



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Θέμα: «Νεοφυής επιχειρηματικότητα στον τουρισμό»

Φοιτητής: Σπυρίδης Ιορδάνης Α.Μ.:Τ2019012

Επιβλέπων Καθηγητής: Μυλωνάς Ναούμ

**Κέρκυρα,
Σεπτέμβριος 2023**

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η διερεύνηση και σκιαγράφηση του πεδίου των νεοφυών επιχειρήσεων στον χώρο του τουρισμού, μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης. Από την βιβλιογραφική ανασκόπηση, διαπιστώθηκε ότι οι νεοφυείς εταιρείες αποτελούν μια νέα μορφή επιχειρηματικότητας, που δημιουργήθηκε μετά την παγκόσμια ύφεση του 2008, με έμφαση στην καινοτομία και βασικό εργαλείο τις νέες τεχνολογίες. Επιπλέον, είναι εταιρείες ταχείας ανάπτυξης και υψηλού ρίσκου, ενώ σημαντικό ρόλο στην επιβίωση τους παίζει η εξασφάλιση πηγής χρηματοδότησης. Οι νεοφυείς εταιρείες στο χώρο του τουρισμού, συμβάλλουν στη δημιουργία νέων προϊόντων και πρακτικών με την ενσωμάτωση της ψηφιακής τεχνολογίας και των διαδικτυακών πλατφορμών, ενισχύοντας έτσι τη βιωσιμότητα του και προσφέροντας διάφορες εναλλακτικές μορφές. Στην Ελλάδα, ένα μεγάλο ποσοστό νεοφυών επιχειρήσεων δραστηριοποιείται στο χώρο του τουρισμού, με σημαντικές διακρίσεις και αναπτυξιακή δυναμική, προσελκύοντας ολοένα και μεγαλύτερο αριθμό επενδυτικών κεφαλαίων.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη	2
Εισαγωγή	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο : Επιχειρηματικότητα και καινοτομία	5
1.1 Επιχειρηματικότητα-Μορφές επιχειρηματικότητας	5
1.2 Η καινοτομία και τα οφέλη της	7
1.3 Δείκτες καινοτομίας	9
1.4 Η καινοτομία στον τομέα του τουρισμού	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : Νεοφυής επιχειρηματικότητα και η χρηματοδότηση της	12
2.1 Νεοφυής επιχειρηματικότητα	12
2.2 Στάδια ανάπτυξης νεοφυούς επιχείρησης	14
2.3 Χρηματοδότηση νεοφυών επιχειρήσεων	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο : Νεοφυής επιχειρηματικότητα και τουρισμός	22
3.1 Νεοφυείς εταιρείες στον τουριστικό κλάδο	22
3.2 Οι νέες τάσεις νεοφυούς επιχειρηματικότητας στον τουρισμό	24
3.2.1 Τεχνολογία και Διαδικτυακές Πλατφόρμες	24
3.2.2 Βιώσιμος Τουρισμός	25
3.2.3 Κοινωνικός Τουρισμός	26
3.2.4 Υγειονομικός Τουρισμός ή Τουρισμός υγείας	27
3.2.5 Πολιτιστικός Τουρισμός	28
3.2.6 Θρησκευτικός τουρισμός	29
3.2.7 Οικοτουρισμός ή πράσινος τουρισμός	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο : Νεοφυείς τουριστικές εταιρείες στην Ελλάδα	30
4.1. Το επιχειρηματικό τοπίο στην Ελλάδα	30
4.2 Παραδείγματα ελληνικών νεοφυών τουριστικών επιχειρήσεων	32
Συμπεράσματα	35
Βιβλιογραφία	36

Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια οι διεθνείς οικονομίες διανύουν μια περίοδο ισχυρής χρηματοοικονομικής αστάθειας, αβεβαιότητας και συνεχών αλλαγών, λόγω της παγκόσμιας οικονομικής ύφεσης (2008) και των συνθηκών που δημιούργησε η πανδημία του covid-19, καθώς και τα μέτρα που λήφθηκαν για την αντιμετώπιση της. Η πανδημία, όχι μόνο άλλαξε τις ζωές των ανθρώπων και επηρέασε την γενικότερη οικονομική δραστηριότητα, αλλά έδωσε και τη δυνατότητα στις εταιρείες να μετασχηματίσουν τις δραστηριότητες τους και να καινοτομήσουν, προκειμένου να καταστούν βιώσιμες και ανταγωνιστικές. Την περίοδο αυτή όλοι οι επιχειρηματικοί οργανισμοί προκειμένου να μπορέσουν να επιβιώσουν προσαρμόστηκαν στις αλλαγές υιοθετώντας ψηφιακές τεχνολογίες και ψηφιακά εργαλεία, μετασχηματίζοντας τα παραδοσιακά τους μοντέλα και προχωρώντας στην επιτάχυνση του ψηφιακού τους μετασχηματισμού. Η ψηφιακή επιχειρηματικότητα αναπτύχθηκε σημαντικά με τις νεοφυείς (startup) εταιρείες να δίνουν το παράδειγμα, λόγω της μεγάλης ευελιξίας τους σε αλλαγές του περιβάλλοντος, παρά το γεγονός ότι ο κίνδυνος για αυτές ήταν πολύ μεγαλύτερος. Οι ψηφιακές τεχνολογίες αποτέλεσαν αναγκαία εργαλεία επιβίωσης για όλους τους κλάδους, καθώς βοήθησαν στην αποδοτικότερη και αποτελεσματικότερη διεκπεραίωση εργασιών αλλά και στην μείωση του χρόνου και του κόστους τους.

Η κρίση αυτή, όπως ήταν φυσικό, δεν άφησε ανεπηρέαστο και τον κλάδο του τουρισμού, αφού λόγω των απαγορεύσεων και των ταξιδιωτικών περιορισμών, τα ταξίδια μειώθηκαν σημαντικά. Αυτό οδήγησε τις τουριστικές εταιρείες στην αναζήτηση νέων ιδεών και καινοτόμων δράσεων, τεχνολογικού κυρίως προσανατολισμού, που αποτελεί χαρακτηριστικό γνώρισμα των νεοφυών επιχειρήσεων. Η δημιουργικότητα και η καινοτομία αποκτούν ολόένα και μεγαλύτερη σημασία στις κοινωνίες της γνώσης, καθώς κανείς δεν μπορεί να παραβλέψει τις προκλήσεις που μας επιφυλάσσει το μέλλον.

Στο πλαίσιο της αναζήτησης νέων επιχειρηματικών μοντέλων αναπτύχθηκε η τάση των νεοφυών (startup) επιχειρήσεων, που διακρίνονται για τις καινοτόμες ιδέες τους, κυρίως τεχνολογικού προσανατολισμού και το υψηλό ρίσκο. Στον κλάδο του τουρισμού, που αποτελεί βασικό πυλώνα των περισσότερων οικονομιών και μοχλό ανάπτυξης τους, οι νέες απαιτήσεις στην αγορά του τουριστικού προϊόντος, οδήγησε αρκετές εταιρείες να εισάγουν καινοτόμες δράσεις, κατά κύριο λόγο στην παροχή υπηρεσιών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα στην Ελλάδα είναι ο Σύνδεσμος Νεοφυών

Τουριστικών Επιχειρήσεων(Πρωτοπαπαδάκης, 2018),που σκοπό έχει την γνωστοποίηση τους στη διεθνή αγορά και την αναζήτηση χρηματοδότησης μέσα από διαφορετικά προγράμματα και διαγωνισμούς.

Ο τουρισμός είναι μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα που δημιουργεί έσοδα και θέσεις εργασίας για ένα κράτος. Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιού και Τουρισμού (World Travel & Tourism Council (WTTC),2015), ο τουρισμός είναι η μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο και προβλέπεται να αυξάνεται συνεχώς μέσα στον 21ο αιώνα. Κατέχει την τρίτη θέση στις οικονομικές εξαγωγικές δραστηριότητες παγκοσμίως, μετά το πετρέλαιο και την αγορά αυτοκινήτων. Στην Ελλάδα ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της οικονομίας, λόγω της υψηλής συμμετοχής του στο ΑΕΠ της χώρας και της ακόμη υψηλότερης συμμετοχής στην απασχόληση. Επίσης πολύ σημαντικός είναι ο ρόλος του τουρισμού στην κάλυψη σημαντικού μέρους του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου της χώρας, ιδιαίτερα στην παρούσα περίοδο. Οι επενδύσεις και η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στον τομέα του τουρισμού θα πρέπει να αποτελέσουν βασικό στόχο, καθώς ο τουρισμός έχει αποδείξει στο παρελθόν ότι διαθέτει συγκριτικά πλεονεκτήματα και αξιοσημείωτες αναπτυξιακές επιδόσεις που συμβάλλουν σημαντικά στην ανταγωνιστικότητα και εξωστρέφεια της ελληνικής οικονομίας.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η σκιαγράφηση του πεδίου των νεοφυών επιχειρήσεων στον κλάδο του τουρισμού, μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης. Αρχικά οριοθετούνται οι έννοιες της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας, των νεοφυών επιχειρήσεων και των χαρακτηριστικών τους, καθώς και των τρόπων χρηματοδότηση τους, ενώ στη συνέχεια οριοθετούνται οι έννοιες της καινοτομίας και των νεοφυών επιχειρήσεων στον κλάδο του τουρισμού με αναφορές και παραδείγματα από την ελληνική αγορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο :Επιχειρηματικότητα και καινοτομία

1.1 Επιχειρηματικότητα-Μορφές επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα (Καραγιάννης και Μπακούρος, 2015; Smith, 2018), αναφέρεται στη διαδικασία δημιουργίας, λειτουργίας και διαχείρισης μιας επιχείρησης ή επιχειρηματικής δραστηριότητας, με σκοπό την παραγωγή αγαθών ή παροχή υπηρεσιών που καλύπτουν μια ανάγκη στην αγορά. Οι άνθρωποι που εμπλέκονται στην επιχειρηματικότητα, ονομάζονται επιχειρηματίες. Η διαδικασία της

επιχειρηματικότητας περιλαμβάνει την ανάλυση της αγοράς, την αναγνώριση ευκαιριών, το σχεδιασμό του επιχειρηματικού μοντέλου, την απόκτηση κεφαλαίου, τη δημιουργία του προϊόντος ή της υπηρεσίας, την κατασκευή της ομάδας εργαζομένων, τις δραστηριότητες μάρκετινγκ, τις λειτουργίες πωλήσεων, τη διαχείριση των οικονομικών και την ανάπτυξη της επιχείρησης. Η επιχειρηματικότητα ενέχει και τον κίνδυνο, καθώς δεν υπάρχει εγγύηση επιτυχίας και η αγορά μπορεί να είναι αβέβαιη και ανταγωνιστική.

Οι επιχειρηματίες (Smith, 2018), πρέπει να εισηγούνται μια επιχειρηματική ιδέα, καινοτομία, την ικανότητα προβληματισμού, τις διοικητικές δεξιότητες, και την ικανότητα προσαρμογής σε μεταβαλλόμενες συνθήκες, καθώς και την ικανότητα διαχείρισης κινδύνων. Η επιχειρηματική κουλτούρα και η κοινωνική στήριξη μπορούν επίσης να επηρεάσουν την επιτυχία μιας επιχείρησης. Η επιχειρηματικότητα μπορεί να διαφέρει ανάλογα με τον τύπο της επιχείρησης, την κλίμακα της δραστηριότητας, τον τομέα της αγοράς και τις γεωγραφικές συνθήκες. Από τη μικρή επιχείρηση μέχρι τις μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες, η επιχειρηματικότητα αποτελεί σημαντική κινητήρια δύναμη για την οικονομική ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων εργασίας.

Η επιχειρηματικότητα παίρνει διάφορες μορφές (Morrisk.a., 2010) και μπορεί να εκδηλώνεται μέσα από διάφορα είδη δραστηριοτήτων και προσεγγίσεις. Ανάλογα με τον τομέα, την κλίμακα, το επίπεδο και τους στόχους της επιχείρησης, μπορεί να υπάρχουν διαφορετικά είδη και μορφές επιχειρηματικότητας. Ορισμένα από αυτά περιλαμβάνουν:

1. **Νεοφυής Επιχειρηματικότητα** (Startup Entrepreneurship): Αυτή είναι η μορφή επιχειρηματικότητας που αφορά τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων από το μηδέν. Οι νεοφυείς εταιρείες, γνωστές και ως startups, συνήθως εστιάζουν σε καινοτόμα προϊόντα ή υπηρεσίες και επιδιώκουν γρήγορη ανάπτυξη.
2. **Μικρομεσαία Επιχειρηματικότητα** (Small and Medium-sized Enterprises - SMEs): Πρόκειται για μικρούς και μεσαίους οργανισμούς που επιδιώκουν να προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες σε περιορισμένη κλίμακα, αλλά με σημαντική επίδραση στην τοπική ή περιφερειακή οικονομία.
3. **Κοινωνική Επιχειρηματικότητα** (Social Entrepreneurship): Αυτό είναι το είδος της επιχειρηματικότητας που έχει ως στόχο όχι μόνο το κέρδος, αλλά και την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες

δημιουργούν εταιρείες που προάγουν την αλλαγή και τη βελτίωση στην κοινωνία.

4. **Τεχνολογική Επιχειρηματικότητα** (Technologicily Entrepreneurship): Αυτή η μορφή επιχειρηματικότητας επικεντρώνεται στη δημιουργία και την εκμετάλλευση νέων τεχνολογιών. Οι τεχνολογικοί επιχειρηματίες αναπτύσσουν προηγμένες τεχνολογικές λύσεις.
5. **Επιχειρηματικότητα που συνδέεται με τον τρόπο ζωής**(Επιχειρηματικότητα Τρόπου Ζωής).Σε αυτήν την περίπτωση, οι επιχειρηματίες δημιουργούν εταιρείες που ανταποκρίνονται στις προσωπικές τους ανάγκες και επιθυμίες, χωρίς απαραίτητως να επιδιώκουν μεγάλη κλίμακα ανάπτυξης.

