



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

ΤΟΜΕΑΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ ΚΑΙ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΩΝ ΝΕΟΦΥΩΝ (STARTUP) ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ:
ΜΙΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ – ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
Για το ΔΠΜΣ Τεχνο-Οικονομικά Συστήματα

Του

Μιχαήλ Παπαδόπουλου

Επιβλέπων : Δημήτριος Ασκούνης
Καθηγητής Ε.Μ.Π.

Αθήνα, Απρίλιος/2024



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ
ΤΟΜΕΑΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ ΚΑΙ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΩΝ ΝΕΟΦΥΩΝ (STARTUP) ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ:
ΜΙΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ – ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Για το ΔΠΜΣ Τεχνο-Οικονομικά Συστήματα

Του

Μιχαήλ Παπαδόπουλου

Επιβλέπων : Δημήτριος Ασκούνης
Καθηγητής Ε.Μ.Π.

Εγκρίθηκε από την τριμελή εξεταστική επιτροπή τον Απρίλιο 2024.

.....
Δημήτριος Ασκούνης
Καθηγητής Ε.Μ.Π.

.....
Ιωάννης Ψαρράς
Καθηγητής Ε.Μ.Π.

.....
Χρυσόστομος Δούκας
Καθηγητής Ε.Μ.Π.

Αθήνα,

Απρίλιος/2024

.....

Μιχαήλ Παπαδόπουλος

Πτυχιούχος Μηχανικός Αεροσκαφών – ΣΙ (Τμήματος Μηχανικών)

© 2024 – Allrightsreserved

Περίληψη

Η παρούσα βιβλιογραφική μελέτη διερευνά το δυναμικό περιβάλλον που υποστηρίζει τις επιχειρηματικές προσπάθειες στην Ελλάδα, εστιάζοντας στην ακμάζουσα σκηνή νεοφυών επιχειρήσεων της χώρας. Διερευνά την ιδέα των νεοφυών επιχειρήσεων, τα βασικά χαρακτηριστικά τους και την αξιοσημείωτη οικονομική συνεισφορά τους μέσω μιας ενδελεχούς εξέτασης. Η έρευνα διερευνά επίσης το πολύπλοκο δίκτυο των συστημάτων υποστήριξης που βοηθούν τις νεοφυείς επιχειρήσεις να αναπτυχθούν και να επιτύχουν, συμπεριλαμβανομένων των προ-εκκολαπτηρίων επιχειρήσεων, των θερμοκοιτίδων, των επιταχυντών και των καναλιών χρηματοδότησης. Επιπλέον, εξετάζει το ιδιαίτερο επιχειρηματικό κλίμα που έχει σχεδιαστεί για τις ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις, δίνοντας έμφαση στη σημασία της νεανικής επιχειρηματικότητας, στην άνοδο των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων και στις διαρθρωτικές συνιστώσες του οικοσυστήματος -όπως τα πανεπιστημιακά κέντρα καινοτομίας και τα επιστημονικά και τεχνολογικά πάρκα- που υποστηρίζουν το οικοσύστημα. Επιπλέον, η μελέτη αξιολογεί τις χρηματοδοτικές επιλογές που είναι προσβάσιμες στις νεοφυείς επιχειρήσεις, καθώς και τη θεσμική δομή που παρέχει υποστήριξη στις προσπάθειές τους. Η παρούσα μελέτη προσφέρει μια λεπτομερή εικόνα του περιβάλλοντος των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα ανοίγοντας την πόρτα για τεκμηριωμένες επιλογές και τακτικές δράσεις για τη στήριξη της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας.

Λέξεις κλειδιά

Startup επιχειρήσεις, Νεοφυείς επιχειρήσεις, Ελληνικά startup, οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων, περιβάλλον νεοφυών επιχειρήσεων.

Abstract

This bibliographic study explores the dynamic environment that supports entrepreneurial efforts in Greece, focusing on the country's thriving startup scene. It explores the concept of startups, their key characteristics, and their remarkable economic contribution through a thorough examination. The research also explores the complex network of support systems that help startups grow and succeed, including pre-business incubators, incubators, accelerators, and funding channels. In addition, it examines the specific business climate designed for Greek startups, emphasizing the importance of youth entrepreneurship, the rise of Greek startups, and the structural components of the ecosystem - such as university innovation centers and science and technology parks - that support the ecosystem. In addition, the study assesses the financing options accessible to startups, as well as the institutional structure that provides support for their efforts. This study provides a detailed picture of the startup environment in Greece, opening the door to informed choices and tactical actions to support innovation and entrepreneurship.

Keywords

Startup businesses, Startup businesses, Greek startup, startup ecosystem, startup ecosystem, startup environment.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη.....	4
Λέξεις κλειδιά.....	4
Abstract.....	5
Keywords.....	5
Πίνακας εικόνων.....	8
Πίνακας Συντομεύσεων.....	8
Κεφάλαιο 1. Εισαγωγή.....	9
1.1. Αντικείμενο και Σκοπός.....	9
1.2. Μεθοδολογία Διπλωματικής.....	10
1.3. Δομή Διπλωματικής.....	10
Κεφάλαιο 2. Νεοφυήεπιχείρηση.....	11
2.1. Εννοιολογική προσέγγιση του όρου «startup».....	11
2.2. Νεοφυήεπιχείρηση (startup).....	11
2.3. Βασικά χαρακτηριστικά της νεοφυούς επιχειρηματικότητας.....	15
Κεφάλαιο 3. Τρόποι Ανάπτυξης Νεοφυών Επιχειρήσεων.....	18
3.1. Επιχειρηματικό Μοντέλο (Business Model Canvas).....	23
3.2. Στρατηγική ανάπτυξης νεοφυών επιχειρήσεων.....	27
3.3. Κλάδοι δραστηριοποίησης.....	28
3.4. Συμβολή της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην οικονομία.....	32
Κεφάλαιο 4. Οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων.....	36
4.1. Επιχειρηματικές προ-θερμοκοιτίδες (Business pre-incubators).....	40
4.2. Επιχειρηματικές θερμοκοιτίδες(Businessincubators).....	41
4.3. Επιταχυντές (Accelerators).....	42
4.4. Πρόγραμμα επιτάχυνσης.....	43
4.5. Πηγεςχρηματοδότησης.....	48

4.6. Οργανισμοί που προωθούν την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία	55
4.7. Διαγωνισμοί επιχειρηματικότητας και καινοτομίας	61
4.8. Δραστηριότητες και εκδηλώσεις για startup επιχειρήσεις.....	62
4.9. Κοινωνικές ομάδες και οργανώσεις υποστήριξης επιχειρηματικότητας και καινοτομίας	63
Κεφάλαιο 5. Επιχειρηματικό περιβάλλον νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα	65
5.1. Η νεανική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.....	65
5.2. Οι ελληνικές startup επιχειρήσεις.....	68
5.3. Δομικά στοιχεία Ελληνικού οικοσυστήματος.....	70
5.3.1. Κρατικοί - Ευρωπαϊκοί Φορείς	70
5.3.2. Οργανισμοί - Φορείς στήριξης επιχειρηματικότητας.....	71
5.3.3. Επιστημονικά και Τεχνολογικά Πάρκα	75
5.3.4. Πανεπιστήμια – Μονάδες Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας... ..	79
5.4. Επιχειρηματική επώαση στην Ελλάδα.....	79
5.5. Πηγές χρηματοδότησης.....	85
5.6. Το υποστηρικτικό θεσμικό πλαίσιο των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα	89
Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα και Μελλοντικές Προοπτικές	91
Βιβλιογραφία.....	93

Πίνακας εικόνων

Εικόνα 1: Business Model Canvas.....	26
Εικόνα 2: Φορείς Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων στην Ελλάδα	40
Εικόνα 3: Αριθμός επενδύσεων ανά πηγή σε startups Ελλήνων επενδυτών	52
Εικόνα 4: Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες/διαδικασίες (2015) Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM	66
Εικόνα 5: Βαθμός καινοτομίας των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων ανά χώρα % επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM	68

Πίνακας Συντομεύσεων

Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (ΙΚΕ)

Διοικητικό Συμβούλιο (ΔΣ)

Κεφάλαιο 1. Εισαγωγή

Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις αποτελούν υποομάδα των νεοσύστατων επιχειρήσεων. Μόνο συγκεκριμένες νεοσύστατες επιχειρήσεις μπορούν να χαρακτηριστούν ως τέτοιες εάν πληρούν συγκεκριμένες απαιτήσεις και διαθέτουν μοναδικά χαρακτηριστικά στο επιχειρηματικό τους σχέδιο.

Η έννοια της νεοφυούς επιχείρησης είναι πολύπλοκη, γεγονός που καθιστά δύσκολη την παροχή ενός οριστικού και ακριβούς ορισμού (Blank, 2013). Σύμφωνα με τον Steve Blank, τον πρωτοπόρο της μεθοδολογίας Lean Startup, η νεοφυής επιχείρηση ορίζεται ως μια επιχείρηση ή προσωρινή οντότητα που έχει ως στόχο τη διερεύνηση ενός βιώσιμου και επεκτάσιμου επιχειρηματικού μοντέλου. Μια νεοφυής επιχείρηση, σύμφωνα με την Αμερικανική Διοίκηση Μικρών Επιχειρήσεων (SBA), είναι μια επιχείρηση που συνήθως έχει τεχνολογική εστίαση και έχει τη δυνατότητα σημαντικής ανάπτυξης. Το 2015, η ινδική ηγεσία έλαβε σημαντικά μέτρα για την προώθηση της ανάπτυξης των νεοφυών επιχειρήσεων με τη δημιουργία ενός μητρώου νεοφυών επιχειρήσεων. Αυτό το μητρώο είχε συγκεκριμένα κριτήρια για την ένταξη, όπως η λειτουργία για λιγότερο από 5 χρόνια, τα έσοδα κάτω των 5 εκατομμυρίων δολαρίων και η εστίαση στην καινοτομία για την ανάπτυξη και την εμπορική αξιοποίηση προϊόντων και υπηρεσιών που βασίζονται στην τεχνολογία ή στην πνευματική ιδιοκτησία (Kimet. al., 2018).

1.1. Αντικείμενο και Σκοπός

Η απασχόληση της εργασίας και οι ισχυροί ρυθμοί ανάπτυξης αποτελούν βασικές πτυχές για τη δημιουργία μιας ανθεκτικής οικονομίας. Ένα αξιοσημείωτο χαρακτηριστικό των νεοφυών επιχειρήσεων είναι ο εκθετικός ρυθμός επέκτασής τους, που τις καθιστά βέλτιστο μέσο τόνωσης της παγκόσμιας οικονομίας. Σύμφωνα με έρευνα του Ιδρύματος Kauffman, οι νεοφυείς επιχειρήσεις αποτελούν αξιόπιστο δείκτη του ρυθμού ανάπτυξης μιας οικονομίας. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, είναι προφανές ότι στις Ηνωμένες Πολιτείες, από το 1977 έως το 2005, ένας σημαντικός αριθμός νεοσύστατων επιχειρήσεων είχε αρνητική επίδραση στην απασχόληση,

οδηγώντας στην εξάλειψη περισσότερων από ένα εκατομμύριο θέσεων εργασίας κάθε χρόνο. Αντίθετα, οι νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις δημιουργούν περισσότερες από τρία εκατομμύρια ευκαιρίες απασχόλησης κάθε χρόνο, αμβλύνοντας έτσι τα προβλήματα που δημιουργούν οι καθιερωμένες επιχειρήσεις (Estayet. al., 2013).

1.2. Μεθοδολογία Διπλωματικής

Η προσέγγιση της παρούσας μελέτης βασίζεται κυρίως σε μια εκτεταμένη βιβλιογραφική έρευνα. Η βιβλιογραφική επισκόπηση αποτελεί τη βάση για την εξεύρεση ιδεών, υποθέσεων και εμπειρικών δεδομένων σχετικών με τους στόχους της έρευνας.

1.3. Δομή Διπλωματικής

Στο Κεφάλαιο 1 διερευνάται το εννοιολογικό πλαίσιο για την κατανόηση των νεοφυών επιχειρήσεων και αποσαφηνίζονται οι διάφορες πτυχές των επιχειρηματικών προσπαθειών και η θέση τους στο επιχειρηματικό περιβάλλον. Οι τεχνικές ανάπτυξης νεοφυών επιχειρήσεων και εργαλείων όπως ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BusinessModelCanvas) καλύπτεται στο Κεφάλαιο 2, το οποίο εμβαθύνει περισσότερο στα λειτουργικά στοιχεία των νεοφυών επιχειρήσεων. Στο Κεφάλαιο 3, η έμφαση μετατοπίζεται στην εξέταση του ευρύτερου οικοσυστήματος στο οποίο λειτουργούν οι νεοφυείς επιχειρήσεις.

Κεφάλαιο 2. Νεοφυής επιχείρηση

2.1. Εννοιολογική προσέγγιση του όρου «startup»

Όταν πρόκειται για τη μετάφραση του όρου "startup" στα ελληνικά, μια από τις συνήθειες αποδόσεις είναι "εκκίνηση". Ωστόσο, η έκφραση αυτή ευθυγραμμίζεται εννοιολογικά με τον όρο "startup", λειτουργώντας σε αντίθεση με το επιχείρημα ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις αποτελούν υποσύνολο των startups. Ένας κατάλληλος ορισμός για τον όρο "νεοφυής επιχείρηση" θα μπορούσε να είναι: "Μια προνοητική, νεοσύστατη επιχείρηση με καλά σχεδιασμένο σχέδιο ανάπτυξης" (Marionet. al., 2021).

Παρ' όλα αυτά, υπάρχει μια ευρέως αποδεκτή συμφωνία όσον αφορά τη χρήση των όρων "νεοφυής επιχείρηση" και "startup". Η προσέγγιση αυτή υιοθετείται συνήθως από πολυάριθμα έγκριτα ιδρύματα. Έτσι, η παραδοχή αυτή υιοθετείται στην παρούσα εργασία λόγω της απουσίας μιας πιο εξελιγμένης εναλλακτικής λύσης και της κούρασης που θα επέβαλε στον αναγνώστη η συνεχής περιφραστικότητα. Επίσης, ευθυγραμμίζεται με την επικρατούσα προσέγγιση που χρησιμοποιείται από άλλα ιδρύματα και οργανισμούς του ελληνικού οικοσυστήματος. Επιπλέον, για λόγους σαφήνειας για τον αναγνώστη, ο αγγλικός όρος "startup" περιλαμβάνεται ειδικά στις περιπτώσεις όπου γίνεται συγκριτική αναφορά σε όλες τις νεοφυείς επιχειρήσεις (Hanchi&Kerzazi, 2020).

2.2. Νεοφυής επιχείρηση (startup)

Τα τελευταία χρόνια, η λέξη "νεοφυής επιχείρηση" έχει επικρατήσει όλο και περισσότερο για να χαρακτηρίσει κάθε νέα επιχειρηματική προσπάθεια. Παρ' όλα αυτά, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι δεν μπορεί να χαρακτηριστεί εξ ορισμού ως νεοϊδρυθείσα επιχείρηση κάθε νεοϊδρυθείσα επιχείρηση. Κατά τη διενέργεια εκτεταμένης έρευνας στο διαδίκτυο και στη βιβλιογραφία, διαπιστώθηκε ότι δεν υπάρχει ακριβής και καθολικά αποδεκτή έννοια του όρου "νεοφυής επιχείρηση" μεταξύ των ερευνητών του τομέα. Προκειμένου να ορίσουμε αυτό το είδος επιχείρησης, θα εξετάσουμε πολυάριθμους ορισμούς

που παρέχονται από ακαδημαϊκούς και επιτυχημένους ιδρυτές νεοφυών επιχειρήσεων (Robehmed, 2013).

Ο Paul Graham, ιδρυτής της YCombinator, μιας από τις κορυφαίες νεοφυείς επιχειρήσεις στον κόσμο, παρέχει έναν πιο ακριβή ορισμό της νεοφυούς επιχείρησης ως "μία εταιρεία που έχει σχεδιαστεί ειδικά για να γνωρίσει ταχεία ανάπτυξη". Το να χαρακτηριστεί μια επιχείρηση ως νεοφυής δεν σημαίνει απαραίτητα ότι πληροί τα κριτήρια μιας νεοφυούς επιχείρησης. Η μόνη κρίσιμη πτυχή μιας νεοσύστατης επιχείρησης είναι ο ρυθμός ανάπτυξής της. Μια επιχείρηση που λειτουργεί εδώ και 5 χρόνια μπορεί να εξακολουθεί να κατηγοριοποιείται ως νεοφυής επιχείρηση. Ωστόσο, σύμφωνα με τον Graham (2012), μια επιχείρηση που λειτουργεί εδώ και 10 χρόνια δεν χωράει πλέον μέσα στους χρονικούς περιορισμούς του ορισμού της νεοσύστατης επιχείρησης.

Σύμφωνα με τον Steve Blank, έναν Αμερικανό επιχειρηματία και ερευνητή, η νεοφυής επιχείρηση ορίζεται ως μια παροδική οντότητα που στοχεύει στην καθιέρωση ενός συγκεκριμένου επιχειρηματικού μοντέλου το οποίο μπορεί να αναπαραχθεί και να επεκταθεί (Blank&Dorf, 2010).

Ένας άλλος ορισμός που θα μπορούσε να δοθεί για την νεοφυή επιχείρηση είναι ο ακόλουθος: «Ως νεοφυής επιχείρηση (Startupcompany) ορίζεται μία επιχείρηση, η οποία έχει στόχο την ανάπτυξη και εφαρμογή ενός κλιμακούμενου επιχειρηματικού μοντέλου, μέσα από διάφορα στάδια. Πιο συγκεκριμένα μία επιχείρηση θεωρείται Startup όταν το επιχειρηματικό μοντέλο της συνεχώς μεταβάλλεται. Από τη χρονική στιγμή που σταθεροποιήσει το επιχειρηματικό μοντέλο της παύει να θεωρείται και Startup» (Salamzadeh&KawamoritaKesim, 2015).

Σύμφωνα με τον DaveMcClure, ιδρυτή του globalaccelerator 500 Startups: «Μια Startup είναι μια εταιρεία που έχει σύγχυση σχετικά με (1) ποιο είναι το προϊόν της, (2) ποιοι είναι οι πελάτες της και (3) πώς να κερδίσει χρήματα» (FinSMEs, 2013).

Ένας ακόμα ορισμός για την Startup προέρχεται από τον EricRies, συγγραφέα του "TheLeanStartup": «Μια Startup είναι ένας ανθρώπινος

θεσμός που έχει σχεδιαστεί για να παρέχει ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία υπό συνθήκες ακραίας αβεβαιότητας» (Ries, 2010).

Παρακάτω παρατίθενται τέσσερις άλλοι ορισμοί της έννοιας της νεοφυούς επιχείρησης:

<<Η νεοσύστατη επιχείρηση είναι μια επιχείρηση που στοχεύει στην αντιμετώπιση ενός δύσκολου προβλήματος για το οποίο δεν είναι άμεσα εμφανής μια σαφής απάντηση και η επίτευξη επιτυχίας είναι αβέβαιη>> (Fauziah, Hayadi, Meria & Hasanah, 2022).

<<Η νεοφυής επιχείρηση είναι μια νοοτροπία στην οποία τα άτομα επιλέγουν να ενταχθούν σε μια επιχείρηση και να εγκαταλείψουν οικειοθελώς τη σταθερότητα προκειμένου να επιδιώξουν σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης και να βιώσουν τη συγκίνηση της λήψης αποφάσεων με αντίκτυπο και άμεσο αποτέλεσμα>>(Fauziah et al., 2022).

<<Μια νεοφυής επιχείρηση είναι μια επιχειρηματική οντότητα που δημιουργήθηκε ειδικά με την πρόθεση να επιτύχει ταχεία ανάπτυξη. Μια εταιρεία που έχει ιδρυθεί πρόσφατα δεν χαρακτηρίζεται απαραίτητα ως νεοφυής επιχείρηση. Επιπλέον, μια νεοσύστατη επιχείρηση δεν απαιτεί σύνδεση με τον κλάδο της τεχνολογίας, εξάρτηση από τη χρηματοδότηση επιχειρηματικών κεφαλαίων ή την ανάγκη για οικονομική "έξοδο". Το μοναδικό ουσιαστικό χαρακτηριστικό είναι η επέκταση. Όλες οι άλλες πτυχές που σχετίζονται με μια επιχείρηση εκκίνησης είναι αποτελέσματα της επέκτασής της>> (Roberts και Lall, 2018).

<<Μια επιχείρηση βγαίνει από τη φάση εκκίνησης όταν τα μέλη της δεν αντιλαμβάνονται πλέον ότι οι ενέργειές τους έχουν σημαντικό αντίκτυπο". Πιστεύω ότι το σημείο καμπής δεν εξαρτάται από έναν ακριβή αριθμό προσωπικού, αλλά μάλλον από τη δημιουργία ενός περιβάλλοντος στο οποίο κάθε άτομο, καθώς και όλα τα μέλη της επιχείρησης συλλογικά, αδυνατούν να ωθήσουν την επιχείρηση προς την επιτυχία>> (Asvestas, 2018).

Λαμβάνοντας υπόψη όλους τους παραπάνω ορισμούς μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η προοπτική και η δυναμική ταχύτατης ανάπτυξης είναι το βασικό χαρακτηριστικό μιας νεοφυούς επιχείρησης, που την διαφοροποιεί από μία απλή νεοσύστατη επιχείρηση. Επιπρόσθετα όμως για να

χαρακτηριστεί μία επιχείρηση ως νεοφυής θα πρέπει να εκπληρώνει κάποια βασικά χαρακτηριστικά πέρα από την ραγδαία ανάπτυξή της. Παρακάτω θα αναλύσουμε τα βασικά γνωρίσματα μίας νεοφυούς επιχείρησης (Gartner, 2004).

1. Έχει προσωρινό χαρακτήρα, καθώς έχει σχετικά μικρή διάρκεια ζωής (2 έως 5 έτη). Με τον όρο προσωρινό χαρακτήρα εννοούμε την νομική μορφή της επιχείρησης, η οποία λόγω περιορισμένων αρχικών κεφαλαίων, λαμβάνει την μορφή εκείνη που απαιτεί το λιγότερο δυνατό κόστος (για παράδειγμα ΙΚΕ, που σημαίνει Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία). Επίσης μία νεοφυής επιχείρηση αρχικά χαρακτηρίζεται από χαμηλή ρευστότητα και υποτυπώδες οργανωτικές δομές, ενώ μελλοντικά θεωρείται πολύ πιθανό να εξαγοραστούν ή να συγχωνευτούν από μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, γεγονός που αποτελεί και στρατηγικό στόχο ορισμένων εξ' αυτών.

2. Έχει ένα καινοτόμο στίγμα. Μία νεοφυής επιχείρηση θα πρέπει να υλοποιεί μία ιδέα, η οποία θα προσφέρει μία λύση σε κάποιο συγκεκριμένο πρόβλημα ή θα καλύπτει μία ανάγκη (κενό) της αγοράς στον κλάδο που δραστηριοποιείται. Συνήθως δραστηριοποιείται στον κλάδο της τεχνολογίας – πληροφορικής χωρίς αυτό να θεωρείται απαραίτητο, καθώς αναπτύσσονται νεοφυείς επιχειρήσεις και σε πιο παραδοσιακούς τομείς όπως ο τουρισμός, ο πολιτισμός, η εστίαση, κ.α. Κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί ότι εάν μία νεοφυής επιχείρηση προκύπτει μέσα από μία τεχνολογική ή εμπορική επινόηση τότε ιδιαίτερη σημασία αποκτά η διασφάλιση της πνευματικής της ιδιοκτησίας (π.χ. ευρεσιτεχνία, πνευματικό δικαίωμα, εμπορικό σήμα κ.α.).

3. Έχει χαμηλό κόστος έναρξης της επιχείρησης και ταυτοχρόνως παρουσιάζει προοπτικές υψηλής απόδοσης παράλληλα με υψηλό ρίσκο. Μία νεοφυή επιχείρηση χαρακτηρίζεται από μεγαλύτερη δυναμική επέκτασης και κερδοφορίας σε σχέση με μία απλή επιχείρηση, ενώ τα αρχικά κεφάλαιά της θεωρούνται μικρά όπως επίσης είναι μικρές οι επενδύσεις σε πάγια κεφάλαια και σε εργατικό δυναμικό.

Επομένως, με βάση τις παραμέτρους που παρατίθενται ανωτέρω, η πλειονότητα των επιχειρήσεων δεν χαρακτηρίζεται πλέον ως νεοσύστατη επιχείρηση μόλις ξεπεράσει την αρχική περίοδο των 3 ετών. Το χρονικό

όριο ευθυγραμμίζεται συνήθως με τις παραμέτρους που αναφέρονται παρακάτω (Gartner, 2004):

- Η διαδικασία εξαγοράς από μια μεγαλύτερη εταιρεία.
- Πολλαπλοί χώροι γραφείων.
- Αύξηση των εσόδων.
- Υπάρχει σχεδόν 80 άτομα προσωπικό.
- Το διοικητικό συμβούλιο αποτελείται από περισσότερα από πέντε άτομα.
- Επιχειρηματίες που έχουν εκποιήσει τα δικά τους περιουσιακά στοιχεία.

Συνήθως, όταν μια νεοσύστατη επιχείρηση αρχίζει να παράγει κέρδη, συχνά απομακρύνεται από την αρχική της κατάσταση. Το κύριο χαρακτηριστικό κάθε νεοφυούς επιχείρησης είναι η ικανότητά της για επέκταση. Μια νεοσύστατη επιχείρηση προορίζεται να γνωρίσει ταχεία ανάπτυξη, όπως ένας ακαδημαϊκός που επιδιώκει να επεκτείνει τις γνώσεις του. Αυτή η έμφαση στην επέκταση, η οποία δεν επηρεάζεται από γεωγραφικούς περιορισμούς, είναι αυτό που διακρίνει τις νεοφυείς επιχειρήσεις από άλλες μικρές επιχειρήσεις. Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν συχνά την τεχνολογία για την αντιμετώπιση διάφορων προκλήσεων, με αποτέλεσμα σημαντική ανάπτυξη. Πράγματι, δεν είναι ασυνήθιστο για μια νεοφυή επιχείρηση να μην έχει εξωτερική τεχνολογική εστίαση. Έτσι, μέσα από την ενδελεχή εξέταση της επικρατούσας βιβλιογραφίας και της εκκολαπτόμενης σκηνής των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, γίνεται φανερό ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις, όντας μια σχετικά πρόσφατη μορφή επιχειρηματικής προσπάθειας, πρέπει να διαθέτουν ένα κρίσιμο χαρακτηριστικό για να θεωρηθούν ως τέτοιες: μια αξιοσημείωτη ικανότητα ταχείας επέκτασης (Kimet. al., 2018).

2.3. Βασικά χαρακτηριστικά της νεοφυούς επιχειρηματικότητας

Ο όρος νεοφυής επιχείρηση έχει εξελιχθεί σε ένα είδος εργασιακού περιβάλλοντος που ορίζεται από μια έντονη αίσθηση δυναμισμού, με

εκτεταμένες δυνατότητες και μια διαφορετική νοοτροπία που επιδιώκει να διαταράξει μια καθιερωμένη αγορά (Estayet. al., 2013).

Τα βασικά γνωρίσματα που διακρίνουν τις νεοφυείς επιχειρήσεις είναι τα ακόλουθα:

➤ Καινοτομία:

Αυτός είναι ένας κρίσιμος παράγοντας που καθορίζει την επιτυχία των νεοσύστατων επιχειρήσεων. Η επιχείρηση μπορεί να εισάγει καινοτομία με τη μορφή καινοτομίας προϊόντος, καινοτομίας διαδικασίας, οργανωτικής καινοτομίας ή συνδυασμού αυτών. Η καινοτομία προϊόντος και η οργανωτική καινοτομία επιτυγχάνονται συχνά μέσω της αξιοποίησης αναδυόμενων τεχνολογιών και ερευνητικών ανακαλύψεων. Η οργανωτική καινοτομία επικεντρώνεται στην ανάπτυξη ενός νέου και εφευρετικού εταιρικού μοντέλου (Wagner & Sternberg, 2004). Η επιχειρησιακή προσέγγιση μιας νεοφυούς επιχείρησης διαφέρει από εκείνη των καθιερωμένων επιχειρήσεων λόγω των νέων καινοτομιών που εισάγει. Ουσιαστικά, η επιχείρηση αυτή δεν λειτουργεί με ανταγωνιστικό τρόπο όπως άλλες επιχειρήσεις του κλάδου. Αντίθετα, στόχος της είναι να δημιουργήσει μια νέα αγορά ή να καλλιεργήσει ενεργά μια υπάρχουσα αγορά μέσω της καινοτόμου προσέγγισής της. Ως εκ τούτου, δεν είναι δυνατή η ολοκληρωμένη αξιολόγηση του επιχειρηματικού μοντέλου των νεοσύστατων επιχειρήσεων από την αρχή, καθώς δεν υπάρχουν στοιχεία που να μπορούν να προβλέψουν με ακρίβεια την πορεία της νεοσύστατης επιχείρησης. Κατά συνέπεια, οι επιχειρήσεις αυτές θεωρούνται ότι έχουν υψηλό κίνδυνο και υψηλά ποσοστά αποτυχίας, που φθάνουν έως και το 89% (Estayet. al., 2013).

➤ Επαναλαμβανόμενο και επεκτάσιμο επιχειρηματικό σχέδιο:

Αυτό αφορά την τυποποιημένη υπηρεσία-προϊόν που θα χρησιμοποιείται από όλους τους καταναλωτές χωρίς καμία τροποποίηση. Αυτό το παράδειγμα επιτρέπει την αποτελεσματική κατανομή των πόρων και του χρόνου ανάπτυξης με την ταυτόχρονη εξυπηρέτηση πολλών κοινών. Αυτό επιτρέπει στην επιχείρηση να επιτύχει εκθετική αύξηση των πελατών της με την πάροδο του χρόνου (Wagner&Sternberg, 2004).

➤ Δυναμική ταχείας ανάπτυξης:

Η ταχεία ανάπτυξη της επιχείρησης βασίζεται σε ένα επαναλαμβανόμενο επιχειρηματικό μοντέλο. Επιπλέον, είναι σημαντικό να κατέχει ένα αρκετά μεγάλο κοινό, η επιβολή του οποίου επηρεάζει σημαντικά την απόδοση της επιχείρησης. Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις έχουν το μοναδικό χαρακτηριστικό να απευθύνονται σε ένα σημαντικό τμήμα της μελλοντικής τους αγοράς, παρακάμπτοντας τους γεωγραφικούς περιορισμούς και την απαίτηση φυσικής παρουσίας για την παροχή των υπηρεσιών τους (Lazaridis & Papadopoulos, 2005). Σύμφωνα με τον Paul Graham στην προσωπική του ιστοσελίδα, μια νεοφυής επιχείρηση είναι μια επιχείρηση που δημιουργείται σκόπιμα με στόχο την επίτευξη ταχείας ανάπτυξης. Η απλή ύπαρξη ως νεοφυής επιχείρηση δεν εγγυάται την ιδιότητα μιας πλήρως ανεπτυγμένης νεοφυούς επιχείρησης. Επιπλέον, δεν είναι ζωτικής σημασίας για μια νεοσύστατη επιχείρηση να βασίζεται στην τεχνολογία ή να έχει λάβει οικονομική στήριξη από επενδυτές. Αυτό που απαιτείται είναι η αύξηση του μεγέθους ή της ποσότητας. Όλες οι άλλες πτυχές των νεοφυών επιχειρήσεων περιστρέφονται γύρω από την άρνηση επιδίωξης της ανάπτυξης (Graham, 2012).

➤ Τύπος προσωρινής οργάνωσης:

Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις είναι προσωρινοί οργανισμοί ποικίλων δομών που αποσκοπούν στη δημιουργία ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας και στη δημιουργία ενός επιχειρηματικού μοντέλου που βασίζεται σε αυτό. Η επίτευξη αυτού του στόχου θα καθορίσει αν θα εξελιχθούν σε έναν οικονομικά ασφαλή οργανισμό ή αν θα εξαγοραστούν από άλλη εταιρεία. Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις δεν πρέπει να θεωρούνται ούτε αναβαθμισμένα αντίγραφα των μεγαλύτερων εταιρειών, ούτε οι λειτουργίες τους μπορούν να θεωρηθούν απλώς μικρότερες εκδοχές αυτών που κάνουν οι μεγαλύτερες εταιρείες (Wagner&Sternberg, 2004).

➤ Ακεραιότητα και ποικιλομορφία της ομάδας:

Συνήθως, οι νεοσύστατες επιχειρήσεις, ιδίως εκείνες που έχουν ήδη εδραιωθεί, διαθέτουν περιορισμένο εργατικό δυναμικό (ESTAT, 2015), με κάθε άτομο να είναι τοποθετημένο σε συγκεκριμένο κλάδο και θέση. Επιπλέον, οι μικροσκοπικές τους διαστάσεις δεν τους επιτρέπουν να

διαθέτουν την περίπλοκη δομή που συχνά συνδέεται με μια συμβατική επιχείρηση. Συχνά, δεν υπάρχει σαφής οριοθέτηση μεταξύ των διαφόρων τμημάτων εντός του οργανισμού, καθώς τα άτομα αναλαμβάνουν μερικές φορές την ευθύνη για πολλά τμήματα ή εκτελούν διαφορετικές εργασίες και δράσεις. Παρ' όλα αυτά, ένα κρίσιμο χαρακτηριστικό είναι το αυξημένο επίπεδο ενότητας και στενής συνεργασίας μεταξύ των μελών της ομάδας (Franketal., 2007).

