



**ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ / ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ**

**Πτυχιακή εργασία  
«ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΕΟΦΥΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
(START-UPS) ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ»**

**ΦΩΤΙΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ Α.Μ. 16009**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΝΤΟΒΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ**

**ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ, 2018**



## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Με την ευκαιρία της εκπόνησης της παρούσας εργασίας θα επιθυμούσα να εκφράσω τις ειλικρινείς και θερμές ευχαριστίες μου στον υπεύθυνο και συντονιστή καθηγητή, που επόπτευσε τη συγγραφή της εργασίας, προσφέροντάς μας καθοδήγηση και ουσιώδεις συμβουλές, καθώς και συνεχή ενθάρρυνση μέχρι και την ολοκλήρωσή της, τον Ντόβα Δημητριο.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός: η παρούσα εργασία έχει σαν σκοπό τη βιβλιογραφική ανασκόπηση των δυνατοτήτων ανάπτυξης νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα εντός της οικονομικής κρίσης καθώς και τη διερεύνηση των απόψεων των υπεύθυνων μεντόρων σχετικά με τις νεοφυείς επιχειρήσεις.

Μεθοδολογία: για την υλοποίηση της μελέτης χρησιμοποιήθηκε η ποσοτική ανάλυση δεδομένων μέσω ερωτηματολογίου το οποίο αποτελούνταν από 10 ερωτήσεις των οποίων η λήψη απαντήσεων επήλθε αφότου το ερωτηματολόγιο εστάλη σε διάφορα ελληνικά forum μεντόρων startup επιχειρήσεων.

Αποτελέσματα: οι Έλληνες μέντορες θεωρούν ως βασικότερο κίνητρο για τη δημιουργία μιας start-up επιχείρησης την αξιοποίηση μιας ιδέας από τον επιχειρηματία . Το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων απάντησε πως μάλλον συμφωνεί με το ότι είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, λόγω της τρέχουσας οικονομικής κρίσης .Οι περισσότεροι μέντορες πιστεύουν ότι μπορεί να ενισχυθεί η ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα μέσω της μειωμένης φορολογίας για κάποιο αρχικό χρονικό διάστημα κατά την δημιουργία της επιχείρησης

Λέξεις-Κλειδιά: μέντορες, οικονομική κρίση, νεοφυείς επιχειρήσεις



## **ABSTRACT**

**Purpose:** The present study aims at a bibliographic review of the potential for the development of new enterprises in Greece during the economic crisis as well as the exploration of the responsible mentors' views on the start-ups.

**Methodology:** Quantification of data using a questionnaire consisting of 10 questions that were answered after the questionnaire was sent to various Greek startup business mentors forums was used to implement the study.

**Results:** Greek mentors consider the creation of a start-up business as a key incentive for the exploitation of an idea by the entrepreneur. The majority of respondents replied that they probably agree that it is difficult to start one's own business because of the current economic crisis. Most mentors believe that the development of innovation and startups in the country through the reduced an initial period when creating the business

