

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

«ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΣΤΙΣ
ΝΕΟΦΥΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ
ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ»

Μαρία Γεωργία Χριστοπούλου

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική

Πειραιάς, Ιούλιος 2018

UNIVERSITY OF PIRAEUS
DEPARTMENT OF ECONOMICS



MASTER PROGRAM IN
ECONOMIC AND BUSINESS STRATEGY

“New Financial tools for Greek Start-ups: An empirical survey”

By

Maria Georgia Christopoulou

Master Thesis submitted to the Department of Economics of the University of Piraeus in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economic and Business Strategy

Piraeus, Greece, July 2018

Αφιερωμένη στους ανθρώπους μου

“It is not where you start but how high you aim that matters to success”

Nelson Mandela

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου κυρία Φαφαλιού Ειρήνη, τόσο για την καθοδήγηση και υποστήριξη κατά τη διάρκεια της συγγραφής της παρούσας διπλωματικής εργασίας, όσο και για την έμπνευση που μου μετέδωσε κατά τη διάρκεια του μεταπτυχιακού προγράμματος.

Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω το σύνολο των καθηγητών και ιδιαιτέρως τον κύριο Ευάγγελο Σαμπράκο, για τις γνώσεις, τις εμπειρίες και την χαρά της μάθησης που μου μεταλαμπάδευσαν, αλλά και το σύνολο των συμφοιτητών μου για την ευεργετική αλληλεπίδραση μαζί τους και τη συλλογική προσπάθεια που καλεστήκαμε πολλές φορές να καταβάλουμε.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για τη διαχρονική στήριξη της και την υπομονή που επέδειξε τα τελευταία δυο χρόνια και ιδιαιτέρως την θεία μου, που χωρίς την υλική και κυρίως συναισθηματική της υποστήριξη, δεν θα είχα καταφέρει πολλά από όσα έχω πετύχει έως σήμερα στη ζωή μου.

Τέλος, δεν θα μπορούσα να μην ευχαριστήσω εκπροσώπους των νεοφυών επιχειρήσεων, που συμμετείχαν στην εμπειρική έρευνα, καθώς χωρίς τη καθοριστική τους συμβολή, δεν θα είχε ολοκληρωθεί η εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η μελέτη των νεοφυών (startup) επιχειρήσεων στην Ελλάδα, εστιάζοντας στη διερεύνηση της χρήσης των σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων. Προς επίτευξη του σκοπού αυτού, αρχικά πραγματοποιείται βιβλιογραφική επισκόπηση σχετικά με τη νεοφυή επιχειρηματικότητα σε διεθνές και εθνικό επίπεδο. Στη συνέχεια, γίνεται η παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας πεδίου που εστιάζει στη διερεύνηση της χρήσης των χρηματοδοτικών εργαλείων από τις νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα. Για την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μεθοδολογία της συλλογής και ανάλυσης ποσοτικών στοιχείων, μέσω έρευνας πεδίου, με τη χρήση ερωτηματολογίου που απευθυνόταν αποκλειστικά σε ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις. Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε από εκπροσώπους των νεοφυών επιχειρήσεων με το δείγμα της έρευνας να διαμορφώνεται στις 66 ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις με χρόνο λειτουργίας έως πέντε έτη.

Από την εμπειρική έρευνα και τη βιβλιογραφική επισκόπηση, προκύπτει ότι τα τελευταία χρόνια η νεοφυής επιχειρηματικότητα έχει αναπτυχθεί σημαντικά στην Ελλάδα και μάλιστα υπό δύσκολες οικονομικές και πολιτικές συγκυρίες, με αποτέλεσμα να δύναται να αποτελέσει βασικό πυλώνα ανάπτυξης και ενίσχυσης της απασχόλησης στην χώρα. Η χρηματοδότηση αποτελεί προβληματισμό μείζονος σημασίας για τις ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις, παρατηρώντας ότι ενώ γίνεται εκτενής χρήση των δομών υποστήριξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας, υπάρχει ελάχιστη χρήση χρηματοδοτικών εργαλείων, φανερώνοντας ότι είτε υπάρχει ελλιπής ενημέρωση για την ύπαρξη και την ωφέλιμη χρησιμοποίησή τους είτε ότι τα συγκεκριμένα εργαλεία βρίσκονται σε αρκετά πρώιμο στάδιο στην Ελλάδα.

Λέξεις κλειδιά: νεοφυείς επιχειρήσεις, νεοφυής επιχειρηματικότητα, οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων, χρηματοδότηση, χρηματοδοτικά εργαλεία νεοφυών επιχειρήσεων, Ελλάδα.

ABSTRACT

The purpose of the current dissertation is the study of startup companies in Greece, focusing on the examination of the utilization of new financial tools.

In order to fulfill this purpose, first takes place a bibliographical overview concerning startup entrepreneurship at international and national level. Afterwards, follows a presentation of the results of the field research which focuses on the examination of the utilization of financial instruments by startup companies in Greece. For the realization of this survey it was employed the methodology of collection and analysis of quantitative data, through a field research, with the employment of a questionnaire which was exclusively addressed to Greek startup companies. The questionnaire was answered by representatives of the startup companies with the sample of the survey consisting of 66 Greek startup companies with operating period up to five years.

From the empirical study and the bibliographical overview, it appears that during the recent years startup entrepreneurship has developed significantly in Greece, even under difficult economic and political circumstances, resulting in being able to constitute a basic pillar of development and employment booster in the country. Financing is a subject of major importance for Greek startup companies considering that while there is a wide use of the support structures of startup entrepreneurship, there is very little utilization of financial instruments. This reveals that either there is a lack of information about their existence and their beneficial utilization or these particular instruments are at a very early stage in Greece.

Keywords: Greek start-up companies, start-up entrepreneurship, start-up companies, start-up ecosystem, funding, start-up financing tools.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη.....	i
Abstract	ii
Περιεχόμενα	iii
Περιεχόμενα Διαγραμμάτων	iv-vi

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

1.1. Εισαγωγή	1-2
---------------------	-----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

2.1 Εισαγωγή	2-3
2.2. Νεοφυής επιχειρηματικότητα	3-10
2.2.1. Ορισμός Νεοφυών επιχειρήσεων	5-6
2.2.2. Χαρακτηριστικά των Νεοφυών Επιχειρήσεων	6-10
2.3. Εξέλιξη Νεοφυούς Επιχείρησης	10-12
2.4 Η Νεοφυής Επιχειρηματικότητα Διεθνώς.....	12-19
2.5. Η Νεοφυής Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα	19-29
2.6. Χρηματοδότηση Νεοφυών Επιχειρήσεων.....	29-45
2.6.1. Κύκλος Ζωής Νεοφυούς Επιχείρησης	29-34
2.6.2. Οικοςύστημα Νεοφυών Επιχειρήσεων	34-45
2.7. Χρηματοδοτικά Εργαλεία Νεοφυών Επιχειρήσεων	45-72
2.7.1. Παραδοσιακά Χρηματοδοτικά Εργαλεία Νεοφυών Επιχειρήσεων.....	46-49
2.7.2. Σύγχρονα Χρηματοδοτικά Εργαλεία Νεοφυών Επιχειρήσεων	49-72

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

3.1. Σχεδιασμός και Μεθοδολογία Έρευνας	72-76
3.1.1. Καθορισμός πληθυσμού και δείγματος έρευνας	73-74
3.1.2. Μεθοδολογία έρευνας	74-76
3.2. Περιγραφή των Αποτελεσμάτων	76-99
3.3. Συζήτηση Αποτελεσμάτων	100-110

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ, ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ

4.1. Συμπεράσματα Εργασίας	110-117
4.2. Περιορισμοί της Έρευνας	117-118
4.3. Μελλοντικές Δυνατότητες Έρευνας	118-119
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	120-128
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	129-139

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Κεφάλαιο 2

Διάγραμμα 2.1: Βασικές διαφορές μεταξύ των νεοφυών και νεοϊδρυθέντων επιχειρήσεων	8
Διάγραμμα 2.2: Τα τεταρτημόρια των νεοφυών επιχειρήσεων (start-up)	9
Διάγραμμα 2.3 : Είκοσι λόγοι που αποτυγχάνουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις	12
Διάγραμμα 2.4: Δείκτης δραστηριότητας νεοφυών επιχειρήσεων (1997–2016)	13
Διάγραμμα 2.5: Δείκτης Πυκνότητας των νεοφυών επιχειρήσεων (1977–2013)	14
Διάγραμμα 2.6: Συμβολή των νεοφυών επιχειρήσεων στην οικονομία	14
Διάγραμμα 2.7: Αύξηση της παραγωγής/απόδοσης στη Silicon Valley, καινοτόμες και υπόλοιπες επιχειρήσεις της Silicon Valley, 1995=100.....	15
Διάγραμμα 2.8: Ευρωπαϊκός χάρτης με τον αριθμό των νεοφυών επιχειρήσεων	16
Διάγραμμα 2.9: Συνολικά επενδεδυμένα κεφάλαια (σε δις €).....	16
Διάγραμμα 2.10: Αριθμός ευρωπαϊκών νεοφυών επιχειρήσεων ανά εύρος κύκλου εργασιών (2014-2016)	17
Διάγραμμα 2.11: Δημιουργία θέσεων εργασίας στις ΗΠΑ (1977-2005)	18
Διάγραμμα 2.12: Εμπόδια στην επιχειρηματικότητα (εύρος από 0 έως 6 ως προς το βαθμό περιορισμού)	20
Διάγραμμα 2.13: Αξία οικοσυστήματος νεοφυών επιχειρήσεων (σε %).....	21
Διάγραμμα 2.14: Δείκτες του οικοσυστήματος της Αθήνας σύμφωνα με τον δείκτη European Digital City Index	22
Διάγραμμα 2.15: Αριθμός νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα	23
Διάγραμμα 2.16: Μέση ηλικία των νεοφυών επιχειρήσεων	24
Διάγραμμα 2.17: Ποσοστό επενδύσεων ανά κλάδο (2013)	28
Διάγραμμα 2.18: Χρηματοδοτικός κύκλος ζωής νεοφυούς επιχείρησης	31
Διάγραμμα 2.19: Το οικοσύστημα των νεοφυών επιχειρήσεων	35
Διάγραμμα 2.20: Συνολικός αριθμός ευρωπαϊκών θερμοκοιτίδων και επιταχυντών στο διάστημα 2001-2013.....	37
Διάγραμμα 2.21: Ταξινόμηση πόλεων με βάση τον δείκτη ECDi	37
Διάγραμμα 2.22: Κατάταξη οικοσυστημάτων νεοφυών επιχειρήσεων παγκοσμίως (2017)	38
Διάγραμμα 2.23: Δομικά στοιχεία του Επιταχυντή	41
Διάγραμμα 2.24: Κατηγορίες χρηματοδοτικών εργαλείων, οφέλη και τομείς εφαρμογής	67
Διάγραμμα 2.25: Ταμείο Επιχειρηματικών Συμμετοχών (EquiFund)	70

Κεφάλαιο 3

Διάγραμμα 3.1: Έτη λειτουργίας της νεοφυούς επιχείρησης.....	78
Διάγραμμα 3.2.: Νομική μορφή της νεοφυούς επιχείρησης	79
Διάγραμμα 3.3: Χώρα έδρας της νεοφυούς επιχείρησης	79
Διάγραμμα 3.4: Πόλη έδρας της νεοφυούς επιχείρησης.....	80

Διάγραμμα 3.5: Κλάδος δραστηριότητας της νεοφυούς επιχείρησης	81
Διάγραμμα 3.6: Κυριότεροι πελάτες της νεοφυούς επιχείρησης	82
Διάγραμμα 3.7: Γεωγραφική πελατειακή στόχευση της νεοφυούς επιχείρησης	83
Διάγραμμα 3.8: Αριθμός ιδρυτών της νεοφυούς επιχείρησης	83
Διάγραμμα 3.9: Αριθμός ιδρυτών ανά φύλο	84
Διάγραμμα 3.10: Ηλικία ιδρυτών των νεοφυών επιχειρήσεων	85
Διάγραμμα 3.11: Μορφωτικό επίπεδο ιδρυτών των νεοφυών επιχειρήσεων	85
Διάγραμμα 3.12: Μορφωτικό επίπεδο ανά ηλικιακή ομάδα ιδρυτών	86
Διάγραμμα 3.13: Προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία ιδρυτών	87
Διάγραμμα 3.14: Επαγγελματική εμπειρία ανά ηλικιακή ομάδα ιδρυτών	87
Διάγραμμα 3.15: Αριθμός εργαζομένων (πλην των εταίρων/ ιδρυτών)	88
Διάγραμμα 3.16: Χαρακτηρισμός πορείας της νεοφυούς επιχείρησης	88
Διάγραμμα 3.17: Παράγοντες που ευθύνονται για την μη αναμενόμενη πορεία της επιχείρησης	89
Διάγραμμα 3.18: Στάδιο ανάπτυξης της επιχείρησης	90
Διάγραμμα 3.19: Έτη λειτουργίας ανά στάδιο ανάπτυξης	90
Διάγραμμα 3.20: Σημαντικότεροι πόροι στο σημερινό στάδιο ανάπτυξης των νεοφυών επιχειρήσεων	91
Διάγραμμα 3.21: Έσοδα από πώληση κύριου/ας προϊόντος/ υπηρεσίας	91
Διάγραμμα 3.22: Αύξηση εσόδων νεοφυών επιχειρήσεων ανά στάδιο ανάπτυξης	92
Διάγραμμα 3.23: Συμμετοχή σε δομή/ες υποστήριξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας93	
Διάγραμμα 3.24: Δομή/ες υποστήριξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας	93
Διάγραμμα 3.25: Αξιολόγηση συμβολής δομών υποστήριξης στην ανάπτυξη της επιχείρησης.....	94
Διάγραμμα 3.26: Χρήση παροχών στη/ς δομή/ές υποστήριξης	94
Διάγραμμα 3.27: Λήψη εξωτερικής χρηματοδότησης από τις νεοφυείς επιχειρήσεις	95
Διάγραμμα 3.28: Σημερινά χρηματοδοτικά εργαλεία νεοφυών επιχειρήσεων	96
Διάγραμμα 3.29: Μελλοντική εξωτερική χρηματοδότηση	97
Διάγραμμα 3.30: Μελλοντικές πηγές εξασφάλισης χρηματοδότησης	97
Διάγραμμα 3.31: Μακροπρόθεσμος στόχος της νεοφυούς επιχείρησης	98
Διάγραμμα 3.32: Αξιολόγηση βασικών παραγόντων λήψης χρηματοδότησης	99
Διάγραμμα 3.33: Κυριότερα εμπόδια ανάπτυξης των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα	99
Διάγραμμα 3.34: Συσχέτιση συμμετοχής ή μη σε δομή υποστήριξης με τη λήψη χρηματοδότησης ..	107
Διάγραμμα 3.35: Σύγκριση τωρινής και μελλοντικής χρηματοδότησης	109

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

1.1. Εισαγωγή

Η παρούσα διπλωματική εργασία με θέμα «Σύγχρονα χρηματοδοτικά εργαλεία στις νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα: Εμπειρική διερεύνηση» αποσκοπεί στη διερεύνηση των διαθέσιμων σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων που δύναται να χρησιμοποιηθούν από τις νεοφυείς (start-up) επιχειρήσεις με στόχο την ανάπτυξή τους.

Η επιλογή του παρόντος θέματος έγινε βάσει της λογικής ότι στο στάδιο της εκκίνησης μιας νεοφυούς επιχείρησης, το πλέον κρίσιμο ζήτημα είναι η εύρεση χρηματοδότησης καθώς χωρίς την εξασφάλιση αυτής, δεν μπορεί να υλοποιηθεί η εκάστοτε επιχειρηματική ιδέα. Συγκεκριμένα, λόγω της φύσης των νεοφυών επιχειρήσεων και της μεγάλης αβεβαιότητας σχετικά με την επιτυχή ή μη έκβαση της επιχειρηματικής ιδέας, η δυσκολία εξασφάλισης των απαιτούμενων κεφαλαίων είναι μεγάλη με αποτέλεσμα η γνώση των διαθέσιμων χρηματοδοτικών εργαλείων και της αποτελεσματικότητας αυτών να κρίνεται απαραίτητη.

Επομένως, το βασικό κίνητρο για την εκπόνηση της συγκεκριμένης διπλωματικής εργασίας είναι η διερεύνηση της απάντησης στο εξής ερώτημα: «Χρησιμοποιούν οι ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις τα σύγχρονα χρηματοδοτικά εργαλεία;» Προς αυτήν κατεύθυνση, η εν λόγω εργασία στοχεύει αφενός στην παρουσίαση και μελέτη των νέων και σύγχρονων επιλογών χρηματοδότησης και αφετέρου στην διερεύνηση και αξιολόγηση των χρησιμοποιούμενων χρηματοδοτικών εργαλείων από τις ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις.

Αναλυτικότερα, μέσω της ανασκόπησης της διαθέσιμης βιβλιογραφίας, αποτυπώνονται οι πηγές χρηματοδότησης που διατίθενται στις νεοφυείς επιχειρήσεις. Επιπλέον, για την μεγαλύτερη κατανόηση των αναγκών των νεοφυών επιχειρήσεων που χρίζουν χρηματοδοτικής ενίσχυσης, γίνεται εκτενής αναφορά στα βασικά χαρακτηριστικά των νεοφυών επιχειρήσεων.

Επιπρόσθετα, πραγματοποιείται εμπειρική μελέτη των σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Η έρευνα πεδίου γίνεται με χρήση διαδικτυακού ερωτηματολογίου απευθυνόμενο σε ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις. Μέσω της έρευνας, γίνεται προσπάθεια άντλησης στοιχείων σχετικών με τη πορεία των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, της χρήσης των διαθέσιμων δομών υποστήριξης και χρηματοδοτικών εργαλείων.

Αναλυτικότερα το πρώτο κεφάλαιο, αναφέρεται στο αντικείμενο και τον σκοπό της παρούσας εργασίας. Έπειτα, πραγματοποιείται βιβλιογραφική επισκόπηση (Κεφάλαιο 2), ώστε να μελετηθεί διεξοδικότερα το θεωρητικό υπόβαθρο σχετικά με τη λειτουργία των νεοφυών επιχειρήσεων και τη χρηματοδότησή τους. Συγκεκριμένα, αναλύονται τα χαρακτηριστικά των νεοφυών επιχειρήσεων καταφεύγοντας σε καταγραφή των διεθνών και ελληνικών τάσεων.

Στη συνέχεια, μελετάται διεξοδικότερα η χρηματοδότηση των νεοφυών επιχειρήσεων. Σε αυτήν την ενότητα παρουσιάζεται το οικοσύστημα των νεοφυών επιχειρήσεων και των δομών υποστήριξης που συμπεριλαμβάνονται, καθώς κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικό για την προσβασιμότητα των νεοφυών επιχειρήσεων στις πηγές χρηματοδότησης. Τέλος, αναλύονται τα βασικότερα παραδοσιακά και σύγχρονα χρηματοδοτικά εργαλεία που δύναται να έχουν στη διάθεσή τους οι νεοφυείς επιχειρήσεις.

Στο τρίτο κεφάλαιο περιγράφεται η εμπειρική έρευνα σχετικά με τα χρηματοδοτικά εργαλεία που έχουν στη διάθεσή τους οι ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις. Τέλος, στο τέταρτο κεφάλαιο, ακολουθεί η κριτική ανάλυση των αποτελεσμάτων και διερευνάται η συσχέτισή τους με τα αποτελέσματα άλλων προηγούμενων ερευνών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

2.1 Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια, ο όρος της νεοφυούς επιχειρηματικότητας, που είναι συνυφασμένος με την ταχύτατη ανάπτυξη νεοσύστατων επιχειρήσεων με έμφαση στην τεχνολογία και την καινοτομία, έχει γίνει ευρέως γνωστός κυρίως με την αγγλική ορολογία “start-up”. Ο θεσμός της νεοφυούς επιχειρηματικότητας δύναται να επηρεάζει σημαντικά την οικονομία και την κοινωνία καθώς παρέχει πλήθος χρηματοδοτικών ευκαιριών σε νέους επιστήμονες και επιχειρηματίες ώστε να μπορέσουν να δημιουργήσουν καινοτόμες επιχειρήσεις και να συμβάλλουν στη διάχυση εμπειρίας και τεχνογνωσίας στην οικονομία.

Με απώτερο σκοπό τη διερεύνηση των εργαλείων χρηματοδότησης των νεοφυών επιχειρήσεων, που αποτελεί το βασικό αντικείμενο τη παρούσας εργασίας, κρίθηκε απαραίτητη η

βιβλιογραφική επισκόπηση των βασικών εννοιών και χαρακτηριστικών της νεοφυούς επιχειρηματικότητας. Προς αυτή την κατεύθυνση, πραγματοποιήθηκε συστηματική βιβλιογραφική διερεύνηση των όρων με τη χρήση διάφορων τεχνικών για τον εντοπισμό σχετικών μελετών και άρθρων.

Επομένως, στο παρόν κεφάλαιο γίνεται μια σύντομη αναφορά στην νεοφυή επιχειρηματικότητα ενώ στη συνέχεια αποτυπώνονται οι ορισμοί που έχουν καταγραφεί για τι είναι η νεοφυής επιχείρηση. Έπειτα, παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά και οι τρόποι εξέλιξης των νεοφυών καθώς και στοιχεία για την ανάπτυξη της νεοφυούς επιχειρηματικότητας τόσο σε διεθνές όσο και σε εγχώριο επίπεδο. Στην όγδοη ενότητα, αναλύεται εις βάθος η χρηματοδότηση των νεοφυών επιχειρήσεων, παραθέτοντας βασικά στοιχεία για την καλύτερη κατανόηση των αναγκών των νεοφυών επιχειρήσεων και του οικοσυστήματος που επηρεάζει σημαντικά τη λήψη ή μη χρηματοδότησης. Στην τελευταία και βασικότερη ενότητα του κεφαλαίου γίνεται μια εκτενής αναφορά στα χρηματοδοτικά εργαλεία των νεοφυών επιχειρήσεων.

2.2. Νεοφυής Επιχειρηματικότητα

Πριν την διερεύνηση των μορφών χρηματοδότησης των νεοφυών επιχειρήσεων, κρίνεται απαραίτητη η κατανόηση της έννοιας «νεοφυής επιχειρηματικότητα». Αρχικά, ας ξεκινήσουμε με το τι νοείται επιχειρηματικότητα. Για πολλές δεκαετίες η επιχειρηματικότητα¹, αποτέλεσε έννοια απρόσωπη και αφηρημένη. Συχνά ταυτίστηκε με ένα είδος ριψοκίνδυνης δραστηριότητας ή και με την απλή διαχείριση και γενικά την οργάνωση και λειτουργία των επιχειρήσεων². Μετά το δεύτερο μισό του εικοστού αιώνα η παραγωγή αντιμετωπίζεται ως μια κοινωνική και δυναμική διαδικασία και η επιχειρηματική ανανέωση και ανάπτυξη θέτουν στο επίκεντρό τους τον επιχειρηματία-νεωτεριστή. Στις μέρες μας, η επιχειρηματικότητα αποτελεί κεντρικό άξονα στη στρατηγική των επιχειρήσεων και αναπτύχθηκε ως φυσιολογικό επακόλουθο της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας και της υπάρχουσας τεχνολογικής επανάστασης (Enterprise Europe Network-ANKO, 2008).

Κατά συνέπεια, η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια διέξοδο η οποία ειδικά στο σημερινό ασταθές οικονομικό-κοινωνικό περιβάλλον, αναδεικνύει ανθρώπους με δημιουργικότητα

¹ Ο διεθνής όρος 'entrepreneur' (επιχειρηματίας) έχει Γαλλική προέλευση και σημαίνει «διαμεσολαβητής», δηλαδή αυτός που παρεμβάλλεται σε μια διαδικασία και πιο ελεύθερα μπορεί να χαρακτηριστεί ως «εργολάβος».

² Εξαιρέση στον παραπάνω κανόνα αποτελούσαν οι θεωρίες μερικών οικονομολόγων όπως αυτές των Fr. Knight και J. Schumpeter που προσπάθησαν να ενσωματώσουν την έννοια της επιχειρηματικότητας στις θεωρίες τους για τη λειτουργία της οικονομίας.

δίνοντας τους την ευκαιρία να υλοποιήσουν τις ιδέες τους. Μέσα σε αυτή την τάση ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας, συγκαταλέγονται και οι λεγόμενες νεοφυείς επιχειρήσεις.

Με τον όρο «Νεοφυής Επιχειρηματικότητα» ορίζεται η ευρύτερη φιλοσοφία επιχειρηματικότητας, βασιζόμενη στα χαρακτηριστικά της Νεοφυούς Επιχείρησης, δηλαδή την ταχύτατη ανάπτυξη και την έμφαση στην τεχνολογία και την καινοτομία.

Η ιδέα των νεοφυών επιχειρήσεων γεννήθηκε στη Silicon Valley στην Καλιφόρνια των Η.Π.Α., αποτελώντας μάλιστα μέχρι σήμερα την κοιτίδα εκατοντάδων καινοτόμων επιχειρήσεων, επιδρώντας θετικά στο παγκόσμιο οικονομικό περιβάλλον. Συγκεκριμένα, εμφανίστηκαν στο επιχειρηματικό κόσμο τη δεκαετία του 1990 με τη μορφή υποσχόμενων νεοσύστατων επιχειρήσεων με προθέσεις και προοπτικές ταχείας ανάπτυξης. Ωστόσο, η μεγάλη διάδοση και χρήση του όρου «νεοφυής επιχείρηση» υπήρξε την πρώτη δεκαετία της έκρηξης των ηλεκτρονικών υπολογιστών (1993-2001), καθώς μια νέα γενιά επιχειρηματιών με γνώση των νέων τεχνολογιών ξεκίνησε τη δημιουργία επιχειρήσεων υψηλού κινδύνου προσδοκώντας να ενταχθούν σε πιθανές νέες αγορές που εμφανίσθηκαν λόγω της άνθησης του διαδικτύου. Παρά το γεγονός ότι μόνο λίγες «dot.com» νεοιδρυθείσες επιχειρήσεις κατέστησαν βιώσιμες, η προσπάθεια εφαρμογής νέων ιδεών ως μέσο για την επιτυχή κατάκτηση της αγοράς και με απώτερο στόχο τη γρήγορη απόδοση κατέστησαν αξιόπιστη την ισχύ των νεοφυών επιχειρήσεων ως πρότυπο επιχειρηματικό μοντέλο.

Ο όρος «νεοφυής επιχείρηση» έχει εξελιχθεί επίσης σε μια μορφή περιβάλλοντος εργασίας που ορίζεται από έντονη αίσθηση της δυναμικής, με εκτεταμένες δυνατότητες καθώς και μια διαφορετική νοοτροπία που επιδιώκει την ανατροπή σε μια καθιερωμένη αγορά (Dewey, 2014).

Για την βαθύτερη κατανόηση της σημασίας της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στη σύγχρονη οικονομία και κοινωνία, σημαντική είναι η εστίαση σε δύο βασικά χαρακτηριστικά της: την πολλαπλασιαστική αναπτυξιακή προοπτική της καινοτομίας και της έρευνας και την ευελιξία ενός μικρού ή μικρομεσαίου μοντέλου επιχειρηματικότητας με πολλαπλές πηγές χρηματοδότησης και δυνατότητες εξόδου.

Οι νεοφυείς επιχειρήσεις τείνουν σήμερα να γίνουν η κύρια πηγή καινοτομίας, με πολλές μεγάλες εταιρίες να προτιμούν τα τελευταία χρόνια το outsourcing, το Research & Development (R&D) σε μικρότερους παίκτες ή να διαλέγουν ανάμεσα σε πολλές εν δυνάμει νεοφυείς

επιχειρήσεις ώστε να βρουν έτοιμες τις καινοτομίες του αύριο³. Αναφορικά με το μέγεθος των περισσότερων νεοφυών επιχειρήσεων, στην αρχή τους, παρομοιάζεται με αυτό της μικρής έως μικρομεσαίας επιχείρησης (μέχρι 250 άτομα ή/ και 50 εκ. € τζίρο⁴). Συνεπώς, σε γενικές γραμμές, η νεοφυής επιχειρηματικότητα παρουσιάζει παρόμοια χαρακτηριστικά με την μικρομεσαία επιχειρηματικότητα, καθώς και οι δύο αναφέρονται σε πολλές μικρές επιχειρήσεις από τις οποίες προκύπτουν νέες θέσεις εργασίας, αποτελώντας αναπόσπαστο μέρος της κοινωνίας.

2.2.1 Ορισμός Νεοφυών Επιχειρήσεων

Ο όρος «νεοφυής επιχείρηση» έχει απασχολήσει ιδιαίτερα την ακαδημαϊκή και όχι μόνο κοινότητα λόγω της δυσκολίας δημιουργίας ενός γενικά αποδεκτού ορισμού.

Σύμφωνα με τον Steve Black, ενός εκ των ειδικών παγκοσμίως σε θέματα νεοφυών επιχειρήσεων, «οι νεοφυείς επιχειρήσεις είναι οργανισμοί που δημιουργούνται για να αναζητήσουν ένα επαναλαμβανόμενο και εξελισσόμενο επιχειρηματικό μοντέλο, κάτι που σηματοδοτεί και τη διαφοροποίηση τους από τις ήδη υπάρχουσες και νεοσύστατες μικρές επιχειρήσεις οι οποίες εκτελούν το επιχειρηματικό τους μοντέλο»⁵.

Από την άλλη, ο Paul Graham⁶, ιδρυτής μίας εκ των κορυφαίων νεοφυών επιχειρήσεων του κόσμου και δημιουργός της πρώτης θερμοκοιτίδας νεοφυών επιχειρήσεων (startup incubator) στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, ορίζει ως νεοφυή επιχείρηση «την εταιρεία που έχει σχεδιαστεί ώστε να αναπτύσσεται ταχέως. Το να είναι νεοσύστατη μια επιχείρηση δεν σημαίνει ότι εντάσσεται στα πλαίσια της νεοφυούς, καθώς το μόνο που έχει σημασία σε μια νεοφυή επιχείρηση είναι ο ρυθμός ανάπτυξης. Πλήθος επιχειρήσεων ξεκινούν τη λειτουργία τους κάθε χρόνο, αλλά μόνο ένα μικρό μέρος αυτών μπορεί να χαρακτηριστεί ως startup».

Σύμφωνα με τον Dewey, οι νεοφυείς επιχειρήσεις προσφέρουν μια νέα μοναδική ιδέα, προωθώντας το προϊόν ή την υπηρεσία τους σε ένα φάσμα επενδυτών αναμένοντας ταχεία απόδοση της επένδυσης. Άρα, οι νεοφυείς επιχειρήσεις δύναται να προωθούν μια υπηρεσία, μια

³ Crain's New York Business, Big business outsources innovation to startups,

<http://www.craigslist.com/article/20130828/TECHNOLOGY/130829886/big-business-outsources-innovation-to-startups>

⁴ European Commission, The new SME definition,

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_en.pdf

⁵ <https://steveblank.com/>

⁶<http://www.paulgraham.com/bio.html>

ιδέα ή μια εφεύρεση επιδιώκοντας την ταχεία και ευρεία επίδραση της στην αγορά (Dewey, 2014).

Επομένως, γίνεται σαφές ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις επικεντρώνονται κυρίως στην καινοτομία και την τεχνολογία με απώτερο σκοπό τη δημιουργία νέας αγοράς ή/και τη δυναμική εξέλιξη μίας αντίστοιχης υπάρχουσας⁷.

Πράγματι, η νεοφυής επιχείρηση έχει ως κύριο χαρακτηριστικό τη δυνατότητα επίτευξης υψηλών ρυθμών ανάπτυξης και για αυτό, κατά κύριο λόγο, πρόκειται για τεχνολογικές εταιρίες υψηλής έντασης καινοτομίας. Αυτές οι καινοτόμες επιχειρήσεις έχουν χαμηλό έως και μηδενικό κόστος δημιουργίας με τη λήψη κατάλληλης χρηματοδότησης, ενώ ταυτόχρονα έχουν υψηλό ρίσκο ή και υψηλή απόδοση σε περίπτωση επιτυχίας των (Dewey, 2014).

Τέλος, διευκρινίζεται ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις δεν αποτελούν μικρότερες εκδόσεις των μεγαλύτερων εταιρειών. Αντιθέτως, μια νεοφυής επιχείρηση είναι ένας προσωρινός οργανισμός που ψάχνει ένα διαφορετικό επιχειρηματικό μοντέλο με στόχο τη γρήγορη ανάπτυξη, σε αντίθεση με τις υφιστάμενες και μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες είναι σχεδιασμένες έτσι ώστε, να εκτελούν ένα σαφώς καθορισμένο, πλήρες επικυρωμένο, επαληθευμένο, σταθερό, σαφές, επαναλαμβανόμενο και επεκτάσιμο επιχειρηματικό μοντέλο.

2.2.2 Χαρακτηριστικά των Νεοφυών Επιχειρήσεων

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, το στοιχείο που διαφοροποιεί τις νεοφυείς από τις τυπικές επιχειρήσεις είναι ότι οι πρώτες έχουν σχεδιασθεί για να αναπτυχθούν γρήγορα, με αποτέλεσμα να αποτελούν ένα ιδιόμορφο είδος επιχείρησης. Συγκεκριμένα, τα κύρια χαρακτηριστικά των νεοφυών επιχειρήσεων είναι τα εξής:

- **Καινοτομία:** Το είδος της καινοτομίας μπορεί να είναι καινοτομία προϊόντος, οργανωτική καινοτομία⁸, καινοτομία διαδικασίας ή και συνδυασμός αυτών. Στην ουσία, στόχος της νεοφυούς επιχείρησης είναι να δημιουργήσει μια νέα αγορά ή να μετασχηματίσει μια ήδη υπάρχουσα μέσω της καινοτομίας της με αποτέλεσμα να μην λειτουργεί όπως οι υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου.

⁷ <https://supportbusiness.gr/financial/companies-legalforms>

⁸ Η καινοτομία προϊόντος και η οργανωτική καινοτομία επιτυγχάνονται μέσω της αξιοποίησης νέων τεχνολογιών και ερευνητικών αποτελεσμάτων. Η οργανωτική καινοτομία οδηγεί σε ένα πρωτότυπο επιχειρηματικό μοντέλο.

- **Επαναλαμβανόμενο και κλιμακούμενο επιχειρηματικό πλάνο:** Η υπηρεσία / προϊόν χρησιμοποιείται από όλους τους πελάτες χωρίς μεταβολές, με αποτέλεσμα να επιτρέπεται η εξυπηρέτηση πολλαπλάσιου κοινού χωρίς τη δαπάνη αναλογικά πολλαπλάσιων πόρων και χρόνου ανάπτυξης.
- **Δυναμική ραγδαίας ανάπτυξης:** Χαρακτηριστικό των νεοφυών επιχειρήσεων είναι ότι απευθύνονται σε μεγάλο μέρος της δυνητικής αγοράς τους, ξεπερνώντας γεωγραφικούς περιορισμούς και την ανάγκη φυσικής παρουσίας για παροχή των υπηρεσιών τους.
- **Μορφή προσωρινού οργανισμού:** Οι νεοφυείς επιχειρήσεις είναι προσωρινοί οργανισμοί υπό διάφορα σχήματα που στόχο έχουν να αναπτύξουν ένα προϊόν / υπηρεσία και ένα επιχειρηματικό μοντέλο γύρω από αυτό. Η επιτυχία του εγχειρήματος αυτού καθορίζει την εξέλιξη τους (ανάπτυξη σε σταθερή επιχείρηση ή απορρόφηση τους από άλλη εταιρεία).
- **Ποικιλομορφία και συνοχή ομάδας:** Συνήθως οι νεοφυείς επιχειρήσεις, ιδιαίτερα κατά την ίδρυση τους, έχουν μικρό αριθμό εργαζομένων χωρίς να υπάρχει σαφής διαχωρισμός μεταξύ των τμημάτων της επιχείρησης, με το ίδιο άτομο να καλείται να διαδραματίσει πολλαπλούς ρόλους, με κύριο όμως χαρακτηριστικό την υψηλή συνοχή και τη στενή συνεργασία μεταξύ των μελών της ομάδας.

Ωστόσο, πολλές φορές υπάρχει σύγχυση σχετικά με το πότε μια επιχείρηση θεωρείται νεοφυής και πότε όχι. Στον παρακάτω πίνακα, καταγράφονται οι σημαντικότερες διαφορές μεταξύ των νεοφυών επιχειρήσεων και των νεοϊδρυθέντων και κατ' επέκταση μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

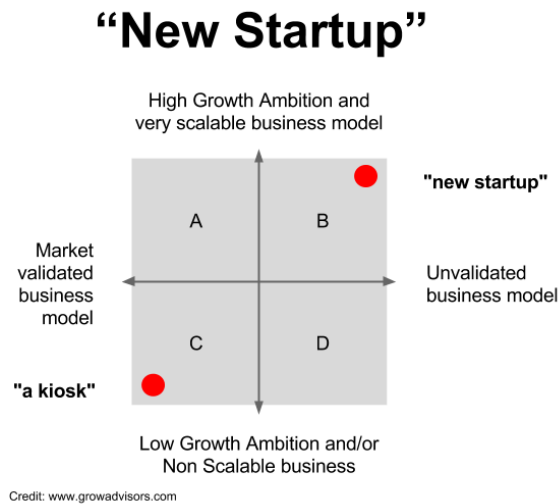
Διάγραμμα 2.1: Βασικές διαφορές μεταξύ των νεοφυών και νεοϊδρυθέντων επιχειρήσεων

	Νεοφυής επιχείρηση	Νεοϊδρυθείσα επιχείρηση
Μορφή	Προσωρινή μορφή	Μόνιμος χαρακτήρας
Δυνητικό κοινό	Μεγάλο μέρος της αγοράς χωρίς γεωγραφικούς ή άλλους περιορισμούς	Τοπική αγορά που εδρεύει
Προϊόν	Καινοτόμο προϊόν με νέο μη δοκιμασμένο επιχειρηματικό πλάνο	Επαναλαμβανόμενη από πολλούς επιχειρηματική δραστηριότητα με δοκιμασμένο επιχειρηματικό μοντέλο
Χρηματοδότηση	<ul style="list-style-type: none"> – Κατά την έναρξη/ ίδρυση: βασικός χρηματοδότης ο ιδιοκτήτης ή το στενό οικογενειακό περιβάλλον. – Κατά τη διάρκεια: αναζήτηση σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων (Venture Capitals, angel investors) και προγραμμάτων στήριξης επιχειρηματικότητας 	<ul style="list-style-type: none"> – Κατά την έναρξη/ ίδρυση: ιδιοκτήτης ή το στενό οικογενειακό περιβάλλον – Κατά τη διάρκεια: παραδοσιακές μεθόδους δανεισμού
Βιωσιμότητα και απόδοση	Καθορίζεται από τα κέρδη που αποκομίζουν από την δραστηριότητα τους	Εξαρτάται από την επιτυχία ή μη του επιχειρηματικού πλάνου (σε περίπτωση επιτυχίας παρουσιάζονται κλιμακούμενα και ταχέως αναπτυσσόμενα κέρδη ενώ σε περίπτωση αποτυχίας μηδενικά έσοδα με παύση της δραστηριότητας της)

Για την ευκολότερη αποσαφήνιση των δύο συγκεκριμένων εννοιών, στο παρακάτω σχεδιάγραμμα, απεικονίζεται μια μέθοδος διαχωρισμού μεταξύ νεοφυών και νεοϊδρυθέντων επιχειρήσεων. Στον οριζόντιο άξονα από αριστερά προς τα δεξιά, αποτυπώνεται ένα δοκιμασμένο επιχειρηματικό μοντέλο που έχει αξιολογηθεί και υλοποιηθεί στο παρελθόν (αριστερά) προς ένα πρωτότυπο επιχειρηματικό μοντέλο (δεξιά) ενώ στον κάθετο άξονα από ένα μη κλιμακούμενο με χαμηλές προοπτικές ανάπτυξης (κάτω) προς ένα ισχυρά κλιμακούμενο επιχειρηματικό μοντέλο με υψηλές προσδοκίες ανάπτυξης (επάνω). Συνεπώς, μια νεοφυής επιχείρηση ανήκει στο πεδίο Β που είναι ο συνδυασμός καινοτόμου επιχειρηματικού μοντέλου με την προσδοκία υψηλής και κλιμακούμενης ανάπτυξης. Αντίθετα, μια νεοϊδρυθείσα

επιχείρηση τοποθετείται στο πεδίο C (γνωστό, επαναλαμβανόμενο επιχειρηματικό μοντέλο με χαμηλή προσδοκία ανάπτυξης).

Διάγραμμα 2.2: Τα τεταρτημόρια των νεοφυών επιχειρήσεων (start-up)



Πηγή: GrowAdvisors⁹

Επιπλέον, καθώς δεν υπάρχει σαφής ορισμός της νεοφυούς επιχείρησης, είναι δύσκολο να υπάρχουν συγκεκριμένα κριτήρια προσδιορισμού της καθώς και συγκεκριμένη χρονική οριοθέτηση, δηλαδή μέχρι πότε μπορεί μια επιχείρηση να θεωρείται νεοφυής. Πιο συγκεκριμένα, οι ορισμοί που έχουν θέσει τόσο ο Graham όσο και ο Steve Blank, έχουν ως κοινό άξονα την προοπτική των νεοφυών επιχειρήσεων, περιγράφοντας τι μπορούν να κάνουν (ή επιδιώκουν) οι εν λόγω εταιρείες.

Εξαιτίας αυτού, ενώ ο διαχωρισμός των νεοφυών επιχειρήσεων από τις νεοιδρυθείσες γίνεται εφικτός, οι ορισμοί προσφέρουν λιγότερες συμβουλές σχετικά με το πότε μια επιχείρηση σταματά να είναι νεοφυής, δηλαδή πότε φτάνει στο μέγιστο των δυνατοτήτων της και τι συμβαίνει όταν δεν φτάνει σε αυτό το σημείο.

Πολλοί προσπάθησαν να θέσουν όρια σχετικά με το τι συνιστά μια επιχείρηση νεοφυή, χρησιμοποιώντας διάφορους δείκτες όπως ο αριθμός των εργαζομένων, ο αριθμός των γύρων χρηματοδότησης, τα έσοδα ή το κέρδος. Στα πλαίσια αυτής της προσπάθειας, έχει δημιουργηθεί

⁹ <http://www.growadvisors.com/blog/>

ο κανόνας 50-100-500 όπου σύμφωνα με τον Alex Wilhelm ¹⁰ εάν μια επιχείρηση πληροί ή υπερβαίνει οποιοδήποτε από τα ακόλουθα κριτήρια, δεν πρέπει να θεωρείται νεοφυής:

- Τρέχον ρυθμός εσόδων 50 εκατ. € (πρόβλεψη 12 μηνών)
- 100 ή περισσότεροι εργαζόμενοι
- Αξία μεγαλύτερη των 500 εκατ. €

Με το συγκεκριμένο κανόνα, δεν τίθεται συγκεκριμένο όριο, αναφορικά με την ηλικία των νεοφυών επιχειρήσεων (μέχρι πότε θεωρείται μια επιχείρηση νεοφυής). Το σημαντικότερο όμως πρόβλημα αυτού του κανόνα (και όλων των παρόμοιων με αυτόν κανόνων) είναι η αυθαιρεσία των επιλεγμένων ποσοτικών ορίων, καθώς δεν υπάρχει τρόπος επιβεβαίωσης τους. Άρα, είναι δύσκολο να δημιουργηθεί ένας απόλυτος κανόνας και αντί αυτού μπορούν να υπάρχουν μόνο συγκεκριμένες τάσεις που ορίζουν τις νεοφυείς επιχειρήσεις (π.χ. τάση γρήγορης ανάπτυξης)¹¹.

2.3. Εξέλιξη Νεοφυούς Επιχείρησης

Βασική διαφοροποίηση της νεοφυούς επιχείρησης από τις συνηθισμένες επιχειρηματικές προσπάθειες αποτελεί η τελική έκβαση του εγχειρήματος, καθώς υπάρχουν τρεις βασικές πιθανές εκδοχές: η *ανάπτυξη*, η *απορρόφηση* ή η *αποτυχία*¹².

Η *ανάπτυξη* της εταιρείας και η *απορρόφηση ή αποεπένδυση* αποτελούν τις δυο πιο αισιόδοξες εκδοχές. Ειδικότερα, όταν μια νεοφυής επιχείρηση σημειώνει μια επιτυχημένη πορεία τότε είτε μπορεί να συνεχίσει αυτόνομη μέσω περαιτέρω κύκλων χρηματοδότησης, είτε να πωληθεί (απορροφηθεί) σε κάποια μεγάλη επιχείρηση του κλάδου, αποδίδοντας σημαντικά έσοδα στους ιδρυτές και τους επενδυτές της. Πολλοί επαγγελματίες νεοφυών επιχειρήσεων ακολουθούν επανειλημμένως τη δεύτερη επιλογή, δηλαδή ιδρύουν επιτυχημένες νεοφυείς επιχειρήσεις και στη συνέχεια τις πωλούν σε μεγάλες εταιρίες του κλάδου ώστε να χρηματοδοτήσουν την επόμενη καινοτόμο επιχειρηματική τους ιδέα, ενώ ορισμένες φορές καταφέρνουν να εξασφαλίσουν και σημαντικά κέρδη.

¹⁰ Αρθρογράφος του TechCrunch και Διευθύνων Σύμβουλος της [Crunchbase](#)

¹¹ <https://www.business.com/articles/at-what-point-are-you-no-longer-a-startup/>

¹² Σημαντικός αριθμός επενδυτών νεοφυών επιχειρήσεων μάλιστα λειτουργεί ακολουθώντας τον εμπειρικό κανόνα 2-6-2 που σημαίνει ότι στο σύνολο των δέκα (10) επιχειρήσεων, μόλις οι δύο (2) θα τους επιφέρουν σημαντικά κέρδη, ενώ οι έξι (6) από ελάχιστα κέρδη έως οριακά την επιστροφή του αρχικού κεφαλαίου τους, και οι υπόλοιπες δύο (2) θα αποτύχουν με επιστροφή του ελάχιστου ή μηδενικού μέρους του αρχικού κεφαλαίου. Σύμφωνα με μελέτες, το 85% των θετικών οικονομικών αποτελεσμάτων προέρχεται μόλις από το 10% των επενδυτικών σχεδίων (Sahlman, 2010).

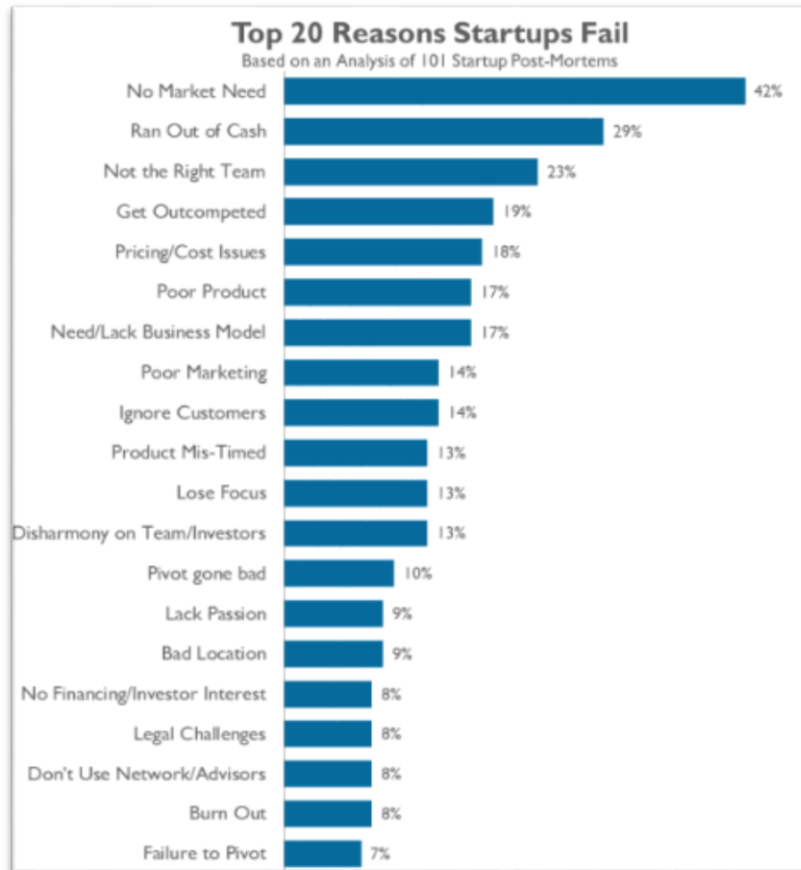
Ωστόσο, υπάρχει η τρίτη πιθανή και πιο απαισιόδοξη εκδοχή, αυτή της αποτυχημένης πορείας της επιχείρησης, αποτέλεσμα που είναι ταυτισμένο με την κουλτούρα και τον κόσμο των νεοφυών επιχειρήσεων, αφού η αποτυχία δεν θεωρείται καταδίκη για τον επιχειρηματία αλλά σε γενικές γραμμές, η αποτυχία εκλαμβάνεται ως προσπάθεια και αντιμετωπίζεται περισσότερο ως ένα δίδαγμα. Και σε αυτή την περίπτωση (της αποτυχίας), η οικονομία, η τεχνολογία και η κοινωνία επωφελείται καθώς στη προσπάθεια δημιουργίας πλεονάσματος και κέρδους, νέοι επιστήμονες απασχολούνται σε θέσεις εργασίας που ανταποκρίνονται στα προσόντα τους, δημιουργούνται ευρεσιτεχνίες και νέες τεχνολογίες, ενώ παράλληλα υποστηρίζεται το επιχειρείν.

Μάλιστα, η πιθανότητα αποτυχίας σημειώνει το μεγαλύτερο ποσοστό καθώς όπως σημειώνει έρευνα του Harvard Business School, το 75 % όλων των νεοφυών επιχειρήσεων αποτυγχάνει, με τα περισσότερα νέα προϊόντα να μην έχουν επιτυχία και με τις ίδιες να μην φτάνουν ποτέ στο μέγιστο των δυνατοτήτων τους. Σύμφωνα μάλιστα με έρευνα της CB Insights, που μελέτησε 191 αποτυχίες ιδρυτών νεοφυών επιχειρήσεων, στο 42% των κειμένων¹³ που εξετάστηκαν, η νούμερο ένα αιτία αποτυχίας είναι η έλλειψη της ανάγκης για το προϊόν από την αγορά. Η έρευνα κατέδειξε επιπλέον αιτίες αποτυχίας όπως είναι η έλλειψη κεφαλαίου (29%), η σύσταση λανθασμένης ομάδας για την υλοποίηση του συγκεκριμένου επιχειρηματικού σχεδίου (23%) και η ύπαρξη ισχυρού ανταγωνισμού (19%). Ακολουθούν τα ζητήματα κόστους και τιμών με 18%, ενώ η ποιότητα του προϊόντος και η έλλειψη ενός επιχειρηματικού μοντέλου λαμβάνουν ποσοστό 17%¹⁴.

¹³ Όταν ο ιδρυτής μιας νεοφυούς επιχείρησης αποφασίζει να την κλείσει, συνηθίζεται να γράφει ένα κείμενο που αναφέρει στην υπόλοιπη κοινότητα τι πήγε στραβά. Συνήθως, τέτοιου είδους κείμενα δημοσιεύονται στο Medium, μια πλατφόρμα δημοσίευσης που συνιδρύθηκε από τον Έβαν Γουίλιαμς, συνιδρυτή και της Twitter.

¹⁴ <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>

Διάγραμμα 2.3: Είκοσι λόγοι που αποτυγχάνουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις



Πηγή: CB Insights, 2014

2.4. Η Νεοφυής Επιχειρηματικότητα Διεθνώς

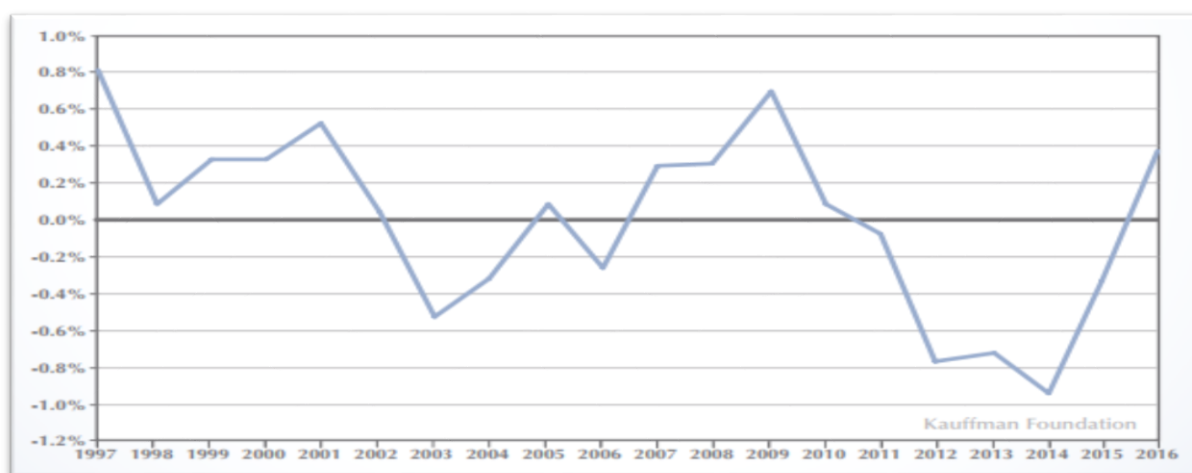
Σε παγκόσμια κλίμακα, οι λόγοι άνησης των νεοφυών επιχειρήσεων είναι κυρίως κοινωνικοί, τεχνολογικοί και οικονομικοί. Συγκεκριμένα, σε πολλές ανεπτυγμένες χώρες η οικονομική κρίση σίγουρα αποτέλεσε σημαντικό παράγοντα δημιουργίας νεοφυών επιχειρήσεων καθώς οι πολιτικές λιτότητας περιόρισαν σημαντικά τις δαπάνες των καταναλωτών. Ως συνέπεια, πολλοί ήταν εκείνοι που προσπάθησαν να αξιοποιήσουν τα διαθέσιμα περιουσιακά τους στοιχεία που σε συνδυασμό τόσο με την εύκολη πρόσβαση στην πληροφορία και την επικοινωνία μέσω του διαδικτύου όσο και το παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον οδήγησε στην ισχυρή ανάπτυξη πολλών νέων καινοτόμων επιχειρήσεων.

Παράλληλα, οι σημαντικές δομικές αλλαγές σε πολλές χώρες, διευκόλυναν την ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων με τον αριθμό των θερμοκοιτίδων (incubators), των επιταχυντών

(accelerators) και των διαθέσιμων επενδυτικών κεφαλαίων (μεταξύ αυτών και τα ευρωπαϊκά προγράμματα στήριξης) να αυξάνονται.

Αναλυτικότερα, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, τα τελευταία χρόνια, σημειώνεται ταχεία ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων παγκοσμίως. Ωστόσο, παρά τη γενική αντίληψη ότι ο αριθμός των νεοφυών επιχειρήσεων αυξάνεται εκθετικά χρόνο με το χρόνο, η έκθεση του Ιδρύματος Kauffman “Kauffman Index Startup Activity-National Trends” φανερώνει ότι ο δείκτης δραστηριότητας νεοφυών επιχειρήσεων (Startup Activity Index)¹⁵ στις ΗΠΑ -χώρα που πρωταγωνιστεί στην νεοφυή επιχειρηματικότητα- είχε σημειώσει πτωτική πορεία από το 2009, φτάνοντας το 2014 στο χαμηλότερο σημείο της τελευταίας εικοσαετίας, εικόνα που ωστόσο αντιστράφηκε από το 2015 και έπειτα φτάνοντας στο +0,38% το 2016 (Kauffman Foundation, 2016).

Διάγραμμα 2.4: Δείκτης δραστηριότητας νεοφυών επιχειρήσεων (1997–2016)



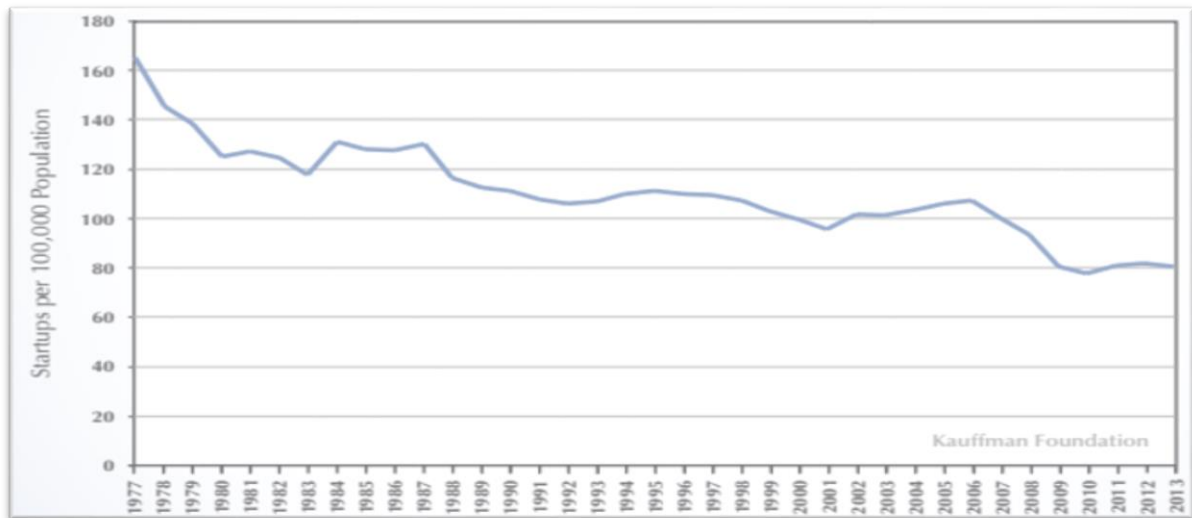
Πηγή: Kauffman Foundation, 2016

Μάλιστα, το 2016, σύμφωνα με τον δείκτη πυκνότητας των νεοφυών επιχειρήσεων (Startup Density)¹⁶ που αποτελεί ένα μέτρο του ποσοστού δημιουργίας των νεοφυών επιχειρήσεων, οι νέες επιχειρήσεις στις ΗΠΑ μειώθηκαν από 81,9 σε 80,4 ανά 1.000 επιχειρήσεις με συνεχιζόμενη μειωτική τάση (Kauffman Index Startup Activity, 2016).

¹⁵ Ο Δείκτης Δραστηριότητας εκκίνησης ενσωματώνει πολλές πηγές υψηλής ποιότητας έγκαιρης πληροφόρησης για την επιχειρηματικότητα σε έναν σύνθετο δείκτη, βασισμένο σε τρία στοιχεία για τη μέτρηση της δραστηριότητας εκκίνησης: (α) Ποσοστό νέων επιχειρηματιών, (β) Μερίδιο ευκαιριών των νέων επιχειρηματιών (γ) Πυκνότητα εκκίνησης.

¹⁶ Δείκτης Πυκνότητας (Startup Density): Αριθμός νεοφυών επιχειρήσεων στο σύνολο των επιχειρήσεων. Οι νεοφυείς επιχειρήσεις ορίζονται ως οι επιχειρήσεις που λειτουργούν λιγότερο από ένα έτος και απασχολούν τουλάχιστον ένα άτομο εκτός από τον ιδιοκτήτη. Όλες οι βιομηχανίες περιλαμβάνονται σε αυτό τον δείκτη.

