



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
(MBA)

Διπλωματική εργασία

**Η συμβολή της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα στα πλαίσια της
τραπεζικής χρηματοδότησης**

Τουτούνη Γ. Παναγιώτα

Πειραιάς, 2016

Η Συμβολή της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα στα πλαίσια της τραπεζικής χρηματοδότησης

Τουτούνη Παναγιώτα

Σημαντικοί όροι: Επιχειρηματικότητα, καινοτομία, ΜΜΕ, startup, χρηματοδότηση

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα μελέτη πραγματεύεται την συμβολή της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην ανάπτυξη της οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας της χώρας. Η επιχειρηματικότητα για την οποία πραγματοποιείται λόγος στο πρώτο κεφάλαιο περιστρέφεται γύρω από την εύρεση και εκμετάλλευση ευκαιριών για την δημιουργία μιας καινοτόμας ιδέας η οποία σε συνδυασμό με ένα ολοκληρωμένο σύνολο συντελεστών παραγωγής δύναται να δημιουργήσει μια καινοτόμα νεοφυή επιχείρηση. Αυτή η νεοφυής επιχείρηση (startup), θα προσφέρει αφενός την μεγιστοποίηση του εισοδήματος του επιχειρηματία και αφετέρου θα δύναται να επιφέρει αλλαγές στο κοινωνικο-οικονομικό σύνολο. Στόχος των εν λόγω επιχειρήσεων, αποτελεί η δημιουργία θέσεων εργασίας, η επιρροή του οικονομικού περιβάλλοντος καθώς και η διαδικασία ανάπτυξης μιας επιχειρηματικής ιδέας.

Όπως διαφαίνεται και στο δεύτερο κεφάλαιο υπάρχουν πολλοί μηχανισμοί και φορείς υποστήριξης μια startup επιχείρησης καθόλα τα στάδια ανάπτυξης της. Σαφώς, η ανάπτυξη αυτή δεν επέρχεται μόνο από την προβολή και θεωρητική στήριξη αλλά και από την χρηματοδότησή τους όχι μόνο μέσω των παραδοσιακών τρόπων όπως ο τραπεζικός δανεισμός αλλά και την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών όπως το factoring, leasing και venture capitals. Η οικονομική στήριξη, λοιπόν, των εν λόγω επιχειρήσεων επέρχεται από μια πληθώρα οργανισμών όπως τα τραπεζικά ιδρύματα, ευρωπαϊκά και επιχειρηματικά ταμεία(ΤΕΠΙΧ, ΤΕΜΠΜΕ,) καθώς και από επενδυτικές εταιρείες που δημιουργήθηκαν από ευρωπαϊκές επιχορηγήσεις και τα τραπεζικά ιδρύματα της χώρας. Στο πλαίσιο αυτό εξετάζονται τρεις μελέτες περιπτώσεων startup επιχειρήσεων(Pollfish, Park Around και Incredible) που έλαβαν μια σειρά από συνδυασμό των άνω χρηματοδοτήσεων και ανέδειξαν την συνεισφορά των καινοτόμων ιδεών στην ανάπτυξη της οικονομίας.

Important terms: Entrepreneurship, Innovation, SMEs, startup, financing

Abstract

This study deals with the contribution of startups entrepreneurship in developing economic and social activities in the country. Entrepreneurship for which reason takes place in the first chapter revolves around finding and exploiting opportunities for the creation of an innovative idea which combined with a comprehensive set of inputs may create an innovative startup, mentoring. This startup will provide both the maximization of income trader and the other will be able to make changes in the socio-economic ensemble. The aim of these companies is to create jobs, the influence of the economic environment and the process of developing a business idea.

As can be seen in the second chapter there are many mechanisms and support agencies a startup company at all stages of development. Clearly, the development has not only brought about by viewing and theoretical support and the funding not only through traditional methods such as bank lending and the development of alternative forms such as factoring, leasing and venture capitals. The financial support therefore, these enterprises brought about by a variety of organisms such as banks, and European venture funds (TEPIX, TEMPME) and of investment companies created by European subsidies and bank institutions in the country. This will consider three startup business case studies (Pollfish, Park Around and Incrediblue) received a series of combination of the above funding and highlighted the contribution of innovative ideas in the development of the economy

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	ΣΕΛ
Ευχαριστίες	i
Κατάλογος διαγραμμάτων	ii
Κατάλογος γραφημάτων	lii
Κατάλογος πινάκων	iv
Κατάλογος εικόνων	v
Κατάλογος ακρωνυμίων	vi
Εισαγωγή	1
<u>Κεφάλαιο 1 Επιχειρηματικότητα και καινοτομία</u>	
1.1. Σύγχρονη επιχειρηματικότητα	3
1.2. Ο ρόλος του επιχειρηματία	10
1.3. Το περιβάλλον	12
1.3.1. Ευκαιρίες	13
1.3.2. Κίνδυνοι	15
1.4. Καινοτομία	18
1.4.1. Ορισμός και χαρακτηριστικά	20
1.4.2. Διαγωνισμοί επιχειρηματικότητας και καινοτομίας	24
Βιβλιογραφία κεφαλαίου	28
<u>Κεφάλαιο 2 Εισαγωγή στις νεοφυείς επιχειρήσεις</u>	
Εισαγωγή	30
2.1 Σημασία και ορισμός των νεοφυών επιχειρήσεων	31

2.2. Εισαγωγή στην αγορά των startup επιχειρήσεων	33
2.2.1. Αναγνώριση ευκαιριών	34
2.3. Στάδια εκκίνησης	36
2.4. Λιτή επιχειρηματική εκκίνηση (Lean startup)	40
2.4.1. Μοντέλο επιχειρηματικού καμβά (Business model canvas)	41
2.4.2. Ελάχιστο βιώσιμο προϊόν (Minimum Viable Product-MVP)	45
2.5. Προστασία Διανοητικής Ιδιοκτησίας	46
2.6. Δομές Υποστήριξης	48
Βιβλιογραφία κεφαλαίου	53

Κεφάλαιο 3 Τραπεζική Χρηματοδότηση

Εισαγωγή	55
3.1. Τραπεζικός δανεισμός	56
3.2. Συνεργασία τραπεζών με θεσμικούς φορείς	59
3.2.1. Τ.Ε.Μ.Π.Μ.Ε. ΑΕ	59
3.2.2. ΕΤΕΑΝ ΑΕ	63
3.2.3. ΤΑΝΕΟ	64
3.3. Ειδικά προγράμματα τραπεζικής χρηματοδότησης	66
3.3.1. Κεφάλαιο επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital)	68
3.4. Πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων (Factoring)	72
3.4.1. Forfaiting	73
3.5. Χρηματοοικονομική μίσθωση (Leasing)	74
3.6. Μελέτη περιπτώσεων	76
3.6.1. Η περίπτωση της Pollfish	77
3.6.2. Η περίπτωση της Park Around	80
3.6.3. Η περίπτωση της Incrediblue	82
Βιβλιογραφία κεφαλαίου	84

Κεφάλαιο 4 Συμπεράσματα-Περαιτέρω μελέτη

4.1. Συμπεράσματα	86
4.2. Περαιτέρω μελέτη	88
Συνοπτική Βιβλιογραφία	89

Ευχαριστίες

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή, κ. Αρτίκη Πάναγιώτη για την άριστη συνεργασία, την καθοδήγησή του καθώς και για όλες τις χρήσιμες παρατηρήσεις, οι οποίες συνέβαλαν στην διεκπεραίωση της παρούσας μελέτης. Ακόμα, θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου προς όλους τους καθηγητές του μεταπτυχιακού οι οποίοι συνέβαλαν εμμέσως στην συγγραφή της μελέτης μέσω των γνώσεων που αποκόμισα από τις σπουδές μου.

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΤΙΤΛΟΣ	ΣΕΛ
Διάγραμμα 1 Ποσοστό ΜΜΕ στην Ελλάδα (2014)	5
Διάγραμμα 2 Εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων	7
Διάγραμμα 3 Παρουσίαση βασικών ποιοτικών μεταβλητών της επιχειρηματικότητας μεταξύ Ελλάδας και ΕΕ (2014)	9
Διάγραμμα 4 Χαρακτηριστικά ενός επιτυχημένου επιχειρηματία	11
Διάγραμμα 5 Παρουσίαση της επίδοσης σε καινοτομία και ικανότητες μεταξύ Ελλάδας και ΕΕ	22
Διάγραμμα 6 Λόγοι ίδρυσης μιας επιχείρησης	32
Διάγραμμα 7 Παρουσίαση μεταβλητών εισόδου στην χρηματοδότηση μεταξύ Ελλάδας και ΕΕ (2014)	55
Διάγραμμα 8 Χρηματοδότηση επιχειρήσεων σε εκατ. ευρώ από τις τράπεζες	57
Διάγραμμα 9 Ετήσιος ρυθμός μεταβολής χρηματοδοτήσεων προς τις επιχειρήσεις	58
Διάγραμμα 10 Συνεισφορά πληροφορικής στην οικονομία της Ελλάδας συγκριτικά με την ΕΕ	77
Διάγραμμα 11 Συστάσεις και διαγραφές επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας	78

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

ΤΙΤΛΟΣ	ΣΕΛ
Γράφημα 1 Συνολική επιχειρηματικότητα πρώτων σταδίων	8
Γράφημα 2 Υποδείγματα καινοτομίας	23
Γράφημα 3 Διαδικασίες που χρήζουν ελαχιστοποίησης	45

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΤΙΤΛΟΣ	ΣΕΛ
Πίνακας 1 Συνθήκες ανάπτυξης επιχειρηματικότητας ανά χώρα	17
Πίνακας 2 Φορείς διοργάνωσης διαγωνισμών καινοτομίας	27
Πίνακας 3 Συνεργαζόμενες τράπεζες με την Τ.Ε.Μ.Π.Μ.Ε. Α.Ε	62
Πίνακας 4 Αναλυτική περιγραφή συγχρηματοδοτούμενου προγράμματος JEREMIE	68
Πίνακας 4 ΕΚΕΣ που δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά VC	72

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

ΤΙΤΛΟΣ	ΣΕΛ
Εικόνα 1 Κατάταξη χωρών ΕΕ στον δείκτη καινοτομίας της ΕΕ (2007)	19
Εικόνα 2 Αριθμός ΜΜΕ σε εκ. ευρώ προστιθέμενης αξίας στο τομέα των μη χρηματοπιστωτικών επιχειρήσεων για το 2014	31
Εικόνα 3 Business Model Canvas	43
Εικόνα 4 Απόψεις για την χρήση του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου	44

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΑΚΡΩΝΥΜΙΩΝ

ΑΚΕΣ : Αμοιβαία Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών

ΒΕΧ: Βασικό Επιτόκιο Χορηγήσεων

ΕΚΤ : Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα

ΕΚΤ: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης

ΕΣΚ: Εθνικό Σύστημα Καινοτομίας

ΕΤΕ: Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων

ΕΤΕΑΝ: Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης

ΕΤΠΑ: Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακή Ανάπτυξης

ΙΟΒΕ: Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών

ΜΜΕ: Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

ΟΟΣΑ: Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης

ΠΔΕ: Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων

ΤΑΕ: Ταμείο Αγροτικής Επιχειρηματικότητας

ΤΑΝΕΟ: Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας

ΤΕΜΠΜΕ: Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων

ΤΕΠΙΧ: Ταμείο Επιχειρηματικότητας

BICs: Business Innovation Centers

COSME: Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises

GEM: Global Entrepreneurship Monitor

NBG: National Bank of Greece

SMEs: Small-Medium Enterprises

VC: Venture Capital

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αναμφισβήτητα, η επιχειρηματικότητα αποτελεί συνάρτηση της ανάπτυξης της οικονομικής δραστηριότητας της χώρας. Η ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών και του επερχόμενου ρίσκου, οι οποίες δε θα επικεντρώνονται μόνο στη δημιουργία των επιχειρήσεων αλλά και στον εκσυγχρονισμό τους, συνεπάγεται στην αύξηση των θέσεων εργασίας, την παραγωγή τεχνολογίας και καινοτόμων προϊόντων/υπηρεσιών. Σύμφωνα με την έκθεση του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος για το 2015, επισημαίνεται η ανάγκη για ην δημιουργία ενός σταθερού, απλού και ευκόλως κατανοητού φορολογικού και νομικού πλαισίου κατάλληλου για την ανάπτυξη της υγιούς επιχειρηματικότητας προκειμένου το ελληνικό κράτος να συντελέσει στην αποκατάσταση της επενδυτικής εμπιστοσύνης με την προστασία των ιδιωτών επενδυτών εξασφαλίζοντας ένα σταθερό οικονομικό περιβάλλον, φιλικό προς την επιχειρηματικότητα.

Σκοπός της παρούσας μελέτης αποτελεί η κατάδειξη της συνεισφοράς των άνω εννοιών στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας εν μέσω δημοσιονομική κρίσης μέσω νέων εννοιών και εργαλείων. Απώτερος σκοπός της μελέτης αποτελεί η συγκέντρωση όλων των εννοιών που περιστρέφονται γύρω από τις νεοφυείς επιχειρήσεις προκειμένου να συνδεθούν και να παρουσιάσουν τόσο την συνεισφορά τους στην καθημερινότητα όσο και κατά πόσο εύκολη ή δύσκολη αποτελεί η σύσταση, προβολή και ανάπτυξη μιας νεοφυούς επιχείρησης.

Από το 2008 τα συνολικά μεγέθη και οι δείκτες επιχειρηματικότητας έδειχναν μειώνονται με υψηλό ρυθμό. Ωστόσο, από το 2014 διαφαίνεται μια αύξηση των ΜΜΕ και συνεπώς της νεοφυούς επιχειρηματικότητας. Η Ελλάδα μαζί με άλλες ευρωπαϊκές χώρες όπως η Ισπανία, Ουγγαρία, η Πολωνία, η Κροατία, η Ιταλία, η Σλοβενία και η Σλοβακία, καταγράφουν κατά μέσο όρο περισσότερες ΜΜΕ συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες, ωστόσο καταγράφουν ταυτόχρονα κάτω από τον μέσο όρο τις διαθέσιμες θέσεις εργασίας. Όλα τα παραπάνω καταδεικνύουν ότι οι χώρες αυτές προσπαθούν να αναπτυχθούν αλλά ακόμα λείπει η πληροφόρηση, η γνώση και οι δομές.

Ως εκ τούτου πραγματοποιείται λόγος για τις δυο βασικές έννοιες ανάπτυξης της οικονομίας, επιχειρηματικότητα και καινοτομία. Η επιχειρηματικότητα προσεγγίζεται μέσω τριών παραμέτρων της εννοιολογικής της βάσης, του επιχειρηματία και του περιβάλλοντος. Αρχικά ως επιχειρηματικότητα επιχειρείται να αποδοθεί ένας ορισμός μέσω ορισμένων λέξεων–κλειδιών όπως οι στάσεις και οι αντιλήψεις απέναντι στην επιχειρηματικότητα, η επιχειρηματική δραστηριότητα και οι επιχειρηματικές φιλοδοξίες. Από την πλευρά του ο επιχειρηματίας θα πρέπει να δύναται να αναλάβει κινδύνους που προέρχονται από την αβεβαιότητα που κυριαρχεί στην οικονομική ζωή της χώρας, να έχει την δυνατότητα να συνδυάσει τους

συντελεστές παραγωγής με εκείνο τον τρόπο που θα δημιουργήσει οικονομίες κλίμακας και θα μεγιστοποιήσει το εισόδημά του και θα έχει ταυτόχρονα την δυνατότητα να αναζητήσει και να εκμεταλλευτεί νέες ευκαιρίες προς την ικανοποίηση αναγκών.

Εν συνεχεία, προκειμένου η εκάστοτε επιχείρηση προσπαθεί να αποκτήσει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω πολλαπλών οδών όπως το μέγεθος, οι πόροι και η φήμη, θα πρέπει ο εν δυνάμει επιχειρηματίας να πραγματοποιήσει τον βέλτιστο δυνατό τρόπο συνδυασμού γνώσης και τεχνολογίας που θα προσδώσει ένα τελικό προϊόν/υπηρεσία που θα ξεχωρίζει σε έννοια και χαρακτηριστικά από τα άλλα. Προκειμένου λοιπόν να επιτευχθεί αυτό μια εν δυνάμει επιχείρηση θα πρέπει να καινοτομήσει.

Για την επίτευξη όλων των παραπάνω πραγματοποιείται μια προσπάθεια παρουσίασης όλων των σταδίων δημιουργίας και ανάπτυξης μιας startup επιχείρησης από την διαμόρφωση της επιχειρηματικής ιδέας, και το business plan, μέχρι τους μηχανισμούς στήριξης, προβολής και προώθησης των καινοτόμων επιχειρήσεων. Ακόμα, παρουσιάζεται και μια εναλλακτική μέθοδος ανάπτυξης μιας νεοφυούς επιχείρησης, η λιτή επιχειρηματική εκκίνηση, προκειμένου να αναγνωρισθεί η συνεισφορά εναλλακτικών τρόπων στην ανάπτυξη μιας startup επιχείρησης/.

Σαφώς ο κάθε νέος επιχειρηματίας είτε βρίσκεται στο στάδιο διαμόρφωσης είτε στο στάδιο έναρξης και λειτουργίας της επιχείρησης δύναται να υποβοηθηθεί από μια σειρά δομών και πρωτοβουλιών για να υλοποιήσει την επιχειρηματική του ιδέα ή να εξελίξει την επιχείρησή του. Ειδικότερα, ένας από τους σημαντικότερους θεσμούς που έχουν συμβάλλει στα άνω αποτελούν οι διαγωνισμοί επιχειρηματικότητας και καινοτομίας που διοργανώνονται από την συνεργασία ιδιωτικών και δημοσίων φορέων αλλά και ο θεσμός των μεντόρων οι οποίοι αποτελούνται από έμπειρα και ικανά στελέχη έτοιμα να βοηθήσουν τους νέους επιχειρηματίες.

Τέλος, πραγματοποιείται ανάλυση της χρηματοδότησης των startup επιχειρήσεων από τον ευρύτερο κλάδο των τραπεζικών ιδρυμάτων. Ο τραπεζικός δανεισμός τα τελευταία χρόνια τείνει να μειώνεται με τα κριτήρια να γίνονται όλο και πιο αυστηρά. Καθεαυτό τον τρόπο αναπτύχθηκαν εναλλακτικοί τρόποι χρηματοδότησης των νεοφυών επιχειρήσεων μέσω του τραπεζικού συστήματος, για τους οποίους πραγματοποιείται αναφορά. Η μεθοδολογία που πραγματοποιείται προκειμένου να συνδυαστούν όλα τα παραπάνω αποτελεί η μελέτη περιπτώσεων startup επιχειρήσεων που έλαβαν χρηματοδότηση και παρουσίασαν όλα τα στοιχεία της βιβλιογραφικής επισκόπησης. Η επιλογή των τριών επιχειρήσεων πραγματοποιήθηκε για την ανάλυση σε κάθε μια ενός διαφορετικού στοιχείου επιτυχίας μιας νεοφυούς επιχείρησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

1.1. Σύγχρονη επιχειρηματικότητα

Αναμφισβήτητα η Ελλάδα από το 2008 διανύει μια δημοσιονομική κρίση η οποία αναγκάζει την οικονομία να αναπτύσσεται κάτω από συνθήκες αβεβαιότητας. Αυτή, λοιπόν την αβεβαιότητα, οι νέοι επιχειρηματίες εκμεταλλεύονται, αναλαμβάνοντας το ρίσκο νέων ιδεών και τρόπων για να ξεχωρίσουν και να εδραιωθούν στον επιχειρηματικό κόσμο, όπως περιγράφει ο Schumpeter το 1942, δημιουργώντας νέους τρόπους και συνθήκες για την διεκπεραίωση απλών καθημερινών καταστάσεων, εκμεταλλευόμενοι την πληροφοριακή γνώση και τις ευκαιρίες που ανακύπτουν. Ως εκ τούτου η επιχειρηματικότητα, για την οποία πραγματοποιείται λόγος σε κάθε επίπεδο της οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας, εδράζεται γύρω από την εύρεση μιας καινοτόμας ιδέας, όχι απαραίτητα επιτυχούς, σε συνδυασμό με τον άριστο συνδυασμό των συντελεστών παραγωγής. Αποτέλεσμα των οποίων είναι οι ατέλειες της αγοράς και με αυτό τον τρόπο ο επιχειρηματίας δύνανται να βρει ευκαιρίες και να τις εκμεταλλευτεί, είτε με την προσφορά του ίδιου προϊόντος ή υπηρεσίας σε χαμηλότερη τιμή ή με την διαφοροποίηση, προωθώντας ένα νέο προϊόν ή μια υπηρεσία.

Προκειμένου, λοιπόν, να καταστεί σαφής ο ρόλος της επιχειρηματικότητας στην μελέτη που ακολουθεί, πραγματοποιείται μια προσπάθεια διαμόρφωσης ενός ορισμού για την έννοια και το περιεχόμενο της επιχειρηματικότητας αν και καθίσταται δύσκολο καθώς οι ορισμοί της ποικίλλουν λόγω της πολυδιάστατης μορφής της. Η επιχειρηματικότητα δύναται να προκύψει είτε μέσα από την επιχείρηση και ορίζεται ως ενδο-επιχειρηματικότητα (intrapreneurship) η οποία είναι αποτέλεσμα των ίδιων των στελεχών της επιχείρησης, είτε μέσω της δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης (startup), για την οποία και θα γίνει λόγος στην παρούσα μελέτη.

Το εννοιολογικό περιεχόμενο της επιχειρηματικότητας έχει μεταφραστεί με διαφορετικό τρόπο από θεωρητικούς διαφόρων σχολών. Πιο συγκεκριμένα, Σύμφωνα με τον Gartner στο άρθρο που δημοσίευσε το 1988 *Who is an entrepreneur?, Is the wrong question?*, περιγράφει ως επιχειρηματικότητα την ίδρυση μιας επιχείρησης¹, ο ορισμός αυτός περιγράφει την επιχειρηματικότητα ως μια διαδικασία καθώς αποτελεί ένα ρόλο που αναλαμβάνει ο

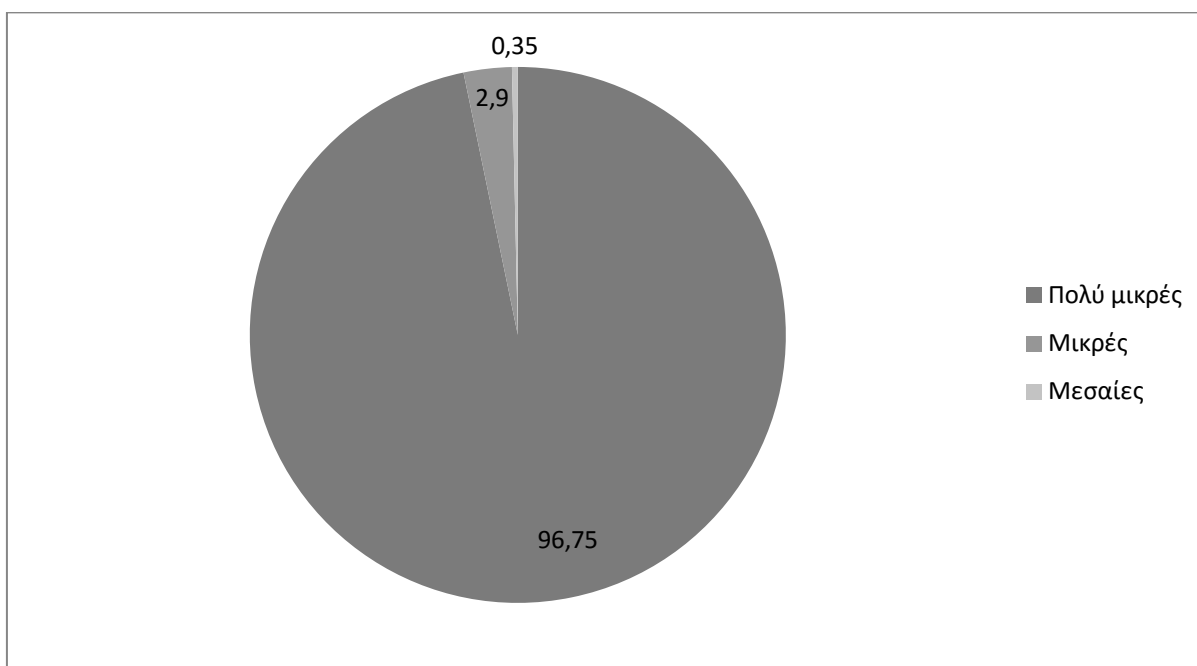
¹ McKenzie B., Ugbah S. & Smothers, N. (2007), *Who is an entrepreneur?, Is still the wrong question?*, The DreamCatchers Group, LLC, UK, διαθέσιμο στο: <http://www.freepatentsonline.com/article/Academy-Entrepreneurship-Journal/175065811.html> (πρόσβαση στις: 14/7/2016)

επιχειρηματίας και σε κάποια χρονική στιγμή θα λήξει. Από την άλλη πλευρά ο Drucker, ως επιχειρηματικότητα ορίζει μια πράξη καινοτομίας, καθώς η ίδρυση μιας επιχείρησης μπορεί να πραγματοποιηθεί από τον καθένα, αυτό που θα διαχωρίσει κάποιον ως επιχειρηματία είναι η εισαγωγή ενός νέου προϊόντος/υπηρεσίας. Ενώ ο Stevenson, ως επιχειρηματικότητα θεώρησε την ευκαιρία, δηλαδή την διαδικασία σύμφωνα με την οποία ένας επιχειρηματίας ανεξαρτήτως των πόρων του ακολουθεί οποιαδήποτε ευκαιρία του προκύπτει. Τέλος, οι McGrath και McMillan, εναπόθεσαν την επιχειρηματικότητα στον τρόπο σκέψης ενός επιχειρηματία στην ικανότητά του να εντοπίζει τις επερχόμενες ευκαιρίες και να τις εκμεταλλεύεται.

Ωστόσο, το παγκόσμιο παρατηρητήριο επιχειρηματικότητας², αποδίδει ορισμένα σημεία-κλειδιά, όπως *οι στάσεις και οι αντιλήψεις απέναντι στην επιχειρηματικότητα, η επιχειρηματική δραστηριότητα και οι επιχειρηματικές φιλοδοξίες*. Αρχικώς, η στάση και οι αντιλήψεις περιλαμβάνουν όχι μόνο την άποψη της κοινωνίας ή του επιχειρηματία για την είσοδό του στην αγορά εργασίας αλλά και το νόμο της προσφοράς και ζήτησης καθώς και τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που ανακύπτουν και πώς αυτές μπορούν να συνδυαστούν με την ζήτηση στην αγορά εργασίας. Καθεαυτό τον τρόπο ο GEM χρησιμοποιεί δυο δείκτες για να εκφράσει τις αντιλήψεις, το ποσοστό των ατόμων που θεωρούν ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα θεωρείται ως επιθυμητή επιλογή σταδιοδρομίας στη χώρα τους και το ποσοστό εκείνων των ατόμων που θεωρούν ότι θέματα σχετικά με την επιχειρηματικότητα καλύπτονται συχνά και συστηματικά από τα ΜΜΕ της χώρας τους. Αυτά τα κοινωνικά χαρακτηριστικά επηρεάζουν και την επιχειρηματική δραστηριότητα, η οποία αναφέρεται σε όλες τις φάσεις μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας και αντιστοίχως χρησιμοποιούνται δυο συχνοί δείκτες, ο δείκτης που διαχωρίζει την επιχειρηματικότητα ανάγκης και την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και ο δείκτης που αναφέρεται στους κλάδους των νέων επιχειρήσεων.

Τέλος, οι επιχειρηματικές φιλοδοξίες αποτελούν ένα ιδιαίτερα ποιοτικό χαρακτηριστικό, καθώς επηρεάζουν την ανάπτυξη μιας χώρας μέσω της καινοτομίας, των νέων τεχνολογιών και κατά επέκταση την επίδρασή τους στην επίδοση στην δημιουργία απασχόλησης, ενδεικτικοί δείκτες για τις φιλοδοξίες αποτελούν ποσοστά για το κατά πόσο το προϊόν ή η υπηρεσία τους αποτελεί ένα νέο εγχείρημα, κατά πόσο χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες, αντιμετώπιση ανταγωνισμού και είσοδο σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας. Συμπερασματικά, ως επιχειρηματικότητα ορίζεται μια δυναμική διαδικασία κατά την οποία τα άτομα εντοπίζουν οικονομικές ευκαιρίες και τις εκμεταλλεύονται μέσα από την ανάπτυξη, παραγωγή και πώληση αγαθών και υπηρεσιών. Η διαδικασία αυτή απαιτεί την ύπαρξη ποιοτικών ιδιοτήτων στα άτομα, όπως η δυνατότητα ανάληψης κινδύνου και προσωπικής προσπάθειας (The European Observatory for SMEs, 2000).

² GEM(Global Entrepreneurship Monitor)



Διάγραμμα 1 Ποσοστό ΜΜΕ στην Ελλάδα (2014), πηγή: European Commission

Συμπληρωματικά, η επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε δύο κατηγορίες την αμιγή και την μεικτή επιχειρηματικότητα. Αφενός η αμιγής επιχειρηματικότητα αναφέρεται σε όλες εκείνες τις δραστηριότητες που δεν πραγματοποιούνται το ίδιο αποτελεσματικά από τους μισθωτούς ή από άλλους φορείς όσο από τον ίδιο τον επιχειρηματία. Ωστόσο, αυτή η μορφή επιχειρηματικότητας δεν βρίσκει αντίκτυπο στην σύγχρονη πραγματικότητα καθώς, πολλές φορές ο επιχειρηματίας πρέπει να βρει εκείνα τα άτομα που θα παράγουν ο ίδιο προϊόν ή υπηρεσία χωρίς να μειωθεί η αποτελεσματικότητά του ή το μέγεθος της επιχειρηματικότητάς του. Αφετέρου δε, η μεικτή επιχειρηματικότητα, αναφέρεται σε όλες εκείνες τις δραστηριότητες που μπορούν να αναληφθούν από πολλά άτομα όπως διευθυντικά στελέχη και μισθωτούς χωρίς να μειωθεί η αποτελεσματικότητα της επιχείρησης.

Σαφώς, η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει την έννοια του κέρδους και ειδικότερα της μεγιστοποίησης του κέρδους καθώς κάθε επιχείρηση αποτελεί μια οικονομική οντότητα που στοχεύει στην κερδοφόρα λειτουργία της (Γωνιάδης Η. Ι. & Χατζηκωσταντίνου Γ.Θ., 2009:65). Ωστόσο, όπως προαναφέρθηκε και στον ορισμό η επιδίωξη του κέρδους δεν πρέπει να είναι η μοναδική προϋπόθεση για την ανάπτυξη μιας οικονομικής δραστηριότητας, αλλά συνδυασμός μαζί με κάποια άλλα ποιοτικά και μη χαρακτηριστικά, όπως η δημιουργικότητα, η καινοτομία³, το ρίσκο ανάληψης κινδύνου και η διαχείριση. Ως εκ τούτου γίνεται αντιληπτό ότι η εύρεση

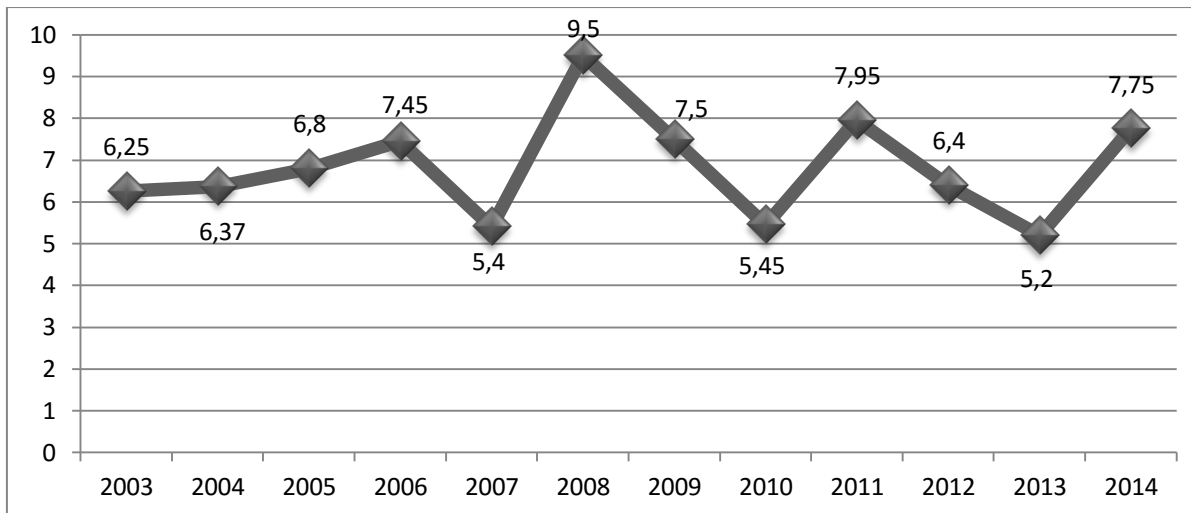
³ Βλ. κεφάλαιο 1.4.

ευκαιριών και η εκμετάλλευσή τους αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο για την έναρξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας και δη μιας καινοτόμας.

Λαμβάνοντας, λοιπόν, τις εκθέσεις του IOBE⁴ για την επιχειρηματικότητα στα πλαίσια τους παγκόσμιου παρατηρητήριου επιχειρηματικότητας, δύναται να αναλυθούν ορισμένα σημεία και να παρουσιαστεί η διαχρονική εξέλιξη της στην ελληνική πραγματικότητα. Ειδικότερα, λαμβάνοντας ως αφετηρία το 2008, καθώς παρουσιάζεται ταυτόχρονα με την δημοσιονομική κρίση μια εκρηκτική αύξηση του δείκτη επιχειρηματικότητας παρατηρείται ότι 670,000 άτομα ηλικίας 18-64 ετών βρίσκονται στα *πρώιμα στάδια επιχειρηματικότητας*, ενώ σε σύνολο οι επιχειρηματίες αποτελούν το 47% του πληθυσμού της χώρας, το οποίο σημαίνει ότι τροφοδοτούν το μεγαλύτερο φάσμα του κοινωνικού συνόλου με μισθούς, ευκαιρίες απασχόλησης και αγαθά. Η σημασία λοιπόν της επιχειρηματικότητας για μια κοινωνία δεν οριοθετείται μόνο στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που δύνανται να προσφέρουν αλλά και την συμβολή τους στην ανάπτυξη μια ολόκληρης οικονομίας. Κάνοντας λόγο για τα πρώιμα στάδια επιχειρηματικότητας, αυτά διακρίνονται σε δυο επιμέρους κατηγορίες επιχειρηματιών, των επίδοξων, δηλαδή εκείνων που βρίσκονται στο στάδιο σχεδιασμού για την ανάληψη και υλοποίηση μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας ή ξεκινούν μια επιχειρηματική δραστηριότητα, και στους νέους επιχειρηματίες, δηλαδή εκείνους που η επιχειρηματική τους δραστηριότητα ξεκίνησε πρόσφατα και δεν υπερβαίνει τους 42 μήνες. Η πτωτική τάση της επιχειρηματικότητας φαίνεται να συσχετίζεται με την οικονομική κατάσταση μιας χώρας σύμφωνα με μελέτη του GEM σε 26 χώρες καινοτομίας, με την Ελλάδα να λαμβάνει την 19^η θέση, έναντι της 12^{ης} που κατείχε το 2012 ανάμεσα σε 24 χώρες. Στο παρακάτω πίνακα απεικονίζεται η εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων όπως μελετήθηκε από τον IOBE.

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη της επιχειρηματικότητας, καθιστώντας σαφές ότι το 2008 αποτελεί σημείο καμπής καθώς διαφαίνεται ότι ο ρυθμός ανάπτυξης της μειώθηκε δραματικά αλλά από το 2013 και έπειτα οι τιμές μπορεί να παραμένουν σε χαμηλά επίπεδα συγκριτικά τόσο με τις υπόλοιπες χώρες της ΕΕ αλλά και τα προηγούμενα χρόνια παραμένει σε χαμηλά επίπεδα αλλά αναπτύσσεται με μεγαλύτερο ρυθμό.

⁴ Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών



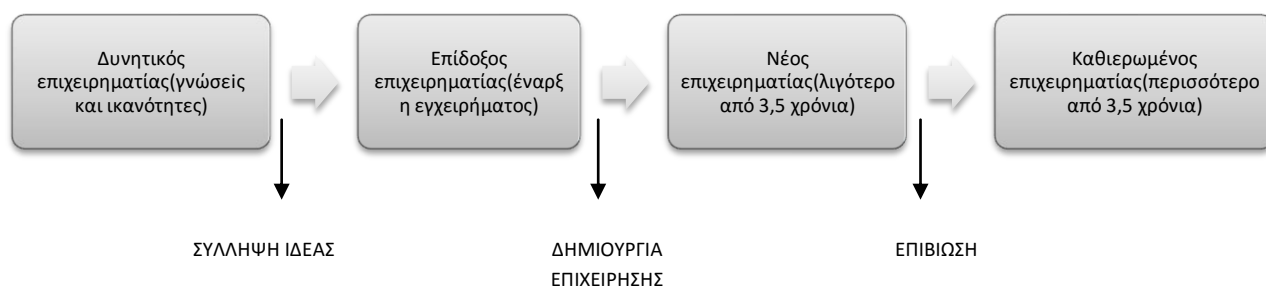
Διάγραμμα 2 Εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, πηγή: IOBE

Εν συνεχεία, προκειμένου να μελετηθούν τα άτομα που δημιουργούν τις νεοφυείς επιχειρήσεις και αποτελούν τον πυρήνα τους, πρέπει να διαχωριστούν στους επιχειρηματίες ανάγκης⁵ και στους επίδοξους. Η πρώτη κατηγορία αναφέρεται σε εκείνους τους επιχειρηματίες που εν μέσω κρίσης προσπαθούν να ενταχθούν στην αγορά εργασίας λόγω γενικότερης δυσανεξίας και μη εύρεσης άλλης επιλογής, χαμηλού εισοδήματος ή και ενδεχόμενο απόλυσης. Ωστόσο, οι ίδιοι αυτοί επιχειρηματίες αποτελούν τους πρώτους που ενδεχομένως λόγω μη αναμενόμενης κερδοφορίας να αναστείλουν ή να παύσουν τις δραστηριότητές τους και δη σε περιόδους δημοσιονομικής κρίσης όπου η εύρεση χρηματοδότησης αποτελεί συγκριτικά με την υπόλοιπη Ευρώπη ένα δύσκολο εγχείρημα καθώς το τραπεζικό σύστημα ακόμα δυσκολεύεται να ανακάμψει και να παράσχει χρηματοδότηση σε οποιαδήποτε νέα δραστηριότητα. Ως εκ τούτου καθίσταται αντιληπτό ότι η κερδοφορία δεν πρέπει να αποτελεί το μοναδικό κίνητρο δραστηριοποίησης αλλά μια σημαντική μεταβλητή για την δημιουργία μιας νέας επιχείρησης και δη καινοτομίας. Από την άλλη πλευρά, οι επίδοξοι επιχειρηματίες εκλαμβάνουν την επιχειρηματικότητα με εντελώς διαφορετική έννοια, αποτελεί επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, που εκλαμβάνει την επιχειρηματικότητα ως κίνητρο για την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντοπίζεται από τον επιχειρηματία και αναλύεται στο πλαίσιο του οικονομικού περιβάλλοντος με απώτερο στόχο είτε την μεγιστοποίηση του εισοδήματος είτε την εργασιακή ανεξαρτησία.