1.2 Η καινοτομία και τα οφέλη της

Η καινοτομία (Martinezκ.α.,2021), αναφέρεται στη δημιουργία και εφαρμογή νέων ιδεών, διαδικασιών, προϊόντων ή υπηρεσιών που προκαλούν αλλαγές και βελτιώσεις σε διάφορους τομείς, όπως η τεχνολογία, η οικονομία, ο πολιτισμός και η κοινωνία. Η καινοτομία είναι συχνά συνδεδεμένη με την επιχειρηματικότητα, καθώς οι επιχειρηματίες προσπαθούν να εφαρμόσουν καινοτόμες ιδέες για τη δημιουργία νέων προϊόντων ή υπηρεσιών που θα ικανοποιήσουν τις ανάγκες της αγοράς. Μπορεί να είναι τεχνολογική, όπως η ανάπτυξη νέων τεχνολογικών λύσεων, προϊόντων ή διαδικασιών, αλλά μπορεί επίσης να εκδηλώνεται σε οργανωτικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και άλλα πεδία. Η καινοτομία μπορεί να αποτελέσει το αποτέλεσμα συστηματικής έρευνας και ανάπτυξης ή μπορεί να προκύψει από μία απροσδόκητη ιδέα, που αλλάζει τον τρόπο που βλέπουμε τα πράγματα.

Η καινοτομία έχει σημαντικές επιπτώσεις σε πολλούς τομείς, όπως τους παρακάτω:

1. **Οικονομία:** Η καινοτομία μπορεί να δημιουργήσει νέες αγορές, αυξάνοντας τον ανταγωνισμό και προσφέροντας ευκαιρίες ανάπτυξης και απασχόλησης.
2. **Τεχνολογία:** Η καινοτομία στην τεχνολογία οδηγεί σε νέες εφαρμογές, προϊόντα και υπηρεσίες που μετασχηματίζουν την καθημερινή μας ζωή.
3. **Κοινωνία:** Καινοτόμες ιδέες μπορούν να βοηθήσουν στην επίλυση κοινωνικών προκλήσεων, όπως η υγεία, η εκπαίδευση και η περιβαλλοντική βιωσιμότητα.
4. **Πολιτισμό:** Η καινοτομία μπορεί να δημιουργήσει νέες πολιτιστικές εκφράσεις και τρόπους αλληλεπίδρασης.

Η καινοτομία απαιτεί δημιουργικότητα, ανοικτό μυαλό, συνεργασία και συχνά τον αντιστάθμισμα του κινδύνου. Αναδύεται από την επιθυμία να βελτιωθεί και να αλλάξει η κατάσταση προς το καλύτερο. Σύμφωνα με τους Deakins και Freel(2007),παίξει καθοριστικό ρόλο στην ανοδική τάση της παραγωγικότητας μιας επιχείρησης σε επίπεδα εξαιρετικά πιο υψηλά από αυτά των παλαιότερων γενεών και έχει μεταβάλλει σημαντικά την καθημερινότητα μας. Η καινοτομία μαζί με την κατάρτιση αποτελούν στη σύγχρονη εποχή τα βασικότερα στοιχεία της επιτυχίας μιας επιχείρησης στη διεθνή οικονομία της γνώσης.

Παρακάτω αναφέρουμε μερικά από τα οφέλη της καινοτομίας:

1. **Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας:** Η καινοτομία μπορεί να βοηθήσει μια επιχείρηση να προσφέρει προηγμένα προϊόντα ή υπηρεσίες, βελτιώνοντας έτσι την ανταγωνιστική της θέση στην αγορά.
2. **Δημιουργία Νέων Ευκαιριών:** Η καινοτομία μπορεί να ανοίξει νέους δρόμους για τη δημιουργία εσόδων και ανάπτυξης. Οι νέες ιδέες μπορούν να οδηγήσουν σε επιχειρηματικές ευκαιρίες που δεν είχαν προηγουμένως αναγνωριστεί.
3. **Βελτίωση Προϊόντων και Υπηρεσιών:** Μέσω της καινοτομίας, είναι δυνατόν να βελτιωθούν τα υπάρχοντα προϊόντα και υπηρεσίες, προσφέροντας καλύτερη ποιότητα, απόδοση ή λειτουργίες.
4. **Ενίσχυση της Οικονομίας:** Η καινοτομία συνήθως συμβάλλει στην ανάπτυξη της οικονομίας, δημιουργώντας θέσεις εργασίας, αυξάνοντας τις επενδύσεις και την ανάπτυξη του ΑΕΠ.
5. **Λύση Κοινωνικών Προκλήσεων:** Η καινοτομία μπορεί να προσφέρει λύσεις για κοινωνικές προκλήσεις όπως η υγεία, η περιβαλλοντική βιωσιμότητα και η κοινωνική ισότητα.
6. **Καλλιέργεια της Επιχειρηματικής Κουλτούρας:** Η προώθηση της καινοτομίας μπορεί να δημιουργήσει μια επιχειρηματική κουλτούρα που ενθαρρύνει τη δημιουργικότητα και την ανοικτή σκέψη.
7. **Αυξημένη Αξία για τους Καταναλωτές:** Οι καινοτόμες λύσεις μπορούν να προσφέρουν βελτιωμένες εμπειρίες και λύσεις για τους καταναλωτές, αυξάνοντας έτσι την αξία των προϊόντων ή των υπηρεσιών.

Η επιτυχία ή αποτυχία μιας καινοτομίας εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Ενδέχεται να υπάρχουν παράγοντες που θα προωθήσουν την επιτυχία της καινοτομίας, ενώ άλλοι παράγοντες μπορεί να οδηγήσουν στην αποτυχία της.

Γενικότερα είναι μια πολύπλοκη διαδικασία και μπορεί να εξαρτάται από τον συνδυασμό πολλών παραγόντων. Ενδεικτικά, κάποιοι παράγοντες που μπορούν να συμβάλλουν στην επιτυχία μιας καινοτομίας είναι η παρουσία μιας σαφούς και ολοκληρωμένης στρατηγικής που αναδεικνύει τους στόχους και τον τρόπο εφαρμογής της, η ίδια η ιδέα πρέπει να είναι πρωτότυπη και να λύνει ένα πρόβλημα ή να προσφέρει αξία στην αγορά, η αποτελεσματική ανάπτυξη και προσαρμογή του προϊόντος ή της υπηρεσίας στις ανάγκες των πελατών, η κατανόηση των αναγκών και των προτιμήσεων των πελατών και η διασφάλιση ότι το προϊόν ή υπηρεσία ταιριάζει σε αυτές, οι επαρκείς πόροι για την ανάπτυξη, παραγωγή, προώθηση και εισαγωγή της καινοτομίας στην αγορά, η έμπειρη και δυναμική ηγεσία που θα μπορεί να διαχειρίζεται τις προκλήσεις και να κατευθύνει την εκτέλεση της καινοτομίας. Αντιθέτως, αν η καινοτομία δεν προσφέρει πραγματική αξία ή λύση στους πελάτες, αν δεν υπάρχει η σωστή οργάνωση και προγραμματισμός κατά την εκτέλεσή της, αν υπάρχει έλλειψη κεφαλαίων, αν υπάρχει αδυναμία προώθησης και επικοινωνίας της καινοτομίας στο κοινό τότε θα αποτύχει. Για την αξιολόγηση μιας καινοτομίας υπάρχουν κάποιοι βασικοί δείκτες που αναφέρονται παρακάτω.

1.3 Δείκτες καινοτομίας

Οι δείκτες καινοτομίας (Βασιλειάδης, 2008), αναφέρονται σε μετρήσιμες μεταβλητές που χρησιμοποιούνται για να αξιολογήσουν την καινοτομία ενός οργανισμού, μιας βιομηχανίας, μιας χώρας ή μιας οικονομίας. Αυτοί οι δείκτες βοηθούν στην κατανόηση του βαθμού καινοτομίας που προωθείται και πραγματοποιείται σε διάφορα πεδία. Ανάλογα με τον σκοπό της αξιολόγησης, μπορεί να χρησιμοποιηθούν διάφοροι δείκτες και μετρήσεις. Οι κυριότεροι δείκτες υπολογισμού της καινοτομίας είναι:

1. **Δαπάνες Έρευνας και Ανάπτυξης (ΕΑΔ):** Ο μεγάλος όγκος δαπανών σε έρευνα και ανάπτυξη αποτελεί ένδειξη της προσήλωσης ενός οργανισμού στη δημιουργία νέων ιδεών και τεχνολογικών καινοτομιών.
2. **Νέες Εφευρέσεις και Καταχωρήσεις Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας:** Ο αριθμός των νέων ευρεσιτεχνιών και διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας που υποβάλλονται μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να μετρήσει τη δημιουργικότητα καινοτομίας.

3. **Καινοτόμα Προϊόντα ή Υπηρεσίες:** Η ποσότητα και η ποιότητα των νέων προϊόντων ή υπηρεσιών που κυκλοφορούν στην αγορά αποτελεί ένδειξη της καινοτομίας.
4. **Συνεργασία με Άλλους Φορείς:** Ο βαθμός συνεργασίας ενός οργανισμού με πανεπιστήμια, άλλες εταιρείες, κυβερνητικούς φορείς και κοινότητες μπορεί να υποδείξει το βαθμό που είναι ανοικτός στις καινοτομίες.
5. **Επενδύσεις Κεφαλαίων Κινδύνου:** Ο αριθμός και το ποσό των επενδύσεων κεφαλαίου κινδύνου σε νεοφυείς εταιρείες μπορούν να δείξουν το ενδιαφέρον για καινοτομικές ιδέες.
6. **Απορρόφηση Τεχνολογίας:** Η ικανότητα μιας χώρας ή μιας βιομηχανίας να απορροφά και να ενσωματώνει νέες τεχνολογίες αποτελεί ένδειξη καινοτομίας.
7. **Αποτελέσματα Έρευνας και Ανάπτυξης:** Η αναλογία νέων ιδεών που καταλήγουν σε εμπορικά προϊόντα μπορεί να αντικατοπτρίζει την αποτελεσματικότητα των δραστηριοτήτων έρευνας.

Οι δείκτες καινοτομίας είναι χρήσιμοι σε έναν οργανισμό ή μια επιχείρηση (Κακούρης, 2010), συμβάλλοντας στην καλύτερη κατανομή των πόρων, στη μεγαλύτερη παρακίνηση των μετόχων, στην ανίχνευση των προβλημάτων και τον εντοπισμό λύσεων, στην ανάπτυξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, στη γνώση και στη μάθηση.

1.4 Η καινοτομία στον τομέα του τουρισμού

Η καινοτομία στον τομέα του τουρισμού αναφέρεται στη δημιουργία και εφαρμογή νέων ιδεών, διαδικασιών, τεχνολογιών ή υπηρεσιών που προσθέτουν αξία στην τουριστική βιομηχανία και βελτιώνουν την εμπειρία των ταξιδιωτών. Η καινοτομία μπορεί να αναφέρεται σε διάφορα πεδία του τουρισμού, όπως η προσφορά καταλυμάτων, η διαχείριση προορισμών, οι τεχνολογικές εφαρμογές και η εμπειρία των ταξιδιωτών.

Οι τεχνολογικές καινοτομίες για παράδειγμα, όπως οι κινητές εφαρμογές, η εικονική πραγματικότητα και η τεχνητή νοημοσύνη, μπορούν να βελτιώσουν την εμπειρία των ταξιδιωτών με την παροχή προσαρμοσμένων πληροφοριών, εντυπωσιακών διαδραστικών εμπειριών και αποτελεσματική διαχείριση του ταξιδιού. Οι καινοτόμες πρακτικές για τη βελτίωση της βιωσιμότητας στον τουρισμό, όπως η ανακύκλωση, η ενεργειακή απόδοση και οι οικολογικές δραστηριότητες, μπορούν να δημιουργήσουν

μια πιο βιώσιμη τουριστική βιομηχανία. Η καινοτομία επίσης, μπορεί να επιτρέψει την εξατομίκευση των εμπειριών των ταξιδιωτών, δίνοντας τους τη δυνατότητα να επιλέγουν προσαρμοσμένα πακέτα ταξιδιού και δραστηριοτήτων. Ακόμη, μπορεί να προάγει τη συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων τουρισμού και των τοπικών φορέων, προσφέροντας μοναδικές εμπειρίες και υπηρεσίες. Μπορεί να συμβάλλει στη δημιουργία περιεχομένου ψηφιακού μάρκετινγκ και τη χρήση κινηματογραφικών τεχνικών, ενισχύοντας τον τουριστικό προσανατολισμό.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα καινοτομίας δράσης στη βιομηχανία του τουρισμού αποτελεί το παράδειγμα της Airbnb, που προσφέρει την ευχέρεια στους ιδιοκτήτες να λειτουργούν επιχειρηματικά, φιλοξενώντας ενοικιαστές στα διαθέσιμα καταλύματά τους με κυριότερο στόχο το κέρδος. Οι ενοικιαστές από την άλλη πλευρά εξοικονομούν χρήματα, αφού ενοικιάζουν τα καταλύματα σε πιο οικονομικές τιμές σε σχέση με την ενοικίαση σε μια ξενοδοχειακή μονάδα (Varna et al., 2016).

Ο πιο σημαντικός δείκτης καινοτομίας στον τουρισμό (Lee et al., 2016), είναι η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών η οποία είναι αλληλένδετη με την ικανοποίηση των πελατών. Η εφαρμογή όλων των ποιοτικών προτύπων αλλά και η εξάλειψη του κενού αντίληψης της ποιότητας που υφίσταται μεταξύ προμηθευτών και πελατών αποτελεί καθοριστική επιδίωξη των σύγχρονων τουριστικών επιχειρήσεων. Κυριότερος σκοπός των σύγχρονων εταιριών και οργανισμών, κατά κύριο λόγο στον τουριστικό τομέα, όπου οι υπηρεσίες αποτελούν το κυριότερο δεδομένο διαφοροποίησης και καινοτομίας, σύμφωνα με τους Hilal και Terhorst (2016), είναι οι υπηρεσίες εκείνες οι οποίες είναι σημαντικό να καλύψουν τις απαιτήσεις των τουριστών με ποιοτικά γνωρίσματα σαν καθοριστικές παραμέτρους και με το πιο χαμηλό εφικτό κόστος.

Τα οφέλη από την υιοθέτηση καινοτομικών δραστηριοτήτων στον κλάδο του τουρισμού είναι πολλαπλά και ιδιαιτέρως σημαντικά. Για παράδειγμα η ανάδειξη και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος μιας περιοχής, η διείσδυση σε νέες αγορές δυνητικών επισκεπτών, η αποδοτικότερη ανταπόκριση στις απαιτήσεις των πελατών, η προσέλκυση νέων επισκεπτών σε μια περιοχή και η διατήρηση των ήδη υπαρχόντων, η αύξηση της ανταγωνιστικότητας της τοπικής επιχειρηματικής κοινότητας, η αύξηση της απασχόλησης σε τοπικό επίπεδο και γενικότερα η ενδυνάμωση της τοπικής οικονομίας με παράλληλη προστασία του πολιτισμού και των παραδόσεων.