Διάγραμμα 2.5: Δείκτης Πυκνότητας των νεοφυών επιχειρήσεων (1977–2013)



Πηγή: Kauffman Foundation, 2016

Σημειώνεται ότι, παρότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν ένα μικρό μέρος του συνόλου των επιχειρήσεων, συντελούν σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη, καθώς μεταξύ άλλων, δημιουργούν πλούτο, ενθαρρύνουν σημαντικά τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, συμβάλλουν στην καινοτομία και τη μεταφορά τεχνολογίας, προσφέρουν υπηρεσίες σε τρίτους, συνεισφέρουν μέσω της καταβολής των φόρων, αυξάνουν τις άμεσες ξένες επενδύσεις και τέλος βοηθούν στην απόκτηση και ανάδειξη του ταλέντου (Telefonica, 2013).

Διάγραμμα 2.6: Συμβολή των νεοφυών επιχειρήσεων στην οικονομία



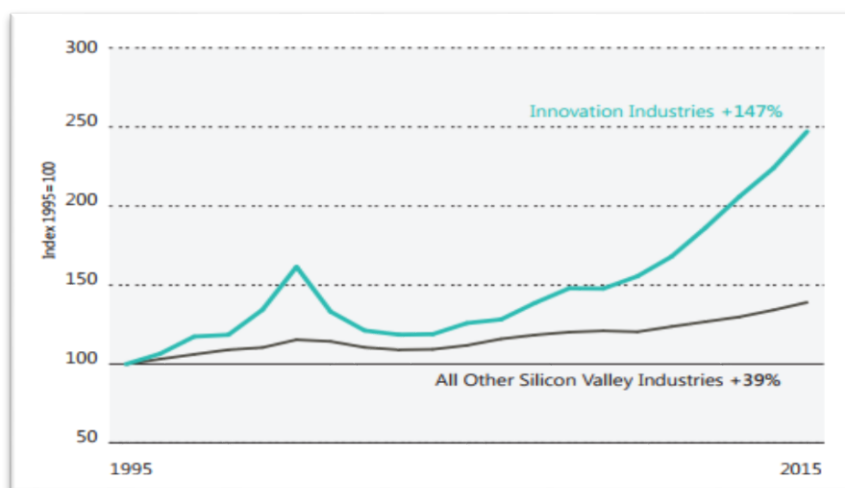
Πηγή: Telefonica, 2013

Αναλυτικότερα, αντιπροσωπευτική είναι η έκθεση “Silicon Valley Competitiveness and Innovation Project - 2017 Report”, που αναλύοντας την περιοχή της Silicon Valley (το μεγαλύτερο οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων παγκοσμίως) το διάστημα 1995-2015, παρουσιάζει τη διαφορά στην απόδοση των καινοτόμων επιχειρήσεων (στις οποίες εντάσσονται οι νεοφυείς επιχειρήσεις) έναντι των υπολοίπων επιχειρήσεων.

Όπως φανερώνει το σχήμα, οι καινοτόμες επιχειρήσεις συνεχίζουν να συμβάλλουν θετικά στην ανάπτυξη της Silicon Valley. Από το 1995 έως το 2015, η απόδοση των καινοτόμων επιχειρήσεων αυξήθηκε κατά σχεδόν 150%, ενώ η απόδοση των υπολοίπων επιχειρήσεων της Silicon Valley αυξήθηκε λιγότερο από 40%.

Αναφορικά μάλιστα με την παραγωγή/απόδοση, μια δεκαετία πριν, αυξανόταν και για τα δύο σύνολα επιχειρήσεων με συγκρίσιμο ρυθμό. Ωστόσο, από το 2010 και έπειτα η απόδοση της Καινοτομικής Βιομηχανίας (Innovation Industry) επιταχύνθηκε σημαντικά.

Διάγραμμα 2.7: Αύξηση της παραγωγής/απόδοσης στη Silicon Valley, καινοτόμες και υπόλοιπες επιχειρήσεις της Silicon Valley, 1995=100

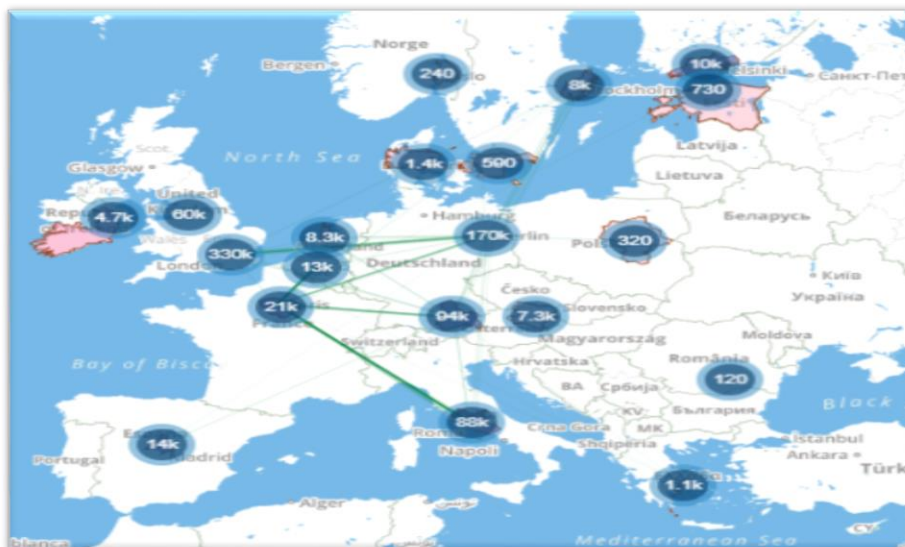


Πηγή: Silicon Valley Leadership Group, Silicon Valley Community Foundation, 2017

Στην Ευρώπη, η εικόνα είναι παρόμοια καθώς τα τελευταία χρόνια ο αριθμός των νεοφυών επιχειρήσεων αυξάνεται. Σύμφωνα με το Startup hubs Europe¹⁷, οι νεοφυείς επιχειρήσεις αριθμούν σε 828.982 επιχειρήσεις με το συνολικό απασχολούμενο προσωπικό να αριθμεί σε 4,52 εκατομμύρια εργαζομένους, τα συνολικά έσοδα σε 426 δις € και τα συνολικά επενδεδυμένα κεφάλαια σε 36 δις €. Στην παρακάτω απεικόνιση εμφανίζεται ο ευρωπαϊκός χάρτης με τον αριθμό των νεοφυών επιχειρήσεων στις μεγαλύτερες ευρωπαϊκές πόλεις.

¹⁷ <http://www.startuphubs.eu/>

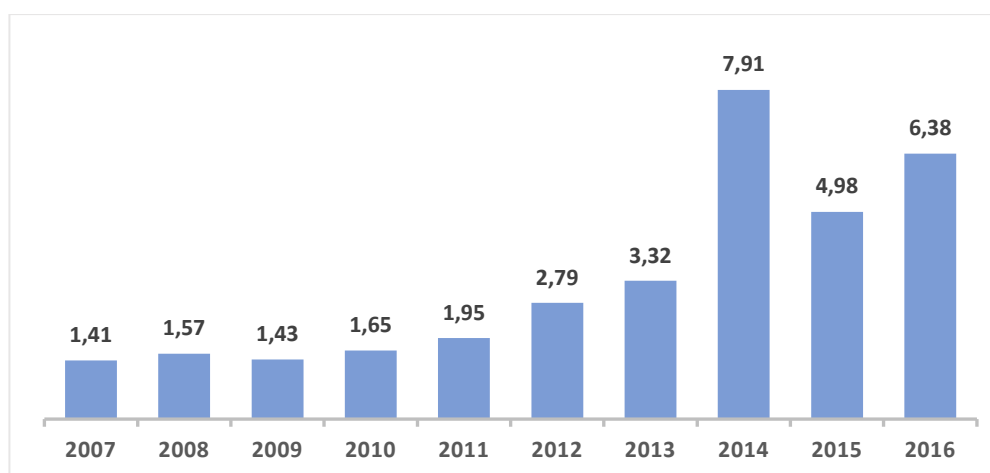
Διάγραμμα 2.8 Ευρωπαϊκός χάρτης με τον αριθμό των νεοφυών επιχειρήσεων



Πηγή: <http://www.startuphubs.eu/>

Κατά συνέπεια, η συμβολή της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην οικονομία και την κοινωνία είναι αδιαμφισβήτητη, με αποτέλεσμα τη στήριξη της από τα κράτη μέσω κοινοτικών προγραμμάτων και δημόσιων οργανισμών, αφού η επιτυχής εξέλιξη των νεοφυών επιχειρήσεων φέρει σημαντικά κέρδη στους μετόχους και φορολογικά έσοδα στα κράτη που εδρεύουν. Σύμφωνα, μάλιστα, με πρόσφατα στοιχεία, το 2016 τα συνολικά επενδεδυμένα κεφάλαια σε ευρωπαϊκό επίπεδο, έχουν αυξηθεί, έχοντας παρουσιάσει ωστόσο μια σημαντική πτώση το 2015¹⁸.

Διάγραμμα 2.9: Συνολικά επενδεδυμένα κεφάλαια (σε δις €)

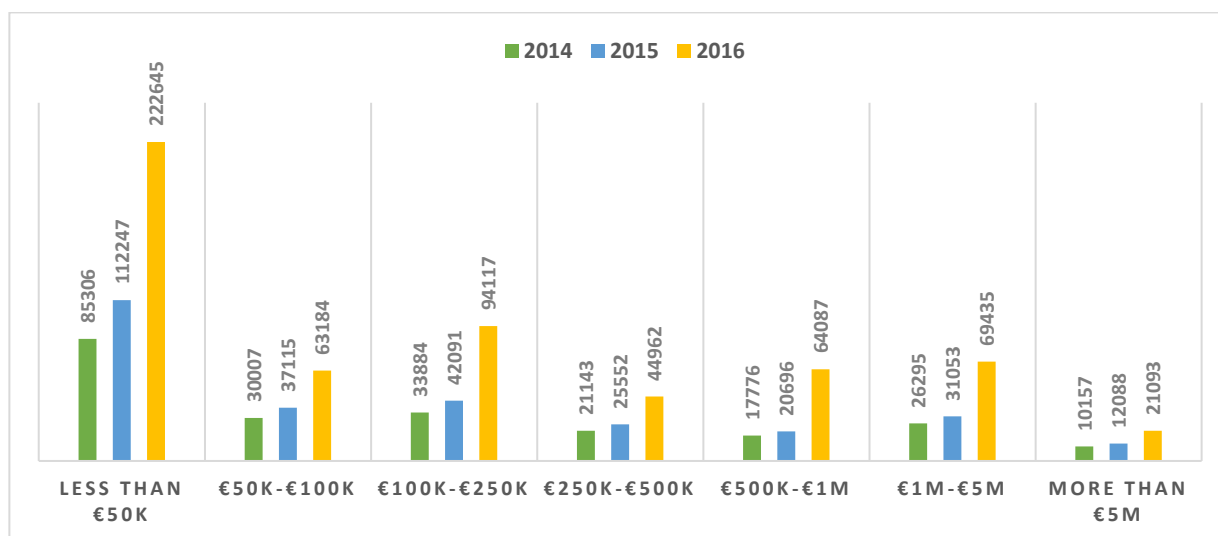


Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από <http://www.startuphubs.eu/>

¹⁸ <http://www.startuphubs.eu/>

Μάλιστα, το 2016, ο αριθμός των νεοφυών επιχειρήσεων που εμφάνιζαν μικρό κύκλο εργασιών (μικρότερο των 50.000 €) ανήλθε στις 222.645. Ωστόσο, θετικό στοιχείο αποτελεί το γεγονός ότι υπάρχει σημαντική αύξηση των επιχειρήσεων που έχουν τζίρο 1.000.000 €-5.000.000 € (69.435 επιχειρήσεις) και μεγαλύτερο από 5.000.000 € (21.093 επιχειρήσεις).

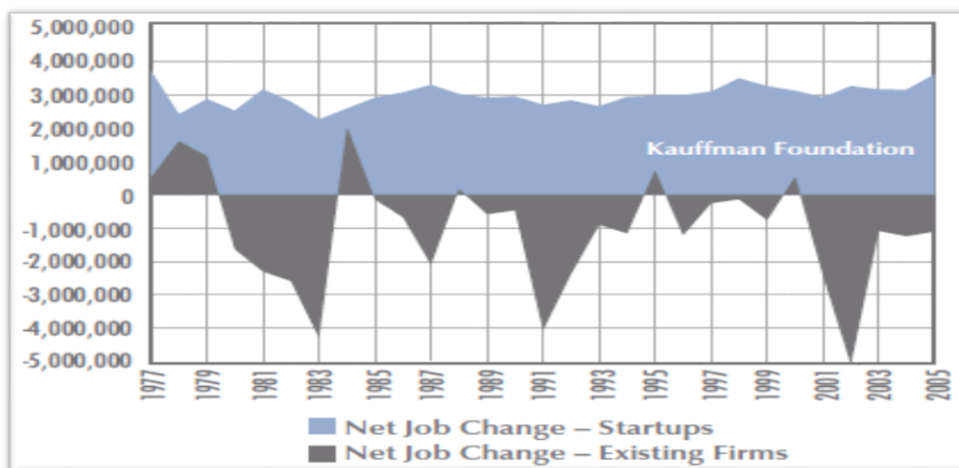
Διάγραμμα 2.10: Αριθμός ευρωπαϊκών νεοφυών επιχειρήσεων ανά εύρος κύκλου εργασιών (2014-2016)



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από <http://www.startuphubs.eu/>

Επιπλέον, σημαντική είναι η συμβολή των νεοφυών επιχειρήσεων στην αύξηση της απασχολησιμότητας, καθώς δημιουργούν θέσεις εργασίας σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό από ότι οι εδραιωμένες επιχειρήσεις. Σύμφωνα με την μελέτη του Ινστιτούτου Kauffman, τα τελευταία 28 χρόνια, οι νεοφυείς επιχειρήσεις ήταν υπεύθυνες για όλες τις καθαρές νέες θέσεις εργασίας στις ΗΠΑ λόγω του καινοτόμου χαρακτήρα τους. Κατά μέσο όρο, σε αυτό το χρονικό διάστημα, οι εγκατεστημένες επιχειρήσεις (ηλικίας μεγαλύτερης του ενός έτους) «κατέστρεψαν» περισσότερες θέσεις εργασίας από αυτές που δημιούργησαν, ενώ οι νεοφυείς επιχειρήσεις πρόσθεταν στον αριθμό των απασχολούμενων. Μάλιστα, στα 21 από τα 28 χρόνια (75%), οι νεοφυείς επιχειρήσεις ήταν οι μοναδικοί δημιουργοί καθαρών θέσεων εργασίας (Kauffman Foundation, 2010).

Διάγραμμα 2.11: Δημιουργία θέσεων εργασίας στις ΗΠΑ (1977-2005)



Πηγή: Kauffman Foundation, 2010

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, σύμφωνα με το Πανευρωπαϊκό Παρατηρητήριο Νεοφυών επιχειρήσεων, παρόλο που κατά μέσο όρο οι ευρωπαϊκές νεοφυείς επιχειρήσεις λειτουργούν μόλις 2,4 έτη, απασχολούν κατά μέσο όρο 12 άτομα (9,5 εργαζομένους και 2,5 ιδρυτές) (European Startup Monitor, 2016).

Αναφορικά με τον τομέα δραστηριοποίησης των νεοφυών επιχειρήσεων, καθώς στα αρχικά στάδια, η ανάπτυξη εταιριών λογισμικού είναι ευκολότερη, παρατηρείται να επενδύονται περισσότερα επενδυτικά κεφάλαια σε σχέση με την ανάπτυξη αντίστοιχων εταιριών στην βιομηχανία και το υλικό (hardware) καθώς για αυτές χρειάζονται από την πρώτη στιγμή πολλαπλάσια κεφάλαια για υλικούς και ανθρώπινους πόρους. Ακόμα, η τεχνολογία του cloud-computing¹⁹ παρέχει πολλές δυνατότητες αφού πολλά προϊόντα και υπηρεσίες που παλαιότερα απαιτούσαν τη χρήση εγκατεστημένου λογισμικού ή την ανάγκη για απόκτηση τους σε φυσική μορφή είναι πλέον διαθέσιμα σαν υπηρεσίες (Software as a service)²⁰.

Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι καθώς οι εξαγορές νεοφυών επιχειρήσεων από μεγαλύτερους ή ανταγωνιστικούς ομίλους στο διεθνή χώρο, είναι συνηθισμένο φαινόμενο, δημιουργούνται σημαντικές εισροές κεφαλαίων²¹. Περαιτέρω, ανάπτυξη γνωρίζουν και οι περιοχές συγκέντρωσης νεοφυών επιχειρήσεων αφού η παρουσία ισχυρού οικοσυστήματος τις αναβαθμίζει και δημιουργεί πρόσθετη αξία για τους κατοίκους. Ακόμα, οι ανεπτυγμένες νεοφυείς εταιρίες τείνουν να παρουσιάζουν αυξημένη εταιρική κοινωνική ευθύνη και προσφορά,

¹⁹ http://www.webopedia.com/TERM/C/cloud_computing.html

²⁰ Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η συνδρομητική υπηρεσία παροχής μουσικής Spotify, που αντικατέστησε την παραδοσιακή αγορά δίσκων και τραγουδιών σε υλική ή άυλη μορφή.

²¹ www.fortunegreece.com

γεγονός που μπορεί να οφείλεται στην ανάγκη για αυξημένη προβολή και στο αίσθημα ανταπόδοσης αφού και η δική τους ανάπτυξη είναι αποτέλεσμα της στήριξης που δέχθηκαν από διάφορους φορείς και δράσεις.

Εν κατακλείδι, καμία χώρα δεν δύναται να επιτύχει σημαντικούς αναπτυξιακούς ρυθμούς χωρίς την ενίσχυση των καινοτόμων νεοφυών επιχειρήσεων καθώς η δημιουργία ισχυρών εταιριών (scale-up) συμβάλλει στην τόνωση της απασχόλησης και της εγχώριας οικονομικής ανάπτυξης.

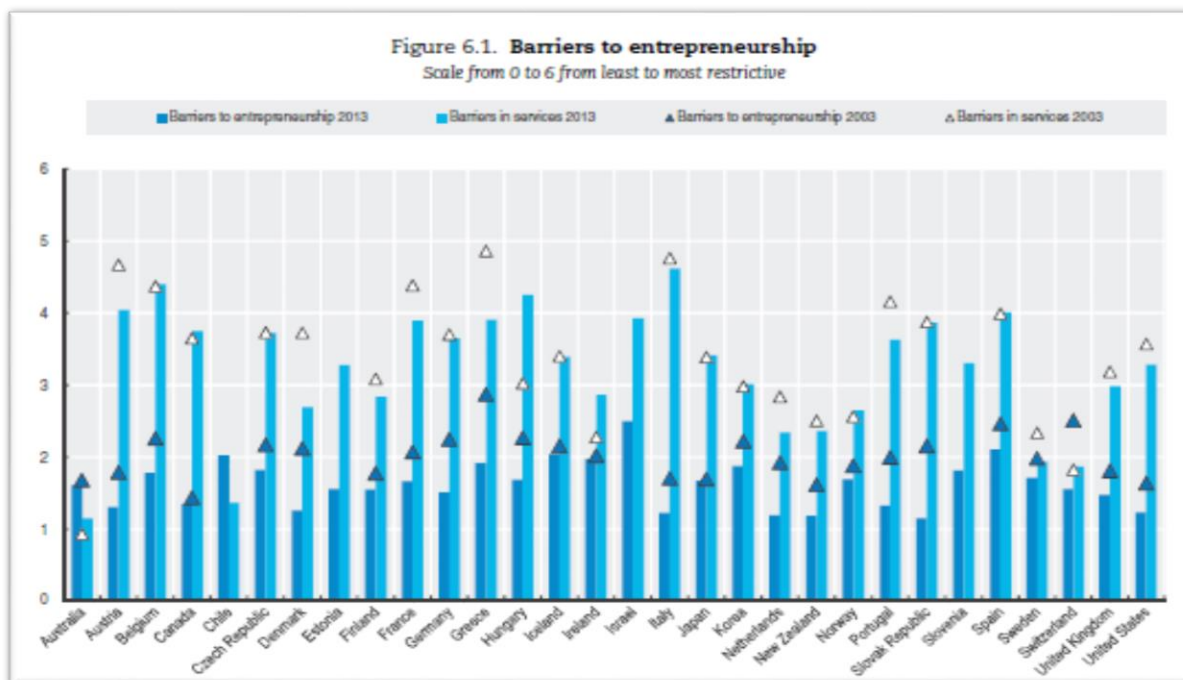
2.5. Η Νεοφυής Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Η Ελλάδα έστω και καθυστερημένα, δείχνει να στρέφεται προς την νεοφυή επιχειρηματικότητα. Εν τούτοις, η υπάρχουσα οικονομική κατάσταση σίγουρα επηρεάζει την εξάπλωση της ποικιλοτρόπως.

Αρχικά, η ελληνική κοινωνία και οικονομία μετά από οκτώ χρόνια ύφεσης, δεν έχει ακόμη καταφέρει να επιτύχει τον απαραίτητο μετασχηματισμό που θα επιτρέψει την επιστροφή της σε ισχυρούς ρυθμούς οικονομικής ανάπτυξης και την ταχεία δημιουργία θέσεων εργασίας. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας, οι τομείς δραστηριοποίησης των ελληνικών επιχειρήσεων και ο προσανατολισμός του εκπαιδευτικού συστήματος της χώρας, εξακολουθούν να αποτελούν τρεις διαφορετικούς και ασύνδετους κόσμους (ΕΥ, ΟΠΑ, Endeavor Greece, 2017).

Την ίδια στιγμή, ο σχηματισμός της επιχείρησης παραμένει μια σχετικά δυσκίνητη διαδικασία με την βαριά φορολογία των επιχειρήσεων και την γραφειοκρατία να μην υποστηρίζουν τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Ωστόσο, σύμφωνα με στοιχεία του OECD (2014), τα εμπόδια στην επιχειρηματικότητα έχουν σταδιακά μειωθεί κατά τα τελευταία δέκα χρόνια στις χώρες του OECD, μεταξύ αυτών και στην Ελλάδα. Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, η βασική κινητήρια δύναμη δημιουργίας νέας επιχείρησης είναι η ανάγκη.

Διάγραμμα 2.12: Εμπόδια στην επιχειρηματικότητα (εύρος από 0 έως 6 ως προς το βαθμό περιορισμού)



Πηγή: OECD, 2014

Ωστόσο, όπως είχε προκύψει από την νέα παγκόσμια έρευνα επιχειρηματικότητας της Amway²² οι Έλληνες δείχνουν απροθυμία ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας λόγω του δύσκολου επιχειρηματικού περιβάλλοντος και παρά τα υψηλά ποσοστά ανεργίας. Επίσης, το 2015, οι Έλληνες θεωρούν τροχοπέδη για την έναρξη επιχείρησης, τον φόβο της αποτυχίας που προέρχεται τόσο από πάγια προβλήματα της εγχώριας οικονομίας (σε ποσοστό 85%), όσο και από τα νέα δεδομένα που επέφερε η οικονομική κρίση (κατά 54%)²³.

Ενδιαφέρον αποτελεί το γεγονός ότι οι ερωτηθέντες, απαντώντας στο τι θα ενθάρρυνε την επιχειρηματικότητα, υπέδειξαν τα σημαντικότερα κίνητρα. Συγκεκριμένα, το 50% κρίνει σημαντική την πρόσβαση σε δημόσια επιδότηση και δάνεια εκκίνησης, το 45% θεωρεί σημαντική την εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα, το 41% τη μείωση της γραφειοκρατίας και το 32% την καθοδήγηση και υποστήριξη μέσω επιχειρηματικών δικτύων. Τέλος, το 25% αναφέρει ότι αναζητά επιχειρηματικά μοντέλα χαμηλού ρίσκου.

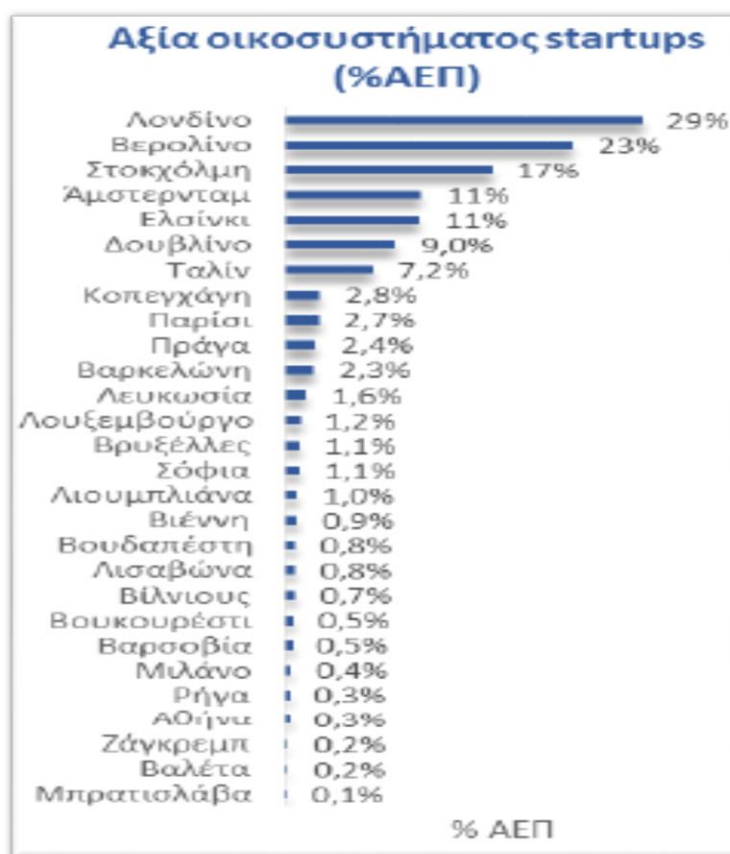
²² Παγκόσμια έρευνα επιχειρηματικότητας της Amway από την Gesellschaft fuer Konsumforschung (GfK) στο διάστημα Απρίλιος – Ιούνιος 2016 σε δείγμα 45 χωρών.

²³ <http://www.kemel.gr/articles/85-ton-ellinon-fovatai-to-epiheirein>

Επομένως, υπό αυτές τις δύσκολες συνθήκες, η ανάπτυξη της υγιούς επιχειρηματικότητας, επηρεάζεται αρνητικά με αποτέλεσμα η ελληνική νεοφυής σκηνή, να αντιμετωπίζει ιδιαίτερες δυσκολίες ανάπτυξης.

Συγκριτικά μάλιστα με την αξία των νεοφυών οικοσυστημάτων στην ΕΕ, το οικοσύστημα της Ελλάδας εμφανίζεται ως ένα από τα λιγότερο ανεπτυγμένα-καλύπτοντας το 0,3% του ΑΕΠ της Αθήνας, έναντι περίπου 3-4% του ΑΕΠ που εμφανίζουν κατά μέσο όρο τα μεσαίου μεγέθους οικοσυστήματα και άνω του 20% για τα μεγάλου μεγέθους (Λονδίνο και Βερολίνο) (Εθνική Τράπεζα, 2016).

Διάγραμμα 2.13: Αξία οικοσυστήματος νεοφυών επιχειρήσεων (σε %)



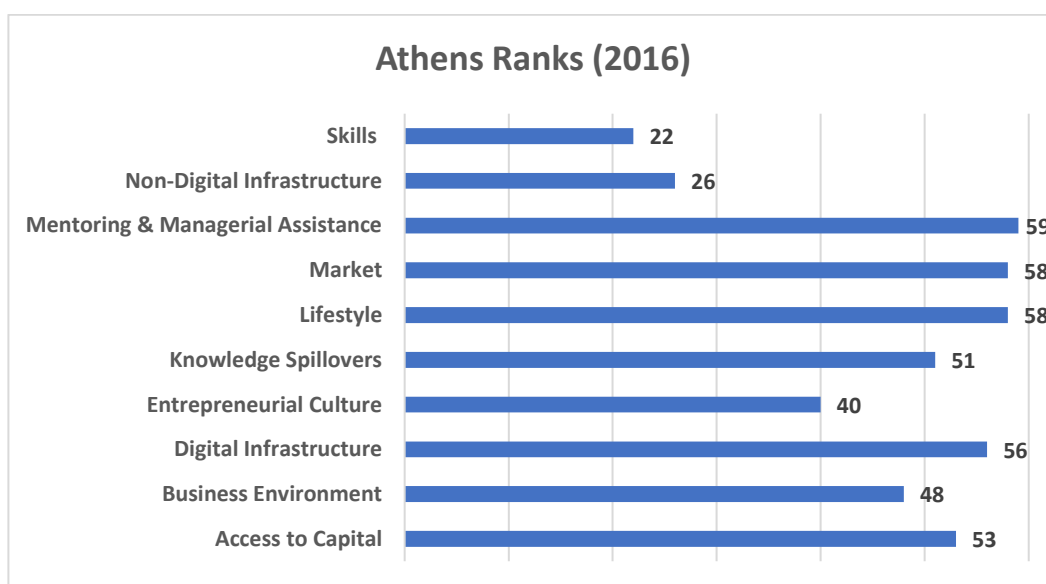
Πηγή: Εθνική Τράπεζα, 2016

Μάλιστα, σύμφωνα με τον δείκτη European Digital City Index ²⁴, το 2016, η Αθήνα βρίσκεται κοντά στον πυθμένα του δείκτη (56^η από τις 60 πόλεις), με ιδιαίτερα χαμηλές βαθμολογίες στην

²⁴ Ο Ευρωπαϊκός Δείκτης Ψηφιακών Πόλεων (European Digital City Index) περιγράφει πόσο καλά οι διάφορες πόλεις σε ολόκληρη την Ευρώπη υποστηρίζουν τους “ψηφιακούς” επιχειρηματίες. Αποτελεί μέρος του Ευρωπαϊκού Ψηφιακού Φόρουμ (European Digital Forum), ο απώτερος στόχος του οποίου είναι η υποστήριξη της ψηφιακής επιχειρηματικότητας σε ολόκληρη την Ευρώπη. Για τις νεοφυείς και νεοσύστατες

ψηφιακή υποδομή, την επιχειρηματική κουλτούρα και τις συνθήκες της αγοράς. Παρά το γεγονός ότι η Αθήνα είναι γνωστή ως ο κόμβος νεοφυών επιχειρήσεων της Ελλάδας, η πρόσβαση σε κεφάλαια είναι σήμερα εξαιρετικά προβληματική καθώς η χρηματοδότηση από επιχειρηματικά κεφάλαια VC σε ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις έχει μειωθεί σε μεγάλο βαθμό εξαιτίας της κρίσης του ελληνικού χρέους.

Διάγραμμα 2.14: Δείκτες του οικοσυστήματος της Αθήνας σύμφωνα με τον δείκτη European Digital City Index



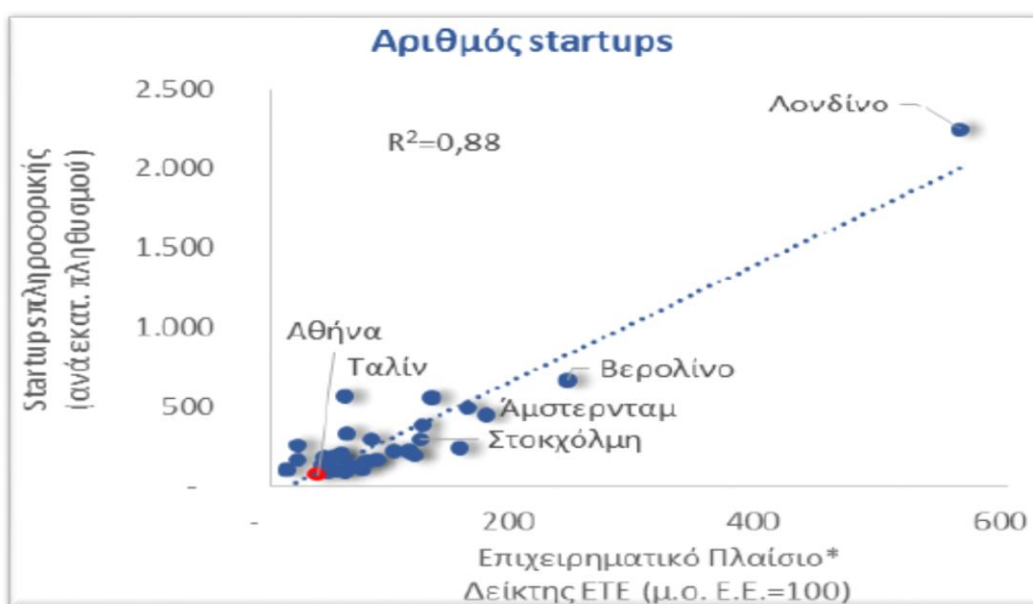
Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από <https://digitalcityindex.eu/city/2>

Σημαντική συνιστώσα που οδηγεί σε χαμηλή αξία του συνολικού οικοσυστήματος τεχνολογικών νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι ο χαμηλός αριθμός των νεοφυών επιχειρήσεων ανά κάτοικο, που ενσωματώνει χαμηλή διείσδυση επιχειρήσεων τεχνολογίας στον εταιρικό τομέα, αλλά και χαμηλή ανάπτυξη νεοφυών επιχειρήσεων ως ποσοστό του κλάδου τεχνολογίας. Ειδικότερα, οι νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα εκτιμώνται κοντά στις 500 επιχειρήσεις, με περίπου τα 2/3 αυτών στην Αθήνα—κάτι που αντιστοιχεί σε λιγότερες από 100 νεοφυείς επιχειρήσεις ανά εκατ. πληθυσμού, έναντι 250 κατά μέσο όρο στην Ευρώπη (με το Λονδίνο να ξεχωρίζει σημαντικά με 7.400 νεοφυείς επιχειρήσεις ή 2.200 ανά εκατ. πληθυσμού). Επομένως, ο συνολικός αριθμός νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι πολύ χαμηλός σε σχέση με τον

επιχειρήσεις, ο δείκτης δίνει πληροφορίες σχετικά με τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες των τοπικών οικοσυστημάτων, επιτρέποντάς τους να σχεδιάσουν ανάλογα. Για τους φορείς χάραξης πολιτικής, ο δείκτης παρέχει ένα εργαλείο για τη συγκριτική αξιολόγηση των πόλεων για να αποφασίσουν πού θα χρειαστεί να αφιερώσουν περισσότερους πόρους (<https://digitalcityindex.eu/>)

εντυπωσιακό αριθμό των 10.000 επιχειρήσεων υψηλής ανάπτυξης και το 1 εκ. θέσεων εργασίας που απαιτούνται για την ανάκαμψη της οικονομίας. Η απόσταση είναι ακόμα μεγαλύτερη, δεδομένου ότι μόνο ένα μέρος των νεοφυών επιχειρήσεων είναι δυναμικής ανάπτυξης, και επιπλέον είναι κυρίως προσανατολισμένες σε συγκεκριμένους κλάδους (π.χ. τεχνολογία) (Endeavor Greece, 2015).

Διάγραμμα 2.15: Αριθμός νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα



Πηγή: Εθνική Τράπεζα, 2016

Εν τούτοις, παρά τις χαμηλές επιδόσεις που έχει το οικοσύστημα των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων, δεν μπορεί κανείς να αρνηθεί ότι η κοινότητα των νεοφυών επιχειρήσεων φαίνεται να αναπτύσσεται ταχύτατα. Ο αριθμός των νέων νεοφυών επιχειρήσεων το 2013 ήταν 9 φορές μεγαλύτερος από το 2010 και σχεδόν διπλασιάζεται κάθε χρόνο. Η αύξηση του αριθμού των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων συνδέεται άμεσα και με την αύξηση των οργανισμών στήριξης των νέων επιχειρηματιών, όπως συνεργατικοί χώροι και incubators καθώς και των διαγωνισμών, εκδηλώσεων και άλλων πρωτοβουλιών με στόχο τη στροφή προς την επιχειρηματικότητα και τη χρηματοδότηση νέων εγχειρημάτων²⁵. Υπολογίζεται ότι η αναλογία οργανισμών και επιχειρήσεων σήμερα είναι 1 προς 5. Σύμφωνα με την Endeavor Greece, η πρόοδος που έχει συντελεστεί είναι πολύ σημαντική με αυξημένο αριθμό επιχειρηματικών

²⁵ <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=578841>

προσπαθειών και ένα περιβάλλον να διαμορφώνεται σταδιακά για να τις βοηθήσει να αναπτυχθούν (Endeavor Greece, 2015).

Διεξοδικότερα, η έρευνα του 2016 από το Πανευρωπαϊκό Παρατηρητήριο για τις νεοφυείς επιχειρήσεις αναφέρει ότι οι περισσότερες ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεων (57%) είναι ηλικίας μικρότερης του 1 έτους. Ο μέσος όρος ηλικίας των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων ανέρχεται μάλιστα σε 1,3 έτη και είναι ο χαμηλότερος στην Ευρώπη (ο μέσος όρος ΕΕ ανέρχεται σε 2,4 έτη), στοιχεία που δείχνουν ότι το ελληνικό οικοσύστημα είναι «νεαρό» με δυνατότητες ωρίμανσης και εξέλιξης σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη (European Startup Monitor, 2016).

Διάγραμμα 2.16: Μέση ηλικία των νεοφυών επιχειρήσεων



Πηγή: *European Startup Monitor, 2016*

Σχεδόν οι μισές (48,6%) βρίσκονται στο στάδιο της σποράς (seed stage). Πρόκειται για το μεγαλύτερο ποσοστό στην Ευρώπη (μέσος όρος 22,1%), ενώ μόνο ένα 8,6% βρίσκεται σε στάδια ανάπτυξης (ευρωπαϊκός μέσος όρος 23,7%).

Οι ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις απασχολούν κατά μέσο όρο 5,5 άτομα (2,9 ιδρυτές και 2,6 υπάλληλοι), ωστόσο η επίδοση αυτή είναι η χαμηλότερη στην Ευρώπη (ο ευρωπαϊκός μέσος όρος ανέρχεται σε 13 εργαζομένους – 2,5 ιδρυτές και 9,5 υπάλληλοι). Από την άλλη αναμένουν

να προσλάβουν άλλους 2,6 επιπλέον υπαλλήλους σε διάστημα 12 μηνών (για την Ευρώπη ο μέσος όρος είναι 5,8 άτομα) (European Startup Monitor, 2016).

Παράλληλα, οι ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις δηλώνουν αρκετά διεθνοποιημένες, καθώς το 32,1% δηλώνει ότι δημιουργεί έσοδα στην υπόλοιπη Ευρώπη (ευρωπαϊκός μέσος όρος 30,9%) και το 15,1% στην παγκόσμια αγορά (μέσος όρος 24,3%) ενώ, αναφορικά με το εύρος των ατόμων που συμμετέχουν στη δημιουργία μιας νεοφυούς επιχείρησης το 94,3% δηλώνει ότι η ίδρυση της έγινε από ομάδα (ο ευρωπαϊκός μέσος όρος ανέρχεται σε 77,4%), έναντι ενός 5,7% (το χαμηλότερο στην Ευρώπη) που δηλώνει ότι ο ιδρυτής ξεκίνησε μόνος του την επιχείρηση (European Startup Monitor, 2016).

Στην ελληνική νεοφυής κοινότητα, η δικτύωση των επιχειρήσεων πραγματοποιείται μέσω ενώσεων, συνεργασιών, δημιουργίας συνεργατικών χώρων και εκδηλώσεων που στόχο έχουν τη στήριξη τους, όπως η ύπαρξη θερμοκοιτίδων και συναφών υποστηρικτικών πρωτοβουλιών, παρέχοντας τους σημαντική βοήθεια.

Συγκεκριμένα, το 2014 αναπτύχθηκε η πρωτοβουλία για τη δημιουργία του GreekStartup Manifesto²⁶ στηριζόμενο στις βασικές κατευθύνσεις που αποτελούν το EU Startup Manifesto (περιλάμβανε μέτρα και πολιτικές για τη βελτίωση της παγκόσμιας ανταγωνιστικότητας της Ευρώπης στο τεχνολογικό επιχειρείν).²⁷ Επιπλέον, έχει πραγματοποιηθεί η Συμμαχία των Νεοφυών Επιχειρήσεων (Allied or Startups²⁸), την οποία δημιούργησε μια ομάδα οργανισμών υποστήριξης νεοφυών επιχειρήσεων από όλο τον κόσμο.^{29,30} Επιπρόσθετα, έχει αναπτυχθεί η δημιουργία θερμοκοιτίδων (Incubators) που στόχο έχουν να ιδρύσουν και να αναπτύξουν τη νέα επιχείρηση τόσο ώστε αυτή να μπορεί να απευθυνθεί με επιτυχία, να αναζητήσει χρηματοδότηση μέσω επιχειρηματικών κυρίως κεφαλαίων, έχοντας δημιουργήσει σωστή οργανωσιακή υποδομή, και να μπορέσει να σταθεροποιηθεί στην αγορά³¹. Τέλος, έχουν δημιουργηθεί συνεργατικοί

²⁶ <http://www.startupmanifesto.gr/>

²⁷ Αποτελεί ένα σχέδιο δράσης που συνέταξαν 12 ιδρυτές και στελέχη startup και SMEs με στόχο την υποστήριξη της ίδρυσης και λειτουργίας νέων και καινοτόμων εταιρειών στην Ελλάδα και για τη βελτίωση του γενικότερου επιχειρηματικού κλίματος στη χώρα. Ενδεικτικά, το Ελληνικό Μανιφέστο για τις Startups καταγράφει προτάσεις πολιτικής σε τομείς όπως η φορολογία, το ασφαλιστικό, οι εταιρικές μορφές και η λειτουργία μίας επιχείρησης, η προστασία των δεδομένων, οι εθνικές διαδικτυακές υποδομές, και άλλους.

²⁸ <http://alliedforstartups.org/>

²⁹ Αποτελεί τον σύνδεσμο των διαμορφωτών πολιτικών των τεχνολογικών οικοσυστημάτων από όλο τον κόσμο. Με τη δημιουργία ενός παγκόσμιου δικτύου νεοφυών επιχειρήσεων, επιχειρηματιών, επενδυτικών κεφαλαίων (VCs) και υποστηρικτικών οργανισμών, τα μέλη της συμμαχίας συνεργάζονται για την ανάπτυξη μιας παγκόσμιας συναίνεσης στις πολιτικές που μπορούν να επηρεάσουν θετικά τις νεοφυείς επιχειρήσεις αναπτύσσοντας την ψηφιακή επιχειρηματικότητα και την ψηφιακή οικονομία γενικότερα.

³⁰ <http://www.kathimerini.gr/771383/article/oikonomia/die8nhs-oikonomia/symmaxia-neofywn-epixeirhsewn-gia-th-dhmiourgia-neoy-pagkosmioy-diktyou>

³¹ Μάλιστα αυξάνονται οι θερμοκοιτίδες με γνώμονα την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (CSR-driven incubators), όπως το [The EGG](#) και [Orange Grove](#) (το τελευταίο με την υποστήριξη της Ολλανδικής Πρεσβείας στην Αθήνα μαζί με ορισμένους ελληνικούς και ολλανδικούς χορηγούς, φιλανθρωπικά ιδρύματα και πανεπιστήμια).

χώροι φιλοξενίας νεοφυών επιχειρήσεων βασισμένοι στην κοινωνική επιχειρηματικότητα και με στόχο την καθοδήγηση και παροχή βοήθειας προς την επίτευξη της ανάπτυξης τους. Παράλληλα, διοργανώνονται εκδηλώσεις προωθώντας τη δημιουργικότητα και την καινοτομία, καθώς και προγράμματα υποστήριξης για νεοφυείς επιχειρήσεις³².

Η πρωτεύουσα της Αθήνας φιλοξενεί μερικούς επιταχυντές (accelerators), όπως το Found.ation³³, το οποίο επικεντρώνεται στις νεοφυείς επιχειρήσεις στους τομείς της ναυτιλίας (maritime), της εφοδιαστικής αλυσίδας (logistics), του ταξιδιού (travel) και στις fintech³⁴, το IQbility³⁵, ένα πρόγραμμα SaaS / B2B³⁶ και το Metavallon³⁷ που προσφέρει ένα γενικότερο πρόγραμμα επιτάχυνσης και συνδέσεων με την αγορά των ΗΠΑ.

Σήμερα υπάρχουν δύο οργανισμοί που προσφέρουν μικροπιστωτικές υπηρεσίες για τις νεοφυείς και μικρές επιχειρήσεις, η Action Finance Initiative³⁸ και το The People's Trust³⁹. Μεταξύ του 2013 και του 2015, το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (ETAΕ), μέσω της πρωτοβουλίας JEREMIE έχει διαθέσει περίπου 50 εκατομμύρια ευρώ σε τέσσερα προγράμματα, δύο κεφάλαια που απευθύνονται στο πρώιμο στάδιο (Openfund⁴⁰ και PJ Tech Catalyst Fund⁴¹) και δύο κεφάλαια για τα επόμενα στάδια χρηματοδότησης (Odyssey Venture Partners⁴² και Elikonos Jeremie Sicar⁴³). Η επενδυτική τους περίοδο έληξε τον Σεπτέμβριο του 2016. Δύο άλλα ταμεία κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, χωρίς τη συμμετοχή του ETAΕ, είναι τα VentureFriends⁴⁴ και Business Seeds⁴⁵, με συνολικό κεφάλαιο 18 εκατ. € υπό διαχείριση. Ωστόσο, η συγκέντρωση χρημάτων εξακολουθεί να είναι δύσκολη, ιδίως μετά το τέλος του προγράμματος JEREMIE. Μάλιστα, για την ενίσχυση του επιχειρηματικού κλίματος, η Endeavor Greece αναπτύσσει ένα σημαντικό χαρτοφυλάκιο εταιρειών στην Ελλάδα, αριθμώντας ήδη πάνω από 20 εταιρείες. Στην συνέχεια του κεφαλαίου

³² π.χ. Battlehack Athens, Designathon and Beyond Hackathon

³³ <http://thefoundation.gr/>

³⁴ **Fintech** είναι όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει τη χρήση νέων τεχνολογιών στον χρηματοπιστωτικό κλάδο, αποτελώντας έναν από τους πιο σημαντικούς τομείς στις startup επιχειρήσεις. Χαρακτηριστικό ελληνικό παράδειγμα αποτελεί η Viva (<http://www.viva.gr/>)

³⁵ <http://www.iqbility.com/>

³⁶ Με το μοντέλο SaaS (Software-as-a-Service) δίνεται η δυνατότητα να μισθώνονται διάφορες εφαρμογές. Η ουσία του μοντέλου αυτού, είναι ότι ο πελάτης δεν αγοράζει το λογισμικό αλλά πληρώνει για την υπηρεσία που του παρέχει. Σε B2B (Business to Business) σημαίνει ότι οι υπηρεσίες προσφέρονται μεταξύ επιχειρήσεων.

³⁷ <http://metavallon.org/>

³⁸ <http://www.afi.org.gr/>

³⁹ <http://www.thepeoplestrust.org/>

⁴⁰ <http://theopenfund.com/>

⁴¹ <http://www.pjtechcatalyst.com/about.html>

⁴² <http://odysseyvp.com/>

⁴³ <http://www.elikonos.com/funds/>

⁴⁴ <http://www.venturefriends.vc/>

⁴⁵ <https://www.nbg.gr/el/nbgseeds>

πραγματοποιείται αναλυτική παρουσίαση των δομών υποστήριξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας και των χρηματοδοτικών εργαλείων.

Όπως προαναφέρθηκε, αναφορικά με τον τρόπο που χρηματοδοτούνται έως σήμερα οι ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις, σύμφωνα με την Endeavor Greece, σαφής είναι η επίδραση που είχαν στην ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων τα κεφάλαια της πρωτοβουλίας Jeremie που διοχετεύτηκαν στην αγορά μέσω των τεσσάρων funds (Elikonos, Odyssey, Open Fund και PJ Tech Catalyst), όπου το 50% της συνολικής επένδυσης για το 2013, λήφθηκε από εταιρείες τεχνολογίας. Στην κλαδική κατάταξη, στη δεύτερη θέση βρίσκονται οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες με μεγάλο ποσοστό που αντικατοπτρίζει την επένδυση που έλαβε η Hellas Direct⁴⁶.

Ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά οι κλάδοι των μέσων ενημέρωσης (media), των αγροτικών προϊόντων και τροφίμων, του τουρισμού, της εκπαίδευσης και της ψυχαγωγίας. Χαρακτηριστική είναι επίσης, η έλλειψη επένδυσης σε κλάδους με μεγάλη δραστηριότητα, όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο, η υγεία και η ενέργεια. Να σημειωθεί ότι το 50% των νεοφυών επιχειρήσεων που έχουν δημιουργηθεί από το 2010 μέχρι σήμερα είναι mobile apps, αποτυπώνοντας μια σύγχρονη και διεθνή τάση που έχει επηρεάσει πολύ τη συγκεκριμένη αγορά. Επιπλέον, με βάση τα χαρακτηριστικά και τις προοπτικές στην Ελλάδα, το 25% των επιχειρήσεων φαίνεται να μπορεί να αναπτυχθεί σημαντικά, δημιουργώντας θέσεις εργασίας και προστιθέμενη αξία⁴⁷ (Endeavor, 2014).

⁴⁶ <https://www.hellasdirect.gr/>

⁴⁷ <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=578841>

Διάγραμμα 2.17: Ποσοστό επενδύσεων ανά κλάδο (2013)



Πηγή: Endeavor, 2014

Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία του Πανευρωπαϊκού Παρατηρητήριου για τις νεοφυείς επιχειρήσεις (2016), το 42,3% των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων αναφέρει ότι χρησιμοποιεί αποκλειστικά τις προσωπικές οικονομίες των ιδρυτών (ευρωπαϊκός μέσος όρος 22,5%), ενώ ένα 36% δηλώνει ότι έχει λάβει ήδη κάποιας μορφής εξωτερική χρηματοδότηση (μέσος όρος 68,1%). Η πλειονότητα (44,4%) δηλώνει ότι έχει λάβει ένα ποσό μεταξύ 25.000 και 50.000 €, ενώ δεν καταγράφονται νεοφυείς επιχειρήσεις που να έχουν δηλώσει ότι έχουν λάβει κεφάλαια άνω των 150.000 €. Σε ό,τι αφορά τους τζίρους, οι ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις δηλώνουν κατά 42,9% ότι πραγματοποιούν έσοδα έως και 25.000 €, ενώ μόλις ένα 14,3% δηλώνει ότι τα έσοδά τους κυμαίνονται μεταξύ 150.000 και 500.000 € (οι ευρωπαϊκοί μέσοι όροι αντίστοιχα είναι 28,6% και 20,5%, ενώ ένα 19,8% δηλώνει ότι ξεπερνά τις 500.000 € τζίρου)⁴⁸.

Τέλος, ο ThinkBiz⁴⁹, το 2013, πραγματοποίησε την έρευνα “Research and Visualization 2013”, με στόχο τον εντοπισμό των παραγόντων που επηρεάζουν την απόδοση των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων. Σύμφωνα με το δείγμα των 46 επιχειρήσεων⁵⁰, οι κύριοι πυλώνες που επηρεάζουν την απόδοσή τους είναι οι εξής:

⁴⁸ <http://www.disruptgreece.gr/2017/04/26/to-paron-ke-to-mellon-gia-tis-ellinikes-startups/>

⁴⁹ Ο Thinkbiz πρόκειται για τον πρώτο φοιτητικό σύλλογο επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

⁵⁰ Τα startups που μελετήθηκαν, δραστηριοποιούνται κυρίως στους τομείς του Software με ποσοστό 41%, Hardware με 15%, Retail με 13% και σε άλλους τομείς με 31%. Η ιδρυτική ομάδα φαίνεται ότι αποτελείται κυρίως από άνδρες, καθώς το 73% των ιδρυτικών μελών είναι άνδρες και το 27% γυναίκες. Επιπλέον, φοιτητές φαίνεται ότι αναλαμβάνουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, αφού αποτελούν το 26% των ιδρυτικών μελών. Τέλος, το 69% των startups έχει έδρα την Αθήνα, το 10% την Θεσσαλονίκη, το 5% το Βόλο και το 16% σε άλλες περιοχές.

- Το 78% των νεοφυών επιχειρήσεων υψηλής απόδοσης (χαρακτηρίζονται αυτές με υψηλές πωλήσεις και έσοδα) είχαν καινοτόμες ιδέες, με υψηλό ποσοστό εισαγωγής νέων προϊόντων. Σε αντίθεση, το 50% των νεοφυών επιχειρήσεων χαμηλής απόδοσης (χαμηλές πωλήσεις και έσοδα) είχαν μικρό ρυθμό εισαγωγής νέων προϊόντων.
- Οι 8 στις 10 εταιρείες υψηλής απόδοσης έδωσαν μεγάλη έμφαση στη δημιουργία Business Plan και στη χάραξη στρατηγικής στο ξεκίνημά τους, ενώ μόλις 4 στις 10 εταιρείες χαμηλής απόδοσης δημιούργησαν Business Plan κατά τη δημιουργία τους.
- Το 74% των νεοφυών επιχειρήσεων υψηλής απόδοσης έχουν επεκταθεί σε αγορές του εξωτερικού, ενώ, μόνο το 53% των νεοφυών επιχειρήσεων που έχουν χαμηλή απόδοση έχουν προσελκύσει αγορές του εξωτερικού.
- Οι πόροι⁵¹ αποδεικνύονται εξαιρετικά σημαντικοί παράγοντες για την επιτυχία μίας νεοφυούς επιχείρησης καθώς το 67% όσων έχουν πρόσβαση σε όλους τους σημαντικούς πόρους έχουν τελικά υψηλή απόδοση. Αντιθέτως, μόνο το 31% των νεοφυών επιχειρήσεων χαμηλής απόδοσης έκαναν χρήση υψηλής ποιότητας πόρων (ThinkBiz, 2014).

Δυστυχώς όμως, οι εξελίξεις στην ελληνική επιχειρηματικότητα το 2016 δεν ήταν αισιόδοξες καθώς σημειώθηκε σημαντική πτώση στη δημιουργία (ή ίδρυση) νέων επιχειρήσεων, παρουσιάζοντας μείωση της τάξεως του 33% από το 2012. Σε απόλυτα νούμερα, ενώ το 2012 ιδρύθηκαν 42.803 νέες επιχειρήσεις, μεταξύ των οποίων καταμετρώνται και οι νεοφυείς επιχειρήσεις, το 2016 συστάθηκαν μόλις 28.615 επιχειρήσεις⁵². Ωστόσο, διαπιστώνεται η ανάπτυξη φορέων που στόχο έχουν την υποστήριξη υποδομών και παροχή υπηρεσιών σε νέους επιχειρηματίες με σκοπό την ανάδειξη ευκαιριών. Είναι αναγκαίο, όμως, να γίνουν συστηματικότερες προσπάθειες και να επεκταθεί η χρήση «έξυπνων» χρηματοδοτικών εργαλείων και σε κλάδους που η χώρα διαθέτει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και ευκαιρίες για επιχειρηματική δράση⁵³.

2.6. Χρηματοδότηση Νεοφυών Επιχειρήσεων

Ένα από τα πλέον κρίσιμα θέματα στην εκκίνηση μιας νεοφυούς επιχείρησης είναι η αναζήτηση κατάλληλης χρηματοδότησης. Για την εύρεση των απαραίτητων κεφαλαίων κρίνεται απαραίτητη η διεξαγωγή μιας ενδελεχούς έρευνας από την πλευρά της ίδιας της επιχείρησης

⁵¹Τους πόρους με σειρά σημαντικότητας αποτελούν: οι δεξιότητες των εργαζομένων, το know-how, η γνώση της αγοράς, η σχέση με του πελάτες, η ευκολία εξεύρεσης κεφαλαίων και τα κανάλια διανομής.

⁵² <http://endeavor.org.gr/>

⁵³ <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=578841>

ώστε να αποτιμήσει με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ακρίβεια τις ανάγκες της και να αναζητήσει το κατάλληλο εργαλείο χρηματοδότησης. Σημαντικό ρόλο στη πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης διαδραματίζει και το οικοσύστημα στο οποίο εντάσσεται η νεοφυής επιχείρηση, καθώς οι δομές υποστήριξης δύναται να συμβάλλουν καθοριστικά στην άντληση κεφαλαίων.

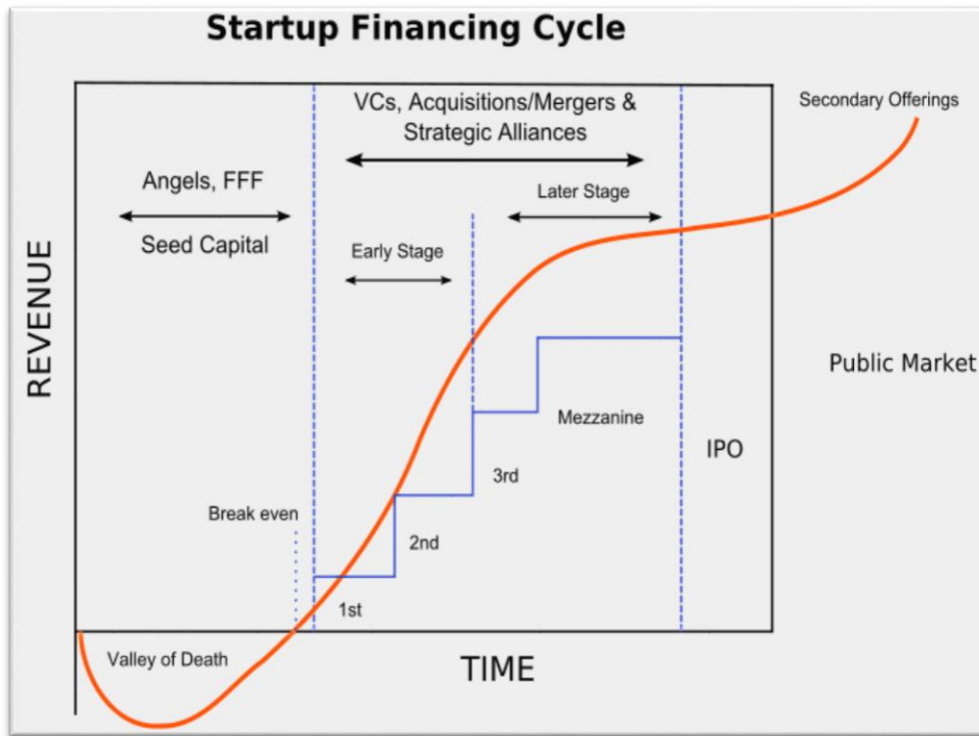
2.6.1. Κύκλος Ζωής Νεοφυούς Επιχείρησης

Η χρηματοδότηση μιας νεοφυούς επιχείρησης ποικίλει και διαφοροποιείται σημαντικά ανάλογα με τις ανάγκες της και τις διαφορετικές προκλήσεις που αντιμετωπίζει. Επομένως, η νεοφυής επιχείρηση πρέπει να είναι σε θέση να αναγνωρίζει σε ποιο σημείο του κύκλου ζωής της βρίσκεται, ώστε να καθορίσει ποια χρηματοδοτική λύση πρέπει να χρησιμοποιηθεί και πόσο χρονικό διάστημα πρέπει να διατηρηθεί ο κάθε τύπος χρηματοδότησης. Φυσικά, οι περιγραφές ανά στάδιο μπορεί να παρουσιάζουν αλληλεπικαλύψεις καθώς κάθε εταιρεία είναι διαφορετική και επιμέρους τμήματα αυτών των εταιριών μπορεί να βρίσκονται σε διαφορετικό σημείο του κύκλου χρηματοδότησης

Σε γενικές γραμμές, ο κύκλος ζωής εξηγεί τη σημασία της οικονομικής πλευράς ως παράγοντα για την ανάπτυξη. Στο παρακάτω σχήμα, παρουσιάζεται ενδεικτικά ο κύκλος ζωής μιας νεοφυούς επιχείρησης, στον οποίο απεικονίζονται τα στάδια χρηματοδότησης και η πορεία των εσόδων που αναμένεται να έχουν⁵⁴.

