

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

ΤΟ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΤΩΝ STARTUP
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ
ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥΣ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Επιβλέπων Καθηγητής: κ. Παντελίδης Παντελής

Παπαγεωργίου Μαρία

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, Οκτώβριος 2016

**UNIVERSITY OF PIRAEUS DEPARTMENT
OF ECONOMICS**



**MASTER PROGRAM IN ECONOMIC AND
BUSINESS STRATEGY**

**THE BACKGROUND OF STARTUP BUSINESS
AND RESEARCH FOR THEIR PROGRESS IN
GREECE**

Pantelidis Pantelis

By

Papageorgiou Maria

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, October 2016

Περίληψη

Η νεοφυής επιχειρηματικότητα είναι συνδεδεμένη με κοινωνικούς και οικονομικούς παράγοντες σε όλο τον κόσμο. Σε περιόδους κρίσης, νέες ιδέες τείνουν να αξιοποιηθούν με στόχο να μειωθεί το κόστος διαβίωσης. Οι εταιρίες start-up είναι νεοφυείς επιχειρήσεις που χαρακτηρίζονται από την καινοτομία και τον υψηλό κίνδυνο. Στην Ελλάδα, οι επιχειρήσεις start up άρχισαν να εμφανίζονται με την έλευση της οικονομικής κρίσης και όσο περισσότερο προχωρούμε στην καρδιά της, τόσες περισσότερες τέτοιες εταιρίες ιδρύονται.

Στόχος της εργασίας ήταν ο προσδιορισμός των οικονομικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών των Ελληνικών επιχειρήσεων start-up, καθώς και της βιωσιμότητάς τους. Η έρευνα διεξήχθη με χρήση ερωτηματολογίων και τα αποτελέσματα επεξεργάστηκαν στατιστικά. Μέσα από την έρευνά μας, φαίνεται ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν θετικά και αρνητικά τις επιχειρήσεις start-up στην Ελλάδα δημιουργούν πολυσύνθετες σχέσεις μεταξύ τους. Οι επιχειρήσεις που ευνοούνται περισσότερο είναι αυτές των νέων τεχνολογιών και των παραδοσιακών προϊόντων. Η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων είναι πιθανότερη για όσες εδράζονται στην επαρχία, παρά στις μεγάλες πόλεις. Ιδρυτές επιχειρήσεων start-up αποτελούν μεγάλη μερίδα κατόχων ανώτατων τίτλων σπουδών, οι οποίοι κατά πλειοψηφία ιδρύουν επιχειρήσεις μεγάλου βαθμού καινοτομίας. Επίσης, αυτή η ομάδα ιδρυτών φροντίζει να έχει πάντα έναν ειδικευμένο στον τομέα της επιχείρησης, για την καλύτερη διαχείριση της καινοτομίας, όπου ο στόχος των περισσότερων είναι η παγκόσμια αγορά. Στην περίπτωση εξασφάλισης χρηματοδότησης, οι επιχειρήσεις με το υψηλότερο κόστος εκκίνησης είναι εκείνες που ευνοούνται περισσότερο και οι ίδιες αυτές εδράζονται κυρίως στην επαρχία, συνδεδεμένες με τον τομέα της γεωργίας.

Συμπερασματικά, οι επιχειρήσεις start-up στην Ελλάδα έχουν να αντιμετωπίσουν τα ίδια εμπόδια με όλους τους υπόλοιπους επιχειρηματίες, ιδιαίτερα στα πρώτα χρόνια της ζωής τους. Αυτές που έχουν την ικανότητα να ξεπεράσουν το όριο των τριών χρόνων βιωσιμότητας χαρακτηρίζονται από μεγάλο βαθμό καινοτομίας, αλλά και αποτελεσματικότητας, διαθέτοντας ένα μεγάλο απόθεμα ιδίων κεφαλαίων για να καλύψουν τις ανάγκες τους, σκιαγραφώντας την εικόνα των προαπαιτούμενων για τη μελλοντική ίδρυση περισσότερων start-up επιχειρήσεων στον Ελληνικό χώρο.

Abstract

Start-up entrepreneurship is linked to social and financial factors, no matter the country of origin. In periods of financial crisis new ideas seem to be getting a hold of fertile ground in order to limit one's living cost. Start-up companies are characterized by a great degree of innovation, but also high risk. In Greece, start-up companies have gained significant popularity as the financial crisis has established itself and they become even more abundant as the crisis proceeds.

The aim of this study was to define the financial and social characteristics of the Greek start-up companies, as well as their sustainability. The study was conducted using questionnaires that were created for this purpose. Through our study, it seems that factors that affect both positively and negatively the Greek start-ups create a complicated set of correlations. The start-up types that are favored belong to the categories of new technologies or traditional products. Companies running from the rural areas of the country are more likely to receive extensive funding, rather than being located in the two largest Greek cities. Start-up founders are mostly Msc and PhD holders, making them a highly educated portion of the market and they mostly prefer to start a high degree innovation company. They usually prefer to include specialists of the field they are working on, in order to handle their high degree of innovation in a better way, especially since for most the target market is the world market itself. In case these companies receive full funding, companies with the highest start-up cost are the ones favored, especially if located in the rural areas or linked to agriculture.

Taking everything into account, Greek start-ups face the same financial obstacles as the rest Greek companies, especially during the first years of their life cycle. Companies that have the ability to overcome the three-year limit of sustainability are characterized by a high degree of innovation and effectiveness. These companies need to hold a large amount of equity to cover for their needs. This is the actual profile of a Greek start-up company and these are the above factors are the ones that need to be consider by future entrepreneurs that intend to form a start-up company in Greece

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	v
Abstract	vii
Κατάλογος Πινάκων.....	xi
Κατάλογος Διαγραμμάτων	xiii
Κεφάλαιο 1- Επιχειρηματικότητα	1
1.1 Εισαγωγή.....	1
1.2 Ορισμοί της επιχειρηματικότητας	1
1.3 Είδη επιχειρηματικότητας	3
1.3.1 Η αμιγής επιχειρηματικότητα.....	3
1.3.2 Η μικτή επιχειρηματικότητα.....	4
1.4 Επιχειρηματικότητα καινοτομίας	5
1.5 Κοινωνική επιχειρηματικότητα	6
1.6 Δημόσια επιχειρηματικότητα	7
1.7 Ενδοεπιχειρηματικότητα	8
1.8 Ανακεφαλαίωση	9
Κεφάλαιο 2- Η καινοτομία και τα είδη της.....	11
2.1 Εισαγωγή.....	11
2.2 Ορισμοί της καινοτομίας.....	11
2.3 Τι είναι οι start-up εταιρίες.....	13
2.4 Ο κύκλος ζωής μίας startup επιχείρησης.....	18
2.5 Ανακεφαλαίωση	20
Κεφάλαιο 3. Οικονομικό και νομικό πλαίσιο για τις start up επιχειρήσεις στην Ελλάδα.....	21
3.1 Εισαγωγή.....	21
3.2 Πηγές χρηματοδότησης για τις επιχειρήσεις start up στην Ελλάδα	21
3.3 Χρηματοδοτικοί πόροι των επιχειρήσεων start up	25
3.4 Το νομικό πλαίσιο της χρηματοδότησης στην Ελλάδα.....	29
3.5 Lean start-up.....	30
3.6 Ανακεφαλαίωση	33
Κεφάλαιο 4. Επιτυχημένα και αποτυχημένα startups στην Ελλάδα.....	35

4.1 Εισαγωγή.....	35
4.2 Αποτυχημένα startups στην Ελλάδα.....	35
4.3 Επιτυχημένα startups στην Ελλάδα.....	36
4.4 Ανακεφαλαίωση.....	38
Κεφάλαιο 5. Η πορεία των start ups στις πρωτοπόρες χώρες.....	39
5.1 Εισαγωγή.....	39
5.2 Γερμανία.....	40
5.3 Μεγάλη Βρετανία.....	42
5.4 Ανακεφαλαίωση - Σύγκριση των ανεπτυγμένων χωρών και της Ελλάδας.....	43
Κεφάλαιο 6. Έρευνα για την πορεία των startup επιχειρήσεων στην Ελλάδα.....	47
6.1 Μεθοδολογία.....	47
6.2 Περιγραφή του δείγματος.....	47
6.3 Περιγραφή του ερωτηματολογίου.....	48
6.4 Στατιστική ανάλυση.....	49
6.5 Αποτελέσματα.....	49
Κεφάλαιο 7. Συμπεράσματα.....	71
Παράρτημα.....	77
Βιβλιογραφία.....	83
Διαδικτυακοί Τόποι.....	88

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 2.1 Οι φάσεις επώασης για την εκκίνηση της επιχείρησης startup.....σελ 18
Πίνακας 3.1 Τα 8 απαραίτητα βήματα ενός lean startup.....σελ 33
Πίνακας 6.1 Η συσχέτιση του πεδίου δραστηριότητας και της ανάγκης συνεργασίας με άλλους επαγγελματίες.....σελ 52
Πίνακας 6.2 Συσχέτιση του πεδίου δραστηριότητας της επιχείρησης και του βαθμού καινοτομίας.....σελ 53
Πίνακας 6.3 Συσχέτιση του πεδίου δραστηριότητας της επιχείρησης και του είδους της αγοράς.....σελ 53
Πίνακας 6.4. Οι επιλογές εγχώριας ή παγκόσμιας αγοράς, ανάλογα με την ηλικία των ιδρυτών.....σελ 60
Πίνακας 6.5. Οι προτιμήσεις των ιδρυτών στην αγορά ως προς το βαθμό καινοτομίας της επιχείρησης.....σελ 65
Πίνακας 6.6 Η συσχέτιση της γραφειοκρατείας με τη φορολογία.....σελ 68

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 6.1. Οι επιλογές για τα πεδία δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων start-up στην Ελλάδα.....	σελ 50
Διάγραμμα 6.2. Η κατανομή των ετών ίδρυσης των start-up επιχειρήσεων στην Ελλάδα.....	σελ 51
Διάγραμμα 6.3. Η συσχέτιση της βιωσιμότητας της επιχείρησης με την τοποθεσία λειτουργίας.....	σελ 54
Διάγραμμα 6.4. Η συσχέτιση της τοποθεσίας λειτουργίας της επιχείρησης με την ύπαρξη χρηματοδότησης.....	σελ 55
Διάγραμμα 6.5. Η συσχέτιση της τοποθεσίας λειτουργίας με το ελάχιστο κόστος εκκίνησης.....	σελ 56
Διάγραμμα 6.6. Η συσχέτιση της τοποθεσίας λειτουργίας με την πορεία της επιχείρησης ως σήμερα.....	σελ 56
Διάγραμμα 6.7. Η συσχέτιση της βιωσιμότητας της επιχείρησης με τα χρόνια λειτουργίας.....	σελ 57
Διάγραμμα 6.8. Η συσχέτιση της βιωσιμότητας της επιχείρησης με τη μέχρι τώρα πορεία της.....	σελ 57
Διάγραμμα 6.9. Η συσχέτιση του αριθμού απασχολούμενων με την ύπαρξη χρηματοδότησης.....	σελ 58
Διάγραμμα 6.10. Η συσχέτιση του αριθμού απασχολούμενων με την πηγή χρηματοδότησης.....	σελ 59
Διάγραμμα 6.11. Η συσχέτιση του αριθμού ιδρυτών και της πηγής χρηματοδότησης.....	σελ 59
Διάγραμμα 6.12. Η συσχέτιση της ηλικίας των ιδρυτών και του εκπαιδευτικού τους επιπέδου.....	σελ 61

Διάγραμμα 6.13. Η συσχέτιση της ηλικίας των ιδρυτών και της ανάγκης συνεργασίας με άλλες ειδικότητες.....σελ 61	σελ 61
Διάγραμμα 6.14. Η συσχέτιση της ηλικίας των ιδρυτών και της προτίμησης αγοράς-στόχου.....σελ 62	σελ 62
Διάγραμμα 6.15. Η συσχέτιση ύπαρξης σχετικής ειδικότητας στην ομάδα ιδρυτών και του βαθμού καινοτομίας.....σελ 63	σελ 63
Διάγραμμα 6.16. Τα κίνητρα των συμμετεχόντων για την ίδρυση μίας επιχείρησης start-up.....σελ 64	σελ 64
Διάγραμμα 6.17. Η συσχέτιση του βαθμού καινοτομίας με την αγορά-στόχο....σελ 66	σελ 66
Διάγραμμα 6.18. Η συσχέτιση του βαθμού καινοτομίας με την ύπαρξη χρηματοδότησης.....σελ 66	σελ 66
Διάγραμμα 6.19. Η συσχέτιση βαθμού καινοτομίας και γραφειοκρατείας.....σελ 67	σελ 67
Διάγραμμα 6.20. Η συσχέτιση του βαθμού καινοτομίας και του όγκου των φόρων.....σελ 67	σελ 67
Διάγραμμα 6.21. Η συσχέτιση ύπαρξης χρηματοδότησης και πηγής χρηματοδότησης.....σελ 69	σελ 69
Διάγραμμα 6.22. Η συσχέτιση μεταξύ ύπαρξης χρηματοδότησης και ελάχιστου κόστους εκκίνησης.....σελ 69	σελ 69

Κεφάλαιο 1- Επιχειρηματικότητα

1.1 Εισαγωγή

Δεδομένου ότι στη παρούσα διπλωματική εργασία εξετάζεται αρχικά το θεωρητικό υπόβαθρο της νεοφυούς επιχειρηματικότητας κρίθηκε σκόπιμο να γίνει μια προσέγγιση στην έννοια της επιχειρηματικότητας μέσα από ορισμούς που έχουν δοθεί στη διεθνή βιβλιογραφία.

Στη συνέχεια διαχωρίζονται τα είδη της επιχειρηματικότητας ανάλογα με τον σκοπό της σε αμιγής και μικτή.

Τέλος, κρίθηκε σκόπιμη η αποτύπωση μιας ακόμη κατανομής των ειδών της επιχειρηματικότητας δηλαδή σε αυτές της καινοτομίας, κοινωνικής, δημόσιας και ενδοεπιχειρηματικότητας δεδομένου πως αυτές οι μορφές έπαιξαν σημαντικό ρόλο στη δημιουργία των νεοφυών επιχειρήσεων.

1.2 Ορισμοί της επιχειρηματικότητας

Η έννοια της επιχειρηματικότητας είναι μία έννοια σύνθετη και περίπλοκη και αυτός ο ισχυρισμός στηρίζεται από το γεγονός ότι για την επιχειρηματικότητα υπάρχουν πολλές εννοιολογικές προσεγγίσεις και ορισμοί στη διεθνή βιβλιογραφία.

Οι Shane & Venkataraman, (2000), υποστηρίζουν ότι «το μεγαλύτερο εμπόδιο για τη δημιουργία ενός εννοιολογικού σκελετού για την επιχειρηματικότητα είναι ο ίδιος ο ορισμός της». Συνεπώς, παρόλο που στο νου είναι κατανοητή η έννοια της επιχειρηματικότητας, στην πραγματικότητα είναι δυσκολότερο να οριστεί με επιστημονικούς όρους.

Έχουν γίνει διάφορες προσπάθειες από πληθώρα ερευνητών για να οριοθετήσουν και να δώσουν ένα επιστημονικό πλαίσιο στον όρο επιχειρηματικότητα. Ως μία πρώτη προσέγγιση, ο όρος μπορεί να περιγραφεί ως η απαρχή της επιχειρηματικής δραστηριότητας, δηλαδή, το ξεκίνημα μίας νέας επιχείρησης. Βασιζόμενοι σε αυτόν τον πρωταρχικό ορισμό, διαπιστώνουμε ότι ακριβώς από αυτόν προκύπτει και ο όρος

που έχει επικρατήσει στη διεθνή βιβλιογραφία, για να περιγράψει τη δραστηριότητα της επιχειρηματικότητας και αυτός είναι το start up.

Ο Venkataraman, (1997), αναφέρει ότι «επιχειρηματικότητα είναι η προσεκτική ανάλυση της διαδικασίας ανακάλυψης ευκαιριών, καθώς επίσης και της αξιολόγησης και αξιοποίησής τους.» Επιπλέον, σύμφωνα με τους Stevenson & Jarillo, (1990): «η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει την υλοποίηση ευκαιριών, υπό συνθήκες περιορισμένης διαθεσιμότητας πόρων.»

Οι Braseal & Herbert, (1999) αντίστοιχα, υιοθετούν ένα εννοιολογικό μοντέλο, το οποίο περιλαμβάνει τη δημιουργικότητα και την καινοτομία, καθώς και τους ανθρώπους που τα δημιουργούν, είτε η διεργασία συμβαίνει σε μία νέα επιχείρηση, είτε σε ένα υφιστάμενο οργανισμό.

Οι Shane & Venkataraman, (2000), επιπλέον, ορίζουν ότι : «η επιχειρηματικότητα συνδέεται με τις επιχειρηματικές ευκαιρίες και πιο συγκεκριμένα, με τις διαδικασίες εντοπισμού των ευκαιριών, με τους ανθρώπους που τις εκμεταλλεύονται και τέλος με τους τρόπους που επιλέγονται για την εκμετάλλευση των ευκαιριών αυτών.»

Σύμφωνα με τον Πετράκη, (2008), «Η επιχειρηματικότητα προέρχεται από το ρήμα επιχειρώ, το οποίο σημαίνει ενεργώ με συγκεκριμένο στόχο. Ο στόχος είναι η δημιουργία και διάθεση μελλοντικών προϊόντων και υπηρεσιών, χωρίς να υπάρχει βεβαιότητα για το τελικό αποτέλεσμα της προσπάθειας. Επιτυγχάνεται δε, με την κινητοποίηση όλων των απαραίτητων διαθέσιμων πόρων. Επιχειρηματικότητα είναι η προσεκτική ανάλυση της διαδικασίας ανακάλυψης ευκαιριών, της αξιολόγησης και της αξιοποίησής τους.»

Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η άποψη των Bruyat & Julien, (2000), οι οποίοι αναφέρουν ότι «Υπάρχουν δύο είδη επιχειρηματικότητας. Η επιχειρηματικότητα που προκύπτει από τα στελέχη μίας υφιστάμενης επιχείρησης και ονομάζεται ενδοεπιχειρηματικότητα (intrapreneurship) και η επιχειρηματικότητα που αφορά τη δημιουργία και την ανάπτυξη μίας νέας επιχείρησης (start up), από μεμονωμένο άτομο που ονομάζεται επιχειρηματίας.»

Τέλος, ο Πετράκης (1996), προσπαθώντας να ενοποιήσει το εννοιολογικό πλαίσιο για τον όρο της επιχειρηματικότητας αναφέρει ότι: « Η επιχειρηματικότητα (entrepreneurship) περιλαμβάνει εκτός άλλων, τη διαδικασία ανακάλυψης και

αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών, την ανάπτυξη της καινοτομίας, την εξεύρεση τρόπων μείωσης της αβεβαιότητας για την επίτευξη κέρδους, το επιχειρηματικό πλεονέκτημα, τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, την κοινωνία και το επιχειρηματικό και οικονομικό περιβάλλον.»

Από την παραπάνω ανασκόπηση γίνεται σαφές, πως η επιχειρηματικότητα αποτελεί μία έννοια απόλυτα συνδεδεμένη με την ανάπτυξη, μιας και πρόκειται για μία δραστηριότητα ικανή και αναγκαία να οδηγήσει στη δημιουργία επιχειρήσεων, στη δημιουργία θέσεων εργασίας και τελικά στην παραγωγή πλούτου.

Θα πρέπει επίσης να τονιστεί ότι πίσω από την ανάληψη κινδύνων και την επένδυση πόρων για την ανάπτυξη νέων προϊόντων ή νέων αγορών, θα πρέπει να υπάρχει επιχειρηματικό πνεύμα. Τέλος, είναι αναγκαίο να μην παρερμηνευθεί η έννοια της επιχειρηματικότητας με την έννοια της διοίκησης. Ο ρόλος του επιχειρηματία είναι η δημιουργία και η πρόκληση αλλαγών, ενώ ο ρόλος της διοίκησης είναι να κάνει την επιχείρηση να λειτουργεί αποτελεσματικά.

1.3 Είδη επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να διακριθεί σε διάφορα είδη ανάλογα με το σκοπό της και τον τρόπο που στοχεύει να αντλήσει αξία από την αγορά (επιχειρηματικό μοντέλο). Αρχικά, τα είδη της επιχειρηματικότητας είναι α) η αμιγής και β) η μικτή επιχειρηματικότητα.

1.3.1 Η αμιγής επιχειρηματικότητα

Οι βασικές λειτουργίες της επιχειρηματικότητας που γράψαμε στο προηγούμενο τμήμα ανήκουν στην αμιγή επιχειρηματικότητα, δηλαδή στην επιχειρηματικότητα που εξασκείται χωρίς ο επιχειρηματίας να διαθέτει άλλα παραγωγικά μέσα (πχ. μηχανήματα), αλλά μόνο από την προσωπική του συμβολή. Κεντρικό ρόλο παίζει η προσωπικότητα του με όλα τα χαρακτηριστικά της, τα οποία εκφράζονται με τη σύλληψη για αξιοποίηση μιας νέας παραγωγικής ιδέας.

Η αμιγής επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει εκείνες τις δραστηριότητες που δεν μπορούν εξίσου αποτελεσματικά με τον επιχειρηματία να πραγματοποιηθούν από μισθωτούς υπαλλήλους ή άλλους φορείς (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες). Ωστόσο η επιχειρηματικότητα με αυτή τη μορφή δε συναντάται συχνά στην πραγματική οικονομική ζωή. Όταν ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει δράση, τις περισσότερες φορές, είναι υποχρεωμένος για διάφορους λόγους να αναλάβει δραστηριότητες που θα μπορούσαν να αναληφθούν από άλλα άτομα χωρίς να μειωθεί το αποτέλεσμα της επιχειρηματικότητάς του. Έτσι στην πράξη ο ρόλος του επιχειρηματία εκπληρώνεται με μία από τις μορφές της μικτής επιχειρηματικότητας (Kirzner, 2015).

1.3.2 Η μικτή επιχειρηματικότητα

Μικτή επιχειρηματικότητα ασκείται όταν ο επιχειρηματίας δραστηριοποιείται αναλαμβάνοντας και ρόλους που εύκολα μπορούν να υλοποιηθούν από άλλα άτομα ή φορείς της οικονομίας (διοικητικά στελέχη, τραπεζικό σύστημα κ.λπ.). Η μικτή επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε επιχειρηματικότητα εργαζομένων και σε επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων.

Η μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων περιλαμβάνει δραστηριότητες οι οποίες κάλλιστα θα μπορούσαν να αναληφθούν από άλλα άτομα (πχ. ανώτερα διευθυντικά στελέχη ή μισθωτούς υπαλλήλους) χωρίς να μειωθεί η αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Η μορφή αυτή επιχειρηματικότητας εφαρμόζεται σήμερα κυρίως σε περιπτώσεις που ο επιχειρηματίας ιδρύει μια επιχείρηση. Σε περασμένες περιόδους (αλλά και σήμερα στις μη αναπτυγμένες χώρες) ο επιχειρηματίας συνήθως αναλάμβανε μια σειρά τέτοιων εργασιών εξαιτίας της έλλειψης ειδικευμένου εργατικού δυναμικού. Η μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων τείνει σήμερα, στις προηγμένες οικονομίες, να εκλείπει γιατί:

- Ο επιχειρηματίας είναι δύσκολο να είναι τέλειος γνώστης διαφόρων ειδικών θεμάτων (λογιστικά, τεχνικά ζητήματα κ.α.).
- Το εκπαιδευτικό σύστημα παρέχει αυτές τις γνώσεις σε άτομα πρόθυμα να εργασθούν. Άρα αυτό που απαιτείται είναι η σωστή επιλογή προσωπικού.
- Είναι πιο αποδοτικό να αφιερώνει το χρόνο του στην ανακάλυψη μιας νέας ευκαιρίας για κέρδος.

Μικτή επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων ασκεί το άτομο που προχωρά στην αξιοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας του, παρέχοντας κεφάλαια στην υπό ίδρυση ή νεοϊδρυθείσα επιχείρησή του. Αυτή η μορφή επιχειρηματικότητας τείνει σήμερα να περιορισθεί γιατί:

Αυξάνονται οι δυνατότητες άντλησης κεφαλαίων από το χρηματοπιστωτικό σύστημα και τα διάφορα σχήματα επιχειρηματικής συνεργασίας.

Η διάκριση ρόλων και προτιμήσεων μεταξύ κεφαλαιούχων και επιχειρηματιών - επενδυτών έχει γίνει πιο φανερή. (Kloosterman & Rath, 2006).

Επιπλέον, υπάρχει και μία ακόμη κατανομή των ειδών της επιχειρηματικότητας στις παρακάτω κατηγορίες:

1.4 Επιχειρηματικότητα καινοτομίας

Η μορφή αυτή τονίζει την καινοτομία για να διαφοροποιηθεί από την επιχειρηματικότητα ανάγκης και την αυτοαπασχόληση. Η παράμετρος που διαχωρίζει τις δύο αυτές μορφές αφορά στο κόστος ευκαιρίας. Ως κόστος ευκαιρίας εννοούμε την εναλλακτική αξιοποίηση κεφαλαίου (ή εργασιακού χρόνου) όταν αυτό δεν τοποθετηθεί σε συγκεκριμένη επιχειρηματική ευκαιρία. Για παράδειγμα, ένας εν δυνάμει επιχειρηματίας ανακαλύπτει επιχειρηματική ευκαιρία για την οποία χρειάζεται να επενδύσει το ποσό των 10.000 Ευρώ. Εάν ο επιχειρηματίας αυτός δεν αξιοποιήσει την ευκαιρία θα τοποθετήσει τα 10.000 Ευρώ στην τράπεζα με επιτόκιο 3%. Έτσι, το κόστος της ευκαιρίας που ανακάλυψε είναι για αυτόν $3\% \times 10.000 \text{ Ευρώ} = 300 \text{ Ευρώ}$ το έτος. Ας υποθέσουμε ότι ένας άλλος εν δυνάμει επιχειρηματίας ανακαλύπτει την ίδια ευκαιρία την οποία αν δεν αξιοποιήσει θα αξιοποιήσει το κεφάλαιό του σε ασφαλή επένδυση επιτοκίου 5%. Για τον δεύτερο το κόστος της ευκαιρίας είναι 500 Ευρώ το έτος. Συνεπώς, το κόστος μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας ποικίλλει από άτομο σε άτομο ανάλογα με τις εναλλακτικές δραστηριότητες και προοπτικές που έχει ο καθένας (Baumol WJ, 2010).

Είναι λοιπόν φανερό ότι σε περιόδους οικονομικής ύφεσης και υψηλής ανεργίας, ή σε σχετικά ασθενείς οικονομικά χώρες, οι πολίτες ανακαλύπτουν επιχειρηματικές «ευκαιρίες» χαμηλής ανταπόδοσης τις οποίες αξιοποιούν διότι το κόστος των ευκαιριών αυτών είναι ελάχιστο. Ένας άνεργος, για παράδειγμα, θα επιδιώξει να

ανοίξει ένα μικρό καφενείο για τον βιοπορισμό του. Επίσης, το Περού (Shane, 2008) παρουσιάζει τον υψηλότερο επιχειρηματικό δείκτη λόγω της υψηλής ανάγκης επιχειρηματικότητας του πληθυσμού του. Αντίθετα, η επιχειρηματικότητα καινοτομίας εστιάζει σε επιχειρηματικές ευκαιρίες υψηλής οικονομικής προσδοκίας αξιοποιώντας γνώσεις, επιχειρηματικό σχεδιασμό και τάσεις της αγοράς. Για το λόγο αυτό χαρακτηρίζεται πολλές φορές και ως επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης.

Η διάκριση, λοιπόν, της επιχειρηματικότητας ανάλογα με την καινοτομία οδηγεί αρκετούς, όπως ο Drucker που αναφέρθηκε προηγουμένως, να θεωρούν μόνο την επιχειρηματικότητα καινοτομίας ως «καθαρή μορφή» επιχειρηματικότητας. Έτσι, οι μετρήσεις, και μόνο, των επιχειρήσεων που ιδρύονται ή κλείνουν κάθε χρόνο δεν αποτελούν σαφή δείκτη για το είδος και τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων μιας χώρας. Τελευταία το GEM (Global Entrepreneurship Monitor), το οποίο αποτυπώνει την επιχειρηματικότητα διεθνώς σε ετήσια βάση, περιλαμβάνει δείκτες για την καινοτομία των επιχειρήσεων διαχωρίζοντας τις οικονομίες οι οποίες βασίζονται στην καινοτομία από τις υπόλοιπες.

1.5 Κοινωνική επιχειρηματικότητα

Στην κοινωνική επιχειρηματικότητα η έννοια της «αξίας», που χρησιμοποιεί ο Timmons, δεν είναι μόνο οικονομική αλλά και κοινωνική. Συνεπώς, σκοπός του

κοινωνικού επιχειρηματία είναι να αντιμετωπίσει, μέσω της δραστηριότητάς του, κάποια κοινωνική ανάγκη. Αυτή λοιπόν η κοινωνική ανάγκη, ή το κοινωνικό πρόβλημα, είναι που καθορίζει την αποστολή της επιχείρησης ενώ το κίνητρο του κοινωνικού επιχειρηματία είναι η οριστική ικανοποίησή της. Τα συνήθη μέσα που χρησιμοποιεί ο κοινωνικός επιχειρηματίας είναι τα κέρδη από τις πωλήσεις των προϊόντων του, χορηγίες, δωρεές, όπως και συνεργασίες με φορείς ή άλλες μη-κερδοσκοπικές επιχειρήσεις.