**Key words:** mentors, economic crisis, start-ups

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ .....</b>	<b>3</b>
<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....</b>	<b>4</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>5</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 .....</b>	<b>8</b>
<b>ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΝΕΟΦΥΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ .....</b>	<b>8</b>
<b>1.1 ΓΕΝΙΚΑ .....</b>	<b>8</b>
<b>1.2 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....</b>	<b>9</b>
<b>1.3 ΣΤΟΧΟΙ.....</b>	<b>10</b>
<b>1.4 ΟΡΙΣΜΟΙ,ΑΝΑΛΥΣΗ.....</b>	<b>11</b>
<b>1.5 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΙΑ ΝΕΟΦΥΟΥΣ (START-UP) ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....</b>	<b>13</b>
<b>1.5.1 Η ΙΔΕΑ .....</b>	<b>15</b>
<b>1.5.2 ΟΜΑΔΑ.....</b>	<b>17</b>
<b>1.5.3 Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΟ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑ .....</b>	<b>19</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 .....</b>	<b>21</b>
<b>ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΣΕ ΝΕΟΦΥΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>21</b>
<b>2.2 ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΚΑΙ START-UP ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ .....</b>	<b>22</b>
<b>2.3 Η ΔΗΜΟΣΙΑ ΠΗΓΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3.1 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΜΕΣΩ ΕΣΠΑ .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3.2 ΕΘΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ &amp; ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ (Ε.Τ.Ε.ΑΝ) ....</b>	<b>24</b>
<b>2.4 ΑΤΥΠΟΙ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ.....</b>	<b>25</b>
<b>2.4.1 ΈΝΝΟΙΑ .....</b>	<b>25</b>
<b>2.4.2 ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΤΥΠΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ .....</b>	<b>26</b>
<b>2.5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΜΕ ΚΕΦΑΛΑΙΑ ( VENTURE CAPITAL) .</b>	<b>27</b>
<b>2.5.1 ΤΙ ΟΡΙΖΕΙ ΤΟ VENTURE CAPITAL .....</b>	<b>27</b>
<b>2.5.2 ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΜΕ VENTURE CAPITAL.....</b>	<b>28</b>
<b>2.5.3 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ VENTURE CAPITAL.....</b>	<b>29</b>
<b>2.6 ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ ΑΓΓΕΛΟΙ (BUSINESS ANGELS).....</b>	<b>30</b>
<b>2.6.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ .....</b>	<b>30</b>
<b>2.6.2 BUSINESS ANGELS ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....</b>	<b>31</b>
<b>2.7 ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ (LEASING).....</b>	<b>32</b>
<b>2.8 ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ (FACTORING) .....</b>	<b>34</b>

2.8.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ,ΣΚΟΠΟΙ ΤΟΥ FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ .....	34
2.8.2 ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	36
2.9 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ CROWDFUNDING .....	37
2.9.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ CROWDFUNDING ;.....	37
2.9.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ CROWDFUNDING .....	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 .....	40
ΙΔΡΥΜΑΤΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΝΕΟΦΥΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ .....	40
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	40
3.2 ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ & START-UPS .....	41
3.2.1 ΤΑ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ .....	42
3.2.2 ΤΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ ΩΣ ΜΕΣΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ START-UP ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....	43
3.2.3 ΚΕΝΤΡΑ ΈΡΕΥΝΑΣ & ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ .....	44
3.2.4 ΧΩΡΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΟΙ (CO-WORKING SPACES).....	45
3.3 ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ .....	47
3.4 MENTORING .....	48
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 .....	49
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	49
4.1 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	49
4.2 ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	50
4.3 ΔΕΙΓΜΑ.....	51
4.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ .....	52
4.5 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ.....	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 .....	54
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	54
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	76
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	78
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	80
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.....	82
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ .....	82

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

### ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΝΕΟΦΥΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

#### 1.1 ΓΕΝΙΚΑ

Την τελευταία δεκαετία η παγκόσμια κοινότητα μαστίζεται από την οικονομική κρίση. Το γεγονός αυτό όπου ξεκίνησε από την χρηματοπιστωτική κρίση του 2007 από τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής με την αδυναμία εξυπηρέτησης στεγαστικών δανείων και συνεχίστηκε στην Ευρώπη το 2009 με την λεγόμενη κρίση χρέους, οδήγησε σε βαθιές ανακατατάξεις στο οικονομικό περιβάλλον. Από αυτό φυσικά δεν εξαιρέθηκε η Ελλάδα όπου το χρέος της το 2009 ήταν μη βιώσιμο και η αξιοπιστία της στις διεθνείς αγορές κλονίστηκε σημαντικά.

Η συρρικνωμένη αυτή οικονομία, αποτυπωμένη σε αριθμούς, όπου το Α.Ε.Π. βρίσκεται μειωμένο στα χρόνια της κρίσης κατά 30% περίπου, η ανεργία στους νέους κάτω των 25 ετών βρίσκεται στο 50% και η γενικότερη ανεργία στο 23,1 (Ελληνική Στατιστική Αρχή 2016) συμπεριλαμβανομένης και της ανθρωπιστικής κρίσης αποδεικνύει την ανάγκη ανάδειξης ενός μοντέλου ανάπτυξης για την οικονομία.