Ωστόσο, αξίζει να αναφερθεί ότι στην Ελλάδα οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων που έχουν ως κίνητρο την ανάγκη παρά την δημοσιονομική κρίση δεν έχει παρατηρηθεί ποσοστιαία αύξησή τους, ωστόσο συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίες στην Ευρώπη διατηρεί

⁵ Το 2009 το 2,4% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ηλικίας 18-64, δηλώνουν ότι αποτελούν επιχειρηματίες ανάγκης σύμφωνα με έρευνα του GEM

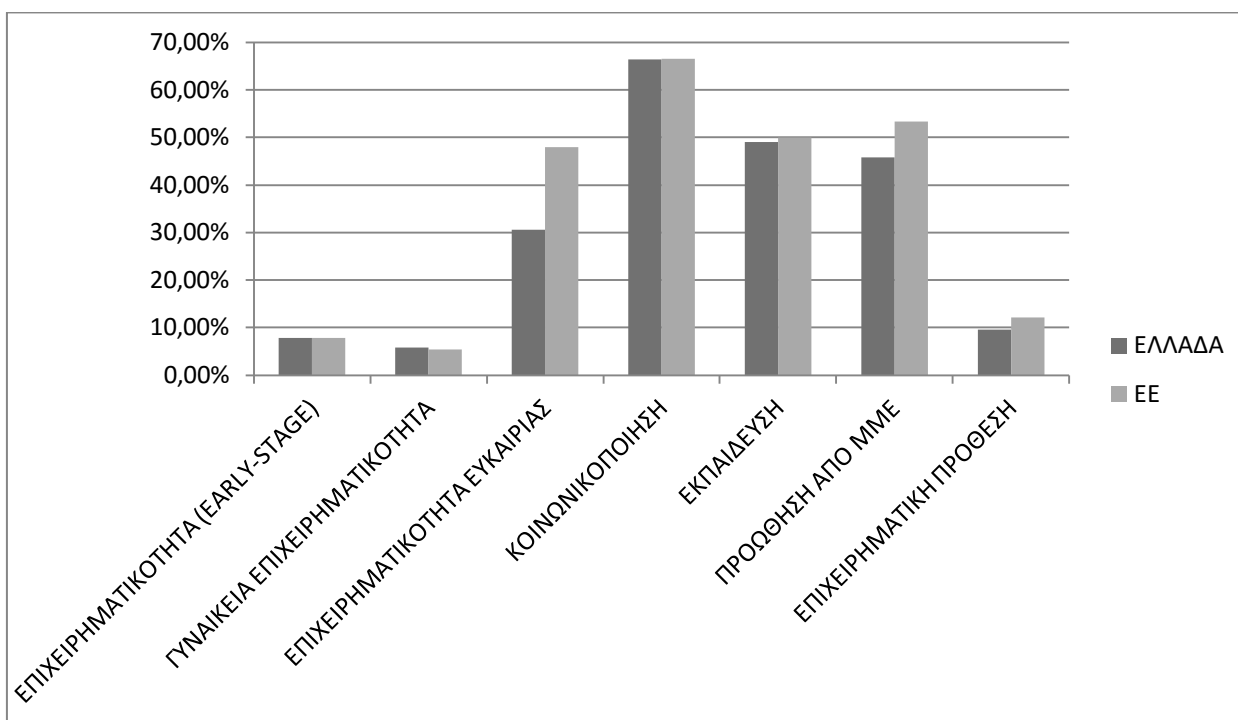
ιδιαίτερα αναλογικά υψηλό ποσοστό με την Ελβετία και Δανία με χαμηλότερα ποσοστά και την Γερμανία με υψηλότερο περίπου 30%. Αντίθετα, το ποσοστό των επιχειρηματιών ευκαιρίας αρχικών σταδίων μειώνεται από το 2009 και έπειτα στο σύνολο του ανά έτος κατά περίπου 0,3% παρότι αυξάνεται το κίνητρο της ευκαιρίας στο σύνολο όλων των επιχειρηματιών της χώρας.



Γράφημα 1 Συνολική επιχειρηματικότητα πρώτων σταδίων, πηγή: GEM

Ωστόσο, πρέπει να καταστεί αντιληπτό ότι οι επιχειρηματίες δεν μπορούν από μόνοι τους να διαμορφώσουν την αγορά και την ανάπτυξη της αλλά το ίδιο το κράτος πρέπει να αποτελεί ένα γόνιμο έδαφος για την ανάπτυξη και εξέλιξη της επιχειρηματικότητας. Ειδικότερα, τα τελευταία χρόνια λόγω της δημοσιονομικής κρίσης παρατηρείται ότι οι επιχειρηματίες που έχουν ήδη μια επιχείρηση θεωρούν πιο εύκολο να την διατηρήσουν ή να αναπτύξουν μια υφιστάμενη επιχείρηση⁶, παρά να δημιουργηθεί μια εκ νέου επιχείρηση, της οποίας οι απαιτήσεις δείχνουν ότι είναι ιδιαίτερα υψηλές. Ουσιαστικά, οι επιχειρηματίες πρέπει να αντιληφθούν την ιδέα του κινδύνου και τον τρόπο με τον οποίο οφείλουν να τον διαχειριστούν, ελαχιστοποιώντας κάθε φορά τον κίνδυνο για την οποιαδήποτε οικονομική δραστηριότητα. Το παραπάνω, θα επιτευχθούν μέσω της ανάληψης ευκαιριών λόγω της φύσης της αγοράς και των ατελειών που υπάρχουν. Ειδικότερα, ο επιχειρηματίας οφείλει να λάβει υπόψιν του την μεταβολή των διάφορων κοινωνικο-οικονομικών μεταβλητών όπως η ζήτηση, η οικονομική πολιτική και οι διεθνείς συγκυρίες, όπως και την ατελή γνώση που αντιμετωπίζει το σύνολο των επιχειρηματιών για τις τρέχουσες καθώς και τις μελλοντικές συνθήκες.

⁶ Η Ελλάδα διατηρεί το τέταρτο υψηλότερο ποσοστό δυσκολίας ανάπτυξης μιας υφιστάμενης επιχείρησης ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας, με Ισπανία, Ισλανδία και Κορέα να αντιμετωπίζουν τις ίδιες δυσχέρειες, σύμφωνα με έρευνα του GEM



Διάγραμμα 3 Παρουσίαση βασικών ποιοτικών μεταβλητών της επιχειρηματικότητας μεταξύ Ελλάδας και ΕΕ (2014)πηγή: European Commission

Τέλος, θα αποτελούσε παράλειψη αν δεν γινόταν αναφορά στη σύγχρονη μορφή επιχειρηματικότητας που επισκιάζει τα νεοκλασικά μοντέλα οικονομικής δραστηριότητας που αποτύπωναν την ισορροπία της αγοράς και την άριστη διαχείριση των πόρων ως τις μόνες έννοιες μεγιστοποίησης κέρδους. Τα τελευταία χρόνια, έκανε την εμφάνισή του ο όρος επιχειρηματικότητα, εισάγοντας έννοιες όπως η καινοτομία, ο κίνδυνος και το ρίσκο. Η σύγχρονη επιχειρηματικότητα συσχετίζεται με την συνεχή αναζήτηση νέων πεδίων δράσης με στόχο την αναπτυξιακή διαδικασία, την ύπαρξη σαφούς οράματος και αποστολής για τον διαχωρισμό των δραστηριοτήτων και τον λόγο ύπαρξης μια επιχείρησης τόσο στην αγορά όσο και για τους υπάλληλους μιας επιχείρησης, την ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου, την ύπαρξη χρονοδιαγράμματος με σαφείς στόχους. Ακόμα, την παρακολούθηση του περιβάλλοντος της επιχείρησης τόσο το άμεσο όσο και το έμμεσο για ανάλυσή του με σύγχρονες μεθόδους καθώς και το επίπεδο του ανταγωνισμού για την αξιοποίηση ευκαιριών και αντιμετώπιση των επικείμενων απειλών και τέλος την συνεχή πληροφόρηση και γνώση του επιχειρηματία που θα του παράσχει την δυνατότητα να κατανοήσει, να υιοθετήσει και να αξιοποιήσει νέες ιδέες με τα πλέον καινοτόμες τεχνολογικές μεθόδους ούτως ώστε να προσφέρει εκείνα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που θα του χαρίσουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Συμπληρωματικά, η σύγχρονη επιχειρηματικότητα περιστρέφεται γύρω από την έννοια της συλλογικότητας⁷, καθώς πλέον οι επιχειρήσεις δεν παρουσιάζουν ένα εσωστρεφή χαρακτήρα αλλά οφείλουν να συνεργάζονται και να δημιουργούν συμμαχίες με άλλες επιχειρήσεις προκειμένου να αναπτύξουν τις δραστηριότητές τους, προσανατολισμένες προς κάθε κατεύθυνση(επιχειρήσεις, ερευνητικά ιδρύματα και οργανισμούς χρηματοδότησης). Ως εκ τούτου, οι μικρές ή οι νέο-ιδρυόμενες επιχειρήσεις, λειτουργώντας με συλλογική επιχειρηματικότητα, λαμβάνουν κατά περίπτωση την μορφή είτε στρατηγικών συμμαχιών (clusters⁸), είτε εταιρειών κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών(venture capitals), κέντρων καινοτομίας καθώς και κάθε είδους νεοφυούς επιχείρησης⁹. Συνεπώς, η έννοια και οι διαστάσεις της επιχειρηματικότητας είναι πολυδιάστατες και διαμορφώνονται ανά εποχή με διαφορετικό τρόπο. Στην παρούσα μελέτη η επιχειρηματικότητα θα επικεντρωθεί στις έννοιες της καινοτομίας και των νέων μεθόδων παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών.

1.2. Ο Ρόλος του επιχειρηματία

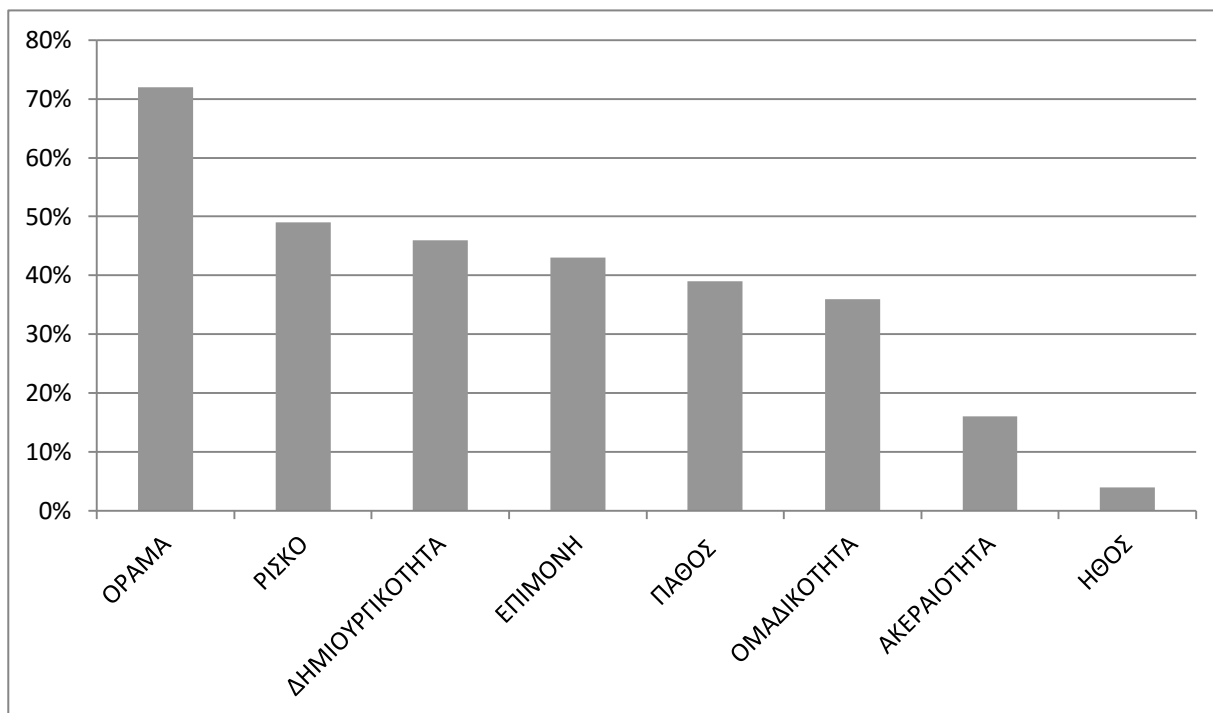
Αναντίρρητα, ο σύγχρονος επιχειρηματίας (entrepreneur¹⁰) έχει ως στόχο την μεγιστοποίηση του κέρδους και κατ' επέκταση του εισοδήματός του. Προκειμένου να επιτευχθούν τα παραπάνω οφείλει να προσανατολιστεί γύρω από πέντε διαστάσεις την αυτονομία, την καινοτομικότητα, την προληπτική δράση, την ανταγωνιστική επιθετικότητα και την ανάληψη κινδύνων. Αναλυτικότερα, η *καινοτομικότητα* (innovativeness), αποτελεί βασικό εργαλείο για την απόκτηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος καθώς το προϊόν ή η υπηρεσία από μόνα τους δεν προσφέρουν κέρδη αλλά η διαδικασία παραγωγής ή οι τεχνολογίες αποτελούν εκείνα τα στοιχεία που θα αυξήσουν τα κέρδη ή θα μειώσουν τα κόστη παραγωγής. Άμεσο παράδειγμα αποτελεί το μοντέλο άμεσων πωλήσεων που προσέφερε η Dell, χαρίζοντάς της ένα σημείο υπεροχής έναντι των ανταγωνιστών της στο κλάδο των προσωπικών υπολογιστών. Ωστόσο η καινοτομική στρατηγική εμπεριέχει τον κίνδυνο της μη αναμενόμενης απόδοσης έχοντας σπαταλήσει σημαντικούς πόρους σε R&D, Marketing και εκπαίδευση, ή και της αντιγραφής μιας τεχνολογίας ή διαδικασίας της οποίας τα αποτελέσματα ήταν προσοδοφόρα (Deakins d. & Freel Mark, 2015:196).

⁷ Η συλλογική επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε εσωτερική, η οποία διαχωρίζει όλα τα επίπεδα ιεραρχίας και η εξωτερική που διακρίνεται σε κάθετη(μεταξύ παραγωγών ή προμηθευτών ή πελατών) και οριζόντια(συμπληρωματικά αγαθά)

⁸ Συνεργασίες, υπεργολαβίες και συσπειρώσεις ή συσσωματεύσεις

⁹ Βλ. κεφάλαιο 1.4.

¹⁰ Γαλλικής προέλευσης και σημαίνει διαμεσολαβητής, τον όρο εισήγαγε ο Richard Cantillon (1680–1734), στην προσπάθειά του να εκφράσει μέσω των έργων που αναλάμβανε χωρίς κόστος μεταθέτοντας ο στον επιχειρηματία, για την ανάληψη ρίσκου του τελευταίου



Διάγραμμα 4 Χαρακτηριστικά ενός επιτυχημένου επιχειρηματία, πηγή: Η επιχειρηματικότητα μέσα από τα μάτια των νέων: κάτι αλλάζει, Endeavor (2015), σελ. 5 διαθέσιμο στο : http://endeavor.org.gr/wpcontent/uploads/2015/12/Survey_digital_091215.pdf (πρόσβαση στις 13/7/2016)

Αναφορικά με την προληπτική δράση (proactiveness), κύριος σκοπός αποτελεί η παρακολούθηση των τάσεων, εντοπίζοντας τις μελλοντικές ανάγκες των υφιστάμενων πελατών, καθώς και τις αναμενόμενες μεταβολές στη ζήτηση ή τα αναδυόμενα προβλήματα που μπορούν να οδηγήσουν σε νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, προσδίδοντας με αυτόν τον τρόπο το πλεονέκτημα του πρωτοπόρου (first mover), με άμεσα οφέλη την υψηλότερη τιμή καθώς δεν υπάρχει ανταγωνιστή και δημιουργία ισχυρού εμπορικού σήματος ή και καναλιών προμηθευτών και διανομέων. Ωστόσο, και σε αυτήν την περίπτωση υπάρχει ως μειονέκτημα το κόστος όχι μόνο για την δαπάνη σε νέες τεχνολογίες και παρεμφερείς πόρους αλλά και η διαδικασία ενημέρωσης των πελατών για μια νέα μέθοδο ή προϊόντα το οποίο είναι δύσπιστοι.

Εν συνεχεία, η ανταγωνιστική επιθετικότητα (competitive aggressiveness), αναφέρεται στις προσπάθειες ενός οργανισμού να πετύχει καλύτερες επιδόσεις από τους ανταγωνιστές του, με βασική προϋπόθεση την μόχλευση των πόρων που είναι διαθέσιμοι από τέως επιτυχίες. Συνήθεις τρόποι αποτελούν, η είσοδος σε νέες αγορές με θεαματικά χαμηλότερες τιμές από εκείνες των υφιστάμενων επιχειρήσεων ή την προαναγγελία νέων προϊόντων ή τεχνολογιών έναντι των ανταγωνιστών με στόχο την αποθάρρυνσή τους. Σαφώς, η ανταγωνιστική επιχειρηματικότητα καθίσταται σαφές ότι δεν έχει πάντα θετικό χαρακτήρα, αλλά μπορεί να λαμβάνει τόσο αμυντικό χαρακτήρα όσο και την επίπτωση στη φήμη μιας επιχείρησης.

Τέλος, αναφορικά με την ανάληψη κινδύνου (risk taking), ο οργανισμός οφείλει να βρίσκεται σε ετοιμότητα να αξιοποιήσει ευκαιρίες παρά την αβεβαιότητα που υπάρχει για την τελική επιτυχία. Η ανάληψη των επιχειρηματικών ευκαιριών ορίζουν και την έννοια της κλασικής επιχειρηματικότητας, προσδίδοντας στην εκάστοτε επιχείρηση μια επιτυχημένη εταιρική επιχειρηματικότητα μέσω των πρώιμων επενδύσεων για μη αναμενόμενα κέρδη. Οι Dess και Lumpkin διακρίνουν τρεις τύπους κινδύνου που οι οργανισμοί και τα ανώτατα στελέχη αντιμετωπίζουν. Πιο συγκεκριμένα, τον επιχειρηματικό κίνδυνο που συνδέεται με τις δραστηριότητες εισόδου σε νέες αγορές ή υποστήριξης μη δοκιμασμένων τεχνολογιών. Εν συνεχεία τον χρηματοοικονομικό κίνδυνο, με τον οποίο συνδέεται η χρηματοοικονομική έκθεση που απαιτείται και το προφίλ κινδύνου-απόδοσης οποιουδήποτε νέου εγχειρήματος, μέσω δανεισμού ή δέσμευσης σημαντικού μέρους των πόρων τους. Ως τελευταίο κίνδυνο αποδίδεται ο προσωπικός κίνδυνος, ο οποίος αφορά τις επιπτώσεις της επιτυχίας ή μη στην υπόληψη των ανωτάτων στελεχών που ηγούνται του νέου εγχειρήματος. Ως εκ τούτου, καθίσταται αντιληπτό ότι ο κίνδυνος δεν αποτελεί μια ενέργεια που επιδιώκουν οι επιχειρηματίες όπως αναφέρει ο Drucker, αλλά επιδιώκουν στρατηγικές επιχειρηματικότητας που δείχνουν μεγαλύτερη ανεκτικότητα στον κίνδυνο, ελαχιστοποιώντας τις αρνητικές επιπτώσεις του.

1.3. Το περιβάλλον

Το οικονομικό περιβάλλον στην Ευρώπη προσφέρει αρκετές ευκαιρίες καινοτομικής δράσης ωστόσο το έδαφος ανάπτυξής τους στην Ελλάδα δεν είναι το ίδιο αναπτυγμένο λόγω των δημοσιονομικών δυσχερειών και της ευρύτερης οικονομικής κατάστασης. Προκειμένου λοιπόν, να αναπτυχθεί μια καινοτόμα ιδέα και να εξελιχθεί σε μια κερδοφόρα επιχείρηση, ο εν δυνάμει επιχειρηματίας οφείλει να λάβει υπόψη του τόσο τις ευκαιρίες όσο και τους κινδύνους που έγκεινται σε κάθε νέο εγχείρημα είτε αυτοί προέρχονται από το οικονομικό, κοινωνικό-πολιτικό και τεχνολογικό σύστημα είτε από το περιβάλλον των ανταγωνιστών, προμηθευτών και πελατών. Σαφώς, η μεθοδολογία διερεύνησης και ανάλυσης ευκαιριών και απειλών ποικίλει, με την κάθε μεθοδολογία να επικεντρώνεται σε διαφορετικό περιβάλλον για τον εντοπισμό και εξέταση των παραπάνω μεταβλητών. Περίπου το 80% των manager παγκοσμίως¹¹ ακολουθούν μια τυποποιημένη διαδικασία για την ανάλυση του περιβάλλοντος προκειμένου να ορίσουν τους στόχους τους και την στρατηγική της επιχείρησής τους (Wheelen Thomas L.& Hunger David J., 2012:98). Η πλέον εδραιωμένη μεθοδολογία για την εξέταση του εξωτερικού

¹¹ Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2008 από την υπηρεσία McKinsey & Company

περιβάλλοντος αποτελεί η PEST(LE)¹², ανάλογα κάθε φορά με τον κλάδο της επιχείρησης, εξετάζοντας τις τάσεις σε κάθε μια από τις έξι κατηγορίες, προκειμένου η επιχείρηση να αντιληφθεί την επίδραση της κάθε μιας στην επιχειρηματική της δραστηριότητα. Οι δυο τελευταίες κατηγορίες, η νομική και οικολογική, σε ορισμένους κλάδους ενδεχομένως να μην προσφέρουν ιδιαίτερη επίδραση χωρίς αυτό να συνεπάγεται ότι δεν αποτελούν συνιστώσες της κάθε δραστηριότητας. Ωστόσο, στην παρούσα μελέτη δεν θα αναπτύξουμε μια τέτοια μεθοδολογία αλλά θα επικεντρωθούμε περισσότερο στο γενικότερο περιβάλλον της χώρας προκειμένου να αντιληφθούμε κατά πόσο μια νεοφυής επιχείρηση έχει την δυνατότητα να αναπτυχθεί και σε τι βαθμό δεδομένων των συνθηκών.

Ωστόσο, στην παρούσα μελέτη δεν θα μελετηθεί μία επιχείρηση ή ένας κλάδος αλλά θα γίνει μια προσπάθεια να παρουσιαστεί το σύνολο των ευκαιριών και απειλών που παρουσιάζονται κυρίως στον ελλαδικό χώρο και κατά επέκταση στην Ευρώπη μέσω των θεσμικών φορέων, πρωτοβουλιών ιδιωτικών φορέων καθώς και την έλλειψη των δομών και τα εμπόδια δημιουργίας και ανάπτυξης μιας επιχείρησης, προκειμένου να καταστεί αντιληπτό κατά πόσο μια καινοτόμα ιδέα έχει την δυνατότητα να λάβει την τραπεζική χρηματοδότηση και να αναπτυχθεί σε μια κερδοφόρα επιχείρηση και ποια τα προβλήματα που ενδεχομένως να αντιμετωπίσει.

1.3.1. Ευκαιρίες

Το παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον συνεπάγεται όχι μόνο την αύξηση της οικονομικής δραστηριότητας μεταξύ των εθνών αλλά αποτελεί μια τάση που προσφέρει την απελευθέρωση των εθνικών αγορών, την ενοποίηση των εθνικών αγορών με τυποποιημένους εμπορικούς κανόνες, οι οποίοι τις περισσότερες φορές υπερισχύουν των εθνικών νόμων. Παράλληλα με τις αγορές απελευθερώθηκε και η κίνηση κεφαλαίων ανοίγοντας το χρηματοπιστωτικό περιβάλλον, επιταχύνοντας την μεταφορά μεγάλων χρηματικών ποσών μέσα σε λίγα λεπτά.

Η άνω διαδικασία δημιουργεί περίπλοκες καταστάσεις ωστόσο η καινοτομία στην τεχνολογία σε αυτό το σημείο λαμβάνει χώρα, η οποία με την ανάπτυξη των τεχνολογιών της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών από τη μια επέτρεψε τη δημιουργία καινοτομιών στο χρηματοπιστωτικό σύστημα, από την άλλη οδήγησε στη δραματική μείωση του χρόνου εκτέλεσης των διεθνών συναλλαγών. Αναφορικά με την ανάπτυξη των τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών πρέπει να επισημανθεί ότι όχι μόνο έχει δημιουργήσει

¹² Political, Economic, Socio-cultural, Technological, Legal and Ecological

νέους κλάδους, αλλά έχει αλλάξει και τον τρόπο λειτουργίας σχεδόν του συνόλου των κλάδων της οικονομίας, ενισχύοντας τις επαφές μεταξύ εταιρειών, προμηθευτών και πελατών, δημιουργώντας νέες βάσεις παραγωγής και διοχέτευσης γνώσης και συλλογής δεδομένων. Το μεγαλύτερο ποσοστό εξέλιξης κατέχουν οι εταιρείες στον κλάδο του τουρισμού ενώ τα μικρότερα ποσοστά προοπτικών και αξιοποίησης κατέχουν οι επιχειρήσεις νανοτεχνολογίας και βιοτεχνολογίας. Τέλος, οι μισές από τις εν λόγω startup αποτελούν mobile applications. Αντιπροσωπευτικό παράδειγμα των άνω αποτελεί η δημιουργία των smartphones και κατά επέκταση της πληθώρας των εφαρμογών στα πλαίσια του web 2.0.¹³

Οι κλάδοι στους οποίους η Ελλάδα κατέχει ισχυρό πλεονέκτημα και διαθέτει όχι μόνο ευκαιρίες δημιουργίας αλλά και ανάπτυξης αποτελούν, ο τουρισμός καθώς και όλες οι συνδεδεμένες με αυτόν υπηρεσίες, τα ποιοτικά τρόφιμα σε συνάρτηση με την ανάπτυξη της καινοτομίας στην τεχνολογία, στην ναυτιλία λόγω της γεωπολιτικής θέσης της χώρας καθώς και οι όλοι οι κλάδοι που συνδέονται με τον φυσικό πλούτο της χώρας, όπως οι Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας, ιδίως όλες αυτές που συνδέονται με την ηλιακή ενέργεια.

Ακόμα, παράλειψη θα αποτελούσε αν δεν αναφερόταν και η προσπάθεια εξέλιξης της ρυθμιστικής πολιτικής της χώρας και των θεσμών έναντι των επιχειρήσεων μέσω της έρευνας, ανάπτυξης και της καινοτομίας. Η τελευταία, ακόμα δεν έχει αυτονομηθεί έναντι των υπολοίπων μέσω των δημοσίων πολιτικών, καθώς τα περισσότερα προγράμματα και δράσεις στηρίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας παρά την ανάπτυξη της καινοτομίας (Λιούκας Σ., 2010:8).

Σαφώς οι ευκαιρίες που αναλύθηκαν παραπάνω αποτελούν το ευρύτερο πλαίσιο, πάνω στο οποίο εξειδικευμένοι τρόποι χρηματοδότησης και οργανώσεις προώθησης στηρίζονται για να υποβοηθήσουν τις επιχειρήσεις αυτές, οι οποίοι θα αναλυθούν στην συνέχεια¹⁴. Οι πόροι που απαιτούνται για ανάπτυξη των επιχειρηματικών ιδεών θα πρέπει να είναι αξιοποιήσιμοι, έχοντας την δυνατότητα να εκμεταλλευτούν ευκαιρίες, θα πρέπει να είναι σπάνιοι συγκριτικά με αυτούς των ανταγωνιστών και δεν θα πρέπει να είναι δυνατή η πλήρης αντιγραφή τους (Λαμπρόπουλος Π., 2008:80). Επιπρόσθετα, στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί διάφοροι μηχανισμοί στήριξης και επώασης της επιχειρηματικότητας και ανταγωνιστικότητας των νεοφυών επιχειρήσεων.

¹³ Εξέλιξη του web 1.0. όπου πλέον ο χρήστης αλληλεπιδρά με την ιστοσελίδα

¹⁴ Βλ κεφάλαιο 3

1.3.2. Κίνδυνοι

Από την άλλη πλευρά οι απειλές που έγκεινται για την δημιουργία και ανάπτυξη μιας νεοφυούς επιχείρησης βρίσκονται στην φύση της οικονομικής κατάστασης της χώρας, της οικονομικής κρίσης που επηρεάζει αναμφισβήτητα τόσο τις οικονομικές δομές όσο και τις κοινωνικές πλήττοντας όλο το φάσμα της επιχειρηματικότητας. Σαφέστερα, οι επιχειρήσεις προσπάθησαν να δημιουργήσουν μια λιτή καινοτομία (frugal innovation)¹⁵ ούτως ώστε να εξοικονομήσουν χρήματα και να προσφέρουν στους καταναλωτές προϊόντα value for money, προκειμένου να μπορέσουν οι επιχειρηματίες να στοχεύσουν και στα χαμηλότερα εισοδηματικά στρώματα. Ωστόσο, αυτά τα προϊόντα λόγω της φθηνής κατασκευής τους στερούν σε ποιότητα με αποτέλεσμα πολλές φορές να προκύπτουν διάφορα ελαττώματα και να μην θεωρούνται αξιόπιστα. Ως εκ τούτου, καθίσταται αντιληπτό ότι οι δημιουργικές ιδέες και οι καινοτόμες προτάσεις δεν συνάδουν με το τελικό αποτέλεσμα καθώς τα κίνητρα γύρω από τα οποία πλαισιώνονται είναι ελάχιστα λόγω της γενικότερης οικονομικής κατάστασης.

Εν συνεχεία, η παγκοσμιοποίηση που αναπτύχθηκε παραπάνω μπορεί να αποτελέσει και απειλή καθώς η εισαγωγή προϊόντων από τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες και δη καινοτόμων μπορούν να πλήξουν την εγχώρια αγορά και περισσότερο τις νεοφυείς επιχειρήσεις, οι οποίες δεν θα μπορούν αρχικώς να ανταγωνισθούν ούτε στην τιμή ούτε στην ποιότητα. Σαφώς, η κάθε επιχείρηση κάθε μια από τις παραπάνω απειλές μπορεί να τις μετατρέψει σε πλεονεκτήματα για την ίδια προσφέροντας κάτι το μοναδικό όχι μόνο εγχώρια αλλά και στο εξωτερικό πχ μέσω e-shop. Παραδείγματα ελληνικών καινοτόμων επιχειρήσεων που διέπρεψαν στον κλάδο τους θα αναπτυχθούν στο τρίτο κεφάλαιο.

Παράλληλα η ανάπτυξη και χρηματοδότηση μιας νεοφυούς επιχείρησης οφείλει να συνάδει και με τις γενικότερες συνθήκες που υφίστανται εντός μιας γεωγραφικής περιοχής ή μιας χώρας όπως η Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με το GEM και την αντίστοιχη μελέτη που πραγματοποιήθηκε από τον IOBE, οι συνθήκες που πρέπει να συντρέχουν για την ανάπτυξη μιας νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας στα πλαίσια των θεσμών και της ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας είναι τέσσερις, η χρηματοοικονομική στήριξη που περιλαμβάνει την διαθεσιμότητα των οικονομικών πόρων, κεφαλαίου και άντλησης χρηματοδότησης για τις νεοφυείς επιχειρήσεις, οι κυβερνητικές πολιτικές αναφορικά με τον βαθμό φορολόγησης ή τις ρυθμίσει ή την εφαρμογή αυτών να ενθαρρύνουν τις νέες ή αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, τα κυβερνητικά προγράμματα των οποίων η ύπαρξη και η ποιότητα να υποβοηθάει τις εν λόγω επιχειρήσεις σε όλες τις βαθμίδες της δημόσιας διοίκησης, δηλαδή σε επίπεδο εθνικό,

¹⁵ Ως λιτή καινοτομία ορίζεται η καινοτομία που αναπτύσσεται με σκοπό να απευθυνθεί σε καταναλωτές χαμηλού εισοδήματος από αναδυόμενες αγορές

περιφερειακό και τοπικό και τέλος, η εκπαίδευση και η κατάρτιση να έχουν την δυνατότητα να δημιουργούν ή να διαχειρίζονται μικρές, νέες ή αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις μέσω της ενσωμάτωσης τους στα συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης σε όλα τα επίπεδα (Ιωαννίδης Σταύρος, 2010). Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνεται η αξιολόγηση διάφορων παραμέτρων ανά χώρα είτε με θετική (+) είτε με αρνητική (-) καταγραφή σε εννέα διαφορετικές κατηγορίες καινοτομίας ανά τον κόσμο, αποτυπώνοντας τα δυνατά και μη σημεία της κάθε χώρας στους διαφορετικούς κλάδους όπου η καινοτομία μπορεί να συνυπάρξει.

Παρατηρώντας, λοιπόν, τον πίνακα 1 διαφαίνεται ότι στην Ελλάδα συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες υπάρχει σαφής έλλειψη οργανωτικών δομών που δύνανται να υποβοηθήσουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας όπως οι γενικές πολιτικές της χώρας που περιλαμβάνουν νομοθετικές ρυθμίσεις, χρηματοδότηση και όλες εκείνες τις παραμέτρους για την ίδρυση και ανάπτυξη μιας νέας και καινοτόμας επιχείρησης, την αποτελεσματικότητα της πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης στα πλαίσια επιμόρφωσης και ανάπτυξης της έννοιας της δημιουργικότητας και της επιχειρηματικότητας καθώς και το κομμάτι της έρευνας και ανάπτυξης όλης της χώρας καθώς αυτό φαίνεται να λαμβάνει αρνητική αξιολόγηση λόγω της μη δημιουργίας νέων και καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών καθώς και στο κομμάτι της έρευνας και μελέτης για την δημιουργία αυτών.

Συνεπώς, καθίσταται αντιληπτό ότι η Ελλάδα μαζί με άλλες ευρωπαϊκές χώρες βρίσκεται σε ύφεση ως προς τους δείκτες που αφορούν την οικονομία της γνώσης, τις δημόσιες και τις επιχειρηματικές επενδύσεις σε έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη, σε τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνιών και σε καινοτομία ανεξάρτητη της έρευνας. Η εκπαίδευση και τα επιχειρηματικά κεφάλαια συνεχίζουν να υστερούν συγκριτικά με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Ακόμα, σύμφωνα με στοιχεία του ΟΟΣΑ η Ελλάδα διαθέτει μόνο το 0,13% του ΑΕΠ για κρατικές δαπάνες σχετικά με το κομμάτι της Έρευνας και Ανάπτυξης, το χαμηλότερο ποσοστό στην ΕΕ¹⁶.

Στον αντίποδα βέβαια βρίσκεται το κομμάτι των υποδομών της χώρας καθώς μέσα από την μελέτη του GEM διαφαίνεται ότι υπάρχουν σημαντικές εμπορικές και υλικές υποδομές και ευκαιρίες για την δημιουργία νεοφυών επιχειρήσεων όπως και η διάθεση των εν δυνάμει επιχειρηματιών για την δημιουργία αυτών αλλά και όλων των καταναλωτών για νέα και καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες, τόσο από το κομμάτι της κατανάλωσης όσο και από την απορρόφηση εργατικού δυναμικού από τις επιχειρήσεις αυτές

¹⁶ Καινοτομία made in Greece, Επιλογή, Αύγουστος-Σεπτέμβριος 2012

Πίνακας 1 Συνθήκες ανάπτυξης επιχειρηματικότητας ανά χώρα, πηγή: *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα:2009-2010, αναζητώντας διέξοδο από την κρίση*, IOBE σελ. 80

ΧΩΡΕΣ ¹⁷	1	2A	2B	3	4A	4B	5	6	7A	7B	8	9
ΦΙΛΑΝΔΙΑ		+			-		-	+		-	+	
ΓΕΡΜΑΝΙΑ			-	+	-	-		+			+	
ΕΛΛΑΔΑ			-		-		-	+	+		+	
ΧΟΝΓΚ ΚΟΝΓΚ		-	+		-		-	+			+	
ΙΣΛΑΝΔΙΑ	-	-			-	+		+			+	+
ΙΣΡΑΗΛ		-	-		-						+	+
ΙΤΑΛΙΑ	-		-		-	+			+		+	
ΟΛΛΑΝΔΙΑ		-			-	+		+			+	
ΚΟΡΕΑ	-	+			-			-	+		+	
ΙΣΠΑΝΙΑ	-		-	+	-			+			+	
ΕΛΒΕΤΙΑ		-			-		+	+	-		+	
ΗΝ.ΑΡ. ΕΜΙΡΑΤΑ				-	-		-	+	+		+	
ΑΓΓΛΙΑ			-		-	-		+		+	+	
ΗΠΑ			-		-		-	+			+	

Ένα ακόμη στοιχείο που αποτελεί ιδιαίτερο κόλαφο για την ανάπτυξη νεοφυών επιχειρήσεων είναι η φορολογία του ελληνικού κράτους. Ειδικότερα, ένα μεγάλο ποσοστό των νέων επιχειρηματιών σκέφτεται , περίπου το 27%, να μεταφέρει την έδρα του στο εξωτερικό ή ακόμη και την παραγωγή, ενώ ένα ποσοστό 5% σκέφτεται να μεταφέρει και την έδρα και την

¹⁷ 1: οικονομικές συνθήκες/χρηματοδότηση, 2A: εθνική πολιτική-γενικές πολιτικές, 2B: εθνική πολιτική- νομοθετικές ρυθμίσεις, 3: Κυβερνητικά προγράμματα, 4A: εκπαίδευση- πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια, 4B: εκπαίδευση- μεταδευτεροβάθμια, 5: έρευνα και ανάπτυξη, 6: εμπορικές υποδομές 7A: εγχώρια αγορά-δυναμική, 7B: εγχώρια αγορά- διευκόλυνση εσόδου, 8: υλικές υποδομές και 9: κουλτούρα και νοοτροπία

παραγωγή, λόγω του ασταθές φορολογικού συστήματος της χώρας και των ταυτόχρονων προοπτικών που υπάρχουν στο εξωτερικό καθώς και η ευκολότερη δυνατότητα πρόσβασης στη χρηματοδότηση¹⁸.

Τέλος, το κομμάτι της γραφειοκρατίας αποτελεί σύμφωνα με έρευνα της Endeavor αποτελεί ιδιαίτερο πρόβλημα στην σύσταση και ανάπτυξη των διεκπεραιωτικών διαδικασιών των startup επιχειρήσεων. Το 78% των ερωτηθέντων έχει εκ των προτέρων την αντίληψη ότι οι κρατικοί μηχανισμοί δεν θα είναι ιδιαίτερα φιλικοί προς την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας. Μάλιστα, το 45% θεωρεί ότι το κράτος δεν είναι καθόλου αρωγός της προσπάθειας αυτής, όχι λόγω της μειωμένης χρηματοδότησης αλλά της γραφειοκρατίας.

