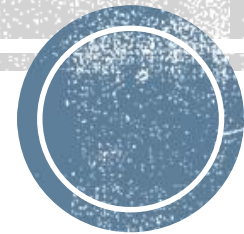


**Σύγχρονες τάσεις στο
Μάνατζμεντ #1
Επιχειρηματικότητα και
Καινοτομία**



Σκοπός της ενότητας

- Να αποσαφηνίσει την έννοια της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας
- Να αποσαφηνίσει τις έννοιες της εφεύρεσης, της διάχυσης, της δημιουργικότητας
- Να φέρει σε επαφή τους φοιτητές με την πρακτική της καινοτομίας μέσα από μελέτες περιπτώσεων και καλών πρακτικών
- Να εξοικειώσει τους φοιτητές με την κατάσταση της καινοτομίας στην Ελλάδα, στην Ευρώπη και παγκοσμίως
- Να εισαγάγει τους φοιτητές στη διαδικασία της καινοτομίας
- Να αποσαφηνίσει την έννοια της επιχειρηματικότητας
- Να αποσαφηνίσει τη σπουδαιότητα της επιχειρηματικότητας για τις σύγχρονες οικονομίες
- Να φέρει σε επαφή τους φοιτητές με την πρακτική της επιχειρηματικότητας μέσα από μελέτες περιπτώσεων των διαφόρων μορφών της
- Να αποσαφηνίσει στους φοιτητές τη σχέση της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας
- Να εισαγάγει τους φοιτητές στη λογική του επιχειρηματία και στη διαδικασία της επιχειρηματικότητας



Σκοπός της ενότητας

- Να αποσαφηνίσει τα διακριτά στάδια ανάπτυξης της επιχειρηματικής ιδέας
- Να ενεργοποιήσει τη δημιουργική σκέψη των φοιτητών
- Να καλλιεργήσει στους φοιτητές την παραγωγή καινοτόμων ιδεών
- Να εξοικειώσει τους φοιτητές με τη διαδικασία αναγνώρισης ευκαιριών στο επιχειρηματικό περιβάλλον
- Να αναδείξει τη σημασία ενός Επιχειρηματικού Μοντέλου (Business Model)
- Να παράσχει ένα χρήσιμο εργαλείο αποτύπωσης ενός Επιχειρηματικού Μοντέλου (Business Model Canvas)
- Να εξοικειώσει τους φοιτητές με τη διαδικασία της μοντελοποίησης μιας επιχειρηματικής ιδέας μέσα από την εφαρμογή του Επιχειρηματικού Καμβά σε πραγματικές επιχειρηματικές ιδέες
- Να αποκτήσουν οι φοιτητές εικόνα μιας ολοκληρωμένης διαδικασίας μετάβασης από την επιχειρηματική ιδέα στην υλοποίησή της
- Να εξοικειωθούν οι φοιτητές με τις διαδικασίες σύστασης μιας επιχείρησης
- Να εξοικειωθούν με χρήσιμα εργαλεία πληροφόρησης σχετικά με τη διαδικασία αυτή
- Να μπορούν να επιλέγουν μεταξύ εναλλακτικών νομικών μορφών επιχείρησης



Καινοτομία



Ετυμολογία:

καινοτομώ < αρχαία ελληνική
καινοτομέω/καινοτομῶ < καινοτόμος
< καινός + τέμνω

Έννοια: δημιουργώ, προτείνω ή
εισάγω κάτι το πρωτοποριακό,
τελείως καινούριο ή ριζικά
διαφορετικό από αυτά που υπήρχαν
παλιότερα, κάτι που αποτελεί τομή
σε σχέση με το παρελθόν

Καινοτομία

Διάφοροι ορισμοί:

- Η βιομηχανική καινοτομία περιλαμβάνει τεχνικό σχεδιασμό, κατασκευή, διοικητικές και εμπορικές δραστηριότητες που σχετίζονται με το μάρκετινγκ λίγων (ή βελτιωμένων) προϊόντων ή με την πρώτη εμπορική χρήση μιας νέας (ή βελτιωμένης) διαδικασίας ή εξοπλισμού (Freeman, 1982)
- Καινοτομία είναι το ειδικό εργαλείο των επιχειρηματιών, μέσω του οποίου εκμεταλλεύονται την αλλαγή σαν μια ευκαιρία για μια διαφορετική δραστηριότητα ή υπηρεσία. Είναι δυνατό να παρουσιαστεί σαν μια πειθαρχία, είναι δυνατό να μαθευτεί, είναι δυνατό να εξασκηθεί (Drucker, 1985)
- Οι εταιρείες αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω ενεργειών καινοτομίας. Προσεγγίζουν την καινοτομία στην ευρύτερή της έννοια, η οποία περιλαμβάνει τις νέες τεχνολογίες και νέους τρόπους για να κάνουμε πράγματα (Porter, 1990)
- Ανάπτυξη και εφαρμογή νέων ιδεών από τους ανθρώπους που εμπλέκονται κατά τη διάρκεια του χρόνου σε συναλλαγές με άλλους στο πλαίσιο μιας θεσμικής λειτουργίας (Poole and Van de Ven, 1989)
- Μια διαδικασία που ξεκινά με την εφεύρεση και ύστερα από την ανάπτυξή της καταλήγει στην εισαγωγή ενός νέου προϊόντος, υπηρεσίας ή διαδικασίας στην αγορά (Acs and Audretsch, 1990)
- Καινοτομία δε σημαίνει μόνο την εμπορευματοποίηση ενός σημαντικού πλεονεκτήματος στο ανώτατο επίπεδο τεχνικής (ριζική καινοτομία), αλλά συμπεριλαμβάνει επίσης και την εκμετάλλευση ακόμη και μικρής-κλίμακας αλλαγών στο τεχνολογικό know-how (μια βελτίωση ή σταδιακή καινοτομία) (Gardiner, 1985)

Καινοτομία

Ο πρώτος ορισμός της καινοτομίας από τον Schumpeter (1934) :

- «Εισαγωγή στην αγορά ενός τεχνολογικά νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος ή η εφαρμογή μιας τεχνολογικά νέας ή σημαντικά βελτιωμένης παραγωγικής διαδικασίας, που ανταποκρίνεται επιτυχώς στη ζήτηση της αγοράς».



Joseph Alois Schumpeter (1883 – 1950)
*Αυστρο-αμερικανός οικονομολόγος και
πολιτικός επιστήμονας*

Ιστορίες καινοτομίας

- Από την αποτυχία στην επιτυχία... η περίπτωση του post-it της 3M



<https://www.sansimera.gr/articles/506>



Ιστορίες καινοτομίας

- ... 25 «κατά λάθος» καινοτομίες που άλλαξαν τον κόσμο



1. Πενικιλίνη
2. Ανοξείδωτο ατσάλι
3. Αναισθησία
4. Δυναμίτης (ασφαλείας)
5. Corn flakes
6. Γυαλί ασφαλείας
7. Ακτίνες Χ
8. Velcro
9. Κόλλα στιγμής
10. Πλαστελίνη
11. Σπιράλ (παιχνίδι)
12. Φούρνος μικροκυμάτων
13. Post-it
14. Βηματοδότης
15. Συνθετικό ύφασμα
16. Ραδιενέργεια
17. Πλαστικό
18. Ελαστικά αυτοκινήτων
19. Αντικολητικό τηγάνι
20. Χωνάκια παγωτού
21. Παγωτό ξυλάκι
22. Coca cola
23. Κυματιστά πατατάκια
24. Smartdust
25. Ζαχαρίνη

Video URL: https://www.youtube.com/watch?v=pf_Qv3q0M_c

Καινοτομία vs Εφεύρεση

- Η εφεύρεση είναι μια ανακάλυψη και η καινοτομία μια πραγμάτωση (Florida, 1990)
- Η εφεύρεση είναι η δημιουργική πηγή των νέων διαδικασιών και η πηγή που καθιστά εφικτή την καινοτομία (Hindle and Lubar, 1986)
- ... η καινοτομία θεωρείται ως η ευτυχής κατάληξη του ταξιδιού της εμπορευματοποίησης μιας εφεύρεσης

WORLDS **BEST** 10 INVENTIONS



of all Times



Καινοτομία ή Εφεύρεση;

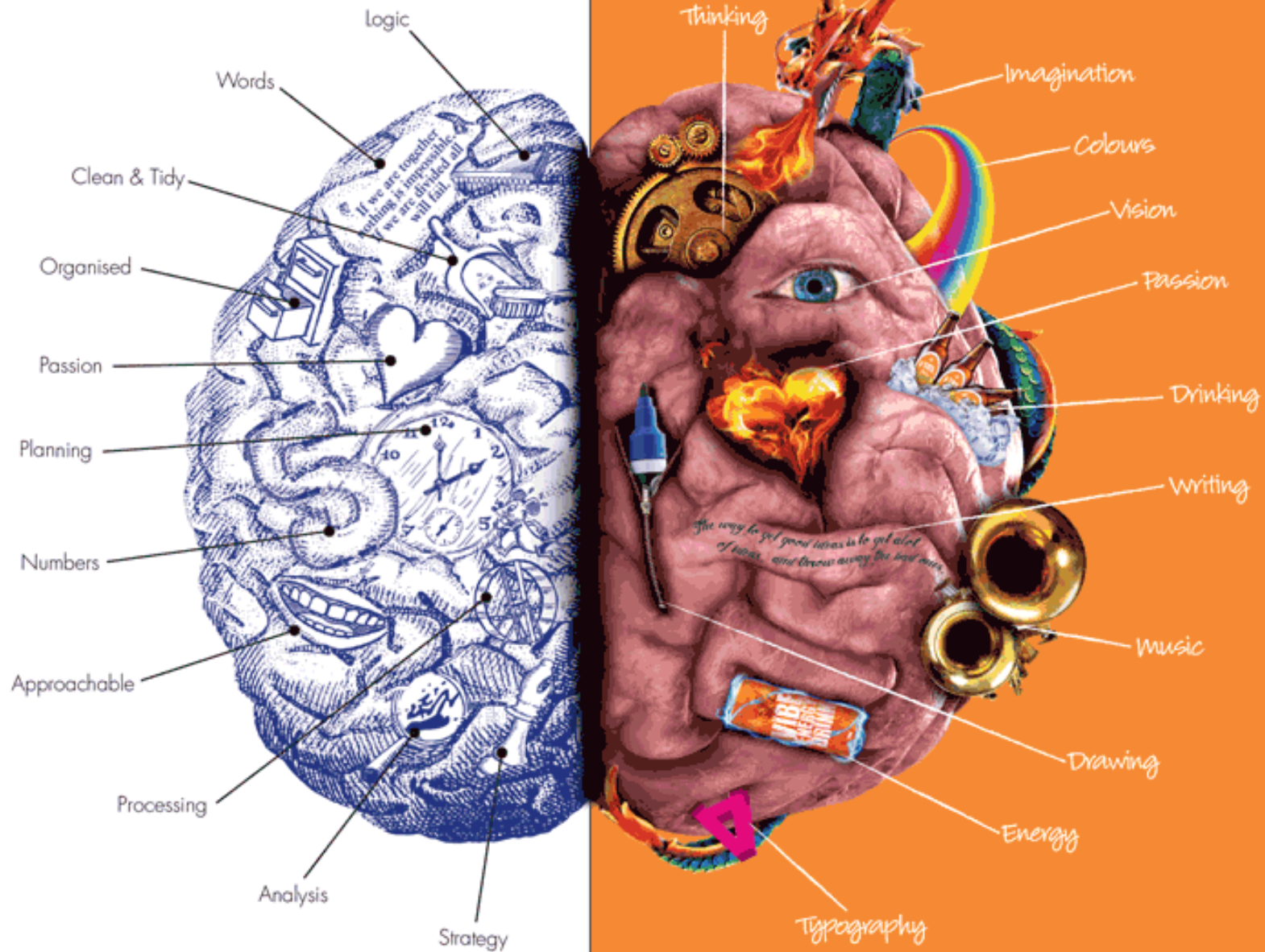
1. Σαπούνι vs κρεμοσαπυνοδοχείο
2. Ατσάλι vs λεπίδες ξυρίσματος
3. Ρολόι vs τροχός
4. Έμβολο vs κινητήρας
5. Ανελκυστήρας vs τροχαλία
6. Τροχός vs αυτοκίνητο
7. Λάμπα vs δημοτικός φωτισμός
8. Ανακύκλωση γοπών vs τσιγάρα

Καινοτομία vs Δημιουργικότητα

Δημιουργικότητα:

- «κοιτώντας ό,τι όλοι μπορούν να δουν και κάνοντας σκέψεις που κανείς δεν είχε ξανακάνει πριν» (Scentzgeorgi)
- Η δημιουργικότητα είναι σκέψη. Απλά τυγχάνει να είναι η σκέψη που οδηγεί σε σπουδαία αποτελέσματα (Amabile, 1996)
- Η δημιουργικότητα είναι η συνολική διαδικασία από την οποία οι ιδέες γεννώνται, αναπτύσσονται και μεταμορφώνονται σε αξία (Kao, 1996)
- Η δημιουργικότητα είναι να σκέφτεται κάποιος νέα πράγματα. Η καινοτομία είναι να κάνει κάποιος νέα πράγματα» (Levitt, 1963)

We use both sides



Μορφές καινοτομίας

... κατηγοριοποίηση με βάση το αντικείμενο στο οποίο αναφέρεται

- **καινοτομία προϊόντος**, όπου ένα νέο (ή σημαντικά αναβαθμισμένο) προϊόν το οποίο είναι τεχνολογικά διαφορετικό από τα υπάρχοντα εισέρχεται στην αγορά. Η κατασκευή του προϊόντος αυτού μπορεί να στηρίζεται σε νέα γνώση ή σε νέο συνδυασμό υπάρχοντων τεχνολογιών (αντίστοιχα για υπηρεσίες)
Παραδείγματα: φούρνος μικροκυμάτων, computers, κινητά τηλέφωνα, στυλό διαρκείας, ξυραφάκια μιας χρήσης
- **καινοτομία διαδικασίας**, όπου μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) διαδικασία παραγωγής ή διανομής ενός προϊόντος χρησιμοποιείται εμπορικά. Τα προϊόντα αυτά είτε δεν θα μπορούσαν να παραχθούν ή να διανεμηθούν με τις προηγούμενες διαδικασίες παραγωγής, είτε η παραγωγή και η διανομή τους θα ήταν περιορισμένη (ανεπαρκής για την αγορά).
Παραδείγματα: fast food, αεροπορικά ταξίδια χαμηλού κόστους, γραμμές συναρμολόγησης, εφαρμογές λογισμικού, tracking system

Μορφές καινοτομίας

... κατηγοριοποίηση με βάση τον τομέα στον οποίο εφαρμόζεται

- **εμπορική καινοτομία** (marketing innovation) όπου εφαρμόζεται μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) μέθοδος μάρκετινγκ από μια επιχείρηση. Η νέα αυτή μέθοδος μπορεί να αναπτυχθεί από την εταιρεία ή να υιοθετηθεί από άλλες και αφορά στο σχεδιασμό του προϊόντος, στη συσκευασία του, στην αποθήκευση και στη διανομή του, στη διαφήμισή του και στην τιμολόγησή του.
Παράδειγμα: νέα συσκευασία, νέα πρακτική logistics
- **οργανωσιακή καινοτομία** (organizational innovation) όπου μια επιχείρηση εφαρμόζει μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) μέθοδο οργάνωσης της εμπορικής της πρακτικής, της εργασίας και των αρμοδιοτήτων στο εσωτερικό της, όπως και στις σχέσεις της με εξωτερικούς οργανισμούς ή επιχειρήσεις. Βασική προϋπόθεση είναι η νέα μέθοδος οργάνωσης να μην είναι περιστασιακή, αλλά να εντάσσεται στη στρατηγική της επιχείρησης.
Παράδειγμα: νέο business model, kaizen teams/κύκλοι ποιότητας

Μορφές καινοτομίας

... κατηγοριοποίηση με βάση την ένταση και το εύρος της καινοτομίας (Cooper, 1998)

- Οι ριζοσπαστικές (ριζικές) καινοτομίες εισάγουν καινούργιες έννοιες που αποκλίνουν σημαντικά από τις πρακτικές του παρελθόντος και συμβάλλουν στη δημιουργία προϊόντων και υπηρεσιών που βασίζονται σε διαφορετικές μηχανικές ή επιστημονικές αρχές και συχνά εγκαινιάζουν καινούργιες αγορές και πιθανές εφαρμογές. Επίσης, παρέχουν «μία καινούργια λειτουργική δυνατότητα η οποία αποτελεί ασυνέχεια στις εκάστοτε τρέχουσες τεχνολογικές δυνατότητες». Παραδείγματα: ηλεκτρικός λαμπτήρας, Η/Υ, στυλό διαρκείας
- Οι επαυξητικές (βελτιωτικές, σταδιακές, οριακές) καινοτομίες εξετάζουν τις δυνατότητες των καθιερωμένων σχεδίων και συχνά ενισχύουν την κυριαρχία των ήδη υπάρχοντων επιχειρήσεων. Επίσης, βελτιώνουν τις τρέχουσες λειτουργικές δυνατότητες μίας τεχνολογίας μέσω βελτιώσεων μικρής κλίμακας επί της αξίας της τεχνολογίας, προσθέτοντας ιδιοχαρακτηριστικά όπως η απόδοση, η ασφάλεια, η ποιότητα και το κόστος, χωρίς όμως να αλλάζουν την τεχνολογία ή το μοντέλο από τα οποία αντλείται αξία από την αγορά. Παράδειγμα: αυτοκινητοβιομηχανία
- Ημι-ριζοσπαστικές: κάτι ενδιάμεσο... νέοι συνδυασμοί που επιφέρουν αλλαγή ή στην τεχνολογία ή στο μοντέλο, όχι και στα δύο. Παράδειγμα: i-products της Apple

Μορφές καινοτομίας

... κατηγοριοποίηση με βάση την ένταση και το εύρος της καινοτομίας (Cooper, 1998)

- Οι **αρχιτεκτονικές καινοτομίες** εξυπηρετούν τη διεύρυνση της ταξινόμησης των καινοτομιών σε ριζοσπαστικές και επαυξητικές εισάγοντας την έννοια των αλλαγών στον τρόπο με τον οποίο ενώνονται μεταξύ τους τα συστατικά στοιχεία ενός προϊόντος ή συστήματος.
Παράδειγμα: ο ημιαγωγός για τους Η/Υ
- Οι καινοτομίες **επόμενης γενιάς** είναι επαυξητικές καινοτομίες που οδηγούν στη δημιουργία ενός νέου συστήματος που όμως δεν παρουσιάζει ριζοσπαστικές αλλαγές
Παράδειγμα: 4G δίκτυο

Μορφές καινοτομίας

... κατηγοριοποίηση με βάση τη διαδικασία

- **Εξελικτικές καινοτομίες**, κατά τις οποίες οι αλλαγές φαίνεται να ακολουθούν μία διαδικασία «φυσικής επιλογής» (οι τεχνικές βελτιώσεις είναι αποτέλεσμα της «επιβίωσης του καταλληλότερου»)
Παράδειγμα: κασέτα, δισκέτα, CD, usb flash, cloud
- **Επαναστατικές καινοτομίες**, κατά τις οποίες οι αλλαγές εμφανίζονται ως διακοπή ή μη συνεχόμενη αλλαγή στην πορεία της τεχνολογίας. Αυτές οι δύο προσεγγίσεις των καινοτομιών, ωστόσο, δεν αποκλείουν η μία την ύπαρξη της άλλης.
Παράδειγμα: έγχρωμη τηλεόραση

... άλλες κατηγοριοποιήσεις

- γεωγραφικές περιφέρειες (Evangelista et.al. 2001)
- κριτηρίων λήψης αποφάσεων (Rogers, 1995)
- ανατρεπτικές / μη ανατρεπτικές καινοτομίες (Christensen, 1997)
- συνεχείς / ασυνεχείς καινοτομίες (Anderson and Tushman, 1990)

Νέες μορφές καινοτομίας

- Πράσινη (green innovation)
- Κοινωνική (social innovation)
- Έξυπνη (smart innovation)
- Ανοικτή (open innovation)

Πράσινη καινοτομία

Η πράσινη καινοτομία (green innovation) αποτελεί μια ειδική μορφή καινοτομίας που αναπτύσσεται με απώτερο σκοπό την παραγωγή φιλικών προς το περιβάλλον (πράσινων) προϊόντων ή υπηρεσιών.



Κοινωνική καινοτομία

Η κοινωνική καινοτομία ξεκινά από την αντιμετώπιση κοινωνικών ζητημάτων όπως η ανεργία, η φτώχεια, ο κοινωνικός αποκλεισμός ομάδων, η απειλή της κοινωνικής συνοχής, η προστασία του περιβάλλοντος, η υγεία και η εκπαίδευση με σκοπό τη δημιουργία κοινωνικής αντί ατομικής αξίας.



Έξυπνη καινοτομία

Η έξυπνη καινοτομία αναφέρεται στην εξεύρεση έξυπνων λύσεων για το μέλλον σε επίπεδο ατομικό, οικιακό, αστικού περιβάλλοντος.



Ανοικτή καινοτομία

Η ανοικτή καινοτομία αναφέρεται στο «άνοιγμα» των επιχειρήσεων στους πελάτες, τους προμηθευτές, τους εργαζόμενους κ.α. προκειμένου να γεννηθούν νέες ιδέες προς εμπορευματοποίηση.



Είδος Καινοτομίας	Ριζοσπαστική	Βελτιωτική	Προϊόντος	Διαδικασίας	Εμπορική	Οργανωσιακή
Stevia αντί ζάχαρης στη Βιομηχανία τροφίμων						
ΚΒαντικοί Η/Υ						
Υιοθέτηση ISO						
Cloud computing						
Υδροπονία στην αγροτική παραγωγή						
Καλωδιακή τηλεόραση						
Χρήση GPS στα αυτοκίνητα						
Βιοδιασπώμενες τσάντες S/M						

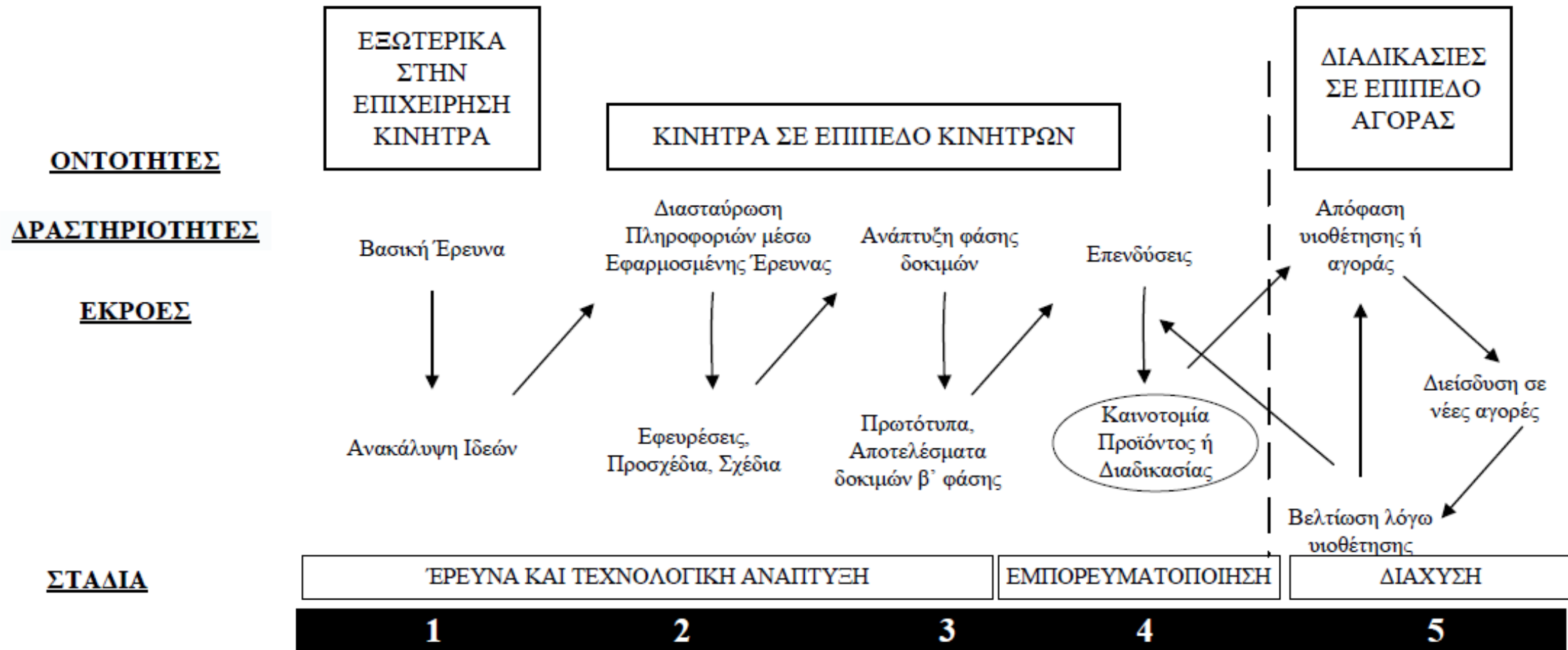
Σημασία καινοτομίας

«Δείξτε μας επιτέλους τι είναι αυτή η καινοτομία και πώς να την κάνουμε...»

γιατί η καινοτομία είναι τόσο σημαντική για τις επιχειρήσεις;

- «Η επιχείρηση έχει μόνο δύο δραστηριότητες, καινοτομία και μάρκετινγκ» (Drucker)
- «Η καινοτομία είναι αυτό που ξεχωρίζει τον πρωτοπόρο από τον ουραγό» (Steve Jobs)

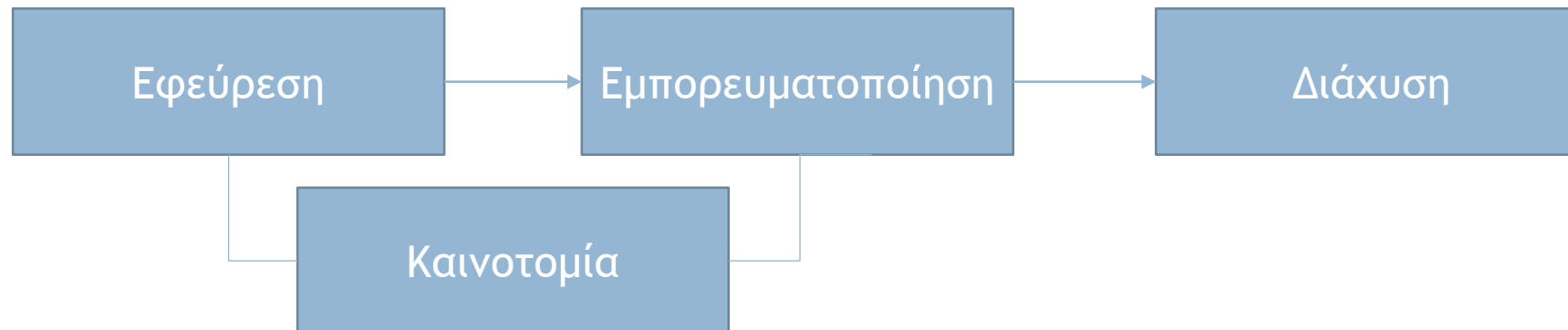
Διαδικασία καινοτομίας



Η τριλογία του Schumpeter

- **Εφεύρεση:** Δημιουργία μιας ιδέας για να κάνεις ή να φτιαξεις κάτι (η κερδοφορία δεν έχει επιβεβαιωθεί ακόμα)
- **Καινοτομία:** Νέο προϊόν/διαδικασία που έχει εμπορική αξία δηλ. επιτυχής ανάπτυξη εφευρέσεων
- **Διάχυση:** η διάδοση μιας νέας εφεύρεσης/καινοτομίας σε ολόκληρη την κοινωνία ή τουλάχιστον σε ένα κομμάτι της

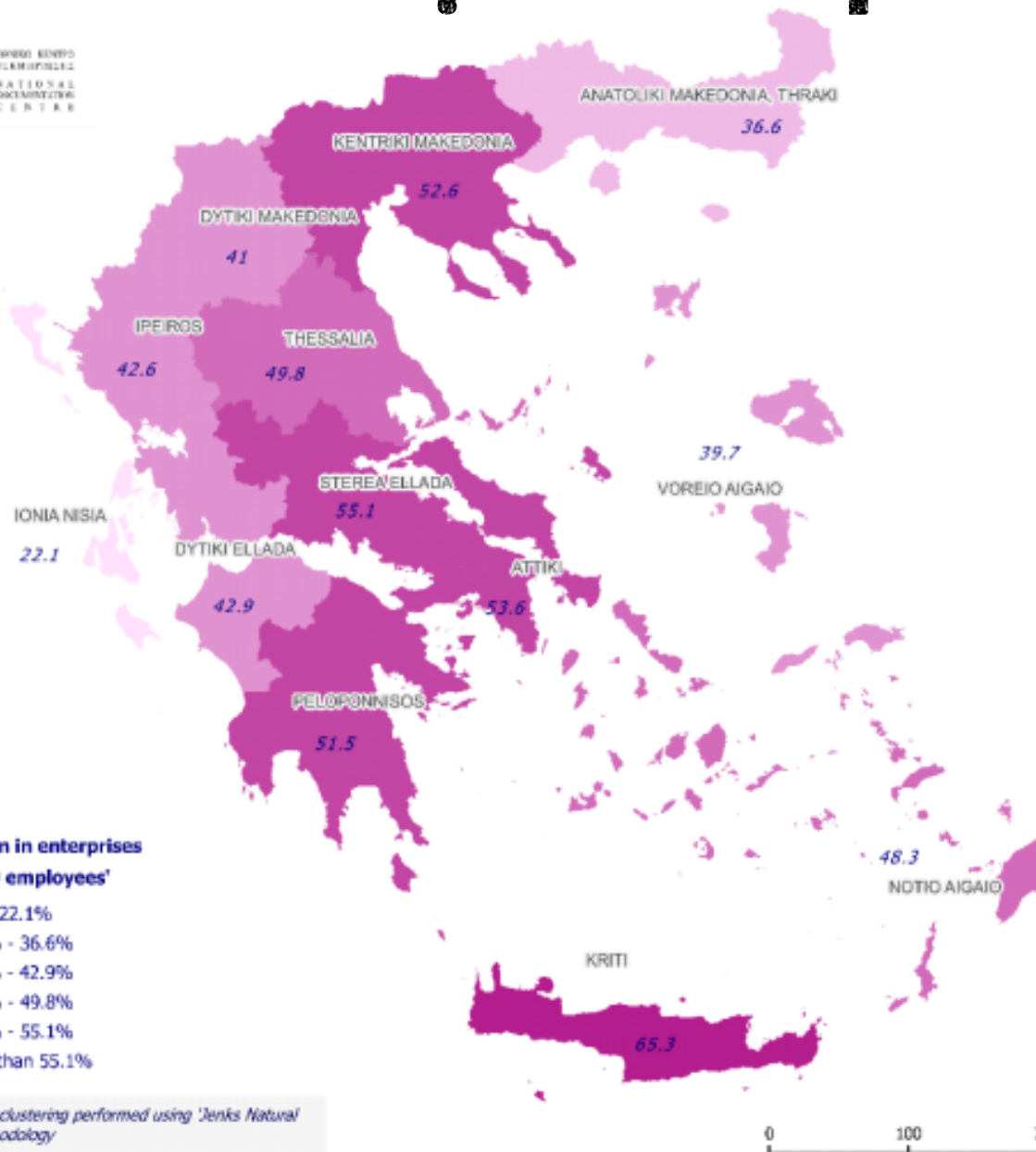
Χωρίς την διάχυση η καινοτομία δεν μπορεί ν' αποδώσει το σύνολο των πλεονεκτημάτων της



Καινοτομία στην Ελλάδα

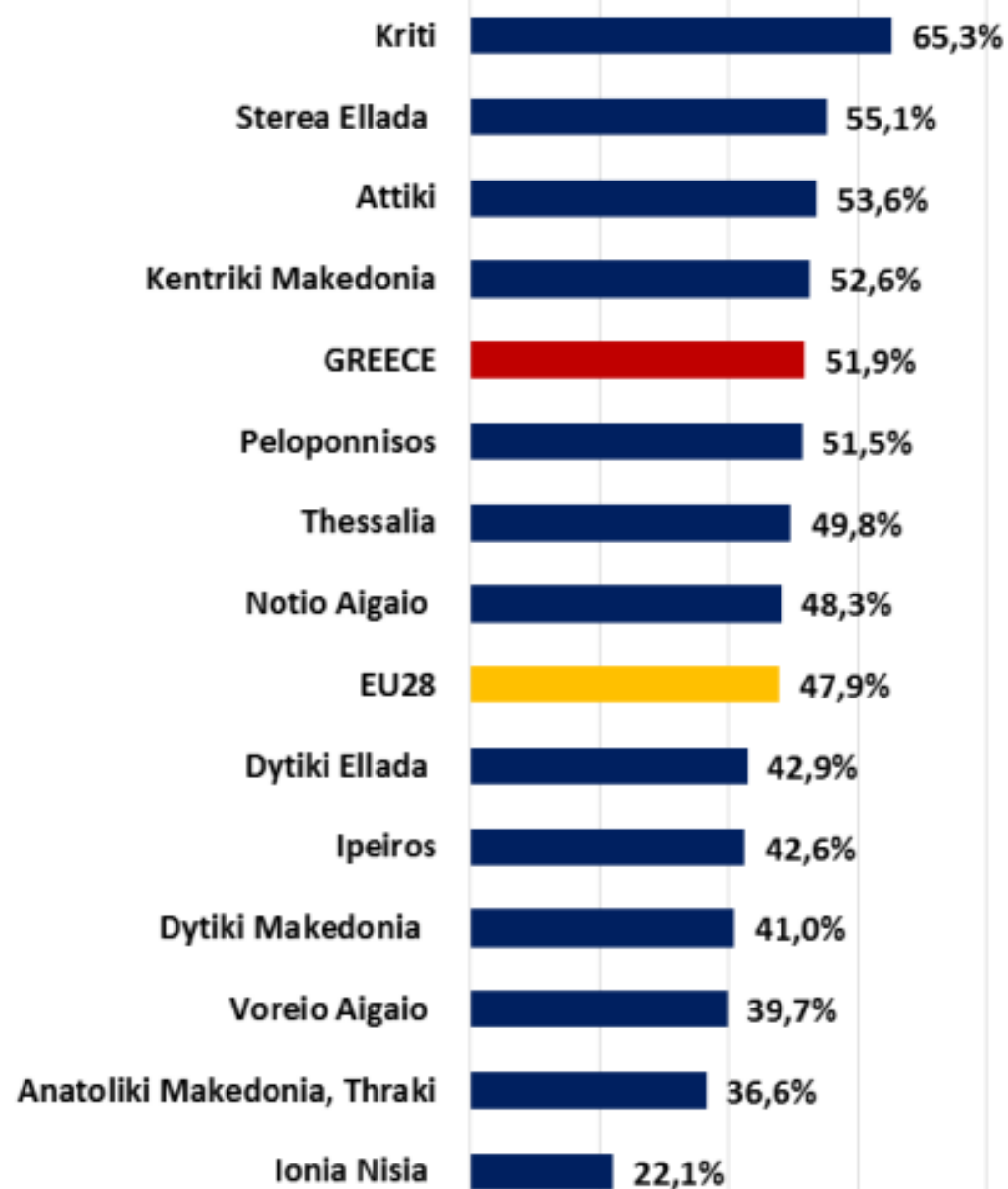


ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ
ΕΡΕΥΝΑΣ
ΕΚΤΑΚΤΩΝ
ΜΕΤΡΩΝ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ
ΕΝΩΣΗΣ
NATIONAL
DEVELOPMENT
CENTRE



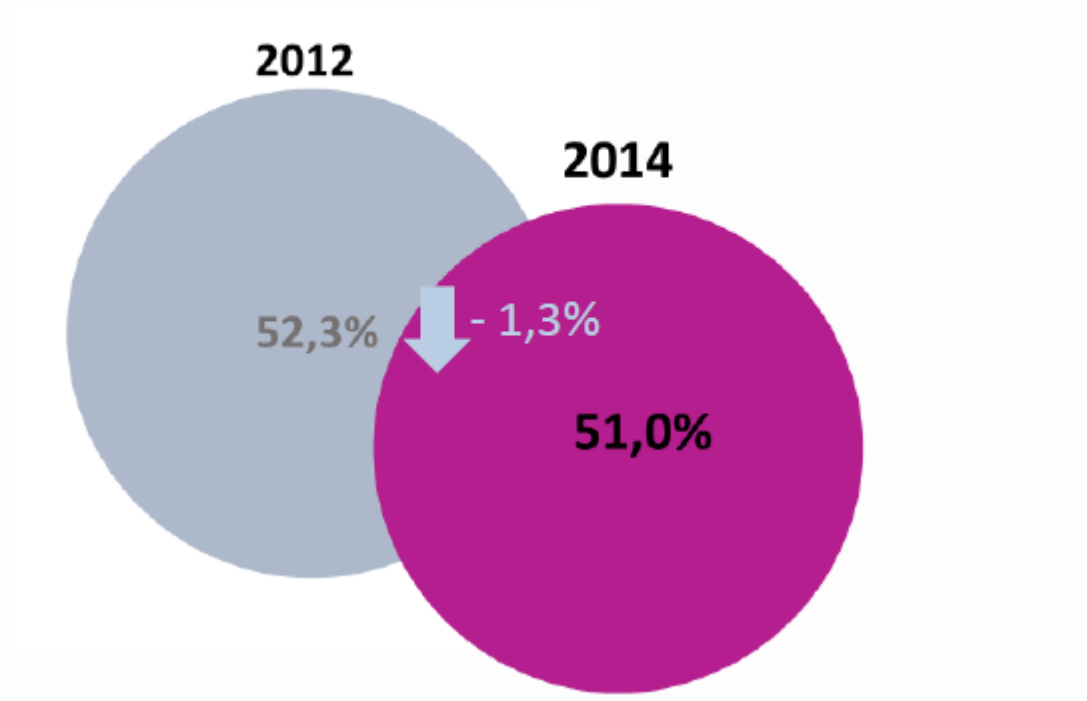
% of total enterprises with <250 empl.

