφορα νευραλγικά σημεία αναφοράς της εκάστοτε αγοράς, όπως είναι το σημείο του προσδοκώμενου επενδυτή και το σημείο του επιθυμητού περάτη. Ωστόσο, ο ενδιάμεσος ρόλος μεσάζοντα που έχει να διαδραματίσει η θερμοκοιτίδα δίνει αρκετές φορές την ευκαιρία και την δυνατότητα να αντικατάστασης θεσμών της αγοράς και να σύνδεσης των νεοφυών επιχειρήσεων με δίκτυο από προμηθευτές, με σημαντικά κεφάλαια, με σύνολα υπηρεσιών και λειτουργιών της αγοράς, αλλά και την δυνατότητα αξιοποίησης εγκαταστάσεων και λοιπών παροχών που έχουν ως αποτέλεσμα την ουσιαστική υποστήριξη και σταθεροποίηση της επιχειρηματικής ανάπτυξής τους. (Gao et al.: 2021).

Δεν θα ήταν υπερβολή να ειπωθεί μάλιστα, στο σημείο αυτό ότι οι θερμοκοιτίδες πέραν των άλλων επιτελούν και ένα έργο που προσομοιάζει με αυτό ενός πρακτορείου για τους πελάτες, αφού έρχονται σε άμεση επαφή με το εξωτερικό περιβάλλον, και βρίσκονται σε άμεση έκθεση και αμοιβαία επίδραση με θεσμικούς παράγοντες, έχοντας μάλιστα πρακτικά και σημαντικά απότοκα από την αλληλεπίδραση αυτή, όπως είναι η δυνατότητά τους για απομείωση αν όχι σε κάποιες περιπτώσεις απαλλαγή από φορολογικές υποχρεώσεις των νεοφυών επιχειρήσεων. Η εξαιρετική σημασία της δράσης μιας τέτοιας δυναμικής, εκτός των άλλων ειδικά για μια startup, είναι πολύτιμη, καθώς η εξοικονόμηση πόρων από φόρους, δίνει την ευκαιρία διάθεσης των εξοικονομούντων φόρων στο εσωτερικό της επιχείρησης, τόσο για σκοπούς ενίσχυσης της λειτουργίας ή της διαχείρισης, όπως και για υλική αξιοποίηση και επένδυση σε γραφειακούς χώρους, ακόμα και σε εκπαίδευση διαχείρισης παρακάμπτοντας την εξωτερική αγορά (Gao et al.: 2021).

Η πλειονότητα των θερμοκοιτίδων παγκοσμίως εντοπίζεται σε ανώτερα εκπαιδευτικά ιδρύματα. Αυτού του είδους οι πανεπιστημιακές θερμοκοιτίδες δίνουν τη δυνατότητα στις νεοφυείς επιχειρήσεις να αλληλοεπιδράσουν με την εσωτερική πανεπιστημιακή κοινότητα, στον ίδιο βαθμό που αλληλοεπιδρούν με εξωτερικά δίκτυα. Το προφανές πλεονέκτημα σε αυτή τη μορφή θερμοκοιτίδων έγκειται στο ότι αποκτούν γνώσεις και πληροφορίες εκ των έσω που δεν υποκαθίστανται και έχουν έτσι ένα ανταγωνιστικό γνωστικό πλεονέκτημα που τους δίνει προβάδισμα

επιδόσεων στην επιχειρηματική τους δράση, δικτύωση και στο επιχειρηματικό γίνεσθαι ευρύτερα¹⁴ (Loganathan et al.: 2021).

Συνοψίζοντας αναφορικά με το σύστημα χρηματοδότησης των θερμοκοιτίδων, όπως και η ονομασία του μέσου αυτού αποτυπώνει, δημιουργεί ένα σαφές προστατευτικό πλαίσιο γύρω από την νεοφυή επιχείρηση, ούτως ώστε να μπορέσει να προσλάβει όλα εκείνα τα πρωταρχικά ερεθίσματα, τους βασικούς πόρους και τα εργαλεία, υλικοτεχνικά, κοινωνικά, οικονομικά, συμβουλευτικά, περιουσιακά εν ευρεία εννοία όπως π.χ. είναι η πελατεία, προκειμένου να μπορέσει να εισαχθεί στην αγορά, να γίνει αναγνωρίσιμη, να δικτυωθεί και να σταθεροποιηθεί σε αυτό το στάδιο μέχρι να αποβάλει τον χαρακτήρα της νεοφυούς και να αποκτήσει τη δυναμική, την διαχείριση και την οργάνωση της τυποποιημένης επιχείρησης στην οποία αποβλέπει να εξελιχθεί.

Το **crowdfunding** είναι ένας τρόπος χρηματοδότησης ο οποίος προέρχεται από το πλήθος (ενν. «crowd = πλήθος και funding= χρηματοδότηση) και πρόκειται στην ουσία για μια μορφή χρηματοδότησης όπου οικονομικοί πόροι συγκεντρώνονται μέσα από την οικονομική συμμετοχή και ενίσχυση των ατόμων που τα ίδια ενδιαφέρονται να υποστηρίξουν την επιχειρηματική ιδέα με την οποία ήρθαν σε επαφή ή απλώς σε γνώση. Το **crowdfunding** είναι ευρύτερα διαδεδομένο μέσα από τον κλάδο της βιομηχανίας, αλλά και από φιλανθρωπικές δράσεις και η ενσωμάτωσή του γίνεται κατά βάση μέσω μιας επιχειρηματικής πλατφόρμας. Αποτελεί μια εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης, σύμφωνα με την οποία ορισμένοι επενδυτές επενδύουν σε projects επιχειρηματικότητας, ενίοτε αποκτούν χρηματικά κεφάλαια ή ακόμη και έναν μηχανισμό απόδοσης εισοδήματος που προσομοιάζει στα κεφάλαια.

Το crowdfunding συνδυάζει την κλασική χρηματοδότηση των επιχειρήσεων με τους αγγέλους επενδυτές (**business angels**) μέσω του διαδικτύου, συνδέοντας έτσι ζήτηση και προσφορά κεφαλαίων και προσφέροντας τη δυνατότητα άμεσης αλληλεπίδρασης μεταξύ τους. Ο μηχανισμός συνήθως είναι δομημένος μέσω μιας ηλεκτρονικής πλατφόρμας, στην οποία σε πρώτο στάδιο μια νεοφυής επιχείρηση αναρτά το επιχειρηματικό της σχέδιο συνοδευόμενο από τις σχετικές πληροφορίες ανάπτυξης και εξέλιξής του και οι επενδυτές της πλατφόρμας, τόσο θεσμικοί, όσο

¹⁴ Loganathan, M., Bala-Subrahmanya, M.H., (2021), Technological outcome achievements by startups at university-based incubators: an empirical analysis in the Indian context, Technology Analysis and Strategic Management.

και απλοί επενδυτές, διερευνούν την χρηματοοικονομική αποτελεσματικότητα της επιχείρησης (Xiong et al.: 2021)¹⁵ και επενδύουν στον βαθμό που επιθυμούν άμεσα στην επιχειρηματική ιδέα.

Ειδικότερα, το Crowdfunding ορίζεται ως «*μια νέα μορφή χρηματοπιστωτικής υπηρεσίας, που βασίζεται στην τεχνολογία, η συμμετοχική χρηματοδότηση ("Crowdfunding")*» και η εδραίωση και η διάδοσή του ως μέσο και χρηματοδοτικό εργαλείο κλιμακώνεται σε παγκόσμιο επίπεδο για τις νεοφυείς και μικρομεσαίες επιχειρήσεις¹⁶. Ως εργαλείο είναι ιδιαίτερα διαδεδομένο στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, καθώς μαζί με το venture capital αποτελεί ένα εναλλακτικό μέσο χρηματοδότησης που εμφανίζει πλεονεκτήματα σε σχέση με τον κλασικά παγιωμένο τρόπο χρηματοδότησης του τραπεζικού δανεισμού¹⁷.

Αξίζει να σημειωθεί ότι αποτελεί μια εν τοις πράγμασι επιβράβευση της επιχειρηματικής ιδέας και εξασφαλίζει προσβασιμότητα μεγάλου αριθμού ατόμων σε αυτή, γεγονός που αποκομίζει επιπλέον οφέλη στην επένδυση, όπως την ωφέλιμη αλληλεπίδραση εμπειριστατωμένων απόψεων και ενημέρωση, γίνεται ένα ισχυρό προωθητικό εργαλείο της επιχειρηματικής ιδέας, ενώ ανεξάρτητα από την επιτυχία του αποτελέσματος της χρηματοδότησης η διαφήμιση είναι μια παράλληλη διαδικασία αφού το κοινό μαθαίνει και εξοικειώνεται τόσο με την επιχείρηση, όσο και με την ίδια την επιχειρηματική ιδέα¹⁸.

Στις 20.10.2020 ψηφίστηκε ο **Ευρωπαϊκός Κανονισμός (ΕΕ) 2020/1503** του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου αναφορικά με τους Ευρωπαίους παρόχους υπηρεσιών συμμετοχικής χρηματοδότησης για επιχειρήσεις (ο λεγόμενος «**Crowdfunding Regulation**»)¹⁹, ο οποίος σε εφαρμογή τέθηκε πρώτη φορά στις 10.11.2021.

¹⁵ Xiong, J., Du, Y., (2021), Equity Allocation in Equity-based Crowdfunding of Startups Based on Lobbying and Reputation Considerations, Converter Magazine, Vol. 2021, No. 7

¹⁶ Νίκος Κοντιζάς, Crowdfunding: Επανεκκίνηση, Capital.gr [Crowdfunding: Επανεκκίνηση | Capital](#) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁷ Νίκος Κοντιζάς, Crowdfunding: Επανεκκίνηση, Capital.gr [Crowdfunding: Επανεκκίνηση | Capital](#) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁸ Νίκος Κοντιζάς, Crowdfunding: Επανεκκίνηση, Capital.gr [Crowdfunding: Επανεκκίνηση | Capital](#) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁹ Νίκος Κοντιζάς, Crowdfunding: Ισχύον Νομοθετικό Πλαίσιο, [Crowdfunding: Ισχύον Νομοθετικό Πλαίσιο | Capital](#) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

Η συμμετοχική χρηματοδότηση έχει κάνει την εμφάνισή της στο πλαίσιο της προσπάθειας για διευκόλυνση και βελτιστοποίηση της προσβασιμότητας τόσο των επενδυτών όσο και των επιχειρήσεων σε νέες μορφές χρηματοδότησης²⁰. Αυτή η μορφή χρηματοδότησης, η οποία έχει εφαρμογή κατά βάση στον χώρο του διαδικτύου, το έργο το οποίο επιτελεί έγκειται στην άμεση διασύνδεση και επαφή των εξής μερών: αφενός της επιχείρησης, αφετέρου τον οιονδήποτε με τυπικές ή μη προδιαγραφές επενδυτή που επιθυμεί να συνεισφέρει, να προσφέρει, να χορηγήσει πίστωση, δάνειο ή να επενδύσει ένα χρηματικό κεφάλαιο στο άλλο μέρος το οποίο έχει ανάγκη αυτή την χρηματοδότηση, η οποία σε κάθε περίπτωση αιτιολογείται από ένα συγκεκριμένο επιχειρηματικό συγκεκριμένο σχέδιο²¹.

Η επιτυχία της ως άνω μορφής χρηματοδότησης προϋποθέτει ότι οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες που θα παρουσιάζουν τις επενδυτικές προτάσεις των εκδοτών και θα δέχονται τις επενδυτικές προτάσεις των επενδυτών δεν θα υπόκεινται στο σύνολο των αυστηρών κανόνων που διέπουν τη λειτουργία των τόπων διαπραγμάτευσης²². Η ανάγκη αυτή αναγνωρίζεται σε ενωσιακό επίπεδο, για το λόγο δε αυτό η Ευρωπαϊκή Επιτροπή²³ έχει ήδη συντάξει σχέδιο κανονισμού για τους παρόχους υπηρεσιών συμμετοχικής χρηματοδότησης²⁴

Αναφορικά με τα **clusters** («**συστάδες**», «**εταιρικές συμπράξεις**»), που ως έννοια η οποία άρχισε να εμφανίζεται και να διαδίδεται στη δεκαετία του 1990, αυτά είναι μορφές συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και άλλων φορέων και είναι κατ' ουσία σχήματα επιχειρηματικά τα οποία έχουν ως βασική στοχοθεσία τους μέσω της σύνθεσής του να προωθήσουν, να υποστηρίξουν και να αναδείξουν καινοτόμες και ανταγωνιστικές πρακτικές και αφορούν ομάδες επιχειρήσεων που ανταγωνίζονται μεταξύ τους και κατά κανόνα είναι στο ίδιο γεωγραφικό εύρος, γεγονός που κάνει την αλληλεπίδρασή τους αναπόφευκτη και άρα άξια καλόπιστης αξιοποίησης των δεδομένων αυτών με σκοπό την επίτευξη οικονομικών κλίμακας (π.χ. σε επίπεδο αποθήκευσης, προμηθειών κ.ο.κ.) την κατάλληλη πρόσβαση σε οικονομικούς, χρηματοοικονομικούς αλλά και γνωστικούς πόρους, την άμεση και έγκαιρη

²⁰ Β. Τουντόπουλος, Δίκαιο Κεφαλαιαγοράς, 2η έκδ., 2021, § 3, σ. 83

²¹ Β. Τουντόπουλος, Δίκαιο Κεφαλαιαγοράς, 2η έκδ., 2021, § 3, σ. 84

²² Βλ. ως άνω.

²³ Βλ. Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on European Crowdfunding Service Providers (ECSP) for Business, COM(2018) 113 final.

²⁴ Βλ. ως άνω

πληροφόρηση, την δυνατότητα και την ενθάρρυνση ως προς την ανάληψη πρωτοβουλιών με σκοπό να μειωθεί το κόστος παραγωγής και την λειτουργική αναβάθμιση και την ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων – εταιριών²⁵.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα και περίπτωση επιχειρηματικού cluster υπήρξε ιστορικά το φαινόμενο της Silicon Valley (San Francisco Bay Area), ωστόσο μέχρι τις μέρες μας έχουν αναπτυχθεί και επεκταθεί τα επιχειρηματικά Clusters σε πάρα πολλές χώρες παγκοσμίως²⁶. Επομένως, θα ήταν ασφαλές να ειπωθεί ότι η ιστορία ανέδειξε ότι δεν πρόκειται για μια επιχειρηματική τάση, αλλά για μια πρακτική η οποία φάνηκε να εδραιώθηκε με το πέρασμα των ετών και να ανέδειξε την αποτελεσματικότητά της και την σημασία της για τον επιχειρηματικό κόσμο τόσο σε εθνικό όσο και υπερεθνικό επίπεδο

1.1.6. Στάδια ανάπτυξης νεοφυούς επιχείρησης

Τα στάδια ανάπτυξης μιας νεοφυούς επιχείρησης είναι κατά βάση **έξι**, όπως υποστηρίζεται σε μέρος της βιβλιογραφίας, αν και κάποιες φορές ακολουθείται κάποια σχετική υποδιαίρεσή τους στο πλαίσιο της ευελιξίας της μορφής της νεοφυούς επιχείρησης. Τα στάδια αυτά είναι τα εξής: 1) **η ανακάλυψη** (discovery), 2) **η νομιμοποίηση** (validation), 3) **η αποδοτικότητα** (efficiency), 4) **η κλιμάκωση** (scale), 5) **η μεγιστοποίηση του κέρδους** (sustain), 6) **η διατήρηση** (conservation)²⁷.

Περαιτέρω, ένας εναλλακτικός διαχωρισμός των σταδίων ανάπτυξης μιας νεοφυούς επιχείρησης είναι αυτός των κάτωθι **οκτώ (8) σταδίων**, σύμφωνα με την οποία η «γέννηση» ξεκινά με παρόμοιο της ως άνω «ανακάλυψης» τρόπο, δηλαδή την σύλληψη της ιδέας και ολοκληρώνεται με την υλοποίησή της²⁸. Ενδιάμεσα κατά 1^{ον}) της σύλληψης της ιδέας, με την έννοια του εντοπισμού της επιχειρηματικής ευκαιρίας και κατά 8^{ον}) της υλοποίησής της, υπάρχει 2) η διαδικασία του ελέγχου

²⁵ <https://www.businessmentor.gr/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

²⁶ <https://www.businessmentor.gr/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

²⁷ Max Marmer, Bjoern Lasse Herrmann, Ertan Dogrultan, Ron Berman, Report Extra on Premature Scaling, 2011

²⁸ <https://rejoin.gr/>, Ιωάννης Δ. Φαρσαρότας – Ευάγγελος Θ. Σπάτουλας (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

της συγκεκριμένης επιχειρηματικής προοπτικής, ο οποίος αφορά κατά βάση την σύσταση και την στελέχωση της ομάδας ίδρυσης και τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη του αρχικού προϊόντος), 3) η αναζήτηση και η επιλογή του τρόπου χρηματοδότησης, το «στήσιμο» -όπως θα λέγαμε απλοϊκά- της εταιρείας και η θεμελίωση εκείνων των κανόνων και πρακτικών που συνιστούν την λεγόμενη εσωτερική (εταιρική) κουλτούρα, 4) η διαλεύκανση με την έννοια του σαφούς προσδιορισμού όλων εκείνων των διαδικασιών που αφορούν το σύστημα διαχείρισης δεδομένων, λειτουργίας, δομής και οργάνωσης, 5) η περαιτέρω «ανάπτυξη» με την τεχνική έννοια του όρου του ειδικού επιχειρηματικού προϊόντος με σύμφωνα με το επιχειρηματικό πλάνο και την αξιολόγησή του από την αγορά, 6) η δημιουργία και η διατήρηση ενός δικτύου προώθησης και πώλησης κατάλληλα προσαρμοσμένη στα ειδικότερα χαρακτηριστικά του προϊόντος και ο ειδικότερος προωθητικός μηχανισμός και η εξέλιξή του και 7) η πελατειακή υποστήριξη και εξυπηρέτηση²⁹.

Σε κάθε περίπτωση ως άτυπο στάδιο τελευταίο αλλά καθόλου ήσσονος σημασίας δεν πρέπει να λησμονηθεί ότι είναι η στρατηγική εξόδου που ακολουθείται από την νεοφυή επιχείρηση, πολλώ δε μάλλον αν λάβει κανείς υπόψη ότι λόγου του χαμηλού σχετικά κόστους εκκίνησης της νεοφυούς επιχείρησης, πολλές εκκινούν, αλλά λίγες αναγνωρίζουν την επιτυχία. Έτσι, πολλές φορές η στρατηγική εξόδου αποτελεί όχι μόνο χαρακτηριστικό, αλλά και προϋπόθεση για τον επενδυτή σε νεοφυή επιχείρηση.

Έτσι η στρατηγική εξόδου (exit strategy) αντιμετωπίζει στην περίπτωση αυτή μέσω μιας εναλλακτικής οδού μια ενδεχόμενη αποτυχία, ώστε να αποφορτίσει τον αντίκτυπό της ως μια κατάσταση εκτάκτου ανάγκης, ή ακόμη όταν έχουν όταν έχουν ολοκληρωθεί ή ορισμένοι στόχοι της επιχείρησης, οπότε κλείνει ένας κύκλος στόχων³⁰. Με άλλα λόγια, η στρατηγική υψηλού ρίσκου που ακολουθείται από μια νεοφυή επιχείρηση, ενέχει τον κίνδυνο να οδηγήσει αυξημένα ποσοστά αποτυχίας και μικρό ποσοστό επιτυχημένων Startup, καθώς το πλήθος εν τέλει αυτών που καταφέρνουν να υλοποιήσουν τον αρχικώς τεθειμένο στόχο είναι ένας στους δώδεκα³¹ και η πραγματικότητα αυτή καθιστά αναγκαίο στοιχείο για τη

²⁹ <https://rejoin.gr/>, Ιωάννης Δ. Φαρσαρότας – Ευάγγελος Θ. Σπάτουλας (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

³⁰ <https://www.zoom-out.gr/%CF%84%CE%B9-%CE%B5%CE%B9%CE%BD%CE%B1%CE%B9-startup/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

³¹ Kasych & Amelyaniuk, The Nature of Startup Development: Concepts, Theories, Trends, Conditions, 2020

βιωσιμότητα της νεοφυούς επιχείρησης η μελέτη, η θεμελίωση και η απόδειξη ενός αποδοτικού και αποτελεσματικού exit strategy.

1.2. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΝΕΟΦΥΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

1.2.1. Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός

Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός (**business plan**) είναι ένα μια διαδικασία λεπτομερούς σχεδιασμού μια επιχειρηματικής ιδέας, η οποία λειτουργεί κατ' αρχάς ως εργαλείο οριοθέτησης για τον επιχειρηματία ή ακόμη και ευρύτερα για το σύνολο της επιχειρηματικής ομάδας, προκειμένου να συγκεκριμενοποιηθεί και να προσδιοριστεί η επιχειρηματική ιδέα, να αποφευχθούν οι πιθανοί αντιπερισπασμοί και να συστηματοποιηθεί αποτελεσματικά η ανάλυση, η μελέτη, η πρακτική εφαρμογή και σχεδίαση του συνόλου των πρακτικών και των ενεργειών που θα συντελέσουν ως ξεχωριστές συνιστώσες κείμενες στην ίδια κατεύθυνση που δεν είναι άλλη από τον μετασχηματισμό της επιχειρηματικής ιδέας σε μια λειτουργική και βιώσιμη επιχείρηση³². Το κρίσιμο στοιχείο που αναγάγει τον επιχειρηματικό σχεδιασμό σε θεμελιώδους σημασία παράγοντα βιωσιμότητας της νεοφυούς επιχείρησης έγκειται στην χρονική προτεραιότητά του έναντι οποιασδήποτε άλλης διαδικασίας ή ακόμη και έναρξης της επιχείρησης. Στην ουσία πρόκειται για ένα **προκαταρκτικό σχέδιασμα επικείμενης εξέλιξης** της επιχείρησης και προσφέροντάς της μια ποικιλία εργαλείων και μεθόδων που βοηθούν στην ανίχνευση των αναγκών της, στη μελέτη αυτών, στην παρακολούθηση και εποπτεία της πορείας της και πιθανότητα στον προβληματισμό και την πρόληψη ζητημάτων μέσα από τον εντοπισμό ωφέλιμων αλλαγών.

Πλήθος ερευνών που έχουν διεξαχθεί επισημαίνει την καίρια σημασία του στρατηγικού και επιχειρησιακού σχεδιασμού, καθώς αυτός είναι ένα θετικό πρόσημο τόσο στην έναρξη όσο και στην επακόλουθη πορεία της επιχείρησης και

³² Στρατηγικό και Επιχειρηματικό Σχέδιο, Παροχή Υπηρεσιών Συμβουλευτικής Υποστήριξης – 5^{ος} Κύκλος Επιχειρηματικού Επιταχυντή, PLANET

συνιστά ένα διαρκές προνόμιο για την εξέλιξή της και την απόδοσή της. Μια τέτοια έρευνα είναι και η έρευνα με την ονομασία «**Στρατηγικός Σχεδιασμός και Επιχειρηματική Απόδοση: Μια Σύνοψη περισσότερων από δύο δεκαετιών έρευνας**» («*Strategic Planning and Firm Performance: A Synthesis of More Than Two Decades of Research*»). Κατά την εκπόνηση της συγκεκριμένης έρευνας και ανάλυσης, αναπτύχθηκε ένα μοντέλο, το οποίο αφού χρησιμοποίησε τα λεγόμενα μετα-αναλυτικά δεδομένα, ήτοι δεδομένα που είχαν συστηματοποιηθεί και είχε γίνει η ποσοτικοποίησή τους, όπως αυτά προέκυψαν από είκοσι έξι δημοσιευμένες μελέτες, δοκιμάστηκε εμπειρικά στη συνέχεια στην έρευνα αυτή (Miller and Cardinal, 1994)³³.

Επιπρόσθετα, τα ευρήματα της έρευνας υπό τον τίτλο «**Επιδράσεις του Τυπικού Στρατηγικού Σχεδιασμού στη Χρηματοοικονομική Απόδοση στις Μικρές Επιχειρήσεις: Μια Μετα-Ανάλυση**» («*Effects of Formal Strategic Planning on Financial Performance in Small Firms: A Meta-Analysis.*»), εντός των πλαισίων της οποίας διερευνήθηκαν και αναλύθηκαν προηγούμενες μελέτες, υπογράμμισαν και επαλήθευσαν την υπόθεση ότι η σφαιρική και ολιστική σχέση μεταξύ του **τυπικού/ επίσημου στρατηγικού σχεδιασμού και της εξέλιξης και μετέπειτα απόδοσης της επιχείρησης είναι κρίσιμα θετική και αποτελεσματική**, ούτως ώστε να επάγεται το συμπέρασμα ότι ο στρατηγικός σχεδιασμός είναι μια ωφέλιμη δραστηριότητα για τις μικρές επιχειρήσεις (Schwenk et al. 1993)³⁴.

Για μια νεοφυή επιχείρηση είναι ζωτικής σημασίας η χρηματοδότησή της. Προκειμένου να πείσει όμως τους εν δυνάμει επενδυτές να την χρηματοδοτήσουν, πέρα από την παρουσίαση της καινοτόμου κεντρικής ιδέας, πρέπει να παρουσιάσει ένα σαφές επιχειρηματικό σχέδιο. Ένα επιχειρηματικό μοντέλο είναι αναγκαίο εργαλείο για μια Start-Up, προκειμένου να παρουσιαστεί ευσύνοπτα και αποτελεσματικά τόσο η ιδέα που θα ενσωματωθεί στο νέο επιχειρηματικό μόρφωμα, όσο και η οικονομική διάσταση, μέσα στην ουσία από την παρουσίαση μιας πρότασης κέρδους.

³³ Miller, C & Cardinal, Laura. (1994). "Strategic planning and firm performance: a synthesis of more than two decades of research." *Academy of Management Journal* Vol. 37 No.6 1649-1665. 10.2307/256804 <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/256804>

³⁴ R. Schwenk, Charles & Shrader, Charles. (1993). Effects of Formal Strategic Planning on Financial Performance in Small Firms: A Meta-Analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 17. 10.1177/104225879301700304. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/104225879301700304>

1.2.2. To Business Model Canvas

Το **Business Model Canvas** είναι ένα μοντέλο υπό την έννοια του προτύπου της στρατηγικής διαχείρισης μιας επιχείρησης, το οποίο αποτυπώνει τα ήδη υφιστάμενα επιχειρηματικά μοντέλα υπό το πρίσμα του ότι αιτιολογεί την παγίωσή τους και παράλληλα εκφράζει τα μοντέλα υπό την έννοια των πλαισίων εντός των οποίων θα δημιουργηθούν και θα αναπτυχθούν νέα πρότυπα. Το γεγονός ότι αποτυπώνει με μορφή μιας οπτικοποιημένης παρουσίασης και πραγματικού σχεδίου τα θεμελιώδη στοιχεία της επιχείρησης, προσδίδει στο μοντέλο αυτό όλα τα πλεονεκτήματα ενός ευσύνοπτου και ευέλικτου εργαλείου, που επικοινωνεί άμεσα και αποτελεσματικά τα δεδομένα για της υποδομές της επιχείρησης, τα χαρακτηριστικά του παραγόμενου προϊόντος ή της παρεχόμενης υπηρεσίας, τις αξίες της επιχείρησης, την επιχειρηματική της κουλτούρα, τα οικονομικά της δεδομένα, τα περιουσιακά στοιχεία όπως είναι το δίκτυο πελατών.

Επιπλέον συνδράμει ουσιαστικά την επιχείρηση στην προσπάθειά της να εναρμονίσει και να συντονίσει τη δραστηριότητά της μέσω της αποτύπωσης ενδεχόμενων συμβιβασμών, σφυγμομετρήσεων κινδύνων και λήψεως καίριων στρατηγικών αποφάσεων. Το **Business Model Canvas** εισήχθη ως αρχική ιδέα από από τον **Alex Osterwalder** και έκτοτε ακολούθησαν πολλές και πολλαπλές παραλλαγές του³⁵.

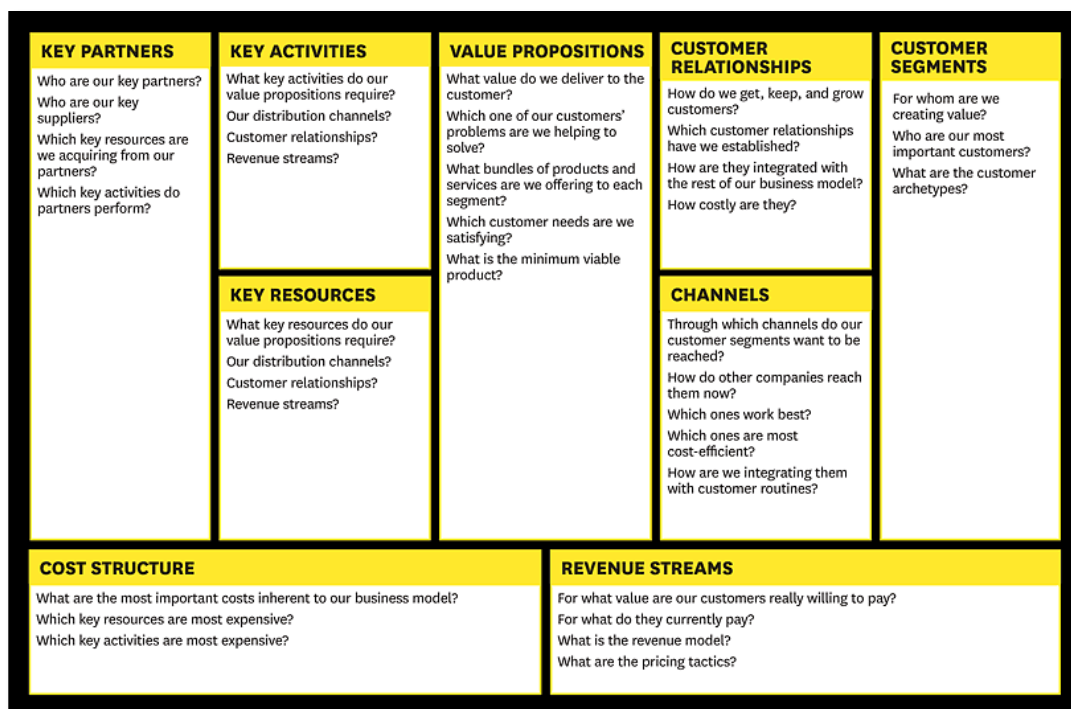
Όπως έχει ήδη σημειωθεί ανωτέρω, ο Dr. Alex Osterwalder υπήρξε ο «εφευρέτης» του Business Model Canvas, και το σύνολο της ερευνητικής του εργασίας επί του συγκεκριμένου είχε ως βασικό άξονα την περιγραφή και την αξιολόγηση του εν λόγω εργαλείου, προκειμένου αυτό να γίνει περισσότερο ανταγωνιστικό, αποτελεσματικότερο ως προς την μεθοδολογία του και το περιεχόμενό του και να αντικατοπτρίζει μέσω ενδεικτικών ερωτήσεων για τα διάφορα στάδια της επιχειρηματικής δραστηριότητας με την προοπτική της βελτίωσης και της αξιολόγησης³⁶.