⁵⁴ Startups in India & their Funding, <https://tapmiblogs.wordpress.com/2011/05/12/startups-in-india-their-funding/>

Διάγραμμα 2.18: Χρηματοδοτικός κύκλος ζωής νεοφυούς επιχείρησης



Πηγή: *Startups in India & their Funding*,

<https://tapmiblogs.wordpress.com/2011/05/12/startups-in-india-their-funding/>

i. Στάδιο Σποράς

Κατά τη διάρκεια του σταδίου σποράς, όπου ο επιχειρηματίας μετατρέπει μια ιδέα σε μια επιχειρηματική ευκαιρία, η χρηματοδότηση είναι απαραίτητη προκειμένου να τον βοηθήσει να αναπτύξει την επιχειρηματική του ιδέα με την κάλυψη των βασικών αναγκών (σχεδιασμός λειτουργίας της επιχείρησης, καθορισμός νομικών πλαισίων κλπ.).

Συνήθως, η χρηματοδότηση σποράς εμπίπτει στην κατηγορία της εσωτερικής χρηματοδότησης, με τις ανάγκες για χρηματοδότηση να καλύπτονται κυρίως από την ομάδα εκκίνησης (προσωπικές αποταμιεύσεις του επιχειρηματία, χρηματοδότηση από φίλους, συγγενείς και άτυπους επενδυτές).

Επομένως, σε αυτό το στάδιο, ο βαθμός αποτυχίας είναι ιδιαίτερα υψηλός με μεγάλο βαθμό αβεβαιότητας, καθώς, χωρίς την ύπαρξη ικανής ιδρυτικής ομάδας και εναλλακτικής εκδοχής του

προϊόντος ή υπηρεσίας, δεν μπορεί να υπάρξει υγιής έναρξη μιας νεοφυούς επιχείρησης. Το στάδιο αυτό διαρκεί περίπου 3 έως 6 μήνες.

ii. Στάδιο Εκκίνησης

Στο στάδιο της εκκίνησης, δηλαδή όταν η επιχείρηση βρίσκεται στο στάδιο της προώθησης του προϊόντος ή της υπηρεσίας, η κάλυψη των απαιτούμενων κεφαλαίων γίνεται κυρίως από τους επιχειρηματικούς αγγέλους (Business Angels) και τους επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων (Venture Capitals). Επιπλέον, εξακολουθεί να παρέχεται η δυνατότητα χρηματοδότησης από το δημόσιο τομέα μέσω βραβείων, επιχορηγήσεων ή κάποιου άλλου είδους χρηματοδότησης.

Σε αυτό το στάδιο, η χρηματοδότηση είναι ιδιαίτερα σημαντική αφού η νεοφυής επιχείρηση μεταβαίνει στο αρχικό στάδιο παραγωγής και πώλησης όπου η ιδέα μετατρέπεται σε εμπορεύσιμο προϊόν και βρίσκεται σε διαδικασία προώθησης χωρίς ακόμη να πωλείται.

Ο κίνδυνος αποτυχίας επιβίωσης και μετάβασης στα επόμενα στάδια παραμένει ιδιαίτερα υψηλός με τις ανάγκες για κεφαλαιοποίηση να είναι πολύ αυξημένες και η εξεύρεση νέων κεφαλαίων να καθίσταται επιτακτική (Tariq, 2013). Τέλος, αυτό το στάδιο, διαρκεί περίπου 6 έως 12 μήνες.

iii. Στάδιο Ανάπτυξης

Στο σημείο όπου η νεοφυής επιχείρηση έχει πλέον αναπτύξει το προϊόν της και έχει πραγματοποιήσει τα πρώτα της έσοδα από τη λειτουργία του επιχειρηματικού της μοντέλου, απαιτούνται πρόσθετα κεφάλαια⁵⁵ προκειμένου να ξεκινήσει η μαζική παραγωγή του προϊόντος και να αρχίσουν να πραγματοποιούνται οι πρώτες πωλήσεις⁵⁶. Επιπλέον, σε αυτό το στάδιο, η χρηματοδότηση χρησιμοποιείται και για την κατάρτιση της υποδομής της επιχείρησης και του συστήματος διανομής. Επομένως, ο πρώτος γύρος χρηματοδότησης με μέση διάρκεια 16 έως 24 μήνες-είναι ζωτικής σημασίας, αφού καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την πορεία και την κατεύθυνση της επιχείρησης. Πρόκειται για επίσημο γύρο χρηματοδότησης, στον οποίο μέρος του μετοχικού κεφαλαίου προσφέρεται σε εξωτερικούς επενδυτές, με αντάλλαγμα τη λήψη οικονομικών πόρων για την κάλυψη των εταιρικών αναγκών.

⁵⁵ Αυτή η μορφή χρηματοδότησης αναφέρεται στην βιβλιογραφία ως χρηματοδότηση Πρώτου σταδίου (First Round Finance).

⁵⁶ <http://www.investopedia.com/terms/s/seriesa.asp>

Οι κύριες πηγές χρηματοδότησης σε αυτό το σημείο είναι τα επιχειρηματικά κεφάλαια (Venture Capitals) και οι επιχειρηματικοί άγγελοι (Business Angels) καθώς είναι περισσότερο πρόθυμοι να αναλάβουν το υψηλό επίπεδο ρίσκου, με αντίτιμο ένα μεγάλο ποσοστό απόδοσης. Παράλληλα, πιθανή κύρια πηγή αυτού του σταδίου είναι οι τράπεζες και οι στρατηγικοί επενδυτές.

iv. Στάδιο Επέκτασης

Σε αυτό το στάδιο, όπου οι νεοφυείς επιχειρήσεις θέλουν να επεκτείνουν τις βασικές δραστηριότητες ή εργασίες τους καθώς οι χρηματοοικονομικές τους ανάγκες έχουν αυξηθεί με τα κέρδη να κινούνται μειούμενα, απαιτείται β' γύρος χρηματοδότησης⁵⁷.

Σημειώνεται ότι επειδή σε αυτό το στάδιο, η νεοφυής επιχείρηση αποτιμάται υψηλότερα από τον πρώτο γύρο χρηματοδότησης, ο επενδυτής θα πληρώσει υψηλότερη τιμή για την επένδυση του. Συνήθως, οι επενδυτές αυτοί είναι είτε venture capitalists είτε οι πρώτοι εργαζόμενοι της νεοφυούς επιχείρησης (early employees) είτε επενδυτικές τράπεζες που προτιμούν μετατρέψιμες προνομιούχες μετοχές αντί κοινών μετοχών, καθώς αποκτούν μερίσματα και προστατεύονται από πιθανές μειώσεις της χρηματιστηριακής τιμής των μετοχών.

v. Στάδιο Ωρίμανσης

Σε αυτό το στάδιο, απαιτείται χρηματοδότηση⁵⁸ που σκοπό έχει την κάλυψη δαπανών μάρκετινγκ, έργων επέκτασης και βελτίωσης προϊόντων/υπηρεσιών της επιχείρησης, αποτελώντας μέρος της προετοιμασίας της επιχείρησης στη διαδικασία εξόδου στις αγορές.

Αναλυτικότερα, πρόκειται για δανειακά κεφάλαια (debt capital) που παρέχουν στον δανειστή (Lender) το δικαίωμα (σε περίπτωση μη αποπληρωμής του δανείου στο ακέραιο και στον απαιτούμενο χρόνο) να τα μετατρέψει σε ένα ιδιοκτησιακό συμφέρον ή σε ίδια κεφάλαια της εταιρείας. Ωστόσο, επειδή αυτού του είδους η χρηματοδότηση παρέχεται πολύ γρήγορα στον δανειολήπτη (Borrower), μπορεί να υπάρχει ιδιαίτερα επιθετική τιμολόγηση από την πλευρά του δανειστή, ο οποίος θα αναζητά επιστροφή υψηλής απόδοσης (συνήθως 20% έως 30%) (Φαφαλιού, 2014).

⁵⁷ Η μορφή χρηματοδότησης σε αυτό το στάδιο ανάπτυξης αναφέρεται στην βιβλιογραφία και ως χρηματοδότηση Δεύτερου Σταδίου (Second Round Finance).

⁵⁸ Στην βιβλιογραφία αναφέρεται ως ενδιάμεση χρηματοδότηση (Μορφή Mezzanine).

Συνήθως διατίθεται στα τελευταία στάδια των επιχειρήσεων, συνδυαστικά με τα επιχειρηματικά κεφάλαια και άλλους επενδυτές, ενώ προέρχεται είτε από εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων είτε από εταιρείες ειδικευμένες σε αυτή την μορφή χρηματοδότησης που αποπληρώνονται με τα κέρδη που αναμένεται να προκύψουν μετά από την είσοδο της επιχείρησης στο Χρηματιστήριο.

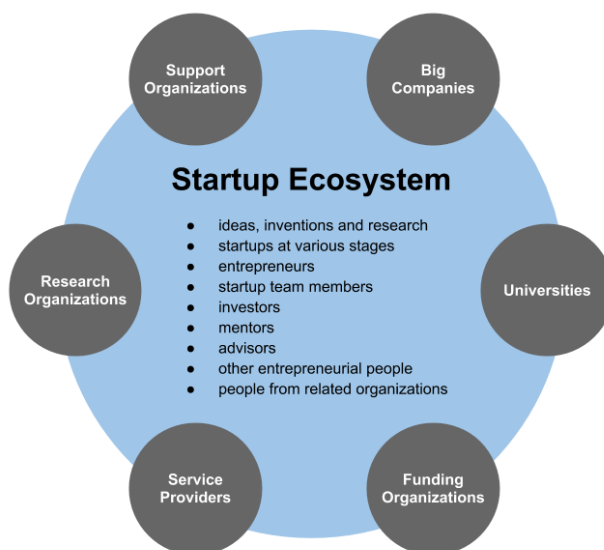
2.6.2. Οικοσύστημα Νεοφυών Επιχειρήσεων

Σημαντικό ρόλο στην πρόσβαση των νεοφυών επιχειρήσεων σε πηγές χρηματοδότησης διαδραματίζει η ύπαρξη ενός ολοκληρωμένου και καλά οργανωμένου οικοσυστήματος. Τα οικοσυστήματα νεοφυών επιχειρήσεων παρουσιάζουν μια σειρά από δομικά χαρακτηριστικά, συμβάλλοντας σημαντικά στη δημιουργία και τη λειτουργία των νεοφυών επιχειρήσεων.

Το οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων σχηματίζεται από ανθρώπους, νεοφυείς επιχειρήσεις όλων των σταδίων και από διάφορα είδη οργανισμών σε μια φυσική ή / και εικονική τοποθεσία, αλληλοεπιδρώντας ως ένα σύστημα που σκοπό έχει τη δημιουργία νέων νεοφυών επιχειρήσεων. Αυτοί οι οργανισμοί μπορούν να χωριστούν περαιτέρω σε κατηγορίες: πανεπιστήμια, χρηματοδοτικούς οργανισμούς, υποστηρικτικούς οργανισμούς (όπως θερμοκοιτίδες, επιταχυντές, συνεργατικούς χώρους), ερευνητικούς οργανισμούς, οργανώσεις παροχής υπηρεσιών (όπως νομικές, χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες κ.λπ.) και μεγάλες εταιρείες⁵⁹.

⁵⁹ <http://www.startupcommons.org/what-is-startup-ecosystem.html>

Διάγραμμα 2.19: Το οικοσύστημα των νεοφυών επιχειρήσεων



Πηγή: GrowAdvisors⁶⁰

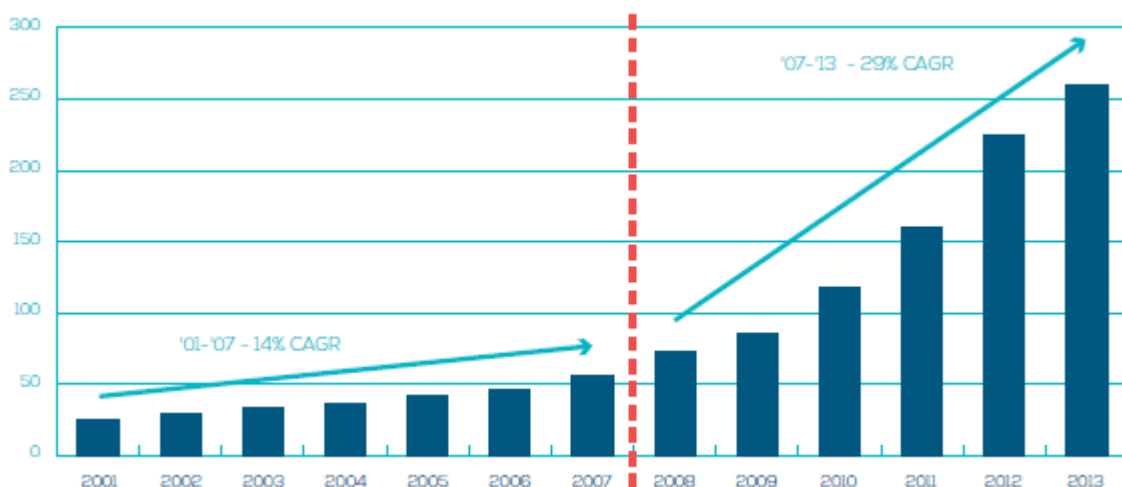
Η Ευρώπη διαθέτει ένα ιδιαίτερα δυναμικό και υγιές οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων, με τον αριθμό των ευρωπαϊκών θερμοκοιτίδων και επιταχυντών να έχει αυξηθεί σημαντικά από την έναρξη της χρηματοπιστωτικής κρίσης του 2008. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την έρευνα “The Accelerator and Incubator Ecosystem in Europe” (2013)⁶¹, ο ετήσιος ρυθμός αύξησης των επιταχυντών και θερμοκοιτίδων υπερδιπλασιάστηκε στο χρονικό διάστημα μεταξύ 2001-2013, φτάνοντας στο 29% μετά το 2008 (συγκρινόμενο με το ποσοστό του 14% που ήταν πριν την κρίση), με το συνολικό ποσοστό αύξησης στη διάρκεια αυτών των ετών να αγγίζει το 400% (Telefonica, 2013)⁶²

⁶⁰ <http://www.startupcommons.org/what-is-startup-ecosystem.html>

⁶¹ Η συγκεκριμένη έρευνα είχε λάβει ως δείγμα τις εξής δέκα ευρωπαϊκές χώρες: Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Ισπανία, Σουηδία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ολλανδία, Τσεχία, Σλοβακία και Ιρλανδία.

⁶² <https://www.slideshare.net/BRASLS/the-accelerator-andincubatorecosystemineurope>

Διάγραμμα 2.19: Συνολικός αριθμός ευρωπαϊκών θερμοκοιτίδων και επιταχυντών στο διάστημα 2001-2013



Πηγή: Telefónica Global Affairs and New Ventures, 2013

Η επίδοση των οικοσυστημάτων, σύμφωνα με το Πλαίσιο Αξιολόγησης Οικοσυστημάτων Νεοφυών επιχειρήσεων της Genome (Startup Genome's Ecosystem Assessment Framework), αξιολογείται κυρίως με βάση τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Απόδοση
- Νεοφυείς επιχειρήσεις πρώιμου σταδίου (Early-Stage Startups)
- Όρια/ Περιθώρια οικοσυστήματος
- Όρια Οικοσυστημάτων
- Αποστολή οικοσυστήματος
- Πρόσβαση σε πόρους
- Τωρινοί και μεταγενέστεροι δείκτες
- Όσο μεγαλύτερο οικοσύστημα, τόσο καλύτερο (σε γενικό βαθμό) (Startup Genome, 2017).

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, σύμφωνα με τον δείκτη European Digital City Index (ECDI), που παρέχει πληροφορίες σχετικά με τις δυνάμεις και αδυναμίες των τοπικών οικοσυστημάτων, η ευρωπαϊκή πόλη που κατέχει την πρώτη θέση στον δείκτη ECDI υποδεικνύοντας ότι διαθέτει το πιο σύγχρονο και ψηφιακό οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων στην Ευρώπη, είναι το Λονδίνο, με την Στοκχόλμη και το Άμστερνταμ να έπονται. Η Αθήνα κατέχει την πεντηκοστή έκτη (56^η) θέση στο σύνολο των εξήντα χωρών, όπως αναλύθηκε διεξοδικότερα στην προηγούμενη ενότητα.

Διάγραμμα 2.21: Ταξινόμηση πόλεων με βάση τον δείκτη ECDi⁶³

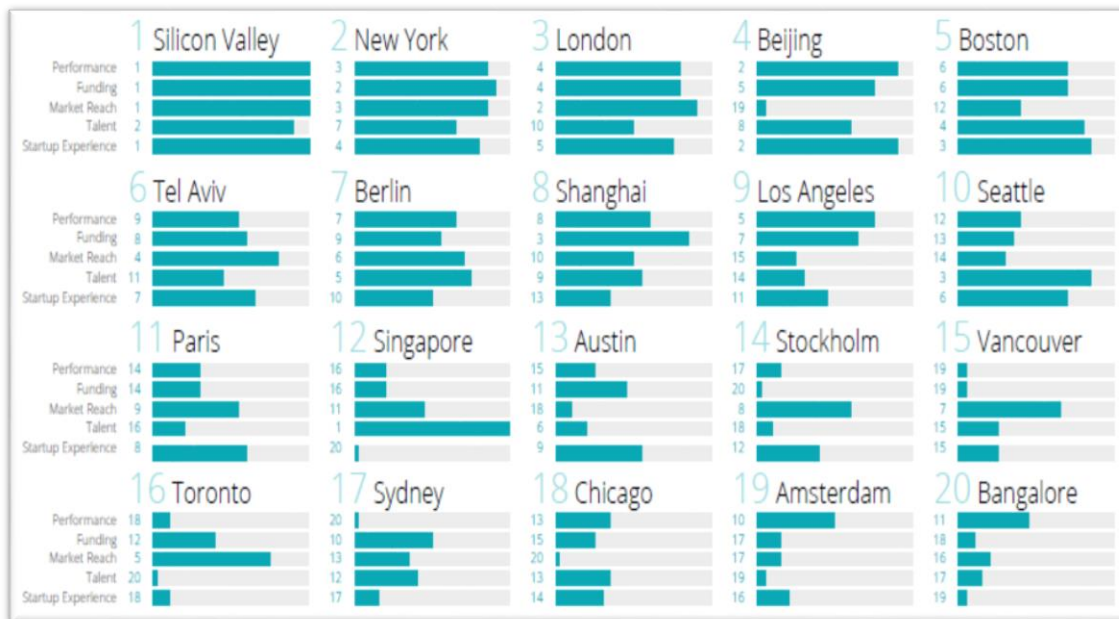
1.	Λονδίνο (Μ.Βρετανία)	16.	Μάντσεστερ (Μ. Βρετανία)	31.	Τουλούζη (Γαλλία)	46.	Μιλάνο (Ιταλία)
2.	Στοκχόλμη (Σουηδία)	17.	Βρυξέλλες (Βέλγιο)	32.	Χάγη (Ολλανδία)	47.	Λιουμπλιάνα (Σλοβενία)
3.	Άμστερνταμ (Ολλανδία)	18.	Τάλλιν (Εσθονία)	33.	Βουδαπέστη (Ουγγαρία)	48.	Λιλ (Γαλλία)
4.	Ελσίνκι (Φιλανδία)	19.	Εδιμβούργο (Σκωτία)	34.	Γκέτεμποργκ (Σουηδία)	49.	Βίλνιους (Λιθουανία)
5.	Παρίσι (Γαλλία)	20.	Αμβούργο (Γερμανία)	35.	Λουξεμβούργο	50.	Σόφια (Βουλγαρία)
6.	Βερολίνο (Γερμανία)	21.	Λιόν (Γαλλία)	36.	Γλασκόβη (Σκωτία)	51.	Κρακοβία (Πολωνία)
7.	Κοπεγχάγη (Δανία)	22.	Ώρχους (Δανία)	37.	Πράγα (Τσεχία)	52.	Βουκουρέστι (Ρουμανία)
8.	Δουβλίνο (Ιρλανδία)	23.	Μπέρνιγχαμ (Μ.Βρετανία)	38.	Βαρσοβία (Πολωνία)	53.	Δρέσδη (Γερμανία)
9.	Βαρκελώνη (Ισπανία)	24.	Λισαβόνα (Πορτογαλία)	39.	Καρλσρούη (Γερμανία)	54.	Ρώμη (Ιταλία)
10.	Βιέννη (Αυστρία)	25.	Φρανκφούρτη (Γερμανία)	40.	Κάρντιφ (Μ.Βρετανία)	55.	Τορίνο (Ιταλία)
11.	Μόναχο (Γερμανία)	26.	Αϊντχόβεν (Ολλανδία)	41.	Μπρατισλάβα (Σλοβακία)	56.	Αθήνα (Ελλάδα)
12.	Κέιμπριτζ (Μ.Βρετανία)	27.	Ουτρέχτη (Ολλανδία)	42.	Βαλένθια (Ισπανία)	57.	Ζάγκρεφ (Κροατία)
13.	Μπρίστολ (Μ.Βρετανία)	28.	Κολόνια (Γερμανία)	43.	Μπουρντό (Γαλλία)	58.	Ρίγα (Λετονία)
14.	Μαδρίτη (Ισπανία)	29.	Μάλμε (Σουηδία)	44.	Ντίσελντορφ (Γερμανία)	59.	Βαλέτα (Μάλτα)
15.	Οξφόρδη (Μ.Βρετανία)	30.	Ουπσάλα (Σουηδία)	45.	Στουτγάρδη (Γερμανία)	60.	Λευκωσία (Κύπρος)

Πηγή: <https://digitalcityindex.eu/city/2>

Σε παγκόσμιο επίπεδο, το μεγαλύτερο οικοσύστημα είναι αυτό της Silicon Valley, με τα αντίστοιχα της Νέας Υόρκης και του Λονδίνου να έπονται. Τα είκοσι (20) μεγαλύτερα οικοσυστήματα παρουσιάζονται στην επόμενη απεικόνιση.

⁶³ How cities rank for startup readiness

Διάγραμμα 2.22: Κατάταξη οικοσυστημάτων νεοφυών επιχειρήσεων παγκοσμίως (2017)



Πηγή: *Startup Genome, 2017*

Ωστόσο, τα οργανωμένα οικοσυστήματα νεοφυών επιχειρήσεων και η σταθερή δυναμική τους εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τους οργανισμούς και τις δομές που προωθούν την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία χωρίς τους οποίους οι νεοφυείς επιχειρήσεις δεν θα μπορούσαν να έχουν πρόσβαση στις πηγές και τα νέα εργαλεία χρηματοδότησης. Στο υπόλοιπο της ενότητας, αναλύονται οι δομές υποστήριξης διεξοδικότερα, ξεκινώντας από τις θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων.

❖ **Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων (Business Incubators)**

Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων έχουν μια μοναδική θέση στο οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων καθώς αλληλοεπιδρούν με όλους τους συντελεστές του, είτε άμεσα είτε έμμεσα, μέσω των επιχειρήσεων που εξυπηρετούν και αισθάνονται από πρώτο χέρι τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι «πελάτες» τους όταν επιδιώκουν να ιδρύσουν και να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους, είτε τις δυσκολίες που έχουν να κάνουν με τους κανονισμούς, τη χρηματοδότηση, το εργατικό δυναμικό ή την υποδομή. Εάν αυτές οι προκλήσεις κοινοποιηθούν αποτελεσματικά στους σχετικούς φορείς του οικοσυστήματος, μπορεί να δημιουργηθεί ένας πολύτιμος βρόχος ανατροφοδότησης ο οποίος θα ωφελήσει όχι μόνο τις νεοφυείς επιχειρήσεις αλλά και την οικονομία στο σύνολο της (Khalil, 2010).

Αναλυτικότερα, ως θερμοκοιτίδα επιχειρήσεων (Business Incubator ή Incubator) νοείται ένας οργανισμός που στοχεύει στην επιτάχυνση της ανάπτυξης και την επιτυχία νέων επιχειρήσεων με χαρακτηριστικά δυναμικής αναπτυξιακής προοπτικής, παρέχοντας χρηματοδότηση και υπηρεσίες υποστήριξης επιχειρήσεων (κεφάλαιο, τηλεφωνικές συσκευές, πρόσβαση στο Internet, κτιριακές εγκαταστάσεις, ηλεκτρονικούς υπολογιστές, έπιπλα, κλπ.), υπηρεσίες γραμματειακής υποστήριξης, συμβουλευτικές υπηρεσίες και υποστήριξη (σε θέματα φοροτεχνικά, νομικά, λογιστικά, πληροφορικής, εξεύρεσης προσωπικού, κλπ.), αλλά και ένα δίκτυο επαφών με προμηθευτές και πελάτες (Hansen et.al, 2000). Ως αντάλλαγμα, η θερμοκοιτίδα λαμβάνει ένα ποσοστό επί του μετοχικού κεφαλαίου και/ή πληρωμές από την νεοϊδρυόμενη εταιρεία. (Schwartz, 2008;Wiggins & Gibson, 2003;Hackett & Dilts, 2004a). Κατά συνέπεια, η ύπαρξη ή όχι ενός ανεπτυγμένου και οργανωμένου οικοσυστήματος εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από την σύσταση και τον αριθμό των θερμοκοιτίδων νεοφυών επιχειρήσεων.

Βασικός σκοπός της θερμοκοιτίδας είναι να αναπτύξει τη νέα επιχείρηση σε τέτοιο βαθμό ώστε αυτή να μπορεί να καταστεί πλέον ικανή να αναζητήσει επιτυχώς χρηματοδότηση μέσω άλλων μορφών και με τη δημιουργία της σωστής υποδομής, να μπορέσει να εισαχθεί και να εδραιωθεί στην αγορά. Ωστόσο, οι οργανωτές των θερμοκοιτίδων μέσω μιας συγκεκριμένης ακολουθούμενης διαδικασίας, επιλέγουν τις καλύτερες επιχειρήσεις, μεταβάλλοντας την όλη διαδικασία για τους συμμετέχοντες σε έναν διαγωνισμό επιβίωσης του ισχυρότερου.

Επομένως, η θερμοκοιτίδα οφείλει να επιλέξει προσεκτικά τις επιχειρήσεις που θα ενταχθούν σε αυτή καθώς στόχος της πρέπει να είναι η επένδυση σε επιχειρήσεις που έχουν την καλύτερη δυνατή προοπτική για μια επιτυχημένη πορεία. Οι διαχειριστές της πρέπει να εξετάζουν τη βιωσιμότητα των ιδεών που παρουσιάζονται και την εμπειρία αυτών που συμμετέχουν (Bergek, Norrman, 2008).

❖ **Συνεργατικοί χώροι (Co-working spaces)**

Οι συνεργατικοί χώροι είναι χώροι στους οποίους μεμονωμένοι επαγγελματίες συναντώνται με σκοπό να εργαστούν στα δικά τους σχέδια «μαζί», διευκολύνοντας την ανάπτυξη και διαμόρφωση του επιχειρηματικού οικοσυστήματος νεοφυών επιχειρήσεων (Zoehrer, 2012). Συγκεκριμένα, είναι κοινόχρηστοι χώροι εργασίας που χρησιμοποιούνται από διαφορετικές κατηγορίες επαγγελματιών κατά κύριο λόγο, ελεύθερους επαγγελματίες και μικρές επιχειρήσεις. Πρακτικά αποτελούν πλήρεις γραφειακές εγκαταστάσεις με δυνατότητα ευέλικτης ενοικίασης

σχεδιασμένες έτσι ώστε να συμβάλλουν στην προώθηση της δικτύωσης μεταξύ των χρηστών (Nesta, 2016). Ο χώρος μοιράζεται μεταξύ διαφόρων χρηστών: επιχειρηματίες, ερευνητές νεοφυείς επιχειρήσεις, φοιτητές, κ.α. Οι επιχειρηματίες μπορούν να ωφεληθούν από ένα εύρος υπηρεσιών σύμφωνα με τις ανάγκες τους: αίθουσες συνεδριάσεων, χώροι αποθήκευσης, τεχνολογικός εξοπλισμός, χώροι φιλοξενίας κ.α., αποτελώντας μια ιδανική επιλογή για τις νεοφυείς επιχειρήσεις αφού πολλές από αυτές δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να αποκτήσουν δικά τους γραφεία και να καλύψουν τα πάγια έξοδα της επιχείρησης. Ωστόσο, το σημαντικότερο όφελος των συνεργατικών χώρων είναι ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις και οι επαγγελματίες εργάζονται μαζί, χωρίς να γνωρίζονται απαραίτητα, μοιραζόμενοι τους ίδιους χώρους.

Συνεπώς, πέρα από το γεγονός ότι οι χρήστες των συνεργατικών χώρων μοιράζονται διάφορους πόρους, η ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ των χρηστών, μπορεί να οδηγήσει στην λεγόμενη «συμπωματική παραγωγή» (serendipity production). Δηλαδή, η τυχαία συνάντηση δύο ή περισσότερων επαγγελματιών σε έναν τέτοιο χώρο, μπορεί να οδηγήσει στην παραγωγή μιας νέας ιδέας που αργότερα δύναται να μετουσιωθεί σε μια νέα υπηρεσία ή προϊόν. Έτσι, διευκολύνεται η ανταλλαγή γνώσεων και ενθαρρύνεται η διαδραστική μάθηση (Boschma, 2005), με αποτέλεσμα να δημιουργείται ένα κλίμα συνεργατικότητας, το οποίο είναι ζωτικής σημασίας για την κινητοποίηση της συμπωματικής παραγωγής (Αυδίκος, 2015).

❖ **Επιχειρηματικοί Επιταχυντές (Accelerators)**

Οι επιχειρηματικοί επιταχυντές υποστηρίζουν τους επιχειρηματίες ώστε να προωθήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους στην αγορά. Οι Cohen και Hochberg (2014) ορίζουν ως επιχειρηματικό επιταχυντή «ένα καθορισμένο πρόγραμμα με ύπαρξη συγκεκριμένων σταδίων που περιλαμβάνει καθοδήγηση και εκπαιδευτικά προγράμματα και ολοκληρώνεται με δημόσιες εκδηλώσεις ή μέρες επίδειξης (demo day)» (Hathaway, 2016). Αναλυτικότερα, τα βασικότερα χαρακτηριστικά του επιταχυντή είναι τα ακόλουθα:

- Πιθανή προσφορά προκαταβολικής επένδυσης κεφαλαίου με αντάλλαγμα συνήθως μερίδιο του μετοχικού κεφαλαίου.
- Υποστήριξη για διάστημα 3-6 μηνών με προγραμματισμένες δραστηριότητες και μεντορική.
- Αίτηση συμμετοχής, ανοιχτή σε όλους, αλλά ιδιαίτερα ανταγωνιστική.
- Έμφαση σε μικρές ομάδες, όχι όμως σε ατομικούς ιδρυτές (founders).

- Αποφοίτηση ανά περιόδους με τη διοργάνωση εκδηλώσεων όπως είναι η μέρα επίδειξης (demo day)/ μέρα επενδυτή (investor day). (Miller & Bound, 2011).

Διάγραμμα 2.23: Δομικά στοιχεία του Επιταχυντή

Στρατηγική εστίαση	Πακέτο προγράμματος	Δομή χρηματοδότησης	Διαδικασία επιλογής & κριτήρια	Υποστήριξη αποφοίτων
Κύριοι στόχοι	Τυποποιημένο πρόγραμμα ασκήσεων	Χρηματοδότηση του προγράμματος επιτάχυνσης	Κριτήρια επιλογής	Αλληλεπίδραση με τους αποφοίτους
Εστίαση σε συγκεκριμένο επιχειρηματικό τομέα	Πακέτο μεντορικής	Χρηματοδότηση των startups	Διαδικασία επιλογής	
Γεωγραφική εστίαση				

Πηγή: Clarysse & Wright & Van Hove, 2015.

Παρακάτω αναλύονται τα κυριότερα δομικά στοιχεία του προγράμματος επιτάχυνσης:

- **Στρατηγική εστίαση (Strategic focus):** Εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από το είδος των ιδρυτών ή των μετόχων που υποστηρίζουν τον επιταχυντή (ιδιώτες επενδυτές, μεγάλες επιχειρήσεις, δημόσιος τομέας κτλ.). καθώς ο επιταχυντής δύναται να εμφανίζει διαφορετικούς κύριους στόχους (key objectives) με βάση την προέλευση της χρηματοδότησης.
- **Γεωγραφική εστίαση επιταχυντών:** Μπορεί να είναι είτε πολύ συγκεκριμένη τοπική γεωγραφική εστίαση είτε παγκόσμια δραστηριοποίηση.
- **Πακέτο προγράμματος (Programme package):** Συνίσταται από ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα ασκήσεων και ένα πακέτο μεντορικής., που περιλαμβάνει:
 - Ένα πρόγραμμα εκπαίδευσης (training programme)
 - Συμβουλευτικές υπηρεσίες
 - Ένα σύνολο εκδηλώσεων (ομιλίες, expert workshops κλπ.)
 - Μέρες επίδειξης/επενδυτή (Investor demo days)
 - Κοινή τοποθεσία (co-location), δηλαδή τον κοινό χώρο γραφείων, ενθαρρύνοντας την ομαδική εκμάθηση (peer to peer learning) και τη συνεργασία.
- **Πακέτο μεντορικής:** Οι μέντορες είναι συνήθως έμπειροι επιχειρηματίες που στόχο έχουν την υποστήριξη των νεοφυών επιχειρήσεων μέσω του προσδιορισμού του επιχειρηματικού τους μοντέλου και της διασύνδεσης με τους πελάτες και επενδυτές.
- **Δομή χρηματοδότησης (Funding structure):** Όσον αφορά τη χρηματοδότηση του επιταχυντή, γίνεται κυρίως από μετόχους όπως επενδυτές, επιχειρήσεις και δημόσιους

φορείς. Αναφορικά με τη χρηματοδότηση των νεοφυών επιχειρήσεων, συνήθως προσφέρεται ένα μικρό ποσό χρηματοδότησης με αντάλλαγμα ποσοστό μετοχικού κεφαλαίου.

- **Διαδικασία επιλογής και κριτήρια:** Βασικό στοιχείο του επιταχυντή είναι ο σχεδιασμός της διαδικασίας εξέτασης και επιλογής των νεοφυών επιχειρήσεων. Η μέθοδος εξέτασης δύναται να διαφοροποιείται από μια απλή διαδικασία δύο σταδίων έως μια δύσκολη διαδικασία πολλαπλών σταδίων. Συνηθίζεται να πραγματοποιείται με ανοιχτή πρόσκληση κατά τη διάρκεια μιας περιόδου, όπου οι νεοφυείς επιχειρήσεις εγγράφονται κάνοντας συνήθως ηλεκτρονική αίτηση. Ακολουθεί μια τυποποιημένη διαδικασία επιλογής όπου οι επιχειρήσεις αναμένεται να παρουσιάσουν τις ιδέες. Το κυριότερο κριτήριο επιλογής στην πλειοψηφία των προγραμμάτων επιτάχυνσης είναι οι επιχειρηματικές ομάδες των νεοφυών επιχειρήσεων, με ορισμένους επιταχυντές να βοηθούν ατομικούς ιδρυτές στην αναζήτηση και εύρεση της επιχειρηματικής ομάδας.
- **Υποστήριξη αποφοίτων (Alumni service):** Οι επιταχυντές, μεταξύ άλλων, εστιάζουν στη στενή επαφή και επικοινωνία με τους «αποφοίτους» των προγραμμάτων τους. Με την ανάπτυξη του επιταχυντή στη διάρκεια των χρόνων, το δίκτυο απόφοιτων νεοφυών επιχειρήσεων δύναται να αποτελέσει πηγή μεντόρων και επενδυτών, καθώς οι επιτυχημένοι απόφοιτοι είναι πιο πιθανό να επενδύσουν στην κοινότητα που αρχικά τους υποστήριξε (Clarysse & Wright & Van Hove, 2015).

Με βάση τη χρήση των βασικών δομικών χαρακτηριστικών του προγράμματος επιτάχυνσης, προκύπτουν βασικές διαφορές στους επιταχυντές. Συγκεκριμένα, ανάλογα με τη στρατηγική τους εστίαση, προκύπτουν τρία ξεχωριστά αρχέτυπα επιταχυντών:

- **Επιταχυντής καθοδηγούμενος από επενδυτές (Investor-led accelerator):** Λαμβάνει χρηματοδότηση από επενδυτές όπως επιχειρηματικοί άγγελοι, επιχειρηματικά κεφάλαια ρίσκου και εταιρικά επιχειρηματικά κεφάλαια. Στόχος αυτού του είδους επιταχυντή είναι να γεφυρώσει το μετοχικό χάσμα ανάμεσα στις νεοφυείς επιχειρήσεις που βρίσκονται στα πρώτα στάδια και στις επιχειρήσεις που είναι έτοιμες να δεχθούν επενδύσεις. Οι μέντορες είναι συνήθως ενεργοί επιχειρηματικοί άγγελοι και έχουν ενεργό ρόλο στην επαναληπτική χρηματοδότηση των νεοφυών επιχειρήσεων.
- **Επιταχυντής προξενητής (Matchmaker accelerator):** Κυρίως χρησιμοποιείται από εταιρείες που θέλουν να παρέχουν υπηρεσίες επιτάχυνσης στους δικούς τους πελάτες και

μετόχους, με τους εταιρικούς μέτοχους να συμμετέχουν ενεργά στη διαδικασία επιλογής των νεοφυών επιχειρήσεων με την επιλογή μόνο όσων επιχειρήσεων προσελκύουν το ενδιαφέρον των υψηλά ιστάμενων μελών των εταιρειών.

- **Επιταχυντής οικοσυστήματος (Ecosystem accelerator):** Στόχος αυτού του είδους επιταχυντή, είναι η ανάπτυξη του οικοσυστήματος των νεοφυών επιχειρήσεων σε κάποια γεωγραφική περιοχή ή τεχνολογικό τομέα, με τα βασικότερα κριτήρια της διαδικασίας επιλογής των νεοφυών επιχειρήσεων να αποσκοπούν στην προσέλκυση επιχειρήσεων που εξυπηρετούν αυτόν τον στόχο. Παράδειγμα τέτοιου επιταχυντή είναι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (European Commission), που ενισχύει το σύστημα των επιταχυντών στην Ευρώπη μέσα από -χρηματοδοτούμενα από την ίδια-τεχνολογικά προγράμματα (Clarysse & Wright & Van Hove, 2015).

❖ Πανεπιστήμια-Μονάδες Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (MoKE)

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής προσπαθούν να γεφυρώσουν την εκπαίδευση, την βιομηχανία και την απασχόληση, υποστηρίζοντας την ανάπτυξη της καινοτομίας. Αυτή η σύνδεση επιτυγχάνεται με τη δημιουργία Μονάδων Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (MoKE), οι οποίες στοχεύουν στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής νοοτροπίας και κουλτούρας των φοιτητών και αποφοίτων του εκάστοτε πανεπιστημιακού ιδρύματος. Αυτές οι μονάδες σχεδιάζονται με στόχο να εντοπίζουν καινοτόμες ιδέες, να συμβάλλουν στην μετατροπή της αρχικής ιδέας σε επιχειρηματικό πλάνο και να βοηθήσουν στην δημιουργία κατάλληλης δικτύωσης με επιχειρηματίες και επιστήμονες. Οι κύριες υπηρεσίες που παρέχονται σε αυτές τις μονάδες είναι οι εξής (Sipila, 2002):

- ✓ Εκπαίδευση και συμβουλευτικές υπηρεσίες (προγράμματα εκπαίδευσης σε θέματα επιχειρηματικότητας, επιχειρηματικού σχεδίου, ανάπτυξης, εξατομικευμένες συμβουλές από εξειδικευμένο προσωπικό κ.α.)
- ✓ Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στα πρώιμα στάδια (διοργάνωση δράσεων όπως εντατικά εργαστήρια και διαγωνισμοί επιχειρηματικότητας)
- ✓ Δικτύωση με τον επιχειρηματικό κόσμο (δίκτυο μεντόρων, συνεργατικών χώρων κτλ.)

❖ **Επιστημονικά και τεχνολογικά πάρκα (Science and technology parks)**

Η Διεθνής Ένωση Επιστημονικών Πάρκων (IASP)⁶⁴, ορίζει το επιστημονικό, τεχνολογικό πάρκο ως «ένα οργανισμό που τον διαχειρίζονται εξειδικευμένα στελέχη με κύριο στόχο τον εμπλουτισμό της κοινότητας τους μέσω της προώθησης μιας κουλτούρας καινοτομίας και ανταγωνισμού στις συνδεδεμένες επιχειρήσεις και τα ιδρύματα γνώσης»⁶⁵.

Πολλές πόλεις έχουν καθιερώσει τα επιστημονικά και τεχνολογικά πάρκα ως μέρος της τοπικής αναπτυξιακής τους στρατηγικής, καθώς δύναται να αποτελούν συχνά βασική πηγή καινοτομίας μιας πόλης, χωρίς ωστόσο να αποτελούν μια «γρήγορη λύση» για την τόνωση της επιχειρηματικότητας αφού, σύμφωνα με μελέτες η ίδρυση ενός τέτοιου πάρκου διαρκεί τουλάχιστον δέκα χρόνια (Nesta, 2016).

Αναλυτικότερα, τα τεχνολογικά πάρκα αποτελούν συνήθως μεγάλες γεωγραφικές εκτάσεις, στις οποίες έχουν συγκεντρωθεί επιχειρήσεις, με έντονες δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης στους νέους τομείς της οικονομίας που βασίζονται στη γνώση μαζί με πανεπιστήμια, ερευνητικά ή τεχνολογικά κέντρα. Σε αυτά τα πάρκα, επιτυγχάνεται η δημιουργία υποδομών για την προσέλκυση και εγκατάσταση των επιχειρήσεων, προσφέροντας παράλληλα υπηρεσίες μεταφοράς τεχνολογίας και υποστήριξης των επιχειρήσεων.

Επομένως, η ανταγωνιστική θέση των επιχειρήσεων βελτιώνεται με την αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων που απορρέουν από την εγκατάσταση και τη λειτουργία τους σε κατάλληλα οργανωμένους και εξοπλισμένους χώρους υποδομής, σε επιλεγμένες για το σκοπό αυτό περιοχές της χώρας (Nesta, 2016).

❖ **Διαγωνισμοί επιχειρηματικότητας και καινοτομίας**

Οι διαγωνισμοί επιχειρηματικότητας και καινοτομίας αποτελούν σημαντικό μέρος του άυλου οικοσυστήματος των νεοφυών επιχειρήσεων καθώς δίνουν τη δυνατότητα σε νέους επιχειρηματίες να επωφεληθούν ποικιλοτρόπως από την συμμετοχή τους, αφού μπορούν να δημιουργήσουν ένα δίκτυο επαφών, να αναπτύξουν τις επιχειρηματικές τους δεξιότητες, να αποκτήσουν πρόσβαση σε μέντορες, να αυξήσουν την αυτοπεποίθησή τους, να λάβουν συμβουλευτικές υπηρεσίες και να προβάλλουν την ιδέα τους σε εθνικό και όχι μόνο επίπεδο

⁶⁴ www.iasp.ws

⁶⁵ http://mke.uom.gr/documents/ODE/Lesson_7.pdf

(Russell, et al., 2008). Παράλληλα, σημαντική είναι η συνεισφορά των διαγωνισμών στην χρηματοδότηση καθώς παρέχουν χρηματικά έπαθλα και πρόσβαση σε υποστηρικτικές δομές.

❖ **Άυλο οικοσύστημα (εικονική θερμοκοιτίδα)**

Στις αρχές του '90 δημιουργήθηκαν νέες μορφές θερμοκοιτίδων, με ποικιλία διαφοροποιημένων παρεχόμενων υπηρεσιών. Παραδείγματα τέτοιων μορφών είναι η Virtual incubator (θερμοκοιτίδα μέσω διαδικτύου), Incubator without walls (εναλλακτική ονομασία για την εικονική θερμοκοιτίδα), on- site incubator (περιγραφή εικονικής θερμοκοιτίδας ή θερμοκοιτίδας πληροφοριών για διάφορα επιχειρηματικά και μη θέματα), Web incubator (ιστοσελίδα μιας απλής θερμοκοιτίδας ή εικονικής θερμοκοιτίδας για επιχειρήσεις που σχετίζονται με το διαδίκτυο) και Internet incubator (λειτουργεί ως παράρτημα ή μέρος της απλής θερμοκοιτίδας, όπου με τη χρήση του διαδικτύου προσφέρονται συμβουλευτικές υπηρεσίες σε επιχειρηματίες) (Khalil, 2010).

Τα επόμενα χρόνια, το άυλο οικοσύστημα αναμένεται να εμπλουτιστεί και με άλλες μορφές παροχών, καθιστώντας ακόμα πιο βέβαιη και συνήθης την επιτυχία των νεοφυών επιχειρήσεων. Ωστόσο, δεν είναι σαφές εάν οι εικονικές θερμοκοιτίδες είναι εξίσου αποτελεσματικές με τις παραδοσιακές μορφές επώασης ή εάν όντως εξοικονομούνται χρήματα (Khalil, 2010).

2.7. Χρηματοδοτικά Εργαλεία Νεοφυών Επιχειρήσεων

Για την δημιουργία μιας νεοφυούς επιχείρησης, δεν αρκεί μόνο η καινοτόμος ιδέα αλλά απαιτείται και η εύρεση των οικονομικών πόρων που θα στηρίξουν το εκκολαπτόμενο επιχειρηματία. Σε αυτό το πλαίσιο, η παροχή χρηματοδότησης μπορεί να λάβει πολλές διαφορετικές μορφές. Σε αυτήν την ενότητα παρουσιάζονται τα κυριότερα παραδοσιακά και σύγχρονα χρηματοδοτικά εργαλεία που δύναται να αναζητήσουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις ώστε να στηρίξουν την επιχειρηματική τους ιδέα. Αρχικά θα αναλυθούν τα πιο «παραδοσιακά» χρηματοδοτικά εργαλεία.

2.7.1. Παραδοσιακά Χρηματοδοτικά Εργαλεία Νεοφυών Επιχειρήσεων

❖ Άτυποι επενδυτές

Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας μέσω της άτυπης επένδυσης – δηλαδή μέσω φίλων, μελών της οικογένειας αλλά και συναδέλφων⁶⁶- είναι σημαντική αφού οι νέοι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν δανειακά κεφάλαια από φίλους, μέλη της οικογένειας και συναδέλφους, καθώς σε αρκετές περιπτώσεις είναι δύσκολο να εξασφαλίσουν επίσημη χρηματοδότηση μέσω κάποιου Venture Capital ή άλλης εξωτερικής πηγής χρηματοδότησης. Μάλιστα, ο αντίκτυπος της άτυπης επένδυσης είναι τεράστιος, γεγονός που αποδεικνύεται από τα διαθέσιμα στοιχεία του GEM⁶⁷, όπου κατά μέσο όρο το 6% του ενήλικου πληθυσμού των 66 χωρών μελών του GEM (2% αύξηση συγκριτικά με το 2006), παρείχαν άτυπες επενδύσεις σε έναν επιχειρηματία ετησίως, συνολικού ύψους άνω του ενός τρισεκατομμυρίου \$ ΗΠΑ ετησίως κατά την περίοδο 2012 έως 2015 (GEM, 2016).

Οι επιχειρηματίες, ως μια μορφή αποπληρωμής των δανειακών κεφαλαίων, μπορούν να παρέχουν σε φίλους ή σε μέλη της οικογένειας τους, είτε μερίδιο ιδίων κεφαλαίων είτε να τους παρέχουν τη δυνατότητα να ελέγχουν σε ένα βαθμό τη συμμετοχή τους στην επιχείρηση.

Ωστόσο, αυτού του είδους η χρηματοδότηση παρουσιάζει αρκετά μειονεκτήματα καθώς μπορεί να φέρει τον επιχειρηματία σε δύσκολη θέση απέναντι στα μέλη της οικογένειας του ή τους φίλους του, καθώς αυτοί είναι πιθανόν να αναμένουν να διαδραματίσουν σημαντικότερο ρόλο στην εταιρεία σε σύγκριση με αυτό που αποδίδει ο επιχειρηματίας ως αντάλλαγμα για τις επενδύσεις τους (Gregson, 2014). Επιπλέον, η πίεση μπορεί να είναι μεγάλη, ιδιαίτερα στη περίπτωση που η εταιρεία αντιμετωπίσει δυσκολίες, αφού ο κίνδυνος απώλειας των χρημάτων των συγγενών, φίλων και συνεργατών είναι ορατός, με αποτέλεσμα την πιθανή διατάραξη των διαπροσωπικών σχέσεων των εμπλεκόμενων (McKaskill, 2009). Περαιτέρω, οι άτυπες επενδύσεις ενέχουν και μια μορφή οικονομικού ανορθολογισμού, αφού η απόφαση επένδυσης βασίζεται συνήθως σε συναισθηματικά κίνητρα παρά σε κάποια δομημένη μορφή ελέγχου, αξιοπιστίας ή αποδοτικότητας. Έτσι, τα τελευταία χρόνια, οι άτυπες επενδύσεις μεταλλάσσονται σε νέες μορφές χρηματοδότησης, κυρίως στη μορφή του online crowdfunding (IOBE, 2016). Μάλιστα, στην εποχή της μαζικής χρήσης των κοινωνικών δικτύων και την αξιοποίηση αυτών

⁶⁶ Στην βιβλιογραφία συναντάται και ως FFF (friends, family, fools).

⁶⁷ Το GEM (Global Entrepreneurship Monitor) αποτελεί μία διεθνή ερευνητική κοινοπραξία από ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια από όλο τον κόσμο που ξεκίνησε το 1999, στο πλαίσιο της οποίας συλλέγονται στοιχεία από διεξαγωγή ερευνών πεδίου σε ένα ευρύ πλήθος χωρών παγκοσμίως.

από τους επιχειρηματίες, είναι πιθανό το crowdfunding, να αντικαταστήσει ολοένα και περισσότερο την άμεση χρηματοδότηση μέσω των στενών ανθρώπινων σχέσεων (GEM, 2016).

❖ Τραπεζικός δανεισμός

Όπως, είναι ευρέως γνωστό, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και δη οι νεοφυείς, αντιμετωπίζουν σοβαρό πρόβλημα στη χρηματοδότησή τους από τον τραπεζικό τομέα. Σύμφωνα μάλιστα με την έρευνα του Hyz (2011), στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα εντοπίζονται σημαντικά κενά σχετικά με την χρηματοδότηση των νεοφυών επιχειρήσεων τόσο κατά τη φάση της εκκίνησης όσο και κατά τη φάση της ανάπτυξης.

Σύμφωνα μάλιστα με την ίδια έρευνα, οι επιχειρήσεις πιστεύουν ότι οι τράπεζες δεν ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους. Κατά συνέπεια, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν ζητούν δάνεια συχνά από τις τράπεζες ενώ όταν αιτούνται τραπεζικό δάνειο, αποθαρρύνονται από το υψηλό κόστος των τραπεζικών δανείων, τις απαιτούμενες εγγυήσεις και τις πολύπλοκες και χρονοβόρες διαδικασίες που συνδέονται με τη λήψη τραπεζικών δανείων (Hyz 2011) με τις απαιτήσεις για την αποπληρωμή, ιδιαίτερα αυξημένες λόγω της μεγάλης αβεβαιότητας επίτευξης θετικής μελλοντικής καθαρής παρούσας αξίας (Tariq, 2013).

Αναλυτικότερα, υπάρχουν διάφοροι τύποι δανείων ανάλογα τις εκάστοτε ανάγκες των επιχειρήσεων, σημαντικότεροι εκ των οποίων είναι οι εξής:

- **Δάνεια για κεφάλαια κίνησης**

Βασικός σκοπός των δανείων κεφαλαίου κίνησης, που αποτελούν βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση, είναι η βελτίωση της ρευστότητας των επιχειρήσεων. Παραδείγματα τέτοιων δανείων αποτελούν τα ανοιχτά δάνεια και οι αλληλόχρεοι λογαριασμοί. Στα ανοιχτά δάνεια χορηγείται πιστωτικό όριο από το οποίο οι επιχειρήσεις μπορούν να δανείζονται χωρίς ωστόσο να το ξεπερνούν. Η εξόφληση μπορεί να είναι τμηματική, δίνοντας τη δυνατότητα στην επιχείρηση να συνεχίζει το δανεισμό της. Το όριο της χρηματοδότησης εξαρτάται κυρίως από τον τζίρο της επιχείρησης με επιδότηση έως και το 100% αυτού.

- **Μακροπρόθεσμα δάνεια**

Τα μακροπρόθεσμα δάνεια εμπερικλείουν συνήθως τα δάνεια εγκατάστασης και τα δάνεια επαγγελματικού εξοπλισμού. Πιο συγκεκριμένα, η χρηματοδότηση για επαγγελματική στέγη μπορεί να αγγίξει έως το 100% της αξίας του ακινήτου, με διάρκεια από τρία μέχρι τριάντα έτη ανάλογα με την τράπεζα και τον πελάτη. Στη περίπτωση ενός νέου επιχειρηματία, μπορεί να

δοθεί μια περίοδο χάριτος μέχρι δύο χρόνια, κατά την διάρκεια της οποίας ο δανειζόμενος καλείται να πληρώσει μόνο τους τόκους⁶⁸.

Στην περίπτωση που ο κύριος σκοπός της δανειοδότησης είναι η αγορά παγίου εξοπλισμού, η διάρκεια αποπληρωμής είναι συνήθως 15 χρόνια, καλύπτοντας έως και το σύνολο της επένδυσης της αγοράς του παγίου εξοπλισμού.

- **Ομολογιακά Δάνεια**

Οι ομολογίες αντιπροσωπεύουν δικαιώματα των ομολογιούχων έναντι της εκδότριας επιχείρησης κατά τους όρους του δανείου (Asselbergh 2002). Επομένως, οι επιχειρήσεις μπορούν να δανεισθούν από το ευρύ κοινό, δίνοντας τους τη δυνατότητα εναλλακτικής δανειοδότησης ειδικά όταν ο τραπεζικός δανεισμός είναι δύσκολος (Κοκκομελής, 1995). Βασικό προνόμιο των ομολογιακών δανείων είναι ότι οι επιχειρήσεις απευθύνονται κατευθείαν στην αγορά κεφαλαίων, με τη δυνατότητα μακροπρόθεσμου σχεδιασμού λόγω της μεγαλύτερης χρονικής διάρκειας τους συγκριτικά με τη διάρκεια των τραπεζικών (Βασιλείου, Ηρειώτης, 2006).

❖ Χρηματιστηριακή αγορά

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να απευθυνθούν άμεσα στο επενδυτικό κοινό και να αναζητήσουν κεφάλαια για την ενίσχυση των αναπτυξιακών και επενδυτικών τους έργων, καλύπτοντας την ανάγκη για εύκολη, γρήγορη και με μικρό κόστος ένταξη στο χρηματιστηριακό περιβάλλον, μέσω της Εναλλακτικής Αγοράς (ENA). Αποτελεί έναν Πολυμερή Μηχανισμό Διαπραγμάτευσης (ΠΜΔ) όπως αυτός περιγράφεται στη Οδηγία της ΕΕ για τις επενδυτικές υπηρεσίες (MiFID). Χαρακτηρίζεται ως «μη οργανωμένη αγορά», καθώς δεν εμπίπτει στις διατάξεις που υποχρεωτικά εφαρμόζονται στις οργανωμένες αγορές και επιβάλλουν αυστηρότερες προϋποθέσεις εισαγωγής και παραμονής σε αυτές⁶⁹.

Το Χρηματιστήριο Αθηνών έχει δημιουργήσει (Ιανουάριος 2014) τις δύο παρακάτω διακριτές κατηγορίες μετοχών, για τις οποίες υφίστανται ανάλογες προϋποθέσεις και διαδικασία ένταξης:

- **ΕΝΑ ΣΤΕΠ:** είναι η κατηγορία της Εναλλακτικής Αγοράς (ENA) του Χρηματιστηρίου Αθηνών που επιδιώκει να δώσει διέξοδο χρηματοδότησης σε μικρές και μεσαίες εταιρίες που εμφανίζουν καινοτόμες ιδέες στην ανάπτυξη, παραγωγή ή στη διάθεση των

⁶⁸ <http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=148866>

⁶⁹ <http://www.helex.gr/el/web/guest/listing-alternative-market>

προϊόντων και υπηρεσιών τους αλλά και σε εταιρίες που βρίσκονται στο αρχικό στάδιο της επιχειρηματικής τους εξέλιξης με όρους αγοράς⁷⁰.

- **ENA PLUS:** απευθύνεται σε εταιρίες με ιστορικό λειτουργίας και επιχειρηματικής πορείας τουλάχιστον δύο ετών. Κατά την ένταξη τους στην ENA PLUS οι εταιρίες μπορούν να αντλήσουν κεφάλαια μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου με καταβολή μετρητών και έκδοσης νέων μετοχών που θα διατεθούν στο επενδυτικό κοινό είτε χωρίς είτε με Δημόσια Προσφορά⁷¹. Εκτός από μετοχές, οι εκδότριες εταιρίες (ελληνικές ή αλλοδαπές) μπορούν να εντάξουν προς διαπραγμάτευση στην ENA και ομολογίες διαφόρων τύπων (κοινές, μετατρέψιμες, ανταλλάξιμες, με παραστατικά δικαιωμάτων προς κτήση άλλων κινητών αξιών κλπ).

2.7.2. Σύγχρονα Χρηματοδοτικά Εργαλεία Νεοφυών Επιχειρήσεων

Στη σημερινή εποχή και κυρίως λόγω των οικονομικών δυσχερειών, οι νεοφυείς επιχειρήσεις, δυσκολεύονται να χρηματοδοτήσουν το επιχειρηματικό τους εγχείρημα μέσω του τραπεζικού δανεισμού και της προσφυγής στη χρηματιστηριακή αγορά. Αναμενόμενη επομένως, είναι η στροφή των νεοφυών επιχειρήσεων σε άλλα εναλλακτικά και σύγχρονα χρηματοδοτικά εργαλεία. Σε αυτές τις μορφές γίνεται λόγος στη συνέχεια αυτής της ενότητας.

❖ Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture capital)

Τις τελευταίες δυο δεκαετίες, τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital) αποτελούν την πιο διαδεδομένη μορφή χρηματοδότησης επιχειρηματικών σχεδίων με δυνητικά υψηλές αποδόσεις, αλλά και ρίσκο. Σύμφωνα και με τον ορισμό της Hellenic Venture Capital Association, τα Επιχειρηματικά Κεφάλαια⁷² αναφέρονται ως «Μέσο-μακροπρόθεσμες επενδύσεις υψηλής απόδοσης και υψηλού κινδύνου με συμμετοχή στα ίδια κεφάλαια νέων ή ταχέως αναπτυσσόμενων μη εισηγμένων επιχειρήσεων».