0,0% 20,0% 40,0% 60,0% 80,0% 100,0%



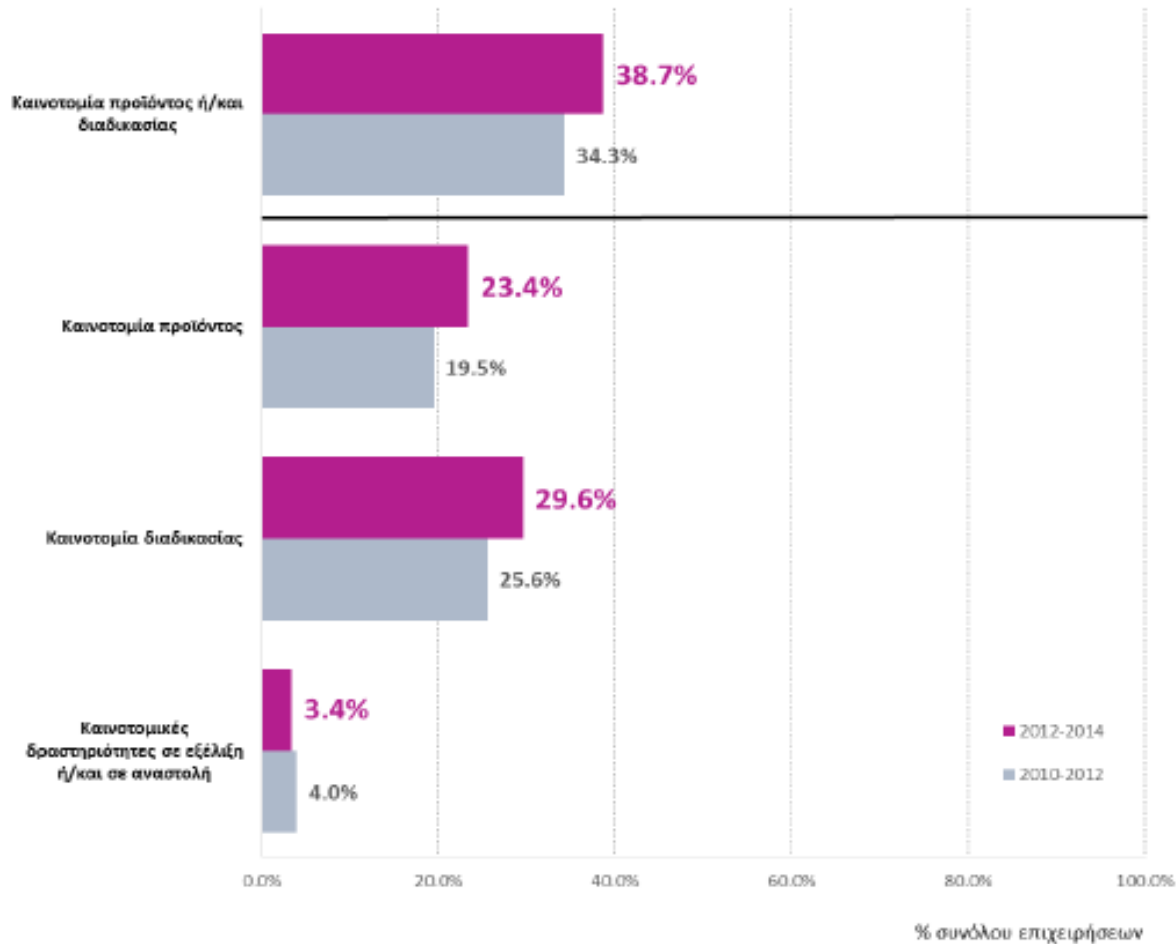
Καινοτομία στην Ελλάδα

Ποσοστό (%) καινοτόμων ελληνικών επιχειρήσεων

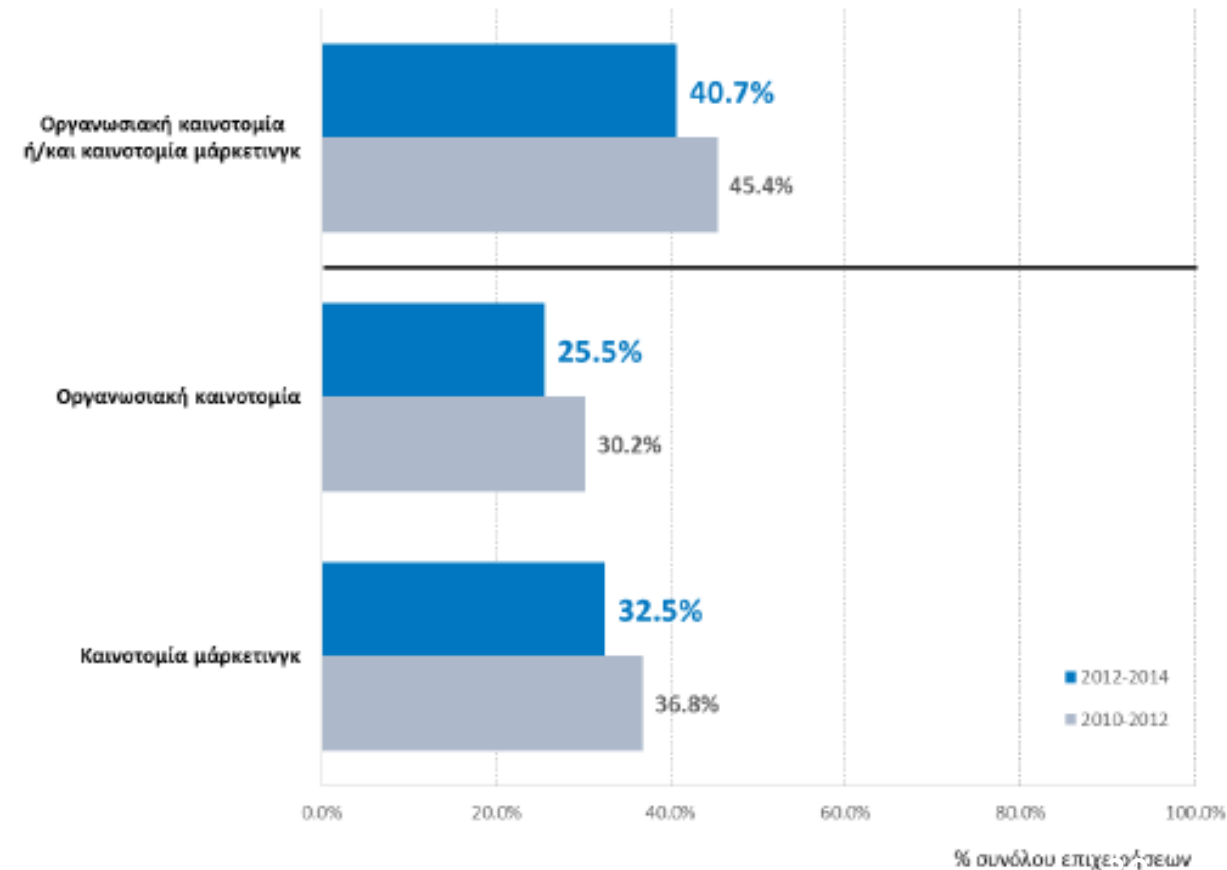


Καινοτομία στην Ελλάδα

Καινοτομία προϊόντος ή/και διαδικασίας

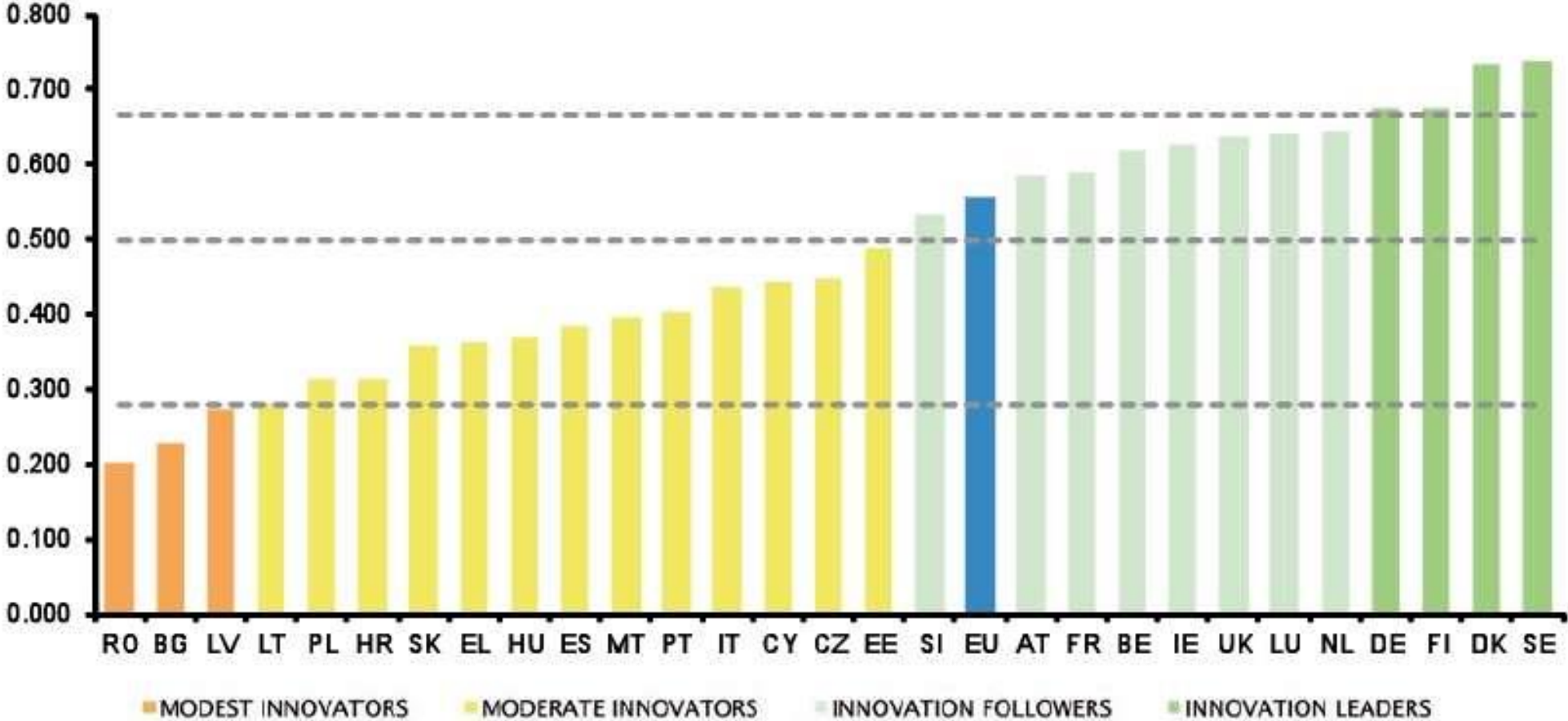


Καινοτομία οργάνωσης ή/και μάρκετινγκ



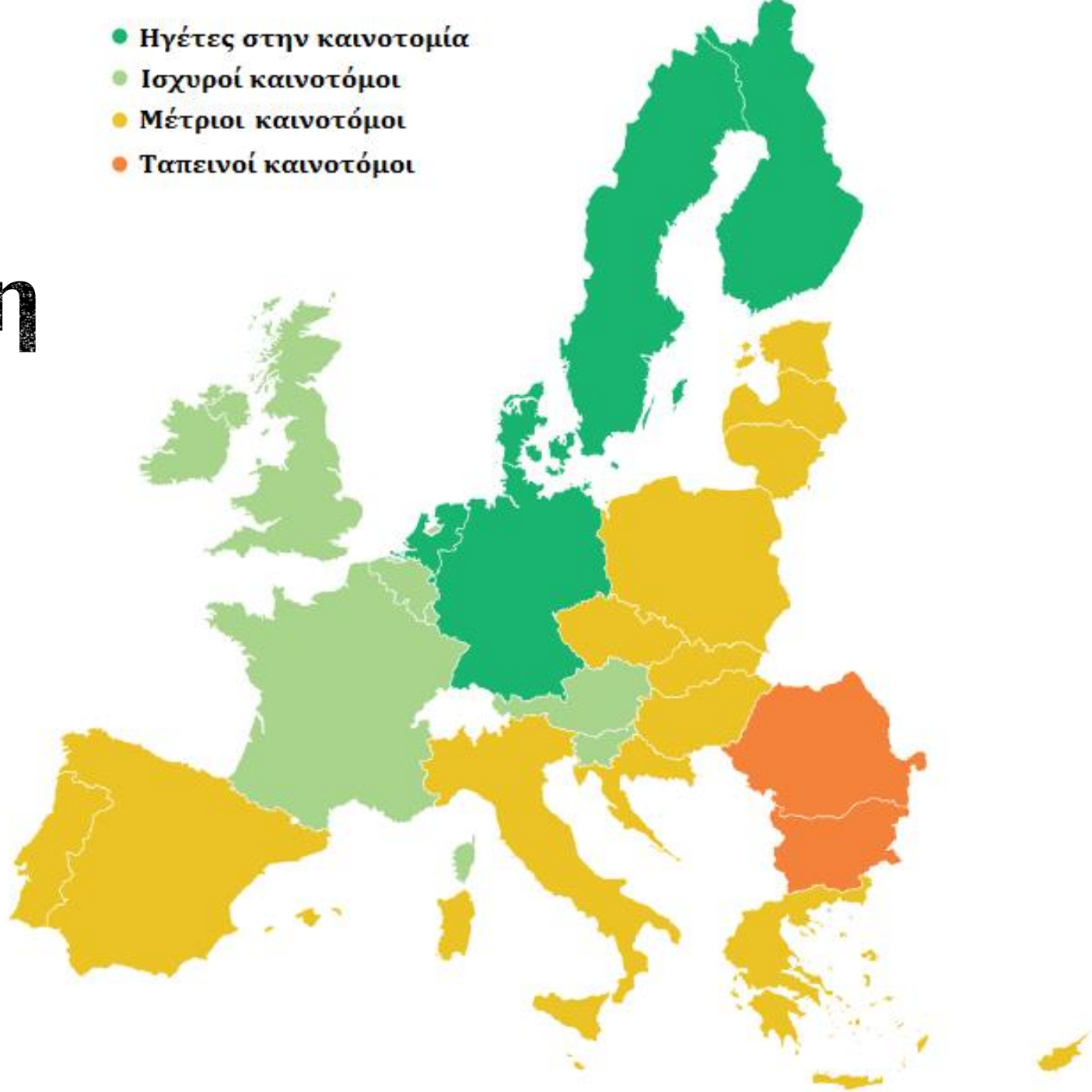
Καινοτομία στην Ευρώπη

EU Member States' innovation performance



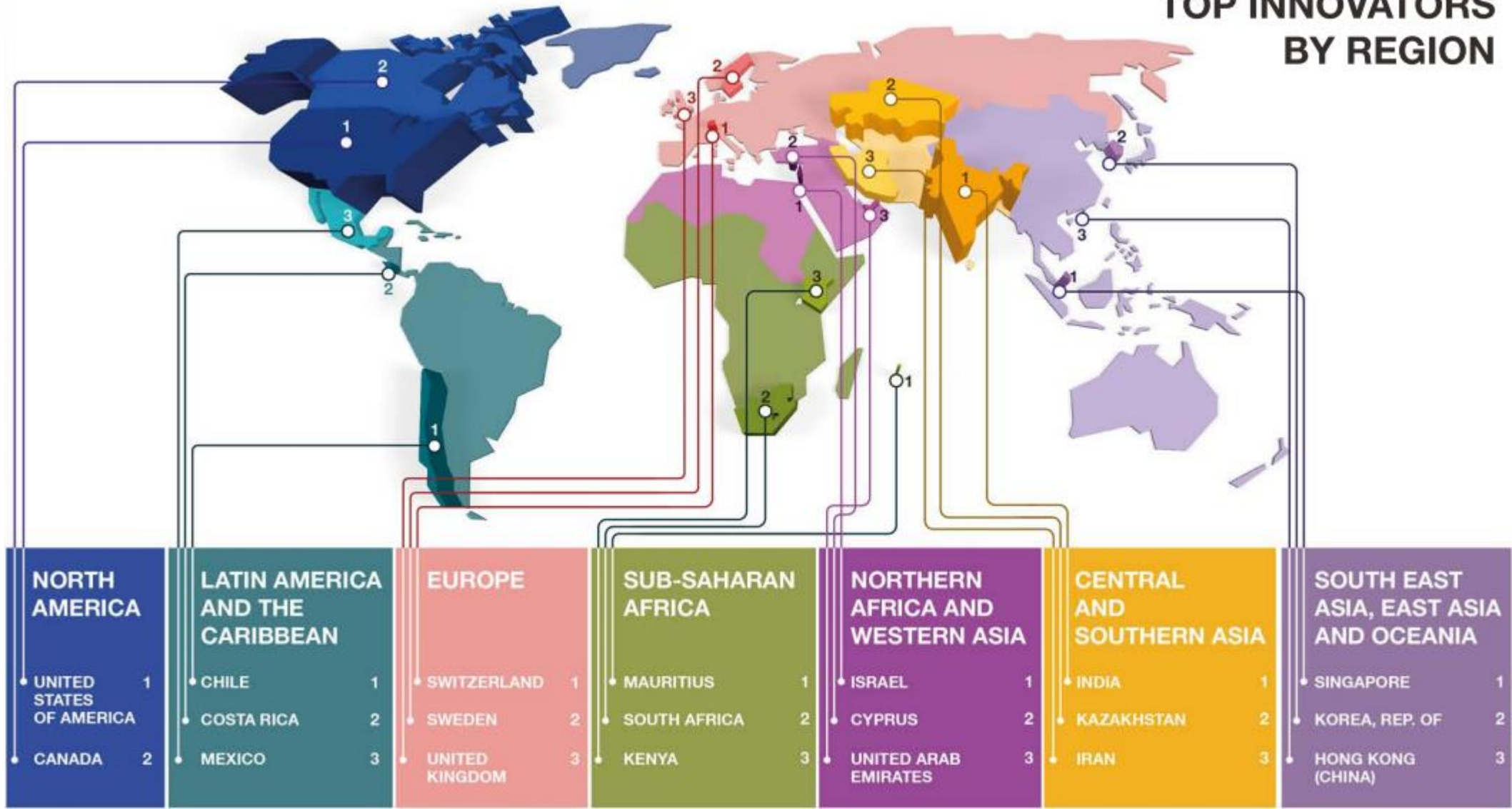
Καινοτομία στην Ευρώπη

- Ηγέτες στην καινοτομία
- Ισχυροί καινοτόμοι
- Μέτριοι καινοτόμοι
- Ταπεινοί καινοτόμοι



Καινοτομία: παγκόσμια τάση

TOP INNOVATORS BY REGION





Μελέτες Περιπτώσεων



Transifex

- Πρόκειται για μια πλατφόρμα μεταφράσεων που απευθύνεται σε εταιρείες πληροφορικής. Χάρη στο Transifex, οι εταιρείες μπορούν να διαχειριστούν περίπλοκα έργα λογισμικού σε δεκάδες γλώσσες και να έρθουν σε επαφή με μεταφραστές που ενδιαφέρονται να συμμετάσχουν στη μετάφραση. Ξεκινώντας ως μια πλατφόρμα για τη μετάφραση στον κόσμο του ανοικτού κώδικα, το Transifex μεγάλωσε σε μια κορυφαία παγκόσμια πλατφόρμα μετάφρασης για τα προϊόντα λογισμικού.
- Η εταιρεία εξελίχθηκε κερδοφόρα σε μόλις έξι μήνες μετά την ίδρυσή της και πλέον έχει γραφεία σε Ελλάδα και Η.Π.Α., έχοντας πελάτες σε περισσότερες από 30 χώρες. Το 2014 δέχθηκε μία σημαντική χρηματοδότηση ύψους 2,5 εκατ. δολ. προκειμένου να αναπτύξει περαιτέρω την τεχνολογία της και τη διείσδυσή της στην αμερικανική αγορά.

Video URL: <https://youtu.be/UFT3pF5rr14>



<https://www.transifex.com>

accusonus

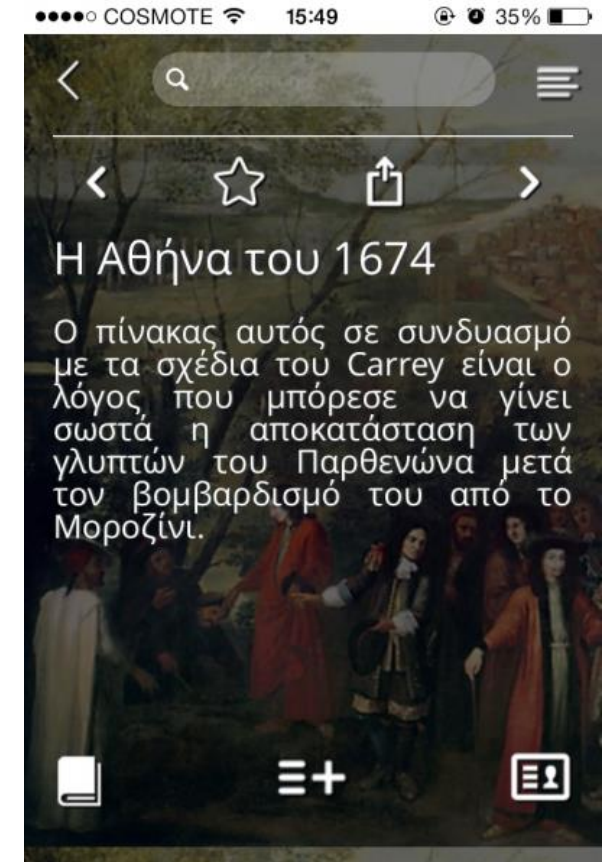
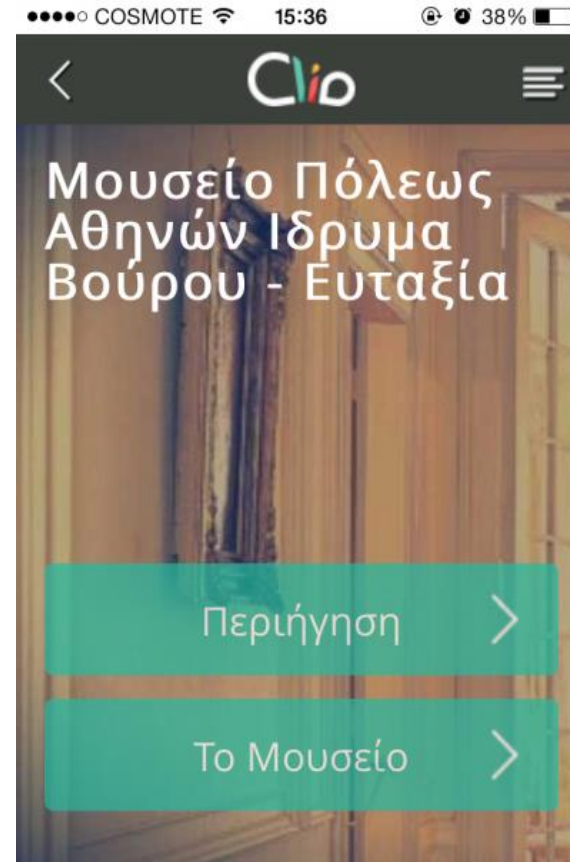
- Ιδρύθηκε το 2012 στην Πάτρα από δύο αποφοίτους του Τμήματος Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Πληροφορικής του Πανεπιστημίου Πατρών. Πρόκειται για μια προσπάθεια εμπορευματοποίησης της πρωτοποριακής έρευνας των ιδρυτών της στην ακουστική τεχνολογία η οποία είχε επίδραση στην παγκόσμια αγορά ψηφιακής τεχνολογίας ήχου και ομιλίας.
- Το 2013 η εταιρεία έγινε Α.Ε. και δέχθηκε χρηματοδότηση από επιχειρηματικό άγγελο, ο οποίος επίσης συμμετείχε στο Διοικητικό Συμβούλιο.
- Το πρώτο προϊόν της εταιρείας drumatom είναι η πρώτη λύση για την εξάλειψη της επικάλυψης ήχου των τυμπάνων και χρησιμοποιείται πλέον από τους κορυφαίους μουσικούς και ηχολήπτες παγκοσμίως.
- Επίσης αναπτύσσει ενσωματωμένο λογισμικό για βελτίωση της ποιότητας σημάτων ομιλίας, στοχεύοντας στην αγορά ηλεκτρονικών ειδών ευρείας κατανάλωσης και ακουστικών βαρηκοΐας.



<http://www.accusonus.com>



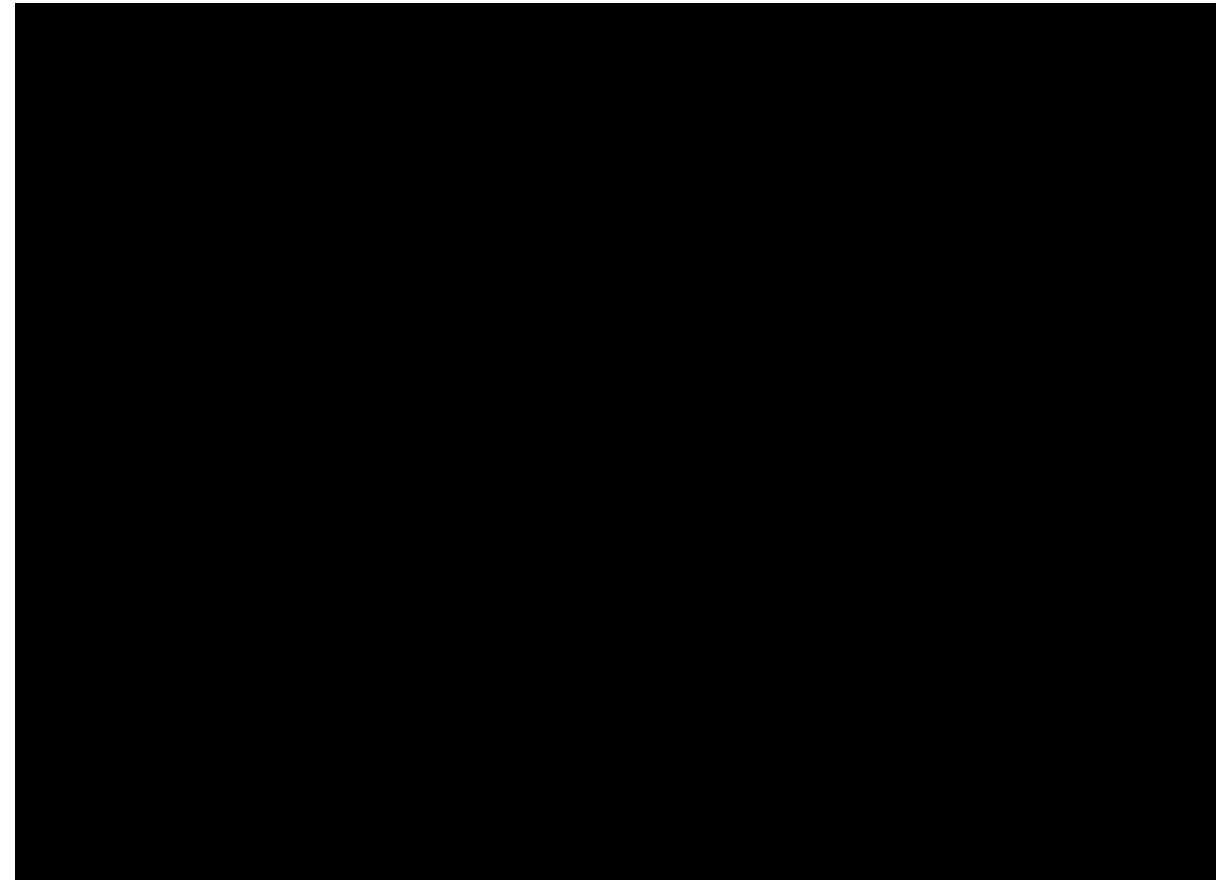
- Η Clio Muse είναι μια πλατφόρμα διασύνδεσης των πολιτιστικών ιδρυμάτων με τους επισκέπτες των εκθέσεών τους. Μοιράζεται μοναδικές ιστορίες για επιλεγμένα εκθέματα, χωρισμένες σε 4 θεματικές ενότητες, με εμφανή τη χρονική διάρκεια κάθε ενότητας. Οι επισκέπτες μπορούν να επιλέξουν για κάθε έκθεμα την ποσότητα της πληροφορίας που θα διαβάσουν, θα δουν ή θα ακούσουν. Να ψηφίσουν τα αγαπημένα τους εκθέματα και τις πιο ενδιαφέρουσες ιστορίες, να παίξουν διαδραστικά παιχνίδια και να μοιραστούν την εμπειρία τους με τους φίλους τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.



<http://cliomuseapp.com>



- Πρόκειται για την πρώτη online πλατφόρμα αναζήτησης και αξιολόγησης επαγγελματιών για το παιδί στην Ελλάδα. Οι γονείς αναζητούν και επικοινωνούν με επαγγελματίες για δημιουργική απασχόληση, φύλαξη, φροντίδα και εκπαίδευση των παιδιών τους - γρήγορα, εύκολα και με ασφάλεια. Βλέπουν αναλυτικά βιογραφικά, διαβάζουν αξιολογήσεις άλλων γονιών και επιλέγουν τον ιδανικό επαγγελματία με την εγγύηση που προσφέρουν τα σύγχρονα ψυχομετρικά εργαλεία της Orientum.
- Ξεκίνησε τη λειτουργία της πριν από 10 μήνες και άμεσα μετατράπηκε σε one stop shop. Σήμερα, αριθμεί πάνω από 8.000 εγγεγραμμένα μέλη γονιών και επαγγελματιών για το παιδί.
- Πρόσφατα ανακοίνωσε νέα χρηματοδότηση ύψους 200.000 ευρώ από angel investors.



Video URL: <https://youtu.be/oDvwNMvKkkU>

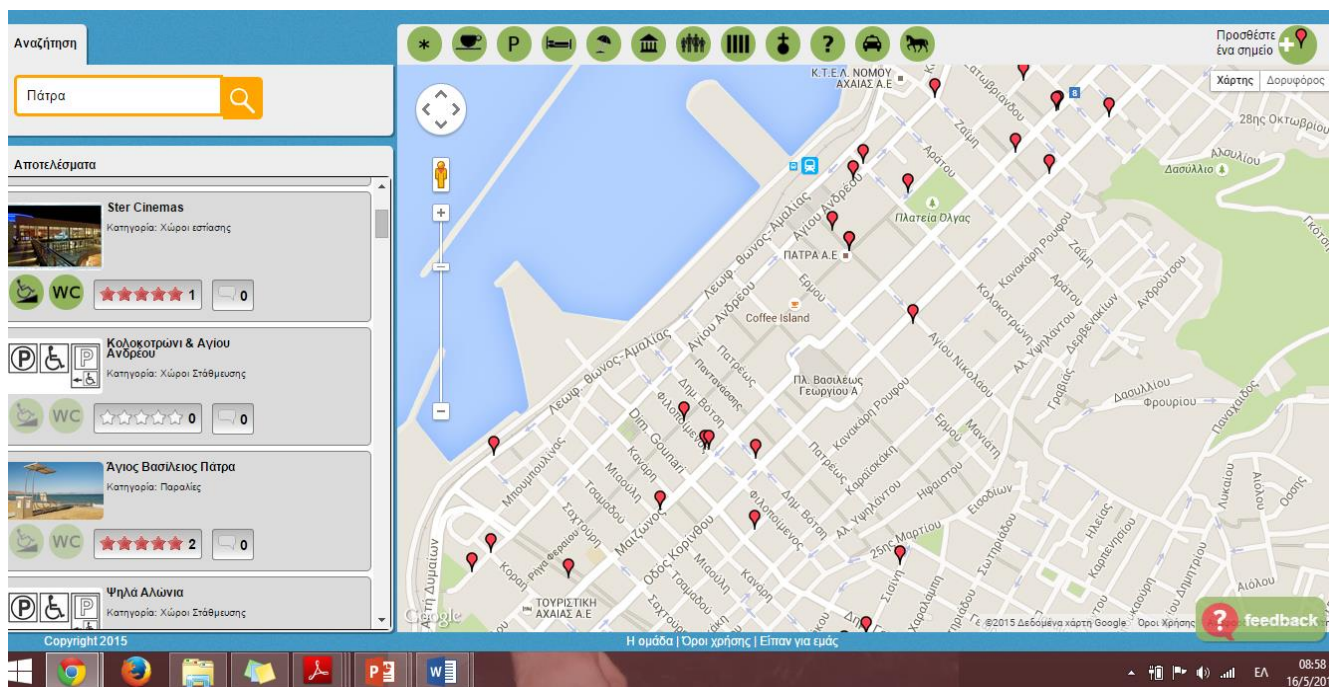
<https://www.nannuka.com>



- Ιδρύθηκε τον Οκτώβριο του 2013 από μία παρέα νέων παιδιών.
- Πρόκειται για μια online διαδικτυακή πλατφόρμα οργανωμένου δικτύου προσβασιμότητας για ΑμεΑ και ατόμων που χρήζουν κυρίως ιατρικής αποθεραπείας μετά από κάποιο σοβαρό ατύχημα. Προσπαθεί να καθιερώσει στη συνείδηση των ανθρώπων ότι η προσβασιμότητα είναι δικαίωμα όλων και όχι φιλανθρωπία.

Η πλατφόρμα είναι προσβάσιμη μέσω Facebook και από έξυπνες συσκευές. Όλοι μπορούν να προσθέτουν Prosvasis σημεία δίνοντας ξανά τη ζωή σε έναν συμπολίτη:

1. Εστιατόρια/Καφέ, προσβάσιμα
2. Ξενοδοχεία με δωμάτια ΑμεΑ
3. Χώροι πολιτισμού, προσβάσιμοι (Μουσεία)
4. Θέσεις παρκαρίσματος για αυτοκίνητα ΑμεΑ
5. Χώροι «περιπάτου» για ΑμεΑ (πεζόδρομοι)
6. Χώροι κινηματογράφων/Θεάτρων
7. Σημεία πρόσβασης σε θάλασσες μέσω του συστήματος SEATRAC



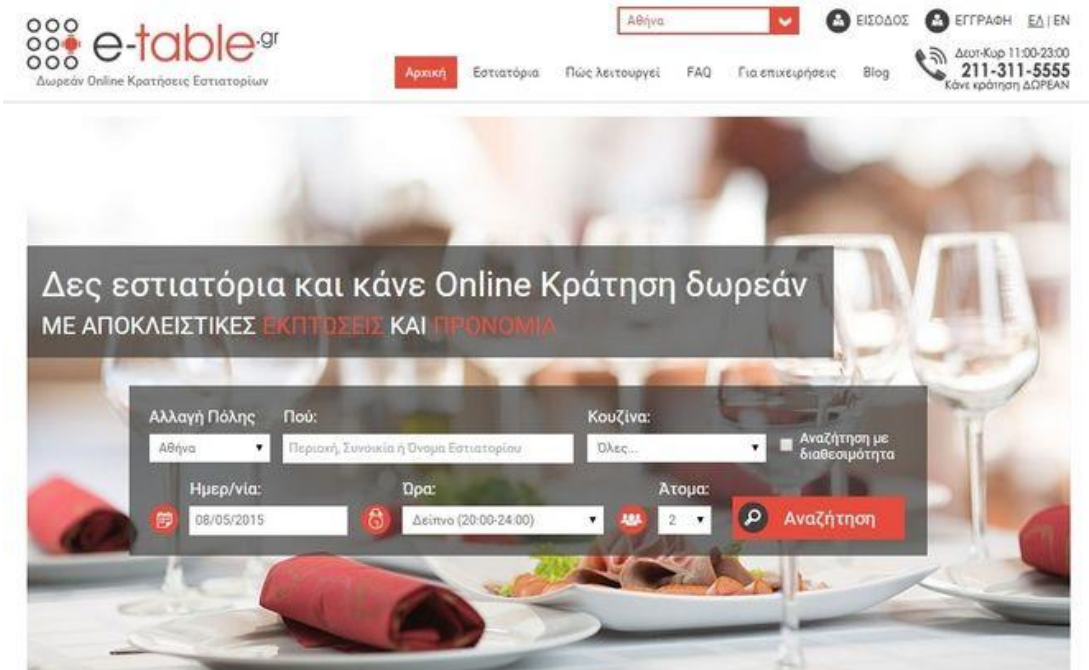
<http://www.prosvasis.co>

- Η καινοτομία Seatrac έχει ως στόχο την υλοποίηση μιας διάταξης που κινείται με ηλιακή ενέργεια και δίνει τη δυνατότητα σε άτομα με κινητικά προβλήματα στα κάτω άκρα να εισέρχονται στη θάλασσα χωρίς τη βοήθεια άλλου ατόμου.
- Ιδρύθηκε το 2012 ως spin-off του Πανεπιστημίου Πατρών και προέκυψε σαν προϊόν έρευνας του Εργαστηρίου Τεχνικής Μηχανικής.
- Το κόστος κατασκευής, συναρμολόγησης, εγκατάστασης και απεγκατάστασης της πλατφόρμας είναι 30.000 ευρώ.

<http://tobeia.gr>

Video URL: <https://youtu.be/WKnYp4ztOmk>

- Το e-table είναι μία ολοκληρωμένη πλατφόρμα δωρεάν ηλεκτρονικών κρατήσεων σε εστιατόρια που ξεκίνησε να υλοποιείται το τέλος του 2013.
- Ο πρώτος γύρος επένδυσης που δέχθηκε η υπηρεσία για το λανσάρισμά της ξεπερνά τις 200.000 ευρώ ενώ προβλέπεται περαιτέρω επέκταση της λειτουργικότητας της πλατφόρμας.
- Υπάρχει μεγάλο περιθώριο για ανάπτυξη και εκτός Ελλάδος, καθώς οι online κρατήσεις σε εστιατόρια στην Ευρώπη φτάνουν το 2% ενώ στις ΗΠΑ το αντίστοιχο ποσοστό φτάνει σε 20%. Σύμφωνα, μάλιστα, με σχετική ανακοίνωση της εταιρείας, αυτή την στιγμή στην ιστοσελίδα υπάρχουν παραπάνω από 150 συμβεβλημένα εστιατόρια σε Αθήνα και επαρχία.



<https://www.e-table.gr/>



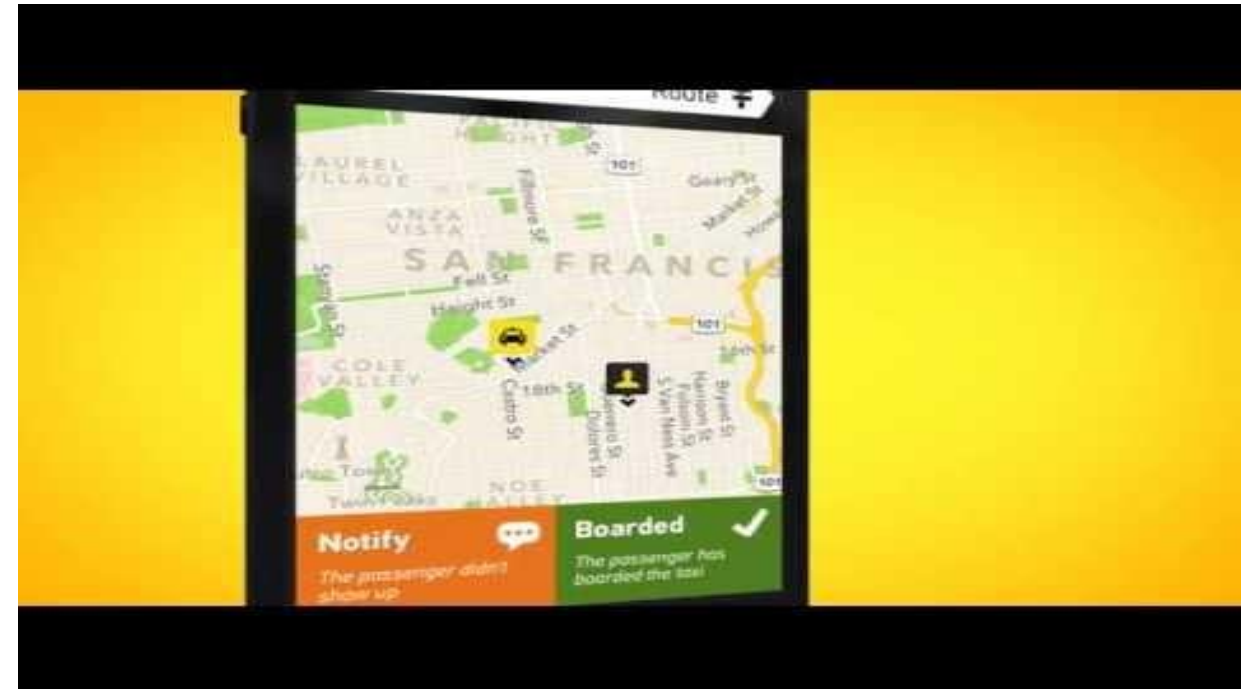
- Το Χωραφάκι είναι μια διαδικτυακή, συμβουλευτική υπηρεσία που βοηθάει κάποιον στα πρώτα και τα επόμενα βήματά του, από την καλλιέργεια, έως την παραγωγή, τη διάθεση, ακόμα και την τυποποίηση και την εξαγωγή των αγροτικών προϊόντων του. Στην τωρινή μορφή του, ο χρήστης του xorafaki.gr επιλέγει την υπηρεσία που του ταιριάζει, συμπληρώνει ηλεκτρονικά ένα επιστημονικό ερωτηματολόγιο, στέλνει δείγμα εδάφους από τη γη του και παίρνει στα χέρια του μια ολοκληρωμένη, εξατομικευμένη οικονομοτεχνική μελέτη.