Το Business Model Canvas, του Dr. Alex Osterwalder αποτελείται από 9 building Blocks, δηλαδή εννέα υποενότητες οι οποίες αναλυτικά παρουσιάζονται στο

³⁵ <https://www.p-consulting.gr/business-model-canvas> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

³⁶ Δημήτρης Παξιμάδης, Business Model Canvas, ένα νέο και δυναμικό εργαλείο επιχειρηματικότητας για κάθε επιχείρηση, [Business Model Canvas, Δυναμικό Εργαλείο Επιχειρηματικότητας | Kemel](#)

εγχειρίδιο «*Business Model Generation, A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*», το οποίο συνδημιουργήθηκε από 470 επαγγελματίες του "Business Model Canvas" από 45 χώρες και εξηγεί τα πιο συνηθισμένα πρότυπα επιχειρηματικών μοντέλων, τους πελάτες, τα κανάλια διανομής, τους συνεργάτες, τις ροές εσόδων, το κόστος και την κεντρική σας πρόταση αξίας. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται το Business Model Canvas³⁷:



Πίνακας 1: Business Model Canvas

Η ενότητα **Key Partners** ασχολείται με ζητήματα συνεργατών, όπως: «ποιοι είναι οι κύριοι συνεργάτες μας, ποιοι είναι οι κύριοι προμηθευτές μας, ποια σημαντικά μέσα αποκτάμε από συνεργάτες μας; ποιες κύριες δραστηριότητες εκτελούν συνεργάτες μας»³⁸. Η ενότητα **Key Activities** ασχολείται με ζητήματα εσωτερικών διαδικασιών, όπως «ποιες καθοριστικές εσωτερικές εταιρικές διεργασίες απαιτούν: «Η προτεινόμενη αξία, τα κανάλια επικοινωνίας και διανομής, οι ροές εσόδων»³⁹. Η ενότητα **Key Resources** ασχολείται με ζητήματα όπως: «ποιους κύριους

³⁷ [A Better Way to Think About Your Business Model \(hbr.org\)](http://hbr.org) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

³⁸ Δημήτρης Παξιμάδης, Business Model Canvas, ένα νέο και δυναμικό εργαλείο επιχειρηματικότητας για κάθε επιχείρηση, [Business Model Canvas, Δυναμικό Εργαλείο Επιχειρηματικότητας | Kemel](#)

³⁹ Δημήτρης Παξιμάδης, Business Model Canvas, ένα νέο και δυναμικό εργαλείο επιχειρηματικότητας για κάθε επιχείρηση, [Business Model Canvas, Δυναμικό Εργαλείο Επιχειρηματικότητας | Kemel](#)

πόρους/μέσα απαιτούν: η προτεινόμενη αξία, τα κανάλια επικοινωνίας και διανομής, οι πελατειακές σχέσεις, οι ροές εσόδων»⁴⁰.

Η ενότητα **Value Proposition** ασχολείται με ζητήματα όπως: «ποιες είναι οι παρεχόμενες αξίες στην εκάστοτε ομάδα πελατών, ποια προβλήματα ή προβληματικές ενότητες των πελατών μας στοχεύουμε να επιλύσουμε, τι δέσμες προϊόντων ή/και υπηρεσιών παρέχουμε και προωθούμε σε κάθε ομάδα πελατών, ποιες είναι οι ανάγκες που ικανοποιούμε σε κάθε πελάτη ή ομάδα πελατών, ποιο είναι το «ελάχιστο βιώσιμο» προϊόν, (*MVP ή Minimum Viable Product, όπως ορίζεται τεχνικά η απλούστερη μορφή προϊόντος/υπηρεσίας, η οποία με προδοκιμαστικές τεχνικές παρουσιάζεται σε ένα δείγμα πιθανών ή μελλοντικών πελατών, προκειμένου να αποτιμηθεί η επιγενόμενη αποδοχή του*)⁴¹. Η ενότητα **Channels** ασχολείται με ζητήματα όπως: «μέσω ποιων καναλιών επιθυμούν οι πελάτες μας να τους προσεγγίσουμε, πως τους προσεγγίζουν άλλες εταιρείες, ποια κανάλια είναι πιο αποδοτικά, με τι κόστος, πως συνδέονται με τις συνήθειες των πελατών»⁴².

Η ενότητα **Customer Relationship** ασχολείται με ζητήματα όπως: «πως διαχειριζόμαστε την προσέγγιση, απόκτηση εξυπηρέτηση αύξηση και πιστότητα των πελατών, πως διασυνδέονται με τα λοιπά στοιχεία του business model, πόσο δαπανηρά είναι», η ενότητα **Customer Segments** ασχολείται με ζητήματα όπως: «για ποιες πελατειακές ομάδες δημιουργούμε αξία, ποιοι είναι οι πιο σημαντικοί μας πελάτες, πως διαφοροποιούνται δημογραφικά και ψυχογραφικά» και η ενότητα **Revenue Streams** ασχολείται με ζητήματα όπως: «Για ποια παρεχόμενη αξία οι πελάτες δέχονται να πληρώσουν; τι αγοράζουν και τι/πως πληρώνουν σήμερα, πως θα προτιμούσαν να πληρώσουν, πως τα επιμέρους έσοδα συμβάλλουν στα συνολικά έσοδα ανα ροή εσόδου»⁴³.

Τέλος, η ενότητα **Cost Structure**, ασχολείται με ζητήματα όπως: «αν διαθέτουμε κοστολόγιο σύμμορφο με το επιχειρηματικό μοντέλο μας; (π.χ. επιχειρηματικό μοντέλο χαμηλού κόστους = χαμηλό κοστολόγιο), εάν γνωρίζουμε επακριβώς ποια

⁴⁰ Δημήτρης Παξιμάδης, Business Model Canvas, ένα νέο και δυναμικό εργαλείο επιχειρηματικότητας για κάθε επιχείρηση, [Business Model Canvas, Δυναμικό Εργαλείο Επιχειρηματικότητας | Kemel](#)

⁴¹ Δημήτρης Παξιμάδης, Business Model Canvas, ένα νέο και δυναμικό εργαλείο επιχειρηματικότητας για κάθε επιχείρηση, [Business Model Canvas, Δυναμικό Εργαλείο Επιχειρηματικότητας | Kemel](#)

⁴² Βλ. ως άνω υποσημείωση

⁴³ Δημήτρης Παξιμάδης, Business Model Canvas, ένα νέο και δυναμικό εργαλείο επιχειρηματικότητας για κάθε επιχείρηση, [Business Model Canvas, Δυναμικό Εργαλείο Επιχειρηματικότητας | Kemel](#)

τμήματα του επιχειρηματικού μοντέλου μας επιβαρύνονται με τα μεγαλύτερα κόστη, πόσο λιτό είναι το κοστολόγιο μας»⁴⁴.

1.2.3. Η Ανάλυση SWOT

Περαιτέρω, συναντούμε και άλλα εργαλεία στρατηγικού επιχειρηματικού σχεδιασμού στις νεοφυείς επιχειρήσεις, τα οποία τα συναντούμε ευρύτερα στις επιχειρήσεις. **Η ανάλυση SWOT** είναι ένα ιδιαίτερο εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο είναι δομημένο με τέτοιο τρόπο, ώστε να αναλύει και να αξιολογεί διαμοιρασμένα τόσο τα εσωτερικά στοιχεία μιας επιχείρησης, όσο και τα εξωτερικά και συνδυασμένοι οι εσωτερικοί και εξωτερικοί παράγοντες να συγκεντρώνονται και να αξιολογούνται με σκοπό είτε να ληφθεί μια απόφαση από τα υπεύθυνα και αρμόδια για αυτό όργανα της επιχείρησης, είτε να υλοποιηθεί μια συγκεκριμένη στοχοθεσία αποτελούμενη από έναν ή επιμέρους στόχους των οποίων η ολοκλήρωση είναι ευκαταία⁴⁵.

Μια ανάλυση SWOT (σε κάποιες περιπτώσεις καλούμενη και ως «*μήτρα SWOT*») ελέγχει και εξετάζει τέσσερα θεμελιώδη στοιχεία του αντικειμένου προς ανάλυση, το οποίο ενδέχεται να είναι λ.χ. μια επιχείρηση, μια υπηρεσία, ένα προϊόν, μονάδα ή ομάδα πελατών, όπου εξαιρετικής σημασίας για το συμπέρασμα στο οποίο θα καταλήξει είναι η ορθή αποτύπωση των δεδομένων, υπό την έννοια ότι θα πρέπει να καταβληθεί η μέγιστη δυνατή προσπάθεια να είναι ρεαλιστική, να ελλείπει κάθε υποκειμενικό στοιχείο στην εκτίμηση κάθε δυναμικής και στοιχείου, ώστε να δείχνει με τον πιο προσήκοντα τρόπο την πιο πραγματιστική εκδοχή της υπάρχουσας κατάστασης⁴⁶.

Η Ανάλυση SWOT είναι διαιρεμένη σε δύο βασικούς άξονες: Στην ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης που είναι τα «**Δυνατά**» (**Strengths**), δηλαδή οι Δυναμικές της, τα σημεία εκείνα στα οποία έχει πλεονέκτημα και «**Αδύναμα**» (**Weaknesses**) σημεία, δηλαδή τα σημεία εκείνα στα οποία υστερεί και έχει Αδυναμίες και στην ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης

⁴⁴ Δημήτρης Παξιμάδης, Business Model Canvas, ένα νέο και δυναμικό εργαλείο επιχειρηματικότητας για κάθε επιχείρηση, [Business Model Canvas, Δυναμικό Εργαλείο Επιχειρηματικότητας | Kemel](#)

⁴⁵ [swot.pdf \(uop.gr\)](#) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

⁴⁶ [SWOT analysis: Ένα πολύτιμο εργαλείο στο χέρι του μικρού επιχειρηματία. Τι είναι και πως λειτουργεί. - Business Mentor](#) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

όπου βλέπουμε να απεικονίζονται οι «Ευκαιρίες» (Opportunities) και οι «Απειλές» (Threats)⁴⁷, οι οποίες αναλύονται παρακάτω.

Τα **Δυνατά σημεία** της επιχείρησης είναι ένα σύνολο πλεονεκτημάτων που διαθέτει η επιχείρηση πάνω στα οποία μπορεί να στηριχθεί προκειμένου να προχωρήσει στη σχετική επιχειρηματική της απόφαση. Ενδεικτικά και όχι περιοριστικά αναφέρονται στην παρούσα ορισμένα, όπως μπορεί να είναι ένα «ειδικό» προϊόν ή μια «ειδική» υπηρεσία που δεν είναι γνωστό ή είναι εντελώς καινούργιο για την αγορά, η εύρωστη οικονομική κατάστασή της όπως μεταφράζεται μέσα από κέρδη, αυξήσεις αναπτυξιακών δεικτών, ανοδικό κύκλο εργασιών, έσοδα, τη συνετή οικονομική διαχείριση, την ενισχυμένη πιστοληπτική ικανότητα, την προνομακική θέση της (niche market) μέσα σε μια συγκεκριμένη αγορά που την έχει ήδη αναδείξει και εδραιώσει, ένα ισχυρό brand name το οποίο αντικατοπτρίζει καλή φήμη, φερεγγυότητα και αξιόπιστη επιχειρηματική κουλτούρα (niche market), την ενδεχόμενη ύπαρξη πατέντας ή πνευματικών δικαιωμάτων τα οποία αποτιμώνται ως περιουσιακά στοιχεία, καταρτισμένο και αφοσιωμένο εργατικό δυναμικό, εμπειρία και βαθιά γνώση του αντικειμένου στο οποίο δραστηριοποιείται, την στρατηγική τοποθεσία της επιχείρησης, το «ανταγωνιστικό πλεονέκτημα» της επιχείρησης, όπως αυτό μεταφράζεται ευρύτερα σε οποιοδήποτε στοιχείο ή χαρακτηριστικό που την κάνει μοναδική και της δίνει ένα προβάδισμα στην αγορά μεταξύ επιχειρήσεων του ίδιου κλάδου ή του ίδιου αντικειμένου⁴⁸.

Αντίστοιχα, τα αντίθετα σημεία της **τα Αδύναμα**, ενδέχεται να είναι μια προβληματική και ανορθόδοξη οικονομική διαχείριση, οι περιορισμένες οργανωτικές και διοικητικές ικανότητες της επιχείρησης, τα ανεπαρκή για τους στόχους της κεφάλαια ή ακόμη και το ελλειπές κεφάλαιο κίνησης, η περιορισμένη πιστοληπτική της ικανότητα, η αδυναμία της επιχείρησης ως δανειστής να αιτηθεί σύμφωνα με τις απαιτήσεις του νόμου και να εισπράξει τις απαιτήσεις οφειλών από πελάτες της, πιθανά λειτουργικά προβλήματα στις λειτουργίες της (π.χ. στην παραγωγή, διανομή, προώθηση, τιμολόγηση, μάρκετινγκ κλπ.)⁴⁹.

Στο σημείο αυτό να σημειωθεί ότι τα «**Δυνατά**» και «**Αδύνατα**» σημεία της επιχείρησης ενδέχεται να αλλάζουν στο εκάστοτε SWOT analysis, αφού τόσο τα

⁴⁷ [Ανάλυση SWOT \(epixeirein.gr\)](http://epixeirein.gr)

⁴⁸ [Ανάλυση SWOT \(epixeirein.gr\)](http://epixeirein.gr) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

⁴⁹ [Ανάλυση SWOT \(epixeirein.gr\)](http://epixeirein.gr) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

μεν όσο και τα δε μπορεί να υπάρχουν στο σύνολό τους, αλλά να μην συσχετίζονται με τον συγκεκριμένο στόχο ή απόφαση που στοχεύει να αντιμετωπίσει το εργαλείο. Στην ίδια λογική ένα στοιχείο μπορεί να έχει ιδιαίτερη σημασία να έχει διακλαδώσεις ως προς τα «**Δυνατά**» και «**Αδύνατα**» σημεία του, αν οι διακλαδώσεις αυτές με την έννοια των υποκατηγοριών εξυπηρετούν τη συγκεκριμένη στιγμή τη σκέψη και την ανάλυση και επιμετρούνται ως αυξημένης βαρύτητας παράγοντες. Για παράδειγμα στην ανάλυση μιας οικονομικής απόφασης που εξαρτά χρηματοοικονομικά δεδομένα, η πιστοληπτική ικανότητα με τον θετικό ή τον αποθετικό της ορισμό είναι εύλογο να αναλύεται περισσότερο από την γνωστική κατάρτιση του προσωπικού της επιχείρησης επί της τεχνολογίας του προϊόντος, χωρίς να παύει το τελευταίο να είναι σημαντικό, αλλά όχι και τόσο άμεσα σχετιζόμενο.

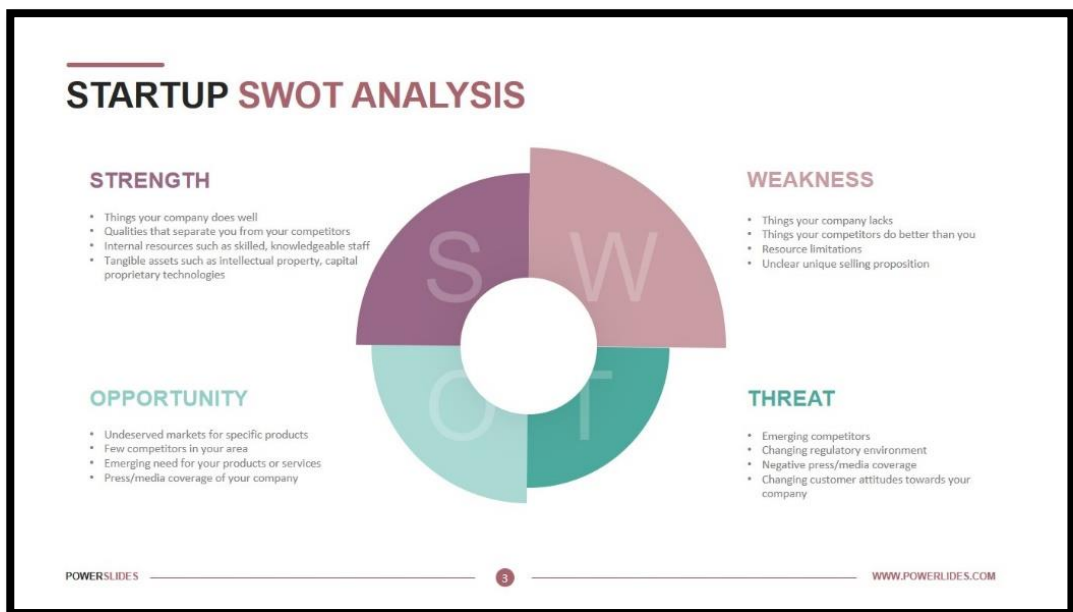
Από την άλλη πλευρά, στο εξωτερικό περιβάλλον, εξετάζονται **οι Ευκαιρίες**, οι οποίες ενδέχεται να αφορούν σε συγκυρίες του εξωτερικού περιβάλλοντος όπως για παράδειγμα γεγονότα της τρέχουσας ή της επικείμενης επικαιρότητας που μπορεί να αφορούν τα τεχνολογικά επιτεύγματα και εξελίξεις, ευνοϊκές νομοθετικές αλλαγές στο φορολογικό αλλά και στο ευρύτερο νομικό πλαίσιο εντός του οποίου κινείται η επιχείρηση, επενδυτικά προϊόντα και προγράμματα όπου η επιχείρηση πληροί τις προδιαγραφές για να αξιοποιήσει, κοινωνικές εξελίξεις οι οποίες ενισχύουν το έργο και τους σκοπούς της, αυξομειώσεις στον πληθυσμό της αγοράς στην οποία απευθύνεται και μπορεί να τις εκμεταλλευτεί προς όφελός της, η πιθανή ύπαρξη ενός αδύνατου σημείου του ανταγωνισμού στον συγκεκριμένο κλάδο ή ακόμη σε η ύπαρξη ενός «κενού» στην συγκεκριμένη αγορά που θα μπορούσε να καλυφθεί από την επιχείρηση και να αποκτήσει έτσι μια προνομακή θέση τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή, καθώς επίσης και ειδικότερες ad hoc τάσεις της αγοράς που θα μπορούσαν να αξιολογηθούν ως ευκαιρίες προς όφελος της επιχείρησης⁵⁰.

Τέλος, οι **Απειλές**, ως ανάστροφη ανάγνωση και έννοια των Ευκαιριών ενδέχεται να αφορούν σε διάφορους συγκυριακούς παράγοντες που στη συγκεκριμένη περίπτωση να λειτουργήσουν ανασταλτικά ως προς την απόφαση και τον στόχο που στοχεύει το εργαλείο SWOT, επειδή μπορεί για παράδειγμα εκθέτουν σε κίνδυνο την βιωσιμότητα της επιχείρησης, να ενέχουν ζητήματα σχετικά με τον

⁵⁰ SWOT analysis: Ένα πολύτιμο εργαλείο στο χέρι του μικρού επιχειρηματία. Τι είναι και πως λειτουργεί. - Business Mentor (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

ανταγωνισμό που μπορεί να αντιμετωπίσει με τρόπο που θα την αποδυναμώσει στις αποδόσεις της ή ακόμη και με τρόπους που βάλουν τα κεφάλαια εκείνα που σχετίζονται με την χρηματοδότησή της⁵¹.

Στον παρακάτω πίνακα, παρουσιάζεται σχηματικά το εργαλείο ανάλυσης SWOT στον σχεδιασμό μιας startup⁵²: Πρόκειται στην ουσία για ένα πίνακα-γράφημα, όπου ακόμη και η ισομερής κατανομή κάθε τομέας (Strengths – Weaknesses - Opportunities - Threats), απεικονίζεται ισομερώς, δηλώνοντας συγχρόνως, ότι κανένας δεν είναι ήσσονος σημασίας για το αξιόπιστο αποτέλεσμα που θα προκύψει από την εφαρμογή της συγκεκριμένης μεθόδου.



Πίνακας 2: Start-Up Swot Analysis

1.3. Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΣΕ ΚΑΘΕ ΣΤΑΔΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΝΕΟΦΥΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1.3.1. Η έννοια της καινοτομίας

⁵¹ SWOT analysis: Ένα πολύτιμο εργαλείο στο χέρι του μικρού επιχειρηματία. Τι είναι και πως λειτουργεί. - Business Mentor(πρόσβαση Απρίλιος 2023)

⁵² Business PowerPoint Templates for Busy Professionals | PowerSlides (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

Ο όρος startup έχει ως προς την εξελικτική του πορεία μέσα σε μια καθιερωμένη αγορά έχει καθιερωθεί να προσδιορίζεται βάσει της έντονης δυναμικής του, της ευρείας προοπτικής των δυνατοτήτων του ως ένα περιβάλλον εργασίας με αυτά τα χαρακτηριστικά και συγχρόνως ως μια εναλλακτική νοοτροπία που επιζητάει την **ανατροπή** σε μια ήδη παγιωμένη και διαμορφωμένη αγορά⁵³. Οι startups συνίστανται ιδίως σε σχηματισμούς οι οποίοι έχουν αναπτυχθεί έχοντας ως πυρήνα μια καινοτόμα ιδέα.⁵⁴ Η καινοτομία της νεοφυούς επιχείρησης αποτελεί αναγνωριστικό και βασικό χαρακτηριστικό, προσδιοριστικό της ταυτότητάς της. Συγχρόνως, η μορφή της καινοτομίας διαφοροποιείται και ανάλογα με το τμήμα ή το αντικείμενο εστίασής της στην παραγωγική διαδικασία κατηγοριοποιείται ως φέρεται και στην οικεία βιβλιογραφία «καινοτομία προϊόντος», «καινοτομία διαδικασίας», «οργανωτική καινοτομία» ή/και συνδυασμός αυτών. Δεν είναι λίγες οι φορές όπου η καινοτομία προϊόντος και η οργανωτική καινοτομία επιτυγχάνονται μέσα από την αξιοποίηση νέων τεχνολογιών και ερευνητικών συμπερασμάτων, ενώ είναι αρκετές φορές όπου ο οργανωτικός νεωτερισμός δίνει την κατεύθυνση σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο καινοτομίας (Dickson, 2004)⁵⁵.

Οι εξελικτικές καταβολές της χρήσης της λέξης «**καινοτομία**» είναι εφικτό να ανευρεθούν ακόμη και σε έγγραφα του Αριστοτέλη του 4ου αιώνα π.Χ. (Πολιτ. 1265a.10-12: «*τὸ μὲν οὖν περιττὸν ἔχουσι πάντες οἱ τοῦ Σωκράτους λόγοι καὶ τὸ κομψὸν καὶ τὸ καινοτόμον καὶ τὸ ζητητικόν*») αλλά και ακόμη πιο πίσω στον χρόνο, χρονολογούμενες τον 5ο αιώνα π.Χ (Πλατ. Νομ. 792b.8-c.2: «*ἀλλὰ το τι νέον αἰὶ καινοτομοῦντα καὶ εἰσφέροντα τῶν εἰωθότων ἕτερον*») όπου ο **όρος καινοτομία πλέον χρησιμοποιείται για να αποδώσει «τη δύναμη της εισφοράς στα κοινά της εφεύρεσης και της κοινωνικής μεταρρύθμισης»⁵⁶.**

Περαιτέρω, αξιοσημείωτες εννοιολογικές προσεγγίσεις του όρου «καινοτομία» βρίσκονται στη διεθνή βιβλιογραφία, ενώ στο παρόν εκπόνημα ενδεικτικά παρατίθεται: ο ορισμός που αποδίδεται από τον J. Schmookler για την καινοτομία: «*Όταν μία επιχείρηση παράγει ένα αγαθό ή μία υπηρεσία, ή χρησιμοποιεί μέθοδο ή εισροή, που αποτελεί κάτι καινούργιο για την ίδια, τότε προβαίνει σε μία τεχνολογική*

⁵³ Dewey, C. (2014), Solar startup creates commercial line, Economic Development, Small Business & Startups, and Sustainability, GR Business Journal.

⁵⁴ Salamzadeh, A. and Kawamorita, H., 2015, Startup Companies: Life Cycle and Challenges

⁵⁵ Dickson, A. (2004), Pre-incubation and the New Zealand Business Incubation Industry

⁵⁶ https://www.huffingtonpost.gr/andreas-attaloglou/-3699_b_9019640.html

αλλαγή. Η πρώτη εταιρεία που πραγματοποιεί μία δεδομένη τεχνική αλλαγή είναι καινοτόμος. Η πράξη αυτή αποτελεί καινοτομία» και ο ορισμός από τον Chris Freeman (1982): «η βιομηχανική καινοτομία περιλαμβάνει τις δραστηριότητες τεχνικού σχεδιασμού, παραγωγής, διοίκησης και εμπορίας που σχετίζονται με την εισαγωγή ενός νέου (ή βελτιωμένου) προϊόντος ή με την πρώτη εμπορική εφαρμογή μιας νέας (ή βελτιωμένης) διαδικασίας ή εξοπλισμού»⁵⁷.

Η καινοτομία έχει οριστεί επίσης ως «η χρήση της γνώσης με σκοπό την παραγωγή και παροχή νέων προϊόντων ή υπηρεσιών που οι καταναλωτές επιθυμούν»⁵⁸. Η καινοτομία δεν περιορίζεται αποκλειστικά στην έννοια της αλλαγής, αλλά ανταποκρίνεται σε κάτι πολύ περισσότερο, όπως είναι το σύνολο της προοδευτικής διαδικασίας που προηγείται της αλλαγής και οι επιμέρους καινοτομίες με την έννοια αυτή αποτελούν πολυσχιδείς και πολυεπίπεδες νέες δημιουργίες, με μεγάλη οικονομική σημασία και δεν περιορίζονται στη σύλληψη και στη διάχυση των στοιχείων της γνώσης αλλά και στον μετασχηματισμό των στοιχείων αυτών σε νέα αυτοτελή προϊόντα ή νέες αυτοτελείς παραγωγικές διαδικασίες⁵⁹.

Μια ουσιώδης και πυρηνική υπόθεση του *Εγχειριδίου του Όσλο* είναι ότι η καινοτομία έχει τη δυνατότητα να μετριέται, αλλά και ότι πρέπει να αντιμετωπίζεται ως μετρήσιμο μέγεθος⁶⁰. Η παραδοχή αυτή, η οποία λειτούργησε ως βασική προϋπόθεση στο να είναι εφικτή η μέτρηση του μεγέθους της καινοτομίας, κατέστη θεμελιώδες κριτήριο για την διαλογή των ορισμών αλλά και της ταξινόμησης⁶¹. Αυτό το διακριτικό χαρακτηριστικό της μετρήσιμης καινοτομίας είναι και ειδοποιός διαφορά σε σχέση με λοιπά δεδομένα τα οποία προσεγγίζουν εννοιολογικά και ορίζουν την καινοτομία⁶². Ο γενικός ορισμός της

⁵⁷https://el.wikibooks.org/wiki/%CE%9F_%CF%81%CF%8C%CE%BB%CE%BF%CF%82_%CF%84%CE%B7%CF%82_%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%84%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1%CF%82_%CF%83%CF%84%CE%BF_%CF%83%CF%8D%CE%B3%CF%87%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF_management (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

⁵⁸ Tomala, F. & Seneccal, O., 2004: «Innovation management: a synthesis of academic and industrial points of view», Elsevier, Intern. Journal Of Project Management

⁵⁹ Edquist, C., (1997), "Systems of Innovation Approaches - Their emergence and characteristics", In: Edquist, C.,McKelvey, M. (Eds.), Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations, London.

⁶⁰ EKT (2022), Εγχειρίδιο του Όσλο 2018: Κατευθυντήριες γραμμές για τη συλλογή, την παρουσίαση και τη χρήση στατιστικών δεδομένων για την καινοτομία, 4η έκδοση, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου, σελ. 20

⁶¹ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 20

⁶² Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 20

καινοτομίας έχει ως εξής: «*Μια καινοτομία (innovation) είναι ένα νέο ή βελτιωμένο προϊόν ή διαδικασία (ή συνδυασμός των δύο) που διαφέρει σημαντικά από προηγούμενα προϊόντα ή διαδικασίες της ίδιας μονάδας και έγινε διαθέσιμο σε πιθανούς χρήστες (προϊόν) ή τέθηκε σε λειτουργία από τη μονάδα (διαδικασία)*»⁶³.