Η εμφάνιση τους έγινε στις ΗΠΑ μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, ενώ στην Ελλάδα άρχισε να αναπτύσσεται από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, στηρίζοντας τις αυξημένες χρηματοδοτικές ανάγκες δυναμικών και γρήγορα αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων ή όπως συνηθίζεται να λέγεται, επιχειρήσεων με προοπτική (“growth story”). Το 2014, πάνω από 80 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ, επενδύθηκαν παγκοσμίως μέσω VC και κατέστησαν δυνατές

⁷⁰ <http://www.helex.gr/el/listing-alternative-ena-step>

⁷¹ <http://www.helex.gr/el/listing-alternative-ena-plus>

⁷² <http://www.hvca.gr/>

ορισμένες αρχικές δημόσιες προσφορές (IPOs) για εταιρείες που βρίσκονταν, μεταξύ άλλων, στην Κίνα, την Ινδία και το Ισραήλ (Ernst & Young, 2015). Αυτό εξηγεί γιατί πολλές είναι οι χώρες που προσπαθούν να επεκτείνουν το μοντέλο των κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών (GEM, 2016).

Τα κεφάλαια αυτά θεωρείται ότι αποτελούν τη γέφυρα μεταξύ των κεφαλαίων που δύναται να παρέχει ο ιδρυτής, η οικογένεια ή οι φίλοι, καθώς και οι ιδιώτες επενδυτές τα οποία εξαντλούνται στη φάση της εκκίνησης. Στην ουσία, τα επιχειρηματικά κεφάλαια αποτελούν ιδιωτικές εταιρείες που αναλαμβάνουν τη διαχείριση τους (GEM, 2016), ενώ η προέλευση τους μπορεί να είναι από ασφαλιστικά ταμεία, τράπεζες, περιουσιακά στοιχεία ιδρυμάτων και άλλων οργανισμών ή εγχώριους και ξένους θεσμικούς επενδυτές .

Οι επενδυτές αποκτούν τμήμα του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας ως αντάλλαγμα για την παρεχόμενη χρηματοδότηση,⁷³ με αποτέλεσμα την ανάληψη μέρους του επιχειρηματικού ρίσκου αποβλέποντας οφέλη σε μεσοπρόθεσμο ορίζοντα. Σε αντάλλαγμα για τις επενδύσεις τους, τα Venture Capital συνήθως αναμένουν ένα 20 έως 30 % (ή ακόμα μεγαλύτερο) μερίδιο των ιδίων κεφαλαίων ιδιοκτησίας από οποιαδήποτε χρηματοδοτούμενη εταιρεία (Bussgang, 2014).

Συγκεκριμένα, οι εταιρείες VC, αποβλέπουν κατά κανόνα σε δυναμικές, καινοτόμες επιχειρήσεις με διοίκηση που μπορεί να αντιληφθεί τα σύγχρονα πρότυπα εταιρικής διακυβέρνησης, διαθέτοντας συγκεκριμένη οργανωτική δομή. Σύμφωνα με τον Paul Graham⁷⁴, το βασικό κριτήριο αξιολόγησης για την ανάληψη μιας επένδυσης είναι η αναλογία της απόδοσης προς τον κίνδυνο. Τα επιχειρηματικά κεφάλαια επενδύουν μόνο σε επιχειρήσεις που ανταποκρίνονται στα κριτήρια τους, τα οποία μπορεί να σχετίζονται με τη θέση της επένδυσης και την εμπλοκή της εταιρείας κεφαλαίων στις δραστηριότητες της επιχείρησης.

Επομένως, η κινητήρια δύναμη της τοποθέτησης κεφαλαίου και άσκησης της δραστηριότητας της εταιρείας Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών στη χρηματοδοτούμενη επιχείρηση είναι η προσδοκία καταγραφής υπεραξίας από την πώληση του μεριδίου συμμετοχής (GEM, 2016). Επιπλέον, τα παραγόμενα κέρδη είναι πιο εύκολα διαχειρίσιμα, σε σχέση με τα μερίσματα που θα μπορούσε να είχε από συνηθισμένες επιχειρήσεις⁷⁵.

⁷³ <http://www.venturecentral.co.uk/venture-capital-explained/4583889671>

⁷⁴ <http://www.paulgraham.com/bio.html>

⁷⁵ Ωστόσο, οι κίνδυνοι είναι ιδιαίτερα σημαντικοί και για λόγους διαχείρισης αυτών από τις τοποθετήσεις των κεφαλαίων, οι εταιρείες Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών προσπαθούν να επιτύχουν την κατά το δυνατό αποτελεσματικότερη διασπορά του χαρτοφυλακίου χρηματοδοτήσεων τους.

Οι επιχειρήσεις που αντλούν κεφάλαια από Venture Capital τείνουν να δραστηριοποιούνται σε τομείς στους οποίους οι εταίροι έχουν κάποια εμπειρία, είτε σχετική με τον τομέα δραστηριοποίησης της επιχείρησης, είτε σχετικά με την τοποθεσία όπου δραστηριοποιείται η επιχείρηση (IOBE, 2016). Οι εταιρείες VC εκτός από την παροχή κεφαλαίων, προσφέρουν βοήθεια και σε θέματα διοίκησης, marketing, στελέχωσης, ανάπτυξης, στρατηγικού σχεδιασμού, προετοιμασίας για εισαγωγή στο χρηματιστήριο και εκτίμησης-αξιολόγησης της επενδυτικής ιδέας/του επενδυτικού προγράμματος. Παράλληλα, η χρηματοδοτούμενη επιχείρηση χρησιμοποιεί τις σχέσεις της εταιρείας VC για τη σύναψη πιθανών συνεργασιών, καθώς η συμμετοχή μιας εταιρείας επιχειρηματικών κεφαλαίων προσδίδει κύρος σε μια επιχείρηση, διευκολύνοντας μάλιστα την πρόσβαση σε παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης.

Η εταιρεία Κεφαλαίων Επιχειρηματικού Κινδύνου συνήθως παραμένει σε μια επιχείρηση για χρονικό διάστημα που κυμαίνεται μεταξύ 3 με 5 χρόνων, γεγονός που εξαρτάται από τις επικρατούσες συνθήκες στην αγορά καθώς επίσης και την αξία της ίδιας της επιχείρησης εκείνο το χρονικό διάστημα⁷⁶. Προσεγγιστικά, το ύψος της χρηματοδότησης των VCs κυμαίνεται από 250.000 \$ μέχρι και 100 εκατ.\$, επιδιώκοντας απόδοση έως και 10 φορές την επένδυσή τους, μέσω της εισόδου της επιχείρησης σε χρηματιστηριακή αγορά ή μέσω κάποιας εξαγοράς (GEM, 2016).

Ωστόσο, πρέπει να αναφερθεί ότι η χρηματοδότηση διαφέρει ανάλογα με το στάδιο του κύκλου ζωής της επιχείρησης, όπως έχει αναφερθεί διεξοδικότερα στην Ενότητα 2.6.1, με τη χρηματοδότηση σποράς να αφορά την έρευνα, την υποστήριξη και ανάπτυξη μίας ιδέας ή ενός αρχικού σχεδίου, πριν η επιχείρηση εισέλθει στο πρώτο στάδιο της εκκίνησης. Η χρηματοδότηση κατά την εκκίνηση χρησιμοποιείται για την ανάπτυξη προϊόντος/υπηρεσίας και την αρχική τους προώθηση με τα κεφάλαια να χρησιμοποιούνται κυρίως για έρευνα και ανάπτυξη και για την εκπαίδευση κατάλληλου προσωπικού, ειδικά στις επιχειρήσεις με αντικείμενο την τεχνολογία (Tariq, 2013).

Οι περισσότερες επενδύσεις μέσω Venture Capital γίνονται σε μεταγενέστερο στάδιο, όταν οι επιχειρήσεις βρίσκονται πλέον σε φάση ανάπτυξης με την μέση ηλικία μιας επιχείρησης που λαμβάνει VC να είναι τα τέσσερα έτη (Small Business Association, 2013). Αυτό σημαίνει ότι τα Venture Capitals αποτελούν τελικά συνήθως χρηματοδότες δεύτερης φάσης και

⁷⁶ Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα: Θεωρία-Πράξη, παρ., σελ. 429-430

αντιδιαστέλλονται από το κεφάλαιο σποράς (seed capital) που μπορεί να δοθεί από διάφορους φορείς σε προγενέστερο στάδιο (IOBE, 2016).

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρει αυτή η μέθοδος παροχής χρηματικής ενίσχυσης, είναι ιδιαίτερα σημαντικά σε νέες επιχειρήσεις. Σημαντικό προτέρημα της χρηματοδότησης μέσω VC είναι ότι η επιχείρηση δεν υποχρεούται στην παροχή εγγυήσεων για το κεφάλαιο που της παρέχεται και ότι αποκτά οικονομική σταθερότητα για όσο διαρκεί η συμφωνία / συνεργασία. Επομένως, η εταιρεία Venture Capital, ακόμα και σε περίπτωση αποτυχίας της επιχείρησης, δεν διεκδικεί επιστροφή των χρημάτων που είχε επενδύσει στην επιχείρηση, εφόσον οι όροι της συμφωνίας έχουν τηρηθεί μεταξύ των δύο μερών⁷⁷.

Πολλοί μελετητές, μάλιστα, έχουν επικεντρώσει την προσοχή τους στην επίδραση των VC στην οικονομική μεγέθυνση των εταιριών. Μεταξύ αυτών, οι Davila et.al. (2013)⁷⁸ συμπέραναν ότι η παρουσία VC σε νεοφυείς επιχειρήσεις στο San Francisco συνδέεται με την ταχύτερη αύξηση του αριθμού των εργαζομένων. Οι Puri και Zarutskie (2012)⁷⁹ παρατήρησαν ότι οι επενδύσεις VC επηρεάζουν θετικά, μεταξύ άλλων, την απασχόληση και την αύξηση του μεγέθους των νεοφυών επιχειρήσεων. Τέλος, οι Bertoni et al. (2011) και Bronzini et al. (2015)⁸⁰ διαπίστωσαν ότι οι επιχειρήσεις που έχουν χρηματοδοτηθεί από VC, εμφανίζουν μεγαλύτερη αύξηση στους δείκτες μεγέθους και κερδών (EIF, 2016).

Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν και μειονεκτήματα στις επενδύσεις επιχειρηματικών κεφαλαίων που σχετίζονται κυρίως με το επίπεδο του ελέγχου που ζητούν στο Διοικητικό Συμβούλιο, στις εταιρικές αποφάσεις και στη συμμετοχή στις διοικητικές διαδικασίες, γεγονός που μπορεί να μειώσει το μέγεθος της επένδυσης, εάν σημειωθεί συνεχόμενη αβεβαιότητα και άρα, να θεωρηθεί παρέμβαση στις δραστηριότητες των υπό χρηματοδότηση επιχειρήσεων.

Αξίζει επίσης, να σημειωθεί ότι παρότι υπάρχει μεγάλη προβολή του συγκεκριμένου χρηματοδοτικού εργαλείου στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, η συμβολή του στο επιχειρηματικό οικοσύστημα είναι σχετικά μικρή, καθώς μόλις το 0,16% των μικρών επιχειρήσεων στις ΗΠΑ έχουν λάβει VC (Gregson, 2014). Όμως, το συγκεκριμένο χρηματοδοτικό εργαλείο θεωρείται από πολλούς μελετητές και υπεύθυνους χάραξης πολιτικής, βασικός παράγοντας ενίσχυσης των καινοτόμων επιχειρήσεων υψηλής αξίας, γεγονός που επιβεβαιώνεται καθώς τα VC έχουν

⁷⁷ <http://www.startup.gr/>

⁷⁸ Στοιχεία από 494 νεοφυείς επιχειρήσεις, χρήστες και μη κεφαλαίων VC.

⁷⁹ Διαχρονικά στοιχεία 25 ετών, συγκρίνοντας νεοφυείς επιχειρήσεις που έλαβαν κεφάλαια VC με αυτές που δεν έλαβαν.

⁸⁰ Δυο διαφορετικά σύνολα δεδομένων που έχουν συλλεχθεί από ιταλικές νεοφυείς επιχειρήσεις.

χρηματοδοτήσει μερικές από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες εταιρείες τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό όπως το Skype, ο Zappos, το Facebook και το Alibaba (GEM, 2016). Επιπλέον, χαρακτηριστικά παραδείγματα εταιρειών Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών στην Ελλάδα αποτελούν οι εταιρείες Goody's, Γερμανός και Chipita, ενώ στο εξωτερικό είναι η Microsoft, η Amazon.com και η Yahoo.

❖ Επενδυτές άγγελοι (Business Angels)

Οι «επενδυτές άγγελοι» είναι άτομα με οικονομική ευρωστία, που μπορούν να αξιολογούν επενδύσεις και να επενδύουν σε υψηλής ποιότητας μεμονωμένες επιχειρηματικές δραστηριότητες εξαιτίας του ενδιαφέροντος τους για έναν συγκεκριμένο κλάδο ή επιχειρηματικό χώρο, με αντάλλαγμα ένα μερίδιο ιδίων κεφαλαίων είτε μεμονωμένα, είτε σε ομάδες, χωρίς απαραίτητα να ανήκουν σε ένα κοινό ταμείο. Όταν η επιχείρηση αναπτυχθεί αρκετά (συνήθως μετά την πάροδο 1 με 2 ετών), ο επενδυτής αποχωρεί από αυτή προβαίνοντας στην πώληση του μεριδίου του σε άλλον επενδυτή ή στην ίδια την επιχείρηση⁸¹ (IOBE, 2016).

Το προφίλ των επιχειρηματικών αγγέλων, σύμφωνα με τον Mason (2013), περιλαμβάνει κυρίως επιτυχημένους άντρες επενδυτές, με είτε μεμονωμένα είτε οικογενειακά κεφάλαια, από 35 έως 65 ετών, που επιθυμούν να επενδύσουν τη πλεονάζουσα ρευστότητα των κεφαλαίων τους βασιζόμενοι στο ένστικτο και την εμπειρία τους αναλαμβάνοντας επιχειρήσεις υψηλού ρίσκου, με απώτερο σκοπό τις υψηλές αποδόσεις και την αποκομιδή υπεραξίας σε μεσοπρόθεσμο ορίζοντα από την πώληση της συμμετοχής τους (Mason 2013). Αυτοί οι επενδυτές μπορούν να συνθέτουν και ένα δίκτυο επιχειρηματικών αγγέλων (BAN) και να μοιράζονται τους πόρους με άλλους επενδυτές (IOBE, 2016).

Αναλυτικότερα, οι επιχειρηματικοί άγγελοι πραγματοποιούν άμεσες επενδύσεις, επιδιώκοντας να λειτουργήσουν ως επενδυτές προστιθέμενης αξίας, συνεισφέροντας επιχειρηματικές δεξιότητες και παρέχοντας κεφάλαια σποράς και εκκίνησης. Στα καθήκοντα τους, περιλαμβάνονται η συμβουλευτική υποστήριξη της υπό χρηματοδότηση εταιρείας, η μεταφορά τεχνογνωσίας και η προβολή της στον ευρύτερο κύκλο γνωριμιών των αγγέλων (Sohl & Hampshire 2002).

⁸¹ Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα: Θεωρία-Πράξη, παρ., σσ434-441 καθώς επίσης Ενωσιολογικές Προσεγγίσεις στην Επιχειρηματικότητα Καινοτομίας, παρ., σ. 259

Το ενδιαφέρον εστιάζεται στην ύπαρξη ή μη αναπτυσσόμενης αγοράς για το προϊόν ή την υπηρεσία, στην ανταγωνιστικότητα του προϊόντος, στην αξιοπιστία της επιχειρηματικής μονάδας, στην ύπαρξη εμπειρίας και τέλος στις προοπτικές ανάπτυξης το εγχειρήματος, με βασικό σκοπό την ευθυγράμμιση των κινήτρων του ιδιοκτήτη και των επενδυτών, σύμφωνα με την απόδοση (Deakins and Freel, 2007). Ωστόσο, έρευνα των Mason, Harrison και Botelho (2016) δείχνει ότι οι επιχειρηματικοί άγγελοι δυσκολεύονται στην απόκτηση επιτυχημένων αποχωρήσεων (IPO ή εξαγορά) από τις εταιρείες που επενδύουν, γεγονός που οφείλεται κυρίως στην μη υιοθέτηση συγκεκριμένης επενδυτικής στρατηγικής αποχώρησης από πλευράς των αγγέλων.

Το ύψος των επενδύσεων κυμαίνεται από 25.000€ έως και 250.000€, ή το 15% του συνολικού κεφαλαίου της χρηματοδοτούμενης επιχείρησης. Εν τούτοις, το επενδεδυμένο ποσό μπορεί να είναι υψηλότερο, σε περίπτωση που οι επιχειρηματικοί άγγελοι είναι οργανισμός. Αυτή η μορφή χρηματοδότησης δεν απαιτεί ελέγχους και εγγυήσεις καθώς είναι ανεπίσημη σε σχέση με τους άλλους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς. Σε κάθε περίπτωση, το μέγεθος της επένδυσης και του κινδύνου διαφοροποιείται, με αποτέλεσμα, αυτή η πηγή χρηματοδότησης να είναι προσιτή για της μικρές επιχειρήσεις (Agyarong 2010).

Αυτού του είδους η χρηματοδότηση, μπορεί να αφορά είτε το σύνολο του επιχειρηματικού σχεδίου, κατά τη διάρκεια όλων των σταδίων ανάπτυξης, είτε την επένδυση των αρχικών σταδίων ανάπτυξης (GEM, 2016). Όπως σημειώνουν οι Deffains-Crapsky και Klein (2016), οι επιχειρηματικοί άγγελοι στις Ηνωμένες Πολιτείες και στην Ευρώπη διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο, ως ένας είδος «απαραίτητου» διαμεσολαβητή μεταξύ των επιχειρηματιών και των VC.

Ουσιαστικά, αυτή η μορφή χρηματοδότησης αποτελεί μια εναλλακτική στρατηγική επένδυσης για τους νέους επιχειρηματίες. Αφορά κυρίως επιχειρηματίες που δεν μπορούν να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση από επίσημη πηγή π.χ. τράπεζες (IOBE, 2016). Επομένως, η διαφορά των επιχειρηματικών αγγέλων με τους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς έγκειται στην «ανεπισημότητα» της δραστηριότητας των πρώτων (“Shadow Banking”) αφού η επένδυση στηρίζεται περισσότερο στην αντίληψη και τη σχέση του επιχειρηματικού αγγέλου με την χρηματοδοτούμενη επιχείρηση παρά στα κριτήρια και τους περιορισμούς που μπορεί συνήθως να θέτει ένας χρηματοπιστωτικός οργανισμός.

Πολλές φορές, οι επιχειρηματικοί άγγελοι παρομοιάζονται με τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital). Ωστόσο, η ουσιώδης διαφορά έγκειται στο ότι μεμονωμένα άτομα μπορούν να χρηματοδοτήσουν επενδύσεις χωρίς να ανήκουν αλλά ούτε και να ενεργούν εξ ονόματος μιας ομάδας επενδυτών ή ενός επιχειρηματικού ταμείου, με αποτέλεσμα να έχουν μεγαλύτερη ελευθερία κινήσεων και να μπορούν να επενδύουν σε ευρύτερο φάσμα εταιρειών. Επομένως, οι επενδυτές άγγελοι δύναται να χρηματοδοτούν μια επιχειρηματική ιδέα από προσωπικό συμφέρον ή από αίσθημα κοινωνικής ευθύνης, βοηθώντας πιθανώς νεοφυείς επιχειρήσεις που χρειάζονται μεγαλύτερο χρονικό διάστημα για να αναπτυχθούν ή που να μην αποδίδουν πολύ υψηλά κέρδη, όπως κατά κανόνα θα απαιτούσαν οι επενδυτές των VC (GEM, 2016).

Σύμφωνα με τον Manuel Barroso⁸², τα οφέλη από την δραστηριοποίηση των Business Angels μέσω των χρηματοδοτήσεων σε νεοφυείς καινοτόμες επιχειρήσεις είναι πολλαπλά, καθώς συμβάλλουν στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, συνεισφέρουν σημαντικά σε επίπεδο καθοδήγησης της διοίκησης μέσω συμβουλευτικών υπηρεσιών και θεωρείται ότι έχουν διαδραματίσει θετικό ρόλο στην ανάκαμψη της Ευρώπης.⁸³

Όμως, , το μέγεθος και το οικονομικό αντίκτυπο των επενδύσεων των επενδυτών αγγέλων είναι δύσκολο να καθορισθεί επακριβώς, καθώς οι επιχειρηματικοί άγγελοι δεν υποχρεούνται να αναφέρουν δημόσια τις δραστηριότητές τους. Εν τούτοις, εκτιμάται ότι οι άγγελοι των ΗΠΑ επένδυσαν πάνω από 24 δισ.\$ ΗΠΑ σε 73.400 επιχειρήσεις το 2014 (Small Business Association, 2014). Στην Ευρώπη, οι επενδυτές άγγελοι εκτιμάται ότι έχουν επενδύσει 5,5 δισ.€ σε περίπου 3000 επιχειρήσεις το 2013 (EBAN, 2014).

Στην Ελλάδα, αυτός ο τρόπος χρηματοδότησης (Business Angels) δεν είναι ούτε ιδιαίτερα διαδεδομένος ούτε θεσμοθετημένος, αλλά αντιθέτως περιορίζεται σε οικονομικά εύρωστους συγγενείς, όπου χρηματοδοτούν ένα νεότερο μέλος της οικογένειας, ώστε να ξεκινήσει την επιχειρηματική του δραστηριότητα⁸⁴. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια έντονη

⁸² http://www.eban.org/message-of-support-to-the-european-business-angels-week-by-jose-manuel-barroso-president-of-the-european-commission/#.UwG9Dfl_tgt

⁸³ Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει ιδρύσει το European Business Angels Network, με σκοπό την προώθηση και ανάπτυξη του θεσμού Business Angels στην Ευρώπη. Σχεδόν σε όλες τις αναπτυγμένες χώρες στην Ευρώπη έχουν δημιουργηθεί δίκτυα «επιχειρηματικών αγγέλων». Το E.B.A.N (Euroean Business Angels Network) ιδρύθηκε το 1999 με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (European Commission) και τη EURADA. Είναι μια ανεξάρτητη και μη κερδοσκοπική ένωση που αντιπροσωπεύει τα ενδιαφέροντα των 'business angels' και επιχειρηματιών που αναπτύσσουν καινοτόμες δραστηριότητες. Ενεργεί επίσης ως 'think tank' προς τη διαμόρφωση πολιτικής υπέρ των Business Angels (BAs) και των Business Angel Networks (BANs), καθώς και για την ανάπτυξη του θεσμού του angel investment στην Ευρώπη. Ως θεσμικό όργανο όλων των business angels και των δικτύων τους, ο ρόλος του E.B.A.N συνίσταται στο να οργανώνει, να συντονίζει, και να καθοδηγεί τα ευρωπαϊκά δίκτυα-μέλη του. <http://www.eban.org/>

⁸⁴ Για περισσότερες πληροφορίες βλ. στο site http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis.htm#Ιδιώτες Επενδυτές (Business Angels)

εκδήλωση ενδιαφέροντος προς αυτό τον τρόπο χρηματοδότησης, γεγονός που αποδεικνύεται από τη δημιουργία δικτύων Επιχειρηματικών Αγγέλων, όπως είναι το Δίκτυο Ελλήνων Επιχειρηματικών Αγγέλων (Hellenic Angels)⁸⁵ που έθεσε σε λειτουργία το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών⁸⁶

❖ Μικροχρηματοδότηση (Microfinance)

Σημαντική πηγή χρηματοδότησης επιχειρήσεων αρχικών σταδίων, κυρίως σε αναπτυσσόμενες οικονομίες, αποτελεί η μικροχρηματοδότηση, που μετρά λίγες δεκαετίες ύπαρξης Στην αρχική της μορφή, οι μη κερδοσκοπικοί χαρακτήρα οργανισμοί αλλά και κρατικοί φορείς προσφέρουν δάνεια χωρίς εξασφάλιση (collateral) σε δυνητικούς επιχειρηματίες που υπό κανονικές συνθήκες δεν θα είχαν καμία πρόσβαση σε χρηματοδότηση Η μικροχρηματοδότηση στην ουσία εστιάζει στη διάθεση μικρότερων ποσών ως κεφάλαια εκκίνησης σε πολύ μικρές υφιστάμενες ή υπό σύσταση επιχειρήσεις, υπό τη μορφή δανείου, χωρίς ποινές προεξόφλησης, με ελάχιστα τραπεζικά έξοδα, περιορισμένες εγγυήσεις, και επιτόκιο όχι υψηλότερο από τις τράπεζες⁸⁷. Η πιο γνωστή διεθνώς περίπτωση είναι η Grammen Bank που ιδρύθηκε στο Μπαγκλαντές από τον M.Yunus το 1983, με το Grammen Foundation που από το 1997 στοχεύει αποκλειστικά στους πιο «φτωχούς από τους φτωχούς» και δραστηριοποιείται ήδη σε 40 χώρες. Τα τελευταία χρόνια στην ίδια κατεύθυνση κινείται και το Ίδρυμα Bill & Melinda Gates (GEM, 2016).

Επομένως, αυτή η μορφή χρηματοδότησης βοηθά ιδιαίτερα τους επιχειρηματίες εκείνων των χωρών που οι πιστωτές είναι ιδιαίτερα φειδωλοί στην παροχή κεφαλαίων σε επιχειρηματίες χωρίς εμπράγματα εξασφαλίσεις, με αποτέλεσμα να μην έχουν τη δυνατότητα να χρηματοδοτήσουν τις ιδέες τους. Μάλιστα, οι γυναίκες, οι οποίες συχνά αντιμετωπίζουν εμπόδια στην απόκτηση χρηματοδότησης στις αναπτυσσόμενες χώρες, μέσω της μικροχρηματοδότησης, έχουν πλέον τη δυνατότητα να χρηματοδοτήσουν τις επιχειρήσεις τους (GEM, 2016), προκαλώντας θετικό κοινωνικό αντίκτυπο (Aggarwal et.al., 2015).

Παράλληλα, σύμφωνα με τον Murdoch (2011), τα προγράμματα μικροχρηματοδότησης βοηθούν στην εξασφάλιση οικονομικών πόρων στα φτωχά νοικοκυριά, συμβάλλοντας θετικά στη σταθεροποίηση των εισοδημάτων τους, ενώ μελέτη των Banerjee et al. (2015) έδειξε ότι η

⁸⁵ Για περαιτέρω ανάλυση σχετικά με Δίκτυο Ελλήνων Επιχειρηματικών Αγγέλων (Hellenic Angels), βλ. στο site <http://www.hellenicangels.gr/>, καθώς και στο site <http://hellenicstartups.gr/hellenic-angels/>

⁸⁶ <http://www.acci.gr/acci/shared/index.jsp?context=101>

⁸⁷ <http://e-kepa.gr/frontend/index.php>

μικροχρηματοδότηση σε συνδυασμό με άλλες υπηρεσίες⁸⁸ δημιούργησε θετικά αποτελέσματα στους τομείς των εισοδημάτων, της επισιτιστικής ασφάλειας, των συνθηκών διαβίωσης και διατήρησης της ψυχικής υγείας.

Σήμερα, το μέγεθος και το πεδίο εφαρμογής της μικροχρηματοδότησης έχει αυξηθεί δραματικά και εκτιμάται ότι περισσότερα από 3.500 ιδρύματα εξυπηρετούν σήμερα περισσότερους από 200 εκατομμύρια πελάτες παγκοσμίως (Sabin, 2016). Μάλιστα, νέα χρηματοπιστωτικά προϊόντα προέκυψαν υπό την αιγίδα της μικροχρηματοδότησης, συμπεριλαμβανομένης της μικροαποταμίευσης (microsaving) και της μικροασφάλισης (microinsurance). Σήμερα, ο όρος μικροχρηματοδότηση περιλαμβάνει πολλές δραστηριότητες επιχειρηματικής χρηματοδότησης, έχοντας τροποποιηθεί σημαντικά από την αρχική της μορφή (GEM, 2016).

❖ Πλατφόρμες δανεισμού (Peer to peer lending)

Ο Peer-to-peer (P2P) δανεισμός αποτελεί ένα πιο σύγχρονο μοντέλο χρηματοδότησης, προσφέροντας σε επιχειρηματίες την ευκαιρία να τους χορηγηθούν μη εξασφαλισμένα δάνεια σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Η βασική διαφορά με τη μικροχρηματοδότηση είναι ότι, τα P2P δάνεια επικεντρώνονται αποκλειστικά στην κερδοφορία. Επομένως, πραγματοποιείται μια πιο αυστηρή διαδικασία ελέγχου με βάση την πιστωτική ικανότητα του επιχειρηματία-παραλήπτη. Τα συγκεκριμένα δάνεια αναμένεται να αποπληρωθούν με τόκο σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα, ενώ δεν προβλέπεται η παραχώρηση μετοχών ή άλλων δικαιωμάτων επί της επιχείρησης (IOBE, 2016). Αυτό το χρηματοδοτικό εργαλείο είναι περισσότερο διαδεδομένο στις ανεπτυγμένες χώρες, καθώς, θεωρείται απαραίτητο κριτήριο η ισχυρή πιστοληπτική ικανότητα των ατόμων ενώ σταδιακά εξαπλώνεται και στις αναπτυσσόμενες χώρες (Xusheng, 2014).

Ωστόσο, επισημαίνεται ότι η χρηματοδότηση μέσω P2P δανεισμού έχει ακόμα μικρή αποδοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα, συγκριτικά με άλλα χρηματοδοτικά εργαλεία. Η LendingClub⁸⁹ και η Prosper⁹⁰, τα δύο μεγαλύτερα δίκτυα P2P στις Ηνωμένες Πολιτείες, προσέφεραν από κοινού δάνεια ύψους περίπου 10 δις \$ το 2015, εκ των οποίων μόνο ένα μέρος αυτών παρέχεται σε επιχειρηματίες (NSRInvest, 2016). Ωστόσο, από το 2010 ο όγκος των δανείων σχεδόν διπλασιάζεται κάθε χρόνο, με αποτέλεσμα οι παραδοσιακές τράπεζες να έχουν

⁸⁸ Οι λοιπές υπηρεσίες ήταν: ανάπτυξη δεξιοτήτων, συμβουλευτική, πρόσβαση σε καταθετικό λογαριασμό, κατ' οίκον επισκέψεις και εκπαίδευση σε θέματα υγείας.

⁸⁹ <https://www.lendingclub.com/>

⁹⁰ <https://www.prosper.com/>

αρχίσει να ερευνούν πώς μπορούν είτε να ανταγωνιστούν είτε να ενταχθούν σε αυτά τα P2P δίκτυα (PWC, 2015).

Τέλος, τα διαθέσιμα στοιχεία είναι ελάχιστα σχετικά με την επιτυχία ή μη του P2P δανεισμού στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Ωστόσο, ενδέχεται να υπάρξουν περαιτέρω μελέτες, καθώς το μοντέλο αυτό αυξάνεται σε όγκο και σημασία, ως εναλλακτική μορφή επιχειρηματικής χρηματοδότησης (GEM, 2016).

❖ Πληθοπορισμός (Crowdfunding)

Το Crowdfunding («χρηματοδότηση από το πλήθος» ή «πληθοπορισμός») ή αλλιώς participate financing («συμμετοχική χρηματοδότηση») είναι μια νέα δυναμική πηγή χρηματοδότησης για την άντληση κεφαλαίου εκκίνησης, χρησιμοποιώντας τις μεθόδους της κοινωνικής δικτύωσης, καλύπτοντας τα κενά χρηματοδότησης που προκύπτουν από την αδυναμία της αγοράς (Ley and Weaven, 2011).

Στην ουσία, ο πληθοπορισμός πρόκειται για μία μέθοδο άντλησης κεφαλαίων από το πλήθος, κυρίως από το διαδίκτυο, όπου λειτουργεί μια πλατφόρμα στην οποία παρουσιάζονται διάφορα επιχειρηματικά σχέδια, επιδιώκοντας χρηματοδότηση για την υλοποίηση αυτών από το κοινό.

Από το 2006, η νέα αυτή πηγή χρηματοδότησης είχε αρχίσει να γίνεται δημοφιλής όπου έως το 2011 είχε δημιουργηθεί μεγάλο ποσοστό σχετικών ιστοσελίδων παγκοσμίως (Profounder, StartupAddict, Believers, Fund, Indiegogo, Kickstarter κ.α.), εστιάζοντας στη συνεργασία και τη συλλογικότητα. Στην Ελλάδα, το Crowdfunding έκανε την εμφάνιση του το 2011 με τη δημιουργία σχετικών ιστοσελίδων (StartersFund, Groopio)⁹¹.

Στην ουσία, σε αυτό το μοντέλο, μέσω μιας ηλεκτρονικής πλατφόρμας, οι επιχειρηματίες παρουσιάζουν τα έργα τους σε μελλοντικούς πιστωτές, ώστε να αντλήσουν την απαραίτητη χρηματοδότηση για την υλοποίηση του έργου τους. Η παροχή χρηματοδότησης μέσω της ανοικτής πρόσκλησης, μπορεί να λάβει είτε τη μορφή δωρεάς είτε με μελλοντικό αντάλλαγμα (προϊόν ή υπηρεσία ή και κάποια μορφή ανταμοιβής) (Belleflamme et. al.,2013). Επομένως, συγκεντρώνονται τα μικρά χρηματικά ποσά από τους ενδιαφερόμενους για την υλοποίηση κάποιου έργου ώστε να καλυφθεί ο επιδιωκόμενος χρηματικός στόχος σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.

⁹¹ www.epixeiro.gr

Αναφορικά με την αποπληρωμή των αντλούμενων κεφαλαίων, υπάρχουν δυο βασικοί τρόποι αποζημίωσης, το μοντέλο «όλα ή τίποτα» και το μοντέλο «κρατάς ό, τι παίρνεις». Συγκεκριμένα, στην πρώτη περίπτωση αποζημίωσης, ο επιχειρηματίας επιστρέφει τα χρήματα των επενδυτών στο ακέραιο ή σε περίπτωση που υπήρχε σχετική πρόβλεψη, οι πιστωτές λαμβάνουν τις προβλεπόμενες αποδόσεις βάσει της επένδυσης τους. Ωστόσο, αυτό το μοντέλο αποβλέπει κυρίως στο να προσελκύσει περισσότερους επενδυτές και περισσότερα κεφάλαια (Wash & Solomon, 2014). Στην δεύτερη περίπτωση, οι επιχειρηματίες δεσμεύουν όλα τα χρήματα που έχουν λάβει, ανεξαρτήτως της υλοποίησης ή μη του χρηματικού στόχου τους. Οι επιχειρηματίες πρέπει να αποφασίσουν πώς θα αποζημιώσουν τους επενδυτές τους: μέσω των χρηματικών ανταμοιβών ή καταβολής μεριδίου από τα ίδια κεφάλαια (IOBE, 2016). Επί του παρόντος, οι μεγάλες διαδικτυακές πλατφόρμες, Kickstarter και Indiegogo, δεν προσφέρουν προγράμματα μετοχικών συμμετοχών. Στην πραγματικότητα, σε πολλές χώρες, συμπεριλαμβανομένων όλων των ευρωπαϊκών χωρών, η έκδοση μετοχών μέσω του crowdfunding είναι παράνομη (Moritz and Block, 2014).

Τέλος, τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα αυτού του χρηματοδοτικού εργαλείου είναι η ευελιξία αναφορικά με το πώς οι επιχειρηματίες μπορούν να διαθέσουν τα λαμβανόμενα κεφάλαια, αλλά και για τον τρόπο αποζημίωσης των πιστωτών μέσα από τις αποδόσεις των επενδύσεων τους (IOBE, 2016). Επιπλέον, ο πληθοπορισμός επιτρέπει στους επιχειρηματίες να «μετρήσουν» το δημόσιο ενδιαφέρον για το προϊόν/υπηρεσία τους. Επομένως, οι επιχειρηματίες νεοφυών επιχειρήσεων επωφελούνται διττά μέσω της εξασφάλισης χρηματοδότησης για την υλοποίηση της ιδέας τους, αλλά και μέσω της δημιουργίας μιας βάσης πελατών χωρίς γεωγραφικά όρια (Cunningham, 2012). Οι Mollick και Kuppurwany (2014) μάλιστα, διαπίστωσαν ότι το crowdfunding διευκολύνει την άμεση αλληλεπίδραση με τους πελάτες και αυξάνει την δημοσιότητα από τον Τύπο. Τέλος, συμβάλλει στην αντιμετώπιση των ανισοτήτων καθώς, σύμφωνα με μελέτη των Marom, Robb και Sade (2016), ενισχύεται σημαντικά η γυναικεία επιχειρηματικότητα, αφού το 35% των ιδρυτών στην Kickstarter ήταν γυναίκες, όπως και το 44% των επενδυτών σε αυτήν την πλατφόρμα.

❖ Πρακτόρευση Απαιτήσεων (Factoring)

Η πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring) αποτελεί ένα σύγχρονο οικονομικό και νομικό θεσμό που απαρτίζεται από ευρύ φάσμα χρηματοοικονομικών υπηρεσιών για την κάλυψη

των αναγκών ρευστότητας των επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα ή παρέχουν υπηρεσίες με βραχυπρόθεσμη πίστωση σε πελάτες με επαναληπτική αγοραστική συμπεριφορά.

Συγκεκριμένα, η πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων (Factoring) είναι η σύμβαση μεταξύ μιας επιχείρησης και μιας εταιρείας πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (factor), όπου η επιχείρηση εκχωρεί στην εταιρεία πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων το σύνολο, κατά κανόνα, των απαιτήσεων τις οποίες έχει από τους πελάτες της. Η εταιρεία, με τη σειρά της, παρέχει μια δέσμη υπηρεσιών στην επιχείρηση, μεταξύ των οποίων είναι οι παρακάτω:

- Αξιολόγηση της φερεγγυότητας των πελατών της επιχείρησης και κάλυψη του πιστωτικού της κινδύνου
- Διαχείριση, λογιστική παρακολούθηση και είσπραξη των απαιτήσεων της επιχείρησης
- Χορήγηση χρηματοδότησης.

Μερικές εταιρείες παρέχουν και συμβουλές marketing: πληροφορίες στους πελάτες τους (κυρίως εξαγωγείς) για την προβλεπόμενη ζήτηση των προϊόντων τους, τους τρόπους διάθεσης των προϊόντων τους, τον ανταγωνισμό, την απαραίτητη διαφήμιση, τις ισχύουσες τελωνειακές διαδικασίες στις χώρες εξαγωγής, υποδεικνύουν στους πελάτες τους πιθανούς αγοραστές των προϊόντων τους, κλπ (Κατσέλη Λ., 2016).

Η διαδικασία χρηματοδότησης της εταιρείας μέσω των απαιτήσεων της πραγματοποιείται είτε με την ενεχυρίαση τους με την εταιρεία να λαμβάνει συμφωνημένη χρηματοδότηση από το δανειστή, είτε με πώληση αυτών με την εταιρεία να λαμβάνει μετρητά. Επομένως, ο βαθμός ρευστότητας της επιχείρησης ενισχύεται θετικά, με συνέπεια η επιχείρηση να γίνεται ακόμη πιο ανταγωνιστική, καθώς μπορεί να χρηματοδοτήσει άμεσα τις τρέχουσες ανάγκες της, να καλύψει την αυξημένη ζήτηση προϊόντων ή υπηρεσιών, να μειώσει το συνολικό της λειτουργικό κόστος και τον πιστωτικό της κίνδυνο.

Η πρακτόρευση απαιτήσεων μπορεί να αποτελέσει ευέλικτο χρηματοοικονομικό εργαλείο για τις μικρομεσαίες και επομένως για τις νεοφυείς επιχειρήσεις που παράγουν τυποποιημένα καταναλωτικά προϊόντα, παρέχοντας στους πελάτες τους βραχυπρόθεσμη πίστωση⁹² (Agyarong, D., 2010), με αποτέλεσμα να αποτελεί έναν αποτελεσματικό τρόπο χρηματοδότησης κεφαλαίου κίνησης. Ειδικά σε νεοφυείς επιχειρήσεις, η πρακτόρευση απαιτήσεων μπορεί να

⁹² Agyarong, D., 2010. Micro, Small and Medium Enterprises' Activities, Income Level and Poverty Reduction in Ghana—A Synthesis of Related Literature. *International Journal of Business and Management*, 5(12), pp.196–205.
<http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/viewFile/8507/6351>.

αποτελέσει την κύρια αν όχι μοναδική πηγή χρηματοδότησης. Ωστόσο, έχει παρατηρηθεί ότι συνήθως οι νεοφυείς επιχειρήσεις δεν χρησιμοποιούν αυτή την επιλογή συγκριτικά με τις μεγαλύτερες και εδραιωμένες επιχειρήσεις (Tariq, 2013).

❖ **Πώληση Επιχειρηματικών Απαιτήσεων (Forfeiting)**

Με τον όρο πώληση επιχειρηματικών απαιτήσεων (Forfeiting) νοείται η προεξόφληση (αγορά) μιας μεσοπρόθεσμης εξαγωγικής απαίτησης (από 6 μήνες έως 6 χρόνια) από κάποια τράπεζα ή ένα εξειδικευμένο πιστωτικό ίδρυμα. Τα εμπλεκόμενα μέρη στη διαδικασία του Forfeiting είναι: η τράπεζα που αγοράζει (προεξοφλεί) την απαίτηση (Forfaiter), ο εξαγωγέας που πουλάει, μεταβιβάζει την απαίτηση στην τράπεζα και εισπράττει από αυτήν το ισόποσο της μείον τον προεξοφλητικό τόκο (Forfaitist), ο οφειλέτης, δηλαδή ο αγοραστής του εμπορεύματος (εισαγωγέας) και η τράπεζα του οφειλέτη, η οποία εγγυάται την εξόφληση της οφειλής.

Η πώληση επιχειρηματικών απαιτήσεων προϋποθέτει ελάχιστες γραφειοκρατικές διαδικασίες, καλύπτει την εξαγωγή μεταχειρισμένων κεφαλαιουχικών αγαθών, θέτει ελάχιστους περιορισμούς ως προς την περίοδο ή τη μορφή της παροχής πίστωση και αναλαμβάνει το 100% του πιστωτικού κινδύνου, αποτελώντας έτσι μια καλή επιλογή χρηματοδότησης για τις νεοφυείς επιχειρήσεις. Το βασικό του πλεονέκτημα είναι η κάλυψη του πιστωτικού και του πολιτικού κινδύνου κατά την περίοδο της πίστωση, ενώ μειονεκτήματα του είναι ότι ο εξαγωγέας θα πρέπει να εντοπίσει έναν εγγυητή της προτίμησης του forfaiter και να καταβάλει μεγαλύτερο κόστος από ανάλογες μορφές τραπεζικού δανεισμού (Κατσέλη Λ., 2016).

❖ **Δικαιόχρηση (Franchising)**

Η δικαιόχρηση (Franchising) πραγματοποιείται όταν μια επιχείρηση παραχωρεί το δικαίωμα σε μια άλλη (franchisee) να εκμεταλλευτεί δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας της (εμπορικά σήματα, επωνυμίες, δικαιώματα αντιγραφής, πινακίδες καταστημάτων, σχέδια, τεχνογνωσίες, διπλώματα ευρεσιτεχνίας προς εκμετάλλευση κτλ.) με στόχο την εμπορία αγαθών και υπηρεσιών που ο δικαιοπάροχος (franchisor) χορηγεί.

Ο τρόπος χρηματοδότησης με τη χρήση Franchising μπορεί να αποτελέσει δυναμική πηγή ανάπτυξης για νεοφυείς εταιρείες που επιθυμούν γρήγορα αποτελέσματα καθώς ο δικαιοπάροχος δεν επιβαρύνεται ούτε με τη διεύθυνση του προσωπικού ούτε με τα εργατικά έξοδα αλλά

αντιθέτως ασχολείται με τη λειτουργία της επιχείρησης και την αύξηση των κερδών (Levitt et al. 2010).

❖ Χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing)

Η χρηματοδοτική μίσθωση (leasing) αποτελεί έναν πολύ εύκολο τρόπο χρηματοδότησης για τις σύγχρονες επιχειρήσεις, παρέχοντας σε μια επιχείρηση τη δυνατότητα να δημιουργήσει, να συμπληρώσει, να ανανεώσει, να εκσυγχρονίσει ή να επεκτείνει τον παραγωγικό εξοπλισμό της χωρίς να διαθέσει δικά της κεφάλαια. Ουσιαστικά, με τη χρηματοδοτική μίσθωση η επιχείρηση, ανεξάρτητα από το είδος, μέγεθος και τη νομική μορφή της, αποκτά αρχικά την κυριότητα ενός περιουσιακού στοιχείου με την καταβολή ενός προκαθορισμένου τιμήματος για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, με δυνατότητα μελλοντικές αγορές του..

Με το leasing, κατά συνέπεια, μια νεοφυής επιχείρηση χωρίς να δεσμεύει το απαραίτητο κεφάλαιο εξαγοράς, που ίσως και να μην διαθέτει λόγω περιορισμένης ρευστότητας ή να μην είναι δυνατή η εξεύρεση του (Freud and Klapper, 2009), εξασφαλίζει νέο εξοπλισμό. Επιπλέον, η νεοσύστατη επιχείρηση αποφεύγει τον υπέρμετρο δανεισμό, απαλλάσσεται από τον φόρο του εξοπλισμού και δεν χάνει την δυνατότητα μετά τη λήξη της μισθωτικής περιόδου να αποκτήσει την κυριότητα του εξοπλισμού⁹³.

Συνήθως, η χρηματοδοτική μίσθωση είναι διαθέσιμη κατά το δεύτερο στάδιο του κύκλου ζωής της επιχείρησης, όπου η επιχείρηση προσπαθεί να επεκτείνει τις επιχειρηματικές της δραστηριότητες και να αναζητήσει εναλλακτικές λύσεις χρηματοδότησης. Μάλιστα, το leasing δύναται να αποτελέσει ένα σημαντικό χρηματοδοτικό εργαλείο για τις νεοφυείς επιχειρήσεις, καθώς:

- Ο νέος επιχειρηματίας / επιχείρηση δεν υποχρεούται να καταβάλλει εξ αρχής το συνολικό ποσό της αξίας του εξοπλισμού που θέλει να αποκτήσει
- Ο νέος επιχειρηματίας / επιχείρηση δεν αναγκάζεται να καταφύγει σε υπέρμετρο δανεισμό
- Το σύνολο των καταβαλλόμενων μισθωμάτων αναγνωρίζεται ως λειτουργική δαπάνη κι εκπίπτει φορολογικά
- Απαιτούνται μικρότερες εγγυήσεις συγκριτικά με τον τραπεζικό δανεισμό.

⁹³ <http://www.startup.gr/>

- Δεν επιβαρύνονται οι Χρηματοοικονομικοί Δείκτες Δανεισμού της νέας επιχείρησης (Κατσέλη Λ., 2016)

Τονίζεται ωστόσο ότι συνήθως οι εν λόγω επιχειρήσεις δεν χρησιμοποιούν αυτή την επιλογή σε σχέση με τις μεγαλύτερες και παλαιότερες επιχειρήσεις (Tariq, 2013).

❖ **Αρχική Δημόσια Προσφορά (IPO)**

Ως αρχική δημόσια εγγραφή μιας επιχείρησης, νοείται η έκδοση κοινών μετοχών για πρώτη φορά προς το κοινό. Αυτό συμβαίνει όταν μια νέα επιχείρηση έχει αρχίσει να παράγει κέρδη από τα λαμβανόμενα κεφάλαια από τους επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων και επιθυμεί πλέον να επεκταθεί⁹⁴.

Επομένως, σε μια νεοφυή επιχείρηση, η δημόσια εγγραφή στο χρηματιστήριο, εξασφαλίζει τα απαραίτητα κεφάλαια που χρειάζεται για την υλοποίηση των επενδυτικών της σχεδίων, αυξάνοντας την αναγνωσιμότητα και την υπόληψη της, αξιοποιώντας τη μεγάλη συγκέντρωση επενδυτών και λαμβάνοντας μεγάλους όγκους κεφαλαίων για την επέκταση και τη μελλοντική της ανάπτυξη. Τέλος, οι δημόσιες εγγραφές με την ενίσχυση της κεφαλαιακής βάσης της νεοφυούς επιχείρησης, ενισχύουν το κύρος της επιχείρησης, προσελκύουν τα καλύτερα στελέχη και εν τέλει συμβάλουν στη δημιουργία πολλαπλών νέων χρηματοδοτικών δυνατοτήτων.

❖ **Παρακρατηθέντα κέρδη**

Σε μια επιχείρηση, τα παρακρατηθέντα κέρδη είναι ουσιαστικά τα κέρδη εις νέον ή εσωτερικά κεφάλαια που δεν έχουν διανεμηθεί στους μετόχους και χρησιμοποιούνται για τη χρηματοδότηση νέων επενδύσεων (Φαφαλιού, 2014). Όμως, στην περίπτωση των νεοφυών επιχειρήσεων, η χρήση αυτής της χρηματοδοτικής πηγής είναι ιδιαίτερα δύσκολη.

❖ **Bootstrapping**

Μια νεοφυής επιχείρηση, στο αρχικό στάδιο της, μπορεί αντί να προσφύγει σε εξωτερική χρηματοδότηση, μέσω δημιουργικών και έξυπνων προσπαθειών από πλευράς του ιδρυτή, να ελαχιστοποιήσει ή/και να εξοικονομήσει χρήματα από διάφορες προσωπικές πηγές του (Φαφαλιού, 2014).

Αναλυτικότερα, ο όρος "bootstrapping" είναι ένας σχετικά πρόσφατος τρόπος περιγραφής του παλαιότερου μοντέλου επιχειρηματικής χρηματοδότησης "self-financing". Αυτός ο όρος

⁹⁴ <https://www.investopedia.com/terms/i/ipo.asp>

σημαίνει χρήση των προσωπικών οικονομικών πόρων των ιδρυτών για τη χρηματοδότηση της νέας επιχείρησής τους. Σύμφωνα με τον Geoffrey Gregson, το bootstrapping συνήθως περιλαμβάνει τη χρήση προσωπικών αποταμιεύσεων και πιστωτικών καρτών για την πρόσβαση σε μετρητά, καθώς και εργασία από το σπίτι, αναζητώντας δωρεάν συμβουλές, χρησιμοποιώντας πιστώσεις από συνεργάτες, πελάτες και προμηθευτές και αξιοποιώντας προσωπική δικτύωση για εξοικονόμηση του αρχικού κόστους (Gregson, 2014).

Οι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν το bootstrapping για πολλούς λόγους, είτε από επιλογή είτε από αναγκαιότητα. Ορισμένοι επιχειρηματίες επιλέγουν την αυτοχρηματοδότηση καθώς δεν χρειάζεται να παραδώσουν μερίδια συμμετοχής, σε περίπτωση επιτυχίας της νεοφυούς επιχείρησης ενώ άλλοι επιλέγουν αυτό το εργαλείο, καθώς μειώνεται ο κίνδυνος ανάληψης μεγάλου δανείου από εξωτερικούς χρηματοδότες. Εν τούτοις, συνήθως αποτελεί αναγκαστική επιλογή για τους επιχειρηματίες όταν δεν μπορούν να εξασφαλίσουν εξωτερική χρηματοδότηση και δεν έχουν άλλη δυνατότητα από το να χρησιμοποιήσουν ίδιους πόρους (GEM, 2016).

❖ **Τραπεζική υπερανάληση**

Η τραπεζική χρηματοδότηση αποτελεί μια βραχυπρόθεσμη και ευέλικτη πηγή χρηματοδότησης. Χρησιμοποιείται κυρίως από μικρές επιχειρήσεις, όπου για να καλύψουν τις άμεσες ανάγκες τους, προβαίνουν σε υπερανάληση από τον τραπεζικό τους λογαριασμό. Βασικό πλεονέκτημα αυτού του είδους χρηματοδότησης είναι η ευελιξία που παρέχει, καθώς ο επιχειρηματίας και η τράπεζα συμφωνούν από κοινού το ποσό προς «διευκόλυνση». Ωστόσο, το υψηλό επιτόκιο, η πιθανή απαίτηση εγγυήσεων και η χρέωση προμήθειας αποτελούν ισχυρά μειονεκτήματα. Επιπλέον, η υπερβολική χρήση αυτού του χρηματοδοτικού εργαλείου μπορεί να οδηγήσει σε έλλειψη κεφαλαίου έκτακτης ανάγκης με την Τράπεζα να δύναται να ζητήσει την αποπληρωμή του εκταμιευμένου ποσού ανά πάσα στιγμή (Φαφαλιού, 2014).

❖ **Εμπορικές πιστώσεις (Trade credit)**

Οι εμπορικές πιστώσεις θεωρούνται ένα σημαντικό χρηματοδοτικό εργαλείο για τις νεοφυείς επιχειρήσεις καθώς δύναται να αποτελούν σημαντική πηγή κεφαλαίου κίνησης σε διαφορετικά στάδια του κύκλου ζωής της. Βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στις προϋπάρχουσες σχέσεις μεταξύ του επιχειρηματία και της εκάστοτε εμπορικής τράπεζας, παρέχεται υποστήριξη κατά τη διάρκεια κρίσιμων πιστωτικών στιγμών της εταιρείας ιδιαίτερα σε περιόδους δύσκολων οικονομικών συγκυριών. Ωστόσο, τονίζεται ότι οι εμπορικές πιστώσεις παρουσιάζουν υψηλό

κόστος καθώς μια τυπική εμπορική πίστωση πρέπει να έχει εξοφληθεί εξ ολοκλήρου σε τριάντα (30) μέρες (Tariq, 2013).

❖ Ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά εργαλεία

Τα ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά εργαλεία αποτέλεσαν και συνεχίζουν να αποτελούν σημαντικές πηγές χρηματοδότησης για τις ευρωπαϊκές νεοφυείς επιχειρήσεις, έχοντας στηρίξει έως σήμερα την άνθηση και την ανάπτυξη πολλών επιτυχημένων επιχειρήσεων σε όλα τα ευρωπαϊκά οικοσυστήματα.

Ο συνηθέστερος διαχειριστής των ευρωπαϊκών χρηματοδοτικών εργαλείων είναι το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ). Όμως, τα προηγούμενα χρόνια, η χρηματοδότηση παρέμεινε σε πολύ χαμηλά επίπεδα στο σύνολο της ΕΕ. Για αυτό το λόγο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων καθιέρωσαν μια νέα σειρά χρηματοδοτικών εργαλείων με βασικότερο στόχο την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, την αστική ανάπτυξη και τη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης (PWC, 2014).

Οι βασικές κατηγορίες χρηματοδοτικών εργαλείων είναι οι εξής:

- **Μικρό-δάνεια**

Τα μικρό-δάνεια αποτελούν εργαλεία κοινωνικού χαρακτήρα, συνδυάζοντας μικρά ποσά δανείου (έως 25.000€) με εκπαίδευση των ωφελούμενων/αυτοαπασχολούμενων επιχειρηματιών. Παρέχονται συνήθως από εξειδικευμένους μη-τραπεζικούς οργανισμούς με την αξιολόγηση των δικαιούχων να βασίζεται σε κοινωνικοπολιτικά κριτήρια παρά σε συνήθη κριτήρια χορήγησης πιστώσεων που εφαρμόζουν τα τραπεζικά ιδρύματα (PWC, 2014).

- **Δάνεια επιμερισμού ρίσκου**

Τα δάνεια επιμερισμού ρίσκου επιτρέπουν σε τελικούς δικαιούχους να αποκτήσουν πρόσβαση με καλύτερους όρους (π.χ. χαμηλά επιτόκια) σε τραπεζικό δανεισμό. Η χρηματοδότηση συχνά καλύπτεται από κρατική/ενωσιακή ενίσχυση και δάνειο από τον ενδιάμεσο φορέα (τράπεζα), εξασφαλίζοντας με αυτό το τρόπο χρηματοδότηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που σε αντίθετη περίπτωση δεν θα πληρούσαν τα τραπεζικά κριτήρια.

Επομένως, η διευκόλυνση πρόσβασης σε δανειοδότηση με ευνοϊκούς όρους μειώνει το κόστος κεφαλαίου των επιχειρήσεων, ενισχύοντας την ικανότητά τους να επεκτείνουν τη δραστηριότητά τους και να αναπτύσσονται (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2017).

- **Εγγυήσεις**

Οι εγγυήσεις επιτρέπουν την πρόσβαση δικαιούχων σε τραπεζικά προϊόντα κυρίως σε ότι αφορά τις απαιτούμενες εξασφαλίσεις με καλύτερους όρους. Οι εγγυήσεις έχουν εφαρμογή σε όλους τους τομείς και σε όλα τα τραπεζικά προϊόντα αποτελώντας εργαλεία υψηλής μόχλευσης. Δύναται να υλοποιούνται είτε με την άμεση εγγύηση δανείων ή άλλων τραπεζικών προϊόντων που παρέχει ο χρηματοδοτικός οργανισμός είτε ως εγγύηση μέρους ενός χαρτοφυλακίου (First loss portfolio guarantee) (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2017).

- **Κεφάλαια συν-επένδυσης**

Τα κεφάλαια συν-επένδυσης ενισχύουν τη δημιουργία επενδυτικών ταμείων που με τη σειρά τους διευκολύνουν την κεφαλαιακή βάση επιχειρήσεων στην οποία και συμμετέχουν ως εταίροι. Τα εργαλεία αυτά απευθύνονται κυρίως σε επιχειρήσεις, σε τομείς της καινοτομίας και των νέων τεχνολογιών, διαφοροποιούμενα ανάλογα με το επίπεδο ωριμότητας της επένδυσης (Seed capital, Venture capital) (PWC, 2014).

- **Mezzanine**

Τα υβριδικά εργαλεία τύπου Mezzanine συνδυάζουν δάνεια με επενδυτικά κεφάλαια. Ωστόσο, αυτού του είδους τα εργαλεία είναι λιγότερο διαδεδομένα αφού δεν υπάρχουν συνήθως οι κατάλληλοι οργανισμοί για την υλοποίησή τους λόγω της ειδικής εξειδίκευσης που απαιτείται με αποτέλεσμα να μην συναντώνται εύκολα ούτε σε εμπορικές τράπεζες άλλα ούτε και σε επενδυτικά ταμεία (PWC, 2014).

Διάγραμμα 2.24: Κατηγορίες χρηματοδοτικών εργαλείων, οφέλη και τομείς εφαρμογής

Κατηγορία	Παράδειγμα	Οφέλη	Ενδιάμεσοι φορείς	Τομείς εφαρμογής
Μικρό-δάνεια	Δάνεια έως 25.000 ευρώ, εκπαίδευση και mentoring	Δημιουργία επιχείρησης από άτομα κοινωνικά αποκλεισμένα, χωρίς την παροχή εξασφαλίσεων	Μη-τραπεζικοί οργανισμοί παροχής μικρό-δανείων, μικρές συνεταιριστικές ή εμπορικές τράπεζες	<ul style="list-style-type: none"> • Νέα επιχειρηματικότητα • Κοινωνική οικονομία
Δάνεια επιχειρησιμότητας	Επενδυτικά δάνεια, δάνεια κεφαλαίου κίνησης, βραχυπρόθεσμα δάνεια, μακροπρόθεσμα δάνεια	Χαμηλά επιτόκια	Εμπορικές τράπεζες	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα • Επενδύσεις αστικής ανάπτυξης • Ενέργεια • Κοινωνική οικονομία
Εγγυήσεις	Όλες οι μορφές δανείων, προϊόντα χρόνο-μίσθωσης, τραπεζικές εγγυητικές επιστολές	Χαμηλές εξασφαλίσεις	Εμπορικές τράπεζες, εταιρίες χρόνο-μίσθωσης	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα • Υποδομές αστικής ανάπτυξης • Ενέργεια • Κοινωνική οικονομία
Συν-επένδυση κεφαλαίων	Επενδυτικά κεφάλαια	Κεφαλαιακή ενίσχυση	Επενδυτικά ταμεία	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα (κυρίως σε τομείς καινοτομίας) • Επενδύσεις αστικής ανάπτυξης
Mezzanine	Δάνεια, επενδυτικά κεφάλαια	Χαμηλά επιτόκια, κεφαλαιακή ενίσχυση	Επενδυτικά ταμεία, Εμπορικές τράπεζες	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα

Πηγή: PWC, 2014

❖ Χρηματοδότηση στο πλαίσιο επιδοτούμενων προγραμμάτων

Σε εθνικό επίπεδο, η χρηματοδότηση για το ξεκίνημα μιας νέας καινοτομικής επιχειρηματικής δράσης, μπορεί να αναζητηθεί στα διάφορα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα του ΕΣΠΑ, τα οποία συγχρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.). Το γνωστό σε όλους Ε.Σ.Π.Α. διαθέτει προγράμματα που απευθύνονται στο ευρύ κοινό και αφορούν από την μια πλευρά την επιδότηση για έναρξη νέας επιχείρησης και από την άλλη τη βελτίωση και ανάπτυξη υφιστάμενων επιχειρήσεων.