Η καινοτομία γενικότερα αποτελεί το κύριο χαρακτηριστικό των νεοφυών (startup) επιχειρήσεων, που δραστηριοποιούνται και στο χώρο του τουρισμού και αποτελούν το αντικείμενο μελέτης της παρούσας εργασίας, που θα αναλύσουμε στη συνέχεια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Νεοφυής επιχειρηματικότητα και η χρηματοδότηση της

2.1 Νεοφυής επιχειρηματικότητα

Οι νεοφυείς εταιρείες (Blank, 2013), που συχνά αναφέρονται ως “startups”, είναι νεοσύστατες εταιρείες που χαρακτηρίζονται από τον καινοτόμο και ανατρεπτικό χαρακτήρα τους. Αυτές οι εταιρείες συνήθως ιδρύονται από επιχειρηματίες με στόχο την εισαγωγή νέων προϊόντων, υπηρεσιών ή τεχνολογιών στην αγορά. Οι νεοφυείς εταιρείες είναι γνωστές για τον γρήγορο ρυθμό ανάπτυξής τους, την ευελιξία τους και τη δυνατότητα να δημιουργήσουν σημαντικό αντίκτυπο σε διάφορους κλάδους. Σύμφωνα με το European Startup Monitor (ESM), ως νεοφυείς ορίζονται οι εταιρείες που διακρίνονται από τρία χαρακτηριστικά: έχουν διάρκεια ζωής μικρότερη των δέκα (10) ετών, διακρίνονται από καινοτόμο τεχνολογία ή καινοτόμο επιχειρηματικό μοντέλο και χαρακτηρίζονται από σημαντική ανάπτυξη πωλήσεων ή απασχόλησης (Kollaman κ.α., 2016).

Σημείο αναφοράς της δημιουργίας της ιδέας των νεοφυών επιχειρήσεων αποτελεί η SiliconValley στην Καλιφόρνια των Η.Π.Α, η κοιτίδα εκατοντάδων καινοτόμων επιχειρήσεων με διεθνή επίδραση τις τελευταίες δεκαετίες. Η έννοια της νεοφυούς επιχείρησης δεν είναι καινούργια και εταιρίες όπως η Google, η Amazon, η Apple και πιο πρόσφατα το Twitter, το Instagram και η Groupon προέκυψαν από τέτοιες διαδικασίες.

Τα βασικά χαρακτηριστικά (Ries, 2011) των νεοφυών εταιρειών περιλαμβάνουν:

- **Καινοτομία:** Οι νεοσύστατες εταιρείες βασίζονται σε καινοτόμες ιδέες, τεχνολογίες ή επιχειρηματικά μοντέλα που έχουν τη δυνατότητα να λύσουν υπάρχοντα προβλήματα ή να καλύψουν ανεκπλήρωτες ανάγκες στην αγορά.
- **Υψηλός κίνδυνος-Υψηλή ανταμοιβή:** Οι νεοσύστατες εταιρείες ενέχουν υψηλό επίπεδο κινδύνου, καθώς συχνά λειτουργούν σε αβέβαια περιβάλλοντα

με περιορισμένους πόρους. Ωστόσο, εάν είναι επιτυχείς, μπορούν να αποφέρουν σημαντικές ανταμοιβές και αξία.

- **Επεκτασιμότητα:** Ένα από τα καθοριστικά χαρακτηριστικά των startups είναι η εστίασή τους στην επεκτασιμότητα. Στόχος τους είναι να αναπτυχθούν γρήγορα και να επιτύχουν σημαντικό μερίδιο αγοράς, αξιοποιώντας συχνά την τεχνολογία και τον αυτοματισμό.
- **Περιορισμένοι πόροι:** Οι νεοσύστατες εταιρείες ξεκινούν συνήθως με περιορισμένους οικονομικούς πόρους, κάτι που απαιτεί από τους ιδρυτές και τις ομάδες να είναι πολυμήχανοι και δημιουργικοί στην εύρεση λύσεων.
- **Επιχειρηματικό κεφάλαιο και χρηματοδότηση:** Πολλές νεοφυείς εταιρείες αναζητούν εξωτερική χρηματοδότηση για να τροφοδοτήσουν την ανάπτυξή τους. Μπορούν να προσελκύσουν επενδύσεις από επενδυτές επιχειρηματικών συμμετοχών ή μέσω πλατφορμών crowdfunding, δηλαδή χρηματοδοτήσεις μέσω συνεισφορών κάποιων ανθρώπων.
- **Λιτές λειτουργίες:** Οι νεοφυείς εταιρείες υιοθετούν συχνά λιτές μεθοδολογίες για γρήγορη ανάπτυξη, δοκιμή και επανάληψη των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους. Αυτή η προσέγγιση τους βοηθά να επικυρώσουν τα επιχειρηματικά τους μοντέλα και να προσαρμοστούν στα σχόλια της αγοράς.
- **Διαταραχή:** Οι νεοφυείς εταιρείες στοχεύουν συχνά να διαταράξουν τις παραδοσιακές βιομηχανίες εισάγοντας νέες λύσεις που αμφισβητούν το statusquo.
- **Επιχειρηματικό πνεύμα:** Οι ιδρυτές και οι εργαζόμενοι σε νεοφυείς εταιρείες διαθέτουν συνήθως επιχειρηματικό πνεύμα, ενστερνίζονται τους κινδύνους και αναλαμβάνουν την κυριότητα των εγχειρημάτων τους.
- **Ταχεία ανάπτυξη:** Οι επιτυχημένες startups μπορούν να γνωρίσουν εκθετική ανάπτυξη όσον αφορά τα έσοδα, τη βάση πελατών και την παρουσία στην αγορά μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα.
- **Στρατηγικές εξόδου:** Πολλές νεοφυείς εταιρείες φιλοδοξούν να βγουν από την αγορά με διάφορα μέσα, όπως η εξαγορά από μεγαλύτερες εταιρείες ή η εισαγωγή στο χρηματιστήριο μέσω αρχικής δημόσιας προσφοράς.

Οι νεοφυείς εταιρείες (Ries, 2011), είναι συνήθως οργανισμοί προσωρινοί υπό διάφορα σχήματα που στόχο έχουν να αναπτύξουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία και ένα επιχειρηματικό μοντέλο γύρω από αυτό. Η επιτυχία του εγχειρήματος αυτού θα

καθορίσει και την εξέλιξή τους σε σταθερή επιχείρηση ή την απορρόφηση από κάποια άλλη εταιρεία. Συνήθως, οι νεοφυείς εταιρείες ιδιαίτερα κατά την ίδρυσή τους έχουν μικρό αριθμό εργαζομένων. Καθένας έχει διαφορετικό γνωστικό αντικείμενο και ρόλο στην επιχείρηση. Επίσης, λόγω του μικρού μεγέθους δεν παρουσιάζουν την πολύπλοκη δομή μιας παραδοσιακής εταιρείας. Συχνά δεν υπάρχει σαφής διαχωρισμός μεταξύ όλων των τμημάτων της επιχείρησης και πολλές φορές το ίδιο άτομο είναι υπεύθυνο για παραπάνω από ένα τμήμα ή σε πολλαπλούς ρόλους.

Με δεδομένο ότι οι συγκεκριμένες εταιρείες δρουν σε τομείς υψηλού κινδύνου, είναι εξαιρετικά δύσκολο να καταφέρουν να προσελκύσουν επενδυτές με στόχο να στηρίξουν την ανάπτυξη αγαθών και υπηρεσιών είτε να προσελκύσουν αγοραστές. Γενικότερα, είναι σημαντικό να γνωρίζουμε πως οι εν λόγω εταιρείες έχουν υψηλά ποσοστά αποτυχίας, αλλά υφίστανται και εταιρείες αυτής της μορφής, οι οποίες έχουν καταφέρει να αναπτυχθούν και να εξελιχθούν σε τεράστιους οργανισμούς με καθοριστικές επιδράσεις, όπως για παράδειγμα η Airbnb και η Uber (Αδάμη, 2017).

2.2 Στάδια ανάπτυξης νεοφυούς επιχείρησης

Μια επιχείρηση για να καταστεί βιώσιμη και κερδοφόρα είτε πρόκειται για νεοφυή επιχείρηση είτε όχι, είναι σημαντικό να εφαρμόζονται συγκεκριμένα βήματα. Αρχικά καθοριστικό ρόλο διαδραματίζει η επιχειρηματική ιδέα (ανακάλυψη). Αποτελεί το σημείο εκκίνησης για μια εταιρία, όπου κύριος στόχος των καινούριων επιχειρήσεων είναι σημαντικό να είναι το πώς το αγαθό είτε η υπηρεσία την οποία θα παρέχουν, επιβάλλεται να ικανοποιεί τις απαιτήσεις των πελατών και να επιλύει σημαντικά ζητήματα. Τα επόμενα στάδια είναι η νομιμοποίηση και κατοχύρωση αυτής της ιδέας, η αποδοτικότητα, που αφορά την ανάλυση και την ανάπτυξη αυτής της ιδέας με τον πιο αποδοτικό τρόπο, η κλιμάκωση, όπου η επιχείρηση βιώνει την αύξηση των πωλήσεων, της πελατείας και την αναγνωρισιμότητα στην αγορά, η μεγιστοποίηση του κέρδους και η διατήρηση της. (Eric R.)

Φυσικά στο στάδιο της ανάλυσης εξετάζονται η υπάρχουσα αγορά, ο ανταγωνισμός, το κατά πόσο είναι εφικτή η υλοποίηση της ιδέας, ποιες είναι οι τεχνολογικές απαιτήσεις εφαρμογής της, ποια θα είναι η χρηματοδότηση και με ποιο τρόπο θα πραγματοποιηθεί. Σε κάθε περίπτωση ως άτυπο στάδιο, τελευταίο αλλά καθόλου ήσσονος σημασίας, θα πρέπει να θεωρηθεί η στρατηγική εξόδου που ακολουθείται από την νεοφυή επιχείρηση, πολύ δε περισσότερο, αν λάβει κανείς υπόψη, ότι λόγω του χαμηλού σχετικά κόστους εκκίνησης τους, πολλές εκκινούν, αλλά λίγες

αναγνωρίζουν την επιτυχία. Έτσι, πολλές φορές η στρατηγική εξόδου αποτελεί όχι μόνο χαρακτηριστικό, αλλά και προϋπόθεση για τον επενδυτή σε νεοφυή επιχείρηση. Έτσι η στρατηγική εξόδου, αντιμετωπίζει μια ενδεχόμενη αποτυχία, ώστε να αποφορτίσει τον αντίκτυπό της ως μια κατάσταση εκτάκτου ανάγκης ή ακόμη όταν έχουν ολοκληρωθεί ορισμένοι στόχοι της επιχείρησης, οπότε κλείνει ένας κύκλος στόχων. Σε αυτό το στάδιο, η επιχείρηση αντιμετωπίζει προκλήσεις, είτε λόγω αλλαγής στην αγορά, είτε λόγω εσωτερικών παραγόντων. Μπορεί να υποχωρήσει ή να αναδιαρθρωθεί για να προσαρμοστεί στις νέες συνθήκες. (Eric R.)

2.3 Χρηματοδότηση νεοφυών επιχειρήσεων

Η χρηματοδότηση είναι ένας κρίσιμος παράγοντας για την ανάπτυξη και την επιβίωση μιας νεοφυούς επιχείρησης. (Βλαχοπούλου κ.α., 2017). Υπάρχουν διάφορες μορφές χρηματοδότησης που μπορούν να βοηθήσουν την επιχείρηση να αναπτυχθεί. Οι διαθέσιμες πηγές χρηματοδότησης είναι τα Επιχειρηματικά Προγράμματα Επιδοτήσεων και Επιχορηγήσεων (για παράδειγμα ΕΣΠΑ), το κεφάλαιο σποράς (Seed Capital), οι ‘άγγελοι’ επενδυτές (Angel Investors), οι τράπεζες μέσω δανείων, το κεφάλαιο κινδύνου (Venture capital), οι χρηματοδοτήσεις μέσω συνεισφορών (Crowdfunding), οι θερμοκοιτίδες (Incubators) επιχειρήσεων καθώς επίσης και οι συστάδες (clusters) και οι επιταχυντές (accelerators). Οι εταιρείες μπορούν να χρησιμοποιήσουν μια ή περισσότερες από τις παραπάνω μορφές χρηματοδότησης, ανάλογα με τις ανάγκες τους, το στάδιο ανάπτυξής τους και τις δυνατότητες που διαθέτουν.

Υπάρχουν όμως και αρκετές εταιρείες αυτής της μορφής, που στο ξεκίνημα τους κάνουν χρήση προσωπικών κεφαλαίων (bootstrapping) είτε από οικογένεια είτε από φίλους, έως ότου αποδείξουν στους υποψηφίους επενδυτές πως έχουν την ευχέρεια να αποκτήσουν τους πρώτους τους πελάτες. Επιλέγοντας τη συγκεκριμένη τακτική είναι πιο εύκολο να προσεγγίσει κάποιος επιχειρηματικούς «αγγέλους» (Angel Investors) οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να χρηματοδοτήσουν μια εταιρία αυτής της μορφής.

(Rose D. 2021)

Στην Ελλάδα σημαντική πηγή χρηματοδότησης των νεοφυών επιχειρήσεων είναι το πρόγραμμα ΕΣΠΑ (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Συντονισμού και Ανάπτυξης). Η συγκεκριμένη μορφή χρηματοδότησης αποτελεί το πρόγραμμα χρηματοδότησης της χώρας μας το οποίο έχει την ευχέρεια να διοχετεύει στη χώρα μας τα κονδύλια της ΕΕ τα οποία ως επί το πλείστον προορίζονται για εξομάλυνση των ανισοτήτων

ανάμεσα στις περιφέρειες της ΕΕ (Δελγιάννης, 2014). Πιο αναλυτικά, τα προγράμματα μέσω ΕΣΠΑ (2014-2020), τα οποία εντάσσονται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητα, Ανταγωνιστικότητα, Καινοτομία (ΕΠΑνΕΚ) είναι τα εξής: ‘Ερευνώ-Δημιουργώ –Καινοτομώ’, που έχει ως σκοπό την χρηματοδότηση των επιχειρήσεων για την προώθηση ερευνητικών δραστηριοτήτων και την εφαρμογή καινοτομιών αλλά και τη σύνδεση της έρευνας με τις ανάγκες της αγοράς και την οικονομία, ‘Νεοφυής Επιχειρηματικότητα’, που στοχεύει στην ίδρυση νέων μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων με έμφαση σε καινοτόμα επιχειρηματικά σχέδια, ‘Ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης πτυχιούχων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης’, που στοχεύει στην υποστήριξη πτυχιούχων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, ανέργων, μισθωτών και αυτοαπασχολούμενων, για την έναρξη/υποστήριξη της άσκησης επαγγελματικής δραστηριότητας συναφούς με την ειδικότητά τους, σε αυτοτελή επαγγελματικό χώρο, ‘Αναβάθμιση μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την ανάπτυξη των ικανοτήτων τους στις νέες αγορές’, το οποίο εστιάζει στον μετασχηματισμό της μεταποιητικής παραγωγικής βάσης της ελληνικής οικονομίας προς νέες ή διαφοροποιημένες γραμμές παραγωγής, προϊόντα και μεταποιητικές υπηρεσίες.