Video URL: <https://youtu.be/VzFC7GzzrvE>

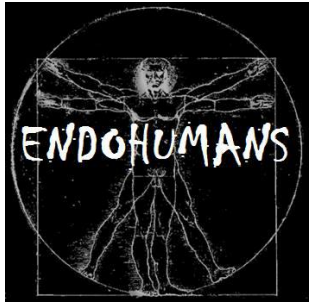


www.xorafaki.gr

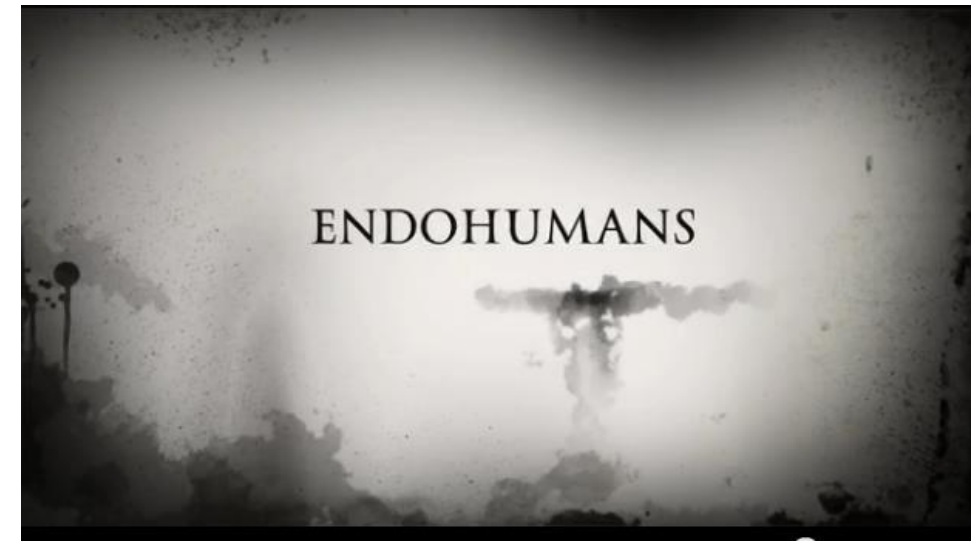
- Το TaxiBeat δημιουργεί μία νέα εμπειρία μετακίνησης στην πόλη, συνδέοντας χιλιάδες επιβάτες με διαθέσιμους επαγγελματίες οδηγούς που βρίσκονται κοντά τους μέσω μιας εφαρμογής για smartphones που βοηθάει τους επιβάτες να βρουν γρήγορα το καλύτερο ταξί για να μετακινηθούν, και τους οδηγούς ταξί να βρίσκουν πελάτες μέσα από ένα δίκαιο σύστημα αμοιβής.
- Το 2013 έλαβε χρηματοδότηση 4 εκατ. δολαρίων από το επενδυτικό κεφάλαιο Hummingbird Ventures του Λονδίνου, ανεβάζοντας τη συν.χρηματοδότηση στα 5,5 εκατ. ευρώ.
- Ο κύκλος εργασιών που πραγματοποιείται μέσω της εφαρμογής ξεπερνά τα 29,3 εκατ. ευρώ ετησίως, ενώ ο ρυθμός ανάπτυξης της υπηρεσίας αγγίζει σε μηνιαία βάση το 18%.



<https://taxibeat.gr>



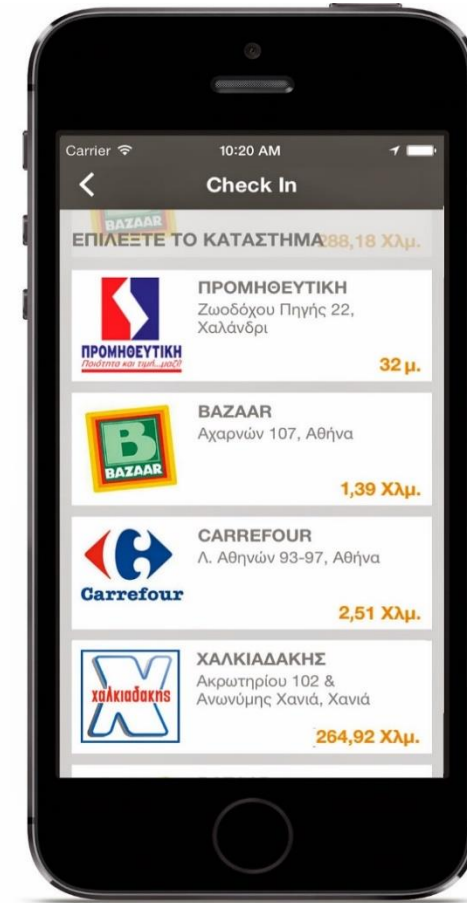
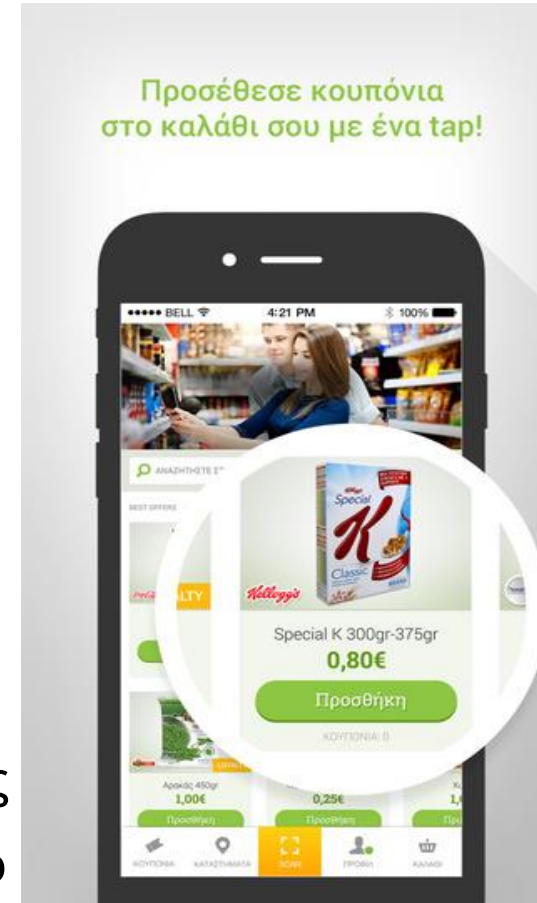
- Πρόκειται για ένα πρωτοποριακό πάντρεμα των fitness tracking applications με τον κόσμο των games δημιουργώντας ένα νέο είδος εφαρμογής “fitness gaming”! Αν και φαινομενικά στην αρχή θα μοιάζει με μια κοινή “fitness tracking” εφαρμογή όπως χιλιάδες άλλες που καταμετρούν την γυμναστική σου (π.χ. βήματα, απόσταση, διαδρομή επί χάρτου, χρόνος) στην πορεία εξελίσσεται και ενοποιείται σε ένα παιχνίδι με μια συναρπαστική πλοκή που καθηλώνει.
- Για να προχωρήσει η δημιουργία και η ανάπτυξη του Endohumans, οι Κύπριοι δημιουργοί του έχουν αρχίσει μια επενδυτική εκστρατεία στο Indiegogo.com για να μαζέψουν τις απαιτούμενες €25.000 που αποτελούν το αρχικό ποσό που χρειάζεται για να πάρει σάρκα και οστά το Endohumans.



<http://www.endohumans.com>



- Εφαρμογή επιστροφής μετρητών για ψώνια του supermarket μέσω Smartphone. Μόλις ο καταναλωτής κατεβάσει την εφαρμογή, βλέπει τα κουπόνια του για προϊόντα σούπερ μάρκετ. Κατά την επίσκεψη του στο σούπερ μάρκετ, σκανάρει μέσω της εφαρμογής τα αντίστοιχα προϊόντα και εφόσον είναι τα σωστά, προστίθενται στο καλάθι των εκπτώσεων του. Στη συνέχεια, αφού περάσει από το ταμείο, εισάγει τον αριθμό της απόδειξης και σε 1-7 ημέρες τα χρήματα των εκπτώσεων είναι στη διάθεσή του (μέσω τραπεζικού λογαριασμού ή PayPal), ώστε να τα χρησιμοποιήσει όπως αυτός επιθυμεί.
- 14 μεγάλα brands διαθέτουν ήδη κουπόνια μέσω του Pockee σε 10 κατηγορίες προϊόντων. Μετρά 1200 συνεργαζόμενα καταστήματα και η εφαρμογή έχει περισσότερα από 30.000 downloads μέσα σε 7 μήνες λειτουργίας.
- Η διεθνής επέκταση και η σύναψη νέων συνεργασιών, και η ενίσχυση της θέσης του στην ελληνική αγορά αποτελούν τους βασικούς βραχυπρόθεσμους στόχους. Το Pockee είχε λάβει 100.000 αρχική χρηματοδότηση από το OpenFund II, το οποίο προχώρησε και σε νέα χρηματοδότηση ύψους 400.000 ευρώ.





- Η Organic Islands είναι μια γοργά αναπτυσσόμενη οικογενειακή εταιρεία παραγωγής και μεταποίησης πιστοποιημένων οργανικών-βιολογικών αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών και βοτάνων, με έδρα το νησί της Νάξου στις Κυκλάδες.
- Τα φυτά ξεκίνησαν το 2010 προσεκτικά κατανομημένα σε μια έκταση 12.000 m², το 2013 αυξήθηκαν στα 30.000 m² και ο στόχος για τα τέλη του 2015 είναι να φθάσουν τα 100.000 m².



<http://organicislands.gr>

Βιβλιογραφία

- Schumpeter, J.A., 1934 (2008), *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers.
- Freeman, C. (1982a), *The Economics of Industrial Innovation*, second edition, Cambridge (Mass.): MIT Press.
- Drucker, P.F. (1985) “The Practice of Innovation”, *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*, Harper & Row, New York, pp. 19-33.
- Porter, M. E. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press, 1990.
- Poole, M.S., Van de Ven, A.H. (1989), Research on the management of innovation: The Minnesota studies 637-662.
- Acs, Z.J., D.B. Audretsch (1990): *Innovation and small firms*, Cambridge: MIT Press.
- Rothwell, R., Gardiner, P. (1985), Invention, innovation, re-innovation and the role of the user: A case study of British hovercraft development, *Technovation*, Vol. 3, No. 3, pp. 167-186
- Levitt, T. (1963), Creativity is Not Enough, *Harvard Business Review*.

Βιβλιογραφία

- Amabile, T. M. (1996). Creativity in context. Boulder, CO: Westview Press.
- Kao, J. (1996). Jamming: The Art and Discipline of Business Creativity. HarperCollins.
- Hindle, B., Lubar, S. (1986), Engines of Change: the American Industrial Revolution 1790-1860, National. Museum of American History, Smithsonian Institution, Twelfth and Constitution.
- Florida, Richard (1990). The Breakthrough Illusion. Corporate America's Failure to Move from Innovation to Mass Production. Basic Books.
- Christensen, C. M. The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1997.
- Evangelista, R., Iammarino, S., Mastrostefano, V., and Silvani, A. (2001). Measuring the regional dimension of innovation. Lessons from the Italian Innovation survey, Technovation, Vol. 24, pp.733-745.
- Anderson, P. and M. L. Tushman (1990). "Technological Discontinuities and Dominant Designs: A Cyclical Model of Technological Change." Administrative Science Quarterly 35(4): 604-633.
- Rogers, E.M. (1995). Diffusion of innovations (4th ed.). New York: Free Press.

- Francis J. Greene, David J. Storey, Ειρήνη Φαφαλιού, Ιωσήφ Χασσίδ, (2011) Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, Εκδόσεις Κριτική.
- Γεωργαντά Ζωή (2004), Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες. Το management της επιχειρηματικής καινοτομίας, Εκδόσεις Ανίκουλα.
- Καραγιάννης, Η.Γ., Μπάκουρος Ι.Λ. (2010), Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα. Θεωρία - πράξη, Εκδόσεις: Σοφία.

Βιβλιογραφία



Απορίες;

Ευχαριστώ για την προσοχή σας!!!

Επιχειρηματικότητα



Ετυμολογία:

επιχειρώ < αρχαία ελληνική
ἐπιχειρέω - ἐπιχειρῶ < ἐπί+χείρ
< θέτω χείρα εἰς τί

Έννοια: καταγίνομαι με κάτι,
ξεκινώ ένα έργο, κάνω
απόπειρα, δοκιμάζω,
κινούμαι, προσπαθώ



**αβεβαιότητα
και ρίσκο**

Επιχειρηματικότητα

Η διαδικασία αφιέρωσης χρόνου και προσπάθειας για τη δημιουργία κάτι νέου, το οποίο εμπεριέχει αξία, μέσω της ανάληψης του σχετικού οικονομικού, ψυχολογικού και κοινωνικού ρίσκου. Η διαδικασία αυτή αναμένεται να ανταμείψει τον εμπλεκόμενο προσφέροντάς του χρηματικά οφέλη ή προσωπική ικανοποίηση και ανεξαρτησία.

Hisrich & Peters (2002)

Επιχειρηματικότητα

Συντελεστές
παραγωγής

Smith (1776)

- Γη (πρωτογενής): φυσικοί πόροι που αξιοποιούνται στην παραγωγή αγαθών/υπηρεσιών
- Εργασία (πρωτογενής): ανθρώπινοι πόροι - καταβολή σωματικής και πνευματικής προσπάθειας για την παραγωγή των αγαθών/υπηρεσιών
- Κεφάλαιο (παράγωγος): υλικοί πόροι που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή άλλων αγαθών/υπηρεσιών

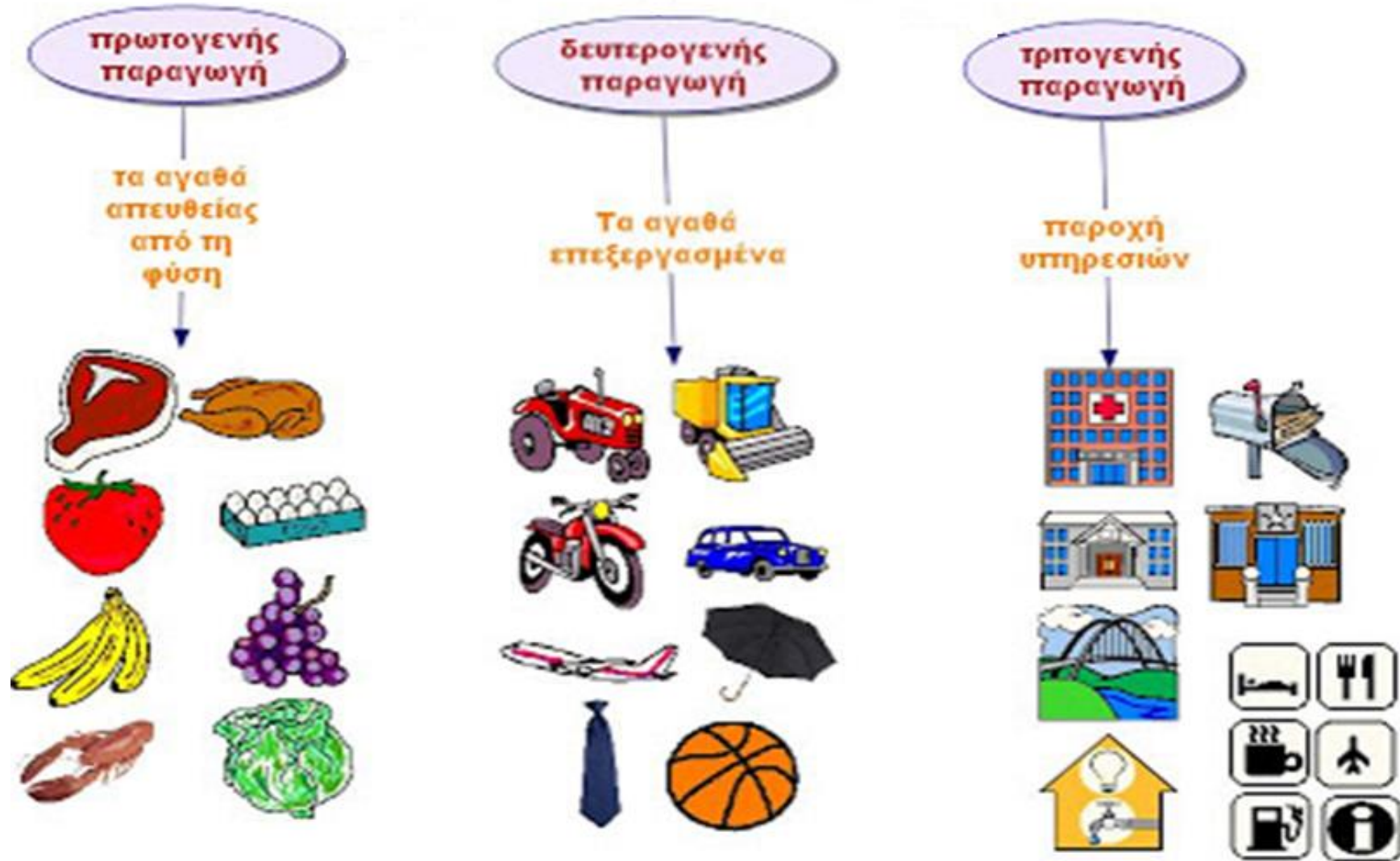
Schumpeter (1934)

- Επιχειρηματικότητα: η ικανότητα του ατόμου να συντονίζει τους παραπάνω συντελεστές
- Τεχνολογία: τέχνη+λόγος -> η εφαρμογή της επιστημονικής γνώσης για πρακτικούς σκοπούς

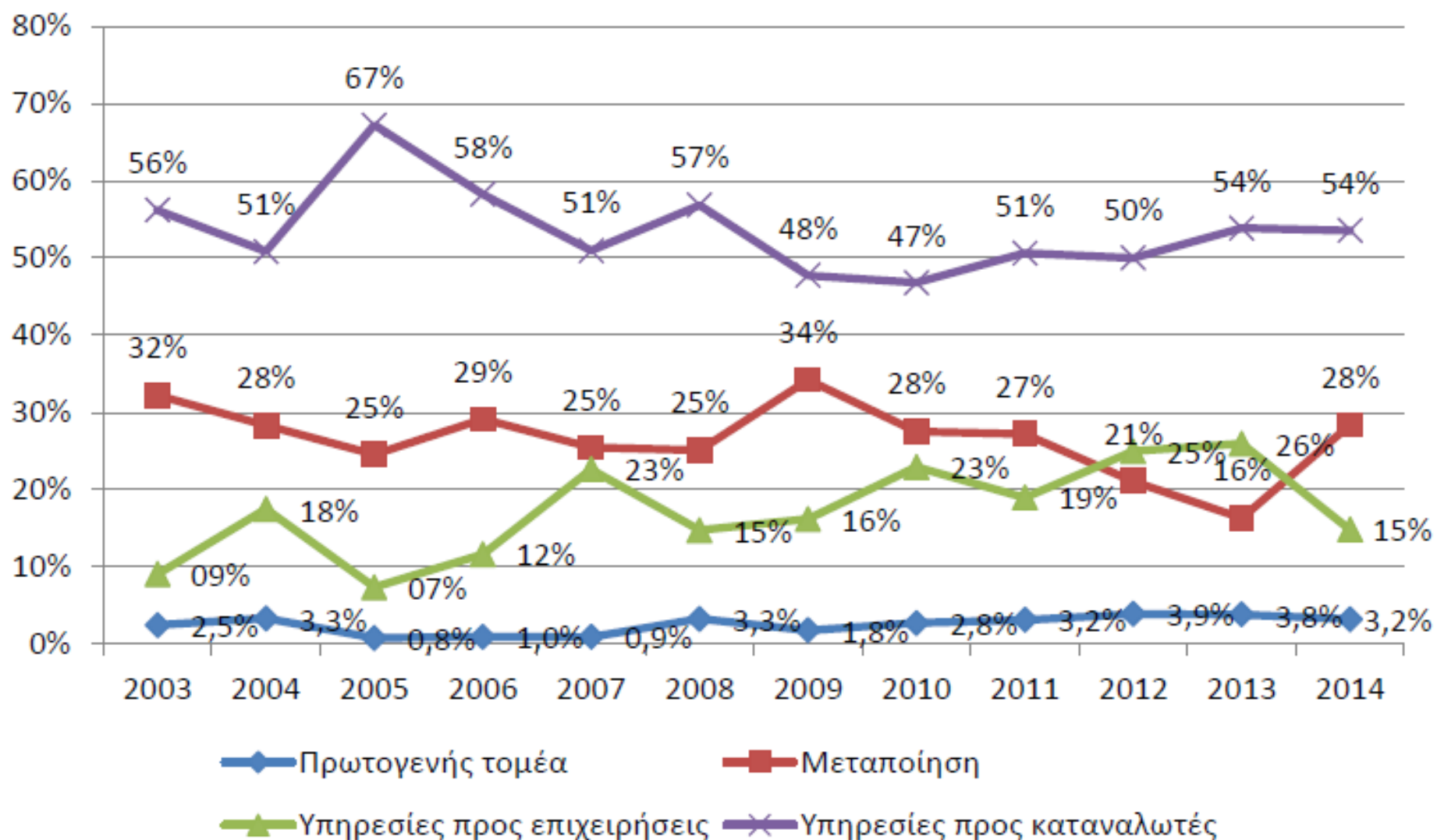
Drucker (1990)

- Γνώση: η κατανόηση που πηγάζει από την εμπειρία ή τη μάθηση

Τομείς Επιχειρηματικότητας



Διαχρονική εξέλιξη της κλαδικής κατανομής των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)



Επιχειρηματίας



Επιχειρηματίας

Ποιος είναι;

- Το άτομο που βρίσκει μια ευκαιρία και την εκμεταλλεύεται παραγωγικά μέσω μιας τεχνολογικής ή οργανωσιακής καινοτομίας

Schumpeter (1965)



Τυπικό προφίλ Έλληνα επιχειρηματία

- Άνδρας
- Ηλικία: 22-45 ετών
- Δραστηριότητα στις υπηρεσίες
- Υποστήριξη οικογένειας
- Επιχειρηματικότητα στην οικογένεια
- Καλή εκπαίδευση
- Έλλειψη ικανοποίησης στην εργασία
- Τεχνική κατάρτιση

Κίνητρα επιχειρηματία

- Κέρδος και βιοπορισμός
- Ανεξαρτησία
- Προσωπική ικανοποίηση
- Επαγγελματική ανάπτυξη
- Δυσaréσκεια ή έλλειψη ικανοποίησης από υπάρχουσα εργασία

Ρόλοι επιχειρηματία

- Λήψη αποφάσεων
- Ανάλυση κινδύνων
- Εισαγωγή αλλαγών και καινοτομιών
- Παρακολούθηση πρωτοποριακών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών για νέες ιδέες
- Αναζήτηση ευκαιριών
- Υιοθέτηση έξυπνων στρατηγικών

Video URL: <https://www.youtube.com/watch?v=sOjeQV5pHh4>

Δεξιότητες Επιχειρηματία

- Αυτοπεποίθηση
- Ικανότητα επικοινωνίας
- Επιμονή/συνέπεια στην επίτευξη στόχων
- Εφευρετικότητα-φαντασία
- Ικανότητα για σκληρή δουλειά
- Ικανότητα οικονομικής διαπραγμάτευσης
- Άνεση σε αβέβαιες καταστάσεις
- Αισιοδοξία
- Δημιουργικότητα
- Ευελιξία
- Προσαρμοστικότητα
- Οργανωτική ικανότητα
- Συνέπεια-υπευθυνότητα
- Δύναμη-θέληση
- Αποφασιστικότητα
- Ικανότητα για ρίσκο
- Ικανότητα για πρωτοβουλίες
- Προνοητικότητα
- Ικανότητα αυτοπροβολής
- Επιθυμία για κέρδος

Δεξιότητες Επιχειρηματία

Τεχνικές

- Γραπτή επικοινωνία
- Χρήση τεχνολογίας
- Παρακολούθηση περιβάλλοντος
- Προφορική επικοινωνία

Διαχειριστικές

- Σχεδιασμός
- Λήψη αποφάσεων
- Ανθρώπινες σχέσεις
- Μάρκετινγκ - Πωλήσεις

Προσωπικές

- Εσωτερικός έλεγχος
- Ανάλυση ρίσκου
- Όραμα - Αλλαγή
- Δημιουργικότητα

Προσδιοριστικοί παράγοντες

- Δημογραφικοί: μέγεθος και διάρθρωση του πληθυσμού, ηλικία, το φύλο, εισόδημα, εθνική σύσταση κ.α.
- Κοινωνιολογικοί: τρόπος ζωής, καταναλωτικές συνήθειες, τόπος διαμονής, επάγγελμα, προβλήματα βιοπορισμού, ανεργία, ασθένειά κ.α.
- Οικονομικοί: οικονομικά μεγέθη, ρευστότητα, δανειοληπτική ικανότητα, ίδια κεφάλαια κ.α.
- Περιβαλλοντικοί: γενικότερη κατάσταση, οικονομικές συνθήκες της δεδομένης περιόδου, πολιτική κατάσταση κ.α.
- Πολιτιστικοί: κουλτούρα (ήθη, έθιμα, αξίες, παραδοχές, στάσεις και κανόνες) κ.α.
- Τεχνολογικοί: τάσεις στις νέες τεχνολογίες, δυσκολία απόκτησης τεχνολογίας, πατέντες κ.α.
- Φυσικοί: διαθεσιμότητα πόρων, απόσταση κ.α.
- Ψυχολογικοί: προσωπικότητα, επιμονή, φιλοδοξία, «τυχοδιωκτισμός» κ.α.
- Πελάτες
- Προμηθευτές
- Ομάδες πίεσης
- Ανταγωνιστές
- Συνεργάτες
- Σωματεία

Προσωπικοί και πολιτιστικοί παράγοντες επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (% θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών, 2014)

	Επιχ/κές ευκαιρίες το προσεχές δεμνο*	Γνώσεις ικανότητα & εμπειρία επιχ/τας	Φόβος αποτυχίας	Επιχ/τα ως καλή επιλογή καριέρας	Κοινωνική καταξίωση στους επιτυχημένους επιχ/τίες	Εστίαση των ΜΜΕ στην επιχ/τα
Σουηδία	70,1%	36,7%	40,7%	51,6%	70,9%	60,3%
Δανία	59,7%	34,9%	41,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Ομάδα Α	54,6%	64,7%	32,3%	67,8%	76,1%	72,3%
Εσθονία	49,4%	42,5%	49,7%	55,6%	64,9%	43,3%
Ολλανδία	45,6%	44,3%	38,7%	79,1%	67,8%	55,7%
Αυστρία	44,4%	48,7%	43,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Λουξεμβούργο	42,5%	37,6%	50,7%	40,7%	68,2%	43,5%
Φιλανδία	42,4%	34,9%	42,1%	41,2%	84,4%	66,9%
Ομάδα Β	41,3%	54,0%	35,6%	68,4%	66,1%	64,8%
Ηνωμένο Βασίλειο	41,0%	46,4%	37,7%	60,3%	75,0%	58,4%
Ομάδα Γ	38,8%	42,0%	42,1%	55,1%	68,2%	60,3%
Γερμανία	37,6%	36,4%	46,4%	51,7%	79,1%	51,4%
Βέλγιο	35,9%	30,4%	49,8%	52,4%	51,7%	50,8%
Ιρλανδία	33,4%	47,2%	42,5%	49,4%	76,9%	75,7%
Γαλλία	28,3%	35,4%	42,8%	59,0%	70,4%	39,0%
Ιταλία	26,6%	31,3%	57,1%	65,1%	72,1%	48,3%
Σλοβακία	23,5%	54,4%	46,1%	45,4%	58,1%	52,6%
Πορτογαλία	22,9%	46,6%	47,9%	62,2%	62,9%	69,7%
Ισπανία	22,6%	48,1%	46,5%	53,9%	49,0%	46,3%
Ελλάδα	19,9%	45,5%	70,6%	58,4%	66,4%	45,8%
Σλοβενία	17,2%	48,6%	38,7%	53,4%	72,3%	57,6%

Χώρες Α: Χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Φθίνουσα ταξινόμηση Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Πλεονεκτήματα επιχειρηματικότητας

- Εναλλακτική λύση για τα άτομα με περιορισμένες δυνατότητες απασχόλησης σε συμβατικές θέσεις λόγω ελλειπών ή υπερβαλλόντων προσόντων
- Αυξημένες ευκαιρίες και μέθοδοι για εξεύρεση πόρων σήμερα
- Μονόδρομος για όσους θέτουν σε προτεραιότητα την ανεξαρτησία και τη δημιουργικότητα στην εργασία
- Μεγαλύτερα περιθώρια πρωτοβουλίας και ευελιξίας
- Αν επιτύχει παρέχει μεγαλύτερη εξασφάλιση και οικονομικές απολαβές

Μειονεκτήματα επιχειρηματικότητας

- Φόρτος εργασίας - περιορισμός της προσωπικής και κοινωνικής ζωής του επιχειρηματία
- Υψηλό στρες λόγω του επιχειρηματικού κινδύνου
- Δύσπιστοι υποψήφιοι πελάτες, ανταγωνιστικοί επιχειρηματίες
- Κίνδυνος αποτυχίας
- Συνήθως στασιμότητα και αδυναμία ανάπτυξης
- Υπερβολική αυτοπεποίθηση από μια επιτυχημένη αρχή

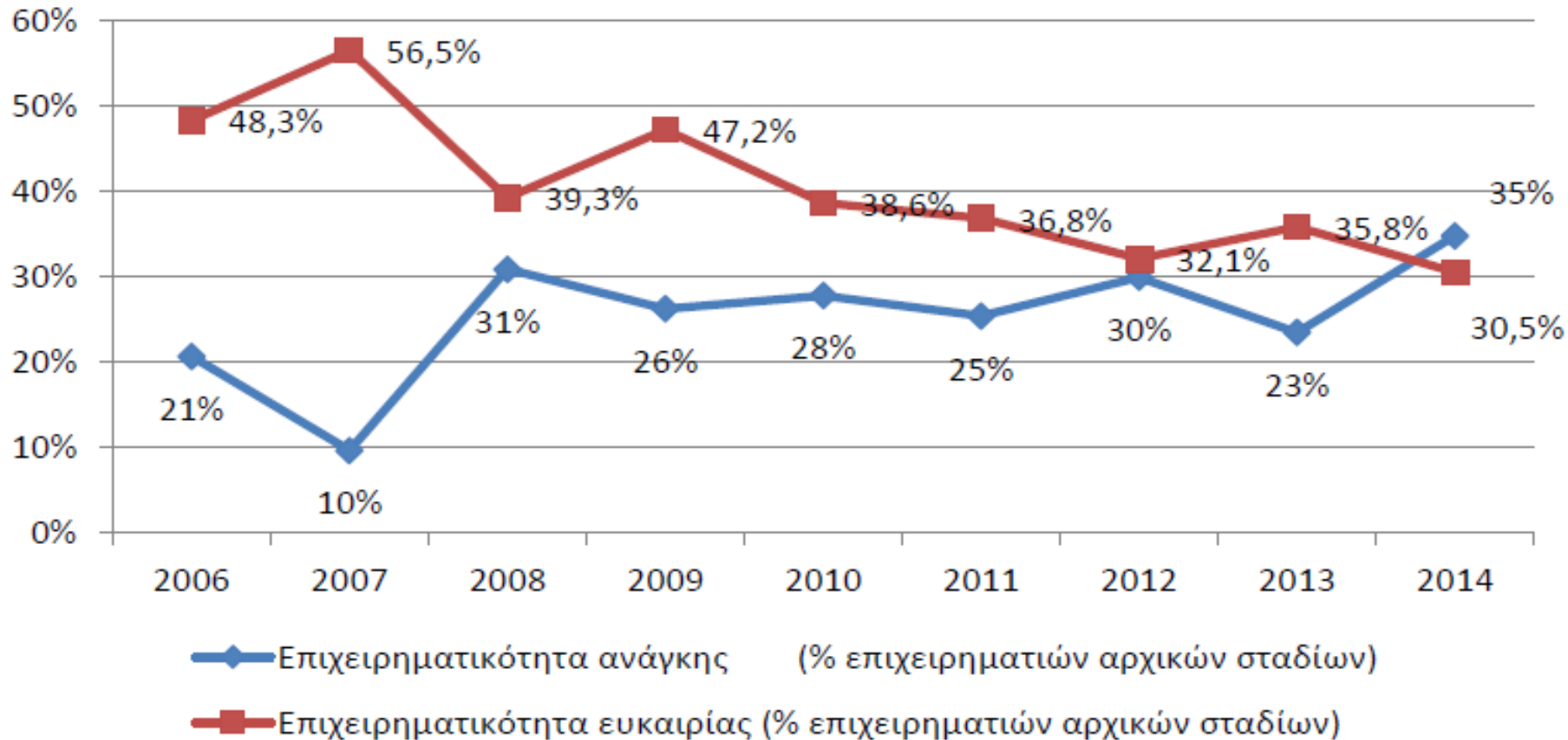
Είδη επιχειρηματικότητας

Με βάση το κριτήριο του κινήτρου επιχειρηματικότητας...

- **Ανάγκης:** λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας ή ανάγκης για αλλαγή της υπάρχουσας απασχόλησης
- **Ευκαιρίας:** αναφέρεται στην εκμετάλλευση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας

Είδη επιχειρηματικότητας

Εξέλιξη κατανομής επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας



Είδη επιχειρηματικότητας

Με βάση τους εμπλεκόμενους στην επιχειρηματικότητα...

- Μικτή
 - Εργαζομένων: όταν οι εργαζόμενοι ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα (γεννούν ιδέες, προτείνουν καινοτόμες λύσεις)
 - Κεφαλαιούχων: όταν η επιχειρηματική δραστηριότητα ασκείται από τους χρηματοδότες της επιχειρηματικής ιδέας
- Αμιγής
 - Όταν ο επιχειρηματίας ασκεί μόνος του κρίσιμες δραστηριότητες προκειμένου να είναι αποτελεσματικές

Είδη επιχειρηματικότητας

Με βάση το προφίλ των εμπλεκόμενων...

- **Νεανική:** επιχειρηματικότητα των ατόμων με ηλικία από 18 έως 39 ετών
- **Γυναικεία:** η επιχειρηματικότητα που αναπτύσσεται από γυναίκες
- **Ακαδημαϊκή:** η επιχειρηματικότητα που ξεκινάει από την έρευνα και ανάπτυξη των ερευνητικών κέντρων ή τις γενικότερες δυνατότητες αξιοποίησης του ενεργητικού της ακαδημαϊκής κοινότητας
- **Δημόσια:** παραγωγική αξιοποίηση της περιουσίας του δημοσίου μέσω της ανάπτυξης δημοτικών και ανώνυμων επιχειρήσεων

Νεανική Επιχειρηματικότητα

“Χριστίνα Στριμπάκου: Μια διανοούμενη ελαιοπαραγωγός” (του Κ. Τσαούση στο NewMoney.gr).

Μια νέα γυναίκα που ζει στα Φιλιατρά της Μεσσηνίας - εκεί όπου βρίσκεται και ο παραδοσιακός οικογενειακός ελαιώνας. «Η επιλογή μας ήταν να οργανώσουμε την παραδοσιακή μας επιχείρηση με σύγχρονο τρόπο και γι' αυτό συμμετέχουμε στο Orange Grove, το καινοτόμο project της ολλανδικής πρεσβείας. Ίσως να μην είναι πολύ συνηθισμένο για μια παραδοσιακή επιχείρηση να συμμετέχει σε μια θερμοκοιτίδα, αλλά νιώθουμε ότι ανήκουμε στη νέα γενιά Ελλήνων επιχειρηματιών που χρησιμοποιεί νέους και ανοιχτούς τρόπους προσέγγισης ώστε να αναγεννηθεί ο πρωτογενής τομέας της χώρας μας και να διεκδικήσουμε μια δυναμική θέση στην παγκόσμια αγορά».



<http://liaoliveoil.com/>

Γυναικεία Επιχειρηματικότητα

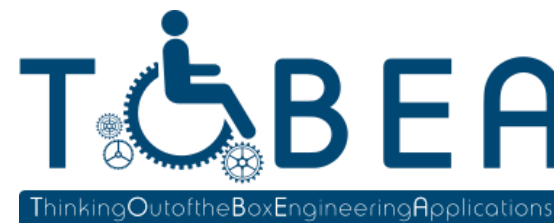
«Το όνομά μου είναι Μαρία και μαζί με την αδερφή μου Πένυ ιδρύσαμε την εταιρία Fereikos το 2007. Έως τότε αποκτούσαμε γνώσεις και εμπειρίες σε διαφορετικούς τομείς, σε διάφορες χώρες του μικρού αυτού κόσμου. Και οι δυο σπουδάσαμε το πρώτο μας πάθος, ξένες γλώσσες και ύστερα λόγω της θέλησης να επιστρέψουμε στην Ελλάδα και να δημιουργήσουμε κάτι δικό μας, αποφασίσαμε να ασχοληθούμε με κάτι τόσο οικείο από την παιδική μας ηλικία, αλλά συνάμα τόσο άγνωστο σύμφωνα με τις σπουδές μας έως τότε. Η ιδέα γεννήθηκε ένα χειμωνιάτικο βράδυ σε ένα εστιατόριο της Ελβετίας. Καθώς αρκετοί απολάμβαναν Escargots à la Bourguignonne, αποφάσισα κι εγώ να τα δοκιμάσω. Την ίδια στιγμή μου τηλεφώνησε η Πένυ, η οποία εντυπωσιάστηκε ακούγοντας ότι τρώω σαλιγκάρια και όταν της ανέφερα την τιμή που πλήρωσα για μόλις 12 τεμάχια, ξαφνιάστηκε και αστειευόμενη είπε ότι θα μαζέψει σαλιγκάρια από τον κήπο της για να τα εξάγει. Το αστείο αυτό ήταν το έναυσμα η Πένυ να φοιτήσει στη σχολή Αγροτουρισμού και Αγροβιοτεχνίας κι εγώ να σπουδάσω Μάρκετινγκ και πωλήσεις. Έτσι, ύστερα από ατέλειωτες ώρες μελέτης και μια μακρά έρευνα αγοράς ξεκινήσαμε το πρώτο μας εκτροφείο, φέροντας το σπίτι μας, τη Fereikos μας.»

<http://fereikos.com/el/>



Ακαδημαϊκή Επιχειρηματικότητα

- Το πρώτο επιτυχημένο παράδειγμα εταιρίας στην Ελλάδα αποτελεί η Forthnet που το 1994 στα πλαίσια του Ιδρύματος Τεχνολογίας & Έρευνας όπου δημιούργησε τον πρώτο δικτυακό κόμβο στην Ελλάδα, ξεκινά να παρέχει δικτυακές υπηρεσίες.