Κατά τη διάρκεια της προγραμματιστικής περιόδου 2007-2017 αναπτύχθηκαν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε συνεργασία με τον Όμιλο της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων και άλλα χρηματοοικονομικά ιδρύματα τέσσερις πρωτοβουλίες: **Jeremie** (Κοινός Ευρωπαϊκός Πόρος για τις πολύ μικρές έως μεσαίες επιχειρήσεις), **Jessica** (Κοινή Ευρωπαϊκή Στήριξη για βιώσιμες επενδύσεις σε Αστικές περιοχές), **Jaspers** (Κοινή βοήθεια για τη στήριξη σχεδίων στις Ευρωπαϊκές περιφέρειες) και **Jasmine** (Κοινή δράση για τη στήριξη μικροχρηματοπιστωτικών οργανισμών στην Ευρώπη) με σκοπό την ενίσχυση της πολιτικής συνοχής. Τα βασικά εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν από μικρομεσαίες επιχειρήσεις ήταν το **JEREMIE** το οποίο αντλήθηκε επιτυχώς και από αρκετές νεοφυείς επιχειρήσεις.

Η πρωτοβουλία JEREMIE⁹⁵ αναπτύχθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (ΕΤαΕ) (European Investment Fund, 2010). Αναφέρεται σε μια σειρά συνεκτικών δράσεων, μέσω των οποίων εθνικοί πόροι, πόροι του ΕΤΠΑ, της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων και άλλων διεθνών χρηματοπιστωτικών οργανισμών, τραπεζών και επενδυτών δίνονται σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, όχι με τη μορφή επιχορηγήσεων, αλλά μέσω άλλων μορφών χρηματοδότησης (ίδια κεφάλαια, δάνεια ή εγγυήσεις) και μέσω ενός ταμείου ανακυκλούμενων πιστώσεων («Ταμείο Χαρτοφυλακίου»), το οποίο λειτουργεί ως κεντρικός φορέας διοχέτευσης των πόρων (fund of funds) (EOMMEX, 2009). Μάλιστα, το γεγονός ότι οι ενισχύσεις που δίνονται στις μΜΕ⁹⁶ είναι επιστρεπτές, επιτρέπει τη συνεχή ανατροφοδότηση των πόρων που κατευθύνονται στις δράσεις αυτές. Επιπλέον, το JEREMIE δύναται να έχει πολλαπλασιαστικά οφέλη γιατί στα κονδύλια που δεσμεύονται από τα Διαρθρωτικά Ταμεία, προστίθενται και ιδιωτικά κεφαλαία σε επίπεδο χρηματοοικονομικών εργαλείων (European Investment Fund, 2010).

Η Ελλάδα είναι μεταξύ των χωρών που επέλεξαν να εφαρμόσουν την πρωτοβουλία JEREMIE ως χρηματοδοτικό εργαλείο για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και ανταγωνιστικότητας των μΜΕ. Είχε επιλεγθεί η υλοποίηση της πρωτοβουλίας μέσω Ταμείου Χαρτοφυλακίου (Holding Fund) με διαχειριστή αυτού, το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (ΕΤαΕ). Τα βασικά χρηματοδοτικά εργαλεία που προωθούνταν ήταν:

- ✓ **Funded Risk Sharing (χορήγηση δανείων έως 100.000 €) και Microfinance (χορήγηση μικροπιστώσεων έως 25.000 €)** σε πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις (υφιστάμενες ή προσφάτως ιδρυθείσες). Για τα εν λόγω προϊόντα οι επιλεγέντες Ενδιάμεσοι Οργανισμοί (Τράπεζες) συνεισεφέραν αντίστοιχο με τη δημόσια δαπάνη ποσό με στόχο τον επιμερισμό του κινδύνου και την μείωση των απαιτούμενων εξασφαλίσεων για τη χορήγηση των δανείων, ενώ παράλληλα εξετάζονταν το ενδεχόμενο χορήγησης μειωμένου σε σχέση με την αγορά επιτοκίου.
- ✓ **Equity risk capital financing (χορήγηση κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών),** όπου για πρώτη φορά στην Ελλάδα, δημιουργήθηκαν εργαλεία για επένδυση σε πραγματικά start-ups τεχνολογικής καινοτομίας που βρίσκονταν ακόμη σε πολύ πρώιμο στάδιο όπως και σε early stage εταιρίες. Τα εργαλεία αυτά στόχευαν επίσης στη προσέλκυση ιδιωτικών

⁹⁵ Joint European Resources for Small and Mediumsized Enterprises – Κοινοί ευρωπαϊκοί πόροι για τις πολύ μικρές ως μεσαίες επιχειρήσεις.

⁹⁶ Μικρομεσαίες επιχειρήσεις

κεφαλαίων ακόμα και από το εξωτερικό έτσι ώστε οι νέοι επιστήμονες, το αξιόλογο νέο ανθρώπινο δυναμικό αλλά και οι υπάρχουσες εταιρίες που διέθετε η χώρα σε αυτό τον τομέα, να μπορέσουν, επιτέλους, να αποκτήσουν πρόσβαση σε χρηματοδότηση για επενδύσεις σε καινοτόμες αγορές (European Investment Fund, 2010).

Στο τέλος του 2016, ενεργοποιήθηκαν τρία κρίσιμα χρηματοοικονομικά εργαλεία που απευθύνονται στον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας:

- το Ταμείο Συμμετοχών
- το νέο Ταμείο Επιχειρηματικότητας,
- το νέο πρόγραμμα «Εξοικονομώ κατ' οίκον».

Μέσα στο 2017, είχε ανακοινωθεί ότι θα ενεργοποιηθούν άλλα δύο εργαλεία:

- το νέο Ταμείο Υποδομών και
- το νέο Ταμείο Μικροπιστώσεων (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2017).

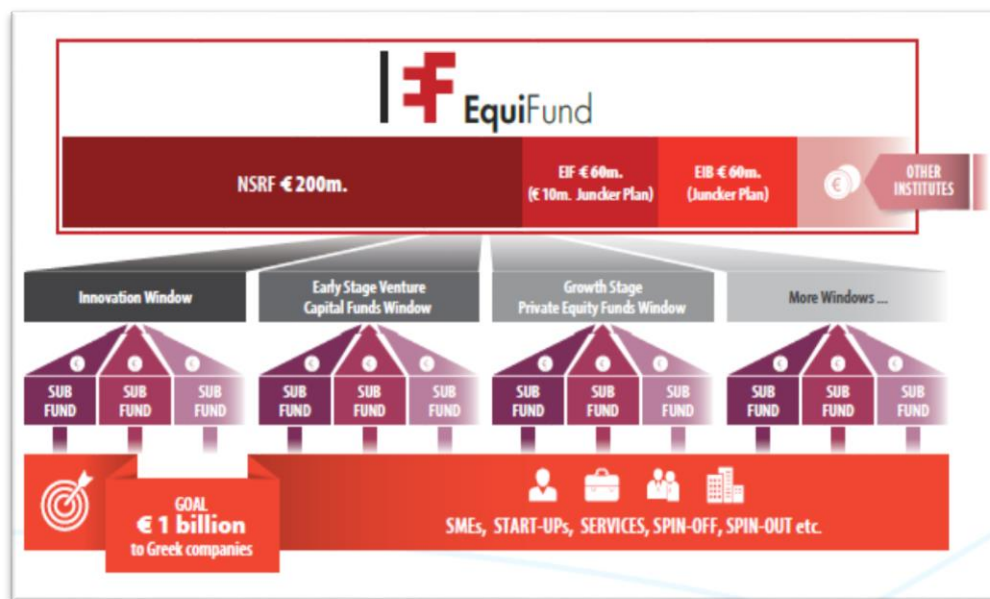
Επιπλέον, δημιουργήθηκε ένα αναπτυξιακό Ταμείο Επιχειρηματικών Συμμετοχών (EquiFund), τη διαχείριση του οποίου αναλαμβάνει το Ευρωπαϊκό Επενδυτικό Ταμείο (EIF). Η επενδυτική πλατφόρμα EquiFund ξεκινάει τη λειτουργία της με κεφάλαια 200 εκατ. € από ευρωπαϊκούς και εθνικούς πόρους, 60 εκατ. € από το EIF, καθώς και επιπλέον κεφάλαια από διεθνή πιστωτικά ιδρύματα και ιδιώτες επενδυτές.

Από τα επιμέρους υποταμεία, που θα συσταθούν, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα μπορούν να αντλούν χρηματοδότηση με τη μορφή σύγχρονων εργαλείων και συγκεκριμένα με τη μορφή της συμμετοχής στη μετοχική τους σύνθεση (equity capital, venture capital). Ακόμη, θα παρέχονται συμβουλευτικές υπηρεσίες σε επιχειρήσεις που θα βρίσκονται σε οποιοδήποτε επίπεδο ανάπτυξης: είτε στο αρχικό στάδιο είτε σε φάση μεγέθυνσης ή ανάπτυξης.

Το Ταμείο θα απευθύνεται σε κάθε είδους επιχείρηση, με ιδιαίτερη ωστόσο έμφαση στους στρατηγικούς τομείς προτεραιότητας της ελληνικής οικονομίας και κυρίως στον τομέα των νέων τεχνολογιών και της έρευνας.

Ο νέος δημόσιος αναπτυξιακός φορέας που θα προκύψει από τη συνένωση και αναβάθμιση των ΕΤΕΑΝ και ΤΑΝΕΟ, θα έχει ουσιαστική εμπλοκή στην επενδυτική πλατφόρμα. Κατά το πρότυπο των αντίστοιχων φορέων στις χώρες της ΕΕ, ο εθνικός φορέας θα αναλάβει σταδιακά τη συνολική διαχείριση των πρωτοβουλιών του Δημοσίου για την ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2017).

Διάγραμμα 2.25: Ταμείο Επιχειρηματικών Συμμετοχών (EquiFund)



Πηγή: Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2017

Το νέο Ταμείο Επιχειρηματικότητας (ΤΕΠΙΧ II) αφορά δανειακά προϊόντα και προϊόντα εγγυοδοσίας. Θα διατεθούν πόροι 400 εκατ. € από το ΕΣΠΑ, που με τη συμμετοχή των τραπεζών θα ανέλθουν στο 1 δισ.€ (Διάγραμμα 2.25). Το ΤΕΠΙΧ II στοχεύει στη δημιουργία χρηματοδοτικών μέσων με απώτερο σκοπό τη διευκόλυνση της πρόσβασης των ελληνικών επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση, τη δημιουργία και την ανάπτυξη βιώσιμων επιχειρήσεων σε καινοτόμους, δυναμικούς και ελπιδοφόρους τομείς και δραστηριότητες της οικονομίας, τη διευκόλυνση της άρσης των συνθηκών πιστωτικής ασφυξίας και των δυσμενών όρων δανεισμού καθώς και τη κάλυψη των κενών της χρηματοπιστωτικής αγοράς. Σε πρώτο στάδιο, ο στόχος του ταμείου θα υλοποιηθεί με την δημιουργία χρηματοδοτικών μέσων που έχουν χρησιμοποιηθεί επιτυχώς ξανά στην ελληνική αγορά, όπως είναι τα δάνεια επιμερισμού κινδύνου και οι εγγυήσεις, δηλαδή, με την επένδυση σε Ταμεία Δανείων και σε Ταμεία Εγγυήσεων (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2017).

Οι τελικοί αποδέκτες των ενισχύσεων του Ταμείου Επιχειρηματικότητας II θα είναι, υπό σύσταση, νέες και υφιστάμενες επιχειρήσεις και ιδίως πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, όλων των κλάδων της ελληνικής οικονομίας και όλων των τύπων των εταιριών (ΑΕ, ΕΠΕ, κλπ). Έμφαση θα δοθεί σε επιχειρήσεις, επενδύσεις και επενδυτικά σχήματα που αφορούν οικονομικά βιώσιμες δραστηριότητες (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2017).

Τέλος, σημαντική ώθηση στην οικονομία αναμένεται να δώσουν και τα δύο εργαλεία που είχε ανακοινωθεί ότι θα ενεργοποιηθούν τους πρώτους μήνες του 2017. Το νέο ταμείο υποδομών, διάδοχο σχήμα του ταμείου JESSICA, θα στοχεύει σε συγκεκριμένες κατηγορίες υποδομών (π.χ. ενεργειακή εξοικονόμηση σε δημόσια κτίρια, ανάπτυξη τουριστικών υποδομών). Το ταμείο μικροπιστώσεων αφορά πολύ μικρές επιχειρήσεις ή κοινωνικές επιχειρήσεις που σε κανονικές συνθήκες δεν έχουν πρόσβαση σε τραπεζικές και συναφείς υπηρεσίες. Το ταμείο ανάλογα με τον τελικό σχεδιασμό του θα μπορεί να χορηγεί μικρά ποσά για δάνεια μέχρι 25 χιλ.€ ή εγγυήσεις μέχρι ποσοστό 80% για δάνεια. Ταυτόχρονα θα παρέχονται υπηρεσίες mentoring και coaching, διαφοροποιώντας σημαντικά το συγκεκριμένο χρηματοδοτικό εργαλείο (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2017).

❖ Χρηματοδότηση μέσω Διαγωνισμών

Στις μέρες μας, λόγω της ασταθούς επαγγελματικής αποκατάστασης που επικρατεί στην Ελλάδα καθώς και της έλλειψης ιδίων κεφαλαίων για την δημιουργία προσωπικής επιχείρησης, μια σημαντική πηγή διεξόδου των νέων εν δυνάμει επιχειρηματιών, αποτελεί η συμμετοχή τους σε διάφορους διαγωνισμούς, προγράμματα, πλατφόρμες βραβεία καινοτομίας και νεανικής επιχειρηματικότητας.

Η συμμετοχή τους λοιπόν σε αυτούς τους διαγωνισμούς με την ενδεχόμενη, για ένα μέρος των συμμετεχόντων, βράβευση, μπορεί να συμβάλλει καθοριστικά τόσο στην πρόσβαση των ατόμων αυτών σε χρηματοδότηση και συμβουλευτικές υπηρεσίες για την έναρξη της επιχειρηματικής τους δράσης στα πλαίσια της κατατεθείσας στο διαγωνισμό επιχειρηματικής ιδέας όσο και στην πρόσβαση και ανάπτυξη κοινωνικού δικτύου-κύκλου γνωριμιών του επιχειρηματικού χώρου που θα μπορούσαν να τους φανούν ιδιαίτερα χρήσιμες καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής τους.

Ολοκληρώνοντας την θεωρητική προσέγγιση της νεοφυούς επιχειρηματικότητας, έγινε σαφές ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις έχουν σχεδιασθεί για να αναπτυχθούν γρήγορα λόγω της καινοτομίας που φέρουν και του επαναλαμβανόμενου και εξελισσόμενου επιχειρηματικού τους μοντέλου. Η χρηματοδότηση αποτελεί βασικό μέσο που ενισχύει σημαντικά τη δυνατότητα και το ρυθμό ανάπτυξης τους. Επομένως, θεωρήθηκε σημαντική η εξέταση του νεοφυούς οικοσυστήματος που συντελεί σημαντικά στη δυνατότητα πρόσβασης σε πηγές χρηματοδότησης καθώς και η μελέτη των βασικών δομών υποστήριξης και των παραδοσιακών και σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων. Από την ενδελεχή μελέτη της υπάρχουσας βιβλιογραφίας, έγινε

αντιληπτό ότι η χρηματοδότηση επηρεάζει σημαντικά τη λειτουργία της επιχείρησης, τον κίνδυνο αποτυχίας, την επίδοση και τη δυνατότητα επέκτασης της. Επιπλέον, προκύπτει το συμπέρασμα ότι σε θεωρητικό επίπεδο, οι νεοφυείς επιχειρήσεις μπορούν να εξασφαλίσουν τα απαιτούμενα χρηματοδοτικά κεφάλαια από πολλές διαφορετικές πηγές. Ωστόσο, ανακύπτει το ερώτημα για το αν οι ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τις δομές υποστήριξης και τα χρηματοδοτικά εργαλεία. Σε αυτό το πλαίσιο, κρίθηκε απαραίτητη η διεξαγωγή εμπειρικής έρευνας στην ελληνική αγορά, μέσω ερωτηματολογίου που απευθύνθηκε στις νεοφυείς επιχειρήσεις. Στο επόμενο κεφάλαιο, παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα της εν λόγω εμπειρικής έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

3.1. Σχεδιασμός και Μεθοδολογία Έρευνας

Στο πλαίσιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας, κρίθηκε απαραίτητη η διεξαγωγή έρευνας πεδίου με χρήση ερωτηματολογίου με κύριο σκοπό τη διερεύνηση των σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, μέσω της εν λόγω έρευνας, επιδιώκεται η καταγραφή των χρηματοδοτικών εργαλείων που χρησιμοποιούν ή έχουν χρησιμοποιήσει στο παρελθόν οι ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις. Παράλληλα, γίνεται προσπάθεια να αντληθούν πληροφορίες για το ελληνικό οικοσύστημα των νεοφυών επιχειρήσεων, αφού το μέγεθος και η λειτουργία του, επηρεάζει σημαντικά τη λήψη ή μη χρηματοδότησης.

Τα προσδοκώμενα αποτελέσματα της μελέτης εντοπίζονται στην ανάδειξη των βασικών χρηματοδοτικών εργαλείων που χρησιμοποιούνται από τις ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις, προβάλλοντας πιθανά προβλήματα στην άντληση χρηματοδότησης.

Η απόφαση για διεξαγωγή έρευνας πεδίου πάρθηκε, δεδομένου ότι, τα διαθέσιμα καταγεγραμμένα στοιχεία είναι ελλιπή, με αποτέλεσμα η εξαγωγή συμπερασμάτων να μην είναι εφικτή. Η έλλειψη επαρκών στοιχείων οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι, το ελληνικό οικοσύστημα βρίσκεται σε αρκετά πρώιμο στάδιο, με αποτέλεσμα να μην υπάρχουν διαχρονικά στοιχεία. Εκτός αυτού, στην Ελλάδα δεν έχει συσταθεί ακόμα ενιαίος φορέας νεοφυούς επιχειρηματικότητας, με αποτέλεσμα, να μην έχει δημιουργηθεί μητρώο νεοφυών επιχειρήσεων, ώστε να συλλέγονται και να διαχειρίζονται στατιστικά δεδομένα των επιχειρήσεων. Επομένως, τα διαθέσιμα δευτερογενή δεδομένα κρίνονται ως ελλιπή και μη αντιπροσωπευτικά.

Για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας, χρησιμοποιήθηκε ειδικά διαμορφωμένο ερωτηματολόγιο, το οποίο περιλαμβάνει έξι ενότητες ερωτήσεων (Παράρτημα Β: Ερωτηματολόγιο). Το ερωτηματολόγιο απευθύνθηκε σε νεοφυείς επιχειρήσεις, καθώς είναι οι χρήστες των χρηματοδοτικών εργαλείων και μπορούν να αποτυπώσουν με ακρίβεια την τρέχουσα κατάσταση του ελληνικού οικοσυστήματος. Συνεπώς, η σύνταξη του ερωτηματολογίου περιέλαβε ερωτήσεις που θα αναδείκνυαν τα ανωτέρα ζητήματα.

3.1.1. Καθορισμός πληθυσμού και δείγματος έρευνας

Το δείγμα της έρευνας είναι οι ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις. Ο καθορισμός του πληθυσμού και κατά επέκταση του δείγματος ήταν ιδιαίτερα δύσκολος, καθώς ο πληθυσμός των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων δεν είναι γνωστός λόγω της έλλειψης ενός ενιαίου μητρώου καταγραφής τους.

Επίσης, όπως έγινε σαφές από την βιβλιογραφική ανασκόπηση, δεν υπάρχουν συγκεκριμένοι κανόνες που να ορίζουν ποιες επιχειρήσεις θεωρούνται νεοφυείς και ποιες όχι, με αποτέλεσμα πολλές φορές νεοσύστατες, κυρίως, επιχειρήσεις να αυτοαποκαλούνται ή να θεωρούνται νεοφυείς χωρίς να διαθέτουν τα βασικά χαρακτηριστικά που αναφέρονται στη σχετική βιβλιογραφία.

Αρχικά, θεωρήθηκε απαραίτητος ο καθορισμός συγκεκριμένου χρονικού ορίου έτους ίδρυσης των νεοφυών επιχειρήσεων που θα σχημάτιζαν τον πληθυσμό και κατά συνέπεια το κατάλληλο δείγμα. Συγκεκριμένα, λήφθηκαν εταιρείες που ιδρύθηκαν από τον Οκτώβριο του 2012 έως και την πραγματοποίηση της έρευνας, δηλαδή τον Οκτώβριο του 2017. Ωστόσο, πρέπει να τονισθεί ότι δεν υπάρχει ηλικιακό όριο μετά το οποίο μια εταιρεία σταματά να θεωρείται νεοφυής επιχείρηση.

Ορίστηκε το χρονικό διάστημα των πέντε (5) ετών, λαμβάνοντας υπόψη ότι τα πέντε πρώτα έτη λειτουργίας θεωρούνται καθοριστικά και ενδεικτικά για την πορεία της επιχείρησης. Επιπροσθέτως, σύμφωνα με τη βιβλιογραφική ανασκόπηση, τα τελευταία πέντε (5) έτη αποτελούν αντιπροσωπευτικά για την μελέτη της ελληνικής νεοφυούς επιχειρηματικότητας αφού από το 2010 και έπειτα, έχει συντελεστεί σημαντική ανάπτυξη των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων και αύξηση των υποστηρικτικών δομών τους.

Το επόμενο στάδιο της έρευνας ήταν ο καθορισμός των πηγών που χρησιμοποιήθηκαν για να συγκεντρωθούν όλες οι επιχειρήσεις του δείγματος. Για τον καθορισμό του πληθυσμού, επιλέχθηκε η αναζήτησή τους μέσω του διαδικτύου. Ως βασικός διαδικτυακός τόπος χρησιμοποιήθηκε η ιστοσελίδα-πλατφόρμα <https://angel.co/greece>. Πρόκειται για μια πλατφόρμα η οποία, απευθυνόμενη σε επενδυτές και άτομα που ενδιαφέρονται να εργαστούν σε νεοφυείς επιχειρήσεις, παρέχει έγκυρες και συνεχώς ενημερωμένες πληροφορίες για τις νεοφυείς επιχειρήσεις. Επομένως, επιλέγοντας ως χώρα προέλευσης της Ελλάδα, αντλήθηκε μια επαρκής λίστα ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων. Συμπληρωματικά, με σκοπό την αναζήτηση περαιτέρω πληροφοριών για τις νεοφυείς επιχειρήσεις (έτος ίδρυσης, τόπος έδρας, ιστοσελίδα, στοιχεία επικοινωνίας) χρησιμοποιήθηκε η βάση δεδομένων της ιστοσελίδας Techcrunch, <https://www.crunchbase.com/>. Ο συγκεκριμένος τρόπος συγκέντρωσης του πληθυσμού αποφασίστηκε με βασικό γνώμονα την όσο το δυνατόν ορθότερη καταγραφή του πληθυσμού.

Σημειώνεται ότι πέραν αυτών των βάσεων, για τον περαιτέρω εμπλουτισμό της λίστας με νεοφυείς επιχειρήσεις που δεν έχουν ακόμα καταγραφεί στην AngelList λόγω του πρώιμου σταδίου ανάπτυξής τους, πραγματοποιήθηκε αναζήτηση νεοφυών επιχειρήσεων σε ενημερωτικές ιστοσελίδες που ασχολούνται με τις νεοφυείς επιχειρήσεις, όπως είναι οι ιστοσελίδες startup.gr/ και startupper.gr/.

Εν συνεχεία, έγινε προσπάθεια δημιουργίας μιας λίστας με όλες τις ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα από τον Οκτώβριο του 2012 έως τον Οκτώβριο του 2017. Ο συνολικός αριθμός των επιχειρήσεων αυτού του τύπου που εντοπίστηκαν ήταν 226. Ο πληθυσμός αυτός κρίθηκε ως ένα ικανό δείγμα ώστε να αποσταλθεί το ερωτηματολόγιο σε όλες, με απώτερο στόχο την εξαγωγή ορθών και ακριβών συμπερασμάτων.

3.1.2. Μεθοδολογία Έρευνας

Για την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μεθοδολογία της συλλογής και ανάλυσης ποσοτικών στοιχείων, μέσω έρευνας πεδίου, με τη χρήση ερωτηματολογίου που απευθυνόταν αποκλειστικά σε ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις. Το ερωτηματολόγιο καταρτίστηκε με απώτερο στόχο τη λήψη απαντήσεων με ακρίβεια και πληρότητα, προσπαθώντας να τηρηθούν οι βασικές αρχές διεξαγωγής μιας σωστής έρευνας πεδίου.

Για την κατάρτιση του ερωτηματολογίου λήφθηκαν υπόψη τα ερωτηματολόγια ερευνών του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης (2016), καθώς και των German Startups Association (GSA) και European Startup Network (ESN) (2016). Το ερωτηματολόγιο που προέκυψε αποτελεί συνδυασμό των αναφερόμενων το οποίο διαμορφώθηκε με τέτοιο τρόπο ώστε να εξυπηρετεί τις ανάγκες της Ελληνικής πραγματικότητας και της συγκεκριμένης έρευνας.

Το ερωτηματολόγιο εστίασε σε μια σειρά παραμέτρων, που οδήγησαν στη διαμόρφωση έξι (6) επιμέρους ενοτήτων, αποτελούμενο από είκοσι επτά (27) ερωτήσεις κλειστού τύπου, πολλαπλής επιλογής και διαβαθμισμένης κλίμακας. Αναλυτικά:

- Η πρώτη ενότητα αφορά τα *«Γενικά στοιχεία της επιχείρησης»*, όπου περιλαμβάνονται εννέα ερωτήσεις σχετικές με την επωνυμία της επιχείρησης, την θέση που κατέχει ο ερωτώμενος στην επιχείρηση, τα έτη λειτουργίας της, τη νομική μορφή της, τη χώρα, πόλη στην οποία εδρεύει, τον κλάδο δραστηριοποίησης της και τέλος δυο ερωτήσεις αναφορικά με τα χαρακτηριστικά των πελάτων της (είδος και τόπος προέλευσης).
- Η δεύτερη ενότητα αφορά τα *«Στοιχεία της επιχειρηματικής ομάδας»*, όπου περιλαμβάνονται έξι ερωτήσεις σχετικές με τον αριθμό, το φύλο, την ηλικία, τις σπουδές, την επαγγελματική εμπειρία των ιδρυτών καθώς και τον αριθμό των εργαζομένων στην νεοφυή επιχείρηση.
- Η τρίτη ενότητα αφορά την *«Αξιολόγηση πορείας της επιχείρησης»*, στην οποία περιλαμβάνονται τέσσερις βασικές ερωτήσεις (με δυο υποερωτήσεις) σχετικές με την αξιολόγηση της πορείας της επιχείρησης μέχρι σήμερα, το στάδιο ανάπτυξης της, τους σημαντικότερους απαιτούμενους πόρους καθώς και τη δημιουργία ή όχι εσόδων από την πώληση του κύριου/ας προϊόντος/υπηρεσίας. Σημειώνεται ότι, ανάλογα την απάντηση που έδινε ο ερωτώμενος, υπήρχε τροποποίηση του ερωτηματολογίου, όπως αναλύεται παρακάτω.
- Η τέταρτη και βασικότερη ενότητα αφορά την *«Αξιοποίηση δομών στήριξης και εργαλείων χρηματοδότησης»*, στην οποία περιλαμβάνονται τρεις βασικές ερωτήσεις (με τέσσερις υποερωτήσεις), σχετικές με τη συμμετοχή ή μη σε κάποια/ες δομή/ες υποστήριξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας, τη λήψη ή μη εξωτερικής χρηματοδότησης και ποια χρηματοδοτικά εργαλεία έχουν χρησιμοποιήσει. Σημειώνεται ότι, το ερωτηματολόγιο διαμορφωνόταν ανάλογα την απάντηση του ερωτώμενου, ώστε να ληφθούν περισσότερα στοιχεία για την χρηματοδότηση των νεοφυών επιχειρήσεων, που αποτελεί το βασικό σκοπό της εν λόγω έρευνας.

- Η πέμπτη ενότητα αφορά την «Αξιολόγηση μελλοντικών αναγκών της επιχείρησης» όπου περιλαμβάνονται τρεις βασικές ερωτήσεις (με μια υποερώτηση) σχετικές με την προσφυγή ή μη σε εξωτερική χρηματοδότηση στο μέλλον, ποια χρηματοδοτικά εργαλεία σκοπεύουν να χρησιμοποιήσουν καθώς και ποιος είναι ο βασικός μακροπρόθεσμος στόχος της επιχείρησης.
- Η έκτη και τελευταία ενότητα περιλαμβάνει δύο ερωτήσεις, όπου ζητείται η γνώμη των ερωτώμενων σχετικά με το βαθμό σημαντικότητας ορισμένων παραγόντων που επηρεάζουν τη λήψη χρηματοδότησης και τα κυριότερα εμπόδια ανάπτυξης των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα.

Η έρευνα διεξήχθη διαδικτυακά μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας της Google, Google Forms. Στο δείγμα, το ερωτηματολόγιο στάλθηκε κατά κύριο λόγο μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αποστέλλοντας το σχετικό σύνδεσμο και συνοδευόμενο από κατάλληλο ενημερωτικό μήνυμα (Παράρτημα, Α'). Κατ' εξαίρεση, στις νεοφυείς επιχειρήσεις για τις οποίες δεν βρέθηκε ταχυδρομική ηλεκτρονική διεύθυνση (e-mail), το ερωτηματολόγιο, στάλθηκε μέσα από τις φόρμες επικοινωνίας στην ιστοσελίδα τους ή στους λογαριασμούς κοινωνικής δικτύωσης. Και σε αυτήν την περίπτωση, η αποστολή του συνδέσμου συνοδευόταν από το σχετικό ενημερωτικό μήνυμα. Η συμμετοχή ήταν εθελοντική, ενώ δόθηκαν διαβεβαιώσεις για την εμπιστευτικότητα των απαντήσεων.

Η συλλογή των ερωτηματολογίων έγινε το χρονικό διάστημα από 26/10/2017 έως και 26/11/2017 και συγκεντρώθηκαν συνολικά 66 συμμετοχές, οι οποίες αντιπροσωπεύουν περίπου το 29% του συνολικού πληθυσμού.

Οι πληροφορίες που συλλέχθηκαν, κωδικοποιήθηκαν και ταξινομήθηκαν με τη βοήθεια ηλεκτρονικού υπολογιστή και μετά από στατιστική επεξεργασία όλων των μεταβλητών. Για τη στατιστική ανάλυση των απαντήσεων του ερωτηματολογίου, χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο SPSS 20 (Statistical Package for Social Sciences), που αποτελεί ένα ολοκληρωμένο στατιστικό πακέτο λογισμικού και το πρόγραμμα λογιστικών φύλλων της Microsoft, Microsoft Excel.

3.2. Περιγραφή των Αποτελεσμάτων

Σε αυτή την ενότητα, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας, μετά από την στατιστική ανάλυση των απαντήσεων των συμμετεχόντων.

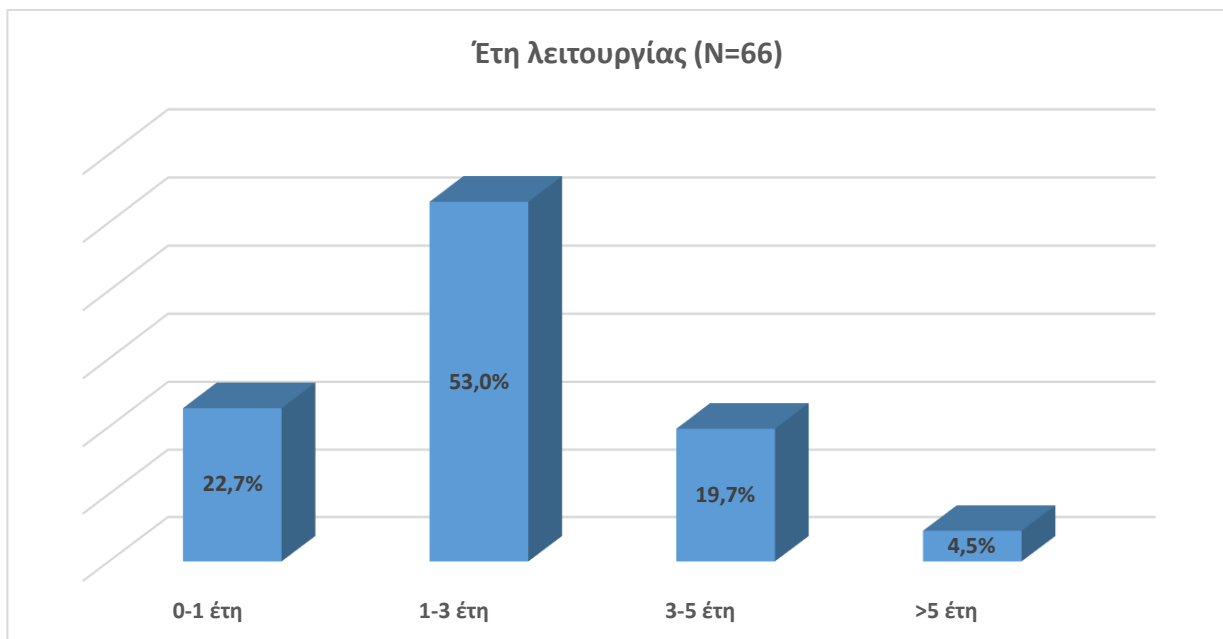
A. Ενότητα : Γενικά στοιχεία επιχείρησης (ερωτήσεις 1-9)

Η πρώτη ερώτηση του ερωτηματολογίου αφορούσε την προαιρετική αναγραφή της επωνυμίας της επιχείρησης. Από τις 66 νεοφυείς επιχειρήσεις, οι 43 επιχειρήσεις (65%) ανέφεραν την επωνυμία τους, ενώ 23 επιχειρήσεις (35%) προτίμησαν να κρατήσουν την ανωνυμία τους.

Η δεύτερη ερώτηση αφορούσε τη θέση που κατέχει ο ερωτώμενος στην νεοφυή επιχείρηση. Η απάντηση σε αυτή την ερώτηση ήταν υποχρεωτική. Οι ερωτώμενοι είχαν πέντε δυνατότητες επιλογής, εκ των οποίων οι τέσσερις ήταν προκαθορισμένες απαντήσεις και στην τελευταία, δινόταν η δυνατότητα στον ερωτώμενο να απαντήσει κάτι διαφορετικό, επιλέγοντας το πεδίο «Άλλο». Από τα 66 άτομα που απάντησαν, σχεδόν το 81,8% (54 άτομα) ήταν ιδρυτές/συνιδρυτές, το οποίο αποτελεί θετικό γεγονός, καθώς προσδίδει ακόμα μεγαλύτερη αξιοπιστία στην εν λόγω έρευνα, ενώ το αμέσως επόμενο μεγαλύτερο ποσοστό κατέχει η επιλογή «Υπάλληλος» με ποσοστό 10,6% (7 άτομα). Διευθύνων σύμβουλος ήταν το 6,1% (4 άτομα), ενώ συνεργάτης ήταν το 1,5% (1 άτομο). Κανένας ερωτώμενος δεν επέλεξε την επιλογή «Άλλο».

Η τρίτη ερώτηση αφορούσε τα έτη λειτουργίας της νεοφυούς επιχείρησης. Όπως έχει αναφερθεί ανωτέρω, βασικό κριτήριο επιλογής των νεοφυών επιχειρήσεων που συμπεριλήφθηκαν στο δείγμα ήταν η λειτουργία τους να μην ξεπερνά τα πέντε έτη. Ωστόσο, στις διαθέσιμες επιλογές δόθηκε ως επιλογή η εταιρεία να λειτουργεί περισσότερο από πέντε (5) έτη, σε περίπτωση που, οι διαθέσιμες πληροφορίες σχετικά με το έτος ίδρυσης είναι λανθασμένες.

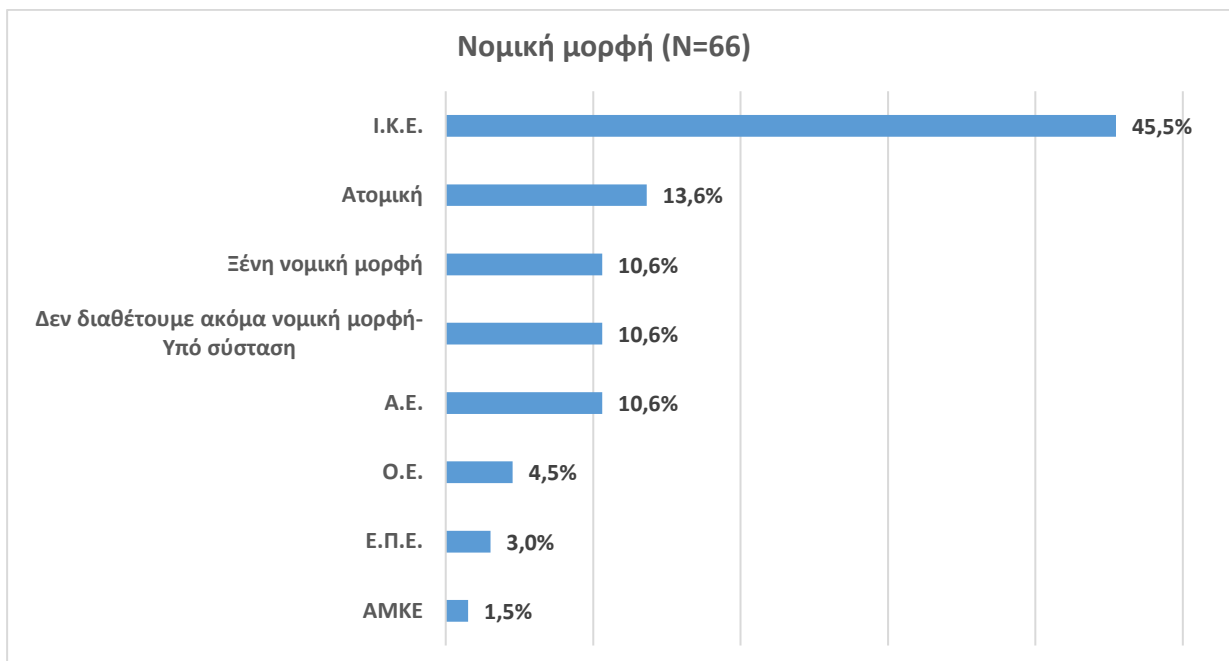
Η πλειονότητα των επιχειρήσεων, σε ποσοστό 53,03% (35 επιχειρήσεις), λειτουργεί από 1 έως 3 έτη, ενώ το 22,73% (15 επιχειρήσεις) λειτουργεί λιγότερο από 1 έτος. Τρεις ήταν οι επιχειρήσεις (4,55%) που απάντησαν ότι το χρονικό διάστημα λειτουργίας τους είναι μεγαλύτερο από 5 έτη (Διάγραμμα 3.1). Παρατηρούμε ότι, το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος μας απαρτίζεται από επιχειρήσεις που έχουν ιδρυθεί τα τελευταία 3 έτη, με τον ρυθμό αύξησης των νεοφυών επιχειρήσεων να είναι θετικός.



Διάγραμμα 3.1: Έτη λειτουργίας της νεοφυούς επιχείρησης

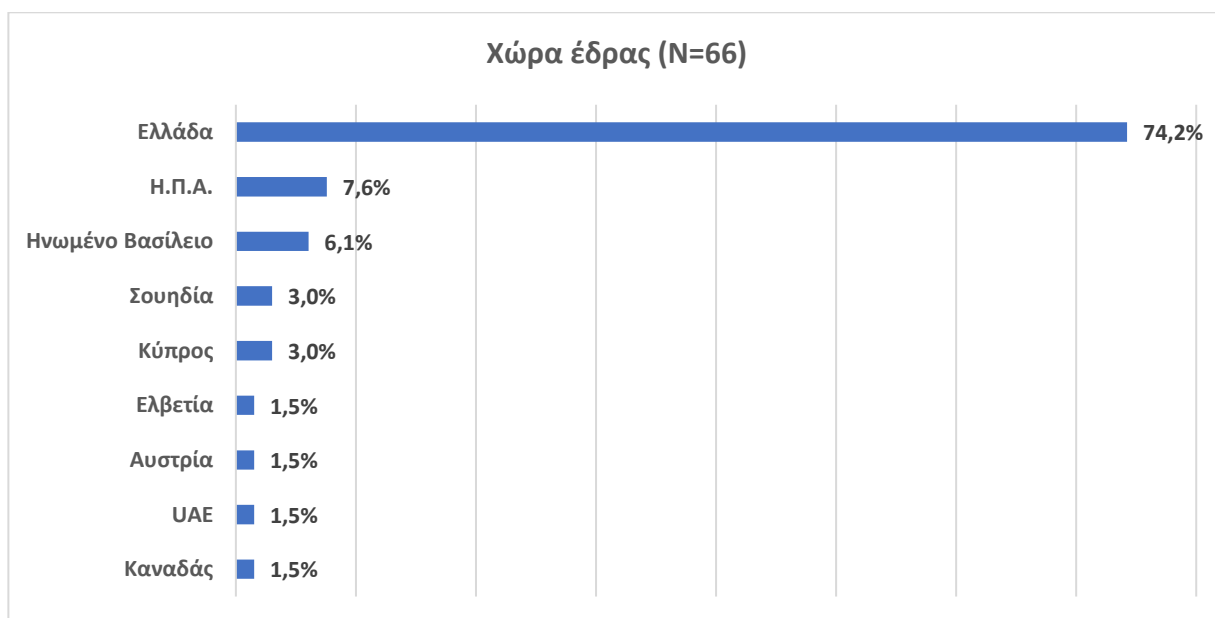
Αναφορικά με τη νομική μορφή των νεοφυών επιχειρήσεων, το 45% (30 επιχειρήσεις) είναι Ιδιωτικές Κεφαλαιουχικές Εταιρίες (Ι.Κ.Ε.), ενώ το 14% αυτών είναι ατομικές επιχειρήσεις. Σε ποσοστό 11%, οι νεοφυείς επιχειρήσεις εμφανίζουν διάφορες νομικές μορφές επιχειρήσεων του εξωτερικού⁹⁷ Ίδιο ποσοστό συγκεντρώνουν οι επιχειρήσεις που είναι Ανώνυμες Εταιρίες (Α.Ε.) και οι νεοφυείς επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν ακόμα νομική μορφή (υπό σύσταση) (Διάγραμμα 3.2).

⁹⁷ Συγκεκριμένα, οι απαντήσεις που εντάσσονται στις νομικές μορφές επιχειρήσεων του εξωτερικού ήταν: Delaware Corporation, Delaware C-Corp, US C-Corp, AB (Swedish registration) και Ltd.



Διάγραμμα 3.2: Νομική μορφή της νεοφυούς επιχείρησης

Αναφορικά με την γεωγραφική κάλυψη, περίπου το 74,2% των νεοφυών επιχειρήσεων έχουν την έδρα τους στην Ελλάδα, ενώ το υπόλοιπο 27% στο εξωτερικό. Αναλυτικότερα, όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 3.3, το 7,58% των νεοφυών επιχειρήσεων έχουν την έδρα τους στις Η.Π.Α., ενώ το 6,06% στο Ηνωμένο Βασίλειο.



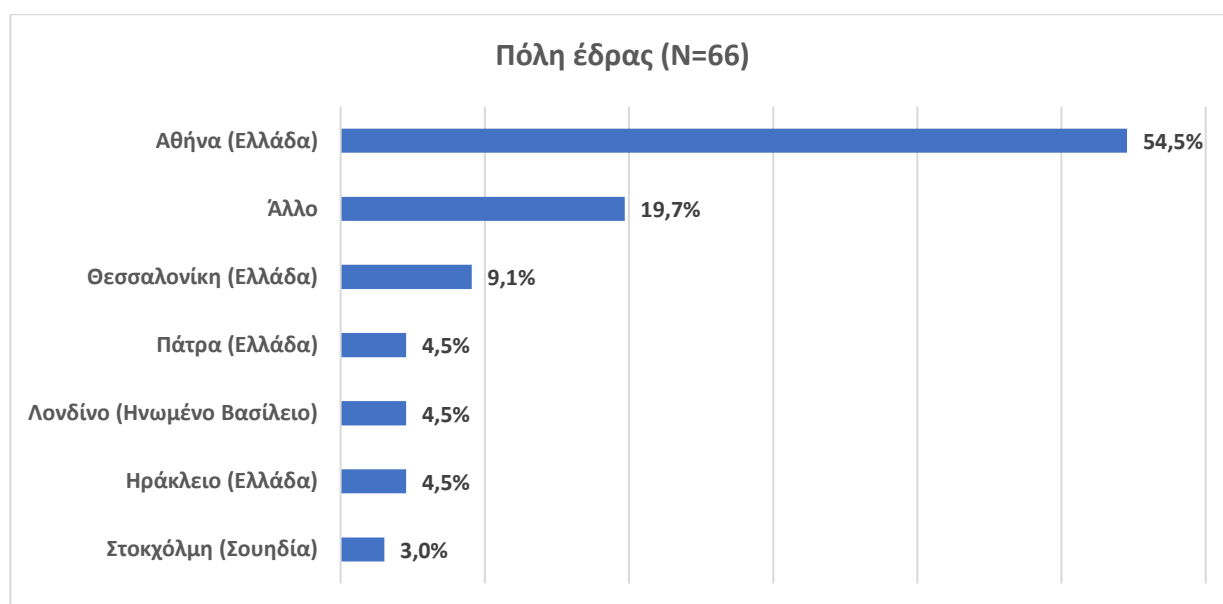
Διάγραμμα 3.3: Χώρα έδρας της νεοφυούς επιχείρησης

Αναφορικά με την γεωγραφική διάρθρωση του δείγματος στην Ελλάδα, από τις 45 επιχειρήσεις που δήλωσαν ως έδρα μια ελληνική πόλη, το 80% αυτών είναι στην Αθήνα. Το 9% δήλωσε ως

έδρα την Θεσσαλονίκη ενώ έπονται με 4,5% η Πάτρα και το Ηράκλειο. Στο εξωτερικό, οι πόλεις Λονδίνο και Στοκχόλμη συγκεντρώνουν 4,5% και 3% αντίστοιχα. Στην κατηγορία «Άλλο» που συγκεντρώνει ποσοστό 19,7%, περιλαμβάνονται οι εξής πόλεις:

- Βόλος (Ελλάδα)
- Αλεξανδρούπολη (Ελλάδα)
- Σύσταση στις ΗΠΑ άλλα η ομάδα είναι στην Αθήνα
- Χίος (Ελλάδα)
- Λευκωσία (Κύπρος)
- Λεμεσός (Κύπρος)
- Σαν Φρανσίσκο (ΗΠΑ) & Λευκωσία (Κύπρος)
- Βοστώνη (ΗΠΑ)
- Θάντερ Μπέι-Thunder Bay (Καναδάς)
- Βιέννη (Αυστρία)
- Λωζάνη (Ελβετία)
- Σέφιλντ-Sheffield (Ηνωμένο Βασίλειο)
- Ντουμπάι (UAE)

Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι, ενώ δυο επιχειρήσεις έχουν δηλώσει ως χώρα που εδρεύουν τις ΗΠΑ, ως πόλη έχουν δηλώσει την Αθήνα. Θεωρούμε επομένως, ότι μπορεί η σύσταση της εταιρείας να είναι στις ΗΠΑ, αλλά η ομάδα να βρίσκεται στην Αθήνα, όπως επισημάνθηκε από έναν ερωτώμενο (Διάγραμμα 3.4).



Διάγραμμα 3.4: Πόλη έδρας της νεοφυούς επιχείρησης

Οι νεοφυείς επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε ποσοστό 38% στον κλάδο της Τεχνολογίας, Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών. Στην κλαδική κατάταξη, όπως εμφανίζεται στο Διάγραμμα 3.5, στη δεύτερη θέση βρίσκεται ο Τουρισμός, με ποσοστό 13,64% (9 παρατηρήσεις) και έπεται το Λιανικό Εμπόριο (5 παρατηρήσεις). Μικρότερα ποσοστά εμφανίζουν οι κλάδοι “Χρηματοοικονομικές & ασφαλιστικές υπηρεσίες” (6,06%) και “Επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές υπηρεσίες” (4,55%). Στην κατηγορία «Άλλο», που συγκεντρώνει ποσοστό 15,15%, περιλαμβάνονται οι εξής απαντήσεις:

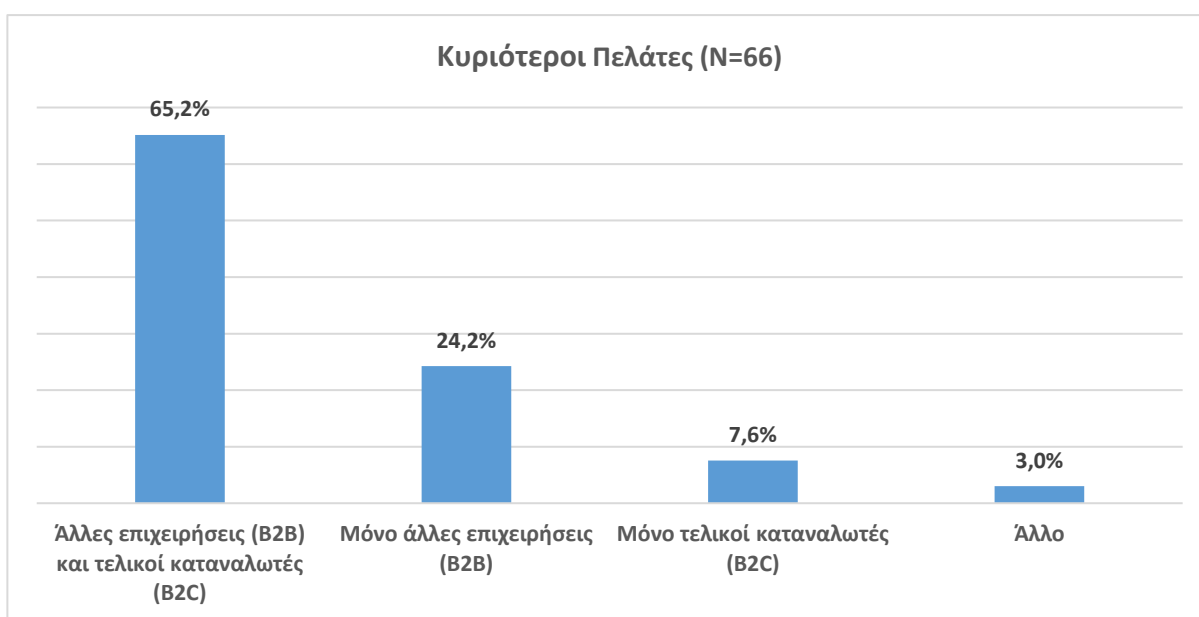
- Audio Social network
- Ηλεκτρονικό Εμπόριο (e-commerce)
- Ανθρώπινοι πόροι (Human Resources)
- Κοινωνικές υπηρεσίες
- Παραγωγή Ηλεκτροκινήσεων
- Τουρισμός-Υπηρεσίες και Κοινωνικής βοήθειας-Αναψυχή
- Video Games
- Τουρισμός Υγείας
- Οικονομία διαμοιρασμού⁹⁸
- Ναυτιλία



Διάγραμμα 3.5: Κλάδος δραστηριότητας της νεοφυούς επιχείρησης

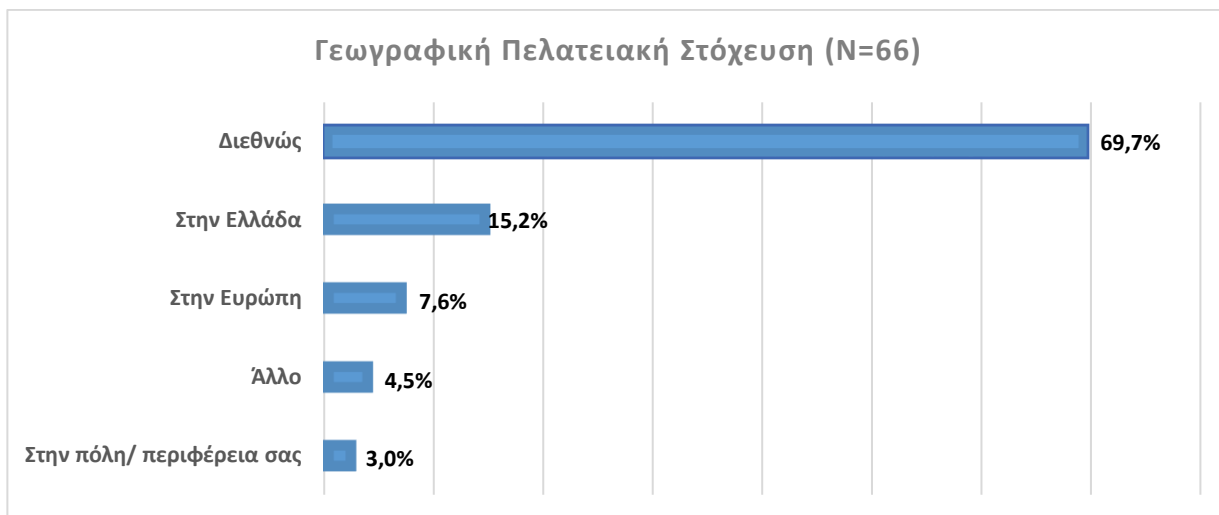
⁹⁸ Οικονομία διαμοιρασμού ή «Sharing Economy» ορίζεται ως η παραχώρηση από έναν καταναλωτή σε άλλο προσωρινής πρόσβασης σε φυσικά περιουσιακά στοιχεία του τα οποία δεν αξιοποιεί πλήρως (υπάρχει δηλαδή αδρανής δυναμικότητα σε αυτά), πιθανώς για χρήματα (Koen, 2017).

Στην όγδοη ερώτηση, οι επιχειρήσεις καλέστηκαν να απαντήσουν αναφορικά με το ποιοι είναι οι κυριότεροι πελάτες τους. Το μεγαλύτερο μέρος αυτών, και συγκεκριμένα το 65,15%, απευθύνεται τόσο σε άλλες επιχειρήσεις (B2B) όσο και στους τελικούς καταναλωτές (B2C) ενώ το 24,24% απευθύνεται μόνο σε άλλες επιχειρήσεις (16 επιχειρήσεις). Το μικρότερο ποσοστό των επιχειρήσεων (7,58%) έχει ως πελάτες μόνο τελικούς καταναλωτές (B2C) (Διάγραμμα 3.6). Στην κατηγορία «Άλλο», περιλαμβάνονται δυο απαντήσεις, «Όλος ο κόσμος» και «Ωφελοόμενοι-Άστεγος πληθυσμός».



Διάγραμμα 3.6: Κυριότεροι πελάτες της νεοφυούς επιχείρησης

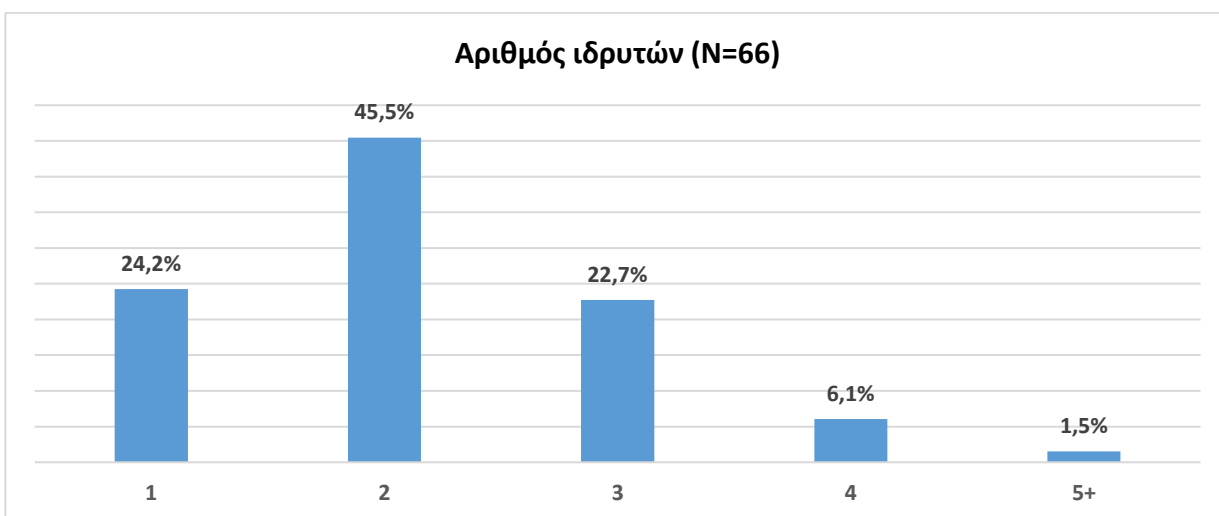
Η γεωγραφική πελατειακή στόχευση των συμμετεχόντων είναι διεθνής κατά 69,7% ενώ το 15,15% στοχεύει στην Ελλάδα. Στην κατηγορία «Άλλο» εντάσσονται οι απαντήσεις «ΗΠΑ» και «Ενωμένα Αραβικά Εμιράτα», δηλαδή δυο επιχειρήσεις στοχεύουν σε συγκεκριμένη χώρα του εξωτερικού, ενώ μια επιχείρηση δήλωσε «Ελλάδα & Ευρώπη», (Διάγραμμα 3.7).



Διάγραμμα 3.7: Γεωγραφική πελατειακή στόχευση της νεοφυούς επιχείρησης

B. Ενότητα: Στοιχεία επιχειρηματικής ομάδας (ερωτήσεις 10-15)

Σε αυτή την ενότητα, οι ερωτώμενοι καλέστηκαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικά με την επιχειρηματική ομάδα. Αρχικά, η δέκατη σε σειρά ερώτηση, αφορούσε τον αριθμό των ατόμων της ιδρυτικής ομάδας. Αποδεικνύεται ότι, η δημιουργία μιας νεοφυούς επιχείρησης αποτελεί ομαδική εργασία, καθώς το 75,76% των ερωτώμενων δήλωσαν ότι υπάρχει ιδρυτική ομάδα. Το μεγαλύτερο ποσοστό των νεοφυών επιχειρήσεων φαίνεται ότι είναι αποτέλεσμα συνεργασίας δύο ατόμων (45,45% με 30 παρατηρήσεις) και έπεται η ομάδα τριών ιδρυτικών μελών με ποσοστό 22,73%. Μόλις μια επιχείρηση δήλωσε ότι η ιδρυτική ομάδα στελεχώνεται από 5 και άνω άτομα. Σημαντικό ποσοστό των ερωτώμενων (24,24%) ωστόσο, λαμβάνει και η ατομική προσπάθεια (Διάγραμμα 3.8).