Στο πλαίσιο του προγράμματος ΕΣΠΑ, δημιουργήθηκε επίσης το Ταμείο Επιχειρηματικών Συμμετοχών (Equifund), το οποίο αποτελεί μια επενδυτική πλατφόρμα που παρέχει τη δυνατότητα ανεύρεσης χρηματοδότησης μέσω συμμετοχών στα κεφάλαια της επιχείρησης. Επίσης, τρέχουν νέα Ευρωπαϊκά προγράμματα που αφορούν την ενίσχυση της ίδρυσης και λειτουργίας νέων τουριστικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ), καθώς και συνεργατικών σχηματισμών ΜΜΕ, για την ανάπτυξη των ικανοτήτων τους στις μικρομεσαίες αγορές και αναβάθμισης εταιρειών αλυσίδας(franchising).

Άλλα Ευρωπαϊκά προγράμματα εκτός ΕΣΠΑ, που αφορούν τη χρηματοδότηση κυρίως μικρομεσαίων επιχειρήσεων που καινοτομούν, είναι το πρόγραμμα ‘Ορίζοντας 2020 (Horizon, 2020), με στόχο να εξασφαλίσει την ανταγωνιστικότητα της Ευρώπης σε παγκόσμιο επίπεδο, δημιουργώντας ένα φιλικό προς την καινοτομία περιβάλλον, όπου οι καλές ιδέες θα βρίσκουν εύκολα το δρόμο τους προς την αγορά, το ‘Εργαλείο Ενίσχυσης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων που Καινοτομούν’ (SMEInstrument), το οποίο στοχεύει στην χρηματοδότηση καινοτόμων σχεδίων που θα βοηθήσουν τις ΜΜΕ να αυξήσουν το μέγεθός τους και να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους, το ‘COSME 2014-2020’, το οποίο απευθύνεται σε ΜΜΕ που δεν μπορούν να χρηματοδοτηθούν από τις τράπεζες και αποσκοπεί στην ενίσχυση της

ανταγωνιστικότητας και της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων της ΕΕ, στην ενθάρρυνση του επιχειρηματικού πνεύματος και στην προαγωγή της δημιουργίας και ανάπτυξης ΜΜΕ. Το COSME απευθύνεται σε επιχειρηματίες που ενδιαφέρονται για χρηματοδότηση της εταιρείας τους, σε πολίτες που ενδιαφέρονται να ιδρύσουν ή να αναπτύξουν μια επιχείρηση, αλλά και σε κρατικές αρχές που διαμορφώνουν ή εφαρμόζουν σχετικές πολιτικές.

Το κεφάλαιο σποράς (Seed Capital) αναφέρεται στο αρχικό κεφάλαιο που χορηγείται σε μια νεοφυή επιχείρηση για την ανάπτυξη και την εκκίνηση των δραστηριοτήτων της. Συνήθως, αυτό το κεφάλαιο παρέχεται στα πρώτα στάδια της επιχείρησης, όταν οι ιδρυτές αναζητούν τη χρηματοδότηση που χρειάζονται για να αναπτύξουν το προϊόν ή την υπηρεσία τους και να φτάσουν σε ένα στάδιο όπου μπορούν να προσελκύσουν περισσότερη χρηματοδότηση από επενδυτές. Τα βασικότερα γνωρίσματα των συγκεκριμένων χρηματοδοτήσεων είναι πως το κεφαλαίο είναι ιδιαίτερα μικρό (15-50 χιλιάδες ευρώ), προκαταβάλλεται και έχει σαν στόχο να καλύψει τα λειτουργικά έξοδα του πρώτου χρόνου δράσης της εν λόγω επιχείρησης, προκειμένου να υφίσταται το περιθώριο για την επιχειρηματική εξέλιξη της συγκεκριμένης ιδέας. Για παράδειγμα χρηματοδότηση μέσω ΟΑΕΔ για νέους επιχειρηματίες. Το κεφάλαιο σποράς συνήθως είναι το πρώτο βήμα προς την επιτυχία μιας επιχείρησης και μπορεί να είναι κρίσιμο για την επιβίωσή της στον ανταγωνιστικό κόσμο της αγοράς.

Οι 'άγγελοι επενδυτές' είναι συνήθως επιχειρηματίες ή επαγγελματίες με εμπειρία σε συγκεκριμένους κλάδους και επιθυμούν να επενδύσουν το κεφάλαιό τους σε νέες, ανερχόμενες εταιρείες με υψηλό δυναμικό ανάπτυξης. Παρέχουν χρηματοδοτική στήριξη σε αντάλλαγμα για μερίδια στην επιχείρηση ή για συγκεκριμένα δικαιώματα επιρροής στη λήψη αποφάσεων. Η 'αγγελική' χρηματοδότηση συνήθως συμβαίνει στα πρώιμα στάδια ανάπτυξης μιας επιχείρησης, όταν αυτή δεν έχει ακόμα αξιολογηθεί από επενδυτικές εταιρείες κινδύνου ή δεν έχει τη δυνατότητα να αποκτήσει τη χρηματοδότηση που χρειάζεται από τράπεζες ή άλλες πηγές. Πριν μερικά χρόνια αναπτύχθηκε το Δίκτυο Επιχειρηματικών Αγγέλων, ενώ στην ΕΕ υφίσταται το EBAN (European Business Angels Network) (Andy και Weaven, 2011).

Σε ότι αφορά τις τράπεζες, θα πρέπει να επισημανθεί πως αποτελούν την παραδοσιακή πηγή χρηματοδότησης για τις υπάρχουσες και μη εταιρείες. Ωστόσο, η εκδήλωση της κρίσης του 2008 έφερε σε δυσμενή θέση τα τραπεζικά ιδρύματα με αποτέλεσμα να μην είναι σε θέση να μπορούν να παρέχουν ρευστότητα με την ίδια

ευκολία που θα έκαναν παλαιότερα. Στην περίπτωση στην οποία τα συγκεκριμένα ιδρύματα δανείζουν σε καινούριες εταιρείες, οι δανειολήπτες αναγκάζονται να προσφέρουν εγγυήσεις μεγάλης αξίας. Επιπλέον, οι εν λόγω οργανισμοί είναι εφικτό να περιορίσουν σε μεγάλο βαθμό τη χρηματοδότηση, εντός καθορισμένων ορίων, όπως για παράδειγμα δανεισμός για κεφάλαιο κίνησης μέχρι κάποιο συγκεκριμένο ποσό το οποίο ανέρχεται τις περισσότερες φορές σε μερικές χιλιάδες ευρώ.

Οι τέσσερις συστημικές τράπεζες της Ελλάδας, Εθνική, Πειραιώς, Alpha και Eurobank έχουν αναπτύξει διάφορα προγράμματα για την ενίσχυση ιδιαιτέρως καινοτόμων επιχειρήσεων. Για παράδειγμα, το πρόγραμμα NGBbusinessSeeds¹ της Εθνικής τράπεζας για τη στήριξη νεοφυών και μικρομεσαίων επιχειρήσεων, τα Alpha² χρηματοδοτικά προγράμματα σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων για την στήριξη της επενδυτικής δραστηριότητας σε δυσμενείς οικονομικές συνθήκες, το Private Equity & Venture Capital (PE&VC) Group από τον όμιλο της Πειραιώς³ αποτελούσε την στρατηγική επιλογή του ομίλου για την πραγματοποίηση επενδύσεων στους νευραλγικούς τομείς της ελληνικής περιφερειακής οικονομίας, αρχικά στους τομείς των ΤΠΕ (τηλεπικοινωνία και πληροφορική) και της ενέργειας (καθαρή τεχνολογία, περιβάλλον, ανακύκλωση, διαχείριση αποβλήτων, ανανεώσιμες πηγές ενέργειας) και στη συνέχεια στα εξειδικευμένα τρόφιμα/ποτά, στην αγροτοβιομηχανία και στον τουρισμό, τα προγράμματα InnovFin και EaSI της Eurobank⁴ ενταγμένα στο Επενδυτικό Σχέδιο για την Ευρώπη, επικεντρώνονται στη στήριξη μικρομεσαίων και καινοτόμων επιχειρήσεων. Η συμμετοχή της Eurobank στο InnovFin και το EaSI σε συνδυασμό με τη συμφωνία που επίσης υπεγράφη σήμερα και αφορά στη συμμετοχή της Eurobank στο πρόγραμμα Cosme, συνθέτουν μια ολοκληρωμένη πρόταση χρηματοδότησης για τις ελληνικές εταιρείες.

Μια ακόμα εξίσου σημαντική προσπάθεια των τραπεζών είναι το πρόγραμμα THE EGG (enter, grow, go) (Γκαγκάτσιος, 2015), το οποίο παίζει καθοριστικό ρόλο αφού βοηθά καινοτόμους επιχειρηματίες να αρχίσουν την εταιρία τους, να αναπτύξουν την επιχειρηματική τους ιδέα μέσα σε μια συγκεκριμένη περίοδο που δεν ξεπερνά τον ένα (1) χρόνο και μετέπειτα είναι εφικτό να προχωρήσουν στην κεφαλαιοποίηση της

¹<https://www.nbg.gr/en/business/business-seeds>

²<https://www.alpha.gr/el/epixeiriseis/anaptuksiaka-programmata/xrimatodotisi-europaikis-trapezas-ependuseon>

³<https://www.piraeusholdings.gr/el/group-profile/groups-presence/greece/piraeus-private-equity>

⁴<https://www.eurobank.gr/el/business/proionta-kai-upiresies>

αξίας της ιδέας τους με δικούς τους πόρους είτε διαμέσου της κατάλληλης άντλησης επενδυτικών είτε λοιπών κεφαλαίων.

Το κεφάλαιο κινδύνου (Venture Capital), (Blank, 2013) αναφέρεται σε χρηματοδοτικά κεφάλαια που επενδύονται σε εταιρείες με υψηλό δυναμικό ανάπτυξης, συνήθως σε φάσεις πρώιμης ή μεσαίας ανάπτυξης, με σκοπό να βοηθήσουν την επιχείρηση να αυξήσει την αξία της και να φτάσει σε νέες αγορές, προϊόντα ή υπηρεσίες. Το κεφάλαιο κινδύνου παρέχεται από επενδυτικές εταιρείες κινδύνου που έχουν εξειδικευμένες γνώσεις στην αξιολόγηση του δυναμικού και των κινδύνων των νεοφυών επιχειρήσεων. Οι επενδυτικές εταιρείες κινδύνου παρέχουν χρηματοδοτική στήριξη σε αντάλλαγμα για μερίδια στην επιχείρηση, και συνήθως επιδιώκουν επίσης να έχουν επιρροή στη λήψη αποφάσεων. Επίσης, μπορεί να παρέχουν εμπειρία, συμβουλές και καθοδήγηση στην επιχείρηση για να βοηθήσουν την ανάπτυξή της.

2.3.1 Φάσεις Χρηματοδότησης

Στάδιο Σποράς (Seed Stage): Σε αυτό το στάδιο, το κεφάλαιο κινδύνου παρέχεται για την ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών και την πρώτη ανάπτυξη πρωτοτύπων.

Στάδιο Ανάπτυξης (Growth Stage): Σε αυτό το στάδιο, οι εταιρείες έχουν ήδη αναπτύξει το προϊόν ή την υπηρεσία τους και χρειάζονται κεφάλαιο για την επέκταση των δραστηριοτήτων τους σε νέες αγορές ή την αναβάθμιση του προϊόντος.

Στάδιο Αποχώρησης (Exit Stage): Σε αυτό το στάδιο, οι επενδυτές επιδιώκουν να αποχωρήσουν από την επένδυσή τους με την πώληση του μεριδίου τους σε εταιρείες που εξαγοράζουν την επιχείρηση ή με την είσοδο της επιχείρησης στο χρηματιστήριο.

Το crowdfunding (Belleflamme κ.α., 2014) αναφέρεται στην πρακτική της συλλογής χρηματοδότησης από μια μεγάλη ομάδα ανθρώπων, συνήθως μέσω διαδικτυακών πλατφορμών, προκειμένου να χρηματοδοτήσουν ένα εγχείρημα, ένα προϊόν, μια υπηρεσία ή μια ιδέα. Το crowdfunding δίνει τη δυνατότητα σε άτομα ή εταιρείες να συγκεντρώσουν μικρά ποσά χρήματος από πολλούς συνεισφέροντες, γενικά μέσω διαδικτυακών πλατφορμών. Τα διάφορα μοντέλα του crowdfunding περιλαμβάνουν:

Κατανεμημένη Χρηματοδότηση (Reward-based Crowdfunding): Σε αυτό το μοντέλο, οι συνεισφέροντες λαμβάνουν ανταμοιβές ή ανταλλακτικά αντίστοιχα με το ποσό που δωρίζουν. Αυτό μπορεί να είναι ένα προϊόν, μια υπηρεσία ή άλλου είδους ανταμοιβή.

Χρηματοδότηση Κεφαλαίου (Equity Crowdfunding): Σε αυτό το μοντέλο, οι συνεισφέροντες αποκτούν μερίδια στην επιχείρηση σε αντάλλαγμα για τη

χρηματοδότησή τους. Αυτό δίνει στους επενδυτές τη δυνατότητα να μοιραστούν τα κέρδη ή τις απώλειες της επιχείρησης.

Χρηματοδότηση Δανείου (DebtCrowdfunding): Σε αυτό το μοντέλο, οι συνεισφέροντες παρέχουν δάνειο στην επιχείρηση με την υπόσχεση επιστροφής του ποσού με τόκους.

Χρηματοδότηση Φιλανθρωπίας (DonationCrowdfunding): Σε αυτό το μοντέλο, οι συνεισφέροντες παρέχουν χρηματοδότηση ως φιλανθρωπική προσφορά, χωρίς να αναμένουν ανταμοιβή ή αντίστοιχη ανταλλαγή.