1.4. Καινοτομία

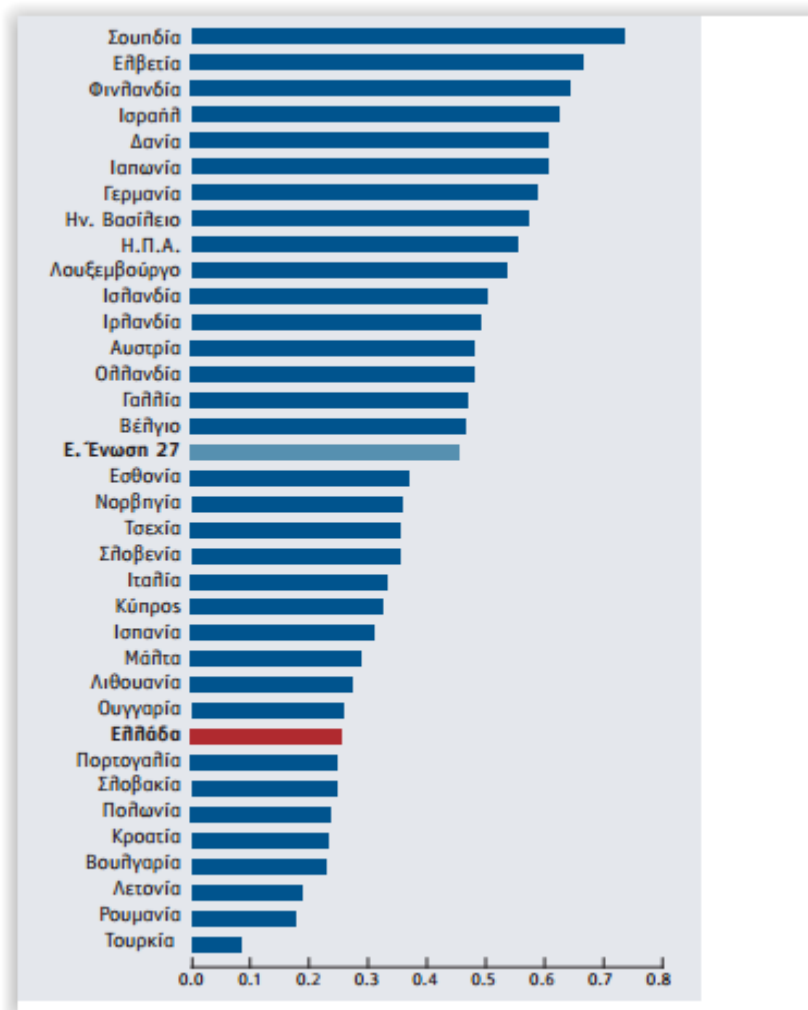
Η Ελλάδα έως το 2011 εντάσσεται ανάμεσα σε εκείνες τις χώρες της Ευρώπης με μέτρια καινοτομία, αλλά με σημαντική πρόοδο σε τομείς όπως οι δαπάνες για βιομηχανικό σχεδιασμό, την αγορά εξοπλισμού, την κατάρτιση προσωπικού, τις επενδύσεις καθώς και στην υιοθέτηση οργανωτικών και εμπορικών καινοτομιών. Ακόμη χαμηλοί είναι δείκτες στην παραγωγή και διάδοση της γνώσης, τη συμμετοχή στις διαδικασίες της παγκοσμιοποίησης και την επένδυση σε καινοτομία προερχόμενη από την έρευνα¹⁹. Από το 2012, παρουσίασε μια ακόμη πτώση στην ευρωπαϊκή κατάταξη λαμβάνοντας την 20^η θέση έναντι της Ουγγαρίας σύμφωνα με την κατάταξη της καινοτομίας στην Ένωση (Innovation Union Scoreboard), υστερώντας σε ζητήματα χρηματοδότησης και υποστήριξης της καινοτομίας, σε ιδιωτικές επενδύσεις και στα πνευματικά περιουσιακά στοιχεία όπως οι πατέντες και τα εμπορικά σήματα. Ωστόσο, παρουσίασε ανάπτυξη σε ην αξιοποίηση επενδυτικών κεφαλαίων προώθησης της καινοτομίας/τεχνολογίας (venture capital), στην προώθηση νέων βιομηχανικών σχεδίων και στις πωλήσεις νέων προϊόντων. Το 2014, στην τελευταία μέτρηση του ΕΚΤ οι ελληνικές επιχειρήσεις εμφανίζονται πλέον καινοτόμες σε ποσοστό 51% έναντι 52,3%²⁰ από ο 2012 λαμβάνοντας την 14^η θέση ανάμεσα στις υπολοίπες ευρωπαϊκές χώρες, με το 54,5% να προέρχεται από τον κλάδο της βιομηχανίας και το 48% από τις υπηρεσίες²¹.

¹⁸ Τα συν και τα πλην του Έλληνα επιχειρηματία, Endeavor, 2013 διαθέσιμο στο: <http://endeavor.org.gr/press> (πρόσβαση στις 12/7/2013)

¹⁹ Σταθερή βελτίωση της καινοτομίας στην Ελλάδα, Microsoft, http://www.greekinnovation.eu/2011/02/blog-post_20.html, (πρόσβαση στις 24/05/2016)

²⁰ Οι δαπάνες για δραστηριότητες καινοτομίας κόστισαν το 2014 1,6 εκ. ευρώ ενώ το 2012 1,9 εκ. ευρώ

²¹ http://metrics.ekt.gr/sites/metrics/files/CIS%202012_2014_Presentation_el.pdf



Εικόνα 1 Κατάταξη χωρών ΕΕ στον δείκτη καινοτομίας της ΕΕ(2007), πηγή: Λιούκας Σπυρίδων, Βουδούρη Ειρήνη, Γκούρας Αθανάσιος & Λαντζούνη Παναγιώτα, *Η καινοτομία στην Ελλάδα: συγκριτική αξιολόγηση με διεθνείς δείκτες, πολιτικές, προτάσεις στρατηγικές*, Αθήνα, Εκδόσεις Κόκκαλη σελ. 12

Αναμφισβήτητα μια επιχείρηση έχει την δυνατότητα να αποκτήσει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω πολλαπλών οδών όπως το μέγεθος, οι πόροι και η φήμη. Εκείνη όμως η επιλογή που θα της χαρίσει την υπεροχή έναντι των άλλων επιχειρήσεων αποτελεί ο συνδυασμός γνώσης και τεχνολογίας που θα προσδώσει ένα τελικό προϊόν ή μια υπηρεσία που θα ξεχωρίζει σε έννοια και χαρακτηριστικά από τα άλλα. Προκειμένου λοιπόν να επιτευχθεί αυτό μια εν δυνάμει επιχείρηση θα πρέπει να καινοτομήσει, μέσω της δημιουργικής και συνδυαστικής σκέψης. Ακόμα, η γνώση της τεχνολογίας έχει την δυνατότητα να επιταχύνει την διαδικασία παραγωγής μιας καινοτομίας.

Τα τελευταία πέντε χρόνια οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν τεχνολογική καινοτομία η οποία τους προσδίδει 30% επιπλέον κέρδος. Η συνεχώς αυξανόμενη σημασία της καινοτομίας αποτελεί μέρος της παγκοσμιοποίησης έχοντας τοποθετήσει τις επιχειρήσεις σε συνεχή πίεση για

καινοτομία λόγω του ξένου ανταγωνισμού, προκειμένου να παράγουν διαφορετικά προϊόντα και υπηρεσίες. Καθεαυτό τον τρόπο εισάγοντας νέα προϊόντα οι επιχειρήσεις βοηθούν τα περιθώρια κέρδους, ενώ επενδύοντας σε διαδικασίες καινοτομίας ελαττώνουν τα κόστη τους (Mcgraw-Hill, Irwin, 2013:1).

Σαφώς για να υφίσταται καινοτομία θα πρέπει να υπάρχουν και οι κατάλληλες συνθήκες τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον. Σαφέστερα, η καινοτομία θα προκύψει σε περίπτωση που μια επιχείρηση είναι σε θέση να αναπτύξει τόσο τις ατομικές όσο και τις συλλογικές δυνατότητες των ατόμων της μέσω τεχνικών παραγωγής ιδεών και πληροφόρησης. Η δημιουργικότητα για να μετατραπεί σε καινοτομία θα πρέπει είτε να περιλαμβάνει συνδυασμό νέων και υπάρχουσών ιδεών (συνδυαστική), είτε δημιουργία νέων ιδεών από δομημένες έννοιες (διερευνητική) είτε τον μετασχηματισμό υπάρχουσών δομών για την παραγωγή νέων (μετασχηματιστική).

Η καινοτομία, λοιπόν, δεν αποτελεί μια ανεξάρτητη έννοια που λειτουργεί αυτόνομα, αλλά επηρεάζει και επηρεάζεται από διάφορους εξωτερικούς παράγοντες, οι οποίοι προκύπτουν είτε από τις τακτικές επιρροές είτε από τις στρατηγικές επιρροές. Πιο συγκεκριμένα, οι τακτικές επιρροές της καινοτομίας που υιοθετούνται από τις επιχειρήσεις περιλαμβάνουν την επιδίωξη άντλησης γνώσης από τα εξωτερικά δίκτυα όπως αυτά των προμηθευτών, πελατών και ερευνητικών ιδρυμάτων, σε μια διαδικασία συνεχούς επαφής. Ταυτόχρονα επιχειρείται η αξιοποίηση της δικής τους τεχνολογίας και όλων εκείνων των πλεονεκτημάτων τους στα πλαίσια της αγοράς, όπως η τεχνογνωσία που διαθέτουν και αποτυπώνεται στα προϊόντα της και η αναγνωρισιμότητα και η εικόνα της επιχείρησης στη αγορά. Από την άλλη πλευρά οι στρατηγικές επιρροές αναφέρονται στις ουσιαστικές συνθήκες οι οποίες είτε προϋπάρχουν της καινοτομίας είτε δημιουργούνται με στόχο την διατήρηση των συνθηκών αυτών προκειμένου η καινοτομία να εξελίσσεται προς την κατεύθυνση των επιδιώξεων της επιχείρησης (Χατζηκωνσταντίνου Γ. & Γωνιάδης Η., 2009: 296).

1.4.1. Ορισμός και χαρακτηριστικά

Η καινοτομία μπορεί να αναφέρεται σε ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, μπορεί ακόμα να αναφέρεται σε μια νέα τεχνολογία ή μια καινούργια διοικητική δομή. Ωστόσο, στην παρούσα μελέτη θα γίνει προσπάθεια να οριστεί η καινοτομία με εκείνο τον τρόπο που να αποτυπώνει μια νέα επιχειρηματική δράση για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία που επιζητά ο καταναλωτής. Ως εκ τούτου, ως καινοτομία ορίζεται η εφαρμογή νέων ή σημαντικά βελτιωμένων

προϊόντων/υπηρεσιών, ή διαδικασιών, με νέες ή σημαντικά βελτιωμένες εμπορικές διαδικασίες ή οργανωσιακές ενδο-επιχειρησιακές μεθόδους (Olso manual, 2005:47)²². Σαφώς ο άνω ορισμός είναι γενικός και ασαφής καθώς δεν περιγράφει την καινοτομία σε όρους εμπορευσιμότητας, με την έννοια ότι μια καινούργια διαδικασία ή μια εφεύρεση από μόνη της δεν αποτελεί καινοτομία αλλά πρέπει να μεταφράζεται και να μετατρέπεται ως εμπορεύσιμο προϊόν, προσδίδοντας με αυτόν τον τρόπο στο προϊόν ή την υπηρεσία, εμπορική αξία.

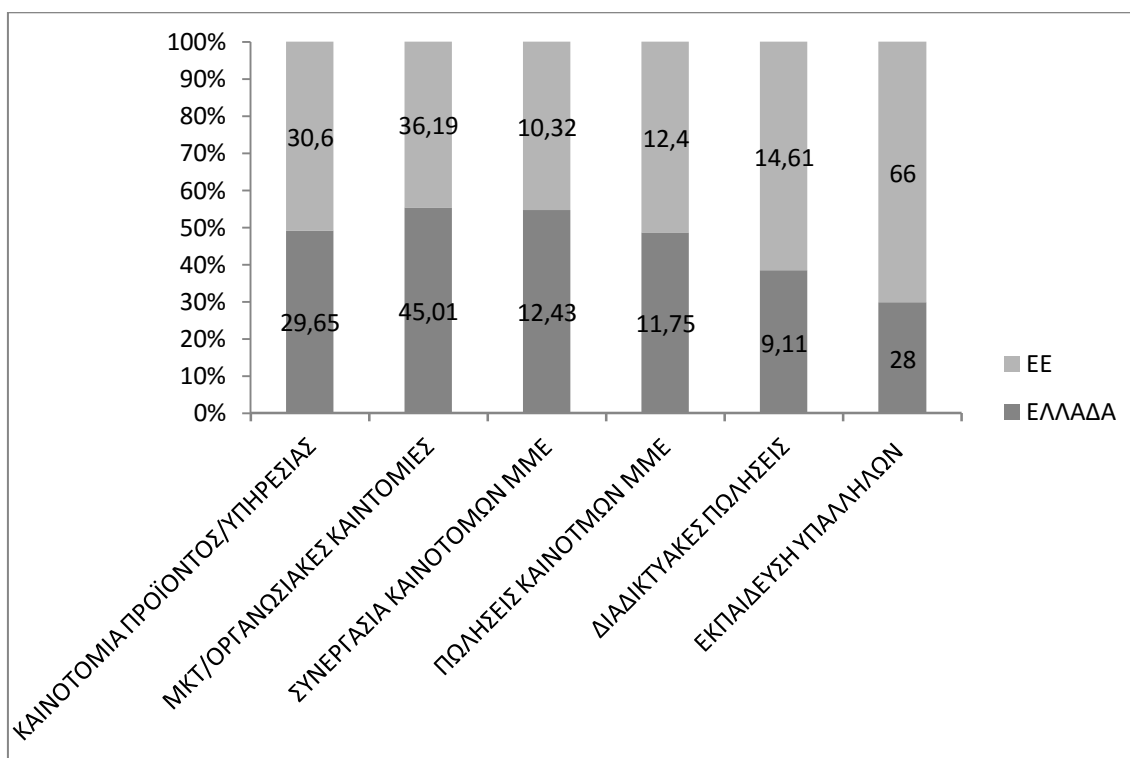
Ο άνω προβληματισμός αποδίδεται εν μέρει και στις ευρεσιτεχνίες οι οποίες αντανακλούν τη γνώση νέων τεχνολογιών, χωρίς να είναι ουσιαστικά φανερό πότε αυτή η γνώση έχει άμεσα θετικά οικονομικά αποτελέσματα για την επιχείρηση. Όπως υπάρχουν ευρεσιτεχνίες οι οποίες δεν παράγουν καινοτόμα αποτελέσματα όπως και εφευρέσεις που δεν έχουν κατοχυρωθεί και ενδέχεται να παράγουν καινοτομία(Χατζηκωνσταντίνου Γ.Θ. & Γωνιάδης Η.Ι. , 2009:160). Ο δείκτης αποτελεσματικότητας της καινοτομίας αποδίδεται στον εξής τύπο, κατά τον οποίο όσο μικρότερο είναι το ποσοστό που προκύπτει τόσο αποτελεσματικότερη είναι η διαδικασία R&D.

$$\frac{\text{Δαπάνες R\&D}}{\text{Πωλήσεις}} = \%$$

Εν συνεχεία, ο όρος καινοτομία καθώς και ο ορισμός που αποδόθηκε άνω αποτελούν γενικές έννοιες χωρίς να προσδιορίζουν το αποτέλεσμα, γι αυτόν τον σκοπό αποδόθηκαν διάφοροι ορισμοί που ορίζουν την καινοτομία με βάση το αποτέλεσμα. Ειδικότερα, ως προς την *καινοτομία προϊόντος ή υπηρεσίας* η οποία καταλαμβάνει το 23,4% (2014), περιγράφεται ένα νέο ή βελτιωμένο προϊόν ή υπηρεσία στην αγορά, με στόχο την αύξηση των πωλήσεων καθώς και του χαρτοφυλακίου των προϊόντων μιας επιχείρησης και ταυτόχρονα αύξηση περιθωρίου κέρδους και μείωση του κινδύνου μέσω διασποράς. Εν συνεχεία, υπάρχει και η *καινοτομία στις διαδικασίες* με ποσοστό 29,6% (2014), η οποία αναφέρεται στις αλλαγές ή βελτιώσεις στις διαδικασίες μιας επιχείρησης, με στόχο την μείωση το κόστους και την αύξηση της ποιότητας. Τέλος, η καινοτομία στις *οργανωσιακές δομές* με 25% (2014), περιγράφει το σχεδιασμό και την υλοποίηση νέου τύπου οργάνωσης μέσα στις επιχειρήσεις, προσφέροντας με αυτόν τον τρόπο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην εκάστοτε επιχείρηση. Παραδείγματα καινοτομίας στις οργανωσιακές δομές αποτελούν νέες επιχειρησιακές πρακτικές, νέες μέθοδοι οργάνωσης εργασίας και λήψης αποφάσεων καθώς και νέες μέθοδοι οργάνωσης εξωτερικών σχέσεων. Συμπληρωματικά υπάρχουν άλλοι δυο τύποι καινοτομίας σύμφωνα με το ΕΚΤ, *οι καινοτομίες στις δραστηριότητες και δαπάνες* 3,4% για το 2014, για καινοτομίες προϊόντος/διαδικασίας,

²² Το ΕΚΤ αποδίδει τον εξής ορισμό, Καινοτομία είναι η εισαγωγή ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος (αγαθού ή υπηρεσίας), μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας, οργανωσιακής μεθόδου ή μεθόδου μάρκετινγκ από μία επιχείρηση

ενδο-εξωεπιχειρησιακή R&D, αγορά μηχανημάτων & εξοπλισμού, απόκτηση εξωτερικής γνώσης καθώς και η *καινοτομία μάρκετινγκ* με ποσοστό 32,5% (2014), μέσω του σχεδιασμού νέας συσκευασίας, νέα μέσα ή τεχνικές προώθησης προϊόντος, τοποθέτησης ή πώλησης προϊόντος καθώς και τιμολόγησης (4P)²³.



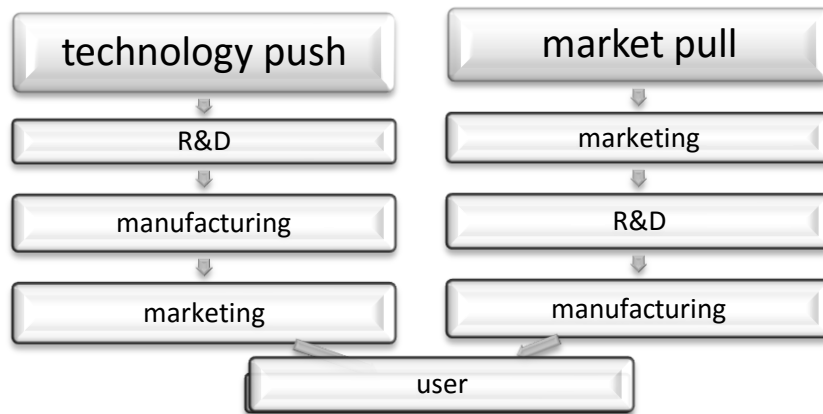
Διάγραμμα 5 Παρουσίαση της επίδοσης σε καινοτομία και ικανότητες μεταξύ Ελλάδας και ΕΕ, πηγή: European Commission

Σαφώς η καινοτομία διαχωρίζεται όχι μόνο με το αποτέλεσμα που επιφέρει αλλά και ανάλογα με τις αλλαγές που επέρχονται βάσει αυτής. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχει η *ριζική καινοτομία*, η οποία αναφέρεται σε μεγάλες αλλαγές που δύναται να επέλθουν εντός μια επιχείρησης και αφορούν κυρίως τεχνολογικές αλλαγές και από την άλλη πλευρά η *σωρευτική καινοτομία*, η οποία είναι πιο διαδεδομένη καθώς περιγράφει την βελτίωση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας.

Ακόμα, η καινοτομία διακρίνεται σε δυο γραμμικά υποδείγματα αυτό της *τεχνολογικής ώθησης (technology push)* και αυτό της *ώθησης στην αγορά (market pull)*. Το πρώτο αναφέρεται στην τεχνολογική αλλαγή και την καινοτομίας ως αποτέλεσμα ενεργειών από την πλευρά της προσφοράς, όπου η χρηματοδότηση της βασικής έρευνας επιφέρει την ανάπτυξη

²³ Product, Place, Price, Promotion

της εφαρμοσμένης έρευνας, η οποία εν τέλει οδηγεί στην καινοτομία. Το δεύτερο υπόδειγμα αναφέρεται στην ζήτηση της αγοράς, στις νέες ανάγκες που προκύπτουν συνεχώς, οι οποίες ενεργοποιούν τις δραστηριότητες καινοτομίας, οι οποίες με την σειρά τους επιφέρουν την ανάγκη για νέα γνώση και συνεπώς καινοτομίες.



Γράφημα 2 Υποδείγματα καινοτομίας, πηγή: (Trot, 2008:22)

Σαφώς, τα υποδείγματα καινοτομίας δεν τελειώνουν στα δυο προηγούμενα αλλά υπάρχουν συμπληρωματικά προς αυτά που ανά δεκαετίες κυριάρχησαν και εξελίχθησαν. Ειδικότερα, έπειτα από την τεχνολογική ώθηση και την ώθηση από την αγορά (1950-1960), με την αγορά να καθίσταται αποδέκτης R&D και να ωθεί το R&D, στα τέλη της δεκαετίας του 1960-1970 εμφανίζεται το υπόδειγμα της αλληλεπίδρασης όπου συνδέεται άρρηκτα η επιστήμη με την αγορά σε ένα πλαίσιο ανάδρασης, από την σύλληψη της ιδέας και το R&D, στην παραγωγή και το marketing έως το εμπορεύσιμο προϊόν σε πλήρη αλληλεπίδραση με την επιστήμη και τις ανάγκες της αγοράς. Εν συνεχεία, στα τέλη της δεκαετίας του 1970-1980 το υπόδειγμα της σύζευξης έρχεται να συμπληρώσει τα παραπάνω, σύμφωνα με το οποίο η δημιουργία καινοτομίας εκλαμβάνεται ως μια επαναλαμβανόμενη διαδικασία, η οποία εμπεριέχει πολύπλοκους μηχανισμούς ανάδρασης και διαδραστικές σχέσεις μεταξύ της επιστήμης, της τεχνολογίας, της μάθησης, της παραγωγής και της ζήτησης της αγοράς. Τέλος, από το 1980 έως και σήμερα επικρατεί το υπόδειγμα της κοινωνικής δικτύωσης το οποίο βασίζεται στα δίκτυα εντός του εργασιακού χώρου ή και γενικότερα τα ανθρώπινα δίκτυα τα οποία προάγουν και συνδέονται με την διαδικασία της καινοτομίας (Trot, 2008: 25).

1.4.2. Διαγωνισμοί επιχειρηματικότητας και καινοτομίας

Αναμφισβήτητα, οι ενέργειες προώθησης της επιχειρηματικότητας αποτελούν ακρογωνιαίο λίθο καθώς προσφέρουν σε νέους επιχειρηματίες την δυνατότητα όχι μόνο να προβάλλουν μια νέα ιδέα αλλά και να χρηματοδοτηθούν γι αυτήν. Οι διαγωνισμοί επιχειρηματικότητας και καινοτομίας²⁴ προσφέρουν οικονομική στήριξη σε νεοφυείς επιχειρήσεις, καινοτόμες και πρωτοποριακές ιδέες και νέα επιχειρηματικά μοντέλα και επιπλέον δίνουν την δυνατότητα στους εν δυνάμει επιχειρηματίες επωφεληθούν από υπηρεσίες όπως αυτές της δικτύωσης, συμβουλευτικής υποστήριξης και κατά επέκταση προβολή σε εθνικό ή ευρωπαϊκό επίπεδο.

Ένα από τα βασικότερα παραδείγματα επιβράβευσης τη ελληνικής επιχειρηματικότητας αποτελεί το Ελληνικό Βραβείο Επιχειρηματικότητας το οποίο θεσμοθετήθηκε το 2012 για την ενίσχυση έμπειρων και νέων επιχειρηματιών στην προσπάθεια υλοποίησης νέων επιχειρηματικών ιδεών μέσω της παροχής χρηματοδότησης, υπηρεσιών υποστήριξης αλλά και καθοδήγησης. Το Libra Group παρέχει χρηματοδότηση ύψους άνω των 10 εκατομμυρίων ευρώ προς το Ελληνικό Βραβείο Επιχειρηματικότητας, το οποίο βοηθάει επιχειρηματίες στην Ελλάδα να επενδύσουν και να ωθήσουν την οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Η εν λόγω προσπάθεια υποστηρίζεται από την Τράπεζα Πειραιώς, η οποία συμβάλλει στην κατάρτιση και εκπαίδευση των συμμετεχόντων από το 2014, μέσω του Κέντρου Βιώσιμης Επιχειρηματικότητας, η εταιρεία επενδύσεων και ανάπτυξης ακινήτων Jalouise Pty Ltd από την Αυστραλία, ο κος Δημήτρης Γουλανδρός και η Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών του Ιδρύματος Ωνάση²⁵.

Οι οργανισμοί που διοργανώνουν τις εν λόγω δράσεις ποικίλλουν προσφέροντας την ευκαιρία ανάδειξης και χρηματοδότησης. «*Η Ελλάδα καινοτομεί*»²⁶ αποτελεί μια τέτοια προσπάθεια προώθησης νεοφυών επιχειρήσεων, μέσω της συνδιοργάνωσης από τον ΣΕΒ και την Eurobank. Από το 2010 έως σήμερα έχει οργανώσει τρεις διαγωνισμούς με περίπου 20 υποψηφιότητες ανά διαγωνισμό και τέσσερα βραβεία, 15,000 ευρώ για τους δυο πρώτους νικητές, καινοτομίας και εφαρμοσμένης έρευνας, και 8,000 ευρώ για τους δεύτερους. Εν συνεχεία, ο ΣΕΒ, διοργανώνει ακόμη έναν διαγωνισμό σε συνδυασμό με τον Δήμο Αθηνών, εν ονόματι *ekinisiLab*, προσφέροντας σε εξαμηνιαία περίοδο,

²⁴ Το 2015, ο παραγωγικός τομέας στην Ελλάδα δραστηριοποιήθηκε προς αυτή την κατεύθυνση μέσω κερδοσκοπικών και εθελοντικών οργανώσεων, με την δημιουργία δράσεων στο πλαίσιο του Start up Safari Athens, τη δράση Mindspace, τη Σχολή Επιχειρηματικότητας (ThinkYoung), καθώς και τη λειτουργία του Impact Hub Athens, το πρόγραμμα "Regeneration" που υλοποιείται από την πρωτοβουλία Global Shapers Athens Hub στο πλαίσιο του προγράμματος World Economic Forum, το Google LaunchPad και τις πρωτοβουλίες στο πλαίσιο του Industrydisruptors.org με το Disrupt Startup Scaleup και το ΣΦΕΕ Innovation Project.πηγή: www.bankofgreece.gr

²⁵ <https://www.hellenicaward.com/gr/>

²⁶ <http://www.kainotomeis.gr/>

- Μελέτη αγοράς και σχεδιασμό επιχειρηματικού μοντέλου και πλάνου υλοποίησης.
- Εξατομικευμένη συνεχή καθοδήγηση από έμπειρους coaches.
- Σχεδιασμό προϊόντων και υπηρεσιών με διεθνή προοπτική.
- Στοχευμένη επικοινωνιακή στρατηγική και σχεδιασμό των απαραίτητων δράσεων προβολής και προώθησης.
- Δικτύωση με επιχειρήσεις και χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς για την ανάπτυξη επιχειρηματικών συνεργασιών και τη διασφάλιση οικονομικών πόρων και
- Οργανωμένο δίκτυο μεντόρων υψηλόβαθμων στελεχών επιχειρήσεων & επιχειρηματιών²⁷

Άλλο ένα παράδειγμα, αποτελεί η Εθνική Τράπεζα με τον διαγωνισμό "Καινοτομίας & Τεχνολογίας" έχοντας ως στόχο να αναδείξει και να επιβραβεύσει πρωτότυπες ιδέες βασισμένες στις νέες τεχνολογίες και να προωθήσει την καινοτομία στην Ελλάδα. Ο εν λόγω Διαγωνισμός²⁸ αποτελεί δράση του προγράμματος NBG Business Seeds²⁹ για τη στήριξη της καινοτόμου επιχειρηματικότητας, αποσκοπώντας στην ενίσχυση και τη στήριξη της δημιουργικότητας. Τα βραβεία που απονέμονται αφορούν τα εξής χρηματικά ποσά, 10.000, 6,000, 4,000 και 2,000 ευρώ για τους τέσσερις πρώτους αντίστοιχα νικητές και 1,500 ευρώ για ακόμα έξι διαγωνιζόμενους

Εν συνεχεία, μια ακόμη προσπάθεια αποτελεί το "Start Tel Aviv 2016" απευθύνεται σε ελληνικά τεχνολογικά startups που βρίσκονται σε στάδιο αρχικής χρηματοδότησης και έχουν ήδη αναπτύξει ένα πρωτότυπο προϊόν. Η νικητήρια ομάδα θα συμμετάσχει στο DLD Tel Aviv Innovation Festival 2016³⁰, το οποίο θα πραγματοποιηθεί στις 24-29 Σεπτεμβρίου 2016 στο Τελ Αβίβ. Ο διαγωνισμός αποτελεί πρωτοβουλία του Υπουργείου Εξωτερικών του Ισραήλ και πραγματοποιείται από Ισραηλινές Πρεσβείες σε επιλεγμένες χώρες, σε διάφορα μέρη του κόσμου. Η προσπάθεια αυτή διοργανώνεται για δεύτερη φορά στην Ελλάδα.

Ακόμα, υπάρχουν μια σειρά από διαγωνισμούς που δεν περιορίζονται στην εδαφική επικράτεια αλλά λαμβάνουν μέρος σε ευρωπαϊκά και μη πλαίσια, με την συμμετοχή και ελληνικών εν δυνάμει επιχειρήσεων μερικές από αυτές τις προσπάθειες παρουσιάζονται παρακάτω. Τέλος, παρουσιάζονται συνοπτικά ορισμένοι φορείς που προωθούν την καινοτομία μέσω δράσεων και γνωστοποιήσεων νομοθεσιών, χρηματοδοτήσεων, διαγωνισμών και όλων εκείνων των εξελίξεων που είναι απαραίτητοι να γνωρίζει ο κάθε νέος ή εν δυνάμει επιχειρηματίας.

²⁷ <http://ekinilab-sev.gr/ταυτότητα>

²⁸ Η αξιολόγηση πραγματοποιείται σε συνεργασία με τα εξής πανεπιστήμια: Πανεπιστήμιο Αθηνών, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Πανεπιστήμιο Πειραιά, Πανεπιστήμιο Πατρών και του Πανεπιστημίου Κρήτης

²⁹ <https://www.nbg.gr/el/nbgseeds/competition>

³⁰ ένα συνέδριο παγκόσμιας εμβέλειας όπου συγκεντρώνονται εκατοντάδες εκπρόσωποι νεοφυών επιχειρήσεων, επενδυτικών κεφαλαίων (VCs), angel investors καθώς και στελέχη πολυεθνικών εταιριών στοχεύοντας στην δημιουργία δικτύων μέσα σε μια παγκόσμια κοινότητα υψηλής τεχνολογίας

- Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας (ΓΓΒ)
- Γενική Γραμματεία Επενδύσεων και Ανάπτυξης
- Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ)
- Δίκτυο ΠΡΑΞΗ (HELP-FORWARD Network)
- Δίκτυο Σχολικής Καινοτομίας (ΔΣΚ)
- Δίκτυο Enterprise Europe Network
- Εκδηλώσεις Έρευνας & Καινοτομίας (ΕΚΤ)
- Ελληνική Λέσχη OpenCoffee
- Ελληνικό Κέντρο Benchmarking (URENIO)
- Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Επιχειρηματικών Κεφαλαίων
- Επιστημονική επίλυση προβλημάτων
- Εργαστήριο Διαχείρισης Τεχνολογίας (MATER Lab)
- Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN)
- Έρευνα και Καινοτομία στην ΕΕ
- ΚτΠ ΑΕ
- Νέα Έρευνας & Καινοτομίας (ΕΚΤ)
- ΝΟΗΣΙΣ
- Πρωτοβουλία Startup Greece
- Σύστημα Παροχής Διαδικτυακών Υπηρεσιών Νομικής Πληροφόρησης (LEGIS-OBI)
- Το χόμπι της Ρομποτικής στην Ελλάδα (GRobot)
- Ψηφιακή Ελλάδα 2020
- Ψηφιακές Ενισχύσεις ΑΕ

Πίνακας 2 Φορείς διοργάνωσης διαγωνισμών καινοτομίας

<u>ΦΟΡΕΑΣ</u>	<u>ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ</u>
Global Entrepreneurship Week Greece	http://www.gew.co/
Social Business Excellence Awards	http://www.social-business-awards.gr/
Excellence in Innovation & Entrepreneurship Awards	http://www.awards.eie.gr/
The Hellenic Initiative	http://www.thehellenicinitiative.org/
TEDx Rising Stars	http://www.risingstarsprogram.com/
Stelios Award	http://www.stelios.com/GreekAward
TEDxAthens Challenge	http://blog.tedxathens.com/tedxathens-challenge/
TEDxAUEB Students Act	http://studentsact.tedxaueb.com/
Creative Business Cup	http://www.creativebusinesscup.com/
ΣΦΕΕ Innovation Project	http://innovationproject.gr/
EIT ICT Labs	http://www.eitictlabs.eu/
* Νεολαία του Πολίτη* Διαγωνισμός Επιχειρηματικότητας	http://www.youth-competition.org/
Smart Living Challenge	http://2014.smartlivingchallenge.com/idea
Tech All Stars	http://techallstars.eu/
InnoApps Huawei App Developer European Challenge	http://innoapps.eu/innoapply
European Youth Award 2014	http://www.eu-youthaward.org/about
BBVA Open Talent	https://www.centrodeinnovacionbbva.com
Intel Business Challenge Europe	http://www.intelchallenge.eu/
Blue Growth Piraeus	http://www.bluegrowth.gr/
BeatIT	http://beatit.epy-mathra.gr/

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Χατζηκωνσταντίνου Γιώργος Θ. & Γωνιάδης Ηρακλής Ι. (2009), *Επιχειρηματικότητα και καινοτομία: από την ίδρυση στη διοίκηση και την επιβίωση της νέας επιχείρησης*, Αθήνα, εκδόσεις Gutenberg

Deakins David & Mark Freel (2015), *Επιχειρηματικότητα και μικρές επιχειρήσεις: νεοφυείς επιχειρήσεις*, Αθήνα, εκδοτικός οίκος Rosili

Άρθρα

Καινοτομία made in Greece, Επιλογή, Αύγουστος-Σεπτέμβριος 2012

Σταθερή βελτίωση της καινοτομίας στην Ελλάδα, Microsoft

Τα συν και τα πλην του Έλληνα επιχειρηματία, Endeavor, 2013

Μελέτες

Βασικοί δείκτες καινοτομίας ελληνικών επιχειρήσεων 2012-2014, Αθήνα, Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης

Ιωαννίδης Σταύρος, Τσακανίκας Χρήστος & Χατζηχρήστου Στελίνα (2010), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: αναζητώντας διέξοδο από την κρίση*, Αθήνα, IOBE

Γκαγκάτσιος Ιωάννης (2008), *Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα-Επιχειρήσεις*, Αθήνα, Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων

Λιούκας Σ. (2010), *Οι ελληνικές επιχειρήσεις μετά την κρίση: προοπτικές και στρατηγικές για διεθνή ανταγωνιστικότητα*, Τράπεζα της Ελλάδος

Ξενόγλωσση

Mellisa A. Schilling (2013), *Strategic Management of Technological Innovation*, 4th edition, New York, McGraw-Hill

Trot Paul (2008), *Innovation management and new product development*, 4th edition, Netherlands, Prentice Hall

Wheelen Thomas L. & Hunger David J. (2012), *Strategic Management and Business Policy*, 13th edition, Pearson

Άρθρα

McKenzie B., Ugbah S. & Smothers, N. (2007), Who is an entrepreneur?, Is still the wrong question?, The DreamCatchers Group, LLC, UK

Σύνδεσμοι

www.greekinnovation.eu

www.enterprisegreece.gov.gr

www.nbg.gr

www.ekkinisilab-sev.gr

www.kainotomeis.gr

www.bankofgreece.gr

www.endeavor.org.gr

www.inc.com

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

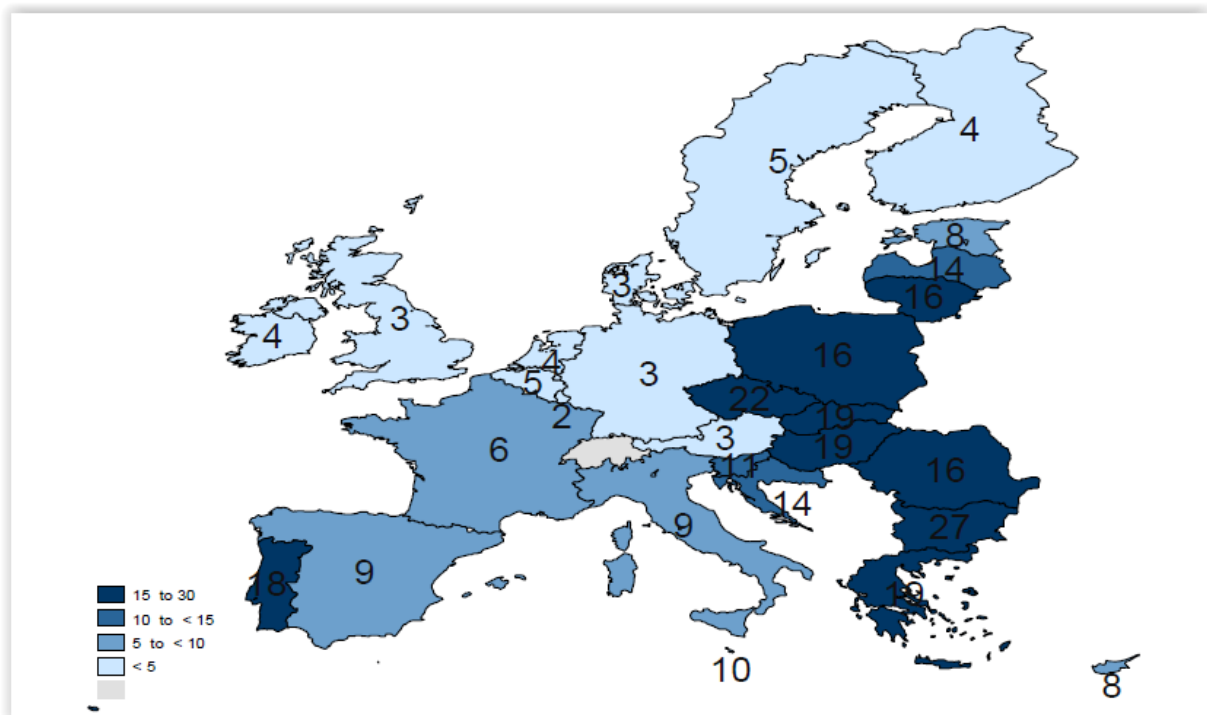
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΟΦΥΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Εισαγωγή

Αναμφισβήτητα, οι λόγοι δημιουργίας και ύπαρξης μιας νεοφυούς επιχείρησης για μια κοινωνία έχουν τόσο οικονομικό όσο και κοινωνικό υπόβαθρο. Πιο συγκεκριμένα, οι νεοφυείς επιχειρήσεις είναι σημαντικές για τρεις λόγους. Πρώτον, μια νέα επιχείρηση προσφέρει επαγγελματική διέξοδο σε άτομα που προσανατολίζονται στην αυτοαπασχόληση, δεύτερον ενδέχεται να βοηθήσει άτομα τα οποία δυσκολεύονται στην εύρεση εργασίας λόγω κοινωνικών παραγόντων όπως το φύλο, η ηλικία και η επαγγελματική εμπειρία, δίνοντας στα άτομα αυτά την αίσθηση μιας πιο ενεργούς συμμετοχής και τρίτον οι νεοφυείς επιχειρήσεις αποτελούν ένα μηχανισμό ανανέωσης και αναζωογόνησης υποβαθμισμένων κοινοτήτων, οδηγώντας τις κοινότητες αυτές σε οικονομική ανάπτυξη (Χασσιδ Ι. & Φαφαλίου Ε., 2011:185). Ακόμα, οι εν λόγω επιχειρήσεις έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν τις υπάρχουσες επιχειρήσεις καθώς αποτελούν ένα είδος απειλής με την εισαγωγή νέων και καινοτόμων προϊόντων. Καθεαυτό τον τρόπο οι υπάρχουσες επιχειρήσεις οφείλουν να εισάγουν νέα προϊόντα για να διατηρήσουν την ανταγωνιστική τους θέση. Ως εκ τούτου, καθίσταται σαφές ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις αυξάνουν την παραγωγικότητα μέσω του ανταγωνισμού και κατά συνέπεια συμβάλλουν στην οικονομική δραστηριότητα της χώρας ή μιας συγκεκριμένης περιοχής.