Διάγραμμα 3.8: Αριθμός ιδρυτών της νεοφυούς επιχείρησης

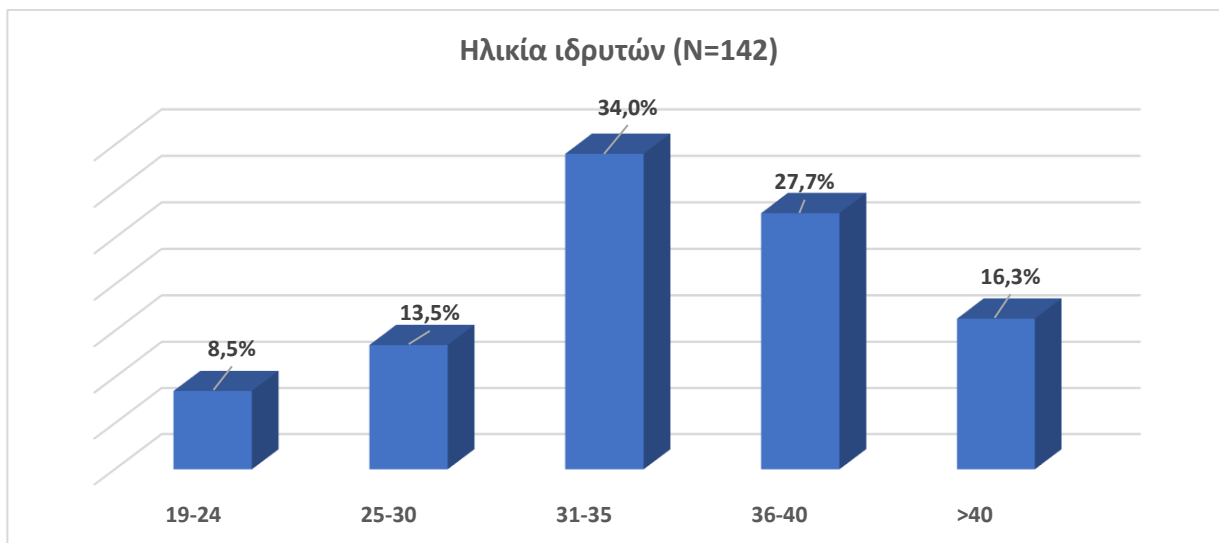
Στην εντέκατη ερώτηση, οι εκπρόσωποι των επιχειρήσεων καλέστηκαν να απαντήσουν πόσα άτομα από την ιδρυτική ομάδα είναι γένους αρσενικού και πόσα γένους θηλυκού. Από την ανάλυση των στοιχείων, ενδιαφέρον προκαλεί το γεγονός ότι, το 69% των νεοφυών επιχειρήσεων δεν έχει κανένα ιδρυτικό μέλος γένους θηλυκού ενώ, το 5% δεν έχει ιδρυτικό μέλος γένους αρσενικού (Διάγραμμα 3.8). Το μεγαλύτερο μέρος των νεοφυών επιχειρήσεων έχει ιδρυθεί από δυο άνδρες (33%), ενώ έπονται, οι νεοφυείς επιχειρήσεις που είναι αποτέλεσμα ατομικής προσπάθειας ενός μόνο άνδρα (23%).

Αναλυτικότερα, στο σύνολο των 66 επιχειρήσεων, δηλώθηκαν 142 ιδρυτές, εκ των οποίων 117 είναι αρσενικού γένους, δηλαδή το 82% επί του συνόλου, ενώ 25 άτομα είναι γένους θηλυκού, δηλαδή το 18% (Διάγραμμα 3.9).

Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο επιχειρήσεων	Σύνολο επιχειρήσεων (σε %)
0	1	1	2%
0	2	2	3%
1	0	15	23%
1	1	8	12%
1	2	1	2%
2	0	22	33%
2	1	7	11%
3	0	5	8%
3	1	1	2%
4	0	3	5%
5	2	1	2%
		66	100%

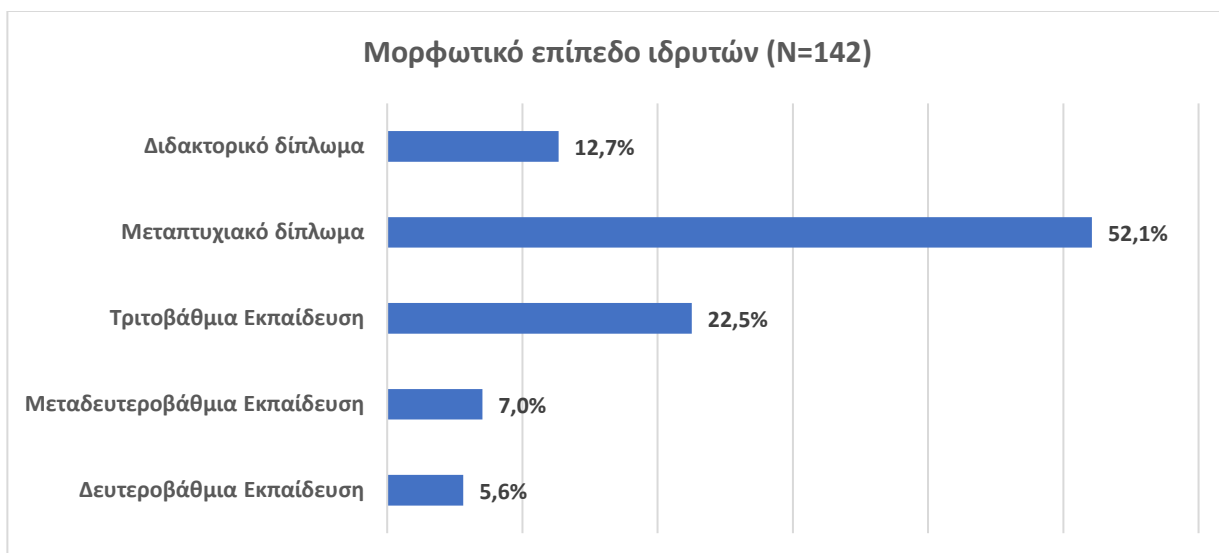
Διάγραμμα 3.9: Αριθμός ιδρυτών ανά φύλο

Στην επόμενη ερώτηση, οι ερωτώμενοι κατέγραψαν την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκει κάθε ιδρυτής τους. Στο σύνολο των απαντήσεων (στοιχεία 141 ιδρυτών), το μεγαλύτερο μέρος των ιδρυτών σε ποσοστό 34% είναι ηλικίας 31-35 ετών, ενώ η επόμενη ηλικιακή ομάδα που συγκεντρώνει το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό είναι αυτής των 36-40 ετών, με ποσοστό 28%. Τα μικρότερα ποσοστά συγκεντρώνουν οι μικρότερες ηλικιακές ομάδες, με το 9% των ιδρυτών να είναι ηλικίας 19-24 ετών και το 13% αυτών, ηλικίας 25-30 ετών (Διάγραμμα 3.10).



Διάγραμμα 3.10: Ηλικία ιδρυτών των νεοφυών επιχειρήσεων

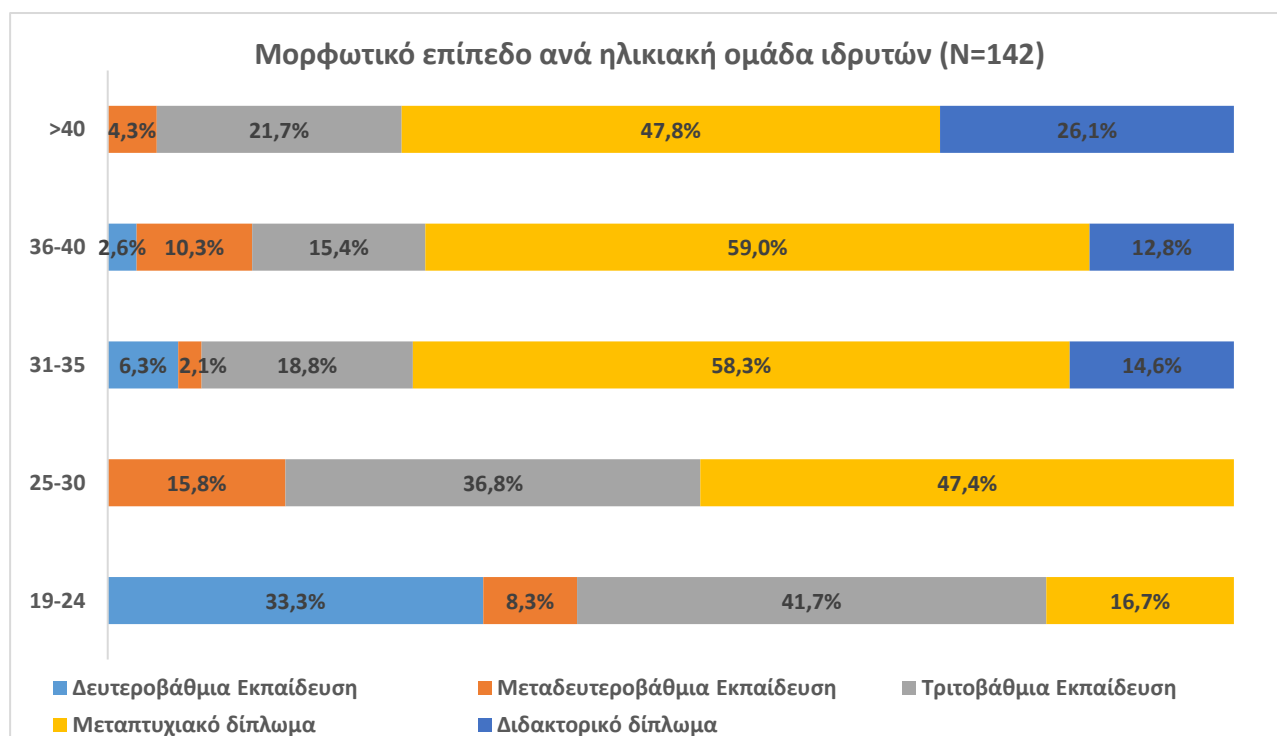
Η δέκατη τρίτη ερώτηση αφορά το μορφωτικό επίπεδο των ιδρυτών. Οι αποκρίσεις δείχνουν ότι, το 52% των ιδρυτών είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος, ενώ σε ποσοστό 13% κάτοχοι Διδακτορικού. Βάσει των αποτελεσμάτων, επιβεβαιώνεται ότι οι ιδρυτές των νεοφυών επιχειρήσεων είναι κατά κύριο λόγο άτομα με υψηλό επίπεδο μόρφωσης (Διάγραμμα 3.11).



Διάγραμμα 3.11: Μορφωτικό επίπεδο ιδρυτών των νεοφυών επιχειρήσεων (N=142)

Παράλληλα, ενδιαφέρον προκαλεί η εξέταση του μορφωτικού επιπέδου ανά ηλικιακή ομάδα ιδρυτών (Διάγραμμα 3.12). Παρατηρούμε ότι σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, το μεγαλύτερο

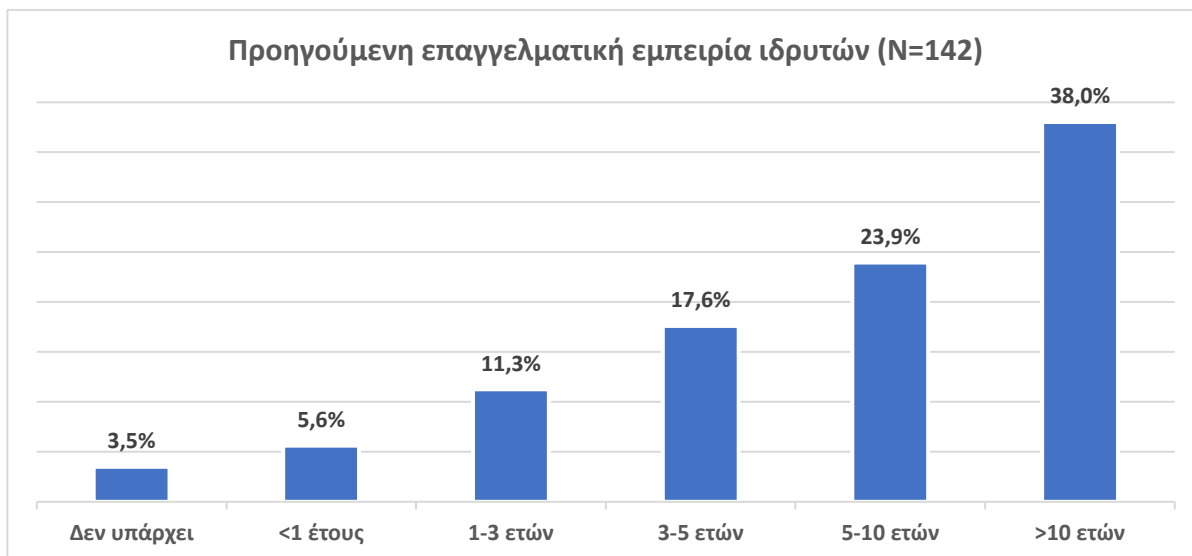
ποσοστό των ιδρυτών κατέχει μεταπτυχιακό τίτλο, με το ποσοστό όσων κατέχουν διδακτορικό τίτλο να είναι αρκετά σημαντικό.⁹⁹



Διάγραμμα 3.12: Μορφωτικό επίπεδο ανά ηλικιακή ομάδα ιδρυτών

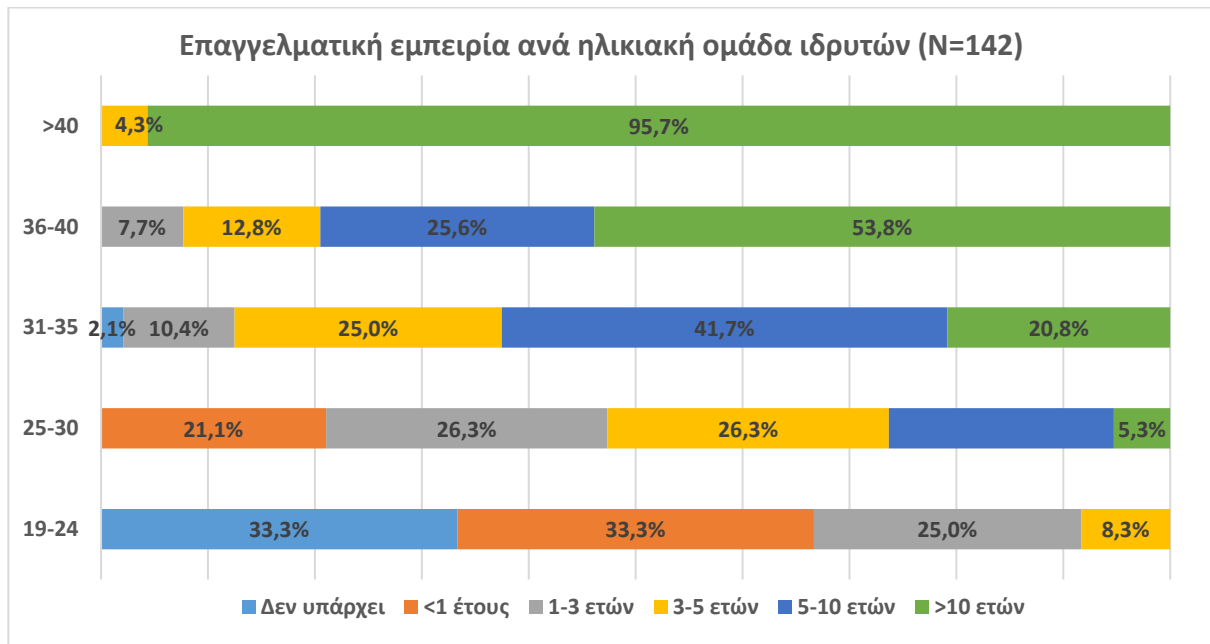
Στο Διάγραμμα 3.13, φαίνεται η κατανομή του δείγματος, αναφορικά με την προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία των ιδρυτών (ερώτηση 14). Παρατηρούμε ότι, το μεγαλύτερο μέρος των ιδρυτών κατέχει σημαντική επαγγελματική εμπειρία, αφού το 62% έχει περισσότερα από 5 έτη εργασιακής εμπειρίας, γεγονός που αντιπαρατίθεται στην αντίληψη όσων υποστηρίζουν ότι, είναι αρκετοί αυτοί που αποφασίζουν να στραφούν στο επιχειρείν, εξαιτίας της υψηλής ανεργίας και της δυσκολίας εύρεσης εργασίας.

⁹⁹ Δεν γίνεται αναφορά στην κατηγορία 19-24 για προφανείς λόγους, καθώς οι περισσότεροι εξ αυτών δύνανται να μην έχουν ολοκληρώσει τις σπουδές τους.



Διάγραμμα 3.13: Προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία ιδρυτών των νεοφυών επιχειρήσεων

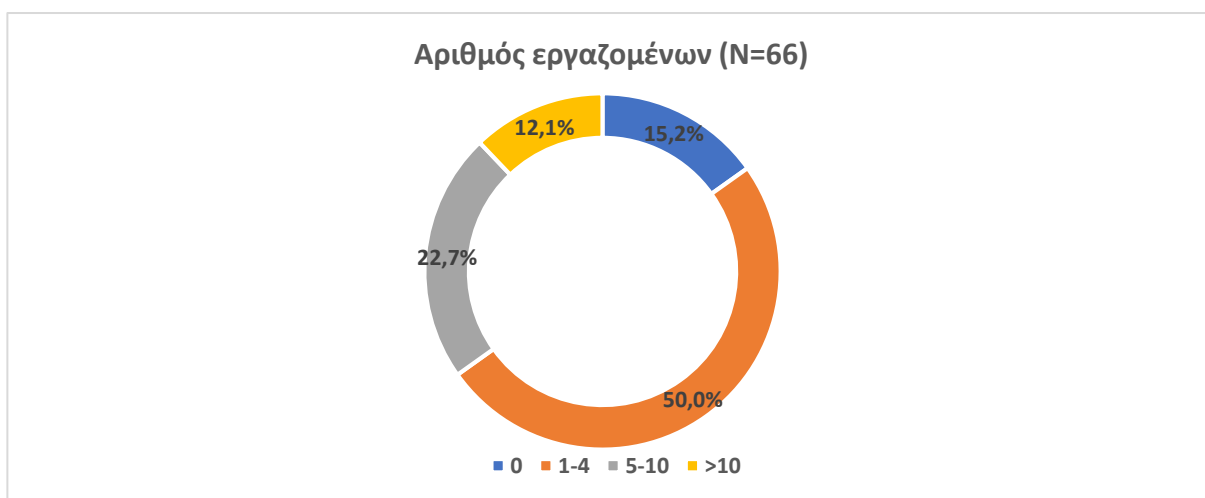
Ωστόσο, θεωρείται σημαντικό να αναλυθεί η επαγγελματική εμπειρία με βάση την ηλικία των ιδρυτών. Παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των ιδρυτών διαθέτει ικανοποιητική επαγγελματική εμπειρία αντιστοίχως με την ηλικία τους, λαμβανομένου υπόψη την δύσκολη οικονομική συγκυρία και τα υψηλά ποσοστά ανεργίας στην χώρα (Διάγραμμα 3.14).



Διάγραμμα 3.14: Επαγγελματική εμπειρία ανά ηλικιακή ομάδα ιδρυτών

Στην δέκατη πέμπτη και τελευταία ερώτηση της ενότητας, σχετικά με τον αριθμό των απασχολούμενων, σε ποσοστό 50% οι νεοφυείς επιχειρήσεις απασχολούν 1 έως 4 άτομα πέραν

των εταίρων/ ιδρυτών, σε ποσοστό 22,73% απασχολούν 5 έως 10 άτομα και σε ποσοστό 12,12% πάνω από 10 άτομα (Διάγραμμα 3.15).

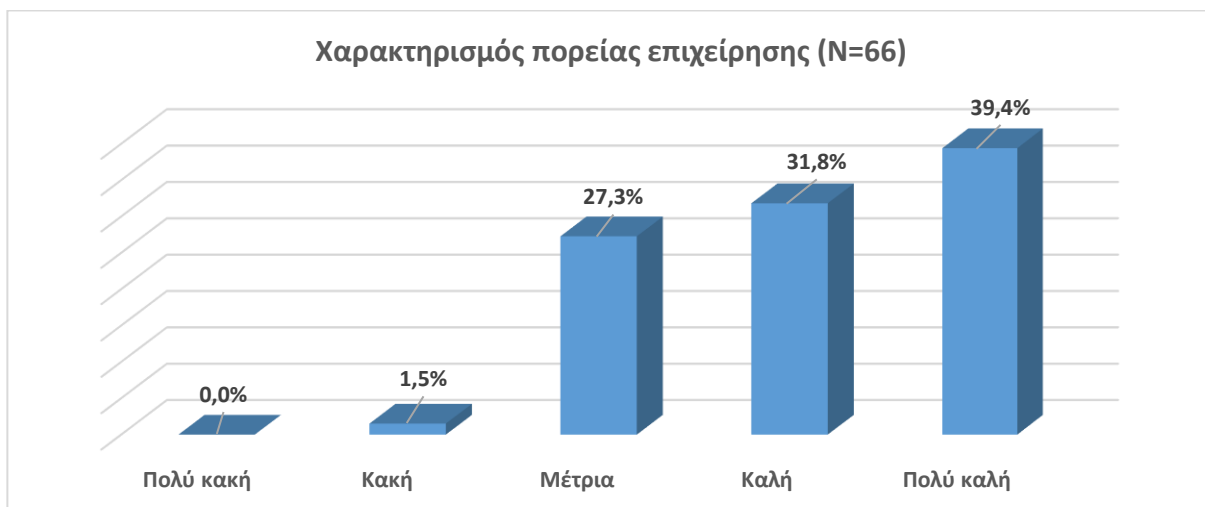


Διάγραμμα 3.15: Αριθμός εργαζομένων (πλην των εταίρων/ ιδρυτών)

Γ Ενότητα. Αξιολόγηση πορείας της επιχείρησης (ερωτήσεις 16-19)

Στην τρίτη ενότητα, τέθηκαν ερωτήσεις σχετικά με το στάδιο ανάπτυξης των επιχειρήσεων, την έως σήμερα ανάπτυξη τους και τέλος τους παράγοντες που έχουν επηρεάσει την αναπτυξιακή πορεία της εκάστοτε νεοφυούς επιχείρησης.

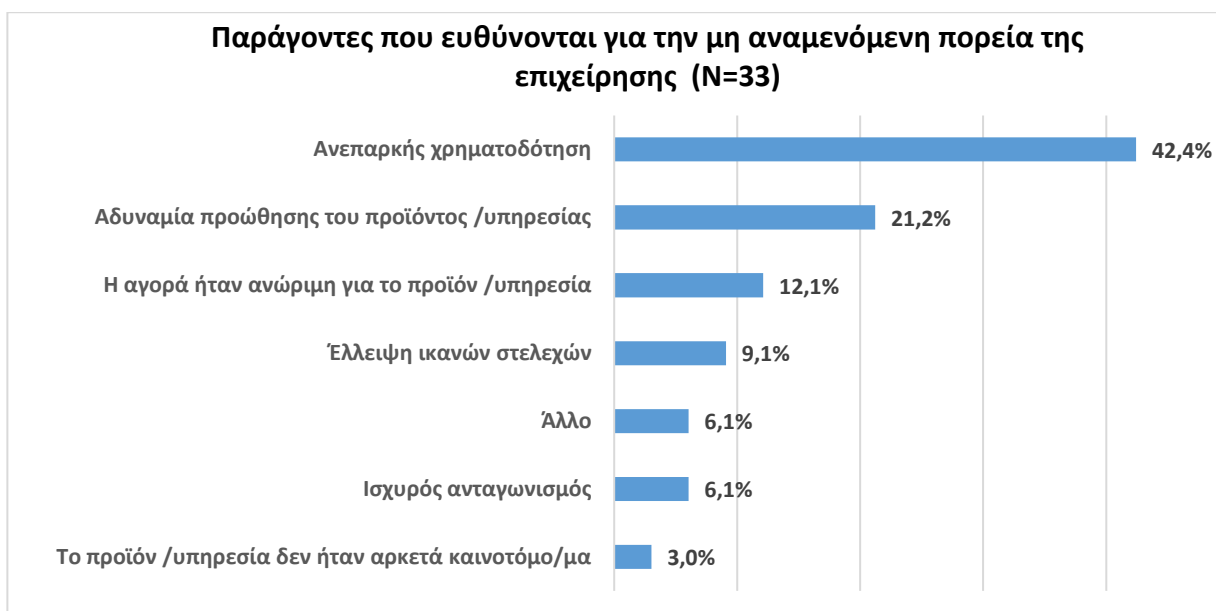
Στη δέκατη έκτη ερώτηση, οι ερωτώμενοι καλέστηκαν να απαντήσουν στην εξής ερώτηση: «Πώς θα χαρακτηρίζατε την πορεία της επιχείρησής σας μέχρι σήμερα;». Η πλειοψηφία των νεοφυών επιχειρήσεων σε ποσοστό 71,21% δήλωσε ότι η πορεία τους είναι καλή έως πολύ καλή ενώ μόλις το 1,52% δήλωσε ότι η πορεία της είναι κακή/πολύ κακή (Διάγραμμα 3.17).



Διάγραμμα 3.16: Χαρακτηρισμός πορείας της νεοφυούς επιχείρησης

Όσες επιχειρήσεις χαρακτήρισαν την πορεία τους από μέτρια έως κακή/πολύ κακή, καλέστηκαν να προσδιορίσουν τους παράγοντες (πολλαπλή επιλογή) που, κατά τη γνώμη τους, ευθύνονται για την μη αναμενόμενη πορεία της επιχείρησής τους. Ο βασικότερος παράγοντας, με ποσοστό 42,42%, είναι η «Ανεπαρκής χρηματοδότηση» και, με ποσοστό 21,21%, η «Αδυναμία προώθησης του προϊόντος/ υπηρεσίας» (Διάγραμμα 3.17). Σημειώνεται ότι, το χαμηλότερο ποσοστό (3,03%) παρουσίασε ο παράγοντας «Το προϊόν /υπηρεσία δεν ήταν αρκετά καινοτόμο/μα». Στην κατηγορία «Άλλο», συμπεριλαμβάνονται οι εξής παράγοντες:

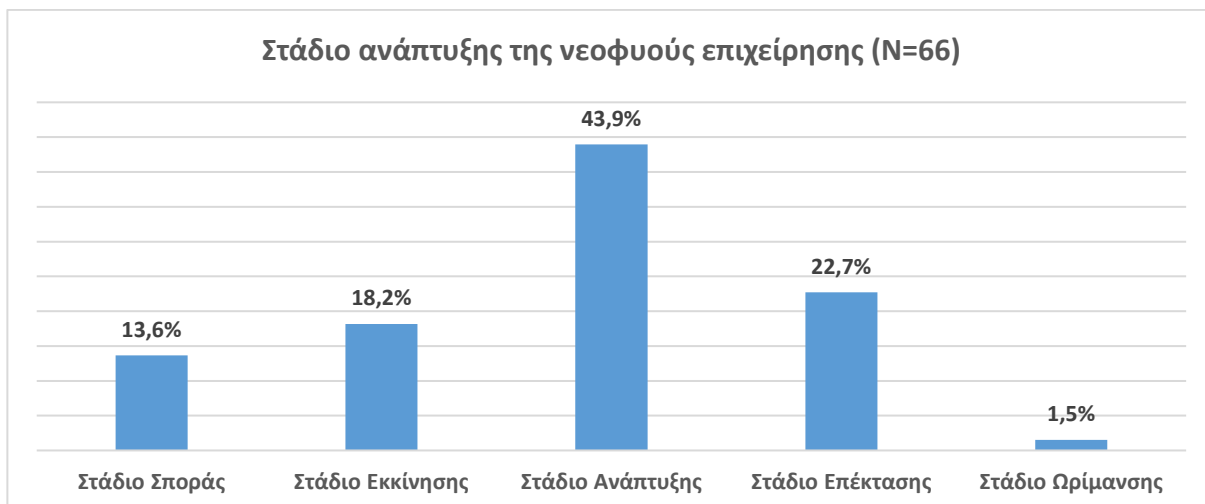
- Μεγάλος χρόνος αναζήτησης του Product Market Fit¹⁰⁰ («Παίρνει αρκετό χρόνο να βρεις το Product Market Fit»)
- Μη επίλυση προβλήματος με τη δημιουργία του συγκεκριμένου προϊόντος («Το προϊόν δεν δίνει τελικά τη λύση στο πρόβλημα που είχαμε εντοπίσει»)



Διάγραμμα 3.17: Παράγοντες που ευθύνονται για την μη αναμενόμενη πορεία της νεοφυούς επιχείρησης

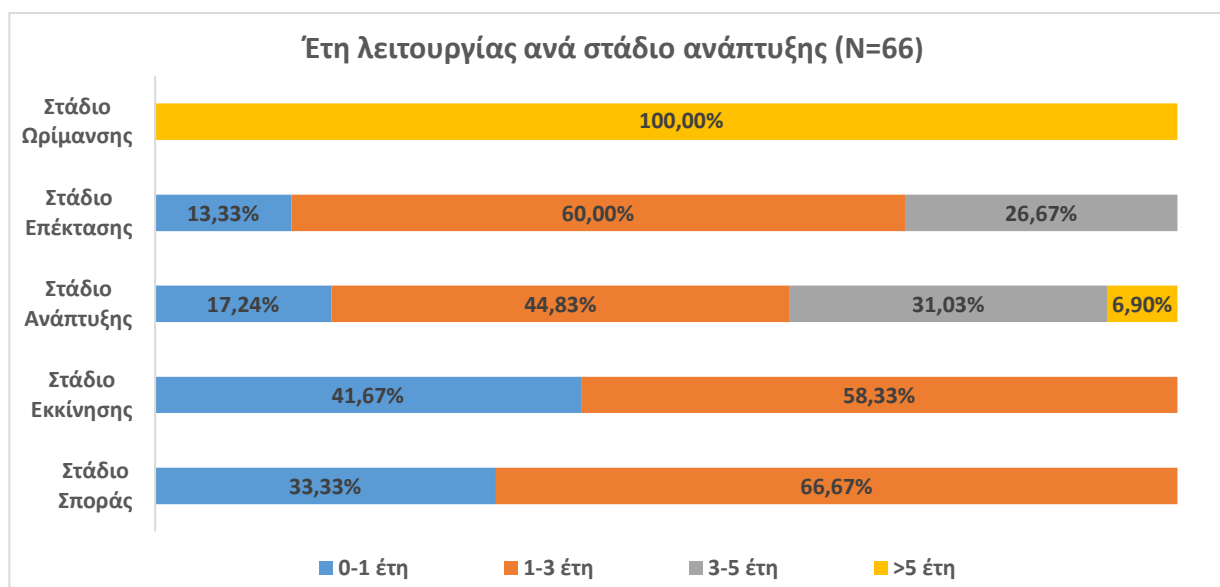
Στο επόμενο Διάγραμμα (Διάγραμμα 3.18), απεικονίζονται οι απαντήσεις που έδωσαν οι συμμετέχοντες στην ερώτηση αναφορικά με το στάδιο ανάπτυξης που βρίσκονται. Το 43,94% των νεοφυών επιχειρήσεων του δείγματος βρίσκονται στο στάδιο ανάπτυξης (growth stage), το 22,73% αυτών βρίσκονται στο στάδιο επέκτασης (later stage) ενώ το 18,18% εντάσσονται στο στάδιο εκκίνησης (startup stage).

¹⁰⁰ Η προσαρμογή του προϊόντος / της αγοράς (Product Market Fit) είναι ο βαθμός στον οποίο ένα προϊόν ικανοποιεί την ζήτηση της αγοράς. Αποτελεί ένα πρώτο βήμα για την οικοδόμηση μιας επιτυχημένης επιχείρησης στην οποία η εταιρεία συναντά πρώιμους πελάτες, συγκεντρώνει ανατροφοδότηση (feedback) και εκτιμά το ενδιαφέρον των εν δυνάμει καταναλωτών για τα προϊόντα της.



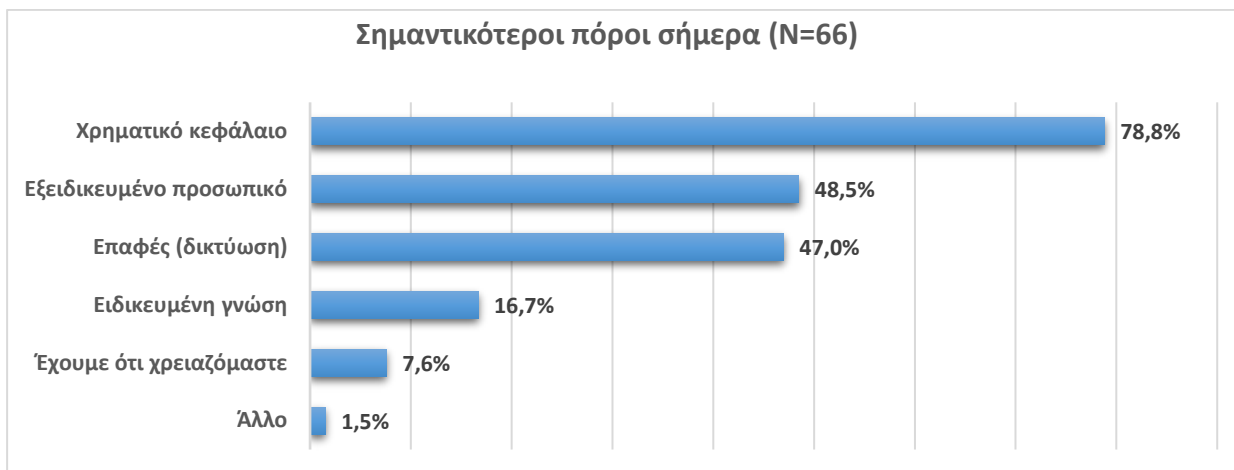
Διάγραμμα 3.18: Στάδιο ανάπτυξης της επιχείρησης

Συνδυαστικά με τα έτη λειτουργίας των επιχειρήσεων, γίνεται αντιληπτή η βιβλιογραφική διαπίστωση ότι, δεν υπάρχουν συγκεκριμένα χρονικά όρια που ορίζουν σε ποιο στάδιο ανήκει μια νεοφυής επιχείρηση. Ωστόσο, όπως είναι λογικό οι νεοφυείς επιχειρήσεις που έχουν λιγότερα έτη λειτουργίας, βρίσκονται στα αρχικά στάδια ανάπτυξης (Διάγραμμα 3.19).



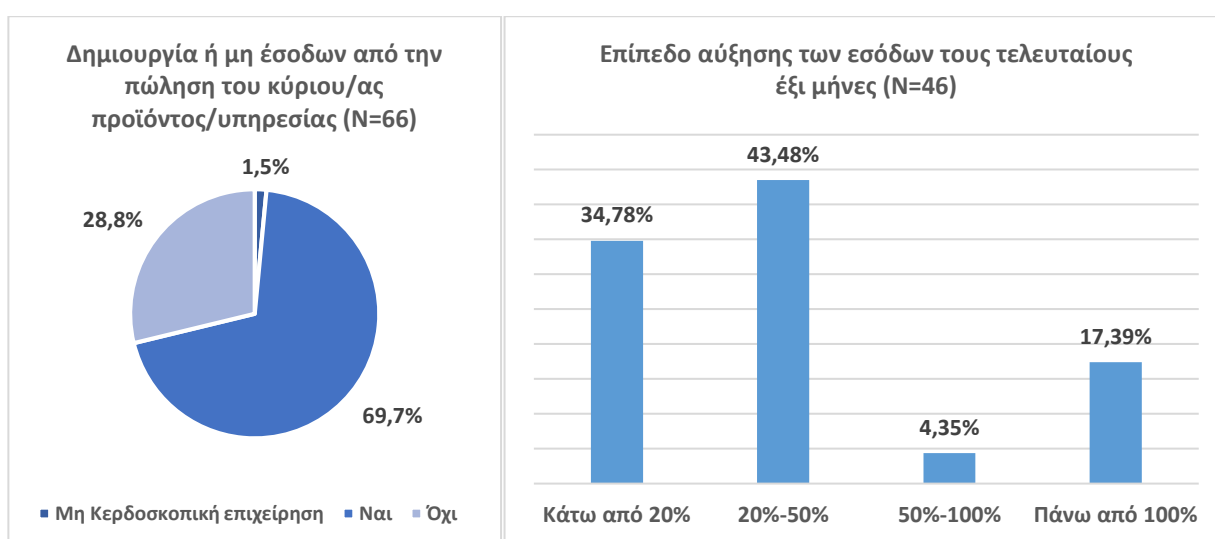
Διάγραμμα 3.19: Έτη λειτουργίας ανά στάδιο ανάπτυξης

Από το σύνολο των συμμετεχόντων που δήλωσαν ποιους πόρους θεωρούν ότι χρειάζονται περισσότερο στο σημερινό στάδιο ανάπτυξης τους (πολλαπλή επιλογή), το 79% των νεοφυών επιχειρήσεων θεωρεί ως σημαντικότερο πόρο το χρηματικό κεφάλαιο. Εκτός αυτού, το εξειδικευμένο προσωπικό (48%) και οι επαφές/ δικτύωση (47%) θεωρούνται πολύ σημαντικοί πόροι (Διάγραμμα 3.20).



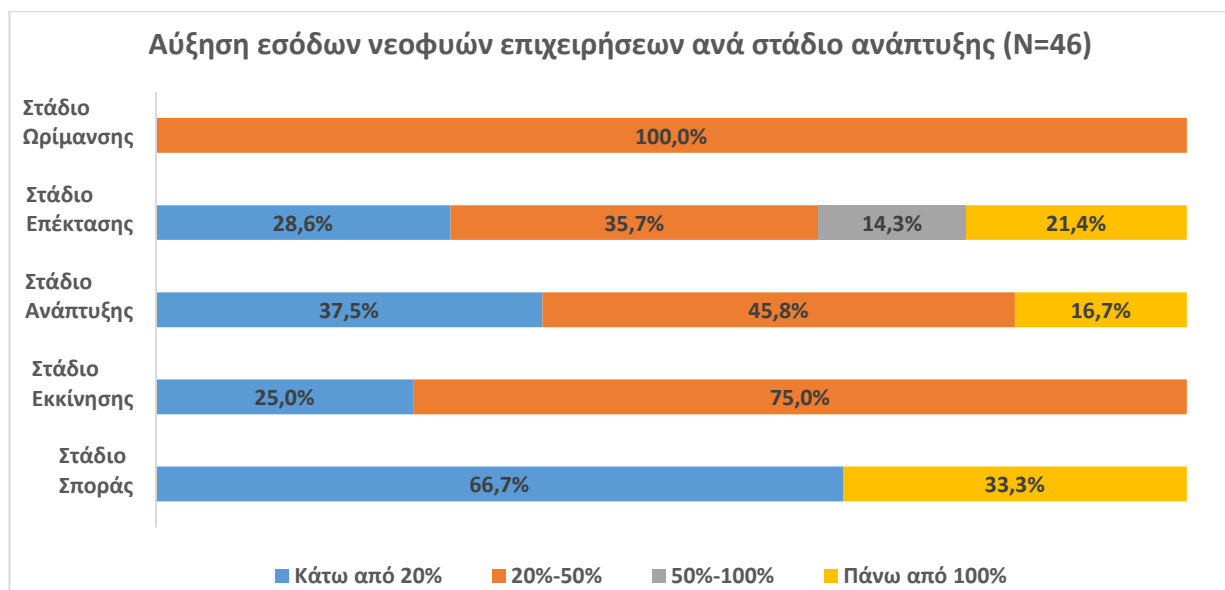
Διάγραμμα 3.20: Σημαντικότεροι πόροι στο σημερινό στάδιο ανάπτυξης των νεοφυών επιχειρήσεων

Στην δέκατη ένατη ερώτηση, οι επιχειρήσεις καλέστηκαν να απαντήσουν στην ερώτηση αν αυτή τη χρονική περίοδο, δημιουργούν έσοδα από την πώληση του κύριου/ας προϊόντος/υπηρεσίας. Το 69,7% των επιχειρήσεων που απάντησε πως «Ναι», καλέστηκε να απαντήσει στο επόμενο υποερώτημα αναφορικά με το επίπεδο αύξησης των εσόδων τους, τους τελευταίους έξι (6) μήνες. Από την ανάλυση των απαντήσεων, προέκυψε ότι οι περισσότερες νεοφυείς επιχειρήσεις και συγκεκριμένα το 43,48% αύξησαν τα έσοδα τους 20% έως 50% (Διάγραμμα 3.21). Ωστόσο, σημαντικό είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων (17,39%) που παρουσιάζουν υπερδιπλασιασμό των εσόδων τους, γεγονός που επιβεβαιώνει τη δυνατότητα των νεοφυών επιχειρήσεων για ταχεία ανάπτυξη.



Διάγραμμα 3.21: Έσοδα από πώληση κύριου/ας προϊόντος/ υπηρεσίας

Σε μια περαιτέρω ανάλυση των εσόδων των νεοφυών επιχειρήσεων, παρατηρείται ότι η αύξηση των εσόδων άνω του 100% ανακλύπει κυρίως στο αρχικό στάδιο σποράς (33,33%) και λιγότερο στο στάδιο επέκτασης (21,43%) και στο στάδιο ανάπτυξης (16,67%). Ενδιαφέρον έχει ότι στο στάδιο Ανάπτυξης (24 επιχειρήσεις) και Επέκτασης (14 επιχειρήσεις) όπου συγκεντρώνεται και το μεγαλύτερο μέρος των παρατηρήσεων, το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων παρουσιάζουν αύξηση εσόδων έως 50%, (Διάγραμμα 3.22).

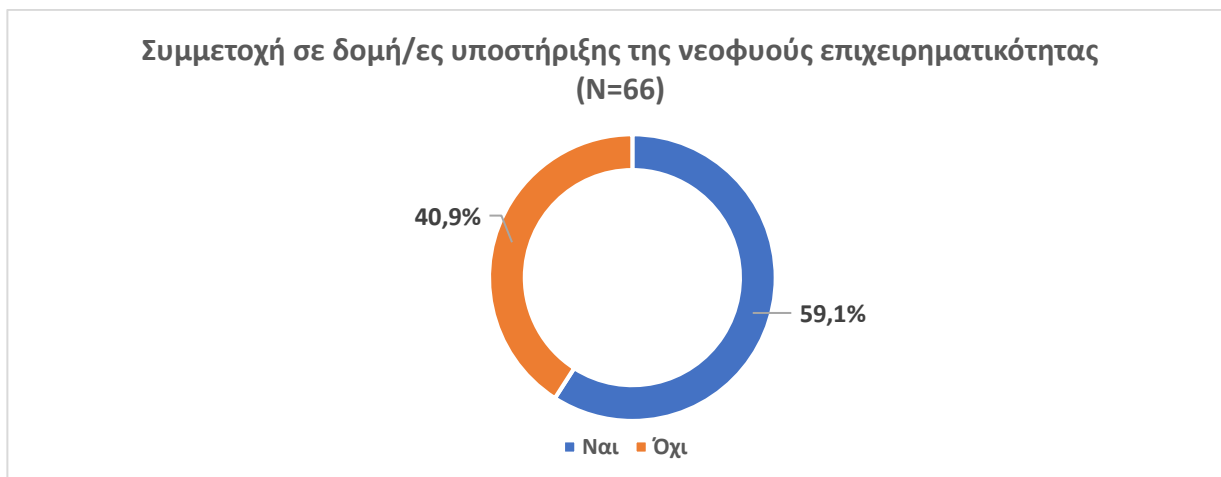


Διάγραμμα 3.22: Αύξηση εσόδων νεοφυών επιχειρήσεων ανά στάδιο ανάπτυξης

Δ. Ενότητα: Αξιοποίηση δομών στήριξης και εργαλείων χρηματοδότησης (ερωτήσεις 20-22)

Σε αυτή την ενότητα, οι επιχειρήσεις καλέστηκαν να απαντήσουν σε βασικές ερωτήσεις, που αποτελούν και τον βασικό πυλώνα της παρούσας έρευνας καθώς, αντλούνται τόσο πληροφορίες για την αξιοποίηση δομών στήριξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας όσο και για τα εργαλεία χρηματοδότησης που έχουν λάβει έως σήμερα.

Αρχικά, από τους συμμετέχοντες στην έρευνα, εκείνοι που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν ή έχουν χρησιμοποιήσει τουλάχιστον μια δομή υποστήριξης νεοφυούς επιχειρηματικότητας αντιστοιχούν στο 59,09% του συνολικού δείγματος.



Διάγραμμα 3.23: Συμμετοχή σε δομή/ες υποστήριξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας

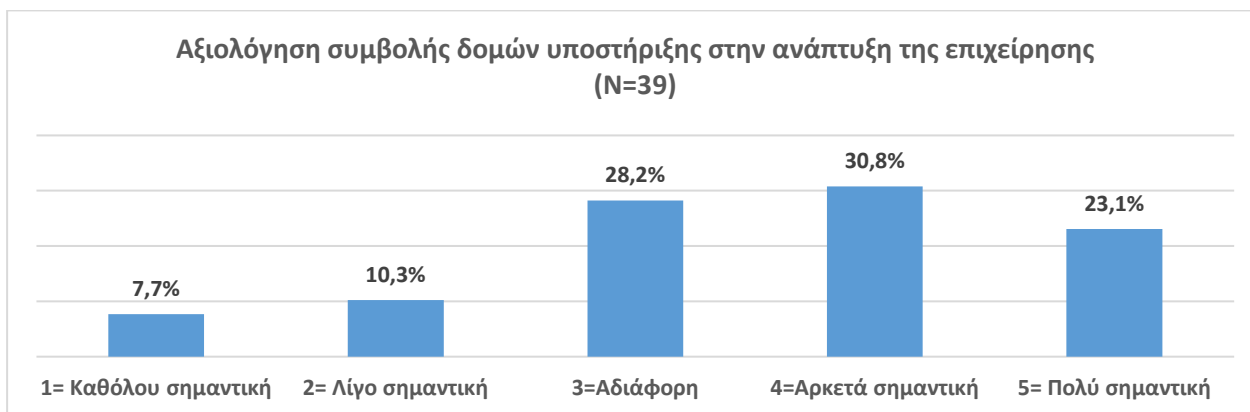
Από τις αναφερόμενες στο ερωτηματολόγιο- δομές υποστήριξης της επιχειρηματικότητας, το μεγαλύτερο ενδιαφέρον προσελκύουν οι θερμοκοιτίδες-εκκολαπτήρια (business incubators) σε ποσοστό της τάξεως του 64,10% των επιχειρήσεων που έχουν συμμετάσχει σε μια δομή υποστήριξης. Αναλύοντας τις απαντήσεις, παρατηρείται ότι η συμμετοχή σε διαγωνισμό επιχειρηματικότητας για το 51,28% των επιχειρήσεων έχει αποτελέσει βασική πηγή υποστήριξης της επιχειρηματικής τους ιδέας. Αρκετές ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις, επιπλέον, έχουν στηριχθεί από επιχειρηματικές επιταχυντές (28,21%) και από συνεργατικούς χώρους (20,51%) (Διάγραμμα 3.24). Μικρότερα ποσοστά εμφανίζουν το Άυλο οικοσύστημα και το Επιστημονικό και Τεχνολογικό Πάρκο (5,13%). Στην επιλογή «Άλλο» λήφθηκαν οι απαντήσεις «Μέλος του ΕΣΥΝΕ»¹⁰¹ και «Athens Game Festival».



¹⁰¹ Ο Ελληνικός Σύνδεσμος Νέων Επιχειρηματιών (ΕΣΥΝΕ) ΑΠΠ είναι ο επίσημος φορέας που εκπροσωπεί τους Έλληνες νέους επιχειρηματίες της στην Αθήνα και στα Περιφέρειες, στην Ελλάδα και Διεθνώς, συμμετέχοντας σε διαβουλεύσεις με θεσμικούς φορείς και διοργανώνοντας πλήθος εκδηλώσεων που σκοπό έχουν να ενισχύσουν την επιχειρηματική παιδεία στην χώρα. (<https://esyne.org/>)

Διάγραμμα 3.24: Δομή/ες υποστήριξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας

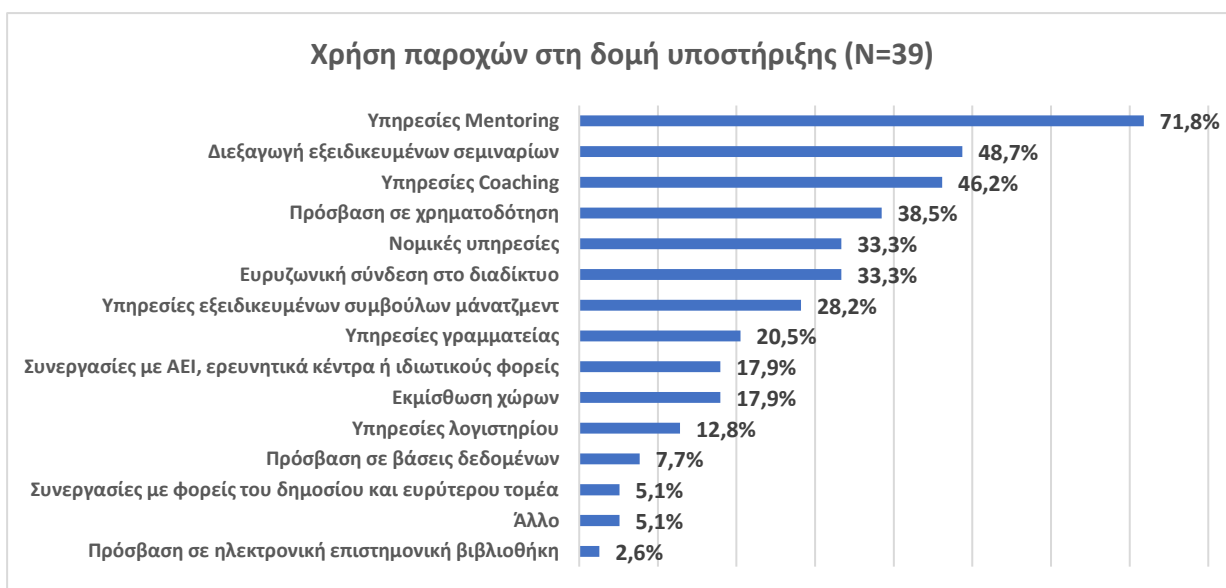
Στην επόμενη ερώτηση, ζητήθηκε από τις νεοφυείς επιχειρήσεις που έχουν στηριχθεί από δομές υποστήριξης, να αξιολογήσουν τη σημαντικότητα της συμβολής τους στην ανάπτυξη τους. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων έκρινε σημαντική την συμβολή τους, αφού το 53,85% αυτών, τις βαθμολόγησε πάνω από το τρία (3) στην πενταβάθμια κλίμακα Likert. Ωστόσο, το 17,95% των νεοφυών επιχειρήσεων τις βαθμολόγησε κάτω του μετρίου, σε επίπεδο σημαντικότητας συμβολής, (Διάγραμμα 3.25).



Διάγραμμα 3.25: Αξιολόγηση συμβολής δομών υποστήριξης στην ανάπτυξη της επιχείρησης

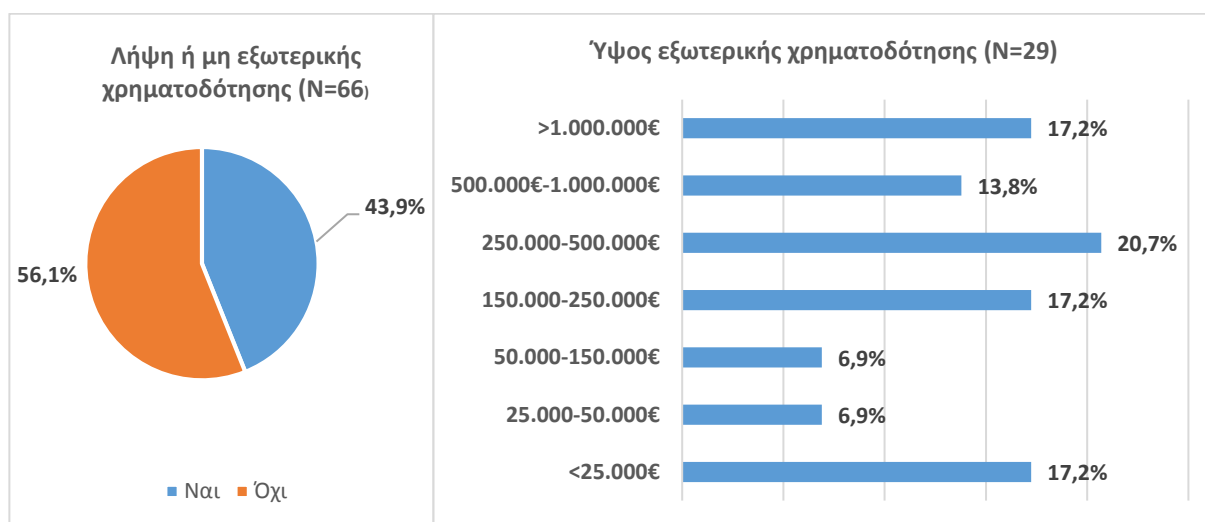
Στο πλαίσιο αυτών των δομών, οι υπηρεσίες Mentoring συγκεντρώνουν με διαφορά το μεγαλύτερο ποσοστό χρήσης (71,79%), ενώ έπονται η διεξαγωγή εξειδικευμένων σεμιναρίων (48,72%) και υπηρεσιών Coaching (46,15%) (Διάγραμμα 3.26). Στην επιλογή «Άλλο» καταγράφηκαν ως παροχές οι εξής:

- Συνεργασίες με άλλες ΜΚΟ
- Δικτύωση με άλλες καινοτόμες επιχειρήσεις



Διάγραμμα 3.26: Χρήση παροχών στη/ς δομή/ές υποστήριξης

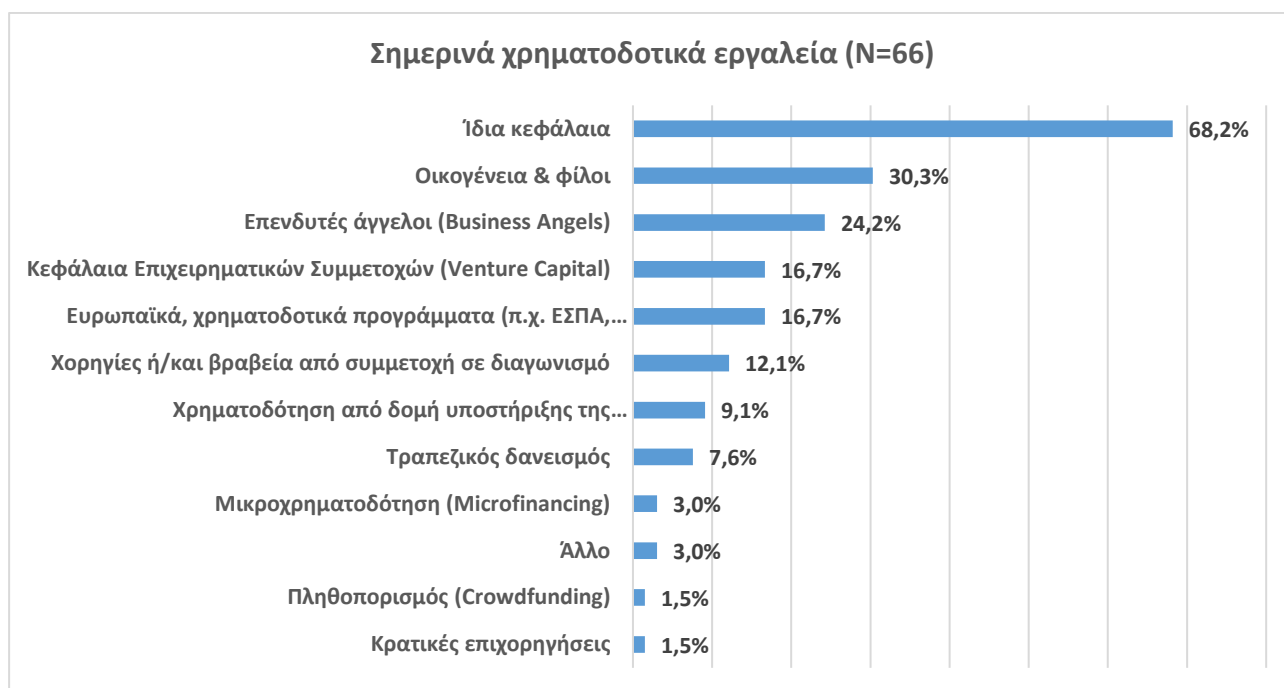
Στη συνέχεια, οι νεοφυείς επιχειρήσεις του δείγματος απάντησαν σε ζητήματα σχετικά με τη λήψη εξωτερικής χρηματοδότησης. Όπως φαίνεται στο επόμενο Διάγραμμα (3.27), το 43,94% των επιχειρήσεων δήλωσε ότι έχει λάβει εξωτερική χρηματοδότηση, με το ύψος αυτής να ποικίλει. Συγκεκριμένα, για το 20,69% των επιχειρήσεων που δήλωσε ότι έχει λάβει εξωτερική χρηματοδότηση, το ποσό χρηματοδότησης ανήλθε σε 250.000€-500.000€, ενώ το 17,24% των νεοφυών επιχειρήσεων έλαβε χρηματοδότηση ύψους είτε μικρότερης των 25.000€, είτε μεταξύ 150.000€-250.000€ είτε μεγαλύτερης των 1.000.000€. Τα αποτελέσματα φανερώνουν ότι η υψηλή χρηματοδότηση είναι επιτεύξιμη για τις νεοφυείς επιχειρήσεις.