Ο Dees (1998) προτείνει έναν ορισμό ο οποίος περιγράφει το “τι κάνουν” οι κοινωνικοί επιχειρηματίες. Πιο συγκεκριμένα: “οι κοινωνικοί επιχειρηματίες παίζουν το ρόλο του παράγοντα αλλαγής στον κοινωνικό τομέα:

αναλαμβάνοντας αποστολή να δημιουργήσουν και να διατηρήσουν κοινωνική (και όχι μόνο ατομική) αξία,

αναγνωρίζοντας και ακολουθώντας ακούραστα νέες ευκαιρίες για να εξυπηρετήσουν την αποστολή τους,

εμπλεκόμενοι σε συνεχή διαδικασία καινοτομίας, προσαρμογής και μάθησης, λειτουργώντας θαρραλέα χωρίς να περιορίζονται από τους πόρους τους οποίους ελέγχουν, και δείχνοντας υψηλή αίσθηση απολογισμού για τα αποτελέσματα που παρήχθησαν και για τις κοινωνικές ομάδες που υποστηρίχθηκαν”.

Ο συγγραφέας παρατηρεί επίσης ότι το μεγαλύτερο «πρόβλημα» για την κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι η αποτίμηση της κοινωνικής αξίας. Ενώ δηλαδή η αγορά των προϊόντων θεωρείται αρκετά ώριμη στο να αποτιμήσει την αξία μιας επιχείρησης, έτσι ώστε αυτή να αυξήσει ή να μειώσει το μερίδιό της με το χρόνο, για τις κοινωνικές επιχειρήσεις αυτό είναι δυσκολότερο. Ο κοινωνικός επιχειρηματίας οφείλει να λογοδοτεί έναντι των χρηματοδοτήσεων που λαμβάνει και η μόνη παράμετρος που μπορεί να θεωρηθεί ενδεικτική για την πορεία της επιχείρησης είναι ο αριθμός και το ύψος των χορηγιών που λαμβάνει με το χρόνο.

Παρατηρούμε τέλος ότι, συχνά, η κοινωνική επιχείρηση νοείται ως «πράσινη» επιχείρηση. Φυσικά, η επιχειρηματικότητα που στοχεύει στην προστασία του περιβάλλοντος είναι κοινωνική, όμως, η δραστηριότητα των κοινωνικών επιχειρήσεων δεν εξαντλείται σε αυτό. Κάθε μορφής κοινωνικό πρόβλημα το οποίο μπορεί να αντιμετωπιστεί από επιχειρήσεις εμπίπτει στο αντικείμενο των κοινωνικών επιχειρήσεων καθώς η αντιμετώπιση αυτή παράγει κοινωνική αξία. Περισσότερα στοιχεία για τις κοινωνικές και τις πράσινες επιχειρήσεις, όπως επίσης και για την αιφόρο ανάπτυξη η οποία είναι έννοια που συνδέεται με αυτές, θα βρουν όσοι επιλέξουν τις ανάλογες θεματικές ενότητες των προγραμμάτων δια βίου μάθησης. Επίσης, η κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν θα πρέπει να συγχέεται με την εταιρική κοινωνική ευθύνη η οποία είναι διαφορετική έννοια και αφορά στις μεγάλες εταιρείες (Allen & Malin, 2008).

1.6 Δημόσια επιχειρηματικότητα

Η έννοια της δημόσιας επιχειρηματικότητας αφορά σε δημόσιους οργανισμούς και εισήχθη από τον Drucker (1985). Σύμφωνα με τον Drucker, “οι δημόσιοι φορείς

πρέπει να λειτουργούν επιχειρηματικά όπως οι εταιρείες, ίσως και περισσότερο”. Ο συγγραφέας παρατηρεί ότι οι δημόσιοι φορείς επωμίζονται σκοπούς ηθικής φύσεως τους οποίους δύσκολα ικανοποιούν, συν τω χρόνω, λόγω των εξελίξεων. Μόνο οι οργανισμοί που είναι σε θέση να καινοτομήσουν θα μπορούν να εξυπηρετούν καλύτερα την αποστολή τους. Η διαδικασία αυτή είναι ανάλογη με αυτή των επιχειρήσεων και συχνά αναφέρεται ο όρος «ψευδο-αγορά» για τις ανάγκες τις οποίες καλύπτουν οι δημόσιοι οργανισμοί. Ωστόσο, η δημόσια επιχειρηματικότητα παραμένει στα σπάργανα καθώς δεν είναι ακόμα πέρα για πέρα σαφές το περιεχόμενό της.

1.7 Ενδοεπιχειρηματικότητα

Η ενδοεπιχειρηματικότητα (ή επιχειρηματικό μάνατζμεντ) αφορά σε μεγάλες εταιρείες και οργανισμούς οι οποίοι ακολουθούν επιχειρηματικές ευκαιρίες. Οι Stevenson και Jarillo (1990) επισημαίνουν ότι η ενδοεπιχειρηματικότητα επεκτείνει το επιχειρείν από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στις μεγάλες, καλύπτοντας όλο το φάσμα των εταιρειών. Ως μορφή οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων είναι πολύ νέα και απαντάται μόνο σε μερικές, συνήθως καινοτόμες, εταιρείες (π.χ. 3M, Apple, Intel κ.ά.). Οι Stevenson και Jarillo (1990) επισημαίνουν ότι η επιχειρηματική ευκαιρία ενοποιεί την επιχειρηματικότητα των μεμονωμένων ατόμων και των επιχειρήσεων, θεωρώντας τις τελευταίες ως οντότητες (οργανισμούς) που μπορούν να επιλέξουν να δραστηριοποιηθούν όμοια με τους συνήθεις επιχειρηματίες (αναφέρεται ο όρος «επιχειρηματική εταιρεία»). Η ανάπτυξη εταιρικών συνεργατικών δικτύων καινοτομίας, ανοιχτών καινοτομιών ή άλλων κοινών προσπαθειών είναι σύγχρονα φαινόμενα που θα καταδείξουν τις δυνατότητες της νέας αυτής οργάνωσης των επιχειρήσεων.

Μια πιο εμπειριστατωμένη περιγραφή της ενδοεπιχειρηματικότητας ως διαδικασίας που δεν αφορά στον πυρήνα μιας μεγάλης εταιρείας, δίνουν οι Antončič και Hisrich (2003). Ως ενδοεπιχειρηματικότητα, οι συγγραφείς περιλαμβάνουν τουλάχιστον οκτώ διαδικασίες στο εσωτερικό μεγάλων εταιρειών:

- τη δημιουργία νέων αυτόνομων ενδοεταιρικών μονάδων,

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

Συνεπώς, η επιχειρηματική οργάνωση και διοίκηση μιας εταιρείας στοχεύει στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση των εργαζομένων της. Σε μια δηλαδή εκ της βάσης (bottom-up) διαδικασία ανακάλυψης και αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών. Η διοίκηση της επιχείρησης (top-management) παραλαμβάνει, αξιολογεί και αποφασίζει ποιες από τις επιχειρηματικές προτάσεις των εργαζομένων θα γίνουν δεκτές προστατεύοντας παράλληλα τις επενδύσεις των μετόχων της εταιρείας.

1.8 Ανακεφαλαίωση

Μέσα στο κεφάλαιο αυτό είδαμε ποσοί πολλοί και διαφορετικοί ορισμοί έχουν δοθεί για την επιχειρηματικότητα ενώ ακόμα περισσότερες είναι οι διακρίσεις της σε διάφορες κατηγορίες και είδη ανάλογα με το σκοπό που κάθε φορά εξυπηρετεί και η κατηγοριοποίησή αυτή μπορεί να συνεχιστεί σε ακόμα μεγαλύτερη τμηματοποίηση. Η επιχειρηματικότητα είναι λοιπόν μια πολυσχιδής έννοια η κατανόηση της οποίας είναι εξαιρετικά σημαντική καθώς μπορεί να μας οδηγήσει και στους λόγους της αποτυχίας ή επιτυχίας της.

Κεφάλαιο 2- Η καινοτομία και τα είδη της

2.1 Εισαγωγή

Όταν αναφερόμαστε σε startup επιχειρήσεις το πρώτο πράγμα που έρχεται στο μυαλό μας είναι η καινοτομία και όχι άδικα.

Σε αυτό το κεφάλαιο δίδονται λοιπόν οι ορισμοί της καινοτομίας και γίνεται κατανοητή η σημασία της για την επιτυχία της επιχειρηματικότητας.

Τέλος, διευκρινίζεται ο όρος startup, νεοφυής επιχείρηση, ο οποίος έχει εισαχθεί στη διεθνή βιβλιογραφία τα τελευταία 15 χρόνια, ενώ δίδεται ιδιαίτερη έμφαση στον κύκλο ζωής των startup επιχειρήσεων.

2.2 Ορισμοί της καινοτομίας

Η καινοτομία είναι έννοια που αφορά στους νέους συνδυασμούς (new combinations) όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Schumpeter. Πιο συγκεκριμένα, ο Schumpeter (1934) ορίζει την καινοτομία ως “νέος συνδυασμός νέας ή υπάρχουσας γνώσης, πόρων, εξοπλισμού κ.λπ.” με αποκλειστικό σκοπό την εμπορική του αξιοποίηση. Η θεώρηση αυτή του Schumpeter συμφωνεί με την παλαιότερη (γύρω στο 1800) του Jean-Baptiste Say ο οποίος όρισε τον επιχειρηματία ως το άτομο που αναδιοργανώνει (αλλάζει) τους παραγωγικούς πόρους από μια χαμηλή παραγωγική χρήση σε μια υψηλότερη. Οι νέοι αυτοί συνδυασμοί μπορούν να αφορούν σε προϊόντα, υπηρεσίες ή διαδικασίες παραγωγής οπότε έχουμε και τα τρία αντίστοιχα είδη καινοτομίας.

Προκειμένου η καινοτομία να μπορεί να αποτυπωθεί σε κάθε τοπική οικονομία, ο ΟΟΣΑ (Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης) έχει ορίσει τα επόμενα τέσσερα είδη καινοτομίας (OECD 2005):

- καινοτομία προϊόντος, όπου ένα νέο (ή σημαντικά αναβαθμισμένο) προϊόν το οποίο είναι τεχνολογικά διαφορετικό από τα υπάρχοντα εισέρχεται στην αγορά.
- Η κατασκευή του προϊόντος αυτού μπορεί να στηρίζεται σε νέα γνώση ή σε νέο συνδυασμό υπαρχόντων τεχνολογιών (αντίστοιχα για υπηρεσίες)
- καινοτομία διαδικασίας, όπου μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) διαδικασία παραγωγής ή διανομής ενός προϊόντος χρησιμοποιείται εμπορικά. Τα προϊόντα αυτά είτε δεν θα μπορούσαν να παραχθούν ή να διανεμηθούν με τις προηγούμενες διαδικασίες παραγωγής, είτε η παραγωγή και η διανομή τους θα ήταν περιορισμένη (ανεπαρκής για την αγορά).
- εμπορική καινοτομία (marketing innovation) όπου εφαρμόζεται μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) μέθοδος μάρκετινγκ από μια επιχείρηση. Η νέα αυτή μέθοδος μπορεί να αναπτυχθεί από την εταιρεία ή να υιοθετηθεί από άλλες και αφορά στο σχεδιασμό του προϊόντος, στη συσκευασία του, στην αποθήκευση και στη διανομή του, στη διαφήμισή του και στην τιμολόγησή του
- οργανωσιακή καινοτομία (organizational innovation) όπου μια επιχείρηση εφαρμόζει μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) μέθοδο οργάνωσης της εμπορικής της πρακτικής, της εργασίας και των αρμοδιοτήτων στο εσωτερικό της, όπως και στις σχέσεις της με εξωτερικούς οργανισμούς ή επιχειρήσεις. Βασική προϋπόθεση είναι η νέα μέθοδος οργάνωσης να μην είναι περιστασιακή, αλλά να εντάσσεται στη στρατηγική της επιχείρησης

Μια άλλη κατηγοριοποίηση της καινοτομίας μπορεί να γίνει ανάλογα με τη ριζοσπαστικότητά της. Έτσι, οι καινοτομίες χωρίζονται σε ριζοσπαστικές, ημιριζοσπαστικές και σε βελτιωτικές. Η ριζοσπαστική καινοτομία (radical innovation) είναι αυτή που δεν προκύπτει ως φυσική εξέλιξη της υπάρχουσας τεχνολογίας. Η ριζοσπαστική καινοτομία αλλάζει εντελώς (καταργεί) την υπάρχουσα τεχνολογία και το υπάρχον επιχειρηματικό μοντέλο, δηλαδή τον τρέχοντα τρόπο που αντλείται αξία από την αγορά. Οι Leifer et al. (2000) ορίζουν την ριζοσπαστική καινοτομία ως αυτή που έχει τη δυναμική να παράγει ένα ή περισσότερα από τα επόμενα:

- ένα εντελώς νέο σύνολο χαρακτηριστικών επίδοσης,

- βελτιώσεις κατά τουλάχιστον πέντε φορές πάνω υπαρχόντων χαρακτηριστικών επίδοσης, ή
- σημαντική (30% και πάνω) μείωση του κόστους

Προφανώς, η ριζοσπαστική καινοτομία είναι αυτή στην οποία αναφέρθηκε ο Schumpeter και συνοδεύει τις μεγάλες επιστημονικές ανακαλύψεις (π.χ. ηλεκτρικός λαμπτήρας, ηλεκτρονικοί υπολογιστές κ.τ.λ.). Αντίθετα, οι βελτιωτικές καινοτομίες (ή οριακές, ή σταδιακές) είναι νέοι συνδυασμοί οι οποίοι δεν αλλάζουν την υπάρχουσα τεχνολογία και το μοντέλο με το οποίο αντλείται αξία από την αγορά. Κλασικό παράδειγμα βελτιωτικής καινοτομίας είναι η αυτοκινητοβιομηχανία η οποία παρουσιάζει συνεχείς εξελίξεις των μοντέλων των αυτοκινήτων σε ετήσια σχεδόν βάση. Ανάμεσα στις δύο προηγούμενες μορφές καινοτομίας υπάρχουν οι ημι-ριζοσπαστικές καινοτομίες οι οποίες είναι νέοι συνδυασμοί που επιφέρουν αλλαγή είτε στην υπάρχουσα τεχνολογία είτε στο επιχειρηματικό μοντέλο (όχι όμως και στα δύο ταυτοχρόνως). Ένα παράδειγμα ημι-ριζοσπαστικών καινοτομιών είναι τα προϊόντα της εταιρείας Apple (i-products) (Tellis GJ et al, 2009).

Είναι προφανές ότι οποιαδήποτε καινοτομία είναι συνδεδεμένη με την αβεβαιότητα και το ρίσκο για το νέο προϊόν. Ο βασικός λόγος για την υιοθέτηση καινοτομίας από τις επιχειρήσεις είναι η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η ανάγκη αυτή είναι ακόμη μεγαλύτερη για τις νέες επιχειρήσεις οι οποίες επιθυμούν να εισέλθουν και να αποκτήσουν μερίδιο σε μια αγορά. Ο Γκαγκάτσιος (2011, σελ. 42–44)² αναφέρει τη σχέση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και καινοτομίας όπως επίσης και εννιά λόγους για τους οποίους η καινοτομία είναι αναγκαία. Όμως, οι περισσότερες καινοτομίες αποτυγχάνουν στην αγορά για διάφορους λόγους (Γκαγκάτσιος, 2011, σελ. 46–48). Συνεπώς, η υιοθέτηση καινοτομίας συνδέεται με την ανάληψη ρίσκου η οποία βαραίνει τον εκάστοτε επιχειρηματία.

2.3 Τι είναι οι start-up εταιρίες

Οι εταιρίες startup είναι μία μορφή επιχειρήσεων που τα τελευταία 15 χρόνια έχουν γίνει πολύ γνωστές, με τη βοήθεια της τεχνολογίας και η συχνότητα εμφάνισής τους στην παγκόσμια αγορά αυξάνεται με γρήγορους ρυθμούς. Οι επιχειρήσεις start up είναι νεοσύστατες και χαρακτηρίζονται ως νεοφυείς επιχειρήσεις, αλλά αυτό δε

σημαίνει πως οποιαδήποτε νεοσύστατη επιχείρηση μπορεί να χαρακτηριστεί και ως start up.

Ως νεοφυής επιχείρηση χαρακτηρίζεται η επιχείρηση η οποία δημιουργείται και αναπτύσσεται βάσει ενός κλιμακούμενου επιχειρηματικού μοντέλου. Οι επιχειρήσεις startup προωθούν μία νέα υπηρεσία, μία ιδέα ή μία εφεύρεση και επιδιώκουν την ταχεία και ευρεία επίδραση στην αγορά. Οι εταιρίες startup προσφέρουν μια νέα ιδέα, μοναδική, απευθύνονται σε ένα ευρύ φάσμα επενδυτών, με εγγύηση την ταχεία ανάπτυξη και προωθούν το προϊόν ή την υπηρεσία τους, αναμένοντας μια γρήγορη απόδοση της επένδυσης (Eckhardt and Shane, 2003).

Οι επιχειρήσεις start up έχουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και το σημαντικότερο χαρακτηριστικό τους είναι ο ρυθμός ανάπτυξής τους. Αυτές οι εταιρίες ιδρύονται και προορίζονται για ταχύτατη ανάπτυξη, σε σύγκριση με τις απλές νεοσύστατες εταιρίες. Παρόλα αυτά και οι επιχειρήσεις start up είναι απαραίτητο να έχουν ως αντικείμενο δραστηριότητας την υψηλή τεχνολογία, να λαμβάνουν κεφάλαια μέσω venture capitals ή να έχουν προκαθορισμένα πλάνα εξόδου (μέσω IPO ή πώλησης).

Για να μπορέσει μία εταιρία να χαρακτηριστεί ως startup θα πρέπει να έχει μεγάλο ρυθμό ανάπτυξης. Για να συμβεί κάτι τέτοιο, πρέπει να ικανοποιούνται κάποιες συνθήκες σε σχέση με την αγορά. Η ραγδαία ανάπτυξη σχετίζεται άμεσα με το κοινό στόχο μίας αναπτυσσόμενης επιχείρησης και το μέγεθός του. Συγκεκριμένα, μία επιχείρηση που απευθύνεται σε ένα μικρό κοινό στόχο, τότε απευθύνει το προϊόν της σε μία μικρή και καλά καθορισμένη ομάδα καταναλωτών, με αποτέλεσμα να υπάρχουν περιορισμοί στην ανάπτυξή της, εξαιτίας του μεγέθους του κοινού στο οποίο απευθύνει το προϊόν της. Αντίθετα, μία εταιρία που απευθύνει το προϊόν της σε ένα τεράστιο κοινό, τότε είναι πολύ πιθανό ότι ο ρυθμός ανάπτυξής της θα είναι πολύ ταχύτερος σε σχέση με την πρώτη εταιρία.

Επιπλέον, η αναγκαιότητα του προϊόντος προς πώληση είναι πολύ σημαντική για το ρυθμό ανάπτυξης μίας επιχείρησης. Το προϊόν του οποίου η αναγκαιότητα είναι μικρή για την αγορά, όπως προϊόντα που μπορούν να χαρακτηριστούν ως πολυτελή, δε μπορούν να εξασφαλίσουν ταχεία ανάπτυξη στην εταιρία που τα παράγει. Εναντιθέτως, ένα προϊόν με μεγάλη ζήτηση μπορεί να επιτύχει αυτό το στόχο ανάπτυξης.

Τέλος, η εταιρία που παράγει το προϊόν προς πώληση θα πρέπει να μπορεί να εξυπηρετήσει ένα μεγάλο σύνολο αγοραστών ταυτόχρονα ή σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα. Στο συγκεκριμένο όρο για την εξασφάλιση ενός γρήγορου ρυθμού ανάπτυξης της εταιρίας μπορεί να συγκριθεί η φυσική παρουσία της εταιρίας σε ένα χώρο και τόπο και η παρουσία της εταιρίας στο διαδίκτυο. Είναι σαφές ότι μία εταιρία χωρικά και τοπικά περιορισμένη δε μπορεί να εξυπηρετήσει ταυτόχρονα το σύνολο του κοινού της, ενώ μία διαδικτυακή εταιρία τείνει να εξαλείψει αυτόν τον περιορισμό (Davila & Foster, 2007)

Οι startup εταιρίες υπήρξαν ένα φαινόμενο του επιχειρηματικού κόσμου κυρίως από τη δεκαετία του 1990 και αναφέρονταν σε υποσχόμενες επιχειρήσεις που ξεκινούσαν τη δραστηριότητά τους, αλλά με καθορισμένες προϋποθέσεις ανάπτυξης. Ο όρος startup αποκτά ευρεία χρήση κατά την πρώτη δεκαετία της έκρηξης των ηλεκτρονικών υπολογιστών (1993-2001), όταν μια νέα γενιά επιχειρήσεων με βάση τις νέες τεχνολογίες, ξεκίνησε τη δημιουργία επιχειρήσεων υψηλού κινδύνου, οι οποίες προσπαθούν να εισχωρήσουν στις πιθανές αγορές που δημιουργούνται μέσω της προσέγγισης του διαδικτύου. Ενώ λίγες «.com» νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις κατάφεραν να καταστούν βιώσιμες, η δυνατότητα της γρήγορης απόδοσης και η πρόκληση της χρησιμοποίησης νέων ιδεών ως μέσο για την επιτυχή κατάκτηση της αγοράς, έχει καταστήσει αξιόπιστη την ισχύ των startup επιχειρήσεων ως πρότυπο επιχειρηματικό μοντέλο.

Ο όρος startup έχει εξελιχθεί επίσης σε ένα είδος περιβάλλοντος εργασίας που ορίζεται από έντονη αίσθηση της δυναμικής, με εκτεταμένες δυνατότητες καθώς και μια διαφορετική νοοτροπία, που επιδιώκει την αντροπή σε μια καθιερωμένη αγορά (Eckhardt and Shane, 2003).

Έχει καλλιεργηθεί μια γενικότερη κουλτούρα των νεοφυών επιχειρήσεων στην οποία στρέφονται ακόμη και οι μεγαλύτεροι επιχειρηματίες διεθνώς, κατανοώντας τις αξίες που υπηρετεί η επένδυση στην καινοτομία.

Τυπικό παράδειγμα επιχείρησης startup αποτελεί η Google, η οποία ήταν μια επιχείρηση διαφορετική από όλες όσες υπήρχαν στον κόσμο, τη στιγμή της ίδρυσής της.

Σχετικά με το ρυθμό ανάπτυξης της επιχείρησης, θεωρείται ότι δεν υπάρχει ακριβής απάντηση ή συνάρτηση που να καθορίζει τα πλαίσια της ανάπτυξης της μέχρι στιγμής. Όταν πραγματοποιείται η έναρξη της επιχείρησης, αυτόματα ανακύπτει η δέσμευση εύρεσης τρόπου επίλυσης ενός δύσκολου προβλήματος με τρόπο καλύτερο από ότι οι συνηθισμένες επιχειρήσεις και οι ανταγωνιστές, καθώς και η δέσμευση υλοποίησης μιας σπάνιας και μοναδικής ιδέας. Το πραγματικό ερώτημα που ανακύπτει δεν είναι ποιος είναι ο ρυθμός ανάπτυξης που καθιστά μια επιχείρηση startup, αλλά τι ρυθμό ανάπτυξης τείνουν να έχουν αυτές οι επιχειρήσεις (Sommer et al, 2009).

Η πραγματική προσπάθεια βελτιστοποίησης μίας ιδέας μπορεί ευκολότερα να συμβεί μέσα από μία εταιρία startup, διότι μέσα από την ταχύτατη διαδικασία ανάπτυξης αυτών των εταιριών μπορούν να αναλυθούν πραγματικά σημαντικές ιδέες για την επιχείρηση και να διαμορφωθούν ή να εξελιχθούν γρήγορα, εξαιτίας της παρουσίας της αναπτυξιακής πίεσης. Η δυνατότητα τροποποίησης του αρχικού σχεδίου με στόχο την επίτευξη ενός συγκεκριμένου ποσοστού ανάπτυξης τιθέμενο σε χρονικό ορίζοντα, μπορεί να καταλήξει σε μία διαφορετική επιχείρηση από αυτή που ήταν σχεδιασμένη να δημιουργηθεί, αλλά σίγουρα με καλύτερες προοπτικές, καθώς θα διατηρεί τον προσοκώμενο ρυθμό ανάπτυξης, καθιστώντας έτσι την ευελιξία των startup επιχειρήσεων ως σημαντικό στοιχείο διαφοροποίησης από τις εδραιωμένες επιχειρήσεις.

Οι τροποποιήσεις επίσης στο ρυθμό ανάπτυξης παράγουν ποιοτικά διαφορετικά αποτελέσματα και αυτός είναι ακόμη ένας λόγος για τον οποίο διαφοροποιούνται οι startup επιχειρήσεις και κάνουν πράγματα που οι συνηθισμένες εταιρίες δεν κάνουν, καταλήγοντας συχνά σε συγκέντρωση σημαντικών χρηματικών ποσών από εξαγορές και συγχωνεύσεις, αλλά πιθανόν και σε αποτυχία. Για λόγους αύξησης του ρυθμού ανάπτυξης τους επίσης, οι ιδρυτές των startup επιχειρήσεων επιδιώκουν συνεχή χρηματοδότηση, κυρίως μέσω κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capitals), καθώς η ύπαρξη μίας καλής ιδέας, αν δε συνοδεύεται από ταχεία ανάπτυξη, δεν επαρκεί και πάντα υπάρχει ο κίνδυνος της υπερίσχυσης των ανταγωνιστών. Οι startup επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν την αύξηση της χρηματοδότησης ως μέσο που ενισχύει τη δυνατότητα επιλογής του ρυθμού ανάπτυξης τους (Davila et al, 2003).

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό αυτών των εταιριών είναι ότι συχνά γίνονται αντικείμενο εξαγοράς ή συγχώνευσης, καθώς μία ταχύτατα αναπτυσσόμενη επιχείρηση είναι πολύτιμη και κάθε επιτυχημένη startup εντάσσεται στην κατηγορία αυτή. Ένας επιπλέον λόγος που οι αγοραστές αναζητούν τις startup επιχειρήσεις είναι ότι μια ταχύτατα αναπτυσσόμενη επιχείρηση δεν είναι μόνο πολύτιμη, αλλά και επικίνδυνη. Αν η επιχείρηση συνεχίζει να επεκτείνεται, μπορεί να το κάνει και σε έδαφος του αγοραστή και ακόμη και αν ο αγοραστής δεν απειλείται από την ίδια τη startup, θα μπορούσε να ανησυχεί για τα οφέλη που μπορούν να αποκομίσουν οι ανταγωνιστές του από τις δράσεις αυτής της επιχείρησης. Γι' αυτό το λόγο, οι επιχειρήσεις startup αποτιμώνται υψηλότερα από ότι θα αξιολογούνταν από ένα συνηθισμένο επενδυτή.

Οι νέες επιχειρήσεις έχουν υψηλά ποσοστά αποτυχίας, αλλά όσες από αυτές επιβιώνουν, εμφανίζουν υψηλότερο μέσο ρυθμό ανάπτυξης σε σύγκριση με τις παλαιότερες επιχειρήσεις (Ouimet and Zarutskie, 2014).

Οι επενδυτές έλκονται συχνότερα από αυτού του είδους τις επιχειρήσεις και τις διακρίνουν από την αναλογία ρίσκου όφελους και τις δυνατότητες επεκτασιμότητας. Οι επιτυχημένες νεοφυείς επιχειρήσεις παρουσιάζουν μεγαλύτερη δυνατότητα επέκτασης σε σχέση με μια τυπική επιχείρηση, δεδομένου ότι μπορούν να αυξηθούν ραγδαία με μικρή δαπάνη του κεφαλαίου και περιορισμένες ανάγκες σε εργατικό δυναμικό και εγκαταστάσεις. Πιθανοί επενδυτές έλκονται από το χαμηλό κόστος εκκίνησης, τον υψηλό κίνδυνο, τις υψηλές αποδόσεις και τις προοπτικές μεγένθυσης (Van Gelderen et al, 2005).

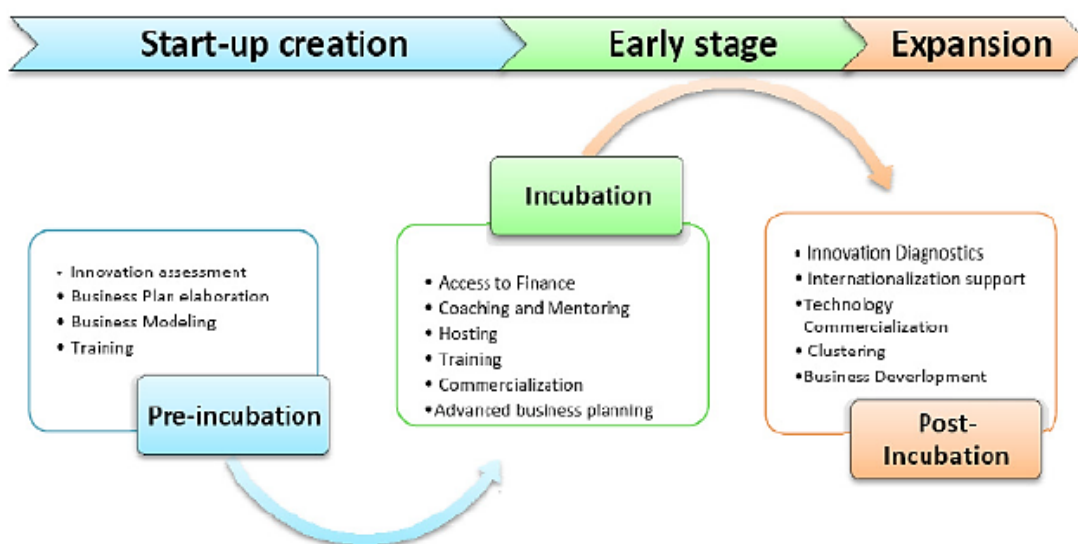
Ένας άλλος λόγος επιλογής αυτού του είδους επιχείρησης είναι η αναζήτηση τρόπων μείωσης του κόστους λειτουργίας στις επιχειρήσεις και οι startup επιχειρήσεις πλεονεκτούν έναντι των τυπικών επιχειρήσεων σε αυτόν τον τομέα. Η μείωση κόστους αποδίδει πολύ περισσότερο δε, όταν συνδυάζεται με τη διατήρηση του υψηλού κινδύνου παρεχόμενων υπηρεσιών, με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων και προϋποθέτει κατανόηση του τρόπου λειτουργίας της επιχείρησης, εντοπισμό των διαδικασιών που αυξάνουν το κόστος, οριοθέτηση στόχων, δημιουργία σχεδίων υλοποίησης και χρήση των κατάλληλων εργαλείων για την αντιμετώπιση προβλημάτων (CRM, ERP, δίκτυο συνεργατών, κατάρτιση προσωπικού).