Σύμφωνα με την Endeavor, οι ελληνικές startup η εξέλιξή τους από το 2010 είναι εντυπωσιακή, καθώς το 2010 υπήρχαν 16 νέες startup, το 2011 προστέθηκαν άλλες 30, το 2012 ο αριθμός νέων startup ανήλθε σε 65 και το 2013 προστέθηκαν 144 νέες startup. Ενώ το ποσοστό επενδύσεων σε αυτές πολλαπλασιάστηκε 80 φορές το 2013 από το 2010, από 500,000 ευρώ σε 42 εκ. ευρώ, με κυρίαρχο στις επενδύσεις οι επιχειρήσεις τεχνολογίας και πιο συγκεκριμένα οι χρηματοοικονομικές εταιρείες³¹. Ωστόσο, σε επίπεδο συνεισφοράς του οικοσυστήματος των startup στο ΑΕΠ η Ελλάδα καταλαμβάνει από τα μικρότερα ποσοστά ανάμεσα στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες με 0,3%, και τα υψηλότερα ποσοστά με 29% και 23% για το Λονδίνο και το Βερολίνο αντίστοιχα.

³¹ http://endeavor.org.gr/wp-content/uploads/2015/08/Infographic_900x1600_F_72dpi_GR.jpg



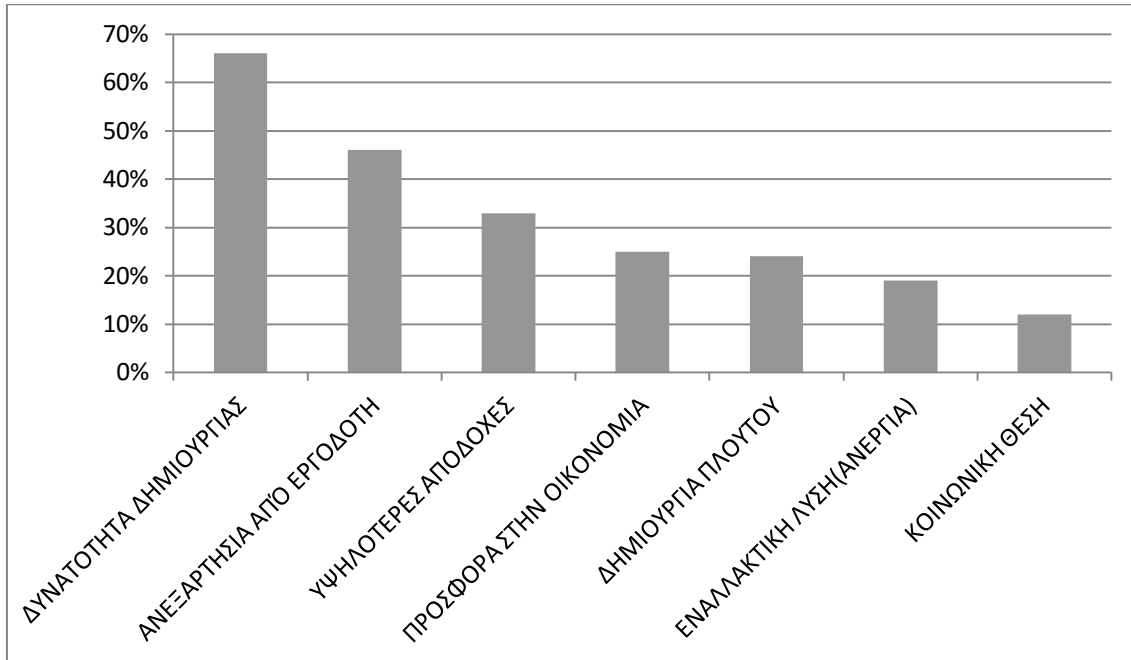
Εικόνα 2 Αριθμός ΜΜΕ σε εκ. ευρώ προστιθέμενης αξίας στο τομέα των μη χρηματοπιστωτικών επιχειρήσεων για το 2014, πηγή: Eurostat

2.1. Σημασία και ορισμός των νεοφυών επιχειρήσεων

Αρχικώς, προκείμενου να διαμορφωθεί ένας ορισμός μιας νεοφυούς επιχείρησης (startup company) πρέπει προηγουμένως να ορισθούν ορισμένα επιμέρους στοιχεία καθώς η έννοια και ορισμοί ποικίλλουν στην παγκόσμια βιβλιογραφία. Η έννοια των νεοφυών επιχειρήσεων εδράζεται γύρω από την επιχειρηματική ιδέα που αναπτύσσει ο εν δυνάμει επιχειρηματίας. Η ιδέα αυτή προκύπτει από τις ανάγκες των καταναλωτών και την προθυμία τους να καταναλώσουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία που δεν υφίσταται στην αγορά. Σύμφωνα με τον Neil Blumenthal, συνιδρυτή της Warby Parker, *μια νεοφυής επιχείρηση εργάζεται πάνω στην επίλυση ενός προβλήματος όπου η λύση του δεν είναι φανερή και η επιτυχία μη εξασφαλισμένη*³², προσφέροντας ουσιαστικά στον καταναλωτή το ίδιο προϊόν ή υπηρεσία με μια μέθοδο ή προδιαγραφές που μέχρι τώρα δεν υπήρχαν. Ως εκ τούτου, καθίσταται άμεσα αντιληπτό ότι η σημασία μιας καινοτόμας επιχείρησης μπορεί να αποτελεί ρίσκο τόσο για τον

³² Robehmed Natalie, What is a startup?, 2013, Forbes, διαθέσιμο στο: www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#750448814c63, (πρόσβαση στις 8/6/2016)

επιχειρηματία όσο και για τον χρηματοδότη ωστόσο, προσφέρει στην αγορά και στην κοινωνία νέες και δημιουργικές μεθόδους και προϊόντα αντιμετώπισης καθημερινών αναγκών.



Διάγραμμα 6 Λόγοι ίδρυσης μιας επιχείρησης, πηγή: Η επιχειρηματικότητα μέσα από τα μάτια των νέων: κάτι αλλάζει, Endeavor, σελ.10 διαθέσιμο στο : http://endeavor.org.gr/wpcontent/uploads/2015/12/Survey_digital_091215.pdf (πρόσβαση στις 13/7/2016)

Σαφώς, η επιχειρηματική ιδέα προκύπτει και αλληλεπιδρά με το περιβάλλον. Ορισμένοι από τους πολλούς παράγοντες αποτελούν η ύπαρξη ενός προβλήματος ή μιας επιτακτικής ανάγκης που χρήζει επίλυσης, καθώς και ο τρόπος προσέγγισης ενός προβλήματος, ο οποίος διαμορφώνεται από διάφορες επιρροές, με την δημιουργικότητα να επέρχεται από τον συνδυασμό εννοιών ή ιδεών που δεν είχαν συσχετιστεί ποτέ στο παρελθόν. Ωστόσο, αυτή η επιχειρηματική ιδέα πρέπει να βασίζεται σε ορισμένα χαρακτηριστικά προκειμένου η επιχείρηση να προσδιορίζεται ως νεοφυής. Ειδικότερα, θα πρέπει να είναι καινοτόμα, όπως περιγράφηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, προκειμένου να δημιουργήσει μια νέα αγορά εξελίσσοντάς την υπάρχουσα, να έχει την δυνατότητα να εξελιχθεί με γρήγορο ρυθμό και να εξυπηρετεί ένα ευρύ κοινό χωρίς την απαίτηση επιπλέον πόρων.

Ακόμα, μια νεοσύστατη επιχείρηση δεν μπορεί να θεωρηθεί αυτόματα και νεοφυής όπως εξετάζεται στην παρούσα μελέτη. Μια νεοφυής επιχείρηση θα πρέπει να εξελίσσεται με

γρήγορο ρυθμό προκειμένου να έχει και υψηλή ανάπτυξη όπως επισημαίνει ο Paul Graham³³, ούτως ώστε να προσελκύσει επενδυτές οι οποίοι θα έλκονται από την αναλογία ρίσκου/οφέλους της επιχείρησης, χαμηλό κόστος δημιουργίας και υψηλό ρίσκο και απόδοση. Επιπλέον, η τεχνολογική παράμετρος που τονίζεται από τους περισσότερους συγγραφείς δεν είναι απόλυτη και δεδομένη καθώς η καινοτομία στην τεχνολογία δεν αποτελεί κριτήριο αλλά παράγων. Προϊόντα ή υπηρεσίες που έχουν δημιουργηθεί και αναπτυχθεί επιτυχώς έχουν χρησιμοποιήσει γνωστή τεχνολογία με διαφορετικό τρόπο, μειώνοντας με αυτό τον τρόπο τα έξοδα έρευνας και ανάπτυξης και ταυτόχρονη αύξηση του περιθωρίου κέρδους τους.

Καταλήγοντας, λοιπόν, θα μπορούσε να ορισθεί ως **νεοφυής επιχείρηση (startup company), εκείνη την επιχείρηση που δημιουργεί ένα καινοτόμο προϊόν/υπηρεσία ή επιλύει καθημερινές ανάγκες με πρωτοποριακό τρόπο, προσανατολισμένη σε ένα εξελισσόμενο επιχειρηματικό μοντέλο**. Σαφώς, ο άνω ορισμός δεν είναι ακριβής και δεδομένος, καθώς η κάθε νεοφυής επιχείρηση που δημιουργείται περιλαμβάνει διαφορετικά χαρακτηριστικά και τρόπο ανάπτυξης. Ως εκ τούτου το κλειδί επιτυχίας μια νεοσύστατης επιχείρησης αποτελεί ο ρυθμός ανάπτυξής της και όχι απλά η ιδιότητά της ως νέα.

2.2. Εισαγωγή στην αγορά των startup επιχειρήσεων

Αναμφισβήτητη η προετοιμασία μιας επιχείρησης χρήζει σχεδιασμού ο οποίος αποτελείται από μια σειρά παραγόντων οι οποίοι εξασφαλίζουν την επιτυχία της νεοσύστατης επιχείρησης. Ανάμεσα στους πιο σημαντικούς παράγοντες είναι η έρευνα, η απόκτηση πληροφοριών, η άντληση χρηματοδότησης και το κοινωνικό κεφάλαιο. Η έρευνα αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα σημεία της προετοιμασίας μιας επιχείρησης, με την διάρκειά και το χρόνο της να ποικίλλουν ανάλογα με το εγχείρημα που προσπαθεί ο κάθε νέος επιχειρηματίας. Ακόμα, η προετοιμασία για την διοίκηση επιχειρήσεων σημαίνει η εύρεση της κατάλληλης ομάδας management με συμπληρωματικές δεξιότητες (Πέκκα- Οικονόμου Β & Χατζηδημητρίου Ι., 2015:379).

³³ Συνιδρυτής της Yahoo! και της Y combinatory, οργανισμού χρηματοδότησης νεοφυών επιχειρήσεων

2.2.1. Αναγνώριση ευκαιριών

Η διαδικασία έναρξης μιας νεοφυούς επιχείρησης αποτελείται από μια σειρά βημάτων απαραίτητων για την δόμηση μιας επιτυχημένης νεοσύστατης επιχείρησης, όχι μόνο για να καλύψει τις τυπικές διαδικασίες έναρξης μιας επιχείρησης αλλά και να βοηθήσει τον νέο επιχειρηματία να καθορίσει την αποστολή και το όραμά του και να μείνει πιστός σε αυτό σε κάθε στάδιο ανάπτυξης της επιχειρηματικής του ιδέας. Πιο συγκεκριμένα, το πρώτο στάδιο εκκίνησης μια νεοφυούς επιχείρησης είναι η σύλληψη της επιχειρηματικής ιδέας. Η επιχειρηματική ιδέα αντιπροσωπεύει την ύπαρξη και κάλυψη αναγκών σε αγαθά και υπηρεσίες. Ο εν δυνάμει επιχειρηματίας θα πρέπει να αναλογιστεί τα εξής:

- Το αγαθό/υπηρεσία που πρόκειται να προσφέρει θα πρέπει να είναι κάτι καινούργιο που δεν προσφέρει κάποιος άλλος (νέο προϊόν, νέα υπηρεσία, νέα χαρακτηριστικά ή τεχνολογία).
- Να εμπεριέχει βελτιωμένα χαρακτηριστικά από ό,τι υπάρχει στην αγορά, με προδιαγραφές που να το καθιστούν ανταγωνιστικό έναντι των υπολοίπων
- Να αποτελεί ένα νέο ή βελτιωμένο προϊόν προσδιορισμένο είτε στην χαμηλότερη τιμή ή στην καλύτερη ή διαφορετική ποιότητα/μέθοδο
- Εναλλακτικά, να μπορέσει να δημιουργήσει μια αγορά εκ νέου, με ένα προϊόν/υπηρεσία που δεν υφίσταται

Σαφώς, για να προκύψει η επιχειρηματική ιδέα θα πρέπει ο εν δυνάμει επιχειρηματίας να ερευνήσει εις βάθος τις ανάγκες της αγοράς και να εντοπίσει εκείνα τα κενά που θα του προσδώσουν την επιχειρηματική ιδέα, απαντώντας σε μια σειρά ερωτημάτων που θα τον βοηθήσουν να προσδιορίζει τη φύση και το αντικείμενο της εταιρείας του. Μερικά από αυτά τα ερωτήματα μπορούν να αποτελέσουν τα εξής:

- Τι προϊόν/υπηρεσία θέλει να παράγει
- Ποιος θα το αγοράζει
- Που θα το διανέμει
- Πως θα το παρασκευάζει

Προκειμένου ο επιχειρηματίας/ενδιαφερόμενος να αντιληφθεί και να δημιουργήσει μια ιδέα οφείλει να οργανώσει τις σκέψεις του με κάποια τεχνική που θα τον υποβοηθήσει να απαντήσει στα άνω ερωτήματα. Ενδεικτικά θα παρουσιαστούν ορισμένες τεχνικές παραγωγής ιδεών:

- *Καταιγισμός Ιδεών (Brainstorming)*, αποτελεί μια μέθοδο συγκέντρωσης μεγάλου αριθμού ιδεών από μία ομάδα ανθρώπων (5-10) σε σύντομο χρονικό διάστημα, για την παραγωγή πληθώρας ιδεών ή λύσεων για σαφώς καθορισμένα στρατηγικά ή λειτουργικά προβλήματα, όπως για διαδικασίες μηχανικού σχεδιασμού, marketing και διοικητικά προβλήματα
- *Τεχνική της μορφολογικής ανάλυσης*, σε αυτήν την μέθοδο στόχος είναι να εντοπισθούν τα κενά που υπάρχουν στην αγορά μέσω του συνδυασμού όλων των διάσπαρτων χαρακτηριστικών ενός προβλήματος, προϊόντος ή υπηρεσίας
- *Τεχνική των έξι καπέλων*, αποτελεί μια μέθοδο επισήμανσης του συγκεκριμένου τρόπου σκέψης τον οποίο ένα άτομο ή ομάδα είναι ικανό να χρησιμοποιήσει σε μια περίπτωση, αντί να προσπαθεί να χρησιμοποιήσει όλους τους τρόπους μαζί
- *Τεχνική «Ανθισμένο νούφαρο»*, κατά την οποία υπάρχει ένα κεντρικό πρόβλημα και γύρω από αυτό 8 άδειοι κύκλοι που χρήζουν συμπλήρωσης ιδεών. Η τεχνική αυτή χρησιμοποιείται για την επίλυση βαθύτερων προβλημάτων

Σαφώς, τα ζητήματα που ανακύπτουν κάθε φορά είναι διαφορετικά καθώς αλλάζει το είδος της επιχείρησης, οι πόροι, οι δυνατότητες και το περιβάλλον. Ως εκ τούτου, ο κάθε επιχειρηματίας θα πρέπει να λάβει υπόψιν του όλες αυτές τις παραμέτρους πριν διαμορφώσει μια επιχειρηματική ιδέα.

Οι ευκαιρίες δεν προκύπτουν ωστόσο μόνο από το θεσμικό περιβάλλον αλλά και από τις επενδύσεις που δύναται να επέλθουν στις startup επιχειρήσεις. Πιο συγκεκριμένα, οι κλάδοι που παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον είναι τέσσερις. Πρώτος είναι ο κλάδος του τουρισμού συμπεριλαμβανομένων και των ταξιδιών καθώς η Ελλάδα κατέχει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των υπόλοιπων ευρωπαϊκών χωρών, δεύτερος αποτελεί ο κλάδος της γεωργίας και του φαγητού που δυνητικά η Ελλάδα έχει δυνατότητες ανάπτυξης αλλά υπάρχει έλλειψη δομών, τρίτος είναι ο κλάδος της ενέργειας και ιδιαίτερα των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, σύμφωνα με τα παγκόσμια πρότυπα λόγω του μεσογειακού κλίματος της χώρας και τέλος ατομικές επιχειρήσεις οι οποίες δυνητικά φαίνεται να μπορούν να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους αλλά και να εξελίξουν την θέση τους και τις δυνατότητες τους³⁴.

³⁴ *Entrepreneurship and investment opportunities in Greece today*, Endeavor, σελ. 15, διαθέσιμο στο : <http://endeavor.org/wp-content/uploads/2013/11/Endeavor-Greece-Entrepreneurship-and-Investment-Opportunities.pdf> (πρόσβαση στις: 12/7/2016)

2.3. Στάδια εκκίνησης

Εφόσον, λοιπόν, έχει διαμορφωθεί η επιχειρηματική ιδέα και καλύπτει τα κριτήρια υλοποίησης της, ο εν δυνάμει επιχειρηματίας οφείλει να διαμορφώσει το επιχειρηματικό του σχέδιο (business plan), μέσα στο οποίο θα περιγράφει όλες τις λεπτομέρειες δημιουργίας, εισαγωγής και τοποθέτησης του προϊόντος στα πλαίσια της αγοράς. Το επιχειρηματικό σχέδιο αποτελεί ένα απαραίτητο εργαλείο όχι μόνο για τον επιτυχημένο σχεδιασμό ενός προϊόντος αλλά και για την απολαβή της τραπεζικής χρηματοδότησης, όπως αυτή θα αναλυθεί στο τρίτο κεφάλαιο της μελέτης. .

Σαφώς, κάθε επιχειρηματικό σχέδιο είναι διαφορετικό, καθώς καλύπτει διαφορετικές ανάγκες και διαφορετικούς κλάδους. Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένες ενότητες οι οποίες αποτελούν απαραίτητες για τον επιτυχή σχεδιασμό. Σαφέστερα, το πρώτο κομμάτι αφορά την **εκτελεστική περίληψη (executive summary)**, η οποία παρουσιάζει υπό μορφή περίληψης τα κυριότερα σημεία του επιχειρηματικού σχεδίου με συνοπτικό τρόπο και αποτελεί χρήσιμο εργαλείο τόσο για τους δημιουργούς όσο και για πιθανούς χρηματοδότες ή και τους εταίρους της επιχείρησης. Την εκτελεστική περίληψη ακολουθεί η **εισαγωγή**, η οποία παρουσιάζει τα κυριότερα πρόσωπα και μια εισαγωγή στην της επιχείρησης³⁵ και του βιομηχανικού κλάδου.

Το σημείο του επιχειρηματικού σχεδίου που το καθιστά μοναδικό και το διαφοροποιεί από τις υπάρχουσες επιχειρήσεις αποτελεί η τοποθέτηση και περιγραφή τόσο του **οράματος(vision statement)**, **όσο και της αποστολής (mission statement)** που θα εξυπηρετεί η επερχόμενη επιχείρηση. Πιο συγκεκριμένα, η αποστολή περιγράφει τον λόγο ύπαρξης της επιχείρησης καθώς και τι μπορεί να προσφέρει με το προϊόν/υπηρεσία της καθώς και τις αξίες τις οποίες πρεσβεύει (Wheelen T. & Hunger D., 2012: 17), ενώ το όραμα περιγράφει τι ακριβώς κάνει ή επιχείρηση και ποιοι είναι οι μελλοντικοί στόχοι της. Σε συνέχεια του οράματος και της αποστολής θα πρέπει να πραγματοποιηθεί και μια σύντομη **περιγραφή της επιχείρησης** με σύντομο αλλά ακριβή τρόπο για το τι πρόκειται να παράγει και προσφέρει στο καταναλωτικό κοινό.

Εν συνεχεία, πραγματοποιείται μια εκτενής έρευνα και ανάλυση της αγοράς. Ειδικότερα, η **ανάλυση του κλάδου και της αγοράς**, περιλαμβάνει όλες εκείνες τις ενότητες για την επιχείρηση, τα άτομα, την αγορά, τους σκοπούς και τους στόχους, την ανάλυση των ανταγωνιστών(μηχανήματα, τιμή, δικαιώματα ιδιοκτησίας και τμήματα της αγοράς) όπως και τη στρατηγική μάρκετινγκ. Η ανάλυση πρέπει να περιλαμβάνει την μελέτη των ανταγωνιστριών

³⁵ Οι νεοφυείς επιχειρήσεις οφείλουν να καταγράφουν αν είναι εγγεγραμμένες στα μητρώα των επιχειρήσεων, την υποχρέωση καταβολής ΦΠΑ, αναφορά στον αριθμό ΑΦΜ, το επίπεδο απασχόλησης κατά την εκκίνηση, οι πόροι και αν υπάρχει ανάγκη για πρόσληψη προσωπικού και στελεχών

επιχειρήσεων του κλάδου προκειμένου να προσδιοριστεί ο τρόπος αντιμετώπισής τους από την επιχείρηση. Στόχος του εν λόγω κεφαλαίου αποτελεί ο προσδιορισμός των αναγκών της αγοράς και ο προσδιορισμός της ζήτησης των προϊόντων/υπηρεσιών.

Ως επόμενη ενότητα επέρχεται αυτής της **διαμόρφωσης στρατηγικής και marketing**. Πιο συγκεκριμένα, ένα επιτυχημένο επιχειρηματικό πλάνο οφείλει να προσδιορίσει την αγορά-στόχο της επιχείρησης όσον το δυνατότερο με ακρίβεια ούτως ώστε να έχει τη δυνατότητα να εστιάσει το σχέδιο προϊόντος/υπηρεσίας και τις δραστηριότητες μάρκετινγκ της επιχείρησης. Ακόμα, θα πρέπει να προσδιοριστεί ο αριθμός των προμηθευτών είτε αυτό αφορά φυσικό προϊόν είτε υπηρεσία, έπειτα να πραγματοποιηθεί ανάλυση καθώς και σύγκριση των τιμών και σαφώς να καθοριστεί ο τρόπος πληρωμής των προμηθευτών. Μέσω της ανάλυσης της αγοράς προκύπτει και το ζήτημα της τιμολογιακής πολιτικής, καθώς θα πρέπει να αναλυθούν οι τιμές των ανταγωνιστών και τα προϊόντα του και με αυτόν τον τρόπο η νέα επιχείρηση θα μπορέσει να ορίσει τους στόχους και τις επιδιώξεις της τόσο για τις τιμές όσο και για την διαδικασία προώθησης των προϊόντων/υπηρεσιών της. Στο εν λόγω κεφάλαιο δύναται να χρησιμοποιηθούν διάφορες τεχνικές και μια σειρά εργαλείων που θα καθορίσουν την θέση της επιχείρησης στην αγορά και απέναντι στους ανταγωνιστές της.

Ακόμα, προκειμένου να επιτευχθούν όλα τα παραπάνω το εν λόγω κεφάλαιο θα πρέπει να εμπεριέχει την ανάλυση τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού περιβάλλοντος. Η μελέτη του εσωτερικού περιβάλλοντος οφείλει να αποτυπώνει τα δυνατά και αδύναμα στοιχεία της επιχείρησης καθώς και οι ευκαιρίες και απειλές μέσω της SWOT analysis³⁶ προκειμένου να σχεδιαστεί και υλοποιηθεί η μακροπρόθεσμη στρατηγική της επιχείρησης. Αντίστοιχα για τον προσδιορισμό της ανάπτυξης της στρατηγικής της επιχείρησης, μέσω της ανάλυσης των πέντε δυνάμεων του Porter (απειλεί από τα υποκατάστατα, απειλή από νεοεισερχόμενους, διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών, διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών καθώς και ο ανταγωνισμός μεταξύ του κλάδου των επιχειρήσεων) και η ανάλυση του ευρύτερου εξωτερικού περιβάλλοντος μέσω της PEST(LE) analysis, αναλύοντας το πολιτικό περιβάλλον(Political), το οικονομικό (Economical), το κοινωνικό (Societal), το τεχνολογικό (Technological) και πλέον τάση αποτελεί και η εξέταση του νομικού (Legal) και περιβαλλοντικού (Environmental) .

Αναπόσπαστο κομμάτι ενός επιχειρηματικού πλάνου αποτελεί και η περιγραφή της **οργάνωσης παραγωγής** του προϊόντος ή της υπηρεσίας που δύναται να προσφερθεί. Ειδικότερα, θα πρέπει να αναφερθούν τα μηχανήματα που θα χρησιμοποιηθούν, το προϊόν/υπηρεσία καθώς και οι προδιαγραφές του, η τεχνογνωσία που απαιτείται, οι προβλεπόμενες εγκαταστάσεις και οι συναφείς άδειες που απαιτούνται, ο τρόπος ελέγχου της

³⁶ Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

παραγωγικής διαδικασίας καθώς και το πλήρες χρονοδιάγραμμα παραγωγής. Συμπληρωματικό κεφάλαιο αποτελεί και η **γεωγραφική θέση** της επιχείρησης καθώς και όλες οι παράμετροι που επηρεάζουν και επηρεάζονται από την ενδιαφερόμενη περιοχή.

Εν συνεχεία, θα πρέπει να τοποθετηθεί ένα κεφάλαιο περιγραφής και αναφοράς του **ανθρωπίνου δυναμικού** της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει να αναφερθούν οι ειδικότητες που χρειάζονται για να στελεχωθεί η επιχείρηση καθώς και τα απαιτούμενα προσόντα των εργαζόμενων και να πλαισιώνονται από το οργανόγραμμα της επιχείρησης όπου θα αναφέρονται τα άτομα αυτά. Στο εν λόγω κεφάλαιο ο εν δυνάμει επιχειρηματίας οφείλει να λάβει υπόψιν του και τον τρόπο πρόσληψης των ατόμων, το ύψος των αποδοχών του καθώς και να σχεδιάσει λεπτομερώς τις συνθήκες εργασίας.

Επιπροσθέτως υποχρεωτικό κομμάτι του σχεδίου αποτελεί και η περιγραφή των **νομικών θεμάτων** της επιχείρησης. Ειδικότερα, η νομική μορφή της ιδρυόμενης επιχείρησης (επωνυμία, κεφάλαιο, αριθμός φορολογικού μητρώου, εγγραφή στο επιμελητήριο και εγγραφή στο μητρώο κοινωνικών ασφαλίσεων), καθώς και οι σχετικές άδειες εξάσκησης επαγγέλματος και οι άδειες των εγκαταστάσεων.

Το τελευταίο μέρος αναφέρεται στον **χρηματοοικονομικό σχεδιασμό** μιας επιχείρησης, ο οποίος αποτελεί την βάση της επιχειρηματικής δραστηριότητας και θα πρέπει να ξεκινάει ταυτόχρονα με την επιχειρηματική ιδέα. Ο εν δυνάμει επιχειρηματίας θα πρέπει να προγραμματίσει, να σχεδιάσει και να κάνει προβλέψεις πριν ακόμα κάνει έναρξη της επιχειρηματικής του δραστηριότητας προκειμένου να αντιληφθεί εάν το εγχείρημά του στηρίζεται σε αβεβαιότητα και υψηλό κίνδυνο ή όχι. Σαφώς, ο χρηματοοικονομικός σχεδιασμός δεν αποτελεί μια γενική έννοια αλλά περιβάλλεται από ιδιαίτερο σχεδιασμό και διαχείριση, αλλά έρχεται το στο τέλος του επιχειρηματικού σχεδίου και στηρίζεται σε στρατηγικές και πρόγραμμα, μεταφράζοντας τους στόχους και τα προγράμματα σε οικονομικά μεγέθη για να αναλύσει τα αποτελέσματα και να συγκρίνει με αυτά των ανταγωνιστών (Λαμπρόπουλος Παναγιώτης, 2008:192). Τα αποτελέσματα της χρηματοοικονομικής ανάλυσης και έρευνας που πραγματοποιήθηκαν αφορούν υποθέσεις για την δημιουργία εσόδων στις καταστάσεις ταμειακών ροών, τα οποία βασίζονται στην έρευνα αγοράς και σε άλλους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα. Αναφορικά με τα χρηματοοικονομικά αυτά στοιχεία οφείλουμε να επισημάνουμε τα εξής σημεία (Πέκκα-Οικονόμου Β. & Χατζηδημητρίου Ι., 2015:410):

- Οι **ταμειακές ροές**, περιγράφουν τα έσοδα που προβλέπονται από πωλήσεις και άλλες πηγές και όλες τις δαπάνες που αφορούν την εκκίνηση και την λειτουργία της

επιχείρησης. Αποτελούν σημαντικό κλειδί καθώς δείχνουν τη χρονική στιγμή των εσόδων και των δαπανών από τρία έως πέντε χρόνια

- Η *πρόβλεψη των κερδών και των ζημιών* για το κάθε έτος, δείχνοντας την εμπορική θέση της επιχείρησης και το ύψος των κερδών/ζημιών που αναμένονται. Η σημαντικότητά τους έγκειται στο τι αναμένει η επιχείρηση τα πρώτα χρόνια της λειτουργία της
- Η *πρόβλεψη ισολογισμού*, που παρουσιάζει την κατάσταση των περιουσιακών στοιχείων και τις υποχρεώσεις της επιχείρησης. Ο ισολογισμός μπορεί να μην αποτελεί τόσο χρήσιμο εργαλείο αλλά δύναται να βοηθήσει τα τραπεζικά στελέχη για την εικόνα της επιχείρησης
- Η *ανάλυση ευαισθησίας*, σκοπός της οποίας είναι να ελέγξει την ευαισθησία της επιχείρησης ως προς τις αλλαγές που πιθανόν να συμβούν προκειμένου να εξεταστεί το πώς η επιχείρηση θα τις αντιμετωπίσει για το πρώτο έτος λειτουργίας της. Ακόμα, θα μπορούσε να βοηθήσει και στις ανάγκες προμοδότησης της επιχείρησης καθώς εξετάζει τις αλλαγές που συμβαίνουν στον χρόνο τις ροές εσόδων καθώς και τις μεταβολές τους

Όλα τα παραπάνω στοιχεία και μέρη του επιχειρηματικού σχεδίου, προκειμένου να σχεδιαστούν και να αναλυθούν με επιστημονικό τρόπο ο επιχειρηματίας θα πρέπει να επιλέξει μια καταρτισμένη ομάδα μάνατζμεντ για να συντάξει το επιχειρηματικό σχέδιο. Καθεαυτό τον τρόπο θα πρέπει να αναφέρεται στο επιχειρηματικό σχέδιο το άτομο που αναλαμβάνει να το διεκπεραιώσει και πως θα καταλαμβάνει κάθε άτομο από την εν λόγω ομάδα μάνατζμεντ λειτουργικές δραστηριότητες στην επικείμενη επιχείρηση. Αξίζει ακόμα να αναφερθεί ότι το επιχειρηματικό σχέδιο από επιχείρηση προς επιχείρηση διαφέρει και ως προς την ανάλυση και ως προς την διαδικασία. Ωστόσο, κατά κανόνα οι θεματικές που επισημάνθηκαν αποτελούν τον κορμό δόμησης και ανάλυσης ενός επιχειρηματικού σχεδίου κάθε νεοσύστατης επιχείρησης, είτε αυτή είναι νεοφυής είτε αποτελεί μια απλή νεοϊδρυθείσα επιχείρηση.

Συμπληρωματικά, ο εν δυνάμει επιχειρηματίας αφού έχει πραγματοποιήσει τον προ-εναρξιακό του έλεγχο και προετοιμασία, θα προχωρήσει στην διαδικασία άντλησης κεφαλαίου για την οποία θα γίνει λόγος στο τρίτο κεφάλαιο της μελέτης. Εφόσον, λοιπόν, λάβει την χρηματοδότηση, θα πρέπει να μελετήσει με λεπτομέρεια την χρονική στιγμή εισόδου στην αγορά. Η είσοδος στην αγορά, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία καθώς σε αυτό το στάδιο καθορίζεται η επιτυχία της επιχείρησης. Η γρήγορη είσοδος ενδέχεται να επιφέρει μικρό αριθμό πελατών, ο οποίος να μην δικαιολογεί για παράδειγμα το ύψος του επενδυτικού κεφαλαίου. Ακόμα, αποτελεί μια δύσκολη απόφαση για ένα νέο-εισερχόμενο επιχειρηματία καθώς πρέπει να ληφθεί υπόψιν και η προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας (intellectual property rights), καθώς η λήψη διπλώματος ευρεσιτεχνίας αποτελεί μια διαδικασία

με υψηλό κόστος και ιδιαίτερα χρονοβόρα, ωστόσο αποτελεί μια αναγκαία προϋπόθεση για την λήψη των επενδυτικών κεφαλαίων. Συνεπώς, καθίσταται αντιληπτό ότι ο επιχειρηματίας θα πρέπει να εξετάσει όλες τις παραμέτρους πριν την είσοδό του στην αγορά, προκειμένου να είναι προετοιμασμένος να αναγνωρίσει και εκμεταλλευτεί τις επερχόμενες ευκαιρίες.

Τέλος, σε περίπτωση που ο επιχειρηματίας ακολουθήσει τα προαναφερθέντα στάδια με επιτυχία και καταφέρει να ενταχθεί στην αγορά, θα πρέπει να ακολουθήσει τους κανόνες και ρυθμούς της αγοράς. Σαφώς, οι νέοι επιχειρηματίες στερούν της εμπειρίας και της γνώσης ανάπτυξης μιας επιχείρησης, όπως οι ταμειακές ροές, οι σχέσεις με προμηθευτές-πελάτες, τους επενδυτές και γενικότερα η καθημερινή αντιμετώπιση διαφόρων ομάδων συμφερόντων. Αυτό το κενό, λοιπόν, έρχονται οι μέντορες να συμπληρώσουν υποστηρίζοντας τις νεοφυείς επιχειρήσεις.

2.4. Λιτή επιχειρηματική εκκίνηση (Lean startup)

Τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί η τάση της λιτής επιχειρηματικής εκκίνησης, γνωστή και ως lean startup, αρχικά διατυπώθηκε από τους W. Edwards Deming και Taiichi Ohno για την παραγωγική διαδικασία της Toyota. Η συγκεκριμένη τάση σύμφωνα με τον Ries στηρίζεται στην ελαχιστοποίηση του χρόνου και την επιτάχυνση των απαιτούμενων διαδικασιών. Η εν λόγω διαδικασία στηρίζεται σε πέντε βασικές αρχές:

1. Οι επιχειρηματίες βρίσκονται παντού (Entrepreneurs are everywhere)
2. Η επιχειρηματικότητα είναι management (Entrepreneurship is management)
3. Επικυρωμένη μάθηση (Validated Learning)
4. Καινοτόμα λογιστική (Innovation Accounting)
5. Χτίσε-Μέτρα-Μάθε (Build-Measure-Learn)

Αρχικά, ο εν δυνάμει επιχειρηματίας οφείλει να δημιουργήσει υποθέσεις για ένα ποιοτικό προϊόν/υπηρεσία το οποίο θα προσφέρει στην αγορά, έχοντας ορίσει εκ των προτέρων ποιος είναι ο καταναλωτής που θα το προσφέρει, θα δημιουργήσει ουσιαστικά ένα αρχέτυπο καταναλωτή (archetype customer), του οποίου στόχος θα ναι να παρουσιάσει την ανθρώπινη φύση του της αγοράς-στόχου της επιχείρησης. Καθεαυτό τον τρόπο θα μπορέσει η επιχείρηση να αναπτύξει τις διαδικασίες παραγωγής εφόσον θα γνωρίζει ποιος θα ναι ο τελικός καταναλωτής. Το εν λόγω προϊόν στην εν λόγω φάση δεν χρειάζεται να τελεί πλήρως τις προδιαγραφές.

Εν συνεχεία, ο επιχειρηματίας αντί να δαπανεί τόσο χρόνο στην δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου δύναται να κατασκευάσει έναν καμβά επιχειρηματικού μοντέλου (business model canvas) πάνω στον οποίο θα δημιουργεί αξία τόσο στην επιχείρηση όσο και στον ίδιο τον πελάτη. Αποτελεί μια διαδικασία διαχείρισης τόσο των υπαρχόντων επιχειρηματικών μοντέλων όσο και των αναδυόμενων, βοηθώντας στην ανάλυση της επιχείρησης και των δραστηριοτήτων της.

Ακόμα, θα πρέπει να εξετάσει την υπόθεση ενός ελάχιστου βιώσιμου προϊόντος μέσω της προσφοράς του στους καταναλωτές (Minimum Viable Product-MVP). Η εν λόγω μέθοδος αποκαλείται λειτουργεί μέσω της διατύπωσης ερωτημάτων-έρευνας από δυνητικούς πελάτες για όλα τα στοιχεία του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένων της τιμής, των καναλιών διανομής καθώς και των στρατηγικών, αναμένοντας αντίστοιχα τις παρατηρήσεις τους πάνω σε αυτό, προκειμένου μέσω αυτής της ταχείας διαδικασίας να αναπροσαρμόσει, μέσω δοκιμών, σχεδιασμού και συμπληρώσεων ο εν δυνάμει επιχειρηματίας και να το προσφέρει πάλι στο κοινό και να επαναλάβει την διαδικασία όσες φορές είναι αναγκαίο³⁷.

Συμπερασματικά, η λιτή μέθοδος εκκίνησης η οποία με το πέρασμα των ετών καθίσταται όλο και περισσότερο γνωστή στην Ελλάδα πρόκειται για μια μέθοδο που εστιάζει στην ταχύτητα και εξαλείφει τις παλιές πρακτικές της χρονοβόρας διαδικασίας δημιουργίας ενός επιχειρηματικού σχεδίου, εστιάζοντας στο προϊόν/υπηρεσία και στους πελάτες μέσω σύντομων διαδικασιών, η εν λόγω μέθοδος δεν απαιτεί υψηλά κεφάλαια παρά μόνο στοχευμένες διαδικασίες.