Μολονότι κάποιος θα μπορούσε να ισχυριστεί ότι ο προσδιορισμός και η αξιολόγηση του χαρακτηριστικού της καινοτομίας αντιμετωπίζει ως εγγενές ζήτημα το στοιχείο του σχετικού και της υποκειμενικότητας, ωστόσο η πρακτική της εφαρμογή είναι εκείνο το σημείο αναφοράς όπου η καινοτομία απεκδύεται τον υποκειμενικό χαρακτήρα και καθίσταται ένα μέγεθος αντικειμενικό, μετρήσιμο, συγκρίσιμο με την έννοια ότι τόσο το όφελος όσο και το νεωτεριστικό στοιχείο που ενσωματώνονται στο στάδιο της εφαρμογής την διαφοροποιεί πρακτικά και ουσιαστικά από ό,τι τυχόν έχει προϋπάρξει σε επίπεδο προϊόντος ή διαδικασίας⁶⁴.

Συνεπώς είναι αυτή η πρακτική εφαρμογή ο τρόπος με τον οποίον τα δεδομένα που στοιχειοθετούν την καινοτομία συγκεντρώνονται, συλλέγονται, παρουσιάζονται, μετρούνται και συσχετίζονται με συγγενείς διαδικασίες ή προϊόντα άλλων επιχειρήσεων, τόσο σε εθνικό όσο και υπερεθνικό επίπεδο, αλλά και σε επίπεδο κλαδικό, δομικό και διαφοροποιούνται από δραστηριότητες επιχειρήσεων διαφορετικού μεγέθους, οργάνωσης και δομής, από μικρού μεγέθους επιχειρήσεις που παράγουν αποκλειστικά ένα προϊόν, αλλά και ευμεγέθεις επιχειρήσεις ακόμη και πολυεθνικές επιχειρήσεις που παράγουν και προωθούν μεγάλο εύρος αγαθών και υπηρεσιών⁶⁵.

1.3.2. Είδη καινοτομίας

Η καινοτομία περνώντας από το εννοιολογικό στάδιο στην εφαρμογή της, όπου και όπως προαναφέρθηκε εκεί τεκμηριώνεται ο αντικειμενικός και μετρήσιμος χαρακτήρας είναι εφικτό και επιθυμητό να κατηγοριοποιηθεί. Κριτήριο της κατηγοριοποίησης, άλλως της ταξινόμησής της είναι με βάση τις περιστάσεις

⁶³ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 20

⁶⁴ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 20

⁶⁵ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 20

άλλοτε το αντικείμενό της, άλλοτε το χρονοδιάγραμμα μέσα στο οποίο αυτή διεξάγεται και ολοκληρώνεται, άλλοτε η οργανωτική διαδικασία που ενέχει και την χαρακτηρίζει, ενώ δεν αποκλείεται κριτήριο να είναι η το κοινωνικό της αποτύπωμα και η επιρροή της στην κοινωνία στην οποία εισάγεται. Τα ενδεικτικά κριτήρια που αναφέρθηκαν για την κατηγοριοποίηση μιας καινοτομίας είναι απολύτως στεγανοποιημένα διαχωριστικά, καθώς είναι εξαιρετικά συχνό το φαινόμενο μια καινοτομία να υπάγεται σε περισσότερες από μια κατηγορίες είτε με τρόπο σύμπτωσης, είτε ακόμη και με την έννοια της αλληλοεπικάλυψης⁶⁶. Οι πλέον γνωστές και τυποποιημένες κατηγορίες στις οποίες θα υπαχθεί μια καινοτομία βάσει της ανωτέρω συλλογιστικής είναι τέσσερις και το πλέον σύνηθες κριτήριο για τον διαχωρισμό αυτόν αποτελεί το καθαυτό αντικείμενο της καινοτομίας. Έτσι στην θεωρία, αλλά και στην πράξη γίνεται λόγος για «*καινοτομία προϊόντος*», «*καινοτομία διαδικασίας*», «*καινοτομία μάρκετινγκ*» και «*οργανωσιακή καινοτομία*»⁶⁷.

Στο σημείο αυτό θα αναφερθούν ευσύνοπτα τα χαρακτηριστικά κάθε μίας από τις προαναφερθείσες κατηγορίες καινοτομίας. Έτσι, όσον αφορά την έννοια της «*καινοτομίας προϊόντος*» (**product innovation**), αυτή αναφέρεται στην ένταξη ενός προϊόντος στην αγορά με την ευρύτερη έννοια, δηλαδή είτε εισαγωγή ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας, το οποίο προϊόν φέρει χαρακτηριστικά ή επιτελεί και προορίζεται για χρήσεις που έχουν ως κοινό στοιχείο και πλεονέκτημα το στοιχείο του νέου και ουσιαστικά βελτιωμένου σε σχέση με ό,τι ήταν μέχρι εκείνη τη στιγμή της εισαγωγής του γνωστό στην αγορά. Έτσι η καινοτομία προϊόντος (product innovation) είναι ένα καινούργιο ή εξελιγμένο αγαθό ή υπηρεσία που συγκρινόμενο με όσα προϊόντα, ήτοι αγαθά ή υπηρεσίες που παρείχε ή προωθούσε μια επιχείρηση σε μια αγορά αυτό διαφοροποιείται σε σημαντικό βαθμό και ουσιωδώς από τα προϋπάρχοντά του⁶⁸.

Εντοπίζουμε με αυτόν τον τρόπο, τα όσα αναλύθηκαν παραπάνω για τα στοιχεία του μετρήσιμου μεγέθους της καινοτομίας, καθώς εννοιολογικά η καινοτομία προϊόντος υπονοεί με προφανή ωστόσο τρόπο μια σύγκριση με ό,τι υπήρχε στην

⁶⁶ InnoSupportTransfer – Υποστήριξη της Καινοτομίας στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (MME) © InnoSuTra

⁶⁷ Oslo Manual, 3rd Edition. (2005). Guidelines for collecting and interpreting innovation data

⁶⁸ EKT (2022), Εγχειρίδιο του Όσλο 2018: Κατευθυντήριες γραμμές για τη συλλογή, την παρουσίαση και τη χρήση στατιστικών δεδομένων για την καινοτομία, 4η έκδοση, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου, σελ. 21

συγκεκριμένη αγορά σε προηγούμενο της καινοτομίας στάδιο και στην ουσία δηλώνει την ανατροπή του καθιερωμένου, όπως αυτή η ανατροπή συνίσταται στα ιδιαίτερα νέα και βελτιωμένα χαρακτηριστικά του καινοτόμου προϊόντος. Αυτό το είδος καινοτομίας είναι άμεσα συνδεδεμένο με τα τεχνικά χαρακτηριστικά, τις τεχνικές προδιαγραφές, τα επιμέρους συστατικά και μέρη του αγαθού ή της υπηρεσίας, τα οποία βελτιώνει και εξελίσσει ουσιαστικά είτε μέσω της ενσωματωμένης τεχνολογίας του είτε μέσω των επαγόμενων και συμφυών της χρήσης του λειτουργικών χαρακτηριστικών του⁶⁹.

Όπως έχει ήδη υπογραμμιστεί η καινοτομία προϊόντος νοείται μέσω της απόδοσης σε ένα αγαθό ή μια υπηρεσία σημαντικών βελτιώσεων, όπως οι βελτιώσεις αυτές μπορούν να αποτυπωθούν σε ένα ή τεχνικά χαρακτηριστικά ή σε μια ή περισσότερες τεχνικές προδιαγραφές του προϊόντος⁷⁰. Οι βελτιώσεις αυτές, ενδέχεται είτε να αφορούν σε προσθήκη αμιγώς νέων χαρακτηριστικών και λειτουργιών ή σε αναβάθμιση ήδη υφιστάμενων χαρακτηριστικών και λειτουργιών, με τρόπο που γίνονται άμεσα αντιληπτές από τον χρήστη και προσδίδουν αξία στην χρησιμότητα και στην ωφέλεια που απολαμβάνει από το φέρον την καινοτομία προϊόν⁷¹. Στο σημείο αυτό, είναι χρήσιμο να γίνει μια ενδεικτική μικρή μνεία στην έννοια των «**λειτουργικών χαρακτηριστικών**» τα οποία αφορούν ποιοτικά χαρακτηριστικά, τεχνικές προδιαγραφές, φερεγγυότητα, χρόνο ζωής του προϊόντος, η αποδοτικότητα κατά τη χρήση και η αποτελεσματικότητα με την ευρύτερη οικονομική έννοια του όρου, στοιχεία που προσδιορίζουν την προσβασιμότητα του χρήστη στο προϊόν, την ευκολία στην χρήση, την εργονομία, την ουσιαστική η χρηστικότητα, καθώς επίσης και το κατά πόσο το προϊόν είναι από τον συνδυασμό των ανωτέρω φιλικά προσκείμενο στον χρήστη⁷².

Εξαιρετικά σημαντική αποσαφήνιση στο σημείο αυτό είναι ότι οι καινοτομίες προϊόντος αρκεί να βελτιώνουν, να εξελίσσουν και να αναπτύσσουν από μία έως

⁶⁹ Oslo Manual, 3rd Edition. (2005). Guidelines for collecting and interpreting innovation data, 156, p.48

⁶⁹ Oslo Manual, 3rd Edition. (2005). Guidelines for collecting and interpreting innovation data, 163, p.49

⁷⁰ ΕΚΤ (2022), Εγχειρίδιο του Όσλο 2018: Κατευθυντήριες γραμμές για τη συλλογή, την παρουσίαση και τη χρήση στατιστικών δεδομένων για την καινοτομία, 4η έκδοση, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου, σελ. 75

⁷¹ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 75

⁷² Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 75

και μερικές ιδιότητες, λειτουργίες ή προδιαγραφές του προϊόντος και όχι να το μεταβάλλουν στο σύνολό του ή να τις επηρεάζουν όλες τις αποδόσεις του εν γένει⁷³. Επιπλέον οι βελτιώσεις, ανεξάρτητα από το αν συνίστανται σε μία προσθήκη αυτοτελώς νέας λειτουργίας ή στην ανάπτυξη και εξέλιξη ήδη υπάρχουσας δεν αποκλείεται αυτό να σημαίνει ταυτόχρονα και την απώλεια ορισμένων άλλων προηγούμενων της καινοτομίας λειτουργιών, οι οποίες μπορεί να υποκαθίστανται, να αντικαθίστανται, να χάνονται οριστικά, ή ακόμη και να επιδεινώνονται ή να συρρικνώνονται με την επέλευση της καινοτομίας στη λειτουργία του προϊόντος⁷⁴.

Σε συμπλήρωση των εννοιών του πλαισίου της καινοτομίας προϊόντος και σε συνέχεια της αναφοράς στα λειτουργικά χαρακτηριστικά, θα πρέπει να γίνει αντίστοιχη μνεία στα «**συναφή χαρακτηριστικά**». Στα χαρακτηριστικά αυτά υπάγονται όλα εκείνα τα χρηματοοικονομικά διακριτικά γνωρίσματα, όπως το κατά πόσο είναι προσιτό στον μέσο χρήστη ένα προϊόν, αλλά και η «*οικονομική ευκολία*»⁷⁵. Περαιτέρω, ως έχει ήδη σημειωθεί η καινοτομία προϊόντος δύναται να αφορά δύο τύπους προϊόντων στην αγορά: τα αγαθά και τις υπηρεσίες⁷⁶. Τα «**αγαθά**» (**goods**) αναφέρονται στο σύνολο των ενσώματων αντικειμένων, ενώ κάποια από αυτά ενδέχεται να είναι ο υλικός φορέας γνώσης, επιστήμης ή τέχνης και με τον τρόπο αυτόν να είναι το υλικοτεχνικό μέσο επί του οποίου μπορούν να κατοχυρωθούν δικαιώματα πνευματικής και διανοητικής ιδιοκτησίας, αλλά και τα μέσα δια της κατοχής και της ιδιοκτησίας των οποίων μπορεί να μεταφερθεί στις αγορές συγκεκριμένη συναλλακτική αξία⁷⁷. Από την άλλη πλευρά οι «**υπηρεσίες**» (**services**) είναι άυλες δραστηριότητες οι οποίες παραγόμενες και αναλωθείσες από τον χρήστη τους σε μια δεδομένη ταυτόχρονη χρονική στιγμή αλλάζουν την κατάστασή του (π.χ. φυσική/ σωματική, ψυχολογική κλπ.)⁷⁸. Συμπερασματικά, από τους παραπάνω ορισμούς εντοπίζονται δύο βασικά σημεία τα οποία αξίζουν προσοχής. Το ένα συμπερασματικό σημείο αφορά στην υλική ή μη ενσωμάτωση του προϊόντος, ενώ το έτερο σημείο αφορά στην δυνατότητα του προϊόντος να

⁷³ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 75

⁷⁴ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 75

⁷⁵ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 75

⁷⁶ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 76

⁷⁷ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 76

⁷⁸ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 76

αναλώνεται σε μεταγενέστερο ή σε σύγχρονο της παραγωγής του χρόνο, γεγονός που προσδίδει ιδιαίτερο ενδιαφέρον στο αντικείμενο της καινοτομίας του προϊόντος.

Η παραγωγική διαδικασία ή στην διαδικασία παράδοσης είναι το στάδιο εκείνο στο οποίο εντοπίζεται ένα άλλο είδος καινοτομίας, η φερόμενη «**καινοτομία διαδικασίας**» (**process innovation**), η οποία αποτελεί την εφαρμογή μιας καινούργιας ή ουσιωδώς εξελιγμένης μεθόδου δημιουργίας και παραγωγής ή παράδοσης και προώθησης του προϊόντος. Η καινοτομία διαδικασίας αναφέρεται στο είδος καινοτομίας, το οποίο εφαρμόζεται μέσω αλλαγών και βελτιώσεων στο τμήμα της τεχνολογίας, του εξοπλισμού, του λογισμικού, αλλά και στις διάφορες επιμέρους τεχνικές στην επιχειρησιακή διαδικασία εν γένει⁷⁹.

Ειδικότερα ως προς τον τελευταίο αυτόν όρο, μια «**καινοτομία επιχειρησιακής διαδικασίας**» (**business process innovation**) είναι μια καινούργια και ανεπτυγμένη με την έννοια της σημαντικού βαθμού βελτίωσης επιχειρησιακής διαδικασίας, η οποία σχετίζεται με μία ή περισσότερες επιχειρησιακές λειτουργίες της επιχείρησης, και η οποία διαφοροποιείται ουσιωδώς από όλες τις προγενέστερες της καινοτομίας αυτής επιχειρησιακές διαδικασίες και πρακτικές και πάντα τίθεται σε εφαρμογή από την επιχείρηση, η έννοια της οποίας ως κομβική εμπεριέχεται στον ίδιο τον όρο⁸⁰. Σημειωτέον ότι δεν υπάρχει περιορισμός ούτε σε θεωρητικό, ούτε σε πρακτικό επίπεδο για το ποιες επιχειρησιακές λειτουργίες μπορούν να αποτελούν αντικείμενο καινοτομικής δραστηριότητας⁸¹. Η ευρύτητα αυτή, είναι εύλογη, καθώς η ευελιξία της καινοτομίας στη διαδικασία ενδέχεται να εφαρμοστεί τόσο σε γνώριμα και οικεία τμήματα της διαδικασίας, αλλά και να επινοηθεί τμήμα στη διαδικασία που δεν προϋπήρχε.

Περαιτέρω, ο όρος «**επιχειρησιακή διαδικασία**» εσωκλείει τόσο την βασική, πυρηνική λειτουργία παραγωγής προϊόντων, τα οποία μπορεί να είναι τόσο αγαθά όσο και υπηρεσίες, όσο και τις περιφερειακές και υποβοηθητικές της κεντρικής λειτουργίας διαδικασίες. Παραδείγματα των υποστηρικτικών εργασιών είναι η

⁷⁹ Oslo Manual, 3rd Edition. (2005). Guidelines for collecting and interpreting innovation data, 163, p.49

⁸⁰ ΕΚΤ (2022), Εγχειρίδιο του Όσλο 2018: Κατευθυντήριες γραμμές για τη συλλογή, την παρουσίαση και τη χρήση στατιστικών δεδομένων για την καινοτομία, 4η έκδοση, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου, σελ. 21

⁸¹ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 77

προώθηση και η διανομή, οι διαδικασίες προμήθειας και εφοδιασμού, οι πολιτικές και οι διαδικασίες μάρκετινγκ, οι πωλήσεις και η μεταπωλητικές υπηρεσίες, γνωστές και ως aftersales services, Η υποστήριξη και η εξυπηρέτηση πελατών, ανεξαρτήτως σταδίου, οι υπηρεσίες τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ), οι οργανωτικές και διοικητικές λειτουργίες, η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, οι μηχανικές εργασίες, οι εσωτερικές και λεγόμενες ως «back office» υποστηρικτικές σε τεχνικές υπηρεσίες της επιχείρησης λειτουργίες, καθώς και η αυτοτελής ή αποσπασματική ανάπτυξη, βελτίωση του προϊόντος και επιχειρησιακής διαδικασίας ως ευρύτερη διαδικασία⁸².

Εξαιρετικά ενδιαφέρουσα σημείωση εδώ είναι ότι δεν αποκλείεται οι «**επιχειρησιακές διαδικασίες**» να είναι οι υπηρεσίες εκείνες, όπου η ίδια επιχείρηση που θα τις χρησιμοποιήσει να νοείται ως πελάτης και λήπτης αυτών⁸³. Στην περίπτωση αυτή ο όρος «**επιχειρησιακές διαδικασίες**» μπορεί να αντανακλά την εξής πραγματικότητα: Ένα μέρος των διαδικασιών να παρέχεται από δομές και οργάνωση που είναι ενσωματωμένα στην επιχείρηση και να γίνεται λόγος για «εκ των έσω» υπηρεσίες, ενώ ένα μέρος να το προμηθεύεται η επιχείρηση εξωτερικά (το λεγόμενο και «outsourcing»), δηλαδή από εξωτερικές πηγές και αυτές οι πηγές να εξυπηρετούν εξ' ολοκλήρου ή ένα μέρος της παρεχόμενης διαδικασίας⁸⁴. Εδώ υπάρχει μια εννοιολογική σύγκλιση με τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της καινοτομίας προϊόντος, καθώς η καινοτομία διαδικασίας στα επιχειρησιακά λειτουργικά χαρακτηριστικά συνίσταται στην βελτιωμένη και εξελιγμένη ταυτότητά τους με τρόπο που αυτά διαφοροποιούνται ουσιαστικά από οποιαδήποτε ιστορικότητά τους ή ιστορικότητα στο τμήμα με το οποίο συσχετίζονται, ενώ ειδικά για τις παρεχόμενες υπηρεσίες σε πελάτες ως διαδικασία, αυτή έχει μια καινοτομία που την διαφοροποιεί από οποιαδήποτε προηγούμενη της επιχείρησης⁸⁵. Κοινή αφετηρία και κίνητρο για τις εξελιγμένες υφιστάμενες επιχειρησιακές διαδικασίες, όσο και για τις αμιγώς νέες μπορεί να είναι ο στόχος εκπλήρωσης και πραγμάτωσης επιχειρησιακών στρατηγικών, τη απομείωση του κόστους παραγωγικής διαδικασίας, η αναβάθμιση της ποιότητας των προϊόντων ή των συνθηκών

⁸² Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 77

⁸³ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 77

⁸⁴ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 77

⁸⁵ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 77

εργασίας, αλλά και η επικαιροποιημένη συμμόρφωση και σύνταξη με το κείμενο νομοθετικό και θεσμικό πλαίσιο ⁸⁶.

Οι «καινοτομίες επιχειρησιακής διαδικασίας» σχετίζονται με τις επιμέρους λειτουργίες και διαδικασίες που περιλαμβάνονται και διεξάγονται σε μια επιχείρηση⁸⁷. Τμήματα οργάνωσης και διοίκησης των επιχειρήσεων έχουν διεξάγει έρευνες και μελέτες, οι οποίες διαφοροποιούνταν ανάλογα με τον ορισμό που απέδιδαν στην έννοια των «κεντρικών λειτουργιών», ως παραγωγικών εισοδήματος δραστηριοτήτων και ως βοηθητικών επιχειρησιακών λειτουργιών, καθώς επίσης και ανάλογα με την ομαδοποίηση και ταξινόμηση των διαφόρων δραστηριοτήτων (Brown, 2008)⁸⁸. Η έννοια των επιχειρησιακών λειτουργιών μέσα από την διεξαγωγή των σχετικών μελετών αναδείχθηκε εξαιρετικά χρήσιμη και αυξημένης βαρύτητας στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας. Χαρακτηριστικό για το γεγονός αυτό είναι το παράδειγμα στη «Στατιστική Έρευνα Καινοτομίας και Επιχειρησιακής Στρατηγικής (Survey of Innovation and Business Strategy - SIBS)» του Καναδά, καθώς επίσης και στην ευρωπαϊκή έρευνα για τη «⁸⁹

Η «καινοτομία μάρκετινγκ» (marketing innovation) σχετίζεται με την εφαρμογή μίας καινούργιας μεθόδου μάρκετινγκ (marketing) που περικλείει στην έννοιά της αλλαγές στην τοποθέτηση ενός προϊόντος, στην συσκευασία του, στο σχεδιασμό του, τους τρόπους προώθησής του ή ακόμα και τιμολογιακές πρακτικές που συσχετίζονται με το προϊόν.⁹⁰ Από την άλλη μεριά η «**οργανωσιακή καινοτομία» (organisational innovation)** είναι αφορά στην ύπαρξη και την εφαρμογή μίας καινούργιας μεθόδου οργάνωσης στις επιχειρησιακές πρακτικές, αλλά και στον χώρο εργασίας ευρύτερα, στην εσωτερική οργάνωση ή ακόμη και στις εξωτερικές σχέσεις⁹¹. Σημειωτέον ότι η έννοια και όρος της οργανωσιακής καινοτομίας αναπτύχθηκε, προκειμένου να αξιοποιηθεί ως περιγραφική βάση πρακτικών κατευθύνσεων⁹².

⁸⁶ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 77

⁸⁷ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 77-78

⁸⁸ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 78

⁸⁹ Βλ. ως άνω υποσημείωση, σελ. 78

⁹⁰ Oslo Manual, 3rd Edition. (2005). Guidelines for collecting and interpreting innovation data, 177, p. 51

⁹² EKT (2022), Εγχειρίδιο του Όσλο 2018: Κατευθυντήριες γραμμές για τη συλλογή, την παρουσίαση και τη χρήση στατιστικών δεδομένων για την καινοτομία, 4η έκδοση, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου, σελ. 20

Με τον τρόπο αυτόν, μολονότι η έννοια της καινοτομίας είναι αρκετά υποκειμενική εξ' ορισμού της, αφού επηρεάζεται από το εννοιολογικό πλαίσιο στο οποίο τοποθετείται, με την εφαρμογή της καθίσταται σε σημαντικό βαθμό αντικειμενικό αλλά και συγκρίσιμο μέγεθος υπό την προϋπόθεση ότι εφαρμόζονται κοινά σημεία αναφοράς για τόσο για το στοιχείο του νεωτερισμού και εν γένει του καινοφανούς που περιλαμβάνει, όσο και την ωφέλεια που προσπορίζει, καθώς επίσης ότι υπάρχει πάντα η αξίωση από το πλαίσιο στο οποίο η καινοτομία τοποθετείται να αιτιολογεί τεκμηριωμένα την ουσιώδη διαφοροποίησή της από προηγούμενα προϊόντα ή διαδικασίες⁹³. Έτσι, γίνεται πιο εύκολη και πιο κατανοητή η συγκέντρωση και η παρουσίαση συγκρίσιμων στοιχείων και παραδοχών για την καινοτομία και εκείνες τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων που συσχετίζονται άμεσα με αυτήν σε πολυεθνικό επίπεδο, αλλά και σε πολυκλαδικό στην αγορά, επιχειρήσεις με διαφορετικό μέγεθος, οργάνωση και δομή, είναι εφικτό μέσω της καινοτομίας να αναδειχθούν από μικρές επιχειρήσεις που διαθέτουν στην παραγωγική τους γραμμή ένα μόνο προϊόν, αλλά και ευμεγέθεις πολυεθνικές εταιρίες που παράγουν ένα σημαντικό εύρος προϊόντων⁹⁴.

Παράλληλα, στην έννοια των «*καινοτομικών δραστηριοτήτων*» (*innovation activities*) υπάγεται οποιαδήποτε οικονομική, εμπορική, επιχειρησιακή, αναπτυξιακή και με την ευρύτερη έννοια οικονομική δραστηριότητα που αναλαμβάνει μια επιχείρηση και η οποία δραστηριότητα αποσκοπεί στην καινοτομία για την επιχείρηση⁹⁵. Δηλαδή, είναι η ειδικότερη δράση της ίδιας της επιχείρησης, μέσα από τις οικείες της πρακτικές που στοχεύει στο να αποκτήσει την καινοτομία και να την ενσωματώσει στα χαρακτηριστικά της. Από την άλλη πλευρά, η έννοια της «*καινοτομία των επιχειρήσεων*» (*business innovation*) είναι ένα καινούργιο ή εξελιγμένο προϊόν ή επιχειρησιακή διαδικασία, ενώ δεν αποκλείεται να είναι συνδυασμός και προϊόντος και διαδικασίας, που διαφοροποιείται σε μεγάλο βαθμό από τα προηγούμενα προϊόντα ή επιχειρησιακές διαδικασίες της επιχείρησης και η οποία εισέρχεται στην αγορά ή τίθεται σε λειτουργία από την επιχείρηση⁹⁶.

⁹³ Βλ. ανωτέρω υποσημείωση σελ. 20

⁹⁴ Βλ. ανωτέρω υποσημείωση σελ. 20

⁹⁵ Βλ. ανωτέρω υποσημείωση σελ. 20

⁹⁶ Βλ. ανωτέρω υποσημείωση σελ. 20

1.3.3. Στάδια Καινοτομίας

Η καινοτομία, αν και συχνά ορίζεται ως ένα σύνολο και συστημικός συνδυασμός προϊόντων, υπηρεσιών ή διαδικασιών, τόσο στην θεωρία όσο και στην πράξη αποτελεί πολλά περισσότερα, αφού πολλές φορές είναι η συνολική προσπάθεια και η επίμονη αναζήτηση και κατάκτηση ενός πλεονεκτήματος εκ μέρους μιας επιχείρησης έναντι άλλων, ιδίως μέσα από την αξιοποίηση μιας τεχνολογικής αλλαγής και την ενσωμάτωση αυτής στην επιχειρηματική δράση με σκοπό το κέρδος. Κατά τη βιβλιογραφία, υφίστανται τρία στάδια στη διαδικασία της «τεχνολογικής αλλαγής»: η εφεύρεση, η καινοτομία και η διάχυση⁹⁷.

Τα τρία ευρέως διαδεδομένα και γνωστά στάδια της καινοτομίας, όπως τα συναντούμε και στην βιβλιογραφία σχετίζονται άμεσα με τη διαδικασία της Έρευνας και Ανάπτυξης: Το ένα εξ' αυτών είναι η «**Εφεύρεση**» (**invention**), όπως συνήθως νοείται ως η σύλληψη και η γέννηση νέων ιδεών και η οποία είναι απότοκος της «**Βασικής Έρευνας**» (**Basic Research**), η οποία διεξάγεται κατά βάση σε ανώτερα και ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα, όπως επίσης και σε ερευνητικά ινστιτούτα. Ταυτόχρονα η «Εφεύρεση» (**invention**), αποτελεί την προϋπόθεση και θα έλεγε κανείς «πρώτη ύλη» για την ακριβώς επόμενη υποκατηγορία που είναι η «**Εφαρμοσμένη Έρευνα**» (**Applied Research**), η οποία κατά κανόνα αναλαμβάνεται και διεξάγεται με πρωτοβουλία και έξοδα του ιδιωτικού τομέα. Εν τέλει η καινοτομία, κατόπιν αυτού του εννοιολογικού διαχωρισμού, καταλήγει να είναι απόρροια της εφαρμοσμένης έρευνας του ιδιωτικού τομέα, αφού αποτελεί την ενσωμάτωση με την έννοια της υλικής αποτύπωσης των συμπερασμάτων της εφαρμοσμένης έρευνας και εν τέλει την εμπορευματοποίηση ενός νέου προϊόντος, είτε αυτό είναι αγαθό ή υπηρεσία, μιας καινούργιας διαδικασίας παραγωγής ή ακόμη και συνδυασμός αυτών. Κατόπιν του σταδίου της δημιουργίας και της εμπορικής ενσωμάτωσης της καινοτομίας, ακολουθεί το ακροτελεύτιο στάδιο το οποίο είναι γνωστό με τον όρο της «**διάχυσης**» (**diffusion**)⁹⁸. Κατά το στάδιο αυτό η καινοτομία «διαχέεται» στην αγορά για την οποία προοριζόταν και ειδικότερα σε εκείνον το οικονομικό κλάδο

⁹⁷ Schumpeter, J. (1943), "Capitalism, Socialism and Democracy", London, Unwin University Books

⁹⁸ Schumpeter, J. (1943), "Capitalism, Socialism and Democracy", London, Unwin University Books

και οικονομικό περιβάλλον, το οποίο θα αξιοποιήσει την προώθησή της με τον καλύτερο τρόπο.

Είναι σαφές ότι η έρευνα και η ανάπτυξη είναι συναφείς με την μεθοδική, συστηματοποιημένη και δημιουργική εργασία, η οποία αποσκοπεί στην διεύρυνση της γνώσης, στην εξέλιξη της γνωστικής διαδικασίας, στην αύξηση της ποιοτικής γνωστικής ύλης, αλλά και στην ορθολογική αποταμίευση και επένδυση και αξιοποίηση της ήδη υπάρχουσας γνώσης για περαιτέρω εφαρμοστέες διαδικασίες⁹⁹. Όπως ορίζεται η «Έρευνα και η Ανάπτυξη» («E&A») στο Εγχειρίδιο του Frascati του 2015 (OECD, 2015: ενότητες 2.5 έως 2.7), το σύνολο των δραστηριοτήτων E&A θα πρέπει να πληροί πέντε κριτήρια: *«i) του νεωτερισμού, ii) της δημιουργικότητας, iii) της αντιμετώπισης ενός αβέβαιου αποτελέσματος, iv) της συστηματικότητας, και v) της δυνατότητας μεταφοράς και αναπαραγωγής»¹⁰⁰.* *«Η E&A αποτελείται από τη βασική έρευνα, την εφαρμοσμένη έρευνα και την ανάπτυξη»¹⁰¹*. Είναι σαφές ότι η έρευνα και η ανάπτυξη είναι συναφείς με την μεθοδική, συστηματοποιημένη και δημιουργική εργασία, η οποία αποσκοπεί στην διεύρυνση της γνώσης, στην εξέλιξη της γνωστικής διαδικασίας, στην αύξηση της ποιοτικής γνωστικής ύλης, αλλά και στην ορθολογική αποταμίευση και επένδυση και αξιοποίηση της ήδη υπάρχουσας γνώσης για περαιτέρω εφαρμοστέες διαδικασίες¹⁰².