2.4 Ο κύκλος ζωής μίας startup επιχείρησης

Για να ξεκινήσει τη λειτουργία και τις δράσεις της, μία startup επιχείρηση, θα πρέπει πρώτα να υπάρχει η κατάλληλη δραστηριότητα ή καινοτομία η οποία θα μπορέσει να της δώσει το χαρακτηριστικό της νεοφυούς επιχείρησης, με επόμενο, τη ραγδαία ανάπτυξη. Για να γίνει αυτή η επιλογή, αρχικά θα πρέπει να προσδιοριστεί το κενό που υπάρχει στην αγορά. Τα επόμενα βήματα αφορούν τον προγραμματισμό της επιχείρησης, ενέργειες για δικτύωση, στόχευση πελατών και επιλογή του κατάλληλου επιχειρηματικού μοντέλου και τέλος, εύρεση πόρων.

Εικόνα 1.

Οι φάσεις επώασης για την εκκίνηση της επιχείρησης startup



(European Union Regional Policy, 2012)

Σημαντική διαδικασία για την κατασκευή και την εκκίνηση της εταιρίας startup είναι η λειτουργία που ονομάζεται επώαση. Η επιχειρηματική επώαση είναι η διαδικασία, που ενεργοποιείται συνήθως όταν υπάρχει ανάγκη υποστήριξης των επιχειρηματιών στην ανάπτυξη της startup επιχείρησης τους. Η διαδικασία της επιχειρηματικής επώασης περιλαμβάνει διάφορα στάδια και ενεργοποιείται, είτε ολόκληρη είτε σταδιακά, με στόχο την παροχή υποστήριξης στους δυνητικά μελλοντικούς επιχειρηματίες για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής τους ιδέας και την

μεταμόρφωση της σε βιώσιμη επιχειρηματική δραστηριότητα. Υπάρχουν τρία στάδια επιχειρηματικής επώασης:

- 1. Προ-επώαση (Pre-incubation)**
- 2. Επώαση (Incubation)**
- 3. Μετά-επώαση (Post-incubation)**

Η προ-επώαση σχετίζεται με όλες τις δραστηριότητες, οι οποίες είναι απαραίτητες για την υποστήριξη υποψήφιων επιχειρηματιών στην διαδικασία ανάπτυξης της επιχειρηματικής τους ιδέας, του επιχειρηματικού μοντέλου και του επιχειρηματικού σχεδίου. Στόχος της προ-θερμοκοιτίδας είναι η ενίσχυση της πιθανότητας επιτυχημένης δημιουργίας startup επιχειρήσεων. Συνήθως η διαδικασία της προ-επώασης περιλαμβάνει αξιολόγηση της επιχειρηματικής ιδέας, εκπαίδευση και προσωπική καθοδήγηση των υποψήφιων επιχειρηματιών, ώστε να δημιουργήσουν ένα πλήρες επιχειρηματικό σχέδιο. Οι περισσότερες πανεπιστημιακές θερμοκοιτίδες είναι προ-θερμοκοιτίδες.

Η επώαση αφορά την υποστήριξη που δίνεται στην startup επιχείρηση κατά το στάδιο της ανάπτυξης από τις θερμοκοιτίδες. Συνήθως είναι μια διαδικασία που διαρκεί τα πρώτα τρία χρόνια λειτουργίας της νέας startup επιχείρησης, κατά την διάρκεια των οποίων γίνεται ορατό αν η νέα επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να επιτύχει και να εξελιχθεί σε ώριμο επιχειρηματικό οργανισμό. Οι διαδικασίες που περιλαμβάνει το στάδιο της επώασης είναι η πρόσβαση σε χρηματοδότηση, η εκπαίδευση από επιχειρηματικούς μέντορες, καθώς και η παροχή εγκαταστάσεων, υποδομών και χώρων γραφείου για την νέα startup.

Η μετά-επώαση περιλαμβάνει τις δραστηριότητες οι οποίες είναι απαραίτητες για startup επιχειρήσεις που έχουν φθάσει στο στάδιο της ωριμότητας και επομένως έχουν πλέον τη δυνατότητα να λειτουργούν αυτόνομα. Στο στάδιο αυτό η επιχείρηση εγκαταλείπει τη θερμοκοιτίδα. Παρόλ' αυτά, διάφορες υπηρεσίες μπορεί ακόμα να είναι απαραίτητες για την επιχείρηση. Οι οργανισμοί που παρέχουν αυτές τις υπηρεσίες στο στάδιο της μετά-επώασης ονομάζονται επιταχυντές (accelerators) (European Union Regional Policy, 2010)

2.5 Ανακεφαλαίωση

Μέσα στο κεφάλαιο αυτό είδαμε λοιπόν γιατί η καινοτομία είναι τόσο σημαντική για τις startup επιχειρήσεις παρά την αβεβαιότητα και το ρίσκο που τη διέπει. Η ανάγκη για δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος οδηγεί τους νέους επιχειρηματίες σε ανάλυση μεγαλύτερου ρίσκου με σκοπό την απόκτηση μεριδίου της αγοράς. Παρά λοιπόν τα υψηλά ποσοστά αποτυχίας η εμφάνιση υψηλότερου μέσου ρυθμού ανάπτυξης σε όσες τελικά επιβιώνουν κάνει την ίδρυση startup επιχειρήσεων ελκυστική στους νέους επιχειρηματίες.

Η κατανόηση του ποιά επιχείρηση θεωρείται startup και ποιά όχι μπορεί να γίνει αν δούμε ορισμένα επιτυχημένα παραδείγματα startup επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο όπως το Facebook, το Twitter και η Google, ενώ οι παραδοσιακές επιχειρήσεις όπως μία επιχείρηση παροχής εκπαιδευτικών υπηρεσιών, δε θεωρείται startup.

Τέλος είδαμε τον κύκλο ζωής μιας startup επιχείρησης και τα τρία στάδια της επιχειρηματικής επώασης.

Κεφάλαιο 3. Οικονομικό και νομικό πλαίσιο για τις start up επιχειρήσεις στην Ελλάδα

3.1 Εισαγωγή

Ίσως το σημαντικότερο σημείο της έναρξης μία επιχείρησης start up είναι η εύρεση οικονομικών πόρων. Ιδιαίτερα με την παρούσα οικονομική κατάσταση της Ελλάδας, αυτό το πρώτο σημαντικό βήμα είναι πιο επίκαιρο από ποτέ, για όλες τις επιχειρήσεις που σκοπεύουν να ιδρυθούν ή που κάνουν τα πρώτα τους βήματα στην Ελληνική αγορά.

Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται λοιπόν εκτενής αναφορά στις διάφορες πηγές χρηματοδότης και στο Νομικό πλαίσιο της χρηματοδότησης στην Ελλάδα (Επενδυτικός Νόμος 4146/2013: Καθεστώς Τεχνολογικής Ανάπτυξης)

Τέλος γίνεται εκτενής αναφορά στη νέα μορφή επιχειρηματικότητας, η οποία συνεχίζει να έχει σχετικά μεγάλο ρίσκο, αλλά ταυτόχρονα υπάρχει και μία εξισορρόπηση της απόδοσης με το μέγεθος του ρίσκου αυτού η οποία ονομάζεται lean startup.

3.2 Πηγές χρηματοδότησης για τις επιχειρήσεις start up στην Ελλάδα

Η γενική διαδικασία που ακολουθείται κατά την αναζήτηση οικονομικών πόρων πηγάζει από μία εκτενή έρευνα, η οποία θα επικυρώσει, τεκμηριώσει και αναπτύξει περαιτέρω την ιδέα και το επιχειρηματικό μοντέλο, καθώς και θα αποτιμήσει την επιχειρηματική δυναμική με στόχο την προσέλκυση επενδυτών. Οι επενδυτές μίας τέτοιας επιχείρησης είναι πιθανό να έλκονται από το συνολικά χαμηλό κόστος εκκίνησης, τον υψηλό κίνδυνο (βασικό χαρακτηριστικό των start up επιχειρήσεων), και τις μελλοντικά υψηλές αποδόσεις και προοπτικές.

Η αναζήτηση χρηματοδότησης αποτελεί κύριο μέλημα κάθε επιχείρησης και πρωταρχική ενέργεια για την υλοποίηση μιας επιχειρηματικής ιδέας, χωρίς να περιορίζεται μόνο στο γεγονός απόκτησής της με επιτυχία, αλλά και στην αξιοποίηση

των διαθέσιμων οικονομικών πηγών κατά τη διάρκεια των διαφόρων σταδίων του κύκλου ανάπτυξης της επιχείρησης. Για οποιαδήποτε επιχείρηση στο στάδιο εκκίνησης, είναι απαραίτητο να βεβαιωθεί ότι υπάρχει η δυνατότητα συνεχούς και σταθερής χρηματοδότησής της, προκειμένου να καλύψει τις αρχικές της ανάγκες. Σύμφωνα με τους Deakins, Freel (2007) και Tariq (2013), οι συνήθεις τρόποι εξασφάλισης χρηματοδότησης είναι η οικονομική ενίσχυση από το άμεσο περιβάλλον του επιχειρηματία, ο τραπεζικός δανεισμός για την κάλυψη των αναγκών, για την πραγματοποίηση επενδύσεων και την εξυπηρέτηση της παραγωγικής τους διαδικασίας και άλλοι σύγχρονοι, εναλλακτικοί τρόποι χρηματοδότησης με κεφάλαια που προέρχονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, το Δημόσιο, Ιδιώτες Επενδυτές, τρόποι που χαρακτηρίζουν έντονα τις συγχρονες επιχειρήσεις και ιδιαίτερα τις start up (Abor J, Biekpe N, 2007).

Οι οικονομικές ανάγκες μίας επιχείρησης δεν παραμένουν ίδιες από τη στιγμή της ίδρυσής της, ως και την επίτευξη όλων των στόχων της, αλλά αποτελούν ένα μεταβλητό μέγεθος. Ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης θα πρέπει πάντα να είναι σε θέση να αναγνωρίζει αρχικά, σε ποιο σημείο του κύκλου ζωής βρίσκεται η επιχείρησή του και να έχει την ικανότητα να προσαρμοστεί στις ανάγκες της, σε οικονομικό επίπεδο. Αναφορικά, ο χρονικός ορίζοντας που θα διατηρηθεί ο κάθε τύπος χρηματοδότησης προς την επιχείρηση αποτελεί ένα πεδίο προγραμματισμού που θα πρέπει να τηρείται και να εκτελείται με συγχρονισμό και συντονισμό, ώστε να μην υπάρχουν απώλειες και ζημιές μεγάλου μεγέθους. Οι τύποι της χρηματοδότησης μίας start up επιχείρησης αφορούν και τα στάδιά της και περιλαμβάνουν τη χρηματοδότηση σποράς, χρηματοδότηση εκκίνησης, τον πρώτο γύρο χρηματοδότησης, το δεύτερο γύρο χρηματοδότησης και την ενδιάμεση χρηματοδότηση. Στα αρχικά στάδια, όταν ο επιχειρηματίας αποφασίζει να μετατρέψει μια ιδέα σε μια επιχειρηματική ευκαιρία, η χρηματοδότηση σποράς είναι απαραίτητη προκειμένου να βοηθήσει τον επιχειρηματία να αναπτύξει την επιχειρηματική του ιδέα και μόλις φτάσει με επιτυχία στην αρχική φάση, η χρηματοδότηση εκκίνησης έχει ενεργοποιηθεί προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες του (Abor J, Biekpe N, 2007).

Ο κύκλος ζωής της επιχείρησης χωρίζεται σε τέσσερα διαφορετικά στάδια, το καθένα με τα δικά του χαρακτηριστικά, και είναι α) το στάδιο της γέννησης ή εκκίνησης, β) της ανάπτυξης, γ) της ωριμότητας και δ) της πτώσης ή φάση αναγέννησης. Ο κύκλος ζωής εξηγεί τη σημασία της οικονομικής πλευράς ως παράγοντα για την ανάπτυξη.

Στο στάδιο της εκκίνησης οι πιθανές δυνατότητες χρηματοδότησης είναι ως επί το πλείστον η αυτοχρηματοδότηση, το οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον και οι επιχειρηματικοί άγγελοι (business angels). Ο κίνδυνος της αποτυχίας επιβίωσης και μετάβασης στα επόμενα στάδια είναι πολύ υψηλός. Εφόσον επιτευχθεί η επιβίωση, οι επιχειρήσεις εισέρχονται στο στάδιο της ανάπτυξης με τη φύση των εργασιών να γίνεται πιο επίσημη. Τα έσοδα αρχίζουν να αυξάνονται, αλλά εξακολουθούν να μην είναι κερδοφόρες ακόμα και η κύρια πηγή σε αυτό το στάδιο είναι τα επιχειρηματικά κεφάλαια (Venture Capital), οι τράπεζες, οι στρατηγικοί επενδυτές, οι επιχειρηματικοί άγγελοι. Σε μεταγενέστερο στάδιο όπου η επόμενη γενιά προϊόντων και υπηρεσιών της επιχείρησης δοκιμάζονται, ο κίνδυνος μειώνεται καθώς τα έσοδα παρουσιάζουν σταθερή ανάπτυξη και η κύρια πηγή είναι ίδια όπως στα προηγούμενα στάδια. Στο τελικό στάδιο η επιχείρηση καθίσταται ικανή να επιλέξει τη μορφή εξόδου της (Alexy T et al, 2012).

Σχεδόν κάθε επιχείρηση χρειάζεται κάποια χρηματοδότηση για να ξεκινήσει, αλλά οι startup επιχειρήσεις χρειάζονται συχνά αύξηση χρηματοδότησης, ακόμη και όταν είναι ή θα μπορούσαν να είναι κερδοφόρες, γιατί ουσιαστικά οι επιτυχημένες startup επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν τη χρηματοδότηση ως μέσο επίτευξης της ανάπτυξης. Θα μπορούσαν να αναπτυχθούν με δικά τους έσοδα, αλλά τα επιπλέον χρήματα και η βοήθεια που παρέχεται κυρίως από επιχειρηματικά κεφάλαια, τους δίνουν τη δυνατότητα να επιλέξουν το ρυθμό ανάπτυξής τους (Smallbone D et al, 2012).

Υπάρχουν διάφορες επιλογές μορφών χρηματοδότησης που είναι διαθέσιμες για τις startup επιχειρήσεις κατά τα διάφορα στάδια της επιχείρησης. Τα συνήθη χρηματοδοτικά στάδια από τα οποία περνάει μία νέα επιχείρηση μέχρι τη δημόσια προσφορά με βάση το επίπεδο της ανάπτυξης από την πρώτη φάση του κύκλου έως την τελική φάση και σε συνάρτηση με την κλιμάκωση της παραγωγής, είναι τα ακόλουθα:

Στο πρώτο στάδιο της χρηματοδότησης, δηλαδή στη χρηματοδότηση σποράς, η επιχείρηση βρίσκεται στο επίπεδο που έχει συλληφθεί η επιχειρηματική ιδέα από τον ιδιοκτήτη, αλλά η υπηρεσία ή το προϊόν που προτίθεται να προσφέρει δεν έχει κάποια μορφή ακόμη. Η χρηματοδότηση που δίνεται στον ιδρυτή έχει ως στόχο να επιτευχθεί ο σχεδιασμός της λειτουργίας της επιχείρησης, τη διεξαγωγή έρευνας αγοράς, ενδεχόμενη κατοχύρωση πατεντών, ίδρυση της επιχείρησης και τον καθορισμό

νομικών πλαισίων. Στόχος είναι η ανάπτυξη μιας επιχειρηματικής ιδέας πριν την εισαγωγή της στην αγορά και εμπίπτει στην κατηγορία της εσωτερικής χρηματοδότησης, όπου οι ανάγκες για χρηματοδότηση πληρούνται από την ομάδα εκκίνησης που αποτελείται από τα περιουσιακά στοιχεία του επιχειρηματία, μαζί με τη χρηματοδότηση από το άμεσο οικογενειακό του περιβάλλον. Η χρηματοδότηση σποράς είναι πολύ σημαντική για την επένδυση και για την καλή έναρξη των start up επιχειρήσεων, διότι αποτελεί τη βάση πάνω στην οποία θα σχεδιαστεί το προϊόν προς πώληση. Απαραίτητα στοιχεία αυτής της πρώτης φάσης χρηματοδότησης είναι μία ιδρυτική ομάδα με εξέχουσες ικανότητες και οι εναλλακτικές λύσεις του ιδρυτή σχετικά με το σχεδιασμό και τη διάθεση του προϊόντος. Η πρώτη φάση έχει συνήθως διάρκεια από 3 έως και 6 μήνες (Atherton A, 2010).

Το επόμενο στάδιο χρηματοδότησης μίας επιχείρησης start up είναι το στάδιο εκκίνησης. Σε αυτό το στάδιο, η επιχείρηση έχει ολοκληρώσει τη διαδικασία δοκιμής του προϊόντος ή της υπηρεσίας και η αρχική τους έκδοση βρίσκεται στο στάδιο της προώθησης. Στη χρηματοδότηση εκκίνησης, η κάλυψη των κεφαλαίων που απαιτούνται έχει κύριες πηγές τους επιχειρηματικούς αγγέλους και τους επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων. Απαιτείται υπαρκτό προϊόν ή υπηρεσία, αρχικά έσοδα και η διαδικασία διαρκεί 6 έως 12 μήνες (Atherton A, 2010).

Έπειτα, ακολουθεί η χρηματοδότηση του πρώτου σταδίου ή ο πρώτος γύρος χρηματοδότησης. Αυτός ο πρώτος γύρος θεωρείται εξίσου σημαντικός για τις νέες επιχειρήσεις, όσο και η χρηματοδότηση σποράς, μιας και οι επιχειρήσεις έχουν ήδη μεταβεί στο στάδιο έναρξης των δραστηριοτήτων τους, όπου οι ανάγκες όλων των ειδών είναι έντονες. Σε αυτό το σημείο η χρηματοδότηση χρησιμοποιείται για την ανάπτυξη των πωλήσεων και της παραγωγικότητας, τη μείωση κόστους καθώς και για την κατάρτιση της υποδομής της επιχείρησης και του συστήματος διανομής. Απαιτούνται έσοδα, ολοκληρωμένο πλάνο και διαρκεί περίπου 16 έως 24 μήνες βάσει δηλώσεων ιδρυτών επιτυχημένων startup επιχειρήσεων (Rocca L. Et al, 2011).

Μετά την επιτυχή μετάβαση του πρώτου σταδίου μίας start up επιχείρησης ακολουθεί ο δεύτερος γύρος χρηματοδότησης. Σε αυτόν, πλέον, υπάρχει η απαίτηση της επέκτασης των βασικών δραστηριοτήτων της επιχείρησης start up. Η ανάπτυξη των πωλήσεων είναι υπαρκτή και η χρηματοδότηση χρησιμοποιείται για την ανάπτυξη σε όλους τους τομείς.

Τέλος, υπάρχει και ακόμη ένα στάδιο που ονομάζεται ενδιάμεση χρηματοδότηση. Αυτή η χρηματοδότηση αποτελεί μία μορφή που προορίζεται για τις δαπάνες μάρκετινγκ, έργα επέκτασης και για τη βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών της επιχείρησης και αποτελεί ένα βραχυπρόθεσμο τρόπο για την προετοιμασία της επιχείρησης για την έξοδό της στην αγορά. Η χρηματοδότηση μπορεί να προέλθει από εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων ή από εταιρείες που ειδικεύονται σε αυτή την μορφή χρηματοδότησης και συνήθως αποπληρώνονται από τα κέρδη που θα προκύψουν ύστερα από την είσοδο της επιχείρησης στο χρηματιστήριο. Η ενδιάμεση χρηματοδότηση είναι συνήθως διαθέσιμη στα τελευταία στάδια των επιχειρήσεων, μαζί με τα επιχειρηματικά κεφάλαια και άλλους επενδυτές (Atherton A, 2010).

3.3 Χρηματοδοτικοί πόροι των επιχειρήσεων start up

Όπως είναι κατανοητό μέχρι στιγμής, οι πηγές χρηματοδότησης για μία επιχείρηση start up θα πρέπει να προέρχονται από πολλούς φορείς και σε διαφορετικά στάδια του κύκλου ζωής της. Ο διαχωρισμός που προτιμάται συνήθως είναι σε εσωτερικές και εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης. Οι εσωτερικές περιλαμβάνουν τα προσωπικά κεφάλαια των επιχειρηματιών ή χρημάτων που αντλήθηκαν από την οικογένεια και φίλους (“3F” family, friends, founders). Για μια νεοσύστατη επιχείρηση η κεφαλαιακή και χρηματοδοτική της διάρθρωση στηρίζεται συνήθως σε εσωτερικές πηγές (Deakins and Freel, 2007).

Η εξωτερική χρηματοδότηση μπορεί να αντληθεί από διάφορες πηγές. Οι κύριες πηγές για τον επιχειρηματία είναι, το ίδιο το κεφάλαιο του ιδιοκτήτη, οι βραχυπρόθεσμες τραπεζικές χορηγήσεις, οι εταιρείες κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital) και ανεπίσημοι-άτυποι επενδυτές, η χρηματοδοτική μίσθωση, η πρακτόρευση απαιτήσεων (factoring), χρηματοδότηση από το πλήθος (crowdfunding) κ.α. (Berger A.N & Schaeck K, 2011).

Το κεφάλαιο του ιδιοκτήτη αποτελεί μία δεδομένη πηγή χρηματοδότησης, ιδιαίτερα στο στάδιο εκκίνησης. Συνήθως ταυτίζεται με τη χρηματοδότηση σποράς, διότι σε αυτή τη φάση δημιουργίας της ιδέας, η εξωτερική χρηματοδότηση είναι πολύ μικρή, έως και ανύπαρκτη. Το κεφάλαιο που προέρχεται από τον ιδιοκτήτη είναι απαραίτητο για να καταφέρει ο ίδιος να αποδείξει ότι η ιδέα του προϊόντος που θέλει να φέρει στην αγορά είναι βιώσιμο, άρα και η επιχείρησή του. Η εσωτερική χρηματοδότηση

μπορεί επίσης να περιλαμβάνει τα ίδια κεφάλαια, δάνεια και πιστωτικές κάρτες (Robb MA & Robinson TD, 2012).

Λόγω της ελλιπούς πληροφόρησης σχετικά με τις τρέχουσες δραστηριότητες της επιχείρησης, πολλοί από τους μηχανισμούς που διατίθενται για τις υφιστάμενες επιχειρήσεις δεν είναι διαθέσιμοι για τις νέες επιχειρήσεις ή οι υποψήφιοι επενδυτές απαιτούν ένα υψηλό ποσοστό απόδοσης επί του κεφαλαίου που επενδύεται και αυτοί είναι οι λόγοι που οδηγούν την επιχείρηση να προτιμήσει την εσωτερική χρηματοδότηση έναντι του χρέους, βραχυπρόθεσμου ή μακροπρόθεσμου (Cassar,2004).

Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι η οικονομική κατάσταση μίας χώρας μπορεί να επηρεάσει το ρυθμό δημιουργίας και ανάπτυξης των επιχειρήσεων start up. Συνεπώς, όταν υπάρχει μία γενικότερα καλή οικονομική κατάσταση ή μία περίοδος ανάπτυξης, ευνοείται και η δημιουργία περισσότερων επιχειρήσεων start up, ενώ όταν η χώρα βρίσκεται σε ύφεση, τότε η δημιουργία αυτού του τύπου των επιχειρήσεων είναι περιορισμένη. Η χαμηλή προσωπική περιουσία ενός ιδιοκτήτη περιορίζει τη δυνατότητα δανειοδότησης για έναρξη της επιχείρησης και η επιθυμία για την ανάληψη του ρίσκου είναι μειωμένη όταν υπάρχει έλλειψη ασφάλειας από διαθέσιμη προσωπική περιουσία (Laderman and Laduc, 2014).

Μία από τις πρώτες επιλογές χρηματοδότησης είναι ο τραπεζικός δανεισμός. Οι τράπεζες διαδραματίζουν το ρόλο των χρηματοπιστωτικών διαμεσολαβητών στην επίλυση των προβλημάτων για τις νέες επιχειρήσεις, προσφέροντας πρόσβαση σε χρηματοδότηση με τη χορήγηση δανείων για τη βελτίωση της ρευστότητας της επιχείρησης και την κάλυψη των αναγκών εκκίνησης, εφόσον η βιωσιμότητα και οι προοπτικές της επιχείρησης το δικαιολογούν. Κατά το στάδιο έναρξης της δραστηριότητας της επιχείρησης χορηγούνται δάνεια για τη χρηματοδότηση των αναγκών της επιχείρησης σε κεφάλαια κίνησης υπό τη μορφή δανείου εγγυημένου με δικαιόγραφα, χρηματοδότηση μέσω υπεράναληψης από λογαριασμούς καταθέσεων όψεως, χρηματοδότηση έναντι πωλήσεων κ.α. Ωστόσο, η τραπεζική χρηματοδότηση για τις startup επιχειρήσεις δεν είναι εύκολη και οι όροι παροχής εάν δοθεί, είναι συνήθως ιδιαίτερα δεσμευτικοί και οι απαιτήσεις για την αποπληρωμή αυξημένες. Η έλλειψη ρευστότητας και η αβεβαιότητα επίτευξης θετικής μελλοντικής καθαρής παρούσας αξίας αποτελούν αποτρεπτικούς παράγοντες χρηματοδότησης και

δικαιολογούν τους δυσμενείς όρους σε περίπτωση χορήγησής της (Chavis W, et al, 2011).

Μία άλλη, σύγχρονη μέθοδος χρηματοδότησης είναι η χρηματοδοτική μίσθωση ή leasing. Το leasing αποτελεί ένα μηχανισμό χρηματοδότησης που απευθύνεται κυρίως στο τμήμα εξοπλισμού μίας επιχείρησης, χωρίς να διαθέτει ίδια κεφάλαια [3].

Στη συνέχεια, απαντάται ένα άλλο είδος χρηματοδότησης, αυτό της πρακτόρευσης απαιτήσεων (factoring). Η πρακτόρευση απαιτήσεων αφορά τη σύναψη σύμβασης μεταξύ του προμηθευτή και του πράκτορα (Τράπεζα ή εταιρεία Factoring) βάσει της οποίας ο προμηθευτής εκχωρεί στον πράκτορα τις απαιτήσεις του έναντι πελατών, οφειλετών του, αναλαμβάνοντας τη διαχείριση, είσπραξη, προεξόφληση, πιστωτικό έλεγχο και κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου των απαιτήσεων του προμηθευτή. Οι επιχειρήσεις καταφεύγουν σε αυτόν τον τρόπο της χρηματοδότησης προκειμένου να χρηματοδοτηθούν άμεσα για τις τρέχουσες ανάγκες τους, να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους, να καλύψουν την αυξημένη ζήτηση προϊόντων ή υπηρεσιών, να μειώσουν το συνολικό κόστος τους και τον πιστωτικό κίνδυνο [4].

Πολλές επιχειρήσεις χρειάζονται μεγαλύτερη χρηματοδότηση από αυτή που μπορεί να τους προσφέρει το οικογενειακό τους περιβάλλον ή τα ίδια κεφάλαια. Υπάρχουν περιπτώσεις που η χρηματοδότηση προέρχεται από εξωτερικές πηγές, χωρίς να έχει προηγηθεί κάποια προηγούμενη συμφωνία. Τέτοιου είδους χρηματοδότες ονομάζονται επιχειρηματικοί άγγελοι (business angels) και είναι ιδιώτες επενδυτές, οι οποίοι αρχικά, ενδιαφέρονται για την ιδέα που αναπτύσσεται και διαθέτουν κεφάλαια και επαγγελματική εμπειρία στο χώρο που σκοπεύει να κατευθυνθεί το παραγόμενο προϊόν. Αυτοί οι επενδυτές διακρίνουν την καινοτομία στο προϊόν που αναμένεται να παραχθεί και στόχος τους είναι μία μακροπρόθεσμη επένδυση. Αυτοί οι άγγελοι πραγματοποιούν άμεσες επενδύσεις, επιδιώκουν να λειτουργήσουν ως επενδυτές προστιθέμενης αξίας, συνεισφέροντας επιχειρηματικές δεξιότητες και παρέχοντας κεφάλαια σποράς και εκκίνησης. Βασική προϋπόθεση για να κάνουν την επενδυτική κίνηση είναι η ύπαρξη αναπτυσσόμενης αγορά για το προϊόν ή την υπηρεσία, η μεγάλη ανταγωνιστικότητά του, η αξιοπιστία της επιχειρηματική μονάδας, η εμπειρία του ιδιοκτήτη και οι προοπτικές ανάπτυξης του εγχειρήματος. (Deakins and Freel, 2007).

Υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ των επιχειρηματικών αγγέλων και των startup επιχειρήσεων και συχνά οι επιχειρηματικοί άγγελοι έχουν διπλό ρόλο στην επιχείρηση με την οποία συνεργάζονται από τη μία πλευρά ως επενδυτές που επενδύουν τα κεφάλαιά τους αποσκοπώντας στην επίτευξη αποδόσεων και από την άλλη ως ενεργά συμμετέχοντα μέλη στην επιχείρηση.

Η διαφορά των επενδυτών αυτών σε σχέση με τους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς βρίσκεται στην ανάληψη του ρίσκου. Οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί, όπως μία τράπεζα, δε θα αναλάβει ένα τόσο μεγάλο ρίσκο για να επενδύσει τα χρήματά της σε μία επιχείρηση start up, ενώ ο επιχειρηματικός άγγελος θα αξιολογήσει το ρίσκο και εφόσον το βρει μεγάλο, άρα και πιθανότητες μεγάλης απόδοσης, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να το αναλάβει μόνος του. Επίσης, σε σχέση με μία τράπεζα, οι επιχειρηματικοί άγγελοι εκτελούν λιγότερες αξιολογήσεις και ελέγχους και στηρίζονται στην κρίση τους, χωρίς όμως να λείπει και κάποιος υπολογισμός της απόδοσης, χωρίς όμως να μπορεί να συγκριθεί με τους υπολογισμούς που γίνονται από τους τραπεζικούς επενδυτές. (Festel et al., 2013). Το γεγονός ότι στηρίζονται στην κρίση τους, τους κάνει και πιο ευέλικτους, επιτρέποντας μεγάλο βαθμό προσαρμογής του προϊόντος κατά τη φάση διαμόρφωσής του. Γενικότερα, στο εξωτερικό θεωρείται ότι είναι ένας επιτυχημένος θεσμός και γι' αυτό ενώνονται και σε συνδέσμους.

Τέλος, ένας εξίσου διαδεδομένος τρόπος χρηματοδότησης νεοφυών επιχειρήσεων είναι τα επιχειρηματικά κεφάλαια ή venture capitals. Τα επιχειρηματικά κεφάλαια απευθύνονται σε επιχειρήσεις με μεγάλες αναπτυξιακές δυνατότητες και αποτελεί νέα μορφή χρηματοδότησης. (Deakins and Freel, 2007), που στην Ελλάδα άρχισε να αναπτύσσεται από το 1990 και έπειτα.

Τα επιχειρηματικά κεφάλαια αποτελούν την κύρια πηγή χρηματοδότησης για επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν υψηλή τεχνολογία και σαν κεφάλαιο, διατίθεται από τους επενδυτές στο πρώιμο στάδιο της επιχείρησης, δηλαδή αυτό στο οποίο συνεπάγεται και υψηλό κίνδυνο. Ο λόγος που γίνεται μία τέτοια επένδυση είναι η επιστροφή του επενδυμένου κεφαλαίου και την αποκόμιση του ποσοστού των κεφαλαιουχικών κερδών, συχνά ύψους 15-30%. Οι εταιρείες Venture Capital απαιτούν υψηλά ποσοστά απόδοσης επειδή αναλαμβάνουν υψηλούς κινδύνους και μόνο επιχειρήσεις ταχύρυθμης ανάπτυξης μπορούν να πετύχουν τα υψηλά αυτά

ποσοστά. Σημαντικές επίσης για την χρηματοδοτούμενη επιχείρηση είναι οι σχέσεις της εταιρείας Venture Capital με άλλες επιχειρήσεις της αγοράς που μπορεί να χρησιμεύσουν στη σύναψη συνεργασιών (Tan et al, 2013).

Η επενδυτική διαδικασία διαρκεί από 3 έως 5 χρόνια χωρίς αυτό να είναι πάντα δεσμευτικό. Η διαδικασία ξεκινάει με την λήψη ενός οργανωμένου επιχειρηματικού πλάνου με σαφείς απαντήσεις σε όλα τα εμπλεκόμενα θέματα από την ομάδα που απαρτίζει την επιχείρηση, η ποιότητα του οποίου είναι πολύ σημαντικό παράγοντας. Στο επόμενο στάδιο ο επενδυτής προχωρά σε μία διαδικασία «προσθήκουςας επιμέλειας» (due diligence) και ενδελεχούς εξέτασης για κάθε εξεταζόμενη αίτηση επένδυσης, για την αξιολόγηση της επιχείρησης και της ομάδας και των ιδρυτών. Σε αυτή τη φάση υπάρχει πρόσβαση σε όλες τις απαραίτητες πληροφορίες κατόπιν διεξαγωγής από ειδικούς οικονομικών, νομικών, επιχειρηματικών και τεχνικών ελέγχων. Έπειτα ξεκινά η διαδικασία διαπραγμάτευσης και υπογραφής αρχικών συμβάσεων και στην περίπτωση που τα αποτελέσματα είναι θετικά προβαίνουν στην αποτίμηση της επιχείρησης με βάση το εύρος της επενδυτικής περιόδου που συζητείται (Cowling M et al, 2012).

Τελικώς υποβάλλεται μία επενδυτική πρόταση στην επενδυτική επιτροπή ώστε να ληφθεί μια απόφαση και αν η απόφαση είναι θετική τότε η επένδυση οριστικοποιείται (Yartey AC, 2011).

Στην τελική φάση διαπραγμάτευσης έχουν καθοριστεί η αξία της επιχείρησης, η διάθεση των κερδών η διοίκηση της επιχείρησης, οι μελλοντικές σχέσεις των ενδιαφερόμενων μερών (Deakins and Freel, 2007).

3.4 Το νομικό πλαίσιο της χρηματοδότησης στην Ελλάδα

Επενδυτικός Νόμος 4146/2013: Καθεστώς Τεχνολογικής Ανάπτυξης.

Το καθεστώς Τεχνολογικής Ανάπτυξης του Επενδυτικού Νόμου 4146/2013, ο οποίος τροποποιεί τους αναπτυξιακούς νόμους 3299/2004 και 3908/2011, αφορά επενδύσεις τεχνολογικού εκσυγχρονισμού των επιχειρήσεων με την εφαρμογή τεχνολογικών και οργανωτικών καινοτομιών, όπως συστήματα διασφάλισης και ελέγχου ποιότητας, πιστοποίησης, τεχνολογία εξοικονόμησης ενέργειας, έργα και προγράμματα έρευνας

και ανάπτυξης και αξιοποίησης εξειδικευμένου επιστημονικού και ερευνητικού δυναμικού. Το ποσό χρηματοδότησης ανέρχεται έως τις 600.000 ευρώ, αποτελώντας δυναμική πηγή χρηματοδότησης και ενίσχυσης της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στο πρώτο στάδιό της, δίνοντας ώθηση στις πρωτοβουλίες καινοτομίας.

Χρηματοδότηση στο πλαίσιο Επιδοτούμενων Προγραμμάτων

Από τα μέσα της δεκαετίας του '90, υλοποιούνται στη χώρα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα από Ελληνικούς και Ευρωπαϊκούς πόρους-Κοινοτικά Ταμεία. Στο πλαίσιο αυτό υλοποιήθηκαν στη χώρα μας προγράμματα ενίσχυσης επιχειρήσεων, μέσω του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς ΕΣΠΑ 2007-2013. Ενδεικτικά προγράμματα τα οποία αφορούσαν την ενίσχυση νέων και καινοτόμων επιχειρήσεων είναι τα εξής: Νέα Καινοτομική Επιχειρηματικότητα, Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Γυναικών, Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Νέων, ICT4Growth, Πρόγραμμα Νέας Καινοτομικής Επιχειρηματικότητας του ΟΑΕΔ κλπ. Η επιδότηση των παραπάνω προγραμμάτων χορηγείται ως ποσοστό επί του συνολικού προϋπολογισμού του έργου. Το ποσοστό αυτό κυμαίνεται από 40% έως 60%, με εξαίρεση τα προγράμματα του ΟΑΕΔ, όπου η επιδότηση είναι 100%. Από το τέλος του 2014 και μέχρι το 2020, θα υλοποιούνται προγράμματα μέσω του νέου ΕΣΠΑ (με την ονομασία ΣΕΣ 2014-2020), όπου αναμένεται να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα (και επιδότηση) στις startup επιχειρήσεις (Sofouli & Vonortas, 2007).

Τέλος, υπάρχουν κι άλλοι φορείς που μπορούν να παρέχουν τρόπους χρηματοδότησης επιχειρήσεων start up και αυτοί είναι οι διαγωνισμοί που γίνονται από τράπεζες όπως η Εθνική Τράπεζα και η Eurobank. Επίσης υπάρχουν και τα Ταμεία Επιχειρηματικών Συμμετοχών για την ενίσχυση καινοτόμων, δυναμικών επιχειρήσεων, κυρίως υψηλής τεχνολογίας (Sofouli & Vonortas, 2007).

3.5 Lean start-up

Οι επιχειρήσεις start up χαρακτηρίζονται από μεγάλο ρίσκο και είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι υπάρχει μεγάλο ποσοστό αποτυχίας μέσα στα τρία πρώτα χρόνια. Οι ερευνητές προσπάθησαν να δημιουργήσουν μία μορφή νεοφυούς επιχειρηματικότητας, η οποία θα συνεχίσει να έχει σχετικά μεγάλο ρίσκο, αλλά ταυτόχρονα να υπάρχει και μία εξισορρόπηση της απόδοσης με το μέγεθος του ρίσκου αυτού. Η νέα μέθοδος που προτάθηκε για την ασφαλέστερη ανάπτυξη start up

επιχειρήσεων και προϊόντων ονομάζεται lean startup και προτάθηκε από τον Ries το 2011, συνεπώς αναφερόμαστε σε έναν πολύ νέο όρο. Σύμφωνα με την έρευνά του, πρότεινει ότι οι startups μπορούν να συντομεύσουν τον κύκλο ανάπτυξης των προϊόντων ή υπηρεσιών τους, με την υιοθέτηση ενός συνδυασμού του επιχειρηματικού πειραματισμού, της εφαρμογής, της επαναληπτικής κυκλοφορίας προϊόντων και της μάθησης (LiPuma AL & Park S, 2013).

Οι startup επιχειρήσεις ξεκινούν με την αναζήτηση ενός επιχειρηματικού μοντέλου. Δοκιμάζουν, αναθεωρούν, θέτουν και απορρίπτουν υποθέσεις, συγκεντρώνουν συνεχώς πληροφόρηση από τους πελάτες και μέσω της διαδικασίας ταχέων επαναλήψεων ανασχεδιάζουν το προϊόν τους. Η στρατηγική αυτή μειώνει κυρίως τις πιθανότητες σπατάλης χρόνου και χρημάτων από την προώθηση προϊόντων που δεν θα είχαν τελικά απήχηση (Blank, 2013).

Οι τρεις βασικές αρχές του Lean Startup είναι οι ακόλουθες:

1. Δημιουργία στενής επαφής με δυνητικούς πελάτες για να δοκιμάσουν την ισχύ των υποθέσεων των επιχειρήσεων, λαμβάνοντας ανατροφοδότηση από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (πελάτες, αγοραστές, συνεργάτες) σχετικά με όλα τα συμπεριλαμβανόμενα στο σχέδιό τους στοιχεία (χαρακτηριστικά του προϊόντος, τιμολόγηση, κανάλια διανομής).
2. Δημιουργία υποθέσεων οι οποίες ενσωματώνονται σε ένα πλαίσιο που αποκαλείται καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (business model canvas) και είναι το διάγραμμα του πώς η επιχείρηση θα δημιουργήσει αξία για αυτήν και τους πελάτες, αντί χρονοβόρου σχεδιασμού και έρευνας. Αποτελεί μία στρατηγική διαχείρισης για την ανάπτυξη νέων ή την επιβεβαίωση υπαρχόντων επιχειρηματικών μοντέλων περιλαμβάνοντας στοιχεία που περιγράφουν την πρόταση της επιχείρησης, τις υποδομές, τους πελάτες, καθώς και τα οικονομικά στοιχεία. Βοηθά στην κατανόηση, επικοινωνία, δημιουργικότητα και ανάλυση της επιχείρησης και στην ευθυγράμμιση των δραστηριοτήτων της.
3. Περιορισμός του χρόνου και πόρων δημιουργώντας προϊόντα σταδιακά, βασισμένα στην ήδη υπάρχουσα γνώση για τις ανάγκες του καταναλωτή και ακολουθώντας τη διαδικασία δημιουργίας του ελάχιστου βιώσιμου προϊόντος (MVP) βάσει δοκιμών. Η έκδοση ενός νέου προϊόντος, το οποίο επιτρέπει σε

μια ομάδα να συλλέξει τη μέγιστη απαιτούμενη πληροφόρηση για τους πελάτες με την ελάχιστη προσπάθεια, έχει στόχο να δοκιμάσει τις θεμελιώδεις επιχειρηματικές υποθέσεις και να βοηθήσει τους επιχειρηματίες να ξεκινήσουν τη διαδικασία της μάθησης όσο το δυνατόν γρηγορότερα. Κατά την εφαρμογή αυτής της πρακτικής (μοντέλου MVP), της δοκιμής δηλαδή ενός ευρέως φάσματος προτύπων και της ανάλυσης των αντιδράσεων των χρηστών, πριν την τελική επιλογή των καλύτερων προϊόντων, πρέπει κάθε στοιχείο σχεδιασμού να επιλέγεται επειδή υπερίσχυσε έναντι άλλων λιγότερο ικανοποιητικών εναλλακτικών, κατά τα πρώτα στάδια των δοκιμών. Εκμεταλλεζόμενη η επιχείρηση το πλεονέκτημα δοκιμής και σε περίπτωση αποτυχίας, εγκατάλειψης του προϊόντος στα αρχικά στάδια, εξοικονομεί πολύτιμους πόρους σε έρευνα και ανάπτυξη, μάρκετινγκ καθώς και στο κόστος παραγωγής (Du J & Girma S, 2012).

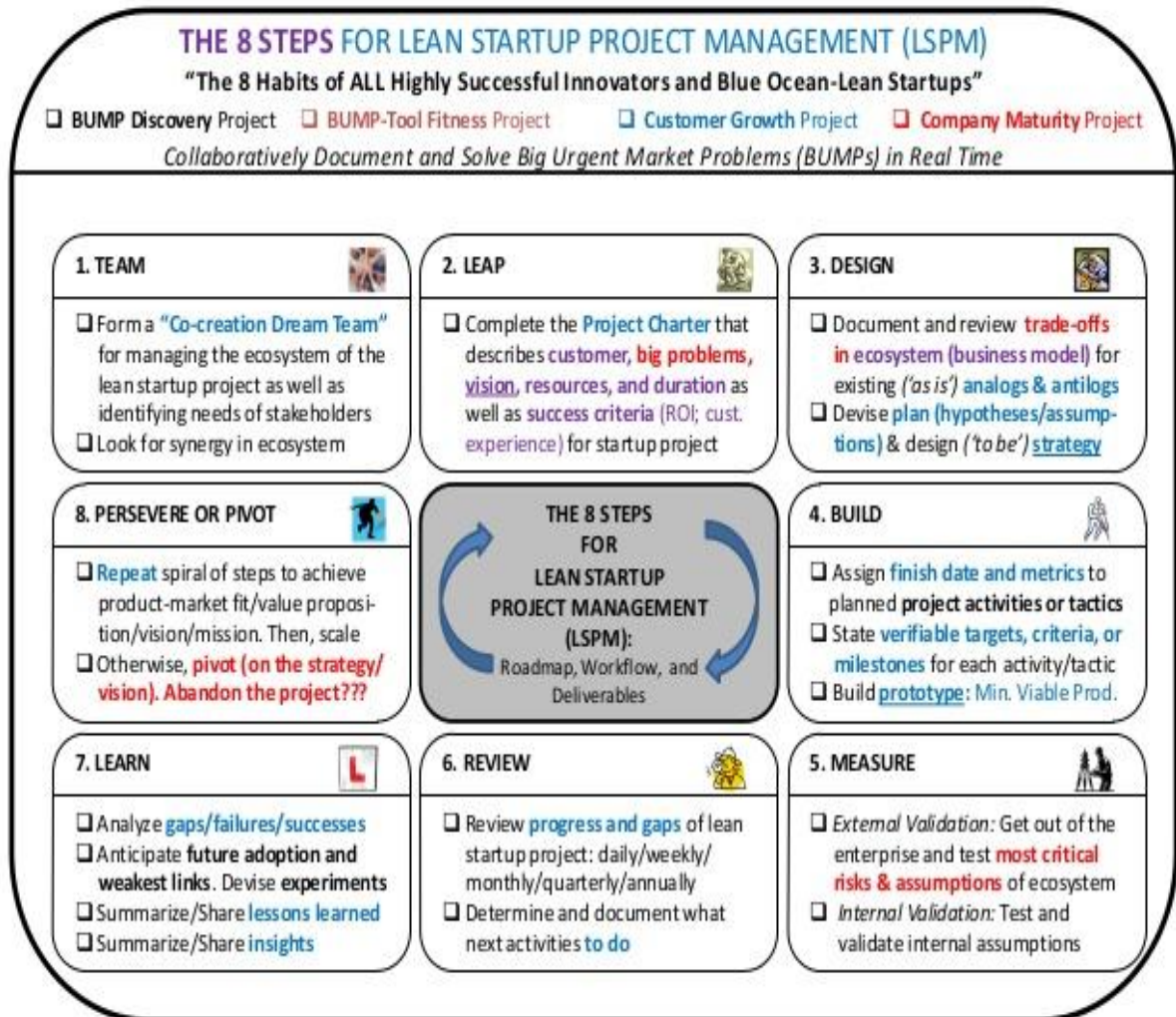
Βασικό μέρος της μεθοδολογίας Lean Startup αποτελεί η διαδικασία μετατροπής των ιδεών σε προϊόντα, μετρώντας τους πελάτες βάσει της αντίδρασης και της συμπεριφοράς τους έναντι των προϊόντων και στη συνέχεια στη λήψη απόφασης για το εάν θα επιμείνει ή εάν θα αναστραφεί η ιδέα μέσω της εφαρμογής μιας διαδικασίας διόρθωσης, σχεδιασμένης για να δοκιμάσει μία νέα θεμελιώδη υπόθεση σχετικά με το προϊόν, τη στρατηγική και την ανάπτυξη (Leach CJ & Melicher W.R, 2012).

Η μεθοδολογία του Lean Startup εστιάζει στην ταχύτητα ως ένα από τα πιο κρίσιμα συστατικά για την ανάπτυξη του προϊόντος. Η αποτελεσματικότητα μιας ομάδας καθορίζεται από την ικανότητά της να συλλαμβάνει ιδέες, να κατασκευάζει γρήγορα ένα αρχικό δείγμα της ιδέας, να μετρά την αποτελεσματικότητά του στην αγορά και να μαθαίνει από αυτό το πείραμα. Αυτή η ταχεία επανάληψη επιτρέπει στην ομάδα να καθορίσει την πιο εφικτή διαδρομή για την κατάκτηση της αγοράς (Blank, 2013).

Οι ιδρυτές που υιοθετούν αυτή τη μέθοδο εστιάζουν στην εκτέλεση του έργου τους μόνο κατόπιν πολλών πειραματισμών και δοκιμών και μόνο όταν η πληροφόρησή τους από τους πελάτες τους οδηγεί προς αυτή την κατεύθυνση. Αυτή η νέα μέθοδος αναγνωρίζει ότι η αναζήτηση για ένα επιχειρηματικό μοντέλο που είναι το πρώτο θέμα που αντιμετωπίζει μια startup επιχείρηση, είναι εντελώς διαφορετική από την εκτέλεση του μοντέλου (πρακτική που οι εδραιωμένες επιχειρήσεις εφαρμόζουν) (Florin J. Et al, 2013).

Εικόνα 3.1

Τα 8 απαραίτητα βήματα ενός lean startup.



3.6 Ανακεφαλαίωση

Όπως έγινε κατανοητό λοιπόν, οι πηγές χρηματοδότησης για μία επιχείρηση start up θα πρέπει να προέρχονται από πολλούς φορείς και σε διαφορετικά στάδια του κύκλου ζωής της, ενώ σύμφωνα με το νομικό πλαίσιο χρηματοδότησης στην Ελλάδα σημαντικός είναι ο Επενδυτικός Νόμος 4146/2013 σύμφωνα με τον οποίο η χρηματοδότηση για επενδύσεις τεχνολογικού εκσυγχρονισμού κ.α. ανέρχεται έως τις

600.000 ευρώ, η χρηματοδότηση στο πλαίσιο Επιδοτούμενων Προγραμμάτων, άλλοι φορείς όπως διαγωνισμοί που γίνονται από τράπεζες όπως η Εθνική Τράπεζα και η Eurobank και τέλος τα Ταμεία Επιχειρηματικών Συμμετοχών για την ενίσχυση καινοτόμων, δυναμικών επιχειρήσεων, κυρίως υψηλής τεχνολογίας. Τέλος είδαμε τη μεθοδολογία Lean Startup η οποία προτάθηκε, με σκοπό τη μείωση ρίσκου και ασφαλέστερης ανάπτυξης start up επιχειρήσεων και θα διαδραματίσει σημαντικό ρόλο για την επιτυχία τους στο μέλλον

Κεφάλαιο 4. Επιτυχημένα και αποτυχημένα startups στην Ελλάδα

4.1 Εισαγωγή

Οι εταιρίες startup στην Ελλάδα αποτελούν μία ιδιαίτερη κατηγορία επιχειρήσεων, εξαιτίας της οικονομικής κατάστασης της χώρας, αλλά και του χαρακτήρα της, ως σύνολο αγοραστικού κοινού. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, για να είναι εφικτή η χρηματοδότηση startup, πολλές φορές, ο ιδιοκτήτης θα πρέπει να καταθέσει ίδια κεφάλαια στο αρχικό στάδιο της δημιουργίας της επιχείρησης, γεγονός που εξαρτάται από το μέγεθος της περιουσίας του. Αν και στην Ελλάδα υπάρχει ένα καθεστώς όπου η ιδιοκτησία μικρών μεριδίων γης ή ακινήτων είναι διαδεδομένη, οι μεγάλες περιουσίες βρίσκονται συγκεντρωμένες σε λίγα άτομα. Το παραπάνω, μαζί με την οικονομική ύφεση που διανύει η χώρα, κάνουν την εμφάνιση των startups δυσκολότερη. Επιπλέον, στην Ελλάδα δεν υπάρχουν αρκετοί επενδυτές, αλλά και αυτοί που υπάρχουν δεν είναι μεγαλοεπενδυτές που θα επιλέξουν να πάρουν το μεγάλο ρίσκο μίας τέτοιας επιχείρησης και είναι, κατά πολύ, πιθανότερο να προτιμήσουν τη χρηματοδότηση ενός περισσότερο σύγχρονου εγχειρήματος.

4.2 Αποτυχημένα startups στην Ελλάδα

Παρόλα αυτά, οι ελληνικές startup επιχειρήσεις είναι όντως εφικτό να δημιουργηθούν, αλλά και να έχουν μεγάλη απήχηση στο αγοραστικό κοινό. Η διαφορά τους είναι ότι αφού ζούμε σε ένα περιβάλλον παγκοσμιοποίησης, οι επενδυτές, αρχικά, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να μην είναι Έλληνες και συνεπώς, το προϊόν που θα παραχθεί να μην απευθύνεται σε Έλληνες ή να μην είναι συμβατό με την Ελληνική αγορά και τη νοοτροπία των αγοραστών (Hillier DJ et al, 2011).

Η φύση των startups που είναι ευκολότερο να βρουν μεγάλη απήχηση στο Ελληνικό κοινό είναι αυτές που αφορούν τις βασικές του ανάγκες και του προσφέρουν ευκολία. Γι' αυτό το λόγο, υπάρχουν δύο σημαντικές startups που δραστηριοποιούνται στον τομέα του φαγητού και διακρίνονται η μεν για την επιτυχία της και η δε για την

αποτυχία της. Οι δύο επιχειρήσεις για τις οποίες γίνεται λόγος είναι η e-food.gr και η cookisto.com. Η e-food.gr είναι μία πολύ απλή πλατφόρμα online παραγγελίας φαγητού. Το καινοτόμο αυτής της εταιρίας είναι η συγκέντρωση όλων των κατηγοριών καταστημάτων εστίασης, που διαθέτουν σύστημα delivery σε έναν ιστότοπο, όπου ο πελάτης μπορεί να μπει και να επιλέξει το φαγητό που του αρέσει περισσότερο, από μία ποικιλία επιχειρήσεων που εδράζονται στην πόλη του, χωρίς επιπλέον χρέωση.

Σε αντιστοιχία, η επιχείρηση cookisto.gr αποτελεί μία επιχείρηση που απευθύνεται σε πελάτες που αναζητούν σπιτικό φαγητό. Σε αυτήν την εταιρία, οι μάγειρες δηλώνουν τις υπηρεσίες τους από το σπίτι τους και ανεβάζουν τα φαγητά που προσφέρουν, στην εφαρμογή της εταιρίας, χρεώνοντας ανά μερίδα. Δυστυχώς, όσο κι αν ακούγεται ως ένα ελπιδοφόρο εγχείρημα, ιδιαίτερα προς την κατεύθυνση της υγιεινής διατροφής, η επιχείρηση αναγκάστηκε να μεταφέρει την έδρα της και να σταματήσει τις δραστηριότητές της στην Αθήνα. Οι λόγοι που συνέβη αυτό είναι πολλοί και σίγουρα συνέβαλλαν σε αυτούς και οι καταγγελίες της ένωσης χώρων εστίασης και διασκέδασης της χώρας.

Για να εξετάσουμε μερικούς από τους λόγους αποτυχίας, μπορούμε να αναφέρουμε ότι απαιτούνταν προφορική συννεόηση με το μάγειρα, γεγονός που αποδείκνυε τη συννεόηση δύσκολη εν ώρα εργασίας του πελάτη, έκανε την παραλαβή της παραγγελίας υποχρεωτική, ενώ δυστυχώς, δεν ισχύει νομικά αυτό το καθεστώς στην Ελλάδα και πολλοί από τους μάγειρες που εργάζονταν για την εταιρία, δεν ήταν πιστοποιημένοι.

4.3 Επιτυχημένα startups στην Ελλάδα

Στη λίστα των επιτυχημένων startup μπορεί να προστεθεί και η εφαρμογή taxibeat. Η εφαρμογή αυτή επιτρέπει στους χρήστες της να καταγράφεται η τοποθεσία στην οποία βρίσκονται και στη συνέχεια να τους εμφανίζεται μία λίστα με τους διαθέσιμους οδηγούς ταξί που βρίσκονται κοντά του, χωρίς να είναι απαραίτητα σταθμευμένοι σε μία πιάτσα ταξί. Ο χρήστης μπορεί να δει τη βαθμολογία που συγκεντρώνει ο κάθε οδηγός και το όχημά του και να επιλέξει με ποιον οδηγό θα μετακινηθεί, επιτρέποντας μέσα από σχόλια, να έχουν μία πρώτη γνώμη και οι υπόλοιποι υποψήφιοι πελάτες.

Το taxibeat είναι μία πολύ καινοτόμος κίνηση στην Ελλάδα και αναμένεται να συμβάλλει στη βελτίωση της ποιότητας και της τιμής στις αστικές μεταφορές, που αντιμετώπιζαν αρκετά προβλήματα με τη συμπεριφορά των επαγγελματιών οδηγών. Η επιτυχία της καινοτομίας αυτής φαίνεται στην επέκταση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης, με το taxi boxi. Η νέα αυτή επέκταση χρησιμοποιεί τις ίδιες υπηρεσίες, για να μεταφέρονται αντικείμενα και μικρά φορτία μέσα στην πόλη.

Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις startup μετρούν ελάχιστα χρόνια ζωής, δηλαδή λιγότερο από τρία και επικεντρώνονται κυρίως στην παροχή υπηρεσιών, σε παγκόσμιο επίπεδο. Μέχρι στιγμής φαίνεται ότι έχουν ένα σημαντικό ποσοστό επιτυχίας, αν και η πορεία τους δεν έχει διαγραφεί πλήρως στον επιχειρηματικό χάρτη. Αναφορικά, αξίζει να αναφέρουμε μερικές από τις νέες startups και τις υπηρεσίες που προσφέρουν.

Η επιχείρηση που συγκεντρώνει τα βλέματα είναι η workable, η οποία έχει κατασκευάσει ένα λογισμικό που βοηθά τις επιχειρήσεις να βρουν υπαλλήλους και να τους αξιολογήσουν μέσα από μία συνέντευξη, μειώνοντας δραστικά το χρόνο της διαδικασίας αυτής. Το λογισμικό αυτό αναρτά την προσφερόμενη θέση σε όλους τους διαθέσιμους ιστοτόπους αναζήτησης εργασίας παγκοσμίως, δίνοντας στους εργοδότες την ευκαιρία να επιλέξουν το κατάλληλο προσωπικό γι' αυτούς.

Σε συγχρονισμό με την τεχνολογία και τη μόδα των κοινωνικών δικτύων βρίσκεται και η startup pinnaatta, η οποία έχει λάβει μεγάλο μερίδιο χρηματοδότησης από επενδυτές και αφορά της δημιουργία του προσωπικού messenger του κάθε χρήστη, κάνοντας την επιγραμμική συνομιλία μία εξατομικευμένη υπόθεση. Την εφαρμογή αυτή έχει προτείνει και η εταιρία facebook για το δικό της messenger.