2.4.1. Μοντέλο επιχειρηματικού καμβά (business model canvas)

Στα πλαίσια της λιτής επιχειρηματικής εκκίνησης(lean startup) χρησιμοποιούνται διάφορα εργαλεία ανάπτυξης της λιτής επιχειρηματικής εκκίνησης. Ένα από αυτά αποτελεί ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου(business model canvas). Το εν λόγω εργαλείο αναπτύχθηκε από τους Osterwalder³⁸ και Pigneur τόσο για υφιστάμενες επιχειρήσεις όσο και για τις νέο-ιδρυόμενες. Ο καμβάς αυτός αποτελεί ένα οπτικό διάγραμμα όπως διαφαίνεται στην εικόνα 3, με στοιχεία που περιγράφουν την πρόταση μιας επιχείρησης για το προϊόν/υπηρεσία, τις υποδομές, τους πελάτες καθώς και τα οικονομικά τους στοιχεία, συντελώντας στην ευθυγράμμιση των δραστηριοτήτων τους καθώς και αξιολόγηση των υφιστάμενων μοντέλων. Ο καμβάς χωρίζεται σε εννέα δομικά στοιχεία:

³⁷ Steve Blank (2013), *Why the Lean Start-up changes Everything*, Harvard Business Review, διαθέσιμο στο: <https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything> (πρόσβαση στις: 15/7/2016)

³⁸ Βασισμένο στην πρότερη μεθοδολογία του business model ontology

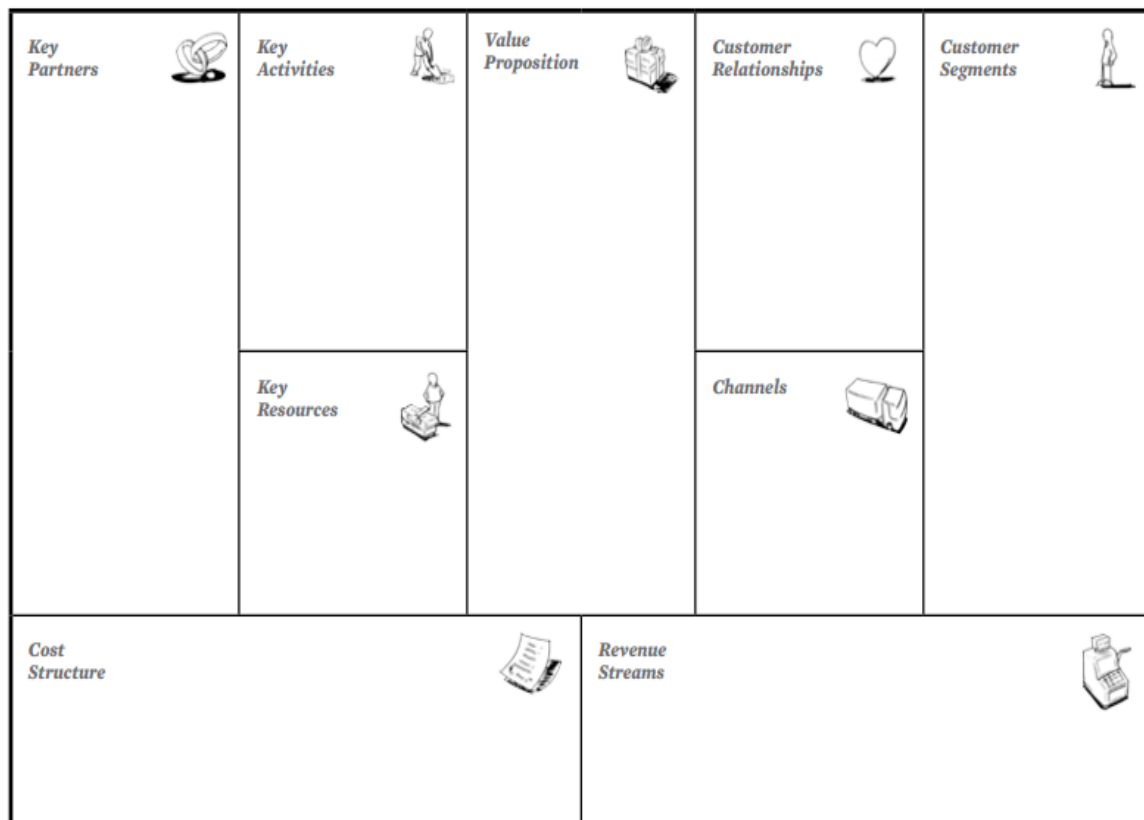
1. *Βασικοί συνεργάτες (key partners)*, περιγράφει το δίκτυο των προμηθευτών και των συνεργατών, οι αποτελούν την βάση ενός επιχειρηματικού μοντέλου, έχοντας την δυνατότητα μέσω συνεργασιών, στρατηγικών συμμαχιών, κοινοπραξιών (joint ventures) και του συναγωνισμού να βελτιστοποιήσουν τα επιχειρηματικά μοντέλα και να μειώσουν τον κίνδυνο
2. *Βασικές δραστηριότητες (key activities)*, εναπόκεινται στο είδος της επιχείρησης και αφορούν τις εσωτερικές διαδικασίες καθώς και τον τρόπο οργάνωσής της επιχείρησης, με τρεις βασικές κατηγορίες, την παραγωγή η οποία περιλαμβάνει τον σχεδιασμό, την ανάπτυξη, την αποθήκευση των προϊόντων, την επίλυση προβλημάτων για την εύρεση λύσεων σε διάφορες επιμέρους ανάγκες και τα δίκτυα/πλατφόρμες, τα οποία μπορεί να είναι λογισμικά τα οποία συνδέουν το προϊόν/υπηρεσία με τον καταναλωτή
3. *Βασικοί πόροι (Key resources)*, αναφέρεται στους σημαντικότερους πόρους που θα χρειαστεί η επιχείρηση για να υλοποιήσει το επιχειρηματικό της μοντέλο αναφορικά με τις σχέσεις με τους πελάτες, τα έσοδα καθώς και την δημιουργία αξίας. Οι πόροι αυτοί κατηγοριοποιούνται σε υλικούς, άυλους, ανθρώπινους και χρηματικούς
4. *Πρόταση αξίας (value proposition)*, αποτελείται από τα βασικά επιχειρήματα σχετικά με τους λόγους για τους οποίους ο καταναλωτής πρέπει να αγοράσει το προϊόν/υπηρεσία, τι αξία προσδίδει σε αυτόν και ποια προβλήματα επιλύει το προϊόν/υπηρεσία, όπως η απόδοση, η παραμετροποίηση, η ικανοποίηση μιας ανάγκης, η ασφάλεια, η αισθητική, η απόδοση κύρους (status/brand name), η τιμή, η μείωση κόστους χρήσης, η μείωση ρίσκου, η προσβασιμότητα και η ευκολία χρήσης
5. *Σχέσεις με τους πελάτες (customer relationships)*, περιγράφει το είδος των σχέσεων που επιθυμεί να έχει μια επιχείρηση με τους πελάτες που έχει προσδιορίσει από τις αγορές στόχους μέσω έξι κατηγοριών όπως η προσωπική εξυπηρέτηση (personal assistance), η εξατομικευμένη εξυπηρέτηση (dedicated personal assistance), η αυτοεξυπηρέτηση (self-service), οι αυτοματοποιημένες υπηρεσίες (automated services), οι κοινότητες (communities) και η συν-δημιουργία (co-creation)
6. *Κανάλια (channels)*, περιγράφουν τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις προσεγγίζουν τους πελάτες που έχουν ορίσει ως αγορά-στόχο, με βασικές κατευθύνσεις την επικοινωνία, την διανομή, την εξυπηρέτηση και τις πωλήσεις μέσω πέντε διαδοχικών σταδίων, της ενημέρωσης, της αξιολόγησης, της αγοράς, της παράδοσης καθώς και της εξυπηρέτησης μετά την πώληση
7. *Αγορές-στόχοι (customer segments)*, αποτελούν εκείνες τις ομάδες καταναλωτών που προσπαθεί η επιχείρηση να προσεγγίσει και να εξυπηρετήσει, τμηματοποιώντας αυτές σε ίδια κοινά χαρακτηριστικά και ανάγκες. Μερικοί τύποι πελατών που δύναται να προσεγγιστούν αποτελούν οι πελάτες μαζικών αγορών (mass markets), αγορών-νησίδων (niche markets), τμηματοποιημένων αγορών (segmented), διαφοροποιημένων

αγορών (diversified markets) καθώς και των αγορών πολλών μερών (multi-sided markets)

8. *Δομή κόστους (cost structure)*, αφορά τα κόστη που αντιμετωπίζει μια επιχείρηση σχετικά με την απόκτηση παγίων και τα κόστη λειτουργίας τα οποία έχουν υπολογισθεί στις βασικές δραστηριότητες, τους βασικούς πόρους και τις βασικές συνεργασίες. Οι βασικές κατηγορίες κόστους αποτελούν τα πάγια, τα μεταβλητά, οι οικονομίες κλίμακας, οικονομίες φάσματος καθώς και τα κόστη προσανατολισμένα στην αξία ή στο κόστος
9. *Ροές εσόδων (revenue stream)*, αφορά τα έσοδα που αποκομίζει η επιχείρηση από κάθε αγορά-στόχο, κάθε είδους ροή εσόδων δύναται να έχει διαφορετική τιμολόγηση. Μερικές κατηγορίες ροών εσόδων αποτελούν η πώληση παγίων (asset sale), το τέλος χρήσης (usage fee), συνδρομές (subscription fee), ενοικίαση/μίσθωση/χρηματοδοτική μίσθωση (renting/lending/leasing), οι άδειες χρήσεις (licenses), οι μεσιτικές αμοιβές (brokerage fee) και η διαφήμιση.

Εικόνα 3 Business Model Canvas, πηγή: Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2009), Business Model Generation, σελ. 44 διαθέσιμο στο: http://www.businessmodelgeneration.com/downloads/businessmodelgeneration_preview.pdf (πρόσβαση στις 16/7/2016)

The Business Model Canvas



HOW DO YOU USE THE CANVAS?

The public sector is often challenged to implement private sector principles. I have used the Canvas to help a department view itself as a service-oriented business,

establishing externalized as-is and to-be business models.

It has created a whole new conversation around describing and innovating the business.

Mike Lachapelle, Canada

I consult with small companies on using the freemium business model. This model involves giving core products away for free, which is very counterintuitive to most businesspeople. Thanks to the Business Model Canvas, I can easily illustrate how it makes financial sense.

Peter Froberg, Denmark

I help business owners plan their transition and exit from their companies. Success depends on sustaining long-term company viability and growth. Key to this is a business model innovation program. The Canvas helps us identify and innovate their business models.

Nicholas K. Niemann, U.S.

I'm using the Business Model Canvas in Brazil to help artists, cultural producers, and game designers to envision innovative business models for the Cultural and Creative Industries. I apply it in the Cultural Production MBA at FGV and in the Innovation Games Lab at COPPE/UF RJ Business Incubator.

Claudio D'Ipollito, Brazil

When you typically think of a business model, the conclusion is that it is a 'for profit' business. However, I found that the Canvas is also very effective in the non-profit sector. We used it to

DESIGN + ALIGN

members of the leadership team during the formation of a new non-profit program. The Canvas was flexible enough to take into account the goals of this social entrepreneurial venture, and bring clarity to the true Value Proposition of the business and how to make it sustainable.

Kevin Donaldson, U.S.

I wish I had known the Canvas years ago! With a particular tough and complicated print-to-digital project within the publishing industry it would have been so helpful to

show all project members in this visual way both the big picture, their (important) own roles in it and the inter-dependencies.

Hours of explaining, arguing, and misunderstanding could have been saved.

Jillie Sol, Netherlands

A close friend was looking for a new job. I used the Business Model Canvas in order to assess her personal business model.

Her core competences and Value Proposition were outstanding but she failed to leverage her strategic partners and develop appropriate Customer Relationships. This adjusted focus opened new opportunities.

Daniel Pandza, Mexico

Imagine 60 1st year students, knowing nothing about entrepreneurship. In less than five days, thanks to the Business Model Canvas, they were able to pitch a viable idea with conviction and clarity. They used it as a tool to cover all the startup-building dimensions.

Guilhem Bertholet, France

I use the Business Model Canvas to teach early stage entrepreneurs across a wide range of industries as a much better way to

TRANSLATE THEIR BUSINESS PLANS INTO THE BUSINESS PROCESSES

that they (will) need to operate their businesses and to insure that they are focused properly on being customer-centric in a way that makes the business as highly profitable as can be.

Bob Dunn, U.S.

I have used the Canvas with a co-founder to design a business plan for a national level contest held by The Economic Times, India. The Canvas enabled me to think through all the aspects of the startup and put together a plan that VCs might find well thought out and attractive to fund.

Praveen Singh, India

We were asked to redesign the language service of an international NGO. The Business Model Canvas was especially helpful to show the links between the needs of people's day-to-day work and a service that was felt too specialized, considered only as an afterthought, and far away from their priorities.

Paola Valeri, Spain

As a startup coach I support teams to create new products and design their businesses. The Business Model Canvas does a great job assisting me to

remind the teams to think holistically about their business and prevents them from getting stuck on details. This helps to make their new venture a success.

Christian Schüller, Germany

The Business Model Canvas has allowed me to establish a common language and framework with colleagues.

I've used the Canvas to explore new growth opportunities, assess uses of new business models by competitors, and to communicate across the organization how we could accelerate technology, market, and business model innovations.

Bruce MacVarish, U.S.

The Business Model Canvas has helped several health care organizations in the Netherlands to make the move from a budget driven governmental value-adding organization.

Huib Raemakers, Netherlands

I used the Canvas with senior managers of a public company to help them restructure their value chain due to changes in sector regulation. The key success factor was to understand which new Value Propositions could be offered to their clients and then translated into internal operations.

Leandro Jesus, Brazil

WE USED 15,000 POST-ITS AND MORE THAN 100 METERS OF BROWN PAPER

to design a future organizational structure in a global manufacturing company. The key of all activities was, however, the Business Model Canvas. It convinced us by its practical applicability, simplicity, and logical cause-and-effect relationships.

Daniel Egger, Brazil

I used the Canvas to do a REALITY CHECK

for my new startup Mupps, a platform where artists can make their own music apps for iPhone and Android phones in minutes. You know what? The Canvas made me even surer of the possible success! So I gotta go, work to do!

Erwin Blom, Netherlands

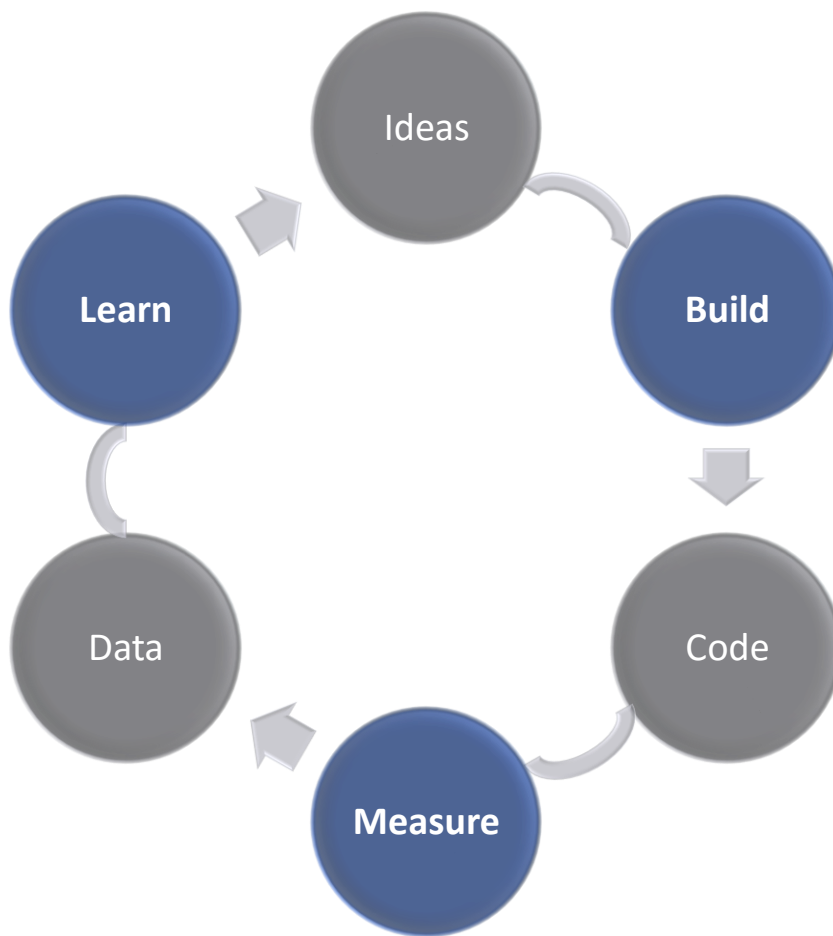
The Business Model Canvas has proven to be a very useful tool for capturing ideas and solutions for e-commerce projects. Most of my clients are SMEs and the Canvas helps them to clarify their current business models and understand and focus on the impact of e-commerce on their organizations.

Marc Castricum, Netherlands

I applied the Canvas to help a company align key staff in order to determine shared goals and strategic priorities, which were used during the planning process and incorporated with the BSC. It also ensured that the chosen initiatives were clearly driven by the new strategic priorities.

Martin Fanghanel, Bolivia

2.4.2. Ελάχιστο Βιώσιμο Προϊόν (Minimum Viable Product-MVP)



Γράφημα 3 Διαδικασίες που χρήζουν ελαχιστοποίησης, πηγή: Eric Ries & Dr Linda Hickman, *The Lean Startup*, LSE, σελ. 24 διαθέσιμο στο: http://www.lse.ac.uk/assets/richmedia/channels/publicLecturesAndEvents/slides/20120112_1830_theLeanStartup_sl.pdf

Στο παραπάνω γράφημα αποτυπώνεται όλη η εννοιολογική διαδικασία του ελάχιστου βιώσιμου προϊόντος, το οποίο στοχεύει στην ελαχιστοποίηση των χρονοβόρων διαδικασιών και μεγάλων σε πόρους απαιτήσεων δημιουργίας προϊόντων και υπηρεσιών. Πρόκειται για μια στρατηγική προσέγγιση που στην βάση της δεν διαφέρει από τις παραδοσιακές τεχνικές marketing και advertising research, αλλά αφορά άμεσα την αξιακή πρόταση που τοποθετείται στα πρώτα στάδια της λιτής επιχειρηματικής εκκίνησης. Το MVP, μετατρέπει τα 4P σε SAVE (Solution, Access, Value, Education/Engagement), επιδιώκοντας μέσα από διάφορα κανάλια (Access) επικοινωνίας και διανομής, οι αγορές-στόχοι να εμπλακούν (Engagement) με την

διαδικασία δημιουργίας του προϊόντος/υπηρεσίας και να αναπτύξουν την αξιακή πρόταση (Value) ως λύση (Solution) για κάποιο πιθανό πρόβλημα που μπορεί να παρουσιάζει. Οι σκοποί του MVP, συγκεντρώνονται:

- Στην δυνατότητα να δοκιμάζεται η υπόθεση με τους ελάχιστους δυνατούς πόρους
- Στην μείωση των ωρών που δαπανούν στην κατασκευή ενός προϊόντος,
- Στην γρηγορότερη παράδοση στον τελικό καταναλωτή
- Στην επιτάχυνση της εκμάθησης
- Στην συνεισφορά ως βάση για άλλα προϊόντα
- Στην συμβολή των αποφάσεων εάν πρέπει να κατασκευαστεί το προϊόν ή όχι

Αναφορικά με τις τεχνικές ως προς το Build-Measure-Learn, θα παρουσιαστούν ενδεικτικά μερικές από αυτές:

- Build: συνέντευξη με τους πελάτες, 5 why's, smoke tests, cross-functional teams, customer development, customer advisory board, customer archetypes, product owner accountability
- Measure: unity tests, usability tests, cloud computing, free and open source components, incremental deployment
- Learn: funnel analysis, split tests, net promoter score, usability tests, clear product owner, search engine marketing, real-time monitoring

You're selling the vision and delivering the minimum feature set to visionaries, not everyone

Steve Blank

2.5. Προστασία Διανοητικής Ιδιοκτησίας

Ένα από τα πιο σημαντικά ζητήματα στην έναρξη μιας νεοφυούς επιχείρησης αποτελεί η προστασία της καινοτόμας ιδέας καθώς και όλης της διαδικασίας μέχρι να φτάσει εκεί ο δημιουργός της επιχείρησης. Ως διανοητική ιδιοκτησία ορίζεται το σύνολο των δικαιωμάτων των δημιουργών που προκύπτουν ως αποτέλεσμα της ανθρώπινης σκέψης, επινοητικότητας και δημιουργικότητας, αποτελώντας άυλα περιουσιακά στοιχεία.

Η πρώτη υποκατηγορία της Διανοητικής Ιδιοκτησίας αποτελεί η Βιομηχανική Ιδιοκτησία η οποία περιλαμβάνει τις εφευρέσεις, αισθητικές δημιουργίες και τα διακριτικά σήματα. Πιο συγκεκριμένα, ως εφεύρεση ορίζεται η επινόηση του ανθρώπινου πνεύματος με σκοπό την επίλυση κάποιου τεχνικού προβλήματος. Μία εφεύρεση δύναται να έχει φυσική οντότητα και να είναι κάποιο προϊόν ή συσκευή, αλλά μπορεί και να είναι κάποια δραστηριότητα όπως μια παραγωγική μέθοδος, μια διεργασία ή χρήση προϊόντος. Εν συνεχεία, τα διακριτικά σήματα περιλαμβάνουν τα εμπορικά σήματα και τις ονομασίες προέλευσης. Το εμπορικό σήμα είναι ένα σύμβολο μέσω του οποίου μια επιχείρηση προσδιορίζει την ταυτότητα των προϊόντων της ή των υπηρεσιών της και την κάνουν να ξεχωρίζει. Τέλος, οι αισθητικές δημιουργίες περιλαμβάνουν τα βιομηχανικά σχέδια τα οποία αποτελούν την εξωτερική εμφάνιση ενός προϊόντος που προκύπτει από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που έχει όπως μια γραμμή, ένα περίγραμμα, το χρώμα, το σχήμα, η μορφή, τα υλικά του ίδιου προϊόντος καθώς και η διακόσμηση³⁹.

Μια ακόμη κατηγορία της Διανοητικής Ιδιοκτησίας αποτελεί η πνευματική ιδιοκτησία. Η εν λόγω κατηγορία περιλαμβάνει όλα τα έργα της λογοτεχνίας, της τέχνης καθώς και του πολιτισμού. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνεται ακόμα, το λογισμικό ηλεκτρονικών υπολογιστών, τα σχεδιαγράμματα, οι χάρτες, τα διαγράμματα ή οποιαδήποτε σχέδια, τα αρχιτεκτονικά έργα, τα ανάγλυφα έργα, οι εγγραφές ήχου, οι τηλεοπτικές και οι ραδιοφωνικές εκπομπές.

Μια τελευταία κατηγορία αναφέρεται στις εμπιστευτικές επιχειρηματικές πληροφορίες, οι οποίες περιλαμβάνουν εμπορικά μυστικά και συμφωνίες εμπιστευτικότητας. Τέτοια παραδείγματα δύνανται να αποτελέσουν η τεχνογνωσία, η οποία έχει αποκτηθεί μέσω εμπειρίας και πρόκειται για σιωπηρή γνώση που δεν μπορεί να προστατευτεί. Οι Εμπιστευτικές Πληροφορίες αφορούν τις επιχειρηματικές πληροφορίες που δεν γνωρίζουν πελάτες, ανταγωνιστές ή πρόσωπα εκτός μιας εταιρείας και τα Εμπορικά Μυστικά περιλαμβάνουν μυστικές ή ιδιοκτησιακές πληροφορίες εμπορικής αξίας.

Σχετικά με την Ελλάδα τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσει κάποιος για να κατοχυρώσει ένα δίπλωμα ευρεσιτεχνίας πρέπει να:

- Καταθέσει μια αίτηση προέρευνας στο Εθνικό Μητρώο Τίτλων
- Συντάξει την αίτηση
- Πραγματοποιήσει έρευνα και μελέτη της έκθεσης έρευνας
- Καταβάλει μια πιθανή αναδιατύπωση και κατάθεση της εντός 12 μηνών για ευρωπαϊκό ή διεθνές δίπλωμα με επίκληση της ελληνικής προτεραιότητας

³⁹ http://www.liaison.uoc.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=89&lang=el (Κέντρο Μεταφοράς Τεχνολογίας και Ανάπτυξης)

Εν κατακλείδι, η προστασία της Διανοητικής Ιδιοκτησίας αποκτά ολοένα και περισσότερο ενδιαφέρον όχι μόνο για να καλύψει τις ανησυχίες των νεοφυών επιχειρηματιών αλλά και γιατί αποτελούν άυλα περιουσιακά στοιχεία τα οποία πλέον ανέρχονται στο 62% τη κεφαλαιοποίησής τους ενώ στις τεχνολογικές επιχειρήσεις το ποσοστό αυτό ανέρχεται σε 85%.

Πληροφορίες σχετικά με την προστασία, τις διαδικασίες και την παρακολούθηση των δικαιωμάτων υπάρχουν ισότοποι και υπηρεσίες που υποβοηθούν τις εν λόγω διαδικασίες:

- Το Εθνικό Μητρώο Τίτλων επιτρέπει στους ενδιαφερόμενους να συμβουλευτούν από το σπίτι ή την εργασία τους στοιχεία τίτλων βιομηχανικής ιδιοκτησίας, που έχουν κατατεθεί στην Ελλάδα και έχουν δημοσιευθεί στο Ειδικό Δελτίο Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας⁴⁰
- Η Innovaccess⁴¹ αποτελεί μια ιστοσελίδα η οποία διαχειρίζεται την κοινοπραξία του έργου Αξία πνευματικής ιδιοκτησίας για τις ΜΜΕ, στα πλαίσια της δράσης του προγράμματος *Ορίζοντας 2020 Καινοτομίας*, παρέχοντας όλες τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με την Διανοητική Ιδιοκτησία για τις ΜΜΕ
- Το Ευρωπαϊκό γραφείο για τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας ασχολείται με θέματα σχετικά με την καινοτομία, την ανταγωνιστικότητα και την οικονομική ανάπτυξη σε όλη την Ευρώπη, καθώς και όλες τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με την πνευματική ιδιοκτησία.⁴²

2.6. Δομές υποστήριξης

Αναμφισβήτητα, ορισμένοι φορείς προωθούν την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα όπως τα πανεπιστήμια, τα κέντρα καινοτομίας οι συνεργατικοί χώροι και τα τεχνολογικά πάρκα. Πιο συγκεκριμένα, τα *πανεπιστήμια* προσφέρουν όλα εκείνα τα ερευνητικά εργαλεία και χώρους για την έρευνα και ανάπτυξη νέων και καινοτόμων προτάσεων, προσφέροντας την δυνατότητα συνεργασίας με κυβερνητικούς οργανισμούς και ανάπτυξης καινοτομικών τεχνολογιών, όπως είναι το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Συμπληρωτικά το ΕΣΚ⁴³ με βασικούς πυλώνες τα πανεπιστήμια, τις επιχειρήσεις, την τεχνολογία⁴⁴ και το θεσμικό περιβάλλον αποτελεί ένα διευρυμένο πλαίσιο αναφοράς που περιλαμβάνει όλους τους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς

⁴⁰ www.obj.gr

⁴¹ www.innovaccess.eu

⁴² www.epo.org

⁴³ Εθνικό Σύστημα Καινοτομίας

⁴⁴ Λειτουργούν τα γραφεία μεταφοράς τεχνολογίας αναγνωρίζοντας διαθέσιμες τεχνολογίες εντός των πανεπιστημίων ή ερευνητικών οργανισμών για προώθησή τους σε επιχειρήσεις

που εκτελούν κρίσιμες και αναγκαίες λειτουργίες για τη δημιουργία κλίματος συντήρησης και ανάπτυξης της καινοτομίας μιας χώρας ή μιας περιοχής (Χατζηκωνσταντίνου Γ. & Γωνιάδης Η., 2009: 297). Η μεταφορά τεχνολογίας από τα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά κέντρα συνήθως συσχετίζεται με την κατοχύρωση της διανοητικής ιδιοκτησίας του οργανισμού, έχοντας την δυνατότητα να τα προστατεύει και να τα διαχειρίζεται.

Αναλυτικότερα, τα *κέντρα καινοτομίας* (BICs⁴⁵) με γραφεία ανά γεωγραφικές περιοχές προσφέρουν την προώθηση και υποστήριξη καινοτομικών δραστηριοτήτων, την συμβουλευτική υποστήριξη και αξιολόγηση εφευρέσεων, υποστήριξη σε θέματα δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και καταχώρησης ευρεσιτεχνιών, υπηρεσίες διαχείρισης έργου (project management) και υποστήριξη ανάπτυξης πρωτοτύπων, τη διευκόλυνση ίδρυσης startup επιχειρήσεων, συνεργασία με θερμοκοιτίδες και τεχνολογικά πάρκα, αρκετές εκπαιδευτικές δραστηριότητες σε θέματα επιχειρηματικότητας και καινοτομίας και ένα διεθνές δίκτυο συνεργασίας και επιχειρηματικών επαφών⁴⁶.

Επίσης, οι *συνεργατικοί χώροι* (*co-working spaces*) εντάσσονται στην γενικότερη ιδέα των innovation hubs που έχουν ως σκοπό την τόνωση της απασχόλησης και την ανασυγκρότηση παραγωγικών δραστηριοτήτων. Τα co-working spaces αποτελούν ένα συμπληρωματικό εργαλείο των κέντρων καινοτομίας και επιχειρηματικότητας καθώς συνίστανται στην ενοικίαση χώρου γραφείου σε έναν ανοιχτό χώρο για μια πολύ ευέλικτη χρονική περίοδο, ο οποίος χώρος μοιράζεται με άλλους χρήστες που προέρχονται από διαφορετικά υπόβαθρα όπως επιχειρηματίες, ερευνητές, φοιτητές και startup επιχειρήσεις, συνεργαζόμενοι σε ένα project προσφέροντας ο καθένας τις γνώσεις τις οποίες κατέχει, προωθώντας με αυτόν τον τρόπο την συνεργασία, την δημιουργικότητα και την μετάδοση γνώσης ή εμπειρίας. Ορισμένα από τα πιο σημαντικά co-working spaces, αποτελούν τα Foundation, the Cube, Iqbility και Cosmote startup. Εντός των συνεργατικών χώρων υπάρχει ένας συντονιστής ο οποίος έχει ως στόχο να βοηθήσει στην υλοποίηση ενεργειών όπως η χαρτογράφηση του οικοσυστήματος γύρω από τον τομέα ενδιαφέροντος, ενέργειες οι οποίες προσελκύουν όλους τους ενδιαφερόμενους, την αποτελεσματική αλληλεπίδραση μεταξύ των ενδιαφερόντων για ανταλλαγή πληροφοριών και τεχνολογίας καθώς και την εκπόνηση μελετών.

Ακόμα, τα *τεχνολογικά και επιστημονικά πάρκα*⁴⁷ αποτελούν την κοιτίδα προώθησης της τεχνολογίας και της καινοτομίας στην αγορά. Σαφώς τα κέντρα αυτά ασχολούνται και με υπάρχουσες επιχειρήσεις αναπτύσσοντας τον υπάρχοντα εξοπλισμό ή το τμήμα έρευνας και

⁴⁵ Business Innovation centers

⁴⁶ <http://www.technopolis.gr/pages/bic>, (πρόσβαση στις 23/5/2016)

⁴⁷ «οργανισμός που διοικείται από εξειδικευμένους επαγγελματίες, των οποίων κύριος στόχος είναι η αύξηση του πλούτου της κοινότητάς τους, προωθώντας την κουλτούρα της καινοτομίας και της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων τις οποίες φιλοξενεί και οι οποίες σχετίζονται και με οργανισμούς παραγωγής γνώσης» (International Association of Science Parks)

ανάπτυξης (R&D), με ένα φάσμα υψηλών τεχνολογιών. Τα πάρκα αυτά προσφέρουν στις νεοφυείς επιχειρήσεις το πλεονέκτημα της διείσδυσης σε υπάρχουσες τεχνολογίες που υπό άλλες συνθήκες δεν θα ήταν εφικτό να γνωρίσουν λόγω περιορισμένων πόρων. Στην Ελλάδα λειτουργούν επτά τεχνολογικά και ερευνητικά πάρκα στις πόλεις Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Κρήτη, Θεσσαλία και στην Ήπειρο.

Εν συνεχεία, στην Ελλάδα ο θεσμός των μεντόρων (mentoring) έχει αναπτυχθεί και εξελιχθεί με ραγδαίο ρυθμό ακόμη και εν μέσω κρίσης με σεμινάρια, ημερίδες και θερμοκοιτίδες νεοφυών επιχειρήσεων. Ειδικότερα, διάφορα στελέχη ή επιχειρηματίες βοηθούν τους νέους επιχειρηματίες να κατανοήσουν και να αντεπεξέλθουν στις συνθήκες του επιχειρηματικού κόσμου. Ορισμένοι από τους φορείς που διοργανώνουν τέτοιες ενέργειες αποτελεί το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών με την εξειδικευμένη μονάδα καινοτομίας και επιχειρηματικότητας, ιδιωτικές επιχειρήσεις με επιδότηση από την ΕΕ καθώς και οι θερμοκοιτίδες (incubators) νέων επιχειρήσεων. Ενδεικτικά παρουσιάζονται μερικές από αυτές⁴⁸:

- Open Coffee Αθήνας: διοργανώνεται στο Μουσείο Μπενάκη και περιλαμβάνει παρουσίαση νεοφυών επιχειρήσεων, σύντομες παρουσιάσεις, ερωτοαπαντήσεις και δραστηριότητες δικτύωσης
- Πρόγραμμα Egg (Enter-Grow-Go): αποτελεί μια συνεργασία του ομίλου Eurobank και του Corallia, για την δημιουργία ενός προγράμματος ενίσχυσης της νέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, παρέχοντας ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο επιχειρηματικής επώασης (incubation), επιτάχυνσης (acceleration) και συνεργασίας (co-working), προσφέροντάς τους μια σειρά από υποστηρικτικές δράσεις
- Πρόγραμμα Aephoria: αποτελεί ένα νέο πρόγραμμα εκκίνησης και υποστήριξης νεοφυών επιχειρήσεων στον τομέα της πράσινης οικονομίας, αποτέλεσμα της πρωτοβουλίας της ΜΚΟ Οργάνωση Γη
- Θερμοκοιτίδα IQbility: μια θερμοκοιτίδα που δημιουργήθηκε από την συνεργασία της Quest Group και της PJTechCatalyst fund και παρέχει υποδομές, υπηρεσίες, mentoring και χρηματοδότηση
- Innovation Farm: αποτελεί όχι μόνο θερμοκοιτίδα αλλά και επιταχυντής (accelerator) με το ειδικό πρόγραμμα επιτάχυνσης Stage One
- COSMOTE StartUp: σε συνεργασία με τον φορέα StartIgniter, υλοποιούν νέες ιδέες σε επιχειρείς με ταυτόχρονη υποστήριξη μέσω τετράμηνης εκπαίδευσης

⁴⁸ Επιδότηση και επιχειρηματικότητα, 6 θερμοκοιτίδες για την ανάπτυξη των νέων επιχειρήσεων, 2013, διαθέσιμο στο: www.epidotisimag.gr (πρόσβαση στις 15/6/2016)

- Metavallon: προσφέρει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα εκπαίδευσης και υποστήριξης startups, Startup Series, βασιζόμενο σε πρακτική μάθηση σε διεθνή κέντρα επιχειρηματικότητας όπως η Νέα Υόρκη και η Σίλικον Βάλεϊ

Οι *θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων* (business incubators) είναι οργανισμοί ή μηχανισμοί που λειτουργούν σε τρία στάδια το πρώιμο(προ-θερμοκοιτίδα), το αρχικό(θερμοκοιτίδα) και το στάδιο ανάπτυξης(επιτάχυνσης), μέσω κρατικής χρηματοδότησης ή ευρωπαϊκής⁴⁹, με σκοπό τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας και σκοπού μέσω της στέγασης και υποστήριξης νέων καινοτόμων επιχειρήσεων, προσφέροντας υποδομές μέχρι το στάδιο της ωρίμανσης της επιχείρησης. Οι άνω θερμοκοιτίδες αποτελούν μια σημαντική προσπάθεια συνεργασίας ιδιωτικών και δημοσίων φορέων να αναπτύξουν τις νέες ιδέες και να εξοπλίσουν τους νέους επιχειρηματίες με τα κατάλληλα εφόδια για την ανάπτυξη επιτυχημένων επιχειρήσεων. Ακόμα, όλες αυτές οι προσπάθειες εμμέσως αναπτύσσουν την ανταγωνιστικότητα και τονώνουν την οικονομία της Ελλάδας σε περιόδους κρίσης. Στόχος τους δεν αποτελεί μόνο η πραγματοποίηση οικονομιών κλίμακας αλλά και η μείωση του συναλλακτικού κόστους (transaction costs) των επιχειρήσεων αναφορικά με την αναζήτηση συνεργασιών και τη δημιουργία brand name. Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων συσσεγάζουν επιχειρήσεις σε κατάλληλα διαμορφωμένους χώρους, ώστε να επιτυγχάνεται (Λιβιεράτος Αντώνης, 2013:76):

- μείωση του κόστους,
- μείωση του χρόνου έναρξης λειτουργίας,
- δικτύωση των επιχειρήσεων,
- ανάπτυξη συνεργειών μεταξύ των συσσεγαζόμενων επιχειρήσεων,
- δικτύωση των επιχειρήσεων με εξειδικευμένους συνεργάτες της θερμοκοιτίδας

Επιπρόσθετα, οι τεχνολογικές startup προκειμένου να εδραιωθούν και να αναπτυχθούν ενώνονται σε *συνεργατικούς σχηματικούς (clusters)*, οι οποίοι έχουν ως στόχο τη δημιουργία ολοκληρωμένων παραγωγικών οικοσυστημάτων με κεντρικό άξονα την καινοτομία και την εξωστρέφεια. Βασική προϋπόθεση λειτουργίας τους αποτελεί ο ορισμός ενός γεωγραφικού σημείου συγκέντρωσης των μελών είτε την συνεργασία τους με κάποιους από τους παραπάνω φορείς όπως τα πανεπιστήμια ή τα ερευνητικά κέντρα. Η συμμετοχή στα clusters μπορεί να ωφελήσει στην πρόσβαση σε διεθνείς αγορές, σε περαιτέρω συνεργασίας, στην δημιουργία οικονομιών κλίμακας, στην ανάπτυξη τεχνογνωσίας καθώς και την εύρεση επενδυτών. Η συμμετοχή των ελληνικών τεχνολογικών startup σε clusters μέσω ερευνών δείχνει ετησίως υψηλότερο ποσοστό πωλήσεων καθώς και ρυθμός ανάπτυξης συγκριτικά με τις υπόλοιπες startup του κλάδου που δεν συμμετείχαν

⁴⁹ Βλ κεφάλαιο 3.1.