Αρκετές φορές έχει τεθεί ο προβληματισμός εάν και κατά πόσο η E&A μπορεί να κατηγοριοποιηθεί ως καινοτομική δραστηριότητα¹⁰³. Για να γίνει κατανοητό το περιεχόμενο του προβληματισμού είναι σημαντικές δύο σημειώσεις, Η πρώτη είναι ότι η έννοια της εφαρμοσμένης έρευνας, εγγενώς απευθύνεται σε πρακτικούς στόχους και σκοπούς, έχοντας έτσι ένα «πρακτικοποιημένο» χαρακτήρα που άμεσα γεφυρώνει την καινοτομία που να δημιουργήσει με την επιχειρηματική διαδικασία και η δεύτερη σημείωση είναι ότι η ανάπτυξη στηρίζεται σε ήδη υφιστάμενα

⁹⁹ EKT (2022), Εγχειρίδιο του Όσλο 2018: Κατευθυντήριες γραμμές για τη συλλογή, την παρουσίαση και τη χρήση στατιστικών δεδομένων για την καινοτομία, 4η έκδοση, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου, σελ. 93

¹⁰⁰ Βλ. ανωτέρω υποσημείωση σελ. 93

¹⁰¹ Βλ. ανωτέρω υποσημείωση σελ. 93

¹⁰² EKT (2022), Εγχειρίδιο του Όσλο 2018: Κατευθυντήριες γραμμές για τη συλλογή, την παρουσίαση και τη χρήση στατιστικών δεδομένων για την καινοτομία, 4η έκδοση, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου, σελ. 93

¹⁰³ Βλ. ανωτέρω υποσημείωση σελ. 94

προϊόντα, αγαθά, υπηρεσίες ή συνδυασμό τους, τα οποία αποσκοπεί να εξελίξει και να βελτιώσει¹⁰⁴. Στο πλαίσιο αυτής της συλλογιστικής, η εφαρμοσμένη έρευνα έχει ευθύ στόχο και πρόσθεση να δημιουργήσει καινοτομία, κάτι που δεν υπήρχε σε προηγούμενο χρονικό σημείο¹⁰⁵.

Παράλληλα στο πλαίσιο της ίδιας συλλογιστικής, με ανεξάρτητο τον χρονικό παράγοντα του μηδενικά υφιστάμενου καινοτόμου και του ήδη υφιστάμενου ανεπτυγμένου προϊόντος, είναι δυνατό να ακολουθήσει ο συλλογισμός ότι η βασική έρευνα, η οποία έχει μια ξεκάθαρη γνωστική στοχοθεσία, αφού προσπαθεί να ενισχύσει τις γνωσιακές και γνωστικές αποθήκες μιας επιχείρησης, ενδέχεται να μην χρησιμοποιηθεί εν τέλει για τη δημιουργία καινοτομίας, τουλάχιστον για περιόδους που αρκείται στο στάδιο της παρατήρησης και της συλλογής γνώσης, ενώ για λόγους πρακτικής έχει καθιερωθεί κάθε δραστηριότητα έρευνας και ανάπτυξης, η οποία έχει ένα εξωτερικό της επιχείρησης αποτύπωμα να θεωρείται ότι είναι καινοτομικής ποιότητας για την ίδια την επιχείρηση¹⁰⁶. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα η εφαρμοσμένη έρευνα και η ανάπτυξη να αποσκοπούν εκ των πραγμάτων στο παράγον συγκεκριμένα επιχειρηματικά αποτελέσματα, ενώ δεν αποκλείεται η βασική έρευνα μπορεί να έχει ως μη άμεσο, αλλά μακροπρόθεσμο στόχο – ακόμη και εκ του αποτελέσματός της - την καινοτομία, αν και δεν διεξάγεται με κίνητρα εμπορικά ή επιχειρηματικά¹⁰⁷.

1.4. Η ΝΕΟΦΥΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

1.4.1. Η χαρτογράφηση της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία

Παρακολουθώντας τη σύνθεση του ελληνικού οικοσυστήματος της νεοφυούς επιχειρηματικότητας, μπορούμε να επιχειρήσουμε να αποκωδικοποιήσουμε την

¹⁰⁴ Βλ. ανωτέρω υποσημείωση σελ. 94

¹⁰⁵ Βλ. ανωτέρω υποσημείωση σελ. 94

¹⁰⁶ Βλ. ανωτέρω υποσημείωση σελ. 94

¹⁰⁷ Βλ. ανωτέρω υποσημείωση σελ. 99

κοινωνιολογική διάσταση της νεοφυούς επιχειρηματικότητας (*επόμενη υποενότητα της παρούσας*). Για τον λόγο αυτόν, πρέπει να προηγηθεί μια αναφορά στα ποσοτικά και ποιοτικά δεδομένα του οικοσυστήματος. Στο σημείο αυτό θα γίνει μια ευσύνοπτη αναφορά και παρουσίαση της έρευνας του Marathon VC, η οποία χαρτογράφησε το ελληνικό οικοσύστημα της νεοφυούς επιχείρησης, η οποία έχει της εξής ιδρυτική δομή: τουλάχιστον έναν Έλληνα, ακόμη κι αν δεν έχει εγκατάσταση ή δραστηριότητα η επιχείρηση αυτή στην Ελλάδα¹⁰⁸. Η εν λόγω έρευνα ασχολήθηκε με την καταγραφή τριακοσίων ενός ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων, οι οποίες είχαν λάβει **μεταξύ 2010 και 2018** χρηματοδότηση έως 2,4 δισεκατομμυρίων δολαρίων σε 500 γύρους επένδυσης από 268 venture capital funds.

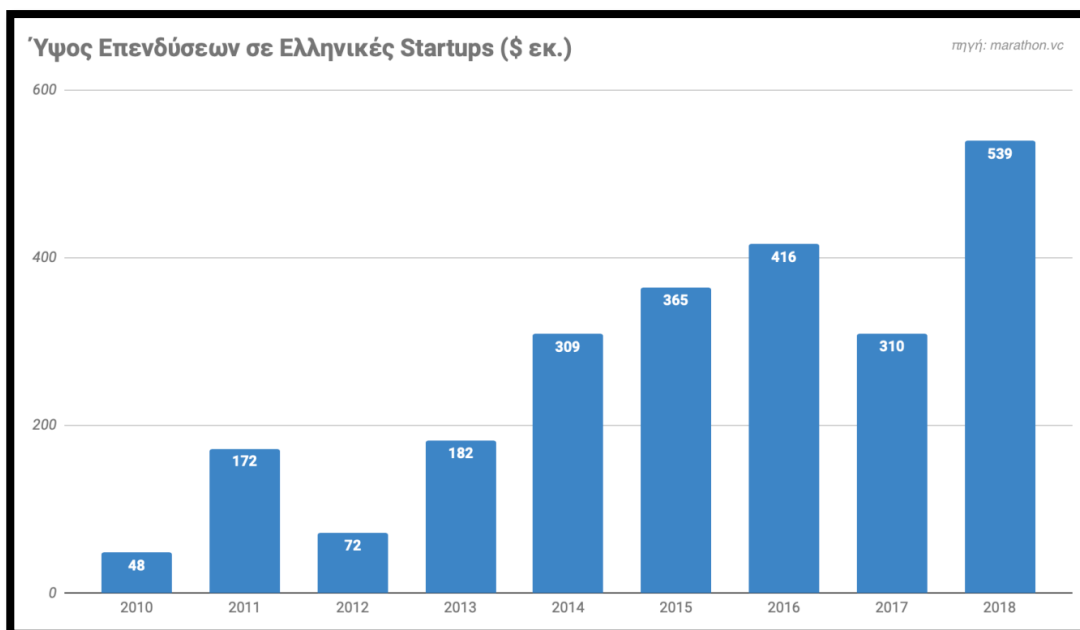
Σημειώνεται ότι μέσα στην ίδια ως άνω χρονική περίοδο, είχε καταγραφεί το νούμερο των σαράντα επτά εξαγορών εταιριών ασχολούμενες με τον κλάδο της τεχνολογίας, αλλά και πέντε εισαγωγές εταιριών στις ρυθμισμένες αγορές των χρηματιστηρίων¹⁰⁹. Στον Πίνακα υπ' αριθμ. 1 αποτυπώνεται διαγραμματικά η παραπάνω διαπίστωση. Έτσι, το συνολικό ποσό επένδυσης σε ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις αυξήθηκε έντεκα φορές από το 2010 έως το 2018 και συγκεκριμένα από σαράντα οκτώ σε πεντακόσια σαράντα εκατομμύρια δολάρια, ενώ συγχρόνως το συνολικό ποσό των γύρων επένδυσης ανά έτος αυξήθηκε επτά φορές από έντεκα επενδύσεις το 2010 σε εβδομήντα πέντε επενδύσεις το 2018, σημειώνοντας το κορυφαίο νούμερο των εκατό τεσσάρων (104) πραγματοποιηθέντων επενδύσεων το έτος 2016¹¹⁰. Οι σχετικές μετρήσεις φαίνονται στους κάτωθι πίνακες¹¹¹.

¹⁰⁸ <https://marathon.vc/blog/greek-startup-industry-el> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

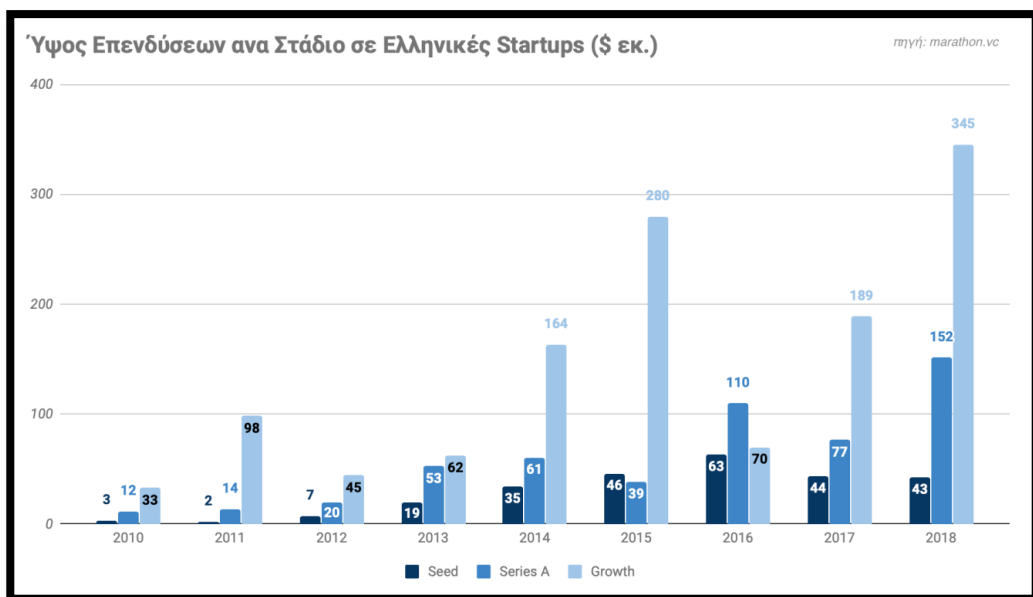
¹⁰⁹ <https://marathon.vc/blog/greek-startup-industry-el> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹¹⁰ <https://marathon.vc/blog/greek-startup-industry-el>(πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹¹¹ <https://marathon.vc/blog/greek-startup-industry-el>(πρόσβαση Απρίλιος 2023)



Πίνακας 3: Ύψος Επενδύσεων σε Ελληνικές Startups



Πίνακας 4: Ύψος Επενδύσεων ανά Στάδιο σε Ελληνικές Startups

Η Endeavor το 2014, αποπειράθηκε στην πρώτη αποτύπωση του ελληνικού οικοσυστήματος των startups και κατέγραψε διακόσιες πενήντα πέντε νεοφυείς επιχειρήσεις, εκ των οποίων το 25% χαρακτηριζόταν τη δεδομένη χρονική στιγμή ως ταχέως αναπτυσσόμενη εμπορική εταιρία με προοπτική διεύρυνσης της

δραστηριότητάς του εκτός των ελληνικών συνόρων, ενώ παράλληλα σχεδόν το 50% των νεοφυών επιχειρήσεων που χαρτογραφήθηκε είχε ως βασικό αντικείμενο την ανάπτυξη εφαρμογών για κινητές συσκευές. Τρία χρόνια από το 2010 και μετά το ύψος των επενδύσεων είχε αυξηθεί κατά ογδόντα φορές και το ποσοστό του 25% εξ' αυτών είχε κατά βάση τεχνολογικό αντικείμενο¹¹².

Ο φορέας StartUpGreece σε συνεργασία με τη Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας διεξήγαγε το **2016** μελέτη για την χαρτογράφηση των επιχειρηματικών αναγκών των ελληνικών υφιστάμενων, αλλά και των υπό σύσταση ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων. Με τη συμμετοχή στην εν λόγω έρευνα εκατό είκοσι οκτώ νεοφυών ελληνικών επιχειρήσεων που είχαν ως βασική δομή την απασχόληση ενός εργαζομένου σε βάση ετήσιας πλήρους απασχόλησης, παρατηρήθηκε ότι το 95% εξ' αυτών είχε ως έδρα την Ελλάδα και συγκεκριμένα το 35,9% το μητροπολιτικό κέντρο της πρωτεύουσας Αθήνας, αλλά και την περιοχή του Πειραιά, ενώ το 35,9% του μετρήσιμου μεγέθους του δείγματος της έρευνας είχε αντικείμενο σχετιζόμενο με τον κλάδο της τεχνολογίας και το μικρό ποσοστό 6,7% είχε ως αντικείμενο τον μεταποιητικό κλάδο (Start Up Greece, 2016)¹¹³.

Σε χρονολογική συνέχεια με τα ως άνω, από το έτος **2017 έως και σήμερα**, το Foundation σε συνεργασία με το EIT Digital της Ευρωπαϊκής Ένωσης εκδίδουν ετήσια έκθεση, χαρτογράφησης του ελληνικού οικοσυστήματος των νεοφυών επιχειρήσεων, μέσω της ενδεδειγμένης εξέτασης και παρουσίασης του προφίλ των νεοοργανισμών startups, αλλά και του εντοπισμού των τάσεων της αγοράς, ενώ παράλληλα ενσκήπτουν πάνω στις ιδιαίτερες επενδυτικές ανάγκες και ευκαιρίες που παρουσιάζονται στην χώρα, καθώς επίσης και είναι διαθέσιμες στη χώρα, καθώς επίσης αξιολογούν τον σχετικό τους αντίκτυπο στην συνολική σχετική με τον κλάδο οικονομική εικόνα. Σημειώνεται ότι πηγές τις οποίες λαμβάνει υπόψη και στις οποίες στηρίζεται η έκθεση είναι τα διαθέσιμα δεδομένα που είναι κοινοποιημένα τόσο δημόσια, όσο και από τις ίδιες τις εταιρίες, όπως ανακοινώσεις, άρθρα, δελτία τύπου και η συναφής ειδησεογραφία ασφαλώς¹¹⁴.

¹¹² Ιωάννα Σαπφώ Πεπελάση, Ιωάννης Σπυρόπουλος Γεώργιος Κόκκοτας, Δημήτριος Ζήσης, Ιωάννης Μπέσης, Χαρτογράφηση Ελληνικού Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων, Διανέοσις Οργανισμός Έρευνας & Ανάλυσης Ιανουάριος 2022, σελ. 60

¹¹³ Ιωάννα Σαπφώ Πεπελάση, Ιωάννης Σπυρόπουλος Γεώργιος Κόκκοτας, Δημήτριος Ζήσης, Ιωάννης Μπέσης, Χαρτογράφηση Ελληνικού Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων, Διανέοσις Οργανισμός Έρευνας & Ανάλυσης Ιανουάριος 2022, σελ. 60

¹¹⁴ Ιωάννα Σαπφώ Πεπελάση, Ιωάννης Σπυρόπουλος Γεώργιος Κόκκοτας, Δημήτριος Ζήσης, Ιωάννης Μπέσης, Χαρτογράφηση Ελληνικού Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων, Διανέοσις Οργανισμός Έρευνας & Ανάλυσης Ιανουάριος 2022, σελ. 63

Κατά τον τρόπο αυτό, το έτος **2021**, έγινε καταγεγραμμένη περισσότερα από δύο χιλιάδες προφίλ startups και αναλύθηκαν περισσότερες από οχτακόσιες συναλλαγές επενδυτικού αντικειμένου που έλαβαν χώρα κατά το οικείο τελευταίο χρονικό διάστημα¹¹⁵.

Σήμερα, κατά τα επίσημα στοιχεία του Elevate Greece, οι εγγεγραμμένες startups αριθμούν τις εξακόσιες εξήντα έξι (666)¹¹⁶. Εξ' αυτών οι 50 ανήκουν στον κλάδο Advertising & Marketing (AdTech), οι 46 ανήκουν στον κλάδο AgriTech/FoodTech, 5 στον κλάδο Art, Cultural and Creative Industries, οι 46 στον κλάδο Data Analytics – Big Data, οι 3 στον κλάδο Defense Systems, οι 19 στον κλάδο EduTech – Education, οι 18 στον κλάδο Entertainment – Media, οι 52 στον κλάδο Environment – Energy, οι 29 στον κλάδο FinTech – Financial Services, οι 11 στον κλάδο Human Resources, οι 7 στον κλάδο InsurTech – Insurance, οι 4 στον κλάδο LegalTech – RegTech, οι 95 στον κλάδο Life Sciences (HealthTech – MedTech - BioTech), οι 17 στον κλάδο Logistics and Transportation, οι 35 στον κλάδο Manufacturing, οι 17 στον κλάδο Maritime, οι 14 στον κλάδο Mobility, οι 13 στον κλάδο Real Estate (PropTech and Construction), οι 33 στους κλάδους RetailTech- E- Commerce – FashionTech, η 1 στον κλάδο Security, οι 57 στους κλάδους Travel – Hospitality – Leisure και οι λοιπές 94 σε άλλους κλάδους με κύριο κοινό χαρακτηριστικό στοιχείο εστίασης της startup σε Data Analytics – Big Data, Software Computing, Robotics, CleanTech, Cloud Computing, AI, Hardware, Sensors¹¹⁷.

2. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ - ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

2.1. Η ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΡΥΘΜΙΣΗΣ ΤΟΥ ΘΕΣΜΙΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΤΗΣ ΝΕΟΦΥΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

¹¹⁵ Ιωάννα Σαπφώ Πεπελάση, Ιωάννης Σπυρόπουλος Γεώργιος Κόκοκτας, Δημήτριος Ζήσης, Ιωάννης Μπέσης, Χαρτογράφηση Ελληνικού Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων, Διανέοσις Οργανισμός Έρευνας & Ανάλυσης Ιανουάριος 2022, σελ. 63

¹¹⁶ <https://elevategreece.gov.gr/el/eggegrammenes-startups/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹¹⁷ <https://elevategreece.gov.gr/el/eggegrammenes-startups/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

Η προσπάθεια του νομοθέτη να θεσμοθετήσει, να ορίσει και να αναδείξει την νεοφυή επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα παρατηρείται μέσα στα τελευταία δέκα πέντε χρόνια μέσα από μια αξιοσημείωτη κλιμακούμενη προσπάθεια. Ο Ν. 4399/2016, ο οποίος ψηφίστηκε από σχέδιο νόμου με το όνομα: «*Θεσμικό πλαίσιο για τη σύσταση καθεστώτων Ενισχύσεων Ιδιωτικών Επενδύσεων για την περιφερειακή και οικονομική ανάπτυξη της χώρας – Σύσταση Αναπτυξιακού Συμβουλίου και άλλες διατάξεις το θεσμικό πλαίσιο για τη σύσταση καθεστώτων Ενισχύσεων Ιδιωτικών Επενδύσεων για την περιφερειακή και οικονομική ανάπτυξη της χώρας.*», υπήρξε η πρώτη ουσιαστικά και βάσιμα προσπάθεια ενίσχυσης ad hoc μορφωμάτων σύγχρονης επιχειρηματικότητας, όπως είναι η νεοφυής επιχειρηματικότητα.

Στην Ελλάδα δεν υφίσταται ένα ειδικό πλαίσιο για τις νεοφυείς επιχειρήσεις. Εμφανίζονται στο πλαίσιο της ευρύτερης ευελιξίας τους ως εταιρικά μορφώματα τόσο ως προσωπικές, όσο και ως κεφαλαιουχικές εταιρείες. Το γενικό θεσμικό πλαίσιο και το δίκαιο των επιχειρήσεων δεν κάνει τις αντιμετωπίζει ως ειδική περίπτωση νομικού προσώπου. Ωστόσο, παρατηρείται ευρύτερα στην αγορά ότι η πλειονότητα των νεοφυών επιχειρήσεων εκκινεί με την μορφή της ιδιωτικής κεφαλαιουχικής εταιρείας, κυρίως λόγω της θεσμικής της ευελιξίας, η οποία της προσδίδει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις συναλλαγές.

Είναι η ΙΚΕ η πλέον δελεαστική, φιλική, εύχρηστη και ευέλικτη μορφή την οποία προτιμά η μέση νεοφυής επιχείρηση, αφού συνδυάζει σειρά προνομίων, όπως είναι ενδεικτικά και όχι περιοριστικά, ο προστατευτικός χαρακτήρας της προσωπικής περιουσίας των εταίρων, η αποσύνδεση του κεφαλαίου από την εταιρική συμμετοχή, η πρόβλεψη δυνατότητας ακόμη και μηδενικού κεφαλαίου, αν όχι ελαχίστου, η μείωση ή κατάργηση των εισφορών (κεφαλαιακές, εξωκεφαλαιακές, εγγυητικές), η ευελιξία της διαφοροποίησης στη διαμόρφωση καταστατικού, ακόμη και η προαιρετική ασφάλιση των εταίρων (με εξαίρεση την υποχρεωτική εκ του νόμου ασφάλιση του διαχειριστή της ΙΚΕ)¹¹⁸.

Με το Ν. 4399/2016 έγινε μια ουσιαστική προσπάθεια να αντιμετωπιστούν προβλήματα είτε μέσω παγίωσης συγκεκριμένων καθεστώτων, τα οποία δομήθηκαν δια ακριβούς προτεραιοποίησης κατηγοριών επιχειρήσεων, μεταξύ άλλων έχοντας ως στόχο το να αυξηθεί το μέγεθος των ελληνικών επιχειρήσεων, αλλά και να

¹¹⁸ <https://startup-piraeus.gr/wp-content> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

αναπτυχθεί και να ενσωματωθεί μια συνεργατική νοοτροπία και πολιτισμική εταιρική κουλτούρα, να ενισχυθούν οι εξαγωγές και η δυναμική του οικείου ισοζυγίου, να βελτιστοποιηθούν οι δυναμικές που παράγουν και προωθούν την καινοτομία σε κάθε επίπεδο, να μετριαστεί η προβληματική γραφειοκρατία και να προωθηθεί ουσιαστικά εκ των έσω η στήριξη των **νέων και νεοφυών ΜΜ επιχειρήσεων**¹¹⁹. Συγχρόνως ενισχύθηκαν τα επονομαζόμενα «οριζόντια» κίνητρα, τα οποία έχουν ως στόχο την λεγόμενη «έξυπνη ανάπτυξη», έννοια που εσωκλείει τον τομέα της εκπαίδευσης, την υποστήριξη για φιλομάθεια και γνωστική διεύρυνση επιστήμης και δεξιοτήτων, την έρευνα, με όλες τις έννοιες που έχουν προαναφερθεί, την καινοτομία αγαθών και υπηρεσιών, αλλά και όσα εννοιολογικά υπάγονται στις καινοτομικές δράσεις, όπως επίσης την ανάπτυξη της λεγόμενης «ψηφιακής κοινωνίας», έχοντας ως άμεσο σύμμαχο σε αυτό την τεχνολογία. Τα σύγχρονα κίνητρα επίσης που θεσμοθετήθηκαν στόχευσαν άμεσα **στην βιώσιμη ανάπτυξη** με την έννοια της περιβαλλοντικής και ενεργειακής βελτίωσης των επιχειρηματικών δομών και δράσεων), την προσέλκυση και ενδυνάμωση των συντελεστών του ανθρώπινου κεφαλαίου, την ενίσχυση του συνόλου των νεοφυών επιχειρήσεων, και την αποψίλωση με την έννοια της απενεργοποίησης υφιστάμενων εγκαταλελειμμένων ή παρωχημένων επιχειρηματικών δομών¹²⁰.

Για την πληρότητα της παρούσας ανάλυσης, σημειώνεται προηγουμένως μια ευσύνοπτη ιστορική αναδρομή των νομοθετημάτων που υπήρξαν ο πρόδρομος του οριοθετημένου θεσμικού πλαισίου του ισχύοντος αναπτυξιακού νόμου. Με τον τρόπο αυτόν θα πρέπει να αναφερθεί κατ' αρχάς ο εκσυγχρονιστικός του δικαίου των ανωνύμων εταιρειών **Ν. 3604/2007 «Αναμόρφωση και τροποποίηση του κωδικοποιημένου νόμου 2190/1920 "Περί ανωνύμων εταιρειών" και άλλες διατάξεις**», οι διατάξεις του **Ν. 3853/2010** μέσω της θεσμοθέτησης της «*Υπηρεσία Μιας Στάσης*», η οποία επιτάχυνε και εκσυγχρόνισε τις εταιρικές συναλλαγές και διαδικασίες,

2.1.1. Ο Ν. 4019/2011 «Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα»

¹¹⁹ Αιτιολογική Έκθεση του Ν. 4399/2016

¹²⁰ Αιτιολογική Έκθεση του Ν. 4399/2016

Ο Ν. 4019/2011 «Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα», υπήρξε ένα νομοθέτημα το οποίο κατά την Αιτιολογική Έκθεση που το συνόδευε: «στόχευε στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης στον κοινωνικό τομέα της οικονομίας, στη διευκόλυνση της επαγγελματικής δραστηριοποίησης και της πρόσβασης στην απασχόληση σημαντικών στρωμάτων του πληθυσμού και ειδικότερα των ευάλωτων ομάδων, στην καταπολέμηση της φτώχειας, των διακρίσεων και του κοινωνικού αποκλεισμού, στην ενίσχυση της κοινωνικής αλληλεγγύης και καινοτομίας, στην ενδυνάμωση της τοπικής επιχειρηματικότητας και της αειφόρου και βιώσιμης ανάπτυξης, στην παροχή σύγχρονων, ποιοτικών και καινοτόμων κοινωνικών υπηρεσιών και αγαθών υιοθέτηση θεσμικών περιορισμών που προστατεύουν τις δομές κοινωνικής και αλληλέγγυας επιχειρηματικότητας από πιθανές απόπειρες κερδοσκοπικής χειραγώγησης»¹²¹.

2.1.2. Ο Ν. 4072/2012 «Βελτίωση επιχειρηματικού περιβάλλοντος - Νέα εταιρική μορφή - Σήματα - Μεσίτες Ακινήτων - Ρύθμιση θεμάτων ναυτιλίας, λιμένων και αλιείας και άλλες διατάξεις» και ο Ν. 4548/2018 «Αναμόρφωση του δικαίου των ανωνύμων εταιρειών»,

Επίσης ο **Ν. 4072/2012 «Βελτίωση επιχειρηματικού περιβάλλοντος - Νέα εταιρική μορφή - Σήματα - Μεσίτες Ακινήτων - Ρύθμιση θεμάτων ναυτιλίας, λιμένων και αλιείας και άλλες διατάξεις»** και ο **Ν. 4548/2018 «Αναμόρφωση του δικαίου των ανωνύμων εταιρειών»**, όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει σήμερα. Τα ως άνω νομοθετήματα υποστήριξαν σταδιακά και σταθερά την είσοδο της έννοιας της καινοτομίας στην σύγχρονη ελληνική επιχειρηματικότητα.

Περαιτέρω, με ειδικότερες ρυθμίσεις σταδιακά η ελληνική έννομη τάξη παραχώρησε μια σειρά προνομίων και ελαφρύνσεων στη νεοφυή επιχειρηματικότητα, η οποία -όπως έκρινε και η οικονομικό-κοινωνική επικαιρότητα- έπρεπε να πριμοδοτηθεί στις συναλλαγές και να προστατευθεί από τυχόν αυστηρότερο νομικό πλαίσιο ως αναγκαίο επόμενο της νομικής της μορφής.

Με τον τρόπο αυτόν ακολούθησαν κάποια μέτρα ενθαρρυντικά για τις νεοφυείς επιχειρήσεις, όπως ενδεικτικά ήταν η κατάργηση του Φόρου Συγκέντρωσης Κεφαλαίου (**Ν. 4254/2014**), καθώς επίσης και της υποχρέωσης δημοσίευσης

¹²¹ Αιτιολογική Έκθεση του Ν.4019/2011

ισολογισμών και οικονομικών στοιχείων εταιριών στο ΦΕΚ, η οποία από 1.1.2015 έχει αντικατασταθεί από την δημοσίευση στον διαδικτυακό τόπο του Γενικού Εμπορικού Μητρώου (Ν. 4254/2014), τα κίνητρα του Ν. 4172/2013 για τροποποιήσεις εταιρικών σχημάτων μέσω συγχωνεύσεων, απορροφήσεων και εταιρικών διασπάσεων, της δυνατότητας μεταφοράς αποθεματικών, τις φοροαπαλλαγές υπεραξίας, τις διευκολύνσεις του Ν. 4250/2014, όπως ήταν μέτρα καταπολέμησης της γραφειοκρατίας, καθώς και οι διευκολύνσεις και τα κίνητρα του Ν. 4281/2014 σχετικά με τη δυνατότητα ένταξης των μικρών επιχειρήσεων σε καθεστώς απαλλαγής ΦΠΑ¹²².