Η νεοφυής επιχειρηματικότητα, με την ανάδειξη των start-ups εταιρειών θα μπορούσε να είναι το κίνητρο για ανάπτυξη τα επόμενα χρόνια. Οι start up επιχειρήσεις θα μπορούσαν να βοηθήσουν ώστε να βγει η Ελλάδα από την κρίση. Μάλιστα, το καλό είναι πως πρόκειται για μια βιομηχανία η οποία μπορεί να αναπτυχθεί πολύ σύντομα, εκτιμά ο Rafi Nave, Διευθυντής του Technion-wide Entrepreneurship Center. ([Capital.gr](http://Capital.gr))

Αυτή λοιπόν η μορφή νεοφυούς επιχειρηματικότητας μπορεί να δώσει τις απαραίτητες θέσεις εργασίας και την ανάπτυξη που έχει ανάγκη η χώρα αλλά και η νέα γενιά ούτως ώστε να μην υπάρξει άλλη διαρροή νέων στο εξωτερικό. Αυτό μπορεί να γίνει καθώς οι νέοι άνθρωποι ως 30 ετών, οι οποίοι κατέχουν πτυχίο ποσοστό 71% στην Ελλάδα βλέπουν θετικά την επιχειρηματικότητα.

## 1.2 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η οικονομική κρίση ή κρίση χρέους στην Ελλάδα ξεκίνησε στα τέλη του 2009 όπου το έλλειμμα ήταν πολύ πιο μεγάλο από αυτό που θα το καθιστούσε βιώσιμο. Ήταν αναγκαία μια προσαρμογή στο χρέος και να μειωθούν τα δημοσιονομικά ελλείμματα. Εκείνη την περίοδο η αξιοπιστία της χώρας στις παγκόσμιες αγορές είχε κλονιστεί τόσο που δεν μπορούσε πλέον να δανειστεί. Απο το 2010,ήδη η χώρα μπήκε στον μηχανισμό στήριξης και έπρεπε να δανειστεί αλλά με μέτρα λιτότητας τα οποία στη συνέχεια ήταν καταστροφικά για την οικονομία.

Σε μια οικονομική κρίση δημιουργούνται τα προβλήματα όχι μόνο στη ρευστότητα, αλλά και στο κοινωνικό επίπεδο, όπως στην υποβάθμιση της υγείας και της παιδείας ,του περιβάλλοντος και στην αύξηση των κοινωνικών ανισοτήτων. Μέσα σε αυτό το κλίμα, λόγω και των μέτρων που επέφεραν αρκετοί νέοι επιστήμονες έφυγαν και με την πολύ υψηλή φορολόγηση αρκετές επιχειρήσεις έφυγαν από την χώρα. Σύμφωνα με στοιχεία της ΓΣΕΒΕΕ κάνουν λόγο για πάνω από 100.000 επιχειρήσεις οι οποίες έχουν κλείσει τη διετία 2011-2012, ενώ έχουν χαθεί περίπου 500.000 θέσεις απασχόλησης. Επίσης στο έτος 2012,που αποτελεί τη δεύτερη χρονιά της βαθιάς ύφεσης στην χώρα γίνεται λόγος ότι περισσότερες από 56.000 επιχειρήσεις εξαφανίστηκαν από την αγορά. Πολλές πολυεθνικές επιχειρήσεις ,αποφάσισαν να μεταναστεύσουν για καλύτερες οικονομικά για αυτές συνθήκες σε αναπτυσσόμενες χώρες όπως η Βουλγαρία και έτσι ελάχιστες επιχειρήσεις παρέμειναν([www.forbes.com](http://www.forbes.com)).