Διάγραμμα 3.27: Λήψη εξωτερικής χρηματοδότησης από τις νεοφυείς επιχειρήσεις

Όσον αφορά την προέλευση των κεφαλαίων των νεοφυών επιχειρήσεων (πολλαπλή επιλογή), από ίδια κεφάλαια έχει χρηματοδοτηθεί ή χρηματοδοτείται το 68,18% του συνόλου των νεοφυών επιχειρήσεων. Σε αρκετά μεγάλο ποσοστό (30,30%), δηλώθηκαν η Οικογένεια και Φίλοι και σε ποσοστό 24,23% δηλώθηκαν οι Επενδυτικοί Άγγελοι. Ποσοστό ύψους 16,67% λαμβάνει τόσο η χρηματοδότηση από κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capitals) όσο και από ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά προγράμματα. Σε χαμηλότερες θέσεις βρίσκεται ο τραπεζικός δανεισμός (8^η θέση στη σειρά κατάταξης), ενώ η χρηματοδότηση μέσω πληθοπορισμού (Crowdfunding) και μέσω κρατικών επιχορηγήσεων λαμβάνουν τις τελευταίες θέσεις με το ίδιο ποσοστό (1,52%) (Διάγραμμα 3.28). Τέλος, σημειώνεται ότι στην επιλογή «Άλλο» λήφθηκαν οι εξής απαντήσεις:

- Μη εξασφάλιση χρηματοδότησης
- Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη¹⁰²

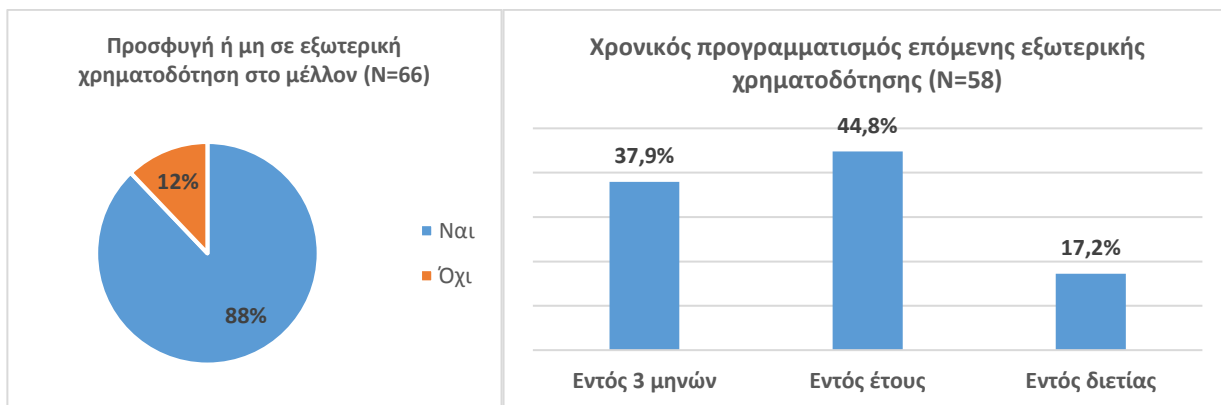


Διάγραμμα 3.28: Σημερινά χρηματοδοτικά εργαλεία νεοφυών επιχειρήσεων

Ε. Ενότητα: Αξιολόγηση μελλοντικών αναγκών της επιχείρησης (ερωτήσεις 23-25)

Στην πέμπτη ενότητα, οι επιχειρήσεις κλήθηκαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικά με τις μελλοντικές κινήσεις τους σε επίπεδο χρηματοδότησης. Συγκεκριμένα, τέθηκε ερώτηση σχετικά με το αν οι επιχειρήσεις σκοπεύουν να επιδιώξουν τη λήψη χρηματοδότησης στο μέλλον. Η πλειονότητα των νεοφυών επιχειρήσεων, σε ποσοστό 87,88%, απάντησε θετικά εκ των οποίων σε ποσοστό 44,83%, οι επιχειρήσεις δήλωσαν ότι σύμφωνα με τον προγραμματισμό τους, θα χρειαστούν εξωτερική χρηματοδότηση εντός έτους (Διάγραμμα 3.29). Ωστόσο, η ανάγκη άμεσης εξωτερικής χρηματοδότησης εντός τριμήνου είναι υπαρκτή για πολλές νεοφυείς επιχειρήσεις (37,93%), ενώ για μικρό ποσοστό αυτών (17,24%) η χρηματοδότηση δύναται να χρειασθεί εντός διετίας.

¹⁰² Ο όρος Εταιρική κοινωνική ευθύνη αναφέρεται στις ενέργειες των επιχειρήσεων που αποσκοπούν στην συμβολή αντιμετώπισης περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων.

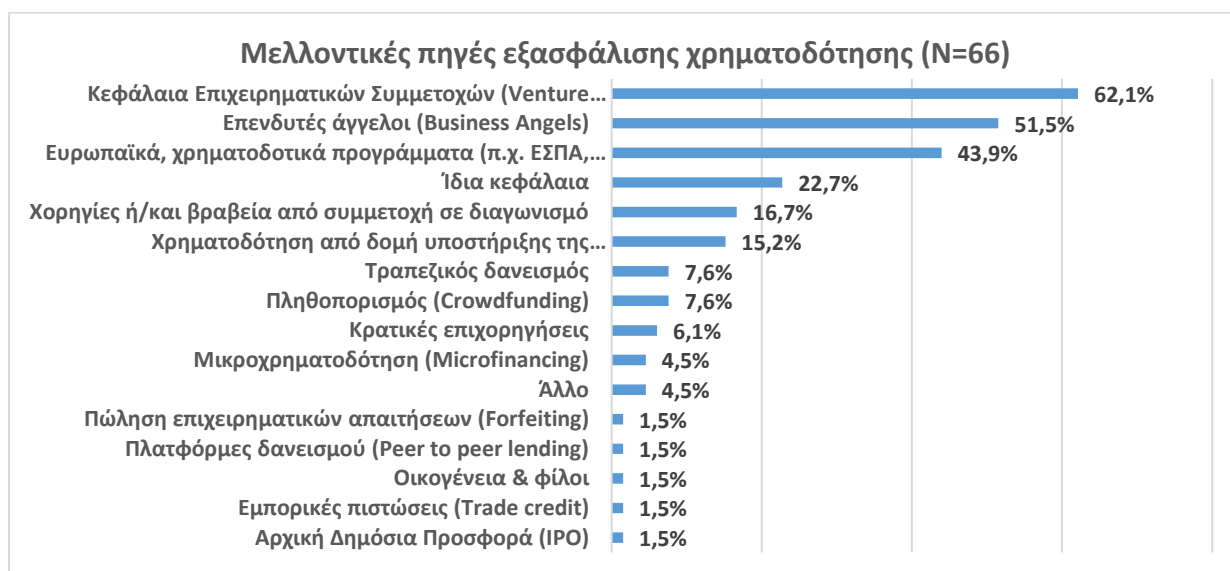


Διάγραμμα 3.29: Μελλοντική εξωτερική χρηματοδότηση

Η μελλοντική χρηματοδότηση των νεοφυών επιχειρήσεων σχεδιάζεται να εξασφαλιστεί κυρίως από κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (62,12%), επιχειρηματικούς αγγέλους (51,12%) και ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά προγράμματα (43,94%). Μικρότερα ποσοστά συγκεντρώνουν η χρηματοδότηση μέσω ιδίων κεφαλαίων (22,73%) και μέσω της συμμετοχής και βράβευσης σε διαγωνισμό (16,67%) (Διάγραμμα 3.30).

Στην επιλογή «Άλλο» δόθηκαν οι εξής απαντήσεις:

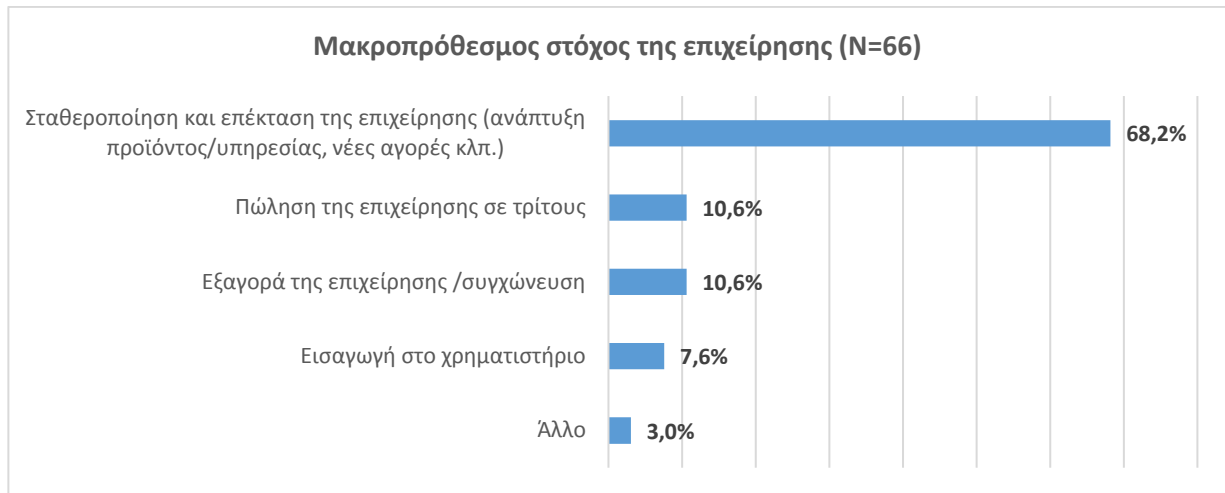
- Χρηματοδότηση μέσω bitcoin¹⁰³
- Χρηματοδότηση μέσω Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και ιδρυμάτων
- Πωλήσεις από τις κύριες υπηρεσίες



¹⁰³ Το bitcoin αποτελεί είδος κρυπτοχρήματος. Κρυπτοχρήμα ονομάζεται το αποκεντρωμένο μέσο πληρωμής, το οποίο βασίζεται στην κρυπτογραφία για την πραγματοποίηση συναλλαγών και για τη δημιουργία νέων μονάδων του ίδιου. Ο όρος «αποκεντρωμένο» τού αποδίδεται, επειδή το κρυπτοχρήμα δεν εκδίδεται από κεντρικές τράπεζες κρατών, αλλά αποτελεί μορφή ιδιωτικού χρήματος. Το κρυπτοχρήμα δεν έχει κατά κανόνα ένυλη μορφή καθώς αποτελεί είδος ψηφιακού ή εικονικού χρήματος (Μεταξάκης, 2017).

Διάγραμμα 3.30: Μελλοντικές πηγές εξασφάλισης χρηματοδότησης

Ως στρατηγικός-μακροπρόθεσμος στόχος, προσδιορίζεται η σταθεροποίηση και η επέκταση της επιχείρησης, δηλαδή η ανάπτυξη των προϊόντων/υπηρεσιών ή/και η επέκταση σε νέες αγορές (68,18%). Αντιθέτως, χαμηλά είναι τα ποσοστά που αφορούν στην πώληση της επιχείρησης σε τρίτους (10,61%), στην εξαγορά της επιχείρησης και στην εισαγωγή στο Χρηματιστήριο (7,58%) (Διάγραμμα 3.31).

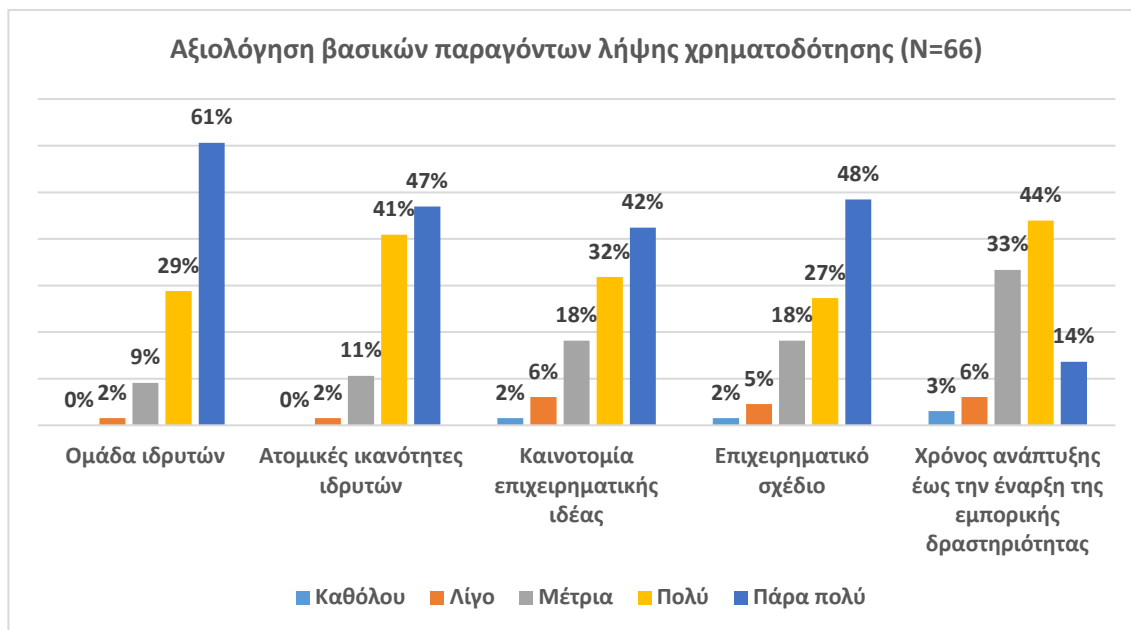


Διάγραμμα 3.31: Μακροπρόθεσμος στόχος της νεοφυούς επιχείρησης

ΣΤ. Ενότητα.: Η δική σας γνώμη (ερωτήσεις 26-27)

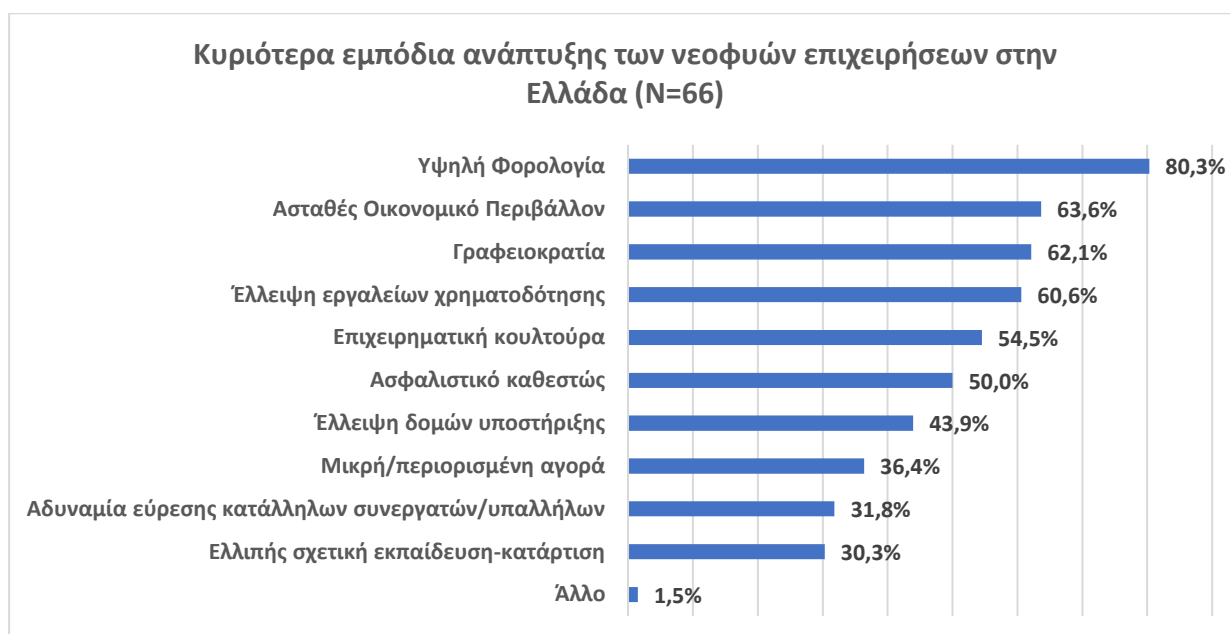
Στην τελευταία ενότητα, ζητήθηκε η γνώμη των συμμετεχόντων σχετικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν τη λήψη χρηματοδότησης καθώς και τα κυριότερα εμπόδια ανάπτυξης των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα.

Στο Διάγραμμα 3.32 φαίνεται πώς αξιολογούν οι επιχειρήσεις βασικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη λήψη ή μη χρηματοδότησης. Σπουδαιότερος παράγοντας θεωρείται η ομάδα των ιδρυτών, με το 61% των επιχειρήσεων να δηλώνει παρά πολύ σημαντική τη συμβολή της στην λήψη χρηματοδότησης, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας θεωρείται ο χρόνος ανάπτυξης έως την έναρξη της εμπορικής δραστηριότητας.



Διάγραμμα 3.32: Αξιολόγηση βασικών παραγόντων λήψης χρηματοδότησης

Τέλος, όσον αφορά τα κυριότερα εμπόδια στην ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα (πολλαπλή επιλογή), η υψηλή φορολογία (80,30%) αναδεικνύεται ως το σημαντικότερο και έπονται το ασταθές οικονομικό περιβάλλον (63,64%), η γραφειοκρατία (62,12%) και η έλλειψη εργαλείων χρηματοδότησης (60,61%) (Διάγραμμα 3.33). Μικρότερα αλλά όχι ασήμαντα ποσοστά συγκεντρώνουν η μικρή/περιορισμένη αγορά, η αδυναμία εύρεσης κατάλληλων συνεργατών/υπαλλήλων καθώς και η ελλιπής σχετική εκπαίδευση-κατάρτιση. Σημειώνεται ότι στην κατηγορία «Άλλο» καταγράφηκε ως εμπόδιο η διαφθορά.



Διάγραμμα 3.33: Κυριότερα εμπόδια ανάπτυξης των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα

3.3.Συζήτηση Αποτελεσμάτων

Με βάση τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, που παρουσιάστηκαν διεξοδικά στο προηγούμενο κεφάλαιο, μπορούν να εξαχθούν κάποια βασικά συμπεράσματα. Αρχικά, επιβεβαιώνεται η αυξητική τάση του αριθμού των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, όπως έχει αποτυπωθεί και στην έρευνα της Endeavor Greece (2014), στην οποία αναφέρεται χαρακτηριστικά ότι, το 2010 είχαν ιδρυθεί 16 νεοφυείς επιχειρήσεις και ο αριθμός αυτός σχεδόν δεκαπλασιάστηκε το 2013.

Στην έρευνα μας, η πλειονότητα των επιχειρήσεων με ποσοστό 53% λειτουργούν από 1 έως 3 χρόνια, ενώ το 22,7% λειτουργεί λιγότερο από 1 έτος. Τα αποτελέσματα, μάλιστα, συμφωνούν με την ευρωπαϊκή έρευνα “European Startup Monitor” (2016)¹⁰⁴ όπου η μέση ηλικία των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι τα 1,3 έτη, δηλαδή εντός του εύρους 1-3 έτη (European Startup Network, German Startups Association, 2016).

Αναφορικά με τη νομική μορφή των νεοφυών επιχειρήσεων, το 45% είναι Ιδιωτικές Κεφαλαιουχικές Εταιρίες (Ι.Κ.Ε.) ενώ το 14% αυτών είναι ατομικές επιχειρήσεις. Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας έρχονται σε συμφωνία με την έκθεση του Υπουργείου Οικονομίας & Ανάπτυξης¹⁰⁵, όπου οι ΙΚΕ και οι ατομικές επιχειρήσεις είχαν συγκεντρώσει τα μεγαλύτερα ποσοστά, με 39,7% και 28,6% αντίστοιχα (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2016).

Παρατηρείται επομένως, ότι το μεγαλύτερο μέρος των νεοφυών επιχειρήσεων επιλέγουν την μορφή της Ιδιωτικής Κεφαλαιουχικής Εταιρείας (Ι.Κ.Ε.), καθώς παρουσιάζει σημαντικά πλεονεκτήματα για τις νέες επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα, οι Ι.Κ.Ε μπορούν να συσταθούν με ελάχιστο κεφάλαιο, που είναι δυνατόν να ανέρχεται ακόμα και σε ένα ευρώ. Είναι κεφαλαιουχικές εταιρείες (χωρίς να λείπουν και κάποια απαραίτητα στοιχεία προσωπικών εταιρειών), που σημαίνει ότι οι εταίροι μπορεί να μην ευθύνονται για οποιαδήποτε ζημία με την προσωπική τους περιουσία, όπως ισχύει με τις προσωπικές εταιρείες, δηλαδή με τις ομόρρυθμες (ΟΕ) και τις ετερόρρυθμες εταιρείες (ΕΕ). Επιπλέον, τα τέλη ίδρυσης και λειτουργίας είναι πολύ

¹⁰⁴ Το δείγμα της έρευνας “European Startup Monitor 2016” αποτελείται από 36 νεοφυείς επιχειρήσεις, όπου ως νεοφυείς επιχειρήσεις ορίστηκαν όσες λειτουργούν λιγότερο από δέκα έτη, διαθέτουν ιδιαίτερα καινοτόμες τεχνολογίες ή/και επιχειρηματικά μοντέλα και έχουν ή επιδιώκουν να έχουν σημαντικό αριθμό εργαζομένων ή/και σημαντική αύξηση των πωλήσεων τους (European Startup Network, 2016)

¹⁰⁵ Η έρευνα του Υπουργείου Οικονομίας & Ανάπτυξης με τίτλο «Χαρτογράφηση των Επιχειρηματικών Αναγκών των Ελληνικών υφιστάμενων & υπό σύσταση Start-up Επιχειρήσεων», πραγματοποιήθηκε κατά την περίοδο 21 Οκτωβρίου 2016 έως 25 Νοεμβρίου 2016, συγκεντρώνοντας ως δείγμα 128 νεοφυείς επιχειρήσεις. Ως νεοφυή επιχείρηση ορίστηκε μία μικρή επιχείρηση έως 5 ετών με αναπτυξιακό προσανατολισμό, η οποία αναζητά ένα επεκτάσιμο επιχειρηματικό μοντέλο ή καινοτομικό προϊόν/υπηρεσία και είναι ανοιχτή σε εναλλακτική χρηματοδότηση (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2016).

μικρότερα σε σχέση με τα αντίστοιχα τέλη για την ίδρυση Ο.Ε., Ε.Ε., Ε.Π.Ε. και Α.Ε. και τα καταστατικό της εταιρείας μπορεί να συνταχθεί και με ιδιωτικό έγγραφο, χωρίς να απαιτείται η συνδρομή συμβολαιογράφου (η οποία είναι υποχρεωτική στις Α.Ε. και τις Ε.Π.Ε.). Παράλληλα, για τους εταίρους της Ι.Κ.Ε. η ασφάλιση είναι προαιρετική, ενώ ασφαλίζεται υποχρεωτικά μόνο ο διαχειριστής της ΙΚΕ, που ορίστηκε με το καταστατικό ή με απόφαση των εταίρων.

Αναφορικά με τη γεωγραφική κάλυψη, περίπου το 74% των νεοφυών επιχειρήσεων έχουν την έδρα τους στην Ελλάδα, ενώ το υπόλοιπο 26% στο εξωτερικό. Τα αποτελέσματα της έρευνας συμφωνούν με την έκθεση του Υπουργείου Οικονομίας & Ανάπτυξης όπου και σε αυτήν, το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων έχουν την έδρα τους στην Ελλάδα, με τις ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο να έπονται (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2016). Η τάση μεταφοράς της έδρας των ελληνικών επιχειρήσεων στο εξωτερικό δεν προκαλεί έκπληξη, καθώς, όπως υπογραμμίζεται σε έρευνα της Endeavor Greece «Εξοδος των Ελληνικών επιχειρήσεων» που πραγματοποιήθηκε το 2016¹⁰⁶, σε ποσοστό 15% οι επιχειρήσεις δήλωσαν ότι έχουν ήδη μεταφέρει την έδρα τους στο εξωτερικό ενώ το 39% των επιχειρήσεων εξετάζει το ενδεχόμενο μεταφοράς της έδρας τους στο εξωτερικό (Endeavor Greece, 2016). Ως βασικοί λόγοι φυγής σημειώνονται η φορολογική αστάθεια, η πρόσβαση σε κεφάλαια, η υψηλή φορολογία και η γραφειοκρατία, εμπόδια που αναφέρονται ως πολύ σημαντικά και στην έρευνα μας, όπως θα αναλυθεί διεξοδικότερα παρακάτω. Μάλιστα, αντίθετα με την κυρίαρχη αντίληψη ότι οι ελληνικές εταιρείες αναζητούν καταφύγιο σε χώρες όπως η Βουλγαρία, δημοφιλέστεροι προορισμοί είναι στην πραγματικότητα χώρες της Δυτικής Ευρώπης, όπως αναδεικνύεται και από την έρευνα μας, κυρίως λόγω της σταθερότητας και της ευκολότερης πρόσβασης σε κεφάλαια. Για τους ίδιους λόγους επιλέγονται και οι ΗΠΑ, κυρίως από τεχνολογικές εταιρείες. Η Κύπρος είναι, επίσης, μεταξύ των επιλογών λόγω της σταθερότητας και της χαμηλής φορολογίας.

Αναφορικά με τη γεωγραφική διάρθρωση του δείγματος στην Ελλάδα, από τις 45 επιχειρήσεις που δήλωσαν ως έδρα μια ελληνική πόλη, το 54,5% αυτών είναι στην Αθήνα. Οι επόμενες ελληνικές πόλεις είναι η Θεσσαλονίκη, η Πάτρα και το Ηράκλειο. Ανάλογη εικόνα προκύπτει και από τα ευρήματα του Υπουργείου Οικονομίας & Ανάπτυξης, στην οποία το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων είχαν έδρα στην Αθήνα με την Θεσσαλονίκη να έπεται (Υπουργείο

¹⁰⁶ Η έρευνα «Εξοδος των Ελληνικών επιχειρήσεων» (2016) διεξήχθη σε δείγμα 300 επιλεγμένων επιχειρήσεων διαφόρων κλάδων και μεγεθών κατά το διάστημα 23-31 Μαρτίου 2016 (Endeavor Greece, 2016).

Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2016). Οι νεοφυείς επιχειρήσεις επιλέγουν να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα κατά κύριο λόγο, από την Αθήνα, καθώς σε αυτήν βρίσκεται και η πλειονότητα των συνεργατικών χώρων, των θερμοκοιτίδων και γενικότερα των περισσότερων δομών υποστήριξης τους. Μάλιστα, δεν πρέπει να ξεχάσουμε ότι σύμφωνα με τον δείκτη European Digital City Index (EDCi), η Αθήνα βρίσκεται στην 56η θέση ανάμεσα σε 60 πόλεις, με ιδιαίτερα χαμηλές βαθμολογίες στην ψηφιακή υποδομή, την επιχειρηματική κουλτούρα και τις συνθήκες της αγοράς. Όσον αφορά την πρόσβαση στη χρηματοδότηση, η Αθήνα κατατάσσεται 53^η, ενώ παίρνει την τελευταία θέση (60^η) στη χρηματοδότηση πρώιμων σταδίων¹⁰⁷.

Οι νεοφυείς επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται κυρίως στον κλάδο της Τεχνολογίας, Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών (37,9%), του Τουρισμού (13,6%) και του Λιανικού Εμπορίου (7,6%). Η έκθεση της Found.ation, προσδιορίζει τις νεοφυείς επιχειρήσεις της Ελλάδας που δραστηριοποιούνται στον τομέα της Βιομηχανικής Τεχνολογίας/Παραγωγής Hardware στο ποσοστό του 17,1% (Found.ation, 2017)¹⁰⁸. Λαμβάνοντας, μάλιστα, υπόψη την παλαιότερη έρευνα της Endeavor Greece¹⁰⁹, φαίνεται ότι οι ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις έχουν διαχρονικά έντονο τεχνολογικό προσανατολισμό, θέλοντας να απευθυνθούν σε μεγαλύτερες αγορές από την ελληνική (Endeavor Greece, 2014). Την ίδια στιγμή, τα ευρήματα της παρούσας έρευνας συμφωνούν εν μέρει και με την χαρτογράφηση του Υπουργείου καθώς και σε εκείνη την έρευνα, το 35,9% του δείγματος απασχολείται στο κλάδο της τεχνολογίας. Ωστόσο, τα ποσοστά του κλάδου Τουρισμού, Χρηματοοικονομικών και Λιανικού εμπορίου είναι σημαντικά χαμηλότερα (7,8% και 0,8% αντίστοιχα), ενώ τα ποσοστά του Αγροδιατροφικού τομέα και Επαγγελματικών, Επιστημονικών και Τεχνικών υπηρεσιών είναι σημαντικά υψηλότερα (12,5% και 15,6% αντίστοιχα). Εντύπωση μάλιστα προκαλεί ότι, ενώ στην έρευνα του Υπουργείου, ο τομέας των συμβουλευτικών υπηρεσιών σημειώνει υψηλό ποσοστό της τάξεως του 13,3%, στην παρούσα έρευνα δεν υπήρξε ούτε μια επιχείρηση που να ανήκει στον συγκεκριμένο κλάδο (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2016).

Το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων, και συγκεκριμένα, το 65,2% απευθύνεται τόσο σε άλλες επιχειρήσεις (B2B) όσο και στους τελικούς καταναλωτές (B2C) ενώ το 24,2%

¹⁰⁷ <https://digitalcityindex.eu/city/2>

¹⁰⁸ Found.ation, (2017). Startups in Greece- Entrepreneurship in the era of the financial crisis.

¹⁰⁹ http://endeavor.org.gr/wp-content/uploads/2015/08/Infographic_900x1600_F_72dpi_GR.jpg

απευθύνεται μόνο σε άλλες επιχειρήσεις, Το μικρότερο ποσοστό (7,6%) επιχειρήσεων έχει ως πελάτες μόνο τελικούς καταναλωτές (B2C). Τα αποτελέσματα της έρευνας μας συμφωνούν με την έρευνα των European Startup Network και German Startups Association, όπου η πλειοψηφία των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα σε ποσοστό 77,1% έχει ως πελάτες επιχειρήσεις και τελικούς καταναλωτές, ενώ οι νεοφυείς επιχειρήσεις που απευθύνονται μόνο σε επιχειρήσεις λαμβάνουν ποσοστό 14,3%. Τέλος, αυτές που απευθύνονται μόνο σε τελικούς καταναλωτές αποτελούν το 8,6% του δείγματος (European Startup Network, German Startups Association, 2016).

Όπως φανερώνει η έρευνα μας, η γεωγραφική πελατειακή στόχευση των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων είναι διεθνής, συγκεντρώνοντας το 69,7% των παρατηρήσεων ενώ μόλις το 15,2% στοχεύει μόνο στην ελληνική αγορά. Μάλιστα, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, ταυτίζονται με την έρευνα του Υπουργείου όσον αφορά τις δυο πρώτες κατηγορίες με τα μεγαλύτερα ποσοστά (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2016). Επιπλέον, τα ευρήματα της έρευνας “European Startup Monitor” επιβεβαιώνουν τα αποτελέσματα της έρευνας μας, καθώς οι ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις παρουσιάζουν υψηλό ποσοστό διεθνοποίησης (56,3%) (European Startup Network, German Startups Association, 2016).

Αναφορικά με την επιχειρηματική ομάδα, αποδεικνύεται ξεκάθαρα ότι η δημιουργία μιας νεοφυούς επιχείρησης αποτελεί αποτέλεσμα συνεργασίας καθώς το 75,8% των ερωτώμενων δήλωσαν αριθμό ιδρυτών μεγαλύτερο του ενός. Τα αποτελέσματα της έρευνας συμφωνούν με τη μελέτη “European Startup Monitor”, όπου η πλειοψηφία των νεοφυών επιχειρήσεων είναι αποτέλεσμα ομαδικής επιχειρηματικής προσπάθειας (94,3%) και όχι ατομικής (5,7%) (European Startup Network, German Startups Association, 2016). Ωστόσο, στην έρευνα μας, η ατομική προσπάθεια κατέχει σημαντικά υψηλότερο ποσοστό (24,24%). Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι η σειρά κατάταξης των αποτελεσμάτων συμφωνεί με τα αποτελέσματα της έρευνας του Υπουργείου με διαφοροποιημένα ωστόσο ποσοστά (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2016).

Ενδιαφέρον προκαλεί το γεγονός ότι, το 68% των νεοφυών επιχειρήσεων δεν έχει ιδρυτικό μέλος γένους θηλυκού ενώ το 5% δεν έχει ιδρυτικό μέλος γένους αρσενικού. Στο σύνολο των 66 επιχειρήσεων, δηλώθηκαν 142 ιδρυτές, εκ των οποίων 117 είναι γένους αρσενικού, δηλαδή το 82% ενώ 25 άτομα είναι γένους θηλυκού, δηλαδή το 18%. Σε γενικές γραμμές, τα ποσοστά

συμφωνούν με αυτά της μελέτης του European Startup Monitor, όπου το 71,6% των ιδρυτών των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων είναι γένους αρσενικού, ενώ το 28,4% γένους θηλυκού, κατέχοντας το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό μετά από το Ηνωμένο Βασίλειο (European Startup Network, German Startups Association, 2016).

Στη συνέχεια διαπιστώσαμε ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις ιδρύονται κυρίως από επιχειρηματίες ηλικίας 25-40, στοιχείο που επιβεβαιώνεται και από την έρευνα “European Startup Monitor”, όπου σύμφωνα με αυτήν, η συντριπτική πλειοψηφία των Ελλήνων ιδρυτών (97,1%) είναι ηλικίας 25 έως 44 ετών (European Startup Network, German Startups Association, 2016), καταρρίπτοντας την εσφαλμένη αντίληψη ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις δημιουργούνται από πολύ νέους ανθρώπους που ακόμα σπουδάζουν και δημιουργούν μια επιχείρηση βασιζόμενοι μόνο πάνω σε μια έξυπνη ιδέα.

Σχετικά με το μορφωτικό επίπεδο των ιδρυτών, το οποίο, όπως είδαμε, είναι ιδιαίτερα υψηλό σε όλες τις ηλικιακές ομάδες αφού, κατά μέσο όρο το 52,1%, διαθέτει μεταπτυχιακό και το 12,7% διδακτορικό τίτλο σπουδών (Διάγραμμα 3.12). Αξίζει να παρατηρήσουμε ότι το 73% των επιχειρήσεων διαθέτει τουλάχιστον έναν ιδρυτή που είναι κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου. Η υψηλού επιπέδου μόρφωση κρίνεται πολλές φορές απαραίτητη λόγω της εξειδίκευσης που δύναται να απαιτείται για τη δημιουργία του/της προϊόντος/υπηρεσίας.

Αναφορικά με την εμπειρία των ιδρυτών, σχεδόν όλοι οι ιδρυτές (90%) διαθέτουν υψηλό ποσοστό εργασιακής εμπειρίας (μεγαλύτερη του 1 έτους), αναλογιζόμενοι την ηλικία τους και τα απαραίτητα έτη σπουδών. Μάλιστα, όπως φαίνεται, πολλοί ιδρυτές ενώ σπούδαζαν, είχαν παράλληλα ενταχθεί στην αγορά εργασίας. Ενδιαφέρουσα, μάλιστα, είναι η παρατήρηση ότι το 71% των εταιριών διαθέτει στην ιδρυτική τους ομάδα, τουλάχιστον ένα μέλος με επαγγελματική εμπειρία μεγαλύτερη των 5 ετών.

Αναφορικά με τον αριθμό των απασχολούμενων, το 50% των νεοφυών επιχειρήσεων απασχολεί από 1 έως 4 άτομα, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από την έρευνα “European Startup Monitor” όπου ο μέσος όρος εργαζομένων είναι 2,6 άτομα (European Startup Network, German Startups Association, 2016), αποδεικνύοντας ότι η νεοφυής επιχειρηματικότητα μπορεί να αποτελέσει βασικό εργαλείο ανάπτυξης και καταπολέμησης της ανεργίας.

Σε ποσοστό 71%, οι νεοφυείς επιχειρήσεις χαρακτηρίζουν την πορεία τους μέχρι σήμερα καλή έως πολύ καλή, γεγονός ιδιαίτερα ενθαρρυντικό, λαμβάνοντας υπόψη τη δεινή οικονομική

κατάσταση που βρίσκεται η χώρα τα τελευταία χρόνια. Οι νεοφυείς επιχειρήσεις μπορούν πραγματικά να αποτελέσουν απάντηση στις δυσμενείς παρούσες συνθήκες μέσω της ανάδειξης νέων επιχειρηματικών ευκαιριών, αποτελώντας βασικό πυλώνα ανάπτυξης για τη χώρα.

Ο κυριότερος λόγος, για τον οποίο όσες νεοφυείς επιχειρήσεις δεν είχαν μέχρι σήμερα την πορεία που ανέμεναν, δήλωσαν ότι είναι η ανεπαρκής χρηματοδότηση (42,4%). Μάλιστα, διαφαίνεται ότι στις μισές και πλέον επιχειρήσεις η έλλειψη του απαραίτητου κεφαλαίου συνεπάγεται και άλλους είδους προβλήματα, όπως είναι η αδυναμία προώθησης του προϊόντος.

Σχετικά με το στάδιο ανάπτυξης στο οποίο βρίσκονται οι νεοφυείς επιχειρήσεις, στην έρευνα μας φαίνεται ότι το 43,9% αυτών βρίσκεται στο στάδιο Ανάπτυξης, εύρημα που έρχεται σε αντίθεση με την μελέτη “European Startup Monitor” στην οποία αναφέρεται ότι η Ελλάδα έχει το χαμηλότερο ποσοστό νεοφυών επιχειρήσεων σε φάση ανάπτυξης (8,6% έναντι 23,7% στην Ευρώπη) (European Startup Network, German Startups Association, 2016). Αυτή η απόκλιση, ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι, καθώς δεν υπάρχουν συγκεκριμένα χρονικά όρια που να ορίζουν σε ποιο στάδιο ανάπτυξης ανήκει μια νεοφυής επιχείρηση, δημιουργείται ανάλογη σύγχυση στον ακριβή προσδιορισμό αυτού από τις επιχειρήσεις.

Ο βασικότερος πόρος που συντελεί στην περαιτέρω ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων, κρίνεται, από τους ερωτηθέντες, το χρηματικό κεφάλαιο (79%), ενώ σε λιγότερο βαθμό το εξειδικευμένο προσωπικό (48%). Το συγκεκριμένο εύρημα δεν προκαλεί έκπληξη, δεδομένου ότι, σε συνδυασμό με την ανεπαρκή χρηματοδότηση που αποτελεί τον βασικότερο παράγοντα ανακοπής της θετικής πορείας των νεοφυών επιχειρήσεων (ερώτηση 16α), το χρηματικό κεφάλαιο κρίνεται απολύτως αναγκαίο σε όλα τα στάδια ανάπτυξης τους.

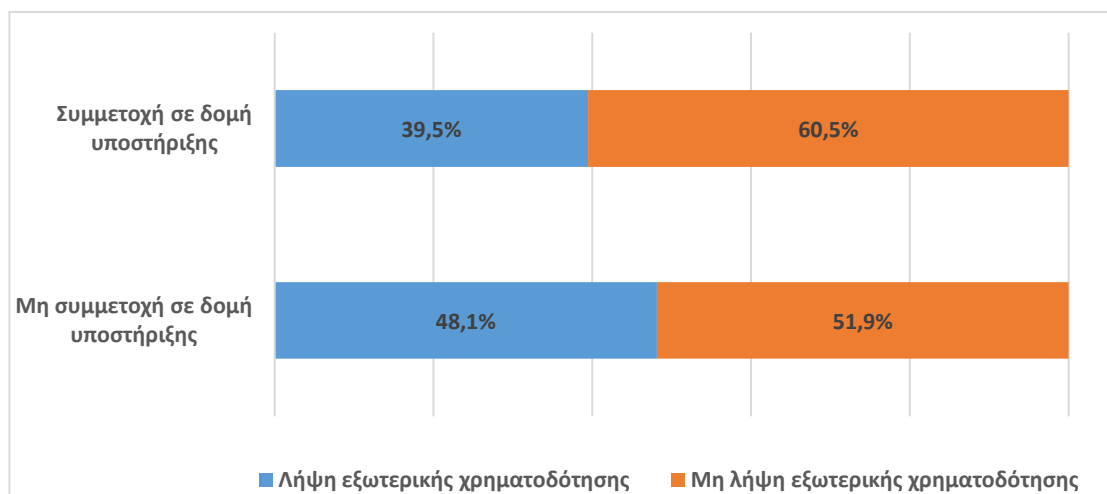
Αξιοσημείωτο μάλιστα είναι το γεγονός ότι παρά τις δυσκολίες εύρεσης των απαραίτητων οικονομικών πόρων, οι νεοφυείς επιχειρήσεις καταφέρνουν να παράγουν στην πλειονότητα τους έσοδα, ανεξαρτήτως του σταδίου ανάπτυξης που βρίσκονται, επιτυγχάνοντας εντυπωσιακά αποτελέσματα ακόμα και στο στάδιο σποράς, υπερδιπλασιάζοντας τα έσοδα τους κατά τη διάρκεια των τελευταίων έξι μηνών (Διάγραμμα 3.22).

Στην επόμενη ενότητα, η έρευνα εστιάζει στις σχέσεις των επιχειρήσεων με τις υποστηρικτικές δομές και τη μεταξύ τους αλληλεπίδραση. Από τους συμμετέχοντες στην έρευνα, εκείνοι που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τουλάχιστον μία δομή υποστήριξης της επιχειρηματικότητας αντιστοιχούν στο 59,1% του συνολικού δείγματος. Από αυτές τις δομές υποστήριξης της

επιχειρηματικότητα, το μεγαλύτερο ενδιαφέρον προσελκύουν οι Θερμοκοιτίδες-Εκκολαπτήρια (Business Incubators) σε ποσοστό 64,1% (Διάγραμμα 3.22), ερχόμενο σε συμφωνία με τα ευρήματα του Υπουργείου (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2016). Ωστόσο, παρατηρείται ότι τα ποσοστά που αφορούν τις Μονάδες Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας ΑΕΙ/ΤΕΙ (ΜΟΚΕ) και τα Επιστημονικά & Τεχνολογικά πάρκα είναι ιδιαίτερα χαμηλά, όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 3.22, γεγονός που ίσως οφείλεται σε ανεπαρκή ενημέρωση για την ύπαρξη τους ή τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους, κάτι που οδηγεί σε χαμηλή συμμετοχή σε αυτές.

Ενθαρρυντικό είναι το στοιχείο της θετικής αξιολόγησης των δομών υποστήριξης, με μόλις το 18% να τις βαθμολογούν κάτω του μετρίου. Επομένως, παρά το γεγονός ότι το ελληνικό οικοσύστημα βρίσκεται σε αρκετά πρώιμο στάδιο, οι δομές υποστήριξης παρέχουν καλής ποιότητας υπηρεσίες, συμβάλλοντας καταλυτικά στην ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων. Στο πλαίσιο αυτών των δομών, οι υπηρεσίες mentoring, coaching και διεξαγωγής εξειδικευμένων σεμιναρίων συγκεντρώνουν τα μεγαλύτερα ποσοστά χρήσης (71,8%, 48,7% και 46,2% αντίστοιχα), με κάποια απόκλιση από τις άλλες προσφερόμενες υπηρεσίες, με τη σειρά κατάταξης χρήσης των υπηρεσιών να συμφωνεί σε μεγάλο βαθμό με την έρευνα του Υπουργείου (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2016).

Σε αυτό το σημείο, αξίζει να μελετηθεί περαιτέρω η λήψη χρηματοδότησης και πως συσχετίζεται με την συμμετοχή σε δομές υποστήριξης. Όπως παρατηρείται στο παρακάτω διάγραμμα, μόνο το 39,5% των επιχειρήσεων που έχουν συμμετάσχει σε δομή υποστήριξης, έχουν λάβει εξωτερική χρηματοδότηση, γεγονός που μπορεί να προκαλεί ερωτήματα σχετικά με την αποτελεσματικότητα των δομών, διατύπωση που φαίνεται αναληθής, εξετάζοντας την αξιολόγηση τους από τους συμμετέχοντες. Επομένως, ανακύπτει ερώτημα σχετικά με το γιατί οι ομάδες που είχαν αξιολογήσει επιχειρηματικά πλάνα, με αποτέλεσμα να γίνονται λήπτες εξωτερικής χρηματοδότησης, δεν επέλεξαν να συμμετέχουν σε κάποια δομή αλλά, αντιθέτως, ανέπτυξαν αυτόνομα το επιχειρηματικό τους πλάνο. Οι πιθανότερες απαντήσεις είναι ότι, είτε οι τρέχουσες δομές δεν αρκούν για να καλύψουν την ζήτηση, είτε ότι η πληροφόρηση και ενημέρωση γύρω από τις παροχές και τα οφέλη που προσφέρουν κρίνονται ως ελλιπείς.



Διάγραμμα 3.34: Συσχέτιση συμμετοχής ή μη σε δομή υποστήριξης με τη λήψη χρηματοδότησης

Σχετικά με τη χρηματοδότηση των νεοφυών επιχειρήσεων, το γεγονός ότι μόνο το 43,94% των συμμετεχόντων έχει λάβει εξωτερική χρηματοδότηση είναι ένα σημαντικό εύρημα, ενισχύοντας ακόμα περισσότερο τη διαπίστωση δυσκολίας εύρεσης πηγών χρηματοδότησης που δύναται να αποτελεί σημαντικό εμπόδιο στην ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων. Σε παρόμοιο συμπέρασμα καταλήγει και η έρευνα “European Startup Monitor”, όπου σύμφωνα με αυτήν, μόνο το 36% των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων έχει λάβει εξωτερικό κεφάλαιο (European Startup Network, German Startups Association, 2016). Το χαμηλό αυτό ποσοστό λήψης εξωτερικής χρηματοδότησης, μπορεί να οφείλεται σε σημαντικό βαθμό στο γεγονός ότι, το περιβάλλον νεοφυών επιχειρήσεων της Ελλάδας βρίσκεται σε αρχικό στάδιο, που σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση, επηρεάζουν αρνητικά τους επενδυτές. Απόκλιση μεταξύ των ερευνών προκύπτει σχετικά με το ύψος της εξωτερικής χρηματοδότησης, καθώς στην έρευνα μας, το 20,7% των επιχειρήσεων δήλωσε ότι έλαβε ποσό 250.000€-500.000€, ενώ σύμφωνα με το European Startup Network, το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων (44,4%) λαμβάνει εξωτερική χρηματοδότηση 25.000€ έως 50.000€ (European Startup Network, German Startups Association, 2016). Η διαφορά αυτή δύναται να οφείλεται σε πιθανή διαφοροποίηση της σύνθεσης του δείγματος των δυο ερευνών.

Σχετικά με τις πηγές χρηματοδότησης των νεοφυών επιχειρήσεων, σε ποσοστό 68,2%, προέρχονται από ίδια κεφάλαια, ενώ η χρηματοδότηση από την οικογένεια και τους φίλους, είναι ιδιαίτερα συνήθης, σε ποσοστό 30,3%. Στα ίδια συμπεράσματα καταλήγει τόσο η έρευνα European Startup Monitor, όπου οι νεοφυείς επιχειρήσεις χρηματοδοτούνται κυρίως από τα ίδια

κεφάλαια του ιδρυτή (92,3%) και από την οικογένεια και τους φίλους (38,5%)¹¹⁰ (European Startup Network, German Startups Association, 2016), όσο και η έρευνα του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης, με τα ίδια κεφάλαια να συγκεντρώνουν ποσοστό 83,5% και η οικογένεια και φίλοι με 23,5%, καταλαμβάνοντας τις δυο πρώτες θέσεις στη σειρά κατάταξης (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2016).

Αντίθετα, ο τραπεζικός δανεισμός κατέχει την 8^η θέση, γεγονός που οφείλεται, αφενός στον τρόπο χορήγησης δανείων από πλευράς των τραπεζών και, αφετέρου στο ότι οι ίδιες οι νεοφυείς επιχειρήσεις δεν φαίνεται να προτιμούν αυτόν τον τρόπο χρηματοδότησης. Αναφορικά με τη χρηματοδότηση μέσω Crowdfunding, αυτή λαμβάνει μία από τις τελευταίες θέσεις (μόλις μια επιχείρηση) γεγονός που δικαιολογείται, καθώς αυτή η μορφή χρηματοδότησης δεν είναι ακόμη διαδεδομένη στην Ελλάδα. Το ίδιο ποσοστό (1,5%) λαμβάνουν και οι κρατικές επιχορηγήσεις, γεγονός που οφείλεται στην μειωμένη χορήγηση τους τα τελευταία χρόνια, λόγω της οικονομικής κρίσης.

Αναφορικά με τη μελλοντική εξωτερική χρηματοδότηση, για την πλειονότητα των νεοφυών επιχειρήσεων, κρίνεται απαραίτητη (87,9%), προγραμματισμένη εντός έτους για το 44,8% των επιχειρήσεων, στατιστικά στοιχεία που έρχονται σε συμφωνία με την έρευνα του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης (93% και 47% αντίστοιχα), γεγονός που αναδεικνύει ότι οι περισσότερες νεοφυείς επιχειρήσεις αναγνωρίζουν την σημασία της χρηματοδότησης για την ανάπτυξη τους. Η μελλοντική χρηματοδότηση σχεδιάζεται να εξασφαλισθεί κυρίως από κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (VC), σε ποσοστό 62,1% καθώς και από επενδυτές αγγέλους (business Angels), σε ποσοστό 51,5%.

Αξιοσημείωτη είναι η σημαντική διαφοροποίηση που προκύπτει μεταξύ των τωρινών και μελλοντικών εργαλείων χρηματοδότησης, όπως φαίνεται στο παρακάτω Διάγραμμα 3.35. Προκύπτει επομένως το συμπέρασμα ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις για την μελλοντική τους ανάπτυξη, κρίνουν απαραίτητη την αναζήτηση σύγχρονων εναλλακτικών εργαλείων χρηματοδότησης αντί για την άντληση κεφαλαίων από τις παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης (ίδια κεφάλαια, οικογένεια & φίλοι).

Ενδιαφέρον επίσης προκαλεί το γεγονός ότι η πλειονότητα των νεοφυών επιχειρήσεων (68,2%) θέτει ως βασικό στρατηγικό στόχο την σταθεροποίηση και την περαιτέρω επέκτασή τους,

¹¹⁰ Η Ελλάδα λαμβάνει την τρίτη θέση και στις δυο κατηγορίες χρηματοδότησης μεταξύ των υπόλοιπων ευρωπαϊκών χωρών.

δηλώνοντας με αυτό τον τρόπο την πίστη στο επιχειρηματικό τους πλάνο. Ο στόχος της πώλησης της επιχείρησης σε τρίτους (10,6%) έρχεται αρκετά χαμηλότερος, παρότι είναι μια συνήθης στρατηγική επιλογή στα πλαίσια της νεοφυούς επιχειρηματικότητας.



Διάγραμμα 3.35: Σύγκριση τωρινής και μελλοντικής χρηματοδότησης

Αξιολογώντας τους βασικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη λήψη χρηματοδότησης, αναδεικνύεται ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις θεωρούν σπουδαιότερο παράγοντα όλων την ομάδα των ιδρυτικών μελών, γεγονός που επιβεβαιώνεται καθώς όλοι οι επενδυτές, εκτός της αξιολόγησης του προϊόντος/υπηρεσίας και της αγοράς που απευθύνεται, εξετάζουν αν η ιδρυτική ομάδα είναι δυνατή και δεμένη, στελεχωμένη με έμπειρους ανθρώπους στο αντικείμενο τους, με καλές τεχνικές γνώσεις που είναι σε θέση να κατανοούν τις δυσκολίες του επιχειρείν.

Τέλος, αναλύοντας τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις και καθιστούν το ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον λιγότερο ελκυστικό, δεν προκαλεί εντύπωση ότι η υψηλή φορολογία (80,3%) κρίνεται ως το σημαντικότερο εμπόδιο, στοιχείο, γεγονός που φανερώνεται και από τον σημαντικό αριθμός ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων που προβαίνει σε μεταφορά της έδρας τους σε χώρες με χαμηλότερους φορολογικούς συντελεστές. Η νεοφυής επιχειρηματικότητα καλείται να αντιμετωπίσει και το ασταθές οικονομικό περιβάλλον (63,6%) που είναι απόρροια της διευρυμένης και πολυετής οικονομικής κρίσης που αντιμετωπίζει η χώρα

καθώς και το πολυδαίδαλο νομικό σύστημα που δημιουργεί μια ατελείωτη γραφειοκρατία (62,1%). Φυσικά, και από αυτήν την ερώτηση γίνεται εμφανές ότι η έλλειψη πηγών χρηματοδότησης (60,6%) αποτελεί «αγκάθι» για τις ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις, γεγονός αναμενόμενο, λόγω των μη διαδεδομένων εναλλακτικών χρηματοδοτικών εργαλείων. Όλα τα παραπάνω εμπόδια αποτελούν βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν σχεδόν όλες οι ελληνικές επιχειρήσεις και είναι απαραίτητο να αντιμετωπισθούν και σταδιακά να εξαλειφθούν, ώστε η νεοφυής επιχειρηματικότητα να βοηθηθεί, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη της χώρας και την ενίσχυση της απασχολησιμότητας.

Επομένως, σε γενικές γραμμές, τα αποτελέσματα της έρευνας μας ταυτίζονται με τα αντίστοιχα ευρήματα των ερευνών του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης καθώς και του European Startup Network. Επιβεβαιώνεται ότι, η νεοφυής επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα βρίσκεται σε αρκετά πρώιμο στάδιο, με σημαντικές ωστόσο προοπτικές, με την προϋπόθεση επίλυσης των βασικότερων εμποδίων που αντιμετωπίζουν στην καθημερινότητα τους και αποτελούν σημαντικοί ανασταλτικοί παράγοντες ανάπτυξης του ελληνικού νεοφυούς οικοσυστήματος. Αναφορικά με την χρηματοδότηση, προκύπτει ότι οι ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις είναι χρήστες αρκετών δομών υποστήριξης, λαμβάνοντας επενδυτικά κεφάλαια από περιορισμένο αριθμό χρηματοδοτικών εργαλείων.

Με βάση τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της εμπειρικής έρευνας και την βιβλιογραφική επισκόπηση που είχε προηγηθεί στο Κεφάλαιο 2, προκύπτουν τελικά συμπεράσματα και προτάσεις, τα οποία παρουσιάζονται στο επόμενο κεφάλαιο. Επιπλέον, αναφέρονται οι περιορισμοί της έρευνας και προτάσεις για μελλοντικές έρευνες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ, ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ

4.1. Συμπεράσματα Εργασίας

Οι νεοφυείς (startup) επιχειρήσεις είναι οργανισμοί που έχουν σχεδιασθεί ώστε να αναπτύσσονται ταχέως και, επομένως, δημιουργούνται για να αναζητήσουν ένα επαναλαμβανόμενο και εξελισσόμενο επιχειρηματικό μοντέλο, γεγονός που σηματοδοτεί και τη

διαφοροποίηση τους από τις υπάρχουσες και νεοσύστατες μικρές επιχειρήσεις. Συνεπώς, αυτές οι επιχειρήσεις, για να μπορέσουν να εξελιχθούν γρήγορα, πρέπει να λάβουν σχετική χρηματοδότηση από επενδυτές που αξιολογούν την ιδέα, τις δυνατότητες επέκτασης και την επιχειρηματική ομάδα και, είτε επενδύουν ή όχι σε αυτές. Γίνεται, επομένως σαφές, ότι η εξασφάλιση της απαραίτητης χρηματοδότησης δύναται να συμβάλει θετικά στη λειτουργία, την επίδοση και τη δυνατότητα επέκτασής της επιχείρησης, ενώ η μη λήψη της, αυξάνει σημαντικά τον κίνδυνο αποτυχίας της υλοποίησης της επιχειρηματικής ιδέας.

Η παρούσα διπλωματική εργασία εστίασε στην ανάδειξη των εργαλείων χρηματοδότησης που έχουν στη διάθεση τους οι νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα, δίνοντας παράλληλα ιδιαίτερη έμφαση στο γενικότερο σύστημα υποστήριξης τους, που συμβάλλει στην ανάπτυξη τους. Παράλληλα, έγινε προσπάθεια να αντληθούν πληροφορίες για το ελληνικό οικοσύστημα των νεοφυών επιχειρήσεων, αφού η λήψη ή μη χρηματοδότησης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το μέγεθος και τη λειτουργία του, καθώς και να αναδειχθούν τα προβλήματα που μπορεί να δημιουργούν δυσκολίες στην άντληση χρηματοδότησης.

Από την βιβλιογραφική ανασκόπηση και τη συλλογή των απαραίτητων στοιχείων για την υλοποίηση της έρευνας πεδίου, αναδείχθηκαν ορισμένα σημαντικά ζητήματα, που αξίζει να αναφερθούν. Συγκεκριμένα:

- Στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια, έχουν αναπτυχθεί οργανωμένες δομές υποστήριξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας, σε συνδυασμό με την υλοποίηση υγιών δράσεων, με αποτέλεσμα να δημιουργείται ένα ολοένα και μεγαλύτερο ελληνικό οικοσύστημα. Ωστόσο, οι περισσότερες από αυτές τις δράσεις προέκυψαν από ιδιωτικές ή Ευρωπαϊκές πρωτοβουλίες καθώς και από την αυτόβουλη προσπάθεια διάφορων ομάδων και προσωπικοτήτων, παρά από οργανωμένες κρατικές και θεσμικές δράσεις.
- Το ελληνικό οικοσύστημα βρίσκεται σε ιδιαίτερα κομβικό σημείο που είτε θα αναπτυχθεί, αυξάνοντας τη δυναμική του και φτάνοντας στα επίπεδα των περισσότερων ευρωπαϊκών χωρών είτε θα συρρικνωθεί με αρνητικό αντίκτυπο στο σύνολο των νεοφυών επιχειρήσεων, οδηγώντας όσες προσπάθειες γίνονται από Έλληνες ιδρυτές στην αναζήτηση χρηματοδοτικής -και όχι μόνο- στήριξης σε μηχανισμούς εκτός Ελλάδας.
- Παρατηρείται σημαντική σύγχυση, και σε ορισμένες περιπτώσεις, κατάχρηση του όρου «νεοφυής επιχείρηση/ startup» στην Ελλάδα. Αυτό το φαινόμενο, οφείλεται σε ένα βαθμό στην δυσκολία ακριβούς προσδιορισμού της έννοιας. Ωστόσο, η έλλειψη κάποιου

θεσμοθετημένου οργάνου που θα μπορούσε να αναλάβει την επίσημη καταγραφή των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων (ηλεκτρονικό μητρώο νεοφυών επιχειρήσεων), σύμφωνα με διεθνή και ευρωπαϊκά πρότυπα, οδηγεί στη μη σωστή διάκριση μεταξύ των νεοφυών και νεοσύστατων επιχειρήσεων, με αποτέλεσμα να μην επιτυγχάνεται η αποτελεσματική στήριξη και παροχή προνομίων.

- Εκτός της έλλειψης μητρώου των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων, δεν υπάρχει επίσημος θεσμός που να λειτουργεί υποστηρικτικά για το σύνολο του ελληνικού νεοφυούς οικοσυστήματος, ώστε να δημιουργηθεί ένα οργανωμένο και δομημένο σύστημα επικοινωνίας μεταξύ των άμεσα εμπλεκομένων, δηλαδή μεταξύ των νεοφυών επιχειρήσεων, των δομών υποστήριξης και των επενδυτών. Επομένως, η απουσία αυτού του θεσμοθετημένου οργάνου, οδηγεί σε ανεπαρκή ενημέρωση των ενδιαφερόμενων, σε έλλειψη προβολής και σε υποτίμηση οποιασδήποτε προσπάθειας καταβάλλεται.

Εν συνεχεία, συνοψίζοντας τα αποτελέσματα της εμπειρικής μελέτης των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της παρούσας διπλωματικής εργασίας, διαπιστώνεται ότι η νεοφυής επιχειρηματικότητα βρίσκεται σε άνθιση τα τελευταία χρόνια, αφού η πλειονότητα των νεοφυών επιχειρήσεων λειτουργεί μόλις 1 έως 3 έτη, έχοντας ως βασικό τομέα δραστηριοποίησης την Τεχνολογία, την Πληροφορική και τις Τηλεπικοινωνίες, καθώς ο τεχνολογικός τομέας είναι αυτός που δύναται να προσφέρει τη δυνατότητα ταχείας ανάπτυξης.