Τέλος, στον τομέα της προηγμένης τεχνολογίας, η επιχείρηση Metamaterial Technologies αποτελεί μία εταιρία που πρόσφατα έλαβε τον πρώτο γύρο χρηματοδότησής της από venture capitals του εξωτερικού. Αυτή η εταιρία έχει την έδρα της στον Καναδά και δραστηριοποιείται στα υλικά υψηλής τεχνολογίας.

4.4 Ανακεφαλαίωση

Βλέπουμε λοιπόν πως τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες startup επιχειρήσεων στην Ελλάδα με αρκετές από αυτές να έχουν μεγάλα ποσοστά επιτυχίας και να είναι αρκετά καινοτόμες. Ωστόσο η μικρή διάρκεια ζωής των περισσότερων από αυτές αλλά και τα προβλήματα εύρεσης χρηματοδότησης δε μας αφήνει να βγάλουμε ασφαλή συμπεράσματα για την γενικότερη συνεισφορά τους στην οικονομία της χώρας, η οποία όμως φαίνεται να είναι αρκετά ελπιδοφόρα. Από την άλλη το πρόβλημα εύρεσης χρηματοδότησης μειώνει τη δυναμική τους και δυσχεραίνει τις προσπάθειες των νέων επιχειρηματιών.

Κεφάλαιο 5. Η πορεία των start ups στις πρωτοπόρες χώρες

5.1 Εισαγωγή

Ο λόγος για τον οποίο μπορεί να διαφοροποιηθεί η πορεία μίας start up επιχείρησης από χώρα σε χώρα σχετίζεται άμεσα με την προέλευση της χρηματοδότησης και την ευκολία με την οποία μπορεί να την αποκτήσει. Έχουμε αναφερθεί μέχρι στιγμής σε όλες τις πηγές χρηματοδότησης που μπορεί να βρει μία εταιρία. Κάποιες από αυτές τις πηγές χρηματοδότησης μπορεί να περιλαμβάνουν τη χρηματοδότηση από τράπεζες, με όλους του περιορισμούς που αυτές επιβάλλουν ή μπορεί να προέρχονται από venture capitals ή χρηματοδοτικούς αγγέλους, δύο χρηματοδοτήσεις με μικρότερους περιορισμούς.

Σε οποιαδήποτε περίπτωση όμως, πρέπει να εξετάζεται και η χρηματοδοτική ικανότητα μίας χώρας, πόσο μεγάλη σε μέγεθος μπορεί να είναι, αλλά και πόσο διαρκής. Σε προηγούμενο κεφάλαιο, που εξετάστηκαν οι Ελληνικές startups έγινε κατανοητό ότι εκτός από την εγχώρια χρηματοδότηση, υπάρχει και ένα πολύ μεγάλο ποσοστό χρηματοδότησης από ξένες πηγές, βάζοντας ένα ερωτηματικό για την ικανότητα της χώρας να παρέχει χρηματοδότηση σε τέτοιες εταιρίες, οι οποίες έχουν μεν μεγάλο κίνδυνο αποτυχίας, αλλά όταν είναι επιτυχημένες, αποτελούν μία πολύ προσδοφόρο επένδυση.

Σε αυτό το κεφάλαιο θα εξεταστούν οι δύο πρωτοπόροι των startups στον Ευρωπαϊκό χώρο τουλάχιστον, η Γερμανία και η Μεγάλη Βρετανία, με σκοπό τη σύγκρισή τους με την Ελλάδα.

5.2 Γερμανία

Η κυρίαρχη δομή της Γερμανικής οικονομίας είναι οι τράπεζες. Όλες οι επιχειρήσεις είναι εξαρτημένες από τις τράπεζες καθώς αυτές είναι τα κυρίαρχα όργανα του οικονομικού τομέα της χώρας. Επιπλέον, στον τομέα της χρηματοδότησης, Γερμανικές τράπεζες αποτελούν τον ενδιάμεσο στα οικονομικά των Γερμανικών εταιριών, δημιουργώντας μαζί τους μακρόχρονες σχέσεις. Η δομή του Γερμανικού τραπεζικού συστήματος διαφέρει από τις υπόλοιπες χώρες, διότι φροντίζει να προλαμβάνει περιορισμούς ρευστότητας. Σε αυτή τη δομή υπάρχουν δύο διαφορετικά συνταγματικά χαρακτηριστικά. Αρχικά, οι Γερμανικές εταιρίες εξαρτώνται αποκλειστικά από τις τράπεζες για την κάλυψη των χρηματοδοτικών τους αναγκών και αποφεύγεται πάση θυσία, κάθε είδους διαφορετική χρηματοδότηση (πχ χρηματοδοτικοί άγγελοι). Δεύτερον, οι τράπεζες δεν έχουν μόνο το ρόλο του παρόχου χρηματοδότησης. Ο επιπλέον ρόλος τους, που έχει μεγάλη σημασία για τη γενικότερη δομή του οικονομικού χάρτη των Γερμανικών εταιριών είναι ότι έχουν αντιπροσώπους δικούς τους μέσα στην εταιρία που χρηματοδοτούν, ιδιαίτερα στο διοικητικό συμβούλιο. Αυτή η κίνηση αυτόματα στερεί αρκετή ελευθερία κινήσεων για μία επιχείρηση startup, αλλά ισχύει κυρίως για τις μεγάλες εταιρίες. Οι μικρές εταιρίες αντίστοιχα, έχουν μικρότερους περιορισμούς στη ρευστότητά τους και ο λόγος είναι η προμήθεια έντοκων κεφαλαίων στις μικρές επιχειρήσεις, από την κυβέρνηση (Audretsch & Elston, 2002). Το ίδιο υποστηρίζει και ο Harm, 1992, ο οποίος σκιαγραφεί το Γερμανικό τραπεζικό σύστημα ως σύστημα δύο κατηγοριών. Στην πρώτη κατηγορία εντάσσονται οι μικρές επιχειρήσεις που χρηματοδοτούνται και από τις μικρές τράπεζες, ενώ στη δεύτερη κατηγορία είναι οι μεγάλες τράπεζες, που λειτουργούν ως χρηματοδότες και οι μεγάλες επιχειρήσεις, που υποστηρίζονται από αυτές. Η κυβέρνηση έχει ένα σύστημα υποστήριξης για τις μικρές επιχειρήσεις και ιδιαίτερα για τις εταιρίες startup. Οι πρακτικές της κυβέρνησης έχουν ένα σημαντικό και ενεργό ρόλο στην ενθάρρυνση των επαγγελματιών να κινηθούν προς την καινοτομία.

Παρόλα αυτά, οι Berger & Schaeck, 2011 παρουσιάζουν μία διαφορετική οπτική για τη χρηματοδότηση των startups στη Γερμανία. Το 2001, έγινε μία έρευνα για τη χρηματοδότηση μικρών και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων στη Δυτική Ευρώπη από το Πανεπιστήμιο του Cambridge (Martin, Turner, and Sunley 2001), στην οποία

συμμετείχαν τρεις χώρες, η Γερμανία, η Ιταλία και η Μεγάλη Βρετανία. Το δείγμα της έρευνας αποτελούνταν από 524 εταιρίες, εκ των οποίων το 47% προτιμούσε χρηματοδότηση venture capitals σε σχέση με τραπεζικά δάνεια, καθώς θεωρούσαν ότι δεν είναι απαραίτητα, είναι ανεπαρκή ή και μη διαθέσιμα ως πηγή χρηματοδότησης. Επιπλέον, οι χρηματοδοτικοί άγγελοι κατηγοριοποιήθηκαν ως η δεύτερη πιο σημαντική πηγή χρηματοδότησης μετά τα venture capitals. Οι Beck, Kunt & Maksimovis, 2008, προσπάθησαν να εξηγήσουν τα διαφορετικά προβλήματα χρηματοδότησης και τα πρότυπα χρηματοδότησης στη Γερμανία. Οι συγγραφείς θεωρούν ότι στις περισσότερες από τις ανεπτυγμένες χώρες, όπως οι Η.Π.Α., η Μεγάλη Βρετανία και η Γερμανία, οι εταιρίες χρησιμοποιούν εσωτερικές πηγές για να καλύψουν τις χρηματοδοτικές τους ανάγκες. Σύμφωνα με την έρευνά τους το 54,29% των αναγκών των εταιριών για χρηματοδότηση καλύπτονται από εξωτερικές πηγές, με τις τράπεζες και τα κεφάλαια να παίρνουν τιμές των 16,84% και 23,13% αντίστοιχα. Αυτά τα ευρήματα δείχνουν ότι παρόλο που η Γερμανία προσπαθεί να στηρίζει την οικονομία της στο τραπεζικό της σύστημα και να παρέχει όλη τη χρηματοδότηση των startups από τις ίδιες της τις τράπεζες, οι ιδιοκτήτες των εταιριών δε δείχνουν ιδιαίτερη προτίμηση στις τράπεζες αυτές.

5.3 Μεγάλη Βρετανία

Στις δεκαετίες του 1980 και 1990, οι τράπεζες της Μεγάλης Βρετανίας ήταν και οι κυρίαρχες πηγές χρηματοδότησης για τις εταιρίες μικρού μεγέθους, σύμφωνα με τη δημοσίευση της one Bank of England Quarterly bulletin (Lund and Wright, 1999). Το 60,6% της χρηματοδότησης για τις επιχειρήσεις startup γίνονταν διαθέσιμο σε όσους ήθελαν να δημιουργήσουν μία καινοτομία από τις τράπεζες. Η τραπεζική βιομηχανία κυριαρχούσε στον τομέα των οικονομικών, ενώ οι πολίτες λάμβαναν πολύ λίγες πληροφορίες σχετικά με τα χρηματοδοτικά εργαλεία στα οποία θα μπορούσαν να έχουν πρόσβαση, όπως τα venture capitals, οι χρηματοδοτικοί άγγελοι, το leasing και η εμπορική πίστωση. Τα venture capitals ανέρχονταν στο 2,9%, το leasing στο 16%, οι πελάτες/προμηθευτές στο 5,7% και άλλες πηγές στο 7,2% της οικονομικής αγοράς. Παρόλα αυτά, σε μία έρευνα που έγινε το 1997 έδειξε ότι παρόλο που οι τράπεζες ακόμη είχαν το μεγαλύτερο μέρος της χρηματοδότησης των startups, τα ποσοστά τους είχαν μειωθεί δραστικά, ενώ άλλα ποσοστά, όπως του leasing είχαν ανέλθει στο 27,1% με πολύ μικρή άνοδο των άλλων επιλογών.

Παρόμοια τάση φάνηκε να υπάρχει και σε μία ακόμη έρευνα από τους ίδιους συγγραφείς, όπου από όλες τις εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης, οι τράπεζες υπερισχύουν με 13,14% ενάντια στα ίδια κεφάλαια με 11,56%. Παρόλα αυτά, υπάρχει μία τεράστια αύξηση των χρηματοδοτικών επιλογών από τους επιχειρηματικούς αγγέλους επίσης. Σύμφωνα με μία ακόμη μελέτη, στη Μεγάλη Βρετανία υπολογίζεται πως υπάρχουν 20,000 με 40,000 επιχειρηματικοί άγγελοι που συμβάλλουν κατά 0.5 εκατομμύρια λίρες και 1 δισεκατομμύριο λίρες σε 3000 με 6000 μικρές επιχειρήσεις κάθε χρόνο. Εφόσον ο κύριος παράγοντας πίσω από τέτοιες επενδύσεις είναι η επιστροφή της επένδυσης στο πολλαπλάσιο, δεν είναι παράξενος ο τόσο μεγάλος αριθμός. Παρόλα αυτά, ένα μεγάλο γεγονός που διαφοροποιεί τη Μεγάλη Βρετανία από τις υπόλοιπες ανεπτυγμένες Ευρωπαϊκές χώρες είναι ο χαρακτήρας των επιχειρηματικών αγγέλων. Αυτή η κατηγορία χρηματοδοτών είναι πολύ παθητική, γεγονός που σημαίνει ότι οι ίδιοι οι χρηματοδότες αποφεύγουν να συμμετέχουν στις ετήσιες εξθέσεις των εταιριών που χρηματοδοτούν και είναι διστακτικοί να συμμετέχουν στο συμβούλιο των εταιριών, όπου θα εμπλέκονται ενεργά στις αποφάσεις. Αυτό μπορεί να εκληφθεί ως μειονέκτημα για τη συγκεκριμένη χώρα, διότι πέρα από τη γνώμη τους για τη διαδικασία των

αποφάσεων, οι χρηματοδοτικοί άγγελοι στερούν από την startup επιχείρηση και τις συμβουλές ή την εμπειρία που οι ίδιοι έχουν συσσωρεύσει με τα χρόνια, συνεπώς δε μειώνεται το ρίσκο της αποτυχίας για τις εταιρίες της χώρας (Macht & Robinson, 2008).

Ενώ οι τράπεζες αποτελούσαν τον κύριο χρηματοδότη των επιχειρήσεων startup σε όλη τη Μεγάλη Βρετανία, το τοπίο της χρηματοδότησης άλλαξε από το 2007, όπου και επήλθε η αρχή της Ευρωπαϊκής οικονομικής κρίσης, διότι άλλαξαν οι λειτουργίες των τραπεζών, αλλά και της βιομηχανίας. Μεγάλες τράπεζες που έπαιζαν κρίσιμο ρόλο κατά τη διάρκεια της ύφεσης ήταν οι HSBC και Barclay's. Η δεύτερη έστρεψε την προσοχή της στη Μέση Ανατολή για την απόκτηση επιπλέον κεφαλαίων, ενώ η πρώτη έμεινε ανεπηρέαστη κατά το μεγαλύτερο μέρος της. (Smallbone, Deakins, Battisti & Kitching, 2012). Η Μεγάλη Βρετανία αποτελούσε την τελευταία μεγάλη εθνική οικονομία που αναδείχθηκε μέσα από την κρίση, με το ΑΕΠ της να πέφτει συνεχώς μαζί με τα επιτόκια της Τράπεζας της Αγγλίας που παρέμειναν στη χαμηλότερη τιμή τους, δηλαδή 0,5%. Είχε παρατηρηθεί ότι κατά την περίοδο της κρίσης, ότι ιδρύματα δανεισμού, όπως οι τράπεζες, χρησιμοποιούσαν κριτήρια όπως το μέγεθος της εταιρίας για να αποφασίσουν εάν θα προχωρούσαν στο δανεισμό ή όχι. Σε περίπτωση που μία μικρού-μεγέθους startup αποφασίσει να ζητήσει χρηματοδότηση, η πρόσβασή της σε αυτή είναι αυτόματα περιορισμένη. Εξαιτίας της μειωμένης διαθεσιμότητας χρηματοδότησης από εξωτερικές πηγές, πολλές εταιρίες που λειτουργούν σε επίπεδο μικρο-οικονομίας προτίμησαν να στηριχτούν σε χρηματοδότηση εσωτερικού τύπου, παρά εξωτερικού. Συνεπώς, εξαιτίας της οικονομικής ύφεσης, αλλά και των προσαρμογών της πολιτικής υποστήριξης των ιδρυμάτων της Bretton woods, η ικανότητα των μικρών εταιριών να έχουν πρόσβαση σε εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης περιορίστηκε κατά πολύ, οδηγώντας στην αργή οικονομική ανάκαμψη όλης της χώρας (Cowling, Liu & Ledger, 2012).

5.4 Ανακεφαλαίωση - Σύγκριση των ανεπτυγμένων χωρών και της Ελλάδας

Η Ελλάδα αυτή τη στιγμή βρίσκεται μέσα στην καρδιά της οικονομικής κρίσης, η οποία έχει επηρεάσει όλη την Ευρώπη. Σαν οικονομία και κλάδος επενδύσεων, η

Ελλάδα αποτελεί μία χώρα συντηρητική, η οποία δύσκολα θα πάρει το ρίσκο για τη δημιουργία νεοφυών επιχειρήσεων, η οποίες χαρακτηρίζονται από τεράστιο κίνδυνο αποτυχίας. Επιπλέον, είναι πολύ δύσκολο να βρεθεί η κατάλληλη χρηματοδότηση, η οποία σε αρκετές περιπτώσεις ανέρχεται σε εκατομμύρια δολάρια που δεν παραχωρούνται εύκολα. Αντίθετα, η προτίμηση των χρηματοδοτών της Ελλάδας στρέφεται κυρίως στις μικρές επιχειρήσεις και σε ιδέες που είναι ασφαλέστερες, ακόμη κι αν δεν αποφέρουν μεγάλα κέρδη. Μέχρι σχετικά πρόσφατα, ο όρος startup δεν ήταν γνωστός στη χώρα, συνεπώς οι τραπεζικοί και οι εξωτερικοί επενδυτές δεν ήταν ενημερωμένοι για τη δυνατότητα μίας τέτοιας χρηματοδότησης ή ακόμη κι αν ήταν, παραμένουν διστακτικοί προς μία τέτοια επένδυση. Οι τράπεζες της Ελλάδας έχουν ξεκινήσει τα πρώτα προγράμματα για επιχειρήσεις startup, αλλά θα περάσει αρκετός καιρός πριν επεκταθούν περαιτέρω.

Εναντιθέτως, οι δύο προηγμένες χώρες που αναφέρθηκαν, όχι μόνο έχουν μακρόχρονη ιστορία επενδύσεων, αλλά έχουν αναπτύξει και οι δύο, ένα καλά οργανωμένο σύστημα χρηματοδότησης. Βέβαια, υπάρχουν αρκετά κοινά, όπως η βασική αρχή των χρηματοδοτών, δηλαδή το γεγονός ότι οι τράπεζες παραμένουν οι κύριοι χρηματοδότες και στις τρεις χώρες. Επιπλέον, οι πρακτικές που ακολουθούν οι τράπεζες είναι και αυτές ίδιες, δηλαδή, υπάρχει μειωμένη χρηματοδότηση ή η χρηματοδότηση παρέχεται κάτω από αυστηρούς όρους.

Παρόλα αυτά, στην Ελλάδα υπάρχουν κάποιες εναλλακτικές λύσεις που ήδη εφαρμόζονται. Αυτές οι λύσεις αφορούν τους χρηματοδοτικούς αγγέλους. Χρηματοδοτικοί άγγελοι υπάρχουν επίσης στη Γερμανία και στη Μεγάλη Βρετανία, με διαφορετική σκοπιά όμως. Στην πρώτη, εμπλέκονται ενεργά στη διαδικασία αποφάσεων της επιχείρησης, σχεδόν παρεμβάλλονται, ενώ στη δεύτερη είναι εντελώς παθητική. Όπως φάνηκε από τις εταιρίες startup που παρουσιάστηκαν σε προηγούμενο κεφάλαιο, οι χρηματοδοτικοί άγγελοι δε λείπουν από τις Ελληνικές startups, αλλά αυτοί οι χρηματοδοτικοί άγγελοι σπάνια είναι Έλληνες. Συνήθως είναι ομογενείς με μεγάλη επενδυτική ικανότητα ή ξένοι επενδυτές με εκτεταμένες γνώσεις στον τομέα δραστηριοτήτων μίας startup επιχείρησης, με μεγάλη προθυμία να επενδύσουν.

Συνολικά, η χώρα μας βρίσκεται στα πρώτα της βήματα στον τομέα των startups, ιδιαίτερα σε σύγκριση με τη Γερμανία και τη Μεγάλη Βρετανία, αλλά η πρωτοφανής

επιτυχία ορισμένων νεοφυών επιχειρήσεων την κάνει πρόσφορο έδαφος για επενδύσεις, από εγχώριους και ξένους επενδυτές

Κεφάλαιο 6. Έρευνα για την πορεία των startup επιχειρήσεων στην Ελλάδα

6.1 Μεθοδολογία

Σκοπός της παρούσας εργασίας όπως ήταν η μελέτη των επιμέρους στοιχείων που συνθέτουν το περιβάλλον των start up επιχειρήσεων στην Ελλάδα και τον προσδιορισμό των σημαντικότερων παραγόντων που συμβάλλουν στην επιβίωση και την επιτυχία αυτών των επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένων και των εμποδίων που προκύπτουν. Η ερευνητική προσέγγιση που προτιμήθηκε γι' αυτή τη μελέτη είναι αυτή της δόμησης ερωτηματολογίων, με επικείμενη τη στατιστική ανάλυση των αποτελεσμάτων τους.

6.2 Περιγραφή του δείγματος

Για τη διεξαγωγή της έρευνας, έπρεπε αρχικά να καθορισθεί η ομάδα μελέτης και να διατυπωθούν τα ερευνητικά ερωτήματα. Η ομάδα μελέτης αποτελείται από επαγγελματίες που τα τελευταία χρόνια έχουν ξεκινήσει μία start-up επιχείρηση στο χώρο της Ελλάδας. Οι υποψήφιοι συμμετέχοντες προέρχονταν από όλες τις περιοχές της Ελλάδας και επιλέχθηκαν τυχαία, ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου, μορφωτικού επιπέδου και πεδίου δραστηριότητας, για τον εντοπισμό τους δε χρησιμοποιήθηκαν οι εξής πηγές:

- α) Ο διαγωνισμός επιχειρηματικότητας Egg enter-go-grow, όπου συμπληρώθηκε από συμμετέχοντες του 1^{ου} και 2^{ου} κύκλου δράσης.
- β) Ο διαγωνισμός καινοτομίας και επιχειρηματικότητας ideatree
- γ) Η Ακαδημία Επιχειρηματικότητας
- δ) Προσωπική επαφή με γραφεία συμβούλων επιχειρήσεων που αναλαμβάνουν τη καθοδήγηση για startup επιχειρήσεις.

Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν ηλεκτρονικά σε όλους τους συμμετέχοντες και παραλήφθηκαν με τον ίδιο τρόπο για την ευκολότερη επεξεργασία τους. Τα στοιχεία

τους διατηρήθηκαν εμπιστευτικά και οι απαντήσεις τους παρουσιάζονται ανώνυμα. Από το σύνολο των ερωτηματολογίων που στάλθηκαν, λήφθηκαν απαντημένα 39 ερωτηματολόγια συνολικά. Λαμβάνοντας υπόψη ότι για να έχουν βαρύτητα τα αποτελέσματα μίας στατιστικής ανάλυσης θα πρέπει στο σύνολό τους να είναι περισσότερα από 33, διαπιστώσαμε ότι ο συνολικός αριθμός των ερωτηματολογίων που παραλήφθηκαν ήταν αρκετός για τη διεξαγωγή μίας ανάλυσης με έγκυρα αποτελέσματα.

6.3 Περιγραφή του ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο¹ που κατασκευάστηκε για την παρούσα έρευνα μελετά τις Ελληνικές start-up επιχειρήσεις και τους παράγοντες που επηρεάζουν την ίδρυση και τη βιωσιμότητά τους. Οι ερωτήσεις που απευθύνονται συνολικά στους συμμετέχοντες είναι 30. Οι πρώτες ερωτήσεις αφορούν τα βασικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης, όπως τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται, το έτος ίδρυσης, την τοποθεσία της και τα χρόνια λειτουργίας της. Στη συνέχεια, απευθύνονται στους συμμετέχοντες κάποιες ερωτήσεις που αφορούν τον ιδρυτή ή τους ιδρυτές της επιχείρησης, όπως ο αριθμός και η ηλικία τους, το επίπεδο εκπαίδευσής τους και η ειδικότητά τους. Στο τρίτο μέρος, αναλύονται οι εξωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ίδρυση και τη βιωσιμότητα της επιχείρησης και κάποιοι από αυτούς που αναφέρονται είναι η ύπαρξη ανάγκης συνεργασίας με άλλες ειδικότητες, η πιθανή προϋπηρεσία των ιδρυτών στον ίδιο ή σε άλλο κλάδο πριν την ίδρυση της επιχείρησης, η πιθανότητα να εργάζονταν παράλληλα με την ίδρυση της επιχείρησής τους και εάν αυτή ήταν η πρώτη τους απόπειρα για ίδρυση μίας start-up επιχείρησης. Στη συνέχεια, εξετάζονται άλλοι δομικοί παράγοντες μίας start-up επιχείρησης, που μπορεί να σχετίζονται με τη διαδικασία ίδρυσης και της βιωσιμότητάς της. Τέτοιοι είναι ο όγκος και φόρτος των δικαιολογητικών που χρειάστηκε να καταρτίσουν, ο βαθμός καινοτομίας της επιχείρησης και το αγοραστικό κοινό-στόχος στο οποίο απευθύνεται το προϊόν ή η υπηρεσία που παράγεται. Τέλος, εξετάζονται οικονομικοί, πολιτικοί και κοινωνικοί παράγοντες που μπορεί να επηρέασαν τους ιδρυτές θετικά ή αρνητικά για την ίδρυση

¹ Για τη δημιουργία του ερωτηματολογίου συμβουλευτήκα υπάρχοντα ερωτηματολόγια από τις διπλωματικές εργασίες της Ζιάκκα Ελευθερίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών *Ιανουάριος 2010* και Σωτηρίου Ευτυχίας, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, *Νοέμβριος 2014*

της επιχείρησής τους. Τέτοιοι παράγοντες είναι η ύπαρξη ή η απουσία χρηματοδότησης και το είδος της, το ελάχιστο κόστος ίδρυσης της επιχείρησης, ο τρόπος συναλλαγών, η πορεία της επιχείρησης μέχρι σήμερα, το επίπεδο δυσκολίας της ίδρυσης και η επιβάρυνση από τις ασφαλιστικές εισφορές. Το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται αναλυτικά στο τέλος της εργασίας.

6.4 Στατιστική ανάλυση

Η στατιστική ανάλυση πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό λογισμικό πακέτο IBM SPSS έκδοσης 22. Όλες οι μεταβλητές κωδικοποιήθηκαν και στη συνέχεια μεταφέρθηκαν στο λογισμικό όπου σημάνθηκαν για την ευκολότερη επεξεργασία τους. Η στατιστική ανάλυση που προτιμήθηκε ήταν η δοκιμασία Pearson's chi square για κατηγοριοποιημένες μεταβλητές. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης παρουσιάζονται στην επόμενη ενότητα.

6.5 Αποτελέσματα

Οι επιχειρήσεις start-up στην Ελλάδα αποτελούν γεγονός και τάση των τελευταίων δέκα χρόνων για το ευρύ κοινό. Ιδιαίτερα με την προσφορά χρηματοδότησης μέσω διαγωνισμών και δανείων από τις Τράπεζες, οι επιχειρήσεις start-up έχουν γνωρίσει άνθιση στην Ελλάδα μετά το 2010. Στην έρευνά μας θελήσαμε να εξετάσουμε αρχικά, τα είδη των start-ups που δημιουργούνται, ανάλογα με τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιούνται, γεγονός που απεικονίζεται στην πρώτη ερώτηση της έρευνας.

Συγκεκριμένα, από τις επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος στην παρούσα έρευνα, 4 δραστηριοποιούνται ή επιχείρησαν να δραστηριοποιηθούν στον τομέα της Συμβουλευτικής, 7 στον τομέα της Πληροφορικής, 6 επέλεξαν τον Τουρισμό, 5 επιχειρήσεις επέλεξαν τον τομέα της Εστίασης και από 4 επέλεξαν τους τομείς της Υγείας και της Γεωργίας αντίστοιχα. Υπήρχαν και 8 επιχειρήσεις που επέλεξαν να δραστηριοποιηθούν σε διάφορους άλλους τομείς, που δεν ανήκουν σε αυτούς που κατάφεραν να ομαδοποιηθούν.

Διάγραμμα 6.1.

Οι επιλογές για τα πεδία δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων start-up στην Ελλάδα.



Όπως φαίνεται και από το διάγραμμα, οι τομείς που συγκέντρωσαν τις περισσότερες προτιμήσεις είναι αυτοί της πληροφορικής και του τουρισμού. Αυτή η επιλογή των συμμετεχόντων δεν είναι παράξενη βέβαια. Ο τομέας της πληροφορικής αποτελείται από ένα εύρος δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται παράλληλα με την συνεχώς αναπτυσσόμενη τεχνολογία. Φαινομενικά, ένας επαγγελματίας του χώρου, με την κατάλληλη εκπαίδευση και εμπειρία μπορεί να δημιουργήσει μία επιχείρηση η οποία είναι συντονισμένη με τη σύγχρονη τεχνολογία και απαιτήσεις της παγκόσμιας αγοράς, καθιστώντας το προϊόν του ιδιαίτερα ανταγωνιστικό.

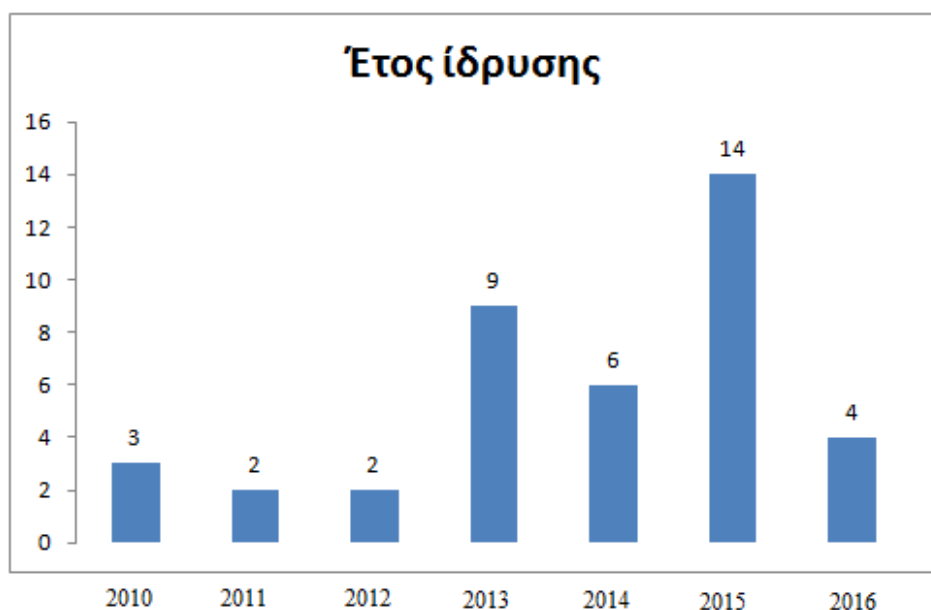
Σχετικά με τη δεύτερη επιλογή δραστηριότητας, τον τουρισμό, είναι γεγονός ότι ο συγκεκριμένος τομέας άνθιζε και θα συνεχίσει να ανθίζει στην Ελλάδα. Οι ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού είναι πολλές. Το στοιχείο που λείπει είναι η ανταγωνιστικότητα, η προσαρμοστικότητα και ο ιδιαίτερος χαρακτήρας αυτών των επιχειρήσεων, ώστε να γίνονται περισσότερο φιλικές προς τους πελάτες από όλα τα υπόβαθρα και να δημιουργούν μία θετική φήμη

για τις ίδιες και για τη χώρα, γεγονός που είναι εφικτό μέσα από μία καινοτόμο ιδέα που μπορεί να προκύψει μέσω μίας επιχείρησης start-up.