### 1.3 ΣΤΟΧΟΙ

Στόχος αυτής της εργασίας είναι να αναλυθεί και να μελετηθεί αυτό το μοντέλο νεοφυούς επιχειρηματικότητας των start-ups μελετώντας αρχικά τι είναι, τι πρεσβεύει αλλά και τις δυνατότητες για να γίνει ένα τέτοιο εγχείρημα καινοτόμας νεοφυούς επιχείρησης από άτομα

.Στο κεφάλαιο παρακάτω θα αναλύσουμε πως ορίζεται μια νεοφυής (start-up) επιχείρησης και στα Κεφάλαια 2 και 3 θα αναλυθούν εκτενέστερα οι τρόποι για να γίνει πράξη, δηλαδή η χρηματοδότηση ,οι τρόποι εύρεσης πόρων προς την υλοποίηση της ιδέας αλλά και διάφορα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών που ασχολούνται με τέτοια εγχειρήματα. Στη συνέχεια, θα αναλυθεί η επιχειρηματικότητα των νέων στην ελληνική επικράτεια αλλά και τα παραδείγματα τέτοιων start-up επιχειρήσεων που υπάρχουν στην Ελλάδα αυτή τη στιγμή και είναι χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτού του επιτεύγματος.

Θα αναλυθεί ωστόσο η ερευνητική διάσταση των start-up εταιρειών βάσει ερευνητικών δεδομένων,τα συμπεράσματα που υπάρχουν από αυτά και οι μελλοντικές πιθανότητες ανάπτυξης του μοντέλου αλλά και της νεοφυούς επιχειρηματικότητας στο μέλλον.

## 1.4 ΟΡΙΣΜΟΙ,ΑΝΑΛΥΣΗ

Για να κατανοηθεί πλήρως όμως αυτό το μοντέλο επιχειρηματικότητας πρέπει να αναλυθεί ακριβώς το τι ορίζεται ως νεοφυής επιχείρηση ή αλλιώς start-up επιχείρηση και ποια είναι αυτά τα χαρακτηριστικά που την ανάγουν ως νεοφυή.

Νεοφυής επιχείρηση είναι μία επιχείρηση ή προσωρινός οργανισμός που έχει στόχο να αναπτύξει ένα κλιμακούμενο επιχειρηματικό μοντέλο. Οι εταιρείες αυτές ήρθαν πρόσφατα στο προσκήνιο και βρίσκονται σε στάδιο ανάπτυξης και έρευνας για τις περισσότερες αγορές, σύμφωνα με την επίσημη έννοια του όρου.

Ο Paul Graham, ιδρυτής μιας από τις κορυφαίες νεοφυείς επιχειρήσεις του κόσμου, ορίζει ως νεοφυή επιχείρηση "την εταιρεία που έχει σχεδιαστεί ώστε να αυξηθεί ταχύτατα. Το να είναι μια επιχείρηση νεοσύστατη δεν σημαίνει ότι εντάσσεται στα πλαίσια της νεοφυούς. Το μόνο σημαντικό πράγμα για μια νεοφυή επιχείρηση είναι ο ρυθμός ανάπτυξης."

Όπως επίσης ο Graham εξηγεί, μια νεοσύστατη εταιρεία είναι μια εταιρεία σχεδιασθεί για να κλιμακώνεται πολύ γρήγορα. Είναι αυτή η έμφαση στην ανάπτυξη χωρίς περιορισμούς από τη γεωγραφία που διαφοροποιεί ξεκινήματα από μικρές επιχειρήσεις. Ένα εστιατόριο σε μια πόλη δεν είναι μια εκκίνηση, ούτε είναι ένα franchise μια νεοσύστατη εταιρεία. (:www.forbes.com

Σύμφωνα με τον Δημήτρη Τσίγκο, Πρόεδρο της Ευρωπαϊκής Συνομοσπονδίας Νέων Επιχειρηματιών "Yes for Europe" καθώς και ο ιδρυτή της Ελληνικής Ένωσης Νεοφυών Επιχειρήσεων ,Νεοφυής είναι οποιαδήποτε επιχειρηματική δραστηριότητα η οποία βασικά έχει τρία χαρακτηριστικά:

- Είναι νέα, Είναι καινοτόμος, έχει ταχεία ανάπτυξη – Ή έχει προοπτικές ταχείας ανάπτυξης. Ακόμα σύμφωνα με τον ίδιο Νεοφυής είναι η επιχείρηση που ο λόγος ύπαρξής της είναι να προσφέρει μια καινοτόμο λύση σε ένα πρόβλημα ή μια επιθυμία των πελατών της και που στοχεύει να αναπτυχθεί δημιουργώντας αξία για τους πελάτες, τους μετόχους και τους εργαζομένους της.