Δημόσια Επιχειρηματικότητα

1. Κανείς δεν γνώριζε το Bilbao ως τουριστικό προορισμό πριν η τοπική κοινωνία σχεδιάσει και υλοποιήσει το περίφημο Μουσείο Guggenheim, που έχει ήδη αποσβέσει, από δικά του έσοδα, το κόστος της αρχικής επένδυσης.
2. Στις Κάννες, ο δήμος παραχώρησε ένα δάσος-πάρκο 24.000 στρεμμάτων για να εγκατασταθεί η ζώνη καινοτομίας που φέρει το ελληνικό όνομα «Sophia Antipolis». Σήμερα οι 1.200 επιχειρήσεις της έχουν δημιουργήσει 26.000 θέσεις εργασίας εντός της ζώνης, ενώ υποστηρίζουν άλλους 50.000 εργαζομένους στην ευρύτερη περιοχή.
3. Η Διεθνής Εκθεση της Κολωνίας ανήκει αποκλειστικά στον δήμο. Το 2009 πραγματοποίησε έσοδα 230 εκατ. ευρώ υποστηρίζοντας 11.000 θέσεις εργασίας στην πόλη και πολλαπλά οφέλη για την τοπική κοινωνία.
4. Στη Βιέννη, και εντός των ορίων του αστικού της ιστού, λειτουργεί υπεσύγχρονο εργοστάσιο καύσης απορριμμάτων, το οποίο εκτός από πόλο ενημέρωσης και εκπαίδευσης, αποτελεί και τουριστικό αξιοθέατο.
5. Το λιμάνι του Cape Town στη Νότια Αφρική αξιοποίησε τις παλιές του εγκαταστάσεις και τις μετέτρεψε σε ένα τεράστιο πολιτιστικό κέντρο που συγκεντρώνει εκατομμύρια επισκέπτες και έσοδα για την πόλη.
6. Το Buenos Aires συμφώνησε με τοπικούς και διεθνείς επενδυτές την παραχώρηση μιας αναξιοποίητης, βαλτώδους περιοχής δίπλα στην πόλη και σήμερα αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά κέντρα επιχειρηματικής και οικιακής στέγασης μαζί με σύγχρονες μαρίνες και εμπορικά κέντρα, όλα διεθνούς εμβέλειας.

Είδη επιχειρηματικότητας

Με βάση τη διαχείριση της τεχνολογίας...

- **Τεχνολογική:** εισαγωγή νέων τεχνολογιών στις αγορές
- **Γεωγραφική:** μετακίνηση τεχνολογικών επιτευγμάτων από τόπο σε τόπο
- **Κοινωνιολογική:** εξεύρεση νέων τρόπων προώθησης παλιών προϊόντων

Είδη επιχειρηματικότητας

Με βάση τον τομέα της δραστηριότητας και το επιχειρηματικό μοντέλο...

- **Κοινωνική:** αντιμετωπίζει κοινωνικά ζητήματα (πχ ανεργία, φτώχεια, κοινωνικός αποκλεισμός, προστασία περιβάλλοντος, υγεία και εκπαίδευση) με σκοπό τη δημιουργία κοινωνικής αντί ατομικής αξίας.
- **Πράσινη:** αναπτύσσεται με απώτερο σκοπό την παραγωγή φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων και υπηρεσιών
- **Συνεργατική:** αναπτύσσεται για την προαγωγή κοινών συμφερόντων με τη μορφή συνεταιρισμών
- **Ενδοεπιχειρηματική/Εταιρική:** Είναι η διαδικασία μέσω της οποίας ένα άτομο ή μια ομάδα καινοτομούν και ανανεώνουν εντός μιας υπάρχουσας επιχείρησης
- **Νεοφυής (startup):** δημιουργία ενός νέου προσωρινού οργανισμού που βασίζεται στην καινοτομία και σημειώνει ραγδαία ανάπτυξη

Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

Βραβείο Κοινωνικής επιχειρηματικότητας 2014

- Η ΚΟΙΝΣΕΠ ΜΥΡΤΙΛΛΟ στοχεύει στην κοινωνική ένταξη ατόμων από ευπαθείς ομάδες μέσω της απασχόλησης / εκπαίδευσης. Το Myrtillo Cafe λειτουργεί ως καφετέρια, κέντρο λόγου-τέχνης και εκπαιδευτικός, πιλοτικός χώρος. Η επιχείρηση 'ανήκει' στους εργαζομένους με την έννοια ότι ως μη ιδιωτική, αλλά ως κοινωνική και αυτοδύναμη εξαρτάται από την παραγωγικότητά τους. Η αλληλεπίδραση των πελατών με τους εργαζόμενους από ευπαθείς ομάδες, δημιουργεί ισχυρό αντίκτυπο στην τοπική κοινωνία και καλλιεργεί πνεύμα αλληλοκατανόησης και αποδοχής.

<http://www.myrtillocafe.gr/>



<http://www.social-business-awards.gr/>

Πράσινη επιχειρηματικότητα

Βραβεία πράσινης επιχειρηματικότητας 2015

1. MEAZON (smart green energy systems)
2. Vitalia (φυτικό χώμα)
3. Τσάχαλος (παραγωγή βιολογικής φράουλας)



<http://www.greenbusinessinnovation.eu/el/>



Συνεργατική επιχειρηματικότητα

Ο συνεταιρισμός Ζαγορίν σε αριθμούς

- Σήμερα ο αγροτικός συνεταιρισμός Ζαγοράς Πηλίου αριθμεί **677 μέλη** και η καλλιέργεια μήλων αποτελεί την κύρια ενασχόληση για την πλειοψηφία των κατοίκων του χωριού, που έχει πληθυσμό περίπου 3.000.
- Ισόποσα λοιπόν νοικοκυριά, με τον αριθμό των μελών, βγάζουν τα προς το ζην κυρίως από την καλλιέργεια μήλων και τα διαθέτουν στον συνεταιρισμό που αναλαμβάνει την πώληση και διακίνησή τους.
- Στην περιοχή καλλιεργούν περίπου **8-8,5 χιλιάδες στρέμματα** τα οποία χωρίζονται σε 3 ζώνες, από 300 μέτρα και φτάνουν στα 1.100 μέτρα.
- Συνολικά κάθε χρόνο συλλέγονται περίπου 12.000- 15,000 τόνοι μήλων, που αποτελούν και το 97% της παραγωγής της Ζαγοράς, με τζίρο περίπου 15 εκατ. ευρώ.
- Απ' αυτά ένα 10-20% εξάγεται σε Αίγυπτο, Ισραήλ, Κύπρο και Βαλκάνια



<http://newpost.gr/ellada/563158/100-xronia-mhla-zagorin-odoiporiko-stis-mhlies-ths-zagoras-phlioy>

Ενδοεπιχειρηματικότητα

Πραγματοποιείται μέσα από την ...

- δημιουργία νέων αυτόνομων ενδοεταιρικών μονάδων
- δημιουργία νέων προϊόντων
- καινοτομία σε προϊόντα και υπηρεσίες
- καινοτομία σε διαδικασίες παραγωγής
- ανανέωση της εταιρείας
- ανάληψη ρίσκου από τους εργαζόμενους
- πρόνοια και την προεργασία για πρωτοβουλίες της εταιρείας
- επιχειρηματικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών

Πολλές επιχειρήσεις ενθαρρύνουν τους εργαζόμενούς τους να αφιερώνουν 15-20% του χρόνου τους στην παραγωγή νέων καινοτόμων ιδεών προς αξιοποίηση και έχουν αναπτύξει γενναία προγράμματα χρηματοδότησης των σχετικών projects.

Παραδείγματα:



Εξαίρεση η **xerox** 

που έχασε μέσα από τα χέρια της τις καινοτομίες 2 εργαζομένων της που ίδρυσαν την γνωστή



Νεοφυής επιχειρηματικότητα

A1. Start-Ups στη Μεταποίηση-Εμπόριο

Βραβείο	Αγροτο-διατροφή	ΑΦΟΙ Παναγώτα Ο.Ε. Isostevia
Βραβείο	Ένδυση & Υπόδηση	Mezoura.com
Βραβείο	Άλλοι Κλάδοι	Vitalia ΕΠΕ
Βραβείο	Άλλοι Κλάδοι	Cocoon Modules PC

A2. Τεχνολογικά Start-Ups

Βραβείο	Βιοτεχνολογία	Proteomarkers Biotech P.C.
Βραβείο	Εφαρμογές cloud & διαχείρισης δεδομένων	Intale A.E.
Βραβείο	Εφαρμογές & λύσεις Internet of Things	Tourismart
Βραβείο	Ανάπτυξη & υπηρεσίες λογισμικού	Tactical

A3. Start-Ups στις Υπηρεσίες

Βραβείο	Τουρισμός & Πολιτισμός	Moptil (Mobile Optical Illustions)
Βραβείο	Τουρισμός & Πολιτισμός	Clio Muse
Βραβείο	Τουρισμός & Πολιτισμός	Hotelgenius
Βραβείο	Υγεία & ευεξία	Funkmartini
Βραβείο	Άλλες υπηρεσίες	Nannuka

B1. Καινοτομία & Πληρότητα Επιχειρηματικού Μοντέλου

B2. Επιχειρηματική βιωσιμότητα & αναπτυξιακή προοπτική

Βραβείο	Βιώσιμη ανάπτυξη	Wise Greece
Βραβείο	Βιώσιμη ανάπτυξη	PHEE

B3. Ιδρυτές-επιχειρηματικά πρότυπα & ολοκληρωμένη διοικητική ομάδα

Βραβείο	Νέος επιχειρηματίας – φοιτητής	Αντώνης Καλιπέτης
Βραβείο	Νέος επιχειρηματίας – ερευνητής	Γεώργιος Τσάγκαρης
Βραβείο	Νέα γυναίκα επιχειρηματίας	Δανάη - Εύα Αντωνοπούλου

B4. Δομές & Πρωτοβουλίες Υποστήριξης για Start-Ups

Βραβείο	Εκπαιδευτικά προγράμματα	CruiseINN - ThinkBiz
Βραβείο	Σύμπραξη ιδιωτικών & δημόσιων οργανισμών υποστήριξης Start-Ups	The Digital Gate - Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών

Βραβεία



<http://www.startupawards.gr/>

Μελέτες περίπτωσης

Νικητές Ελληνικού Βραβείου
Επιχειρηματικότητας 2016

<https://www.hellenicaward.com>

1

<https://youtu.be/rTQooDmigUo>

2

<https://youtu.be/m8ESSsre4Ek>

3

<https://youtu.be/6EKyFc3dbgo>

Βιβλιογραφία

- Hisrich R. D., Peters, M. (2002). Entrepreneurship, McGraw-Hill Companies Inc.
- Smith, Adam (1776). An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. London: W. Strahan; T.Cadell, London.
- Schumpeter, J.A., 1934 (2008), The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers.
- Drucker, P. (1990). Managing the Non- Profit Organisation: Practices and principles, New York: HarperCollins.
- Schumpeter J. A. (1965). Economic Theory and Entrepreneurial History. In: Aitken HG (ed) Explorations in enterprise. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Francis J. Greene, David J. Storey, Ειρήνη Φαφαλιού, Ιωσήφ Χασσίδ, (2011) Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, Εκδόσεις Κριτική.
- Γεωργαντά Ζωή (2004), Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες. Το management της επιχειρηματικής καινοτομίας, Εκδόσεις Ανίκουλα.
- Καραγιάννης, Η.Γ., Μπάκουρος Ι.Λ. (2010), Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα. Θεωρία - πράξη, Εκδόσεις: Σοφία.

- Ινστιτούτο Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
http://iobe.gr/research_b.asp
- Διεθνές Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα
<http://www.gemconsortium.org/>

Ηλεκτρονικές πηγές



Απορίες;

Ευχαριστώ για την προσοχή σας!!!

A close-up photograph of a business meeting. Several people in light blue shirts are gathered around a table. One person's hand is pointing at a tablet computer held by another. The tablet displays a business dashboard with various charts, including a large blue bar chart and a smaller purple pie chart. In the background, a white coffee cup on a saucer is visible on the table.

4

Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

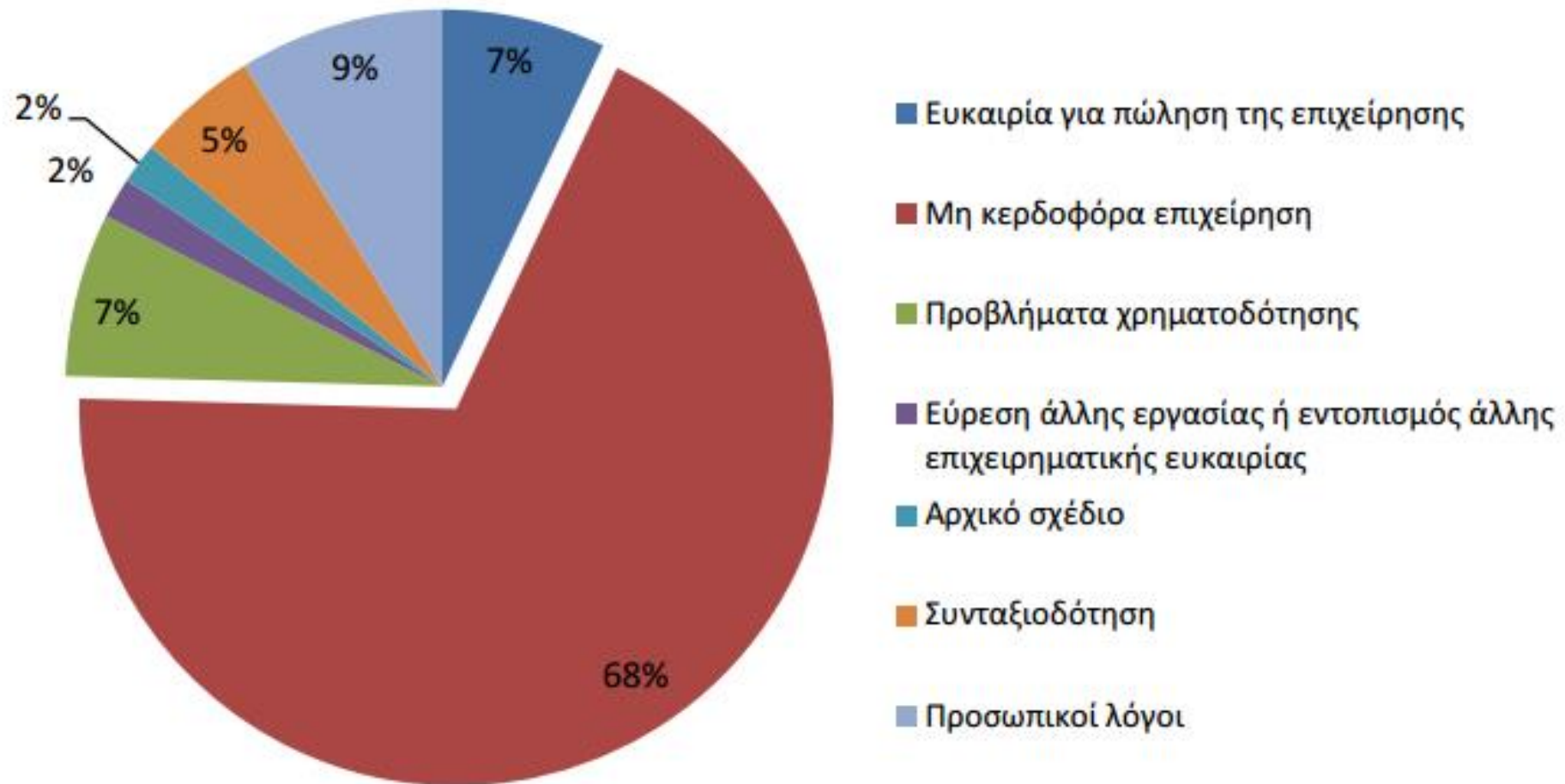
Σπουδαιότητα επιχειρηματικότητας

- Ενίσχυση της παραγωγικής διαδικασίας μιας χώρας
- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας
- Συμβολή στην ανταγωνιστικότητα της οικονομίας
- Συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη μέσω προσέλκυσης κεφαλαίων και επενδύσεων από το εξωτερικό
- Θετική και δημιουργική διαδικασία και νοοτροπία
- Εξέλιξη μέσα από τη δημιουργία, τον πειραματισμό και την αλλαγή
- Νέες ευκαιρίες για πολλούς εμπλεκόμενους

Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

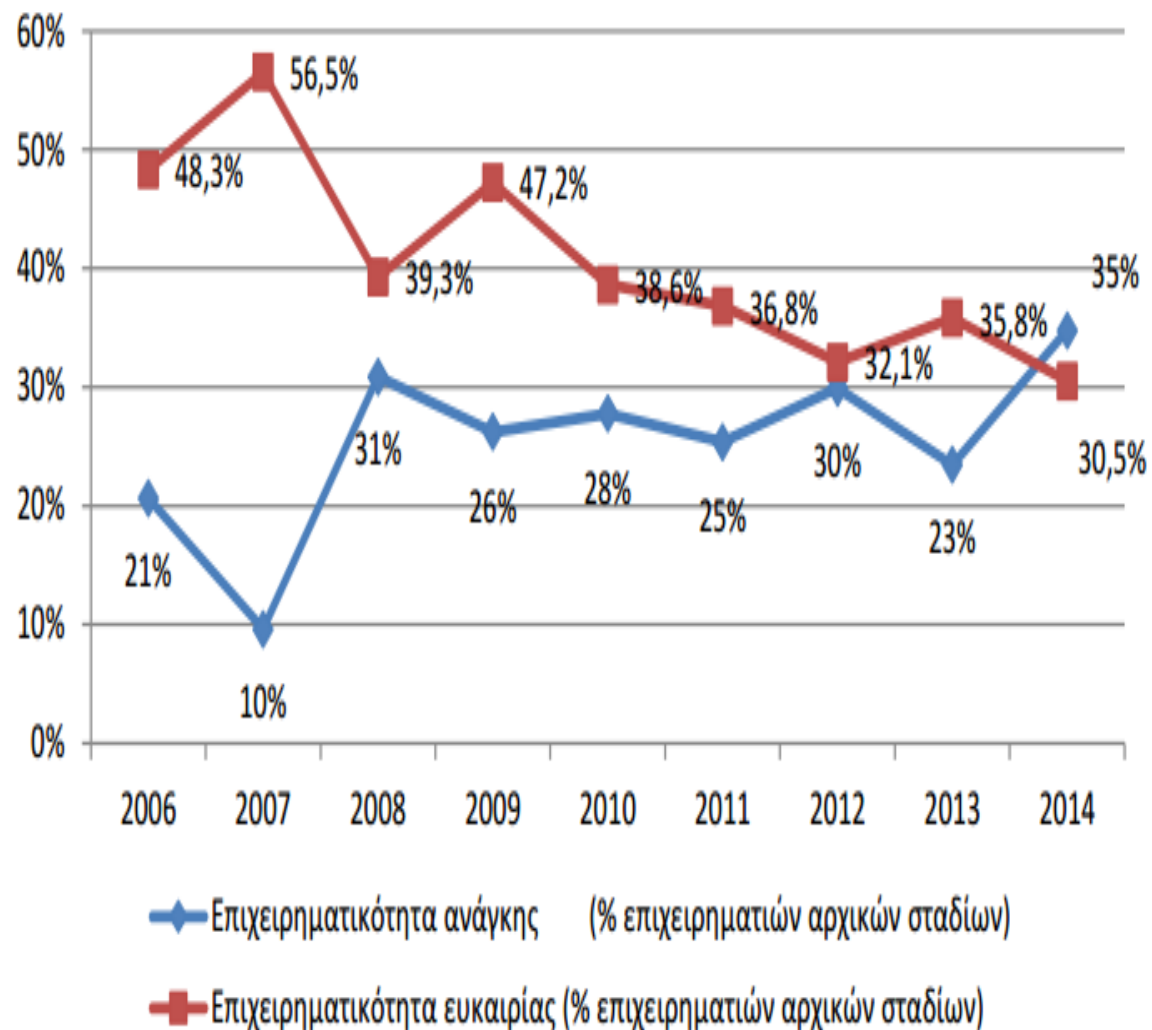
- Ύπαρξη μεγάλου αριθμού υψηλά καταρτισμένων επιστημόνων και μηχανικών
- Ένας σημαντικός αριθμός νέων και υπαρχουσών επιχειρήσεων που βασίζονται στην καινοτομία (όχι σε χαμηλό κόστος), και ακολουθούν πορεία διεθνούς ανάπτυξης
- Δημόσιες και ιδιωτικές πρωτοβουλίες για την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας
- Μακροχρόνια ιδιοκτησία επί των καινοτόμων επιχειρήσεων
- Αξιοσημείωτος αριθμός επιχειρηματιών ΜΜΕ
- Οικογενειακές επιχειρήσεις με χαμηλές προοπτικές ανάπτυξης
- Οι γυναίκες επιχειρηματίες πιο εξωστρεφείς και τεχνολογικά ενήμερες
- Το υψηλότερο ποσοστό κλεισίματος επιχειρήσεων στην Ευρώπη (5% επί του συνόλου)

Λόγοι διακοπής ή αναστολής λειτουργίας επιχείρησης (2014)



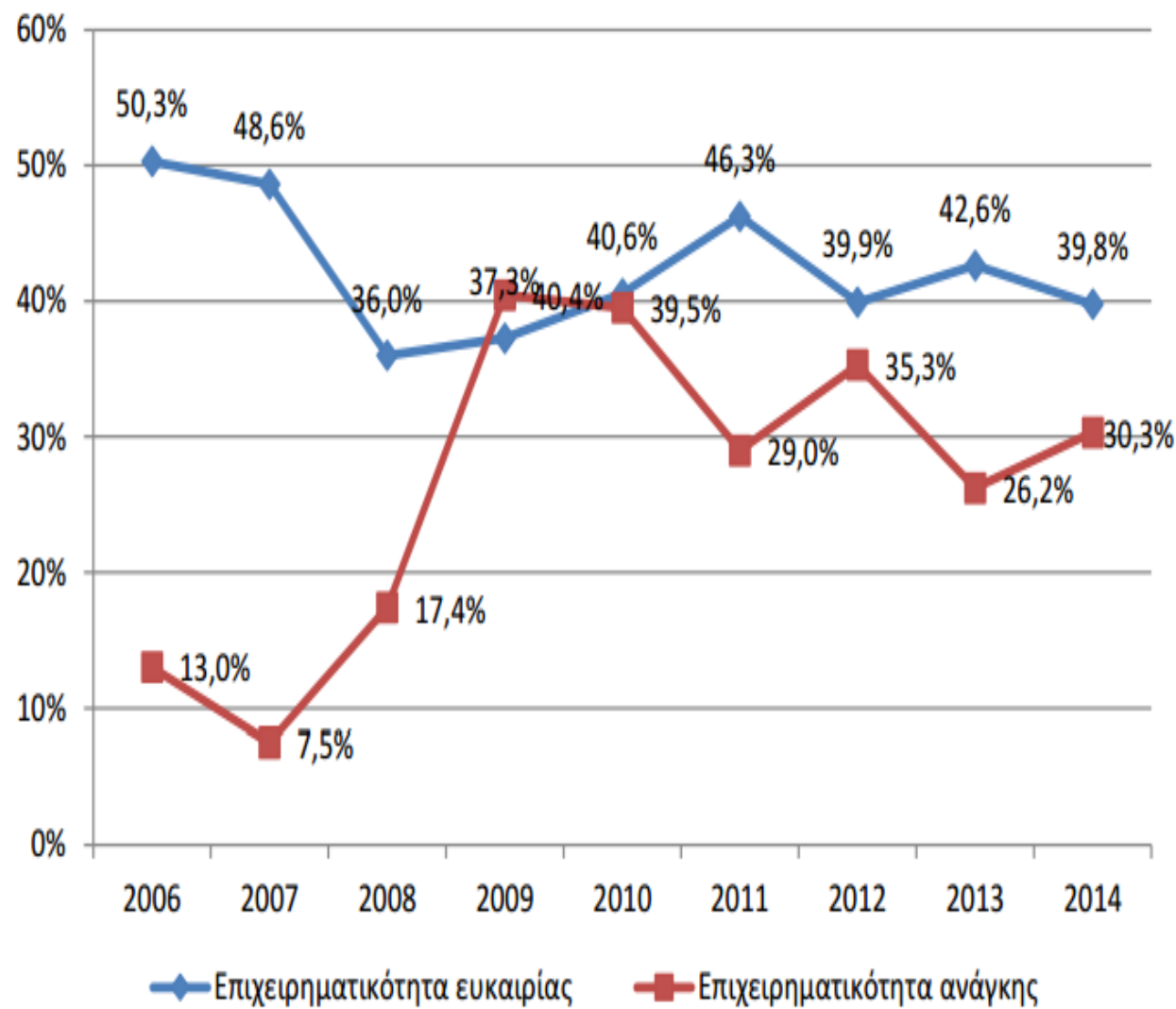
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM 2014

Εξέλιξη κατανομής επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διαχρονική εξέλιξη Επιχειρηματικότητα ανάγκης - ευκαιρίας
Καθιερωμένων Επιχειρηματιών, Ελλάδα

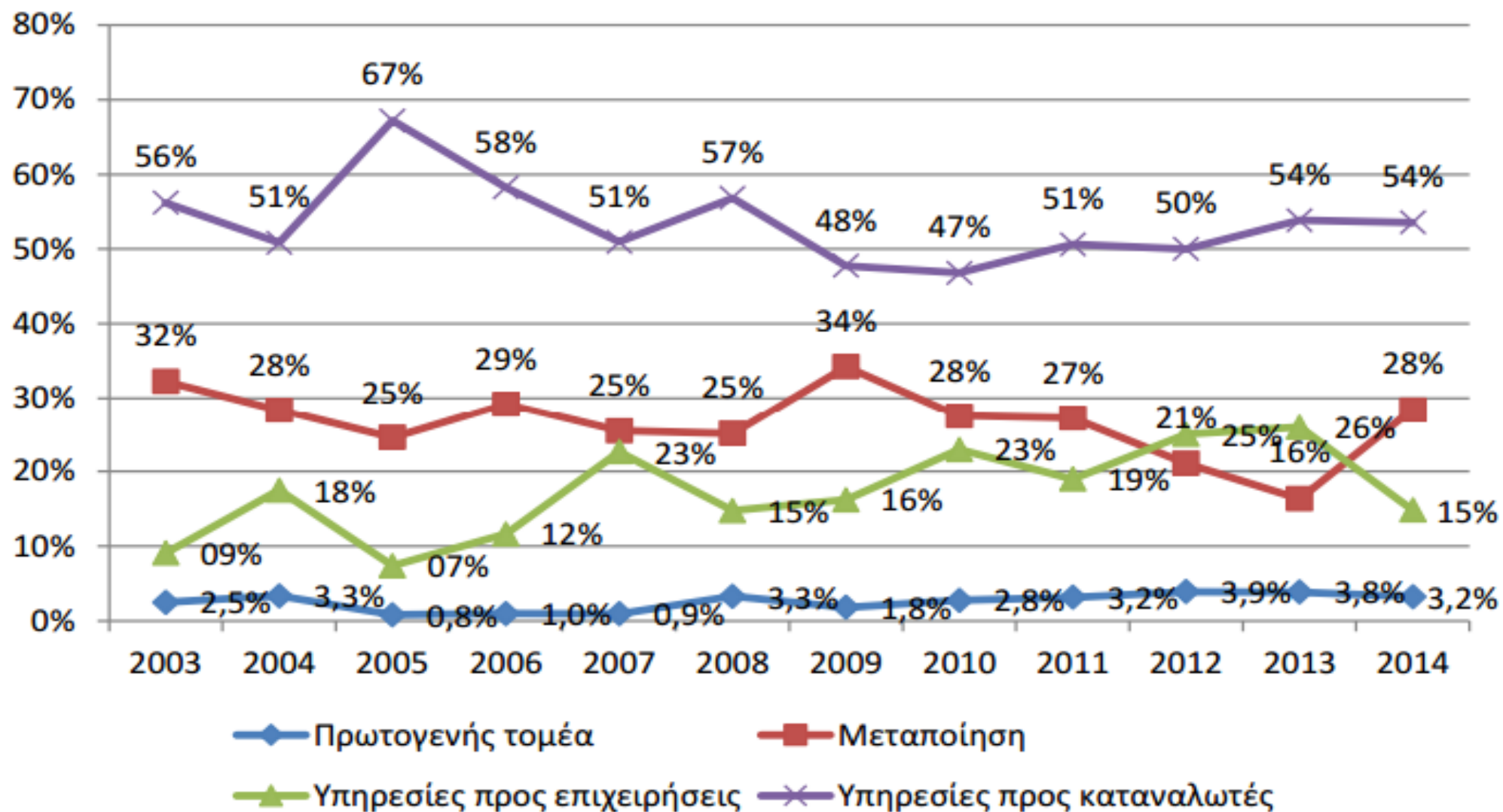


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

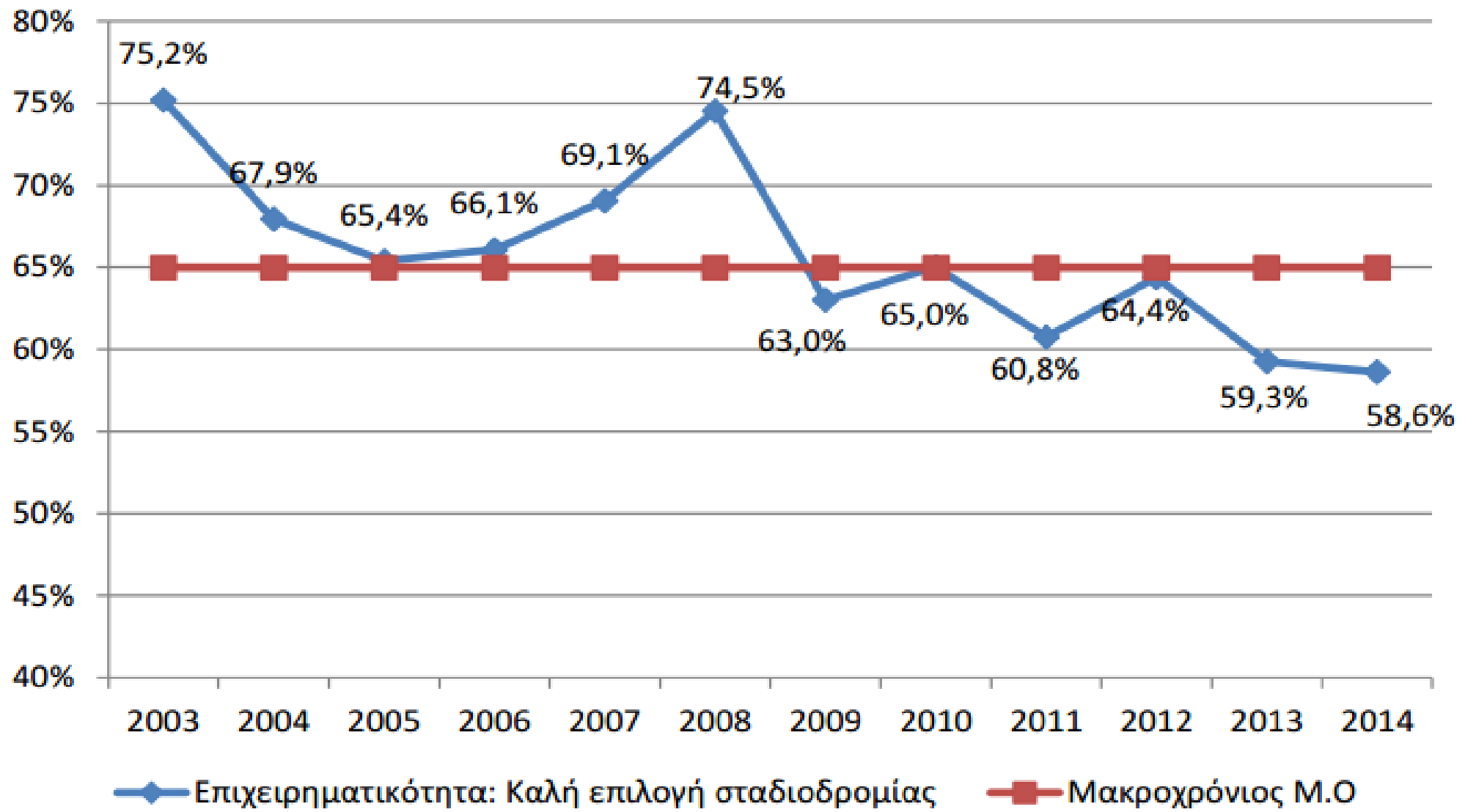
Σχέση επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και άτυπων επενδυτών

Έτος	Ποια ήταν η σχέση με το άτομο που έλαβε την πιο πρόσφατη προσωπική σας επένδυση;				
	Κοντινό μέλος της οικογένειας (σύζυγος, αδελφός, παιδί, γονέας ή εγγόνι)	Άλλος συγγενής (εξ αίματος ή εξ αγχιστείας)	Συνάδελφος	Φίλος ή γείτονας	Άγνωστος που είχε μια καλή επιχειρηματική ιδέα
2007	32,8%	10,3%	27,6%	25,9%	-
2008	32,4%	10,8%	-	32,4%	5,4%
2009	65,9%	14,6%	-	19,5%	0,0%
2010	53,1%	19,4%	5,1%	21,4%	1,0%
2011	58,6%	11,4%	8,6%	18,6%	2,9%
2012	61,7%	10,0%	1,7%	23,3%	3,3%
2013	62,7%	23,5%	-	9,8%	3,9%
2014	45,2%	12,2%	15,2%	25,2%	0,7%

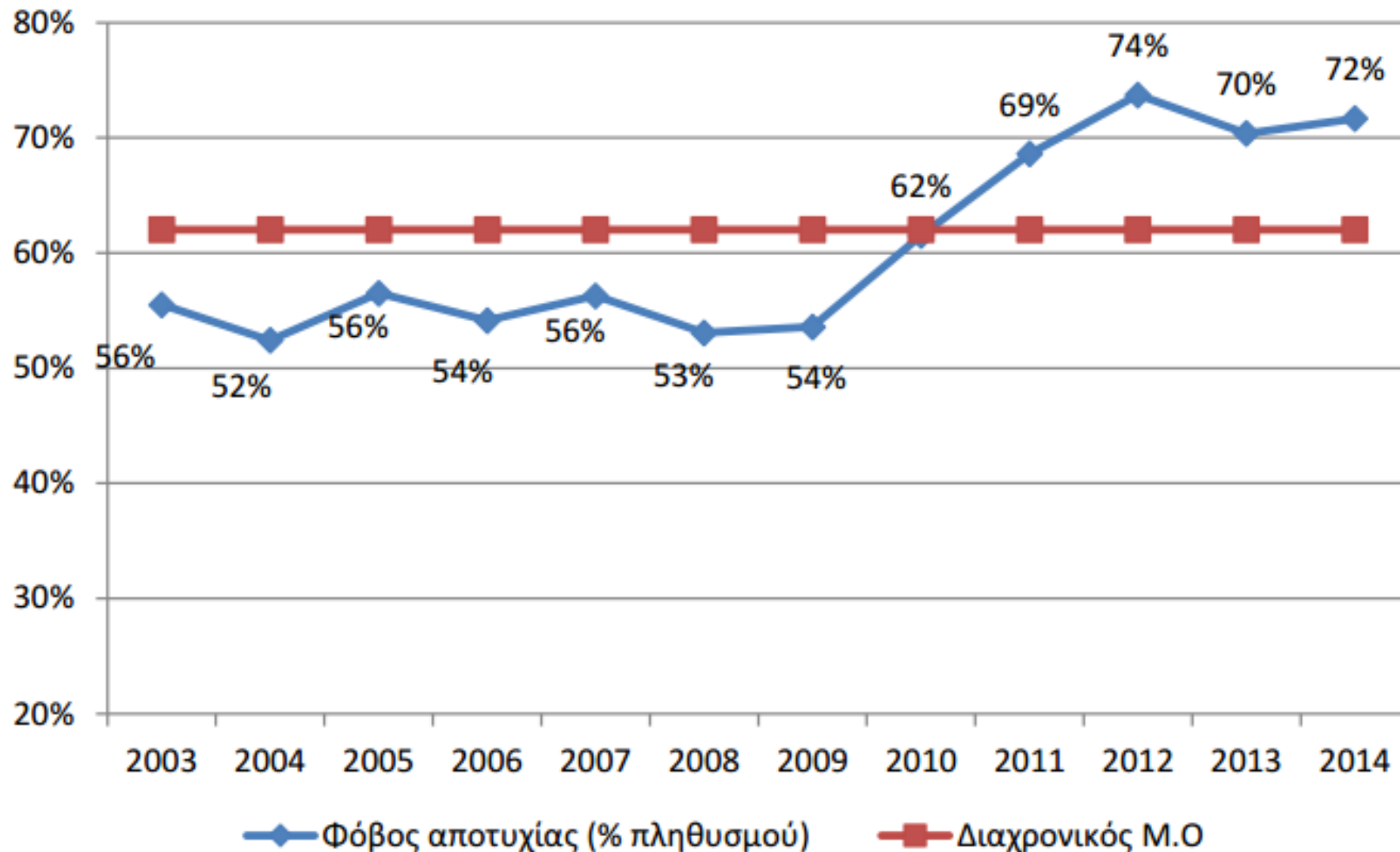
Διαχρονική εξέλιξη της κλαδικής κατανομής των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)



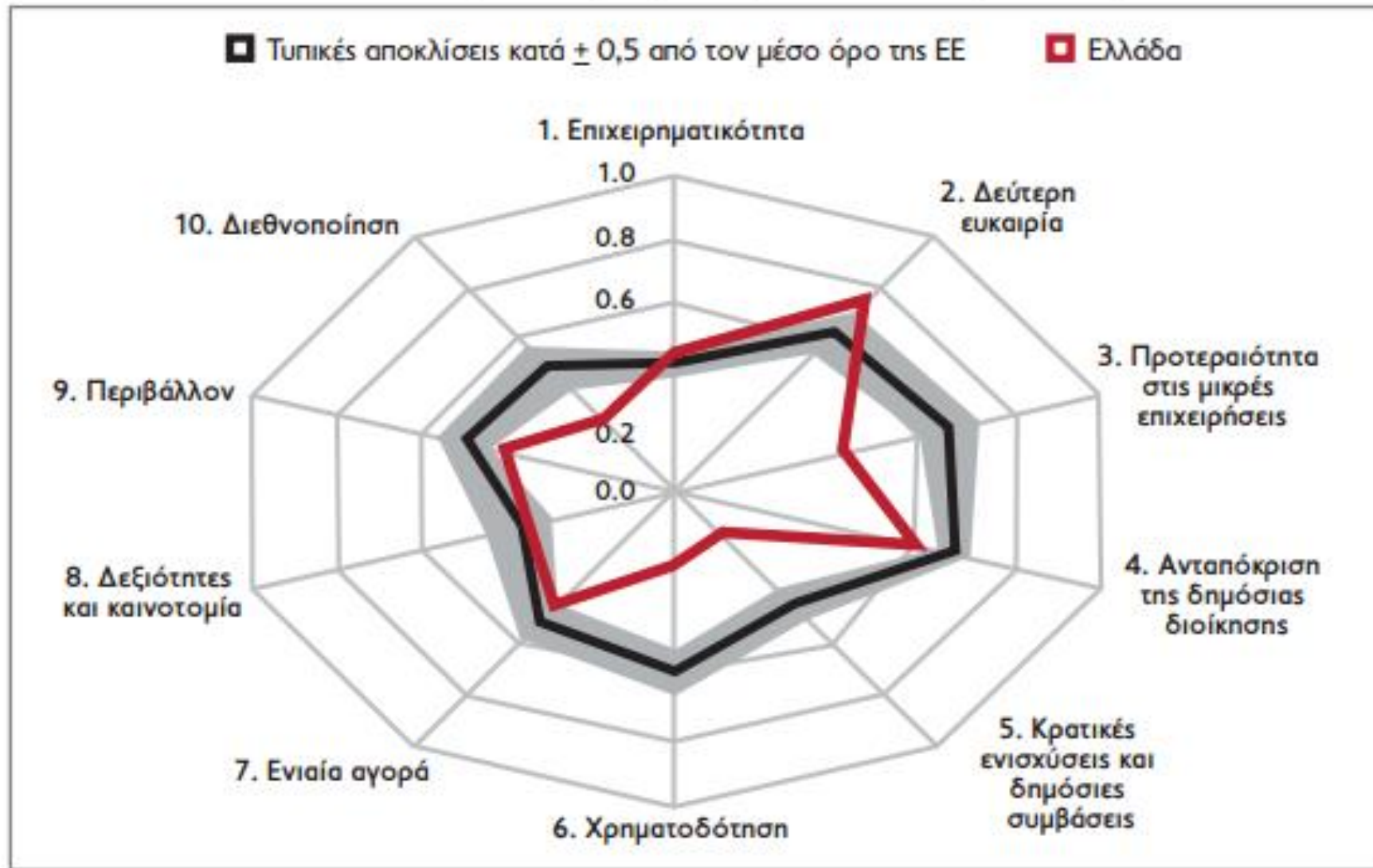
Επιχειρηματικότητα: καλή επιλογή σταδιοδρομίας (% πληθυσμού)