Συμπληρωτικά μια τελευταία νέα τάση αποτελούν οι επιταχυντές επιχειρήσεων, οι οποίοι αποτελούν δομές οι οποίες περιλαμβάνουν τόσο την υποστήριξη της ωρίμανσης των επιχειρήσεων όσο και την ώθηση των νέων εγχειρημάτων, με σκοπό να υλοποιήσουν με ταχύ ρυθμό το business πλάνο τους με την βοήθεια μεντόρων, αποτελεί μια γρήγορη αλλά πολύ-επίπεδη συμβουλευτική υπηρεσία που περιλαμβάνει όλες τις πτυχές του συμβουλευτικού management. Τέλος, ο τρόπος λειτουργίας τους ανταποκρίνεται περισσότερο σε τεχνολογικά προσανατολισμένες startup καθώς και σε startup έντασης γνώσης λόγω των χαρακτηριστικών ανάπτυξης τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Χασσίδ Ιωσήφ & Φαφαλίου Ειρήνη (2011), *Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις*, Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική

Deakins David & Mark Freel (2015), *Επιχειρηματικότητα και μικρές επιχειρήσεις: νεοφυείς επιχειρήσεις*, Αθήνα, εκδοτικός οίκος Rosili

Λαμπρόπουλος Παναγιώτης (2008), *Επιχειρηματικότητα :σχεδιασμός και ανάπτυξη των επιχειρήσεων στην κοινωνία της πληροφορίας*, Αθήνα. Εκδόσεις

Μελέτες

Λιβιεράτος Αντώνης (2013), *Οδηγός καινοτομίας για μικρές επιχειρήσεις*, Αθήνα, Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Πρόνοιας

Ξενόγλωσση

Άρθρα

Eric Ries & Dr Linda Hickman, *The Lean Startup*, London School of Economics

Robehmed Natalie (2013), *What is a startup?*, Forbes

Steve Blank (2013), *Why the Lean Start-up changes Everything*, Harvard Business Review

Μελέτες

Entrepreneurship and investment opportunities in Greece today, Endeavor

Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2009), *Business Model Generation*

Σύνδεσμοι

www.forbes.com

www.startupgreece.gov.gr

www.startup.gr

www.startupawards.gr

www.greekstartups.com

www.hellenicstartups.gr

www.eitictlabs.eu

www.hbr.org

www.entrepreneurship.saddleback.edu

www.startupper.gr

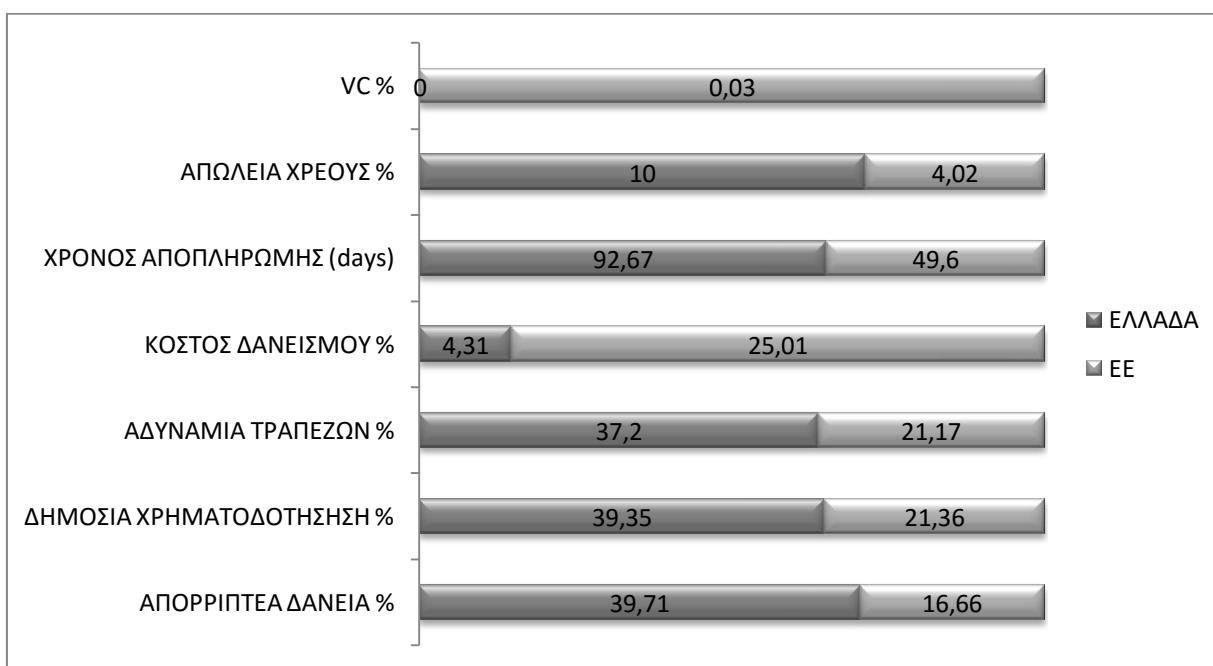
www.endeavor.org.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΗΤΗΣΗ

Εισαγωγή

Αναμφισβήτητα, η αυξανόμενη σημασία της καινοτομίας έχει αναδείξει τόσο την έννοια της χρηματοδότησής όσο και την πρόσβαση σε αυτή μέσω νέων εγχειρημάτων αποτελώντας ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα στην εκδήλωση της επιχειρηματικότητας. Σαφώς, ο τραπεζικός δανεισμός για τον οποίο θα γίνει λόγος παρακάτω, τείνει να περιορίζεται λόγω της γενικότερης δημοσιονομικής κατάστασης. Ωστόσο, εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης αναπτύσσονται στα πλαίσια της τραπεζικής χρηματοδότησης, βοηθώντας τις νέες επιχειρήσεις να εδραιωθούν. Έρευνα του ΙΟΒΕ κατέδειξε ότι περίπου 220.000 ΜΜΕ από τις 700.000, έλαβαν τραπεζική χρηματοδότηση ενώ οι υπόλοιπες κατέφυγαν σε εναλλακτικές πηγές με κυρίαρχη την αυτοχρηματοδότηση.



Διάγραμμα 7 Παρουσίαση μεταβλητών εισόδου στην χρηματοδότηση μεταξύ Ελλάδας και ΕΕ (2014), ΠΗΓΗ: European Commission

Οι λόγοι που καθιστούν δύσκολο εγχείρημα πλέον τον τραπεζικό δανεισμό προς τις ΜΜΕ, αποτελούν κυρίως οι εγγυήσεις που αδυνατούν οι εν λόγω επιχειρήσεις να προσφέρουν στην τράπεζα και ο μικρός βαθμός επίδοσής τους και ως εκ τούτου της πιστοληπτικής τους ικανότητας. Ωστόσο, αυτό το κενό η ΕΕ καλύπτει μέσω αρκετών κοινοτικών προγραμμάτων τα οποία υποστηρίζονται από την ΕΤΕΑΝ ΑΕ, για την ανάπτυξη και στήριξή τους.

Σε κάθε περίπτωση η διαδικασία χρηματοδότησης και ιδίως της τραπεζικής αποτελεί μια ιδιαίτερη διαδικασία κατά την οποία όχι μόνο απαιτείται η ύπαρξη της καινοτόμας ιδέας αλλά και μια σειρά από άλλες παραμέτρους σύμφωνα με τις οποίες εξετάζεται το εγχείρημα και αποτιμάται το επίπεδο κινδύνου του.

3.1. Τραπεζικός δανεισμός

Ο τραπεζικός δανεισμός αποτελεί την παραδοσιακή μορφή δανεισμού της επιχειρηματικής δραστηριότητας, η οποία συμπεριλαμβάνεται στις ενεργητικές τραπεζικές εργασίες, δηλαδή στις εργασίες εκείνες, με τις οποίες οι τράπεζες διοχετεύουν τα χρηματικά διαθέσιμα που αποκτήθηκαν από τις καταθέσεις στις διάφορες παραγωγικές δραστηριότητες ή εναλλακτικά μέσω του ταμείου ενίσχυσης μικρομεσαίων επιχειρήσεων ΕΤΕΑΝ ΑΕ⁵⁰ με παράλληλη ενίσχυση από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων, το Ευρωπαϊκό ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και το ΤΑΝΕΟ⁵¹, ταυτίζοντας σε πολλά σημεία λόγω συνεργασίας οργανισμών με τις τράπεζες, την τραπεζική χρηματοδότηση με τις ευρωπαϊκές επιχορηγήσεις. Παρά την ανάπτυξη και άλλων μορφών χρηματοδότησης, μία στις τρεις νέες επιχειρήσεις καταφεύγουν στην τραπεζική χρηματοδότηση.

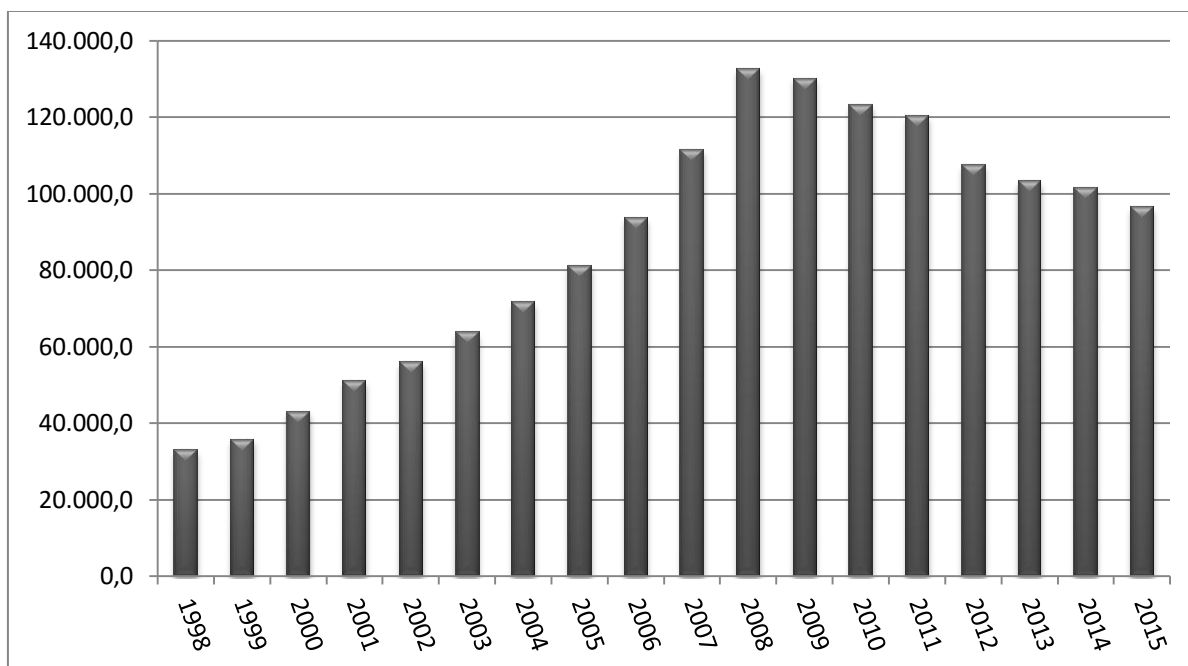
Πλέον ο τραπεζικός δανεισμός έχει μεταβάλλει τις πρακτικές, οι οποίες υποστηρίζονται από τεχνικές χρηματοοικονομικών μοντέλων και βαθμολόγησης πιστωτικού προφίλ, τα οποία παράγουν ένα αποτέλεσμα που δείχνει την κατηγορία για τη δύναμη της αίτησης ως προς τον βαθμό κινδύνου-οφέλους. Σαφώς για τις επιχειρήσεις που εξετάζονται στην εν λόγω μελέτη, και κυρίως οι ΜΜΕ⁵², καθίσταται σαφές ότι η χρήση τέτοιων πρακτικών αποτελεί μια περίπλοκη διαδικασία καθώς δεν υπάρχει ιστορικό εμπορικών συναλλαγών, οπότε και χρησιμοποιούνται άλλα κριτήρια όπως το πιστοληπτικό προφίλ του επιχειρηματία, η εμπειρία, ο κλάδος, η

⁵⁰ Προκάτοχος αποτελεί το ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ

⁵¹ Βλ. 3.2.3.

⁵² Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις(ΜΜΕ) είναι οι επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζόμενους και είναι ανεξάρτητες από μεγαλύτερες εταιρείες. Ο ετήσιος κύκλος εργασιών τους δεν υπερβαίνει τα 50 εκ. ευρώ και/ή ο ετήσιος συνολικός ισολογισμός τους δεν υπερβαίνει τα 43 εκ. ευρώ (Χατζηκωνσταντίνου Γ. & Γωνιάδης Η., 2009:313)

τοποθεσία και η ηλικία προκειμένου να συνταχθεί το προφίλ και να καταλήξει στο τμήμα έγκρισης πιστώσεων.

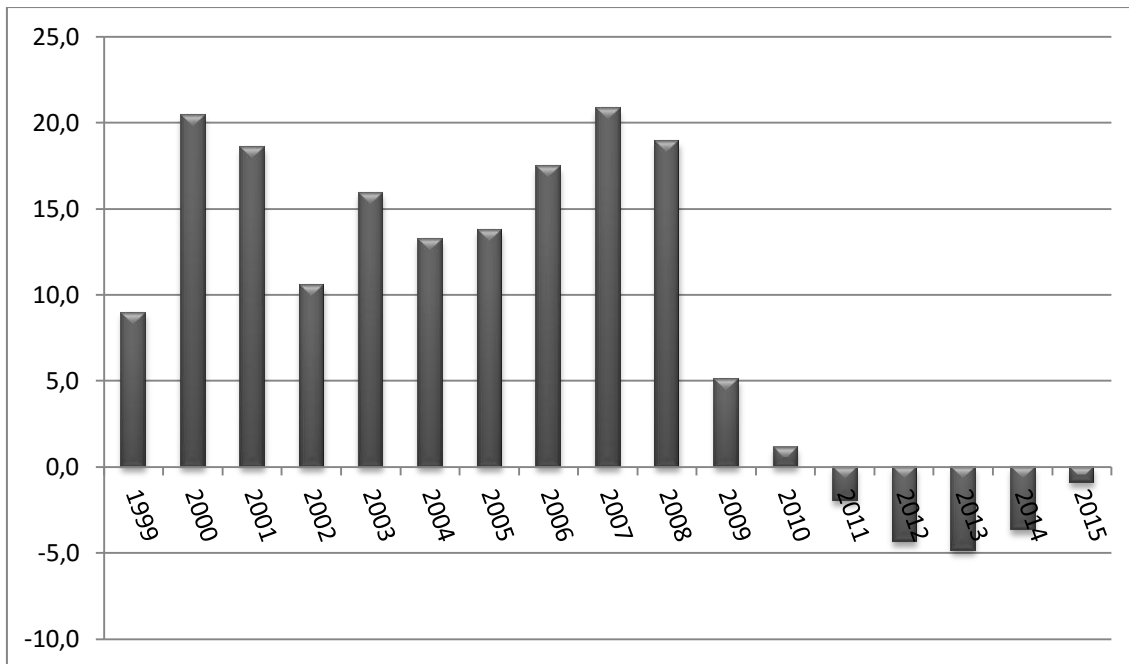


Διάγραμμα 8 Χρηματοδότηση επιχειρήσεων σε εκατ. ευρώ από τις τράπεζες, πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Στο άνω διάγραμμα⁵³ παρουσιάζεται η διαχρονική χρηματοδότηση των επιχειρήσεων, στο οποίο διαφαίνεται ότι από το 1998 μέχρι το 2010 μια ανοδική τάση λόγω των συνεχών επιδοτήσεων από την ΕΕ μέσω του ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ και την συμμετοχή των τραπεζικών ιδρυμάτων της χώρας και της γενικότερης δημοσιονομικής κατάστασης που συνέβαλε στην συνεχή ανάπτυξη των νέων επιχειρήσεων. Από το 2009 και έπειτα σύμφωνα με τις εκθέσεις του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος το ποσό ανά έτος ελαχιστοποιείται, το οποίο διαφαίνεται και από το ρυθμό μεταβολής μεταξύ των ετών, όπως παρουσιάζεται στο διάγραμμα 8.

Ο ρυθμός μεταβολής απεικονίζει με πιο εμφανή τρόπο ότι από το 2009-2014 οι δυνάμεις της προσφοράς και της ζήτησης έχουν άμεσο αντίκτυπο στον ρυθμό μεταβολής των χρηματοδοτήσεων, αυξάνοντάς την αρνητικά μέχρι το 2014. Ωστόσο, παρατηρείται ότι από το 2015, ο ετήσιος ρυθμός μείωσης της τραπεζικής χρηματοδότησης προς τις ΜΜΕ σταδιακά περιορίστηκε σε -1,2% (2015), από -4,4%(2014), αναδεικνύοντας ότι η εξέλιξη της τραπεζικής χρηματοδότησης των επιχειρήσεων μειώθηκε σε επίπεδο παροχής αλλά με μικρότερη ταχύτητα από το 2014.

⁵³ Στο διάγραμμα παρουσιάζονται τα ποσά ανά Δεκέμβρη



Διάγραμμα 9 Ετήσιος ρυθμός μεταβολής χρηματοδοτήσεων προς τις επιχειρήσεις πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Σαφώς ο τραπεζικός δανεισμός εμπεριέχει πολλές παραμέτρους οι οποίες μεταβάλλονται ανάλογα με την φύση και το είδος της επιχείρησης. Η εκάστοτε τράπεζα είναι επιφυλακτική ως προς την έκδοση δανείων, εναλλάσσοντας τα επιτόκια, τον χρόνο αποπληρωμής και τους όρους. Ωστόσο προκειμένου μια επιχείρηση να ιδρυθεί χρειάζεται δύο είδη κεφαλαίου, αρχικό και κίνησης. Το αρχικό κεφάλαιο απαιτείται για τις δαπάνες ίδρυσης και οργάνωσης καθώς και για την αγορά πρώτων υλών. Ενώ το κεφάλαιο κίνησης είναι απαραίτητο για την κάλυψη της αξίας των αποθεμάτων καθώς και για την κάλυψη της διαφοράς μεταξύ απαιτήσεων και υποχρεώσεων. Τα τραπεζικά δάνεια διακρίνονται ανάλογα με την διάρκειά τους σε:

- **Βραχυπρόθεσμα ή δάνεια κεφαλαίου κίνησης** (μέχρι 18 μήνες), στοχεύουν στην βελτίωση της ρευστότητας της επιχείρησης, καλύπτοντας κυρίως τις αγορές εμπορευμάτων αλλά και άλλες συναλλαγές όπως πιστώσεις για την κίνηση κεφαλαίων, προεξοφλήσεις συναλλαγματικών και καταναλωτικά. Τα εν λόγω δάνεια διακρίνονται σε δυο επιμέρους κατηγορίες τα ανοιχτά ή ανακυκλούμενα δάνεια και τους αλληλόχρεους λογαριασμούς
- **Μεσοπρόθεσμα δάνεια** (από 3 έως 8 έτη) χορηγούνται για την αγορά εξοπλισμού
- **Μακροπρόθεσμα δάνεια** (από 8-30 έτη), περιλαμβάνουν τα δάνεια για την απόκτηση επαγγελματικής στέγης και οτιδήποτε συσχετίζεται επενδυτικές δραστηριότητες, διακρίνονται για το χαμηλό τους επιτόκιο λόγω της μεγαλύτερης διάρκειας αποπληρωμής τους. Ένα παράδειγμα εξασφάλισης της επιχείρησης αποτελεί το “επιχειρείν 360°” της

τράπεζας Πειραιώς, το οποίο στα πλαίσια του ΕΣΠΑ 2014-2020 εξασφαλίζει υπό όρους⁵⁴ την ανάπτυξη μιας επιχείρησης, διαχείριση και παροχή τρόπων βελτίωσης.

3.2. Συνεργασία τραπεζών με θεσμικούς φορείς

Αναμφισβήτητα, οι τράπεζες πλέον αδυνατούν να παράσχουν δάνεια από τα κεφάλαιά τους καθώς κάτι τέτοιο θα δημιουργούσε πρόβλημα ρευστότητας. Σε αυτό το κενό θεσμικοί φορείς δημιούργησαν μια σειρά από ταμεία συγχρηματοδοτούμενα τόσο από το ελληνικό Δημόσιο όσο και από κονδύλια της ΕΕ ούτως ώστε να βοηθήσουν την ανάπτυξη των ΜΜΕ. Τα εν λόγω ταμεία συνεργάζονται με τα τραπεζικά ιδρύματα της χώρας για την εκπλήρωση του σκοπού αυτού.

3.2.1. Τ.Ε.Μ.Π.Μ.Ε. Α.Ε.

Το Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων λειτουργεί με την μορφή Ανώνυμης Εταιρείας είναι μια ανώνυμη εταιρεία του Ελληνικού Δημοσίου που ιδρύθηκε βάσει του Νόμου 3066/2002 και αποτελεί σύνδεσμο ανάμεσα στις Ελληνικές Μικρές και Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις οποιασδήποτε μορφής (ατομικές, Ο.Ε., Ε.Ε., Ε.Π.Ε., Α.Ε.) ή νεοσύστατες και στις Τράπεζες. Το μετοχικό κεφάλαιο της (ύψους 240 εκατ. ευρώ) έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση/ΕΤΠΑ (67%) και το Ελληνικό Δημόσιο (33%). Η Πράξη «Ίδρυση και λειτουργία της ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ» εντάχθηκε στο Γ΄ ΚΠΣ το 2003. Επίσης, δύναται να διαχειρίζεται και να υλοποιεί προγράμματα που χρηματοδοτούνται από τον Κρατικό Προϋπολογισμό ή το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων, κοινοτικά ή διακρατικά προγράμματα, Προγράμματα Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης ή άλλα παρεμφερή προγράμματα ή χρηματοδοτικά μέσα. Οι ενισχύσεις που παρέχονται από την ΤΕΜΠΜΕ υπόκεινται στους Κανονισμούς ΕΚ 69/2001 και 1998/2006, περί ενισχύσεων ήσσονος σημασίας.

Ως σκοπό έχει την διευκόλυνση της πρόσβασης μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων όλων των κλάδων, υφιστάμενων ή νεοφυών στην αγορά κεφαλαίων, με παράλληλη προώθηση του τεχνολογικού και οργανωτικού εκσυγχρονισμού καθώς και την εισαγωγή καινοτομιών στην οργάνωση και λειτουργία τους. Παρέχει υποστήριξη στις νεοϊδρυόμενες και υφιστάμενες και

⁵⁴ Αναφέρεται σε ελεύθερους επαγγελματίες και ΜΜΕ με τζίρο έως 2,5 εκ € που πρόκειται να ενταχθούν σε δράσεις του ΕΣΠΑ 2014 - 2020

βιώσιμες ΜΜΕ όλων των κλάδων και τομέων της οικονομίας, σε όλα τα στάδια του επιχειρηματικού κύκλου. Ακόμα, στηρίζει τις επιχειρήσεις που έχουν δυσκολία ή αδυναμία πρόσβασης στην χρηματοδότηση και τις επιχειρήσεις των οποίων οι δραστηριότητες λαμβάνουν υψηλότερο, του μέσου όρου της αγοράς κίνδυνο και κάλυψη μεσο-μακροπρόθεσμων οικονομικών κινδύνων. Οι βασικοί της στρατηγικοί στόχοι αποτυπώνονται στους εξής:

- Δημιουργία ορθολογικής διασποράς των κινδύνων (ανά μέγεθος, ανά τράπεζα, ανά περιφέρεια, ανά διάρκεια) με σκοπό την κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη και τον περιορισμό των οικονομικών και περιφερειακών ανισοτήτων
- Επιμερισμό του κινδύνου μεταξύ ΜΜΕ, των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων και της ΤΕΜΠΜΕ (loss sharing principle).
- Προώθηση συνεργασιών με ευρωπαϊκούς οργανισμούς όπως η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων, με σκοπό την ενσωμάτωση σχετικών προγραμμάτων και την εισαγωγή ειδικής τεχνογνωσίας.
- Μείωση του συνολικού κόστους δανεισμού
- Συγκράτηση των καταπτώσεων των εγγυήσεων σε χαμηλά επίπεδα, με σκοπό την αποφυγή απομείωσης του αρχικού μετοχικού κεφαλαίου της

Προκειμένου να επιτευχθούν τα παραπάνω η εν λόγω εταιρεία⁵⁵ παρέχει εγγυήσεις – αντεγγυήσεις, υπέρ των ΜΜΕ για την κάλυψη υποχρεώσεών τους έναντι πιστωτικών και χρηματοδοτικών ιδρυμάτων, οι οποίες απορρέουν από χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες συμβάλλοντας στην κάλυψη αναγκών σε Κεφάλαια Κίνησης όπως:

- **Επενδύσεις**(πάγια) σε κάθε μορφή μεσο-μακροπρόθεσμου δανείου
- **Κεφάλαια κινήσεως** που αφορούν βραχυπρόθεσμα δάνεια Κεφαλαίου Κινήσεως για την κάλυψη αναγκών που προκύπτουν από την επένδυση
- **Λοιπά δάνεια** προς τους ιδιοκτήτες, δυνητικούς ιδιοκτήτες καθώς και τους διοικούντες των ΜΜΕ για την απόκτηση, μεταβίβαση, διατήρηση ή επέκταση συμμετοχών
- **Εγγυητικές επιστολές**⁵⁶ υπέρ ΜΜΕ που δεν θα εγγυώνται ωστόσο πληρωμή υποσχέσεων σε άλλες τράπεζες ή πιστωτικά ιδρύματα

Επίσης, εγγυάται την κάλυψη μέρους των δανείων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που χορηγούνται από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα της χώρας, παρέχοντας την δυνατότητα σε επενδυτικά σχέδια τα οποία δεν διαθέτουν μη επαρκείς εξασφαλίσεις, να εγκριθούν και να θεωρηθούν βιώσιμα.

⁵⁵ Από το 2004 έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση με μετοχικό κεφάλαιο €240 εκατ. €.

⁵⁶ Τρόπος εξασφάλισης μέσω της τράπεζας των νομίμων συμβατικών ή οικονομικών υποχρεώσεων της εταιρίας σας προς τρίτους

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ- ΔΡΑΣΗ 2.10.2.

Το εν λόγω πρόγραμμα στηρίζει τις ΜΜΕ είτε υφιστάμενες, νεοσύστατες ή υπό σύσταση επιχειρήσεις οποιασδήποτε νομικής μορφής, που έχουν έδρα την Ελλάδα, απασχολούν μέχρι 50 εργαζομένους και εμφανίζουν ετήσιο κύκλο εργασιών έως 10 εκατ. ευρώ με στόχο, την προώθηση της ρευστότητας και της επιχειρηματικότητας. Αφορά τις εξής κατηγορίες:

- Για την ίδρυση μικρών ή την ανάπτυξη νέων μικρών επιχειρήσεων
- Για πολύ μικρές επιχειρήσεις
- Για μικρές επιχειρήσεις
- Μικρο-δάνεια πολύ μικρών επιχειρήσεων
- Για εξαγορές, συγχωνεύσεις, μεταβιβάσεις μικρών επιχειρήσεων

Οι παρεχόμενες εγγυήσεις κάλυπταν μέρος του ύψους της χρηματοδότησεως και κυμαίνονταν σε ποσοστό από 45 – 80% για δάνεια από 10.000-500.000 ευρώ ανάλογα με την υπαγωγή της επιχειρήσεως στα Προγράμματα του ΤΕΜΠΜΕ και σύμφωνα με την προτεινόμενη επένδυση. Η επιδότηση επιτοκίου διαμορφωνόταν σε 6 μονάδες με σκοπό την μείωση του κόστους δανεισμού, με διάρκεια τα 10 έτη⁵⁷.

Εγγύηση από την ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ Χαμηλότοκων Δανείων για την κάλυψη δαπανών αγοράς πρώτων υλών, εμπορευμάτων και υπηρεσιών

Το εν λόγω πρόγραμμα αποτέλεσε μια ακόμη προσπάθεια ανάπτυξης των ΜΜΕ ως προς την πρόσβαση στα χρηματοπιστωτικά κεφάλαια, εξασφαλίζοντας την χρηματοδότηση των πρώτων υλών. Ο αρχικός Προϋπολογισμός του Προγράμματος ανερχόταν σε 700 εκατ. ευρώ για εγγυήσεις, καλύπτοντας δάνεια συνολικού ύψους 875 εκατ. ευρώ, ενώ ο τελικός Προϋπολογισμός του Προγράμματος ανήλθε στο ποσό του 1 δις ευρώ για εγγυήσεις, καλύπτοντας δάνεια συνολικού ύψους 1,25 δις ευρώ. Οι στόχοι του προγράμματος ήταν οι ακόλουθοι:

- Άμεση κάλυψη τρεχουσών λειτουργικών αναγκών για δαπάνες αγοράς πρώτων υλών, εμπορευμάτων, υπηρεσιών
- Άμεση εξόφληση προμηθευτών

⁵⁷ www.alphabank.gr

- Στήριξη παραγωγής και ανταγωνιστικότητας ΜΜΕ υπό σύσταση, νέων και υφιστάμενων
- Δυνατότητα απελευθέρωσης πόρων ή αναζήτησης στο μέλλον νέων πηγών χρηματοδότησης για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Απευθείας χρηματοδότηση προμηθευτών
- Ελαχιστοποίηση του κόστους δανεισμού των ΜΜΕ με προκαθορισμένα χαμηλά επιτόκια και παροχή ελάχιστων ή μηδενικών εξασφαλίσεων
- Παροχή ευνοϊκών όρων δανείου (διετής περίοδος χάριτος και εξαετής διάρκεια δανείων)
- Επιβολή ελαχίστης ετήσιας προμήθειας για την ΤΕΜΠΜΕ(0,35%)

Πίνακας 3 Συνεργαζόμενες τράπεζες με την Τ.Ε.Μ.Π.Μ.Ε. Α.Ε., πηγή: www.etean.gr

<u>ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ</u>	<u>ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ</u>
Αγροτική Τράπεζα	Αχαϊκή Συνεταιριστική Τράπεζα
Γενική Τράπεζα	Παγκρήτια Συνεταιριστική Τράπεζα
Τράπεζα Πειραιώς	Συνεταιριστική Τράπεζα Δωδεκανήσου
Τράπεζα Αττικής	Συνεταιριστική Τράπεζα Έβρου
Εμπορική Τράπεζα	Συνεταιριστική Τράπεζα Ευβοίας
Millenium	Συνεταιριστική Τράπεζα Ιωαννίνων
Πανελλήνια Τράπεζα	Συνεταιριστική Τράπεζα Καρδίτσας
Proton Bank	Συνεταιριστική Τράπεζα Κορινθίας
Marfin Egnatia Bank	Συνεταιριστική Τράπεζα Λαμίας
Ελληνική Τράπεζα	Συνεταιριστική Τράπεζα Λέσβου-Λήμνου
Probank	Συνεταιριστική Τράπεζα Ν. Κοζάνης
Alpha Bank	Συνεταιριστική Τράπεζα Ν. Πιερίας
Τράπεζα Κύπρου	Συνεταιριστική Τράπεζα Ν. Τρικάλων
EFG Eurobank Ergasias SA	Συνεταιριστική Τράπεζα Σερρών
Εθνική Τράπεζα	Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων
Aspis Bank	Συνεταιριστική Τράπεζα Δράμας
Citibank	
First Business Bank	
Bank Kedr	

3.2.2. Ε.Τ.Ε.Α.Ν. Α.Ε.

Το Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης αποτελεί τον καθολικό διάδοχο του ΤΕΜΠΜΕ, πραγματευόμενο στον ευρύτερο χρηματοπιστωτικό χώρο με αντικείμενο τον σχεδιασμό, την υλοποίηση και διαχείριση χρηματοδοτικών δράσεων με εφαρμογή σύγχρονων χρηματοοικονομικών εργαλείων που προωθούνται μέσω των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις όλων των κλάδων της εγχώριας οικονομικής δραστηριότητας. Μερικές από τις σημαντικότερες αρμοδιότητές τους αποτελούν οι εξής:

- Σχεδιασμός, υλοποίηση και διαχείριση Ταμείων Χαρτοφυλακίου, δηλαδή αυτοτελών οικονομικών σχημάτων συγκεκριμένου σκοπού και χρονοδιαγράμματος υλοποίησης
- Ανάπτυξη και διαχείριση Ταμείων/Προγραμμάτων Δανειοδοτήσεων εντός ή εκτός οντότητας του Ταμείου Χαρτοφυλακίου
- Ανάπτυξη και διαχείριση Ταμείων/Προγραμμάτων Εγγυήσεων εντός ή εκτός οντότητας του Ταμείου Χαρτοφυλακίου

Η ΕΤΕΑΝ διακρίνεται σε τρία επιμέρους ταμεία, το Ταμείο Επιχειρηματικότητας-ΤΕΠΙΧ (Ταμείο Δανειοδοτήσεων και Ταμείο Εγγυήσεων), το Ταμείο Εξοικονομώ κατ' οίκον (Ταμείο Δανειοδοτήσεων) και το Ταμείο Ενάλιο (Ταμείο Εγγυήσεων). Η ΕΤΕΑΝ, ως ειδικός χρηματοπιστωτικός οργανισμός υπόκειται στην εποπτεία της Τραπεζικής Ελλάδος όσον αφορά στην κεφαλαιακή της επάρκεια, τη ρευστότητα και τους όρους τοποθέτησης των ταμειακών της διαθεσίμων. Στόχοι της ΕΤΕΑΝ, αποτελούν η παροχή ενεργούς υποστήριξης στις ΜΜΕ, σύμφωνα με τις διεθνείς αρχές εταιρικής διακυβέρνησης καθώς και η δημιουργία σχέσεων συνεργασίας με το τραπεζικό σύστημα και τους συνεπενδυτές της.

Αναφορικά με την πρώτη συνιστώσα της ΕΤΕΑΝ, το ταμείο επιχειρηματικότητας (ΤΕΠΙΧ), αποστολή του είναι η χρηματοδότηση Προγραμμάτων και Δράσεων με στόχο την ενίσχυση των οικονομικά βιώσιμων ΜΜΕ. Απευθύνεται σε επιχειρήσεις κάθε νομικής μορφής, που βρίσκονται σε οποιοδήποτε στάδιο λειτουργίας (υφιστάμενες, νεοφυείς και υπό σύσταση). Οι Δράσεις του Ταμείου στοχεύουν στην κάλυψη των εξόδων ίδρυσης ή/και ανάπτυξης των επιχειρήσεων, την υλοποίηση επενδύσεων, την κάλυψη αναγκών ρευστότητας, την ενίσχυση εξωστρέφειας και τη δημιουργία νέων ανταγωνιστικών προϊόντων και υπηρεσιών, χρηματοδοτώντας δράσεις όπως η «Επιχειρηματική Επανεκκίνηση» και «Νησιωτική Τουριστική Επιχειρηματικότητα».

Ως προς την «Επιχειρηματική Επανεκκίνηση», αποτελεί μια δράση συνολικού προϋπολογισμού 550 εκατ. ευρώ και αφορά τη χρηματοδότηση επενδυτικών σχεδίων και

χορήγηση κεφαλαίων κίνησης, Επιλέξιμες για να συμμετέχουν στη συγκεκριμένη δράση είναι οι υφιστάμενες και υπό ίδρυση πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις των επιλέξιμων οικονομικών κλάδων, που αναπτύσσουν βιώσιμη επιχειρηματική δράση στην ελληνική επικράτεια. Τα προσφερόμενα δάνεια είναι δύο κατηγοριών, δάνεια επιχειρηματικής ανάπτυξης ειδικού σκοπού (κεφάλαια κίνησης) με ύψος δανείου από 10.000-300.000 ευρώ ανάλογα με τις λειτουργικές ανάγκες της επιχειρήσεως και διάρκεια αποπληρωμής έως 48 μήνες και τα δάνεια επενδυτικού σκοπού με ύψος δανείου από 10.000-800.000 ευρώ και διάρκεια αποπληρωμής 5-12 έτη με δυνατότητα περιόδου χάριτος από 6 μήνες έως 2 έτη, ανάλογα με το χρόνο υλοποίησης της επένδυσης. Τα εν λόγω δάνεια αφορούν σε επενδυτικά σχέδια που υπάχθηκαν στον Ν.3299/2004, εντάχθηκαν σε άλλα προγράμματα κρατικής ενίσχυσης και δεν εντάχθηκαν σε προγράμματα κρατικής ενίσχυσης και δεν έχουν υλοποιηθεί.

Εν συνεχεία, η δράση «Νησιωτική Τουριστική Επιχειρηματικότητα» συνολικού προϋπολογισμού 80 εκ. ευρώ, αποσκοπεί στη διευκόλυνση των νησιωτικών τουριστικών επιχειρήσεων για τη λήψη δανείων επενδυτικού σκοπού ή/και επιχειρηματικής ανάπτυξης, έως 30.000 ευρώ ανά επιχείρηση, με ευνοϊκούς όρους. Ακόμα, το Ταμείο Εγγυοδοσίας, δραστηριοποιείται στην παροχή εγγυήσεων σε δάνεια βιώσιμων επενδυτικών σχεδίων και σχεδίων επιχειρηματικής ανάπτυξης, στα οποία περιλαμβάνονται κεφάλαια κίνησης και προκαταβολές έναντι επιχορήγησης εγκεκριμένων προγραμμάτων του ΕΣΠΑ. Τέλος, το Ταμείο Δανειοδοτήσεων, στοχεύει στην παροχή στοχευμένων χρηματοδοτικών προϊόντων για την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και την ενίσχυση των υφιστάμενων μικρομεσαίων επιχειρήσεων, σε συνεργασία με τις ανά θεματικό πυλώνα συμβαλλόμενες Τράπεζες⁵⁸.

3.2.3. TANEΟ

Το Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας (TANEΟ) ιδρύθηκε το 2001 και αποτελεί μια ελληνική εταιρεία, η οποία προωθεί την ανταγωνιστική ανάπτυξη ταμείων επιχειρηματικού κινδύνου κυρίως για ΜΜΕ, διαθέτοντας κεφάλαια για επιτάχυνση της ανάπτυξης των εταιρειών και συμβολής στην διαχείρισή τους⁵⁹. Το TANEΟ, λειτουργεί με την μορφή ανώνυμης εταιρείας και οι επιχειρήσεις με τις οποίες δύναται να συμμετέχει πρέπει να προέρχονται από τον ιδιωτικό τομέα.

⁵⁸ www.etean.gr

⁵⁹ www.taneo.gr

Σκοπός του TANEΟ είναι η συγχρηματοδότηση σχημάτων παροχής VC, τα οποία θα αναλαμβάνουν να επενδύσουν επιχειρηματικές δραστηριότητες στα στάδια εκκίνησης και ανάπτυξης. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα επενδυτικά σχήματα στα οποία συμμετέχει το TANEΟ θα πρέπει να επενδύουν αμιγώς σε καινοτόμες επιχειρήσεις και ιδιαίτερα στους τομείς τη νέας οικονομίας⁶⁰ καθώς και σε επιχειρήσεις που στηρίζουν την ανταγωνιστικότητα σε εφαρμογές τεχνολογίας(Deakins David & Freel Mark, 2007:206).