Στις 20.10.2020 ψηφίστηκε ο Ευρωπαϊκός Κανονισμός (ΕΕ) 2020/1503 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου αναφορικά με τους Ευρωπαίους παρόχους υπηρεσιών συμμετοχικής χρηματοδότησης για εταιρείες (ο λεγόμενος «Crowdfunding Regulation»)⁵, ο οποίος σε εφαρμογή τέθηκε πρώτη φορά στις 10.11.2021. Αυτή η μορφή χρηματοδότησης, η οποία έχει εφαρμογή κατά βάση στον χώρο του διαδικτύου, το έργο το οποίο επιτελεί έγκειται στην άμεση διασύνδεση και επαφή των εξής μερών: αφενός της επιχείρησης, αφετέρου τον οιονδήποτε με τυπικές ή μη προδιαγραφές επενδυτή που επιθυμεί να συνεισφέρει, να προσφέρει, να χορηγήσει πίστωση, δάνειο ή να επενδύσει ένα χρηματικό κεφάλαιο στο άλλο μέρος το οποίο έχει ανάγκη αυτή την χρηματοδότηση, η οποία σε κάθε περίπτωση αιτιολογείται από ένα συγκεκριμένο επιχειρηματικό συγκεκριμένο σχέδιο.

Το crowdfunding έχει ανοίξει νέους δρόμους για τη χρηματοδότηση νεοφυών επιχειρήσεων, προσφέροντας τη δυνατότητα σε μικρούς επενδυτές και υποστηρικτές του εγχειρήματος να συμβάλουν στην ανάπτυξή τους. Επιπλέον, δίνει την ευκαιρία σε νέες επιχειρηματικές ιδέες και προϊόντα να βρουν χρηματοδότηση πέρα από τις παραδοσιακές πηγές, όπως τις τράπεζες και τις επενδυτικές εταιρείες.

Οι θερμοκοίτιδες επιχειρήσεων (Incubators), (Gaok.a., 2021), αναφέρονται σε οργανισμούς ή προγράμματα που παρέχουν υποστήριξη, πόρους και υποδομή σε νεοσύστατες εταιρείες και εκκινήσεις, με στόχο να τις βοηθήσουν να αναπτυχθούν, να επιβιώσουν και να ευδοκιμήσουν. Οι θερμοκοίτιδες λειτουργούν ως περιβάλλοντα όπου οι επιχειρηματίες μπορούν να αναπτύξουν τις ιδέες τους, να δοκιμάσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους, να αποκτήσουν πρόσβαση σε ειδικές γνώσεις και να κάνουν δικτυωτικές επαφές με επαγγελματίες και άλλες εταιρείες.

⁵<https://www.capital.gr/me-apopsi/3500956/crowdfunding-isxuon-nomothetiko-plaisio/>

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

2.3.2 Θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων ως μορφή χρηματοδότησης

Χώρο Εργασίας: Παρέχουν φυσικούς χώρους εργασίας, γραφείων και εργαστηρίων για τις εταιρείες.

Συμβουλές και Καθοδήγηση: Προσφέρουν συμβουλές εμπειρογνομόνων και επιχειρηματικών συμβούλων για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής στρατηγικής, το μάρκετινγκ, τη χρηματοδότηση και άλλες πτυχές του επιχειρείν.

Εκπαίδευση και Εκδηλώσεις: Διοργανώνουν εκπαιδευτικά σεμινάρια, σεμινάρια κατάρτισης και διάφορες εκδηλώσεις για να ενισχύσουν τις δεξιότητες και τη γνώση των επιχειρηματιών.

Δικτύωση: Παρέχουν ευκαιρίες δικτύωσης με άλλους επιχειρηματίες, επενδυτές, ειδικούς του κλάδου και πελάτες.

Χρηματοδότηση: Ορισμένες θερμοκοιτίδες παρέχουν και χρηματοδοτική στήριξη μέσω επιδοτήσεων ή κεφαλαίου κινδύνου.

Οι θερμοκοιτίδες είναι σημαντικές για την ενθάρρυνση της καινοτομίας και την εκκίνηση νέων επιχειρήσεων, καθώς παρέχουν το απαραίτητο περιβάλλον και υποδομές που απαιτούνται για να εξελιχθούν οι ιδέες σε επιτυχημένες επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Οι "συστάδες" (clusters) αναφέρονται σε γεωγραφικά περιορισμένες περιοχές όπου συγκεντρώνονται εταιρείες και άλλοι φορείς σε συγκεκριμένο κλάδο ή βιομηχανία. Αυτές οι εταιρείες συνήθως είναι συναφείς όσον αφορά το προϊόν, τις υπηρεσίες, την τεχνολογία ή άλλα χαρακτηριστικά, και βρίσκονται στην ίδια γεωγραφική περιοχή. Η έννοια των "συστάδων" είναι πολύ σημαντική στο πλαίσιο της οικονομικής ανάπτυξης και της καινοτομίας. Οι συστάδες συμβάλλουν στην ανταλλαγή γνώσης, ιδεών και τεχνολογικών καινοτομιών μεταξύ των επιχειρήσεων, προωθώντας την καινοτομία και τη βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών.

Η πυκνή συγκέντρωση επιχειρήσεων σε μια περιοχή ενισχύει την ανταγωνιστικότητα καθώς οι εταιρείες επωφελούνται από κοινούς πόρους, την κοινή γνώση και την ανταλλαγή πρακτικών. Οι εταιρείες μέσα σε μια συστάδα έχουν ευκαιρίες για δικτύωση, συνεργασία και συμπράξεις, που μπορούν να οδηγήσουν σε κοινές επιχειρηματικές ευκαιρίες. Οι συστάδες παρέχουν πιο εύκολη πρόσβαση σε εκπαιδευτικά προγράμματα, κατάρτιση και επιμόρφωση που είναι συναφή με τις ανάγκες του κλάδου. Η συσταδική προσέγγιση μπορεί να οδηγήσει σε συλλογικές εξελίξεις και πρωτοβουλίες που μπορούν να ωφελήσουν τη βιομηχανία και την περιοχή ως σύνολο.

Οι επιταχυντές (accelerators) αναφέρονται σε προγράμματα ή οργανισμούς που παρέχουν ένα έντονο και συμπυκνωμένο πρόγραμμα υποστήριξης σε νεοφυείς εταιρείες (startups) με σκοπό την επιτάχυνση της ανάπτυξής τους και την ενίσχυση των πιθανοτήτων επιτυχίας τους. Οι επιταχυντές διαρκούν συνήθως για σύντομα χρονικά διαστήματα, συνήθως μερικούς μήνες, και παρέχουν ένα εκτενές πακέτο υπηρεσιών και πόρων για την υποστήριξη των επιχειρήσεων. Οι υπηρεσίες που παρέχονται από επιταχυντές περιλαμβάνουν συνήθως, χρηματοδότηση, εκπαίδευση και καθοδήγηση, συνδέσεις και δίκτυα, χώρους εργασίας, δοκιμές και ανάπτυξη προϊόντων. Οι επιταχυντές συνήθως λειτουργούν μέσω επιλεγμένων προγραμμάτων, όπου οι εταιρείες επιλέγονται μέσω διαδικασιών ανασκόπησης και αξιολόγησης. Στόχος είναι να παρέχουν ένα έντονο περιβάλλον υποστήριξης και επιτάχυνσης, προκειμένου οι εταιρείες να αναπτυχθούν γρήγορα και να αυξήσουν τις πιθανότητες επιτυχίας τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: Νεοφυής επιχειρηματικότητα και τουρισμός

3.1 Νεοφυείς εταιρείες στον τουριστικό κλάδο

Οι νεοφυείς εταιρείες στον τουριστικό κλάδο επικεντρώνονται στην εισαγωγή καινοτόμων λύσεων, τεχνολογιών και υπηρεσιών για τη βελτίωση της ταξιδιωτικής εμπειρίας, τον εξορθολογισμό των λειτουργιών και την αντιμετώπιση προκλήσεων στον τουριστικό τομέα. Αυτές οι εταιρείες στοχεύουν να διαταράξουν τα παραδοσιακά ταξιδιωτικά μοντέλα και να προσφέρουν μοναδικές προτάσεις αξίας, τόσο στους ταξιδιώτες, όσο και στις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο τουριστικό οικοσύστημα. Μερικά παραδείγματα νεοφυών επιχειρήσεων στον τομέα του τουρισμού είναι:

Διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία (OnlineTravelAgencies, OTAs): ενώ οι διαδικτυακές πλατφόρμες ταξιδιωτικών κρατήσεων όπως η Expedia και η Booking.com έχουν ήδη καθιερωθεί, υπάρχει ακόμα χώρος για εξειδικευμένες OTAs, που καλύπτουν συγκεκριμένα δημογραφικά στοιχεία, ενδιαφέροντα ή τύπους καταλυμάτων. Αυτές οι νεοφυείς εταιρείες θα μπορούσαν να προσφέρουν επιμελημένες ταξιδιωτικές εμπειρίες, εξατομικευμένες προτάσεις και μοναδικές επιλογές διαμονής.

Αγορές περιηγήσεων και δραστηριοτήτων: Οι πλατφόρμες που συνδέουν τους ταξιδιώτες με τοπικές περιηγήσεις, δραστηριότητες και εμπειρίες κερδίζουν δημοτικότητα. Αυτές οι νεοφυείς εταιρείες επιτρέπουν στους τουρίστες να ανακαλύψουν και να κλείσουν μοναδικές δραστηριότητες και εμπειρίες απευθείας από τοπικούς παρόχους, προωθώντας βιώσιμα και αυθεντικά ταξίδια.

Εφαρμογές Ταξιδιωτικού Σχεδιασμού και Διαδρομών: Η ανάπτυξη εφαρμογών που βοηθούν τους ταξιδιώτες να προγραμματίσουν και να οργανώσουν αποτελεσματικά τα ταξίδια τους είναι μια αναπτυσσόμενη αγορά. Οι νεοφυείς εταιρείες μπορούν να προσφέρουν εργαλεία για τη δημιουργία λεπτομερών δρομολογίων, τη διαχείριση κρατήσεων και την πρόσβαση σε ταξιδιωτικές πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο.

Λύσεις Αειφόρου Τουρισμού: Οι νεοφυείς εταιρείες που επικεντρώνονται στην προώθηση του υπεύθυνου και βιώσιμου τουρισμού γίνονται όλο και πιο σχετικές. Αυτές οι εταιρείες θα μπορούσαν να παρέχουν φιλικά προς το περιβάλλον καταλύματα, επιλογές αντιστάθμισης άνθρακα ή εργαλεία για τη μέτρηση και τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των ταξιδιών.

Πλατφόρμες κοινής οικονομίας: Οι νεοσύστατες εταιρείες μπορούν να αξιοποιήσουν το μοντέλο της οικονομίας κοινής χρήσης, για να συνδέσουν τους ταξιδιώτες με τους τοπικούς οικοδεσπότες για καταλύματα, μεταφορές και πολιτιστικές εμπειρίες, παρόμοιες με το Airbnb ή το BlaBlaCar.

Εφαρμογές γλώσσας και πολιτιστικής ανταλλαγής: Οι εφαρμογές που διευκολύνουν την ανταλλαγή γλωσσών και τις εμπειρίες πολιτιστικής εμβάπτισης μπορούν να βοηθήσουν τους ταξιδιώτες να συνδεθούν με τους ντόπιους και να μάθουν για την κουλτούρα και τη γλώσσα ενός προορισμού.

TravelTechandGadgets: Καινοτομίες στην ταξιδιωτική τεχνολογία, όπως έξυπνες αποσκευές, συσκευές μετάφρασης, ταξιδιωτικές εμπειρίες εικονικής πραγματικότητας

(VR) και φορητές συσκευές σχεδιασμένες για ταξιδιώτες, προσφέρουν συναρπαστικές ευκαιρίες για νεοφυείς εταιρείες.

γαστρονομικός τουρισμός: εταιρείες που επιμελούνται γαστρονομικές εκδρομές, μαθήματα μαγειρικής και γαστρονομικές εμπειρίες μπορούν να εξυπηρετήσουν ταξιδιώτες που ενδιαφέρονται να εξερευνήσουν τις γαστρονομικές προσφορές ενός προορισμού.

Ταξιδιωτικές προσφορές τελευταίας στιγμής: οι εφαρμογές και οι πλατφόρμες που προσφέρουν προσφορές της τελευταίας στιγμής για πτήσεις, καταλύματα και δραστηριότητες μπορούν να προσελκύσουν αυθόρμητους ταξιδιώτες που αναζητούν προσιτές επιλογές.

DigitalNomadServices: Με την άνοδο της απομακρυσμένης εργασίας, οι νεοφυείς εταιρείες μπορούν να προσφέρουν υπηρεσίες προσαρμοσμένες στους ψηφιακούς νομάδες, συμπεριλαμβανομένων χώρων συνεργασίας, επιλογών διαμονής και εκδηλώσεων δημιουργίας κοινότητας.

Αυτά τα παραδείγματα υπογραμμίζουν τις διαφορετικές ευκαιρίες για νεοφυείς εταιρείες στον τουριστικό κλάδο. Οι επιτυχημένες νεοφυείς εταιρείες σε αυτόν τον τομέα όχι μόνο φέρνουν καινοτομία, αλλά συμβάλλουν επίσης στην εξέλιξη του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι ταξιδεύουν και βιώνουν προορισμούς, ενώ αντιμετωπίζουν αναδυόμενες προκλήσεις όπως η βιωσιμότητα και η εξατομίκευση.

3.2 Οι νέες τάσεις νεοφυούς επιχειρηματικότητας στον τουρισμό

Οι νέες τάσεις που διαμορφώνουν τη νεοφυή επιχειρηματικότητα στον τουρισμό, έχουν ως στόχο να δημιουργήσουν καινοτόμες λύσεις προκειμένου να ανταποκριθούν στις ανάγκες των νέων ταξιδιωτών. Οι επιχειρηματίες θα πρέπει να είναι ευέλικτοι και προσαρμοστικοί αξιοποιώντας τις νέες ευκαιρίες που τους δίνονται. Οι νέες τάσεις που διαμορφώνονται περιλαμβάνουν κατά κύριο λόγο τα παρακάτω.