2.1.2. Ο Ν. 4635/2019(Επενδύω στην Ελλάδα και άλλες διατάξεις) και η αντικατάσταση του του σχετικού άρθρου

Ακόμα μια χρήσιμη αναφορά στο σημείο αυτό και για λόγους πληρότητας της παρούσας, είναι η αναφορά στις παραγράφους 3 και 4 του άρθρου 143 «Εθνικό Συμβούλιο Έρευνας, Τεχνολογίας και Καινοτομίας.» του Νόμου 4635/2019 - ΦΕΚ Α 167/30.10.2019 - Επενδύω στην Ελλάδα και άλλες διατάξεις, όπως αντικαταστάθηκαν με το άρθρο 25 του Ν. 4753/2020 (Άρθρο 25. Σύνθεση Εθνικού Συμβουλίου Έρευνας, Τεχνολογίας και Καινοτομίας - Τροποποίηση του άρθρου 143 του ν. 4635/2019.) ως εξής κατ' αρχάς η παράγραφος υπ' αριθμόν (3): ««3. Το ΕΣΕΤΕΚ αποτελείται από δεκαπέντε (15) διεθνώς καταξιωμένα στο αντικείμενο τους μέλη, τα οποία προέρχονται από τον ερευνητικό, ακαδημαϊκό και επιχειρηματικό χώρο της ημεδαπής ή της αλλοδαπής και συγκροτείται με απόφαση του Υπουργού, για τριετή θητεία, που μπορεί να ανανεώνεται. Με την ίδια απόφαση ορίζονται ο Πρόεδρος και ο Αντιπρόεδρος του ΕΣΕΤΕΚ, καθώς και ο υπάλληλος της ΓΓΕΤ που εκτελεί χρέη Γραμματέα, με τον αναπληρωτή του.».

Αντίστοιχα η παράγραφος υπ' αριθμόν (4) αντικαταστάθηκε ως εξής: «4. Με ευθύνη του Υπουργού, τα μέλη κατανέμονται σε δύο (2) Επιτροπές: α) την Επιτροπή Έρευνας και Τεχνολογίας, η οποία αποτελείται από εννέα (9) μέλη και εστιάζει σε ζητήματα βασικής και εφαρμοσμένης έρευνας, αλλά και συνολικής κατεύθυνσης και λειτουργίας του ερευνητικού ιστού στη Χώρα και β) την Επιτροπή Καινοτομίας και Νεοφυούς Επιχειρηματικότητας, η οποία αποτελείται από πέντε (5) μέλη και εστιάζει σε ζητήματα ανάπτυξης της καινοτομίας και βελτίωσης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο καλούνται οι νεοφυείς επιχειρήσεις να αναπτυχθούν. Και στις δύο Επιτροπές συμμετέχει και προΐσταται ο Πρόεδρος του ΕΣΕΤΕΚ, ως δέκατο και ως έκτο μέλος

¹²² <https://startup-piraeus.gr/>

αντίστοιχα. Στόχος των δύο Επιτροπών είναι ο εντοπισμός των βασικών προβλημάτων, η κατάρτιση στρατηγικής και εν γένει η λειτουργία τους ως δεξαμενών σκέψης για τις θεματικές της αποστολής τους.».

2.1.3. Το άρθρο 70 Α ΚΦΕ όπως προστέθηκε με το άρθρο 49 Ν. 4712/2020

Πιο συγκεκριμένα, ωφέλιμη σημείωση στην παρούσα θα ήταν η αναφορά στο άρθρο 70 Α ΚΦΕ προστέθηκε με το άρθρο 49 Ν. 4712/2020, ΦΕΚ Α' 146/29.7.2020¹²³, με τίτλο «**Έκπτωση από το φορολογητέο εισόδημα ποσοστού επί κεφαλαίου που εισφέρουν φυσικά πρόσωπα σε εγγεγραμμένες επιχειρήσεις του Εθνικού Μητρώου Νεοφυών Επιχειρήσεων**», σύμφωνα με το οποίο στην παράγραφο υπ' αριθμόν ένα αυτού ορίζεται ότι «*Σε περίπτωση που φορολογούμενος - φυσικό πρόσωπο εισφέρει κεφάλαιο (angel investor) σε κεφαλαιουχική εταιρεία που είναι εγγεγραμμένη στο Εθνικό Μητρώο Νεοφυών Επιχειρήσεων της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων ποσό ίσο με το πενήντα τοις εκατό (50%) του ποσού της εισφοράς του, εκπίπτει από το φορολογητέο εισόδημά του αναλογικά ανά κατηγορία δηλωθέντος εισοδήματος του φορολογικού έτους εντός του οποίου πραγματοποιήθηκε η εισφορά*»¹²⁴, ενώ στην υπ' αριθμόν τέσσερα παράγραφο ορίζεται ότι «*Οι όροι και οι προϋποθέσεις που συντρέχουν για τον χαρακτηρισμό του φορολογουμένου - φυσικού προσώπου ως επενδυτή κατά την έννοια του παρόντος σε νεοφυή επιχείρηση ή σε νεοφυείς επιχειρήσεις (startups επιχειρήσεις), ο τρόπος, ο χρόνος και τα χαρακτηριστικά της εισφοράς του κεφαλαίου, η διαδικασία έκπτωσης από το φορολογητέο εισόδημα των φυσικών προσώπων της παρ. 1, καθώς και κάθε άλλο σχετικό θέμα, καθορίζονται με κοινή απόφαση του Υπουργού Οικονομικών, του αρμοδίου για την έρευνα και την τεχνολογία Υπουργού και του Διοικητή της ΑΑΔΕ.*»¹²⁵

2.1.4. Η Υπουργική απόφαση με Αριθμό. 39937(ΦΕΚ Β' 1415/9.4.2021)

¹²³ Ν. Μπάρμπας, Κώδικας Φορολογίας Εισοδήματος (Ν. 4172/2013), 4η έκδ., 2022, άρθ. 70Α, σ. 1051-1055, υποσ. 1

¹²⁴ Ν. Μπάρμπας, Κώδικας Φορολογίας Εισοδήματος (Ν. 4172/2013), 4η έκδ., 2022, άρθ. 70Α, σ. 1051

¹²⁵ Βλ. ανωτέρω

Σημειωτέον ότι η **Υπουργική απόφαση με Αριθμό. 39937(ΦΕΚ Β΄ 1415/9.4.2021)** αποσαφήνισε όρους και προϋποθέσεις για τον χαρακτηρισμό φορολογούμενου - φυσικού προσώπου ως «επενδυτικού αγγέλου» (**angel investor**) σε νεοφυή επιχείρηση ή νεοφυείς επιχειρήσεις (**startups**) για την εφαρμογή του άρθρου 70Α του ν. 4172/2013 (Α΄ 167), όπως προστέθηκε με τις διατάξεις του άρθρου 49 του ν. 4712/2020 (Α΄ 146)¹²⁶, οριοθετώντας όρους και οι προϋποθέσεις για τον χαρακτηρισμό φυσικού προσώπου ως “επενδυτικού αγγέλου” σε νεοφυή επιχείρηση ή σε νεοφυείς επιχειρήσεις (**startups**), ο τρόπος, ο χρόνος και τα χαρακτηριστικά της εισφοράς του κεφαλαίου, η διαδικασία έκπτωσης από το φορολογητέο εισόδημα του “επενδυτικού αγγέλου”, καθώς και κάθε άλλο σχετικό θέμα για την εφαρμογή του οικείου άρθρου¹²⁷.

2.1.5. Ν. 4957/2022 «Νέοι Ορίζοντες στα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα: Ενίσχυση της ποιότητας, της λειτουργικότητας και της σύνδεσης των Α.Ε.Ι. με την κοινωνία και λοιπές διατάξεις»

Ειδική μνεία θα πρέπει να γίνει στο **Ν. 4957/2022 (ΦΕΚ Α 141 - 21.07.2022)**¹²⁸ «**Νέοι Ορίζοντες στα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα: Ενίσχυση της ποιότητας, της λειτουργικότητας και της σύνδεσης των Α.Ε.Ι. με την κοινωνία και λοιπές διατάξεις**» και ειδικότερα στο άρθρο **222 «Επιτροπή Μεταφοράς Τεχνολογίας, Καινοτομίας και Νεοφυούς Επιχειρηματικότητας**» σύμφωνα με το οποίο: «*Με απόφαση του Συμβουλίου Διοίκησης συγκροτείται η Επιτροπή Μεταφοράς Τεχνολογίας, Καινοτομίας και Νεοφυούς Επιχειρηματικότητας. Η Επιτροπή αποτελεί συμβουλευτικό όργανο του Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (Α.Ε.Ι.) και έχει ως αποστολή τη διαρκή παρακολούθηση των θεμάτων που σχετίζονται με τη μεταφορά τεχνολογίας, την καινοτομία και τη διασύνδεση του Α.Ε.Ι. και των μελών της πανεπιστημιακής κοινότητας με την κοινωνία και την οικονομία και τη διαμόρφωση προτάσεων για τη χάραξη πολιτικών σε θέματα του αντικειμένου της. Η θητεία της Επιτροπής είναι διετής (παρ.1).*»

¹²⁶ Ν. Μπάρμπας, Κώδικας Φορολογίας Εισοδήματος (Ν. 4172/2013), 4η έκδ., 2022, άρθρ. 70Α, σ. 1052, αρ. 1

¹²⁷ Βλ. ανωτέρω

¹²⁸ https://www.et.gr/api/DownloadFeksApi/?fek_pdf=20220100141

Σύμφωνα με την τρίτη παράγραφο άρθρο 222 «**Επιτροπή Μεταφοράς Τεχνολογίας, Καινοτομίας και Νεοφυούς Επιχειρηματικότητας**»: «**Αντικείμενο της Επιτροπής** είναι η υποβολή εισηγήσεων προς τον Πρύτανη του Α.Ε.Ι. ή τον αρμόδιο ανά περίπτωση Αντιπρύτανη, για θέματα μεταφοράς τεχνολογίας, καινοτομίας και διασύνδεσης του Α.Ε.Ι. και των μελών της πανεπιστημιακής κοινότητας με την κοινωνία και την οικονομία. Ειδικότερα, αρμοδιότητες της Επιτροπής είναι: α) η υποβολή εισηγήσεων για την πολιτική του Α.Ε.Ι. σε θέματα μεταφοράς τεχνολογίας, καινοτομίας και νεοφυούς επιχειρηματικότητας, β) η υποστήριξη των οργάνων διοίκησης του Α.Ε.Ι. κατά τη σύνταξη του στρατηγικού σχεδίου και των προγραμματικών συμφωνιών του Α.Ε.Ι. στους τομείς της αρμοδιότητάς της, γ) η αναζήτηση ενδιαφερόντων ερευνητικών αποτελεσμάτων που παράγονται από ερευνητικές ομάδες εντός του Α.Ε.Ι., δ) η υποβολή προτάσεων για την προστασία της διανοητικής ιδιοκτησίας που παράγεται από ερευνητικές ομάδες εντός του Α.Ε.Ι. και την εμπορική αξιοποίηση της έρευνας, τεχνολογίας, τεχνογνωσίας και καινοτομίας που παράγονται.».

Ακολούθως το ως άνω άρθρο συνεχίζει με τις περιπτώσεις: «ε) η κατάρτιση σχεδίου του **Εσωτερικού Κανονισμού της Μονάδας Μεταφοράς Τεχνολογίας και Καινοτομίας** ή η υποβολή εισήγησης για την τροποποίησή του, στ) η υποβολή γνώμης για την ίδρυση εταιρειών τεχνοβλαστών (*spin off*), εφόσον ζητείται από τα όργανα διοίκησης του Α.Ε.Ι., ζ) η συνεργασία με την Επιτροπή Ερευνών για θέματα που άπτονται των αρμοδιοτήτων της, η) η ανάληψη πρωτοβουλιών για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση δράσεων, σεμιναρίων, επιστημονικών ημερίδων, εκδηλώσεων, θερινών ή χειμερινών σχολείων και άλλων συναφών δράσεων και πρωτοβουλιών, σε συνεργασία με το Κέντρο Επιμόρφωσης και Διά Βίου Μάθησης (Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.) του Α.Ε.Ι. και φορείς του δημόσιου ή ιδιωτικού τομέα, σε θέματα μεταφοράς τεχνολογίας, καινοτομίας, νεοφυούς επιχειρηματικότητας και ενίσχυσης της διασύνδεσης του Α.Ε.Ι. και των μελών της πανεπιστημιακής κοινότητας, και ιδίως των φοιτητών, με τους παραγωγικούς φορείς της χώρας, θ) η παροχή τεχνογνωσίας, η μεταφορά καλών πρακτικών, η εξεύρεση καινοτόμων ιδεών, η ανάπτυξη δημιουργικότητας και καινοτομίας και η διασύνδεση των φοιτητών με τους παραγωγικούς φορείς της ημεδαπής, ι) η οργάνωση δράσεων συμβουλευτικής καθοδήγησης (*mentoring*) και η υποστήριξη της εκπόνησης επιχειρηματικών σχεδίων (*business plans*) από τους φοιτητές του Α.Ε.Ι. και τα μέλη των ερευνητικών ομάδων του Α.Ε.Ι., ια) η προσέλκυση χρηματοδοτήσεων για την εκπόνηση βιομηχανικής έρευνας εντός του Α.Ε.Ι., ιβ) η διεξαγωγή διαγωνισμών που προάγουν την αριστεία και ενισχύουν τον υγιή συναγωνισμό στην έρευνα και την καινοτομία μεταξύ των μελών της πανεπιστημιακής κοινότητας, ιγ) η συνεργασία με την ανώνυμη Εταιρεία με την επωνυμία «**Εθνικό Μητρώο Νεοφυών Επιχειρήσεων Α.Ε.**» του άρθρου 72 του ν. 4914/2022 (Α' 61) για θέματα που εμπíπτουν στις αρμοδιότητές της.».

Τέλος το ως άνω άρθρο ολοκληρώνεται με τις περιπτώσεις ως εξής: «ιδ) η υποβολή εισηγήσεων προς τα όργανα διοίκησης του Α.Ε.Ι. για θέματα που αφορούν στη

διαμόρφωση της πολιτικής του Α.Ε.Ι. στους τομείς που σχετίζονται με την Εθνική Στρατηγική για την Έξυπνη Εξειδίκευση και την Εθνική Στρατηγική Έρευνας, Τεχνολογικής Ανάπτυξης και Καινοτομίας, ιε) η υποστήριξη της ίδρυσης και λειτουργίας θερμοκοιτίδας επιχειρήσεων και τεχνολογικού και επιστημονικού πάρκου του Α.Ε.Ι., με σκοπό τη δημιουργία ενός οικοσυστήματος αλληλεπίδρασης του Α.Ε.Ι. με τις επιχειρήσεις της ημεδαπής και αλλοδαπής, ιστ) η αναζήτηση επενδυτικών αγγέλων (business angels) και κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών για την ίδρυση νεοφυών επιχειρήσεων των φοιτητών του Α.Ε.Ι. και των μελών των ερευνητικών ομάδων για την εμπορική αξιοποίηση καινοτόμων ιδεών και τεχνολογιών, ιζ) κάθε άλλη αρμοδιότητα που καθορίζεται στον Εσωτερικό Κανονισμό του Α.Ε.Ι. και σχετίζεται με το αντικείμενο της Επιτροπής.»

Περαιτέρω, στον Ν. 4957/2022 (ΦΕΚ Α 141 - 21.07.2022)¹²⁹ «Νέοι Ορίζοντες στα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα: Ενίσχυση της ποιότητας, της λειτουργικότητας και της σύνδεσης των Α.Ε.Ι. με την κοινωνία και λοιπές διατάξεις» προβλέπεται στο άρθρο 434. «Εξουσιοδοτικές διατάξεις Κεφαλαίου ΚΕ'» ότι: «Με αποφάσεις του Συμβουλίου Διοίκησης του Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (Α.Ε.Ι.) συγκροτούνται η Επιτροπή Δεοντολογίας του άρθρου 217, η Επιτροπή Ισότητας των φύλων και καταπολέμησης των διακρίσεων του άρθρου 218, η Επιτροπή Ασφάλειας και Προστασίας του άρθρου 219, η Επιτροπή Ισότιμης Πρόσβασης ατόμων με αναπηρία και ατόμων με ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες του άρθρου 220, η Επιτροπή Ψηφιακής Διακυβέρνησης του άρθρου 221 και Επιτροπή Μεταφοράς Τεχνολογίας, Καινοτομίας και Νεοφυούς Επιχειρηματικότητας του άρθρου 222.»

2.1.6. Το Προεδρικό Διάταγμα 15/2022 του Οργανισμού Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων

Περαιτέρω ειδική μνεία θα πρέπει να γίνει και σε συσχετισμό με την Καινοτομία, στο Προεδρικό Διάταγμα 15/2022 του Οργανισμού Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων(ΦΕΚ 39/Α/01-03-2022)¹³⁰ και ειδικότερα στο Άρθρο 53 «Διεύθυνση Σχεδιασμού και Προγραμματισμού Έρευνας και Καινοτομίας» σύμφωνα με το οποίο και ειδικότερα στην πρώτη παράγραφο αυτού ορίζεται ότι: «**Επιχειρησιακός στόχος της Διεύθυνσης είναι η κατάρτιση του Στρατηγικού Πλαισίου για την Έρευνα και Καινοτομία, ο προγραμματισμός των δράσεων της Γενικής Γραμματείας, η αποτίμηση των αποτελεσμάτων της έρευνας καθώς και η εξειδίκευση δράσεων για την υποστήριξη της καινοτομίας.**»

¹²⁹ https://www.et.gr/api/DownloadFeksApi/?fek_pdf=20220100141 (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹³⁰ https://www.et.gr/api/Download_Small/?fek_pdf=20220100015 (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

Ακολούθως στην δεύτερη παράγραφο του ίδιου άρθρου ορίζεται ότι: «Οι αρμοδιότητες της Διεύθυνσης κατανέμονται στα τμήματά της ως εξής: «α) Τμήμα Α' Σχεδιασμού και Προγραμματισμού: αα) Η κατάρτιση του Στρατηγικού Σχεδιασμού της Έρευνας και Καινοτομίας, ο σχεδιασμός και συντονισμός υλοποίησης της Εθνικής Στρατηγικής Έρευνας Τεχνολογικής Ανάπτυξης και Καινοτομίας (ΕΣΕΤΑΚ). αβ) Η διαμόρφωση της Εθνικής Στρατηγικής για θέματα Υποδομών Έρευνας και Καινοτομίας, η κατάρτιση σχετικών Μητρώων και η σύνταξη του Εθνικού Οδικού Χάρτη Ερευνητικών Υποδομών. αγ) Ο καθορισμός στόχων Έρευνας, Τεχνολογικής Ανάπτυξης και Καινοτομίας (ΕΤΑΚ) και η εκτίμηση προόδου στρατηγικής. αδ) Η παρακολούθηση των στόχων των μέτρων/δράσεων Έρευνας και Καινοτομίας στο πλαίσιο διάφορων εθνικών, περιφερειακών και συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων. αε) Ο συντονισμός των εθνικών και περιφερειακών πολιτικών ΕΤΑΚ.».

Ακολούθως συνεχίζει το άρθρο ως εξής: «αστ) Η κατάρτιση και παρακολούθηση του Σχεδίου Δράσης του Υπουργείου, που αφορά στην έρευνα και καινοτομία. αζ) Η παρακολούθηση της οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας της χώρας σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο σε συνδυασμό με τις διεθνείς εξελίξεις και η εισήγηση μέτρων πολιτικής και τρόπων παρέμβασης για την προώθηση και διευκόλυνση των ερευνητικών και τεχνολογικών δραστηριοτήτων. αι) Η παρακολούθηση των εργασιών των επιτροπών του ΟΟΣΑ σχετικά με την πολιτική Έρευνας και Καινοτομίας. αθ) Η διαχείριση του Μητρώου του Ελληνικού Επιστημονικού Δυναμικού. αι) Η παρακολούθηση θεμάτων Κρατικών Ενισχύσεων στους τομείς Έρευνας και Καινοτομίας. αια) Η οργάνωση διαδικασιών διαβούλευσης για την κατάρτιση ΕΣΕΤΕΚ και συντονισμός των σχετικών οργάνων διαβούλευσης. β) Τμήμα Β' Αποτίμησης και Αξιολόγησης Επιπτώσεων: βα) Η αποτίμηση και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων των προγραμμάτων της Γενικής Γραμματείας και των εποπτευόμενων φορέων σύμφωνα με τις διεθνείς μεθόδους αποτίμησης. ββ) Η λήψη διορθωτικών μέτρων με βάση τα αποτελέσματα των αξιολογήσεων και αποτιμήσεων που πραγματοποιούνται».

Τέλος ολοκληρώνεται η ως άνω οικεία διάταξη ως εξής: «βγ) Η εκτίμηση των μακροχρόνιων αναγκών του συστήματος έρευνας και καινοτομίας της χώρας σε ανθρώπινο δυναμικό, εξοπλισμό, κτήρια, θεσμική υποδομή και η εισήγηση μέτρων για την κάλυψή τους. βδ) Η συλλογή και ταξινόμηση ερευνητικών δεδομένων για την αποτίμηση αποτελεσμάτων. βε) Η αναζήτηση και αξιοποίηση των αποτελεσμάτων των ερευνητικών έργων. βστ) Η σύνταξη μελετών και εκθέσεων για τα αποτελέσματα των έργων και δράσεων της ΓΤΕΚ. βζ) Η ταξινόμηση και παρουσίαση στοιχείων αναφορικά με τις δραστηριότητες στο πεδίο έρευνας και καινοτομίας στον εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνή χώρο. βη) Η εισήγηση μέτρων για την τεχνολογική και εμπορική αξιοποίηση των αποτελεσμάτων των πάσης φύσεως ερευνητικών έργων. βθ) Η πιστοποίηση διαδικασιών και διασφάλιση ποιότητας σύμφωνα με αναγνωρισμένα διεθνή πρότυπα. βι) Ο συντονισμός των μονάδων της ΓΤΕΚ για τη συλλογή στοιχείων και πληροφοριών που

αφορούν στα μέσα κοινοβουλευτικού ελέγχου, και τη σύνταξη και προώθηση των απαντήσεων κατά την άσκηση του κοινοβουλευτικού ελέγχου.»

Περαιτέρω στο Τμήμα Γ' της ίδιας παραγράφου, του ίδιου άρθρου, ορίζονται τα συναφή με τον **Σχεδιασμό Δράσεων Καινοτομίας ως εξής:** «γα) Ο σχεδιασμός και ο προγραμματισμός παρεμβάσεων, μέτρων, δράσεων για την καινοτομία, **η προώθηση και διάχυση της καινοτομίας, η σύνδεση καινοτομίας με την παραγωγή, την αγορά εργασίας, την επιχειρηματικότητα και την ανάπτυξη.** γβ) Ο σχεδιασμός των δράσεων και έργων καινοτομίας, η σύνταξη μελετών για καινοτόμες δράσεις και έργα, καθώς επίσης και των μεθοδολογιών για την πρακτική αξιοποίηση καινοτόμων εφαρμογών και δράσεων. γγ) Η ενίσχυση του **περιβάλλοντος καινοτομίας**, των νεοφυών επιχειρήσεων και οραματικών προγραμμάτων. γδ) Η καινοτομία σχετικά με τα ψηφιακά δεδομένα, τα ηλεκτρονικά μέσα, την συμμετοχή τους στην ανάπτυξη και στην ένταξή τους στην αγορά, στις επιχειρήσεις και στην καθημερινότητα. γε) Η προώθηση, ανάπτυξη και **ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ δημόσιας και ιδιωτικής έρευνας**, η στήριξη μηχανισμών και δραστηριοτήτων που επιτρέπουν στις καινοτομίες να φτάσουν στην αγορά. **γστ) Η προώθηση της καινοτόμου επιχειρηματικότητας και η στήριξη των νέων επιχειρηματικών μοντέλων.** γζ) Η διαμόρφωση προτάσεων για τον εμπλουτισμό του στρατηγικού σχεδιασμού σε θέματα καινοτομίας. γη) Η λήψη μέτρων και ο χειρισμός θεμάτων μεταφοράς τεχνολογίας. γθ) Ο εντοπισμός διεθνών καλών πρακτικών στο χώρο της καινοτομίας και διαμόρφωση σχετικών εισηγήσεων για τις διεθνείς εξελίξεις.».

2.2. ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΟΙ ΘΕΣΜΟΙ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΝΕΟΦΥΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

2.2.1. Εθνικό Μητρώο Νεοφυών Επιχειρήσεων «Elevate Greece»

Ειδική μνεία είναι χρήσιμο να γίνει στη θεσμοθέτηση και την λειτουργία του Elevate Greece (<https://elevategreece.gov.gr/>), του εθνικού μητρώου νεοφυών επιχειρήσεων που αναπτύχθηκε από το Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων και έγινε η αφετηρία για τη δημιουργία ενός οικοσυστήματος νεοφυών επιχειρήσεων¹³¹. **Εθνικό Μητρώο Νεοφυών Επιχειρήσεων «Elevate Greece»** σύμφωνα με το άρθρο 2 της Υπουργικής Απόφασης με Αριθμό. 39937(ΦΕΚ Β' 1415/9.4.2021) είναι το Μητρώο που τηρείται από τη Γενική Γραμματεία Έρευνας και Καινοτομίας (Γ.Γ.Ε.Κ.) του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων στο οποίο

¹³¹ <https://elevategreece.gov.gr/>

εγγράφονται επιχειρήσεις μέσω της διαδικασίας που ορίζεται με την υπ' αρ. 85490/10.08.2020 κοινή απόφαση των Υφυπουργών Οικονομικών και Ανάπτυξης και Επενδύσεων Εθνικού Μητρώου Νεοφυών, Επιχειρήσεων - Προϋποθέσεις εγγραφής και κριτήρια υπαγωγής των επιχειρήσεων στο ως άνω Μητρώο» (Β' 3668), όπως τροποποιήθηκε και ισχύει¹³². Ο κατάλογος των εγγεγραμμένων επιχειρήσεων στο Μητρώο της Γ.Γ.Ε.Κ. γνωστοποιείται και επικαιροποιείται με αποφάσεις τμηματικής εγγραφής και διαγραφής του Γενικού Γραμματέα Έρευνας και Καινοτομίας και είναι προσβάσιμος ανά πάσα στιγμή, μέσω της πλατφόρμας www.elevategreece.gov.gr Νεοφυής Επιχείρηση: Κάθε Ανώνυμη Εταιρεία (ΑΕ), Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ) και Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (ΙΚΕ) που έχει την έδρα της στην Ελλάδα και είναι εγγεγραμμένη στο Εθνικό Μητρώο Νεοφυών Επιχειρήσεων «ElevateGreece» κατά τον χρόνο εισφοράς του κεφαλαίου¹³³.

Στα **άρθρα 68-73 του Ν.4914/2022** προσεγγίζεται η άποψη ότι το οικοσύστημα της **καινοτομίας** πρέπει να έχει στον πυρήνα του τις νεοφυείς επιχειρήσεις, αλλά παράλληλα να περιλαμβάνει και να δικτυώνει όλους τους συντελεστές της «τετραπλής έλικας»: 1. Ιδιωτικός Τομέας: Startups/Scale ups & Big Corporations με R&D «διάσταση», 2. Ερευνητικά Κέντρα και ΑΕΙ, 3. Δημόσιος και ευρύτερος δημόσιος τομέας, 4. Κοινωνία των Πολιτών. Για να καταστούν αυτά εφικτά, απαιτούνται γνώση και ευελιξία¹³⁴. η Σκοπός της «Elevate Greece ΑΕ» («Εθνικό Μητρώο Νεοφυών Επιχειρήσεων Α.Ε») είναι να συμβάλλει αποτελεσματικά στην υποστήριξη, ενημέρωση, δικτύωση και προβολή του «οικοσυστήματος καινοτομίας» και θα αποτελέσει τον «καταλύτη» μετασχηματισμού της ελληνικής οικονομίας¹³⁵. Με αυτόν τον τρόπο παρατηρείται μια σταδιακή διαβάθμιση στην ενημέρωση και στον εμπλουτισμό του θεσμικού πλαισίου, το οποίο μορφοποιείται και εξειδικεύεται με προοπτική αναπτυξιακή για το ευρύτερο επιχειρείν και συγχρόνως είναι ελκυστικό για την θεσμική επένδυση στον κλάδο των νεοφυών επιχειρήσεων.

¹³² Ν. Μπάρμπας, Κώδικας Φορολογίας Εισοδήματος (Ν. 4172/2013), 4η έκδ., 2022, άρθρ. 70Α, σ. 1052, αρ. 1

¹³³ Βλ. ανωτέρω

¹³⁴ Αιτιολογική Έκθεση του Ν.4914/2022

¹³⁵ Αιτιολογική Έκθεση του Ν.4914/2022

2.2.2. Η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Καινοτομίας

Αξίζει να σημειωθεί στο σημείο αυτό ο ρόλος της **Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Καινοτομίας**, η οποία αποτελεί μια σύγχρονη δημόσια υπηρεσία με αποστολή τον σχεδιασμό και τον συντονισμό της υλοποίησης της πολιτικής Έρευνας, Τεχνολογικής Ανάπτυξης και Καινοτομίας (ΕΤΑΚ). Ενισχύει τις δραστηριότητες των ερευνητικών και παραγωγικών φορέων, μέσω ανταγωνιστικών ερευνητικών προγραμμάτων με έμφαση στην οικονομική και κοινωνικά δίκαιη ανάπτυξη. Η ΓΓΕΚ εποπτεύει Ερευνητικά Κέντρα και Τεχνολογικούς Φορείς, οι οποίοι διαθέτουν και προάγουν τις απαραίτητες δεξιότητες για την παραγωγή γνώσης και καινοτομίας. Επιπρόσθετα, παρακολουθεί τις ευρωπαϊκές και διεθνείς εξελίξεις σε θέματα ΕΤΑΚ και εκπροσωπεί τη χώρα στην Ευρωπαϊκή Ένωση και σε Διεθνείς Οργανισμούς στους τομείς αρμοδιότητάς της¹³⁶.

