|  |  |
| --- | --- |
| **Αξιολόγηση Καινοτομίας** | **Βαθμός****(1-5)** |
| 1. | Η υπηρεσία είναι καινοτόμα |  |
| 2. | Η υπηρεσία έχει μοναδικά χαρακτηριστικά σε σχέση με ό,τι υπάρχει ήδη στην αγορά |  |
| 3. | Η υπηρεσία έχει επαυξημένα χαρακτηριστικά σε σχέση με ό,τι υπάρχει ήδη στην αγορά |  |
| 4. | Η υπηρεσία καλύπτει μια προϋπάρχουσα ανάγκη με έναν διαφορετικό τρόπο από τον ανταγωνισμό |  |
| 5. | Η υπηρεσία δημιουργεί μια νέα ανάγκη στους καταναλωτές που δεν υπήρχε προηγουμένως |  |
| 6. | Η υπηρεσία καλύπτει μια ανάγκη που δεν είχε αναγνωριστεί από τους καταναλωτές νωρίτερα |  |
| 7. | Η υπηρεσία απαιτεί νέο-αποκτηθείσα (για την αγορά) τεχνολογική γνώση για να υλοποιηθεί |  |
| 8. | Η υπηρεσία απαιτεί σοβαρούς πόρους (π.χ. χρόνο κλπ.) για να γίνει διαθέσιμη βάσει της παρούσας τεχνολογικής κατάστασης |  |
| 9. | Η υπηρεσία χρειάζεται ειδικούς από πολλά επιστημονικά πεδία για να υλοποιηθεί  |  |
| 10. | Η υπηρεσία χρειάζεται να διασφαλιστεί με πνευματική ιδιοκτησία / πατέντα |  |
| 11. | Η υπηρεσία δύναται να δημιουργήσει μονοπώλιο |  |
| 12. | Η υπηρεσία / προϊόν έχει και άλλους τρόπους χρήσης / αξιοποίησης διαφορετικούς από αυτούς που περιγράφονται |  |
| 13. | Η υπηρεσία εμπλέκει τους καταναλωτές στο σχεδιασμό νέων προϊόντων/ υπηρεσιών |  |
| 14. | Η υπηρεσία μπορεί να δημιουργήσει συστηματική εξέλιξη στην κοινωνία |  |
| 15. | Πρόκειται για την παραγωγή ενός νέου προϊόντος/ υπηρεσίας  |  |
| 16. | Πρόκειται για την παροχή ενός νέου προϊόντος/ υπηρεσίας με καινούριο τρόπο |  |
| 17. | Η υπηρεσία προτείνει / διευκολύνει τη χρήση ενός προϊόντος με διαφορετικό τρόπο από τον αρχικό του σχεδιασμό |  |
| 18. | Η υπηρεσία υποστηρίζεται από ένα νέο επιχειρηματικό μοντέλο |  |
| 19. | Η υπηρεσία απαιτεί τη στήριξη τμήματος έρευνας και τεχνολογίας/ προσωπικού με εξειδικευμένες επιστημονικές γνώσεις |  |
| 20. | Η υπηρεσία προτείνει μια νέα τεχνολογική με καινούργ την αγορά.τεχνολογίήσδss υλοποίηση για την αγορά |  |
| 21. | Η υπηρεσία προτείνει έναν καινούριο (για την αγορά) τρόπο συνεργασίας της επιχείρησης με τους προμηθευτές / συνεργάτες της |  |
| 22. | Η υπηρεσία προτείνει έναν καινούριο (για την αγορά) τρόπο επικοινωνίας της επιχείρησης με τους πελάτες της |  |
| 23. | Η υπηρεσία επαναπροσδιορίζει τη θέση της επιχείρησης στην εφοδιαστική αλυσίδα του κλάδου σε σχέση με τον ανταγωνισμό |  |
| 24. | Η υπηρεσία προτείνει ένα νέο (σε σχέση με τον ανταγωνισμό) μοντέλο εσόδων |  |
| 25.  | Η επιχείρηση εισάγει ένα νέο προϊόν ή μια νέα ποιότητα προϊόντος  |  |
| 26. | Η επιχείρηση εισάγει μια νέα μέθοδο παραγωγής, συμπεριλαμβανομένου ενός νέου τρόπου εμπορικής διαχείρισης των αγαθών |  |
| 27. | Η επιχείρηση μπαίνει σε μια νέα γι αυτή αγορά |  |
| 28. | Η επιχείρηση “ανοίγει” / δημιουργεί μια νέα αγορά |  |
| 29. | Η επιχείρηση χρησιμοποιεί είτε νέες πηγές πρώτων υλών για την παραγωγή προϊόντων είτε νέους πόρους για την παροχή υπηρεσίας |  |
| 30. | Η επιχείρηση αλλάζει την υφιστάμενη δομή και οργάνωση ενός κλάδου |  |