3.2.1 Τεχνολογία και Διαδικτυακές Πλατφόρμες

Η χρήση νέων τεχνολογιών, όπως το διαδίκτυο, οι εφαρμογές κινητών, η εικονική πραγματικότητα και η τεχνητή νοημοσύνη, μπορεί να δημιουργήσει νέες ευκαιρίες για τη δημιουργία τουριστικών υπηρεσιών, όπως την προσαρμοσμένη σχεδίαση ταξιδιών, την ψηφιακή ξενάγηση και τις online κρατήσεις. Η τεχνολογία και οι διαδικτυακές πλατφόρμες έχουν επανασχεδιάσει τον τουριστικό τομέα, επιφέροντας τεράστιες αλλαγές στον τρόπο που οι ταξιδιώτες αναζητούν, κλείνουν και βιώνουν τα ταξίδια τους. Αυτές οι τεχνολογικές εξελίξεις έχουν επίσης ανοίξει νέες ευκαιρίες για

τη δημιουργία καινοτόμων τουριστικών υπηρεσιών και επιχειρημάτων. Κάποιοι τομείς όπου η τεχνολογία και οι διαδικτυακές πλατφόρμες έχουν επηρεάσει τον τουρισμό είναι:

-Η αναζήτηση και κράτηση ταξιδιών: Οι ταξιδιώτες μπορούν να χρησιμοποιούν διαδικτυακές πλατφόρμες για να αναζητήσουν και να κλείσουν ταξίδια, διαμερίσματα, ξενοδοχεία, πτήσεις και περιηγήσεις. Πλατφόρμες όπως το Airbnb, το Booking.com και το Expedia έχουν αναδειχθεί ως κύριοι παίκτες σε αυτόν τον τομέα.

-Εικονική Πραγματικότητα (VR) και Επαυξημένη Πραγματικότητα (AR): Η τεχνολογία VR και AR, παρέχουν στους ταξιδιώτες τη δυνατότητα να ζήσουν εμπυθιστικές εμπειρίες πριν ακόμα αναχωρήσουν για τον προορισμό τους. Μπορούν να εξερευνήσουν τα τοπία, τα ξενοδοχεία ή ακόμα και να συμμετάσχουν σε τοπικές δραστηριότητες μέσω εικονικής πραγματικότητας.

-Διαδραστικές Εμπειρίες: Οι τεχνολογικές καινοτομίες όπως οι αισθητήρες, οι ανιχνευτές κίνησης και οι αλγόριθμοι μπορούν να δημιουργήσουν διαδραστικές εμπειρίες για τους ταξιδιώτες. Παραδείγματα περιλαμβάνουν την προσαρμοσμένη περιήγηση με βάση τα ενδιαφέροντα, την πραγματικότητα επαυξημένη με πληροφορίες και διαδραστικές περιηγήσεις.

-Υπηρεσίες Πληροφοριών: Διαδικτυακές πλατφόρμες και εφαρμογές παρέχουν πληροφορίες για προορισμούς, τοπικά αξιοθέατα, εστιατόρια, αξιοθέατα και δραστηριότητες, καθώς και αξιολογήσεις και κριτικές από άλλους ταξιδιώτες.

-Εφαρμογές κινητού (Mobileapps): Οι εφαρμογές κινητού κατέχουν σημαντικό ρόλο στη βελτίωση της ταξιδιωτικής εμπειρίας. Οι ταξιδιώτες μπορούν να κάνουν online κρατήσεις, να ελέγχουν πτήσεις, να λαμβάνουν ειδοποιήσεις για τις κρατήσεις τους και να έχουν πρόσβαση σε χρήσιμες πληροφορίες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους.

Η τεχνολογία και οι διαδικτυακές πλατφόρμες συνεχίζουν να αναπτύσσονται και να εξελίσσονται, δημιουργώντας ακόμα περισσότερες δυνατότητες για τους ταξιδιώτες και τους επιχειρηματίες στον τουρισμό.

3.2.2 Βιώσιμος Τουρισμός

Οι νεοφυείς επιχειρηματίες στον τομέα του τουρισμού μπορούν να εστιάσουν σε περιβαλλοντικά βιώσιμες πρακτικές και παροχές, όπως τον οικολογικό τουρισμό, την αειφόρο διαχείριση των πόρων και την προώθηση της τοπικής κουλτούρας. Ο βιώσιμος τουρισμός αναφέρεται σε έναν τρόπο ανάπτυξης και λειτουργίας του

τουριστικού τομέα, που λαμβάνει υπόψη του τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις, με σκοπό να διασφαλίσει τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα του τομέα και των περιοχών που τον φιλοξενούν. Στον βιώσιμο τουρισμό, προσπαθείται να επιτευχθεί ισορροπία μεταξύ των αναγκών των ταξιδιωτών, της τοπικής κοινότητας και του φυσικού περιβάλλοντος.

Οι βασικές αρχές του βιώσιμου τουρισμού περιλαμβάνουν:

-Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα: Η προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος είναι ζωτικής σημασίας. Αυτό συμπεριλαμβάνει τη διατήρηση της βιοποικιλότητας, τον περιορισμό των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, και την προώθηση της χρήσης ανανεώσιμων πόρων.

-Κοινωνική Βιωσιμότητα: Ο τουρισμός πρέπει να έχει θετικό αντίκτυπο στις τοπικές κοινότητες. Αυτό περιλαμβάνει την προαγωγή της τοπικής απασχόλησης, τον σεβασμό προς τον πολιτισμό και την παροχή ευκαιριών για εκπαίδευση και ευημερία.

-Οικονομική Βιωσιμότητα: Η ανάπτυξη του τουρισμού πρέπει να συμβάλλει στην οικονομία της περιοχής χωρίς να δημιουργεί υπερβολικές οικονομικές ανισότητες. Αυτό περιλαμβάνει την προαγωγή της τοπικής επιχειρηματικότητας και την ανάπτυξη βιώσιμων οικονομικών μοντέλων.

-Διατήρηση Πολιτισμικής Κληρονομιάς: Η διατήρηση και προώθηση του πολιτιστικού πλούτου μιας περιοχής είναι σημαντική. Ο τουρισμός πρέπει να σέβεται τις τοπικές παραδόσεις, αξίες και τρόπους ζωής.

3.2.3 Κοινωνικός Τουρισμός

Η ανάπτυξη επιχειρηματικών προτάσεων που προωθούν τον κοινωνικό διάλογο, την αλληλεπίδραση μεταξύ των τοπικών κοινοτήτων και των ταξιδιωτών, καθώς και την κοινωνική ευαισθητοποίηση μπορεί να δημιουργήσει εμπειρίες με βάθος. Ο κοινωνικός τουρισμός αναφέρεται σε μια προσέγγιση του τουρισμού, που επιδιώκει να προάγει τον κοινωνικό διάλογο, την αλληλεπίδραση μεταξύ των τοπικών κοινοτήτων και των ταξιδιωτών, καθώς και την κοινωνική ευαισθητοποίηση. Στην ουσία, προάγει την αμοιβαία κατανόηση, την πολιτισμική ανταλλαγή και τη συνεργασία ανάμεσα σε διαφορετικές κοινότητες.

Ο κοινωνικός τουρισμός συχνά στοχεύει στα εξής:

-Αλληλοκατανόηση: Οι ταξιδιώτες έρχονται σε επαφή με την τοπική κουλτούρα, παραδόσεις και τρόπους ζωής μέσω αυθεντικών εμπειριών. Αυτός ο διάλογος και η

αλληλεπίδραση μπορούν να συμβάλλουν στην ανοχή και την αμοιβαία συμπεριφορά σεβασμού.

-Συνεισφορά στην Κοινότητα: Ο κοινωνικός τουρισμός συχνά στοχεύει στο να βοηθήσει την τοπική κοινότητα μέσω δράσεων, όπως εθελοντικά προγράμματα, πρωτοβουλίες για τη βελτίωση της εκπαίδευσης και της υγείας, και συμμετοχή σε τοπικά εγχειρήματα.

-Αειφόρος Τουρισμός: Ο κοινωνικός τουρισμός επιδιώκει να διασφαλίσει ότι ο τουρισμός δεν θα έχει αρνητικό αντίκτυπο στην τοπική κοινότητα, αλλά θα συμβάλει στη βιώσιμη ανάπτυξή της.

-Ευαισθητοποίηση: Οι ταξιδιώτες ενημερώνονται για τις προκλήσεις και τις ανάγκες της τοπικής κοινότητας, βοηθώντας έτσι στη διεύρυνση της συνείδησης τους σχετικά με κοινωνικά ζητήματα.

Παραδείγματα του κοινωνικού τουρισμού περιλαμβάνουν τις εθελοντικές αποστολές στο εξωτερικό, τα προγράμματα αειφορίας σε τοπικές κοινότητες, τα ταξίδια που συνδυάζουν δραστηριότητες μάθησης με την επίσκεψη σε τοπικά σχολεία ή εγκαταστάσεις υγείας, και οι πρωτοβουλίες για την αντιμετώπιση κοινωνικών ανισοτήτων.

3.2.4 Υγειονομικός Τουρισμός ή Τουρισμός υγείας

Μετά την παγκόσμια πανδημία του COVID-19, η ανάπτυξη επιχειρηματικών προτάσεων που εστιάζουν στην υγεία, την ασφάλεια και την ψυχολογική ευεξία των ταξιδιωτών αποκτά νέα σημασία. Ο υγειονομικός τουρισμός, επίσης γνωστός και ως ιατρικός τουρισμός ή τουρισμός υγείας, αναφέρεται στο ταξίδι που πραγματοποιείται με σκοπό την αναζήτηση ιατρικής περίθαλψης, ιατρικών διαδικασιών, θεραπειών ή διαγνωστικών εξετάσεων. Αυτός ο τύπος τουρισμού συνήθως συνδυάζει τις ανάγκες υγείας με την αναψυχή και τη χαλάρωση που προσφέρει ο ταξιδιωτικός προορισμός. Ο υγειονομικός τουρισμός μπορεί να καλύπτει διάφορες κατηγορίες υγειονομικών υπηρεσιών:

-Ιατρική Περίθαλψη: Οι ασθενείς ταξιδεύουν σε άλλες χώρες για να λάβουν ιατρική περίθαλψη, επεμβάσεις ή χειρουργικές επεμβάσεις. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει ιατρικές εξετάσεις, καρδιοχειρουργικές επεμβάσεις, μεταμοσχεύσεις οργάνων και άλλες ιατρικές παρεμβάσεις.

-Οδοντιατρική Φροντίδα: Οι άνθρωποι μπορούν να ταξιδέψουν για οδοντιατρικές επεμβάσεις όπως εμφυτεύματα, ενδοδοντικές θεραπείες ή αισθητικές αναπληρώσεις δοντιών.

-Θεραπευτική Περίθαλψη: Οι ταξιδιώτες μπορούν να αναζητούν θεραπείες όπως σπα, μασάζ, ψυχολογική θεραπεία, γιόγκα και άλλες μορφές ευεξίας.

-Ιατρική Αισθητική: Οι ασθενείς μπορούν να επιλέξουν ιατρικές επεμβάσεις για αισθητικούς λόγους, όπως συνταγές ρινοπλαστικής, ανόρθωση στήθους και άλλες διαδικασίες.

Ο υγειονομικός τουρισμός μπορεί να έχει πολλά οφέλη, όπως πρόσβαση σε καλύτερη περίθαλψη, μειωμένο κόστος σε σχέση με τη χώρα καταγωγής, εξειδικευμένες υπηρεσίες, και η ευκαιρία να συνδυαστεί η θεραπεία με την ανάπαυση και την εξερεύνηση ενός νέου προορισμού. Παράλληλα, όμως, υπάρχουν και κάποιες προκλήσεις και ανησυχίες σχετικά με την ποιότητα της περίθαλψης, την ασφάλεια, καθώς και τις διαδικασίες ακολούθησης και επανένταξης στην χώρα καταγωγής.

3.2.5 Πολιτιστικός Τουρισμός

Η προώθηση της τοπικής κουλτούρας, της τέχνης, της γαστρονομίας και των παραδόσεων μέσα από νέες τουριστικές εμπειρίες μπορεί να ελκύσει ταξιδιώτες που επιθυμούν αυθεντικές και πλούσιες πολιτιστικές εμπειρίες. Ο πολιτιστικός τουρισμός αναφέρεται στο ταξίδι που γίνεται με σκοπό την εξερεύνηση, την κατανόηση και την απόλαυση του πολιτισμού, της ιστορίας, των τεχνών και των παραδόσεων ενός προορισμού. Οι ταξιδιώτες που ενδιαφέρονται για τον πολιτιστικό τουρισμό επιδιώκουν να έχουν βαθύτερη επαφή με την τοπική ζωή και τον πολιτισμό και να εμπειριστούν την ποικιλία των πτυχών που χαρακτηρίζουν έναν προορισμό.

Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να περιλαμβάνει τα εξής:

-Μνημεία και Αξιοθέατα: Οι ταξιδιώτες επισκέπτονται ιστορικά μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, γκαλερί τέχνης και άλλα αξιοθέατα, για να ανακαλύψουν την τοπική ιστορία και τον πολιτισμό.

-Τοπικές Παραδόσεις και Εκδηλώσεις: Οι ταξιδιώτες μπορούν να συμμετέχουν σε τοπικές εορτές, φεστιβάλ, θρησκευτικές τελετές και άλλες παραδοσιακές εκδηλώσεις για να ενσωματώσουν τον πολιτισμό και την τρέχουσα ζωή της τοπικής κοινότητας.

-Παραδοσιακές Τέχνες και Χειροτεχνίες: Οι ταξιδιώτες μπορούν να ανακαλύψουν τις τοπικές τέχνες και χειροτεχνίες, όπως κεραμική, υφαντουργία, κοσμηματοποιία και άλλες παραδοσιακές τεχνικές.

-Πολιτιστικές Εμπειρίες: Οι ταξιδιώτες μπορούν να συμμετέχουν σε εργαστήρια και μαθήματα για να μάθουν περισσότερα για την τοπική κουλτούρα, όπως μαγειρική, χορός, μουσική και γλώσσα.

-Πολιτιστική Ανταλλαγή: Οι ταξιδιώτες μπορούν να αλληλεπιδράσουν με τους ντόπιους, να συνομιλούν μαζί τους, να μοιραστούν εμπειρίες και να κατανοήσουν τον τρόπο ζωής και τις αξίες τους.

Ο πολιτιστικός τουρισμός συμβάλλει στη διατήρηση και προώθηση της πολιτιστικής ποικιλομορφίας, ενώ ταυτόχρονα παρέχει οικονομικά οφέλη στις τοπικές κοινότητες. Επίσης, βοηθά στην ανάπτυξη πολιτιστικής ευαισθητοποίησης και αμοιβαίας κατανόησης μεταξύ διαφορετικών κουλτούρων.

3.2.6 Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός αναφέρεται στο ταξίδι και τη διαμονή ατόμων σε περιοχές ή τοποθεσίες με ιστορική, πνευματική ή θρησκευτική σημασία. Αυτός ο τύπος τουρισμού εστιάζει σε αξιοθέατα, αγιογραφίες, εκκλησίες, μοναστήρια, τεμένη, ναούς και άλλα θρησκευτικά μνημεία. Η τάση του θρησκευτικού τουρισμού έχει επηρεαστεί από αρκετούς παράγοντες:

-Πνευματική Αναζήτηση: άνθρωποι από διάφορα θρησκευτικά πιστεύω αναζητούν σημεία ιεράς σημασίας για να ενισχύσουν την πνευματικότητα τους, να αναζητήσουν γνώση και ενίσχυση της σχέσης τους με το θείο.