Φόβος αποτυχίας (% πληθυσμού)

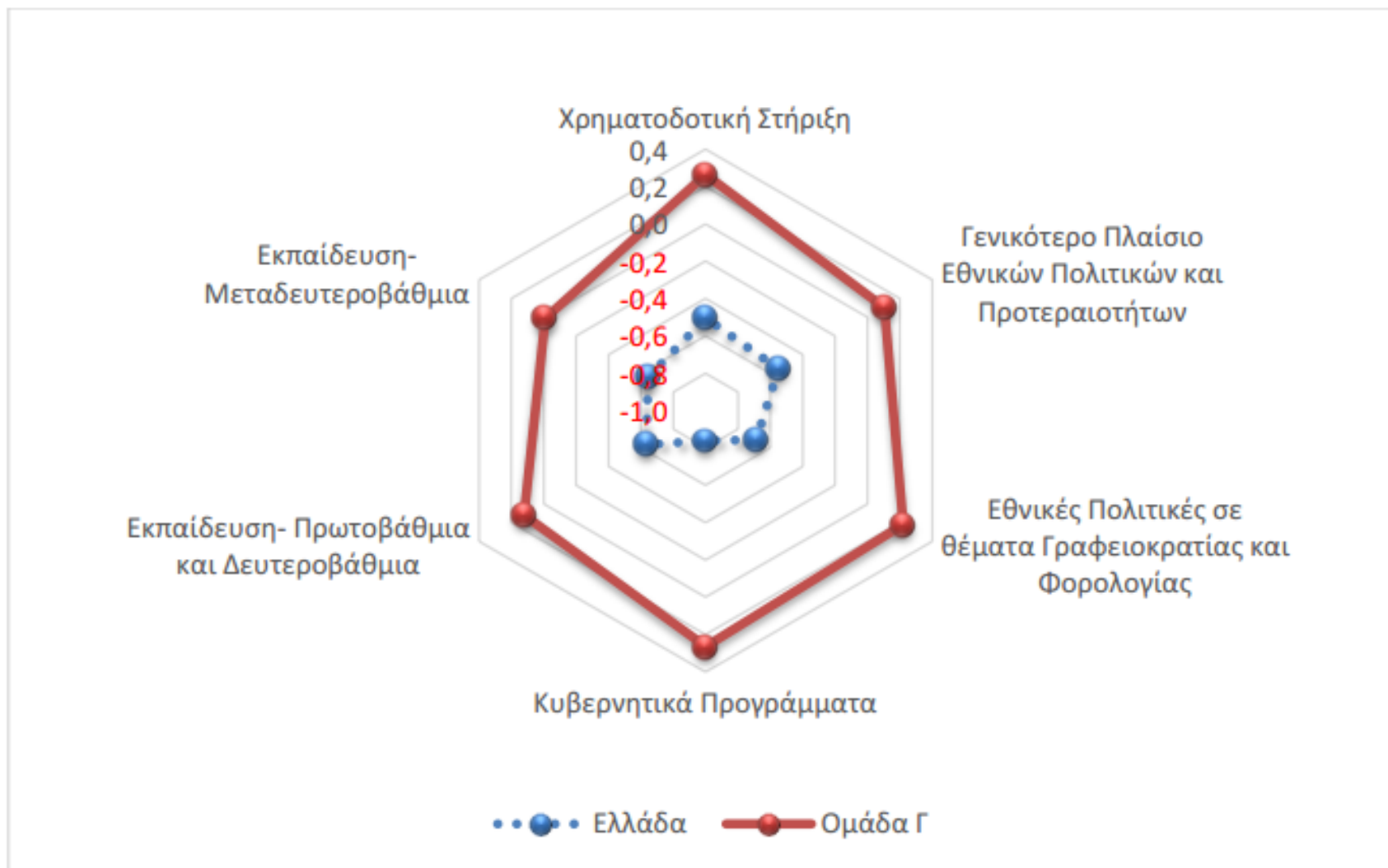


Θετικές και αρνητικές αποκλίσεις από την ΕΕ



Πηγή SBA Fact Sheet for Greece 2013 http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2013/greece_en.pdf

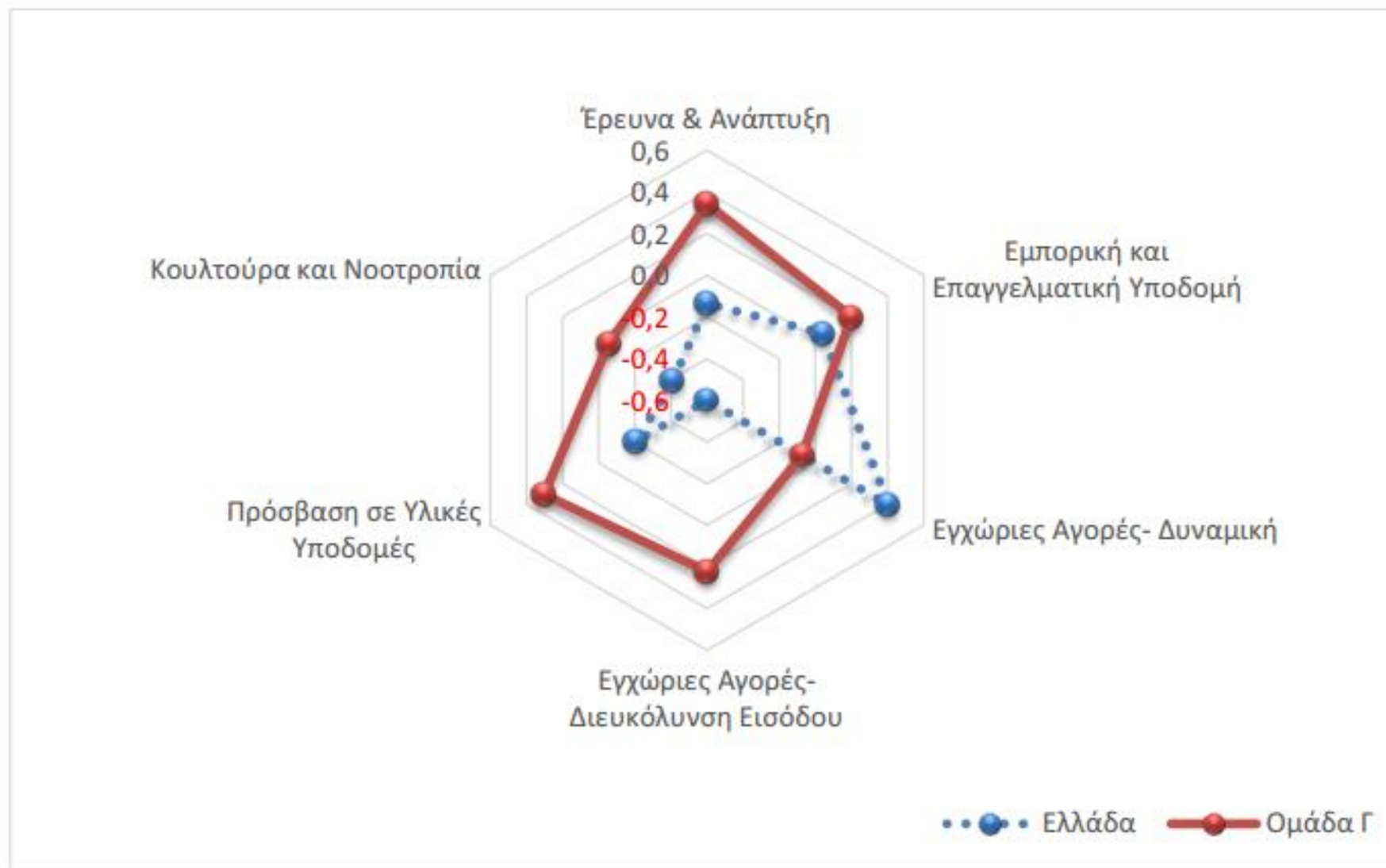
Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος I (2014)



Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος II (2014)



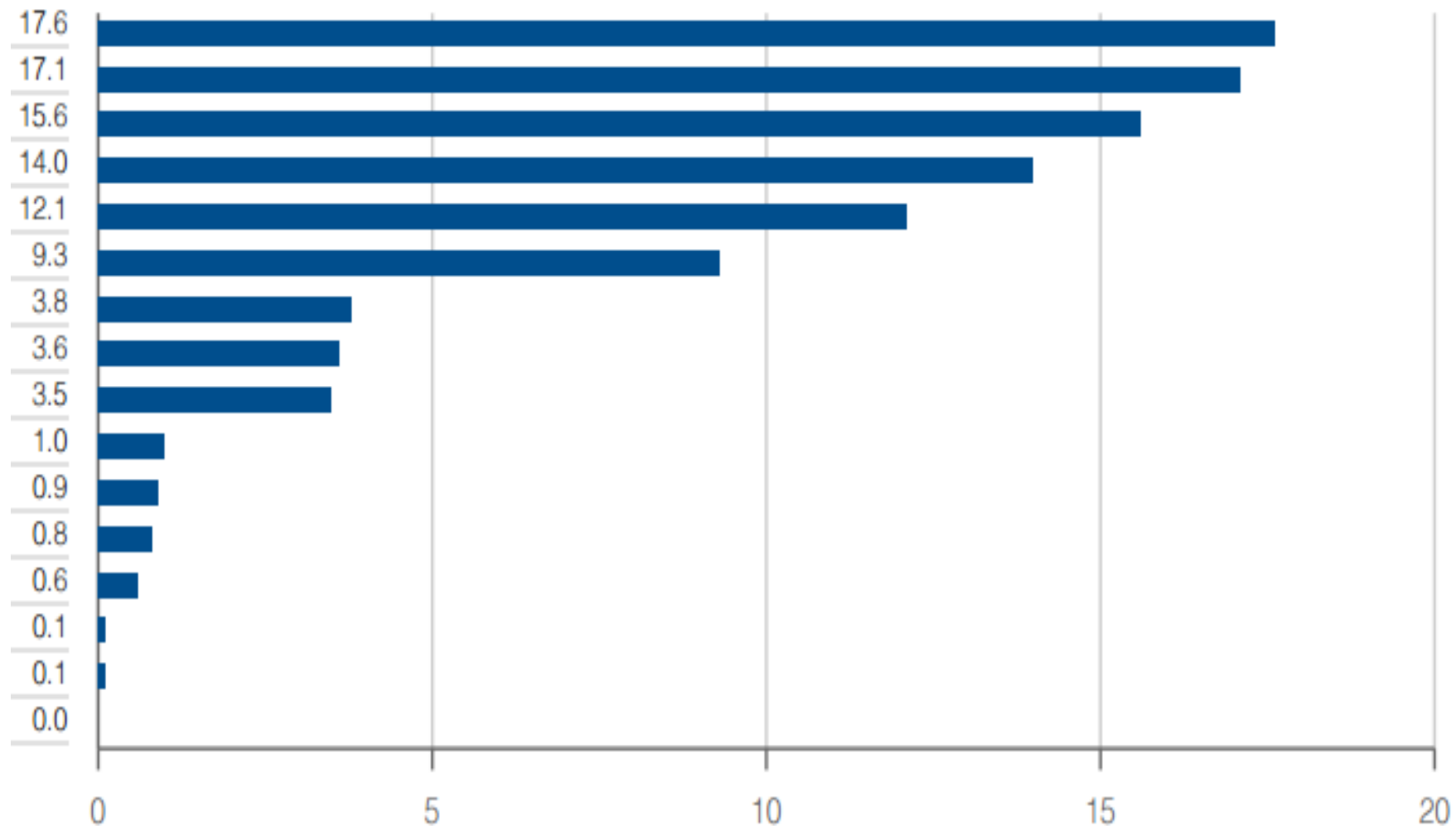
Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Οι πιο προβληματικοί παράγοντες της επιχειρηματικότητας

Source: World Economic Forum, Executive Opinion Survey 2016

- Πολιτική αστάθεια
- Υψηλή φορολογία
- Γραφειοκρατία
- Πρόσβαση σε χρηματοδότηση
- Φορολογικοί περιορισμοί
- Κυβερνητική αστάθεια
- Ανεπαρκείς υποδομές
- Διαφθορά
- Περιοριστικοί κανονισμοί εργασίας
- Κανονισμοί νομισματικής πολιτικής
- Εργασιακή ηθική στο εργατικό δυναμικό
- Ανεπαρκής ικανότητα καινοτομίας
- Ανεπαρκώς εκπαιδευμένο εργατικό δυναμικό
- Ασθενές σύστημα δημόσιας υγείας
- Πληθωρισμός
- Εγκληματικότητα



Η επιχειρηματικότητα μέσα από τα μάτια των νέων: **κάτι αλλάζει**



έχει θετική/ πολύ θετική άποψη για την επιχειρηματικότητα



43% έχει σκεφτεί σοβαρά να ξεκινήσει μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια, ενώ το **30%** έχει την πρόθεση να ξεκινήσει μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια στο άμεσο μέλλον.

66%

θεωρεί τη δυνατότητα δημιουργίας ως το σημαντικότερο λόγο ίδρυσης επιχείρησης



έχει θετική/ πολύ θετική άποψη για τους επιχειρηματίες

67%



των δυνητικών επιχειρηματιών εκτιμούν πως η επιχειρηματική τους προσπάθεια πρέπει να βασίζεται στην **κοινωνία**

27%



των δυνητικών επιχειρηματιών θέλει να δραστηριοποιηθεί στην **Πληροφορική & Τηλεπικοινωνίες**



24%

των δυνητικών επιχειρηματιών προσδοκά να πετύχει ποσοστό των εξαγωγών πάνω από **50%**



αντιλαμβάνεται την επιχειρηματική επιτυχία ως προϊόν σκληρής δουλειάς

68%



αντιλαμβάνεται την επιχειρηματική αποτυχία ως ευκαιρία για μάθηση

77%

συμμετέχει σε μια τουλάχιστον δράση επιχειρηματικότητας

78%

θεωρεί την προετοιμασία από τα Πανεπιστήμια για να γίνει κάποιος επιχειρηματίας μέτρια έως ανεπαρκή

Σημαντικότερες δράσεις ανάπτυξης του επιχειρηματικού πνεύματος στο Πανεπιστήμιο

1
Πρακτική άσκηση σε εταιρείες γνωστές ή startups

Προσομοιώσεις: πώς να δημιουργήσετε και να διαχειρίζεστε τη δική σας επιχείρηση

Συναντήσεις και σεμινάρια με επιτυχημένους επιχειρηματίες

Μύθοι σχετικά με την Επιχειρηματικότητα

1. Ο επιχειρηματίας γεννιέται, δεν γίνεται
2. Οποιοσδήποτε μπορεί να γίνει επιχειρηματίας
3. Οι επιχειρηματίες είναι «τζογαδόροι»
4. Ο επιχειρηματίας είναι «όλα σε ένα»
5. Οι επιχειρηματίες είναι ανεξάρτητοι και αφεντικά του εαυτού τους
6. Οι επιχειρηματίες εργάζονται περισσότερο και σκληρότερα από τους managers
7. Οι επιχειρηματίες βρίσκονται σε μεγάλη πίεση με ακριβό αντίτιμο
8. Η έναρξη και η αποτυχία της επιχείρησης σε καταδικάζουν σε ανέχεια
9. Τα λεφτά είναι το παν
10. Οι επιχειρηματίες πρέπει να είναι νέοι γεμάτοι ενέργεια
11. Ο επιχειρηματίας υποκινείται από την ισχύ του χρήματος
12. Οι επιχειρηματίες επιζητούν την εξουσία και τον έλεγχο των άλλων
13. Στον ταλαντούχο επιχειρηματία η επιτυχία έρχεται γρήγορα
14. Κάθε επιχειρηματίας με καλές ιδέες μπορεί να βρει χρηματοδότες
15. Ο επιχειρηματίας που έχει χρήματα για να ξεκινήσει δεν μπορεί να χάσει
16. Οι επιχειρηματίες είναι «μοναχικοί λύκοι»
17. Οι επιχειρηματίες έχουν υψηλό δείκτη ευφυΐας

20



Επιχειρηματική ανάπτυξη

Έννοια επιχειρηματικής ανάπτυξης

- **boo.com**: Ιδρύθηκε το 1998, ξεκίνησε με 30 άτομα και 20 εκατ. λίρες Αγγλίας. Το 1999 απασχολούσε 400 άτομα και είχε συγκεντρώσει 125 εκατ. λίρες. Σύντομα η αύξηση της απασχόλησης ήταν μεγαλύτερη από 1300%. Τον Μάιο του 2000 η επιχείρηση χρεωκόπησε...

Οι πιο κερδοφόρες ελληνικές επιχειρήσεις

Οι πιο ανερχόμενες ελληνικές επιχειρήσεις

Οι μακροβιότερες επιχειρήσεις στην Ελλάδα

Κάντε κλικ στους υπερσυνδέσμους για να ανοίξει το σχετικό άρθρο

Τελικά ποιες επιχειρήσεις είναι αναπτυγμένες;

Μέτρηση επιχειρηματικής ανάπτυξης

Κριτήρια επιχειρηματικής ανάπτυξης

- Πωλήσεις/Έσοδα
- Κέρδη
- Χρηματοοικονομικοί δείκτες
- Απασχόληση
- Μερίδιο αγοράς
- Έσοδα επιχειρηματία
- Υποκειμενικά μεγέθη μέτρησης (πχ ικανοποίηση επιχειρηματία)
- Πολλαπλά μεγέθη μέτρησης

Επιχειρήσεις υψηλής ανάπτυξης

- **Γαζέλες:** Οι νεοφυείς επιχειρήσεις (startups) που παρουσιάζουν μέσα στην πρώτη πενταετία της ζωής τους πάνω από 20% ανάπτυξη για τουλάχιστον τρία συνεχόμενα χρόνια και συνήθως συναντώνται στον χώρο της υψηλής προστιθεμένης αξίας, της τεχνολογίας δηλαδή. (ΟΟΣΑ και Eurostat) Πχ Microsoft, Apple, Dell, Yahoo, Google, Cisco, Facebook, Twitter
- **Ελέφαντες:** μεγάλες επιχειρήσεις που απασχολούν πολλούς εργαζόμενους αλλά δεν παράγουν πολλές θέσεις απασχόλησης.
- **Ποντίκια:** μικρές επιχειρήσεις που ξεκινούν με μικρό μέγεθος αλλά συνεισφέρουν οριακά στην αύξηση της απασχόλησης.

Δεδομένα

- Οι ανεπτυγμένες επιχειρήσεις έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να επιβιώσουν
- Η ταχεία επιχειρηματική ανάπτυξη είναι πολύ σπάνια
- Η ταχεία ανάπτυξη είναι σποραδική
- Οι νεώτερες και μικρότερες επιχειρήσεις αναπτύσσονται πιο γρήγορα από τις παλαιότερες και μεγαλύτερες

25



Νεοφυείς επιχειρήσεις (startups)

Η περίπτωση των startups

Μια startup είναι ένας προσωρινός οργανισμός που σχηματίστηκε για να αναζητήσει ένα επαναλήψιμο και επεκτάσιμο μοντέλο επιχειρείν. (Steve Blank)

Οι start-ups συχνά αποτυγχάνουν μέσα στους πρώτους 12 μήνες ζωής. Μόνο 1 στα 12 start-ups καταλήγουν να γίνουν πετυχημένες επιχειρήσεις.

[Οι ελληνικές startups που διαπρέπουν στο εξωτερικό](#)

[Οι πιο επιτυχημένες startup ιδέες που θα ακούγονταν γελοίες](#)

Κάντε κλικ στους υπερσυνδέσμους για να ανοίξει το σχετικό άρθρο

Η περίπτωση των startups

Τι είναι startup;

Start-up είναι μια νέα, καινοτόμος επιχειρηματική δραστηριότητα με εκθετική ανάπτυξη ή προοπτικές ταχείας ανάπτυξης.

Τι δεν είναι startup;

- Μια νεοϊδρυθείσα επιχείρηση (starting-up)
- Με συγκεκριμένο business model
- Με σταθερή/γραμμική ανάπτυξη
- Που δραστηριοποιείται στον κλάδο της πληροφορικής

Η περίπτωση των startups

endeavor
GREECE

ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ
STARTUPS
ΣΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ

Μια
γρήγορα
αναπτυσσόμενη
κοινότητα

Νέα startups ανά έτος



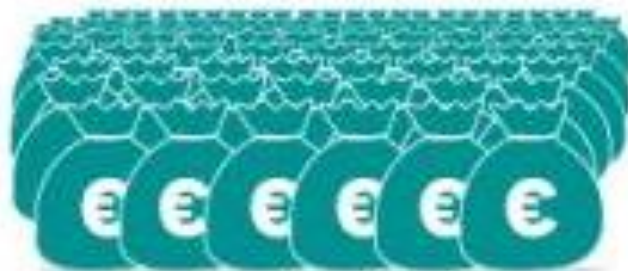
Η περίπτωση των νεοφυών επιχειρήσεων

>80x αύξηση
ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

2010
€500.000



2013
€42.000.000



Το φαινόμενο **Jeremie**
Αριθμός επενδύσεων το 2013

72%
Επενδυτές
με έδρα την
Ελλάδα



69%
Angel
seed



Η περίπτωση των startups

Κυριαρχία της τεχνολογίας

Αριθμός εταιριών ανά κλάδο



Ποσοστό επενδύσεων ανά κλάδο



Η περίπτωση των startups

1/4 startups με
προοπτική

↑ γρήγορης ανάπτυξης

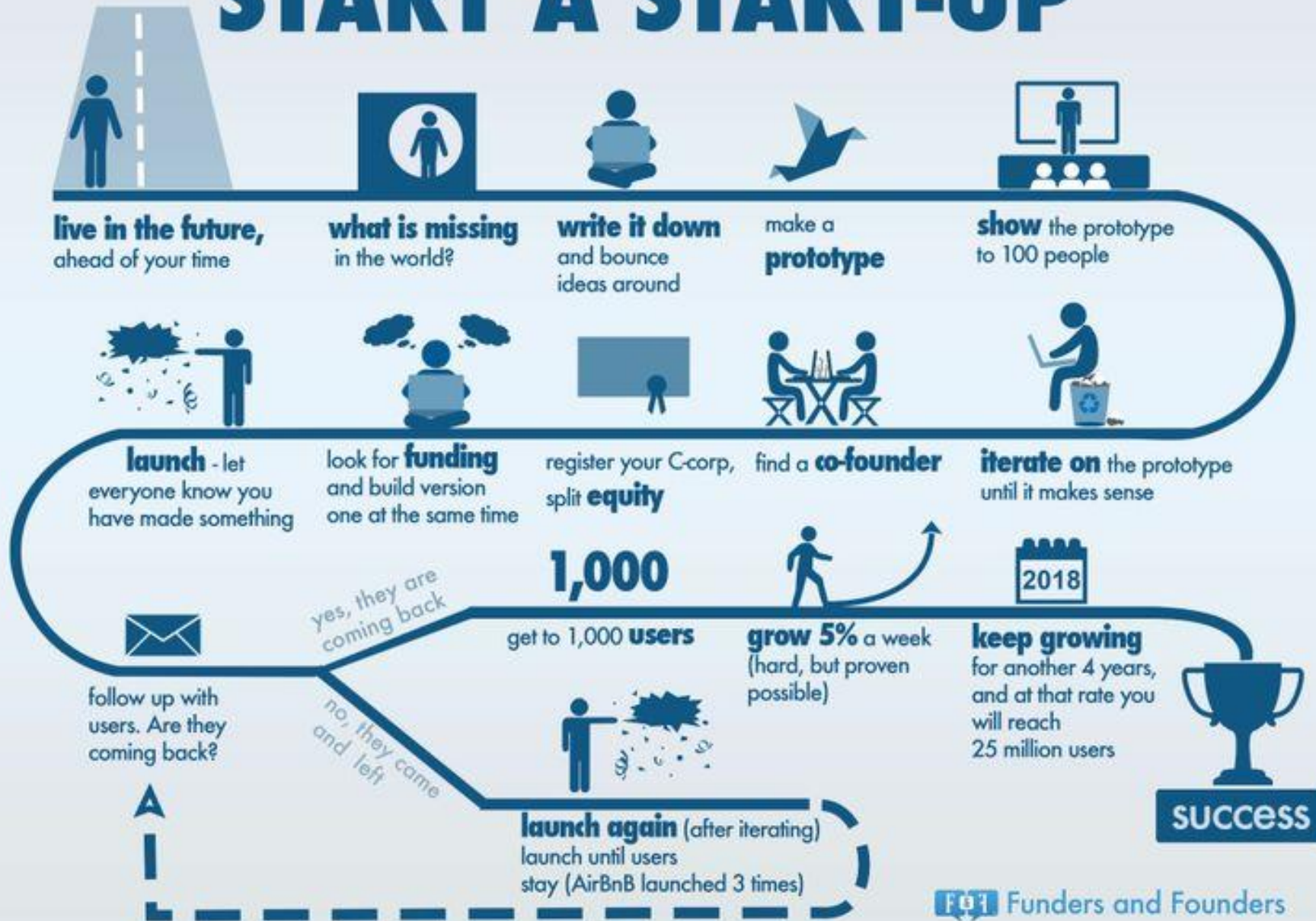
30 startups

έλαβαν επένδυση το 2013

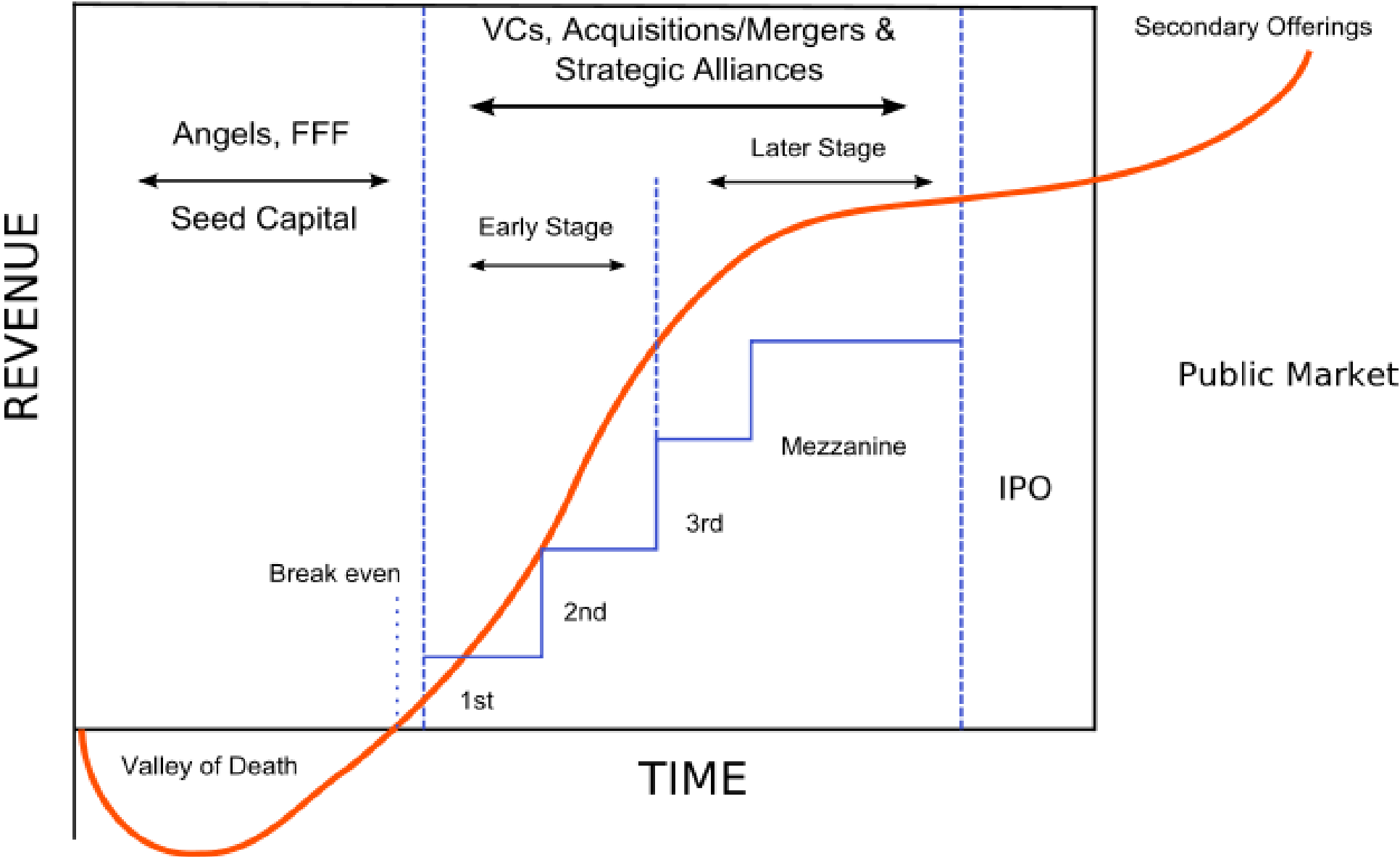
ένας οργανισμός για **κάθε** πέντε startups

 **1/2** startups
mobile apps

HOW TO START A START-UP



Startup Financing Cycle



Στρατηγικές για γρήγορη ανάπτυξη

Προσφέρετε κάτι δωρεάν

Το Hotmail παρουσίασε το browser-based email το 1996 προωθώντας το μαζί με ένα δωρεάν λογαριασμό στους 20.000 χρήστες του με το motto "Get Your Free Email at Hotmail" στο τέλος κάθε απεσταλμένου μηνύματος, βλέποντας τους χρήστες να φθάνουν στο 1 εκατομμύριο μέσα σε 6 μήνες.

Θεσπίστε ένα πρόγραμμα παραπομπής

Το Dropbox προσέφερε επιπλέον χώρο αποθήκευσης 500MB δωρεάν τόσο στον χρήστη που έκανε τη σύσταση όσο και σε αυτόν που τη δέχθηκε με αποτέλεσμα η δεξαμενή χρηστών του Dropbox να εκτοξευθεί από 100.000 σε περισσότερους των 4 εκατομμυρίων μέσα σε μόνο 15 μήνες.

Στρατηγικές για γρήγορη ανάπτυξη

Επιλέξτε την αποκλειστικότητα

Το Pinterest χρησιμοποίησε μια στρατηγική ανάπτυξης του δικτύου της μόνο μέσω ειδικής πρόσκλησης μεταξύ των μελών, επιτρέποντας ωστόσο στους χρήστες να αιτηθούν πρόσκληση η οποία ωστόσο έκανε πολύ χρόνο να εξυπηρετηθεί προκειμένου να γίνει πάταγος και να παγιωθεί η ανάγκη για την υπηρεσία. Από τον Αύγουστο του 2010 μέχρι και τον Οκτώβριο του 2013 το Pinterest γιγαντώθηκε από 100.000 χρήστες ξεπέρασε τα 70 εκατομμύρια.

Δοκιμάστε το Platform Hacking

Το Youtube το 2005 κεφαλαιοποίησε την επιτυχημένη πλατφόρμα των 25 εκατομμυρίων χρηστών του Myspace και πέτυχε ραγδαία ανάπτυξη απαριθμώντας σήμερα πάνω από 2 δις χρηστών. Ουσιαστικά υπερέβη το πρόβλημα διακίνησης βίντεο παρέχοντας με δικό του κόστος φιλοξενίας των βίντεο τη δυνατότητα στο Myspace να επισυνάπτει τον υπερσύνδεσμο του βίντεο χωρίς να πρέπει να πληρώσει.



Μελέτες περίπτωσης ταχείας επιχειρηματικής ανάπτυξης

Άρθρο: Καλές πρακτικές τεχνολογικής επιχειρηματικότητας

Amazon



Apple



Disney



Google



Harley-Davidson



Microsoft



Lotus Cars



Patagonia



Mattel



Nike



47



Προσεγγίσεις επιχειρηματικής ανάπτυξης

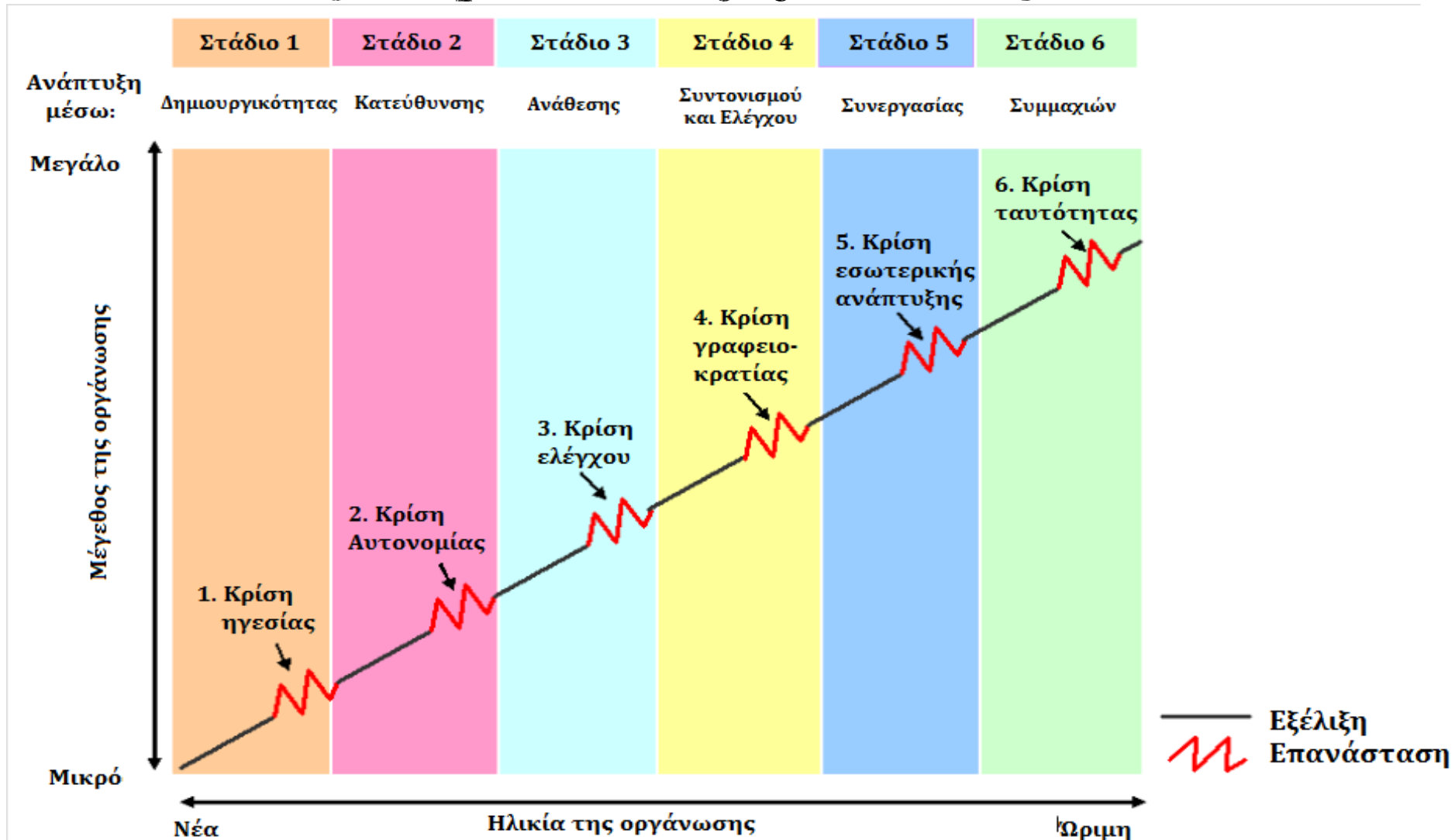
Προσεγγίσεις της επιχειρηματικότητας

1. Εξελικτικές προσεγγίσεις
2. Προσεγγίσεις βάσει των κοινωνικών δικτύων
3. Θεωρία πόρων
4. Διοικητικές προσεγγίσεις
5. Οικονομικές προσεγγίσεις
6. «Τυχαίες» προσεγγίσεις

1. Εξελικτικές προσεγγίσεις

Η επιχειρηματική ανάπτυξη γίνεται αντιληπτή βάσει του «κύκλου ζωής».

Χαρακτηριστικό είναι το υπόδειγμα σταδίων του Greiner (1972)



1. Εξελικτικές προσεγγίσεις

Η επιχειρηματική ανάπτυξη γίνεται βάσει της «περιβαλλοντικής οικολογίας» που ασχολείται με:

- Τους λόγους για τους οποίους γεννιούνται επιχειρήσεις, πώς εξελίσσονται ωριμάζουν και πεθαίνουν
- Την περιβαλλοντική επιλογή των επιχειρήσεων (διαθεσιμότητα πόρων, αβεβαιότητα, ανταγωνισμός)
- Τις στρατηγικές επιλογές:
 - Εξειδίκευση (ειδική προσέγγιση)
 - Διασπορά κινδύνου (γενική προσέγγιση)

2. Προσεγγίσεις βάσει των κοινωνικών δικτύων

Η επιχειρηματική ανάπτυξη γίνεται μέσω αλληλεπίδρασης των επιχειρήσεων εντός δικτύων.

Βασικές έννοιες:

- Δίκτυο: άτομα/επιχειρήσεις και οι μεταξύ τους σύνδεσμοι
- Κοινωνικό κεφάλαιο: το δίκτυο και οι πόροι που μπορούν να κινητοποιηθούν μέσω αυτού
- Δίκτυα επιχειρησιακής ανάπτυξης μέσω τυπικών (σχέσεις με συμβούλους) ή άτυπων (σχέσεις με άλλους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων) σχέσεων, ισχυρών (οικογένεια) ή χαλαρών (πελάτες, γνωριμίες) δεσμών.

Βασικές προσεγγίσεις:

- Εύρος δικτύου: όσο μεγαλύτερο το εύρος δικτύου τόσο μεγαλύτερη η επιχειρηματική ανάπτυξη
- Κλειστό δίκτυο: όσο μικρότερο αλλά με ισχυρούς δεσμούς το δίκτυο τόσο μεγαλύτερη η επιχειρηματική ανάπτυξη
- Θέση στο δίκτυο: όσο πιο διαπερατά, με κενά είναι τα δίκτυα τόσο μεγαλύτερη η επιχειρηματική ανάπτυξη των επιχειρήσεων, καθώς η συμπλήρωση δομικών κενών των δικτύων (πχ γεφύρωση μεταξύ δύο δικτύων) δημιουργεί δυνατότητα δυναμικής ανάπτυξης

2. Προσεγγίσεις βάσει των επιχειρηματικών συστάδων

Η επιχειρηματική ανάπτυξη γίνεται μέσω αλληλεπίδρασης των επιχειρήσεων εντός συστάδων (αλλιώς: επιχειρηματικοί συνεργατικοί σχεδιασμοί).