Κεφάλαιο 3. Τρόποι Ανάπτυξης Νεοφυών Επιχειρήσεων

Στο σημερινό δυναμικό επιχειρηματικό περιβάλλον, η υλοποίηση μιας ιδέας ως επιτυχημένο προϊόν ή υπηρεσία περιλαμβάνει διάφορες κρίσιμες φάσεις. Όλα ξεκινούν με τη σύλληψη μιας ιδέας, ακολουθούμενη από αυστηρές δοκιμές, δημιουργία πρωτοτύπων και επικύρωση στην αγορά, που οδηγούν στην τελική κυκλοφορία ενός πλήρως υλοποιημένου προϊόντος. Κάθε στάδιο είναι ζωτικής σημασίας για τη μετατροπή μιας ιδέας σε κερδοφόρο εγχείρημα. Από την αρχική παραγωγή ιδεών και την ανάλυση της αγοράς έως την κατασκευή πρωτοτύπων, τη δοκιμή και την κυκλοφορία του προϊόντος, ο προσεκτικός σχεδιασμός, η λήψη στρατηγικών αποφάσεων και η βαθιά κατανόηση των αναγκών των πελατών και των τάσεων της αγοράς είναι απαραίτητα (Slánik, 2020).

➤ Ιδέα

Για να ξεκινήσει η παραγωγή ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας που θεωρείται πρωτοποριακή και καινοτόμα θα πρέπει πρώτα να συλληφθεί ως ιδέα στο ανθρώπινο μυαλό. Η ιδέα είναι μία σκέψη ή ένα σύνολο σκέψεων που δημιουργούνται στο μυαλό ενός ανθρώπου. Μία ιδέα μπορεί να προκύψει ηθελημένα ύστερα από παρατεταμένη σκέψη ή άθελα μας, εντελώς

αυθόρμητα. Θα μπορούσαμε να πούμε με πιο απλά λόγια ότι ο ανθρώπινος εγκέφαλος παράγει ιδέες, στις οποίες προσπαθεί να δώσει μία μορφή, όπως για παράδειγμα να καταλήξει μία ιδέα να γίνει προϊόν ή υπηρεσία. Ως Επιχειρηματική Ιδέα θα χαρακτηρίζαμε μία σκέψη ή σύνολο σκέψεων που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για την παραγωγή οικονομικού κέρδους. Συνήθως, επικεντρώνεται γύρω από ένα προϊόν ή μια υπηρεσία που παρέχεται σε ιδιώτες με αντάλλαγμα χρηματική αποζημίωση. Η ιδέα είναι το αρχικό επίτευγμα για την ίδρυση μιας επιχείρησης. Κάθε ευημερούσα επιχείρηση προέρχεται από την ιδέα ενός ατόμου. Ενώ η ιδέα της επιχείρησης έχει την ικανότητα να παράγει οικονομικό κέρδος, στερείται εγγενούς εμπορικής αξίας. Πράγματι, όλες οι έννοιες υπάρχουν σε ένα θεωρητικό πεδίο. Υπάρχουν μέσα στις σκέψεις εκείνων που τις δημιουργήσαν. Επιπλέον, πολυάριθμες έννοιες παραμένουν σε αυτή τη θέση. Προκειμένου μια ιδέα να μετατραπεί σε επιχείρηση, πρέπει να πληροί συγκεκριμένα κριτήρια (Slávik, 2020).

α. Να είναι μοναδική – καινοτόμα, με την έννοια να λύνει κάποιο συγκεκριμένο πρόβλημα ή να καλύπτει συγκεκριμένη ανάγκη του πελάτη.

β. Να απευθύνεται σε ένα κομμάτι της αγοράς, το οποίο θα είναι έτοιμο να δεχθεί αυτή την καινοτομία.

γ. Θα πρέπει να διαφοροποιείται από τον υπόλοιπο ανταγωνισμό.

δ. Και τέλος θα πρέπει να παράγει ένα μηχανισμό κέρδους.

Επίσης παρόλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει μία ιδέα για να μετατραπεί σε κερδοφόρα επιχείρηση αξίζει να αναφέρουμε ότι δεν είναι απαραίτητο να υπάρχει αναγκαστικά κάποια πολυπλοκότητα στην ιδέα. Και η πιο απλή ιδέα μπορεί να μετατραπεί στην πιο κερδοφόρα επιχείρηση αρκεί να το επιτρέψουν ορισμένες συγκυρίες στην αγορά και να καλύπτει κάποια κύρια χαρακτηριστικά όπως τα προαναφερθέντα (Slávik, 2020).

➤ Δοκιμή Ιδέας

Για να μετατραπεί μια επιχειρηματική ιδέα σε επιχειρηματική ευκαιρία, είναι απαραίτητο να διεξαχθεί έρευνα αγοράς, να πραγματοποιηθεί μελέτη σκοπιμότητας/βιωσιμότητας, να καθοριστεί μια ξεχωριστή Πρόταση Αξίας, να αναπτυχθεί ένα Επιχειρηματικό Μοντέλο και να συγκεντρωθεί μια ικανή

Επιχειρηματική Ομάδα για την υλοποίηση της ιδέας και τη δημιουργία ενός συγκεκριμένου προϊόντος ή υπηρεσίας. Για να παράσχουμε τον πιο ρεαλιστικό έλεγχο της πρότασής μας, είναι επιτακτική ανάγκη να διενεργήσουμε ταυτόχρονα μια αξιολόγηση της αγοράς και να αποκτήσουμε μια ολοκληρωμένη αντίληψη των απαιτήσεων του πελάτη. Η εκτίμηση της αγοράς μπορεί να πραγματοποιηθεί με μία ανάλυση ποιοτική (Top Down) ή ποσοτική (Bottom Up). Για να εκτελεστεί μία ποιοτική ανάλυση θα πρέπει να μελετηθεί η Μακροοικονομική εικόνα της αγοράς, να διαπιστωθεί ποιες τεχνολογίες αναμένονται και ποιες βιομηχανίες θα επηρεάσουν, να διασαφηνιστούν οι επιχειρηματικές ευκαιρίες σε τοπική και παγκόσμια αγορά ακόμα και να αναλυθεί το γεωπολιτικό τοπίο. Όσον αφορά την ποσοτική ανάλυση απαιτείται η μελέτη ιστορικών στοιχείων και δεδομένων της αγοράς καθώς και η πρόβλεψη για μελλοντικές τάσεις και πωλήσεις χρησιμοποιώντας πάντα τρία σενάρια. Το αισιόδοξο, το απαισιόδοξο και το ουδέτερο. Από την άλλη πλευρά η κατανόηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των πελατών δύναται να επιτευχθεί με τη χρήση ερωτηματολογίων, συνεντεύξεων, Google Ads στατιστικών κ.α (Grivaetal., 2021).

➤ Δημιουργία Πρωτοτύπου

Εφόσον έχουν ολοκληρωθεί οι έρευνες αγοράς και κατανόησης των αναγκών του αγοραστικού κοινού, το επόμενο στάδιο απαιτεί την οπτικοποίηση του προϊόντος/ιδέας. Πιο συγκεκριμένα, πρέπει σε σύντομο χρονικό διάστημα να σχεδιαστεί ένα δείγμα, το οποίο δεν είναι απαραίτητο να έχει ακριβώς την ίδια εμφάνιση που επιδιώκουμε για το τελικό προϊόν, αλλά θα πρέπει να αποδεικνύονται οι βασικές λειτουργίες που θα εκτελεί. Το πιο σημαντικό στη συγκεκριμένη χρονική στιγμή θεωρείται η επιβεβαίωση της ιδέας και η μετατροπή της σε κάτι χειροπιαστό. Ότι τελικά αποδεικνύεται και στους ίδιους τους κατόχους της ιδέας ότι μπορεί όντως να πραγματοποιηθεί. Επίσης με τη δημιουργία του πρωτοτύπου δύναται να δοκιμαστούν στην πράξη οι λειτουργίες του και πολλές φορές γίνεται αντιληπτό ποιες από αυτές μπορούν όντως να εκτελούνται, ποιες όχι και σε ποιες απαιτείται βελτίωση. Επιπρόσθετα, πλασάροντας το πρωτότυπο στο κοινό μέσω καταστημάτων ή με άλλους τρόπους μπορούμε να αποκομίσουμε μία καλή πρώτη εικόνα για την δημοφιλία του προϊόντος και για το κατά πόσο μπορεί να γίνει αποδεκτό

από την αγορά. Με άλλα λόγια, πρόκειται για μία πρώτη πραγματική σφυγμομέτρηση του αγοραστικού κοινού. Συμπερασματικά, με τη δημιουργία του πρωτοτύπου αποδεικνύεται η πραγματοποίηση της ιδέας, η ικανότητα της επιχειρηματικής ομάδας να παραδίδει κάποιο project και τέλος αποδεικνύεται η αποδοχή του προϊόντος από το αγοραστικό κοινό. Αξίζει να σημειωθεί, ότι με το πρωτότυπο δεν αποδεικνύεται αν και κατά πόσο οι πελάτες έχουν σκοπό να πληρώσουν για να αγοράσουν το προϊόν/υπηρεσία. Επίσης δεν αποδεικνύεται η βιωσιμότητα της ιδέας ούτε και το επιχειρηματικό πλάνο που θα διαρθρωθεί (Tegegneetal., 2019).

➤ Δοκιμή Αγοράς (MVP)

Το επόμενο στάδιο από την κατασκευή του πρωτοτύπου αποτελεί η κατασκευή του Minimum Viable Product (MVP). Το MVP είναι ένα ελάχιστο βιώσιμο προϊόν. Είναι η πρώτη έκδοση του προϊόντος που διαθέτει αρκετά χαρακτηριστικά και μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τους πρώτους πελάτες, παράγοντας την πρώτη ανατροφοδότηση από το κοινό για μελλοντική βελτίωση και ανάπτυξη του προϊόντος/υπηρεσίας. Με τον τρόπο αυτό σχηματίζεται μία πρώτη εικόνα για το πώς αντιλαμβάνονται το προϊόν και τα χαρακτηριστικά του οι πελάτες, έτσι ώστε να χρησιμοποιηθεί σαν οδηγός για την αναβάθμισή του ή την αλλαγή ορισμένων χαρακτηριστικών, είτε αυτό είναι η κατάργηση ορισμένων και η δημιουργία κάποιων άλλων. Συνεπώς δοκιμάζοντας το MVP στην αγορά αποφεύγεται μελλοντική πολύπλοκη και μη απαραίτητη δουλειά και πραγματοποιείται μία ανάλυση της αγοράς. Η διαφορά του MVP σε σχέση με το πρωτότυπο έγκειται στο ότι με το πρώτο φτάνουμε στην αγορά και μπορούμε να αναλύσουμε την ανατροφοδότηση από τα σχόλια του κοινού, ενώ το πρωτότυπο δοκιμάζεται σε ελεγχόμενο δείγμα χρηστών. Επίσης όπως προαναφέραμε με το πρωτότυπο αποδεικνύεται η εφικτότητα της υλοποίησης, από την άλλη πλευρά με το MVP μπορεί η εταιρεία να δοκιμάσει υποθέσεις, να πάρει feedback, να πειραματιστεί με τα χαρακτηριστικά και εν τέλει να κερδίσει χρόνο ώστε να φτάσει στο τελικό αποτέλεσμα αποφεύγοντας υπερβολική ανάλυση στη σχεδίαση και την παραγωγή του προϊόντος/υπηρεσίας (θεωρία LeanStartup) (Lee&Geum, 2020). Τέλος με την παραγωγή και διανομή του MVP διαμορφώνεται και η πρώτη δομή εσόδων – εξόδων ή αλλιώς όπως είναι

γνωστή Revenue - Streams and Cost Structure. Έσοδα δημιουργούνται από την αγορά του MVP. Τα έσοδα αυτά αποτελούν την πρώτη επιβεβαίωση της συνολικής προσπάθειας της ομάδας. Το πιο σημαντικό στοιχείο θεωρείται ο καθορισμός της τιμής, η οποία πλέον αποτελεί κομμάτι του προϊόντος. Η τιμή η οποία θα ορισθεί θα καθορίσει σε μεγάλο βαθμό τους μελλοντικούς πελάτες, εννοώντας σε ποιο τμήμα της αγοράς θα απευθυνθεί. Τα πρώτα έξοδα προς την αγορά αποτελούν τα έξοδα τόσο για την δημιουργία όσο και για την είσοδο στην αγορά του MVP. Επίσης θα μπορούσαν να συμπεριληφθούν και τα έξοδα για την πραγματοποίηση συνεντεύξεων και ανάλυσης από τους πρώτους πελάτες (Tripathiet. al., 2019).

➤ Προϊόν

Ύστερα από την σύλληψη της ιδέας, τη δοκιμή της, την δημιουργία ενός πρωτότυπου και την δοκιμή της αγοράς μέσω λανσαρίσματος του MVP, όλα είναι έτοιμα για να παραχθεί το τελικό προϊόν και να λανσαριστεί επίσημα στο αγοραστικό κοινό. Για να μπορέσει να εισαχθεί όμως το προϊόν στην αγορά και να καταφέρει να το πουληθεί για να αρχίσουν να δημιουργούνται οι πρώτες ταμειακές ροές πρέπει να ληφθούν υπόψη ορισμένα σημαντικά χαρακτηριστικά του Marketing. Τα πιο σημαντικά είναι τα λεγόμενα 4P's (Product, Price, Place, Promotion). Παρακάτω θα δούμε πιο αναλυτικά σε τι αναφέρονται τα χαρακτηριστικά αυτά (Pfaffetal. 2021).

α. Product (Προϊόν).

Με τον όρο προϊόν αναφερόμαστε στο σύνολο των χαρακτηριστικών αυτού, όπως η ποιότητά του, οι λειτουργίες του, η εμφάνισή του, η συσκευασία του κ.α. Όλα αυτά τα χαρακτηριστικά προσδιορίζουν το προϊόν και το κατατάσσουν σε συγκεκριμένο κομμάτι της αγοράς. Πιο συγκεκριμένα αναφερόμαστε στο τι προσφέρει αυτό το προϊόν, και για ποιο λόγο θα αναγκαστεί κάποιος να το αγοράσει (Pfaffetal. 2021).

β. Price (Τιμή).

Αναφέρεται στην τιμή με την οποία θα λανσαριστεί το προϊόν στην αγορά. Υπάρχουν περιπτώσεις που η τιμή εξαρτάται από την διαμόρφωση του προϊόντος ή υπηρεσίας. Διαφοροποιείται ανάλογα αν περιλαμβάνει όλες τις λειτουργίες. Επίσης υπάρχουν περιπτώσεις που δίνεται έκπτωση σε

κάποιους πελάτες αν πληρούν ορισμένες προϋποθέσεις ή δίνονται διευκολύνσεις πληρωμής με δόσεις αν αυτό είναι εφικτό. Η τιμή πλέον καθορίζει κα το τμήμα της αγοράς στο οποίο απευθύνεται το προϊόν (Pfaffetal. 2021).

γ. Place (Τοποθεσία).

Αναφέρεται στην τοποθεσία από την οποία θα πωλούνται τα προϊόντα. Όπως γίνεται αντιληπτό η τοποθεσία τις περισσότερες φορές είναι παραπάνω από μία. Το πιο κλασικό παράδειγμα είναι τα καταστήματα λιανικού εμπορίου ή ακόμα και χονδρικού εμπορίου. Επίσης μπορεί να πωλείται διαδικτυακά ή μέσω τηλεφωνικών παραγγελιών και πληρωμή με ψηφιακό τρόπο. Με τον όρο τοποθεσία δεν εννοούμε μόνο το μέρος που θα γίνεται η πώληση αλλά και τον τρόπο πληρωμής, την μεταφορά προϊόντων και πρώτων υλών, την αποθήκευσή τους καθώς και όλη την διαδικασία της εφοδιαστικής αλυσίδας. Συμπερασματικά αναφερόμαστε στο τμήμα των Logistics ολόκληρης της επιχείρησης (Grivaet. al., 2021).

δ. Promotion (Προβολή).

Η προβολή του προϊόντος αποτελεί το κύριο κομμάτι του marketing μίας εταιρείας. Περιλαμβάνει την διαφήμιση του προϊόντος και τις δημόσιες σχέσεις της εταιρείας. Για να διαφημιστεί το προϊόν ή ακόμα και η εταιρεία μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης καθώς και τοποθέτηση προϊόντος σε διάφορα καταστήματα, event, εκθέσεις, δεξιώσεις κτλ. Επίσης συνήθως χρησιμοποιούνται και πωλητές ως προσωπικό της εταιρείας με σκοπό να αυξηθούν οι πωλήσεις και να επεκταθεί το προϊόν σε όλο και περισσότερα τμήματα της αγοράς (Pfaffetal. 2021).

3.1. Επιχειρηματικό Μοντέλο (Business Model Canvas)

Το επιχειρηματικό μοντέλο είναι ένα πλαίσιο στρατηγικής διαχείρισης που χρησιμοποιείται για τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών μοντέλων και την τεκμηρίωση των ήδη υπάρχοντων. Για να λειτουργήσει μια επιχείρηση, πρέπει να έχει το δικό της επιχειρηματικό μοντέλο. Θεωρείται ένα

επιχειρηματικό εργαλείο που χρησιμοποιείται για την καταγραφή, την αξιολόγηση και την ενίσχυση του επιχειρηματικού μοντέλου κάθε εμπορικής προσπάθειας. Ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου είναι ένα εργαλείο που αναπαριστά τα βασικά χαρακτηριστικά και τις λειτουργίες μιας επιχείρησης με συνοπτικό και δομημένο τρόπο. Η συμπλήρωση των τμημάτων του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου δίνει στον επιχειρηματία μια σαφή επισκόπηση της αξίας της επιχείρησης, της υποδομής, της πελατειακής βάσης και των οικονομικών πληροφοριών. Εδώ, θα παράσχουμε μια συνοπτική επισκόπηση του τρόπου συμπλήρωσης των πλαισίων που αναφέρονται παραπάνω (Sparviero, 2019).

α. Value Proposition (Στοιχείο διαφοροποίησης). Το πλαίσιο αυτό συμπληρώνεται με τις ανάγκες των πελατών που καλύπτονται από το προϊόν/υπηρεσία και τις λύσεις που προσφέρει στους πελάτες. Συμπερασματικά συνοψίζει την αξία που παρέχουμε στο αγοραστικό κοινό.

β. Customer Segments (Τμήματα Πελατών). Αναφερόμαστε στις πελατειακές ομάδες που απευθύνεται η επιχείρηση. Στο ποιοι είναι οι κύριοι πελάτες και πώς διαχωρίζονται ηλικιακά, φυλετικά, σε σχέση με το φύλλο, σε σχέση με την αγοραστική δύναμη, την καταναλωτική συμπεριφορά τους κ.α.

γ. Channels (Δίκτυα). Ποια δίκτυα χρησιμοποιούνται ώστε να προσεγγίσουν τους πελάτες. Επίσης ποιο ή ποια δίκτυα είναι πιο αποτελεσματικά. Πώς τα δίκτυα που χρησιμοποιούνται συνδέονται με τις συνήθειες των καταναλωτών.

δ. Customer Relationships (Πελατειακές Σχέσεις). Με ποιόν τρόπο προσεγγίζονται οι πελάτες, πώς τελικά αποκτούνται οι πελάτες και τέλος πώς θα παραμείνουν πιστοί στην επιχείρηση καθώς και πώς θα αυξηθούν οι πελατειακές ομάδες μελλοντικά.

ε. Revenue Streams (Έσοδα). Τι αγοράζουν τελικά οι πελάτες. Για ποια παρεχόμενη αξία πληρώνουν και με ποιο τρόπο προτιμούν να πληρώνουν. Γενικότερα οι πηγές εσόδων που θα έχει η επιχείρηση.

στ. Key Resources (Κύριοι Πόροι). Οι κύριοι πόροι που απαιτούνται για την παραγωγή του παρεχόμενου προϊόντος/υπηρεσίας. Για

παράδειγμα ποια μέσα απαιτούνται για την παραγωγή, τα κανάλια διανομής και επικοινωνίας, οι ροές εσόδων κ.α.

ζ. Key Partners (Κύριοι Συνεργάτες). Ποιοι είναι οι κύριοι συνεργάτες, δηλαδή κατά κύριο λόγο ποιοι είναι οι προμηθευτές. Επίσης αν αποκτηθούν κάποια μέσα από τους συνεργάτες ή αν αυτοί εκτελούν κάποιες κύριες ή δευτερεύουσες δραστηριότητες της επιχείρησης (outsourcing).

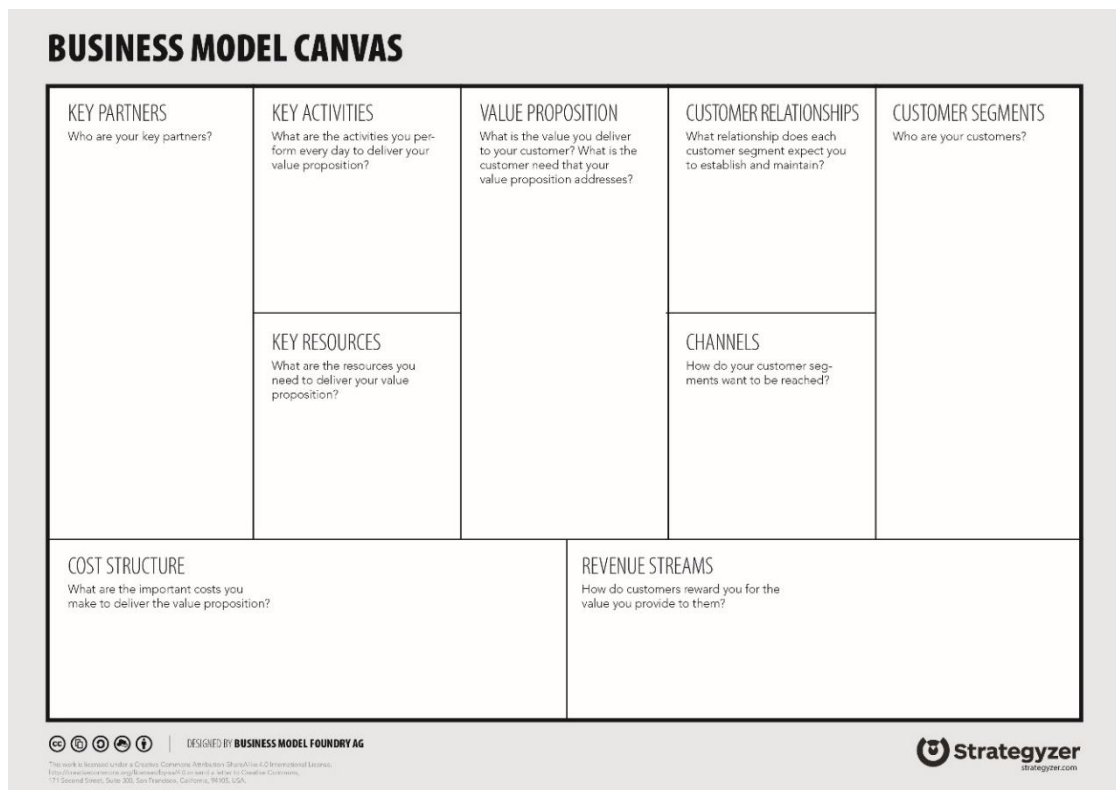
η. Key Activities (Κύριες Δραστηριότητες). Ποιες εσωτερικές κύριες διεργασίες απαιτούνται να γίνονται από την επιχείρηση.

θ. Cost Structure (Κύριες Δαπάνες). Ποιες εσωτερικές διεργασίες κοστίζουν περισσότερο, ποια μέσα είναι τα πλέον δαπανηρά και γενικά ποια είναι τα κύρια κόστη της επιχείρησης.

ι. Ανάπτυξη. Για να επιτευχθεί η ανάπτυξη μίας επιχείρησης θα πρέπει να εισέλθει ανταγωνιστικά στο κλάδο της αγοράς που δραστηριοποιείται και με κάποια συγκεκριμένη στρατηγική να μπορέσει να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις υπόλοιπες εταιρείες του κλάδου. Σημαντικό ρόλο προς αυτή την κατεύθυνση παίζουν οι πληροφορίες που δύναται να συλλεχθούν για τον κλάδο και τους ανταγωνιστές, η ανάλυση της στρατηγικής των ανταγωνιστών καθώς και η εύρεση της κατάλληλης στρατηγικής για την επιχείρηση (Sort&Nielsen, 2018). Επίσης για την ανάπτυξη της επιχείρησης κομβικής σημασίας θεωρούνται το σωστό δίκτυο γνωριμιών και ανθρώπων (networking), το προσωπικό κύρος καθώς και οι ήδη υπάρχοντες πελάτες. Όλα τα προαναφερθέντα στοιχεία όμως δεν θα μπορούσαν να βοηθήσουν από μόνα τους στην ανάπτυξη μίας επιχείρησης αν δεν καθοριστεί μία στρατηγική που θα την διαφοροποιήσει από τους ανταγωνιστές. Για να μπορέσει να ανταποκριθεί μια επιχείρηση μέσα στον κλάδο της αγοράς που δραστηριοποιείται πρέπει να επιλέξει μία στρατηγική ανταγωνισμού. Για τον σκοπό αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί η στρατηγική ανταγωνισμού του Porter, σύμφωνα με την οποία υπάρχουν 4 βασικές στρατηγικές ανταγωνισμού και κάθε επιχείρηση μπορεί να ακολουθήσει μόνο μία από αυτές έτσι ώστε να μην προκληθεί σύγχυση τόσο στους εργαζομένους της όσο και στους πελάτες της (Sparviero, 2019). Ακολουθούν οι τέσσερις στρατηγικές.

- Μείωση των δαπανών σε όλο τον τομέα
- Μείωση των δαπανών σε ένα συγκεκριμένο τμήμα του κλάδου
- Το πιο εξαιρετικό προϊόν/υπηρεσία σε ολόκληρο τον κλάδο
- Κορυφαίο προϊόν/υπηρεσία σε συγκεκριμένο τομέα του κλάδου

Η ανάλυση του Porter υποδηλώνει ότι μια εταιρεία μπορεί να επιτύχει την Ηγεσία Κόστους είτε προσφέροντας τις χαμηλότερες τιμές σε ολόκληρο τον κλάδο (με μία μόνο εταιρεία να το κάνει αυτό) είτε διαφοροποιώντας την ποιότητα των υπηρεσιών/προϊόντων της είτε σε ολόκληρο τον κλάδο είτε σε ένα στενό τμήμα (χρησιμοποιώντας μια στρατηγική εστίασης) (Sort&Nielsen, 2018).



Εικόνα1: Business Model Canvas

Πηγή: Strategyzer.com

3.2. Στρατηγική ανάπτυξης νεοφυών επιχειρήσεων

Τα τελευταία χρόνια, έχει σημειωθεί σημαντική αύξηση της ανάπτυξης των νεοφυών επιχειρήσεων σε παγκόσμια κλίμακα. (Franket. al, 2007). Η έξαρση των νεοσύστατων επιχειρήσεων μπορεί να αποδοθεί σε διάφορους παράγοντες και αλλαγές που συνέβησαν στους τομείς της τεχνολογίας, της οικονομίας και της κοινωνίας. Οι μετασχηματισμοί αυτοί έχουν προκαλέσει τη δημιουργία πρωτοποριακών προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και το ιδανικό περιβάλλον για μια νεοφυή επιχείρηση να ανθίσει και να επεκταθεί γρήγορα. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας έχει αναμφισβήτητα διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην προώθηση της επέκτασης των νεοφυών επιχειρήσεων. Πολλοί επίδοξοι επιχειρηματίες έχουν αγκαλιάσει τις τεχνολογίες αιχμής και έχουν ιδρύσει εταιρείες λογισμικού που παρέχουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες, ξεπερνώντας τους προκατόχους τους όσον αφορά την αποτελεσματικότητα, την ταχύτητα και την προστιθέμενη τιμή (Desfiandiet. al., 2019).

Κατά τα αρχικά στάδια της επιχειρηματικής ανάπτυξης, είναι σχετικά ευκολότερη η ίδρυση εταιρειών λογισμικού σε σύγκριση με παρόμοιες επιχειρήσεις στον τομέα της βιομηχανίας και του υλικού (Villalo bos Rodríguez et. al., 2018). Απαιτούνται εξ αρχής σημαντικά κεφάλαια, υλικά και ανθρώπινοι πόροι. Αυτό επιτρέπει στα επενδυτικά κεφάλαια να επεκτείνουν το χαρτοφυλάκιό τους σε νεοσύστατες επιχειρήσεις λογισμικού, παρέχοντας πολυάριθμες ευκαιρίες για τις εν λόγω νεοσύστατες επιχειρήσεις να ευδοκιμήσουν και να αναπτυχθούν. Χάρη στην πρόοδο της τεχνολογίας υπολογιστικού νέφους, πολλά προϊόντα και υπηρεσίες που προηγουμένως απαιτούσαν την εγκατάσταση λογισμικού ή τη φυσική απόκτηση μπορούν πλέον να είναι προσβάσιμα ως βολικές υπηρεσίες. Αυτή η μετατόπιση έχει μεταμορφώσει σημαντικά το τοπίο της αγοράς. Οι ευκαιρίες αυτές παρουσίασαν μια νέα προσέγγιση για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων, όπως συζητείται από τους Desfiandiet. al. (2019).

Η συνδρομητική μουσική υπηρεσία Spotify χρησιμεύει ως χαρακτηριστικό παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο αντικαταστάθηκε η παραδοσιακή μέθοδος αγοράς δίσκων και τραγουδιών, είτε σε φυσική είτε σε

άυλη μορφή. Ένα κρίσιμο στοιχείο ήταν η οικονομική ύφεση που επηρέασε πολλές ανεπτυγμένες χώρες και η επακόλουθη εφαρμογή μέτρων λιτότητας. Οι πολιτικές αυτές ώθησαν τους καταναλωτές να υιοθετήσουν μια πιο λιτή προσέγγιση, επιδιώκοντας να μεγιστοποιήσουν τη χρήση των περιουσιακών τους στοιχείων (ΕΛΣΤΑΤ, 2015). Η εξάπλωση της συνεργατικής οικονομίας και η εμφάνιση νέων επιχειρήσεων διευκολύνθηκαν σημαντικά από την ευρεία διαθεσιμότητα των πληροφοριών και της επικοινωνίας μέσω του διαδικτύου (Villalobos Rodríguez et. al., 2018).

Επιπλέον, παράλληλα με τις παρατηρούμενες αλλαγές που ευνοούσαν τις νέες ιδέες, υπήρξαν επίσης αξιοσημείωτες αλλαγές που διευκόλυναν την ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων. Μια σημαντική πτυχή ήταν η αύξηση των δομών υποστήριξης για τις αναδυόμενες επιχειρήσεις, όπως οι επιταχυντές και οι θερμοκοιτίδες, μαζί με την αύξηση των επενδυτικών κεφαλαίων για την υποστήριξη πρωτοπόρων νεοφυών επιχειρήσεων (Brookset. al., 2014).

Οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν μια πολύτιμη διέξοδο στις εταιρείες για την προώθηση των προϊόντων τους, την εδραίωση της εταιρικής τους εικόνας και τη συνεργασία με τους πελάτες σε παγκόσμια κλίμακα, και όλα αυτά με οικονομικά αποδοτικό τρόπο. Αναμφίβολα, με την πρόοδο του ψηφιακού μάρκετινγκ, κάθε εταιρεία έχει την ευκαιρία να προωθηθεί και να κερδίσει την αναγνώριση ενός ποικίλου και αφοσιωμένου κοινού μέσω απλοποιημένων διαδικασιών (Brookset. al., 2014).

3.3. Κλάδοι δραστηριοποίησης

Οι νεοφυής επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται συνήθως ως επιχειρήσεις υψηλής ανάπτυξης, προσανατολισμένες στην τεχνολογία, οι οποίες δραστηριοποιούνται σε κλάδους με σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης. Οι εταιρείες τεχνολογίας κυριαρχούν στο τοπίο των νεοφυών επιχειρήσεων παγκοσμίως. Πράγματι, για πολλά άτομα, η έννοια της νεοφυούς επιχείρησης συνδέεται συχνά με μια εταιρεία τεχνολογίας, γεγονός που είναι αποτέλεσμα της σημαντικής παρουσίας τους μεταξύ των καινοτόμων νεοφυών επιχειρήσεων (Lesáková, 2012).

Η ανάπτυξη λογισμικού αποτελεί την πρωταρχική εστίαση για τις περισσότερες νεοφυείς επιχειρήσεις. Βάσει ενδελεχούς ανάλυσης των δεδομένων της Crunch Base, έχει παρατηρηθεί ότι οι εταιρείες λογισμικού παγκοσμίως έχουν καταφέρει να εξασφαλίσουν σημαντικά υψηλότερα επίπεδα χρηματοδότησης σε σύγκριση με άλλους κλάδους. Επιπλέον, μια ανάλυση που διεξήχθη από τον ιστότοπο Fundable σχετικά με τις ευρωπαϊκές νεοφυείς επιχειρήσεις που έχουν εξασφαλίσει χρηματοδότηση αποκαλύπτει ότι οι εταιρείες λογισμικού συγκέντρωσαν το 2014 το εντυπωσιακό ποσό των 14 δισεκατομμυρίων ευρώ, ξεπερνώντας τον επόμενο κλάδο κατά 4 δισεκατομμύρια ευρώ.