Ενδιαφέρον παρορυσιάζει και το έτος ίδρυσης των εταιριών που συμμετείχαν στη μελέτη. Από την ανάλυσή μας προέκυψε ότι οι περισσότερες εταιρίες έκαναν την έναρξή τους μετά το 2012, με τις περισσότερες να προτιμούν ως έτος έναρξής τους το 2015. Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 2, στα χρόνια 2010-2012 και ενώ η Ελλάδα βρίσκεται εν μέσω της οικονομικής κρίσης, ιδρύθηκαν 7 επιχειρήσεις start-up. Στη συνέχεια, από το 2013 μέχρι και το 2016, τη στιγμή που η χώρα βρίσκεται ακόμη πιο βαθιά στην οικονομική ύφεση, ιδρύθηκαν 33 νεοφυείς επιχειρήσεις.

Διάγραμμα 6.2.

Η κατανομή των ετών ίδρυσης των start-up επιχειρήσεων στην Ελλάδα.



Για να δημιουργήσουμε μία αναλυτική εικόνα για το περιβάλλον των επιχειρήσεων start-up στην Ελλάδα, όλες οι μεταβλητές της έρευνας υποβλήθηκαν στη στατιστική δοκιμασία Pearson's chi square, από την οποία προέκυψαν 43 στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις. Ως κατωφλική τιμή σημαντικότητας τέθηκε η τιμή $p < 0.05$.

Αρχικά, μελετήσαμε τη συσχέτιση των κατηγοριών δραστηριοτήτων των Ελληνικών επιχειρήσεων start-up και την ανάγκη για συνεργασία με επαγγελματίες άλλων ειδικοτήτων, για την καλύτερη και μακροβιότερη επιβίωσή τους. Η συσχέτιση που προέκυψε ήταν σημαντική ($p = 0.044$), όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 6.1.

Η συσχέτιση του πεδίου δραστηριότητας και της ανάγκης συνεργασίας με άλλους επαγγελματίες

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,514 ^a	6	,105
Likelihood Ratio	12,936	6	,044
Linear-by-Linear Association	,031	1	,860
N of Valid Cases	40		

a. 11 cells (78,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,75.

Στην ανάλυσή μας προέκυψε ότι πολλές επιχειρήσεις start-up χρειάζεται να συνεργαστούν με επαγγελματίες άλλων ειδικοτήτων. Υπάρχουν αρκετά είδη επιχειρήσεων οι οποίες απαιτούν τη συνεργασία με άλλους επαγγελματίες και αυτές ανήκουν κυρίως στις κατηγορίες της Πληροφορικής, της Γεωργίας, της Εστίασης και πολλών εταιριών που δεν εμπίπτουν σε μία από τις μελετούμενες κατηγορίες.

Στο διευκρινιστικό μας ερώτημα για τις ειδικότητες με τις οποίες απαιτείται αυτή η συνεργασία από τις επιχειρήσεις start-up, οι απαντήσεις των συμμετεχόντων έδειξαν ότι χρειάζονταν ειδικότητες που σχετίζονται με τη λογιστική, με τις δημόσιες σχέσεις ή το marketing και με εξειδικευμένους επιστημονικούς κλάδους, όπως οι γεωπόνοι.

Έπειτα, η ίδια μεταβλητή συσχετίστηκε και με το βαθμό καινοτομίας της start-up επιχείρησης. Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε μία πολύ σημαντική συσχέτιση ($p= 0.002$) μεταξύ του τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση και του υψηλού βαθμού καινοτομίας. Οι επιχειρήσεις που χαρακτηρίστηκαν ως υψηλά καινοτόμες ανήκουν στον κλάδο της Πληροφορικής και της Γεωργίας κυρίως. Τα αποτελέσματα της συσχέτισης φαίνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 6.2.

Συσχέτιση του πεδίου δραστηριότητας της επιχείρησης και του βαθμού καινοτομίας

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,914 ^a	12	,015
Likelihood Ratio	31,062	12	,002
Linear-by-Linear Association	,100	1	,752
N of Valid Cases	40		

a. 20 cells (95,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,60.

Τέλος, η ίδια μεταβλητή συσχετίστηκε και με το είδος της αγοράς στην οποία απευθύνεται ($p=0.022$). Είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι οι περισσότερες από τις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα απευθύνονται στην εγχώρια αγορά, αλλά αυτές που δραστηριοποιούνται ή σκοπεύουν να δραστηριοποιηθούν στην παγκόσμια αγορά ανήκουν στις κατηγορίες της Πληροφορικής, όπου 4 από τις 7 επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται παγκόσμια και όλες οι Γεωργικές επιχειρήσεις.

Πίνακας 6.3.

Συσχέτιση του πεδίου δραστηριότητας της επιχείρησης και του είδους της αγοράς.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,833 ^a	6	,066
Likelihood Ratio	14,831	6	,022
Linear-by-Linear Association	3,186	1	,074
N of Valid Cases	40		

a. 13 cells (92,9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,35.

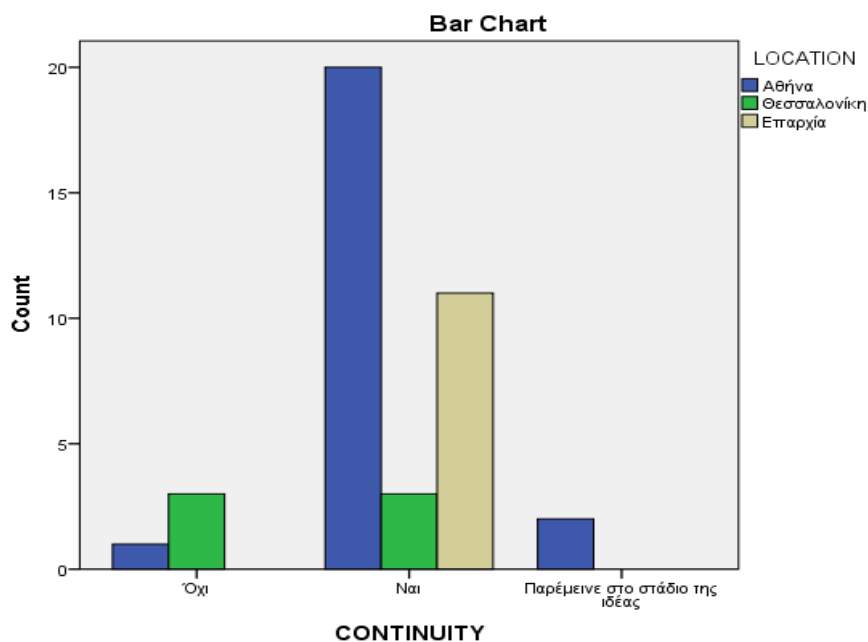
Στη συνέχεια βρέθηκε μία σειρά συσχετίσεων που αφορούν την περίπτωση που λειτουργεί ή όχι ακόμη η start-up επιχείρηση και τους παράγοντες που επηρεάζουν τη βιωσιμότητά της. Αρχικά, η χρονιά έναρξης της επιχείρησης συσχετίστηκε άμεσα με τα χρόνια ζωής της ($p = 0.000014$) και συγκεκριμένα στο στάδιο στο οποίο βρίσκονται. Οι περισσότερες επιχειρήσεις που ξεκίνησαν μεταξύ του 2013 και του

2014 βρίσκονται στο στάδιο ανάπτυξης που διαρκεί 1 με 3 χρόνια. Για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις είναι ακόμη πολύ νωρίς για να παρουσιαστεί επαρκώς η βιωσιμότητά τους, καθώς οι περισσότερες έχουν μόνο 1 χρόνο ζωής.

Η περίπτωση να λειτουργεί η επιχείρηση ή όχι φάνηκε ότι επηρεάστηκε από τρεις παράγοντες. Αυτοί είναι η τοποθεσία ($p= 0.021$), τα έτη ζωής ($p=0.041$) και η καλή πορεία της επιχείρησης μέχρι στιγμής ($p=0.021$). Για την πρώτη παράμετρο σημειώθηκε ότι οι περισσότερες εταιρίες που συνεχίζουν τη λειτουργία τους μέχρι και σήμερα βρίσκονται είτε στην Αθήνα, είτε στην επαρχία, ενώ στη Θεσσαλονίκη είναι ισομοιρασμένα τα ποσοστά βιωσιμότητας. Αντίστοιχα με τη συσχέτιση των χρόνων ζωής της επιχείρησης, οι επιχειρήσεις που δείχνουν βιωσιμότητα μέχρι στιγμής έχουν 1-3 έτη λειτουργίας, γεγονός που δε μπορεί να μας επιβεβαιώσει προβλέψεις για το μέλλον. Τέλος, σύμφωνα με την πορεία της επιχείρησης μέχρι στιγμής, μεγαλύτερη βιωσιμότητα, ακόμη και σε αυτό το πρώιμο στάδιο φαίνονται να έχουν οι επιχειρήσεις που έχουν μία μέτρη και καλή πορεία, χωρίς να είναι όμως ιδανική.

Διάγραμμα 6.3.

Η συσχέτιση της βιωσιμότητας της επιχείρησης με την τοποθεσία λειτουργίας

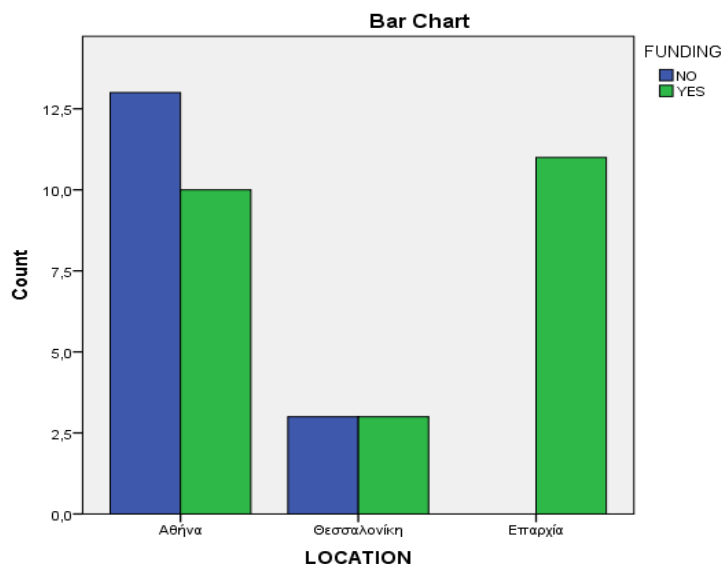


Η επιλογή τοποθεσίας για τη δραστηριοποίηση της start-up επιχείρησης φάνηκε ότι εξαρτάται από την ύπαρξη ή όχι χρηματοδότησης ($p=0.01$) και το ελάχιστο κόστος

έναρξης ($p=0.023$). Στην πρώτη περίπτωση, όλες οι επιχειρήσεις της επαρχίας δέχθηκαν χρηματοδότηση, ενώ για τις περιπτώσεις της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης οι επιχειρήσεις που έλαβαν χρηματοδότηση ήταν ισομοιρασμένες. Επίσης, σχετικά με το κόστος έναρξης, οι επιχειρήσεις της επαρχίας χρειάζονται ένα κόστος στο εύρος των 51000-100000 €, μιας και είναι κυρίως γεωργικές επιχειρήσεις με πολύ ακριβό εξοπλισμό, ενώ στις περιπτώσεις της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, το αρχικό κόστος περιορίζεται σε επίπεδα μικρότερα των 10000€ μέχρι και 25000 € στην πλειοψηφία των περιπτώσεων.

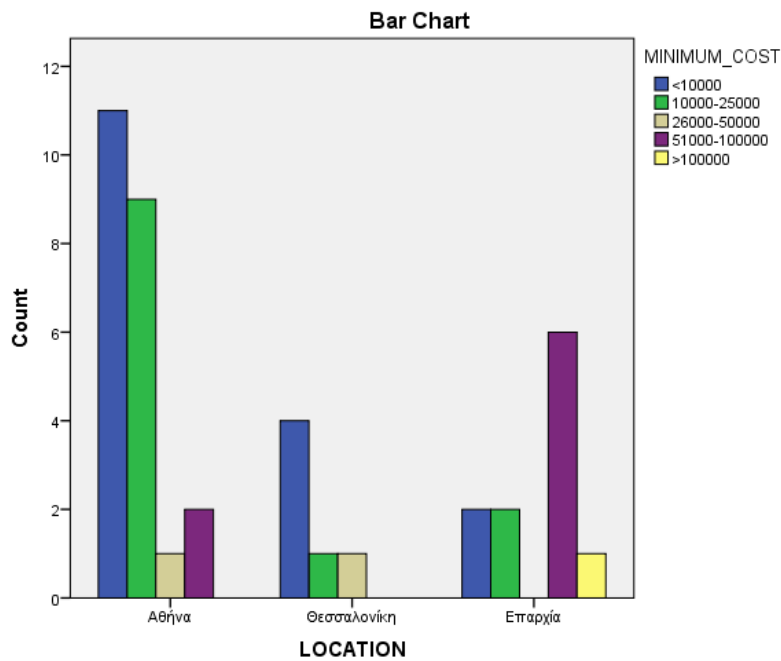
Διάγραμμα 6.4.

Η συσχέτιση της τοποθεσίας λειτουργίας της επιχείρησης με την ύπαρξη χρηματοδότησης



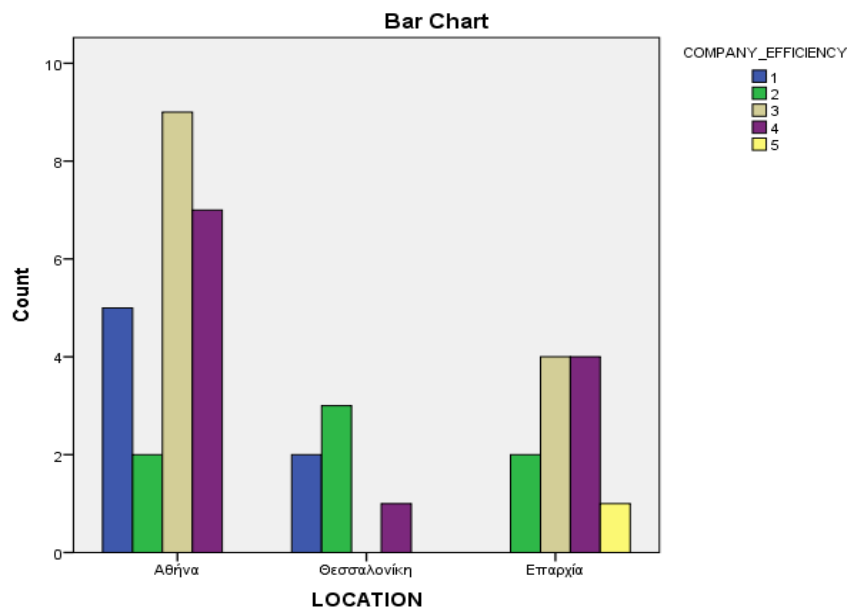
Διάγραμμα 6.5.

Η συσχέτιση της τοποθεσίας λειτουργίας με το ελάχιστο κόστος εκκίνησης



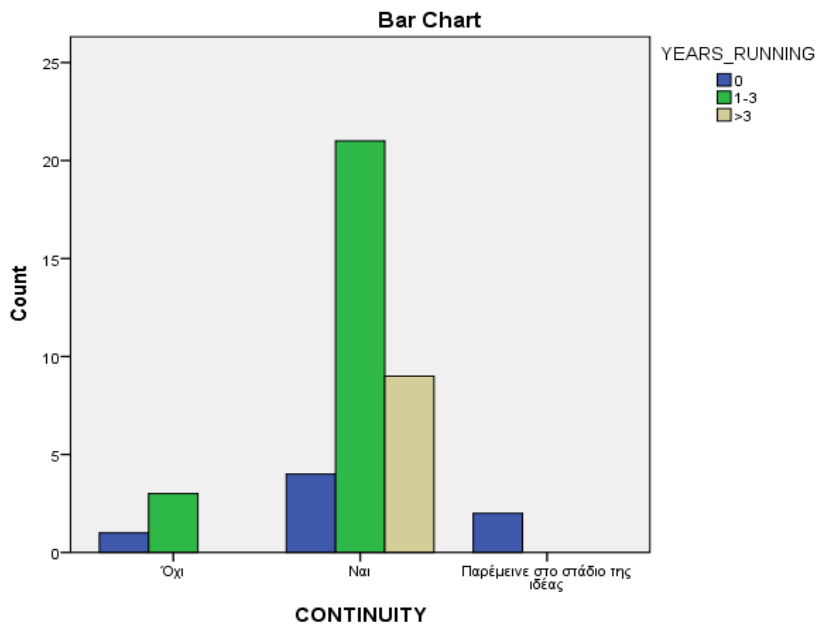
Διάγραμμα 6.6.

Η συσχέτιση της τοποθεσίας λειτουργίας με την πορεία της επιχείρησης ως σήμερα



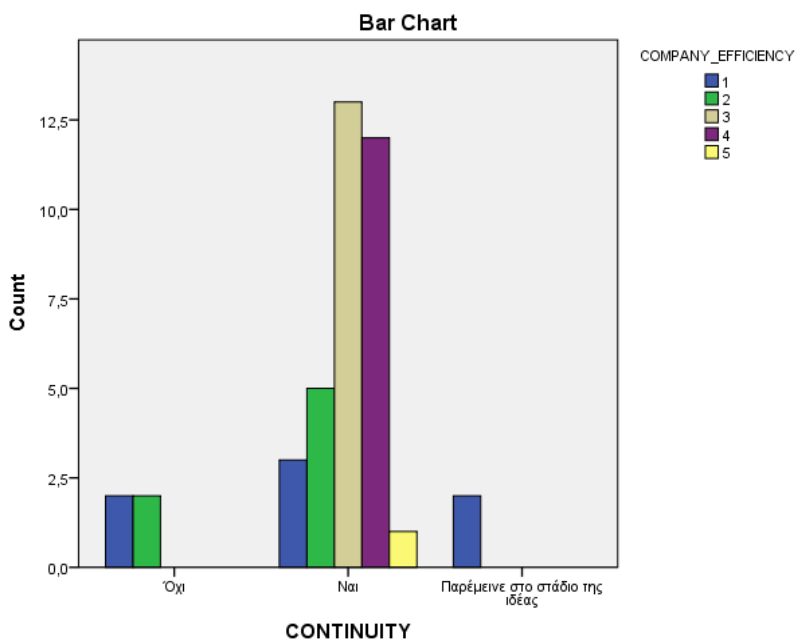
Διάγραμμα 6.7.

Η συσχέτιση της βιωσιμότητας της επιχείρησης με τα χρόνια λειτουργίας



Διάγραμμα 6.8.

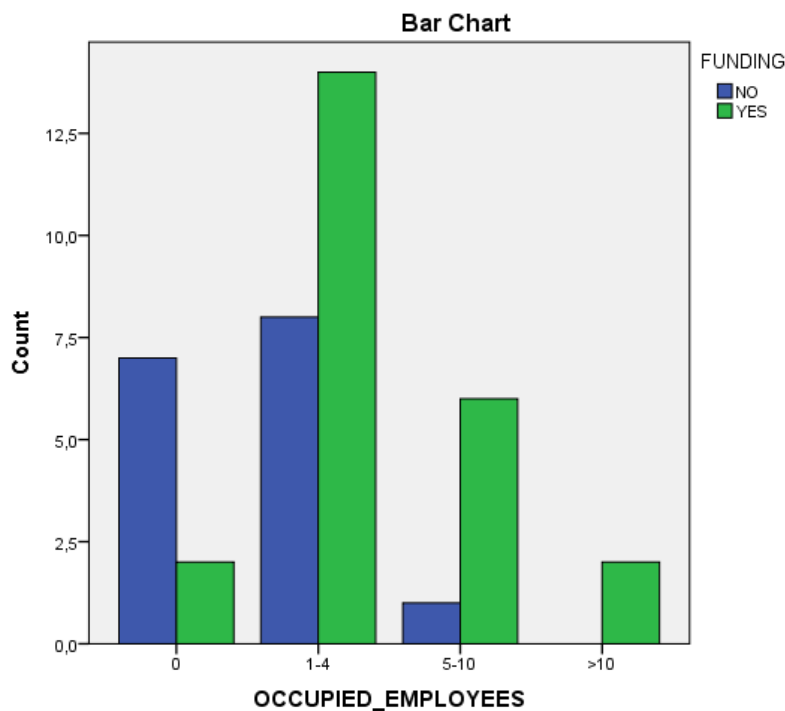
Η συσχέτιση της βιωσιμότητας της επιχείρησης με τη μέχρι τώρα πορεία της.



Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας της λειτουργίας της επιχείρησης είναι η ικανότητα απασχόλησης υπαλλήλων και ο αριθμός τους. Σύμφωνα με τα αποτελέσματά μας, οι παράγοντες που επηρεάζουν αυτή τη μεταβλητή είναι η ύπαρξη χρηματοδότησης ($p=0.021$) και το είδος της χρηματοδότησης ($p=0.031$). Είναι κατανοητό ότι όταν το ύψος της χρηματοδότησης δεν είναι μεγάλο, οι εργοδότες δε σκοπεύουν να επενδύσουν σε μεγάλο αριθμό προσωπικού. Όντως, οι επιχειρήσεις χωρίς χρηματοδότηση απασχολούν από 0 μέχρι και τέσσερις υπαλλήλους, ενώ αυτές που έχουν χρηματοδότηση απασχολούν από 4 έως και 10 υπαλλήλους. Αντίστοιχα, τους περισσότερους υπαλλήλους εξυπηρετούν οι επιχειρήσεις που ξεκίνησαν με τραπεζικό δανεισμό, αν και οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν εκκινήσει με ίδια κεφάλαια και απασχολούν 1 έως 4 υπαλλήλους. Σε αυτό το σημείο μπορούμε να προσθέσουμε ότι και ο αριθμός των ιδρυτών έδειξε να εξαρτάται από το είδος της χρηματοδότησης ($p=0.026$). Αναφορικά, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα έχουν 1 με 3 ιδρυτές και οι περισσότεροι από αυτούς χρησιμοποίησαν ίδια κεφάλαια ως μέθοδο χρηματοδότησης.

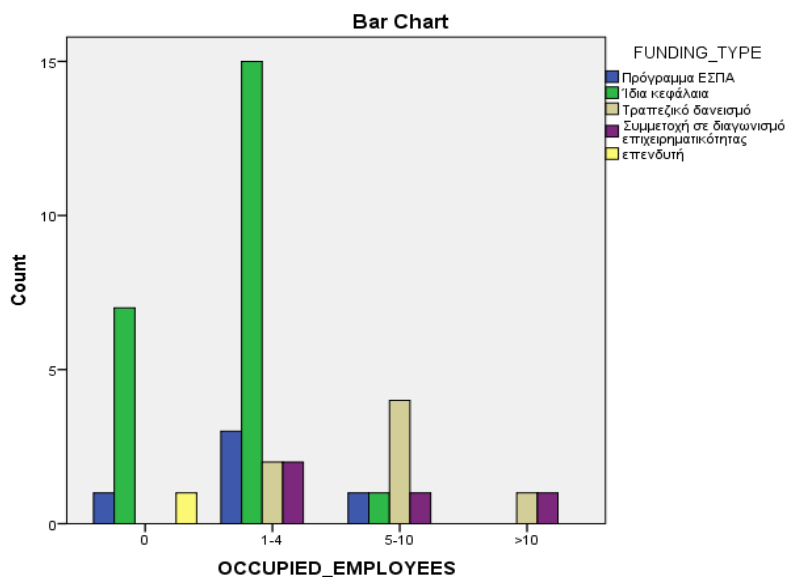
Διάγραμμα 6.9

Η συσχέτιση του αριθμού απασχολούμενων με την ύπαρξη χρηματοδότησης



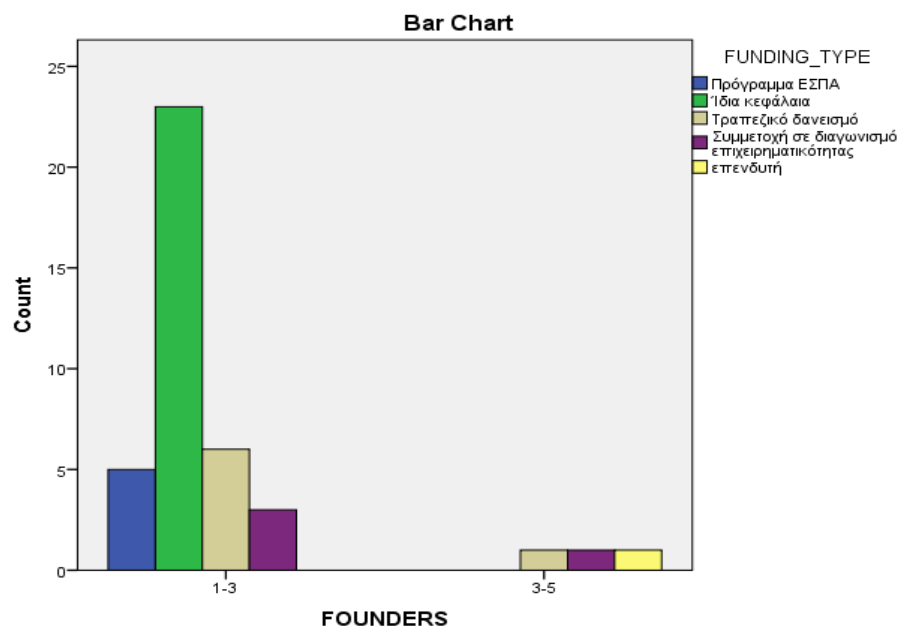
Διάγραμμα 6.10

Η συσχέτιση του αριθμού απασχολούμενων με την πηγή χρηματοδότησης



Διάγραμμα 6.11

Η συσχέτιση του αριθμού ιδρυτών και της πηγής χρηματοδότησης



Όταν εξετάσαμε τους παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται η ηλικία των ιδρυτών, διαπιστώσαμε ότι αυτή συνδέεται με το επίπεδο εκπαίδευσης ($p=0.023$), τα είδη των

επαγγελματιών με τα οποία απαιτείται συνεργασία ($p=0.049$) και την αγορά στην οποία απευθύνεται το προϊόν ($p=0.038$). Όπως ήταν αναμενόμενο, η ηλικία των ιδρυτών είναι μεγαλύτερη, όταν οι ιδρυτές είναι κάτοχοι Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών τίτλων. Αυτό το εύρημα παραπέμπει και στην επόμενη συσχέτιση, όπου οι ιδρυτές έχουν ωριμάσει και έχουν δημιουργήσει ένα επαγγελματικό κύκλο, με αποτέλεσμα να συνεργάζονται ευκολότερα με άλλες ειδικότητες, όπως οι λογιστές, καθώς κατανοούν πλήρως το ρόλο και τη σημαντικότητα άλλων ειδικοτήτων. Τέλος, οι ιδρυτές μεγαλύτερης ηλικίας και συνεπώς υψηλότερης εκπαίδευσης είναι αυτοί που επιλέγουν να στρέψουν το προϊόν τους στην παγκόσμια αγορά και όχι στην εγχώρια, κατανοώντας την αποδοχή του προϊόντος τους ή επιλέγοντας να δημιουργήσουν ένα τέτοιο προϊόν, μελετώντας τις τάσεις της παγκόσμιας αγοράς.

Πίνακας 6.4.

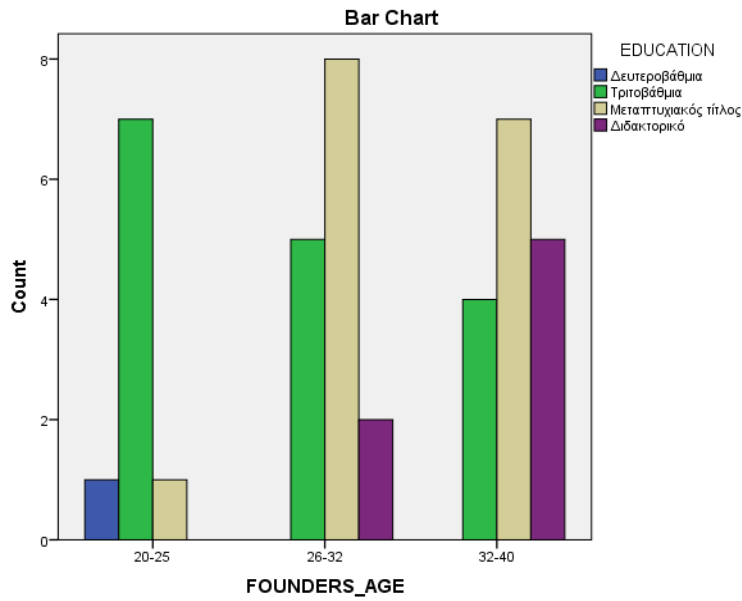
Οι επιλογές εγχώριας ή παγκόσμιας αγοράς, ανάλογα με την ηλικία των ιδρυτών.