Η επενδυτική διαδικασία πραγματοποιείται σε τέσσερα στάδια⁶¹. Πρώτον οι Ομάδες Διαχείρισης Επενδυτικών Σχημάτων που προτίθενται να συνεργαστούν με το TANEΟ συνθέτουν ενημερωτικό φάκελο σχετικά με:

- Τα βιογραφικά στοιχεία των μελών της Ομάδας Διαχείρισης
- Το ύψος και το χρονοδιάγραμμα συγκέντρωσης των κεφαλαίων
- Την παρουσίαση των συν-επενδυτών
- Την περιγραφή της νομικής μορφής του επενδυτικού σχήματος
- Την περιγραφή της επενδυτικής στρατηγικής του επενδυτικού σχήματος
- Την αναμενόμενη ροή επενδυτικών προτάσεων (deal flow)
- Την προτεινόμενη διαδικασία παρακολούθησης και ανάπτυξης των επενδύσεων
- Την περιγραφή των αναμενόμενων αποδόσεων
- Τους όρους αμοιβών της Ομάδας Διαχείρισης

Έπειτα το TANEΟ, ελέγχει τις υποβαλλόμενες προτάσεις, δίνοντας έμφαση στο πλάνο των αναμενόμενων αποδόσεων. Μετά, τα επενδυτικά σχήματα που θα συμμετέχει το TANEΟ θα πρέπει:

- Να έχουν είτε τη νομική μορφή της Ε.Κ.Ε.Σ., είτε του Α.Κ.Ε.Σ., είτε αντίστοιχη νομική μορφή παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου που λειτουργεί σύμφωνα με το δίκαιο κράτους-μέλους της Ε.Ε..
- Να τα διαχειρίζονται φορείς του ιδιωτικού τομέα με ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια
- Η ανώτατη διάρκεια των επενδυτικών σχημάτων πρέπει να είναι 12 έτη από την υπογραφή της σύμβασης

Τέλος, το TANEΟ πραγματοποιεί παρακολούθηση των επενδύσεων του υλοποιώντας ενέργειες όπως:

⁶⁰ όπως η πληροφορική, το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι τηλεπικοινωνίες

⁶¹ <http://www.taneo.gr/List.aspx?C=12>

- Ετήσια συνάντηση-ενημέρωση (annual meeting) των επενδυτών του Fund και στοιχεία των αποδόσεων του fund (fund performance)
- Ανάλυση και αποτίμηση του χαρτοφυλακίου του fund (portfolio reporting) σύμφωνα με τα Δ.Λ.Π.⁶²
- Διανομή των μετοχών (stock distribution)
- Κατανομή των επενδυμένων κεφαλαίων στο fund (capital account)
- Σύνταξη εξαμηνιαίων και ετησίων εκθέσεων

3.3. Ειδικά προγράμματα τραπεζικής χρηματοδότησης

Αναμφισβήτητα, οι τράπεζες λόγω της δημοσιονομικής κρίσης αδυνατούν να προσφέρουν δάνεια και εξασφαλίσεις στις νέες ή υπάρχουσες επιχειρήσεις και γι' αυτό το λόγο συνεργάζονται με αναπτυξιακούς φορείς δημιουργώντας συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα όπως το Jeremie, το Jessica και τη χρηματοδότηση μέσω του Ταμείου Αγροτικής Ανάπτυξης.

Οι αναπτυξιακοί φορείς που συνεργάζονται με τις ελληνικές τράπεζες είναι η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ETE), η οποία δανείζεται χρήματα από τις κεφαλαιαγορές και στη συνέχεια τα διαθέτει με τη μορφή δανείων⁶³ υπό ευνοϊκούς όρους σε σχέδια που συμβάλλουν στην επίτευξη των στόχων της ΕΕ. Υπό την ίδια στέγη βρίσκεται και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων, του οποίου η ETE αποτελεί τον πλειοψηφικό μέτοχο, παρέχοντας χρηματοδότηση σε ΜΜΕ μέσω επιχειρηματικών κεφαλαίων και εργαλείων χρηματοδότησης υψηλού κινδύνου. Ακόμα, το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ), επικεντρώνει τις προσπάθειες του στην επένδυση, στην έρευνα και ανάπτυξη καθώς και στην καινοτομία με ιδιαίτερη εστίαση στις ΜΜΕ. Η κατανομή των πόρων του ΕΤΠΑ, καθορίζεται ως εξής⁶⁴:

- Στις πιο ανεπτυγμένες περιφέρειες, τουλάχιστον το 80% της χρηματοδότησης πρέπει να εστιάζει σε δυο, το λιγότερο, από αυτές τις προτεραιότητες
- Στις περιφέρειες μετάβασης, ισχύει για 60% της χρηματοδότησης
- Σε λιγότερο ανεπτυγμένες περιφέρειες, το ποσοστό ανέρχεται σε 50%.

Οι άνω φορείς ανέπτυξαν και δημιούργησαν τρία συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα με τις τράπεζες Πειραιώς, Alpha Bank, Eurobank και Τράπεζα της Ελλάδος. Αρχικώς, η πρωτοβουλία

⁶² Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα

⁶³ Περίπου το 90% των δανείων χορηγούνται εντός της ΕΕ, πηγή: http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/eib/index_el.htm#goto_2

⁶⁴ http://ec.europa.eu/regional_policy/index.cfm/el/funding/erdf/

JEREMIE⁶⁵ ενισχύει τις ΜΜΕ, οι οποίες απασχολούν μέχρι 50 άτομα προσωπικό και έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 10 εκατ. ευρώ, μέσω τραπεζικών δανείων με μειωμένο επιτόκιο και μειωμένες εξασφαλίσεις. Ο επιχειρηματίας που θα χρηματοδοτηθεί μέσω του προϊόντος JEREMIE θα πρέπει να καταβάλει επιτόκιο μόνο για το 50% του δανείου, ποσό που αντιστοιχεί στην ιδιωτική συμμετοχή και το ποσό επιτοκίου που αντιστοιχεί στο υπόλοιπο 50% θα καλυφθεί μέσω του ΕΣΠΑ από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης.

Εν συνεχεία, η πρωτοβουλία JESSICA⁶⁶ δημιουργήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και την ΕΤΕπ, σε συνεργασία με την Τράπεζα Ανάπτυξης του Συμβουλίου της Ευρώπης (CEB), παρέχοντας στα κράτη μέλη την ευχέρεια να χρησιμοποιήσουν μέρος των μη επιστρεπτέων επιχορηγήσεων που λαμβάνουν από την ΕΕ μέσω των διαρθρωτικών ταμείων, για να επενδύουν, υπό μορφή επιστρεπτέων χρηματοδοτήσεων, σε έργα που εντάσσονται στο πλαίσιο ολοκληρωμένων σχεδίων για την προαγωγή της βιώσιμης ανάπτυξης. Επιπρόσθετα, οι επενδύσεις αυτές, μπορούν να έχουν τη μορφή ιδίων κεφαλαίων, δανείων ή/και εγγυήσεων, πραγματοποιούμενα μέσω Ταμείων Αστικής Ανάπτυξης και εφόσον κρίνεται απαραίτητο μέσω του Ταμείων Χαρτοφυλακίου.

Το Ταμείο Αγροτικής Επιχειρηματικότητας (ΤΑΕ) έχει ως στόχο τη διευκόλυνση της χρηματοδότησης των επενδυτικών σχεδίων που εντάσσονται στα Προγράμματα Αγροτικής Ανάπτυξης του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και σε συνεργασία με την Τράπεζα Πειραιώς παρέχει εξασφάλιση παροχής δανείων⁶⁷ με χαμηλό επιτόκιο σε οικονομικά βιώσιμες επιχειρήσεις ή/και σε επαγγελματίες αγρότες που δραστηριοποιούνται στον τομέα της παραγωγής, μεταποίησης και εμπορίας αγροτικών προϊόντων, καθώς και στη βελτίωση και οργάνωση του τουριστικού προϊόντος στις περιοχές παρέμβασης

⁶⁵ Joint European Resources for Small and Medium-sized Enterprises (Κοινοί ευρωπαϊκοί πόροι για τις πολύ μικρές ως μεσαίες επιχειρήσεις)

⁶⁶ Joint European Support for Sustainable Investment in City Areas (Κοινή Ευρωπαϊκή υποστήριξη για βιώσιμες επενδύσεις σε αστικές περιοχές)

⁶⁷ Το έργο συγχρηματοδοτείται από το Ελληνικό Δημόσιο και από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ)

Πίνακας 4 Αναλυτική περιγραφή συγχρηματοδοτούμενου προγράμματος JEREMIE, πηγή: Εθνική Τράπεζα Ελλάδος, διαθέσιμο στο: <https://www.nbg.gr/el/business/co-funded-loans/subsidized-loans/jeremie-entrepreneurship-co-funded-loans>

<u>ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ</u>	ΜΜΕ με μέγιστο αριθμό απασχολούμενων έως 250 άτομα και έδρα στην Ελλάδα, που στοχεύουν στην ανάπτυξη και επέκταση των δραστηριοτήτων τους
<u>ΣΚΟΠΟΣ</u>	Απόκτηση παγίων στοιχείων κεφάλαια κίνησης
<u>ΠΟΣΟ</u>	Μέχρι 2,000,000 ευρώ ανά επιχείρηση
<u>ΕΞΟΦΛΗΣΗ</u>	36-120 μήνες (πάγια) 18-60 μήνες (κεφάλαιο κίνησης)
<u>ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΧΑΡΙΤΟΣ</u>	12 μήνες με καταβολή μόνο επιτοκίων (πάγια) 6 μήνες με καταβολή μόνο τόκων (κεφάλαιο κίνησης)
<u>ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ</u>	Χαμηλά εφάπαξ έξοδα επεξεργασίας και αξιολόγησης αιτήματος από €75 έως €2.000, ανάλογα με το ύψος του δανείου, τα οποία εισπράττονται στην πρώτη εκταμίευση
<u>ΕΠΙΤΟΚΙΑ</u>	Ξεκινούν από 2,93%, λόγω της συγχρηματοδότησης με το ΕΤΠΑ μέσω ΕΣΠΑ σε ποσοστό 50%, και διαμορφώνονται ανάλογα με τις προσφερόμενες εξασφαλίσεις και την πιστοληπτική ικανότητα της επιχείρησης

3.3.1. Κεφάλαια Επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capitals)

Τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capitals-VC), αποτελούν μια μορφή μακροπρόθεσμης επένδυσης (συνήθως 5-10 χρόνια) κεφαλαίων από θεσμικούς επενδυτές του ιδιωτικού τομέα σε καινοτόμες επιχειρήσεις με υψηλό ρυθμό ανάπτυξης, τα οποία προέρχονται είτε μέσω της συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο των εταιρειών με

αύξηση ή σπανιότερα με εξαγορά τμήματος αυτού είτε έκδοση μετοχών ή ομολογιακού δανείου επιτρέποντας στον κύριο μέτοχο να διατηρήσει τον έλεγχο της εταιρείας του. Ο λόγος που τα VC διαφοροποιούνται από τις συνήθεις μορφές χρηματοδότησης είναι γιατί εμπεριέχουν υψηλό κίνδυνο (Risk Capitals) χωρίς εξασφαλίσεις όπως συμβαίνει με τα δάνεια.

Τα VC διακρίνονται σε επιμέρους κατηγορίες επενδύσεων ανάλογα με την φάση ανάπτυξης της επιχείρησης:

- Χρηματοδότηση «Σποράς» (Seed Capital), χρηματοδοτείται η ανάπτυξη μιας ιδέας πριν την έναρξη της επιχείρησης
- Χρηματοδότηση «Εκκίνηση» (Start-up Capital), χρηματοδοτείται το ξεκίνημα της εταιρείας για την ανάπτυξη προϊόντος/υπηρεσίας
- Χρηματοδότηση «Στα Πρώτα Στάδια Ανάπτυξης» (Early Stage Financing), εδραίωση του αναπτυσσόμενου προϊόντος
- Χρηματοδότηση «Ανάπτυξης ή Επέκτασης» (Development Finance), αύξηση της παραγωγικής δραστηριότητας
- Χρηματοδότηση «Γέφυρας» (Bridge Financing), προετοιμασία και είσοδος της εταιρείας στο χρηματιστήριο

Ο λόγος που εξετάζονται τα VC στην παρούσα μελέτη στα πλαίσια της τραπεζικής χρηματοδότησης είναι γιατί τα τελευταία χρόνια τα τέσσερα βασικά τραπεζικά ιδρύματα σε συνεργασία με θεσμικούς φορείς και ιδιωτικές επιχειρήσεις, μέσω των προγραμμάτων JEREMIE, ανέπτυξαν δράσεις σε συνεργασία με το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων, να υποστηρίξουν την σύσταση νεοφυών επιχειρήσεων ή την επέκταση των υφιστάμενων θέτοντας τα θεμέλια για την ανάπτυξη της νεοφυούς επιχειρηματικότητας για επιχειρηματίες που δεν διαθέτουν το αρχικό κεφάλαιο. Το πρόγραμμα JEREMIE στα πλαίσια των VC, ανέπτυξε τις εξής δράσεις:

- *Seed capital*, το οποίο αποσκοπεί στη χρηματοδότηση νεοφυών εταιρειών μέσω συμμετοχής στο κεφάλαιο της επιχείρησης. Το ύψος της χρηματοδότησης μπορεί να φτάσει έως και τις 400.000 ευρώ ανά εταιρεία με σύνολο έως 30 εκατ. ευρώ μέσω του συγκεκριμένου εργαλείου
- *Early Stage ICT Fund*, το οποίο στοχεύει να ανταποκριθεί στην απαίτηση για στήριξη των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο χώρο της τεχνολογικής καινοτομίας με σύνολο επενδύσεων έως 70 εκατ. ευρώ προκειμένου να ενισχύσουν την προσπάθεια καινοτόμων τεχνολογικών επιχειρήσεων

- *ICT venture capital fund*, με σκοπό τη δημιουργία ενός fund για επενδύσεις στον τομέα των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, ύψους 30 εκατ. ευρώ με την μορφή risk capital, δημιουργώντας ένα ICT venture capital fund για τη στήριξη πρωτοβουλιών στον κλάδο των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών

Μια από τις βασικότερες δράσεις αποτελεί το πρόγραμμα *PJ Tech Catalyst* της τράπεζας Πειραιώς, το οποίο ιδρύθηκε το 2012, αποτελώντας ένα ταμείο επιχειρηματικού κεφαλαίου που βοηθάει τεχνολογικές επιχειρήσεις αρχικών σταδίων να αναπτυχθούν επενδύοντας στην παροχή ενός συνόλου γνώσεων και εμπειριών. Κάθε ομάδα-μέλος φέρνει διεθνή και τοπική εμπειρία από διακεκριμένους οργανισμούς και εταιρείες δίνοντας την επιχείρησή πρόσβαση σας σε ένα εύρος των μεγάλων εταιρειών σε οποιοδήποτε τομέα. Το εν λόγω πρόγραμμα καταγράφει 15 επενδύσεις⁶⁸ ύψους 15 εκατ. ευρώ, κάθε επένδυση υπολογίζεται ως 1,5 εκατ. ευρώ και 10 από τις εταιρείες αυτές λαμβάνουν σε ποσοστό 80% διεθνή έσοδα⁶⁹.

Μια ακόμη προσπάθεια στήριξης της ελληνικής επιχειρηματικότητας μέσω των τραπεζών αποτελεί και το *NBG business seeds* της Εθνικής Τράπεζας Ελλάδος, η οποία περιλαμβάνει δράσεις ανάδειξης και προβολής καινοτόμων ιδεών και έργων, εκπαίδευσης και καθοδήγησης ομάδων, παροχής υποδομών, δικτύωσης και χρηματοδότησης μέσω του διαγωνισμού Καινοτομίας & Τεχνολογίας σε συνεργασία με το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Ως προς το κομμάτι της χρηματοδότησης, προβλέπονται στοχευμένα προγράμματα δανεισμού τους και συμμετοχής στο εταιρικό τους κεφάλαιο και ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται σε δράσεις καθοδήγησης σε συνεργασία με τη Google, τη Grant Thornton, τη Watson Farley and Williams, το Israel Advanced Technology Industries (IATI) καθώς και σε πρωτοβουλίες δικτύωσης σε συνεργασία με την Endeavor Greece και το Ελληνο-Αμερικάνικο Επιμελητήριο. Ακόμη μέρος της δράσης περιλαμβάνει καθοδήγηση (mentoring) των ομάδων και από τα έμπειρα στελέχη της Εθνικής Τράπεζας, τα οποία προτείνουν στοχευμένες λύσεις για τη βελτίωση κάθε καινοτόμου προσπάθειας⁷⁰. Μια από τις επιχειρήσεις που έχουν επωφεληθεί από την εν λόγω χρηματοδότηση αποτελεί η SourceLair με το ποσό των 250,000 ευρώ καθώς και η TruckBird.

Εν συνεχεία η Eurobank σε συνεργασία με το Corallia δημιούργησε την πρωτοβουλία⁷¹ *egg-enter.grow.go*, το οποίο υλοποιείται από στελέχη των δύο φορέων και εποπτεύεται από δεκαμελή Συμβουλευτική Επιτροπή (Advisory Board) που αποτελείται από

⁶⁸ Pollfish, Intale mist.io, Parkaround, Captainwise, Qrator, e-nios, Smartbox, Pinnata, Fielscale, verticly, offerial, douleutaras, Reembed, RADIOJAR

⁶⁹ <http://www.pjtechcatalyst.com/companies.html>

⁷⁰ <https://www.nbg.gr/el/nbgseeds>

⁷¹ Χορηγοί της προσπάθειας αποτελούν ο ΟΤΕ, ALBA, Advocate, Cisco, Microsoft, pwc, Xerox και Hellenic Initiative

διακεκριμένους επιστήμονες, επιχειρηματίες και εμπειρογνώμονες. Το εν λόγω πρόγραμμα διακρίνεται σε τρία στάδια, το *enter* όπου μπορούν να συμμετέχουν καινοτόμες ιδέες από όλους τους τομείς της οικονομίας. Εν συνεχεία στο στάδιο *grow*, το επιχειρηματικό σχέδιο προκρίνεται για ένταξη στο πρόγραμμα, για να συστήσουν την επιχείρησή τους εστιάζοντας στην ανάπτυξη της ιδέας/επιχείρησης έχοντας τη δυνατότητα να αναζητήσουν συνεργασίες και να επιδιώξουν συνέργειες με τους άλλους συμμετέχοντες. Τέλος, στο στάδιο *go*, οι επιχειρήσεις προχωρούν στην κεφαλαιοποίηση της αξίας της ιδέας τους, με ιδίους πόρους ή μέσα από άντληση επενδυτικών ή άλλων κεφαλαίων⁷². Σε συνδυασμό, λοιπόν, με τον διαγωνισμό Η Ελλάδα καινοτομεί⁷³ και το Ennovation, 10 εκατ. ευρώ διαθέτει η τράπεζα απευθείας σε startup επιχειρήσεις⁷⁴.

Αναφορικά με την τέταρτη συστημική τράπεζα την Alpha Bank, βρίσκεται σε προχωρημένο στάδιο συζητήσεων με τις ευρωπαϊκές αρχές προκειμένου να προσφέρει το χρηματοδοτικό εργαλείο COSME (Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises – Ανταγωνιστικότητα των Επιχειρήσεων και των ΜΜΕ) το οποίο αφορά τόσο σε δανειοδοτικές εγγυήσεις όσο και σε κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών με στόχο την επιχειρηματική ανάπτυξη καινοτόμων εταιρειών. Τα κονδύλια του COSME διοχετεύονται στις εταιρείες μέσω ενδιάμεσων χρηματοπιστωτικών οργανισμών που επιλέγει το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων, το οποίο διαχειρίζεται πανευρωπαϊκά το προϋπολογισμού 1,3 δις ευρώ πρόγραμμα. Μέσω της ιδιωτικής μόχλευσης το πρόγραμμα έχει υπολογισθεί ότι μπορεί να προσφέρει πρόσβαση σε περίπου 25 δις ευρώ στις ευρωπαϊκές μικρομεσαίες επιχειρήσεις (υπολογίζονται περίπου 21 δις ευρώ σε δάνεια με εγγυήσεις του προγράμματος προς 330.000 επιχειρήσεις και 4 δις σε επιχειρηματικά κεφάλαια)⁷⁵.

Συμπληρωματικά αξίζει να αναφερθεί και η προσπάθεια της Attica Bank μέσω τη θυγατρικής της Attica Ventures A.E., η οποία ιδρύθηκε τον Σεπτέμβριο του 2003, έχει σαν αντικείμενο την Διαχείριση Αμοιβαίων Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών (Α.Κ.Ε.Σ). Από το 2004 η Attica Ventures διαχειρίζεται το Zaitech Fund I ένα ΑΚΕΣ ύψους 40 εκατ. ευρώ με επενδυτές την Attica Bank και το ΤΑΝΕΟ και από το 2005 έχει επενδύσει και δεσμεύσει περισσότερα από 32 εκατ. ευρώ σε 10 ελληνικές ΜΜΕ σε διάφορους κλάδους (ενέργεια-ΑΠΕ, τρόφιμα και ποτά, real estate, υγεία, logistics, telecoms, βιομηχανική καινοτομία). Στόχος του προγράμματος αποτελεί η επένδυση σε καινοτόμες ΜΜΕ που βρίσκονται σε φάση ανάπτυξης και έχουν διακριτό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα,

⁷² http://www.theegg.gr/gr/pages/home_description

⁷³ Βλ. κεφάλαιο 1.4.2.

⁷⁴ Πόγκας Δημήτριος (2014), *Eurobank: 10 εκ. ευρώ απευθείας στις startups*, διαθέσιμο στο: <http://startupper.gr/eurobank-10-εκατ-ευρώ-απευθείας-στις-startups/> (πρόσβαση στις 5/7/2016)

⁷⁵ Πόγκας Δημήτριος, *Το ψάχνει με τις startups και η Alpha Bank*, διαθέσιμο στο: <http://startupper.gr/to-ψάχνει-με-τις-startups-και-η-alpha-bank/> (πρόσβαση στις 5/7/2016)

ανεξάρτητα από την αγορά που δραστηριοποιούνται. Οι επενδύσεις είναι ύψους 3-7 εκατ. ευρώ και στόχος είναι η συμμετοχή στο management της εκάστοτε εταιρείας⁷⁶.

Πίνακας 5 ΕΚΕΣ που δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά VC, πηγή: (Deakins David & Freel Mark, 2007:206)

Καινοτόμες επιχειρήσεις ΑΕ(iVen)	www.iven.gr
Capital Connect Ανώνυμη Εταιρεία Διαχείρησης VC	www.capitalconnect.gr
ΑΙΑΣ FINANCE Α.Ε.	www.hcva.gr
ATTICA VENTURES Α.Ε.	www.attica-ventures.gr
Alpha Trust innovation	www.alphatrust.gr/innovation.htm
Capital Connect Venture Partners	www.capitalconnect.gr
InQLab S.A.	www.inqlab.gr
NBG Venture Capital	www.nbgvc.gr
Thermi θερμοκοιτίδα επιχειρήσεων	www.thermokoitida.gr/index.php
Vectis Capital	www.vectis.gr
Alpha ventures	www.alpha.gr
Global Finance Α.Ε.	www.globalfinance.gr

3.4. Πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων (Factoring)

Η εκάστοτε τράπεζα προκειμένου να στηρίξει μια νέα επιχείρηση, προβλέπει διαφορετικά είδη χρηματοδότησης και στήριξης. Ειδικότερα, η εκάστοτε τράπεζα προκειμένου να εξασφαλίσει τις οικονομικές υποχρεώσεις της εταιρείας προς τρίτους, είτε την βελτίωση της ρευστότητας δημιούργησε υπηρεσίες πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring), για τη χρηματοδότηση, διαχείριση και είσπραξη των απαιτήσεων της επιχείρησης από οφειλότες, είτε παροχή κεφαλαίων κίνησης ή για εξασφάλιση εξοπλισμού.

Η διαδικασία factoring περιλαμβάνει το σύνολο των υπηρεσιών που παρέχει μια εταιρεία (factor) μετά την εκχώρηση σ' αυτή από μια εταιρεία-προμηθευτή (factoree) αγαθών ή

⁷⁶ <http://www.attica-ventures.gr/>

υπηρεσιών, στο εξωτερικό ή στο εσωτερικό της χώρας⁷⁷, ενός μέρους ή του συνόλου των επί πιστώσει επιχειρηματικών της απαιτήσεων. Πρόκειται για μια τεχνική συναλλαγών κατά την οποία, ο προμηθευτής ή εκχωρητής μεταβιβάζει ορισμένα δικαιώματά του κατά την κανονική λήξη ή να τα προεξοφλήσει (Γκαγκάτσιος Ιωάννης, 2008:184).

Στην παρούσα μελέτη εξετάζεται η διαδικασία factoring από την πλευρά της τραπεζικής χρηματοδότησης, κυριότερη και συνηθέστερη υπηρεσία του Factoring, έχει τη μορφή της χορήγησης προκαταβολών. Η υλοποίηση της σύμβασης Factoring πραγματοποιείται όταν η εταιρεία προμηθευτής παραδίδει στην εταιρεία Factoring σε χρονικά διαστήματα που έχουν συμφωνηθεί συγκεντρωτικό πίνακα των απαιτήσεων της έναντι τρίτων, που προκύπτει από τιμολόγιο που εκδόθηκαν. Η εταιρεία Factoring αφού κάνει ορισμένους ελέγχους και επαληθεύσεις προσδιορίζει ποια τιμολόγια του πελάτη της (προμηθευτή) δέχεται και ποια απορρίπτει. Από το συνολικό ποσό που προκύπτει από τα τιμολόγια που εγκρίθηκαν και δέχεται ο Factor να αγοράσει, αφαιρείται το κόστος του Factoring και το υπόλοιπο προκαταβάλλεται στον προμηθευτή. Ακόμα η τράπεζα μπορεί να αναλάβει την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου, καταβάλλοντας στον προμηθευτή-εκχωρητή την αξία των εκχωρημένων επιχειρηματικών απαιτήσεων σε περίπτωση που ο πελάτης του προμηθευτή αδυνατεί να εξοφλήσει την οφειλή του σε καθορισμένο χρονικό διάστημα και τέλος την διαχείριση των απαιτήσεων μέσω διαχείρισης των τιμολογίων, τη λογιστική παρακολούθηση των λογαριασμών του αναλαμβανόμενου πελατολογίου και την είσπραξη των τιμολογίων πώλησης και την αντίστοιχη πίστωση του προμηθευτή-εκχωρητή.

3.4.1. Forfaiting

Το Forfaiting αποτελεί μια μορφή χρηματοδότησης η οποία χρησιμοποιείται κυρίως αλλά όχι κατά ανάγκη στην εξαγωγή κεφαλαιουχικών αγαθών και αποτελεί συνιστώσα του factoring, το οποίο είναι η εκχώρηση κατά βάση μεσο-μακροπρόθεσμων απαιτήσεων από τον φορέα απαίτησης σε εταιρεία Factoring χωρίς δικαίωμα αναγωγής. Το Forfaiting είναι μια μορφή χρηματοδότησης με την οποία μπορεί να γίνει προεξόφληση αξιόγραφων (από 6 μήνες έως 6 χρόνια), όπως οι συναλλαγματικές, οι εγγυητικές επιστολές, οι υποσχετικές επιστολές και οι ανέκκλητες πιστώσεις, και το πλεονέκτημά του, συγκριτικά με άλλες μορφές χρηματοδότησης, είναι η κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου (εξόφληση τίτλων και συναλλαγματική διαφορά) και του πολιτικού κινδύνου κατά τη διάρκεια της πίστωσης.

⁷⁷ Εγχώριο factoring ή εξαγωγικό factoring

Η μέθοδος αυτή εφαρμόζεται κυρίως στο εξωτερικό εμπόριο και πλεονεκτεί έναντι των υπολοίπων καθώς ο εξαγωγέας μεταθέτει τόσο τον επιχειρηματικό κίνδυνο όσο και τον πολιτικό κίνδυνο στον forfaiter, εισπράττοντας μετρητά αμέσως μόλις παραδώσει τα προϊόντα/υπηρεσίες του, με αποτέλεσμα να μειώνεται ο τραπεζικός δανεισμός και να απελευθερώνονται τα ίδια κεφάλαια που θα χρησίμευαν για κάποια άλλη λειτουργική δραστηριότητα. Ωστόσο, υπάρχει υψηλότερο κόστος χρηματοδότησης μέσω Forfaiting σε σχέση με εκείνο της απλής τραπεζικής ή άλλης μορφής χρηματοδότησης (Γκαγκάσιος Ιωάννης, 2008:182). Τέλος, το forfaiting αποτελεί μια τραπεζική συναλλαγή και πραγματοποιείται από όλα τα τραπεζικά ιδρύματα της χώρας πλαισιωμένο από εξειδικευμένες υπηρεσίες.

3.5. Χρηματοοικονομική μίσθωση (Leasing)

Η διαδικασία της χρηματοοικονομικής μίσθωσης στα πλαίσια της τραπεζικής χρηματοδότησης, χρηματοδοτεί τη μίσθωση νέου κινητού ή ακίνητου εξοπλισμού επιχειρήσεων. Η διαδικασία leasing είναι μία σύμβαση μεταξύ της εταιρείας leasing και του μισθωτή. Με την υπογραφή της σύμβασης ο μισθωτής έχει άμεσα στην διάθεσή του τον κινητό εξοπλισμό που επιθυμεί με διάρκεια από 3 έως 5 έτη, με πλήρη κυριότητα της τράπεζας. Τα μισθώματα είναι κυμαινόμενα σε σχέση με την διακύμανση του Βασικού Επιτοκίου Χορηγήσεων (BEX) ή του μεσοσταθμικού Euribor του προηγούμενου ημερολογιακού μήνα. Τέλος, ο πελάτης/μισθωτής έχει την υποχρέωση να ασφαλίσει το εκάστοτε πάγιο, με δικαιούχο του ασφαρίσματος καθ' όλη τη διάρκεια της μίσθωσης από την τράπεζα.

Η τράπεζα Πειραιώς χρηματοδοτεί τις επιχειρήσεις για επαγγελματικό εξοπλισμό όπως μεταφορικά μέσα, μηχανήματα και λοιπό εξοπλισμό που αποτελούν δικαιούχοι του προγράμματος ΕΣΠΑ 2014-2020, μέσω των τεσσάρων βασικών τραπεζικών ιδρυμάτων, με ελάχιστη αξία μίσθωσης τις 20,000 ευρώ με μηνιαία αποπληρωμή.

Αντιθέτως η Εθνική Τράπεζα Ελλάδος, η Alpha Bank⁷⁸ καθώς και η Eurobank, χρηματοδοτεί πέραν του εξοπλισμού και επαγγελματική στέγη πέραν του εξοπλισμού όπως εξοπλισμό για έργα ΑΠΕ, μηχανήματα παραγωγής, αυτοκίνητα (φορτηγά, επιβατικά) και εξοπλισμό γραφείου. Οι άνω τράπεζες χρησιμοποιούν τις εξής υπηρεσίες:

⁷⁸ Μέσω του www.alphaleasing.gr, υπάρχει δυνατότητα υπολογισμού μισθώματος

- Direct Leasing Ακινήτων, για την αγορά επιχειρηματικών ακινήτων κάθε είδους, με δυνατότητα σύμβασης διάρκειας έως και 15 χρόνια
- Sale and Lease - Back Εξοπλισμού, για την πώληση και επαναμίσθωση κάθε είδους εξοπλισμού
- Sale and Lease – Back Ακινήτων, για την πώληση και επαναμίσθωση ακινήτων, με δυνατότητα σύμβασης διάρκειας έως και 15 χρόνια
- Vendor Leasing, για την προώθηση των προϊόντων εξοπλισμού προς τους πελάτες, μέσω ανταγωνιστικών προγραμμάτων χρηματοδότησης⁷⁹

⁷⁹ <https://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=186&mid=580&lang=gr>

3.6. Μελέτη περιπτώσεων

Έπειτα από την βιβλιογραφική επισκόπηση που προηγήθηκε στα άνω κεφάλαια περί τραπεζικής χρηματοδότησης των νεοφυών επιχειρήσεων, σε αυτό το κεφάλαιο θα πραγματοποιηθεί παρουσίαση τριών επιχειρήσεων που έλαβαν τραπεζική χρηματοδότηση ή μη, προκειμένου να αναπτυχθούν και εδραιωθούν στο χώρο της τεχνολογίας μέσω του προγράμματος PJ TECH CATALYST, της Τράπεζας Πειραιώς και άλλων ανάλογων πρωτοβουλιών.

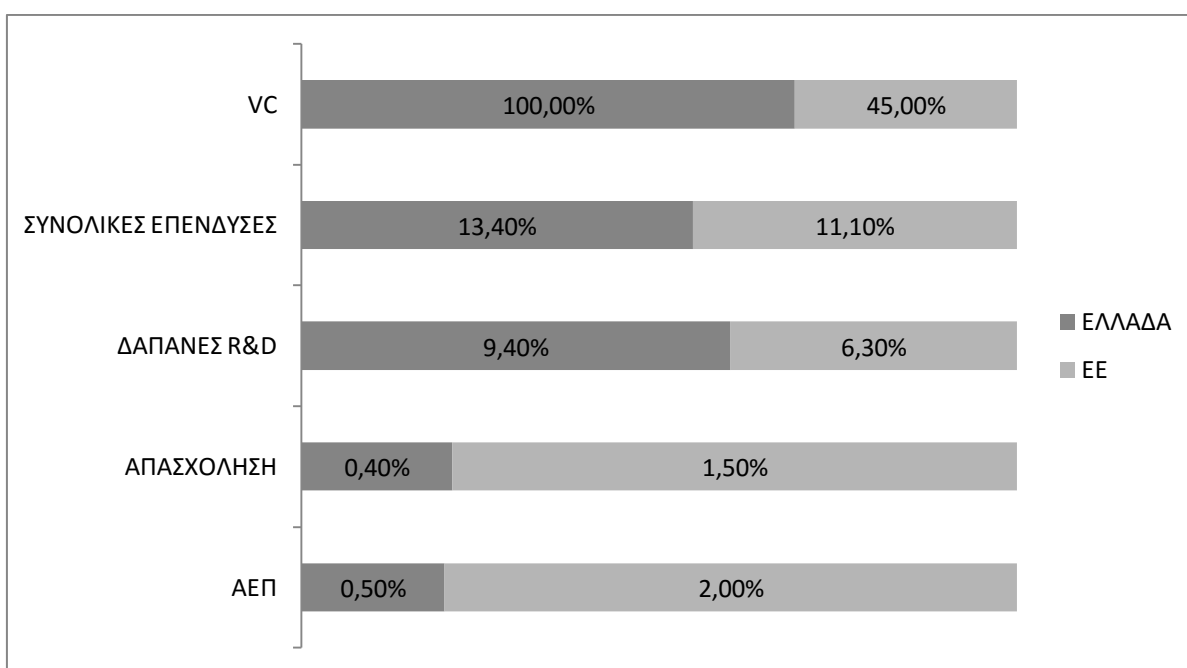
Αξίζει να σημειωθεί ότι η ανάπτυξη νεοφυών επιχειρήσεων τα τελευταία χρόνια είναι ραγδαία λόγω δράσεων όπως η παραπάνω, της Τράπεζας Πειραιώς καθώς και δυο ακόμα η Elikonos και Odyssey Open fund, με τις εταιρείες τεχνολογίας να λαμβάνουν το 50% των επενδύσεων και το 25% στο σύνολό τους να παρουσιάζουν υψηλό ρυθμό ανάπτυξης καθώς και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Ακόμα, σημειώνεται ότι οι ελληνικές startups αποφέρουν υψηλές επενδύσεις ύψους \$55 εκατ. όπως είναι η Taxibeat, Pollfish, Parkaround και η eConais.

Παρακάτω θα εξετασθεί η περίπτωση της Pollfish, της Parkaround και της Incredibue, τεχνολογικών εφαρμογών που αποτελούν παραδείγματα επιτυχίας startup επιχειρήσεων που αναδείχθηκαν μέσω πρωτοβουλιών τόσο των τραπεζών όπως η ΕΤΕ και η Τράπεζα Πειραιώς όσο και από τις συνεργαζόμενες επενδυτικές εταιρείες. Η Pollfish αποτελεί ένα τέτοιο παράδειγμα γιατί όχι μόνο ανέδειξε μια καινοτόμο ιδέα αλλά έμεινε πιστή στο όραμά της αυξάνοντας τον ρυθμό ανάπτυξής της, εκφράζοντας την ουσία μιας νεοφυούς επιχείρησης. Από την άλλη πλευρά η περίπτωση της Park Around αποτελεί ένα παράδειγμα μιας επιχείρησης που επαναπροσδιόρισε το αρχικό της πλάνο και κατανόησε τις πραγματικές ανάγκες του καταναλωτή μέσω μιας καινοτόμας εφαρμογής. Τέλος η Incredibue αποτελεί μια επιχείρηση που προσάρμοσε μια ανάγκη σε μια καινοτόμα ιδέα.

Αξίζει να αναφερθεί ότι σκοπός του εν λόγω κεφαλαίου αποτελεί η προβολή της συνεισφοράς τόσο των τραπεζών στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας εν μέσω δημοσιονομικής κρίσης σε έναν θεσμό που δεν είναι ακόμη ευρέως διαδεδομένος στην Ελλάδα όσο και πρωτοπόρων πρωτοβουλιών στην στήριξη της νεοφυούς επιχειρηματικότητας. Η νεοφυής επιχειρηματικότητα μέσω δράσεων και διαγωνισμών που αυξάνονται συνεχώς και διαδίδονται από τα ΜΜΕ συνεισφέρουν στην ανάπτυξη όχι μόνο των νέων ιδεών αλλά και της βελτίωσης της ελληνικής επιχειρηματικότητας μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας αλλά και προστιθέμενης αξίας.

3.6.1. Η περίπτωση της Pollfish

Η Pollfish αποτελεί μια startup επιχείρηση που πραγματεύεται στον κλάδο της τεχνολογίας και ιδιαίτερα μέσω των εφαρμογών των smartphones. Ο κλάδος της τεχνολογίας, αναμφισβήτητα, αποτελεί σύμφωνα με έρευνες τον πρωταρχικό τομέα τόσο της καινοτομίας όσο και της χρηματοδότησης σε αυτόν. Οι ελληνικές τεχνολογικές startup εταιρείες δέχονται μέσω venture capitals συνεχείς χρηματοδοτήσεις και ιδιαίτερα από τα Jeremie Funds.