Αυτό το λογισμικό έχει τη δυνατότητα να καλύψει ένα ευρύ φάσμα βιομηχανιών. Οι εξέχοντες κλάδοι περιλαμβάνουν το ηλεκτρονικό εμπόριο και το επιχειρηματικό λογισμικό. Υπάρχουν επίσης πολυάριθμες προσπάθειες για την προώθηση λογισμικού για την κοινωνική δικτύωση και την προώθηση της εκτεταμένης δέσμευσης των χρηστών. Ο τομέας της ανάπτυξης λογισμικού για στοχευμένο ψηφιακό μάρκετινγκ και ανάλυση της συμπεριφοράς των χρηστών στο Διαδίκτυο είναι ιδιαίτερα περιζήτητος. Η εξέταση εκτεταμένων συνόλων δεδομένων για ποικίλους στόχους αποτελεί μια υποκατηγορία λογισμικού που συγκεντρώνει την προσοχή των νεοφυών επιχειρήσεων (BigData) (Felanet. al., 2021).

Εξίσου σημαντική είναι και η βιομηχανία που ειδικεύεται σε λογισμικό και υπηρεσίες σχεδιασμένες ειδικά για κινητές συσκευές όπως τα smartphones, τα tablets και τα smartwatches. Αν και μπορεί να θεωρηθεί ως υποσύνολο του λογισμικού, η συγκεκριμένη κατηγορία διακρίνεται λόγω της αξιοσημείωτης επέκτασής της, η οποία οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην ευρεία χρήση των smartphones και στη δυνατότητα συλλογής δεδομένων από αυτά, όπως η τοποθεσία, το ιστορικό αναζήτησης, τα ενδιαφέροντα και οι δραστηριότητες των χρηστών (Davidet. al., 2021) Η έξαρση της βιομηχανίας λογισμικού μπορεί να αποδοθεί στις ελπιδοφόρες προοπτικές που επιφέρουν οι εξελίξεις στην τεχνολογία και στο σχετικά χαμηλότερο κόστος και χρόνο που απαιτείται για την ανάπτυξη, σε αντίθεση με τις εταιρείες υλικού. Ωστόσο, ακόμη και στον τομέα του υλικού, έχει παρατηρηθεί αξιοσημείωτη αύξηση του επενδυτικού ενδιαφέροντος και η εμφάνιση πολυάριθμων νεοφυών

επιχειρήσεων. Η άνοδος αυτή είναι επίσης εμφανής στη γοητεία που ασκούν στους χρήστες οι συσκευές και το υλικό αιχμής που προβάλλονται κυρίως στις πλατφόρμες crowd funding. Η ανάπτυξη τέτοιων συσκευών υποστηρίζεται συχνά από χρήστες που συνεισφέρουν σημαντικά περισσότερα από τους προβλεπόμενους στόχους. Αυτό αναδεικνύει την αξία και τη χρησιμότητα που αντιλαμβάνονται σε αυτές τις συσκευές (Jekovet. al., 2017).

Οι βασικές πτυχές που οδηγούν σε αυτή την επιτυχία περιλαμβάνουν τη βελτίωση των σημερινών τεχνολογιών και την ενσωμάτωση σύγχρονων εξελίξεων όπως το Bluetooth 4.0, τα ασύρματα και ευρυζωνικά δίκτυα, τα συστήματα ανταλλαγής δεδομένων χωρίς επαφή (Rfid, NFC, Beacon) και άλλες καινοτομίες (Liargovas, 2019). Η συμβολή πολλαπλών μεταβλητών, συμπεριλαμβανομένης της εκτεταμένης χρήσης των δικτύων δεδομένων, των smartphones και της διαθεσιμότητας του διαδικτύου, έδωσε το έναυσμα για μια πρωτοποριακή έννοια που αναφέρεται ως Διαδίκτυο των πραγμάτων (Internet of Things - IoT). Αυτή η νέα έννοια συνεπάγεται τη διασύνδεση και την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ ηλεκτρονικών συσκευών ή/και του διαδικτύου. Τα οφέλη που απορρέουν από αυτή την τεχνολογία είναι πολλαπλά και περιλαμβάνουν τη συνεχή καταγραφή και την εξ αποστάσεως ανάκτηση δεδομένων από ηλεκτρονικές συσκευές και αισθητήρες, τον αυτοματοποιημένο έλεγχο βάσει ανάλυσης πληροφοριών, τον εξ αποστάσεως χειρισμό από τον χρήστη, την επιτήρηση των δικτύων ηλεκτρικής ενέργειας/νερού από τις αρχές, τις διασυνδεδεμένες ιατρικές συσκευές που επιτρέπουν τη συνεχή παρακολούθηση των ασθενών και διάφορες άλλες εφαρμογές (Jekovet. al., 2017).

Για την επιτυχή εφαρμογή αυτών των εξελίξεων, είναι επιτακτική ανάγκη να δημιουργηθούν καινοτόμες συσκευές και προϊόντα που ενσωματώνουν αποτελεσματικά αυτές τις δυνατότητες και τεχνολογίες, εξασφαλίζοντας παράλληλα τον βέλτιστο σχεδιασμό για την καλύτερη δυνατή αξιοποίησή τους. Τα διάφορα πλεονεκτήματα για τους καταναλωτές, τις επιχειρήσεις και τις αρχές παρέχουν επαρκή αιτιολογία για το ευρύ ενδιαφέρον προς αυτή την τάση. Έτσι, παρουσιάζεται μια ιδανική ευκαιρία για την ανάπτυξη πρωτοποριακών προϊόντων που βασίζονται σε υλικά και έντονο

ενδιαφέρον από επενδυτές να συμμετάσχουν σε αυτά τα εγχειρήματα (Zhavoronkova et. al., 2021).

Ο ευρύτερος κλάδος της υγείας και της περίθαλψης βιώνει μια σημαντική εισροή νεοφυών επιχειρήσεων, μαζί με επενδυτές που είναι πρόθυμοι να παράσχουν σημαντική χρηματοδότηση. Η πρωταρχική έμφαση των νεοφυών επιχειρήσεων μπορεί να έγκειται στην ανάπτυξη εξειδικευμένου ιατρικού λογισμικού ή ιατρικών συσκευών που ενσωματώνουν τεχνολογίες αιχμής και παρέχουν καινοτόμες λύσεις και υπηρεσίες στους επαγγελματίες υγείας και τους ασθενείς. Σημαντική χρηματοδότηση διατίθεται σε νεοφυείς επιχειρήσεις στον εκτεταμένο τομέα της βιοτεχνολογίας (Jekovet. al., 2017).

Στο πεδίο των τεχνολογικών νεοφυών επιχειρήσεων, η παροχή χρηματοπιστωτικών και τραπεζικών υπηρεσιών, κοινώς γνωστή ως Fintech, έχει αποκτήσει σημαντική δημοτικότητα. Η τεχνολογία έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση του χρηματοπιστωτικού τομέα, με τις νεοφυείς επιχειρήσεις να έχουν αξιοσημείωτη συμβολή στο τραπεζικό μοντέλο λειτουργίας (Jekovet. al., 2017). Ορισμένες υπηρεσίες που εμπίπτουν σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνουν τις ηλεκτρονικές πληρωμές, τα ψηφιακά νομίσματα, τα ηλεκτρονικά πορτοφόλια και άλλα. Επιπλέον, οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες έχουν επεκταθεί και σε υποανάπτυκτες περιοχές. Με βάση την έρευνα που διεξήγαγε η Accenture, οι επενδύσεις στον κλάδο ανήλθαν σε 3 δισεκατομμύρια δολάρια το 2013 και υπάρχουν προβλέψεις για σημαντική ανάπτυξη της αγοράς (Zhavoronkova et. al., 2021).

Οι νεοφυείς επιχειρήσεις γνωρίζουν σημαντική ανάπτυξη στον τομέα της καθαρής τεχνολογίας. Περιλαμβάνουν έξυπνα δίκτυα, λύσεις για την αποθήκευση ενέργειας, τη βιώσιμη ενέργεια και άλλα. Όσον αφορά τους πιο παραδοσιακούς τομείς, παρατηρείται μια εμφάνιση δραστηριότητας νεοφυών επιχειρήσεων στον τομέα των μέσων ενημέρωσης και της ψυχαγωγίας, καθώς και στον τομέα των τροφίμων και ποτών. Ωστόσο, οι νεοφυείς επιχειρήσεις που δεν επικεντρώνονται στην τεχνολογία φαίνεται να έχουν ορισμένους περιορισμούς και δεν προτιμώνται τόσο από τα επενδυτικά κεφάλαια. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι συχνά δυσκολεύονται να επιτύχουν ταχεία ανάπτυξη και παράγουν απρόβλεπτα κέρδη (Zhavoronkova et. al., 2021).

3.4. Συμβολή της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην οικονομία

Η μελέτη του αντίκτυπου της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην οικονομία και την κοινωνία είναι ένας συναρπαστικός τομέας έρευνας. Τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί σημαντικά η στήριξη των νέων επιχειρηματιών και των καινοτόμων επιχειρήσεων από τις κυβερνήσεις, τα κοινοτικά προγράμματα και τους δημόσιους οργανισμούς. Είναι ζωτικής σημασίας να διασφαλιστεί ότι η στήριξη αυτή έχει θετικό αντίκτυπο στην ευρύτερη κοινωνία και οικονομία, αντί να ωφελεί μόνο τις επιχειρήσεις. Ο στόχος των νεοφυών επιχειρηματιών είναι να προωθήσουν μια νέα προσέγγιση της επιχειρηματικότητας, η οποία, με τα χαρακτηριστικά της εφευρετικότητας και της ταχείας επέκτασης, μπορεί να προωθήσει τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης υψηλής ποιότητας, να καλλιεργήσει μια σύγχρονη επιχειρηματική νοοτροπία, να βελτιώσει τις τρέχουσες συνθήκες, να προωθήσει νέες προοπτικές και να διευκολύνει τη συνολική οικονομική ανάπτυξη (Gries&Naudé, 2009).

Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις είναι ζωτικής σημασίας για τη δημιουργία θέσεων εργασίας και ξεπερνούν τις εδραιωμένες επιχειρήσεις στην ικανότητά τους να αυξάνουν τις ευκαιρίες απασχόλησης στην οικονομία, παρόλο που αποτελούν μικρό μέρος της συνολικής απασχόλησης. Λόγω της δημιουργικής τους προσέγγισης, δημιουργούν σε μεγάλο βαθμό νέες προοπτικές απασχόλησης χωρίς να απομειώνουν τις υφιστάμενες επιχειρήσεις, σε αντίθεση με τους ανταγωνιστές τους σε έναν στάσιμο κλάδο. Σύμφωνα με μια έρευνα του 2012 που πραγματοποίησε η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), οι περισσότερες από τις νέες θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν από το 2005 μπορούν να πιστωθούν στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), με ένα σημαντικό μέρος αυτών των επιχειρήσεων να χαρακτηρίζονται από τον δημιουργικό τους χαρακτήρα. Μια ενδελεχής εξέταση των προτύπων απασχόλησης στις Ηνωμένες Πολιτείες αποκάλυψε ότι οι νεοσύστατες επιχειρήσεις, αν και αρχικά απασχολούν ένα μικρό κλάσμα του εργατικού δυναμικού, παρουσιάζουν ένα αξιοσημείωτο ετήσιο ποσοστό αύξησης 20%

στις προοπτικές απασχόλησης καθώς αναπτύσσονται. Μια μελέτη που διεξήχθη από το Ινστιτούτο Kauffman και δημοσιεύθηκε το 2015 διαπίστωσε ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις αποτελούν τους κύριους καταλύτες για την αύξηση της απασχόλησης τα τελευταία χρόνια, όπως προκύπτει από την ανάλυση των στοιχείων του Γραφείου Στατιστικής Εργασίας των ΗΠΑ. Ειδικότερα, η έρευνα έχει δείξει ότι οι περισσότερες μεταβάσεις θέσεων εργασίας πραγματοποιούνται σε διαφορετικές εταιρείες, οδηγώντας σε έναν μάλλον σταθερό συνολικό αριθμό θέσεων εργασίας (Nasr & Rostom, 2013). Ένας άλλος κρίσιμος παράγοντας για τη δημιουργία δυνατοτήτων απασχόλησης είναι η διάρκεια των νεοσύστατων επιχειρήσεων, η οποία τις διαφοροποιεί από άλλους τύπους επιχειρήσεων. Με βάση τα στατιστικά στοιχεία, ένα σημαντικό ποσοστό των επιχειρήσεων αντιμετωπίζει αποτυχία και τερματίζει τις δραστηριότητές του κατά τη διάρκεια της πρώτης πενταετίας. Ενώ το ποσοστό επιβίωσης των νεοσύστατων επιχειρήσεων είναι μόλις 20%, είναι σημαντικό να αναγνωριστεί ότι η γρήγορη επέκτασή τους βελτιώνει σημαντικά την αγορά εργασίας. Είναι αξιοσημείωτο ότι το 80% των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται κατά το συγκεκριμένο έτος διατηρούνται (Ogunlana, 2018).

Οι επιτυχημένες νεοσύστατες επιχειρήσεις όχι μόνο παρέχουν ευκαιρίες απασχόλησης, αλλά παράγουν επίσης σημαντικά κέρδη για τους μετόχους και συνεισφέρουν φορολογικά έσοδα στα αντίστοιχα έθνη. Αξίζει να σημειωθεί ότι μια διαδεδομένη στρατηγική που χρησιμοποιούν οι νεοφυείς επιχειρήσεις στις αρχικές τους φάσεις είναι η διανομή μέρους των μετοχών της εταιρείας στους εργαζομένους τους. Ένα αξιοσημείωτο παράδειγμα είναι η Infosys, η οποία ήταν από τις πρώτες εταιρείες που προσέφερε στους εργαζομένους τη δυνατότητα απόκτησης μετοχών μέσω εταιρικών προγραμμάτων. Από το 2000, η Microsoft έχει έναν εντυπωσιακό αριθμό 10.000 εργαζομένων, των οποίων οι μετοχές της εταιρείας έχουν φτάσει σε αξία που υπερβαίνει το 1 εκατομμύριο δολάρια. Η Alibaba είναι ένα αξιοσημείωτο παράδειγμα, όπου οι εργαζόμενοι κατέχουν από κοινού ένα εκπληκτικό ποσοστό ιδιοκτησίας 26,7% στην εταιρεία (Nasr&Rostom, 2013).

Οι εφευρετικές προσπάθειες των εταιρειών και η εκτεταμένη παγκόσμια παρουσία τους είχαν ως αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων ευκαιριών

απασχόλησης και επαγγελμάτων. Η Alibaba έχει συνδέσει αποτελεσματικά τη βιομηχανική αγορά της Κίνας με τις παγκόσμιες αγορές, ιδίως τις καλά ανεπτυγμένες δυτικές αγορές. Αυτό το επίτευγμα αποδείχθηκε ιδιαίτερα δύσκολο λόγω της έλλειψης εμπορικών συνδέσεων μεταξύ των εθνών και του περίπλοκου ρυθμιστικού πλαισίου και των νόμων που ελέγχουν το εμπόριο στην Κίνα. Κατά συνέπεια, υπήρξε μια αξιοσημείωτη αύξηση της ζήτησης, η οποία οδήγησε στην ανάπτυξη του εθνικού τομέα και στη συνακόλουθη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης για την κάλυψη αυτής της ζήτησης. Τον τελευταίο καιρό, ο Ντόπιος διευκόλυνε τη συμμετοχή των ντόπιων κατοίκων ως ξεναγών για τους τουρίστες. Επιπλέον, η εξάπλωση της Airbnb σε διάφορα έθνη είχε ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη προοπτικών απασχόλησης και επιχειρήσεων με επίκεντρο τη διαχείριση ακινήτων και τις υπηρεσίες για τους ιδιοκτήτες (Chuluunbaataret. al., 2011).

Ένα ισχυρό οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων ενισχύει τις περιοχές με μεγαλύτερη συγκέντρωση νεοφυών επιχειρήσεων, δημιουργώντας πρόσθετα πλεονεκτήματα για την τοπική κοινότητα. Οι αξίες των ακινήτων σε αυτές τις τοποθεσίες παρουσιάζουν σημαντική άνοδο, μαζί με αντίστοιχη αύξηση των εσόδων των τοπικών επιχειρήσεων. Επιπλέον, οι νεοφυείς επιχειρήσεις συχνά οργανώνουν και προωθούν κοινωνικά και οικονομικά έργα. Συχνά παρατηρούνται φιλανθρωπικές δραστηριότητες, καθώς ορισμένες νεοφυείς επιχειρήσεις επιδεικνύουν αυξημένο επίπεδο εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και πραγματοποιούν σημαντικές δωρεές. Ένας πιθανός λόγος γι' αυτό θα μπορούσε να είναι η επιθυμία για μεγαλύτερη προβολή, σε συνδυασμό με το γεγονός ότι η προσωπική τους εξέλιξη έχει διαμορφωθεί από πολλούς θεσμούς και προσπάθειες (Nasr&Rostom, 2013). Μια εκτεταμένη πρωτοβουλία για την προώθηση πρωτοπόρων νεοφυών επιχειρήσεων είναι ζωτικής σημασίας για κάθε έθνος προκειμένου να επιτύχει τους στοχευμένους ρυθμούς ανάπτυξης, όπως θα υπογράμμιζε ένας μελετητής. Οι νεοφυείς επιχειρήσεις προωθούν την ανάπτυξη και την καινοτομία διευρύνοντας τις ευκαιρίες για νέες επιχειρηματικές προσπάθειες. Η αποτελεσματική μετάβαση μιας νεοσύστατης επιχείρησης σε επιχείρηση κλίμακας έχει ως αποτέλεσμα μια επικερδή επιχείρηση που συμβάλλει

σημαντικά στη δημιουργία θέσεων εργασίας και τονώνει την εγχώρια οικονομική επέκταση (Liet. al., 2020).

Κεφάλαιο 4. Οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων

Μέσα στο διαρκώς εξελισσόμενο παγκόσμιο τοπίο, η ικανότητα των εταιρειών να προωθούν προϊόντα αιχμής πριν από τους ανταγωνιστές τους αποτελεί ύψιστη πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Είναι προφανές ότι αυτό δίνει τη δυνατότητα στις προνοητικές εταιρείες να κατακτήσουν σημαντικό μέρος της αγοράς και να ενισχύσουν τις οικονομικές τους επιδόσεις. Οι ερευνητές συμφωνούν όλο και περισσότερο από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 ότι η καινοτομία είναι απαραίτητη για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας τόσο των επιχειρήσεων όσο και των εθνικών οικονομιών (Motoyama & Knowlton, 2017).

Ο πολλαπλασιασμός της τεχνολογίας των πληροφοριών έχει αυξήσει την ανάγκη των επιχειρήσεων να ασχολούνται με συνέπεια με την καινοτομία. Κατά συνέπεια, η διάρκεια ύπαρξης του προϊόντος έχει μειωθεί σημαντικά, καθιστώντας αναγκαία την ανανέωση του προϊόντος ως κρίσιμη προϋπόθεση για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας στην αγορά. Η συναίνεση είναι ότι οι κύριοι παράγοντες της ανταγωνιστικότητας και της κερδοφορίας μιας επιχείρησης είναι η τεχνολογική καινοτομία και η διαφοροποίηση του προϊόντος. Στο σημερινό ταχέως εξελισσόμενο ψηφιακό τοπίο, η ευρεία χρήση του Διαδικτύου έχει αναγκάσει τους φορείς εκμετάλλευσης να μετασχηματίσουν τους οργανισμούς τους ώστε να ευδοκιμήσουν στην ψηφιακή εποχή. Παρ' όλα αυτά, ακόμη και με τους σημαντικούς πόρους τους, πολλοί φορείς εκμετάλλευσης δυσκολεύονται να μεταφράσουν τις ψηφιακές τους προσπάθειες σε επιτυχημένα προϊόντα λόγω διαφόρων οργανωτικών εμποδίων που εμποδίζουν τις δυνατότητες καινοτομίας τους (Tripathiet. al., 2019).

Έτσι, στο πεδίο των επιχειρήσεων, υπάρχει μια αδιαμφισβήτητη αλήθεια. Οι εταιρείες που κάποτε ήταν ηγέτες του κλάδου θα αντιμετωπίσουν πτώση λόγω ενός πρωτοποριακού έργου από έναν πρωτοπόρο-καινοτόμο. Η Nokia, ένας εξέχων παίκτης στην αγορά κινητών τηλεφώνων, αναγκάστηκε τελικά να παραχωρήσει ολόκληρο το μετοχικό της κεφάλαιο στη Microsoft (Novotnyet. al., 2020).

Όλοι οι προαναφερθέντες παράγοντες συσχετίζονται στενά με τη διευκόλυνση νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Οι επιχειρήσεις λειτουργούν μέσα σε ένα πολύπλοκο εξωτερικό και εσωτερικό περιβάλλον που επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τις λειτουργίες και τις στρατηγικές τους. Οι κύριες συνιστώσες του εξωτερικού περιβάλλοντος είναι οι οικονομικές, πολιτικές, τεχνολογικές και κοινωνικές επιρροές. Από την άλλη πλευρά, το εσωτερικό περιβάλλον περιλαμβάνει τα ποικίλα στοιχεία εντός ενός οργανισμού, όπως το προσωπικό, τα φυσικά περιουσιακά στοιχεία και τους οικονομικούς πόρους. Το οικοσύστημα των νεοφυών επιχειρήσεων περιλαμβάνει διάφορες συνιστώσες που διαφέρουν μεταξύ χωρών και ηπείρων (Sipola et al., 2016).

Το ελληνικό οικοσύστημα καινοτομίας περιλαμβάνει τους φορείς που αναφέρονται στον ιστότοπο Elevate Greece, ο οποίος χρησιμεύει ως η επίσημη ψηφιακή πύλη για τις νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα (Elevate Greece, n.d.):

➤ Τεχνολογικά Πάρκα

Τα τεχνολογικά πάρκα είναι εκτεταμένες περιοχές που χρησιμεύουν ως κόμβοι για την προώθηση και ανατροφή νέων επιχειρήσεων, ιδίως εκείνων που συνδέονται στενά με ένα πανεπιστήμιο. Ενισχύουν την οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής ενισχύοντας το επίπεδο οικονομικής δραστηριότητας και την αποδοτικότητα των επιχειρήσεων. Παρέχουν στις νεοσύστατες επιχειρήσεις εγκαταστάσεις και τεχνογνωσία για την προώθηση της επιχειρηματικής ανάπτυξης τόσο στην ελληνική όσο και στην παγκόσμια αγορά. Ορισμένα παραδείγματα Τεχνολογικών Πάρκων είναι ο LEFKIPPOS (<https://lefkippos.demokritos.gr/>) (Σχετίζεται με το Εθνικό Κέντρο Έρευνας Φυσικών Επιστημών «Δημόκριτος»), το Τεχνολογικό Πολιτιστικό Πάρκο Λαυρίου (<https://www.ltcp.ntua.gr/>) (Σε συνεργασία με το ΕΜΠ) κ.α. (<https://elevategreece.gov.gr/el/oikosystima/>)

➤ Συνεργατικοί Σχηματισμοί Καινοτομίας

Τα clusters καινοτομίας είναι οργανωμένες ομάδες ανεξάρτητων οντοτήτων, συμπεριλαμβανομένων νεοφυών επιχειρήσεων, μικρών, μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων, ερευνητικών οργανισμών, μη κερδοσκοπικών οργανισμών και άλλων σχετικών οικονομικών φορέων. Οι εν λόγω συστάδες

έχουν σχεδιαστεί για να τονώσουν την καινοτομία με την προώθηση της συνεργασίας, την ανταλλαγή πόρων, την ανταλλαγή γνώσεων και εμπειρογνωμοσύνης και τη διευκόλυνση της μεταφοράς γνώσεων και της δικτύωσης. Δύο αξιοσημείωτα παραδείγματα τέτοιων clusters είναι το HBIO (<http://hbio.gr/>), το οποίο επικεντρώνεται στον τομέα της φαρμακευτικής, της βιοτεχνολογίας και της συμβουλευτικής ιατρικής, και η πλατφόρμα AICluster (<https://www.ai-cluster.gr/>), η οποία απευθύνεται σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της πληροφορικής και της τεχνολογίας (<https://elevategreece.gov.gr/el/oikosystima/>)

➤ Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών

Τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών αναλαμβάνουν τον κίνδυνο να επενδύσουν σε νεοφυείς επιχειρήσεις που παρουσιάζουν σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης. Αυτή η μορφή χρηματοδότησης είναι ζωτικής σημασίας, ιδίως για τις νεοσύστατες επιχειρήσεις. Είναι ζωτικής σημασίας για την πρόοδο του περιβάλλοντος. Το EquiFund είναι μια προσπάθεια συνεργασίας μεταξύ της Ελληνικής Δημοκρατίας και του Ευρωπαϊκού Ταμείου Επενδύσεων (EIF) με στόχο την προώθηση της ανάπτυξης του κλάδου επιχειρηματικών κεφαλαίων στην Ελλάδα (Noel Gregor Paterson-Jones, 2019).

➤ Θερμοκοιτίδες

Οι θερμοκοιτίδες στην Ελλάδα παρέχουν βοήθεια και πόρους σε νεοφυείς επιχειρήσεις σε όλη τη διάρκεια των αρχικών φάσεων ανάπτυξής τους. Παρέχουν στις επιχειρήσεις βασικούς πόρους, όπως στέγαση, υποδομές, καθοδήγηση, καθώς και νομική, λογιστική και άλλες μορφές καθοδήγησης. Επί του παρόντος, η Ελλάδα διαθέτει πολυάριθμες θερμοκοιτίδες που βοηθούν τις νεοφυείς επιχειρήσεις να επιτύχουν τους στόχους τους. Ένα παράδειγμα είναι η πλατφόρμα καινοτομίας FOUND.ATION και iqbility, η οποία επικεντρώνεται κυρίως σε επιχειρήσεις πληροφορικής και τεχνολογίας (Ratinho & Mitsopoulos, 2021).

➤ Επιταχυντές

Οι επιχειρηματικοί επιταχυντές στην Ελλάδα είναι πρωτοβουλίες που αποσκοπούν στην ενίσχυση και υποστήριξη των νεοφυών και των καθιερωμένων επιχειρήσεων κατά τη μετάβαση από το στάδιο της

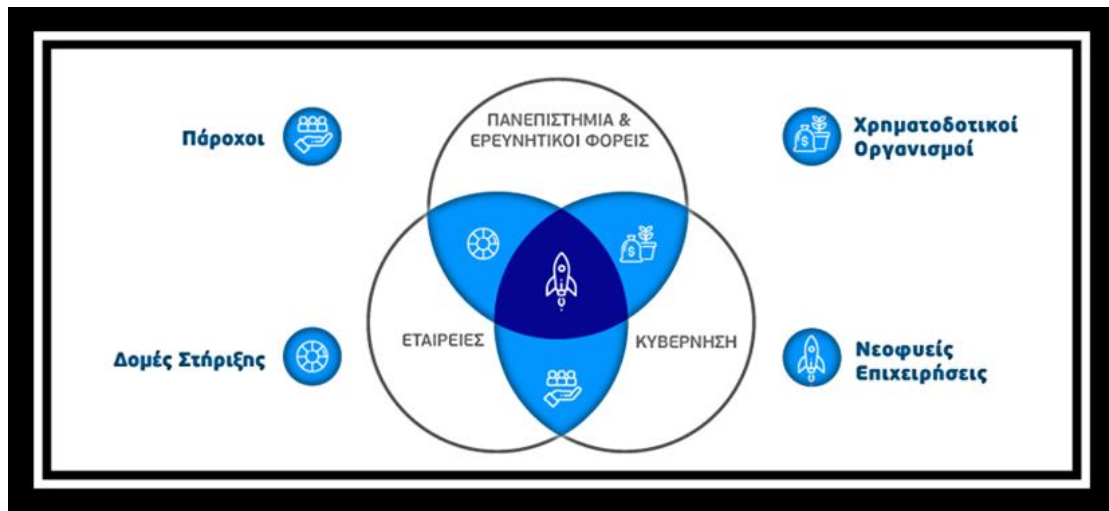
προετοιμασίας στο στάδιο της εγκατάστασης και της ωριμότητας. Οι επιταχυντές και οι θερμοκοιτίδες μοιράζονται παρόμοια χαρακτηριστικά όσον αφορά την παροχή επαγγελματικών συμβουλών και καθοδήγησης σε νεοφυείς επιχειρήσεις, χωρίς την απαίτηση παροχής φυσικών χώρων στέγασης. Οι επιταχυντές χρησιμεύουν κυρίως για να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να προχωρήσουν από την ιδέα στο προϊόν, προσφέροντάς τους συμβουλές σε πρώιμο στάδιο και/ή οικονομική στήριξη. Το στάδιο της επώασης είναι σύντομο, καθώς σκοπός του είναι να μετατρέψει τις επιχειρηματικές ιδέες είτε σε πρωτότυπα είτε σε έτοιμες για την αγορά υπηρεσίες και προϊόντα. Παραδείγματα τέτοιων φορέων είναι το VentureGarden, το GreenTechChallenge, το Egg (EnterGrowGo) και άλλα (Μήτσου, 2022).

➤ Συνεργατικοί χώροι

Οι χώροι συνεργασίας είναι κοινόχρηστα φυσικά περιβάλλοντα που παρέχουν υποδομές, ανέσεις γραφείου και υπηρεσίες σε άτομα που είναι ιδρυτές νεοφυών επιχειρήσεων και εργαζόμενοι από διάφορες εταιρείες. Οι χώροι αυτοί προσφέρουν περισσότερα από απλές υπηρεσίες ακινήτων-δίνουν προτεραιότητα στη δημιουργία συνεργασιών και στην έννοια της "κοινότητας". Μια υποδειγματική απεικόνιση ενός συνεργατικού περιβάλλοντος είναι το Open Office (Louise, 2016).

➤ Σύνδεσμοι Επιχειρήσεων – Ενώσεις

Οι ελληνικές επιχειρήσεις επηρεάζονται σημαντικά από τις επιχειρηματικές ενώσεις. Παρέχουν στα μέλη τους ένα ευρύ φάσμα κρίσιμων επιχειρηματικών υπηρεσιών, όπως συμβουλευτικές υπηρεσίες, οικονομική βοήθεια και ενεργό συμμετοχή σε κυβερνητικές δραστηριότητες σχετικά με θέματα του κλάδου. Στόχος τους είναι να βοηθήσουν τα μέλη τους να επιτύχουν τις φιλοδοξίες τους. Ένα ενδεικτικό παράδειγμα είναι ο ΣΕΒ (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών) (ΣΕΒ, 2019) και το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ, 2023).



Εικόνα 2: Φορείς Οικοσυστήματος Νεοφυών Επιχειρήσεων στην Ελλάδα

Πηγή: <https://elevategreece.gov.gr/el/oikosystima/>

4.1. Επιχειρηματικές προ-θερμοκοιτίδες (Businesspre - incubators)

Κατά την αρχική φάση, οι επιχειρήσεις μπορεί να μην έχουν καταρτίσει πλήρως το επιχειρηματικό τους σχέδιο, το πρωτότυπο ή την ομάδα τους, με αποτέλεσμα να μην είναι προετοιμασμένες να αναζητήσουν επενδύσεις ή να εισέλθουν στην αγορά. Εν ολίγοις, οι προ-θερμοκοιτίδες παρέχουν ολοκληρωμένη υποστήριξη στις επιχειρήσεις στα αρχικά τους στάδια, βοηθώντας τις σε όλη τη διαδικασία ανάπτυξης και εγκατάστασης. Οι προ-θερμοκοιτίδες παρέχουν πολύτιμη υποστήριξη και πόρους κατά τα κρίσιμα αρχικά στάδια της δημιουργίας νεοφυών επιχειρήσεων. Παρέχουν στήριξη στους επιχειρηματίες, όπως αναφέρει ο Lehtonen (2020).

Δίνουν προτεραιότητα στο «έργο» έναντι των καθιερωμένων εταιρειών. Προσφέρουν στρατηγικές για την ελαχιστοποίηση της πιθανότητας αποτυχίας τόσο για όσους δεν ανήκουν ακόμη σε μια βασική ομάδα όσο και για τους επιχειρηματίες. Οι προθερμικές θερμοκοιτίδες χρησιμοποιούν δύο μεθόδους για την επίτευξη αυτού του στόχου. Οι επίδοξοι επιχειρηματίες μπορούν να αξιολογήσουν τη σκοπιμότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών τους στην αγορά κατά τη διάρκεια του σταδίου πριν από τη θερμοκοιτίδα. Η τεχνική αυτή επιτρέπει την αξιολόγηση των επιχειρηματικών ιδεών χωρίς τους εγγενείς

κινδύνους που συνήθως συνδέονται με την έναρξη ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος (Fernándezetal., 2015).