Crosstab

		MARKET		Total	
		Εγχώρια Αγορά	Παγκόσμια Αγορά		
FOUNDERS_AGE	20-25	Count	7	2	9
		Expected Count	5,0	4,1	9,0
		% within FOUNDERS_AGE	77,8%	22,2%	100,0%
		% within MARKET	31,8%	11,1%	22,5%
	26-32	Count	10	5	15
		Expected Count	8,3	6,8	15,0
		% within FOUNDERS_AGE	66,7%	33,3%	100,0%
		% within MARKET	45,5%	27,8%	37,5%
	32-40	Count	5	11	16
		Expected Count	8,8	7,2	16,0
		% within FOUNDERS_AGE	31,3%	68,8%	100,0%
		% within MARKET	22,7%	61,1%	40,0%
Total	Count	22	18	40	
	Expected Count	22,0	18,0	40,0	
	% within FOUNDERS_AGE	55,0%	45,0%	100,0%	
	% within MARKET	100,0%	100,0%	100,0%	

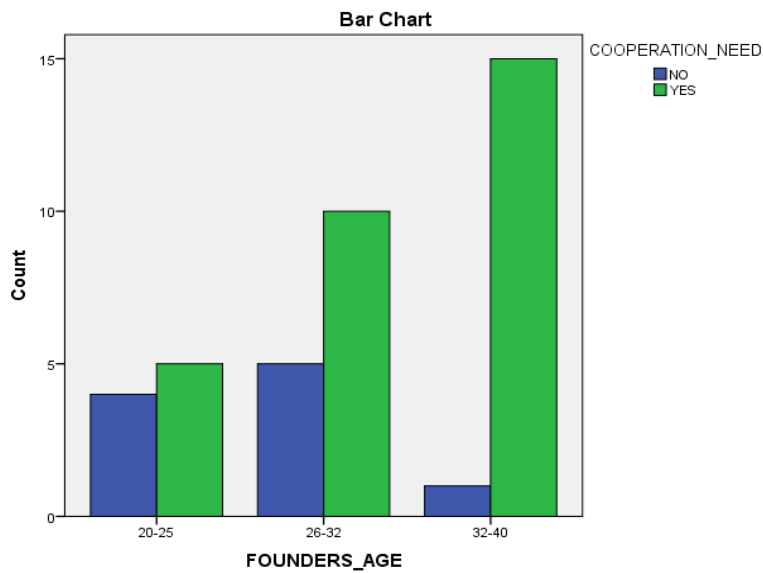
Διάγραμμα 6.12

Η συσχέτιση της ηλικίας των ιδρυτών και του εκπαιδευτικού τους επιπέδου



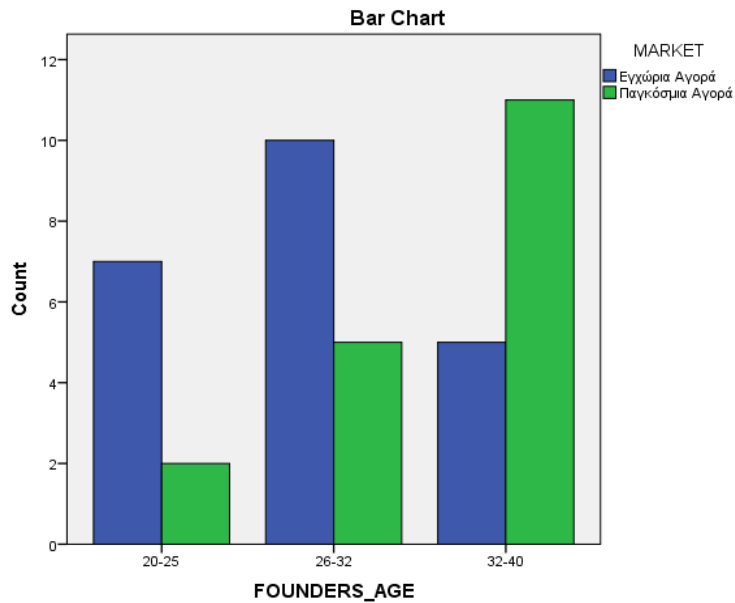
Διάγραμμα 6.13

Η συσχέτιση της ηλικίας των ιδρυτών και της ανάγκης συνεργασίας με άλλες ειδικότητες



Διάγραμμα 6.14

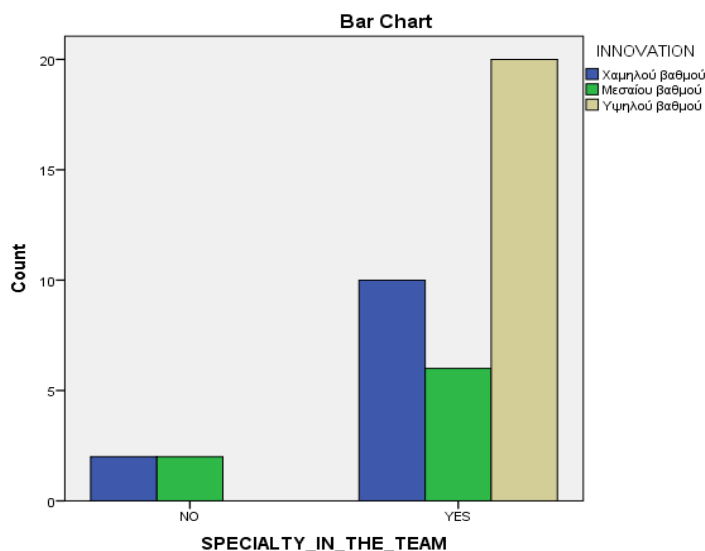
Η συσχέτιση της ηλικίας των ιδρυτών και της προτίμησης αγοράς-στόχου



Αντίστοιχα συσχετίστηκε και η ύπαρξη της απαιτούμενης ειδικότητας στην ομάδα των ιδρυτών. Ιδρυτές με ειδικότητα που ταιριάζει στο χαρακτήρα της επιχείρησής τους επέλεξαν να δημιουργήσουν προϊόντα που χαρακτηρίστηκαν από υψηλό βαθμό καινοτομίας ($p=0.045$). Παρόλα αυτά, οι επιλογές αυτών των ιδρυτών σχετικά με την αγορά ήταν ισομοιρασμένες ($p=0.023$).

Διάγραμμα 6.15

Η συσχέτιση ύπαρξης σχετικής ειδικότητας στην ομάδα ιδρυτών και του βαθμού καινοτομίας



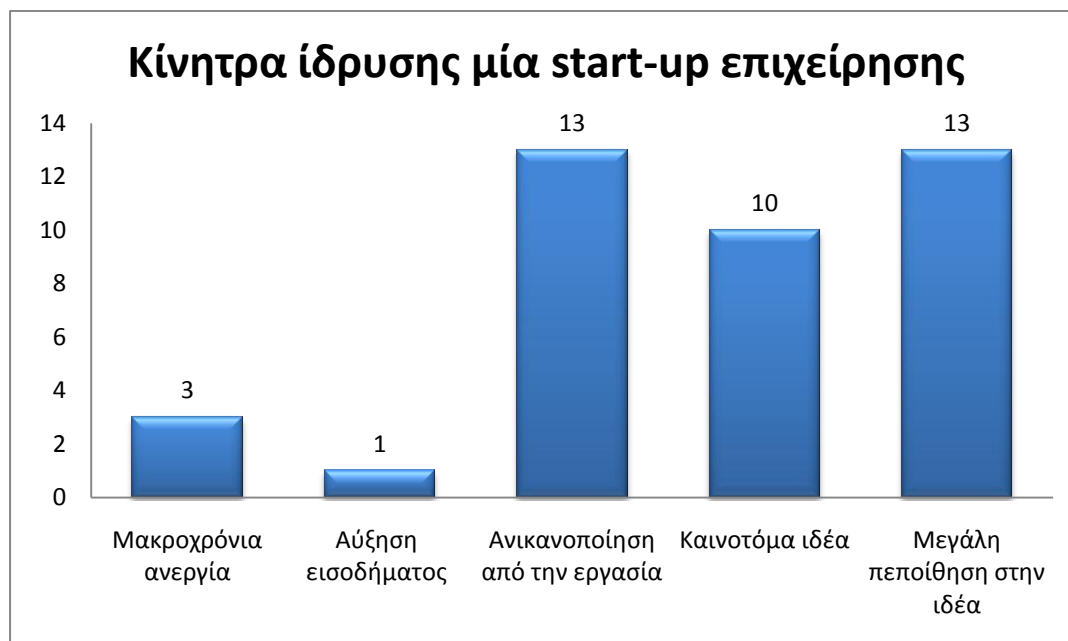
Πέρα από την ωριμότητα των ιδρυτών, η ανάγκη για συνεργασία με άλλες ειδικότητες σε μία start-up επιχείρηση προκύπτει και από άλλες παραμέτρους. Στη δική μας έρευνα, αυτές οι παράμετροι είναι ο βαθμός καινοτομίας ($p=0.042$), η αγορά ($p=0.06$) και το ύψος της φορολογίας ($p=0.048$). Είναι κατανοητό ότι όσο μεγαλύτερος ο βαθμός καινοτομίας, τόσο μεγαλύτερη και η ανάγκη της κατανόησης του προϊόντος από το κοινό και την αγορά. Αυτή η άποψη απεικονίζεται και στο δείγμα μας, όπου ενώ όλοι οι βαθμοί καινοτομίας δήλωσαν ότι απαιτείται συνεργασία με άλλες ειδικότητες, αυτό φάνηκε κυρίως στους ιδρυτές με μεγάλο βαθμό καινοτομίας, όπου όλοι ανεξαιρέτως συμφώνησαν με αυτήν την ανάγκη. Η ίδια εικόνα φαίνεται και σχετικά με τη φορολογία, όπου όσο περισσότερο επιβαρυνμένη φαίνεται να είναι τόσο περισσότεροι ιδρυτές τονίζουν την ανάγκη συνεργασίας με άλλες ειδικότητες, πράγμα το οποίο δε φαίνεται στον παράγοντα της αγοράς, καθώς είτε η δραστηριότητα βρίσκεται στην εγχώρια αγορά, είτε στην παγκόσμια, οι συμμετέχοντες είναι σύμφωνοι για την ανάγκη αυτή.

Εάν αναρωτηθεί κάποιος σχετικά με τα κίνητρα που ώθησαν τους ιδρυτές να ξεκινήσουν τη δική τους start-up επιχείρηση, μπορεί κανείς να παρατηρήσει από τη δική μας έρευνα ότι η πλειοψηφία των ιδρυτών εμπίπτει σε τρεις κατηγορίες, αυτή των απογοητευμένων ανθρώπων από την προηγούμενη εργασία τους, αυτών που

θεωρούν ότι η ιδέα τους είναι καινοτόμος και των ανθρώπων που πιστεύουν πολύ στην ιδέα τους, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 6.16.

Διάγραμμα 6.16

Τα κίνητρα των συμμετεχόντων για την ίδρυση μίας επιχείρησης start-up



Παρόλα αυτά, για την πραγματοποίηση ενός τέτοιου οράματος απαιτείται και ένα επιχειρηματικό πλάνο, με τη μορφή δικαιολογητικών. Τα δικαιολογητικά που ζητήθηκαν κυρίως είναι ένα business plan, πρόβλεψη χρηματοοικονομικών μεγεθών και πρόβλεψη βασικών εμγεθών. Στην έρευνά μας, το είδος των δικαιολογητικών που ζητήθηκαν εξαρτάται από την ύπαρξη χρηματοδότησης ($p=0.043$), το ελάχιστο κόστος για την ίδρυση της επιχείρησης ($p=0.029$), το μέγεθος της γραφειοκρατίας ($p=0.013$) και το ύψος της φορολογίας ($p=0.039$). Στην πραγματικότητα, τα συνηθέστερα δικαιολογητικά εμπίπτουν στην κατηγορία του business plan και ζητήθηκαν είτε η επιχείρηση είχε χρηματοδότηση, είτε όχι. Αυτό που είναι αξιοσημείωτο είναι ότι οι περισσότερες περιπτώσεις που ζητήθηκαν τα δικαιολογητικά αυτά βρέθηκαν να αντιμετωπίζουν μεγάλη γραφειοκρατία και φορολογία.

Ανάλογα αποτελέσματα συναντήσαμε και στους παράγοντες που επηρεάζουν το βαθμό καινοτομίας μίας επιχείρησης. Συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις χαμηλού βαθμού

καινοτομίας φάνηκε ότι απευθύνονται στην εγχώρια αγορά, ενώ αυτές με μεγάλο βαθμό καινοτομίας απευθύνονται στην παγκόσμια αγορά ($p=0.00024$).

Πίνακας 6.5

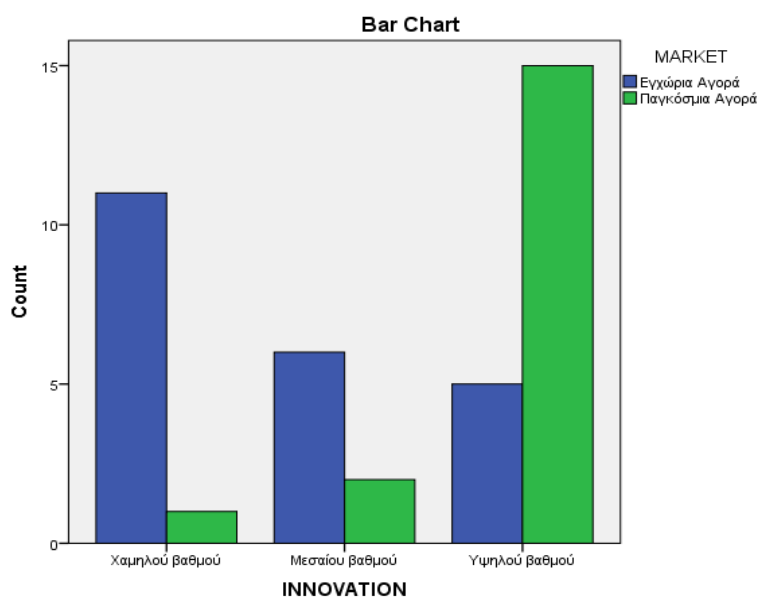
Οι προτιμήσεις των ιδρυτών στην αγορά ως προς το βαθμό καινοτομίας της επιχείρησης.

Crosstab

		MARKET		Total	
		Εγχώρια Αγορά	Παγκόσμια Αγορά		
INNOVATION	Χαμηλού βαθμού	Count	11	1	12
		Expected Count	6,6	5,4	12,0
		% within INNOVATION	91,7%	8,3%	100,0%
		% within MARKET	50,0%	5,6%	30,0%
	Μεσαίου βαθμού	Count	6	2	8
		Expected Count	4,4	3,6	8,0
		% within INNOVATION	75,0%	25,0%	100,0%
		% within MARKET	27,3%	11,1%	20,0%
	Υψηλού βαθμού	Count	5	15	20
		Expected Count	11,0	9,0	20,0
		% within INNOVATION	25,0%	75,0%	100,0%
		% within MARKET	22,7%	83,3%	50,0%
Total	Count	22	18	40	
	Expected Count	22,0	18,0	40,0	
	% within INNOVATION	55,0%	45,0%	100,0%	
	% within MARKET	100,0%	100,0%	100,0%	

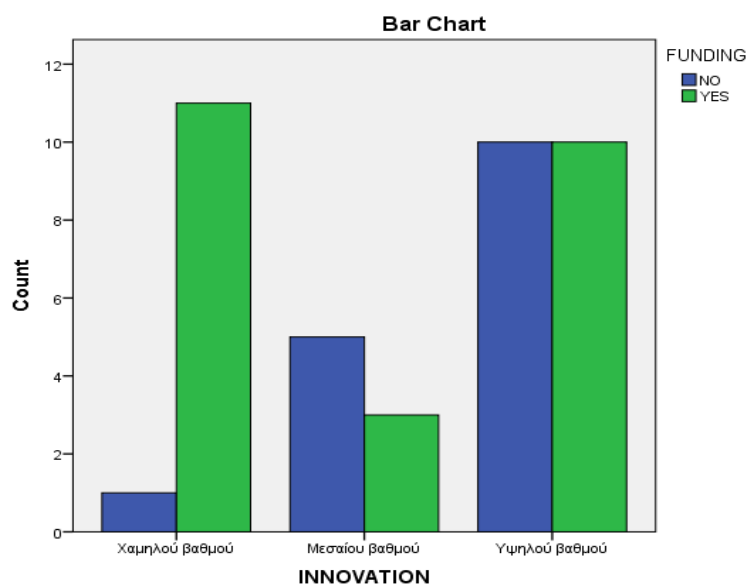
Διάγραμμα 6.17

Η συσχέτιση του βαθμού καινοτομίας με την αγορά-στόχο



Διάγραμμα 6.18

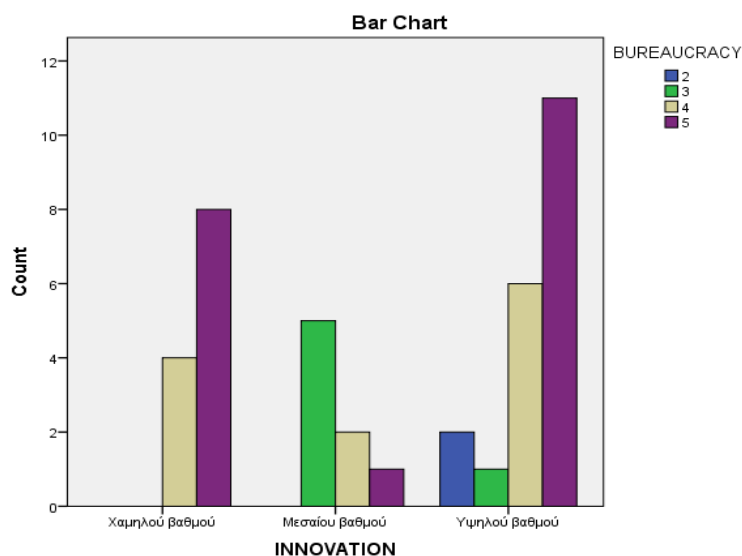
Η συσχέτιση του βαθμού καινοτομίας με την ύπαρξη χρηματοδότησης



Επιπλέον, ο βαθμός καινοτομίας καθορίστηκε και από την ύπαρξη χρηματοδότησης ($p=0.013$) και από τη γραφειοκρατία ($p=0.004$) και τη φορολογία ($p=0.025$), όπου ιδιαίτερα για τη γραφειοκρατία, όσο περισσότερο καινοτόμες ήταν οι ιδέες, τόσο μεγαλύτερη και η διαδικασία ίδρυσης που χρειάστηκε να υποστούν οι ιδρυτές.

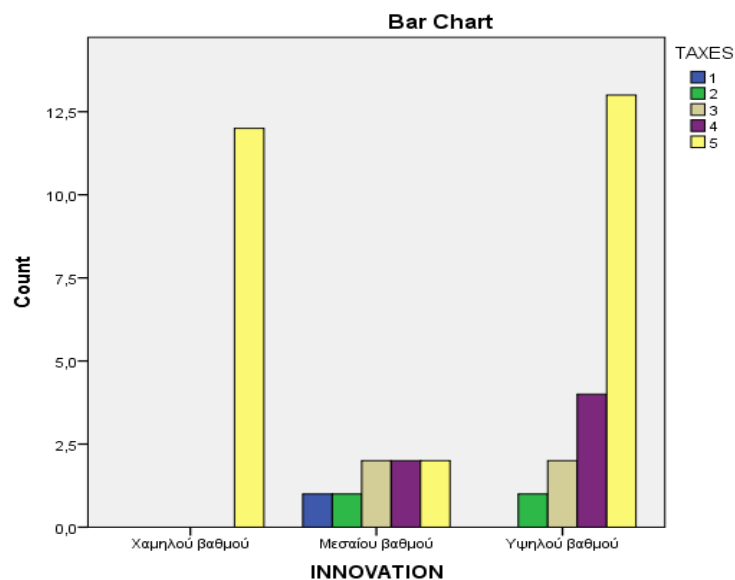
Διάγραμμα 6.19

Η συσχέτιση βαθμού καινοτομίας και γραφειοκρατίας



Διάγραμμα 6.20

Η συσχέτιση του βαθμού καινοτομίας και του όγκου των φόρων



Τέλος, παράγοντες όπως η ύπαρξη χρηματοδότησης εξαρτήθηκαν από το είδος της χρηματοδότησης ($p=0.001$) και το ελάχιστο κόστος για την ίδρυση της επιχείρησης ($p=0.08$), όπου η χρηματοδότηση έγινε κυρίως μέσω ιδίων κεφαλαίων και απευθύνονταν σε επιχειρήσεις χαμηλού κόστους και το ύψος της γραφειοκρατίας με

αυτό της φορολογίας ($p=0.02$), όπου μεγάλη γραφειοκρατία συνεπάγονταν και υψηλή φορολογία.

Πίνακας 6.6

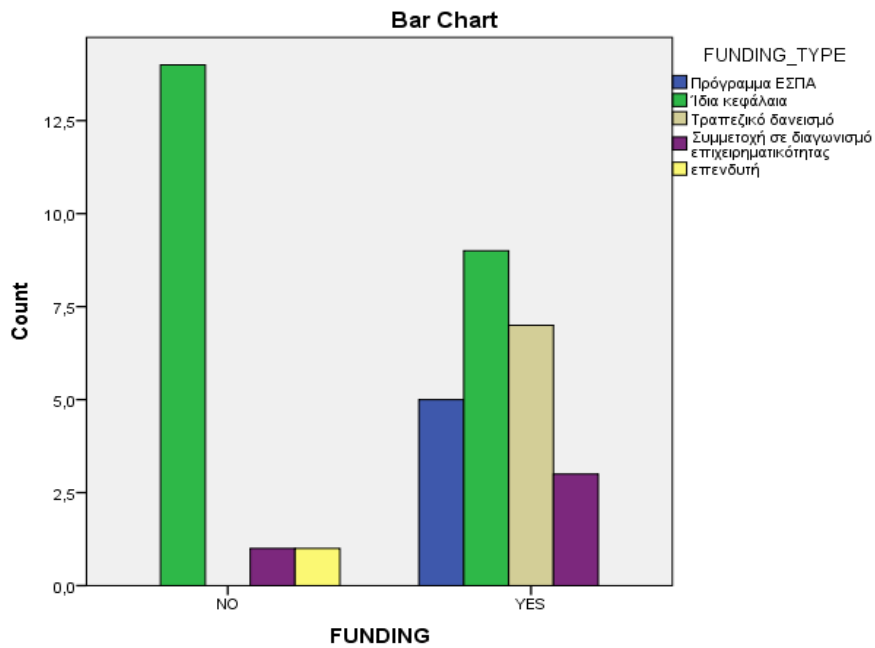
Η συσχέτιση της γραφειοκρατείας με τη φορολογία.

BUREAUCRACY * TAXES Crosstabulation

		TAXES					Total
		1	2	3	4	5	
BUREAUCRACY	Count	0	1	1	0	0	2
	Expected Count	,1	,1	,2	,3	1,4	2,0
	% within BUREAUCRACY	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% within TAXES	0,0%	50,0%	25,0%	0,0%	0,0%	5,0%
	Count	1	1	2	1	1	6
	Expected Count	,2	,3	,6	,9	4,1	6,0
	% within BUREAUCRACY	16,7%	16,7%	33,3%	16,7%	16,7%	100,0%
	% within TAXES	100,0%	50,0%	50,0%	16,7%	3,7%	15,0%
	Count	0	0	1	4	7	12
	Expected Count	,3	,6	1,2	1,8	8,1	12,0
	% within BUREAUCRACY	0,0%	0,0%	8,3%	33,3%	58,3%	100,0%
	% within TAXES	0,0%	0,0%	25,0%	66,7%	25,9%	30,0%
Count	0	0	0	1	19	20	
Expected Count	,5	1,0	2,0	3,0	13,5	20,0	
% within BUREAUCRACY	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	95,0%	100,0%	
% within TAXES	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	70,4%	50,0%	
Count	1	2	4	6	27	40	
Expected Count	1,0	2,0	4,0	6,0	27,0	40,0	
% within BUREAUCRACY	2,5%	5,0%	10,0%	15,0%	67,5%	100,0%	
% within TAXES	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total							

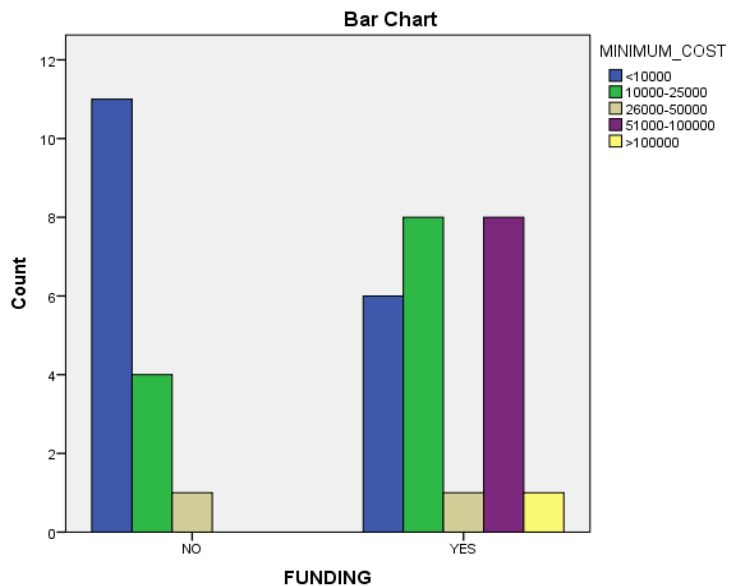
Διάγραμμα 6.21

Η συσχέτιση ύπαρξης χρηματοδότησης και πηγής χρηματοδότησης



Διάγραμμα 6.22

Η συσχέτιση μεταξύ ύπαρξης χρηματοδότησης και ελάχιστου κόστους εκκίνησης.



Κεφάλαιο 7. Συμπεράσματα

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να διακριθεί σε διάφορα είδη ανάλογα με το σκοπό της και τον τρόπο που στοχεύει να αντλήσει αξία από την αγορά. Μία σύγχρονη μορφή επιχειρηματικότητας αποτελεί η επιχειρηματικότητα καινοτομίας. Η μορφή αυτή τονίζει την καινοτομία για να διαφοροποιηθεί από την επιχειρηματικότητα ανάγκης και την αυτοαπασχόληση. Η παράμετρος που διαχωρίζει τις δύο αυτές μορφές αφορά στο κόστος ευκαιρίας, όπου το κόστος μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας ποικίλλει από άτομο σε άτομο ανάλογα με τις εναλλακτικές δραστηριότητες και προοπτικές που έχει ο καθένας.

Σε περιόδους οικονομικής ύφεσης και υψηλής ανεργίας, ή σε σχετικά ασθενείς οικονομικά χώρες, οι πολίτες ανακαλύπτουν επιχειρηματικές «ευκαιρίες» χαμηλής ανταπόδοσης τις οποίες αξιοποιούν διότι το κόστος των ευκαιριών αυτών είναι ελάχιστο. Αυτό το φαινόμενο είναι εξίσου εμφανές στην Ελλάδα, όπου εν μέσω κρίσης, η νεοφυής επιχειρηματικότητα ή η επιχειρηματικότητα καινοτομίας ανθίζει, ιδιαίτερα όσο περισσότερο βυθιζόμαστε στην οικονομική κρίση.

Η καινοτομία είναι έννοια που αφορά στους νέους συνδυασμούς (new combinations) όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Schumpeter. Πιο συγκεκριμένα, ο Schumpeter (1934) ορίζει την καινοτομία ως “νέος συνδυασμός νέας ή υπάρχουσας γνώσης, πόρων, εξοπλισμού κ.λπ.” με αποκλειστικό σκοπό την εμπορική του αξιοποίηση. Οποιαδήποτε καινοτομία είναι συνδεδεμένη με την αβεβαιότητα και το ρίσκο για το νέο προϊόν. Ο βασικός λόγος για την υιοθέτηση καινοτομίας από τις επιχειρήσεις είναι η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η ανάγκη αυτή είναι ακόμη μεγαλύτερη για τις νέες επιχειρήσεις οι οποίες επιθυμούν να εισέλθουν και να αποκτήσουν μερίδιο σε μια αγορά.

Οι εταιρίες startup είναι μία μορφή επιχειρήσεων που τα τελευταία 15 χρόνια έχουν γίνει πολύ γνωστές, με τη βοήθεια της τεχνολογίας και η συχνότητα εμφάνισής τους στην παγκόσμια αγορά αυξάνεται με γρήγορους ρυθμούς. Οι επιχειρήσεις start up είναι νεοσύστατες και χαρακτηρίζονται ως νεοφυείς επιχειρήσεις, αλλά αυτό δε

σημαίνει πως οποιαδήποτε νεοσύστατη επιχείρηση μπορεί να χαρακτηριστεί και ως start up.

Ως νεοφυής επιχείρηση χαρακτηρίζεται η επιχείρηση η οποία δημιουργείται και αναπτύσσεται βεάσει ενός κλιμακούμενου επιχειρηματικού μοντέλου. Οι επιχειρήσεις startup προωθούν μία νέα υπηρεσία, μία ιδέα ή μία εφεύρεση και επιδιώκουν την ταχεία και ευρεία επίδραση στην αγορά. Οι εταιρίες startup προσφέρουν μια νέα ιδέα, μοναδική, απευθύνονται σε ένα ευρύ φάσμα επενδυτών, με εγγύηση την ταχεία ανάπτυξη και προωθούν το προϊόν ή την υπηρεσία τους, αναμένοντας μια γρήγορη απόδοση της επένδυση (Dewey, 2014).