-Πολιτιστική Ανταλλαγή: ο θρησκευτικός τουρισμός προσφέρει την ευκαιρία για πολιτιστική ανταλλαγή, όπου οι ταξιδιώτες μπορούν να γνωρίσουν την τοπική θρησκευτική κουλτούρα και παράδοση.

-Ιστορική και Αρχιτεκτονική Αξία: πολλά θρησκευτικά μνημεία έχουν μεγάλη ιστορική και αρχιτεκτονική αξία, προσελκύοντας τους ταξιδιώτες που ενδιαφέρονται για την πολιτιστική κληρονομιά.

-Εκδηλώσεις και τελετές: ειδικές θρησκευτικές εκδηλώσεις και τελετές μπορούν να είναι σημαντικό κίνητρο για τους ταξιδιώτες, προσφέροντας την ευκαιρία να συμμετάσχουν σε μοναδικά θρησκευτικά γεγονότα.

-Ψυχαγωγία και αναψυχή: πολλοί ταξιδιώτες επιλέγουν τον θρησκευτικό τουρισμό για να ξεφύγουν από το άγχος της καθημερινότητας και να βρουν ψυχαγωγία και ηρεμία.

Οι επιχειρηματίες στον τομέα του τουρισμού μπορούν να αξιοποιήσουν αυτήν την τάση δημιουργώντας πακέτα ταξιδίων που εστιάζουν σε θρησκευτικά μνημεία,

πνευματικές δραστηριότητες και εμπειρίες. Επίσης, μπορούν να συνεργαστούν με τοπικές κοινότητες για την προώθηση της πολιτιστικής και θρησκευτικής κληρονομιάς.

3.2.7 Οικοτουρισμός ή πράσινος τουρισμός

Η νέα γενιά τουριστών έχει απαιτήσεις για νέες μορφές αναψυχής, μακριά από εμπορευματοποιημένες περιοχές, μεταβάλλοντας σταδιακά το μοντέλο του παθητικού τουρισμού σε ένα νέο πιο ενεργητικό και ευαισθητοποιημένο περιβαλλοντικά μοντέλο. Η νέα αυτή ήπια μορφή τουρισμού ονομάζεται πράσινος τουρισμός ή καλύτερα οικοτουρισμός (Martinez, κ.α., 2019). Σε γενικές γραμμές ο οικοτουρισμός βασίζεται στο φυσικό περιβάλλον, είναι οικονομικά αποτελεσματικός και συμβάλει στη σωστή περιβαλλοντική διαχείριση της κάθε περιοχής ξεχωριστά.

Εκτός από τα περιβαλλοντικά οφέλη της εφαρμογής του οικοτουρισμού, η προσαρμογή της τουριστικής αγοράς και βιομηχανίας στις επιταγές της αειφορικής διαχείρισης του περιβάλλοντος προκαλεί μια δυναμική πράσινης επιχειρηματικότητας και σε άλλους τομείς της αγοράς. Συγκεκριμένα η οικοτουριστική ανάπτυξη συμβάλει: στην ενημέρωση των τουριστών σχετικά με την στάση τους απέναντι στην γλωρίδα και την πανίδα του τόπου προορισμού, στην επίσκεψη μικρών τουριστικών ομάδων και στην αποφυγή υπερσυγκέντρωσης, στην εκπαίδευση των επιχειρηματιών και του προσωπικού σχετικά με τις απαραίτητες ενέργειες που πρέπει να ληφθούν με σκοπό τη διατήρηση υψηλής οικολογικής ποιότητας, στην δημιουργία προγραμμάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης, στην δημιουργία εγκαταστάσεων από υλικά φιλικά προς το περιβάλλον και στην διατήρησης της τοπικής αρχιτεκτονικής τεχνοτροπίας, στην δημιουργία χρηματοδοτικών προγραμμάτων προστασίας της φύσης, στην συμμετοχή των επισκεπτών στην προστασία του περιβάλλοντος, στην τόνωση της γενικότερης τοπικής πράσινης επιχειρηματικότητας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: Νεοφυείς τουριστικές εταιρείες στην Ελλάδα

4.1. Το επιχειρηματικό τοπίο στην Ελλάδα

Η εμφάνιση του φαινομένου της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα εντοπίζεται κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης του 2008, η οποία λειτούργησε ως μοχλός ενίσχυσης δημιουργίας νέων επιχειρήσεων ανοίγοντας νέους ορίζοντες για νέες και καινοτομικές επιχειρηματικές ιδέες (Sidiropoulos, 2017). Αναφορικά με τον

κλάδο δραστηριότητας τους, την πρώτη θέση κατέχουν οι βιοεπιστήμες με ποσοστό που ανέρχεται σε 14,2% (13,3% το 2021). Ακολουθούν οι τομείς Περιβάλλοντος - Ενέργειας και Διαφήμισης -Μάρκετινγκ (9,0%), ενώ ο τομέας του Τουρισμού - Υπηρεσιών Φιλοξενίας (8,1%) έπεσε στην 4η θέση από τη 2η που κατείχε το 2021 (με ποσοστό 9,4%). Ακολουθούν με χαμηλότερα ποσοστά οι τομείς της Αγροδιατροφής, Ανάλυσης Δεδομένων - Μεγάλων Δεδομένων (BigData), Λιανικού και Ηλεκτρονικού εμπορίου και Μόδας.

Το startup οικοσύστημα στην Ελλάδα παρουσιάζει εντυπωσιακούς ρυθμούς ανάπτυξης. Παράλληλα, ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες της ελληνικής οικονομίας με τον εγχώριο κλάδο να είναι από τους κορυφαίους παγκοσμίως. Ο συνδυασμός αυτών των δύο, δηλαδή η δημιουργία νεοφυών (startup) επιχειρήσεων, που θα επικεντρώνονται στον τουριστικό τομέα αξιοποιώντας κατά κύριο λόγο ψηφιακές τεχνολογίες, είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον, με τις εγχώριες τουριστικές startups να παρουσιάζουν μία σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια και ορισμένες εξ αυτών να έχουν ήδη αρχίσει να επεκτείνονται και εκτός των ελληνικών συνόρων.

Επίσης, τα τελευταία χρόνια αναπτύχθηκε ο Σύνδεσμος Νεοφυών Τουριστικών Επιχειρήσεων στη χώρα μας, μία ομάδα(cluster) εταιριών αυτής της μορφής με βασικότερο αντικείμενο τον τουρισμό, υπό τη σκέπη του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (ΞΕΕ) με στόχο τη χρηματοδότηση τους. Οι εταιρείες αυτές δραστηριοποιούνται στον πολιτιστικό, θαλάσσιο και ποδηλατικό τουρισμό, φιλικές στα ζώα (pet friendly) ξενοδοχειακές μονάδες και δράσεις με μοναδικές εμπειρίες.

Σκοπός του συγκεκριμένου Επιμελητηρίου (Ορφανός, 2017), είναι να υποστηρίξει την προσπάθεια του συνδέσμου για τη διαμόρφωση ενός σύγχρονου και καινοτόμου οικοσυστήματος το οποίο θα αναπτύξει αγαθά και υπηρεσίες με υπολογίσιμη προστιθέμενη αξία για τον εκσυγχρονισμό των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της χώρας μας και της τουριστικής αγοράς γενικότερα, αλλά και ικανά να διοχετευτούν στη διεθνή αγορά αυτής της βιομηχανίας. Για την επίτευξη του σκοπού έχει αναπτυχθεί ένας επιταχυντής (accelerator), ώστε να συνδέσει τις εταιρείες του κλάδου με επενδυτές. Ο συγκεκριμένος επιταχυντής καλείται Capsule^T (Σαριδάκη, 2019), όπου το T αφορά τον τουρισμό, την τεχνολογία αλλά και τα ταξίδια. Αποτελεί τον πρώτο επιταχυντή στη χώρα μας και εστιάζει στην τουριστική βιομηχανία, με στόχο να αναπτύξει ένα καινοτόμο οικοσύστημα σε αυτόν τον τομέα, παρέχοντας περισσότερες ευκαιρίες δημιουργίας και εξέλιξης αυτών των εταιριών με διεθνή

προοπτική και αντίκτυπο. Αποστολή του είναι η παροχή και η πρόσβαση στην ενημέρωση, στην κατάρτιση, στις ευκαιρίες προβολής και διασύνδεσης.

Τη δυναμική αυτών των επιχειρήσεων (Κατσώνη, 2017), ενισχύει και το Υπουργείο Τουρισμού, που ανέπτυξε μια διαδικτυακή πλατφόρμα που καλείται Greece-4-startup, με κυριότερο σκοπό την ενθάρρυνση της επιχειρηματικής δράσης των νέων και την ανάπτυξη περισσότερων και καλύτερων επαγγελματικών ευκαιριών. Οι περισσότερες εταιρείες εστιάζουν στις ψηφιακές ταξιδιωτικές υπηρεσίες και εμπειρίες, στη διαχείριση ξενοδοχειακών μονάδων καθώς επίσης και στους διαδικτυακούς τουριστικούς πράκτορες. Οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες είναι μεταξύ των δημοφιλέστερων αγαθών που διακινούνται μέσω του Διαδικτύου και μάλιστα κατέχουν την πρωτιά με βάση το ύψος της συνολικής χρηματικής δαπάνης και όχι τον όγκο των συναλλαγών. Συγκεκριμένα, όπως προκύπτει από τα διαθέσιμα στοιχεία, το 37% των συνολικών συναλλαγών που πραγματοποιούνται στο Διαδίκτυο, σχετίζονται άμεσα ή άμεσα με τη διακίνηση τουριστικών πληροφοριών και την εμπορία σχετικών υπηρεσιών (www.statista.com, 2023).

Στο μητρώο νεοφυών επιχειρήσεων του Elevate Greece, ο αριθμός των επιχειρήσεων που δηλώνουν ότι δραστηριοποιούνται στο χώρο του τουρισμού φθάνει στις 55, με το συνολικό αριθμό των εγγεγραμμένων επιχειρήσεων να φθάνει τις 558. Από το egg (enter-grow-go), τον επιταχυντή καινοτομίας της Eurobank, από τις περίπου 150 εταιρείες που συμμετείχαν στο συγκεκριμένο πρόγραμμα και συνεχίζουν να παραμένουν ενεργές, περίπου οι 25 δραστηριοποιούνται κυρίως στον κλάδο του τουρισμού. Επιπλέον, ο αριθμός των startups που συμμετέχει στους πρώτους τέσσερις κύκλους επιτάχυνσης και τις δράσεις του Capsule^T Travel & Hospitality Accelerator, φθάνει στις 70.

4.2 Παραδείγματα ελληνικών νεοφυών τουριστικών επιχειρήσεων

Ένα σημαντικό παράδειγμα (BnbNews, 2019). νεοφυούς τουριστικής επιχείρησης αποτελεί η Syncbnb, τώρα Hosthub (BnbNews, 2021), που αποτελεί την πιο γρήγορα αναπτυσσόμενη επιχείρηση αυτής της μορφής στη χώρα μας και έχει άμεση σχέση με τον τουριστικό τομέα. Η συγκεκριμένη επιχείρηση παρέχει την ευχέρεια συγχρονισμού των κρατήσεων για καταλύματα προς ενοικίαση σε διαφορετικές πλατφόρμες βραχυχρόνιας μίσθωσης. Κατέκτησε την 5η θέση σε παγκόσμιο επίπεδο και χαρακτηρίστηκε σαν μια από τις καλύτερες εταιρείες αυτής της μορφής στον εν λόγω τομέα, ενώ λογίζεται σαν μια από τις καλύτερες στην ΕΕ.

Έχει αποσπάσει δύο (2) γύρους χρηματοδότησης που ανέρχονται σε συνολική αξία στις 600 χιλιάδες δολάρια. Αυτό που κάνει η συγκεκριμένη επιχείρηση είναι να συγχρονίζει ημερολόγια κρατήσεων ανάμεσα σε κανάλια βραχυχρόνιας μίσθωσης, όπως είναι για παράδειγμα Airbnb, booking, homeaway, expedia, Tripadvisor. Τα ημερολόγια συγχρονίζονται 2-way και σε σχεδόν πραγματικό χρόνο. Έχει σαν βασικότερο σκοπό την πλήρη εξάλειψη των διπλοκρατήσεων, που έχουν σημαντικές συνέπειες για τους ιδιοκτήτες των ακινήτων τόσο οικονομικά όσο και στο προφίλ τους στα κανάλια (κριτικές, βαθμολογίες). Έχει την ευχέρεια να συγχρονίσει σχεδόν όλα τα κανάλια βραχυχρόνιας μίσθωσης (περισσότερα από 200 κανάλια δηλαδή) περιέχοντας όλα τα πληροφοριακά και διαχείρισης συστήματα, PropertyManagementSystem (PMS) και τα ContentManagementSystem (CMS), κάτι το οποίο την κάνει την μοναδική channel manager σε παγκόσμιο επίπεδο στη σύγχρονη εποχή.

Μια εξίσου σημαντική επιχείρηση αυτής της μορφής είναι η Incrediblue, που δραστηριοποιείται στο θαλάσσιο τουρισμό, παρέχοντας σκάφη με έναν τρόπο εύκολο και προσιτό προς όλους. Πρόκειται για μια πλατφόρμα η οποία έχει λάβει αρκετά βραβεία και αφορά την ενοικίαση σκαφών που συνδέει άμεσα ιδιοκτήτες με τουρίστες σε διεθνές επίπεδο και δρα από την περίοδο του 2013. Μια άλλη εταιρεία είναι η Vidavo που δραστηριοποιείται στον τουρισμό υγείας και ευεξίας. Η συγκεκριμένη εταιρεία, έχοντας μια ισχυρή διεθνή εικόνα σε δράσεις τηλεματικής και ηλεκτρονικής υγείας με τη διαχείριση του μακροβιότερου έργου τηλεϊατρικής στην ΕΕ, ανέπτυξε μια καινούρια σειρά εφαρμογών ολιστικών υγείας, ευεξίας και ασφάλειας, με κυριότερο σκοπό να καλύψει ένα κενό το οποίο εντοπίστηκε τα προηγούμενα χρόνια στην ξενοδοχειακή αγορά της χώρας μας για ψηφιακές υπηρεσίες τουρισμού αυτής της μορφής. Με τον ιατρικό τουρισμό, ασχολείται επίσης και η Vitaboard, που προσεγγίζει ασθενείς από διαφορετικά κράτη, που επιθυμούν να υποβληθούν σε κάποια επέμβαση είτε να ακολουθήσουν κάποια θεραπεία (Σκριβάνος, 2018).