Ωστόσο, το προ-εκκολαπτήριο μετριάζει τον κίνδυνο με την προσεκτική επιλογή των υποψηφίων, επιτρέποντας την προ-εκκόλαψη επιχειρηματικών ιδεών με μεγαλύτερη πιθανότητα επιτυχίας. Οι προ-θερμοκοιτίδες διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στη σύνδεση των πανεπιστημιακών ιδρυμάτων με τις θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων, καθιστώντας τους έναν οργανισμό ζωτικής σημασίας σε ακαδημαϊκό επίπεδο. Οι προ-θερμοκοιτίδες στοχεύουν στην αντιμετώπιση των προκλήσεων που συνήθως αντιμετωπίζουν άτομα από την ακαδημαϊκή κοινότητα όταν επιχειρούν να εισέλθουν στον επιχειρηματικό κόσμο. Τα προβλήματα περιλαμβάνουν έλλειψη οικονομικής οξυδέρκειας, ασάφεια σχετικά με το δυναμικό της αγοράς των προσφορών τους, σημαντικούς οικονομικούς κινδύνους, περιορισμένη εμπορική οξυδέρκεια και έλλειψη γνώσης σχετικά με τη σημασία των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας (Emek, Bariş, Kepenek&Eser, 2018).

4.2. Επιχειρηματικές θερμοκοιτίδες (Business incubators)

Οι θερμοκοιτίδες είναι προγράμματα που έχουν σχεδιαστεί για να επιταχύνουν την επιτυχή ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων, προσφέροντας οικονομικούς πόρους και υπηρεσίες επιχειρηματικής υποστήριξης, τα οποία διαχειρίζονται και οργανώνονται με απόλυτη τεχνογνωσία. Οι θερμοκοιτίδες ποικίλλουν ως προς τις προσφερόμενες υπηρεσίες τους, περιλαμβάνοντας διαφορές στην οργανωτική τους δομή και στο πελατολόγιο στο οποίο απευθύνονται. Η επιτυχής ολοκλήρωση ενός προγράμματος επιχειρηματικής επώασης ενισχύει σημαντικά τις προοπτικές μακροπρόθεσμης βιωσιμότητας μιας νεοφυούς επιχείρησης στην αγορά. Ταυτόχρονα, παρέχουν πολυάριθμα οφέλη, προωθώντας τη δημιουργία θέσεων εργασίας και διευκολύνοντας τον εντοπισμό και την αξιοποίηση επενδυτικών προοπτικών. Συμβάλλουν στην προώθηση της εμπορικής αξιοποίησης της έρευνας και στη μεταμόρφωση του τοπικού επιχειρηματικού τοπίου. Παράγουν επίσης έσοδα, προωθούν τη συνεργασία με τοπικούς

δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς και καλλιεργούν ένα περιβάλλον που ευνοεί να καταστεί κόμβος καινοτομίας και επιχειρηματικότητας (Adhana, 2020).

4.3. Επιταχυντές (Accelerators)

Οι επιχειρηματικοί επιταχυντές παρέχουν υποστήριξη στους επιχειρηματίες στο στάδιο μετά τη θερμοκοιτίδα για να διευκολύνουν την επιτυχή εισαγωγή των προϊόντων και των υπηρεσιών τους στην αγορά. Οι επιταχυντές παρουσιάζουν διαφορές μεταξύ των προγραμμάτων, αλλά συχνά διαθέτουν τα ακόλουθα βασικά χαρακτηριστικά:

- Προσφέρουν μια πιθανή προκαταβολική επένδυση κεφαλαίου που κυμαίνεται από 10.000 έως 50.000 ευρώ, συνήθως με αντάλλαγμα ένα μερίδιο περίπου 5% έως 10% στην εταιρεία.
- Χρονικά περιορισμένη βοήθεια (διάρκειας 3 έως 6 μηνών) που περιλαμβάνει δομημένα καθήκοντα και εστιασμένη καθοδήγηση.
- Η αίτηση συμμετοχής είναι διαθέσιμη σε όλα τα άτομα, ωστόσο χαρακτηρίζεται από υψηλό επίπεδο ανταγωνισμού.
- Συλλογικότητες ή κοόρτες νεοσύστατων επιχειρήσεων και όχι μεμονωμένες επιχειρήσεις.
- Δίνουν πρωταρχική έμφαση σε μικρές κοόρτες και όχι σε μεμονωμένους επιχειρηματίες.
- Τακτικά προγραμματισμένες τελετές αποφοίτησης με εκδηλώσεις όπως η ημέρα επίδειξης ή η ημέρα επενδυτών (Greco&Tregua, 2022).

Αρκετοί επιταχυντές τηρούν το πλαίσιο που δημιούργησε η YCombinator, η οποία ιδρύθηκε το 2005, ή η Techstars, η οποία ιδρύθηκε το 2006. Το YCombinator διευκολύνει δύο κοόρτες εταιρειών ετησίως, με κάθε κοόρτη να διαρκεί τρεις μήνες. Οι νεοφυείς επιχειρήσεις συμβουλεύονται συχνά να μετακομίσουν σε χώρους επιταχυντών, αν και συνήθως προτιμούν να εργάζονται από τους δικούς τους αποκλειστικούς χώρους γραφείων ή ακόμη και από την ευκολία των κατοικιών των ιδρυτών. Η τάξη των νεοφυών

επιχειρήσεων διοργανώνει εβδομαδιαία επιχειρηματικά γεύματα στο πλαίσιο των τακτικών συναντήσεών τους. Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις μπορούν να κάνουν χρήση των ωρών γραφείου, κατά τις οποίες έχουν τη δυνατότητα να συναντηθούν με την ομάδα του επιταχυντή και τους μέντορες για καθοδήγηση και υποστήριξη. Το πρόγραμμα Techstars τηρεί ένα τρίμηνο πρόγραμμα και προσφέρει ένα σχολαστικά σχεδιασμένο πλαίσιο. Στις νεοφυείς επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε αυτό το πρόγραμμα παρέχεται η ευκαιρία να λειτουργήσουν σε μια εξειδικευμένη εγκατάσταση επιταχυντή. Σε αντίθεση με το YCombinator, το Techstars διαθέτει μια πιο περιορισμένη ομάδα 12 νεοφυών επιχειρήσεων, γεγονός που επιτρέπει υψηλότερο επίπεδο εξατομικευμένης εστίασης και μεγαλύτερη συχνότητα συναντήσεων καθοδήγησης (Ahuiset. al., 2016).

4.4. Πρόγραμμα επιτάχυνσης

Τα διαρθρωτικά στοιχεία του προγράμματος επιτάχυνσης αναλύονται παρακάτω:

➤ Στρατηγική εστίαση:

Η αρχική συνιστώσα του προγράμματος επιτάχυνσης είναι η στρατηγική έμφαση. Η φύση των ιδρυτών ή των μετόχων που παρέχουν υποστήριξη για την επιτάχυνση έχει σημαντική επίδραση σε αυτό το χαρακτηριστικό. Συγκεκριμένα, ένας επιταχυντής έχει διακριτούς πρωταρχικούς στόχους ανάλογα με την πηγή χρηματοδότησής του, είτε πρόκειται για μεμονωμένους επενδυτές, είτε για τεράστιες εταιρείες, είτε για τον κυβερνητικό τομέα. Η επιλογή ενός συγκεκριμένου τομέα ή βιομηχανίας στην οποία θα επικεντρωθεί ο επιταχυντής είναι μια κρίσιμη στρατηγική απόφαση. Η εστίαση του επιταχυντή μπορεί να ποικίλλει από ευρεία (χωρίς συγκεκριμένη βιομηχανική εστίαση) έως στενή (εξειδίκευση σε έναν πολύ συγκεκριμένο εταιρικό τομέα). Οι επιταχυντές έχουν επίσης διαφορετική γεωγραφική εστίαση. Τα προγράμματα μπορεί να έχουν είτε πολύ στοχευμένη τοπική γεωγραφική εμβέλεια είτε να λειτουργούν σε παγκόσμια κλίμακα (Cohenet. al., 2019).

➤ Πακέτο προγράμματος:

Η δεύτερη συνιστώσα περιλαμβάνει το πακέτο προγραμματισμού, το οποίο περιλαμβάνει ένα τυποποιημένο πρόγραμμα κατάρτισης και ένα πακέτο οδηγών. Για να είμαστε πιο ακριβείς, το πακέτο αποτελείται από:

- Ένα υποχρεωτικό πρόγραμμα προπόνησης/πρόγραμμα σπουδών που πρέπει να ολοκληρώσουν όλοι οι νεοεισερχόμενοι. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει μια σειρά θεμάτων, συμπεριλαμβανομένων των οικονομικών, του στρατηγικού σχεδιασμού, των δημόσιων σχέσεων, του μάρκετινγκ και της νομικής βοήθειας.
- Μια σειρά εκδηλώσεων, που περιλαμβάνουν εργαστήρια και παρουσιάσεις από ειδικούς.
- Εβδομαδιαίες ώρες γραφείου που προσφέρονται για συμβουλευτικές υπηρεσίες. Οι τακτικές συναντήσεις με την ομάδα διαχείρισης του επιταχυντή καλλιεργούν ένα αίσθημα αμοιβαίας εμπιστοσύνης και προσφέρουν επιχειρηματική βοήθεια στις ιδρυτικές ομάδες, συμπεριλαμβανομένων εβδομαδιαίων αξιολογήσεων της προόδου τους.
- Εκδηλώσεις προβολής επενδυτών. Αυτές οι καθημερινές δραστηριότητες μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα τόσο των πελατών όσο και των επενδυτών.
- Η συνεγκατάσταση αναφέρεται στην πρακτική της κοινής χρήσης του χώρου γραφείων, η οποία προωθεί τη μάθηση και τη συνεργασία μεταξύ ομοτίμων (Ahuis et al., 2016).

Το πακέτο τακτικής υποστήριξης ενισχύεται με ένα σχολαστικά επεξεργασμένο πακέτο προπόνησης. Οι μέντορες στο επιταχυνόμενο πρόγραμμα είναι συνήθως έμπειροι επιχειρηματίες που υποβάλλονται σε αυστηρή διαδικασία ελέγχου. Στόχος τους είναι να βοηθήσουν τις νεοσύστατες επιχειρήσεις να διαμορφώσουν το επιχειρηματικό τους σχέδιο και να δημιουργήσουν συνδέσεις με πελάτες και επενδυτές (Brownet. al., 2019).

➤ Δομή χρηματοδότησης:

Η χρηματοδοτική δομή ενός επιταχυντή αποτελείται από δύο βασικά στοιχεία: τη χρηματοδότηση του ίδιου του προγράμματος επιτάχυνσης και τις διαθέσιμες επενδυτικές επιλογές για τις νεοφυείς επιχειρήσεις. Η

χρηματοδότηση των επιταχυντών συχνά προέρχεται κυρίως από τους μετόχους, οι οποίοι περιλαμβάνουν επενδυτές, εταιρείες και δημόσιους φορείς. Όσον αφορά τη χρηματοδότηση νεοφυών επιχειρήσεων, τα περισσότερα προγράμματα προσφέρουν ένα μέτριο χρηματικό ποσό σε αντάλλαγμα για ένα ποσοστό συμμετοχής στην εταιρεία (συχνά 3.000-50.000 ευρώ για 3-10% του μετοχικού κεφαλαίου) (Brownet. al., 2019).

➤ Διαδικασία επιλογής και κριτήρια:

Η διαμόρφωση της διαδικασίας διαλογής και επιλογής εκκίνησης είναι ένα κρίσιμο στοιχείο του επιταχυντή. Οι επιχειρηματικές ομάδες επιλέγονται συχνά σε ομάδες, ωστόσο οι προσεγγίσεις και οι λόγοι επιλογής διαφέρουν μεταξύ των επιταχυντών. Η διαδικασία διαλογής μπορεί να κυμαίνεται από μια απλή διαδικασία 2 βημάτων έως μια περίπλοκη και απαιτητική διαδικασία πολλών βημάτων. Συνήθως, ορίζεται μια ανοικτή πρόσκληση για συγκεκριμένη χρονική διάρκεια, κατά την οποία οι νεοφυείς επιχειρήσεις μπορούν να εγγραφούν και να υποβάλουν τις αιτήσεις τους για το πρόγραμμα επιτάχυνσης μέσω μιας διαδικτυακής πύλης. Πολλοί επιταχυντές συμμετέχουν ενεργά σε εκδηλώσεις για νεοφυείς επιχειρήσεις προκειμένου να προσελκύσουν νέα μέλη για το πρόγραμμά τους. Στη συνέχεια, ακολουθεί μια επίσημη διαδικασία επιλογής, στην οποία συνήθως συμμετέχουν οι μέτοχοι του επιταχυντή. Οι εταιρείες αναμένεται να παρουσιάσουν τις ιδέες, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους και αξιολογούνται σε εξατομικευμένη βάση. Η επιχειρηματική ομάδα των νεοφυών επιχειρήσεων είναι ο κύριος παράγοντας που καθορίζει την επιτυχία των περισσότερων προγραμμάτων επιτάχυνσης. Οι μεμονωμένοι επιχειρηματίες διεξάγουν μια σχολαστική διαδικασία επιλογής, ωστόσο ορισμένοι επιταχυντές τους βοηθούν στον εντοπισμό και τη συγκρότηση μιας ομάδας για τη νεοφυή επιχείρησή τους (Brownet. al., 2019).

➤ Υποστήριξη αποφοίτων:

Οι επιταχυντές δίνουν προτεραιότητα στη διατήρηση συνεχούς επαφής και στην προώθηση της αποτελεσματικής επικοινωνίας με τις νεοσύστατες επιχειρήσεις που έχουν ολοκληρώσει επιτυχώς τα προγράμματά τους. Συχνά, διοργανώνουν εκδηλώσεις μόνο για τους αποφοίτους και απευθύνουν προσκλήσεις για συμμετοχή σε προγράμματα επιτάχυνσης,

όπου μπορούν να μεταδώσουν την τεχνογνωσία τους στους νέους συμμετέχοντες. Καθώς ο επιταχυντής επεκτείνεται με την πάροδο του χρόνου, η ομάδα των πρώην συμμετεχόντων σε νεοφυείς επιχειρήσεις μπορεί να γίνει μια πολύτιμη δεξαμενή μεντόρων και επενδυτών. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι επιτυχημένοι απόφοιτοι είναι πιο πρόθυμοι να επανεπενδύσουν στην κοινότητα που αρχικά τους βοήθησε (Wright et al., 2017).

Οι διαφορές μεταξύ των επιταχυντών είναι σημαντικές και εξαρτώνται από τη χρήση των πέντε χαρακτηριστικών που συνιστούν ένα πρόγραμμα επιτάχυνσης. Οι επιταχυντές μπορούν να ταξινομηθούν σε τρεις κύριες κατηγορίες με βάση τη στρατηγική συγκέντρωσης, η οποία θα εξεταστεί στις επόμενες ενότητες:

1. Επιταχυντής καθοδηγούμενος από επενδυτές (Investor-led accelerator).

Η τυπολογία επιταχυντών υπό την καθοδήγηση επενδυτών αποκτά επενδύσεις από διάφορες πηγές, όπως οι επιχειρηματικοί άγγελοι, οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων και τα εταιρικά επιχειρηματικά κεφάλαια. Στόχος αυτού του επιταχυντή είναι να γεφυρώσει την οικονομική διαφορά μεταξύ των νεοφυών και των καθιερωμένων επιχειρήσεων που αναζητούν επενδύσεις. Λόγω αυτής της λογικής, τα κριτήρια επιλογής για αυτά τα προγράμματα επιτάχυνσης δίνουν συνήθως προτεραιότητα σε εταιρείες που είναι πιθανό να αποκτήσουν πρόσθετη χρηματοδότηση στο μέλλον και θεωρούνται ελκυστικές επενδυτικές δυνατότητες. Οι επιταχυντές αυτής της κατηγορίας προσφέρουν συνήθως αρχική χρηματοδότηση με αντάλλαγμα μετοχικό κεφάλαιο. Η προσοχή τους στρέφεται συνήθως σε νεοφυείς επιχειρήσεις που έχουν φτάσει σε προχωρημένα στάδια ανάπτυξης. Επιλέγουν σχολαστικά εταιρείες που έχουν αποδεδειγμένο ιστορικό επιτυχίας και, σε ορισμένες περιπτώσεις, έχουν λάβει προηγουμένως χρηματοδότηση. Επιπλέον, οι επιταχυντές υπό την καθοδήγηση επενδυτών επιλέγουν συχνά να ειδικεύονται σε έναν συγκεκριμένο επιχειρηματικό τομέα, προκειμένου να προωθήσουν τις απαιτούμενες γνώσεις και δεξιότητες στον συγκεκριμένο τομέα. Αυτό τους επιτρέπει να αναγνωρίζουν και να αξιοποιούν αποτελεσματικά τις οικονομικές ευκαιρίες που παρουσιάζουν οι επιλεγμένοι επιχειρηματικοί όμιλοι. Οι μέντορες συχνά αποτελούνται από αφοσιωμένους επιχειρηματικούς αγγέλους

που συμβάλλουν ενεργά στη συνεχή οικονομική στήριξη των νεοφυών επιχειρήσεων (Águeda, 2016).

➤ Επιταχυντής προξενητής (Matchmaker accelerator):

Αυτός ο τύπος επιταχυντή χρησιμοποιείται συχνά από οργανισμούς που στοχεύουν στην παροχή ταχέων υπηρεσιών στους πελάτες και τους ενδιαφερόμενους φορείς τους. Οι μέτοχοι των εταιρειών παίζουν ενεργό ρόλο στη διαδικασία επιλογής των νεοφυών επιχειρήσεων σε αυτόν τον επιταχυντή. Ως εκ τούτου, επιλέγονται μόνο οι οργανισμοί που καταφέρνουν να προσελκύσουν την προσοχή ατόμων με επιρροή στον τομέα. Οι εταιρείες είναι υπεύθυνες για την επιλογή των μεντόρων, οι οποίοι διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην ενσωμάτωση και ευθυγράμμιση των νεοφυών επιχειρήσεων με τις εσωτερικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων της εταιρείας. Θα πρέπει να τονιστεί ότι η πλειονότητα των επιταχυντών αυτού του είδους δεν έχει ως κίνητρο το κέρδος και δεν παρέχει οικονομική βοήθεια στις νεοφυείς επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο πρόγραμμα. Αντίθετα, αυξάνουν την αξία μιας εταιρείας επιτρέποντας την αλληλεπίδραση μεταξύ νέων επιχειρήσεων και υποψήφιων πελατών. Ως αποτέλεσμα, το δίκτυό τους επικεντρώνεται μόνο στη δημιουργία μιας ισχυρής πελατειακής βάσης (Águeda, 2016).

➤ Επιταχυντής οικοσυστήματος (Ecosystem accelerator):

Αυτός ο επιταχυντής αντλεί κυρίως υποστήριξη από δημόσιους και διεθνείς οργανισμούς. Οι δημόσιοι οργανισμοί προσπαθούν να προωθήσουν τις επιχειρηματικές προσπάθειες νέων επιχειρήσεων, είτε σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή είτε σε έναν εξειδικευμένο κλάδο. Ένα υποδειγματικό παράδειγμα είναι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οποία προσφέρει βοήθεια στο σύστημα επιταχυντών στην Ευρώπη μέσω των τεχνολογικών της προγραμμάτων. Οι επιταχυντές οικοσυστημάτων αποσκοπούν κυρίως στην προώθηση της επέκτασης και της προόδου του οικοσυστήματος των νεοφυών επιχειρήσεων εντός μιας συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής ή ενός τεχνολογικού τομέα. Κατά συνέπεια, η διαδικασία επιλογής νεοφυών επιχειρήσεων δίνει προτεραιότητα στην προσέλκυση εταιρειών που ευθυγραμμίζονται με αυτόν τον σκοπό. Οι επιταχυντές επιλέγουν συχνά νεοσύστατες εταιρείες, ενίοτε ακόμη και πριν από την πλήρη ανάπτυξη του

προϊόντος τους (Greco & Tregua, 2022). Τα προγράμματα επιτάχυνσης του οικοσυστήματος παρέχουν την πιο ολοκληρωμένη και προηγμένη κατάρτιση σε σύγκριση με τους άλλους δύο τύπους. Διοργανώνουν εκπαιδευτικές συνεδρίες και διαδραστικά σεμινάρια για να βοηθήσουν τους επιχειρηματίες στο ταξίδι τους προς την ανάπτυξη ιδεών. Οι μέντορες μπορούν να ενεργούν ως εξωτερικοί συνεργάτες ή εκπρόσωποι επιχειρηματικής ανάπτυξης για τις νεοφυείς επιχειρήσεις, βοηθώντας στη διαδικασία εισαγωγής νέων τεχνολογιών στην αγορά και λήψης εγκρίσεων για προϊόντα και υπηρεσίες. Ουσιαστικά, η εμπλοκή τους στην επιχείρηση είναι σημαντικά πιο συγκεντρωμένη από τους μέντορες και τους εσωτερικούς συνεργάτες που συναντώνται συνήθως σε άλλους τύπους επιταχυντών. Το επιχειρηματικό μοντέλο των επιταχυντών οικοσυστημάτων είναι συχνά διαφορετικό. Τα έργα συνήθως δημιουργούνται σύμφωνα με τις προδιαγραφές που δίνουν οι ενδιαφερόμενοι (Tasicet. al, 2015).

4.5. Πηγές χρηματοδότησης

Οι πηγές χρηματοδότησης των νεοφυών επιχειρήσεων είναι ένα από τα βασικά και δομικά στοιχεία του οικοσυστήματος. Για να μπορέσει μία νεοφυής επιχείρηση να αναπτυχθεί και να μπορέσει να εισέλθει δυναμικά στην αγορά θα πρέπει να είναι σε θέση να αντλήσει χρηματικά κεφάλαια. Υπάρχουν διάφορα είδη κεφαλαίων που μπορεί να αντλήσει μία νεοσύστατη Startup και μερικά από αυτά θα αναλυθούν παρακάτω. Σημαντικό ρόλο για το είδος και την προέλευση του κεφαλαίου που θα αντληθεί διαδραματίζει η φάση ανάπτυξης στην οποία βρίσκεται η επιχείρηση. Αν δηλαδή βρίσκεται στη φάση έναρξης της επιχείρησης, σε πρώιμο στάδιο ανάπτυξης ή σε πιο ώριμο στάδιο ανάπτυξης οι απαιτήσεις σε χρηματο-οικονομικές ανάγκες διαφοροποιούνται.

➤ Τραπεζικός δανεισμός

Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν συνήθως τον τραπεζικό δανεισμό ως την κύρια μέθοδο χρηματοδότησής τους. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα παρέχουν στις επιχειρήσεις δύο κατηγορίες δανείων: δάνεια κεφαλαίου κίνησης και μακροπρόθεσμα δάνεια. Τα δάνεια κεφαλαίου κίνησης αποσκοπούν στην ενίσχυση της ρευστότητας μιας επιχείρησης και είναι

δάνεια βραχυπρόθεσμης διάρκειας. Αντίθετα, τα μακροπρόθεσμα δάνεια περιλαμβάνουν δάνεια που προορίζονται ειδικά για την ίδρυση επιχειρήσεων και δάνεια για την απόκτηση επιχειρηματικού εξοπλισμού. Τα μακροπρόθεσμα δάνεια έχουν χαμηλότερο επιτόκιο σε σύγκριση με τα δάνεια κεφαλαίου κίνησης, επειδή έχουν μεγαλύτερο χρόνο αποπληρωμής (Vedula & Fitz, 2019).

Τα τραπεζικά δάνεια έχουν τη μεγαλύτερη ιστορία ως μέσο χρηματοδότησης των επιχειρήσεων. Πολλές επιχειρήσεις στοχεύουν να παρακάμψουν την ανάγκη δανεισμού από τις τράπεζες λόγω των περίπλοκων και χρονοβόρων διαδικασιών που απαιτούνται. Επιπλέον, τα τραπεζικά δάνεια εξαρτώνται συνήθως από το πιστωτικό ιστορικό και τα ακίνητα περιουσιακά στοιχεία τόσο του επιχειρηματία όσο και της επιχείρησης. Λόγω του γεγονότος ότι η πλειονότητα των νεοσύστατων επιχειρήσεων ιδρύεται από νεαρούς επιχειρηματίες, οι οποίοι συνήθως δεν διαθέτουν περιουσιακά στοιχεία, η λήψη τραπεζικών δανείων καθίσταται πολύ δύσκολη. Το κύριο πλεονέκτημα του τραπεζικού δανείου είναι ότι ο επιχειρηματίας έχει τον πλήρη έλεγχο της επιχείρησης, καθώς δεν χρειάζεται να προσφέρει μετοχές ιδιοκτησίας σε αντάλλαγμα για τη χρηματοδότηση (Klascmer, Calopa, Horvat&Lalic, 2014).

➤ «Bootstrapping»

Στα ελληνικά, ο όρος bootstrapping αναφέρεται στη διαδικασία επίτευξης ενός στόχου χωρίς να εξαρτάται από τη βοήθεια εξωτερικών πηγών. Ουσιαστικά, ένας αρχάριος επιχειρηματίας που διαθέτει τραπεζικές αποταμιεύσεις ή άλλα οικονομικά περιουσιακά στοιχεία έχει τη δυνατότητα να χρηματοδοτήσει μόνος του το δικό του εγχείρημα εκκίνησης. Το bootstrapping έχει πολλά οφέλη. Ο νέος επιχειρηματίας δίνει μεγάλη σημασία στο να είναι αυτόνομος και παραγωγικός, εστιάζοντας στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής του ιδέας χωρίς να επιδιώκει ενεργά την αναζήτηση εξωτερικών επενδυτών. Αφιερώνει το χρόνο του στη σχολαστική εξέταση των δεδομένων και στη στρατηγική καλλιέργεια μιας εύρωστης πελατειακής βάσης, με στόχο την εξασφάλιση πλεονεκτικών επενδυτικών προοπτικών στο μέλλον. Επιπλέον, μελέτες έχουν δείξει ότι οι επιχειρηματίες που χρηματοδοτούν τις ιδέες τους με

δικούς τους πόρους επιδεικνύουν αυξημένο επίπεδο υπευθυνότητας και αφοσίωσης προς τους στόχους τους (Febrianto et al., 2021).

Παρ' όλα αυτά, μια ανεπαρκώς υλοποιημένη ιδέα μπορεί να εμποδίσει σημαντικά την ικανότητα ενός επιχειρηματία να πείσει τους επενδυτές και να λάβει χρηματοδότηση σε επόμενες προσπάθειες. Γενικά, όσοι αυτοχρηματοδοτούν τις ιδέες τους συχνά δίνουν προτεραιότητα στις οικονομικές ανησυχίες αντί για την ποιότητα κατά την επιλογή των συνεργατών. Αυτό έχει τη δυνατότητα να παρεμποδίσει την πρόοδο της ιδέας, με τελικό αποτέλεσμα την πτώση της (Boutris&Salimi, 2023).

➤ Φίλοι, Οικογένεια και Αφελείς (3F's – Friends, Family and Fools).

Κατά την ίδρυση μιας επιχείρησης, πολλοί επιχειρηματίες επιλέγουν να εξασφαλίσουν αρχικό κεφάλαιο από τον κοινωνικό τους κύκλο, συμπεριλαμβανομένης της οικογένειας και των φίλων τους. Συνήθως, οι επιχειρηματίες μπορούν πρώτα να απευθυνθούν στην άμεση οικογένεια και τους στενούς τους φίλους για οικονομική υποστήριξη για την ίδρυση και τη λειτουργία της επιχείρησής τους, πριν αναζητήσουν επίσημες επιλογές χρηματοδότησης. Τα άτομα αυτά έχουν τις ίδιες επιθυμίες και στόχους με τους επίδοξους επιχειρηματίες και είναι πρόθυμοι να βοηθήσουν στη μετατροπή των ιδεών τους σε πραγματικότητα. Παρόλα αυτά, λόγω του ότι η επένδυσή τους σε μια επιχείρηση στερείται οικονομικών στοιχείων για αξιολόγηση, και λαμβάνοντας υπόψη τη στατιστική γνώση ότι τέτοιες νεοσύστατες επιχειρήσεις έχουν σημαντική πιθανότητα (9 στις 10) να αποτύχουν μέσα στα πρώτα 3 χρόνια λειτουργίας, αναφέρονται ως "Ανόητοι" λόγω του σημαντικού κινδύνου που αναλαμβάνουν. Ένα σημαντικό πλεονέκτημα της λήψης κεφαλαίων από φίλους και συγγενείς είναι η δυνατότητα να τους επικοινωνήσετε αποτελεσματικά το όραμά σας και να τους πείσετε για την πιθανή αξία που μπορεί να δημιουργήσει η ιδέα σας. Στις περισσότερες περιπτώσεις, η επένδυση που πραγματοποιείται από φίλους και συγγενείς δεν επηρεάζει το ποσοστό ιδιοκτησίας της επιχείρησης, καθώς δεν διεκδικούν ιδιοκτησιακά συμφέροντα. Ταυτόχρονα, έχετε έναν ισχυρό συναισθηματικό δεσμό με τα άτομα αυτά, ο οποίος έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει τις επιχειρηματικές σας επιλογές ή ακόμη και να οδηγήσει σε μελλοντικά προβλήματα με την οικογένεια και τους φίλους (Koulouris, 2022).

➤ Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Angel investors)

Οι επιχειρηματικοί άγγελοι είναι ιδιώτες που σκοπεύουν να επενδύσουν τα προσωπικά τους περιουσιακά στοιχεία σε επιχειρήσεις με αντάλλαγμα ποσοστά ιδιοκτησίας. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι διαθέτουν συνήθως επιχειρηματική εμπειρία από πρώτο χέρι. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, αποτελούν μια βιώσιμη επιλογή για επιχειρήσεις που χρειάζονται οικονομικά κεφάλαια από 25.000 έως 250.000 δολάρια. Η διανομή των κεφαλαίων εξαρτάται από μια ολοκληρωμένη συμφωνία που περιγράφει τη σχέση μεταξύ της νεοσύστατης επιχείρησης και του επιχειρηματικού αγγέλου, τη χρηματική αξία και το χρονοδιάγραμμα της επένδυσης, καθώς και μια στρατηγική για την ολοκλήρωση του εγχειρήματος. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι προσφέρουν οικονομική βοήθεια κατά τις αρχικές φάσεις, αναλαμβάνοντας κινδύνους που συνήθως αποφεύγουν οι επιχειρηματικοί κεφαλαιούχοι. Δίνουν μεγάλη προτεραιότητα στην ιδέα και τη συλλογική εργασία, εκτιμώντας την περισσότερο από τις ποσοτικές στατιστικές και τις αναλύσεις. Προσφέρουν ταχεία χρηματοδότηση σε σύγκριση με τα συμβατικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και τους επενδυτές επιχειρηματικών συμμετοχών, και όλα αυτά χωρίς να απαιτούν προσωπικές δεσμεύσεις. Οι Rao και Kumar (2016) διαθέτουν σημαντικό όγκο γνώσεων και ευρύ φάσμα επαγγελματικών διασυνδέσεων λόγω του σημαντικού επιχειρηματικού τους υπόβαθρου.

Οι επιχειρηματικοί άγγελοι ή επενδυτές σποράς είναι ένα είδος χρηματοδότησης που συνήθως αναζητούν οι επιχειρηματίες στα αρχικά στάδια της ανάπτυξης προϊόντων, καθώς χρειάζονται πρόσθετα κεφάλαια για να αναπτύξουν την επιχείρησή τους. Ένας επιχειρηματικός άγγελος μπορεί να είναι είτε ένα άτομο είτε μια συλλογικότητα επιχειρηματικών αγγέλων. Συνήθως, πρόκειται για συνταξιούχους επιχειρηματίες με σημαντικά μετρητά που επιδιώκουν να επενδύσουν σε φιλόδοξες επιχειρήσεις. Εκτός από την παροχή οικονομικής στήριξης, οι επενδυτές παρέχουν επίσης συνδέσεις με προμηθευτές και μελλοντικούς καταναλωτές, ευκαιρίες δικτύωσης και πολύτιμες γνώσεις με βάση την προσωπική τους εμπειρογνωμοσύνη σε τομείς όπως η στρατηγική και το μάρκετινγκ. Μια εμπειριστατωμένη μελέτη που διεξήχθη από το Found.ation σε συνεργασία με το EIT Digital, τμήμα του Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου Καινοτομίας και Τεχνολογίας, και με την υποστήριξη

της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας Επενδύσεων (ΕΑΤΕ - ΗΔΒΙ), αποκαλύπτει ότι το ποσοστό των επενδύσεων σε ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις από επενδυτές-αγγέλους αναμένεται να ανέλθει στο 10% το 2022. Ο τυπικός επενδυτής επενδύει 100.000 ευρώ ετησίως (Rao&Kumar, 2016).

➤ **Επιχειρηματικά κεφάλαια (Venture Capitals)**

Το επιχειρηματικό κεφάλαιο αναγνωρίζεται ευρέως ως ένα από τα πιο συμβατικά μέσα για την απόκτηση χρηματοδοτικών πόρων. Οι επενδυτές συνεισφέρουν οικονομικούς πόρους και προσφέρουν συμβουλές στην επιχείρηση με αντάλλαγμα μετοχές ιδιοκτησίας. Συνήθως, η χρηματοδότηση επιτυγχάνεται με την αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου, χωρίς τη συμμετοχή των υφιστάμενων μετόχων. Αυτοί οι επενδυτές συνήθως συμμετέχουν στο Διοικητικό Συμβούλιο (ΔΣ) της εταιρείας, μοιράζοντας τις γνώσεις και τις δεξιότητές τους για να βοηθήσουν την εταιρεία να επεκταθεί. Παρέχουν κεφάλαια για την επικοινωνία, την έρευνα και ανάπτυξη και άλλους τομείς επενδύσεων. Ο πρωταρχικός στόχος των ιδιοκτητών και των επενδυτών κινδύνου είναι να δημιουργήσουν μια άκρως ανταγωνιστική εταιρεία στην αγορά, αποφέροντας έτσι κέρδη και για τα δύο εμπλεκόμενα μέρη. Η έκθεση της Marathon Venture Capital αποκαλύπτει ότι το 2021, τα ξένα κεφάλαια κυριάρχησαν στην επενδυτική δραστηριότητα για τις ελληνικές Startups, αντιπροσωπεύοντας το 86% του συνόλου των επενδυτικών γύρων, όπως απεικονίζεται στο διπλανό σχήμα (Jeonget. al., 2020).