Βασικές έννοιες:

- Συστάδες (clusters): Ομάδες γειτονικών επιχειρήσεων [Ενδιαφέρον άρθρο για τα clusters](#)

Πλεονεκτήματα:

- Πρόσβαση σε εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό δημιουργεί συνθήκες ευνοϊκές για R&D και καινοτομία
- Πρόσβαση σε προμηθευτές και πελάτες που οδηγεί στην εξοικονόμηση κόστους
- Οικονομίες κλίμακας αν χρησιμοποιούνται κοινές υποδομές
- Μεγαλύτερη εξωστρέφεια και διάχυση της γνώσης και της πληροφόρησης (πχ για τεχνολογικές εξελίξεις) που μπορεί να προσδώσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

Παραδείγματα:

- Silicon Valley
- Cluster κρασιού Καλιφόρνιας
- mi, gi, si - cluster του Corallia

3. Μαθησιακές προσεγγίσεις και η θεωρία πόρων

Θεωρία πόρων: εστιάζει στους εσωτερικούς πόρους της επιχείρησης που πρέπει να είναι πολύτιμοι, σπάνιοι, ατελώς αντιγράψιμοι, μη αντικαταστάσιμοι

Βασικές έννοιες:

- Πόροι: οι πρώτες ύλες οι αναγκαίες για την παραγωγή
- Διακρίνονται σε οικονομικούς (π.χ. κεφάλαια), φυσικούς (π.χ. μηχανήματα), ανθρώπινους (π.χ. δεξιότητες των εργαζομένων και της διοίκησης), οργανωτικούς (π.χ. τα συστήματα οργανωτικής υποστήριξης), και τεχνολογικούς (πχ πατέντες, know-how).
- Διακρίνονται επίσης σε υλικούς (πχ μηχανήματα και εργαζόμενοι) και άυλους (άδειες, τεχνογνωσία, ιδέες, καινοτομική ικανότητα, R&D ικανότητα, εταιρική κουλτούρα και η φήμη της επιχείρησης).

4. Διοικητικές προσεγγίσεις

Για την επιχειρηματική ανάπτυξη ευθύνεται είτε:

- το ψυχολογικό προφίλ (ριψοκίνδυνος, φιλόδοξος, συγκεντρωτικός)
- το στυλ διοίκησης

Στάδιο	Διοικητικός ρόλος	Διοικητικό στυλ	Δομή οργανισμού
Έναρξη	Άμεση επιτήρηση	Επιχειρηματικό, ατομιστικό	Χωρίς δομή
Επιβίωση	Επιτηρούμενη επιτήρηση	Επιχειρηματικό, ατομιστικό	Απλή
Ανάπτυξη	Μετάθεση αρμοδιοτήτων/ συντονισμός	Επιχειρηματικό, συντονισμένο	Λειτουργική, κεντρική
Επέκταση	Αποκέντρωση	Επαγγελματικό, διοικητικό	Λειτουργική, αποκεντρωμένη
Ωριμότητα	Αποκέντρωση	Έλεγχος	Αποκεντρωμένη/λειτουργική/ προϊόν

Scott
and
Bruce
(1987)

- ο προσανατολισμός του ιδιοκτήτη της επιχείρησης, δηλαδή η κατεύθυνση λήψης αποφάσεων (καινοτομικότητα, πρόληψη, ικανότητα ρίσκου, ανταγωνιστική επιθετικότητα, αυτονομία)

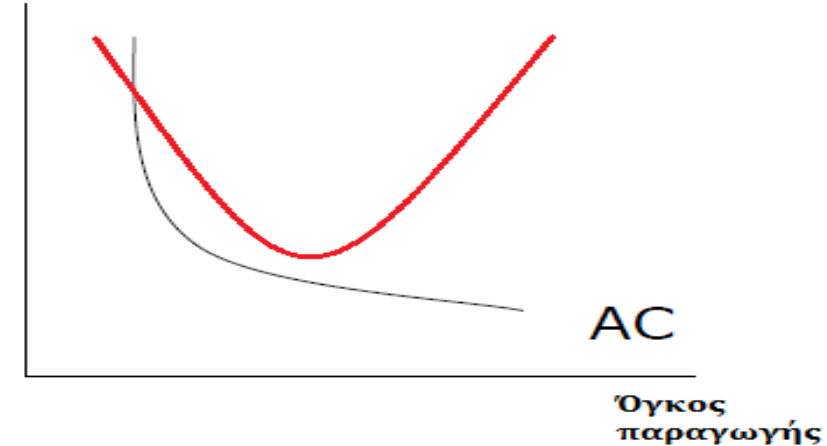
5. Οικονομικές προσεγγίσεις

Η επιχειρηματική ανάπτυξη επηρεάζεται από τη δομή του κόστους κάθε κλάδου.

Οικονομικές προσεγγίσεις:

- Νεοκλασική θεωρία: η επιχείρηση αναπτύσσεται ακολουθώντας καμπύλη κόστους U
- Ατελής ανταγωνισμός: η επιχείρηση αναπτύσσεται ενώ μειώνεται το κόστος (καμπύλη L)
- Τεχνικές οικονομίες κλίμακας: όσο περισσότερο παράγει μια επιχείρηση τόσο πιο χαμηλό το κόστος ανά μονάδα προϊόντος, άρα πιο εύκολη η ανάπτυξη μιας ήδη μεγάλης επιχείρησης
- Χρηματικές οικονομίες κλίμακας: όσο πιο εύρωστη μια επιχείρηση τόσο πιο πιθανό να αναπτυχθεί
- Εξωτερικές οικονομίες κλίμακας: λόγω γειτνίασης με άλλες επιχειρήσεις (πχ clusters)
- Δυναμικές οικονομίες κλίμακας: οικονομίες μάθησης - όσο συσσωρεύεται εμπειρία, τόσο πιο πιθανό να αναπτυχθεί η επιχείρηση
- Στόχοι της επιχείρησης: η ανάπτυξη εξαρτάται από αυτούς
- Εξελικτική ανάπτυξη: η επιτυχία φέρνει επιτυχία, η αποτυχία αποτυχία

Μέσο
κόστος



6. Τυχαίες προσεγγίσεις

Η επιχειρηματική ανάπτυξη επηρεάζεται από τη δομή του κόστους κάθε κλάδου.

Προσεγγίσεις:

- Μοντέλο θορυβώδους επιλογής: όταν ο επιχειρηματίας δε γνωρίζει ότι έχει ταλέντο μέχρι να διευθύνει την επιχείρηση. Μια σειρά από απρόβλεπτα γεγονότα παρεμβάλλονται στην επιχειρηματική ανάπτυξη ως «θόρυβος». Όσο όμως διευθύνει τόσο μειώνεται ο παράγοντας τύχη και υπερισχύει το ταλέντο.
- Τυχειότητας: το να είσαι στο σωστό μέρος τη σωστή στιγμή

57

Case Study

**Μελέτες περίπτωσης
επιχειρηματικής ανάπτυξης**

Αν θέλετε μια δήλωση, θα σας πω ότι ήμουν απλώς τυχερός με την EasyJet... Θέλω να πω, το απίστευτο με την EasyJet είναι ότι ρίσκαρα την περιουσία της οικογένειάς μου και στάθηκα τυχερός επειδή ήμουν στο σωστό μέρος - που πιστεύω ότι ήταν το Luton - τη σωστή στιγμή - στα μέσα της δεκαετίας του 1990, όταν οι ευρωπαϊκές αερομεταφορές περνούσαν φάση απορρύθμισης -, αλλά και επειδή είχα καλό πατέρα, ο οποίος με ενίσχυσε με σημαντικά κεφάλαια για να αγοράσω καινούργια αεροσκάφη. Και πήγε περίφημα.

Sir Στέλιος Χατζηιωάννου

easyJet

1979

1991

2001

2007

2013



Δύο νέοι φαρμακοποιοί, ο Νίκος και η Νίκη Κουτσιανά παρασκευάζουν φαρμακευτικές κρέμες με μελισσοκομικά προϊόντα και εκχυλίσματα βοτάνων στο φαρμακείο τους.



http://www.apivita.com/hellas/our_history



<http://www.corallia.org/el/activity-fields/clusters.html>

Δημοσιεύτηκε από **COSMOTE**
302.306 προβολές



▶ ● ————— -1:44 🔊 ⚙️ 🔍

<https://www.youtube.com/watch?v=wmmlVPXvH1s>

HISTORY OF



<https://www.youtube.com/watch?v=P4dT-lW9260>



<https://www.youtube.com/watch?v=PoUJQJB7jVc>



Δημιουργία επιχειρήσεων ιδέα και διαδικασία

Οικονομική προσέγγιση

Η επιλογή της επιχειρηματικότητας έναντι της μισθωτής εργασίας είναι αποτέλεσμα της συνάρτησης χρησιμότητας που κάθε επιλογή έχει :

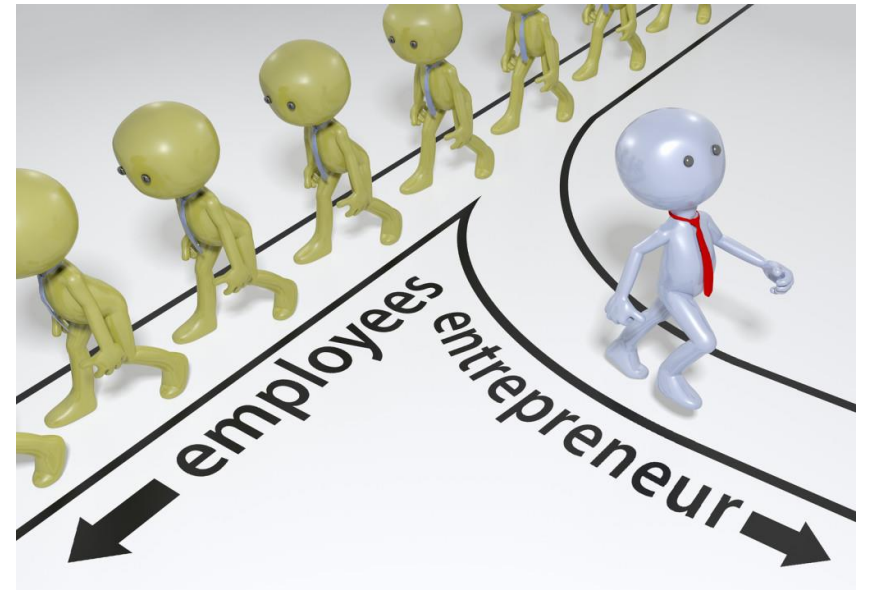
- Αν $U_w > U_p$, τότε επιλέγεται η μισθωτή εργασία
- Αν $U_w < U_p$, τότε επιλέγεται η αυτοαπασχόληση

Το αποτέλεσμα επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες:

- Ύψος μισθού εργαζομένου, τυπικά προσόντα, ώρες εργασίας
- Ώρες εργασίας, επενδυμένο κεφάλαιο, ταλέντο, τύχη

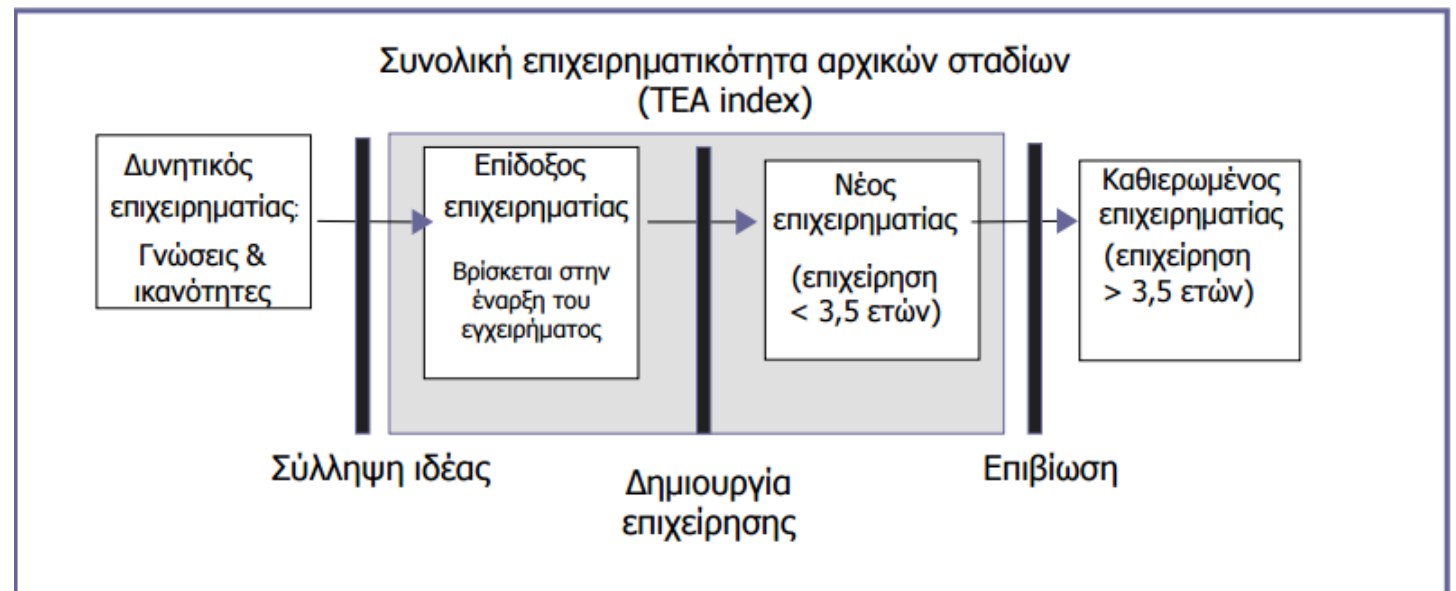
Μετάβαση από τη μια κατάσταση στην άλλη -> αποτέλεσμα σχετικής χρησιμότητας

Αγνοούνται παράγοντες όπως: κόστος μετάβασης, επαγγελματική ικανοποίηση, τύχη, κίνητρα, μέτρηση ταλέντου



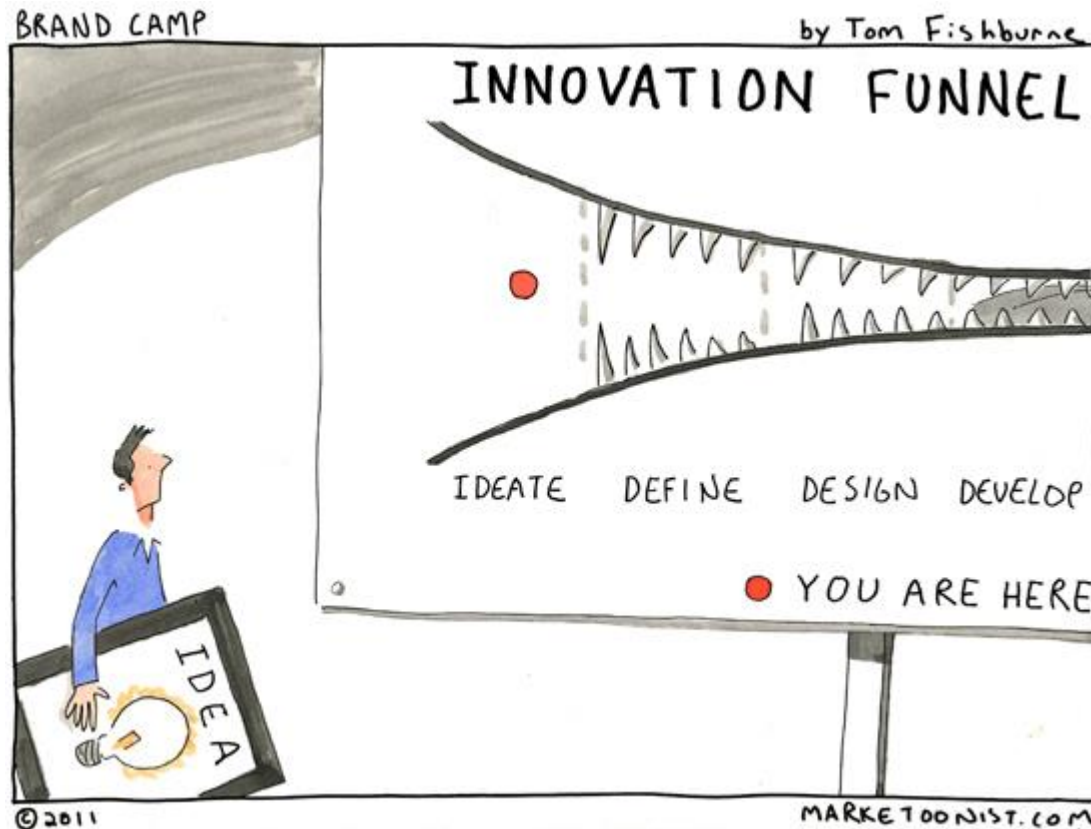
Διαδικασία επιχειρηματικότητας

1. Αναγνώριση και αξιολόγηση ευκαιριών
2. Σύλληψη της επιχειρηματικής ιδέας
3. Σχεδιασμός της επιχείρησης
4. Εξασφάλιση πόρων
5. Λειτουργία και ανάπτυξη της επιχείρησης

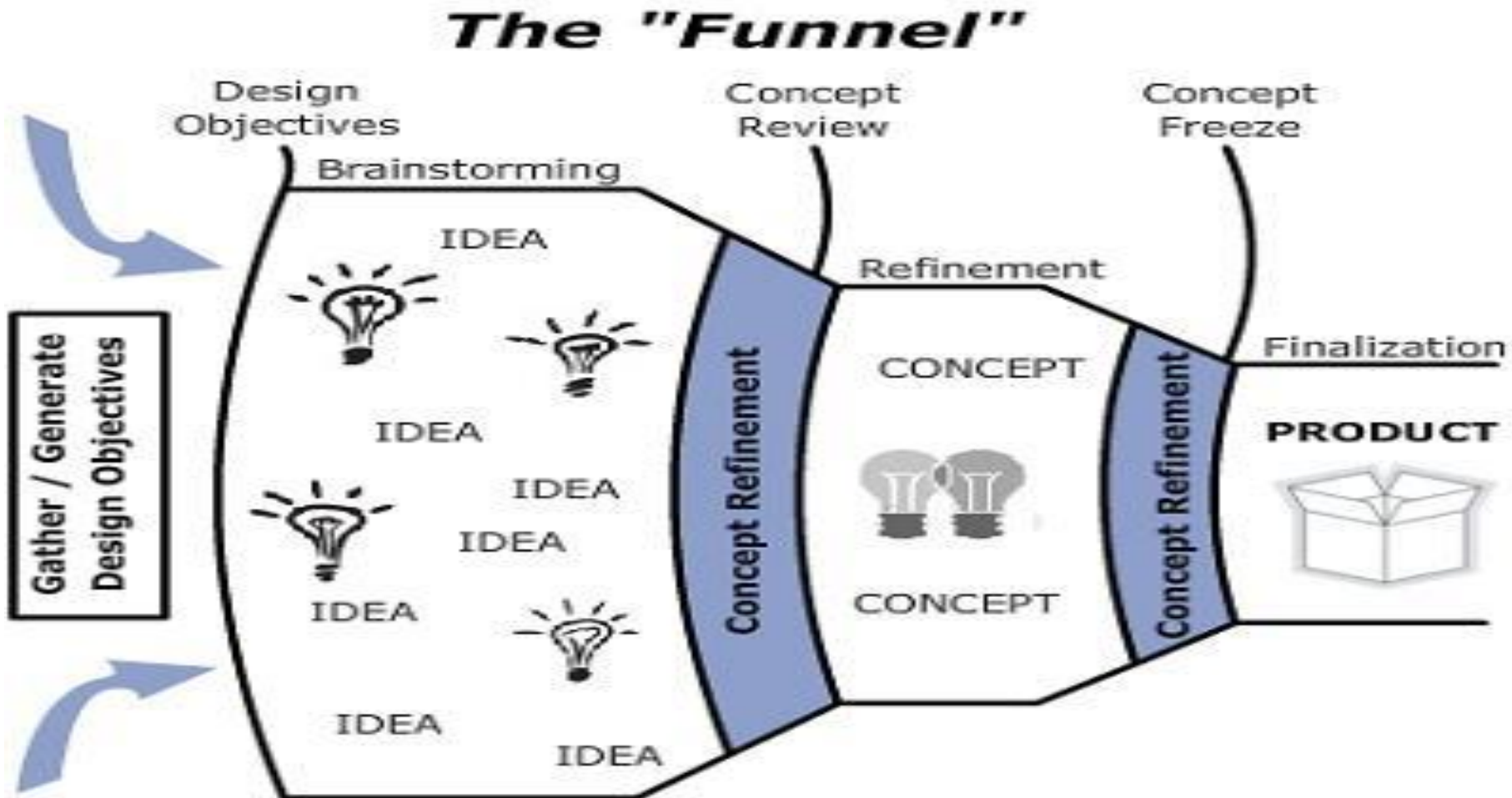


Από την ιδέα στην επιχείρηση

Ιδέα → επιχειρηματικό μοντέλο → επιχειρηματικό σχέδιο → χρηματοδότηση



Από την ιδέα στην επιχείρηση

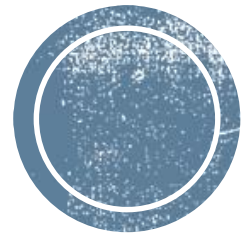


Βιβλιογραφία

- Francis J. Greene, David J. Storey, Ειρήνη Φαφαλιού, Ιωσήφ Χασσίδ, Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, Εκδόσεις Κριτική, 2011.
- Scott, M., and R. Bruce (1987), "Five Stages of Growth in Small Business," Long Range Planning 20, 45-52.
- Greiner, L. (1972). Evolution and revolution as organizations grow. Harvard Business Review, 50, 37-46.
- Francis J. Greene, David J. Storey, Ειρήνη Φαφαλιού, Ιωσήφ Χασσίδ, (2011) Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, Εκδόσεις Κριτική.
- Γεωργαντά Ζωή (2004), Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες. Το management της επιχειρηματικής καινοτομίας, Εκδόσεις Ανίκουλα.
- Καραγιάννης, Η.Γ., Μπάκουρος Ι.Λ. (2010), Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα. Θεωρία - πράξη, Εκδόσεις: Σοφία.

Ηλεκτρονικές πηγές

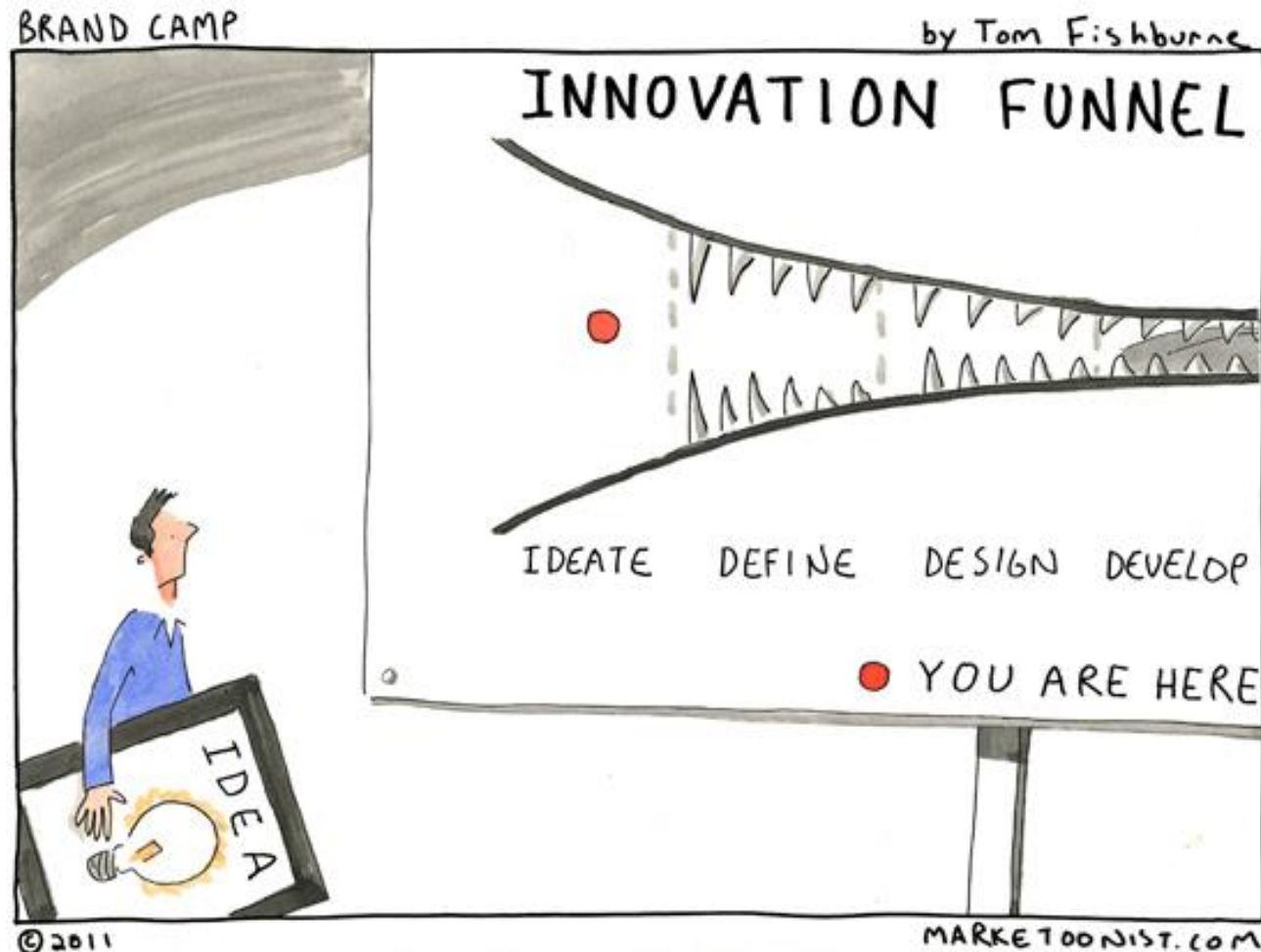
- Ινστιτούτο Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
http://iobe.gr/research_b.asp
- Διεθνές Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα
<http://www.gemconsortium.org/>
- Ινστιτούτο μικρών επιχειρήσεων της ΓΣΕΒΕΕ
http://www.gsevee.gr/press/mme_eng.pdf
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή - Πράξη για τις μικρές επιχειρήσεις
http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/performance-review-2016_el



Επιχειρηματικό μοντέλο Επιχειρηματικός καμβάς Πρόταση αξίας

Από την ιδέα Επιχειρηματικό Μοντέλο

Ιδέα → επιχειρηματικό μοντέλο → επιχειρηματικό σχέδιο → χρηματοδότηση





teamwork



growth

plan



communication



vision



process



revenue

Business

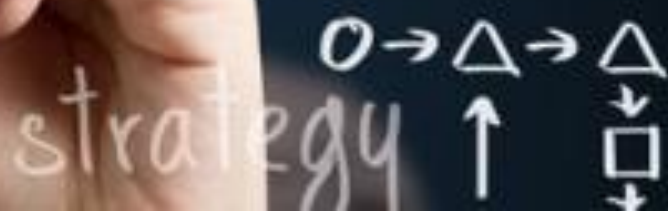


development



people

Model

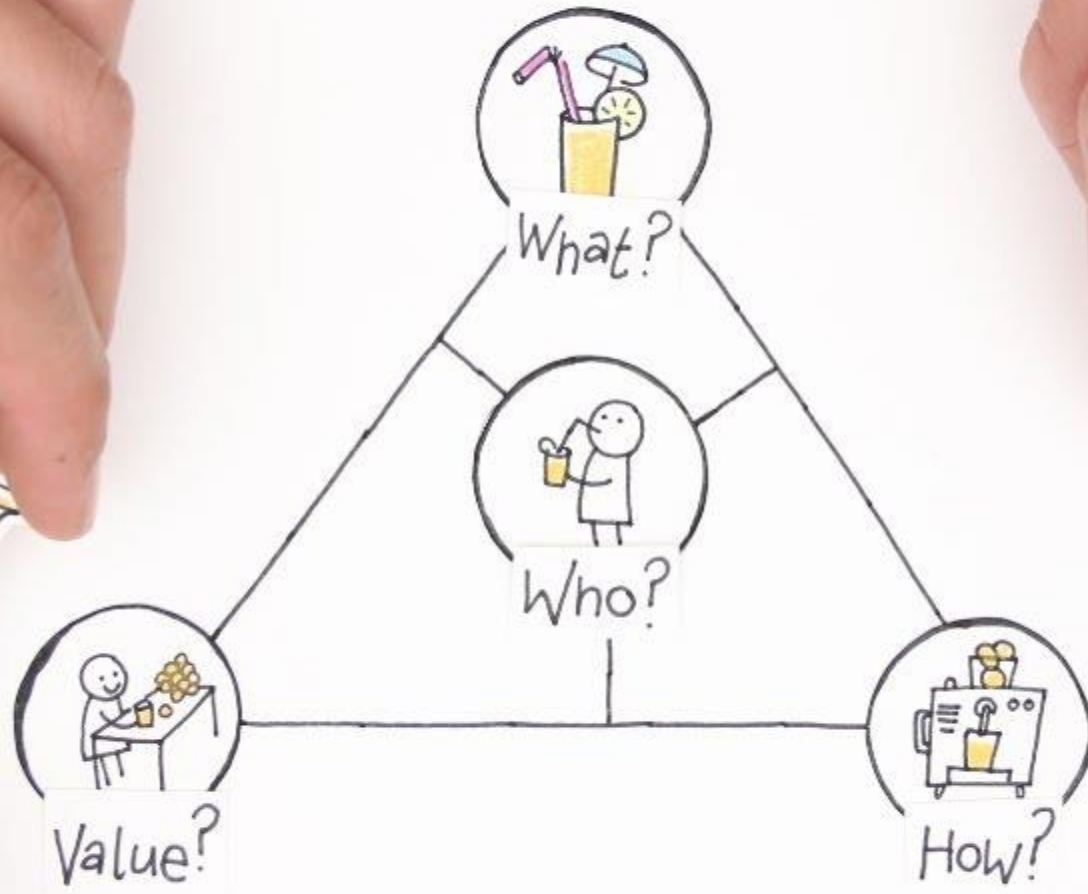


strategy

Τι είναι το Business Model;

- Business Model = Νομική μορφή ;
- Business Model = Εταιρική Δομή ;
- Business Model = Business Plan ;





<https://www.youtube.com/watch?v=B4ZSGQW0UMI>

Τι είναι Business Model;

- Μοντέλο που δείχνει πώς μια επιχείρηση χρησιμοποιεί τους πόρους της για να προσφέρει στους πελάτες υψηλότερη αξία σε σχέση με τους ανταγωνιστές της και πώς βγάζει χρήματα από αυτό
- Απαντά σε ερωτήματα:
 - Ποια είναι η προσφερόμενη αξία, σε ποιους προσφέρεται, ποιος πληρώνει, πόσο, πόσο συχνά, πώς θα διανεμηθεί το προϊόν/υπηρεσία στους πελάτες σας καθορίζει το επιχειρηματικό μοντέλο



Πώς με βοηθά το Business Model;

- Επιτρέπει την οργάνωση πολύπλοκων ιδεών σε μικρότερα μέρη
- Βοηθά να αξιολογήσω γρήγορα τη βιωσιμότητα της ιδέας μου
- Βοηθά στην αναθεώρηση της ιδέας σε περίπτωση που δεν παράγει έσοδα
- Περιγράφει τη λογική του πώς ένας οργανισμός δημιουργεί, διανέμει, και κατοχυρώνει την προστιθέμενη αξία που προσφέρει



Ο Επιχειρηματικός Καμβάς

Αποτελεί γραφική αναπαράσταση του Επιχειρηματικού Μοντέλου

Είναι ένας χρήσιμος οδηγός στη διαμόρφωση της επιχειρηματικής πρότασης. Το επιχειρηματικό μοντέλο μιας επιχείρησης περιγράφεται διεξοδικά με την βοήθεια εννέα δομικών στοιχείων ή βασικών θεμάτων:

1. Την πελατεία της
2. Την παρεχόμενη αξία από τα προϊόντα / υπηρεσίες της
3. Τα κανάλια με τα οποία προσεγγίζει την πελατεία της
4. Τις πελατειακές σχέσεις που έχει διαμορφώσει
5. Τους βασικούς πόρους
6. Τις δραστηριότητες που απαιτούνται για να δημιουργήσει αξία για τους πελάτες της
7. Τις συνεργασίες και συμπράξεις με τρίτους
8. Τα παραγόμενα έσοδα
9. Το κόστος λειτουργίας



Καμβάς Επιχειρηματικού Σχεδίου

Τίτλος Επιχειρ. Ιδέας:

Ποιοι είναι οι κυριότεροι συνεργάτες/
προμηθευτές;

Ποιες είναι οι κυριότερες δραστηριότητες για την ανάπτυξη του προϊόντος/ υπηρεσίας;

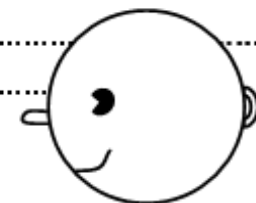
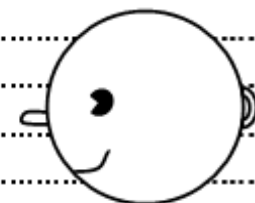
Τι προϊόν / υπηρεσία παρέχετε;

Τι σχέσεις δημιουργείτε με τους πελάτες σας;

Ποιες ομάδες πελατών μπορείτε να διακρίνετε;

Τι πόρους θα χρειαστείτε για την δημιουργία του προϊόντος/ υπηρεσίας σας;

Ποια είναι τα κανάλια διανομής του προϊόντος/ υπηρεσίας;



Ποιοι είναι οι κυριότεροι παράγοντες κόστους;

Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των εσόδων σας;

PARTNERS

I amsterdam.