Μια άλλη επιχείρηση είναι η Athens Insiders (Economistas, 2019), που δραστηριοποιείται κατά κύριο λόγο στην Αθήνα, προτείνοντας εξατομικευμένες δράσεις, με βασικότερο σκοπό να φέρουν τους επισκέπτες πιο κοντά στη νοοτροπία και στους έλληνες πολίτες. Μια εξίσου σημαντική επιχείρηση είναι η LIKNOSS, που αποτελεί ένα χρήσιμο σύστημα κρατήσεων ακτοπλοΐας, με μεγάλο πελατολόγιο στη χώρα μας αλλά και σε διεθνές επίπεδο. Το Gidsy και το Vayable είναι δυο ιστότοποι

οι οποίοι προσφέρουν δράσεις που διοργανώνονται από ντόπιους και παρέχονται υπό πληρωμή σε ανθρώπους οι οποίοι ταξιδεύουν σε μια τοποθεσία. Με τη συγκεκριμένη υπηρεσία, οι επισκέπτες έρχονται πιο κοντά στην περιοχή και στους ανθρώπους της εκάστοτε τοποθεσίας, βιώνοντας πιο προσωπικές εμπειρίες.

Ένα ακόμη παράδειγμα αποτελεί η εφαρμογή Discoveroom. Σε αυτή την εφαρμογή οι χρήστες έχουν την ευχέρεια να κατεβάσουν στο κινητό τους τηλέφωνο τη δωρεάν εφαρμογή, όπου εγγράφονται δωρεάν στην υπηρεσία και έχουν την ευχέρεια αμέσως να καταχωρήσουν τα στοιχεία τους προς ενοικίαση ενός καταλύματος. Μια άλλη εφαρμογή είναι η Solve, που αφορά μια πλατφόρμα με την οποία μπορεί κάποιος να βρει την παραλία στην οποία θέλει να πάει, να υλοποιήσει κράτηση για ομπρέλα και ξαπλώστρα και να έχει ένα χώρο αποθήκευσης και φύλαξης για τα πράγματά του.

Ένα εξίσου χαρακτηριστικό παράδειγμα, αποτελεί η δράση της Toorbee που αποτελεί την πρώτη επιχείρηση αυτής της μορφής στη χώρα μας, η οποία προσφέρει ειδικές B2B υπηρεσίες στο περιβάλλον του τουρισμού. Σκοπός της είναι να καταφέρει να γεφυρώσει τους μεγαλύτερους ηλεκτρονικούς τουριστικούς πράκτορες της Κίνας και των μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων της ΕΕ, έχοντας σαν αφετηρία τη χώρα μας (Toorbee, 2019).

Στον τελευταίο 5ο κύκλο του προγράμματος επιτάχυνσης Capsule⁷ μεγάλοι νικητές της αναδείχθηκαν οι Deliverback, Orbito Travel και Cellarhopping, με την τελευταία να λαμβάνει και το βραβείο κοινού⁶. Η Deliverback είναι μια δωρεάν ηλεκτρονική υπηρεσία για τα ξενοδοχεία, τα αεροδρόμια, τα car rentals, τα ferries και τα bns, η οποία επιστρέφει τα ξεχασμένα αντικείμενα των πελατών τους εύκολα, οικονομικά και με ασφαλή τρόπο. Το Orbito Travel είναι το ελληνικό ταξιδιωτικό πρακτορείο αποκλειστικά για ταξιδιώτες με κινητικά προβλήματα. Το Orbito Travel προσφέρει μία ολιστική λύση στην διαδικασία σχεδιασμού και ολοκλήρωσης ενός ταξιδιού, βάσει των εξατομικευμένων αναγκών και προτιμήσεων του κάθε ταξιδιώτη, μέσα από μία διαδικτυακή συναλλαγή. Οι χρήστες επιλέγουν μέσα από τις έξι ακόλουθες κατηγορίες: πώς θα φτάσω, πού θα μείνω, τι θα κάνω, πού θα γευματίσω, πώς θα μετακινούμαι μαζί με έξτρα υπηρεσίες δραστηριοτήτων. Η λειτουργία του Orbito Travel βασίζεται σε τρεις δομικούς πυλώνες: προσβασιμότητα για όλους, αξιοπιστία και διαφάνεια τιμών. Το Cellarhopping είναι ένα BusinesstoBusiness (B2B) marketplace, που συγκεντρώνει υπηρεσίες

⁶https://www.imerisia.gr/epiheiriseis/66855_oi-ellinikes-startups-ependyoyn-ston-toyrismo

αποκλειστικά οινοτουρισμού και γαστροτουρισμού και απευθύνεται σε ξενοδοχεία και ταξιδιωτικές εταιρείες. Συνδέει μικρούς και μεσαίους παραγωγούς / προμηθευτές με επαγγελματίες του τουρισμού, οι οποίοι θέλουν να δημιουργήσουν και να προσφέρουν μοναδικές βιώσιμες αγρο-εμπειρίες. Οινοποιεία, αγροφάρμες, ζυθοποιία, ελαιοτριβεία και οποιοσδήποτε μπορεί να προσφέρει θεματική εμπειρία, μπορεί να διαθέτει τις υπηρεσίες του μέσω cellarhopping και να επωφελείται από την αύξηση της επισκεψιμότητας και του εισοδήματος του. Ταυτόχρονα, ενισχύει την κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη ασυνήθιστων προορισμών.

5. Συμπεράσματα

Με την παρούσα εργασία επιχειρήσαμε να αναλύσουμε το πεδίο των νεοφυών επιχειρήσεων στο χώρο του τουρισμού βάσει μιας βιβλιογραφικής επισκόπησης. Η συγκεκριμένη μορφή επιχειρηματικότητας αποτελεί μια καινοτόμα δράση για τις σύγχρονες οικονομίες και κοινωνίες τόσο σε διεθνές όσο και σε εθνικό επίπεδο, με σημαντικό ρόλο στη σύγχρονη τουριστική βιομηχανία. Βασιζόμενες στη νέα τεχνολογία και στην ταχεία ανάπτυξη, δημιουργούν καινοτόμα προϊόντα και πρακτικές, που στοχεύουν στην βελτίωση της ποιότητας με το πιο χαμηλό εφικτό κόστος, αλλά και στην βελτίωση της βιωσιμότητας και αειφορίας του τουρισμού με σεβασμό στο περιβάλλον και στις τοπικές κοινωνίες. Σημαντικό ρόλο για την επιβίωσή τους, καθώς είναι εταιρείες υψηλού ρίσκου, παίζει ο κατάλληλος τύπος χρηματοδότησης τους, σε περίπτωση που δεν επαρκούν ίδια κεφάλαια.

Τα τελευταία χρόνια σε διεθνές αλλά και σε εθνικό επίπεδο, έχουν αναπτυχθεί αρκετές εφαρμογές, λογισμικά συστήματα αλλά και πλατφόρμες, οι οποίες προσφέρουν σημαντικές και εξαιρετικά χρήσιμες υπηρεσίες για τον τομέα του τουρισμού, με καθοριστικό ρόλο στις αεροπορικές εταιρίες, στα ξενοδοχεία, στους χώρους εστίασης καθώς επίσης και στους ίδιους τους τουρίστες. Οι εφαρμογές αυτές προσφέρουν χρήσιμα στοιχεία, διευκολύνουν τους τουρίστες, φέρνουν σε άμεση επαφή τις τουριστικές εταιρείες με τους ίδιους τους πελάτες, ενώ παράλληλα βοηθούν στην ανοδική τάση του τουριστικού προϊόντος γενικότερα. Σε εθνικό επίπεδο δραστηριοποιούνται όλο και περισσότερες εταιρείες στον χώρο του τουρισμού, με σημαντικές διεθνείς διακρίσεις, ενώ καθοριστικό ρόλο διαδραματίζουν δράσεις που έχουν γίνει για τη βελτίωση αυτής της μορφής επιχειρηματικότητας, όπως είναι για παράδειγμα ο πρώτος ελληνικός τουριστικός επιταχυντής. Συνοπτικά, οι νεοφυείς επιχειρήσεις διαδραματίζουν ζωτικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη

δημιουργώντας θέσεις εργασίας, ενισχύοντας την καινοτομία και συμβάλλοντας στην οικονομική διαφοροποίηση. Αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της οικοδόμησης δυναμικών και ανθεκτικών οικονομιών που μπορούν να προσαρμοστούν στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς και στις τεχνολογικές εξελίξεις. Η υποστήριξη και η καλλιέργεια ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος για τις νεοφυείς επιχειρήσεις είναι μια στρατηγική προσέγγιση για την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης και ευημερίας.

Βιβλιογραφία

- Αδάμη Α (2017), *Θερμοκοιτίδες εταιρείες: Διευρύνοντας την ανάπτυξη καινοτόμων και νεοφυών επιχειρήσεων*. Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πάτρα.
- AndyL., WeavenS., (2011). *Exploringagencydynamicsofcrowdfundinginstart-upcapitalfinancing*, AcademyofEntrepreneurshipJournal, 17(2), pp. 85-106.
- Βασιλειάδης Α., (2008), *Επιχειρηματικότητα-Αρχικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας.
- Belleflamme, P. Lampert,T.,Schewienbacher,(2014), *Crowdfunding:Tapping the right crowd*, Journal of Business Venturing, Volume 22, pp. 808-832.
- Blank, S. (2013). 'Why the lean start-up changes everything'. *Harvard Business Review*, vol.91, Issue 5, pp. 63-72.
- Blank, S., & Dorf, B. (2020). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. JohnWiley&Sons.
- Βλαχοπούλου Μ., Ζιάκης Χ., Πετρίδης Κ., (2017), *Startup εταιρείες: Χαρακτηριστικά και αλληλεπίδραση με το οικοσύστημα της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα*. ICTInnovationHUB.
- BnbNews, (2019), *Syncbnb. Η πιο γρήγορα αναπτυσσόμενη ελληνική start-up στον τουρισμό*, Διαθέσιμο στο : <https://bnbnews.gr/technologia/3758/syncbnb-i-pio-grigora-anaptyssomeni-elliniki-start-up-ston-toyrismo/>
- Γκαγκάτσιος Ι., (2015), *Οικονομία - Εταιρείες, Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα-Εταιρείες*. Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ενηλίκων, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων, Θεσσαλονίκη.
- Deakins, D., Freel, M., (2007). *Επιχειρηματικότητα*. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

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

Hilal E.O., Terhorst P., (2016) *Innovative restaurants in a mass-tourism city: Evidence from Antalya*, *Tourism Management*, 54(4), pp. 477-489.

Δεληγιάννης, Κ., (2014).*E.E.: «7 ελληνικές startup που αξίζει να γνωρίζετε»*. Εφημερίδα Καθημερινή, 11 Ιανουαρίου, Αθήνα.

Κακούρης Α., (2010), *Εννοιολογικές προσεγγίσεις στην Επιχειρηματικότητα Καινοτομίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Διάυλος.

Καραγιάννης, Η., & Μπακούρος, Ι. (2010). *Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα, Θεωρία-Πράξη*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σοφία.

Κατσώνη Β., (2017), *Διεθνή συστήματα κρατήσεων και πωλήσεων στον τουρισμό*, Εκδόσεις Φαίδιμος, Αθήνα.

Kindzule-Millere, I., & Zeverte-Rivza, S. (2022, January). DIGITAL TRANSFORMATION IN TOURISM: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES. In *Economic Science for Rural Development Conference Proceedings* (No. 56).

Kollman, T., Stöckmann, C., Hensellek, S., Kensbock, J., (2016), The 2nd European Startup Monitor, European Startup Monitor (ESM).

Lee C., Hallak R., Sardeshmukh S.R., (2016), *Innovation, entrepreneurship, and restaurant performance: A higher-order structural model*, *Tourism Management*, 53(3), pp. 215-228.

Martínez, J. M. G., Martín, J. M. M., Fernández, J. A. S., & Mogorrón-Guerrero, H. (2019). An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. *Journal of Business Research*, 100, 165-174.

Martinez, G., Renukappa, S., & Suresh, S. (2021). Business model innovation in small enterprises from developing countries during COVID-19 outbreak: exploring drivers and BMI outcomes. *International Journal of Business Environment*, 12(4), 364-388.

Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2010). *Corporate entrepreneurship & innovation*. Cengage Learning.

Ορφανός, Β. (2017). *Ψηφιακές τάσεις και καινοτομία στην τουριστική αγορά* (Doctoral dissertation, University of Piraeus (Greece)).

Πρωτοπαπαδάκης Ι., (2018), *E-Tourism*, ΙΩΝ Εκδοτικός Όμιλος ΕΠΕ Μαρία Παρίκου & ΣΙΑ, Αθήνα.

Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Currency.

ΣαριδάκηΚ., (2019), *1ο Travel & Hospitality Startup Accelerator στηνΕλλάδα!*, CapsuleΤ, ΞενοδοχειακόΕπιμελητήριοΕλλάδος, Αθήνα.

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

Σκριβάνος Τ., (2018), *Ιατρικός τουρισμός: μια ελληνική start up δείχνει το δρόμο*, Διαθέσιμο στο : https://www.athensvoice.gr/greece/435727_iatrikos-toyrismos-mia-elliniki-start-deihnei-dromo

Smith, H. L. (2018). Entrepreneurship policies and the development of regional innovation systems: theory, policy and practice. *New Avenues for Regional Innovation Systems-Theoretical Advances, Empirical Cases and Policy Lessons*, 239-256.

Toorbee, (2019), *We connect the world!*, Available at : <https://www.toorbee.com/>

Τσάρτας Π., Λύτρας Π., (2017), *Τουρισμός, τουριστική ανάπτυξη*. Αθήνα:ΕκδόσειςΠαπαζήσης.

Varna A., Jukic N., Pestek A., Shultz C.J., Nestorov S., (2016), *Airbnb: Exciting innovation or passing fad?*, *Tourism Management Perspectives*, 20(2), pp. 228-237.

World Travel and Tourism Council (WTTC). (2015). *Travel & tourism 2015. Connecting global climate action. Executive summary*.

Δικτυακέςπηγές

https://www.imerisia.gr/epiheiriseis/66855_oi-ellinikes-startups-ependyoyn-ston-toyrismo

<https://startupper.gr/news/87808/i-apogeiosi-ton-startups-tou-ellinikou-tourismou/>

<https://www.cretalive.gr/apopseis/neofyis-epiheirimatikotita-stin-kriti>