Εικόνα 3: Αριθμός επενδύσεων ανά πηγή σε startups Ελλήνων επενδυτών

Πηγή: marathon.vc

Οι επενδύσεις σε νεοσύστατες επιχειρήσεις υποστηρίζονται από κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου ή καινοτομίας, τα οποία προέρχονται από ένα καλά συνδεδεμένο δίκτυο επενδυτών. Τα κεφάλαια αυτά είναι ρητά προσαρμοσμένα για επενδύσεις που ενέχουν υψηλό βαθμό κινδύνου (Jeonget. al., 2020). Οι κεφαλαιούχοι επιχειρηματικών κεφαλαίων, οι οποίοι είναι επενδυτές, διαθέτουν γενικά σημαντικά μεγαλύτερες ποσότητες κεφαλαίων σε σύγκριση με τους αγγέλους επιχειρηματικών κεφαλαίων. Οι επενδυτές παρουσιάζουν μεγαλύτερη τάση να στηρίξουν μια εταιρεία που έχει ήδη επιτύχει εξελίξεις και επιδεικνύει ευνοϊκά αποτελέσματα (Tripathiet. al., 2019).

Οι κεφαλαιούχοι επιχειρηματικών συμμετοχών στοχεύουν στη βελτιστοποίηση της κερδοφορίας και των επιτευγμάτων μιας εταιρείας. Δίνουν μια αρχική κεφαλαιακή ένεση και είναι επίσης πρόθυμοι να παράσχουν πρόσθετη οικονομική στήριξη εάν η εταιρεία χρειάζεται περαιτέρω επέκταση. Λειτουργούν ως μέλη του διοικητικού συμβουλίου της εταιρείας, προσφέροντας ουσιαστική τεχνογνωσία και κατανόηση διαφόρων διαδικτυακών πλατφορμών. Διαθέτουν ένα εκτεταμένο δίκτυο πελατών με το οποίο συνεργάζονται ενεργά για να προωθήσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους. Αυτό τους επιτρέπει να συλλέγουν χρήσιμα σχόλια και να προσελκύουν περισσότερους πελάτες. Διαθέτουν μια τεράστια δεξαμενή πληροφοριών και τεχνογνωσίας, διαθέτουν την ικανότητα να διαχειρίζονται περίπλοκες συζητήσεις και κατανοούν τους κρίσιμους παράγοντες για την επίτευξη της επιτυχίας, τα πιθανά εμπόδια και τις απαιτήσεις της αγοράς (Tripathi et al., 2019).

Γι' αυτούς, η επένδυση είναι μια σημαντική προσπάθεια. Αξιολογούν μεθοδικά όλες τις πτυχές, επιβάλλουν κανονισμούς και θεσπίζουν ένα αυστηρό χρονοδιάγραμμα για την εταιρεία, ώστε να έχει την επιθυμητή απόδοση της επένδυσής της. Οι κεφαλαιούχοι επιχειρηματικών συμμετοχών επικεντρώνονται πρωτίστως στη μεγιστοποίηση των οικονομικών τους κερδών. Τα άτομα με διανοητική νοοτροπία δίνουν προτεραιότητα στη βελτιστοποίηση της κερδοφορίας ως κύριο στόχο τους (Tripathiet. al., 2019).

- Διαδικτυακή μικροχρηματοδότηση (Crowdfunding)

Το Crowdfunding είναι μια μέθοδος χρηματοδότησης που συνεπάγεται τη συλλογική υποστήριξη ατόμων μέσω διαδικτυακών πλατφορμών. Αυτή η νέα στρατηγική χρηματοδότησης επιτρέπει στις επιχειρήσεις να χρησιμοποιούν διαδικτυακά φόρουμ για να ζητούν οικονομική υποστήριξη. Ο συντάκτης της καμπάνιας παρουσιάζει άμεσα την ιδέα του στο κοινό και αποφασίζει το ποσό χρηματοδότησης, το οποίο μπορεί να κυμαίνεται από μερικά ευρώ έως αρκετές χιλιάδες ευρώ. Ένα εγγενές πλεονέκτημα της χρηματοδότησης από το πλήθος είναι ότι οι επενδυτές δεν αποκτούν την κυριότητα της εταιρείας, επιτρέποντας έτσι στον επιχειρηματία να διατηρεί τον πλήρη έλεγχο. Αυτή η μορφή χρηματοδότησης είναι ιδιαίτερα κατάλληλη κατά τα πρώτα στάδια της ανάπτυξης της εταιρείας. Ένας επιχειρηματίας μπορεί να αποκτήσει κεφάλαια στο εγγύς μέλλον, αλλά η εξάρτηση αποκλειστικά από τη χρηματοδότηση από το πλήθος μπορεί να μην αποτελεί εφικτή επιλογή για τη χρηματοδότηση των επόμενων φάσεων. Χρησιμοποιώντας αυστηρό σχεδιασμό, μια επακριβώς εκτελεσμένη στρατηγική, σκόπιμη παράδοση σε μια προσεκτικά επιλεγμένη πλατφόρμα και έξυπνη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, μπορεί κανείς να έχει εξαιρετικά αποτελέσματα (Cicchello, 2019).

Το επενδυτικό τοπίο αναπτύσσεται, παρέχοντας ένα ευρύ φάσμα δυνατοτήτων χρηματοδότησης και ευνοϊκές συνθήκες για την άνοδο νέων και μικρών επιχειρήσεων. Ο επιχειρηματίας θα πρέπει να ασχοληθεί με ενδελεχή μελέτη για να εντοπίσει τα καταλληλότερα κανάλια και δεν θα πρέπει να διστάσει να αξιοποιήσει πολλά κανάλια ταυτόχρονα. Είναι ζωτικής σημασίας να έχουμε κατά νου ότι τόσο ο δημιουργικός όσο και ο επιχειρηματικός κλάδος απαιτούν τη χρήση φαντασίας και επινοητικότητας προκειμένου να επιτευχθεί η επιτυχία (Cicchello, 2019).

Μετά την απόκτηση αρχικών κεφαλαίων από γνωστούς, συγγενείς ή θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων, πολλοί επιχειρηματίες χρειάζονται συμπληρωματική χρηματοδότηση. Ωστόσο, λόγω του ότι βρίσκονται στα αρχικά στάδια ανάπτυξης, δεν είναι ακόμη επιλέξιμοι για χρηματοδότηση από άγγελο. Προηγουμένως, οι επιχειρηματίες αντιμετώπιζαν σημαντικές προκλήσεις στη διατήρηση της βιωσιμότητας της επιχείρησής τους. Η έλευση της χρηματοδότησης από το πλήθος επέφερε ουσιαστική μεταβολή της

κατάστασης. Η μαζική χρηματοδότηση είναι η πρακτική της συγκέντρωσης μικρών ποσοτήτων χρηματοδότησης από πολλά άτομα. Το φαινόμενο αυτό διευκολύνθηκε από την εκθετική εξάπλωση του διαδικτύου και των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης. Οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ιδιαίτερα πλεονεκτικές για την προσέλκυση ενός στοχευμένου κοινού που ενδιαφέρεται για συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες. Αυτό το κοινό είναι πρόθυμο να καταβάλει ένα συγκεκριμένο χρηματικό ποσό για να υποστηρίξει την ανάπτυξη μιας επιχειρηματικής ιδέας, με απώτερο στόχο να επωφεληθούν οι ίδιοι όταν το τελικό προϊόν ή η υπηρεσία κυκλοφορήσει στην αγορά. Μια πλατφόρμα χρηματοδότησης από το πλήθος χρησιμεύει ως χώρος όπου οι νεοσύστατες επιχειρήσεις μπορούν να απευθύνουν δημόσια έκκληση για οικονομική στήριξη από το ευρύ κοινό. Και σε αυτό το σενάριο, συνηθίζεται η αρχική επένδυση να παρέχεται από το στενό οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον του επιχειρηματία, συγχωνεύοντας έτσι τις δύο προαναφερθείσες πηγές χρηματοδότησης (3F's & Crowdfunding) (Giudici & Rossi-Lamastra, 2018). Τα βασικά στατιστικά στοιχεία που αντλήθηκαν από το διαδίκτυο και αφορούν το crowd funding για το έτος 2022 είναι τα εξής (Chaudhary et. al., 2022).

1. Συγκεντρώθηκαν 494,0 εκατομμύρια δολάρια μέσω του κανονισμού Crowd funding (Reg CF).
2. Συγκεντρώθηκε σε 33 ενεργές πλατφόρμες (πύλες χρηματοδότησης ή μεσίτες-διαπραγματευτές).
3. Μέσο μέγεθος επιταγών επενδυτών = 1.256 \$.
4. 394.354 συνολικές επενδύσεις.

4.6. Οργανισμοί που προωθούν την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία

➤ Πανεπιστήμια

Τα πανεπιστήμια αναγνωρίζουν και υιοθετούν τη σημασία της καινοτομίας, της εμπορευματοποίησης, της επιχειρηματικότητας και της ανάπτυξης οικονομικής αξίας για τις κοινότητές τους. Η υποδομή καινοτομίας

περιλαμβάνει πολλά πανεπιστήμια που προσφέρουν ερευνητικά κέντρα και εργαστήρια. Αυτά τα κολέγια προσφέρουν ευκαιρίες για συνεργασία με κυβερνητικές υπηρεσίες και την ανάπτυξη τεχνολογίας αιχμής, γεγονός που παρακινεί ένα σημαντικό τμήμα του εργατικού δυναμικού να αναζητήσει απασχόληση στην έρευνα και την ανάπτυξη πρωτοποριακών καινοτομιών. Ένα σημαντικό ποσοστό αυτών των ατόμων μεταπίπτει σε επιχειρηματίες, προσφέροντας καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες μέσω της ίδρυσης νέων νεοφυών επιχειρήσεων (Bereczki 2019).

➤ Κέντρα καινοτομίας

Η βοήθεια αυτή περιλαμβάνει συχνά την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών και τη χρηματοδότηση των δαπανών που σχετίζονται με την ανάπτυξη αντικειμένων τελευταίας τεχνολογίας με τη δημιουργία κέντρων καινοτομίας. Τα κέντρα καινοτομίας παρουσιάζουν ποικίλα οργανωτικά πλαίσια, περιλαμβάνοντας πολλαπλά γραφεία σε διάφορες τοποθεσίες ή δημιουργώντας συνδέσεις με ακαδημαϊκά ιδρύματα. Οι κύριες υπηρεσίες που παρέχονται από τα κέντρα καινοτομίας περιλαμβάνουν (Carayannis et al., 2018):

- Προώθηση και προώθηση καινοτόμων προσπαθειών.
- Προσφορά εξειδικευμένης καθοδήγησης και αξιολόγησης των καινοτόμων δημιουργιών.
- Καθοδήγηση σχετικά με τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και τη διαδικασία απόκτησης διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας.
- Προσφορά υπηρεσιών διαχείρισης έργων και υποστήριξης για την ανάπτυξη πρωτοτύπων.
- Συνεργασία με θερμοκοιτίδες και τεχνολογικά πάρκα.
- Ποικίλες πρωτοβουλίες στον τομέα της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας.
- Παγκόσμιο δίκτυο συνεργασίας και επαγγελματικών συνεργασιών.

➤ Επιστημονικά και τεχνολογικά πάρκα (ΕΤΕΠ)

Το τεχνολογικό πάρκο, το ερευνητικό πάρκο ή το επιστημονικό πάρκο είναι ένας θεσμός που εποπτεύεται από μια ομάδα εξειδικευμένων επαγγελματιών, οι οποίοι είναι αφοσιωμένοι στην προώθηση της ανάπτυξης των επιχειρήσεων, στη διευκόλυνση της καινοτομίας και στην καλλιέργεια

επιχειρηματικών προσπαθειών. Τα Επιστημονικά Τεχνολογικά Πάρκα (STPs) υποδέχονται ένα ευρύ φάσμα συμμετεχόντων, συμπεριλαμβανομένων ακαδημαϊκών και ερευνητικών ιδρυμάτων, επιχειρήσεων κάθε είδους και οργανισμών υποστήριξης και μεταφοράς τεχνολογίας. Τα περισσότερα τεχνολογικά πάρκα προσφέρουν συνήθως θερμοκοιτίδες για νεοφυείς επιχειρήσεις, μαζί με κέντρα καινοτομίας και μεταφοράς τεχνολογίας, μεταξύ άλλων πόρων. Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις επιλέγουν να συμμετάσχουν στα ETPs λόγω του προσιτού φάσματος των παρεχόμενων υπηρεσιών, μαζί με τον πλεονεκτικό συνδυασμό χαμηλού ενοικίου και δημιουργίας συνεργασιών, οι οποίες συμβάλλουν σημαντικά στην ανάπτυξή τους (Bereczki, 2019).

Οι δραστηριότητες που διεξάγονται σε ένα τεχνολογικό πάρκο περιστρέφονται κυρίως γύρω από προϊόντα και υπηρεσίες αιχμής. Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις σε ένα τεχνολογικό πάρκο δραστηριοποιούνται συνήθως σε διάφορους τομείς, όπως η μικροηλεκτρονική, οι υπολογιστές, η χημεία, η βιοτεχνολογία, τα όργανα και οι υπηρεσίες. Ωστόσο, η ίδρυση νεοφυών επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας δεν περιορίζεται σε μια συγκεκριμένη ομάδα. Η επιτυχής εξειδίκευση ενός πάρκου σε συγκεκριμένες δραστηριότητες υψηλής τεχνολογίας ή, από την άλλη πλευρά, η συμπερίληψη μιας ποικιλίας δραστηριοτήτων καθορίζεται εξ ολοκλήρου από τις αποφάσεις που λαμβάνει η διοίκηση του πάρκου (Sunet. al., 2019).

Σε σχέση με το προαναφερθέν θέμα μπορούν να παρατηρηθούν δύο διακριτά μοτίβα. Αρκετά πάρκα στοχεύουν στην προώθηση των συνδέσεων μεταξύ των καθιερωμένων επιχειρήσεων και των ερευνητικών κέντρων εντός των εγκαταστάσεών τους. Σε ορισμένες περιπτώσεις, η διοίκηση παρουσιάζει έναν πιο εξωστρεφή χαρακτήρα και οι καθιερωμένες δραστηριότητες καλύπτουν ένα ευρύτερο φάσμα. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται συνήθως σε περιοχές που διαθέτουν ήδη έναν καθιερωμένο βιομηχανικό τομέα. Ο σκοπός του πάρκου σε τέτοιες περιοχές είναι να παρέχει υποστήριξη και να διευκολύνει τον εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων βιομηχανιών, αντί να εστιάζει στην ίδρυση νέων επιχειρήσεων (Sunetal., 2019).

Μια νεοσύστατη επιχείρηση αποκτά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με την ανάπτυξή της σε ένα τεχνολογικό πάρκο, λόγω της διαθεσιμότητας διαφόρων κοινών και εξειδικευμένων υπηρεσιών προσαρμοσμένων στις ανάγκες κάθε

επιχείρησης. Οι υπηρεσίες που παρέχονται από κάθε τεχνολογικό πάρκο είναι προσαρμοσμένες στις ειδικές ανάγκες των επιχειρήσεων-μισθωτών. Οι θεμελιώδεις υπηρεσίες που παρέχονται από το επιστημονικό και τεχνολογικό πάρκο, όπως το τηλεφωνικό δίκτυο, η γραμματεία και οι εγκαταστάσεις εστίασης, διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην ελαχιστοποίηση των δαπανών για τις νεοσύστατες επιχειρήσεις. Η παρουσία μιας ομοιογενούς ομάδας πελατών σε επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας στο πάρκο υποδηλώνει τη δυνατότητα προσφοράς εξειδικευμένων υπηρεσιών εξαιρετικής ποιότητας. Καθώς οι νεοσύστατες επιχειρήσεις που βρίσκονται σε κοντινή απόσταση έχουν παρόμοιες ανάγκες, οι ανάγκες αυτές αντιμετωπίζονται άμεσα και αποτελεσματικά (Adamska, 2016).

Οι υπηρεσίες καταχώρισης πνευματικών δικαιωμάτων έχουν μεγάλη σημασία για τις νέες νεοσύστατες επιχειρήσεις που στοχεύουν να προσεγγίσουν μια παγκόσμια αγορά. Οι εταιρείες αυτές συχνά δεν διαθέτουν τους οικονομικούς πόρους και την τεχνογνωσία σε θέματα πνευματικής ιδιοκτησίας. Η παροχή βοήθειας σε ιδιώτες για την επίλυση γραφειοκρατικών και τεχνικών προκλήσεων που συνδέονται με την περίπλοκη και χρονοβόρα διαδικασία καταχώρισης πνευματικών δικαιωμάτων, τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο, ελαχιστοποιεί τις αρνητικές συνέπειες της απώλειας του ανταγωνιστικού τους πλεονεκτήματος στην αγορά. Το Πάρκο παρέχει εξειδικευμένες λογιστικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες προσαρμοσμένες στην ικανοποίηση των ιδιαίτερων αναγκών των νεοσύστατων επιχειρήσεων (Adamska, 2016).

Η παροχή βασικών υπηρεσιών, είτε με άτυπα μέσα είτε έναντι αμοιβής, περιλαμβάνει τη διοίκηση, τη συμβουλευτική, τη διαχείριση ανθρώπινων πόρων και τον επιχειρηματικό σχεδιασμό. Δεδομένης της έλλειψης προηγούμενης επιχειρηματικής εμπειρίας τους, οι νεοσύστατες επιχειρήσεις συχνά λειτουργούν χωρίς σαφώς καθορισμένο οργανόγραμμα. Λόγω του μικρού μεγέθους τους, τείνουν να αυτο-διαχειρίζονται χωρίς άκαμπτες δομές (Wicaksono & Ririh, 2021). Το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα έγκειται στις καινοτόμες λύσεις που προσφέρουν, είτε μέσω των προϊόντων είτε μέσω των υπηρεσιών τους. Ωστόσο, δεν διαθέτουν την απαραίτητη τεχνογνωσία και τον απαραίτητο χρόνο για την αποτελεσματική διαχείριση της εσωτερικής

οργανωτικής δομής της εταιρείας. Αυτό μπορεί να προκαλέσει πολλές επιπλοκές τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα, εάν αλλάξει η ταξινόμηση της εταιρείας, όπως η μετάβαση από ιδιωτική ανώνυμη εταιρεία σε ανώνυμη εταιρεία. Αυτό το κρίσιμο κενό αντιμετωπίζεται είτε από την επιτροπή διαχείρισης του επιστημονικού και τεχνολογικού πάρκου είτε από ένα εξειδικευμένο ίδρυμα εντός του πάρκου που παρέχει τέτοιου είδους υπηρεσίες (Adamska, 2016).

➤ Συνεργατικοί χώροι (Co-working spaces)

Η έννοια του Co-working είναι απλή: ανεξάρτητοι επαγγελματίες συγκεντρώνονται σε έναν κοινόχρηστο χώρο για να εργαστούν συλλογικά πάνω στα αντίστοιχα έργα τους. Ο σημαντικός αντίκτυπος των αναδυόμενων τεχνολογιών είχε βαθιά επίδραση στις στρατηγικές και τις τεχνικές διαχείρισης του χρόνου που χρησιμοποιούν οι επιχειρηματίες. Σήμερα, ένας τυπικός επιχειρηματίας μπορεί να έχει όλα τα απαραίτητα εργαλεία για την επιχείρησή του με μια επένδυση περίπου 2.500 ευρώ. Αυτό περιλαμβάνει την αγορά ενός φορητού υπολογιστή, ενός κινητού τηλεφώνου, ενός επαγγελματικού λογαριασμού ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και ενός βασικού πακέτου λογισμικού για εργασίες όπως υπολογιστικά φύλλα, επεξεργασία κειμένου και χρηματοοικονομικά. Επιπλέον, περιλαμβάνεται και μια ετήσια συνδρομή σε μια εταιρεία κινητής τηλεφωνίας για υπηρεσίες φωνής και δεδομένων. Αυτό το καινοτόμο τεχνικό πλαίσιο επέτρεψε την εμφάνιση μιας ομάδας κινητών επιχειρηματιών, οι οποίοι έχουν πλέον την ευελιξία να εργάζονται σε περιβάλλοντα που ταιριάζουν καλύτερα στις ατομικές τους προτιμήσεις και απαιτήσεις (Tripathi & Oivo, 2020).

Το δίκτυο των Κέντρων Επιχειρήσεων και Καινοτομίας (BICs) και των θερμοκοιτίδων καινοτομίας έχει συμβάλει καθοριστικά στην προώθηση της επέκτασης και της προόδου των νεοσύστατων επιχειρήσεων. Η συνεργασία είναι μια ταχέως αναπτυσσόμενη προσέγγιση που επιδιώκει να επιτύχει ανάλογους στόχους με τα Κέντρα Επιχειρήσεων και Καινοτομίας. Τα κέντρα επιχειρηματικότητας και καινοτομίας αντιμετωπίζουν μια σημαντική πρόκληση λόγω του συνεχώς μεταβαλλόμενου τεχνικού και επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Οι απαιτήσεις των μεμονωμένων επιχειρηματιών και των νεοσύστατων οργανισμών έχουν υποστεί σημαντική και συνεχή αλλαγή την

τελευταία δεκαετία. Τα κέντρα επιχειρηματικότητας και καινοτομίας και οι θερμοκοιτίδες μπορούν να βελτιστοποιήσουν την αποτελεσματικότητά τους επεκτείνοντας το εύρος των υπηρεσιών που παρέχουν και επαναξιολογώντας τη χρήση του υφιστάμενου χώρου τους (Lestari, 2020).

Οι χώροι συν-εργασίας αποτέλεσαν μια πρακτική απάντηση σε αυτό το πρόβλημα στην Ευρώπη και τις Ηνωμένες Πολιτείες. Οι χώροι αυτοί μπορούν να ενσωματωθούν ομαλά σε κέντρα επιχειρηματικότητας και καινοτομίας, παρέχοντας πολύτιμες υπηρεσίες σε αναδυόμενες νεοφυείς επιχειρήσεις. Τα κέντρα επιχειρηματικότητας και καινοτομίας, μαζί με τους χώρους συνεργασίας, δεν ανταγωνίζονται το ένα το άλλο. Αντιθέτως, παρέχουν συμπληρωματικές υπηρεσίες που συμβάλλουν από κοινού στην προώθηση του επιχειρηματικού κλίματος για τις νεοφυείς επιχειρήσεις (Gazetov, 2018).

Οι χώροι συνεργασίας περιλαμβάνουν την ενοικίαση χώρου γραφείων σε κοινόχρηστο περιβάλλον, επιτρέποντας υψηλό βαθμό ευελιξίας όσον αφορά τη διάρκεια. Ο χώρος αξιοποιείται από ένα ευρύ φάσμα ατόμων, το καθένα με το δικό του μοναδικό υπόβαθρο, συμπεριλαμβανομένων επιχειρηματιών, νεοφυών επιχειρήσεων, καλλιτεχνών, φοιτητών, ερευνητών και άλλων. Οι ενοικιαστές έχουν την ευκαιρία να συνεργαστούν και να συνεισφέρουν τις μοναδικές τους δεξιότητες σε ένα έργο, με αποτέλεσμα να βελτιώνονται τα αποτελέσματα. Οι συνεργατικοί χώροι βασίζονται σε βασικές αρχές όπως η ενεργός συμμετοχή, η αποτελεσματική συνεργασία και η δεκτική νοοτροπία (Lestari, 2020).

Στο πλαίσιο των χώρων συνεργασίας, οι επιχειρηματίες έχουν την ευκαιρία να συνεργάζονται σε ένα κοινόχρηστο περιβάλλον γραφείων και να έχουν πρόσβαση σε ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών προσαρμοσμένων στις ιδιαίτερες απαιτήσεις τους. Οι υπηρεσίες αυτές περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, αίθουσες συνεδριάσεων και χώρους φιλοξενίας. Η εφαρμογή αυτή είναι κατάλληλη για νεοσύστατες επιχειρήσεις που επιθυμούν να αποφύγουν τα βάρη της διαχείρισης γραφείων, συμπεριλαμβανομένης της προμήθειας επίπλων και εξοπλισμού, η οποία μπορεί να είναι απαγορευτική από πλευράς κόστους. Οι κύριες υπηρεσίες που προσφέρουν οι συνεργατικοί χώροι περιλαμβάνουν τη συνδεσιμότητα στο διαδίκτυο και την ηλεκτρική ενέργεια (Gazetov, 2018).

- Τεχνολογικός εξοπλισμός (φαξ, βιντεοπροβολείς, εκτυπωτές, τηλεφωνικό δίκτυο κ.λπ.).
- Γραφική ύλη.
- Έπιπλα.
- Αίθουσες συνεδριάσεων, σαλόνια, αίθουσες αναψυχής.
- Βιβλιοθήκη.
- Νερό, καφές, σνακ.
- Χώροι αποθήκευσης.
- Ασφάλιση.

Επιπλέον, ανάλογα με την ιδιότητα μέλους, ορισμένοι χώροι προσφέρουν πρόσθετες υπηρεσίες, όπως:

- Εικονική φιλοξενία.
- Ενοικίαση ηλεκτρονικού εξοπλισμού.
- Υπηρεσίες πελατών και χώροι υποδοχής.

4.7. Διαγωνισμοί επιχειρηματικότητας και καινοτομίας

Οι διαγωνισμοί επιχειρηματικότητας και καινοτομίας είναι ζωτικής σημασίας για την προώθηση του άυλου οικοσυστήματος νεοφυών επιχειρήσεων. Εκτός από την πνευματική και παιδαγωγική τους αξία, οι ασκήσεις αυτές διαδραματίζουν επίσης κρίσιμο ρόλο στην προώθηση ενός ισχυρού επιχειρηματικού οικοσυστήματος και στην έναρξη νέων νεοφυών επιχειρήσεων. Η σημασία και η αξία των διαγωνισμών επιχειρηματικότητας και καινοτομίας ως εκπαιδευτικού εργαλείου παραμένουν αντικείμενο διαμάχης μεταξύ των μελών της ακαδημαϊκής κοινότητας (Aicha Difet et al., 2018).

Οι διαγωνισμοί επιχειρηματικότητας και καινοτομίας παρέχουν μια πλατφόρμα για την εξασφάλιση οικονομικής στήριξης για νέες νεοφυείς επιχειρήσεις και επιτρέπουν στους νέους επιχειρηματίες να βελτιώσουν τις ικανότητές τους και να δημιουργήσουν ένα πολύτιμο δίκτυο επαφών, που είναι απαραίτητα για την έναρξη ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος (AichaDifet. al., 2018). Οι διαγωνισμοί επιχειρηματικότητας και καινοτομίας παρέχουν πλεονεκτήματα που περιλαμβάνουν όλες τις πτυχές του

επιχειρηματικού οικοσυστήματος των νεοφυών επιχειρήσεων. Για να είμαστε πιο ακριβείς:

- Προσφέρουν κίνητρα που ενθαρρύνουν τους νέους επιχειρηματίες να αναπτύξουν τις ιδέες τους.
- Ενισχύουν το επιχειρηματικό τους ταλέντο μέσω της συμμετοχής τους σε άλλους ανθρώπους που διαθέτουν επιχειρηματικό ταλέντο.
- Είναι σε θέση να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση από εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων και επιχειρηματικούς αγγέλους.
- Βρίσκουν παρόχους επιχειρηματικών υπηρεσιών, όπως δικηγόρους, ειδικούς σε θέματα πνευματικής ιδιοκτησίας, λογιστές κ.λπ. που είναι πρόθυμοι να βοηθήσουν στην ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων.
- Προσφέρουν μια πρακτική και τεκμηριωμένη μέθοδο διδασκαλίας στο αντικείμενο της επιχειρηματικότητας.
- Προωθούν τη διευκόλυνση της επιχειρηματικότητας των φοιτητών, προκειμένου να προωθήσουν τη δημιουργία ακμάζουσας νεοφυούς επιχείρησης.
- Δημιουργούν ένα ισχυρό επιχειρηματικό οικοσύστημα για την παροχή ολοκληρωμένης βοήθειας σε νέες και αναδυόμενες επιχειρήσεις.
- Να διευκολύνουν τη δημιουργία ευημερούσας νεοφυούς επιχείρησης και να ενθαρρύνουν την ενσωμάτωση επιχειρηματικών δεξιοτήτων σε μια συγκεκριμένη περιοχή (Stolz, 2020).

4.8. Δραστηριότητες και εκδηλώσεις για startup επιχειρήσεις

Ο πυρήνας κάθε οικοσυστήματος νεοφυών επιχειρήσεων είναι γύρω από τις βασικές δραστηριότητες και εκδηλώσεις δικτύωσης που προωθούν την ανάπτυξη και τη συνεργασία μεταξύ των νεοφυών επιχειρήσεων. Αυτές οι συγκεντρώσεις είναι εξαιρετικά επωφελείς για τη δημιουργία επαγγελματικών συνδέσεων και την απόκτηση κρίσιμων γνώσεων για τον κλάδο. Η πρωταρχική ιδέα των εκδηλώσεων για νεοφυείς επιχειρήσεις είναι να βοηθήσουν τους επιχειρηματίες στη δημιουργία σχέσεων. Διευκολύνουν τη συνεργασία μεταξύ ενός προγραμματιστή και ενός σχεδιαστή, διαφημιστή ή

επιχειρηματία. Στις νεοφυείς επιχειρήσεις παρέχεται μεγάλη ευκαιρία να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τα έργα των συναδέλφων τους και να αναπτύξουν μια ολοκληρωμένη κατανόηση του τρέχοντος ανταγωνιστικού τοπίου. Σύμφωνα με τους Laužikaset και συν. (2015), μπορούν να προσφέρουν το επιπλέον κίνητρο που απαιτείται για την έναρξη της επιχειρηματικής τους προσπάθειας.

Η σημασία και η χρήση των εκδηλώσεων δικτύωσης εξαρτώνται πρωτίστως από τον επιχειρηματία και τη νεοσύστατη επιχείρηση. Ανεξάρτητα από οποιαδήποτε αντιληπτή έλλειψη καθαριότητας ή αταξίας κατά την παρουσίαση ενός επιχειρηματικού σχεδίου σε εκδηλώσεις για νεοφυείς επιχειρήσεις, είναι ζωτικής σημασίας να αναγνωριστούν τα πιθανά πλεονεκτήματα που μπορούν να προσφέρουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις. Οι ακαδημαϊκοί μπορούν να διερευνήσουν νέες εταιρικές συνεργασίες, να λάβουν πολύτιμες πληροφορίες για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους και να εξασφαλίσουν περαιτέρω οικονομική υποστήριξη (Laužikaset. al., 2015).

4.9. Κοινωνικές ομάδες και οργανώσεις υποστήριξης επιχειρηματικότητας και καινοτομίας

Ομάδες και οργανισμοί που δίνουν προτεραιότητα στον κοινωνικό αντίκτυπο και την επιχειρηματικότητα δεσμεύονται να υποστηρίξουν το μοντέλο της νεοφυούς επιχείρησης. Το μοντέλο αυτό, που φημίζεται για την πρωτοποριακή και ταχεία επέκτασή του, έχει τη δυνατότητα να συμβάλει ουσιαστικά στη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης και στη συνολική πρόοδο της οικονομίας. Λειτουργούν ως κόμβοι γνώσης για τις νεοφυείς επιχειρήσεις, προσφέροντας ζωτικής σημασίας πληροφορίες και πόρους για να βοηθήσουν τους επιχειρηματίες στην ανάπτυξη και την εμπορική προώθηση των νεοφυών επιχειρήσεών τους. Στόχος τους είναι να λειτουργούν ως κέντρα δικτύωσης και επικοινωνίας, διευκολύνοντας την ανταλλαγή απόψεων μεταξύ των νεοφυών επιχειρήσεων και του περιβάλλοντος οικοσυστήματος. Αξιοσημείωτα παραδείγματα στο Λονδίνο είναι το Minibar, το London Tech Meet up και το Open Coffee. Ένα υγιές τοπικό οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων είναι εμφανές όταν υπάρχουν κοινωνικές ομάδες και

οργανώσεις που υποστηρίζουν και ενθαρρύνουν ενεργά την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία (Pustovrh et al., 2020).

Κεφάλαιο 5. Επιχειρηματικό περιβάλλον νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα

5.1. Η νεανική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Με βάση την ετήσια έκθεση του Ιδρύματος Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (I.O.B.E.) για το 2014 για λογαριασμό του Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.), παρατηρείται αξιοσημείωτη βελτίωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα. Ο δείκτης ανέρχεται στο 7,8%, υποδηλώνοντας μια θετική ανάκαμψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας στη χώρα (Albani & Anyfantaki, 2017).