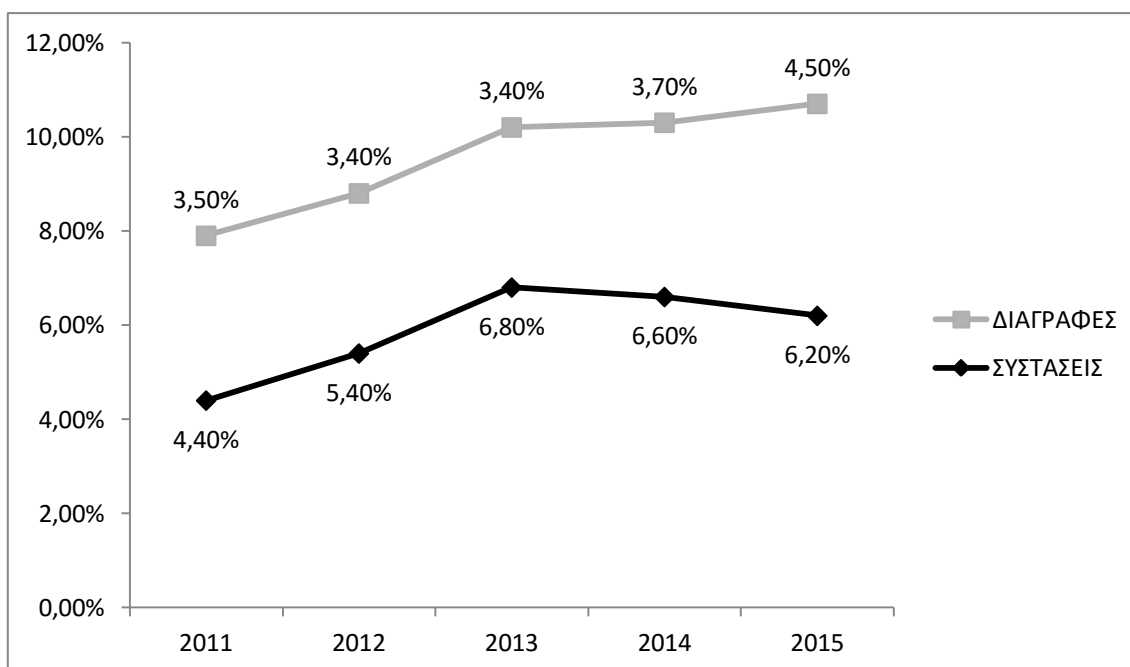
Διάγραμμα 10 Συνεισφορά πληροφορικής στην οικονομία της Ελλάδας συγκριτικά με την ΕΕ, πηγή: Μυλωνάς Παύλος & Τζάκου-Λαμπροπούλου Νέλλη, Μικρομεσαίες επιχειρήσεις: κλάδος πληροφορικής, ΕΤΕ, 2016, σελ. 5

Ο κλάδος των τεχνολογικών εφαρμογών παρουσίασε ανθεκτικότητα εν μέσω δημοσιονομικής κρίσης αυξάνοντας τις πωλήσεις του κατά 6% ετησίως μεταξύ 2009-2014 και 207,5 εκατ. ευρώ προστιθέμενη αξία και εκτιμώντας ότι θα φτάσει μέχρι το 2020 τα 1,8 δις ευρώ και 20,000 νέες θέσεις εργασίας, αναδεικνύοντας τη δυναμικότητα του οικοσυστήματος των τεχνολογικών startups⁸⁰ και των οργανωμένων σε clusters

⁸⁰ Η αξία αποτίμησης του οικοσυστήματος των startup εκτιμάται σε 0,3 δις ευρώ

εταιρειών⁸¹. Σύμφωνα με μελέτη της Εθνικής Τράπεζας οι λόγοι για τους οποίους οι τεχνολογικές startup διαφοροποιούνται και αναπτύσσονται είναι:

- Η καινοτομία, με το 29% του κύκλου εργασιών τους να επενδύεται σε R&D, έναντι 15% για τις λοιπές ΜΜΕ πληροφορικής
- Το γνωστικό επίπεδο του ανθρωπίνου δυναμικού
- Η αξιοποίηση της τεχνολογίας, επιτυγχάνοντας το 53% του κύκλου εργασιών τους μέσω e-commerce έναντι 10% για τις λοιπές ΜΜΕ πληροφορικής
- Τα πληροφοριακά συστήματά τους, με τα $\frac{3}{4}$ του τομέα να έχουν εγκαταστήσει ολοκληρωμένο πληροφοριακό σύστημα έναντι 41% των λοιπών ΜΜΕ πληροφορικής



Διάγραμμα 11 Συστάσεις και διαγραφές επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας, πηγή: *Η δημογραφία των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας στην Ελλάδα: Σύσταση και διαγραφή επιχειρήσεων την περίοδο 2011-2015*, Αθήνα, Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης, σελ. 15

Το 2013, όποτε και ιδρύθηκε η Pollfish, το fund PJ Tech Catalyst της Τράπεζας Πειραιώς χρηματοδότησε την εκκίνηση της επιχείρησης με 150,000 ευρώ και 50,000 ευρώ από ιδιωτικούς επενδυτές ενώ το 2014, η ΕΤΕ μέσω του NBG Business Seeds, βράβευσε την Pollfish με το πρώτο βραβείο του 4^{ου} διαγωνισμού παρέχοντας το χρηματικό έπαθλο των 20,000 ευρώ για την πρότασή τους⁸². Τέλος, το 2015, το πρόγραμμα PJ Tech

⁸¹ www.nbg.gr/greek/the-group/press-office/e-spot/reports/Documents/SMEs_ITsector_2016.pdf

⁸² www.nbg.gr/el/nbgseeds/competition/4th-comp-1st-award-2014

Catalyst της Τράπεζας Πειραιώς μαζί με το Odyssey Investment Partners και το Woodside Group πραγματοποίησε ένα δεύτερο γύρο χρηματοδότησης της επιχείρησης με το ποσό των \$ 2,1 εκατ., με στόχο την διεθνοποίηση της Pollfish για την δημιουργία πελατολογίου και των σχετικών operations (MKT, business development, customers, partners).

Αναφορικά με την Pollfish ως πρωταρχική ιδέα ξεκίνησε από την ομάδα των ιδρυτών της⁸³ για την δημιουργία μιας εφαρμογής⁸⁴ σύμφωνα με την οποία οι δημιουργοί εφαρμογών θα αποκτούσαν περισσότερα χρήματα από τις διαφημίσεις. Καθεαυτό τον τρόπο οι ιδρυτές αποκόμισαν την ανάγκη αυτή σε συνδυασμό με την αυξανόμενη ζήτηση ερευνών και δημιούργησαν την εφαρμογή Pollfish, έχοντας ως λόγο ύπαρξης την παροχή πρόσβασης του καθενός στην πληροφορία ανά πάσα στιγμή με χαμηλό κόστος, αλλά και την κάλυψη της ανάγκης αύξησης των κερδών των δημιουργών εφαρμογών.

Πιο συγκεκριμένα, η Pollfish αποτελεί μια διαδικτυακή πλατφόρμα σύμφωνα με την οποία ο ενδιαφερόμενος-πελάτης⁸⁵ έχει την δυνατότητα να πραγματοποιεί έρευνες σε πραγματικό χρόνο μέσω της μορφής ερωτηματολογίων. Τα εν λόγω ερωτηματολόγια συμπληρώνονται από χρήστες 8,000 εφαρμογών⁸⁶ οι οποίες είναι συνδεδεμένες με την πλατφόρμα της Pollfish και εμφανίζονται σε banners εντός της εφαρμογής και ερωτώνται αν επιθυμούν να συμπληρώσουν ερωτηματολόγια. Κίνητρο για το χρήστη της εφαρμογής αποτελούν ορισμένες επιβραβεύσεις εντός της εφαρμογής ή εναλλακτικά δωροεπιταγές από την Amazon ή το Πλαίσιο με ταυτόχρονη συμμετοχή σε διαγωνισμό για επιλεγμένα δώρα και για τον δημιουργό της εφαρμογής μεγαλύτερο ποσό απ' ότι θα κέρδισε από το click μιας διαφήμισης.

Ο λόγος που η Pollfish διαφοροποιείται από τις εταιρείες δημοσκοπήσεων και ερευνών αποτελεί αφενός το κόστος, καθώς κάθε ερωτηματολόγιο κοστίζει κατά μέσο όρο \$1⁸⁷ για τον πελάτη, με περίπου το 30% να αποκομίζει ο δημιουργός της εφαρμογής και 70% η Pollfish, και αφετέρου ο χρόνος υλοποίησης της έρευνας. Ειδικότερα, η συλλογή των απαντήσεων δύναται να διαρκέσει από λίγες ώρες έως λίγες ημέρες, το σύνθημα είναι εντός 24 ωρών να αποδίδονται αποτελέσματα.

Αναφορικά με το επιχειρηματικό μοντέλο (business model) που ακολουθεί η Pollfish σε επίπεδο marketing ακολουθεί το μοντέλο των απευθείας πωλήσεων (direct sales), έχοντας ως στόχο να δημιουργήσουν απευθείας σχέση με τους πελάτες (B2B⁸⁸), λειτουργώντας στο πλαίσιο της αποστολής τους για ταχύτητα με στόχευση του

⁸³ CEO Παπαδάκης Ιωάννης, COO Βούρκος Ανδρέας, CTO Ζαούδης Ιωάννης, CCO Μπέλλας Ζήσης

⁸⁴ Διαθέσιμη στο app store και στο google play

⁸⁵ Εταιρείες ερευνών, επιχειρήσεις, ερευνητές κλπ

⁸⁶ <http://startupper.gr/papadakis-pollfish-interview/>, κάθε μέρα προστίθενται 400-500 νέες εφαρμογές

⁸⁷ Περίπου 0,90 ευρώ

⁸⁸ Business to Business

αποτελέσματος. Ωστόσο, τόσο η στρατηγική ΜΚΤ όσο και τα επιχειρηματικά μοντέλα που ακολουθούν μεταβάλλονται και εξελίσσονται ανάλογα με τις ανάγκες και τις δυσκολίες που προκύπτουν από το εξωτερικό περιβάλλον καθώς και τις εμπειρίες που αποκτούν καθημερινώς.

Η Pollfish αποτελεί μια από τις πιο επιτυχημένες startup, καθώς ο ρυθμός ανάπτυξής της είναι ραγδαίος, το 2013 είχε συνεργαζόμενες εφαρμογές 247 και το 2015 ανήλθαν σε 5,000. Ακόμα, ως προς το ανθρώπινο δυναμικό της από 12 άτομα που απασχολεί (2015), έχει ως στόχο να απασχολήσει στο μέλλον 15-18. Αναφορικά με το ανθρώπινο δυναμικό της διακρίνεται σε δυο ομάδες η μία είναι αυτή της Έρευνας και Ανάπτυξης (R'n'D) στην Ελλάδα που απασχολείται με το software και η δεύτερη ομάδα θα λειτουργήσει στην Νέα Υόρκη η οποία θα ασχολείται με την ανάπτυξη της επιχείρησης.

Τέλος, ως προς το μέλλον ως στόχο έχει θέσει να επεκταθεί στις ΗΠΑ και ιδιαίτερα στην Ανατολική Ακτή για την διεύρυνση του πελατολογίου της για το μέλλον πάνω από 150 εκατ. χρήστες που χρησιμοποιεί (2016), δημιουργώντας πέρα από την Αμερική κανάλια (channels) για την πρόσβαση στους χρήστες ανά τον κόσμο⁸⁹. Οι στόχοι σαφώς δεν περιορίζονται μόνο στο πελατολόγιο αλλά στην δημιουργία ευκαιριών και θέσεων εργασίας.

3.6.2. Η περίπτωση της Park Around

Η περίπτωση της Park Around⁹⁰, ανήκει επίσης στον κλάδο των τεχνολογιών Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών και πραγματεύεται την παροχή υπηρεσιών. Η εν λόγω επιχείρηση βοηθάει τους χρήστες να βρουν θέσεις parking σε μεγάλα αστικά κέντρα με χαμηλό κόστος, έως και 80% μειωμένα του αρχικού.

Η Park Around εμφανίστηκε για πρώτη φορά το 2011 ως Parking Defenders με διαφορετική προσέγγιση από την σημερινή της μορφή. Είχε ως στόχο μέσω της εφαρμογής οι χρήστες να βρίσκουν ελεύθερους χώρους στάθμευσης και να ενημερώνουν την εφαρμογή όποτε ελευθέρωναν ένα από αυτά. Η ιδέα αυτή δεν παρείχε την αναμενόμενη ανταπόκριση από το κοινό λόγω της καθημερινότητας των χρηστών.

⁸⁹ www.startupstories.gr , podcast 22

⁹⁰ www.parkaround.gr

Το 2013 στο Rockstart Accelerator της Ολλανδίας⁹¹, όπου και έλαβε τον πρώτο γύρο χρηματοδότησης προκειμένου να αναπτύξει την επιχειρηματική της ιδέα και την ίδια χρονιά εγκαταστάθηκε στην Αθήνα απασχολώντας προσωπικό 5 ατόμων και έλαβε τον δεύτερο γύρο χρηματοδοτήσεων από το Jeremie fund PJ Tech Tech Catalyst της Τράπεζας Πειραιώς με το ποσό των 185,000 ευρώ σε συνδυασμό από business angels. Η χρηματοδότηση αυτή και η προηγούμενη εμπειρία της από την αγορά του Άμστερνταμ και στη συνέχεια του Λονδίνου την βοήθησαν να σχηματίσει ένα ξεκάθαρο πλάνο για τους σκοπούς και της διαδικασίες της εφαρμογής.

Η επιχείρηση διατίθεται πλέον για parking λιμανιών όπως του Βόλου και του Πειραιά, αεροδρομίων όπως της Θεσσαλονίκης, της Ρόδου, της Κρήτης, της Βαρκελώνης και της Μαλάγας καθώς και όλων των ιδιωτικών parking της Αθήνας. Η χρήση της εφαρμογής είναι δωρεάν και προσφέρει έκπτωση στους χρήστες, credits τα οποία εξαργυρώνονται με δωρεάν σταθμεύσεις και πληροφορίες για το πόσο κοντά βρίσκεται ο προορισμός τους από το σημείο στάθμευσης

Ο ρυθμός εξέλιξης της επιχείρησης φαίνεται ιδιαίτερα αισιόδοξος καθώς κατέχει 25,000⁹² χρήστες και καθημερινώς 1000-2000 νέοι παρακολουθούν και χρησιμοποιούν την εφαρμογή. Η Park Around συνεργάζεται με το 20% των ιδιωτικών χώρων στάθμευσης καταγράφοντας από το έτος ίδρυσής της μέσα σε ένα χρόνο αύξηση 30% στις συνεργασίες της και 80-90% των επιχειρήσεων να στηρίζονται στην εν λόγω εφαρμογή⁹³.

Τέλος, στα μελλοντικά της σχέδια συμπεριλαμβάνεται η σύνδεση της στάθμευσης με τον πραγματικό κόσμο, μέσω δωρεάν υπηρεσιών σε χώρους εστίασης και αναψυχής από το πλησιέστερο χώρο στάθμευσης. Αυτή η διαδικασία απαιτεί την συνεργασία της εφαρμογής με επιχειρήσεις όπως οι παραπάνω. Ακόμα, η εν λόγω εφαρμογή θέτει ως στόχο την ανάπτυξη του marketing και ιδίως της προβολής μέσω των φυσικών χώρων καθώς και την επέκταση της στα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας όπως η Θεσσαλονίκη και η Πάτρα.

⁹¹ Εδρεύει στο Άμστερνταμ και πρόκειται για ένα πρόγραμμα 150 ημερών με υπηρεσίες φιλοξενίας mentoring, marketing και R&D

⁹² www.startupstories.gr

⁹³ Χεκίμογλου Αχιλλέας (2014), *Σε 10 startups επενδύει το fund της Πειραιώς PJ Tech Catalyst*, το Βήμα-Οικονομία, διαθέσιμο στο: <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=661694> (πρόσβαση στις 10/7/2016)

3.6.3. Η περίπτωση της Incrediblue

Η Incrediblue αποτελεί μια startup που εμπίπτει σε δυο κλάδους ενασχόλησης, των τεχνολογικών εφαρμογών και των τουριστικών. Η διεξόδωση στην τεχνολογία στον κλάδο του τουρισμού αποτελεί μι συνεχώς αυξανόμενη τάση στην Ελλάδα καθώς κατέχει μια από τις πιο ανταγωνιστικές θέσεις στον κλάδο του τουρισμού, κατέχοντας την 24^η θέση παγκοσμίως ανάμεσα σε 133 χώρες και κατέχοντας την 3^η θέση όσον αφορά την προτεραιότητα που δίνει στον κλάδο αυτόν⁹⁴. Σύμφωνα με το Υπουργείο Τουρισμού και σχετική μελέτη φαίνεται ότι σε δραστηριότητες αναψυχής, όπως η Incrediblue, το 78% παρέχει ποιοτικότερο τουρισμό ενώ το 74% των δραστηριοτήτων αυτών δύναται να επιμηκύνει την περίοδο των διακοπών.

Σαφώς για όλα τα παραπάνω σημαντική αποτελεί η συνεισφορά του κλάδου της τεχνολογίας και ιδίως του διαδικτύου για αναζήτηση πληροφοριών και αγορά προϊόντων, ελαττώνοντας πολλούς από τους παράγοντες που καθιστούσαν την αγορά οποιουδήποτε τουριστικού προϊόντος δυσμενή. Με την εισαγωγή τεχνολογικών εφαρμογών όπως η Incrediblue, η εποχή της ψηφιακής οικονομίας και οι ειδικές μορφές τουρισμού συνιστούν το νέο πρότυπο του μαζικού τουρισμού (Ρεπρές Κυριακος & Καφέζα Ελεάνα, 2009:91).

Σχετικά με την Incrediblue ξεκίνησε το 2012 ως μια διαδικτυακή πύλη ενοικίασης σκαφών στον Βόλο από τους τρεις ιδρυτές της⁹⁵ απασχολώντας μέχρι το 2016, 18 άτομα (marketing, customer support και νομικό τμήμα), μέσω μιας απλής διαδικασίας που έχει ως εξής, ο χρήστης μέσω της πλατφόρμας ψάχνει:

- την περιοχή
- τις ημερομηνίες
- τον τύπο του σκάφους (ιστιοπλοϊκό, γιοτ και φουσκωτό)⁹⁶
- το πλήθος των ατόμων, συνίσταται 6-8 άτομα
- απευθείας με τον κάθε ιδιοκτήτη για συμπληρωματικές πληροφορίες και διευκρινήσεις

Το σκάφος που θα επιλέξει μπορεί να είναι είτε με πλοίαρχο είτε όχι και κοστίζει για περίπου 6 άτομα 50 ευρώ το άτομο (περίπου 7,500 ευρώ την εβδομάδα). Σημειώνεται ότι από τους ενδιαφερόμενους χρήστες το 46% ζητάει skipper ενώ στους ανταγωνιστές της

⁹⁴ Διεξόδωση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στον Τομέα του Τουρισμού: Τάσεις και εξελίξεις & Υφιστάμενη κατάσταση στην Ελλάδα, Αθήνα, Παρατηρητήριο για την ΚτΠ, σελ.5

⁹⁵ Φλωράκης Αντώνης(CEO), Ορφανίδης Θεόδωρος και Γάτος Γεώργιος

⁹⁶ Από το 2015 μόνο παροχή σκαφών

Incredibluε μόνο το 10-15%. Η Incredibluε συνεργάζεται με ιδιώτες-ιδιοκτήτες 2,900 σκαφών, με το 25% στην Ελλάδα, 25% στην Κροατία και το υπόλοιπο διαμοιρασμένο σε Ιταλία, Ισπανία, Γερμανία, Τουρκία και Ολλανδία. Οι ιδιοκτήτες των σκαφών οφείλουν να τηρούν όλες τις προδιαγραφές, οι οποίες εξετάζονται από την εταιρεία και να αποστέλλουν πραγματικές πιστοποιημένες φωτογραφίες με έλεγχο από την Incredibluε.

Η Incredibluε έχει λάβει αρκετά βραβεία από διαγωνισμούς επιβραβεύοντας την προσπάθειά της. Ειδικότερα, κατέκτησε την 4^η θέση στο pirate summit στην Κολονία, την 1^η στο how to web στη Ρουμανία και στο tedexathens salon και τέλος την 5^η θέση στο «ibank καινοτομία και τεχνολογία» της Εθνικής Τράπεζας⁹⁷.

Αναφορικά με τον κύκλο χρηματοδοτήσεων η Incredibluε αποτελεί μερικές από τις startup που έλαβες αρκετούς γύρους χρηματοδοτήσεων. Πιο συγκεκριμένα, το 2013 η Incredibluε έλαβε από Jeremie Open fund, χρηματοδότηση ύψους 100,000 ευρώ σε pre-seed στάδιο που την βοήθησε να διεκπεραιώσει λειτουργικές διαδικασίες μέχρι το 2014 όπου έλαβε τον δεύτερο γύρο χρηματοδοτήσεων σε επίπεδο seed μέσω του Jeremie Open fund καθώς και διαφόρων business Angels, το ύψος των 500,000 ευρώ, δίνοντας ακόμη ένα έναυσμα εξέλιξης της επιχείρησης, γεγονός το οποίο διαφαίνεται ότι από την ίδρυσή της μέχρι το 2014 αυξήθηκαν οι συνεργασίες της. Τέλος, το 2015 χρηματοδοτείται σε ένα τρίτο γύρο με το ποσό των 1,8 εκατ. ευρώ βοηθώντας την να αναπτύξει τον τομέα στον οποίο υστερούσε, το marketing και να αυξήσει τις θέσεις εργασίας της για το 2015 σε 18, συμβάλλοντας στην ευρύτερη ανάπτυξη της σε περισσότερες χώρες.

⁹⁷ Αθηνάϊου Μαρίνα(2014), *Incredibluε: Η ιστορία της πρώτης διαδικτυακής πύλης ενοικίασης σκαφών*, διαθέσιμο στο: www.epixeiro.gr (πρόσβαση στις 11/7/2016)

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Χατζηκωνσταντίνου Γιώργος Θ. & Γωνιάδης Ηρακλής Ι. (2009), *Επιχειρηματικότητα και καινοτομία: από την ίδρυση στη διοίκηση και την επιβίωση της νέας επιχείρησης*, Αθήνα, εκδόσεις Gutenberg

Μελέτες

Γκαγκάτσιος Ιωάννης (2008), *Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα-Επιχειρήσεις*, Αθήνα, Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων

Διείσδυση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στον Τομέα του Τουρισμού: Τάσεις και εξελίξεις & Υφιστάμενη κατάσταση στην Ελλάδα, Αθήνα, Παρατηρητήριο για την ΚτΠ

Μυλωνάς Παύλος & Τζάκου-Λαμπροπούλου Νέλλη (2016), *Μικρομεσαίες επιχειρήσεις: κλάδος πληροφορικής*, Αθήνα, ΕΤΕ

Deakins David & Freel Mark (2007), *Επιχειρηματικότητα*, Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (2007), *Τραπεζικό σύστημα και επιχειρήσεις*, Αθήνα

Φερρές Κυριάκος & Καφέζα Ελεάνα (2009), *Ο τουρισμός στην Ψηφιακή Οικονομία*, Αθήνα, ΙΤΕΠ

Στουρνάρας Γιάννης (2016), *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2015*, Αθήνα, Τράπεζα ης Ελλάδος

Άρθρα

Πόγκας Δημήτριος (2014), *Eurobank: 10 εκ. ευρώ απευθείας στις startups*

Χεκίμογλου Αχιλλέας (2014), *Σε 10 startups επενδύει το fund της Πειραιώς PJ Tech Catalyst*, το Βήμα-Οικονομία

Ξενόγλωσση

Μελέτες

Eiżbieta Bieńkowska (2015), *Annual Report on European SMEs*, European Comission

Entrepreneurship and investment opportunities in Greece today, Endeavor

Vitor Constâncio (2015), *Financial Stability Review*, European Central Bank

Σύνδεσμοι

www.alphabank.gr

www.eurobank.gr

www.piraeousbank.gr

www.startupper.gr

www.startupstories.gr

www.atticabank.gr

www.nbg.gr

www.theegg.gr

www.pjtechcatalyst.com

www.etean.gr

www.fortunegreece.gr

www.e-forologia.gr

www.kemel.gr

www.parkaround.gr

www.tovima.gr

www.epixeiro.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΣΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΜΕΛΕΤΗ

4.1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην μελέτη που προηγήθηκε παρουσιάστηκαν και αναλύθηκαν τρεις βασικές έννοιες, η επιχειρηματικότητα, η καινοτομία και η τραπεζική χρηματοδότηση. Οι τρεις αυτές έννοιες συνδέονται μέσω των startup επιχειρήσεων, οι οποίες όχι μόνο προωθούν και στηρίζονται στην έννοια της καινοτομίας αλλά αποτελούν και το πλέον γόνιμο έδαφος ανάπτυξης της ελληνικής επιχειρηματικότητας, μέσω νέων προϊόντων/υπηρεσιών ή καινοτόμων διαδικασιών. Στο πρώτο μέρος της μελέτης όπου και παρουσιάστηκε η έννοια και τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την ελληνική επιχειρηματικότητα καθιστώντας σαφές ότι οι ελληνικοί δείκτες για τις ΜΜΕ και ιδιαίτερα τις startup είναι μεν συνεχώς αυξανόμενες αλλά παραμένουν σε χαμηλότερο επίπεδο από τον μέσο όρο της ΕΕ. Ο λόγος που συμβαίνει αυτό είναι γιατί αφενός η ελληνική αγορά έχει αρκετές ατέλειες που εμποδίζουν την ανάπτυξη μιας νεοφυούς επιχείρησης και αφετέρου η έλλειψη πληροφόρησης τόσο από την πλευρά των θεσμών όσο και του ίδιου του επιχειρηματικού κλάδου. Οι έννοιες της καινοτομίας και της startup επιχείρησης μέχρι πρότινος αποτελούσαν έννοιες άγνωστες στην ελληνική αγορά. Η προβολή αυτών από τα ιδρύματα, τις τράπεζες και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης υποβοηθήσαν τους νέους επιχειρηματίες να προχωρήσουν στην υλοποίηση των ιδεών τους.

Εν συνεχεία, μέσα από τα κεφάλαια της καινοτομίας και των χαρακτηριστικών των νεοφυών επιχειρήσεων κατέστη σαφές ότι η επιχείρηση που θα υπερέχει έναντι των άλλων επιχειρήσεων, είναι εκείνη που θα πραγματοποιήσει τον συνδυασμό γνώσης και τεχνολογίας που θα προσδώσει ένα τελικό προϊόν ή μια υπηρεσία που θα ξεχωρίζει σε έννοια και χαρακτηριστικά από τα άλλα, μέσω της δημιουργικής και συνδυαστικής σκέψης. Ακόμα, η ίδια επιχείρηση οφείλει να εισαγάγει στην ελληνική αγορά εκείνα τα προϊόντα/υπηρεσίες που θα βοηθήσουν τα περιθώρια κέρδους με ταυτόχρονη επένδυση στην καινοτομία τόσο για να ελαττώσει τα κόστη όσο και για να αντιμετωπίσει τον συνεχή ξένο ανταγωνισμό. Σαφώς στην υλοποίηση των παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι μόνο ορισμένες πρωτοβουλίες προώθησης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας συμβάλλουν έως σήμερα. Οι εν λόγω πρωτοβουλίες όπως οι διαγωνισμοί προώθησης της καινοτομίας αλλά και επιβράβευσης με χρηματικό έπαθλο αλλά και διάφοροι οργανισμοί όπως τα τέσσερα βασικά τραπεζικά ιδρύματα, ο ΣΕΒ, το ΚΕΜΕΛ και

το ETEAN AE. Σε όλη την άνω διαδικασία σημαντική συνεισφορά έχουν τα ευρωπαϊκά ταμεία όπως το ΕΤΕ, ΕΤΠΑ καθώς και διάφορα προγράμματα του ΕΣΠΑ, ανάπτυξης και προώθησης των ΜΜΕ μέσω των κονδυλίων τους.

Ωστόσο, προκειμένου να υφίστανται όλα τα παραπάνω και όχι μόνο να εκκινηθούν οι νεοφυείς επιχειρήσεις αλλά και να αναπτυχθούν απαραίτητο εργαλείο αποτελεί η χρηματοδότηση. Μέσω της μελέτης κατέστη σαφές ότι η χρηματοδότηση νέων ιδεών αποτελεί ενδεχομένως το πιο δύσκολο κομμάτι ανάπτυξης μια επιχείρησης, όχι μόνο για την γενικότερη δημοσιονομική κατάσταση αλλά και για την έλλειψη οργάνωσης και πληροφόρησης. Στα πλαίσια της χρηματοδότησης, ο πιο συνήθης τρόπος, ο τραπεζικός δανεισμός ΜΜΕ και δη νεοφυών, διαφαίνεται ότι από το 2008 όπου και βρισκόταν σε σημείο καμψής και έπειτα υπάρχει σημαντική πτώση, παραχωρώντας το έδαφος για ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών χρηματοδότησης με την συμβολή των τραπεζών. Οι πρωτοβουλίες Jeremie με την βοήθεια της ETEAN AE., χρηματοδοτούν μέσω προγραμμάτων όλα τα στάδια λειτουργίας μια νεοφυούς επιχείρησης.

Η δημιουργία funds όπως PJ Tech Catalyst με την συμβολή των τραπεζών αποτέλεσε μια από τις σημαντικότερες πρωτοβουλίες ανάδειξης startup επιχειρήσεων τόσο σε επίπεδο προβολής όσο και σε επίπεδο ανάπτυξής τους. Ειδικότερα, το PJ Tech Catalyst της Τράπεζας Πειραιώς έχει χρηματοδοτήσει έως σήμερα 15 επιχειρήσεις με την βοήθεια επιχειρήσεων. Ακόμα, η πρωτοβουλία NBG business seeds μέσω των 7 διαγωνισμών που έχει διοργανώσει έως σήμερα όχι μόνο επιβράβευσε τις καινοτόμες ιδέες αλλά τις βοήθησε και να υλοποιήσουν τις ιδέες αυτές.

Τέλος, μέσω της παρουσίασης των μελετών περιπτώσεων διαφαίνεται ότι η προσπάθεια χρηματοδότησης τέτοιων εγχειρημάτων όχι μόνο βοήθησε τις εν λόγω επιχειρήσεις να αναπτυχθούν αλλά προσέφερε στην αγορά ιδέες οι οποίες καλύπτουν κενά και να βοηθούν στην διεκπεραίωση τόσο καθημερινών αναγκών αλλά και την συνεισφορά σε ερευνητικό πεδίο. Οι επιχειρήσεις αυτές αποτελούν ιδιαίτερα παραδείγματα καθώς ο ρυθμός ανάπτυξής τους είναι εντυπωσιακός σε σύντομο χρονικό διάστημα. Αναφορικά με την Pollfish, η συμβολή της στον τομέα των ερευνών σε πραγματικό χρόνο με χαμηλό κόστος, παρουσιάζει τις δυνατότητες τόσο των τεχνολογικών ιδεών όσο και των νέων επιχειρηματιών. Σαφώς, η συνεισφορά και των τριών startup Pollfish, Park around και της Incredible, καθώς και όλων τεχνολογικών startup αναδεικνύει ότι η νεοφυής επιχειρηματικότητα δεν αποτελεί μια θεωρητική έννοια αλλά αποτελεί το κλειδί για τον εκσυγχρονισμό της ελληνικής αγοράς και την αφετηρία ανάδειξης τόσο της ελληνικής επιχειρηματικότητας όσο και των ελληνικών καινοτόμων ιδεών.

4.2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΜΕΛΕΤΗ

Μέσω της βιβλιογραφικής επισκόπησης και της συνολικής μελέτης προέκυψαν οι θεματικές δυο εναλλακτικών τρόπων χρηματοδότησης νεοφυών επιχειρήσεων που εμπλέκονται με τις παραδοσιακές μορφές, αυτοί είναι το crowd funding⁹⁸ και οι επιχειρηματικοί άγγελοι (business angles)⁹⁹. Το Crowdfunding είναι η χρηματοδότηση από το πλήθος κάποιου έργου/project ή κάποιας ιδέας από πολλούς ανθρώπους, οι οποίοι προσφέρουν μικρά ποσά ο καθένας. Η κεντρική ιδέα του crowdfunding εδράζεται γύρω από τη συγκέντρωση χρημάτων από το Διαδίκτυο. Το crowdfunding δύναται να λάβει διάφορες μορφές, ωστόσο δυο τύποι αφορούν τις καινοτόμες επιχειρήσεις, το crowdfunding ανταμοιβής (reward-based) καθώς και το μετοχικό crowdfunding (equity-based). Το crowdfunding αφορά περιπτώσεις χρηματοδότησης από 5.000-50.000 ευρώ¹⁰⁰.

Ενώ οι επιχειρηματικοί άγγελοι (business angels) λειτουργούν στην Ελλάδα κυρίως από τον ΣΕΒ και σκοπός είναι να φέρει σε επαφή τα μέλη του με τις επιχειρήσεις, οι οποίες υποβάλλουν επενδυτικές προτάσεις προς χρηματοδότηση με σκοπό την ενίσχυση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Τα μέλη μοιράζονται εκτός από κεφάλαια προς χρηματοδότηση και την εμπειρία τους, επεκτείνοντας τις χρηματοδοτικές ευκαιρίες των επιχειρήσεων και συνεισφέροντας στην ανάπτυξη και στην απασχόληση. Το ύψος της χρηματοδότησης μπορεί να φτάσει έως τα 2 εκατ. ευρώ. Συνήθως οι επιχειρηματικοί άγγελοι επενδύουν σε κλάδους με τους οποίους ενασχολούνται για τον λόγο ότι σε αυτούς τους τομείς διαθέτουν και την κατάλληλη εμπειρία καθώς και το δίκτυο(networking) γύρω από το οποίο πλαισιώνονται.

Αποτελούν ενδεχομένως, από τις πλέον ανερχόμενες και δημοφιλείς τάσεις χρηματοδότησης. Η εξέταση και η ανάλυση αυτών θα προσέδιδε σε μια περαιτέρω έρευνα την προβολή και προώθηση νέων τρόπων στήριξης νεοφυούς επιχειρηματικότητας, οι οποίοι θα αποτελούσαν έναν πρακτικό οδηγό εύρεσης εναλλακτικών μορφών χρηματοδότησης και στήριξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας καθώς και προβολή των ιδεών αυτών στο ευρύτερο κοινό.

⁹⁸ <https://www.indiegogo.com/projects/greek-crowdfund>

⁹⁹ www.businessangelsgreece.gr

¹⁰⁰ <http://startupgreece.gov.gr/el/procedures-laws-regulations/%CF%84%CE%B9-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%BF-crowd-funding>

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Λαμπρόπουλος Παναγιώτης (2008), *Επιχειρηματικότητα :σχεδιασμός και ανάπτυξη των επιχειρήσεων στην κοινωνία της πληροφορίας*, Αθήνα. εκδόσεις

Χασσίδ Ιωσήφ & Φαφαλίου Ειρήνη (2011), *Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις*, Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική

Χατζηκωνσταντίνου Γιώργος Θ. & Γωνιάδης Ηρακλής Ι. (2009), *Επιχειρηματικότητα και καινοτομία: από την ίδρυση στη διοίκηση και την επιβίωση της νέας επιχείρησης*, Αθήνα, εκδόσεις Gutenberg

Deakins David & Freel Mark (2007), *Επιχειρηματικότητα*, Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική

Deakins David & Mark Freel (2015), *Επιχειρηματικότητα και μικρές επιχειρήσεις: νεοφυείς επιχειρήσεις*, Αθήνα, εκδοτικός οίκος Rosili

ΜΕΛΕΤΕΣ

Βασικοί δείκτες καινοτομίας ελληνικών επιχειρήσεων 2012-2014, Αθήνα, Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης

Γκαγκάτσιος Ιωάννης (2008), *Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα-Επιχειρήσεις*, Αθήνα, Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων

Διείσδυση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στον Τομέα του Τουρισμού: Τάσεις και εξελίξεις & Υφιστάμενη κατάσταση στην Ελλάδα, Αθήνα, Παρατηρητήριο για την ΚτΠ

Ιωαννίδης Σταύρος, Τσακανίκας Χρήστος & Χατζηχρήστου Στελίνα (2010), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: αναζητώντας διέξοδο από την κρίση*, Αθήνα, IOBE

Λιβιεράτος Αντώνης (2013), *Οδηγός καινοτομίας για μικρές επιχειρήσεις*, Αθήνα, Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Πρόνοιας

Λιούκας Σπυριδών, Βουδούρη Ειρήνη, Γκούρας Αθανάσιος & Λαντζούνη Παναγιώτα, *Η καινοτομία στην Ελλάδα: συγκριτική αξιολόγηση με διεθνείς δείκτες, πολιτικές, προτάσεις στρατηγικές*, Αθήνα, Εκδόσεις Κόκκαλη

Μυλωνάς Παύλος & Τζάκου-Λαμπροπούλου Νέλλη (2016), *Μικρομεσαίες επιχειρήσεις: κλάδος πληροφορικής*, Αθήνα, ΕΤΕ

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (2007), *Τραπεζικό σύστημα και επιχειρήσεις*, Αθήνα

Ρερρές Κυριάκος & Καφέζα Ελεάνα (2009), *Ο τουρισμός στην Ψηφιακή Οικονομία*, Αθήνα, ΙΤΕΠ

Στουρνάρας Γιάννης (2016), *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2015*, Αθήνα, Τράπεζα ης Ελλάδος

Η δημογραφία των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας στην Ελλάδα: Σύσταση και διαγραφή επιχειρήσεων την περίοδο 2011-2015, Αθήνα, Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης

Άρθρα

Πόγκας Δημήτριος (2014), *Eurobank: 10 εκ. ευρώ απευθείας στις startups* Καινοτομία made in Greece, Επιλογή, Αύγουστος-Σεπτέμβριος 2012

Σταθερή βελτίωση της καινοτομίας στην Ελλάδα, Microsoft

Τα συν και τα πλην του Έλληνα επιχειρηματία, Endeavor, 2013

Χεκίμογλου Αχιλλέας (2014), *Σε 10 startups επενδύει το fund της Πειραιώς PJ Tech Catalyst*, το Βήμα-Οικονομία

Ξενόγλωσση

Mellisa A. Schilling (2013), *Strategic Management of Technological Innovation*, 4th edition, New York, McGraw-Hill

Trot Paul (2008), *Innovation management and new product development*, 4th edition, Netherlands, Prentice Hall

Wheelen Thomas L. & Hunger David J. (2012), *Strategic Management and Business Policy*,

Μελέτες

Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2009), *Business Model Generation*

Elżbieta Bieńkowska (2015), *Annual Report on European SMEs*, European Commission

Vitor Constâncio (2015), *Financial Stability Review*, European Central Bank

Άρθρα

Eric Ries & Dr Linda Hickman, *The Lean Startup*, London School of Economics

McKenzie B., Ugbah S. & Smothers, N. (2007), *Who is an entrepreneur?, Is still the wrong question?*, The DreamCatchers Group, LLC, UK

Robehmed Natalie (2013), *What is a startup?*, Forbes

Steve Blank (2013), *Why the Lean Start-up changes Everything*, Harvard Business Review

Σύνδεσμοι

www.alphabank.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος της τράπεζας Alfabank)

www.eurobank.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος της τράπεζας Eurobank)

www.piraeousbank.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος της Τράπεζας Πειραιώς)

www.startupper.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος της startupper)

www.startupstories.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος των startupstories)

www.atticabank.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος της τράπεζας Attica)

www.nbg.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος της Εθνικής Τράπεζας)

www.theegg.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος του egg)

www.pjtechcatalyst.com (επίσημος διαδικτυακός τόπος του PJ Tech Catalyst)

www.etean.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος του ETEAN)

www.fortunegreece.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος του περιοδικού fortune)

www.e-forologia.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος του e-forologia)

www.kemel.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος του κέντρου εθελοντών manager Ελλάδος)

www.greekinnovation.eu (επίσημος διαδικτυακός τόπος για την καινοτομία)

www.enterprisegreece.gov.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος για την επιχειρηματικότητα του Υπουργείου Οικονομίας, Ανάπτυξης & Τουρισμού)

www.ekkinisilab-sev.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος της EkkinisiLab)

www.kainotomeis.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος του "η Ελλάδα καινοτομεί")

www.epidotisimag.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος του ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ)

www.forbes.com (επίσημος διαδικτυακός τόπος του Forbes)

www.startupgreece.gov.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος του startupgreece)

www.startup.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος του startup.gr)

www.startupawards.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος του startup Greece awards)

www.greekstartups.com (επίσημος διαδικτυακός τόπος του greekstartps)

www.hellenicstartups.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος της ελληνικής ένωσης νεοφυών επιχειρήσεων)

www.eitictlabs.eu (επίσημος διαδικτυακός τόπος ευρωπαϊκής πλατφόρμας για την καινοτομία)

www.startupper.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος της startupper)

www.bankofgreece.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος της Τράπεζας της Ελλάδος)

www.parkaround.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος της Parkaround)

www.tovima.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος του περιοδικού Βήμα)

www.endeavor.org.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος της Endeavor)

www.obl.gr (επίσημος διαδικτυακός τόπος του εθνικού μητρώου τίτλων)

www.epo.org (επίσημος διαδικτυακός τόπος του Ευρωπαϊκού Γραφείου)

www.innovaccess.eu (επίσημος διαδικτυακός τόπος για πληροφορίες σχετικά με την πνευματική ιδιοκτησία)