Οι επιχειρήσεις start up έχουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και το σημαντικότερο χαρακτηριστικό τους είναι ο ρυθμός ανάπτυξής τους. Αυτές οι εταιρίες ιδρύονται και προορίζονται για ταχύτατη ανάπτυξη, σε σύγκριση με τις απλές νεοσύστατες εταιρίες. Για να μπορέσει μία εταιρία να χαρακτηριστεί ως startup θα πρέπει να έχει μεγάλο ρυθμό ανάπτυξης.

Ο όρος startup έχει εξελιχθεί επίσης σε ένα είδος περιβάλλοντος εργασίας που ορίζεται από έντονη αίσθηση της δυναμικής, με εκτεταμένες δυνατότητες καθώς και μια διαφορετική νοοτροπία, που επιδιώκει την αντροπή σε μια καθιερωμένη αγορά (Dewey, 2014).

Έχει καλλιεργηθεί μια γενικότερη κουλτούρα των νεοφυών επιχειρήσεων στην οποία στρέφονται ακόμη και οι μεγαλύτεροι επιχειρηματίες διεθνώς, κατανοώντας τις αξίες που υπηρετεί η επένδυση στην καινοτομία.

Η πραγματική προσπάθεια βελτιστοποίησης μίας ιδέας μπορεί ευκολότερα να συμβεί μέσα από μία εταιρία startup, διότι μέσα από την ταχύτατη διαδικασία ανάπτυξης αυτών των εταιριών μπορούν να αναλυθούν πραγματικά σημαντικές ιδέες για την επιχείρηση και να διαμορφωθούν ή να εξελιχθούν γρήγορα, εξαιτίας της παρουσίας της αναπτυξιακής πίεσης. αποτιμώνται υψηλότερα από ότι θα αξιολογούνταν από ένα συνηθισμένο επενδυτή. Οι νέες επιχειρήσεις έχουν υψηλά ποσοστά αποτυχίας, αλλά όσες από αυτές επιβιώνουν, εμφανίζουν υψηλότερο μέσο ρυθμό ανάπτυξης σε σύγκριση με τις παλαιότερες επιχειρήσεις (Ouimet and Zarutskie, 2014).

Οι επιτυχημένες νεοφυείς επιχειρήσεις παρουσιάζουν μεγαλύτερη δυνατοτητα επέκτασης σε σχέση με μια τυπική επιχείρηση, δεδομένου ότι μπορούν να αυξηθούν

ταγδαία με μικρή δαπάνη του κεφαλαίου και περιορισμένες ανάγκες σε εργατικό δυναμικό και εγκαταστάσεις. Πιθανοί επενδυτές έλκονται από το χαμηλό κόστος εκκίνησης, τον υψηλό κίνδυνο, τις υψηλές αποδόσεις και τις προοπτικές μεγένθυσης.

Η Ελλάδα αυτή τη στιγμή βρίσκεται μέσα στην καρδιά της οικονομικής κρίσης, η οποία έχει επηρεάσει όλη την Ευρώπη. Σαν οικονομία και κλάδος επενδύσεων, η Ελλάδα αποτελεί μία χώρα συντηρητική, η οποία δύσκολα θα πάρει το ρίσκο για τη δημιουργία νεοφυών επιχειρήσεων, η οποίες χαρακτηρίζονται από τεράστιο κίνδυνο αποτυχίας. Επιπλέον, είναι πολύ δύσκολο να βρεθεί η κατάλληλη χρηματοδότηση, η οποία σε αρκετές περιπτώσεις ανέρχεται σε εκατομμύρια δολάρια που δεν παραχωρούνται εύκολα. Αντίθετα, η προτίμηση των χρηματοδοτών της Ελλάδας στρέφεται κυρίως στις μικρές επιχειρήσεις και σε ιδέες που είναι ασφαλέστερες, ακόμη κι αν δεν αποφέρουν μεγάλα κέρδη. Μέχρι σχετικά πρόσφατα, ο όρος startup δεν ήταν γνωστός στη χώρα, συνεπώς οι τραπεζικοί και οι εξωτερικοί επενδυτές δεν ήταν ενημερωμένοι για τη δυνατότητα μίας τέτοιας χρηματοδότησης ή ακόμη κι αν ήταν, παραμένουν διστακτικοί προς μία τέτοια επένδυση. Οι τράπεζες της Ελλάδας έχουν ξεκινήσει τα πρώτα προγράμματα για επιχειρήσεις startup, αλλά θα περάσει αρκετός καιρός πριν επεκταθούν περαιτέρω.

Στην παρούσα έρευνα θελήσαμε να εξετάσουμε το περιβάλλον των επιχειρήσεων start-up στην Ελλάδα και να ανιχνεύσουμε παράγοντες από τους οποίους επηρεάζονται σε επίπεδο βιωσιμότητας.

Γι' αυτό το λόγο δημιουργήσαμε ένα εκτενές ερωτηματολόγιο που απαντήθηκε από ιδρυτές επιχειρήσεων start-up και οι απαντήσεις τους συλλέχθηκαν, επεξεργάστηκαν και αναλύθηκαν με το στατιστικό λογισμικό IBM SPSS έκδοσης 22. Η στατιστική δοκιμασία που προτιμήθηκε είναι η Pearson's chi square για κατηγοριοποιημένες μεταβλητές.

Η ανάλυσή μας απέφερε πολλές συσχετίσεις. Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα, οι επιχειρήσεις start-up ευδοκιμούν ιδιαίτερα σε περιόδους κρίσης και η Ελλάδα βρίσκεται αυτή τη στιγμή στην καρδιά της οικονομικής κρίσης. Σύμφωνα με την ανάλυσή μας, οι περισσότερες εταιρίες start-up που συμμετείχαν στην έρευνα, ιδρύθηκαν από το 2013 και έπειτα, με τις περισσότερες να ιδρύονται το 2015. Καθώς ο χαρακτήρας μίας καινοτόμου επιχείρησης είναι η μείωση του κόστους, έτσι και οι εγχώριες start-up επιχειρήσεις αναζητούν λύσεις που, μέσα από τις δραστηριότητες

και τα προϊόντα τους έχουν ως στόχο να καλυτερέψουν την ποιότητα ζωής των καταναλωτών, ιδιαίτερα της χώρας. Ένα καλό παράδειγμα αποτελούν οι επιχειρήσεις που σχετίζονται με τη γεωργία. Πλέον υπάρχουν πολλοί τρόποι να μεγαλώσει και να τυποποιηθεί η καλλιέργεια επιλογής, οι οποίοι είναι φιλικοί στο περιβάλλον και έχουν μικρότερο κόστος. Επιπλέον, η παγκόσμια αγορά είναι ανοιχτή σε νέα αγροτικά προϊόντα που προέρχονται από χώρες, όπως η Ελλάδα, λόγω της υψηλής τους ποιότητας. Όντως, 4 από τις 39 επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα, εξειδικεύονται στη γεωργία και εδράζουν όλες στην Επαρχία. Εφόσον υπάρχουν οικονομικά και χρηματοδοτικά κίνητρα γι' αυτές τις επιχειρήσεις, ο συγκεκριμένος τομέας μπορεί να ανθίσει στη χώρα μας. Παρόλα αυτά, η γεωργία, ως τομέας δεν είναι πρώτη στην προτίμηση των ιδρυτών, καθώς κυριαρχεί ο κλάδος της πληροφορικής, ο οποίος φέρει πολλά πλεονεκτήματα και ο κλάδος του τουρισμού, ο οποίος αποτελεί παραδοσιακό επιχειρηματικό κλάδο της χώρας μας, μιας και ανέκαθεν συνέβαλλε τα μέγιστα στο εισόδημα της χώρας. Ο κλάδος της πληροφορικής είναι ο κλάδος που αυτή τη στιγμή έχει τη μεγαλύτερη ζήτηση σε παγκόσμιο επίπεδο και αποτελεί μία καλή επιχειρηματική επιλογή από κάποιον που έχει μία καινοτόμο ιδέα, που σχετίζεται με τον κλάδο. Οι ιδρυτές της έρευνάς μας προτίμησαν να διαθέσουν το προϊόν τους στην παγκόσμια αγορά, μιας και η αγορά στο συγκεκριμένο τομέα είναι ήδη παγκοσμιοποιημένη. Είναι πολύ σημαντικό να σημειωθεί ότι οι ιδρυτές αυτών των επιχειρήσεων είναι κάτοχοι ανώτερων τίτλων σπουδών, δηλαδή Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών τίτλων. Οι ιδέες αυτών των ιδρυτών θεωρήθηκαν ως επιχειρήσεις υψηλού βαθμού καινοτομίας, γεγονός που δεν είναι παράξενο, διότι οι άνθρωποι ανώτερου μορφωτικού επιπέδου είναι πιθανότερο να γνωρίζουν τον τρόπο με τον οποίο κινείται η αγορά, τα προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίζει το κοινό, τι του λείπει και τι αποζητά ή τι δυσκολίες καλείται να λύσει ο κλάδος τους σε παγκόσμιο επίπεδο, δημιουργώντας το κατάλληλο προϊόν, ύστερα από εκτενή μελέτη και έρευνα. Επιπλέον, αναγνωρίζουν την ανάγκη συνεργασίας με άλλες ειδικότητες, όπως λογιστές, ειδικοί στο marketing και στη διαφήμιση και νομικοί. Είναι πολύ σημαντικό να παρουσιάζεται το παραγόμενο προϊόν ως κάτι απαραίτητο, προσελκύοντας περισσότερους καταναλωτές. Επιπλέον, θέματα όπως τα λογιστικά, θεωρούν ότι είναι καλύτερο να τα χειρίζεται κάποιος με την ανάλογη εκξειδίκευση, συμβάλλοντας στη δημιουργία επιπλέον θέσεων εργασίας.

Αντίστοιχα συμπεράσματα προκύπτουν και από τον τομέα του τουρισμού. Παρόλο που ο τουρισμός είναι μία βιομηχανία που στηρίζει δυναμικά την Ελληνική οικονομία επί σειρά ετών, είχε φτάσει στο σημείο που παράγονταν και καταναλώνονταν μαζικά, χωρίς να προσφέρει κάποια επιπλέον ποιότητα ή ιδιαίτερο χαρακτήρα. Οι καινοτόμες ιδέες που έχουν ως στόχο τους τον τουρισμό, μπορούν να ενισχύσουν ακόμη περισσότερο την Ελληνική οικονομία και τις θέσεις εργασίας, μετατρέποντας τους τουρίστες, από επισκέπτες της μίας φοράς, σε επαναλαμβανόμενους επισκέπτες. Ο τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί και σε άλλες διαστάσεις, προσελκύνοντας αυτούς που αναζητούν το παραδοσιακό και το ξεχασμένο. Με αυτόν τον τρόπο επεκτείνεται ο συγκεκριμένος τομέας και από εποχιακός γίνεται συνεχόμενος, με αποτέλεσμα να εισπράττει ένα συνεχόμενο εθνικό εισόδημα και να διατηρούνται θέσεις εργασίας καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Ένα πολύ σημαντικό σημείο της παρούσας έρευνας είναι η προέλευση της χρηματοδότησης των νεοφυών επιχειρήσεων. Αρχικά, θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων αυτών γίνεται κατά κύριο λόγο με ίδια κεφάλαια και κατά το δεύτερο ήμισυ μέσα από συμμετοχή σε διαγωνισμούς ή μέσω τραπεζικών δανείων. Από τις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα, μόνο μία κατάφερε να προσελκύσει επενδυτή. Αυτό σημαίνει ότι η πολιτεία δε στηρίζει τις καινοτόμες ιδέες και τους ενσαρκωτές τους όσο θα έπρεπε. Απεναντίας, οι ιδρυτές είναι αναγκασμένοι να δουλεύουν παράλληλα, για να μπορούν να κάνουν οικονομία, ώστε να πραγματοποιήσουν την ιδέα τους, αντλώντας συχνά από το οικογενειακό αποθεματικό, επιβαρύνοντας οικονομικά το άμεσο οικογενειακό τους περιβάλλον, για μία αμφίβολης βιωσιμότητας ιδέα.

Έπειτα, σε σχέση με την τοποθεσία της επιχείρησης και της χρηματοδότησής της, η έρευνά μας έδειξε ότι οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην επαρχία έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να χρηματοδοτηθούν σε σχέση με επιχειρήσεις που εδράζονται στην Αθήνα ή τη Θεσσαλονίκη, τις δύο μεγαλύτερες πόλεις. Αυτό το εύρημα μπορεί να εξηγηθεί με το γεγονός ότι ο τρόπος με τον οποίο καταμερίζονται τα ποσοστά προς χρηματοδότηση των διαγωνισμών επιτρέπουν μεγαλύτερα περιθώρια επιτυχίας σε υποψήφιους από την επαρχία, καθώς μπορεί να είναι λιγότεροι σε αριθμό, σε σύγκριση με τις δύο μεγάλες πόλεις.

Τέλος, οφείλουμε να σχολιάσουμε τα ευρήματά μας σε σχέση με τη γραφειοκρατία και τη φορολογία. Η έρευνά μας έδειξε ότι όσο περισσότερο καινοτόμος είναι μία επιχείρηση, τόσο μεγαλύτερη επίβλεψη έχει από το κράτος, μέσω της γραφειοκρατίας και της βαριάς φορολογίας. Αυτό σημαίνει πώς από τη μία τα δικαιολογητικά που πρέπει να καταθέσει οφείλουν να είναι πολλά, αλλά και επικυρωμένα ή εξασφαλισμένα για τη σιγουριά της επιχείρησης από πολλές πηγές. Με αυτόν τον τρόπο προσπαθούν να εξασφαλίσουν ότι η αποτυχία της επιχείρησης θα ελαχιστοποιηθεί. Όσον αφορά τη φορολογία, μιας και οι καινοτόμες ιδέες χαρακτηρίζονται και από μεγάλο ρίσκο, άρα και μεγάλο κέρδος, ο κρατικός μηχανισμός ίσως και να σκοπεύει να αδράξει μεγαλύτερο ποσοστό κρατικού εισοδήματος μέσα από τη φορολογία ή ακόμη και να εξασφαλίσει ότι όλες οι συναλλαγές και η διάθεση του προϊόντος γίνεται με τρόπο νόμιμο.

Συνολικά, τη στιγμή που νεοφυείς επιχειρήσεις ανθίζουν στην Ελλάδα, εν μέσω της οικονομικής ύφεσης, θα μπορούσαν να έχουν μία επιπλέον βοήθεια από το κράτος ή από τις τράπεζες, οι οποίες λειτουργούν ως επενδυτές. Παρέχοντας αυτήν την οικονομική στήριξη σε καινοτόμες ιδέες, ανοίγεται ο δρόμος προς την πραγματική ανάπτυξη. Εκτός από το εθνικό εισόδημα, το οποίο ενισχύεται, η αγορά αποκτά μεγαλύτερη δύναμη, δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας και η Ελλάδα σαν χώρα γίνεται περισσότερο ανταγωνιστική στην παγκόσμια αγορά.

Παράρτημα

Μελέτη Startup επιχειρήσεων στην Ελλάδα

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιείται στο πλαίσιο εκπόνησης διπλωματικής εργασίας και έχει σκοπό τη μελέτη των χαρακτηριστικών των Start Up επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Σας παρακαλώ πολύ να συμπληρώσετε αυτό το ανώνυμο ερωτηματολόγιο και όταν το ολοκληρώσετε, πατήστε (Υποβολή).

Η βοήθειά σας είναι πολύτιμη!



Ενότητα 1

Στοιχεία επιχείρησης

- 1. Επωνυμία Επιχείρησης** (προαιρετικό)
- 2. Αντικείμενο Δραστηριότητας** (υποχρεωτικό)
- 3. Έτος Ίδρυσης** (υποχρεωτικό)
Σε περίπτωση που η επιχείρηση τελικά δεν ιδρύθηκε συμπληρώστε την ημλνία υποβολής της ιδέας σας
- 4. Συνεχίζει η επιχείρηση τη λειτουργία της;** (υποχρεωτικό)
ΝΑΙ ΟΧΙ Παρέμεινε στο στάδιο της "Ιδέας"
- 5. Που βρίσκεται/βρισκόταν η έδρα της επιχείρησής σας;**
(προαιρετικό)
Αθήνα
Θεσσαλονίκη
Επαρχία
Εξωτερικό
- 6. Συνολικά χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης** (υποχρεωτικό)
0 1-3 >3
- 7. Αριθμός απασχόλησης εργαζομένων της επιχείρησης (πλην των ιδρυτών)** (υποχρεωτικό)
0 1-4 5-10 >10

Ενότητα 2

Στοιχεία Ιδρυτών

- 8. Αριθμός ιδρυτών** (υποχρεωτικό)
1-3 3-5 >5
- 9. Μέση ηλικία ιδρυτών** (υποχρεωτικό)
0-25 26-31 32-40 >40

10. Επίπεδο εκπαίδευσης ιδρυτών (υποχρεωτικό)

Πρωτοβάθμια Δευτεροβάθμια Τριτοβάθμια Μεταπτυχιακός τίτλος Διδακτορικό

11. Υπήρχε/υπάρχει στην ομάδα ιδρυτών ειδικότητα σύμφωνη με το αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησης; (υποχρεωτικό)

ΝΑΙ ΟΧΙ

12. Υπήρχε/υπάρχει ανάγκη συνεργασίας με ειδικότητες διαφορετικές από αυτές της ομάδας ιδρυτών;

ΝΑΙ ΟΧΙ

13. Εάν ναι, με ποιά; (προαιρετικό)

.....

14. Υπήρξε προϋπηρεσία ανάμεσα στους ιδρυτές με συναφή δραστηριότητα με αυτή της επιχείρησης ; (υποχρεωτικό)

0-1 2-3 3-5 >5

15. Παράλληλα με την επιχείρηση είχατε/έχετε άλλη εργασία ως κύρια; (προαιρετικό)

ΝΑΙ ΟΧΙ

16. Ποιος ήταν ο σκοπός ίδρυσης της επιχείρησης σας; (υποχρεωτικό)

*Μακροχρόνια ανεργία *Δεν ήμουν ικανοποιημένος με την εργασία μου * Θεωρώ την ιδέα μου αρκετά καινοτόμα *Πιστεύω πολύ στην ιδέα μου *Αύξηση του εισοδήματός μου * Άλλο

17. Ήταν/είναι η πρώτη απόπειρα σύστασης επιχείρησης η συγκεκριμένη;

ΝΑΙ ΟΧΙ

18. Πριν τη σύσταση της επιχείρησης καταρτίσατε κάτι από τα παρακάτω; (υποχρεωτικό)

*Business Plan *Πρόβλεψη χρηματοοικονομικών μεγεθών *Πρόβλεψη βασικών μεγεθών
* Άλλο

Ενότητα 3

Χρηματοδότηση/Πορεία επιχείρησης

19. Η καινοτομία των προϊόντων/υπηρεσιών της επιχείρησής σας

χαρακτηρίζεται ως: (υποχρεωτικό)

*Υψηλού βαθμού *Μεσαίου βαθμού *Χαμηλού βαθμού

20. Το προϊόν/υπηρεσία σας απευθύνεται στην: (υποχρεωτικό)

Εγχώρια Αγορά Παγκόσμια Αγορά

21. Έχετε λάβει χρηματοδότηση για την επιχείρησή σας; (υποχρεωτικό)

ΝΑΙ ΟΧΙ

22. Η χρηματοδότηση για το ξεκίνημα της επιχείρησής σας έγινε

από: (υποχρεωτικό)

*Ίδια κεφάλαια *Πρόγραμμα ΕΣΠΑ *Συμμετοχή σε διαγωνισμό
επιχειρηματικότητας *Τραπεζικό δανεισμό *Άλλο

23. Ποιο ήταν το ελάχιστο επίπεδο κεφαλαίων που

χρειαστήκατε/χρειάζεστε για τη σύσταση/έναρξη της

επιχείρησης: (υποχρεωτικό)

<10.000€ 10.000€-25.000€ 51.000€-100.000€ >100.000€

24. Για τις συναλλαγές της επιχείρησης σας

χρησιμοποιείτε/χρησιμοποιούσατε συστήματα διαδικτυακών

ηλεκτρονικών συναλλαγών; (υποχρεωτικό)

ΝΑΙ ΟΧΙ

25. Πως θα χαρακτηρίζατε την πορεία της επιχείρησής σας έως

τώρα; (υποχρεωτικό)

Πολύ κακή 1 2 3 4 5 Πολύ καλή

26. Αν η πορεία της επιχείρησης σας δεν ήταν ικανοποιητική μέχρι

τώρα, ποιά πιστεύετε πως ήταν η αιτία; (υποχρεωτικό)

*Έλλειψη καινοτομίας *Ωριμότητα ιδέας *Έλλειψη χρηματοδότησης *Έλλειψη
πνεύματος συνεργασίας *Γραφειοκρατία *Μη αποδοχή του προϊόντος/υπηρεσίας
από τους καταναλωτές *Έλλειψής έρευνα αγοράς *Έλλειψη εμπειρίας *Αστάθεια
στη πολιτική ζωή της χώρας *Οικονομική κρίση *Άλλο

27. Πόσο σας δυσκόλεψε η γραφειοκρατία στη διαδικασία ίδρυσης και λειτουργίας της επιχείρησής σας (υποχρεωτικό)

Καθόλου 1 2 3 4 5 Πολύ

28. Πόσο επιβαρύνει την επιχείρησή σας το ύψος των ασφαλιστικών εισφορών; (υποχρεωτικό)

Λίγο 1 2 3 4 5 Πολύ

29. Εάν η επιχείρησή σας δε βρίσκεται πλέον σε λειτουργία, σκοπεύετε να κάνετε κάποια νέα επιχειρηματική απόπειρα στο μέλλον;

ΝΑΙ ΟΧΙ

30. Εάν ναι, τι διαφορετικό θα κάνατε αυτή τη φορά;

.....

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΟΛΥ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

1. Γκαγκάτσιος Ι. “Καινοτομία–Επιχειρηματικότητα–Επιχειρήσεις”, 2011
2. Πετράκης Π. “Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη”,1996

Ξένη Βιβλιογραφία

1. Abor, J; & Biekpe, N; (2007) “Small Business Reliance on Bank Financing in Ghana”, Emerging Markets Finance and Trade, vol. 43, no. 4, pp. 93–102.
2. Alexy, O. T., Block, J. H., Sandner, P., & Ter Wal, A. L. (2012). Social capital of venture capitalists and start-up funding. *Small Business Economics*, 39(4), 835-851.
3. Alexy, T, O; Block, H, J; Sandner, P; & Ter Wal, J, L, A, (2012), “Social capital of venture capitalists and start-up funding”, *journal of Small Business Economics*, 39:835–851
4. Allen, J. C., & Malin, S. (2008). Green entrepreneurship: a method for managing natural resources?. *Society and Natural Resources*, 21(9), 828-844.
5. Antončič, Boštjan & Hisrich, R.D. (2003), « Clarifying the Intrapreneurship Concept », *Journal of Small Business and Enterprise Development* ; 10 (1), p. 7-24

6. Atherton, A; Cases of start-up financing an analysis of new venture capitalization structures and patterns, 2010, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research Vol. 18 No. 1, pp. 28-47
7. Baumol, W. J. (2010). The microtheory of innovative entrepreneurship. Princeton University Press.
8. Berger, A. N, & Schaeck, k; (2011), “Small and Medium-Sized Enterprises, Bank Relationship Strength, and the Use of Venture Capital” Journal of Money, Credit and Banking, Vol. 43.
9. Blank S. (2013), “Why the Lean Start-Up changes Everything “Harvard Business Review, Vol. 91 Issue 5, pp. 63-72
10. Brazeal, D. V., & Herbert, T. T. (1999). The genesis of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(3), 29-29.
11. Bruyat, C. & Julien, P.A. (2000). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16, 165–180
12. Cassar G., (2014), “Industry and startup experience on entrepreneur forecast performance in new firms”, *Journal of Business Venturing* 29 pp. 137-151.
13. Chavis, W, L; Klapper, F, L; & Love, I; (2011), “The Impact of the Business Environment on Young Firm Financing”, *The world bank economic review* ,vol. 25, no. 3, pp. 486–507
14. Cowling, M; Liu, W; & Ledger, A; (2012), “Small business financing in the UK before and during the current financial crisis” *International Small Business Journal* 30(7) 778–800
15. Davila, A., & Foster, G. (2007). Management control systems in early-stage startup companies. *The Accounting Review*, 82(4), 907-937.

16. Davila, A., Foster, G., & Gupta, M. (2003). Venture capital financing and the growth of startup firms. *Journal of business venturing*, 18(6), 689-708.
17. Deakins D., Freel M., 2007, *Business Management*, Αθήνα, Κριτική
18. Dees, J. G. (1998). The meaning of social entrepreneurship.
19. Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
20. Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship practices and principles*. AMACON.
21. Du, J; & Girma, S; (2012), “Firm Size, Source of Finance, and Growth - Evidence from China”, *International Journal of the Economics of Business*
22. Eckhardt JT and Shane SA, (2003), *Opportunities and Entrepreneurship*, *Journal of Management* 29: 333, DOI: 10.1177/014920630302900304
23. Festel G., Wurmseher M. and Cattaneo G., (2013), “Valuation of Early Stage High-tech Start-up Companies”, *International Journal of Business*, 18 (3), pp. 217-235.
24. Florin, J; Dino, R; & Huvaj, N, M; (2013), *Research on angel investing: a multilevel framework for an emerging domain of inquiry*, *An International Journal of Entrepreneurial Finance*
25. Hillier, D.J. and Clacher, I. and Ross, S. and Westerfield, R. and Jaffe, J. & Jordan, B. (2011) “Fundamentals of corporate finance”.
26. Kirzner, I. M. (2015). *Competition and entrepreneurship*. University of Chicago press.
27. Kloosterman, R., & Rath, J. (2006). Mixed embeddedness as a conceptual framework for exploring immigrant entrepreneurship. *Eurex Lecture*, 8, 111-135.

28. Laderman L., Laduc S., (2014), “Slow Business startups and the Job recovery”, FRBSF Economic Letter
29. Leach, C, J; & Melicher, W, R; (2012), Entrepreneurial Finance.
30. Leifer, R., McDermott, C. M., O’Connor, G. C., Peters, L. S., Rice, M., & Veryzer, R. W. (2000). Radical innovation. Harvard Business School Press, Boston.
31. LiPuma, A, J; and Park, S; (2013), “Venture Capitalists’ Risk Mitigation of Portfolio Company Internationalization”, Entrepreneurship, Theory and Practice
32. Ouimet, P., & Zarutskie, R. (2014). Who works for startups? The relation between firm age, employee age, and growth. *Journal of financial Economics*, 112(3), 386-407.
33. Petraki Kottis, A. (1996). Women in management and the glass ceiling in Greece: an empirical investigation. *Women in Management Review*, 11(2), 30-38.
34. Petrakis, P. E. (2014). The construction of opportunity entrepreneurship function. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(2), 207-230.
35. Ries E., 2011, “The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses”, New York, Crown.
36. Robb, M, A; & Robinson, T, D; (2012), “The Capital Structure Decisions of New Firms, The Society for Financial Studies”, Oxford University Press
37. Rocca, L, M, & Rocca, L, T; & Cariola, A, (2011), “Capital structure decisions during a firm’s life cycle”, *Journal of Small Business Economics*

38. Schumpeter, J.A., 1934. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Harvard University Press, Cambridge, MA
39. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
40. Smallbone, D; Deakins, D; Battisti, M; &Kitching, J; (2012) “Small business responses to a major economic downturn: Empirical perspectives from New Zealand and the United Kingdom”, *International Small Business Journal* 30
41. Sofouli, E., & Vonortas, N. S. (2007). S&T Parks and business incubators in middle-sized countries: the case of Greece. *The Journal of Technology Transfer*, 32(5), 525-544.
42. Sommer, S. C., Loch, C. H., & Dong, J. (2009). Managing complexity and unforeseeable uncertainty in startup companies: An empirical study. *Organization Science*, 20(1), 118-133.
43. Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (2007). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. In *Entrepreneurship* (pp. 155-170). Springer Berlin Heidelberg.
44. Tan, Y; Huang, H & Lu, H; (2013), “ The Effect of Venture Capital Investment, Evidence from China’s Small and Medium-Sized Enterprises Board”, *Journal of Small Business Management*
45. Tariq T., (2013), “Start-up Financing”, 1st IBA Bachelor Thesis Conference, June 27th, Ensched, The Netherlands
46. Tellis, G. J., Prabhu, J. C., & Chandy, R. K. (2009). Radical innovation across nations: The preeminence of corporate culture. *Journal of marketing*, 73(1), 3-23.

47. Van Gelderen, M., Thurik, R., & Bosma, N. (2005). Success and risk factors in the pre-startup phase. *Small Business Economics*, 24(4), 365-380.
48. Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*, 3(1), 119-138.
49. Yartey, A, C; (2011); “Small business finance in Sub-Saharan Africa: the case of Ghana”, *Management Research Review* Vol. 34 No. 2, pp. 172-185

Διαδικτυακοί Τόποι

<http://ergoq.gr>

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

<http://startup.gr>

<http://hellenicstartups.gr/>

<http://www.espa.gr>

<http://www.fortunegreece.com/photo-gallery/i-ellinikes-startups-pou-xechorisan-to-2015/#6>

<http://news247.gr/eidiseis/weekend-edition/oi-ellhnikes-startups-poy-elampsan-to-2014.3218383.html>

<https://www.workable.com/>

<http://startupper.gr/cookisto-forky-openfund/>