Στόχοι της ΓΓΕΚ αποτελούν: **η χάραξη και προώθηση ολοκληρωμένης στρατηγικής για την έρευνα και την καινοτομία, η αύξηση των επιδόσεων σε έρευνα και καινοτομία των ελληνικών επιχειρήσεων και των ερευνητικών και ακαδημαϊκών φορέων, τόσο μέσα από θεσμικές παρεμβάσεις, όσο και μέσα από την χρηματοδότηση ερευνητικών έργων υψηλής ποιότητας και σημαντικής επίπτωσης στην οικονομία και κοινωνία, η ενίσχυση και αναβάθμιση των Υποδομών Έρευνας και Καινοτομίας σε τομείς σημαντικούς για την ελληνική οικονομία και κοινωνία, η αξιοποίηση των υψηλών προσόντων του ερευνητικού δυναμικού στην κατεύθυνση δημιουργίας νέων θέσεων απασχόλησης και την αναστροφή της τάσης μετανάστευσης ή υποαπασχόλησης του επιστημονικού δυναμικού, η μεταφορά και η διάχυση καινοτόμων τεχνολογιών προς τους παραγωγικούς φορείς της χώρας, με στοχευμένη αξιοποίηση των προϊόντων της έρευνας, η εποπτεία και χρηματοδότηση των Ερευνητικών και Τεχνολογικών φορέων της χώρας, η υποστήριξη δράσεων ευαισθητοποίησης της ελληνικής κοινωνίας σε θέματα Έρευνας και Καινοτομίας, η εκπροσώπηση της χώρας στα αρμόδια όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του ΟΟΣΑ, η συνεργασία με άλλες χώρες και η ανάληψη πρωτοβουλιών σε διεθνές επίπεδο και η αποτίμηση των αποτελεσμάτων εφαρμογής των δράσεων έρευνας και καινοτομίας, για τη συνεχή αναπροσαρμογή της ερευνητικής πολιτικής¹³⁷.**

¹³⁶ <https://gsri.gov.gr/apostoli/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹³⁷ <https://gsri.gov.gr/apostoli/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

Στην ενίσχυση του θεσμικού πλαισίου γύρω από την νεοφυή επιχειρηματικότητα, δεν θα μπορούσε να παραληφθεί η συγκρότηση του **Εθνικού Συμβουλίου Έρευνας, Τεχνολογίας και Καινοτομίας**, το οποίο είναι το ανώτατο γνωμοδοτικό όργανο της Πολιτείας σε ό,τι αφορά τη χάραξη εθνικής στρατηγικής για την Έρευνα, την Τεχνολογία και την Ανάπτυξη της Καινοτομίας (ΕΤΑΚ). Υποστηρίζει στο έργο του τον αρμόδιο Υπουργό ή Αναπληρωτή Υπουργό ή Υφυπουργό για θέματα Έρευνας και Τεχνολογίας (εφεξής «Υπουργό») και τον Γενικό Γραμματέα Έρευνας και Καινοτομίας (ΓΓΕΚ) στα ζητήματα που άπτονται της αρμοδιότητάς τους¹³⁸.

Αρμοδιότητες και στόχοι του **Εθνικού Συμβουλίου Έρευνας, Τεχνολογίας και Καινοτομίας**, είναι η παρακολούθηση των εθνικών, ευρωπαϊκών και διεθνών εξελίξεων στην ΕΤΑΚ και η υποβολή σχετικών προτάσεων στον αρμόδιο για θέματα Έρευνας και Τεχνολογίας Υπουργό και τη ΓΓΕΚ, η συμβολή στη διαμόρφωση και επικαιροποίηση της ΕΤΑΚ και η παρακολούθηση της προόδου της εφαρμογής της, η σύνταξη και δημοσιοποίηση ετήσιας Έκθεσης στρατηγικής για την Έρευνα, Τεχνολογία και Καινοτομία, συνοδευόμενη από Απολογισμό προόδου για το περασμένο έτος, στη βάση της παρακολούθησης εφαρμογής της ΕΤΑΚ και των διεθνών εξελίξεων, η υποβολή προτάσεων για την αξιοποίηση, τη στρατηγική διαμόρφωση και την κατανομή της δημόσιας χρηματοδότησης για την ΕΤΑΚ, η υποβολή προτάσεων και η ενθάρρυνση υιοθέτησης δημόσιων πολιτικών στη βάση του ερευνητικού έργου που εκπονούν τα εποπτευόμενα από τη ΓΓΕΚ ερευνητικά κέντρα και μπορεί να έχουν ευεργετική επίδραση στο κοινωνικό σύνολο, η υποβολή προτάσεων για την υλοποίηση πολιτικών μετασχηματισμού της Έρευνας σε Καινοτομία και εν γένει της διασύνδεσης του παραγόμενου ερευνητικού αποτελέσματος με την επιχειρηματικότητα και κάθε μορφής μη κρατική πρωτοβουλία.

Επιπλέον, η συμβολή στη διασφάλιση στενής δημιουργικής συνεργασίας μεταξύ της έρευνας, της εκπαίδευσης και των παραγωγικών κλάδων της οικονομίας, καθώς επίσης και η γνωστοποίηση στους δημόσιους φορείς και η ενθάρρυνσή τους να ενσωματώσουν στη λειτουργία τους ερευνητικά αποτελέσματα και καινοτομικά προϊόντα, τα οποία παράγονται από εποπτευόμενους φορείς της ΓΓΕΚ¹³⁹.

¹³⁸ <https://esetek.gov.gr/> (πρόσβαση 2023)

¹³⁹ <https://esetek.gov.gr/rolos-2/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

Παράλληλα το **Εθνικό Συμβούλιο Έρευνας, Τεχνολογίας και Καινοτομίας** εξετάζει την υποβολή προτάσεων για την προσέλκυση ιδιωτικών κεφαλαίων, που θα μπορούσαν να ενισχύσουν την Έρευνα, την Ανάπτυξη και την Καινοτομία στην Ελλάδα, συμβάλλει στην προώθηση της διεθνούς συνεργασίας για τη διαμόρφωση ισχυρών δεσμών μεταξύ της ελληνικής και της διεθνούς ερευνητικής κοινότητας, άπτεται της εξέτασης και εισήγησης πάσης φύσεως κινήτρων και διατύπωση προτάσεων για τη διευκόλυνση των επενδύσεων σε νεοφυείς επιχειρήσεις. Η δικτύωση νεοφυών επιχειρήσεων με υφιστάμενες εταιρίες, δυνητικούς χρηματοδότες, αλλά και δεξαμενές σκέψης στο εσωτερικό και το εξωτερικό, εξετάζει την εισήγηση προτάσεων προς τον Υπουργό, σχετικά με τη σύνθεση των εκλεκτορικών σωμάτων, από τα οποία επιλέγονται οι διευθυντές των ερευνητικών κέντρων, ινστιτούτων και εποπτευόμενων φορέων, ενώ και άλλοι στόχοι τίθενται προς υλοποίηση στο ΕΣΕΤΕΚ από την Κυβέρνηση, τον Υπουργό ή την κείμενη νομοθεσία¹⁴⁰.

Επιπρόσθετα, εν όψει των πρωτοβουλιών που έχουν αναληφθεί στο πλαίσιο της ενίσχυσης του θεσμικού πλαισίου της νεοφυούς επιχειρηματικότητας αξίζει να σημειωθεί η δημιουργία της **πρώτης Πολιτείας Καινοτομίας** στην **Αθήνα** (ΧΡΩΠΕΙ), στα πρότυπα των Κέντρων Καινοτομίας (Innovation District), η οποία θα αποτελέσει ένα φυσικό χώρο, όπου μεγάλες επιχειρήσεις, ακαδημαϊκά ιδρύματα, νεοφυείς επιχειρήσεις (Startups) και Startup Incubator/Accelerators, θα συνυπάρχουν **ερευνητικά κέντρα, νεοφυείς επιχειρήσεις και μεγάλες, καταξιωμένες επιχειρήσεις** στον χώρο της **έρευνας, της τεχνολογίας και της καινοτομίας**. Αυτή η συνύπαρξη και η διαρκής επικοινωνία επιστημόνων και καταρτισμένων υπαλλήλων συμβάλει στην ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών προς **όφελος της κοινωνίας**¹⁴¹. Η επιτυχία των συνεργειών μεταξύ των συμμετεχόντων αναμένεται να προσδώσει την αναγκαία **προστιθέμενη αξία** στο τελικό αποτέλεσμα¹⁴².

Τέλος, πρέπει να σημειωθεί η δημιουργία του **Κέντρου Καινοτομίας & Τεχνολογίας Θεσσαλονίκης**, ενός Τεχνολογικού Πάρκου 4ης γενιάς, με τον διακριτικό τίτλο **Thess INTEC (Thessaloniki Innovation & Technology Center)**, η οποία θα αποτελεί το συνδεδετικό κρίκο μεταξύ των παραπάνω πρωτοβουλιών και

¹⁴⁰ <https://esetek.gov.gr/rolos-2/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁴¹ <https://gsri.gov.gr/protovoulies-draseis/chropei/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁴² <https://gsri.gov.gr/protovoulies-draseis/chropei/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

δη του **Εθνικού Μητρώου Νεοφυών Επιχειρήσεων – Elevate Greece** και της **Πολιτείας Καινοτομίας** στην **Αθήνα (ΧΡΩΠΕΙ)**, παρέχοντας τη δυνατότητα συστέγασης και συνεργασίας της έρευνας και ανάπτυξης του ιδιωτικού και του δημοσίου τομέα σε έναν ειδικά οργανωμένο και σημαντικής έκτασης χώρο 761 στρ. στην περιοχή του αεροδρομίου Θεσσαλονίκης, στο Δήμο Θερμαϊκού¹⁴³.

Η κυρίαρχη διαφοροποίηση του Thess INTEC αποτελεί το γεγονός ότι η σκοπιμότητα ίδρυσής του βασίζεται και είναι απόλυτα συνδεδεμένη με έναν μεγάλο αριθμό **συγκεκριμένων και δυναμικών Ελληνικών επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων**, καθώς και διεθνών Τεχνολογικών Πάρκων από την Ευρώπη και την Αμερική, που έχουν ήδη γραπτές μεταξύ τους συμφωνίες για την προσδοκώμενη συνεργασία τους στα πλαίσια της εγκατάστασής τους στους χώρους του Κέντρου. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για το σχεδιασμό του Thess INTEC περιελάμβανε μία “bottom-up” προσέγγιση, βάσει της οποίας, οι ανάγκες που γεννήθηκαν από τη συνεργασία και συστέγαση ερευνητικών ομάδων και επιχειρήσεων, υπέδειξαν τον τρόπο, το μέγεθος ακόμα και τα υλικά με τα οποία θα πρέπει να αναπτυχθούν οι κοινόχρηστες υποδομές και τα κτιριακά συγκροτήματα στο Κέντρο Καινοτομίας¹⁴⁴.

ΜΕΡΟΣ Β: ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΜΕΤΡΗΣΕΙΣ

3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ – ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

Εισαγωγή

Για τις ανάγκες της εκπόνησης της συγκεκριμένης εργασίας, δημιουργήθηκε ένα ευσύνοπτο ερωτηματολόγιο, απευθυνόμενο σε ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις, οι οποίες είναι εγγεγραμμένες στο **Εθνικό Μητρώο Νεοφυών Επιχειρήσεων** που είναι το επίσημο μητρώο καταγραφής των **νεοφυών επιχειρήσεων** στην Ελλάδα. Η δομή του ερωτηματολογίου είναι με ανοιχτού και κλειστού τύπου ερωτήσεις, με επικρατέστερη κατηγορία τις δεύτερες. Τίτλοφορούμενο ως «**ΝΕΟΦΥΗΣ**

¹⁴³ <https://gsri.gov.gr/kentro-kainotomias-kai-technologias-thessalonikis> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)/

¹⁴⁴ <https://gsri.gov.gr/kentro-kainotomias-kai-technologias-thessalonikis/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ» και με μέσο όρο χρόνου συμπλήρωσης τα δέκα λεπτά, έγινε μια προσπάθεια άμεσης, αποτελεσματικής και ταχύτατης αξιολόγησης της τοποθέτησης μιας σύγχρονης νεοφυούς επιχείρησης στην ελληνική αγορά.

Η δομή του ερωτηματολογίου είναι τέτοια ώστε στο πρώτο τμήμα του διατυπώνονται ερωτήσεις μέσω των οποίων μια εταιρεία «συστήνεται» ως startup και ταυτοποιείται. Το δεύτερο τμήμα του αφορά την καινοτομία μέσω της οποίας η εταιρεία συστήθηκε στην αγορά και το τρίτο μέρος αυτού προσεγγίζει την χρηματοδότηση. Το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται αναλυτικά την ενότητα 2.2. με παράλληλη παράθεση των ερωτήσεων, των απαντήσεων και των σχετικών γραφημάτων. Συγχρόνως οι απαντήσεις σχολιάζονται και αξιολογούνται, τόσο εννοιολογικά, όσο και συγκριτικά.

3.2. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ - ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΠΟΙΗΣΗ

3.2.1. Στοιχεία ίδρυσης νεοφυούς επιχείρησης και παρεχόμενο προϊόν/υπηρεσία

Στο σημείο αυτό της εργασίας θα παρουσιαστούν οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου και οι απαντήσεις που δόθηκαν με παράλληλη προσπάθεια σχολιασμού αυτών. Πιο συγκεκριμένα, η πρώτη ερώτηση **«Πότε ιδρύσατε την επιχείρησή σας;»**, αν και τυπική ερώτηση και φαινομενικά απλή, έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον ως προς τις απαντήσεις, καθώς από την θεωρία Οι startups έχουν μέση διάρκεια ζωής έναν χρόνο, διότι σε δύο χρόνια πρέπει να λειτουργούν και να είναι δομημένες όπως μια κανονική επιχείρηση¹⁴⁵. Ωστόσο οι εγγεγραμμένες startups μέσω του ερωτηματολογίου, θέλησαν να δώσουν μια έμφαση στην παρουσία τους στον χρόνο, ακόμη κι αν αυτό δεν είναι ένα χαρακτηριστικό της νεοφυούς επιχείρησης, την οποία ξεχωρίζει η δυναμική της καινοτομίας της που ως επιταχυντής την εδραιώνει στην αγορά σε σύντομο χρονικό διάστημα. Έτσι ως απαντήσεις του χρόνου ίδρυσης δηλώθηκαν τα έτη 2007, 2014, 2016, 2018, 2019

¹⁴⁵ Ποια είναι τα χαρακτηριστικά μιας startup επιχείρησης; (zerorisk.gr) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

και μόλις το 14,28% αντιστοίχησε την παρουσία του σύμφωνα με την θεωρία στο έτος 2021.

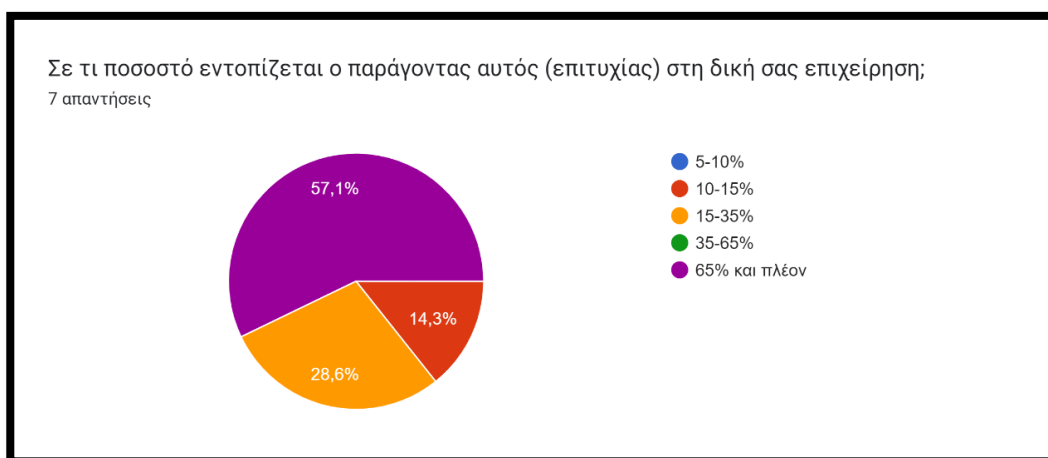
Η επόμενη ερώτηση του ερωτηματολογίου «*Τι είδους υπηρεσία/προϊόν παρέχει η επιχείρησή;*» επίσης ανοικτού τύπου, έλαβε ως απαντήσεις: «συμβουλευτικές υπηρεσίες» στο 28,57% του ποσοστού των απαντήσεων, ενώ λοιποί εκπρόσωποι των επιχειρήσεων δήλωσαν ότι η εταιρεία παρέχει «εφαρμογές λογισμικού», «mobile and web app», «βιοτεχνολογικές λύσεις στη βιομηχανία τροφίμων», «συστήματα λογισμικού και ποιοτικό έλεγχο στις βιομηχανίες» «RD, training». Ακολούθησε ερώτηση, η οποία σχετίζεται με το industry – τον κλάδο της αγοράς στον οποίον η ερωτηθείσα επιχείρηση δραστηριοποιείται και οι απαντήσεις που ελήφθησαν ήταν: «φάρμακα», «παραγωγή πολυμεσικού υλικού – προγράμματα IoT», «μελισσοκομία», «παροχή υπηρεσιών», «ag-tech», «ΤΠΕ», «aerospace».

Η επόμενη ερώτηση ήταν: «*Που ιδρύσατε την επιχείρησή σας;*», η οποία είχε στόχο να εντοπίσει το κέντρο δραστηριότητας των ερωτηθέντων, έλαβε ως απαντήσεις τα μεγάλα αστικά κέντρα (Αθήνα και Θεσσαλονίκη), επιβεβαιώνοντας την θεωρία και την κοινωνική παρατήρηση ότι τα μεγάλα αστικά κέντρα προσφέρουν ιστορικά περισσότερες ευκαιρίες, καθώς επίσης υπάρχει και μεγαλύτερο καταναλωτικό κοινό, επομένως αυξάνονται οι πιθανότητες ανταπόκρισης αυτού στο νέο και καινοτόμο προϊόν ή υπηρεσία. Επιπλέον, λαμβάνοντας υπόψη ότι στα θεμελιώδη συστατικά στοιχεία μιας νεοφυούς επιχείρησης ανήκει η καινοτομία, είναι σημαντικό και εύλογο τα μεγάλα αστικά κέντρα να συγκεντρώνουν το σύνολο των υποδομών, αλλά και τις ευκαιρίες διασύνδεσης μεταξύ τους στα μεγάλα αστικά κέντρα. Συγχρόνως, τα μεγάλα αστικά κέντρα σηματοδοτούν ένα ευρύ πεδίο ευκαιριών χρηματοδότησης, κάτι που επίσης δεν θα πρέπει να θεωρηθεί ήσσονος σημασίας στην προσέλκυση των start-ups, αφού ακόμη και στην απομακρυσμένη και ψηφιοποιημένη δραστηριότητά τους, ένα σημαντικό μέρος της οικονομικής τους ενίσχυσης έχει να κάνει με τις ευρύτερες συναλλαγές που θα εξασφαλίσουν τη βιωσιμότητά τους, πέραν των αμιγώς χρηματοοικονομικών (λ.χ. ενέργειες για δημιουργία δικτύου πελατών, συμμετοχή σε conferences κ.ο.κ).

3.2.2. Παράγοντας επιτυχίας της νεοφυούς επιχείρησης

Η επόμενη ερώτηση «*Ποιος είναι κατά τη γνώμη σας ο πιο σημαντικός παράγοντας επιτυχίας μιας Startup;*», περιείχε κατ' ουσία τη λανθάνουσα ερώτηση για το κίνητρο επιτυχίας που ωθεί τον start-upper. Η ανοικτού τύπου αυτή ερώτηση έλαβε διάφορες απαντήσεις, όπως: «*το όραμα*», «*η ανταπόκριση του προϊόντος στην αγορά*», «*Product market fit*», «*Καλό πλάνο, γνώση, δύναμη και πίστη στο στόχο*», «*η Ομάδα*», «*ο Εντοπισμός Αγοράς*», «*το FUNDING*».

Ακολούθως ζητήθηκε να απαντήσουν «*Σε τι ποσοστό εντοπίζεται ο παράγοντας αυτός (επιτυχίας) στη δική σας επιχείρηση;*». Αυτό που λανθάνει πίσω από την ερώτηση αυτή, η οποία επί τούτου δεν ήταν διατυπωμένη εντός της προηγούμενης, είναι ο ρεαλιστικός συσχετισμός του κινήτρου της επιτυχίας με την πραγματικότητα της υλοποίησής του στο πλαίσιο της αγοράς. Στην ερώτηση αυτή, ο παράγοντας επιτυχίας εντοπίστηκε από τους ερωτηθέντες για το 57,10% σε ποσοστό 65% και πλέον, για το 28,6% των ερωτηθέντων σε ποσοστό 15%-35% και για το 14,3% σε ποσοστό 10-15% (βλ. κάτωθι γράφημα)¹⁴⁶.



Πίνακας 5: Νο 1 Γράφημα ερωτηματολογίου

Περαιτέρω, ζητήθηκε να απαντήσουν στην ερώτηση «*Πόσες φορές χρειάστηκε να τροποποιήσετε την αρχική ιδέα κατά τη διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησής;*», με το ποσοστό 57,1% των ερωτηθέντων να απαντάει από μία έως δύο φορές, το 28,6% των ερωτηθέντων να απαντάει πάνω από τέσσερις φορές

¹⁴⁶ Γράφημα ερωτηματολογίου για την ερώτηση Σε τι ποσοστό εντοπίζεται ο παράγοντας αυτός (επιτυχίας) στη δική σας επιχείρηση;

και το 14,3% να απαντάει καμία φορά (βλ. κάτωθι γράφημα)¹⁴⁷. Αυτές οι απαντήσεις αξίζουν σχολιασμό, εν όψει τόσο των ειδικών περιστάσεων του χρόνου διεξαγωγής της έρευνας, όσο και για την ψυχολογία του επιχειρηματία της νεοφυούς επιχείρησης, ο οποίος ενίοτε εμμένει και ενίοτε προσαρμόζει την εφαρμογή της επιχειρηματικής του ιδέας στις περιστάσεις.

Πιο συγκεκριμένα η συγκυρία της κρίσης COVID-19 επηρέασε τις επιδόσεις των νεοφυών επιχειρήσεων και τις μετριαστικές επιπτώσεις που διαδραματίζουν διάφορα χαρακτηριστικά νεοφυών επιχειρήσεων που σχετίζονται με την ανθεκτικότητα σε περιόδους κρίσης¹⁴⁸. Η ανθεκτικότητα των νεοφυών επιχειρήσεων συνδέεται με τα μικρό-θεμέλια της ανίχνευσης (π.χ. συστήματα καινοτομίας, κουλτούρα ανθεκτικότητας, περιστρεφόμενες πρακτικές, προϊόντα καινοτομίας), της αξιοποίησης (π.χ. ηγετικές/εστιασμένες δεξιότητες, ανάπτυξη και επιλογή ανθρώπων, ευελιξία, σαφές όραμα της επιχειρηματικής διαδικασίας) και της αναδιαμόρφωσης των ικανοτήτων¹⁴⁹.

Καθώς η κρίση του Covid-19 έπληττε μαζικά τον κόσμο, οι νεοφυείς επιχειρήσεις βρέθηκαν σε κατάσταση έκτακτης ανάγκης, καθώς υπέστησαν δύο μεγάλα σοκ. Το 32 σοκ του κεφαλαίου και της ζήτησης, κινδυνεύοντας έτσι να εξαφανιστούν μαζικά (Startup Genome, 2020)¹⁵⁰. Τέσσερις στις δέκα εταιρείες βρίσκονται στη κόκκινη ζώνη όπως σημειώνει η Startup Genome στην έκθεση της το 2020. Σε αυτή, καταγράφει στατιστικά στοιχεία που δείχνουν τη μείωση των διαθέσιμων κεφαλαίων σε παγκόσμιο επίπεδο και τον κίνδυνο της αποτυχίας για τις νεοφυείς επιχειρήσεις. Εξετάζοντας τις startup που βρίσκονται στο πρώτο στάδιο χρηματοδότησης, παρατηρείται ότι το 35% από αυτές έχουν διαθέσιμα κεφάλαια για λιγότερο από έξι μήνες. Γεγονός αρκετά ανησυχητικό για τη βιωσιμότητα των

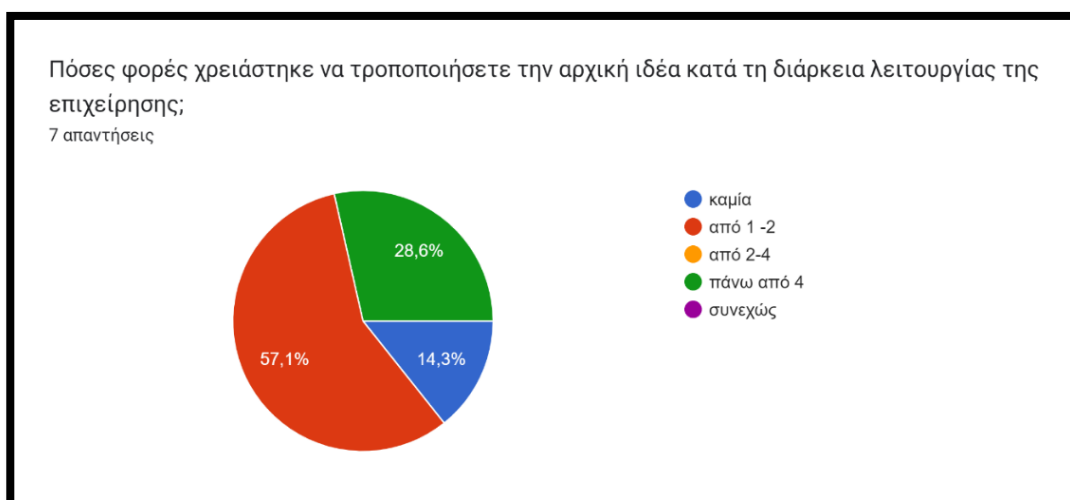
¹⁴⁷ Γράφημα ερωτηματολογίου για την ερώτηση «Πόσες φορές χρειάστηκε να τροποποιήσετε την αρχική ιδέα κατά τη διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησης;»

¹⁴⁸ [The effects of the COVID-19 crisis on startups' performance: the role of resilience | Emerald Insight](#) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁴⁹ [The effects of the COVID-19 crisis on startups' performance: the role of resilience | Emerald Insight](#)(πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁵⁰ “Μελέτη για τη χρήση των τεχνολογιών AI (Artificial Intelligence) και IoT (Internet of Things) πριν και μετά την πανδημία Covid-19 και πως συμβάλλουν στην βιωσιμότητα των ελληνικών Startup επιχειρήσεων. Η περίπτωση της BibeCoffee”, Κιλιμάντζος Μάριος, Ιανουάριος 2022 [Μελέτη για τη χρήση των τεχνολογιών AI \(Artificial Intelligence\) και IoT \(Internet of Things\) πριν και μετά την πανδημία Covid-19 και πως συμβάλλουν στην βιωσιμότητα των ελληνικών Startup επιχειρήσεων. Η περίπτωση της BibeCoffee \(nup.ac.cy\)](#)

επιχειρήσεων, δεδομένου ότι απαιτείται περισσότερος χρόνος για να φτάσουν στο δεύτερο κύκλο χρηματοδότησης (Startup Genome, 2020)¹⁵¹.