Οι νεοφυείς επιχειρήσεις επιλέγουν να συσταθούν ως Ιδιωτικές Κεφαλαιουχικές Εταιρίες (I.K.E.), ώστε να μην απαιτείται υψηλό αρχικό κεφάλαιο και να μην υπάρχει δέσμευση της προσωπικής περιουσίας των εταίρων, σε περίπτωση αποτυχίας του εγχειρήματος. Ωστόσο, ο αριθμός των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων που επιλέγει να μεταφέρει την έδρα εκτός Ελλάδος, για να ευνοηθεί των καλύτερων φορολογικών και όχι μόνο συνθηκών, δεν θεωρείται αμελητέος, γεγονός που πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη από την πολιτική ηγεσία της χώρας.

Οι περισσότερες νεοφυείς επιχειρήσεις, που επιλέγουν ως έδρα τους την Ελλάδα, ιδρύονται στην Αθήνα, καθώς σε αυτήν συγκεντρώνονται οι περισσότερες δομές υποστήριξης. Ωστόσο, το γεγονός ότι η Αθήνα κατατάσσεται σε μια από τις χαμηλότερες θέσεις ανάμεσα στις ευρωπαϊκές πόλεις σύμφωνα με τον δείκτη EDCi, αποδεικνύει ότι το νεοφυές ελληνικό οικοσύστημα που επεκτείνεται με κέντρο την Αθήνα, βρίσκεται σε αρκετά πρώιμο στάδιο. Επομένως, απαιτείται αρκετή στήριξη από τους κρατικούς, ιδιωτικούς και ευρωπαϊκούς θεσμούς, με στόχο την ανάπτυξη, όσον το δυνατόν, περισσότερων νεοφυών επιχειρήσεων που παρουσιάζουν υψηλό

βαθμό εξωστρέφειας, καθώς έχουν στραμμένο το ενδιαφέρον τους και εκτός των στενών ελληνικών ορίων.

Οι νεοφυείς επιχειρήσεις δημιουργούν την προοπτική να αναπτυχθούν σε δυνατές επιχειρήσεις που θα μπορέσουν να συμβάλλουν στην περαιτέρω ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας καθώς και της απασχολησιμότητας των μορφωμένων νέων, με τη δημιουργία καινούργιων, ποιοτικών θέσεων εργασίας, προκαλώντας παράλληλα θετικό αντίκτυπο στην μεταστροφή της αρνητικής αντίληψης για το επιχειρείν, με τη δημιουργία μια σύγχρονης επιχειρηματικής συνείδησης και νοοτροπίας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις, παρά τη δεινή οικονομική κατάσταση που βρίσκεται η χώρα και την ελάχιστη βοήθεια που τους προσφέρει το ελληνικό κράτος, επιδεικνύουν προσαρμοστικότητα, ευελιξία και προσηλωση στον στόχο ώστε να προχωρήσουν στην υλοποίηση του επιχειρηματικού τους σχεδίου, με αποτέλεσμα να επιτυγχάνουν θετική πορεία, πετυχαίνοντας σημαντικό ρυθμό αύξησης των εσόδων τους σε εξαμηνιαία βάση.

Η χρηματοδότηση αποτελεί προβληματισμός μείζονος σημασίας για τις νεοφυείς επιχειρήσεις, καθώς η εξασφάλιση της κρίνεται ως το πιο κρίσιμο σημείο για την εκκίνηση τους, αποτελώντας ουσιαστικά το βασικότερο πόρο για την ανάπτυξη τους. Ειδικότερα, όσον αφορά τη χρήση των διαθέσιμων χρηματοδοτικών εργαλείων, η πλειονότητα των νεοφυών επιχειρήσεων βασίζεται σε Ίδια Κεφάλαια, ενώ ακολουθούν η χρηματοδότηση από την οικογένεια και τους φίλους, τους επενδυτικούς αγγέλους (business angels) και τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capitals). Ωστόσο, παρατηρήθηκε η ελάχιστη ή και μηδενική χρήση μιας σειράς χρηματοδοτικών εργαλείων, όπως είναι η αρχική δημόσια προσφορά (IPO), οι πλατφόρμες δανεισμού (Peer to peer lending), ο πληθοπορισμός (crowdfunding) και οι εμπορικές πιστώσεις (Trade credit), γεγονός που φανερώνει ότι είτε υπάρχει ελλιπής ενημέρωση για την ύπαρξη και την ωφέλιμη χρησιμοποίηση τους είτε ότι τα συγκεκριμένα εργαλεία βρίσκονται σε αρκετά πρώιμο στάδιο στην Ελλάδα. Παράλληλα, η λήψη χρηματοδότησης μέσω τραπεζικού δανεισμού και περισσότερο συμβατικών μέσων, όπως είναι, η πρακτόρευση απαιτήσεων (Factoring), η χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing) και η δικαιόχρηση (Franchising) είναι πολύ περιορισμένη έως μηδαμινή, καθώς οι νεοφυείς επιχειρήσεις συνήθως δεν ανταποκρίνονται στα απαιτούμενα κριτήρια και προϋποθέσεις χορήγησης, αλλά και οι ίδιες παρουσιάζουν μεγαλύτερη προτίμηση σε πιο σύγχρονες μορφές χρηματοδότησης.

Στο άμεσο μέλλον, και συγκεκριμένα εντός έτους, οι νεοφυείς επιχειρήσεις σχεδιάζουν να αναζητήσουν επιπλέον εξωτερική χρηματοδότηση και να στραφούν ακόμα περισσότερο προς σύγχρονα χρηματοδοτικά εργαλεία, όπως είναι τα Κεφάλαια Επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capitals), οι επενδυτές άγγελοι (Business Angels) και ο πληθοπορισμός (Crowdfunding) κυρίως λόγω της ανάγκης τους για σταθεροποίηση και επέκταση στην αγορά δραστηριοποίησης τους.

Δεν θα πρέπει, ωστόσο, να παραληφθεί η συμβολή των δομών υποστήριξης, και δη των θερμοκοιτίδων-εκκολαπτηρίων, στην ανάπτυξη της νεοφυούς επιχειρηματικότητας, η οποία κρίνεται ιδιαίτερος σημαντική, βοηθώντας σημαντικά στην ευκολότερη πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης. Σε συνδυασμό μάλιστα με τις υπόλοιπες υπηρεσίες που παρέχονται από τις δομές υποστήριξης, όπως είναι οι υπηρεσίες mentoring, coaching και η διεξαγωγή εξειδικευμένων σεμιναρίων, οι νεοφυείς επιχειρήσεις δύναται να λάβουν τις απαραίτητες γνώσεις, ώστε να πληρούν τις προϋποθέσεις χρηματοδότησης και να εκπληρώνουν τις απαιτήσεις των επενδυτών, που για την αξιολόγηση και την τελική χορήγηση χρηματοδότησης, δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στην ύπαρξη ισχυρής ομάδας ταλαντούχων ιδρυτών και στο δυνατό καινοτόμο επιχειρηματικό σχέδιο. Η σπουδαιότητα αυτών των παραγόντων είναι γνωστή στη πλειοψηφία των νεοφυών επιχειρήσεων, με αποτέλεσμα, οι προσπάθειες τους να στρέφονται στην ενίσχυση και στήριξη της επιχειρηματικής τους ιδέας, ενώ παράλληλα, καλούνται να αντιμετωπίσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα εμπόδια με τα οποία έρχονται αντιμέτωποι, τα σημαντικότερα εκ των οποίων είναι η υψηλή φορολογία, το ασταθές οικονομικό περιβάλλον, η γραφειοκρατία και η έλλειψη εργαλείων χρηματοδότησης.

Αξίζει να αναφερθεί ότι, η έλλειψη κατάλληλου προσωπικού αποτελεί ένα εμπόδιο που αντιμετωπίζουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις και παρότι στην παρούσα φάση, δεν αποτελεί σημαντικό εμπόδιο, στο μέλλον, μπορεί να εξελιχθεί σε πρόβλημα μείζονος σημασίας, οδηγώντας σε μείωση των νεοφυών επιχειρήσεων μεσοπρόθεσμα. Σε συνδυασμό, μάλιστα, με το φαινόμενο της διαρροής ταλέντων “brain-drain”, μπορεί να υπάρξει έλλειψη κατάλληλων ανθρώπων που θα μπορούσαν να δημιουργήσουν και να στελεχώσουν τις νεοφυείς επιχειρήσεις.

Επομένως, η νεοφυής επιχειρηματικότητα έχει αναπτυχθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα και μάλιστα υπό δύσκολες οικονομικές και πολιτικές συγκυρίες, γεγονός που δηλώνει ότι αυτή η μορφή επιχειρηματικότητας παρουσιάζει αντανεκλαστικά και αντοχή και μπορεί να αποτελέσει βασικό πυλώνα ανάπτυξης και ενίσχυσης της απασχόλησης στην χώρα στο εγγύς

μέλλον. Ωστόσο, η δημιουργία ενός θετικού αφηγήματος γύρω από την ποιοτική, υγιή νεοφυής επιχειρηματικότητα με μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης, προϋποθέτει τη συστράτευση πολιτείας, δομών υποστήριξης, πανεπιστημίων όσο και των ίδιων των νεοφυών επιχειρήσεων.

Παράλληλα, η αοριστολογία περί «στήριξης των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων με τις κατάλληλες κρατικές ενέργειες», πρέπει να συγκεκριμενοποιηθεί ώστε να υπάρξει ένα συγκεκριμένο άμεσα υλοποιήσιμο πλάνο. Αξιοποιώντας όλα τα στοιχεία που συλλέχθηκαν σε θεωρητικό επίπεδο και τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα πεδίου, μπορούμε να οδηγηθούμε σε μια σειρά προτάσεων, σημαντικότερων εκ των οποίων κρίνονται οι κάτωθι:

- **Γόνιμος διάλογος μεταξύ των βασικών μερών της νεοφυούς επιχειρηματικότητας**, δηλαδή ανάμεσα στις νεοφυείς επιχειρήσεις, τις δομές υποστήριξης, τους εκπροσώπους των επενδυτικών κεφαλαίων και τους εκπροσώπους της ελληνικής πολιτείας, ώστε να καταγραφούν οι βασικές ευκαιρίες και οι απειλές που υπάρχουν στην νεοφυή επιχειρηματικότητα ώστε να υπάρξει συγκεκριμένο πλάνο στήριξης της, με τη λήψη συγκεκριμένων μέτρων και πρωτοβουλιών σε καθορισμένο χρονικό πλαίσιο. Επομένως, το κράτος, σε συνεργασία με τα υπόλοιπα μέρη, πρέπει να δράσει άμεσα και να δημιουργήσει ένα ευνοϊκό περιβάλλον για την ανάπτυξη και διατήρηση των επιχειρήσεων στην χώρα.
- **Παροχή λύσεων στα σημαντικότερα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις.** Οι περισσότεροι τρόποι στήριξης των νεοφυών επιχειρήσεων μπορούν να είναι εύκολοι και μη δαπανηροί, όπως οι ίδιες οι νεοφυείς επιχειρήσεις έχουν καταγράψει στο ελληνικό Μανιφέστο Νεοφυών Επιχειρήσεων (Startup Manifesto)¹¹¹, ενός σχεδίου δράσης που περιλαμβάνει 32 προτάσεις Ελλήνων επιχειρηματιών. Θεωρούμε λοιπόν, ότι μόνο αν δοθούν λύσεις στα σημαντικότερα εμπόδια που οι ίδιοι οι νεοφυείς επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν, η συμβολή της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην ανάπτυξη της χώρας μπορεί να είναι σημαντική. Οι προτάσεις που έχουν καταγραφεί στον Μανιφέστο, αποτυπώνουν λύσεις σε ζητήματα που έχουν ανακύψει σε μεγάλο βαθμό και από την εμπειρική μας έρευνα αφού καλύπτουν 5 βασικούς τομείς:

¹¹¹ The Greek Startup Manifesto, (2014), http://www.startupmanifesto.gr/wp-content/uploads/2014/03/Greek-Startup-Manifesto_June2014_v1.pdf

- Ξεκάθαρο πλάνο για τη φορολογία, τις άμεσες και έμμεσες υποχρεώσεις, τις φορολογικές και ασφαλιστικές ελαφρύνσεις των νεοφυών επιχειρήσεων, με την παροχή διαβεβαιώσεων από όλους τους αρμόδιους φορείς, ότι τα επόμενα έτη δεν θα μεταβληθούν, ώστε να μπορούν οι επιχειρήσεις να προχωρήσουν σε στρατηγικό σχεδιασμό.
 - Μείωση των διαδικασιών που απαιτούνται σε γραφειοκρατικό επίπεδο (π.χ. όλες οι πληροφορίες για τη σύσταση και τη λειτουργία επιχειρήσεων να είναι διαθέσιμες στο διαδίκτυο)
 - Επενδύσεις στις ψηφιακές υποδομές και μεγιστοποίηση χρήσης ηλεκτρονικών εργαλείων και διαδικτυακών υπηρεσιών (π.χ. ενίσχυση της ευρυζωνικότητας, διευκόλυνση των επενδύσεων στη νεφοϋπολογιστική, βελτίωση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης)
 - Πρόσβαση σε κεφάλαια (π.χ. σύσταση ταμείων για διευκόλυνση επενδύσεων επιχειρηματικών αγγέλων και κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου σε ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις πληροφορικής, μέτρα ενθάρρυνσης του επαναπατρισμού κεφαλαίων)
 - Σύναψη συνεργασιών μεταξύ των διαφόρων δομών υποστήριξης ώστε να προωθηθεί ενεργά η επιχειρηματικότητα (π.χ. στήριξη νεοφυών επιχειρήσεων στην πρόσβαση σε ξένες αγορές, σύνδεση πανεπιστημίων και νεοφυών επιχειρήσεων).
- **Δημιουργία ενός επίσημου θεσμού με στόχο την συγκεντρωτική καταγραφή των νεοφυών επιχειρήσεων.** Συγκεκριμένα, κρίνεται απαραίτητο το μητρώο νεοφυών επιχειρήσεων, στο οποίο θα δίνεται η δυνατότητα συμμετοχής μόνο σε επιχειρήσεις που πληρούν συγκεκριμένα κριτήρια κατόπιν αξιολόγησης από κατάλληλους συμβούλους. Με αυτό τον τρόπο, θα απλοποιηθεί σε μεγάλο βαθμό ο εντοπισμός των πραγματικά νεοφυών επιχειρήσεων, που διαθέτουν δυναμική υψηλής ανάπτυξης και καινοτομίας από τους άμεσα ενδιαφερόμενους (δομές υποστήριξης, επενδυτές κτλ.).
- Στα πλαίσια αυτού, μπορεί να συσταθεί μια αρμόδια υπηρεσία πληροφόρησης για τα διαθέσιμα ευρωπαϊκά, και όχι μόνο, προγράμματα και τις απαιτούμενες διαδικασίες, σε συνεργασία με τις δομές υποστήριξης.

- **Ενθάρρυνση και υποστήριξη των αναπτυξιακών προσπαθειών των επιχειρηματιών.**
Οι φορείς χάραξης πολιτικής χρειάζεται να συμβάλουν στη σύναψη συνεργασιών μεταξύ των διαφόρων δομών υποστήριξης, ώστε οργανωμένα να παρέχονται προγράμματα στήριξης τόσο στις νεοφυείς επιχειρήσεις που βρίσκονται στα πρώτα στάδια δραστηριοποίησης (startups) όσο και στις πιο ισχυρές εταιρείες (scale-up), ώστε να εξελιχθούν και να παραμείνουν στη χώρα. Ωστόσο, όσες πολιτικές παρεμβάσεις γίνουν, δεν πρέπει να έχουν ως στόχο την ποσοτική αύξηση του αριθμού νέων επιχειρήσεων, αλλά αντιθέτως πρέπει να αναδεικνύονται και να ενθαρρύνονται οι ποιοτικές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που διαφαίνεται να έχουν σημαντικές αναπτυξιακές προοπτικές.
- **Μεγαλύτερη συνεργασία μεταξύ των πανεπιστημίων και των νεοφυών επιχειρήσεων,** τόσο σε συμβουλευτικό πλαίσιο όσο και στη διάθεση πόρων (έρευνα του οικοσυστήματος, τεχνολογικός εξοπλισμός, φοιτητές για πρακτική άσκηση).
- **Παροχή κρατικών κινήτρων (χρηματοδοτικών, φορολογικών κλπ.) για τη διατήρηση του ανθρώπινου δυναμικού** υψηλού μορφωτικού επιπέδου και εξειδίκευσης στην Ελλάδα.

4.2. Περιορισμοί της Έρευνας

Η πραγματοποιηθείσα εμπειρική έρευνα είχε τους εξής περιορισμούς:

- Η καταγραφή των νεοφυών επιχειρήσεων και των βασικών στοιχείων τους (έτος ίδρυσης, στοιχεία επικοινωνίας, έδρα) που βασίστηκε σε προσωπική αναζήτηση μέσω γνωστών διαδικτυακών πηγών (AngelList κτλ.), ενέχει τον κίνδυνο καταγραφής λανθασμένων στοιχείων. Μάλιστα, παρατηρήθηκε το φαινόμενο, νεοφυείς επιχειρήσεις που έχουν σταματήσει τη λειτουργία τους, να αναγράφονται ακόμα σε λίστες των διαδικτυακών πηγών.
- Το μέγεθος του δείγματος αν και κρίνεται αρκετά ικανοποιητικό, εν τούτοις θα μπορούσε να είναι μεγαλύτερο, ώστε η συλλογή πληροφοριών και η εξαγωγή των αποτελεσμάτων να ήταν ακόμη πιο αντιπροσωπευτική και βέβαιη.
- Η χρήση ερωτηματολογίου για τη συγκέντρωση δεδομένων κρίθηκε απαραίτητη, καθώς δεν υπήρχαν επαρκή διαθέσιμα δευτερογενή στοιχεία. Ωστόσο, θα ήταν ενδεχομένως

ορθότερο, να συνδυασθεί με την πραγματοποίηση ορισμένων προσωπικών συνεντεύξεων για την άντληση περισσότερων πληροφοριών.

4.3. Μελλοντικές Δυνατότητες Έρευνας

Για την αποτελεσματική αξιολόγηση της εξέλιξης των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων και των σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων που έχουν στη διάθεση τους, καθώς και της αποτελεσματικότητας του ελληνικού οικοσυστήματος, κρίνεται σκόπιμη η διεξαγωγή μελλοντικής έρευνας, η οποία θα παρακολουθήσει την πορεία των νεοφυών επιχειρήσεων σε συνάρτηση με τα χρηματοδοτικά εργαλεία που λαμβάνουν ανά στάδιο ανάπτυξης, ώστε να διερευνηθεί αναλυτικότερα η αποτελεσματικότητα του κάθε χρηματοδοτικού εργαλείου ξεχωριστά και η συμβολή του στην επιτυχία ή μη του νέου επιχειρηματικού μοντέλου. Επιπλέον, στην διπλωματική εργασία εξετάστηκαν παράλληλα οι δομές υποστήριξης των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων, καθώς διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης. Επομένως, ιδιαίτερα χρήσιμη θα ήταν η πραγματοποίηση μελλοντικής έρευνας σχετικά με κάθε δομικό στοιχείο του ελληνικού οικοσυστήματος των νεοφυών επιχειρήσεων ξεχωριστά, με στόχο τη διερεύνηση των ιδιαίτερων σχέσεων και της αλληλεπίδρασης ανάμεσα στις νεοφυείς επιχειρήσεις, τα διάφορα δομικά στοιχεία στήριξης του οικοσυστήματός τους στην Ελλάδα και των πηγών χρηματοδότησης. Με αυτόν τον τρόπο, θα ήταν δυνατό να εξεταστεί η αποτελεσματικότητα της λειτουργίας του κάθε δομικού στοιχείου του οικοσυστήματος ατομικά, καθώς και η συμβολή τους στην χρηματοδότηση των ελληνικών νεοφυών επιχειρήσεων.

Παράλληλα, η έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην παρούσα διπλωματική εργασία αποτελεί μια εισαγωγική έρευνα, αφού εστίασαμε στην αρχική αποτύπωση των βασικών χαρακτηριστικών των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, της χρήσης των δομών υποστήριξης και των χρηματοδοτικών εργαλείων. Ωστόσο, σε δεύτερο επίπεδο κρίνεται απαραίτητη η διεξαγωγή νέας έρευνας, η οποία θα εστιάζει στην ένταση - βαθμό επιρροής που ασκούν κύριοι παράγοντες στις ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις, ανά δομή υποστήριξης και χρηματοδοτικό εργαλείο, ώστε να αξιολογηθεί η σημαντικότητά τους. Για την επίτευξη του συγκεκριμένου αποτελέσματος, η νέα έρευνα θα μπορούσε να διεξαχθεί με τη μορφή ερωτηματολογίου, το οποίο θα εξετάζει την ένταση - βαθμό επιρροής των ήδη γνωστών παραγόντων στην προσπάθεια εκτίμησης της απόδοσης τους με τη χρήση κλίμακας τύπου Likert.

Ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα θα ήταν μια έρευνα που θα εστίαζε στις παλαιές νεοφυείς επιχειρήσεις που έχουν πλέον γίνει scale-up επιχειρήσεις καθώς κρίνεται ως κατάλληλο δείγμα για την ολοκληρωμένη αξιολόγηση των χρηματοδοτικών εργαλείων και των δομών υποστήριξης που συνέβαλαν ουσιαστικά στην ανάπτυξη τους. Τονίζεται ότι θα ήταν ιδανική η προσπάθεια ποσοτικοποιημένης μέτρησης της απόδοσης της κάθε δομής υποστήριξης και ανά χρηματοδοτικό εργαλείο.

Τέλος, ενδιαφέροντα θα ήταν τα αποτελέσματα μιας έρευνας πεδίου στις νεοφυείς επιχειρήσεις που τελικά απέτυχαν και διέκοψαν τη λειτουργία τους, με σκοπό την αναζήτηση και καταγραφή των χρηματοδοτικών δυσκολιών που αντιμετώπισαν καθώς και του βαθμού επίδρασης στην ανάπτυξη τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Endeavor Greece, (2015). Δημιουργώντας Θέσεις εργασίας για τους νέους. <http://endeavor.org.gr/meletes>, [18 Ιουλίου 2017]
- Endeavor Greece, (2016). Έξοδος των Ελληνικών επιχειρήσεων, http://endeavor.org.gr/wp-content/uploads/2016/04/EXODUS_Infographic_960x2400_GR_F.jpg
- Endeavor, (2014). Τα ελληνικά startups σε αριθμούς. <http://endeavor.org.gr/report/%CF%84%CE%B1>
- Enterprise Europe Network-Αναπτυξιακή Δυτικής Μακεδονίας Α.Ε (ANKO), (2008). Χρηματοδοτικά Εργαλεία Ενίσχυσης της Επιχειρηματικότητας. <http://www.anko-eunet.gr/download/xrimatodotika-ergaleia-enisxusis-tis-epixeirimatikotitas>
- European Investment Fund, (2010). Ενημερωτικό Σημείωμα-Ερωτοαπαντήσεις για το Πρόγραμμα JEREMIE.
- ThinkBiz, (2014). Research and Visualization 2013. <https://thinkbiz.gr/research-and-visualization-13/>
- Αδαμόπουλος, Ι.Α., (2015). Η χρηματοδότηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα, Εργαλεία-Πρακτικές-Προτάσεις. Πανεπιστήμιο Πειραιώς-Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA), Πειραιάς.
- Ασσωνίτης, Γ., (2016). Can an economic crisis advance Greece's entrepreneurial culture? <https://ied.eu/can-economic-crisis-advance/>, [28 Σεπτεμβρίου 2017]
- Αυδίκος, Β.,(2015). Το design στην Ελλάδα Προσφορά, ζήτηση και συνθήκες εργασία. <http://www.creativesurvey.gr/>, [18 Οκτωβρίου 2017]
- Βασιλείου, Δ., Ηρειώτης, (2008). Χρηματοοικονομική Διοίκηση, Θεωρία και Πρακτική. Αθήνα.
- Γκαγκάτσιος, Ι., (2011). Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα- Επιχειρήσεις. Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων-Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ενηλίκων. <http://repository.edulll.gr/edulll/handle/10795/900>
- Εθνική Τράπεζα- Διεύθυνση Οικονομικής Ανάλυσης, (2016). Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: Κλάδος Πληροφορικής.

- Εθνικό Παρατηρητήριο για τις ΜΜΕ (EOMMEX), (2009). Εγχειρίδιο Δικτύων Επιχειρηματικότητας (networking) & Συστημάτων-Συστάδων Επιχειρήσεων (clustering).
- ΕΥ, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Endeavor Greece, (2017). Εκπαίδευση, επιχειρηματικότητα και απασχόληση: Ζητείται προσέγγιση.
- Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE), (2016). Επιχειρηματικότητα 2015-16: Κρίσιμη καμπή για την αναπτυξιακή δυναμική του επιχειρηματικού συστήματος.
- Κακούρης, Α., (2013). Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα- Διοίκηση Επιχειρήσεων, Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων-Γενική Γραμματεία Δια βίου Μάθησης.
<http://kdvm.gr/Media/Default/Pdf%20enotites/1.1.pdf>
- Κατσέλη, Λ., (2016). Η Χρηματοδότηση του Οικονομικού Μετασχηματισμού και Σύγχρονα Χρηματοδοτικά Εργαλεία. ΕΚΠΑ-Τμήμα Οικονομικών Επιστημών.
- Κοκκομέλης Κ., (1995). Τραπεζικές Υπηρεσίες προς καταναλωτές (Retail Banking), Ένωση Ελληνικών Τραπεζών. Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα.
- Μεταξάκης Ε.Δ., (2017). Μπίτκοϊν (bitcoin), κρυπτοχρήμα και κυβερνοέγκλημα, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλας, Αθήνα.
- Σύνδεσμος Εταιρειών Συμβούλων Μάνατζμεντ Ελλάδος, (2014). Χρηματοδότηση μέσω καινοτόμων χρηματοδοτικών εργαλείων στη νέα προγραμματική περίοδο 2014-2020.
- Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, (2016). Έκθεση Αποτελεσμάτων της έρευνας «Χαρτογράφηση των Επιχειρηματικών Αναγκών των Ελληνικών υφιστάμενων & υπό σύσταση Start-up Επιχειρήσεων».
- Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, (2017). Οδηγός Επιχειρηματικότητας Χρηματοδοτικά Εργαλεία ΕΣΠΑ.
https://www.espa.gr/Style%20Library/Banners/Odigos_Ergaleia_ESPA.pdf
- Φαφαλιού Ε., (2014). Σημειώσεις Μαθήματος «Καινοτομία και επιχειρηματικότητα. Πειραιάς, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

Ξενόγλωσση

- Aggarwal, R., Goodell, J.W. and Selleck, L. J., (2015). Lending to women in microfinance: Role of social trust. *International Business Review* 24(1), 55-65.
- Amit R., Muller E., Cockburn I., (1995). Opportunity Costs And Entrepreneurial Activity. *Journal of Business Venturing*, Volume 10, Issue 2, March 1995, Pages 95-106.
- Antončič, B. & Hisrich, R.D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 10 (1), 7–24.
- Belleflamme P., Lambert T. and Schwienbacher A., (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing* Vol. 29, pp. 585-609.
- Belleflamme, P., Lambert, T. and Schwienbacher, A., (2014). *Journal of Business Venturing*. 29(5), 585-609.
- Bernthal B. (2017). Investment Accelerators. *SSPN Electronic Journal*, pp. 139-191. <https://www.researchgate.net/publication/313746436>
- Bertoni, F., Colombo, M.G. and Grilli L., (2011). Venture capital financing and the growth of high-tech start-ups: Disentangling treatment from selection effects. *Research Policy*, vol. 40, no. 7, pp. 1028 – 1043. Issue dedicated to Chris Freeman, Founding Editor.
- Boschma, R.A., (2005). Proximity and innovation: a critical assessment, *Regional Studies*.
- Bronzini, R., Caramellino, G. and Magri, S. (2015). *Venture Capitalists at Work: What Are the Effects on the Firms They Finance?* Working paper, Bank of Italy, Rome.
- Bruyat, C. & Julien, P.A. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship”, *Journal of Business Venturing*. 16(2), 165–180.
- Bussgang, J., (2014). Raising startup capital. *Harvard Business Review*.
- Cannon T.J., (2006). The entrepreneur’s strategy guide: ten keys for achieving marketplace leadership and operational excellence.
- Cassar G., (2004). The financing of business start-ups. *Journal of Business Venturing* 19 pp. 261-283.
- Cassar G., (2014). Industry and startup experience on entrepreneur forecast performance in new firms. *Journal of Business Venturing* 29, pp. 137-151.
- CB Insights, (2010). *Venture Capital Human Capital Report*.

- Clarysse B., Wright M., Van Hove J., (2015). A Look inside Accelerators-Building Businesses.
- Cohen, Susan and Yael V. Hochberg (2014). Accelerating Startups: The Seed Accelerator Phenomenon working paper.
- Crain's New York Business. Big business outsources innovation to startups. <http://www.craigslist.com/article/20130828/TECHNOLOGY/130829886/big-business-outsources-innovation-to-startups>
- Cunningham W.M., (2012). The jobs act crowdfunding for small business and startups. Springer Publ. New York.
- Davila, A., Foster, G. and Gupta, M., (2003). Venture capital financing and the growth of startup firms. Journal of Business Venturing, vol. 18, no. 6.
- Deakins D., Freel M., (2007). Business Management. Αθήνα, Κριτική.
- Deffains- Crapsky, C. and Klein, P.G.,(2016). Business angels, social networks, and radical innovation. In J. Bogenhold, M. Dejardin and D.G. Perez (Eds.), Contemporary Entrepreneurship. New York: Springer.
- Dewey, (2014), <https://plato.stanford.edu/entries/dewey-moral/>
- Drucker, P.F. (1985). Innovation and Entrepreneurship. Practice and Principles. New York: Harper & Row.
- EBAN, (2014). Statistics Compendium 2014. Retrieved from: <http://www.eban.org/wp-content/uploads/2014/09/13.-Statistics-Compendium-2014.pdf>
- Endeavor Greece, (2013). Entrepreneurship and Investment opportunities in Greece today.
- Ernst & Young. (2015). 2014 Venture Capital. Report Retrieved from: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-2014-venture-capital-review/\\$FILE/EY-2014-venture-capital-review-1.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-2014-venture-capital-review/$FILE/EY-2014-venture-capital-review-1.pdf)
- European Commission. The new SME definition. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_en.pdf
- European Investment Fund (2016). The European venture capital landscape: an EIF perspective-Volume II: Growth patterns of EIF-backed startups.
- European Startup Monitor, (2016). <http://europeanstartupmonitor.com/>

- European Startup Network, German Startups Association, (2016). European Startup Monitor.
- Ewing Marion Kauffman Foundation, (2016). Kauffman Index Startup Activity-National Trends.
- Ewing Marion Kauffman Foundation, (2010). The Importance of Startups in Job Creation and Job Destruction.
- Festel G., Wuermseher M. and Cattaneo G., (2013). Valuation of Early Stage High-tech Start-up Companies. *International Journal of Business*. 18 (3), pp. 217-235.
- Found.ation, (2017). Startups in Greece- Entrepreneurship in the era of the financial crisis.
- Gartner, W.B. (1988). Who Is an Entrepreneur? is the wrong question. *American Journal of Small Business*. 12, 11–32.
- Global Entrepreneurship Monitor, (2016). 2015/2016: Special Report on Entrepreneurial Finance. Global, Entrepreneurship Research Association.
- Greece’s Startups on the Rise, (2015).
<https://www.technologyreview.com/.../grees-startups->
- The Greek Startup Manifesto, (2014),
http://www.startupmanifesto.gr/wp-content/uploads/2014/03/Greek-Startup-Manifesto_June2014_v1.pdf
- Gregson, G., (2014). Financing new ventures: An entrepreneur’s guide to business angel investment. Business Expert Press.
- Hansen Morton T.; Chesbrough, Henry W.; Nohria, Nitin and Sull, Donald N., (2000). Networked Incubators: Hothouses of the New Economy. *Harvard Business Review*.
- Hathaway I., (2016). Accelerating growth: Startup accelerator programs in the United States. *Brookings-Advanced Industries Series*, Number 81.
- Kauffman Foundation Research Series (2010). Firm Formation and Economic Growth-The importance of Startups in Job Creation and Job Destruction.
<http://www.kauffman.org/>
- Khalil M.A., Olafsen E., (2010). Enabling Innovative Entrepreneurship through Business Incubation. In: *The Innovation for Development Report 2009–2010*. Palgrave Macmillan, London, pp. 69-84.
- Kirzner I.M, (1973). *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press.

- Knight, F. (1921). Risk, Uncertainty and Profit. Chicago: Univ. of Chicago Press.
- Koen F. (2017). Political economies and environmental futures for the sharing economy, Philosophical Transaction. R. Soc. A 375:20160367.
- Low, M.B. & MacMillan, I.C., (1988). Entrepreneurship: past research and future challenge, Journal of Management. 14(2), 139–161.
- Marom, D., Robb, A. and Orly, S., (2016). Gender dynamics in crowdfunding (Kickstarter): Evidence on entrepreneurs, investors, deals and taste-based discrimination.(working paper). Retrieved from:
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2442954
- Mason, C.M., Harrison, R. and Botelho, T.,(2016). Business angel exits: Strategies and processes. In J. G. Hussain and J. M. Scott (Eds.), International research handbook on entrepreneurial finance. Cheltenham: Edward Elgar.
- McGrath, R.G. & MacMillan, I.C., (2000). The Entrepreneurial Mindset. Boston. Harvard Business School Press.
- McKaskill T, (2009). Raising Angel & Venture Capital Finance - An entrepreneur's guide to securing venture finance. Breakthrough Publications.
- Mollick, E.R. and Kuppaswamy, V., (2014). After the campaign: outcomes of crowdfunding. UNC Kenan-Flagler Research Paper No. 2376997. Retrieved from:
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2376997
- Moritz, A. and Block J.H., (2014). Crowdfunding: A literature review and research directions. Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship, 62(1), 57-89.
- Moroz, P. W. & Hindle, K. (2012). Entrepreneurship as a process: Toward harmonizing multiple perspectives. Entrepreneurship Theory and Practice, 36(4), 781–818.
- Nesta, (2016). Digital Entrepreneurship-An Idea Bank for Local Policymakers.
- Oe A. and Mitsuhashi H., (2013). Founders' experiences for startups' fast break-even. Journal of Business Research 66, 2193-2201.
- OECD, (2014). Entrepreneurship at a Glance 2014.
- PWC., (2015). Peer pressure: How peer-to-peer platforms are transforming the consumer lending industry. Retrieved from:
<http://www.pwc.com/us/en/consumer-finance/publications/assets/peer-to-peer-lending.pdf>

- Ries E., (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. New York Crown
- Russell R., Atchison M. and Brooks R. (2008). Business plan competitions in tertiary institutions: encouraging entrepreneurship education. *Journal of Higher Education Policy and Management*, vol. 2, no. 2, pp. 123- 128. Available from: <http://dx.doi.org/10.1080/13600800801938739>, [18 Οκτωβρίου 2017].
- Sabin, N.,(2016). *Microfinance: A field in flux*. In A. Nicholls, R. Paton and J. Emerson (Eds.), *Social Finance*. Oxford: Oxford University Press.
- Sahlman, W. (2010). Risk and reward in venture capital. Harvard Business School. <http://fundersandfounders.com/how-funding-works-splitting-equity/>
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Boston: Harvard University Press.
- Shane, S. & Venkataraman, S., (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Silicon Valley Leadership Group, Silicon Valley Community Foundation, (2017). *Silicon Valley Competitiveness and Innovation Project - 2017 Report*. <https://www.siliconvalleycf.org/silicon-valley-leadership-group>
- Sipila K., (2002). *Innovation centers, incubators, technology parks*. Foundation for Finnish Inventions.
- Startup Genome, (2017). *Global Startup Ecosystem Report 2017*. <https://startupgenome.com/>
- Startups in Greece, (2017). *Entrepreneurship in the era of the financial crisis*. www.mitefgreece.org/mentoring-accelerating-greek-star
- Startups in India & their Funding. <https://tapmiblogs.wordpress.com/2011/05/12/startups-in-india-their-funding>
- Stevenson, H.H. & Gumpert, D.E., (1985).The heart of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 85(2), 85–94.
- Stevenson, H.H. & Jarillo, J.C., (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11, 17–27
- Stevenson, H.H., Roberts, M.J. & Grousbeck, H.I., (1989). *New Business Ventures and the Entrepreneur*. Irwin: Homewood

- Tariq T., (2013). Start-up Financing. 1st IBA Bachelor Thesis Conference, June 27th, Ensched, The Netherlands. www.startupgreece.gov.gr
- Telefonica, (2013). The Accelerator and Incubator Ecosystem in Europe. <https://www.telefonica.com/.../startup-europe-forum/>
- Timmons, J.A., (1994). New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century, 4th edition. Irwin: Burr Ridge.
- Vesper, K.H. (1980). New Venture Strategies. Prentice Hall: Englewood Cliffs.
- Xusheng, Y., (2014). Inside China: Reining in P2P lending. International Financial Law Review, 33(6), 224.

Ιστοσελίδες

- Ramakrishnan N, (2016). <https://www.business.com/articles/at-what-point-are-you-no-longer-a-startup/> [7 Οκτωβρίου 2017]
- Startup Hubs Europe. <http://www.startuphubs.eu/>
- Αποστολάκης Α.- Fortunegreece.com. www.fortunegreece.com [08 Ιανουαρίου 2017]
- European Digital City Index <https://digitalcityindex.eu/>
- <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=578841>
- <http://www.startupmanifesto.gr/> [11 Ιανουαρίου 2018]
- <http://alliedforstartups.org/>, [26 Αυγούστου 2017]
- The Foundation. <http://thefoundation.gr/> [06 Δεκεμβρίου 2017]
- Metavallon. <http://metavallon.org/> [29 Μαρτίου 2017]
- Action Finance Initiative (AFI) <http://www.afi.org.gr/> [01 Μαρτίου 2017]
- The People's Trust <http://www.thepeoplestrust.org/> [29 Μαρτίου 2017]
- <http://theopenfund.com/> [27 Μαρτίου 2017]
- Εθνική Τράπεζα, NBG Business Seeds <https://www.nbg.gr/el/nbgseeds> [04 Σεπτεμβρίου 2017]
- Zoehrer K., (2012) <http://www.epixeiro.gr/article/2515> [14 Σεπτεμβρίου 2017]
- <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=578841> [29 Αυγούστου 2017]
- ThinkBiz, <https://thinkbiz.gr/> [02 Σεπτεμβρίου 2017]
- <http://endeavor.org.gr/>
- Χεκίμογλου Α., (2013) <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=578841> [27 Μαρτίου 2017]
- Series A Financing, <http://www.investopedia.com/terms/s/seriesa.asp>

- [07 Αυγούστου 2017]
- European Digital City Index 2016 <https://digitalcityindex.eu/city/2>
[06 Αυγούστου 2017]
 - www.iasp.ws
 - Μονάδα Καινοτομίας και επιχειρηματικότητας (ΜΚΕ) Πανεπιστημίου Μακεδονίας
http://mke.uom.gr/documents/ODE/Lesson_7.pdf
[03 Ιουνίου 2017]
 - <http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=148866>
 - Όμιλος του Χρηματιστηρίου Αθηνών 2013-2017 (ATHEXGroup)
<http://www.helex.gr/el/web/guest/listing-alternative-market> [29 Ιούνιος 2017]
 - <http://www.helex.gr/el/listing-alternative-ena-step>
 - Όμιλος του Χρηματιστηρίου Αθηνών (ATHEXGroup)
<http://www.helex.gr/el/listing-alternative-ena-plus> [10 Μαρτίου 2017]
 - Venture capital explained, <http://www.venturecentral.co.uk/venture-capital-explained/458388967149> [02 Ιουνίου 2017]
 - <http://www.startup.gr/> [03 Ιουνίου 2017]
 - European Business Angel Network http://www.eban.org/message-of-support-to-the-european-business-angels-week-by-jose-manuel-barroso-president-of-the-european-commission/#.UwG9Dfl_tgt [10 Μαρτίου 2017]
 - EBAN, (2017) <http://www.eban.org/> [06 Αυγούστου 2017]
 - Τραπεζικός Δανεισμός http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis
[06 Αυγούστου 2017]
 - <http://e-kepa.gr/frontend/index.php> [15 Αυγούστου 2017]
 - www.epixeiro.gr [06 Αυγούστου 2017]
 - <http://endeavor.org.gr/meletes/> [18 Αυγούστου 2017]
 - <http://www.sate.gr/nea/SESMA%20fin.pdf> [17 Ιουλίου 2017]
 - <http://endeavor.org.gr/>
 - <http://www.paulgraham.com/bio.html>
 - <http://www.startupcommons.org/what-is-startup-ecosystem.html>
 - http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo_ip_brv_02/wipo_ip_brv_02_3.pdf
 - <https://blog.galaxyweblinks.com/know-how-business-incubator-can-help-launch-your-startup/>
 - www.entrepreneur.com
 - www.fortunegreece.com
 - www.oecd-ilibrary.org/.../entrepreneurship-at-a-glance

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

A´ Συνοδευτική επιστολή

Θέμα: Συμμετοχή σε έρευνα για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών

Αξιότιμοι/ες κύριοι/ες,

Ονομάζομαι Χριστοπούλου Μαρία και διενεργώ έρευνα ερωτηματολογίου στο πλαίσιο εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας στο Μεταπτυχιακό πρόγραμμα «Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική» του Πανεπιστημίου Πειραιώς με τίτλο **«Σύγχρονα χρηματοδοτικά εργαλεία για τις νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα: εμπειρική διερεύνηση»**.

Προς ενημέρωσή σας, αναφέρω ότι η έρευνα αυτή αφορά στη διερεύνηση των σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων των νεοφυών επιχειρήσεων. Τα αποτελέσματα της έρευνας είναι εμπιστευτικά και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τη διαμόρφωση συμπερασμάτων σχετικά με τις επικρατούσες συνθήκες και τις προοπτικές των νέων εργαλείων χρηματοδότησης των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα.

Παρακαλώ πατήστε **εδώ**, ώστε να μεταβείτε στον ισότοπο που είναι αναρτημένο το ερωτηματολόγιο. Όπως θα διαπιστώσετε, το ερωτηματολόγιο είναι απλό και σύντομο και η συμπλήρωση του δεν απαιτεί πάνω από δέκα (10) λεπτά.

Η συμμετοχή σας κρίνεται ιδιαίτερα πολύτιμη για την επιτυχή ολοκλήρωση της εν λόγω έρευνας. Παρακαλώ, μη διστάσετε να επικοινωνήσετε μαζί μου για οποιαδήποτε επιπρόσθετη πληροφορία.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για το χρόνο σας και τη συμβολή σας στην ολοκλήρωση της παρούσας ερευνητικής εργασίας.

Με εκτίμηση,

Μαρία Γεωργία Χριστοπούλου

Τηλ. Επικοινωνίας: 6976948117

E-mail: mariachristopoulou91@hotmail.com

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Δρ. Ειρήνη Φαφαλιού

Β'.

Ερωτηματολόγιο έρευνας

Στο πλαίσιο εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας για το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική» του Πανεπιστημίου Πειραιώς με τίτλο «**Σύγχρονα χρηματοδοτικά εργαλεία για τις νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα: εμπειρική διερεύνηση**», παρακαλώ να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί.

Σκοπός της εν λόγω έρευνας είναι η διερεύνηση των σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα.

Μέγιστος αναμενόμενος χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου: 10 λεπτά. Τα στοιχεία των συμμετεχόντων θα παραμείνουν ανώνυμα.

Υπεύθυνη Έρευνας:

Μαρία Γεωργία Χριστοπούλου

Επιβλέπουσα καθηγήτρια:

Ειρήνη Φαφαλιού

A. Γενικά στοιχεία επιχείρησης

1. Επωνυμία της επιχείρησης (ολογράφως- προαιρετικά)

2. Η θέση σας στη νεοφυή επιχείρηση: (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- Ιδρυτής/Συνιδρυτής (Founder/ Co-Founder)
- Διευθύνων Σύμβουλος (CEO)
- Συνεργάτης
- Υπάλληλος
- Άλλο _____

3. Έτη λειτουργίας της επιχείρησης: (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- 0-1 έτη
- 3-5 έτη
- 1-3 έτη
- >5 έτη

4. Νομική μορφή της επιχείρησης; (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Ατομική | <input type="checkbox"/> Α.Ε. |
| <input type="checkbox"/> Ο.Ε. | <input type="checkbox"/> Ι.Κ.Ε. |
| <input type="checkbox"/> Ε.Ε. | <input type="checkbox"/> ΚΟΙΝΣΕΠ |
| <input type="checkbox"/> Ε.Π.Ε. | <input type="checkbox"/> Δεν διαθέτουμε ακόμα νομική μορφή-Υπό σύσταση |
| <input type="checkbox"/> Άλλο _____ | |

5. Σε ποια χώρα βρίσκεται η έδρα της επιχείρησης; (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- Ελλάδα
 Ηνωμένο Βασίλειο
 Η.Π.Α.
 Άλλο _____

6. Σε ποια πόλη βρίσκεται η έδρα της επιχείρησης; (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- Αθήνα
 Θεσσαλονίκη
 Ηράκλειο
 Πάτρα
 Λονδίνο
 Άλλο _____

7. Σε ποιον κλάδο δραστηριοποιείται η επιχείρηση; (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Αγροδιατροφικός τομέας | <input type="checkbox"/> Χονδρικό εμπόριο |
| <input type="checkbox"/> Μεταποίηση | <input type="checkbox"/> Αναψυχή |
| <input type="checkbox"/> Λιανικό εμπόριο | <input type="checkbox"/> Εφοδιαστική Αλυσίδα |
| <input type="checkbox"/> Επαγγελματικές/ Επιστημονικές/ Τεχνικές υπηρεσίες | <input type="checkbox"/> Τέχνες |
| <input type="checkbox"/> Συμβουλευτικές υπηρεσίες | <input type="checkbox"/> Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης |
| <input type="checkbox"/> Υπηρεσίες υγείας και κοινωνικής βοήθειας | <input type="checkbox"/> Κτηματομεσιτικά/ Ενοικιάσεις/ Εκμισθώσεις |
| <input type="checkbox"/> Τουρισμός | <input type="checkbox"/> Χρηματοοικονομικά και ασφαλιστικά |
| <input type="checkbox"/> Ενέργεια | <input type="checkbox"/> Τεχνολογία-Πληροφορική-Τηλεπικοινωνίες |
| <input type="checkbox"/> Μεταφορές | <input type="checkbox"/> Διαφήμιση/Marketing |
| <input type="checkbox"/> Εισαγωγές και εξαγωγές | <input type="checkbox"/> Εστίαση |
| <input type="checkbox"/> Κατασκευές | <input type="checkbox"/> Άλλο _____ |
| <input type="checkbox"/> Υπηρεσίες εκπαίδευσης | |

8. Οι κυριότεροι πελάτες της επιχείρησης είναι: (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- Μόνο άλλες επιχειρήσεις (B2B)
- Μόνο τελικοί καταναλωτές (B2C)
- Άλλες επιχειρήσεις (B2B) και τελικοί καταναλωτές (B2C)
- Δημόσιοι Οργανισμοί (B2G)
- Άλλο _____

9. Οι υποψήφιοι πελάτες σας βρίσκονται: (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- Στην πόλη/ περιφέρεια σας
- Στην Ελλάδα
- Στις βαλκανικές χώρες
- Στην Ευρώπη
- Διεθνώς
- Άλλο _____

B. Στοιχεία επιχειρηματικής ομάδας

10. Αριθμός ιδρυτών (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5+

11. Αριθμός ιδρυτών ανά φύλο (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή ανά σειρά)

	0	1	2	3	4	5
Άνδρες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Γυναίκες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Ηλικία ιδρυτών (Αγνοήστε τις επιπλέον σειρές, ανάλογα με τον αριθμό των ιδρυτών. Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή ανά σειρά)

	19-24	25-30	31-35	36-40	>40
Ιδρυτής 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιδρυτής 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιδρυτής 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιδρυτής 4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιδρυτής 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Σπουδές ιδρυτών (Αγνοήστε τις επιπλέον σειρές, ανάλογα με τον αριθμό των ιδρυτών. Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή ανά σειρά)

	Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	Μεταδευτεροβάθμια Εκπαίδευση	Τριτοβάθμια Εκπαίδευση	Μεταπτυχιακό δίπλωμα	Διδακτορικό δίπλωμα
Ιδρυτής 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιδρυτής 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιδρυτής 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιδρυτής 4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιδρυτής 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία ιδρυτών (Αγνοήστε τις επιπλέον σειρές, ανάλογα με τον αριθμό των ιδρυτών. Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή ανά σειρά)

	Δεν υπάρχει	<1 έτους	1-3 ετών	3-5 ετών	5-10 ετών	>10 ετών
Ιδρυτής 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιδρυτής 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιδρυτής 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιδρυτής 4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιδρυτής 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Αριθμός εργαζομένων (πλην των εταίρων/ιδρυτών) (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή) 0

- 1-4
 5-10
 >10

Γ. Αξιολόγηση πορείας της επιχείρησης

16. Σε γενικές γραμμές, πώς θα χαρακτηρίζατε την πορεία της επιχείρησής σας μέχρι σήμερα; (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

Πολύ κακή	Κακή	Μέτρια	Καλή	Πολύ καλή
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16.α. Αν η πορεία της επιχείρησής σας μέχρι σήμερα δεν ήταν η αναμενόμενη, ποιοι παράγοντες ευθύνονται κατά τη γνώμη σας; (Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν)

- Το προϊόν /υπηρεσία δεν ήταν αρκετά καινοτόμο/μα
 Η αγορά ήταν ανώριμη για το προϊόν /υπηρεσία
 Αδυναμία προώθησης του προϊόντος /υπηρεσίας
 Ανεπαρκής χρηματοδότηση
 Ισχυρός ανταγωνισμός
 Έλλειψη ικανών στελεχών
 Άλλο _____

17. Σε ποιο στάδιο ανάπτυξης βρίσκεται η επιχείρηση σας σήμερα; (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- Στάδιο Σποράς
 Στάδιο Εκκίνησης
 Στάδιο Ανάπτυξης
 Στάδιο Επέκτασης
 Στάδιο Ωρίμανσης

18. Στο σημερινό στάδιο ανάπτυξης σας, ποιους πόρους θεωρείτε ότι χρειάζεστε περισσότερο;

(Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν)

- Χρηματικό κεφάλαιο
- Εξειδικευμένο προσωπικό
- Επαφές (δικτύωση)
- Ειδικευμένη γνώση
- Έχουμε ότι χρειαζόμαστε
- Άλλο _____

19. Αυτή τη χρονική περίοδο, δημιουργείτε έσοδα από την πώληση του κύριου/ας προϊόντος/υπηρεσίας; (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- Ναι
- Όχι
- Είμαστε μια μη Κερδοσκοπική επιχείρηση

19.α. Αν παράγετε έσοδα, ποιο είναι το επίπεδο αύξησης των εσόδων σας τους τελευταίους έξι (6) μήνες; (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- Κάτω από 20%
- 20%-50%
- 50%-100%
- Πάνω από 100%

Δ. Αξιοποίηση δομών στήριξης και εργαλείων χρηματοδότησης

20. Συμμετέχετε ή είχατε συμμετάσχει σε κάποια/ες δομή/ες υποστήριξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας;

- Ναι
- Όχι

20.α. Αν ναι, σε ποια/ες δομή/ες υποστήριξης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας συμμετέχετε ή είχατε συμμετάσχει; (Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν)

- Θερμοκοιτίδα-Εκκολαπτήριο (Business Incubator)
- Συνεργατικός χώρος (Co-working space)
- Επιχειρηματικός επιταχυντής (Accelerator)
- Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (ΜΟΚΕ) ΑΕΙ/ΤΕΙ
- Επιστημονικό & Τεχνολογικό Πάρκο (Science and Technology park)
- Συμμετοχή σε διαγωνισμό επιχειρηματικότητας
- Άυλο οικοσύστημα (π.χ. εικονική θερμοκοιτίδα)
- Άλλο _____

20.β. Αν ναι, πως αξιολογείτε τη συμβολή της/τους στην ανάπτυξη της επιχείρησής σας;

Καθόλου σημαντική 1	2	3	4	Πολύ σημαντική 5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20.γ. Αν ναι, ποιες παροχές χρησιμοποιείτε/χρησιμοποιήσατε στη δομή υποστήριξης που συμμετέχετε/συμμετείχατε;

- Υπηρεσίες Mentoring
- Υπηρεσίες Coaching
- Διεξαγωγή εξειδικευμένων σεμιναρίων
- Συνεργασίες με ΑΕΙ, ερευνητικά κέντρα ή ιδιωτικούς φορείς
- Συνεργασίες με φορείς του δημοσίου και ευρύτερου τομέα
- Πρόσβαση σε ηλεκτρονική επιστημονική βιβλιοθήκη
- Πρόσβαση σε βάσεις δεδομένων
- Υπηρεσίες γραμματείας
- Ευρυζωνική σύνδεση στο διαδίκτυο
- Υπηρεσίες λογιστηρίου
- Υπηρεσίες εξειδικευμένων συμβούλων μάνατζμεντ
- Εκμίσθωση χώρων
- Νομικές υπηρεσίες
- Πρόσβαση σε χρηματοδότηση
- Άλλο _____

21. Έως σήμερα, έχετε λάβει εξωτερική χρηματοδότηση; (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- Ναι
- Όχι

21.α. Εάν ναι, τι ύψους ήταν η εξωτερική χρηματοδότηση αθροιστικά; (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- <25.000 €
- 25.000-50.000€
- 50.000-150.000 €
- 150.000-250.000€
- 250.000-500.000€
- 500.000€-1.000.000€
- >1.000.000€

22. Συγκεκριμένα, από που εξασφαλίσατε την απαραίτητη χρηματοδότηση; (Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Ίδια κεφάλαια | <input type="checkbox"/> Μικροχρηματοδότηση (Microfinancing) |
| <input type="checkbox"/> Οικογένεια & φίλοι | <input type="checkbox"/> Πλατφόρμες δανεισμού (Peer to peer lending) |
| <input type="checkbox"/> Τραπεζικός δανεισμός | <input type="checkbox"/> Τραπεζική υπερανάλυση |
| <input type="checkbox"/> Χρηματιστηριακή αγορά | <input type="checkbox"/> Αρχική Δημόσια Προσφορά (IPO) |
| <input type="checkbox"/> Κρατικές επιχορηγήσεις | <input type="checkbox"/> Εμπορικές πιστώσεις (Trade credit) |
| <input type="checkbox"/> Ευρωπαϊκά, χρηματοδοτικά προγράμματα (π.χ. ΕΣΠΑ, Jeremie) | <input type="checkbox"/> Πρακτόρευση απαιτήσεων (Factoring) |
| <input type="checkbox"/> Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών (Venture Capital) | <input type="checkbox"/> Χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing) |
| <input type="checkbox"/> Επενδυτές άγγελοι (Business Angels) | <input type="checkbox"/> Πώληση επιχειρηματικών απαιτήσεων (Forfeiting) |
| <input type="checkbox"/> Χρηματοδότηση από δομή υποστήριξης της επιχειρηματικότητας | <input type="checkbox"/> Δικαιόχρηση (Franchising) |
| <input type="checkbox"/> Χορηγίες ή/και βραβεία από συμμετοχή σε διαγωνισμό | <input type="checkbox"/> Άλλο _____ |
| <input type="checkbox"/> Πληθοπορισμός (Crowdfunding) | |

Ε. Αξιολόγηση μελλοντικών αναγκών της επιχείρησης

23. Σκοπεύετε να προσφύγετε στο μέλλον σε εξωτερική χρηματοδότηση;

- Ναι
 Όχι

23.α. Εάν ναι, πότε θα χρειαστείτε, σύμφωνα με τον προγραμματισμό σας, εξωτερική χρηματοδότηση; (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- Εντός 3 μηνών
 Εντός έτους
 Εντός διετίας
 Άλλο _____

24. Στο μέλλον, από ποιες πηγές σκοπεύετε να εξασφαλίσετε χρηματοδότηση; (Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Ίδια κεφάλαια | <input type="checkbox"/> Μικροχρηματοδότηση (Microfinancing) |
| <input type="checkbox"/> Οικογένεια & φίλοι | <input type="checkbox"/> Πλατφόρμες δανεισμού (Peer to peer lending) |
| <input type="checkbox"/> Τραπεζικός δανεισμός | <input type="checkbox"/> Τραπεζική υπερανάληψη |
| <input type="checkbox"/> Χρηματιστηριακή αγορά | <input type="checkbox"/> Αρχική Δημόσια Προσφορά (IPO) |
| <input type="checkbox"/> Κρατικές επιχορηγήσεις | <input type="checkbox"/> Εμπορικές πιστώσεις (Trade credit) |
| <input type="checkbox"/> Ευρωπαϊκά, χρηματοδοτικά προγράμματα (π.χ. ΕΣΠΑ, Jeremie) | <input type="checkbox"/> Πρακτόρευση απαιτήσεων (Factoring) |
| <input type="checkbox"/> Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών (Venture Capital) | <input type="checkbox"/> Χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing) |
| <input type="checkbox"/> Επενδυτές άγγελοι (Business Angels) | <input type="checkbox"/> Πώληση επιχειρηματικών απαιτήσεων (Forfeiting) |
| <input type="checkbox"/> Χρηματοδότηση από δομή υποστήριξης της επιχειρηματικότητας | <input type="checkbox"/> Δικαιόχρηση (Franchising) |
| <input type="checkbox"/> Χορηγίες ή/και βραβεία από συμμετοχή σε διαγωνισμό | <input type="checkbox"/> Άλλο _____ |

25. Μακροπρόθεσμα, ποιος είναι ο στόχος της επιχείρησής σας; (Να σημειώσετε μόνο μια επιλογή)

- Πώληση της επιχείρησης σε τρίτους
- Εξαγορά της επιχείρησης /συγχώνευση
- Εισαγωγή στο χρηματιστήριο
- Σταθεροποίηση και επέκταση της επιχείρησης (ανάπτυξη προϊόντος/υπηρεσίας, νέες αγορές κλπ.)
- Άλλο _____

ΣΤ. Η δική σας γνώμη

26. Κατά τη γνώμη σας, πόσο σημαντικοί είναι οι παρακάτω παράγοντες για τη λήψη χρηματοδότησης; (Σημειώστε μόνο μια επιλογή ανά σειρά)

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Ομάδα ιδρυτών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ατομικές ικανότητες ιδρυτών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Καινοτομία επιχειρηματικής ιδέας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επιχειρηματικό σχέδιο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρόνος ανάπτυξης έως την έναρξη της εμπορικής δραστηριότητας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

27. Κατά τη γνώμη σας, ποια είναι τα κυριότερα εμπόδια ανάπτυξης των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα; (Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν)

- Έλλειψη εργαλείων χρηματοδότησης
- Γραφειοκρατία
- Έλλειψη δομών υποστήριξης
- Ασφαλιστικό καθεστώς
- Υψηλή Φορολογία
- Ασταθές Οικονομικό Περιβάλλον
- Ελλιπής σχετική εκπαίδευση-κατάρτιση
- Αδυναμία εύρεσης κατάλληλων συνεργατών/υπαλλήλων
- Μικρή/περιορισμένη αγορά
- Επιχειρηματική κουλτούρα
- Άλλο _____

Παρακαλώ, εάν ενδιαφέρεστε να λάβετε τα αποτελέσματα της έρευνας, καταχωρείστε το e-mail σας.

Ευχαριστώ για τη συμμετοχή σας!