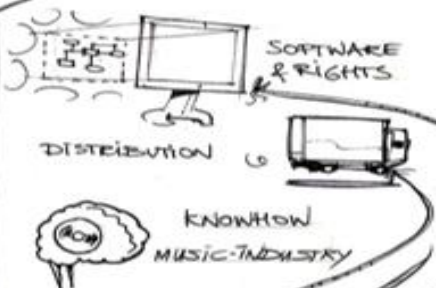
amazon



KEY ACTIVITIES



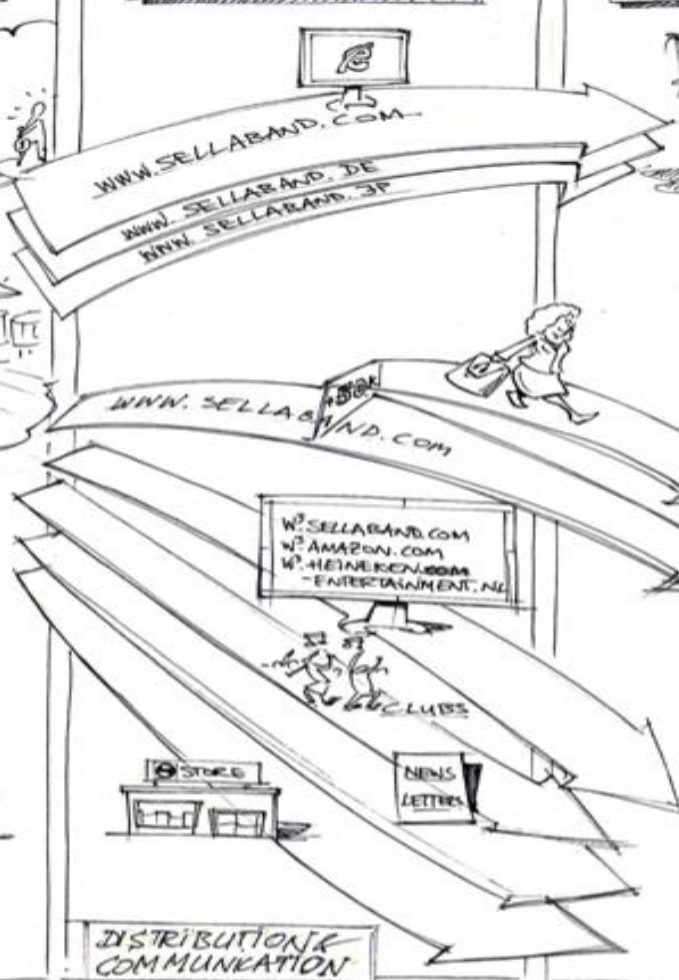
KEY RESOURCES



VALUE PROPOSITION



CLIENT RELATION



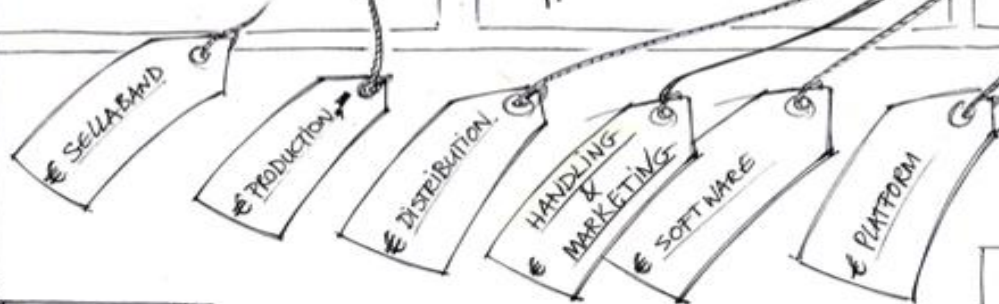
CLIENTS



INDEPENDENT

MUSIC-BUYER

COSTS

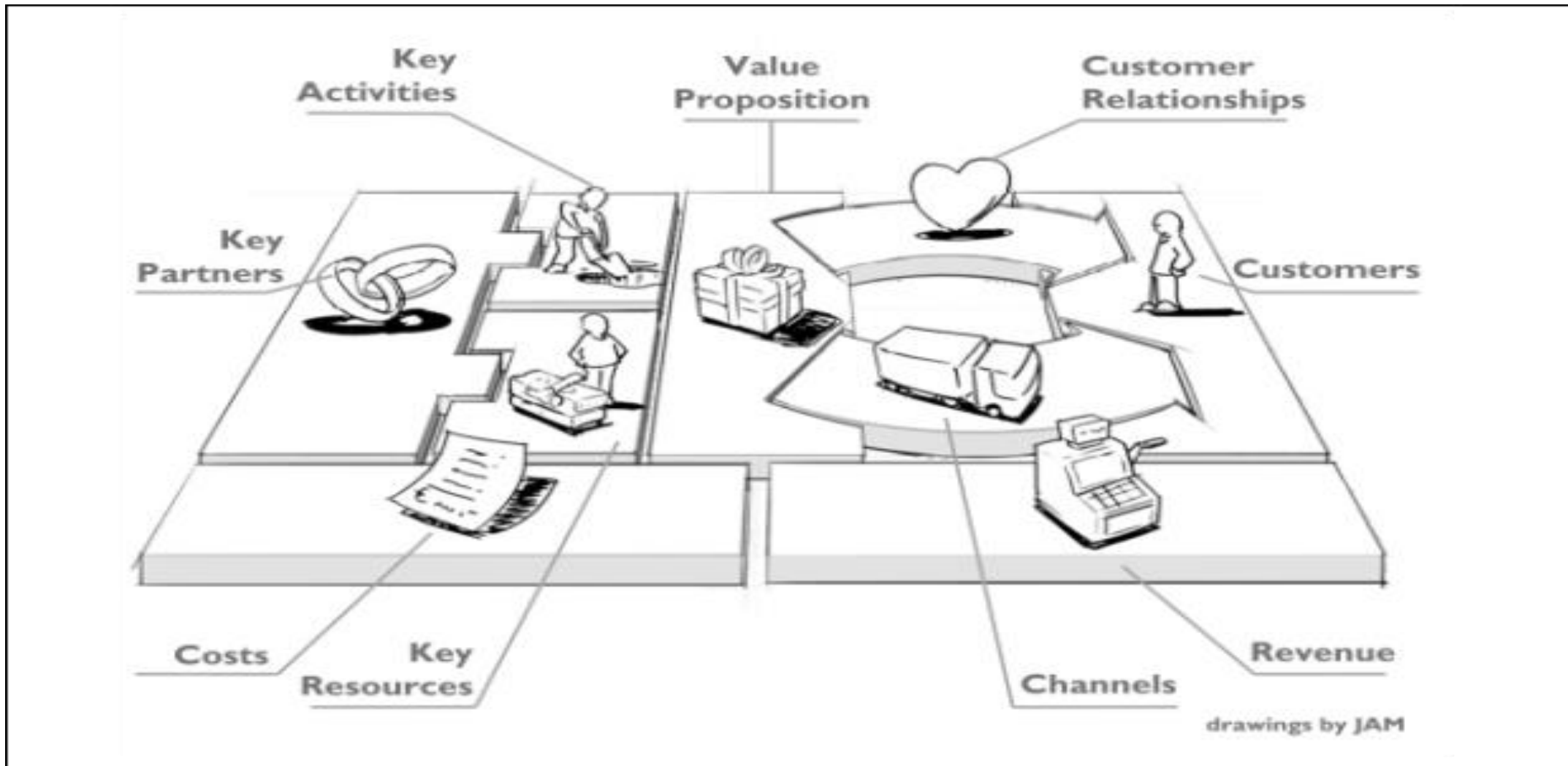


SELLABAND

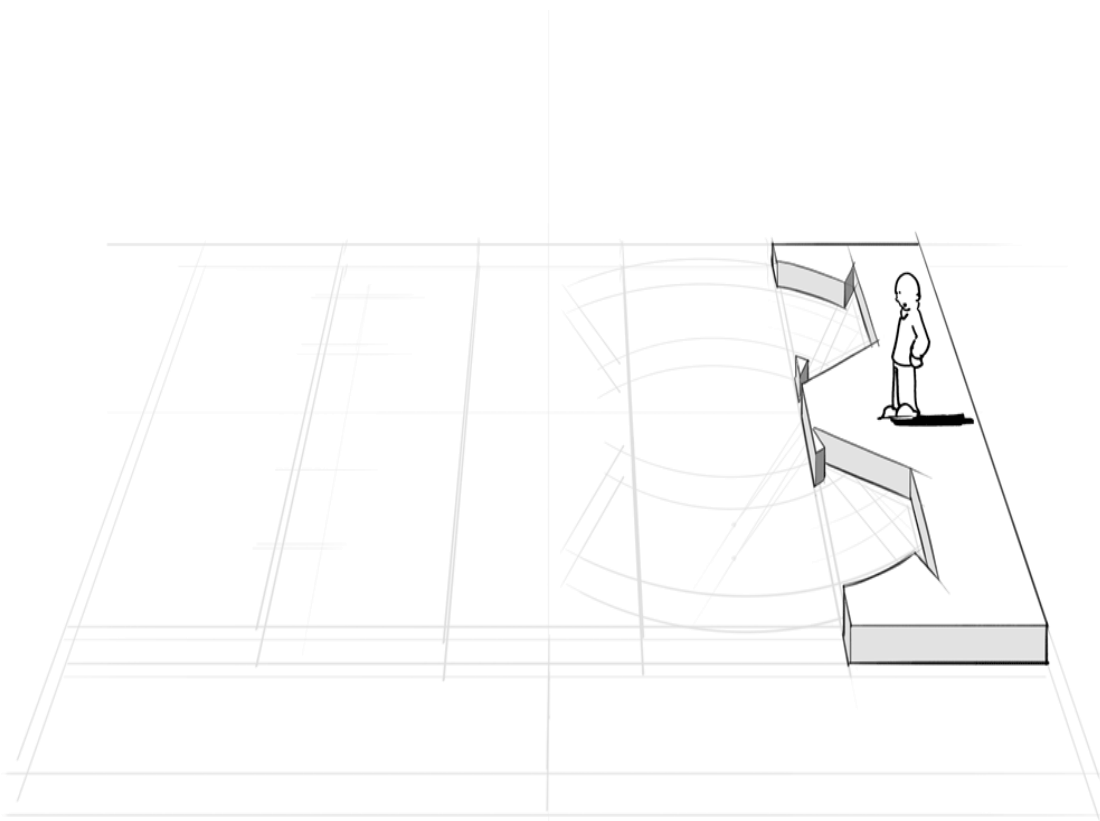
REVENUE



Ο Επιχειρηματικός Καμβάς



1. Τμήματα πελατών



- Ποιοι είναι οι πελάτες μας;
- Ποιες είναι οι ανάγκες τους και τι θέλουν να κάνουν;



1. Κριτήρια τμηματοποίησης

1. **Γεωγραφικά κριτήρια:** η αγορά χωρίζεται ανά περιοχή, περιφέρεια, πόλη, πυκνότητα πληθυσμού, κλίμα (Kotler and Armstrong, 2005). Ο λόγος που επιλέγεται αυτή η μορφή τμηματοποίησης της αγοράς είναι το γεγονός ότι οι καταναλωτές διαφορετικών περιοχών έχουν διαφορετικό τρόπο ζωής και διαφορετικές ανάγκες.
2. **Δημογραφικά κριτήρια:** η αγορά χωρίζεται σε διάφορα τμήματα με βάση την ηλικία, το φύλλο, το εισόδημα, το επάγγελμα, την κοινωνική τάξη, την θρησκεία, το μέγεθος της οικογένειας.
3. **Ψυχογραφικά κριτήρια:** χαρακτηριστικά όπως η προσωπικότητα ή ο τρόπος ζωής καθορίζουν την αγοραστική απόφαση των καταναλωτών και χρησιμοποιούνται ως κριτήρια τμηματοποίησης της αγοράς.
4. **Κριτήρια αγοραστικής συμπεριφοράς:** σε αυτήν την περίπτωση η τμηματοποίηση της αγοράς γίνεται με βάση κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά της αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών όπως είναι το αναζητούμενο όφελος από το συγκεκριμένο προϊόν, η αγοραζόμενη ποσότητα, η επίδραση των στρατηγικών marketing σε συγκεκριμένες κατηγορίες καταναλωτών (τιμή, διαφήμιση, προβολή), ο ρυθμός χρήσης του προϊόντος, στάση των καταναλωτών απέναντι στο προϊόν.

1. Μέθοδοι τμηματοποίησης

1. Η πρώτη μέθοδος είναι η τμηματοποίηση αγοράς **βάσει μεταβλητών ζήτησης και καταναλωτικών προτιμήσεων** (ανάγκες, κατανάλωση, χρήση προϊόντες κτλ) και στη συνέχεια περιγραφή των τμημάτων με τα ατομικά χαρακτηριστικά (περιοχή, εισόδημα, ηλικία κτλ) και τρόπους προσέγγισης (ΜΜΕ, ασχολίες, ενδιαφέροντα κτλ) των καταναλωτών που τα αποτελούν.
2. Η δεύτερη μέθοδος είναι η **ομαδοποίηση των καταναλωτών βάσει των ατομικών χαρακτηριστικών τους** και τρόπων προσέγγισης τους και στη συνέχεια ο έλεγχος για το αν τα τμήματα διαφέρουν ως προς τις μεταβλητές ζήτησης, προτιμήσεων και συμπεριφοράς που μας ενδιαφέρουν (Σιώμκος, 2002).

1. Επίπεδα τμηματοποίησης

ΜΗ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ



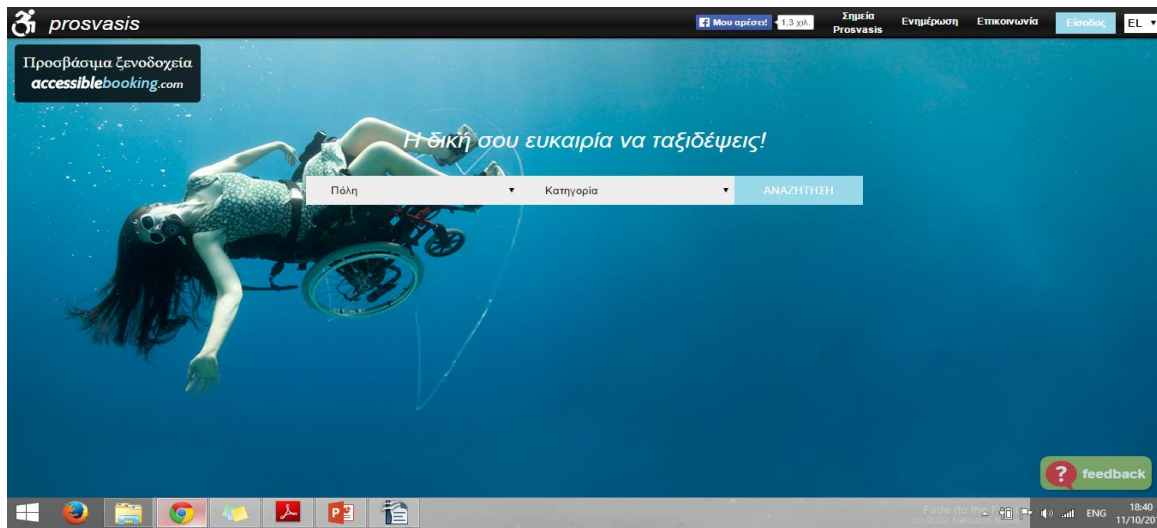
ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ



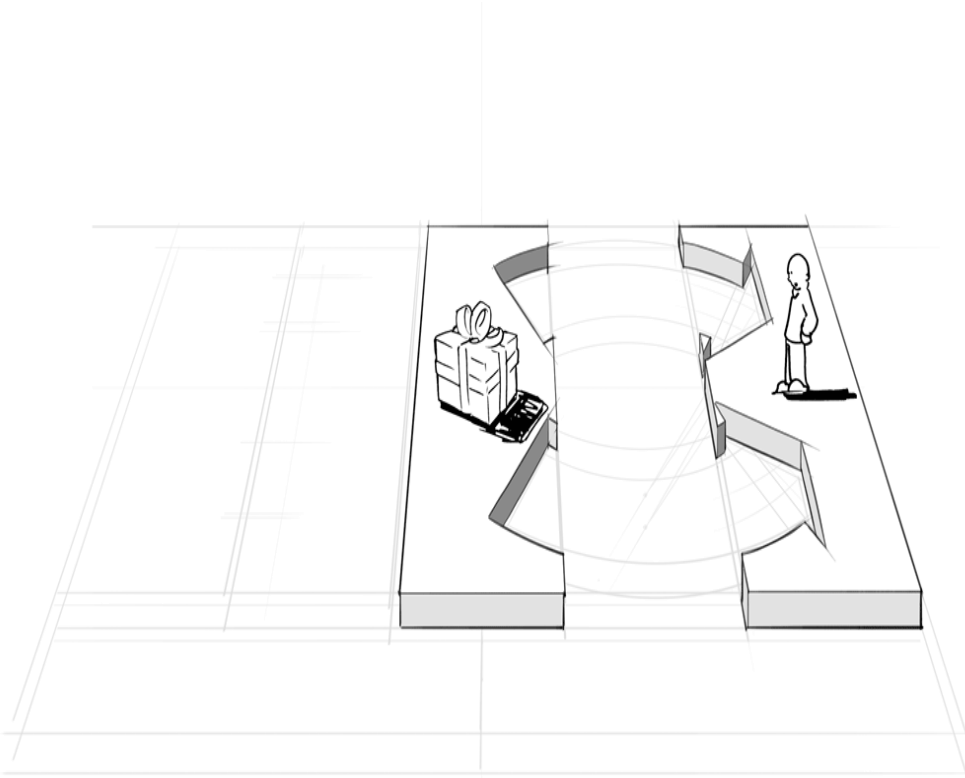
ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ



1. Παραδείγματα τμηματοποίησης



2. Πρόταση Αξίας



- Τι προσφέρουμε σε κάθε κατηγορία πελατών;
- Σε ποιο πρόβλημά τους απαντάμε;
- Με ποια προϊόντα/υπηρεσίες;

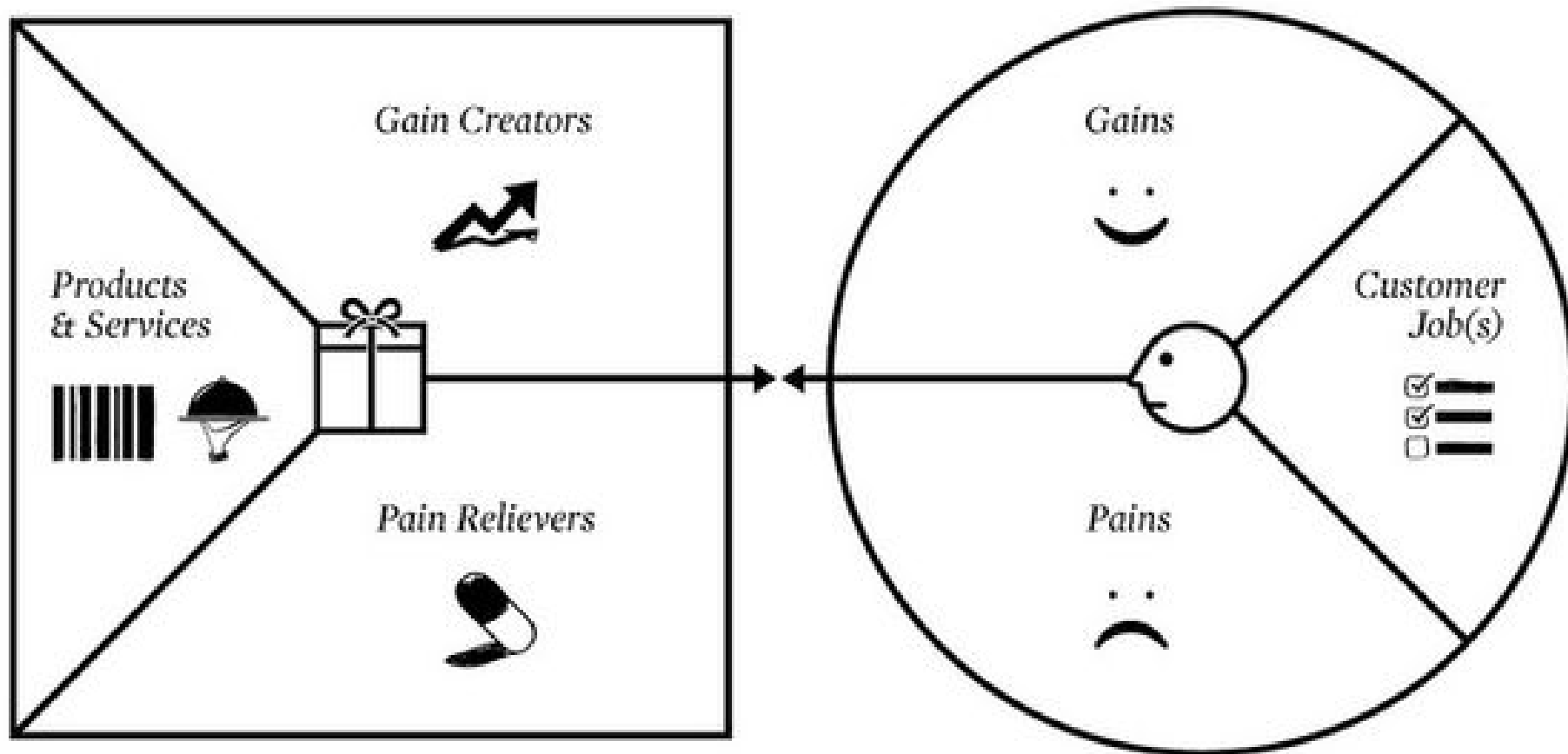


2. Πρόταση Αξίας

- Καινοτομικότητα - το να συναντάμε μια ανικανοποίητη ανάγκη
 - Παράδειγμα: Virtual Theater, Smartphone, Online δημοπρασίες, crowdfunding, MOOCs ...
- Απόδοση - καλύτερη/φθηνότερη/ταχύτερη/πιο ευέλικτη/ πιο αστεία
 - Παράδειγμα: Amazon, e-Bay, Skroutz.gr, AutoMarin.gr, weendy.com, The USB stick, ...
- Λειτουργικότητα - ενσωμάτωση πλήρους υπηρεσίας
 - Παράδειγμα: Xerox copier service, IBM's B-Model revolution, Catering...
- Τιμή - ίδια αξία σε χαμηλότερη τιμή
 - Παράδειγμα: Κίνημα της Πατάτας, μικροδάνεια, γενόσημα φάρμακα, ενοικιάζομενα ποδήλατα πόλης, Ryanair ...
- Προσωποποίηση - Παροχή της ίδιας υπηρεσίας/προϊόντος στα μέτρα του καθενός
 - Παράδειγμα: Dell computers, Nike shoes...



1-2. Σύνδεση Πελατών με την Πρόταση Αξίας



<https://www.youtube.com/watch?v=gB-YwlBrVVs>

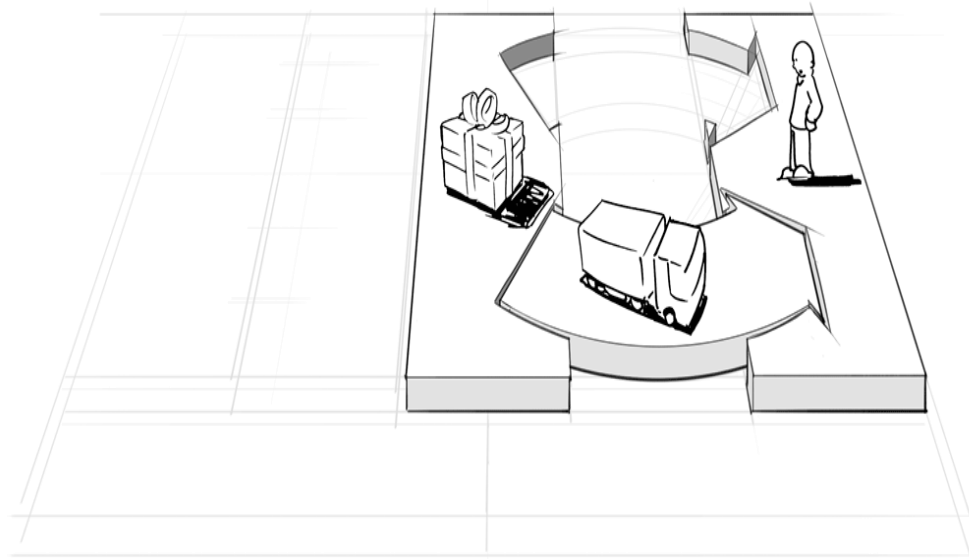


1-2. Σύνδεση Πελατών με την Πρόταση Αξίας

- Μια πρόταση αξίας αποσκοπεί στο να παρέχουμε στους πελάτες μας λύσεις που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες/επιθυμίες τους.
- Εργαλείο για καινοτόμες ιδέες μέσα από τη μελέτη των πελατών
- Προϋπόθεση: να κατανοήσουμε τι χρειάζονται οι πελάτες μας
- Απαντά στα ερωτήματα:
 - Τι εργασίες κάνουν οι πελάτες μας;
 - Ποια οφέλη αισθάνονται;
 - Ποια «πονεμένα σημεία» αισθάνονται;
 - Τα αντιστοιχίζει με τα ερωτήματα
 - Τι μπορούμε να κάνουμε για να αυξήσουμε τα οφέλη για τους πελάτες;
 - Τι μπορούμε να κάνουμε για να απαλύνουμε τον πόνο τους;
 - Ποια, εν τέλει χαρακτηριστικά θα δώσουμε στα προϊόντα/υπηρεσίες μας;
- Απαιτείται επικύρωση του βάσει της πραγματικής χρήσης του



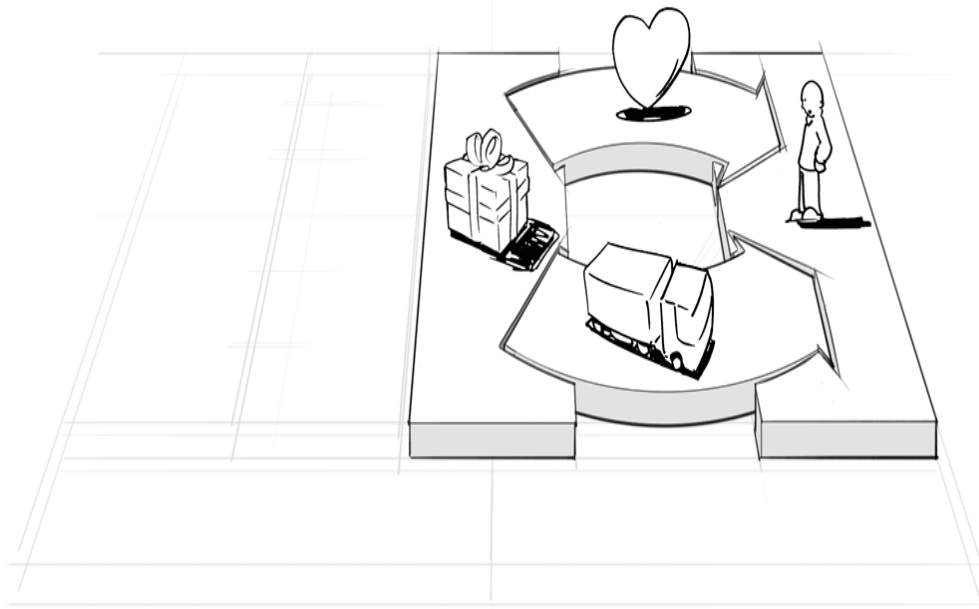
3. Κανάλια



- Μέσω ποιων καναλιών τα προϊόντα και οι υπηρεσίες μας γίνονται προσβάσιμα;
- Ποια κανάλια λειτουργούν πιο αποτελεσματικά;
- Ποια είναι πιο ακριβά;
- Ποια κανάλια χρησιμοποιούμε τώρα; Ποια δυνητικά;



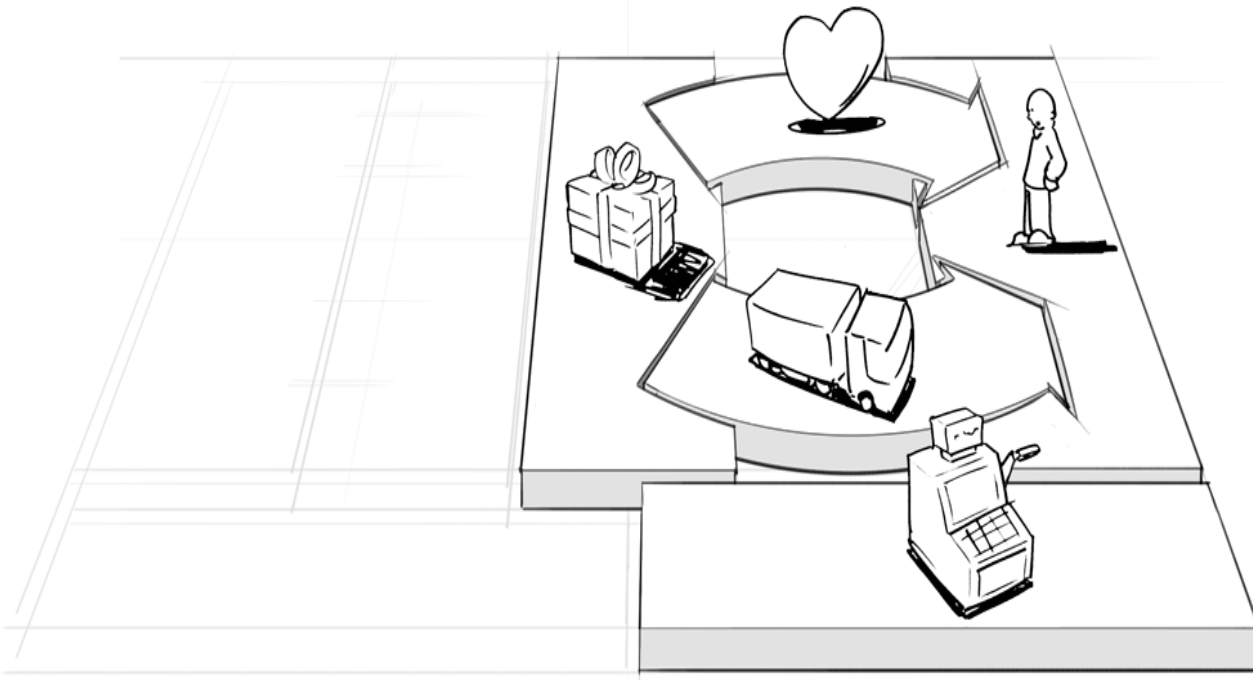
4. Πελατειακές Σχέσεις



- Πώς προσδοκούν οι διάφοροι πελάτες μας να επικοινωνούμε και αλληλοεπιδρούμε; (Προσωπικά; Απομακρυσμένα; Μέσω κινήτρων;)
- Ποιους τρόπους επικοινωνίας έχουμε ήδη εδραιώσει;
- Ποιους θα εδραιώσουμε μελλοντικά; Πόσο κοστίζουν;



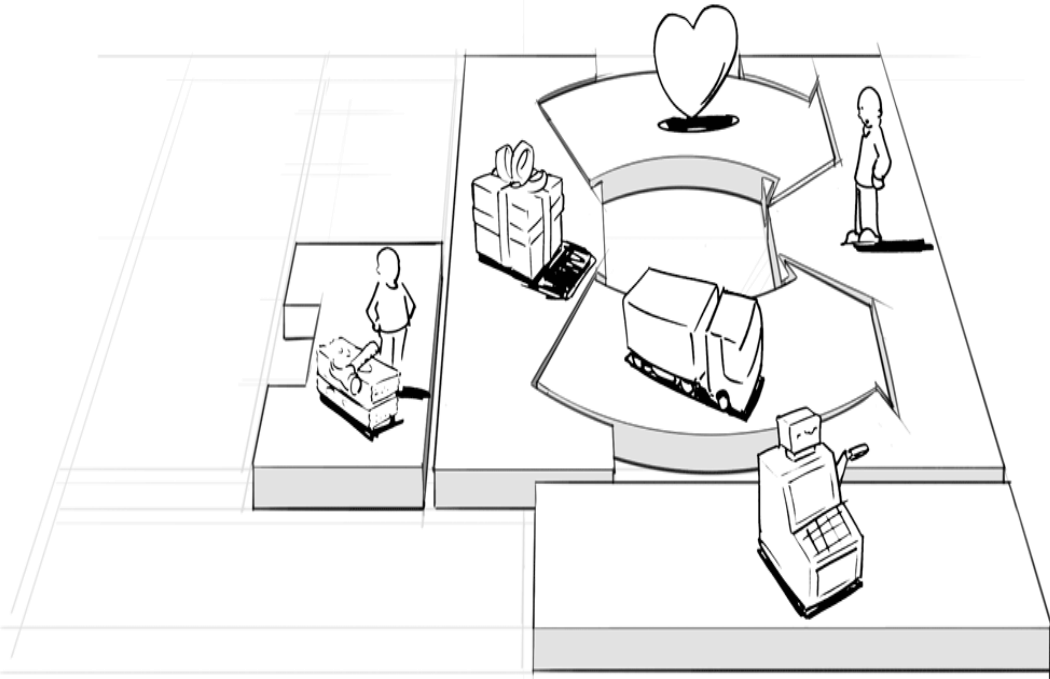
5. Ροές Εσόδων



- Ποια τιμή είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι πελάτες μας;
- Ποια πληρώνουν τώρα;
- Με ποιον τρόπο πληρώνουν;
- Πώς προτιμούν να πληρώσουν;
- Πόσο κάθε ροή εσόδων συνεισφέρει στα συνολικά έσοδα;



6. Βασικοί Πόροι

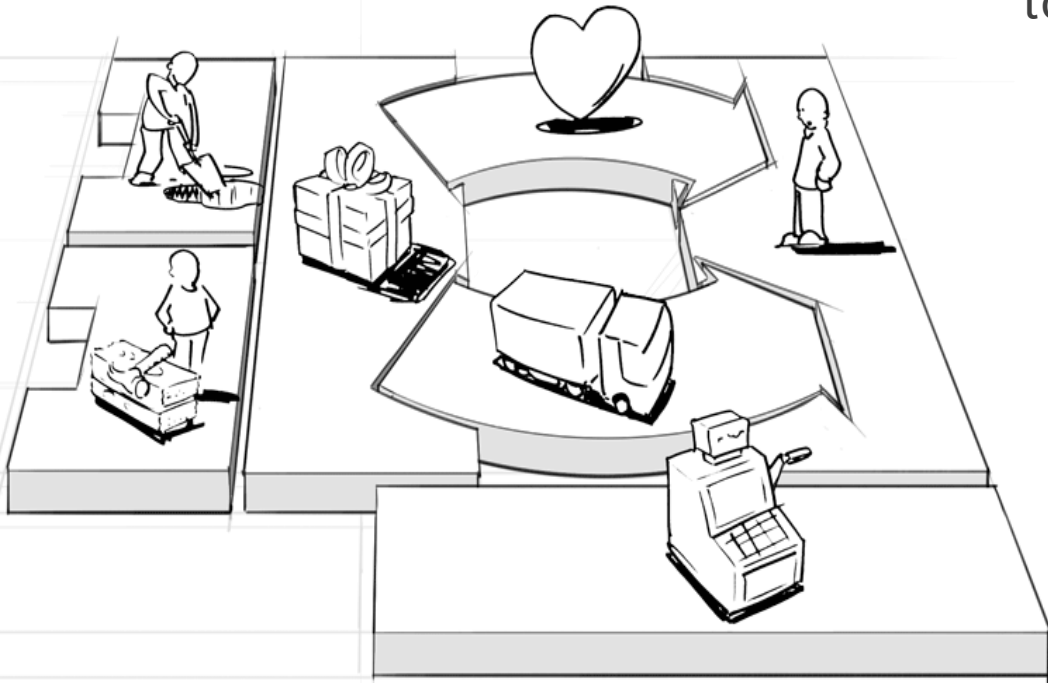


- Ποιοι είναι οι απαιτούμενοι πόροι με βάση την πρόταση αξίας;
 - Φυσικοί: εξοπλισμοί και κτίρια, παροχές υλικών, δίκτυα διανομής κοκ
 - Οικονομικοί: ίδια κεφάλαια, εταιρικά κεφάλαια, εγγυήσεις, πιστοληπτική ικανότητα
 - Διανοητικοί: software, εφαρμογές, σχεδιασμός, branding, δημιουργικότητα, πατέντες, άδειες, πνευματικά δικαιώματα κοκ
 - Ανθρώπινοι: γνώσεις και δεξιότητες, δικτύωση, συμπεριφορά, επικοινωνία, ευελιξία, διπλωματία κοκ



7. Κύριες Δραστηριότητες

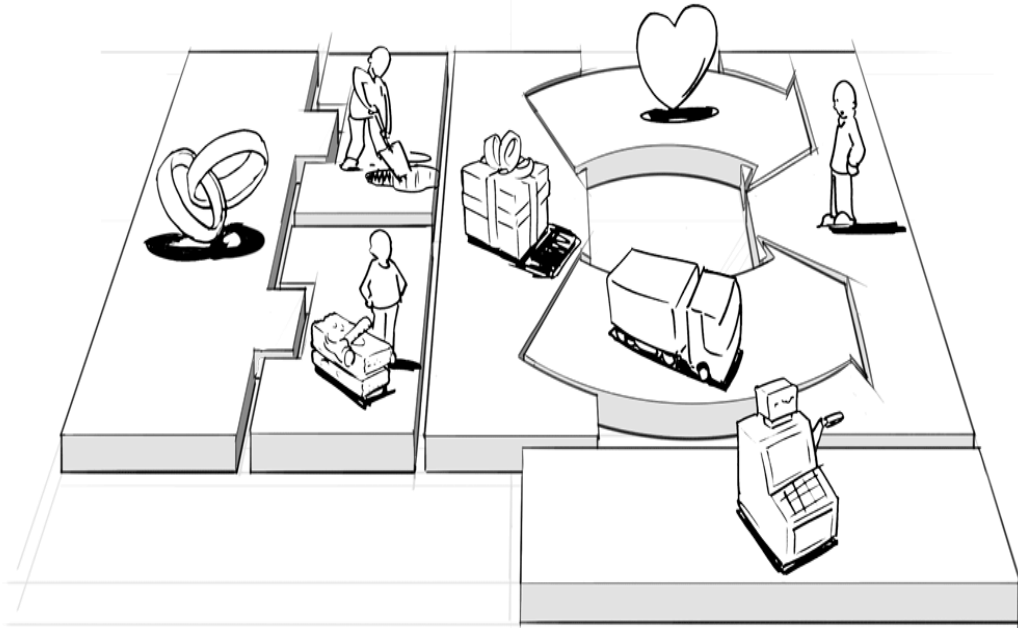
- Τι πρέπει να κάνουμε για να θέσουμε σε λειτουργία αυτό το μοντέλο;



1. Να ευαισθητοποιήσουμε τους πελάτες και να χτίσουμε πελατειακές σχέσεις
2. Να προβούμε σε πρόταση αξίας μέσω της εστίασης στην Παραγωγή, την Ανάπτυξη, την Επίλυση Προβλημάτων ή τη Συντήρηση και την Εξέλιξη
3. Επιλογή και έλεγχος των καναλιών, έλεγχος ποιότητας και βελτιστοποίηση της απόδοσης
4. Πελατειακές σχέσεις μέσω της συλλογής και ανάλυσης δεδομένων, προνοητική και επινοητική επικοινωνία
5. Ροές εσόδων μέσω της λογιστικής παρακολούθησης, του οικονομικού προγραμματισμού, της ανάλυσης επενδύσεων και της αναφοράς



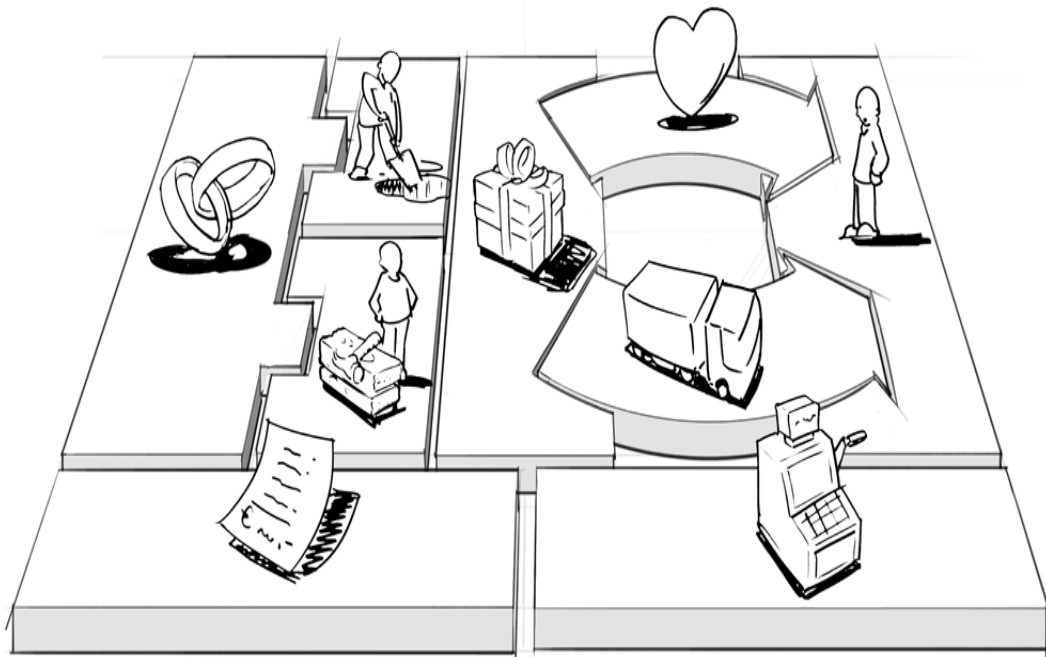
8. Βασικοί Συνεργάτες



- Ποιοι είναι οι βασικοί συνεργάτες μας (εξαιρούνται οι πελάτες);
- Ποιοι είναι οι βασικοί προμηθευτές μας;
- Ποιους βασικούς πόρους αποκτούμε από κάθε συνεργάτη;
- Ποιες βασικές δραστηριότητες κάθε συνεργάτης εκτελεί;



9. Δομή Κόστους



- Ποια είναι τα μεγαλύτερα κόστη που έχει το επιχειρηματικό μας μοντέλο;
- Ποιοι είναι οι βασικοί Πόροι με το μεγαλύτερο κόστος;
- Ποιες είναι οι βασικές δραστηριότητες με το μεγαλύτερο κόστος;



Βίντεοπαρουσίαση



<https://www.youtube.com/watch?v=wwShFsSFb-Y>



- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2011) Business Model Generation, Self Published, ISBN: 978-2-8399-0580-0 <http://www.businessmodelsinc.com/wp-content/uploads/2011/11/Business-Model-Generation-preview-of-the-book.pdf>
- Σιώμκος, Γ. (2002) Συμπεριφορά Καταναλωτή & Στρατηγική Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Σταμούλη.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, (2005) Principles of Marketing. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice-Hall, 11th edition.

Βιβλιογραφία





Μελέτες Περιπτώσεων Επιχειρηματικού Καμβά

Μελέτη Περίπτωσης Nespresso Dolce Gusto



<https://www.nestle-nespresso.com/asset-library/documents/nespresso%20-%20history%20factsheet.pdf>

<https://www.youtube.com/watch?v=RzkdJiax6Tw>

https://prezi.com/igmnjy7wc_9o/copy-of-business-model-canvas/

Key Partners



Why are our key partners?
 Why are our key suppliers?
 Which Key Resources are we acquiring from partners?
 Which Key Activities do partners perform?

Business Development
 Strategic Alliances
 Joint Ventures
 Mergers and Acquisitions
 Franchising

Key Activities



What Key Activities do our Value Propositions require?
 Our Distribution Channels?
 Customer Relationships?
 Revenue Streams?

Production
 Logistics
 Procurement
 Human Resources

Value Propositions



What value do we deliver to the customer?
 Which one of our customer's problems are we helping to solve?
 What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment?
 Which customer needs are we satisfying?

Product
 Service
 Price
 Location
 Time
 Convenience
 Customization
 Quality
 Reliability
 Risk Reduction
 Status
 Self-Expression

Customer Relationships



What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them?
 Which ones have we established?
 How are they integrated with the rest of our business model?
 How costly are they?

Personalized
 Dedicated Personal Assistance
 Self-Service
 Automated
 Community-Based
 Co-Creation
 Status
 Self-Expression

Customer Segments



For whom are we creating value?
 Who are our most important customers?

Individuals
 Businesses
 Governments

machine
 manufacturer

Nespresso
 system

offices

Key Resources



What Key Resources do our Value Propositions require?
 Our Distribution Channels?
 Customer Relationships?
 Revenue Streams?

Human Resources
 Intellectual Property
 Financial Resources
 Channels
 Infrastructure

Channels



Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?
 How are we reaching them now?
 How are our Channels integrated?
 Which ones work best?

Direct
 Indirect
 Partners
 Intermediaries
 Resellers
 Retailers
 Wholesalers
 Agents
 Distributors
 Franchises
 Affiliates
 Resellers
 Retailers
 Wholesalers
 Agents
 Distributors
 Franchises
 Affiliates

joint venture with
 manufacturer

1987

Revenue Streams



For what value are our customers really willing to pay?
 For what do they currently pay?
 How are they currently paying?
 How would they prefer to pay?
 How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?