Ο βαθμός φοβίας απέναντι στην αποτυχία είναι ιδιαίτερα έντονος στις χώρες καινοτομίας, και συγκεκριμένα στις ιδιαίτερα ανεπτυγμένες χώρες που συμμετέχουν στο ερευνητικό πρόγραμμα G.E.M.. Παρόλα αυτά, παρατηρείται μια σταθερή αύξηση του αριθμού των ατόμων στην Ελλάδα που είναι σε θέση να εντοπίσουν και να αναγνωρίσουν την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών. Ταυτόχρονα, υπάρχει μια σημαντική μερίδα Ελλήνων που διαθέτουν την αυτοπεποίθηση και την ικανότητα να ξεκινήσουν μια επιχειρηματική προσπάθεια, όπως επισημαίνουν οι Vettas και συν. (2020).

Η Ελλάδα υπερέχει στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα, ξεπερνώντας όλες τις άλλες καινοτόμες χώρες με ένα εκπληκτικό ποσοστό 12,6%. Η επίμονη κατάταξη της Ελλάδας στην κορυφή του δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας μεταξύ των χωρών καινοτομίας τα τελευταία χρόνια είναι ένα αξιοσημείωτο επίτευγμα που έχει συμβεί και στο παρελθόν. Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις, που ανήκουν κυρίως σε οικογένειες, κατέχουν ωστόσο σημαντική θέση στο ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον. Οι επιχειρήσεις αυτές εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από άτυπους επενδυτές, όπως συγγενείς και φίλους, για οικονομική βοήθεια. Η δομή του δείκτη επιχειρηματικότητας δίνει μεγάλη έμφαση στις καθιερωμένες επιχειρήσεις και όχι στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, γεγονός που υπογραμμίζει την έλλειψη ανάπτυξης της ελληνικής επιχειρηματικότητας (Albani&Anyfantaki, 2017).

Χώρες	Εντελώς νέες τεχνολογίες	Νέες τεχνολογίες	Παλαιότερες τεχνολογίες
Φιλανδία	3,9%	16,1%	80,0%
Σουηδία	8,2%	18,0%	73,8%
Γερμανία	7,4%	19,3%	73,2%
Σλοβενία	10,3%	17,0%	72,7%
Πορτογαλία	7,8%	19,9%	72,3%
Ισπανία	11,9%	17,8%	70,2%
Ηνωμένο Βασίλειο	8,8%	21,4%	69,8%
Βέλγιο	13,5%	22,8%	63,7%
Ολλανδία	13,6%	23,3%	63,1%
Λουξεμβούργο	14,6%	24,3%	61,1%
Εσθονία	15,6%	23,6%	60,8%
Ελλάδα	12,3%	27,6%	60,1%
Ιρλανδία	16,6%	26,6%	56,8%
Ιταλία	21,3%	26,0%	52,7%
Σλοβακία	29,0%	27,5%	43,5%
Ομάδα Α	15,6%	22,9%	61,5%
Ομάδα Β	22,2%	22,6%	55,3%
Ομάδα Γ	11,8%	20,6%	67,7%

Εικόνα 4: Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες/διαδικασίες (2015) Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Το 2013, στην Ελλάδα οι δείκτες επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας ήταν περίπου 23% και 35% αντίστοιχα. Με απλά λόγια, η ελληνική επιχειρηματικότητα δεν έχει τις ίδιες επιδόσεις με άλλες καινοτόμες χώρες. Το επίπεδο της επιχειρηματικότητας με γνώμονα την ευκαιρία, όπου τα άτομα βλέπουν δυνατότητες για αύξηση του εισοδήματος ή ανεξαρτησία από την εργασία, είναι πολύ χαμηλότερο από τον μέσο όρο (53%). Ομοίως, το ποσοστό επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα λόγω ανάγκης, όπου τα άτομα αναγκάζονται να ξεκινήσουν επιχειρήσεις λόγω περιορισμένων επιλογών εργασίας ή δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, είναι επίσης κάτω από το μέσο όρο (53%). Αν το θέσουμε σε προοπτική, η τρέχουσα οικονομική ύφεση ωθεί μεγαλύτερο αριθμό Ελλήνων προς την επιχειρηματικότητα λόγω ανάγκης παρά λόγω πραγματικών επιχειρηματικών προοπτικών (Albani & Anyfantaki, 2017).

Κατά την περίοδο πριν από την οικονομική κρίση, παρατηρήθηκε συνεχής μείωση του ποσοστού των επιχειρηματιών που προσδιόρισαν την ανάγκη ως πρωταρχικό κίνητρο, όπως παρατηρήθηκε σε πολλά έτη. Ωστόσο,

εν μέσω της κρίσης, παρατηρούνται αξιοσημείωτες διακυμάνσεις στο πεδίο της επιχειρηματικότητας ανάγκης και της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας. Αυτές οι διακυμάνσεις θα μπορούσαν ενδεχομένως να συμβάλουν στη σημαντική αύξηση της ανεργίας, ενώ παράλληλα παρουσιάζουν πιθανές επιχειρηματικές προοπτικές που προκύπτουν κατά τη διάρκεια των οικονομικών κύκλων. Χαρακτηριστικά, έχει παρατηρηθεί σταθερά ότι ακόμη και κατά τη διάρκεια σοβαρών οικονομικών υφέσεων, ο αριθμός των ατόμων που οδηγούνται από πραγματικές επιχειρηματικές προοπτικές να γίνουν επιχειρηματίες είναι σταθερά υψηλότερος από εκείνους που το κάνουν από ανάγκη (Παπαδόπουλος, 2013).

Είναι ζωτικής σημασίας να αναγνωρίσουμε ότι καθώς η κρίση προχωρούσε και οι επιπτώσεις της γίνονταν όλο και πιο εμφανείς, υπήρξε μια αλλαγή στην αντίληψη των ανθρώπων για τις επιχειρηματικές προοπτικές. Κατά συνέπεια, φαίνεται ότι οι νέοι επιχειρηματίες έγιναν πιο δεκτικοί στην ιδέα ότι κάθε ευκαιρία που μετριάξει τους κινδύνους της ανεργίας είναι μια εφικτή επιχειρηματική ευκαιρία. Η οπτική γωνία του ερευνητή θεωρεί αυτή την άποψη ως βασικό στοιχείο της επιχειρηματικότητας, ενώ οι επιχειρηματίες την αντιλαμβάνονται ως πραγματική ευκαιρία. Η προοπτική αυτή υποστηρίζεται από στοιχεία από έρευνα πληθυσμού που διεξήχθη από τους Albani και Anyfantaki το 2017.

Το 2013, ένα αξιοσημείωτο 17,3% των επιχειρηματιών στα αρχικά στάδια της επιχείρησής τους υποστήριξε ότι οι πελάτες τους αντιλαμβάνονταν το προϊόν ή την υπηρεσία της εταιρείας τους ως νέο και εφευρετικό. Αυτό αποτελεί το μεγαλύτερο ποσοστό που καταγράφηκε κατά τα χρόνια της κρίσης. Σύμφωνα με τους Albani & Anyfantaki (2017), το επίπεδο καινοτομίας στις επιχειρηματικές προσπάθειες εξακολουθεί να είναι πολύ χαμηλό, παρά τη μικρή αύξηση κατά περίπου 3 ποσοστιαίες μονάδες από το 2012.

Το 2013, η Ελλάδα κατείχε τη δεύτερη θέση, μετά την Ιταλία, όσον αφορά την αναγνώριση της καινοτομίας της. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ένα σημαντικό ποσοστό των επιχειρηματιών έχει δηλώσει ότι έχει ως στόχο να αξιοποιήσει τις τεχνολογίες αιχμής. Επιπλέον, η Ελλάδα διαθέτει το χαμηλότερο ποσοστό πολιτών που σκοπεύουν να εξαρτηθούν από παρωχημένες τεχνολογίες σε σύγκριση με όλα τα κράτη που διακρίνονται για

την καινοτομία. Η ανακάλυψη αυτή είναι αρκετά ελπιδοφόρα, καθώς καταδεικνύει ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα ενισχύουν τις τεχνολογικές τους ικανότητες προκειμένου να αυξήσουν την πιθανότητα επιβίωσής τους, παρά τις δύσκολες οικονομικές συνθήκες (Albani & Anyfantaki, 2017).

	Όλοι οι πελάτες	Μερικοί πελάτες	Κανένας πελάτης
Ιταλία	29.5%	36.7%	33.8%
Βέλγιο	24.0%	32.1%	44.0%
Ολλανδία	20.7%	21.1%	58.2%
Σλοβενία	20.5%	27.2%	52.4%
Ηνωμένο Βασίλειο	19.8%	34.5%	45.7%
Ελβετία	16.9%	36.0%	47.1%
Ιρλανδία	15.6%	39.8%	44.6%
Φινλανδία	15.1%	27.2%	57.7%
Ελλάδα	13.8%	25.5%	60.6%
Σλοβακία	13.5%	34.2%	52.3%
Εσθονία	13.3%	39.5%	47.1%
Γερμανία	13.2%	35.7%	51.1%
Λουξεμβούργο	13.0%	52.2%	34.9%
Ισπανία	10.6%	23.8%	65.6%
Σουηδία	9.2%	35.9%	54.9%
Πορτογαλία	5.2%	29.2%	65.6%
Ομάδα Α	11.1%	25.3%	63.6%
Ομάδα Β	15.5%	29.0%	55.5%
Ομάδα Γ	16.0%	32.5%	51.5%

Εικόνα 5: Βαθμός καινοτομίας των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων ανά χώρα % επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

5.2. Οι ελληνικές startup επιχειρήσεις

Η Ελλάδα παλεύει με μια μη βιώσιμη αναπτυξιακή στρατηγική τα τελευταία έξι χρόνια. Από το 2009, η ελληνική οικονομία βιώνει μια σημαντική ύφεση, η οποία οδήγησε σε αξιοσημείωτη μείωση του ΑΕΠ κατά περίπου 30%, η οποία είναι η μεγαλύτερη μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών σε καιρό ειρήνης. Επιπλέον, ο λόγος του χρέους προς το ΑΕΠ είναι σήμερα 177,1% και το ποσοστό ανεργίας είναι 26,6%. Συγκεκριμένα, τα νεαρά άτομα κάτω των 25 ετών αντιμετωπίζουν ποσοστό ανεργίας άνω του 50%, συγκεκριμένα 51,9% (ΕΛΣΤΑΤ, 2015).

Προκειμένου να διαφυλαχθεί η επιβίωση της χώρας, είναι κρίσιμο να επιτευχθούν σημαντικοί ρυθμοί ανάπτυξης που δεν μπορούν να επιτευχθούν

μέσω της παραδοσιακής οικονομικής δραστηριότητας σε περιορισμένο χρονικό διάστημα. Σε αντίθεση με τις επικρατούσες παραδοχές, οι νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα ενσωματώνουν μια νέα και εφευρετική προσέγγιση της επιχειρηματικότητας. Λόγω της ταχείας επέκτασής τους και της ικανότητάς τους να παρέχουν υψηλού επιπέδου ευκαιρίες απασχόλησης, οι νεοφυείς επιχειρήσεις διαθέτουν τη δυνατότητα να συμβάλουν ουσιαστικά στη συνολική ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας (Hellenic Startup Association, 2012).

Τα τελευταία χρόνια, η Ελλάδα έχει βιώσει μια σημαντική επέκταση του οικοσυστήματος των νεοφυών επιχειρήσεων. Η επέκταση αυτή μπορεί να αποδοθεί στην καθιέρωση πολλών μεθόδων επιχειρηματικής επώασης, συμπεριλαμβανομένων των προ-εκκολαπτηρίων, των θερμοκοιτίδων και των επιταχυντών, καθώς και στην άνοδο των χώρων συνεργασίας. Επιπλέον, υπήρξε αξιοσημείωτη αύξηση των διαγωνισμών επιχειρηματικότητας και καινοτομίας, η οποία συνέβαλε στην επέκταση του οικοσυστήματος νεοφυών επιχειρήσεων. Επιπλέον, υπήρξε σημαντική αύξηση του επενδυτικού ενθουσιασμού προς τις ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις. Ένα παράδειγμα που το αποδεικνύει αυτό είναι οι επενδύσεις ύψους 50 εκατομμυρίων δολαρίων που πραγματοποίησαν εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων σε νεοφυείς επιχειρήσεις το 2013, όπως αναφέρει το FortuneGreece. Επιπλέον, η ελληνική νεοφυής επιχείρηση BugSense ολοκλήρωσε με επιτυχία συμφωνία εξαγοράς με την εξέχουσα αμερικανική πολυεθνική Splunk, η οποία έχει κεφαλαιοποίηση 6,15 δισεκατομμυρίων δολαρίων, σύμφωνα με τη Λαμπράκη το 2022.

Επί του παρόντος, η Ελλάδα διαθέτει ένα ακμάζον οικοσύστημα που φιλοξενεί περισσότερες από 130 νεοφυείς επιχειρήσεις. Θα πρέπει να τονιστεί ότι ένα σημαντικό ποσοστό των νεοφυών επιχειρήσεων στην παγκόσμια αγορά δεν δίνει προτεραιότητα στην προηγμένη τεχνολογία και τις εφαρμογές, σε αντίθεση με το μεγαλύτερο μέρος των ομολόγων τους. Αντίθετα, η κύρια εστίασή τους είναι η προώθηση των παραδοσιακών ελληνικών γκουρμέ προϊόντων, του ελληνικού πολιτισμού, της ιστορίας και του τουρισμού. Αυτοί οι μοναδικοί τομείς της ελληνικής οικονομίας διαθέτουν σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα λόγω της ιδιαιτερότητάς τους (Vettasetal., 2020).

5.3. Δομικά στοιχεία Ελληνικού οικοσυστήματος

5.3.1. Κρατικοί - Ευρωπαϊκοί Φορείς

Η υποστήριξη των ευρωπαϊκών θεσμικών οργάνων είναι ζωτικής σημασίας για την παροχή οικονομικής στήριξης σε νεοφυείς επιχειρήσεις, είτε μέσω άμεσης χρηματοδότησης είτε μέσω επενδυτικών ταμείων και άλλων μηχανισμών στήριξης.

- Κοινοτικά προγράμματα στήριξης ΕΣΠΑ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση προσφέρει προγράμματα ΕΣΠΑ για την παροχή βοήθειας σε διάφορους τομείς, με ιδιαίτερη έμφαση στην ενίσχυση των επιχειρήσεων. Τόσο ο προηγούμενος κύκλος (2007-2013) όσο και ο τρέχων (2014-2020) περιλαμβάνουν μέτρα στήριξης που μπορούν να αξιοποιήσουν οι νεοσύστατες επιχειρήσεις. Επί του παρόντος, υπάρχει ένα εξειδικευμένο πρόγραμμα που προσφέρει βοήθεια για την ίδρυση νέων επιχειρήσεων και την ανάπτυξη επιχειρηματικών προσπαθειών. Οι περισσότερες Μονάδες Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας σε πανεπιστήμια και άλλα υποστηρικτικά ιδρύματα έχουν υποστηριχθεί οικονομικά από έργα του ΕΣΠΑ για τη διευκόλυνση της λειτουργίας τους (Κουλοσούσας, 2010).

- Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (ΕΤαΕ)

Το Jeremie, ακρωνύμιο του Joint European Resources for Micro-to-Medium firms (Κοινοί Ευρωπαϊκοί Πόροι για Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις), παρέχει χρηματοδότηση επιχειρήσεων για τη στήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ). Η ΕΤΕ παρέχει αυτή τη χρηματοδότηση μέσω συνεπενδύσεων με ιδιωτικά κεφάλαια. Οι επενδύσεις πραγματοποιούνται μέσω ενός επενδυτικού οχήματος που λειτουργεί ως διαχειριστής. Τα ιδιωτικά κεφάλαια συνεπάγονται τη διάθεση κεφαλαίων σε εταιρείες με αντάλλαγμα την ιδιοκτησία μετοχών, με τη διευκόλυνση του διαχειριστή του κεφαλαίου. Ο σκοπός αυτών των κεφαλαίων είναι να επενδύσουν σε αυτές τις επιχειρήσεις με στόχο την παραγωγή κέρδους μετά την ανάπτυξή τους. Σε αντίθεση με τα χρήματα του ΕΣΠΑ, δεν εκταμιεύονται ως επιχορήγηση. Τα ταμεία επιχειρηματικών κεφαλαίων στην Ελλάδα που έχουν λάβει χρηματοδότηση από το Jeremie περιλαμβάνουν το Openfund, το PJTechCatalystFund, το

OdysseyVenturePartners και το ElikonosGeneralPartners (Ρομποτής&Χαραλαμπίδης, 2021).

- Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας (TANEO)

Η TANEO ιδρύθηκε το 2004 με σκοπό την προώθηση της ανάπτυξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Το κεφάλαιο του έργου προέρχεται από κρατικούς πόρους που διατίθενται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ERDF), καθώς και από τη συμμετοχή ιδιωτών ομολογιούχων. Στόχος είναι η δημιουργία επιχειρηματικών κεφαλαίων μέσω της προώθησης της συνεργασίας μεταξύ ιδιωτών επενδυτών και χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. Η TANEO έχει επενδύσει στα ακόλουθα επενδυτικά κεφάλαια: AtticaVentures, Capital ConnectVenturePartners, ThermiVentures, IBG Hellenic Funds, AIMS-TaneoFunds, ALPHA Venture Capital Management, Oxygen Capital, GlocalInvestmentsVentures, PIRAIOS TANEO S.A. και NEWMELLON-TANEO. Αν και δεν στοχεύουν όλα αυτά ειδικά σε νεοφυείς επιχειρήσεις, τα περισσότερα από αυτά έχουν επενδύσεις σε νεοφυείς επιχειρήσεις (Μπαλμπουζής, 2015).

5.3.2. Οργανισμοί - Φορείς στήριξης επιχειρηματικότητας

Αυτοί οι οργανισμοί είναι αφοσιωμένοι στην προώθηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και συμμετέχουν ενεργά σε πρωτοβουλίες για την υποστήριξη νεοφυών επιχειρήσεων στο έθνος μας.

- Δίκτυο Επιχειρηματικότητας Demos Athenon

Σκοπός της ίδρυσής του είναι η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και η τόνωση της οικονομικής ανάπτυξης στο Δήμο Αθηναίων μέσω της συνεργασίας με δημόσιους οργανισμούς, ακαδημαϊκά ιδρύματα, κλαδικούς φορείς και τον ιδιωτικό τομέα. Το επιχειρηματικό δίκτυο διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου σχεδίου για την προώθηση της επιχειρηματικότητας στην πόλη. Επιπλέον, εγγυάται τη μεθοδική και ολοκληρωμένη εποπτεία των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Ταυτόχρονα, δίνεται σημαντική έμφαση στην προσφορά βοήθειας προς τις επιχειρήσεις όσον αφορά την προώθηση της καινοτομίας, τη διεύρυνση της

παρουσίας τους στην αγορά και τη βελτίωση της τεχνογνωσίας τους. Ο οργανισμός παρέχει ποικίλες πολύτιμες υπηρεσίες, όπως ενημερωτικές εκδηλώσεις, εργαστήρια, συνέδρια, προγράμματα κατάρτισης και εξατομικευμένες συμβουλές τόσο για οργανισμούς όσο και για ιδιώτες (Vlados, et. al., 2018).

Η προσπάθεια αυτή αποτελεί μέρος του αναπτυξιακού προγράμματος με την ονομασία "Project: Athens", το οποίο υλοποιείται από την Εταιρεία Ανάπτυξης και Τουριστικής Προβολής Αθηνών (EATA). Η ΑΤΑ έχει δεσμευτεί να ενισχύσει τις υποδομές της πόλης με στρατηγικό σχεδιασμό, ανάπτυξη και υλοποίηση μιας σειράς αναπτυξιακών πρωτοβουλιών. Η ΕΑΤΑ διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη διασφάλιση της αποτελεσματικής λειτουργίας του Δήμου Αθηναίων, με στόχο τη μετατροπή της πόλης σε μια σύγχρονη ευρωπαϊκή μητρόπολη. Το έργο χρηματοδοτείται από εθνικούς και κοινοτικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος Αττική 2007-2013 του ΕΣΠΑ.

Οι δομές και οι φορείς που συμμετέχουν στο δίκτυο είναι (Argyrouet. al., 2016):

- Κέντρο Στήριξης Επιχειρηματικότητας Δήμου Αθηναίων
- INNOVATHENS, Τεχνόπολις του Δήμου Αθηναίων
- Θερμοκοιτίδα Υποστήριξης Νεοφυών Επιχειρήσεων (ΘΕΑ), ΕΒΕΑ
- Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- ΕπιΝοώ, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο
- EkinisiLab, ΣΕΒ
- ΙΜΕ - ΓΣΕΒΕΕ
- COINS, Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών

Οι δομές του δικτύου έχουν προσφέρει βοήθεια σε περισσότερες από 1.500 επιχειρήσεις στην Αττική και έχουν διευκολύνει 10 διεθνή επιχειρηματικά ταξίδια. Επιπλέον, έχουν ενορχηστρώσει πάνω από 250 εκδηλώσεις και έχουν πραγματοποιήσει 12 εξειδικευμένες επιχειρηματικές μελέτες (Αικατερίνη Αργυρού κ.ά., 2016).

➤ Endeavor Greece

Η Endeavour είναι ένας διεθνής μη κερδοσκοπικός οργανισμός που επιλέγει και στηρίζει με σχολαστικότητα επιχειρηματίες, προσφέροντάς τους κρίσιμη καθοδήγηση και πρόσβαση σε νέες αγορές, καθώς και βοήθεια στην εξασφάλιση κεφαλαίων. Στόχος της πρωτοβουλίας αυτής είναι να επικεντρωθεί σε επιχειρήσεις που παράγουν ετήσια έσοδα μεταξύ 1 και 15 εκατομμυρίων ευρώ. Στόχος είναι να βρεθούν και να υποστηριχθούν επιχειρηματίες που ηγούνται καινοτόμων εταιρειών που αναπτύσσονται με ταχείς ρυθμούς σε διάφορους κλάδους. Αυτό θα επιτευχθεί με τη σύνδεσή τους με ένα δίκτυο ειδικών υψηλού κύρους, μεγιστοποιώντας έτσι τις δυνατότητές τους. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, δημοσιεύει επίμονα σχολαστικές μελέτες που αναλύουν την επιχειρηματικότητα στη χώρα. Πρόσφατα ολοκλήρωσε μια τετραετή θητεία λειτουργίας στην Ελλάδα. Οι επιχειρήσεις στις οποίες παρείχε υποστήριξη δημιούργησαν πάνω από 6.400 ευκαιρίες απασχόλησης, είχαν σωρευτικό κύκλο εργασιών 165 εκατ. ευρώ και εξασφάλισαν με επιτυχία 40 εκατ. ευρώ σε κεφάλαια (Gourgiotiset. al., 2021).

➤ Corallia

Το Corallia, ως οργανισμός, δίνει μεγάλη σημασία σε συγκεκριμένους τομείς της οικονομίας, προκειμένου να ενθαρρύνει και να υποστηρίξει την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Οι κλάδοι αυτοί είναι ζωτικής σημασίας για τη γενική πρόοδο της χώρας. Η ιδέα προήλθε από μια προοδευτική νοοτροπία, με στόχο την πλήρη μετατροπή της τρέχουσας κατάστασης προκειμένου να προωθηθεί η πρόοδος της έρευνας, της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας. Το κοινό cluster Νανο/Μικροηλεκτρονικής/Μικροσυστημάτων Συστημάτων και Εφαρμογών, το οποίο δημιουργήθηκε το 2006, ήταν το πρώτο επιχειρηματικό cluster καινοτομίας στην Ελλάδα. Η επέκτασή του ενισχύθηκε μέσω της προώθησης και εξέλιξης του mi-Cluster. Η συστάδα διαστημικών τεχνολογιών και εφαρμογών (si-Cluster) ιδρύθηκε και προχώρησε το 2009. Το 2011 ιδρύθηκε και αναπτύχθηκε το Cluster Ψυχαγωγικών και Δημιουργικών Τεχνολογιών και Εφαρμογών (gi-Cluster) (Ratinho & Mitsopoulos, 2021). Η ίδρυση των InnoHubs στην Αθήνα και την Πάτρα συνέβαλε σημαντικά στην προώθηση της καινοτομίας στην Ελλάδα. Καθ' όλη τη διάρκεια των ετών, το Corallia

έδωσε σταθερά μεγάλη σημασία στην «Νεανική Επιχειρηματικότητα» ως κατευθυντήρια αρχή. Έχει συμβάλει καθοριστικά στην προώθηση, υλοποίηση και ενθουσιώδη συμμετοχή σε διάφορα προγράμματα, όπως το egg - enter-grow-go (σε συνεργασία με τη Eurobank) και το EducationalTrip (σε συνεργασία με αξιόλογους ελληνικούς φοιτητικούς συλλόγους από ιδρύματα του εξωτερικού). Το Corallia επικεντρώνεται στην προώθηση της ελληνικής επιχειρηματικότητας, ιδίως μέσω της ανταλλαγής βέλτιστων πρακτικών και της δημιουργίας δεσμών με ευρωπαϊκούς και διεθνείς οργανισμούς. Επικεντρώνεται στην ιεράρχηση τομέων όπως τα κέντρα καινοτομίας, τα clusters, η ανταγωνιστικότητα, η επιχειρηματικότητα, οι προσπάθειες περιφερειακής ανάπτυξης και οι προσεγγίσεις έξυπνης εξειδίκευσης. Για να το επιτύχει αυτό, το Corallia κατανέμει προσεκτικά πόρους σε διεθνείς συνεργασίες, δημιουργώντας ισχυρές συνδέσεις με σημαντικούς Ευρωπαίους φορείς χάραξης πολιτικής στο πεδίο της ανάπτυξης συστάδων. Επιπλέον, το Corallia συμμετέχει ενεργά σε στοχευμένες ευρωπαϊκές πρωτοβουλίες για να αυξήσει περαιτέρω τη συμμετοχή και την επιρροή του (Vogiatzis & Makios, 2017).

Το Corallia προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες για την παρακολούθηση των προγραμμάτων κρατικών ενισχύσεων, διασφαλίζοντας την αποτελεσματική αξιοποίηση των χρηματοδοτικών πόρων τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Αυτό βελτιώνει τη δομημένη υποστήριξη που παρέχουν τα μοντέλα ανάπτυξης συστάδων, επιτρέποντας την ομαλή και αποτελεσματική εφαρμογή μέσω του ενδιάμεσου διοικητικού φορέα (Ratinho & Mitsopoulos, 2021).

➤ MIT Enterprise Forum Greece

Ιδρύθηκε το 2013, λειτουργεί ως μη κερδοσκοπικός οργανισμός και αποτελεί το ελληνικό τμήμα του διεθνούς οργανισμού MITEnterpriseForum. Τα μέλη του οργανισμού είναι αφοσιωμένοι εθελοντές που διαθέτουν εκτεταμένη τεχνογνωσία και εμπειρία σε διάφορους τομείς. Πρωταρχικός τους στόχος είναι η προώθηση και ενίσχυση της καινοτόμου τεχνικής επιχειρηματικότητας, με τελικό αποτέλεσμα την οικονομική επέκταση. Προσπαθούν να διαδώσουν τη γνώση, να διευκολύνουν τις σχέσεις και να μοιραστούν την τεχνογνωσία με επίδοξους επιχειρηματίες σε όλο τον κόσμο.

Πρωταρχικός τους στόχος είναι να εξορθολογίσουν την εκτέλεση πρωτοποριακών ιδεών σε επιχειρήσεις με διεθνή προσανατολισμό. Ο οργανισμός διοργανώνει μια σειρά εκδηλώσεων με επίκεντρο την επιχειρηματικότητα και την τεχνολογία, συμπεριλαμβανομένου του ετήσιου συνεδρίου StartsmartGreece και του διαγωνισμού MITEFGreeceStartupCompetition για νεοφυείς επιχειρήσεις που βασίζονται στην τεχνολογία (Asvestas, 2018).

5.3.3. Επιστημονικά και Τεχνολογικά Πάρκα

Η δημιουργία τεχνολογικών πάρκων στην Ελλάδα ξεκίνησε το 1989. Η ιδέα της προώθησης της ίδρυσης τεχνολογικών πάρκων με κρατική παρέμβαση προήλθε από το στόχο της διασποράς των ερευνητικών προσπαθειών και της σύνδεσης της έρευνας με την τεχνολογία και τη μεταποίηση. Τα τεχνολογικά πάρκα αναπτύχθηκαν σε αστικές περιοχές που διέθεταν ήδη γνωστά ιδρύματα, αξιοποιώντας τα υπάρχοντα προσαρμοστικά ερευνητικά κέντρα. Πρωταρχικός τους στόχος ήταν να ενισχύσουν τη διανομή της γνώσης στον βιομηχανικό τομέα. Το 1990, το αρχικό Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (CSF) εισήγαγε το πρώτο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Έρευνας και Τεχνολογίας, το οποίο αναφέρεται επίσης ως ΟΡΡΤΔ 1. Σύμφωνα με τον Ligomiadis (2019), το πρόγραμμα είχε σημαντικό προϋπολογισμό 101,522 εκατομμύρια ευρώ.

Η δημιουργία τεσσάρων τεχνολογικών πάρκων στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη, την Πάτρα και το Ηράκλειο ξεκίνησε στις αρχές του 1992. Οι πρωτοβουλίες χρηματοδοτήθηκαν από το CSF της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τον εγχώριο προϋπολογισμό, όπως τεκμηριώνεται στην έκθεση του 1993 που συνέταξε ο Νεμιώζος. Το πρόγραμμα STRIDEELLAS εισήχθη το ίδιο έτος, με σχεδόν ταυτόσημους στόχους με εκείνους του ΕΡΕΕΤ 1. Αντίστοιχες πρωτοβουλίες εφαρμόστηκαν σε πολλά μη προνομιούχα μέρη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως η Πορτογαλία, η Ιρλανδία, η Κορσική και ορισμένα τμήματα της Ισπανίας. Η Ελλάδα διαθέτει σήμερα σωρευτικά επτά τεχνολογικά πάρκα και ένα τεχνολογικό σύμπλεγμα (Λιγομιάδης, 2019).

- Τεχνολογικό και Επιστημονικό Πάρκο Αττικής (ΤΕΠΑ) «Λεύκιππος»

Το ΤΕΡΑ "Λευκίππος" είναι ένα ολοκληρωμένο σύστημα λειτουργιών, δραστηριοτήτων και δομών που βρίσκεται εντός των εγκαταστάσεων του NSEFE "Δημόκριτος". Σκοπός του είναι η βελτιστοποίηση της αξιοποίησης της υλικοτεχνικής υποδομής, του ανθρώπινου δυναμικού και της τεχνογνωσίας του κέντρου, προκειμένου να διευκολυνθεί η ολοκλήρωση της έρευνας και της παραγωγής, καθώς και η προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης. Στόχος και επιδίωξη είναι να συμβάλει στην (Ταμπάκη, 2022):

- Συμμετοχή στην παρακολούθηση των εξελίξεων στους εξειδικευμένους τομείς του, συμβάλλοντας ενεργά στις ερευνητικές προσπάθειες της παγκόσμιας επιστημονικής και τεχνολογικής κοινότητας.
- Στόχος είναι η ανάπτυξη, η μεταφορά και η προσαρμογή αυτών των εξελίξεων ώστε να ανταποκρίνονται στις τεχνολογικές απαιτήσεις και ανάγκες της ελληνικής μεταποιητικής βιομηχανίας. Επιπλέον, στόχος είναι η διάθεσή τους ως προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής τεχνολογίας σε διεθνώς ανταγωνιστική κλίμακα.
- Δημιουργία συνεργασιών με επιχειρήσεις και ερευνητικούς οργανισμούς στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες.
- Η κάλυψη της ανάγκης για τεχνολογικά είδη στην ελληνική αγορά και η διευκόλυνση της ανάπτυξης του κλάδου αυτού.
- Καθιέρωση της σύνδεσης μεταξύ έρευνας και παραγωγή.
- Η υλοποίηση πρωτοβουλιών κατάρτισης και εκπαίδευσης στοχεύει στην ενίσχυση των δεξιοτήτων και των γνώσεων των σημερινών εργαζομένων στις ελληνικές επιχειρήσεις, ενώ παράλληλα ευαισθητοποιεί το ευρύ κοινό σε θέματα τεχνικού πολιτισμού (Ταμπάκη, 2022).

➤ Τεχνολογικό Πολιτιστικό Πάρκο Λαυρίου (ΤΠΠΛ)

Το Τεχνολογικό και Πολιτιστικό Πάρκο Λαυρίου (ΤΠΠΛ) είναι ένας πολύπλευρος οργανισμός που ενσωματώνει την επιστημονική έρευνα, την εκπαίδευση, τις επιχειρήσεις και τον πολιτισμό. Η πρωτοβουλία για την ίδρυσή του ελήφθη από το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο (ΕΜΠ) το 1992. Η τοποθεσία που επιλέχθηκε για τη δημιουργία του ήταν ο πρώην χώρος της Γαλλικής Εταιρείας του Λαυρίου (Compagnie Francaise des Mines du Laurium). Στόχος είναι η σύνδεση της επιστημονικής και τεχνολογικής έρευνας

που διεξάγεται στο ΕΜΠ με τις ανάγκες και τα συμφέροντα του επιχειρηματικού τομέα. Το συγκρότημα παρέχει υπερασύγχρονες ανέσεις για τη φιλοξενία εξελιγμένων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, ενώ παράλληλα εξυπηρετεί τις ανάγκες της έρευνας, της εκπαίδευσης και της τεχνολογίας. Το ΤΠΠΛ είναι το μοναδικό Τεχνολογικό Πάρκο στην περιοχή της Αττικής που ειδικεύεται σε διάφορους βασικούς τομείς της σύγχρονης εφαρμοσμένης τεχνολογίας, όπως η πληροφορική, η ηλεκτρονική, η ρομποτική, οι τηλεπικοινωνίες, η τεχνολογία λέιζερ, η εξοικονόμηση ενέργειας, η περιβαλλοντική τεχνολογία, η θαλάσσια τεχνολογία και η ναυπηγική (Πατρικαλάκη, 2017).