Πίνακας 6: Νο 2 Γράφημα ερωτηματολογίου

3.2.3. Μέγεθος νεοφυούς επιχείρησης

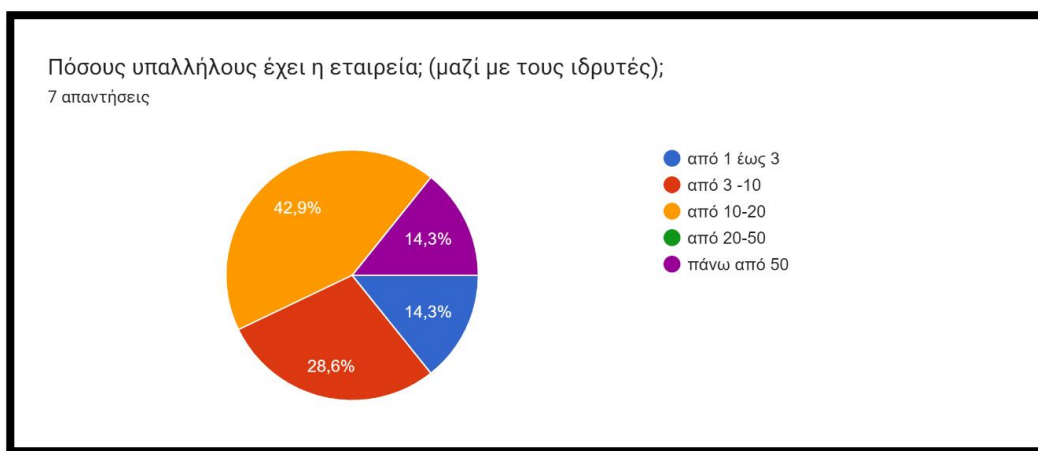
Στην επόμενη ερώτηση «**Πόσους υπαλλήλους έχει η εταιρεία; (μαζί με τους ιδρυτές);**» το ποσοστό των ερωτηθέντων 42,9% απάντησε ότι έχει από δέκα έως είκοσι άτομα, το 28,6% απάντησε από τρία έως δέκα, το 14,3% από ένα έως τρία και το υπόλοιπο 14,3% πάνω από πενήντα άτομα. Το μικρό δείγμα των απαντήσεων σε αυτό το σημείο της έρευνας δεν στάθηκε ιδιαίτερα βοηθητικό για ασφαλή συμπεράσματα. Ωστόσο, αυτό το οποίο θα μπορούσε να εξαχθεί με μετριοπάθεια είναι ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα είναι είτε μικρού είτε μεσαίου μεγέθους. Το παρακάτω γράφημα δείχνει τα σχετικά παρατεθέντα ποσοστά¹⁵²:

Στο σημείο αυτό, αξίζει να γίνει μια ευσύνοπτη αντιπαραβολή με τα στοιχεία της πλέον διευρυμένης έρευνας της ΔιαΝΕΟσις του Ιανουαρίου του έτους 2022 με

¹⁵¹ Μελέτη για τη χρήση των τεχνολογιών AI (Artificial Intelligence) και IoT (Internet of Things) πριν και μετά την πανδημία Covid-19 και πως συμβάλλουν στην βιωσιμότητα των ελληνικών Startup επιχειρήσεων. Η περίπτωση της BibeCoffee”, Κιλιμάντζος Μάριος, Ιανουάριος 2022 Μελέτη για τη χρήση των τεχνολογιών AI (Artificial Intelligence) και IoT (Internet of Things) πριν και μετά την πανδημία Covid-19 και πως συμβάλλουν στην βιωσιμότητα των ελληνικών Startup επιχειρήσεων. Η περίπτωση της BibeCoffee (nup.ac.cy)

¹⁵² Γράφημα ερωτηματολογίου για την ερώτηση «Πόσους υπαλλήλους έχει η εταιρεία; (μαζί με τους ιδρυτές);»

τίτλο «Χαρτογράφηση Ελληνικού Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων»¹⁵³, όπου σημειώνεται ότι: «παρά το μικρό τους μέγεθος, οι startups φαίνεται να αποτελούν συνεργατικά σχήματα. Το 48,3% των εταιρειών είχε δύο ιδρυτές, το 19,9% τρεις, ενώ το 13,9% περισσότερους από τρεις. Μόνο το 18% είχε έναν ιδρυτή. Σχεδόν 1 στους 3 δηλώνει ότι σύνταξε το επιχειρηματικό σχέδιό του μαζί με έναν μέντορα. Ωστόσο, οι ομάδες των ιδρυτών είναι στην πλειοψηφία τους και αυτές ανδροκρατούμενες: το 62,2% αποτελείται μόνο από άνδρες, ενώ μόλις το 6,4% μόνο από γυναίκες.»¹⁵⁴.



Πίνακας 7: Νο 3 Γράφημα ερωτηματολογίου

Ας σημειωθεί ότι κρίσιμο ρόλο στο μέγεθος της νεοφυούς επιχείρησης διαδραματίζει μια συνισταμένη αιτιών που αντανακλά τις συνθήκες μέσα από τις οποίες η επιχείρηση αυτή συστήνεται στην αγορά. Με διαφορετική και επεξηγηματική διατύπωση, αυτό θα πει ότι τα οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά της αγοράς στην οποία εισέρχεται και συστήνεται, διαμορφώνουν το μέγεθός της. Το ευσύνοπτο του παρόντος εργαλείου, δεν άφησε ευρύτερα περιθώρια για τη σημασιολογική διεύρυνση του μεγέθους της start-up. Ωστόσο, χρήσιμο είναι να αναφερθούν και συγκριτικά με τα αποτελέσματα του παρόντος, τα

¹⁵³ Ιωάννα Σαπφώ Πεπελάση, Ιωάννης Σπυρόπουλος Γεώργιος Κόκκοτας, Δημήτριος Ζήσης, Ιωάννης Μπέσης, Ιανουάριος 2022, Χαρτογράφηση Ελληνικού Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων, ΔιαΝΕΟσις Οργανισμός Έρευνας & Ανάλυσης

¹⁵⁴ Ιωάννα Σαπφώ Πεπελάση, Ιωάννης Σπυρόπουλος Γεώργιος Κόκκοτας, Δημήτριος Ζήσης, Ιωάννης Μπέσης, Ιανουάριος 2022, Χαρτογράφηση Ελληνικού Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων, ΔιαΝΕΟσις Οργανισμός Έρευνας & Ανάλυσης

ευρήματα της και ως άνω αναφερθείσας διευρυμένης έρευνας της ΔιαΝΕΟσις του Ιανουαρίου του έτους 2022 με τίτλο «Χαρτογράφηση Ελληνικού Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων», ως προς τα χαρακτηριστικά του ιδρυτή¹⁵⁵, του προφίλ της start-up¹⁵⁶ και της χρηματοδότησης αυτής¹⁵⁷.

Σημειώνεται λοιπόν, ότι το προφίλ του μέσου ιδρυτή νεοφυούς επιχείρησης άνδρας ιδρυτής, ηλικίας 25-34 ετών, με μεταπτυχιακές σπουδές, έχων 4-10 έτη εργασιακής εμπειρίας και 1-5 έτη εργασιακή εμπειρία σε διευθυντική θέση, με μερική σχετικότητα μεταξύ εργασιακής εμπειρίας και αντικειμένου startup και καμία εμπειρία στη δημιουργία εταιρείας¹⁵⁸. Παράλληλα το προφίλ της μέσης ελληνικής start-up, σύμφωνα με την ίδια έρευνα είναι ιδρυθείσα το 2018, στην Αθήνα, έχουσα δύο ιδρυτές με πλήρη απασχόληση, οι οποίοι έχουν κατεύθυνση εκπαίδευσης πολυτεχνική σχολή, με αριθμός εργαζομένων (0-10), είδος παρεχόμενων υπηρεσιών – B2B και επίπεδο καινοτομίας πλήρως νέο προϊόν, ενώ οι τομείς δραστηριοποίησης είναι κατά βάση τουρισμός/ΤΠΕ/ αγροδιατροφή με αγορά στόχο την Ελλάδα¹⁵⁹.

Τέλος, ως προς την χρηματοδότηση¹⁶⁰ της μέσης ελληνικής start-up, το επιχειρηματικό στάδιο στο οποίο βρίσκεται είναι η ανάπτυξη, η σύνταξη του επιχειρηματικού σχεδίου γίνεται από τους ιδρυτές, το αρχικό κεφάλαιο κυμαίνεται στα 10.000 ευρώ, με μη ύπαρξη εξωτερικής χρηματοδότησης και συμμετοχή σε πρόγραμμα θερμοκοιτίδας/επιταχυντή ή/και συμμετοχή σε διαγωνισμό για νεοφυείς επιχειρήσεις, σε συνεργασία με μέντορα/σύμβουλο, με κύκλο εργασιών 0 -100.000 ευρώ και μη ύπαρξη κερδών, ενώ είναι σε αυτήν σημαντική η επίδραση της Covid-19 με την παράλληλη μη μείωση προσωπικού και εφαρμογή τηλεργασίας¹⁶¹.

¹⁵⁵ [startups brochure final-1.pdf \(dianeosis.org\)](#) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁵⁶ [startups brochure final-1.pdf \(dianeosis.org\)](#) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁵⁷ [Οι Νεοφυείς Επιχειρήσεις Στην Ελλάδα - Dianeosis](#) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁵⁸ Ιωάννα Σαπφώ Πεπελάση, Ιωάννης Σπυρόπουλος Γεώργιος Κόκκοτας, Δημήτριος Ζήσης, Ιωάννης Μπέσης, Ιανουάριος 2022, Χαρτογράφηση Ελληνικού Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων, ΔιαΝΕΟσις Οργανισμός Έρευνας & Ανάλυσης, Ενότητα Ε.2.1 Δημογραφικά ιδρυτών, σελ. 146-150.

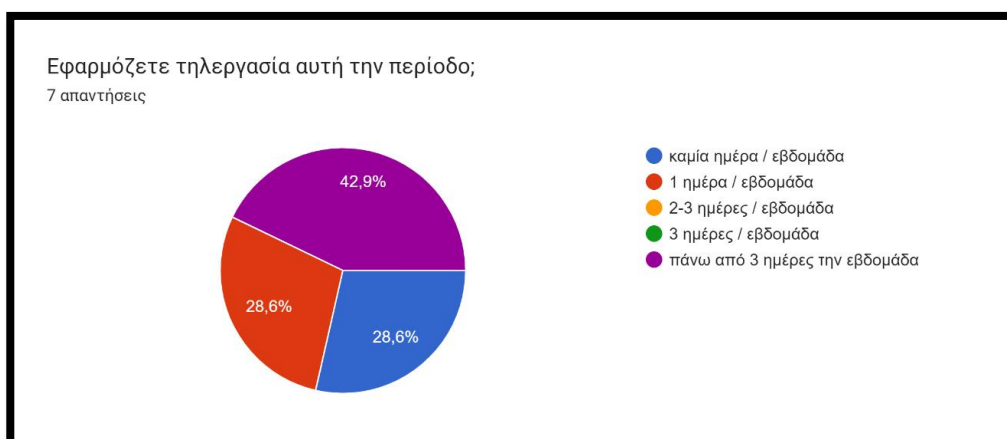
¹⁵⁹ Ιωάννα Σαπφώ Πεπελάση, Ιωάννης Σπυρόπουλος Γεώργιος Κόκκοτας, Δημήτριος Ζήσης, Ιωάννης Μπέσης, Ιανουάριος 2022, Χαρτογράφηση Ελληνικού Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων, ΔιαΝΕΟσις Οργανισμός Έρευνας & Ανάλυσης, Ε.2.2 Προφίλ νεοφυούς επιχείρησης ελληνικού οικοσυστήματος, σελ. 150-158

¹⁶⁰ [startups brochure final-1.pdf \(dianeosis.org\)](#) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁶¹ Ιωάννα Σαπφώ Πεπελάση, Ιωάννης Σπυρόπουλος Γεώργιος Κόκκοτας, Δημήτριος Ζήσης, Ιωάννης Μπέσης, Ιανουάριος 2022, Χαρτογράφηση Ελληνικού Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων,

3.2.4. Νεοφυής επιχείρηση, τηλεργασία και η συγκυρία της πανδημίας covid19

Η επόμενη ερώτηση αφορούσε την εφαρμογή της τηλεργασίας. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε η ελληνική εταιρεία ερευνών **Focus Bari** το 2022 με τίτλο: «**Τηλεργασία μετά την Πανδημία**», δύο στους πέντε Έλληνες, έχουν εργαστεί ή εργάζονται με τηλεργασία, ενώ επτά στους δέκα Έλληνες, τοποθετούνται υπέρ της τηλεργασίας. Για την πλειονότητα των Ελλήνων, η **τηλεργασία έχει θετική υποδοχή** εφ' όσον το επιτρέπει το είδος της εργασίας και αποτελεί αμοιβαία λύση μεταξύ εργαζόμενων και επιχειρήσεων¹⁶². Στο ερωτηματολόγιο η ερώτηση διατυπώθηκε ως εξής: «**Εφαρμόζετε τηλεργασία αυτή την περίοδο;**» και οι απαντήσεις που ελήφθησαν ήταν ως εμφανίζονται και στο παρακάτω διάγραμμα, με το 42,9% να εφαρμόζει τηλεργασία πάνω από τρεις φορές την εβδομάδα, το 28,6% μία ημέρα την εβδομάδα και το υπόλοιπο 28,6% καμία ημέρα την εβδομάδα¹⁶³.



Πίνακας 8: No 4 Γράφημα ερωτηματολογίου

Ακολούθησε η ερώτηση αν «**Ο χώρος εργασίας σας την περίοδο 2019-2021 [covid circumstances] εισήγαγε νέα ή άλλαξε σημαντικά προϊόντα;**» με το 28,6% να απαντάει σε αυτή του κλειστού τύπου ερώτηση «πολύ», το 28,6% να απαντάει «μέτρια», το 28,6% «λίγο» και το 14,3% «πάρα πολύ», όπως φαίνεται

ΔιαΝΕΟσις Οργανισμός Έρευνας & Ανάλυσης, Ε.2.3 Ανάπτυξη και χρηματοδότηση νεοφυών επιχειρήσεων, σελ. 159-164

¹⁶² Τηλεργασία: Η θετική πλευρά και οι προκλήσεις (startupper.gr) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁶³ Γράφημα ερωτηματολογίου για την ερώτηση «Εφαρμόζετε τηλεργασία αυτή την περίοδο;»

και στο σχετικό γράφημα:¹⁶⁴ Οι απαντήσεις εδώ ήταν απολύτως ετερόκλητες, και αυτό θα μπορούσε να αποδοθεί στο μικρό δείγμα των απαντήσεων. Ωστόσο, οι περισσότερες είχαν θετική ανταπόκριση στην αλλαγή που οφειλόταν στην ευρύτερη οικονομική και κοινωνική συνθήκη της covid19.

Η θεσμοθετημένη πλέον τηλεργασία (Νόμος 4808/2021, κωδικοποιημένος με τον 5043/2023) βρήκε ανθηρό πεδίο εφαρμογής στην νεοφυή επιχειρηματικότητα, η οποία ως μόρφωμα στενά συνδεδεμένο με την τεχνολογία, την βιωσιμότητα και την καινοτομία, είδε μια ευκαιρία μέσα στην πανδημική συγκυρία που κανονικοποίησε την τηλεργασία. Η νεοφυής επιχείρηση, μέσα από ένα εμφανές προβάδισμα στην αγορά μέσω της καινοτομίας και της ψηφιοποίησης, μπόρεσε να υλοποιήσει καλύτερα από κάθε άλλη επιχειρηματική δομή την τηλεργασία και με χαμηλό κόστος, καθώς το μέσο μέγεθός της την προσέδωσε και αυτή την ευελιξία.

Ας σημειωθεί στο σημείο αυτό ότι σύμφωνα με την ετήσια μελέτη του ελληνικού οικοσυστήματος νεοφυών επιχειρήσεων σε σχέση με την οικονομική κατάσταση της χώρας «*StartUps in Greece 2022-2023, Venture Financing Report 2022-2023*»¹⁶⁵ από τις Found.ation and EIT Digital, οι ελληνικές startups όσον αφορά τον τρέχοντα τρόπο εργασίας τους, μόνο το 18% από αυτές είναι εργάζονται με πλήρη απασχόληση στο γραφείο¹⁶⁶. Η πλειονότητα (40%) είναι εφαρμόζει μια υβριδική προσέγγιση και οι υπόλοιπες από αυτές εργάζονται εξ αποστάσεως¹⁶⁷. Συγκεκριμένα, το 24% από αυτούς εργάζονται από το σπίτι ή από άλλη πόλη, ενώ 14% εργάζονται από διαφορετική χώρα. Από το σύνολο των ερωτηθέντων (στην συγκεκριμένη έρευνα), το 38% δήλωσε ότι η ομάδα τους βρίσκεται στην ίδια τοποθεσία με τα γραφεία τους, ενώ το 32% από αυτούς βρίσκονται σε διαφορετικές πόλεις αλλά στην ίδια χώρα, λειτουργώντας εξ αποστάσεως από τα

¹⁶⁴ Γράφημα ερωτηματολογίου για την ερώτηση «Ο χώρος εργασίας σας την περίοδο 2019-2021 [covid circumstances] εισήγαγε νέα ή άλλαξε σημαντικά προϊόντα;»

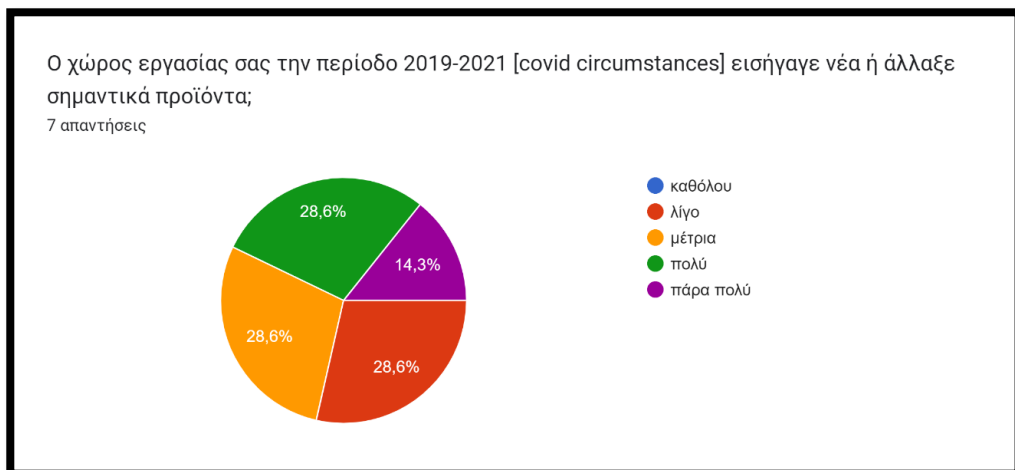
¹⁶⁵ [Startups in Greece - Research & Publications | Found.ation \(thefoundation.gr\) \(πρόσβαση Απρίλιος 2023\)](#)

¹⁶⁶ Editor in Chief & Lead Analyst: Maria Kokidou Creative Director: Yannis Mazarakis Contributing analysts/editors: Paul Hourlias, Christine Kitsati, «StartUps in Greece 2022-2023, Venture Financing Report 2022-2023», THE GREEK STARTUP FOUNDER PROFILE, σελ. 54

¹⁶⁷ Editor in Chief & Lead Analyst: Maria Kokidou Creative Director: Yannis Mazarakis Contributing analysts/editors: Paul Hourlias, Christine Kitsati, «StartUps in Greece 2022-2023, Venture Financing Report 2022-2023», THE GREEK STARTUP FOUNDER PROFILE, σελ. 54

σπίτια τους. Οι υπόλοιποι απάντησαν ότι η ομάδα τους είναι μοιρασμένη και σε άλλες χώρες¹⁶⁸.

Στο πλαίσιο εξέτασης της συγκυρίας της πανδημίας της covid19 και της επίδρασής της στην νεοφυή επιχειρηματικότητα, οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν στο ερώτημα: «**Ο χώρος εργασίας σας την περίοδο 2019-2021 [covid circumstances] εισήγαγε νέα ή άλλαξε σημαντικά προϊόντα;**». Η διασπορά των απαντήσεων ήταν εμφανής εδώ με το 28,6% να απαντάει «μέτρια», το 28,6% να απαντάει «πολύ», το 14,3% να απαντάει «πάρα πολύ» και το υπόλοιπο 28,6% να απαντάει «λίγο». Σημειώνουμε ότι η απάντηση «καθόλου» δεν δόθηκε από κανέναν και αυτό είναι μια σημαντική παρατήρηση η οποία πρέπει να γίνει, καθώς η νεοφυής επιχείρηση χαρακτηρίζεται από το στοιχείο της ευελιξίας και επομένως και της προσαρμοστικότητας. Στο κάτωθι γράφημα εμφανίζονται οι ως άνω απαντήσεις¹⁶⁹:



Πίνακας 9: Νο 5 Γράφημα ερωτηματολογίου

3.2.5. Η καινοτομία στη νεοφυή επιχειρηματικότητα

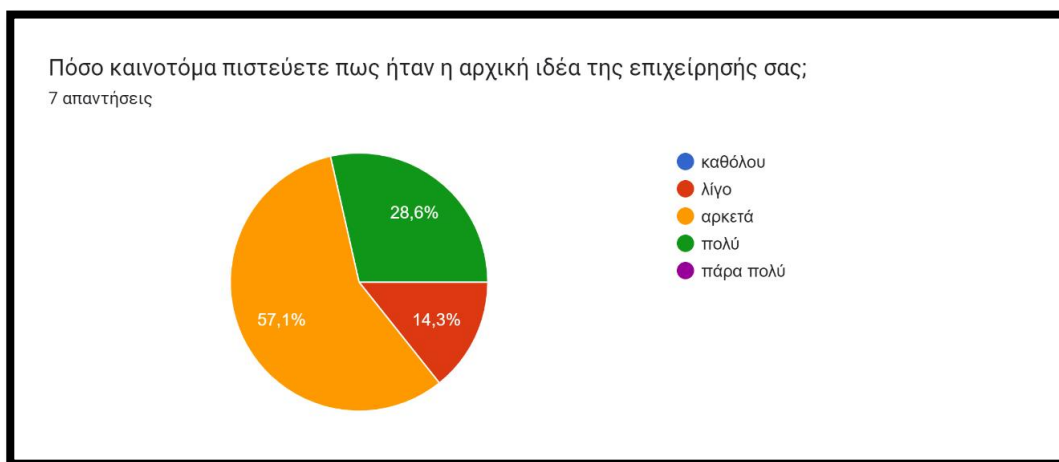
Με άξονα την θεωρία που αφορά στο μόρφωμα της νεοφυούς επιχείρησης, σύμφωνα με την οποία **βασικό στοιχείο της ταυτότητάς της είναι το στοιχείο της**

¹⁶⁸ Editor in Chief & Lead Analyst: Maria Kokidou Creative Director: Yannis Mazarakis Contributing analysts/editors: Paul Hourlias, Christine Kitsati, «StartUps in Greece 2022-2023, Venture Financing Report 2022-2023», THE GREEK STARTUP FOUNDER PROFILE, σελ. 54

¹⁶⁹ ψ«Ο χώρος εργασίας σας την περίοδο 2019-2021 [covid circumstances] εισήγαγε νέα ή άλλαξε σημαντικά προϊόντα;»

καινοτομίας σε βαθμό που αποτελεί και την ειδοποιό διαφορά από οποιαδήποτε άλλη νεοσύστατη επιχείρηση, το επόμενο ερώτημα το οποίο απευθύνθηκε στους εκπροσώπους των νεοφυών επιχειρήσεων έχει σχέση με το κατά πόσο πιστεύουν οι ίδιοι ότι η επιχείρησή τους είναι έχει το στοιχείο της καινοτομίας. Κατά τα ανωτέρω, οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν στο ερώτημα: **«Πόσο καινοτόμα πιστεύετε πως ήταν η αρχική ιδέα της επιχείρησής σας;»**.

Στο ερώτημα αυτό, από τους ερωτηθέντες, το 57,1% απάντησε «αρκετά», το 28,6% απάντησε «πολύ» και το 14,3% απάντησε «λίγο». Οι απαντήσεις αξίζουν σίγουρα σχολιασμό, καθώς είναι εξαιρετικά εντυπωσιακή η μετριοπάθεια με την οποία προσεγγίζεται η καινοτομία της αρχικής επιχειρηματικής ιδέας. Σε αυτό το σημείο είναι χρήσιμο να γίνει μια υποσημείωση – υπενθύμιση, ότι το business plan πυροδοτείται από την επιχειρηματική ιδέα. Συνεπώς η πεποίθηση του νεοφυούς επιχειρηματία ότι εισάγει στην αγορά μια πραγματικά καινοτόμα ιδέα έχει εξαιρετικά πρακτικές προεκτάσεις στον τρόπο με τον οποίον θα στοιχειοθετήσει, αλλά και στοχοθετήσει τον επιχειρηματικό του σχεδιασμό. Στο παρακάτω γράφημα εμφανίζονται οι σχετικές απαντήσεις¹⁷⁰:



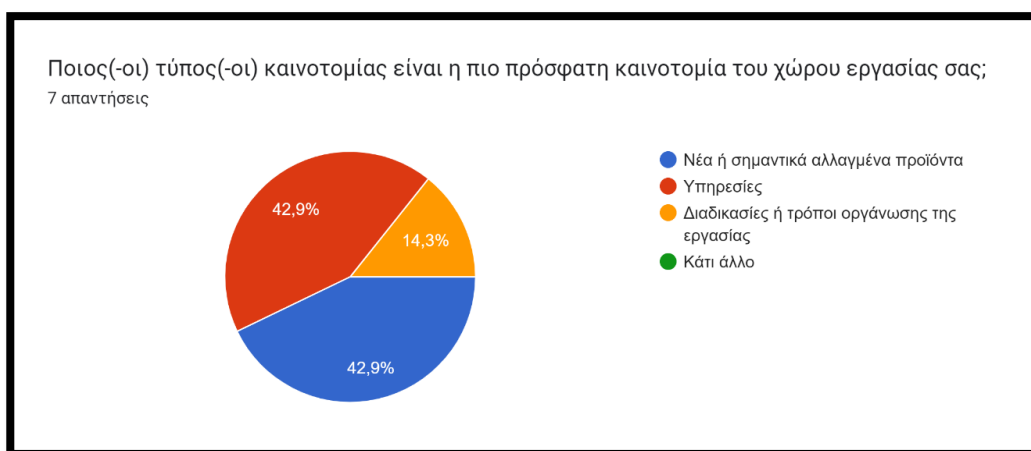
Πίνακας 10: Νο 6 Γράφημα ερωτηματολογίου

Η παραπάνω ερώτηση συμπληρώνεται σε ένα βαθμό από τις δύο αμέσως επόμενες ερωτήσεις. Η προηγούμενη ερώτηση ήταν εστιασμένη περισσότερο στο εσωτερικό στοιχείο της **υποκειμενικής πεποίθησης και της προοπτικής του νεοφυούς**

¹⁷⁰ Γράφημα ερωτηματολογίου για την ερώτηση «Πόσο καινοτόμα πιστεύετε πως ήταν η αρχική ιδέα της επιχείρησής σας;»

επιχειρηματία, ενώ οι επόμενες ερωτήσεις επικεντρώνονται **στο αντικείμενο της καινοτομίας**. Με τον τρόπο αυτόν η επόμενη ερώτηση ήταν *«Ποιος/οι τύπος/οι καινοτομίας είναι η πιο πρόσφατη καινοτομία του χώρου εργασίας σας;»*, όπως απεικονίζεται μετά των σχετικών απαντήσεων και στο παρακάτω γράφημα¹⁷¹, ερώτηση η οποία παραπέμπει κατά το θεωρητικό μέρος στα είδη καινοτομίας και η μεθεπόμενη ερώτηση ήταν *«Ποιος/οι είδος καινοτομίας είναι η πιο πρόσφατη καινοτομία του χώρου εργασίας σας;»*, η οποία επίσης εμφανίζεται στο κάτωθι γράφημα¹⁷².

Οι απαντήσεις που δόθηκαν στα σχετικά ερωτήματα έχουν ως εξής: Αρχικά αναφορικά με τον τύπο της πιο πρόσφατης καινοτομίας του χώρου εργασίας, το 42,9% απάντησε ότι είναι «οι υπηρεσίες», το επίσης 42,9% απάντησε «νέα ή σημαντικά αλλαγμένα προϊόντα» και το 14,3% απάντησε «διαδικασίες ή τρόποι οργάνωσης της εργασίας». Επομένως, υπήρξε μια μερική ισομερής κατανομή μεταξύ καινοτομίας είδους και καινοτομίας υπηρεσιών, ενώ ιδιαίτερα μικρό ποσοστό εισήγαγε τύπο καινοτομίας στις διαδικασίες και στον τρόπο οργάνωσης της εργασίας.



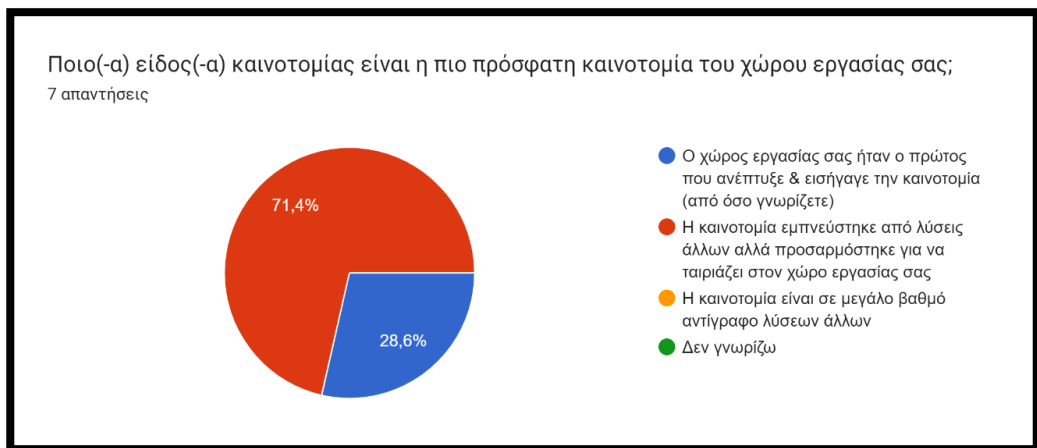
Πίνακας 11: Νο 7 Γράφημα ερωτηματολογίου

Ακολούθως, αναφορικά με το είδος της πιο πρόσφατης καινοτομίας του χώρου εργασίας, το 71,4% απάντησε ότι *«Η καινοτομία εμπνεύστηκε από λύσεις άλλων αλλά προσαρμόστηκε για να ταιριάζει στον χώρο εργασίας τους»*, και το 28,6% ότι

¹⁷¹ Γράφημα ερωτηματολογίου για την ερώτηση «Ποιος/οι τύπος/οι καινοτομίας είναι η πιο πρόσφατη καινοτομία του χώρου εργασίας σας;»

¹⁷² Γράφημα ερωτηματολογίου για την ερώτηση «Ποιος/οι είδος καινοτομίας είναι η πιο πρόσφατη καινοτομία του χώρου εργασίας σας;»

«Ο χώρος εργασίας τους ήταν ο πρώτος που ανέπτυξε & εισήγαγε την καινοτομία (από όσο γνωρίζουν)». Είναι σημαντικό να σημειωθούν και να σχολιαστούν εν μέρει δύο γεγονότα στο σημείο αυτό. Το πρώτο αφορά στις δύο επιλογές που δόθηκαν και δεν επελέγησαν από καμία ερωτηθείσα επιχείρηση. Πιο συγκεκριμένα όχι τόσο η επιλογή ως απάντηση «δεν γνωρίζω», αλλά η επιλογή ως απάντηση «Η καινοτομία είναι σε μεγάλο βαθμό αντίγραφο λύσεων άλλων». Καμία επιχείρηση δεν δήλωσε ότι η καινοτομία της αποτελεί σε μεγάλο βαθμό αντίγραφο λύσεων άλλων. Το δεύτερο αφορά τον συσχετισμό αυτής της απάντησης με μια εκ των έσω αντίφαση με την πλειοψηφία των μετριοπαθών απαντήσεων που δόθηκαν στο ερώτημα «Πόσο καινοτόμα πιστεύετε πως ήταν η αρχική ιδέα της επιχείρησής σας;».