Usage-based
 Per-unit
 Per-subscription
 Per-transaction
 Per-asset
 Per-activity
 Per-mileage
 Per-time
 Per-weight
 Per-volume
 Per-transaction
 Per-asset
 Per-activity
 Per-mileage
 Per-time
 Per-weight
 Per-volume



Key Partners

Who are our key partners?
Who are our key suppliers?
What key resources are we acquiring from partners?
What key activities do partners perform?

machine
manufacturer

Key Activities

B2C distribution
marketing

production

patents

brand

distribution
channels

production
facilities

B2C
distribution

production

marketing

Value Propositions

What value do we offer to the customer?
What are our customer's problems and are we helping to solve?
What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment?
Which customer needs are we addressing?

Nespresso
machines

Nespresso
pods

Revenue Streams

For what value are our customers really willing to pay?
For what do they currently pay?
How are they currently paying?
How much are they willing to pay?
Should we have different Revenue Streams per customer segment?

Customer Relationships

What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them?
What can we learn from relationships?

Nespresso
club

retail

mail
order

Nespresso
.com

call
center

Nespresso
stores

1 x machine
sales

repetitive pod
sales

Customer Segments

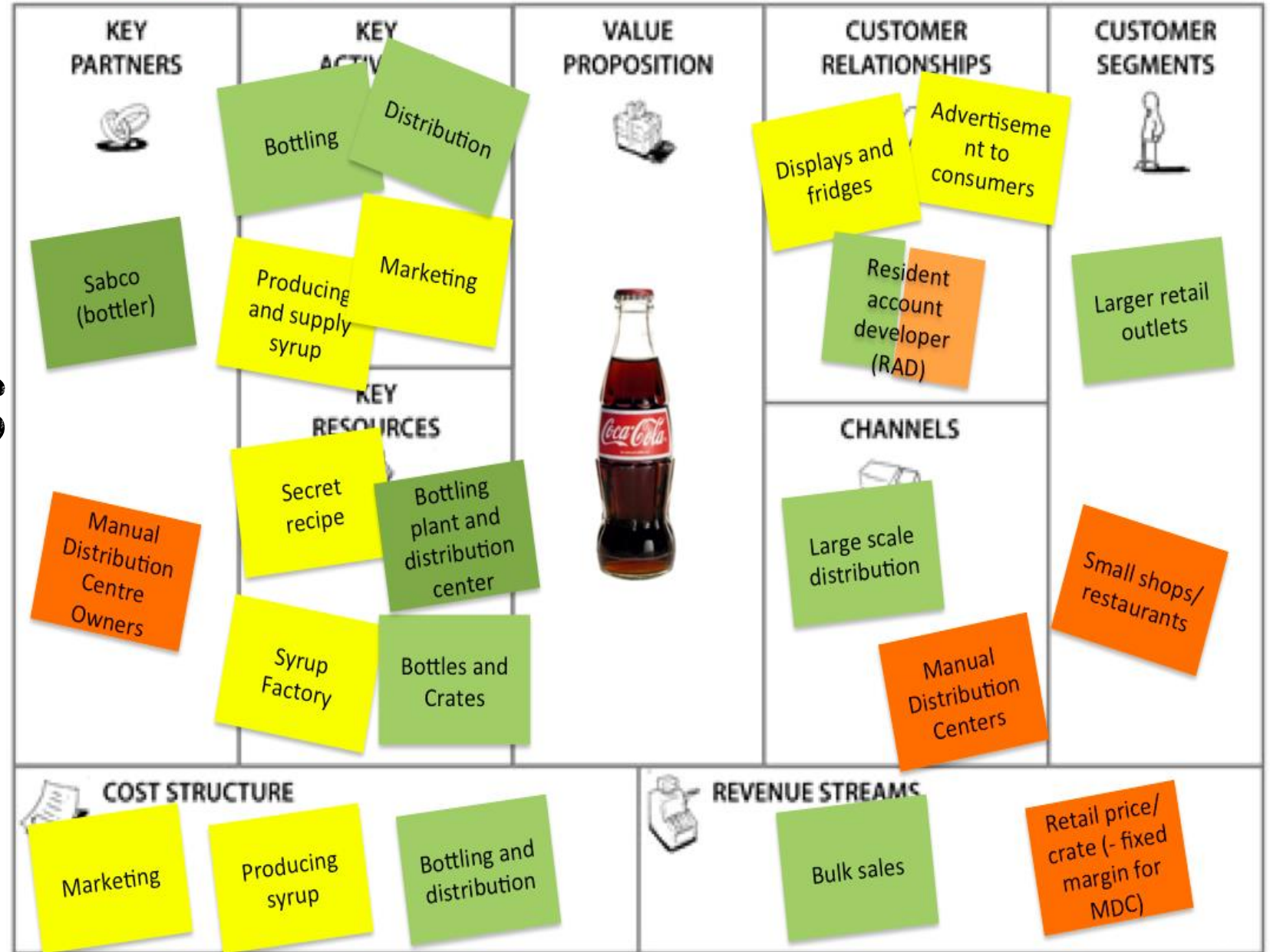
For whom are we creating value?
What are our most important customer segments?

households

business


2006

Μελέτη Περίπτωσης Coca Cola





Μελέτη Περίπτωσης Apple iPod

<p>Key Partners (KP)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Record companies <input type="checkbox"/> Original Equipment Manufacturers 	<p>Key Activities (KA)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Luxury Spot Strategy <input type="checkbox"/> Hardware/ Software Design <input type="checkbox"/> Marketing & Sales 	<p>Value Proposition (VP)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> "A Thousand Songs in Your Pocket" <input type="checkbox"/> Seamless Music Experience <input type="checkbox"/> iPod Hardware 	<p>Customer Rel. (CR)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Online <input type="checkbox"/> Face-to-face <input type="checkbox"/> "Lock in" 	<p>Customer Segments (CS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Luxury Spotter: <i>Listen to music everywhere</i> <input type="checkbox"/> Customer Habit Engine
<p>Key Resources (KR)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Staff/ Employees <input type="checkbox"/> Brand/Culture <input type="checkbox"/> Infra': IT 	<p>Channels (CH)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Apple.com <input type="checkbox"/> iTunes Store <input type="checkbox"/> Retail stores <input type="checkbox"/> Big Box Retail 			
<p>Cost Structure (C\$)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Staff/Employees <input type="checkbox"/> Manufacturing <input type="checkbox"/> Marketing & Sales <input type="checkbox"/> Infrastructure: IT 		<p>Revenue Streams (R\$)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> iPod Hardware <input type="checkbox"/> iTunes <input type="checkbox"/> Commissions 		

Τα κύρια συστατικά του Business Model

Virgin Atlantic VS Ryan Air

- Σύγχρονα μεγάλα υπερατλαντικά αεροσκάφη
- Εσωτερική διαμόρφωση/σχεδιασμός αεροσκαφών
- Άψογο on-board και ground service
- Επιλογή κεντρικών, μεγάλων αεροδρομίων
- Πολυτελή Airline Lounges
- In Flight entertainment
- Συνεργασίες με prestige brands
- Προγράμματα πιστότητας πελατών
- Εκπαιδευμένο επίπεδο προσωπικού
- Δημιουργικές, καινοτόμες εφαρμογές τεχνολογίας
- Δυνατό Branding/Richard Branson PR.
- Χαμηλό κόστος εισιτηρίων
- Χρήση μικρών περιφερειακών αεροδρομίων
- Λιγότερες ακυρώσεις/καθυστερήσεις δρομολογίων
- Λιγότερες απώλειες αποσκευών
- Χαμηλό λειτουργικό κόστος
- Internet booking system, μέσω του website
- Υψηλό ποσοστό παράλληλων εσόδων (φαγητό, αναψυκτικά, tax free, ξυστό)
- Διαπραγμάτευση με αρχές για επίτευξη προνομίων
- Εξτρά χρεώσεις για catering, μεταφορά από και προς πόλεις
- Μη συνδικαλισμένο εργατικό δυναμικό
- Ομοιόμορφος στόλος Boeing 737.

<p>Key Partners Πιστωτικές κάρτες, Δευτερεύοντα Αεροδρόμια, Outsourcing υπηρεσιών εδάφους, IT/Web support services, Εξωτερικοί Συνεργάτες Catering food suppliers.. Ryan Hotels Hertz Tour and Bus companies. Ασφάλειες. Κατασκευαστές hand luggage</p>	<p>Key Activities Λειτουργία / Logistics, online sales και check-in Συντήρηση και καθαρισμός αεροσκαφών Τροφοδοσία, υπηρεσίες εδάφους, Bus κλπ.</p>	<p>Value Proposition Οικονομικές πτήσεις, πάντα στην ώρα τους. Point to Point flights. «Δημοκρατικοποίηση Εξυπηρέτησης». Πληρώνεις έξτρα μόνο για πρόσθετες υπηρεσίες που εσύ επιλέγεις.</p>	<p>Customer Relationship Automated mobile services. Website. Προσωπική εξυπηρέτηση μέσω Call Center.</p>	<p>Customer Segments Νέοι, ταξιδεύουν συχνά για δουλειά ή αναψυχή. Νεαρές οικογένειες. Γενικά άτομα price sensitive.</p>
<p>Cost Structure Μισθοί/αμοιβές/commissions. Κόστος/απόσβεση/συντήρηση αεροσκαφών ιδίου τύπου και μεγιστοποίηση χρήσης. Καύσιμα, συντήρηση κλπ. Website/Hardware/Software/ update/maintenance. Κόστος διαφήμισης/Πρώθησης on και off line</p>		<p>Revenue Streams Air tickets 80%, άλλα έσοδα 20%. Αγορές food/beverage/gifts/extras on board, Συνεργαζόμενες ταξιδιωτικές υπηρεσίες, ενοικίαση αυτοκινήτων, Bus to City κλπ. Διαφήμιση τρίτων.</p>		

Business Model

B M C Virgin Atlantic

Key Partners Πιστωτικές κάρτες, Μεγάλα Αεροδρόμια, Airport lounges/facilities IT/Web support services, Virgin Group Companies Ταξιδιωτικοί πράκτορες Catering food suppliers. Transportation suppliers (chauffer services to and from airport)	Key Activities Flight Logistics, Customer service, handling in-flight entertainment, red carpet treatment, Airline Lounges, CRM, συνεχής εκπαίδευση προσωπικού.	Value Proposition B2C: Μοναδική εμπειρία με καινοτόμες λύσεις σε όλα τα ταξιδιωτικά προβλήματα, που ξεπερνούν τις προσδοκίες του επιβάτη.	Customer Relationship Customer Relationship Programs, Flying Club bonus miles, Upgrades, Corporate schemes.	Customer Segments B2C Global and Corporate travelers. Expensive Holiday travelers Νεαρές οικογένειες με οικονομική άνεση. B2B Corporate και Trade
Key Resources Richard Branson PR, Global Holiday expertise, Εκπαιδευμένο Ground and Flight Personnel, IT/Website support Εικόνα luxury Airline	B2C: Μοναδικά προγράμματα και εταιρικές συμφωνίες για Ταξιδιωτικούς πράκτορες, εταιρείες, Internat. events κλπ.	Channels Website, Mobile apps, Διαφήμιση, Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Richard Branson PR efforts. Word of mouth		
Cost Structure Μισθοί/αμοιβές/commissions. Κόστος/απόσβεση/συντήρηση αεροσκαφών σύγχρονης τεχνολογίας. Καύσιμα, συντήρηση κλπ. Website/Hardware/Software/ update/maintenance. Κόστος διαφήμισης/Πρωώθησης on και off line. Κόστος προμηθειών συνεργατών		Revenue Streams Air tickets On board shopping, Συνεργαζόμενες ταξιδιωτικές υπηρεσίες, ενοικίαση αυτοκινήτων, leisure flying κλπ. Virgin group companies. Διαφήμιση τρίτων.		

13

Δραστηριότητα
Αποτυπώστε τη δική σας
επιχειρηματική ιδέα στον
ακόλουθο Επιχειρηματικό Καμβά

Καμβάς Επιχειρηματικού Σχεδίου

Τίτλος Επιχειρ. Ιδέας:

Ποιοι είναι οι κυριότεροι συνεργάτες/
προμηθευτές;

Ποιες είναι οι κυριότερες δραστηριότητες για την ανάπτυξη του προϊόντος/ υπηρεσίας σας;

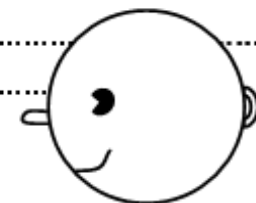
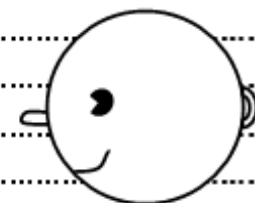
Τι προϊόν / υπηρεσία παρέχετε;

Τι σχέσεις δημιουργείτε με τους πελάτες σας;

Ποιες ομάδες πελατών μπορείτε να διακρίνετε;

Τι πόρους θα χρειαστείτε για την δημιουργία του προϊόντος/ υπηρεσίας σας;

Ποια είναι τα κανάλια διανομής του προϊόντος/ υπηρεσίας;



Ποιοι είναι οι κυριότεροι παράγοντες κόστους;

Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των εσόδων σας;

Βίντεοπαρουσίαση



<https://www.youtube.com/watch?v=wlKP-BaC0jA>

- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2011) Business Model Generation, Self Published, ISBN: 978-2-8399-0580-0
<http://www.businessmodelsinc.com/wp-content/uploads/2011/11/Business-Model-Generation-preview-of-the-book.pdf>

Βιβλιογραφία



Απορίες;

Ευχαριστώ για την προσοχή σας!!!

Επιχειρηματική Εκκίνηση (Business Startup)

HOW TO START A START-UP



live in the future,
ahead of your time



what is missing
in the world?



write it down
and bounce
ideas around



make a
prototype



show the prototype
to 100 people



launch - let
everyone know you
have made something



look for **funding**
and build version
one at the same time



register your C-corp,
split **equity**



find a **co-founder**



iterate on the prototype
until it makes sense



follow up with
users. Are they
coming back?

*yes, they are
coming back*

*no, they came
and left*

1,000

get to 1,000 **users**



grow 5% a week
(hard, but proven
possible)



keep growing
for another 4 years,
and at that rate you
will reach
25 million users



launch again (after iterating)
launch until users
stay (AirBnB launched 3 times)



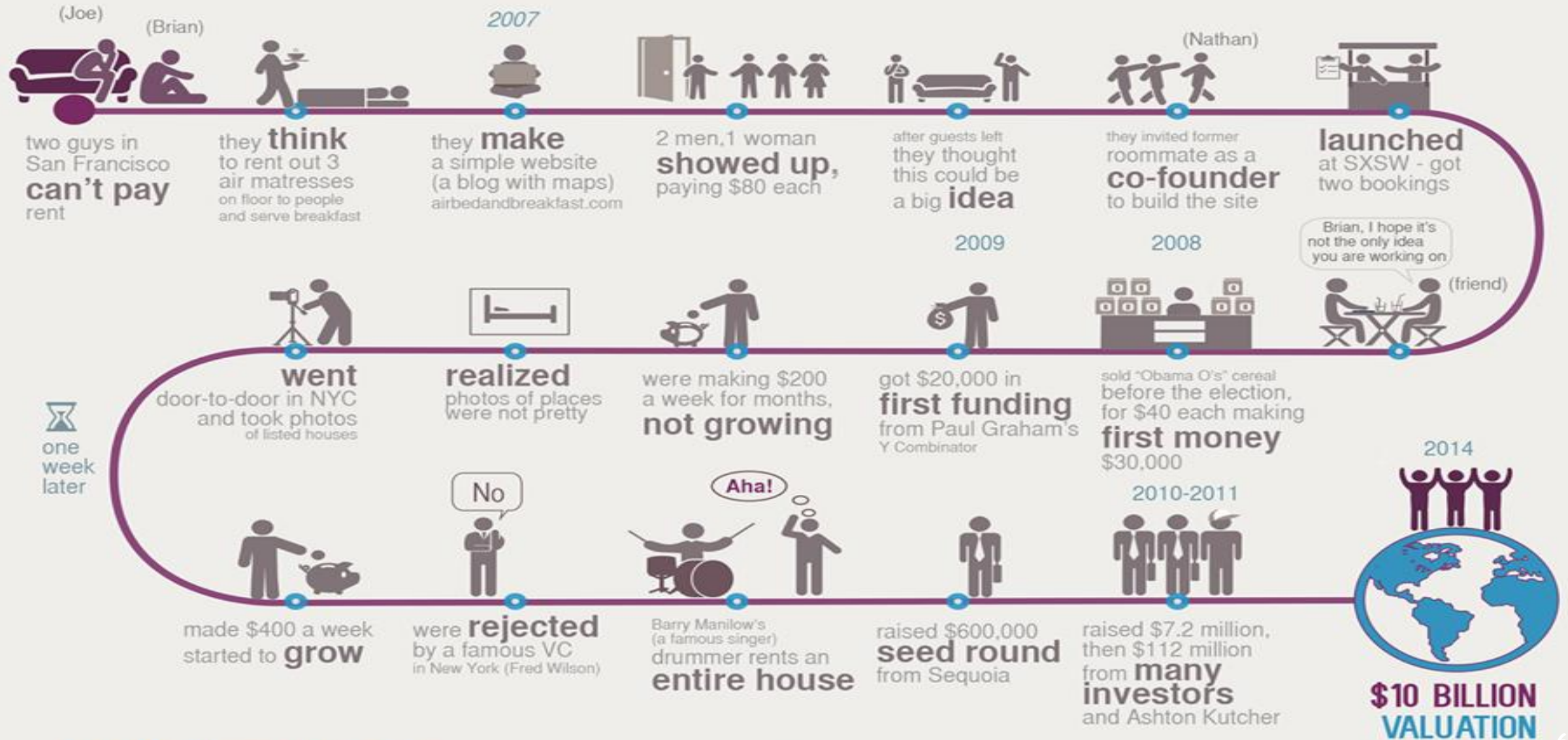
success



HOW AIRBNB STARTED

BY ANNA VITAL

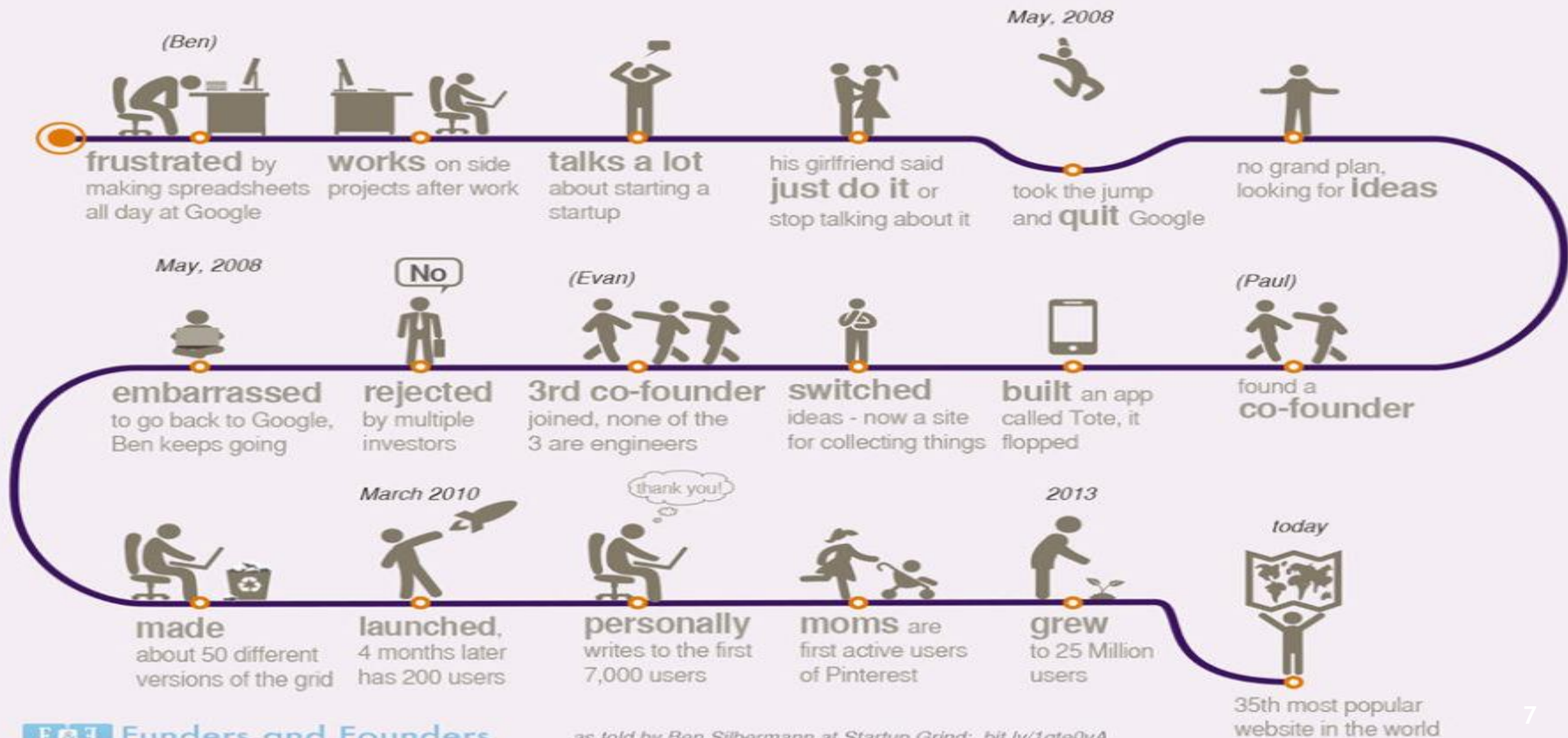
Or How 3 Guys Went From Renting Air Mattresses To A 10 Billion Dollar Company



HOW PINTEREST STARTED

by Anna Vital

Or How a Guy Just Would Not Quit



**Τα βίντεο που
ακολουθούν
δημιουργήθηκαν
από:**



Strategyzer



Ewing Marion
KAUFFMAN
Foundation

Ο υποτιτλισμός τους στα
ελληνικά έγινε για τις
ανάγκες του μαθήματος
από τη διδάσκουσα.

1. Ιδέα -> Μοντέλο

<https://www.youtube.com/watch?v=wwShFsSFb-Y>

2. Οπτικοποίηση

<https://www.youtube.com/watch?v=wIKP-BaC0jA>

3. Δημιουργώντας πρωτότυπο

<https://www.youtube.com/watch?v=iA5MVUNkSkM>

4. Πλοήγηση στο περιβάλλον

https://www.youtube.com/watch?v=7O36YBn9x_4

5. Απόδειξη

https://www.youtube.com/watch?v=-2gd_vhNYT4

6. Παρουσίαση

<https://www.youtube.com/watch?v=SshglHDKQCc>

Ας ξεκινήσουμε λοιπόν
την ίδρυση της
επιχείρησης...





ATHENS MARATHON. THE AUTHENTIC
AΦΕΤΗΡΙΑ START



Θέλω να κάνω έναρξη επαγγέλματος
σαν ελεύθερος επαγγελματίας.

I would like to register as
a free lance worker.

GeoMan

STARTUPGREECE

Online πλατφόρμα πληροφόρησης και δικτύωσης:

- Χρηματοδοτήσεις δημόσιας ή ιδιωτικής πρωτοβουλίας
- Διαδικασίες, νόμους και διατάξεις
- Εκδηλώσεις που αφορούν στην επιχειρηματικότητα, την καινοτομία, την κατάρτιση
- Άρθρα «How to»
- Διαγωνισμούς επιχειρηματικότητας και καινοτομίας
- Χρήσιμα στοιχεία και τάσεις
- Ιστορίες επιτυχίας & αποτυχίας

<http://startupgreece.gov.gr/el>

Διαδικασίες Σύστασης

1. Επιλογή χώρου εγκατάστασης
2. Επιλογή νομικής μορφής
3. Εγγραφή στο Επιμελητήριο
4. Εγγραφή στον ασφαλιστικό φορέα
5. Έκδοση άδειας εγκατάστασης ή τεχνικής άδειας λειτουργίας (όπου απαιτείται)
6. Έκδοση άδειας ασκήσεως επαγγέλματος ή ειδικής άδειας λειτουργίας
7. Έκδοση ΑΦΜ, έναρξης επιτηδεύματος και θεώρηση βιβλίων και στοιχείων
8. Πρόσληψη προσωπικού (όπου απαιτείται)
9. Πιστοποίηση ή προστασία ιδιοκτησίας

1. Επιλογή χώρου εγκατάστασης

- Ο χώρος εγκατάστασης πρέπει να είναι γνωστός και εξασφαλισμένος πριν από οποιαδήποτε άλλη ενέργεια και να τηρεί τυχόν ειδικές προδιαγραφές αδειοδότησης

2. Επιλογή νομικής μορφής

- **Φυσικά Πρόσωπα** (Ατομικές επιχειρήσεις): δεν απαιτούνται ιδιαίτερες νομικές διαδικασίες ίδρυσης.
- **Νομικά Πρόσωπα** (Εταιρείες): απαιτούνται νομικές συμβουλές, διαδικασίες και ενέργειες όπως:
 - Ο.Ε. και Ε.Ε. υποχρεούνται στην κατάθεση του καταστατικού της εταιρείας στο Πρωτοδικείο
 - Ε.Π.Ε. υποχρεούνται σε διαδικασίες δημοσιοποίησης του καταστατικού τους στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως ή/και σε τοπικό τύπο.
 - Α.Ε. υποχρεούνται να υποβάλλουν το καταστατικό τους στον κατά τόπους Νομάρχη ή στην Διεύθυνση Εμπορίου και Ανωνύμων Εταιρειών των Νομαρχιών. Από εκεί εκδίδεται απόφαση σύστασης, γίνεται εγγραφή στα μητρώα Α.Ε, και δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως περίληψη του καταστατικού.
 - Ι.Κ.Ε. δεν υποχρεούνται σε διαδικασίες δημοσιοποίησης του καταστατικού στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως αλλά μόνο στο ΓΕΜΗ του ιδιωτικού συμφωνητικού που συνάπτεται μεταξύ των μελών και έχει το πολύ 12ετή διάρκεια.
 - Κοιν.Σ.Επ. δεν υποχρεούνται σε διαδικασίες δημοσιοποίησης του καταστατικού στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως παρά μόνο εγγραφή στο Μητρώο Κοινωνικής Οικονομίας.

3. Εγγραφή στο Επιμελητήριο

Για όλες τις νομικές μορφές είναι υποχρεωτική η εγγραφή στο οικείο Επιμελητήριο (Ν.2081/92) (Βιοτεχνικό, Εμπορικό, Τεχνικό, Επαγγελματικό). Η διαδικασία είναι η εξής:

- Το Επιμελητήριο ενημερώνει για απαραίτητες για την ίδρυση ενέργειες.
- Στο Επιμελητήριο γίνεται αναγγελία έναρξης, προεγγραφή και εκδίδεται βεβαίωση δικαιώματος χρήσης επωνυμίας και κατοχύρωσης διακριτικού τίτλου της επιχείρησης.
- Οριστική εγγραφή γίνεται: για τις Ατομικές Επιχειρήσεις εντός 2 μηνών από την έναρξη των εργασιών στη ΔΟΥ και για τα Νομικά Πρόσωπα εντός 2 μηνών από τη δημοσίευση του καταστατικού τους.

4. Εγγραφή στον ασφαλιστικό φορέα

- Στον ασφαλιστικό φορέα εγγράφονται υποχρεωτικά (Ν2084/92) τα φυσικά πρόσωπα και οι εταίροι-μέλη των νομικών προσώπων, άνω των 18 ετών.
- Εξαιρούνται όσοι ιδρύσουν επιχείρηση σε μικρά χωριά(<2000 κατοίκους) ή νησιά.
- Η εγγραφή γίνεται στο κατά τόπους Ταμείο Επαγγελματιών Βιοτεχνών Ελλάδας (ΤΕΒΕ), το Ταμείο Εμπόρων (ΤΑΕ) και σε ειδικές περιπτώσεις σε άλλα ταμεία (ΤΣΜΕΔΕ, ΤΣΑΥ, ΙΚΑ κ.λπ.)
- Πληροφορίες δίδονται στον οικείο ασφαλιστικό φορέα για την αίτηση εγγραφής και τα συνυποβαλλόμενα δικαιολογητικά.

5. Έκδοση άδειας εγκατάστασης ή τεχνικής άδειας λειτουργίας

- Οι περισσότερες επιχειρήσεις που θα ασκήσουν μεταποιητική δραστηριότητα υποχρεούνται σε έκδοση τεχνικής άδειας εγκατάστασης και στην συνέχεια τεχνικής άδειας λειτουργίας (βάσει του π.δ. 84/84 και του Ν. 2516/97).
- Η Άδεια Εγκατάστασης εκδίδεται για το χρονικό διάστημα που διαρκούν οι εργασίες εγκατάστασης της επιχείρησης (2-6 μήνες ή 2 χρόνια όταν υπάρχουν κτιριακά).
- Η Άδεια Λειτουργίας εκδίδεται μετά την ολοκλήρωση των εργασιών εγκατάστασης, αντικαθιστά την Άδεια Εγκατάστασης και η διάρκειά της είναι αορίστου χρόνου.
- Πληροφορίες δίδονται από τις κατά τόπους Νομαρχίες (Διευθύνσεις Βιομηχανίας) για την υποχρέωση και τα δικαιολογητικά που πρέπει να συνυποβληθούν με την αίτηση (μελέτες και άδειες οικοδομικές, περιβαλλοντικών επιπτώσεων, χωροθέτησης) που απαιτείται χρόνος και επιπλέον ενέργειες για την έκδοσή τους.

6. Έκδοση άδειας ασκήσεως επαγγέλματος ή ειδικής άδειας λειτουργίας

- Ορισμένες κατηγορίες επαγγελματιών υποχρεούνται να έχουν Άδεια Ασκήσεως Επαγγέλματος προκειμένου να δραστηριοποιηθούν επαγγελματικά. Π.χ.:
 - Επαγγέλματα σχετικά με ηλεκτρικές συσκευές και εγκαταστάσεις, αυτοκίνητα, μοτοποδήλατα, αεροσκάφη, υδραυλικά, κλιματιστικά, ηλιακοί θερμοσίφωνες, κουρείς-κομμωτές, οπτικά είδη, οδοντοτεχνίτες, μηχανουργία, επισκευές μηχανών, εγκαταστάσεις τηλεπικοινωνιακών κέντρων, επαγγέλματα τουριστικά, υπηρεσίες μεταφορών, περιπτώσεις λιανικού εμπορίου, κ.α.
- Ειδική Άδεια Λειτουργίας (ανεξάρτητα από την Τεχνική Άδεια Λειτουργίας) υποχρεούνται να εκδώσουν επιχειρήσεις:
 - Με αντικείμενο σχετικό με τρόφιμα, ποτά, φάρμακα, χημικά, λιπάσματα, ιατρική (μηχανήματα κ.λπ.), οπτικά, με αντικείμενο σχετικό με τον άνθρωπο γενικότερα (κουρεία κ.λπ.), με όπλα, πυρομαχικά, εκρηκτικά, με τον τουρισμό, ορισμένες εμπορικές δραστηριότητες κ.α.
- Η πλειοψηφία των Αδειών Ασκήσεως Επαγγέλματος και των Ειδικών Αδειών Λειτουργίας εκδίδονται από τις αρμόδιες για την δραστηριότητα Δ/νσεις των κατά τόπους Νομαρχιών, όπως Δ/νσεις Βιομηχανίας, Υγιεινής, Μεταφορών κ.λπ, καθώς και από άλλες αρχές όπως Αστυνομία (όπλα), ΕΟΤ (τουρισμός), Δ/νση Εμπορίου Υπουργείου Ανάπτυξης κ.λπ. Οι ίδιες αρχές ενημερώνουν για την υποχρέωση ή όχι της επιχείρησης σε έκδοση ειδικής άδειας, καθώς και για τα απαιτούμενα δικαιολογητικά. Ορισμένες σχετικές πληροφορίες δίδονται επίσης από τα Επιμελητήρια.

7. Έκδοση ΑΦΜ, έναρξη επιτηδεύματος, θεώρηση βιβλίων και στοιχείων

- Κάθε υποψήφιος επιτηδευματίας υποβάλλει στην αρμόδια Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία (ΔΟΥ), κατ'αρχήν, το έντυπο Μ5 "Δήλωση υπό ίδρυση Επιχείρησης". Στην συνέχεια, αφού ολοκληρωθούν οι διαδικασίες της ίδρυσης και πριν την έναρξη των εργασιών της επιχείρησης, υποβάλλεται η δήλωση διακοπής των εργασιών ίδρυσης.
- Συγχρόνως υποβάλλεται το έντυπο Μ2 "Δήλωση έναρξης/μεταβολής εργασιών Φυσικού Προσώπου" από τα Φυσικά Πρόσωπα ή το έντυπο Μ3 "Δήλωση έναρξης/μεταβολής εργασιών Μη Φυσικού Προσώπου" από τα Νομικά Πρόσωπα.
- Σειρά άλλων δηλώσεων και δικαιολογητικών απαιτείται να συνυποβληθούν με την Δήλωση έναρξης εργασιών, για τα οποία είναι αρμόδια να ενημερώσει η ΔΟΥ του τόπου όπου εδρεύει η επιχείρηση. Με την έναρξη των εργασιών καταβάλλεται και ο φόρος συγκέντρωσης κεφαλαίου (1% του μετοχικού κεφαλαίου) καθώς και τέλη χαρτοσήμου, το ύψος των οποίων κυμαίνεται ανάλογα με την νομική μορφή της επιχείρησης και τον πληθυσμό του τόπου όπου ασκείται η δραστηριότητα.

7. Έκδοση ΑΦΜ, έναρξη επιτηδεύματος, θεώρηση βιβλίων και στοιχείων

- Υποχρεωτικά εκδίδεται ΑΦΜ για κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που διενεργεί πράξεις φορολογικού ενδιαφέροντος στην Ελλάδα. Κατά κανόνα ΑΦΜ αποδίδεται ήδη στις υπό ίδρυση επιχειρήσεις από τα Γραφεία Μητρώου των κατά τόπους ΔΟΥ. Ο ίδιος ΑΦΜ ισχύει και μετά την Δήλωση έναρξης εργασιών και δεν αλλάζει ανεξάρτητα από μεταβολές στην νομική μορφή, στον ιδρυτή, στην επωνυμία κ.λπ. Μόνη εξαίρεση αποτελεί η μετατροπή από εταιρική μορφή σε ατομική επιχείρηση και το αντίστροφο, οπότε εκδίδεται νέος ΑΦΜ. Η οικεία ΔΟΥ πληροφορεί για τις λεπτομέρειες και για τα απαιτούμενα δικαιολογητικά.
- Οι επιχειρήσεις και επαγγελματίες υποχρεούνται να χρησιμοποιούν ορισμένα θεωρημένα Βιβλία και Στοιχεία, που ορίζονται από τον Κώδικα Φορολογικών Βιβλίων και Στοιχείων, ανάλογα με την νομική μορφή, το είδος της δραστηριότητας, την κατηγορία τήρησης Βιβλίων κ.λπ. Η θεώρηση γίνεται από την ΔΟΥ της έδρας της επιχείρησης, εκτός των Α.Ε. που υπάγονται σε ΔΟΥ ΦΑΒΕ και ΦΑΕΕ.
- Η οικεία ΔΟΥ ενημερώνει για την κατηγορία Βιβλίων, για τα είδη Βιβλίων και Στοιχείων που πρέπει να τηρούνται θεωρημένα και για τον χρόνο και τα δικαιολογητικά της θεώρησης.

8. Πρόσληψη προσωπικού

- Ο εργοδότης υποχρεούται να καταθέσει Δήλωση και Κάρτα Πρόσληψης, για κάθε εργαζόμενο που προσλαμβάνει, στο κατάστημα του Οργανισμού Απασχολήσεως Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ) του τόπου όπου εδρεύει η επιχείρηση.
- Στην συνέχεια υποβάλλει Κατάσταση προσωπικού και ωρών εργασίας στα κατά τόπους γραφεία της Επιθεώρησης Εργασίας του Υπουργείου Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων. Στην περίπτωση που ο εργαζόμενος είναι υπήκοος χώρας-μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης συνυποβάλλεται και το έντυπο "Δήλωση Εργοδότη για πρόσληψη κοινοτικού εργαζόμενου". Στην περίπτωση που ο εργαζόμενος είναι υπήκοος τρίτης χώρας απαιτούνται κατά περίπτωση και άλλα δικαιολογητικά. Η πληροφόρηση στην περίπτωση αυτή είναι αρμοδιότητα του ΟΑΕΔ και της Δ/νσης Εργασίας των κατά τόπους Νομαρχιών.
- Ο εργοδότης είναι υποχρεωμένος να παρουσιαστεί (ως εργοδότης) και να δηλώσει τους εργαζόμενους στον ασφαλιστικό τους φορέα, που κατά κανόνα είναι το κατά τόπους Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων (ΙΚΑ).
- Στις επιχειρήσεις υγειονομικού ενδιαφέροντος είναι απαραίτητη η έκδοση άδειας εργασίας για τα μέλη του προσωπικού.

9. Πιστοποίηση ή προστασία ιδιοκτησίας

Ανάλογα με την επαγγελματική δραστηριότητα, μπορεί να απαιτούνται και άλλες κατά περίπτωση, ενέργειες κατά την διαδικασία της ίδρυσής της, π.χ.:

- Για την κατοχύρωση Εμπορικού σήματος. (Ν. 2239/94). Αρμόδιο το Υπ. Αν. Δ/νση Εμπορίου.
- Για την παραγωγή.
- Για την εμπορία ορισμένων προϊόντων είναι απαραίτητο το σήμα καταλληλότητας CE. Αρμόδιοι φορείς υπάρχουν πολλοί κατά περίπτωση, μεταξύ των οποίων η Δ/νση Πολιτικής Ποιότητας της Γεν. Γραμματείας Βιομηχανίας του Υπουργείου Ανάπτυξης.
- Η κατοχύρωση ευρεσιτεχνίας ή Βιομηχανικού σχεδιασμού ή πνευματικής ιδιοκτησίας. Αρμόδιοι φορείς είναι ο ΟΒΙ και ο ΟΠΙ.
- Από την διαδικασία έκδοσης Άδειας Εγκατάστασης και Λειτουργίας προκύπτει η υποχρέωση έκδοσης διαφόρων άλλων κατά περίπτωση αδειών, όπως Οικοδομική (Πολεοδομία), Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων (Νομαρχία), Μηχανολογική μελέτη κλπ.
- Σημαντικές διαφοροποιήσεις και απαιτήσεις υπάρχουν σε περίπτωση αλλοδαπών φυσικών ή νομικών προσώπων και μεταξύ υπηκόων χωρών-μελών της ΕΕ και τρίτων χωρών. Οι σημαντικότερες διαφοροποιήσεις εντοπίζονται σε θέματα νομιμοποίησης των προσώπων και των εταιρειών στη χώρα και σε θέματα οικονομικά-φορολογικά. Πρόσθετη ενημέρωση δίνεται από τους αρμόδιους φορείς. (Υπουργείο Οικονομικών: Δ/νσεις Μητρώου, Κώδικα Βιβλίων-Στοιχείων, ΦΠΑ, Τελωνειακών κ.λπ).

- Blank, S., Dorf, R. (2012) The startup owner's manual, K & S Ranch.
- Φιτσιλής, Π. (2009) Πρακτικός οδηγός επιχειρηματικότητας. Μελέτες περιπτώσεων, Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Ρις, Ε. (2013) Lean startup, Λιτή επιχειρηματική εκκίνηση», Εκδόσεις Λιβάνης.

Βιβλιογραφία