➤ Επιστημονικό Πάρκο Πατρών

- Βασίζεται στο πλαίσιο της θερμοκοιτίδας επιχειρήσεων που έχει σχεδιαστεί για εκκολαπτόμενες τεχνολογικές επιχειρήσεις. Στόχος είναι η δημιουργία υποδομών κορυφαίας ποιότητας και η δημιουργία ευνοϊκών συνθηκών για την προώθηση της ανάπτυξης καινοτόμων επιχειρήσεων με την εκτέλεση προγραμμάτων spin-off και spin-out. Επιτρέπει την ανάπτυξη καινοτόμων τεχνολογικών επιχειρήσεων σε διάφορους τομείς, όπως οι ΤΠΕ, η βιοτεχνολογία, η καθαρή ενέργεια και άλλοι. Το Επιστημονικό Πάρκο Πατρών περιλαμβάνει 27 Τεχνολογικά Πάρκα, Ινστιτούτα και Τεχνολογικές Εταιρείες, που το καθένα χαρακτηρίζεται από τη μοναδική του εξειδίκευση και τις πρωτοποριακές του ιδέες, με προσωπικό που ξεπερνά τα 120 άτομα. Η πλειονότητα των συμμετεχουσών εταιρειών παρουσιάζει αξιοσημείωτο βαθμό εξωστρέφειας (Ταμπάκη, 2022).

Το πλαίσιο λειτουργίας του πάρκου περιλαμβάνει:

- Πρωταρχική λειτουργία: Δημιουργία και εποπτεία κατάλληλων χώρων γραφείων και εργαστηρίων και προσφορά υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις υποστήριξης.
- Οι υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας αναφέρονται σε μια σειρά υπηρεσιών και δραστηριοτήτων που έχουν σχεδιαστεί ειδικά για να βοηθήσουν στην ανάπτυξη και την πρόοδο των επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας.

- Ταυτότητα του πάρκου: Η ενεργός προώθηση και υλοποίηση πρωτοβουλιών που αποσκοπούν στη δημιουργία ενός ισχυρού και αναγνωρίσιμου εμπορικού σήματος, με πρωταρχικό στόχο την προώθηση και ενίσχυση συνεργασιών που θα εγγυώνται μια παγκόσμια προοπτική για τα συστατικά του πάρκου (Antonopoulos, et. al., 2009).

➤ Επιστημονικό και Τεχνολογικό Πάρκο Κρήτης (ΕΤΕΠ-Κ)

Το ΕΤΕΠ-Κ ιδρύθηκε το 1993 από το Hellas Foundation for Research and Technology - Hellas, ένα εξέχον ερευνητικό ίδρυμα της χώρας. Ο οργανισμός έλαβε οικονομική υποστήριξη από την Ευρωπαϊκή Ένωση, την Ελληνική Κυβέρνηση και τη Νομαρχία Κρήτης. Το ΕΤΕΠ-Κ παρέχει εξατομικευμένη υποστήριξη ώστε να ανταποκρίνεται στις εξελισσόμενες ανάγκες της περιοχής και να ευθυγραμμίζεται με την ερευνητική πρόοδο των Ερευνητικών Ινστιτούτων του Ιδρύματος Τεχνολογίας και Έρευνας - Hellas (ΙΤΕ) και των Ακαδημαϊκών και Ερευνητικών Ινστιτούτων της Κρήτης. Εκτός από την προσφορά εγκαταστάσεων και υπηρεσιών θερμοκοιτίδας για νεοφυείς επιχειρήσεις που επιθυμούν να αξιοποιήσουν την τεχνογνωσία τους, το ΕΤΕΠ-Κ προσφέρει επίσης εξειδικευμένες επαγγελματικές υπηρεσίες για την υποστήριξη και τη συμβουλευτική νέων επιχειρήσεων (Κορόλη, 2015).

- Επικέντρωση στην καλλιέργεια της επάρκειας σε τεχνολογίες αιχμής
- Αξιολόγηση και διασφάλιση των δικαιωμάτων τους στην πνευματική ιδιοκτησία
- Βελτίωση της ικανότητάς τους να διαπραγματεύονται πιο αποτελεσματικά προκειμένου να επιτύχουν τους εμπορικούς τους στόχους
- Διευκόλυνση της μεταφοράς και της εφαρμογής της τεχνολογίας τους με τη δημιουργία πρωτοποριακών προϊόντων και υπηρεσιών.

Κατά τη διάρκεια της λειτουργίας του, το πάρκο έχει προσφέρει βοήθεια σε περισσότερες από 45 επιχειρήσεις για την επίτευξη των επιχειρηματικών τους στόχων και έχει υλοποιήσει αποτελεσματικά πολλαπλά έργα για την

προώθηση της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στην περιοχή (Κορόλη, 2015).

5.3.4. Πανεπιστήμια – Μονάδες Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας

Πολλά εκπαιδευτικά ιδρύματα σε ολόκληρη τη χώρα έχουν εφαρμόσει Μονάδες Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (IUs). Σκοπός αυτών των μονάδων είναι να καλλιεργήσουν μια κουλτούρα καινοτομίας και να παρέχουν βοήθεια στους εκκολαπτόμενους επιχειρηματίες στα αρχικά στάδια των εγχειρημάτων τους. Η παρουσία τους υπογραμμίζει τη σημασία της επιχειρηματικότητας ως βιώσιμης επαγγελματικής πορείας για τους φοιτητές, βοηθώντας στην καλλιέργεια των βασικών δεξιοτήτων που είναι απαραίτητες για την έναρξη και τη διαχείριση μιας επιχείρησης. Επιπλέον, βοηθούν στη μετατροπή της αρχικής ιδέας σε ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο και στη δημιουργία των απαραίτητων διασυνδέσεων (Ierapetritis, 2019).

Μονάδες Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας διατηρούν το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, το Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, το Πανεπιστήμιο Πατρών, το Πανεπιστήμιο Πατρών, το Πανεπιστήμιο Κρήτης, το ΤΕΙ Αθήνας, το ΤΕΙ Πάτρας και το ΤΕΙ Κρήτης (Ierapetritis, 2019).

5.4. Επιχειρηματική επώαση στην Ελλάδα

Δυστυχώς, η Ελλάδα πάσχει από έλλειψη κατάλληλων μηχανισμών επιχειρηματικής επώασης, με τους περισσότερους από αυτούς να έχουν δημιουργηθεί μόλις τα τελευταία χρόνια. Οι διάφοροι οργανισμοί επώασης είναι πιθανό να καταταγούν σε μία ή περισσότερες κατηγορίες θερμοκοιτίδων, με βάση τις υπηρεσίες που προσφέρουν και το στάδιο ανάπτυξης των νεοφυών επιχειρήσεων που βοηθούν (Λιγομιάδης, 2019).

- Θερμοκοιτίδα για την ανάπτυξη - i4G

Πρόκειται για την πρώτη θερμοκοιτίδα στην Ελλάδα, ειδικά σχεδιασμένη για ιδιωτικές επιχειρήσεις. Ιδρύθηκε το 2003 στη Θεσσαλονίκη, και η θερμοκοιτίδα αυτή ξεχωρίζει ως μία από τις σπάνιες που όχι μόνο παρέχει υποστήριξη σε επιλεγμένες εταιρείες, αλλά και οικονομική στήριξη μέσω ενός επενδυτικού ταμείου. Η θερμοκοιτίδα είναι μια σπάνια εταιρεία που έχει επενδύσει στον εαυτό της μέσω ενός επενδυτικού ταμείου ειδικά σχεδιασμένου για θερμοκοιτίδες. Στόχος είναι να οικοδομήσει μια ισχυρή παρουσία στο ελληνικό οικοσύστημα και να ενθαρρύνει τη συνεργασία μεταξύ των εμπορικών, τεχνολογικών και επιστημονικών τομέων. Η θερμοκοιτίδα έχει αξιολογήσει περισσότερες από 1200 επιχειρηματικές ιδέες και έχει διευκολύνει τη συμμετοχή 40 εταιρειών, με αποτέλεσμα την απασχόληση πάνω από 125 ατόμων (Λιγομιάδης, 2019).

➤ THERMI S.A.

Η THERMIA.E. εδρεύει στη Θεσσαλονίκη και παρέχει ένα ολοκληρωμένο σύστημα εταιρικής υποστήριξης (THERMIDEVELOPMENT) σε καινοτόμες, νεοφυείς επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις έχουν την ευκαιρία να λάβουν βοήθεια για την ανάπτυξη των λειτουργιών τους και των τεχνολογικών καινοτομιών τους (E. Tziritiset. al., 2015).

➤ Metavallon

Η Metavallon είναι μια κοινωνική επιχείρηση που λειτουργεί ως παράδειγμα για την επιτάχυνση και την ενδυνάμωση των νεοφυών επιχειρήσεων. Το ολοκληρωμένο πρόγραμμα της Metavallon, το οποίο αποτελείται από το TheLab, το TheAccelerator και το TheHub, διευκολύνει τη σύνδεση μεταξύ εξειδικευμένων ατόμων και έμπειρων επιχειρηματιών, εμπειρογνομόνων και επενδυτών. Τους εξοπλίζει με τα απαραίτητα εργαλεία για να δημιουργήσουν τις δικές τους επιχειρήσεις με αντίκτυπο, ενώ παράλληλα προσφέρει εκπαίδευση και καθοδήγηση για την ενίσχυση των επιχειρηματικών τους δεξιοτήτων (Λιγομιάδης, 2019).

➤ EGG (Enter - Grow - Go)

Η Eurobank και η μονάδα Corallia συνεργάζονται για τη συνδιοργάνωση του προγράμματος «egg - enter - grow - go». Το πλαίσιο αυτό προσφέρει μια ολοκληρωμένη προσέγγιση που συνδυάζει την επώαση, την επιτάχυνση και τη συνεργασία. Οι συμμετέχοντες εφοδιάζονται με ένα ευρύ φάσμα εργαλείων και δραστηριοτήτων υποστήριξης για να διευκολύνουν την ανάπτυξη και την προώθηση της επιχειρηματικής τους στρατηγικής, της πρώτης τους ιδέας ή του πρωτοτύπου τους κατά τη διάρκεια ενός έτους. Ο τελικός στόχος είναι η μετατροπή αυτών των ιδεών σε ένα οικονομικά εφικτό προϊόν ή υπηρεσία. Σύμφωνα με τους Pasiouras και Tsagkarakis (2021), το πρόγραμμα σπουδών διαρθρώνεται σε τρεις φάσεις:

- Έναρξη της φάσης της ανταγωνιστικής ολοκλήρωσης. Οι επιχειρηματικές ομάδες που θα λάβουν ευνοϊκή αξιολόγηση του επιχειρηματικού τους σχεδίου κατά τη διάρκεια αυτής της φάσης θα έχουν δικαίωμα να προχωρήσουν στην επόμενη φάση ανάπτυξης.
- Στις επιχειρηματικές ομάδες θα παρέχονται συμβουλευτικές υπηρεσίες και υποστήριξη κατά τη διάρκεια της φάσης ανάπτυξης για να τις βοηθήσουν στη δημιουργία της εταιρείας υλοποίησης του επιχειρηματικού τους σχεδίου. Επιπλέον, θα τους δοθεί η ευκαιρία να συμμετάσχουν σε ποικίλες προσπάθειες προετοιμασίας με στόχο την ενίσχυση των επιχειρηματικών στρατηγικών τους και την καλλιέργεια των απαραίτητων ικανοτήτων για την αποτελεσματική εκτέλεση. Οι συμμετέχοντες θα είναι σε θέση να αξιοποιήσουν πλήρως τους πόρους που προσφέρει το πρόγραμμα καθ' όλη τη διάρκεια της εννεάμηνης φάσης ανάπτυξης. Τα άτομα έχουν την ευκαιρία να επικεντρωθούν στην ανάπτυξη της ιδέας ή της επιχείρησής τους, αξιοποιώντας την υπάρχουσα υποδομή και τις υπηρεσίες υποστήριξης. Επιπλέον, έχουν την ευκαιρία να δημιουργήσουν συμμαχίες και να επιδιώξουν συνέργειες με άλλους φορείς, προωθώντας έτσι ένα συνεργατικό αναπτυξιακό «οικοσύστημα». Η εμπειρία αυτή τους επιτρέπει να εκτελέσουν το επιχειρηματικό τους σχέδιο και να αξιολογήσουν τις δυνατότητες και την αξία του στις επιχειρηματικές τους επιδιώξεις. Το πρόγραμμα είναι διαθέσιμο σε επιχειρήσεις που βρίσκονται σε αναπτυξιακό στάδιο, οι οποίες έχουν διαμορφώσει με επιτυχία το επιχειρηματικό τους σχέδιο και είναι πλέον έτοιμες να ξεκινήσουν το

επιχειρηματικό τους ταξίδι. Αυτό περιλαμβάνει την ευκαιρία να συμμετάσχουν σε υφιστάμενα οικοσυστήματα καινοτομίας, όπως clusters, ή να ενισχύσουν την αξία της ιδέας τους χρησιμοποιώντας τα δικά τους περιουσιακά στοιχεία ή να επιδιώξουν επενδύσεις και χρήματα (Pasiouras&Tsagkarakis, 2021).

➤ Innovathens

Το Innovathens συστάθηκε με πρωτοβουλία της Τεχνόπολης του Δήμου Αθηναίων σε συνεργασία με πέντε επιχειρηματικές ενώσεις:

- Σύνδεσμος Εταιρειών Κινητών Εφαρμογών Ελλάδας (SEKEE)
- Σύνδεσμος Ελληνικής Βιομηχανίας Ημιαγωγών (EN.E.B.H.)
- Ελληνική Ένωση Βιομηχανίας Βιοτεχνολογίας (HBIO) Ελληνική Ένωση Βιοτεχνολογίας (Ελληνική Ένωση Βιομηχανικής, ΕΝΕ-ΕΕ/ΕΠΕ)
- Ελληνική Ένωση Βιομηχανιών Διαστημικής Τεχνολογίας και Εφαρμογών (HBIO)
- Εταιρεία Ελεύθερου Λογισμικού/Λογισμικού Ανοικτού Κώδικα (FOSS)

Πρόκειται για έναν ολοκληρωμένο κόμβο που υποστηρίζει την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα, προσφέροντας ευκαιρίες για (Spilioti, Gongolidis, &Gypakis, 2018):

- Συμμετοχή σε διαλέξεις, σεμινάρια και εργαστήρια για την καλλιέργεια εξειδικευμένων τεχνικών ή άλλων ικανοτήτων
- Συμμετοχή σε δραστηριότητες δικτύωσης με επιχειρηματίες, ερευνητές, καθηγητές και δημιουργικά άτομα που μοιράζονται παρόμοια ενδιαφέροντα.
- Καθοδήγηση που παρέχεται από επιχειρηματικές ενώσεις που εκπροσωπούν προοδευτικά σκεπτόμενες εταιρείες εντός της πόλης.
- Ο επιταχυντής επιχειρήσεων παρέχει ενδυνάμωση και βοήθεια τόσο σε νεοσύστατες όσο και σε υφιστάμενες επιχειρήσεις.
- Λεπτομέρειες σχετικά με τις εμπορικές ευκαιρίες που έχουν δημιουργηθεί μέσα στο ταχέως αναπτυσσόμενο οικοσύστημα καινοτομίας της πόλης.
- Παρουσίαση υποδειγματικών πρακτικών και υποδειγματικών επιχειρηματικών περιπτώσεων

- Διαχείριση διαγωνισμών και φεστιβάλ καινοτομίας (Spilioti, Gongolidis, & Gypakis, 2018).

➤ BIC Attica

Η θερμοκοιτίδα επιχειρήσεων BIC Attica απευθύνεται τόσο σε επίδοξους επιχειρηματίες όσο και σε καθιερωμένες επιχειρήσεις που επιθυμούν να παρουσιάσουν τις μοναδικές ιδέες τους στην αγορά. Στόχος είναι να βοηθήσει επιχειρηματίες που διαθέτουν εξειδικευμένες γνώσεις στον κλάδο τους, ανεξάρτητα από την προηγούμενη επιχειρηματική τους εμπειρία (π.χ. ερευνητές ή εμπειρογνώμονες σε παρόμοιο τομέα). Οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις πρέπει να υποβάλουν πρόταση-επιχειρηματικό σχέδιο, το οποίο θα υποβληθεί σε ενδελεχή αξιολόγηση από τριμελή ομάδα. Η επιτροπή θα αξιολογήσει τη σκοπιμότητα του σχεδίου και θα διαπιστώσει τη συμβατότητά του με τους πόρους και τις υπηρεσίες που προσφέρει το BIC Attica. Σύμφωνα με τον Asvestas (2018), οι επιχειρήσεις επιτρέπεται γενικά να λειτουργούν για μέγιστη διάρκεια τριών ετών, με δυνατότητα παράτασης έως και πέντε έτη σε εξαιρετικές περιπτώσεις.

Οι υπηρεσίες της θερμοκοιτίδας ταξινομούνται σε τρεις διακριτές κατηγορίες:

- Τα κεντρικά γραφεία της BIC Attica στην Αθήνα προσφέρουν βασικές ανέσεις λειτουργίας, όπως ιδιωτικά δωμάτια, κοινόχρηστους χώρους και αίθουσα συνεδριάσεων.
- Οι υπηρεσίες μας περιλαμβάνουν την προσφορά γραμματειακής υποστήριξης, τη διασφάλιση ενός αξιόπιστου συστήματος τηλεπικοινωνιών και την παροχή πρόσβασης σε βασικές συμβουλευτικές υπηρεσίες. Επιπλέον, διευκολύνουμε τις δυνατότητες δικτύωσης με συνεργάτες που μπορούν να καλύψουν τρέχουσες απαιτήσεις, όπως δικηγόρους, λογιστές και γραφίστες.
- Συμμετοχή σε ευκαιρίες δικτύωσης που παρέχουν επωφελείς υπηρεσίες, όπως χρηματοδότηση, μάρκετινγκ, διαχείριση γνώσεων και ανάπτυξη σχέσεων (Asvestas, 2018).

➤ Orange Grove

Το Orange Grove είναι μια εξειδικευμένη εγκατάσταση που χρησιμεύει ως κόμβος συνεργασίας και δικτύωσης, με ιδιαίτερη έμφαση στην υποστήριξη και σύνδεση νέων ατόμων που φιλοδοξούν να γίνουν επιχειρηματίες. Η δραστηριότητα αυτή διοργανώνεται από την Πρεσβεία της Ολλανδίας στην Αθήνα και υποστηρίζεται από τοπικές επιχειρήσεις και οργανισμούς ως χορηγούς. Οι ομάδες που θα επιλεγούν θα έχουν διάφορα πλεονεκτήματα:

- Οικονομικά αποδοτικό χώρο γραφείων με βασική γραμματειακή υποστήριξη και υποδομή.
- Ενασχόληση με την επαγγελματική δικτύωση με έμπειρα άτομα που ανήκουν στο δίκτυο συνεργατών του Orange Grove.
- Προγράμματα κατάρτισης σε θέματα επιχειρηματικής δραστηριότητας για τα μέλη του Orange Grove.
- Προσαρμοσμένες συμβουλευτικές υπηρεσίες και ευκαιρίες δικτύωσης με βάση τις συγκεκριμένες απαιτήσεις και προτιμήσεις κάθε μεμονωμένης ομάδας
- Παροχή νομικών και λογιστικών υπηρεσιών σε εταιρείες που είναι μέλη του οργανισμού μας.
- Διαγωνισμός που προσφέρει χρηματική αμοιβή για τις δύο πρώτες ομάδες, με την υποστήριξη του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος (SNF). (Ratinho, & Mitsopoulos, 2017).

➤ iQbility

Το iQbility είναι μια εταιρική θερμοκοιτίδα που διαχειρίζεται ο όμιλος Quest Group και υποστηρίζει ειδικά νεοφυείς επιχειρήσεις τεχνολογίας. Στόχος του Ομίλου Quest είναι να παρέχει στις επιχειρήσεις αυτές τους απαραίτητους πόρους, την τεχνογνωσία και τις δεξιότητες για να επιτύχουν στον δυναμικό τομέα της επιχειρηματικότητας. Το iQbility ξεκίνησε τις δραστηριότητές του το 2013, προσφέροντας άμεση οικονομική βοήθεια μέσω της συνεργασίας του με το PJTechCatalystFund. Αντί να παρέχει δάνειο ή επιχορήγηση, το iQbility μειώνει τον κίνδυνο της επιχείρησης αποκτώντας μέρος της ιδιοκτησίας της (Ratinho & Mitsopoulos, 2017).

Το IQbility είναι ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα που προσφέρει στους επιχειρηματίες τους πόρους, τις υποδομές, τις σχέσεις και τα εργαλεία για να προωθήσουν την επέκταση των επιχειρήσεών τους στον ταχέως μεταβαλλόμενο κλάδο της τεχνολογίας. Οι προσφερόμενες υπηρεσίες περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα προσφορών, συμπεριλαμβανομένης της έναρξης της φορολογίας των επιχειρήσεων, της παροχής λογιστικής και νομικής βοήθειας και της ολοκληρωμένης υποστήριξης για τις ανάγκες γραφείου, τεχνικών και υποδομών. Αυτό εγγυάται ότι οι ομάδες δεν επιβαρύνονται από γραφειοκρατικά θέματα και έξοδα, επιτρέποντάς τους να επικεντρωθούν μόνο στην ανάπτυξη του προϊόντος και της επιχείρησής τους. Στις νεοφυείς επιχειρήσεις που έχουν λάβει μέρος στο iQbility περιλαμβάνονται οι E-nios, Offerial, Pollfish, Panelsensor, Mist.io και captainwise, οι οποίες έχουν αποκτήσει ισχυρή φήμη στον τομέα (Ratinho&Mitsopoulos, 2017).

5.5. Πηγές χρηματοδότησης

Το Δίκτυο Επιχειρηματικών Αγγέλων του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (Ε.Β.Ε.Α.) διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη διευκόλυνση των συνδέσεων μεταξύ των επιχειρηματικών αγγέλων-μελών του και των επιχειρήσεων που αναζητούν επενδύσεις. Πρωταρχικός στόχος του είναι η παροχή οικονομικής στήριξης για να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να ενισχύσουν και να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους. Τα μέλη συμβάλλουν στην ανάπτυξη και την απασχόληση, μοιράζοντας την πολύτιμη εμπειρία τους και διευρύνοντας τις ευκαιρίες χρηματοδότησης για τις επιχειρήσεις. Η παρεχόμενη χρηματοδότηση μπορεί να ποικίλλει σημαντικά, από μικρότερα ποσά των δεκάδων χιλιάδων ευρώ έως μεγαλύτερα ποσά έως και 2,0 εκατ. ευρώ ανά επιχείρηση. Πρόκειται για ποσά που οι επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων και οι τράπεζες συνήθως δεν υποστηρίζουν για νεοφυείς επιχειρήσεις ή επιχειρήσεις στα αρχικά τους στάδια (Ratinho&Mitsopoulos, 2017).

Για τους σκοπούς αυτούς, το IEA-EBA απευθύνει θερμή πρόσκληση σε άτομα και οργανισμούς που διαθέτουν σημαντικούς οικονομικούς πόρους και έχουν εμπειρία στον κόσμο των επενδύσεων, της επιχειρηματικότητας και της ηγεσίας στελεχών. Καλωσορίζουμε όσους ασχολούνται ήδη με τις επενδύσεις αγγέλων ή έχουν έντονο ενδιαφέρον για την υποστήριξη και καθοδήγηση καινοτόμων εταιρειών κατά τις αρχικές φάσεις ανάπτυξής τους. Σε αυτό το πλαίσιο, ο IEA προσπαθεί να λειτουργήσει ως κεντρικός κόμβος για τους επενδυτές, δημιουργώντας μια ενιαία πλατφόρμα όπου οι επιλέξιμοι επιχειρηματικοί άγγελοι και οι επίδοξοι επιχειρηματίες μπορούν να συναντηθούν για να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση για τα επιχειρηματικά τους εγχειρήματα (Ratinho & Mitsoroulos, 2017).

➤ Venture Capital / Risk Capital

Η καθιέρωση του επιχειρηματικού κεφαλαίου στην Ελλάδα υποβοηθήθηκε από τη θέσπιση των νομοθεσιών 1775/88 και 2166/93. Οι κανονισμοί αυτοί, που χαρακτηρίζονται από την καθολική δομή τους, έθεσαν ορισμένους περιορισμούς στη λειτουργία των τεχνολογικών επιχειρήσεων. Κατά συνέπεια, το νομοθετικό πλαίσιο τροποποιήθηκε με την ψήφιση του νόμου 2367/95, ο οποίος είχε ως αποτέλεσμα τη μετονομασία των εταιρειών επιχειρηματικού κεφαλαίου σε Εταιρείες Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών (ΕΚΕΣ). Στην Ελλάδα, ο θεσμός των Εταιρειών Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών κλειστού τύπου (Α-ΚΕΣ) εισήχθη με το νόμο 2992/2002. Τα κεφάλαια αυτά διαχειρίζονται από Ανώνυμες Εταιρείες (ΑΕ) ή Εταιρείες Παροχής Επενδυτικών Υπηρεσιών (ΕΠΕΥ). Επί του παρόντος, ο ελληνικός κλάδος επιχειρηματικών κεφαλαίων περιλαμβάνει περισσότερες από 20 εταιρείες, με περισσότερες από 15 από αυτές να έχουν ξεκινήσει τη λειτουργία τους τα τελευταία δύο χρόνια. Θεωρείται ότι οι εταιρείες αυτές διαχειρίζονται συνολικά ένα σημαντικό ποσό άνω των 300 εκατ. ευρώ. Οι τραπεζικοί οργανισμοί Εθνική, Alpha, EFG EURO BANK και Εμπορική έχουν καταβάλει σημαντικές προσπάθειες μέσω των θυγατρικών/συνδεδεμένων εταιρειών τους, δηλαδή της Εθνικής Επενδυτικής, της "Alpha Ventures", της "Global Finance" και της Εμπορική Capital, αντίστοιχα. Η χρηματοδότηση επιχειρηματικών συμμετοχών έχει αναδειχθεί σε ουσιαστικό εργαλείο για τη

χρηματοδότηση ταχέως αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων εντός του ελληνικού οικοσυστήματος των "νεοφυών" επιχειρήσεων. Οι μελλοντικές προοπτικές του θεσμού αυτού στη χώρα μας εμφανίζονται ιδιαίτερα ευοίωνες, με σημαντικές δυνατότητες για συνεχή επέκταση και εξέλιξη (Κομάρης, 2013).

➤ THERMI VENTURES A.E.

Η Thermi Ventures στοχεύει στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) στη σύγχρονη οικονομία. Επενδύει ενεργά στο μετοχικό κεφάλαιο δημιουργικών επιχειρήσεων κατά τα πρώτα στάδια ή την επέκτασή τους, καθώς και σε πρωτοβουλίες που σχετίζονται με τις Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας. Η ομάδα αποτελείται από έμπειρα στελέχη που αξιολογούν επιχειρηματικές ιδέες για επένδυση και παρέχουν καθοδήγηση για την ανάπτυξη της εταιρείας μετά την επένδυση (Μπαλμπούζης, 2015).

Τα επενδυτικά κριτήρια λαμβάνουν υπόψη την παρούσα κατάσταση και τις μελλοντικές δυνατότητες του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιείται μια δυνητική εταιρεία. Κατά την αξιολόγηση μιας επιχείρησης, λαμβάνουμε υπόψη παράγοντες όπως η ικανότητά της να καινοτομεί, η διακριτή διάκριση των προϊόντων και των διαδικασιών της που τη διαφοροποιεί από τους ανταγωνιστές, καθώς και μια αφοσιωμένη διοικητική ομάδα με σημαντική εμπειρία στην αγορά. Οι παράγοντες αυτοί συμβάλλουν στο ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της εταιρείας. Η διοικητική ομάδα πρέπει να επιδεικνύει προθυμία ανάληψης μετρημένων κινδύνων και να διαθέτει μια σαφώς καθορισμένη στρατηγική ανάπτυξης, τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο. Επιπλέον, είναι ζωτικής σημασίας να διαθέτει καλά τεκμηριωμένες και συνεπείς πηγές εσόδων, καθώς και μια καλά καθορισμένη στρατηγική για την έξοδο από την επιχείρηση, όπως αρχική δημόσια προσφορά, συγχώνευση, πώληση μετοχών ή εξαγορά από τους αρχικούς μετόχους (Μπαλμπούζης, 2015).

➤ Alpha Ventures Capital Management

Η Alpha Ventures ιδρύθηκε το 1990 στην Ελλάδα με στόχο την επένδυση σε αναδυόμενες ή ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις που δεν είναι εισηγμένες στο χρηματιστήριο. Η εταιρεία το επιτυγχάνει αυτό παρέχοντας μακροπρόθεσμη οικονομική στήριξη μέσω μετοχικού κεφαλαίου, συχνά για περίοδο 3-5 ετών. Η εταιρεία εποπτεύει ενεργά τις εταιρείες χαρτοφυλακίου της, παρέχοντας υποστήριξη σε οικονομικούς, νομικούς και στρατηγικούς τομείς, τόσο στο αρχικό στάδιο χρηματοδότησης όσο και πέραν αυτού.

Το πιο πρόσφατο ταμείο είναι το AlphaTANEO, το οποίο ιδρύθηκε το 2008 σε συνεργασία με το Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας (TANEO). Το TANEO διέθεσε το 49% της χρηματοδότησης, ενώ η AlphaBank συνεισέφερε το 51%. Η Alpha Ventures Capital Management εκτελεί χρέη διαχειριστή του ταμείου. Το ALPHATANEO θα επικεντρωθεί κυρίως στην επένδυση σε ελληνικές επιχειρήσεις που είναι μικρές και μεσαίες και έχουν ισχυρές προοπτικές ανάπτυξης. Οι επενδύσεις αυτές θα επικεντρώνονται στην αξιοποίηση μεθοδολογιών και τεχνολογιών αιχμής (Milam, 2022).

➤ Attica Ventures

Η Attica Ventures S.A. ιδρύθηκε τον Σεπτέμβριο του 2003 και είναι θυγατρική του Ομίλου Attica Bank. Ο οργανισμός ειδικεύεται στη Αμοιβαίων Κεφαλαίων Επενδύσεων Επιχειρηματικού Κεφαλαίου (MCCI). Η Attica Ventures είναι ο διαχειριστής του Zaitech Fund I από το 2004. Το MCCI, ένα ταμείο αξίας 40 εκατ. ευρώ, έχει εξασφαλίσει επενδύσεις από την Attica Bank και το TANEO. Με την πάροδο των ετών, η Attica Ventures έχει διαθέσει με επιτυχία πάνω από 32 εκατ. ευρώ σε επενδύσεις σε 10 ελληνικές εταιρείες σε διάφορους τομείς. Τέσσερις από αυτές περιλαμβάνονται πλέον στις εισαγωγές της Εναλλακτικής Αγοράς του Χρηματιστηρίου Αθηνών. Στόχος είναι να προσφέρει υποστήριξη και χρηματοδότηση σε ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) που παρουσιάζουν καινοτομία, δυνατότητες ανάπτυξης και σαφές ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, ανεξάρτητα από τις συγκεκριμένες αγορές τους. Στόχος του ταμείου είναι να φτάσει σε πλήρη επένδυση μέσα σε διάστημα 5 ετών από την έναρξή του. Η μέγιστη επένδυση ανά εταιρεία θα

περιοριστεί στο 20% του τρέχοντος ενεργητικού του ταμείου, συνολικά 8 εκατ. ευρώ. Κάθε εταιρεία θα λαμβάνει επενδύσεις μέσω ετήσιων γύρων χρηματοδότησης, με μέγιστη κατανομή 2,5 εκατ. ευρώ ετησίως (Sofouli & Vonortas, 2006).

5.6. Το υποστηρικτικό θεσμικό πλαίσιο των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα

Το θεσμικό πλαίσιο που βασίζεται στο ελληνικό οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων είναι σύνθετο και αποτελείται από δύο βασικούς πυλώνες (Μικρούλης, 2020):

- Πρώτον, το νομικό πλαίσιο που ρυθμίζει τις προϋποθέσεις για την ίδρυση επιχειρήσεων και ειδικότερα νεοφυών επιχειρήσεων (για παράδειγμα, τα φορολογικά κίνητρα για την ίδρυση νεοφυών επιχειρήσεων βάσει του νόμου 4712/2020 και του νόμου 4864/2021 για τους τεχνοβλαστούς).
- Δεύτερον, οι διάφοροι οργανισμοί που ενισχύουν τη γέννηση και την ανάπτυξη του οικοσυστήματος των νεοφυών επιχειρήσεων. Με λίγες εξαιρέσεις, όπως ο καταλύτης καινοτομίας/ερευνητικό κέντρο Corallia (που ιδρύθηκε στην Αθήνα το 2005), οι οργανισμοί που υποστηρίζουν το οικοσύστημα ακολούθησαν και δεν προηγήθηκαν της γέννησης αυτού του οικοσυστήματος. Με βάση τα στοιχεία της πρόσφατης μελέτης της δια ΝΕΟσις, οι οργανισμοί αυτοί συγκεντρώνονται στην Αττική (Μικρούλης, 2020).