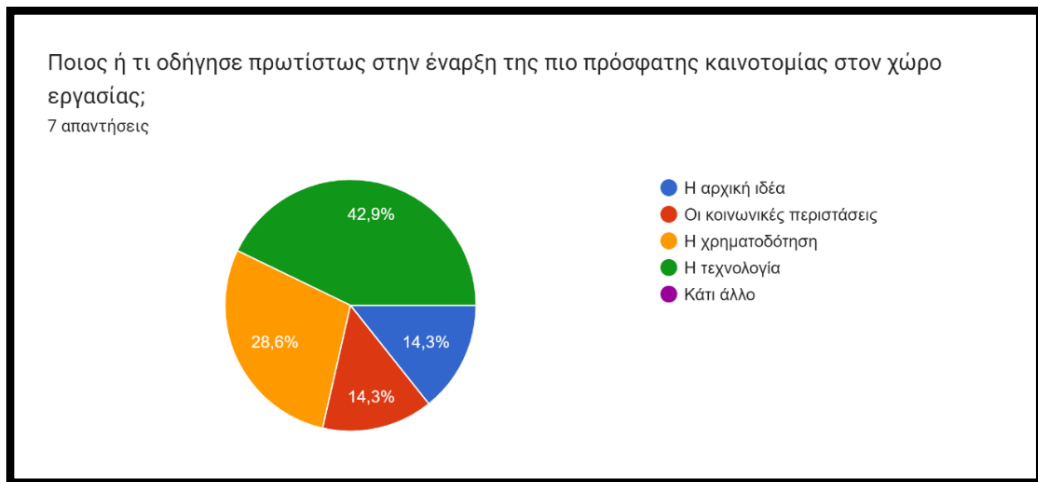


Πίνακας 12: Νο 8 Γράφημα ερωτηματολογίου

Στο ίδιο μήκος κύματος κινήθηκαν και οι αμέσως επόμενες δύο ερωτήσεις, δηλαδή στην εκμείωση του εντοπισμού του ποσοστού της ποιότητας και της ποσότητας του στοιχείου της καινοτομίας στην νεοφυή επιχείρηση. Έτσι, η επόμενη ερώτηση ήταν «Ποιος ή τι οδήγησε πρωτίτως στην έναρξη της πιο πρόσφατης καινοτομίας στον χώρο εργασίας;», η οποία έλαβε την απάντηση «Η τεχνολογία» σε ποσοστό 42,9%, η «Η αρχική ιδέα» σε ποσοστό 14,3%, «Οι κοινωνικές περιστάσεις» σε ποσοστό 14,3% και την απάντηση «Η χρηματοδότηση» σε ποσοστό 28,6%.

Αυτό το οποίο αξίζει να σημειωθεί και να σχολιαστεί ως προς τις δοθείσες απαντήσεις είναι ότι τόσο το κομμάτι της **τεχνολογίας** όσο και της **χρηματοδότησης** που αποτελούν πυρηνικές έννοιες της υπόστασης της νεοφυούς επιχείρησης, στάθηκαν ζωτικής σημασίας για το εναρκτήριο λάκτισμα που ώθησε τις τελευταίες στην είσοδό τους στην αγορά. Χωρίς να απομειώνεται η αξία του

οράματος και των κοινωνικών περιστάσεων, ο συνδυασμός των απαντήσεων αυτών θα μπορούσε να παράξει με μια μετριοπάθεια το συμπέρασμα, ότι οι ιδέες των start-ups «περίμεναν να ξεκλειδωθούν» από την κατάλληλη τεχνολογία και χρηματοδότηση, ώστε να πάρουν «σάρκα και οστά» και να ενσωματωθούν υλικοτεχνικά στην αγορά, ακόμη και σε δοκιμαστικά στάδια. Οι σχετικές απαντήσεις αποτυπώνονται στο παρακάτω γράφημα¹⁷³.



Πίνακας 13: Νο 9 Γράφημα ερωτηματολογίου

Η αμέσως επόμενη ερώτηση του ερωτηματολογίου έχει να παρουσιάσει εξαιρετικό ενδιαφέρον ως προς τα ποιοτικά κριτήρια που ενίσχυσαν εκ των έσω την προώθηση της καινοτομίας, η οποία εισήλθε στην αγορά από τους λόγους που απαντήθηκαν στην αμέσως προηγούμενη ερώτηση. Έτσι με μια λογική αλληλουχία, οι ερωτηθέντες, αφού απάντησαν στον παράγοντα που έπαιξε καίριο ρόλο στην **έναρξη της καινοτομίας**, κατ' ουσία στην συνέχεια απάντησαν πως η καινοτομία πρακτικά ενισχύθηκε μετά την έναρξή της.

Η ερώτηση διατυπώθηκε ως εξής: «**Ποιοι παράγοντες προώθησαν την καινοτομία στην εταιρεία σας;**», για να λάβει ως απαντήσεις ότι η καινοτομία προωθήθηκε σε ποσοστό 42,9% «*Από την επένδυση στην αξιοπιστία των λειτουργιών της επιχείρησης και την αξιοπιστία τους*», «*Από τη νέα τεχνολογία*» σε ποσοστό 28,6%, «*Από τη συμβολή των ερευνητικών ιδρυμάτων*» σε ποσοστό 14,3% και επίσης σε ποσοστό

¹⁷³ Γράφημα ερωτηματολογίου για την ερώτηση Ποιος ή τι οδήγησε πρωτίστως στην έναρξη της πιο πρόσφατης καινοτομίας στον χώρο εργασίας

14,3% «Από τον τρόπο που αντιμετωπίζει η επιχείρηση τα λάθη». Σε ένα κλίμα συνέπειας προς τους λόγους έναρξης της καινοτομίας, ένα σημαντικό ποσοστό εξακολουθεί στην ερώτηση αυτή να υπογραμμίζει το σημαντικό ρόλο της τεχνολογίας, ενώ η πλειοψηφία επέλεξε να απαντήσει ότι οι λειτουργίες της επιχείρησης στάθηκαν αξιόπιστες και για αυτό η επένδυση σε αυτές ήταν κατ' ουσία ο τρόπος που θεμελιώθηκε η καινοτομία. Εντύπωση προκαλεί το μικρό ποσοστό της συμβολής της έρευνας, καθώς ερμηνευτικά αφήνει να εννοηθεί ότι σχετική έρευνα για την εν λόγω καινοτομία είχε προηγηθεί και στο στάδιο αυτό, στο οποίο είχε φτάσει μέχρι της είσοδο της επιχείρησης στην αγορά, παρέμεινε.

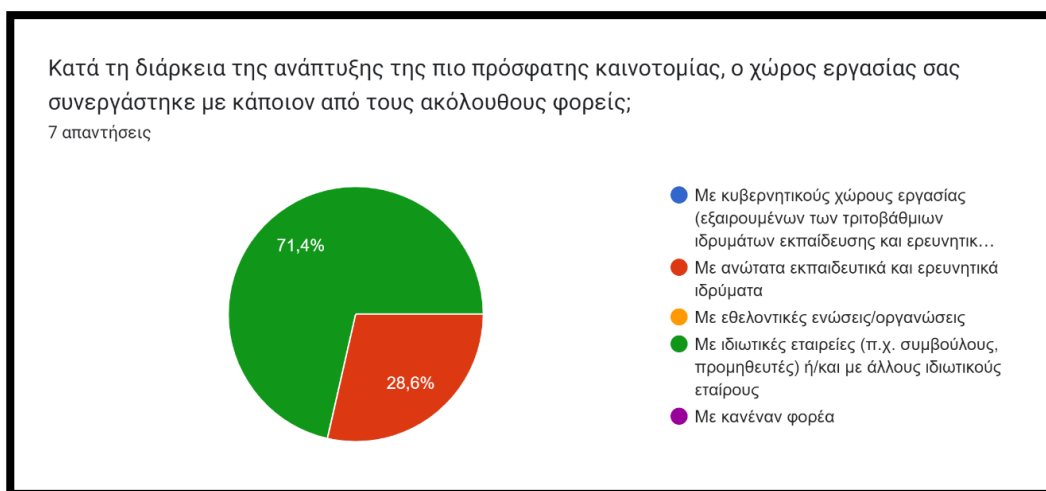
Αντίστοιχη εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι καμία από τις ερωτηθείσες επιχειρήσεις δεν επέλεξε την απάντηση «**Η πιο στενή (ενν. σχέση) με την πολιτική ηγεσία, Νόμοι ή άλλες εθνικές εντολές**», ιδιαίτερα όταν όπως έχει αναλυθεί και ανωτέρω το εθνικό νομοθετικό πλαίσιο και το θεσμικό περιβάλλον έδωσαν τα τελευταία χρόνια περισσότερες ευκαιρίες εισόδου, εξέλιξης και ανέλιξης στις νεοφυείς επιχειρήσεις, διακρίνοντάς αυτές μάλιστα σε μια προνομιούχα κατηγορία από πλευράς δημοσιονομικής αντιμετώπισης κατηγορίας και καλύπτοντας για πρώτη φορά τα νομοτυπικά τους θεμέλια και όρια με μια προστατευτική βούληση. Οι σχετικές απαντήσεις εμφανίζονται στο παρακάτω γράφημα¹⁷⁴



Πίνακας 14: Νο 10 Γράφημα ερωτηματολογίου

¹⁷⁴ Γράφημα ερωτηματολογίου για την ερώτηση «Ποιοι παράγοντες προώθησαν την καινοτομία στην εταιρεία σας;»

Η τελευταία ερώτηση αναφορικά με την καινοτομία ήταν η εξής: **«Κατά τη διάρκεια της ανάπτυξης της πιο πρόσφατης καινοτομίας, ο χώρος εργασίας σας συνεργάστηκε με κάποιον από τους κάτωθι φορείς;»**. Η συντριπτική πλειοψηφία απάντησε σε ποσοστό 71,4% **«Με ιδιωτικές εταιρείες (συμβούλους, προμηθευτές) ή/και με άλλους ιδιωτικούς εταίρους»** και το ποσοστό 28,6% απάντησε **«Με ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα»**, ενώ κανείς από τους ερωτηθέντες δεν έδωσε ως απάντηση τις λοιπές επιλογές, ήτοι **«Με κυβερνητικούς χώρους εργασίας (εξαιρουμένων των τριτοβάθμιων ιδρυμάτων εκπαίδευσης και ερευνητικών ιδρυμάτων)»**, **«Με εθελοντικές ενώσεις/οργανώσεις»** και **«Με κανέναν φορέα»**. Στο κάτωθι γράφημα φαίνονται οι σχετικές απαντήσεις¹⁷⁵:



Πίνακας 15: Νο 11 Γράφημα ερωτηματολογίου

Στο σημείο αυτό του ερωτηματολογίου ολοκληρώθηκαν οι ερωτήσεις που αφορούσαν τα χαρακτηριστικά της καινοτομίας. Οι επόμενες δύο σε αριθμό ερωτήσεις και για το ευσύνοπτο του εργαλείου εστίασαν στο μέρος της χρηματοδότησης και της διάδοσης της καινοτομίας, άλλως το μέρος της διάχυσής της μέσα στην κοινωνία. Με το σκέλος της χρηματοδότησης και της διάδοσης στην επόμενη υποενότητα της παρούσας ολοκληρώνεται το μέρος αυτό και θα ακολουθήσουν τα γενικά πορίσματα σε συνδυασμό με μια ολιστική επισκόπηση συμπερασμάτων της παρούσας εργασίας.

¹⁷⁵ Γράφημα ερωτηματολογίου για την ερώτηση: **«Κατά τη διάρκεια της ανάπτυξης της πιο πρόσφατης καινοτομίας, ο χώρος εργασίας σας συνεργάστηκε με κάποιον από τους κάτωθι φορείς;»**

3.2.6. Η χρηματοδότηση της καινοτομίας στην νεοφυή επιχείρηση

Στο μέρος αυτό του ερωτηματολογίου, το οποίο πραγματεύεται το κομμάτι της χρηματοδότησης της νεοφυούς επιχείρησης, τέθηκαν δύο ερωτήσεις. Η πρώτη εξ' αυτών ήταν «Χρηματοδοτείται η πιο πρόσφατη καινοτομία από πηγές εκτός του προϋπολογισμού του χώρου εργασίας σας και σε ποιο ποσοστό;». Οι απαντήσεις οι οποίες προτάθηκαν είχαν κυμαινόμενο εύρος σε ποσοστό χρηματοδότησης και το 28,6% των ερωτηθέντων απάντησε ότι η πρόσφατη καινοτομία χρηματοδοτήθηκε από πηγές εκτός προϋπολογισμού σε ποσοστό από 0% έως 5%, το 28,6% των ερωτηθέντων απάντησε ότι η πρόσφατη καινοτομία χρηματοδοτήθηκε από πηγές εκτός προϋπολογισμού σε ποσοστό από 15% έως 45%, το 28,6% των ερωτηθέντων απάντησε ότι η πρόσφατη καινοτομία χρηματοδοτήθηκε από πηγές εκτός προϋπολογισμού σε ποσοστό από 45% έως 65% και το 14,3% των ερωτηθέντων απάντησε ότι η πρόσφατη καινοτομία χρηματοδοτήθηκε από πηγές εκτός προϋπολογισμού σε ποσοστό από 65% και πλέον. Οι ως άνω απαντήσεις αποτυπώνονται στο παρακάτω γράφημα¹⁷⁶.



Πίνακας 16: Νο 12 Γράφημα ερωτηματολογίου

Η επόμενη και τελευταία ερώτηση σχετίζεται με την προώθηση της καινοτομίας και την διάδοσή της. Η θεωρία της διάχυσης των καινοτομιών είναι μια υπόθεση που περιγράφει πώς οι νέες τεχνολογικές και άλλες εξελίξεις εξαπλώθηκαν σε όλες τις κοινωνίες και τους

¹⁷⁶Γράφημα ερωτηματολογίου για την ερώτηση «Χρηματοδοτείται η πιο πρόσφατη καινοτομία από πηγές εκτός του προϋπολογισμού του χώρου εργασίας σας και σε ποιο ποσοστό;»

πολιτισμούς, από την εισαγωγή έως την ευρύτερη υιοθέτηση¹⁷⁷. Η διάδοση της θεωρίας καινοτομιών επιδιώκει να εξηγήσει πώς και γιατί υιοθετούνται νέες ιδέες και πρακτικές, με τα χρονοδιαγράμματα να εξαπλώνονται πιθανώς σε μεγάλες περιόδους¹⁷⁸. **Ο τρόπος με τον οποίο οι καινοτομίες μεταδίδονται σε διαφορετικά μέρη της κοινωνίας και οι υποκειμενικές απόψεις που σχετίζονται με τις καινοτομίες είναι σημαντικοί παράγοντες για το πόσο γρήγορα γίνεται διάχυση ή διάδοση**¹⁷⁹. Η έννοια εισήχθη από τον Γάλλο κοινωνιολόγο Gabriel Tarde τον 19ο αιώνα και από τους Γερμανούς και Αυστριακούς ανθρωπολόγους Friedrich Ratzel και Leo Frobenius¹⁸⁰.

Η ερώτηση αναφορικά με τη διάδοση διατυπώθηκε ως εξής: «*Μέσω ποιων διαύλων προσπαθήσατε να διαδώσετε την καινοτομία;*» και οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν: «*Μέσω ίδιων εταιρικών πόρων (site, ενημερωτικά δελτία, παρουσιάσεις σε συνέδρια και σεμινάρια;*» σε ποσοστό 14,3%. Το 28,6% απάντησε ότι «*Ενημέρωσε για την καινοτομία διά ζώσης ή διαδικτυακά με συμμετέχοντες από άλλους χώρους εργασίας*» και η συντριπτική πλειοψηφία του 57,1% απάντησε «*Μέσω μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, Twitter, LinkedIn)*».

Ας σημειωθεί ότι κανείς από τους ερωτηθέντες δεν απάντησε τις λοιπές επιλογές, ήτοι την επιλογή «*Μέσω κάλυψης σε ειδησεογραφικά μέσα (εφημερίδες, τηλεόραση, ραδιόφωνο - τόσο έντυπα όσο και διαδικτυακά)*» και «*Μέσω δημοσίευσης σε βιβλιογραφία ή/και σε επαγγελματικά περιοδικά*». Οι ως άνω απαντήσεις αποτυπώνονται στο παρακάτω γράφημα¹⁸¹:

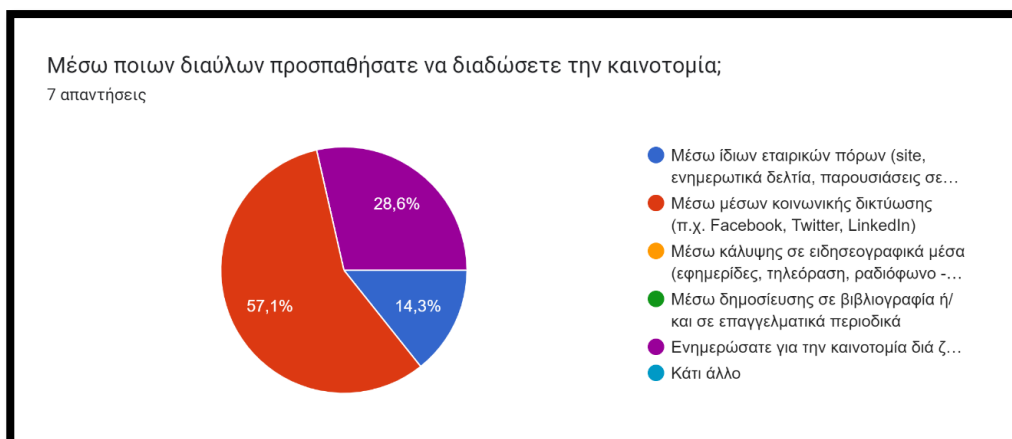
¹⁷⁷ [Ορισμός της θεωρίας της διάχυσης των καινοτομιών - Οικονομικά - 2023 \(enemonzo.org\)](http://enemonzo.org) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁷⁸ Βλ. ως άνω

¹⁷⁹ Βλ. ως άνω

¹⁸⁰ [Διάχυση καινοτομιών - Ορίστε τους όρους της επιχείρησης \(definebusinessterms.com\)](http://definebusinessterms.com) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)

¹⁸¹ Γράφημα ερωτηματολογίου για την ερώτηση «*Μέσω ποιων διαύλων προσπαθήσατε να διαδώσετε την καινοτομία;*»



Πίνακας 17: Νο 13 Γράφημα ερωτηματολογίου

4. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία αποτελεί ένα πόνημα το οποίο προσπάθησε να προσεγγίσει την έννοια της νεοφυούς επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας σε θεωρητικό και πρακτικό επίπεδο στο πλαίσιο της σύγχρονης ελληνικής κοινωνίας, υπό το πλέγμα των διατάξεων και στο θεσμικό περιβάλλον της ελληνικής έννομης τάξης. Εκκινώντας από το θεωρητικό πλαίσιο και την εννοιολογική προσέγγιση των εννοιών της επιχειρηματικότητας, του επιχειρηματικού πλάνου και της καινοτομίας, πλησίασε τα δομικά στοιχεία και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της νεοφυούς επιχείρησης. Στη συνέχεια, παρουσίασε και αποτύπωσε τα στοιχεία εκείνα που εναρμονισμένα στοιχειοθετούν το οικοσύστημα της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Τέλος, με εργαλείο ένα ερωτηματολόγιο το οποίο απευθύνθηκε σε έναν αριθμό νεοφυών επιχειρήσεων, επιχείρησε να γεφυρώσει την θεωρία με την πράξη και να απεικονίσει παραμετροποιημένες τις απαντήσεις που δόθηκαν αναφορικά με τυπικά και ουσιαστικά στοιχεία νεοφυών επιχειρήσεων.

5. BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

5.1. ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Antoniadis, V., Giakoumelos, M., Petkakis, T., Zacharia, Z., (2018), Greece's Startup Ecosystem. A prime opportunity for economic growth, The Boston Consulting Group,
- Dewey, C. (2014), Solar startup creates commercial line, Economic Development, Small Business & Startups, and Sustainability, GR Business Journal.
- Dickson, A. (2004), Pre-incubation and the New Zealand Business Incubation Industry
- Drucker, P. F. (2002). The discipline of innovation. Harvard business review
- Editor in Chief & Lead Analyst: Maria Kokidou Creative Director: Yannis Mazarakis Contributing analysts/editors: Paul Hourlias, Christine Kitsati, «StartUps in Greece 2022-2023, Venture Financing Report 2022-2023», THE GREEK STARTUP FOUNDER PROFILE
- Edquist, C.,McKelvey, M. (Eds.), Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations, London.
- Gao, Q., Cui, L., Lew, Y.K., Li, Z., Khan, Z., (2021), Business Incubators as International Knowledge Intermediaries: Exploring their role in the internationalization of start-ups from an emerging market, Journal of International Management.
- InnoSupportTransfer – Υποστήριξη της Καινοτομίας στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) © InnoSuTra
- Kasych & Amelyaniuk, (2020) The Nature of Startup Development: Concepts, Theories, Trends, Conditions,
- Loganathan, M., Bala-Subrahmanya, M.H., (2021), Technological outcome achievements by startups at university-based incubators: an empirical analysis in the Indian context, Technology Analysis and Strategic Management.
- Max Marmer, Bjoern Lasse Herrmann, Ertan Dogrultan, Ron Berman,(2011), Report Extra on Premature Scaling

- Miller, C & Cardinal, Laura. (1994). “Strategic planning and firm performance: a synthesis of more than two decades of research.” *Academy of Management Journal* Vol. 37 No.6 1649-1665. 10.2307/256804
- Oslo Manual, 3rd Edition. (2005). Guidelines for collecting and interpreting innovation data, 163
- Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on European Crowdfunding Service Providers (ECSP) for Business, COM(2018) 113 final.
- R. Schwenk, Charles & Shrader, Charles. (1993), *Effects of Formal Strategic Planning on Financial Performance in Small Firms: A Meta-Analysis*. *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Salamzadeh, A. and Kawamorita, H., 2015, *Startup Companies: Life Cycle and Challenges*
- Schumpeter, J. (1943), “*Capitalism, Socialism and Democracy*”, London, Unwin University Books
- Sidiropoulos, Z., (2017), *The Development of Start-Up Entrepreneurship in Greece Supported by Modern Financing Methods*, 7 th International Conference of ASECU Youth.
- Welsch, H. P. (Ed.). (2004). *Entrepreneurship: the way ahead*. Psychology Press
- Xiong, J., Du, Y., (2021), *Equity Allocation in Equity-based Crowdfunding of Startups Based on Lobbying and Reputation Considerations*, *Converter Magazine*, Vol. 2021, No. 7

5.2. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αιτιολογική Έκθεση του Ν. 4399/2016 (ΝΟΜΟΣ ΒΑΣΕΙΣ ΝΟΜΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ)
- Αιτιολογική Έκθεση του Ν. 4399/2016 (ΝΟΜΟΣ ΒΑΣΕΙΣ ΝΟΜΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ)
- Αιτιολογική Έκθεση του Ν.4019/2011 (ΝΟΜΟΣ ΒΑΣΕΙΣ ΝΟΜΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ)
- Αιτιολογική Έκθεση του Ν.4914/2022 (ΝΟΜΟΣ ΒΑΣΕΙΣ ΝΟΜΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ)
- Αιτιολογική Έκθεση του Ν.4914/2022 (ΝΟΜΟΣ ΒΑΣΕΙΣ ΝΟΜΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ)
- Β. Τουντόπουλος, Δίκαιο Κεφαλαιαγοράς, 2η έκδ., 2021, § 3, σ. 83
- Γεώργιος Κορρές, Αν. Καθηγητής, Τμήμα Γεωγραφίας & Παναγιώτα Μανώλη, Λέκτορας, Τμήμα Μεσογειακών Σπουδών, Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα, ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ (ΜΚΕ) ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ, 2011-2012
- Δημήτρης Παξιμάδης, Business Model Canvas, ένα νέο και δυναμικό εργαλείο επιχειρηματικότητας για κάθε επιχείρηση, Business Model Canvas, Δυναμικό Εργαλείο Επιχειρηματικότητας | Kemel
- ΕΚΤ (2022), Εγχειρίδιο του Όσλο 2018: Κατευθυντήριες γραμμές για τη συλλογή, την παρουσίαση και τη χρήση στατιστικών δεδομένων για την καινοτομία, 4η έκδοση, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου
- Ιωάννα Σαπφώ Πεπελάση, Ιωάννης Σπυρόπουλος Γεώργιος Κόκκοτας, Δημήτριος Ζήσης, Ιωάννης Μπέσης, (Ιανουάριος 2022), Χαρτογράφηση Ελληνικού Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων, Διανέοσις Οργανισμός Έρευνας & Ανάλυσης
- Κλαδικές Στοιχεύσεις, Νεοφυής επιχειρηματικότητα, ΣΤΟΧΑΣΙΣ Σύμβουλοι Επιχειρήσεων Α.Ε. (“STOCHASIS”)
- Κιλιμάντζος Μάριος, (Ιανουάριος 2022), “Μελέτη για τη χρήση των τεχνολογιών AI (Artificial Intelligence) και IoT (Internet of Things) πριν και μετά την πανδημία Covid-19 και πως συμβάλλουν στην βιωσιμότητα των ελληνικών Startup επιχειρήσεων. Η περίπτωση της BibeCoffee”
- Ν. Μπάρμπας, Κώδικας Φορολογίας Εισοδήματος (Ν. 4172/2013), 4η έκδ., 2022, άρθ. 70Α, σ. 1051-1055

- Νίκος Κοντιζάς, Crowdfunding: Επανεκκίνηση, Capital.gr Crowdfunding: Επανεκκίνηση | Capital (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- Νίκος Κοντιζάς, Crowdfunding: Ισχύον Νομοθετικό Πλαίσιο, Crowdfunding: Ισχύον Νομοθετικό Πλαίσιο | Capital (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- Στρατηγικό και Επιχειρηματικό Σχέδιο, Παροχή Υπηρεσιών Συμβουλευτικής Υποστήριξης – 5^{ος} Κύκλος Επιχειρηματικού Επιταχυντή, PLANET

5.3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ/ ΙΣΤΟΤΟΠΟΙ

- A Better Way to Think About Your Business Model (hbr.org) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- Business PowerPoint Templates for Busy Professionals | PowerSlides (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- https://el.wikibooks.org/wiki/%CE%9F_%CF%81%CF%8C%CE%BB%CE%BF%CF%82_%CF%84%CE%B7%CF%82_%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%84%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1%CF%82_%CF%83%CF%84%CE%BF_%CF%83%CF%8D%CE%B3%CF%87%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF_management (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- <https://elevategreece.gov.gr/>
- <https://elevategreece.gov.gr/el/eggegrammenes-startups/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- <https://esetek.gov.gr/rolos-2/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- <https://gsri.gov.gr/apostoli/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- <https://gsri.gov.gr/kentro-kainotomias-kai-technologias-thessalonikis> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)/
- <https://gsri.gov.gr/protonoulies-draseis/chropei/>(πρόσβαση Απρίλιος 2023)
<https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/256804>
- <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/104225879301700304>
- <https://marathon.vc/blog/greek-startup-industry-el> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- <https://rejoin.gr/>, Ιωάννης Δ. Φαρσαρώτας – Ευάγγελος Θ. Σπάτουλας
- <https://rejoin.gr/>, Ιωάννης Δ. Φαρσαρώτας – Ευάγγελος Θ. Σπάτουλας (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- <https://startup-piraeus.gr/wp-content> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- <https://www.businessmentor.gr/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- https://www.huffingtonpost.gr/andreas-attaloglou/-3699_b_9019640.html
- <https://www.interactive-education.gr/blog/startup-demiourgia.html> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- <https://www.p-consulting.gr/business-model-canvas> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- <https://www.zoom-out.gr/%CF%84%CE%B9-%CE%B5%CE%B9%CE%BD%CE%B1%CE%B9-startup/> (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- Startups in Greece - Research & Publications | Found.ation (thefoundation.gr) ([πρόσβαση Απρίλιος 2023](https://www.thefoundation.gr/))

- startups_brochure_final-1.pdf (dianeosis.org) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- SWOT analysis: Ένα πολύτιμο εργαλείο στο χέρι του μικρού επιχειρηματία. Τι είναι και πως λειτουργεί. - Business Mentor_(πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- swot.pdf (uop.gr) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- The effects of the COVID-19 crisis on startups' performance: the role of resilience | Emerald Insight(πρόσβαση Απρίλιος 2023) ¹
https://www.et.gr/api/DownloadFeksApi/?fek_pdf=20220100141 (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- Tomala, F. & Seneccal, O., 2004: «Innovation management: a synthesis of academic and industrial points of view», Elsevier, Intern. Journal Of Project Management
- Ανάλυση SWOT (epixeirein.gr)
- Διάχυση καινοτομιών - Ορίστε τους όρους της επιχείρησης (definebusinessterms.com) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- Οι Νεοφυείς Επιχειρήσεις Στην Ελλάδα - Dianeosis (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- Ορισμός της θεωρίας της διάχυσης των καινοτομιών - Οικονομικά - 2023 (enemonzo.org) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- Ποια είναι τα χαρακτηριστικά μιας startup επιχείρησης; (zerorisk.gr) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)
- Τηλεργασία: Η θετική πλευρά και οι προκλήσεις (startupper.gr) (πρόσβαση Απρίλιος 2023)