Οι περισσότεροι οργανισμοί που υποστηρίζουν τη νεοφυή επιχειρηματικότητα συγκεντρώνονται στην Αττική/Αθήνα. Εκτός από την Αττική, υπάρχουν πέντε οργανώσεις που υποστηρίζουν τη νεοφυή επιχειρηματικότητα σε άλλες περιοχές. Οι οργανώσεις αυτές βρίσκονται στην Κεντρική Μακεδονία, την Κρήτη και τη Δυτική Ελλάδα, κατά σειρά προτεραιότητας. Και οι τρεις περιφέρειες διακρίνονται για τις σημαντικές πανεπιστημιακές τους υποδομές (Μικρούλης, 2020). Είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι οι τρεις αυτές περιφέρειες διαθέτουν σημαντικό πληθυσμό νεοφυών επιχειρήσεων, δεύτερο μετά την Αττική. Αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχουν οργανισμοί που επικεντρώνονται στην προσέλκυση

επαγγελματικών ομάδων, όπως οι κοινόχρηστοι χώροι εργασίας, καθώς και στην προώθηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, όπως τα τέσσερα Data Centres στην Αττική και το ένα στην Κρήτη (θα ολοκληρωθεί το 2025) (Αβράμης, 2018).

Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα και Μελλοντικές Προοπτικές

Τα τελευταία χρόνια, η παγκόσμια οικονομία πέρασε μια σημαντική περίοδο χρηματοπιστωτικής αστάθειας και οικονομικής ύφεσης. Μετά την κρίση χρέους στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η Ελλάδα πρότεινε μια αναπτυξιακή στρατηγική που δεν είναι βιώσιμη μακροπρόθεσμα. Από το 2009, η ελληνική οικονομία βρίσκεται σε σημαντική ύφεση, με αποτέλεσμα τη σημαντική μείωση του ΑΕΠ (το υψηλότερο μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών σε καιρό ειρήνης), την υψηλή αναλογία χρέους προς ΑΕΠ, ένα αξιοσημείωτο ποσοστό ανεργίας και ιδιαίτερα ανησυχητικά επίπεδα ανεργίας των νέων.

Η οικονομική ύφεση έχει οδηγήσει σε μια σημαντική ανθρωπιστική καταστροφή, με ένα σημαντικό μέρος του ελληνικού πληθυσμού να διαμένει κάτω από το όριο της φτώχειας. Η κρίση είχε εκτεταμένες επιπτώσεις σε διάφορους τομείς, όπως η εκπαίδευση, η υγειονομική περίθαλψη και οι προϋπολογισμοί κοινωνικής ασφάλισης. Για να μπορέσει το έθνος να επιβιώσει, θα πρέπει να καταβάλει προσπάθειες για την επίτευξη αυξημένων επιπέδων ανάπτυξης που δεν μπορούν να επιτευχθούν μέσω της συμβατικής οικονομικής δραστηριότητας στο εγγύς μέλλον. Σε αντίθεση με τις επικρατούσες απόψεις, οι νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα παρέχουν μια νέα προσέγγιση της επιχειρηματικότητας. Χάρη στον καινοτόμο και ταχέως αναπτυσσόμενο χαρακτήρα τους, διαθέτουν την ικανότητα να ενισχύσουν σημαντικά τη δημιουργία θέσεων εργασίας και να συμβάλουν σε μεγάλο βαθμό στη γενικότερη ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την ενίσχυση του επιπέδου των εξαγωγών και την αξιοποίηση του δυναμικού του υψηλά εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού της χώρας.

Μια σχολαστική έρευνα και ανάλυση των σχετικών πηγών είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου καταλόγου 130 νεοφυών επιχειρήσεων που λειτουργούν σήμερα στην Ελλάδα. Αξίζει να σημειωθεί ότι ένα σημαντικό ποσοστό των νεοφυών επιχειρήσεων στην παγκόσμια αγορά δεν ασχολείται με την υψηλή τεχνολογία και τις εφαρμογές, σε αντίθεση με την

πλειονότητα των νεοφυών επιχειρήσεων. Αντίθετα, δίνουν προτεραιότητα στην προώθηση των παραδοσιακών ελληνικών γκουρμέ προϊόντων, του ελληνικού πολιτισμού, της ιστορίας και του τουρισμού. Οι συγκεκριμένοι τομείς της ελληνικής οικονομίας διαθέτουν σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα λόγω της ιδιαιτερότητάς τους.

Κατά τη διεξαγωγή της έρευνας για την παρούσα διατριβή, κατέστη προφανές ότι υπάρχει σημαντική έλλειψη βιβλιογραφίας σχετικά με τις ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις και το οικοσύστημά τους, ιδίως στο πλαίσιο της πρόσφατης οικονομικής κρίσης. Ο κύριος στόχος της παρούσας μελέτης είναι η διεξοδική ανάλυση και τεκμηρίωση της εξέλιξης των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, με σκοπό την αντιμετώπιση της έλλειψης γνώσης στον τομέα αυτό.

Επιπλέον, η ανάλυση του ιδιαίτερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος που είναι προσαρμοσμένο για τις νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα παρέχει πληροφορίες για το τοπίο της νεανικής επιχειρηματικότητας, την ανάπτυξη των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων, καθώς και για βασικές συνιστώσες όπως τα Επιστημονικά και Τεχνολογικά Πάρκα και τα πανεπιστημιακά κέντρα καινοτομίας. Η παρούσα μελέτη επικεντρώνεται στις συγκεκριμένες ευκαιρίες και δυσκολίες που υπάρχουν στο ελληνικό οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων. Συνοψίζοντας, η αξιολόγηση των πηγών χρηματοδότησης και η δημιουργία ενός ισχυρού θεσμικού πλαισίου αναδεικνύουν τη σημασία των κυβερνητικών παρεμβάσεων και των στρατηγικών μέτρων για την ενίσχυση του οικοσυστήματος νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα.

Βιβλιογραφία

- Adamska, J. (2016, June). The Role of Science and Technology Parks in Creating Startup Community and Entrepreneurship Ecosystem. In Practitioners Proceedings 2016 University-Industry Interaction Conference (p. 64).
- Adhana, D. (2020, September 20). *Startup Ecosystem in India: A Study With Focus on Entrepreneurship and University Business Incubators*. Papers.ssrn.com.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3702510
- Águeda, A. F. P. (2016, March 1). *Interconnectivity between Ecosystem Builders and Investor Groups in European Startup Ecosystems*. Run.unl.pt. <https://run.unl.pt/handle/10362/18268>
- Ahuis, L., Cheema, I., Otten, F., Pensky, C. L., & Vogt, V. Accelerators as a Driver of Startup-Ecosystem. LEMEX Research Papers on Entrepreneurship, 5.
- AichaDif, SoumiaBourane, &AbdelbakiBenziane. (2018). The Role of the Startup Competition and Entrepreneurial Ecosystem in the Integration of Entrepreneurship Education Within the Algerian Universities. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 140–149.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-94709-9_14
- AikateriniArgyrou, TinekeLambooi, Blomme, R. J., &Kievit, H. (2016). An understanding how social enterprises can benefit from supportive legal frameworks: a case study report on social entrepreneurial models in Greece. *International Journal of Business and Globalisation*, 16(4), 491–511. <https://doi.org/10.1504/ijbg.2016.076816>
- Albani, M., &Anyfantaki, S. (2017, December). *Research and Innovation in Greece*. Ssrn.com.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4171661
- Antonopoulos, C. N., Papadakis, V. G., Stylios, C. D., Efstathiou, M. P., &Groumos, P. P. (2009). Mainstreaming innovation policy in less

- favoured regions: the case of Patras Science Park, Greece. *Science and Public Policy*, 36(7), 511-521.
- Asvestas, G. (2018). Evaluation of Startup evolution patterns in Greece and science and technology spinoffs. *Ihu.edu.gr*.
<https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/handle/11544/29190>
- Asvestas, G. (2018). Evaluation of Startup evolution patterns in Greece and science and technology spinoffs. *Ihu.edu.gr*.
<https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/handle/11544/29190>
- Bereczki, I. (2019). An open innovation ecosystem from a startups's perspective. *International Journal of Innovation Management*, 23(08), 1940001. <https://doi.org/10.1142/s1363919619400012>
- Blank, S. (2013), "Why the Lean Startup changes Everything", *Harvard Business Review*, Vol. 91 Issue 5, pp. 63-72.
- Blank, S., & Dorf, B. (2010). *Startup. Handbook of the founder*.
- Brooks, G., Heffner, A., & Henderson, D. (2014). A SWOT Analysis Of Competitive Knowledge From Social Media For A Small Startup Business. *Review of Business Information Systems (RBIS)*, 18(1), 23–34. <https://doi.org/10.19030/rbis.v18i1.8540>
- Brown, R., Mawson, S., Lee, N., & Peterson, L. (2019). Startup factories, transnational entrepreneurs and entrepreneurial ecosystems: unpacking the lure of startup accelerator programmes. *European Planning Studies*, 27(5), 885–904. <https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1588858>
- Carayannis, E. G., Dagnino, G. B., Alvarez, S., & Faraci, R. (2018). *Entrepreneurial Ecosystems and the Diffusion of Startups*. In *Google Books*. Edward Elgar Publishing. <https://books.google.com/books?hl=el&lr=&id=W81eDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA35&dq=Startup+ecosystem+Business+and+innovation+agencies+Centre+for+Entrepreneurship+and+Innovation+Support>
- Chaudhary, S., Dhir, A., Battisti, E., & Kliestik, T. (2022). Mapping the field of crowdfunding and new ventures: a systematic literature review. *European Journal of Innovation Management*.
- Chuluunbaatar, E., Ottavia, Luh, D.-B., & Kung, S.-F. (2011). THE ENTREPRENEURIAL STARTUP PROCESS: THE ROLE OF SOCIAL

- CAPITAL AND THE SOCIAL ECONOMIC CONDITION. *Asian Academy of Management Journal*, 16(1), 43–71.
<https://core.ac.uk/download/pdf/89468745.pdf>
- Cicchello, A. F. (2019). Building an entrepreneurial ecosystem based on crowdfunding in Europe: the role of public policy. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8(3), 297–318.
<https://doi.org/10.1108/jepp-05-2019-0037>
- Cohen, S., Fehder, D. C., Hochberg, Y. V., & Murray, F. (2019). The design of startup accelerators. *Research Policy*, 48(7), 1781–1797.
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.04.003>
- David, D., Gopalan, S., & Ramachandran, S. (2021). The Startup Environment and Funding Activity in India. *World Scientific Series in Finance*, 193–232. https://doi.org/10.1142/9789811235825_0007
- Desfiandi, A., Ariza, M., Yusendra, E., Paramitasari, N., & Ali, H. (2019). Supply Chain Strategy Development for Business and Technological Institution in Developing Startup Based on Creative Economy. *Int. J Sup. Chain. Mgt*, 8(6).
<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1632763&val=13549&title=Supply%20Chain%20Strategy%20Development%20for%20Business%20and%20Technological%20Institution%20in%20Developing%20Startup%20Based%20on%20Creative%20Economy>
- E. Tziritis, E. Tzamos, P. Vogiatzis, C. Matzari, N. Kantiranis, A. Filippidis, N. Theodosiou, & K. Fytianos. (2015). Quality assessment and hydrogeochemical status of potable water resources in a suburban area of northern Greece (Thermi Municipality, central Macedonia). *Desalination and Water Treatment*, 57(25), 11462–11471.
<https://doi.org/10.1080/19443994.2015.1052993>
- Elevate Greece. (n.d.). *Elevate Greece - Επίσημη ψηφιακή πύλη για τις νεοφυείς επιχειρήσεις*. Elevate Greece.
<https://elevategreece.gov.gr/el/>
- EmekBarışKepenek, & Eser, Z. (2018). Impact of Pre-incubators on Entrepreneurial Activities in Turkey: Problems, Successes, and Policy Recommendations. *Springer EBooks*, 57–82.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-62649-9_4

- Estay, C., Durrieu, F., & Akhter, M. (2013). Entrepreneurship: From motivation to startup. *Journal of International Entrepreneurship*, 11(3), 243–267. <https://doi.org/10.1007/s10843-013-0109-x>
- Fauziah, Z., Hayadi, B. H., Meria, L., & Hasanah, A. U. (2022a). Start Up Digital Business: Knowing Business Opportunities And Tips For Beginners. *StartupreneurBisnis Digital (SABDA Journal)*, 1(1). <https://doi.org/10.34306/sabda.v1i1.82>
- Fauziah, Z., Hayadi, B. H., Meria, L., & Hasanah, A. U. (2022b). Start Up Digital Business: Knowing Business Opportunities And Tips For Beginners. *StartupreneurBisnis Digital (SABDA Journal)*, 1(1). <https://doi.org/10.34306/sabda.v1i1.82>
- Febrianto, M., Dhewanto, W., & Aldianto, L. (2021). The Impact of Startup Business Ecosystem and Lifecycle on Startup Creation Process – Case Study of Indonesian Software Technology Startup. *ITB Graduate School Conference*, 1(1), 108–120. <https://gcs.itb.ac.id/proceeding-igsc/index.php/igsc/article/view/13>
- Felan, J. T., Bell, J. R., Upadhyay, S., & Johnson, V. (2021). Economic factors and the Kauffman startup activity index. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 23(2), 197–210. <https://doi.org/10.1108/jrme-11-2019-0085>
- Fernández Fernández, M. T., Blanco Jiménez, F. J., & Cuadrado Roura, J. R. (2015). Business incubation: innovative services in an entrepreneurship ecosystem. *The Service Industries Journal*, 35(14), 783–800. <https://doi.org/10.1080/02642069.2015.1080243>
- FinSMEs. (2013, May 23). *Quote of the Day: Dave McClure - 6 - A Startup Definition*. FinSMEs. <https://www.finsmes.com/2013/05/quote-day-dave-mcclure-6-startup-definition.html>
- Frank, H., Lueger, M., & Korunka, C. (2007). The significance of personality in business startup intentions, startup realization and business success. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(3), 227–251. <https://doi.org/10.1080/08985620701218387>
- Gartner, W. B. (2004). Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Business Creation. In *Google Books*. SAGE.

<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=wF05DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA285&dq=+startup++Gartner>

- Gately, C., & Cunningham, J. (2014). The Contributions and Disconnections Between Writing a Business Plan and The Startup Process for Incubator Technology Entrepreneurs. *Academic Entrepreneurship: Creating an Entrepreneurial Ecosystem*, 197–241. <https://doi.org/10.1108/s1074-754020140000016007>
- Gazetov, A. N. (2018). Support for Youth (Startup) Entrepreneurship through the Development of Co-working Spaces: Accumulated Experience and Perspectives. *Journal of Applied Economic Sciences (JAES)*, XIII(58), 1021–1029. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=725754>
- Georgios Boutris, & Salimi, N. (2023). Identifying Impact of the Entrepreneurship Ecosystem on the Success of Entrepreneurial Startup Firms. *Lecture Notes in Operations Research*, 129–145. https://doi.org/10.1007/978-3-031-24816-0_11
- Giudici, G., & Rossi-Lamastra, C. (2018). Crowdfunding of SMEs and startups: when open investing follows open innovation. In *Researching open innovation in SMEs* (pp. 377-396).
- Gourgiotis, A., Kyvelou, S., & Lainas, I. (2021). Industrial Location in Greece: Fostering Green Transition and Synergies between Industrial and Spatial Planning Policies. *Land*, 10(3), 271. <https://doi.org/10.3390/land10030271>
- Graham, P. (2012). How to get startup ideas. Cara mendapatkan ide startup) URL: <http://paulgra>.
- Greco, F., & Tregua, M. (2022). It gives you wheels: the university-based accelerators in startup ecosystems. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 45(2), 235. <https://doi.org/10.1504/ijesb.2022.121000>
- Gries, T., & Naudé, W. (2009). Entrepreneurship and regional economic growth: towards a general theory of startups. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 22(3), 309–328. <https://doi.org/10.1080/13511610903354877>

- Griva, A., Kotsopoulos, D., Karagiannaki, A., & Zamani, E. D. (2021). What do growing early-stage digital startups look like? A mixed-methods approach. *International Journal of Information Management*, 69, 102427. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102427>
- Hanchi, S. E., & Kerzazi, L. (2020). Startup innovation capability from a dynamic capability-based view: A literature review and conceptual framework. *Journal of Small Business Strategy (Archive Only)*, 30(2), 72–92. <http://libjournals.mtsu.edu/index.php/jsbs/article/view/1393>
- Hellenic Start up Association (2012), HELLENIC ANGELS, Διαθέσιμο στη δ/νση: <http://hellenicstartups.gr/hellenic-angels/>
- Ierapetritis, D. G. (2019). Discussing the Role of Universities in Fostering Regional Entrepreneurial Ecosystems. *Economies*, 7(4), 119. <https://doi.org/10.3390/economies7040119>
- Jekov, B., Shoikova, E., Donchev, D., & Petkova, P. (2017). STUDY ON THE IOT ECOSYSTEM BUSINESS MODELS AND THE SEGMENT OF STARTUPS. *ICERI2017 Proceedings*, 4863–4873. <https://doi.org/10.21125/iceri.2017.1291>
- Jeong, J., Kim, J., Son, H., & Nam, D. (2020). The Role of Venture Capital Investment in Startups' Sustainable Growth and Performance: Focusing on Absorptive Capacity and Venture Capitalists' Reputation. *Sustainability*, 12(8), 3447. <https://doi.org/10.3390/su12083447>
- Kim, B., Kim, H., & Jeon, Y. (2018). Critical Success Factors of a Design Startup Business. *Sustainability*, 10(9), 2981. Mdpi. <https://doi.org/10.3390/su10092981>
- Koulouris, S. (2022). The Ecosystem of Startups in Greece: An Explorative Study. *Senior Projects Spring 2022*. https://digitalcommons.bard.edu/senproj_s2022/189/
- Laužikas, M., Tindale, H., Bilota, A., & Bielousovaitė, D. (2015). Contributions of sustainable startup ecosystem to dynamics of startup companies: the case of Lithuania. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 3(1), 8–24. [https://doi.org/10.9770/jesi.2015.3.1\(1\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2015.3.1(1))
- Lee, S., & Geum, Y. (2020). How to determine a minimum viable product in app-based lean startups: Kano-based approach. *Total Quality*

- Management & Business Excellence*, 32(15-16), 1–17.
<https://doi.org/10.1080/14783363.2020.1770588>
- Lehtonen, S. (2020). *Factors of a Successful Pre-incubator Program: Case Hatch Incubator*. [Www.theseus.fi](http://www.theseus.fi).
<https://www.theseus.fi/handle/10024/354619>
- Lesáková, L. (2012). The Role of Business Incubators in Supporting the SME Startup. *Acta Polytechnica Hungarica*, 9(3), 2012–2085. http://acta.uni-obuda.hu/Lesakova_35.pdf
- Lestari, E. D. (2020). Is Co-working Increase Survivability? Study on how Collaborating and Networking Facilitates Open Innovation Process for Startups. *IJNMT (International Journal of New Media Technology)*, 7(2), 68–75. <https://doi.org/10.31937/ijnmt.v7i1.1288>
- Li, C., Ahmed, N., Qalati, S. A., Khan, A., & Naz, S. (2020). Role of Business Incubators as a Tool for Entrepreneurship Development: The Mediating and Moderating Role of Business Startup and Government Regulations. *Sustainability*, 12(5), 1822.
<https://doi.org/10.3390/su12051822>
- Liargovas, P. P. (2019). ECIE 2019 14th European Conference on Innovation and Entrepreneurship (2 vols). In *Google Books*. Academic Conferences and publishing limited.
<https://books.google.com/books?hl=el&lr=&id=EQC5DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA621&dq=Startup+business+Sectors+of+activity+lot&ots=LITc-j9UeG&sig=hx-s5JDC4BQNDnQxv2Eksp5hI08>
- Ligomiadis, A., & Λιγομιάδης, Ά. (2019). Η νεοφυής επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. [Apothesis.lib.hmu.gr](http://apothesis.lib.hmu.gr).
<https://apothesis.lib.hmu.gr/handle/20.500.12688/9076>
- Louise, G. (2016). *Collaboration in open-plan offices*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/83965482.pdf>
- Marion, T., Cannon, D., Reid, T., & McGowan, A.-M. (2021). A CONCEPTUAL MODEL FOR INTEGRATING DESIGN THINKING AND LEAN STARTUP METHODS INTO THE INNOVATION PROCESS. *Proceedings of the Design Society*, 1, 31–40.
<https://doi.org/10.1017/pds.2021.4>

- Milam, J. (2022). Process Alpha: How to Construct and Manage Optimized Venture Portfolios. *The Journal of Portfolio Management*, 48(9), 239-248.
- Motoyama, Y., & Knowlton, K. (2017). Examining the Connections within the Startup Ecosystem: A Case Study of St. Louis. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(1). <https://doi.org/10.1515/erj-2016-0011>
- Nasr, S., & Rostom, A. M. (2013, October 1). *SME Contributions to Employment, Job Creation, and Growth in the Arab World*. Papers.ssrn.com.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2361164
- Noel Gregor Paterson-Jones. (2019). *Tackling Europe's infrastructure needs: the European Fund for Strategic Investments*. 1(1), 54–78.
<https://doi.org/10.1080/24724718.2019.1594567>
- Novotny, A., Rasmussen, E., Clausen, T. H., & Wiklund, J. (2020). Research Handbook on Startup Incubation Ecosystems. In *Google Books*. Edward Elgar Publishing.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=5MvSDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA273&dq=Startup+ecosystem+microsoft&ots=pXF0-_Ongg&sig=ESd3RSoWkOQI0PvVCuAG8MllgAQ
- Ogunlana, F. (2018). *THE ROLE OF ENTREPRENEURSHIP AS THE DRIVER OF ECONOMIC GROWTH*. www.theseus.fi.
<https://www.theseus.fi/handle/10024/144309>
- Pasiouras, F., & Tzagkarakis, M. P. (2021). Greek Banking System during the Crisis and Beyond. In *Modeling Economic Growth in Contemporary Greece* (pp. 191-219). Emerald Publishing Limited.
- Pfaff, F., Kubisch, J., Rapp, S., & Albers, A. (2021). Characterizing Product Development Processes in Startups-an Empirical Study. In *ISPIM Conference Proceedings* (pp. 1-16). The International Society for Professional Innovation Management (ISPIM).
- Pustovrh, A., Rangus, K., & Drnovšek, M. (2020). The role of open innovation in developing an entrepreneurial support ecosystem. *Technological Forecasting and Social Change*, 152, 119892.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119892>

- Rao, S. V. R., & Kumar, L. (2016). Role of Angel Investor in Indian Startup Ecosystem. *FII B Business Review*, 5(1), 3–14. <https://doi.org/10.1177/2455265820160101>
- Ratinho, T., & Mitsopoulos, M. (2017). EMERGING MODELS OF BUSINESS INCUBATION: THE CASE OF GREECE. In United States Association for Small Business and Entrepreneurship. Conference Proceedings (p. 412). United States Association for Small Business and Entrepreneurship.
- Ratinho, T., & Mitsopoulos, M. (2017). EMERGING MODELS OF BUSINESS INCUBATION: THE CASE OF GREECE. In United States Association for Small Business and Entrepreneurship. Conference Proceedings (p. 412). United States Association for Small Business and Entrepreneurship.
- Ratinho, T., & Mitsopoulos, M. (2021). New forms of entrepreneurship support in a growing entrepreneurial ecosystem: the case of business incubation in Greece. In Handbook of Research on Business and Technology Incubation and Acceleration (pp. 299-315). Edward Elgar Publishing.
- Ratinho, T., & Mitsopoulos, M. (2021, April 13). *New forms of entrepreneurship support in a growing entrepreneurial ecosystem: the case of business incubation in Greece*. www.elgaronline.com; Edward Elgar Publishing. <https://www.elgaronline.com/edcollchap/edcoll/9781788974776/9781788974776.00026.xml>
- Ries, E. (2010). *What is a startup?* <https://www.startuplessonslearned.com/2010/06/what-is-startup.html>
- Robehmed, N. (2013). What is a Startup. Forbes/Bussines. Pozyskano z: www.forbes.com. Data dostępu, 1, 2017.
- Roberts, P. W., & Lall, S. A. (2018). Observing acceleration: Uncovering the effects of accelerators on impact-oriented entrepreneurs. Springer.
- Salamzadeh, A., & Kawamorita Kesim, H. (2015). Startup Companies: Life Cycle and Challenges. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2628861>

- Sipola, S., VesaPuhakka, & TuijaMainela. (2016). A Startup Ecosystem as a Structure and Context for High Growth. *Advances in International Management*, 179–202. <https://doi.org/10.1108/s1571-502720160000029012>
- Slávik, Š. (2020). Business ideas in startups. *SHS Web of Conferences*, 83, 01063. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20208301063>
- Sofouli, E., & Vonortas, N. S. (2006). S&T Parks and business incubators in middle-sized countries: the case of Greece. *The Journal of Technology Transfer*, 32(5), 525–544. <https://doi.org/10.1007/s10961-005-6031-1>
- Sort, J. C., & Nielsen, C. (2018). Using the Business Model Canvas to Improve Investment Processes. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 20(1), 10–33. <https://doi.org/10.1108/jrme-11-2016-0048>
- Sparviero, S. (2019). The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas: The Social Enterprise Model Canvas. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 1–20. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541011>
- Spilioti, A., Gongolidis, V., & Gypakis, A. Case study on the Policy Mix for science-industry knowledge transfer in Greece: Contribution to the OECD TIP Knowledge Transfer and Policies project.
- Stolz, L. (2020). Startup Competitions and their Role in Entrepreneurial Ecosystems: A Conceptual Attempt. *Zeitschrift Für Wirtschaftsgeographie*, 0(0). <https://doi.org/10.1515/zfw-2020-0009>
- Sun, S. L., Zhang, Y., Cao, Y., Dong, J., & Cantwell, J. (2019). Enriching innovation ecosystems: The role of government in a university science park. *Global Transitions*, 1, 104–119. <https://doi.org/10.1016/j.glt.2019.05.002>
- Tasic, I., Montoro-Sánchez, A., & Cano, M. D. (2015). Startup accelerators: an overview of the current state of the acceleration phenomenon. In XVIII Congresso AECA. Cartagena.
- Tegegne, E. W., Seppänen, P., & Ahmad, M. O. (2019). Software development methodologies and practices in startups. *IET Software*, 13(6), 497–509. <https://doi.org/10.1049/iet-sen.2018.5270>

- Tripathi, N., & Oivo, M. (2020). The Roles of Incubators, Accelerators, Co-working Spaces, Mentors, and Events in the Startup Development Process. *Fundamentals of Software Startups*, 147–159. https://doi.org/10.1007/978-3-030-35983-6_9
- Tripathi, N., Oivo, M., Liukkunen, K., & Markkula, J. (2019). Startup ecosystem effect on minimum viable product development in software startups. *Information and Software Technology*, 114, 77–91. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2019.06.008>
- Tripathi, N., Seppänen, P., Boominathan, G., Oivo, M., & Liukkunen, K. (2019). Insights into startup ecosystems through exploration of multi-vocal literature. *Information and Software Technology*, 105, 56–77. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2018.08.005>
- Vedula, S., & Fitz, M. (2019). Regional Recipes: A Configurational Analysis of the Regional Entrepreneurial Ecosystem for U.S. Venture Capital-Backed Startups. *Strategy Science*, 4(1), 4–24. <https://doi.org/10.1287/stsc.2019.0076>
- Vettas, N., Stavraki, S., & Vasileiadis, M. (2020, December). *The Contribution of Industry to the Greek Economy: Facts and Prospects*. Ssrn.com. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4201694
- Villalobos Rodríguez, G., Vargas Montero, M., Rodríguez Ramírez, J., Araya-Castillo, L. A., Villalobos Rodríguez, G., Vargas Montero, M., Rodríguez Ramírez, J., & Araya-Castillo, L. A. (2018). LEAN STARTUP AS A STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT AND MANAGEMENT OF DYNAMIC ENTREPRENEURSHIPS. *Dimensión Empresarial*, 16(2), 193–208. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-85632018000200193&script=sci_arttext&lng=en
- Vlados, C., Deniozos, N., & Chatzinikolaou, D. (2018). Towards a new approach of local development under crisis conditions: Empowering the local business ecosystems in Greece, by adopting a new local development policy. *International Journal of Regional Development*, 5(1), 1-24.

- Vogiatzis, N., & Makios, V. (2017). Corallia's cluster development programme: an ERDF-funded initiative supporting smart specialisation in Greece. *European Structural & Investment Funds Journal*, 5(1).
- Wagner, J., & Sternberg, R. (2004). Startup activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data. *The Annals of Regional Science*, 38(2), 219–240. <https://doi.org/10.1007/s00168-004-0193-x>
- Wicaksono, A., & Ririh, K. R. (2021). Understanding technological knowledge spillover in a science technology park ecosystem: an ethnographic study. *Asian Journal of Technology Innovation*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/19761597.2021.1920843>
- Wright, M., Siegel, D. S., & Mustar, P. (2017). An emerging ecosystem for student startups. *The Journal of Technology Transfer*, 42(4), 909–922. <https://doi.org/10.1007/s10961-017-9558-z>
- Zhavoronkova, G., Zhavoronkov, V., & Nagieva, V. (2021). Innovative business development and the startup ecosystem in the era of the fourth industrial revolution. *Industry 4.0*, 6(1), 32–36. <https://stumejournals.com/journals/i4/2021/1/32>
- Αβράμης, Γ. (2018). Κοινωνική οικονομία και νεανική επιχειρηματικότητα. Ευκαιρίες και προοπτική στον Ελλαδικό χώρο. *Okeanis.lib.teipir.gr*. <http://okeanis.lib.teipir.gr/xmlui/handle/123456789/4385>
- Δενιόζος, Δ. (1993), Σχεδιασμός και εφαρμογές ερευνητικών και τεχνολογικών εγκαταστάσεων της Γ.Γ.Ε.Τ., Σύγχρονα θέματα: τριμηνιαία έκδοση επιστημονικού προβληματισμού και παιδείας (49), 99-105.
- ΕΒΕΑ. (2023, November 23). *Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών*. Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών - Επιμελητήριο; Εμπορικό Και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών. <https://acci.gr/>
- Ελληνική Στατιστική Αρχή, ΕΛΣΤΑΤ (2015), Έρευνα Εργατικού Δυναμικού: Α' Τρίμηνο 2015.
- Ελληνική Στατιστική Αρχή, ΕΛΣΤΑΤ (2015), Έρευνα Εργατικού Δυναμικού: Α' Τρίμηνο 2015.

- Κόμαρης, Δ. Σ. (2013). Κεφάλαια υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου (VentureCapital) (Doctoral dissertation, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης).
- Κορόλη, Α. (2015). Τεχνολογικά πάρκα, η λειτουργία και ο ρόλος τους στη διάχυση της καινοτομίας. Το παράδειγμα του επιστημονικού πάρκου Πάτρας.
- Κουλοσούσας, Θ. (2010). Καινοτομία, η πληροφορική τεχνολογία και επιχειρηματικότητα ως στρατηγικές επιλογές του εθνικού στρατηγικού πλαισίου αναφοράς (ΕΣΠΑ) για την ανάπτυξη της χώρας. Dspace.lib.uom.gr. <https://dspace.lib.uom.gr/handle/2159/14120>
- Λαμπράκη, Μ. (2022, September 25). “Τρόποι χρηματοδότησης startup επιχειρήσεων – περιπτώσεις ελληνικών επιχειρήσεων.”Apothesis.eap.gr. <https://apothesis.eap.gr/archive/item/171649>
- Μήτσου, Α. (2022, February 20). Η συνδρομή των Θερμοκοιτίδων (Incubators) & Επιταχυντών (Accelerators) στις νεοφυείς επιχειρήσεις και στην κοινωνική επιχειρηματικότητα. Apothesis.eap.gr. <https://apothesis.eap.gr/archive/item/71433>
- Μικρούλης, Μ. (2020). Ίδρυση νεοφυών επιχειρήσεων: η κατάσταση στην Ελλάδα, καλές πρακτικές στην ΕΕ και προτάσεις βελτίωσης. Aegean.gr. <http://hdl.handle.net/11610/25033>
- Μπαλμπουζής, Κ. (2015). Venture capital και οικονομική κρίση (Doctoral dissertation, University of Piraeus (Greece)).
- Παπαδόπουλος, Δ. (2013). Επιχειρηματικό σχέδιο (Businessplan). Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας.
- Πατρικαλάκη, Μ.-Ε. (2017). Πολιτιστική κληρονομιά, τεχνολογία και καινοτομία. Το τεχνολογικό πολιτιστικό πάρκο Λαυρίου. Repository.library.teiwest.gr. <http://repository.library.teiwest.gr/xmlui/handle/123456789/5697>
- Ρομποτής, Δ., & Χαραλαμπιδής, Ι. (2021). Εργαλεία και μέσα προώθησης των επενδύσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση. 83.212.169.185. <http://83.212.169.185/xmlui/handle/123456789/9494>
- ΣΕΒ. (2019, November 6). ΣΕΒ σύνδεσμος επιχειρήσεων και βιομηχανιών - SEV. <https://www.sev.org.gr/>

Ταμπάκη, Μ. (2022). Innovation in Greece: Technology Parks.