Ο Steve Blank , ως ακαδημαϊκός και ιδρυτής startup στην Silicon Valley των Η.Π.Α, αλλά και συγγραφέας του βιβλίου ο "A Startup's Manual" έχει δώσει τον πλέον διαδεδομένο ορισμό του τι είναι μια start-up (νεοφυής) επιχείρηση: Πρόκειται για έναν προσωρινό οργανισμό, ο οποίος βρίσκεται σε αναζήτηση ενός επιχειρηματικού μοντέλου, το οποίο πρέπει να έχει δύο βασικά χαρακτηριστικά: να είναι επαναλαμβανόμενο και επεκτάσιμο.

Και επεξηγεί ο Neil Blumenthal, συνιδρυτής και συν-διευθύνων σύμβουλος της Warby Parker. "Μια start-up είναι μια εταιρεία που εργάζεται για την επίλυση ενός προβλήματος όπου η λύση δεν είναι προφανής και η επιτυχία δεν είναι εγγυημένη".

Στην χώρα μας, ο όρος start up επιχείρηση ορίζεται από την έννοια της νεοφυούς επιχείρησης .Ο όρος νεοφυής αποδεικνύει και την ουσία των start up εταιρειών δηλαδή τις τεράστιες προοπτικές ανάπτυξης που έχουν και τον γρήγορο ρυθμό στην ανάπτυξή τους στην υπάρχουσα αγορά ή δημιουργώντας προοπτικές για μια νέα αγορά ,λόγω της καινοτομίας που τις διακατέχει.  
([www.forbes.com](http://www.forbes.com))



## 1.5 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΙΑ ΝΕΟΦΥΟΥΣ (START-UP) ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Οι νεοφυείς ή αλλιώς start-up επιχειρήσεις διατηρούν κάποια χαρακτηριστικά που τις κάνουν να ξεχωρίζουν σε αντίθεση με μία κλασική επιχείρηση.

Η αρχική μορφή αυτού του επιχειρηματικού επιτεύγματος, μένει ως προσωρινή, καθώς βάσει του πλάνου που επενδύεται αυτή η επιχείρηση θα μεταβληθεί σε μια κανονική επιχείρηση με υποχρεώσεις όπως όλες οι επιχειρήσεις. Το διάστημα αυτό που θεωρείται μια επιχείρηση ως start-up δεν ξεπερνά τα δύο έτη. Και αυτό γίνεται, διότι μετά η επιχείρηση θα πρέπει να αποκτήσει μια νομική μορφή.

Είναι λοιπόν η στιγμή, όπου με την υλοποίηση της ιδέας μέσω της επένδυσης και του πλάνου που δημιουργήθηκε από τους ιδρυτές η νεοφυής αυτή επιχείρηση θα πάρει μία νομική μορφή. Οι συνηθέστερες από αυτές τις μορφές είναι η Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε) ή ως Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε), δεδομένου ότι υπάρχουν και περισσότεροι στο δημιούργημα αυτό.

Ωστόσο, οι επιχειρήσεις αυτές διαθέτουν ως βασικό χαρακτηριστικό την καινοτομία. Η δημιουργία ή ακόμα και η ύπαρξη τους βασίζεται στην προσφορά μιας λύσης σε ένα πρόβλημα και στη συνέχεια στην επίλυση αιτημάτων των υφιστάμενων πελατών της πάνω στις υπηρεσίες ή στα προϊόντα της. Συνήθως αυτό το χαρακτηριστικό είναι για την πλειοψηφία των νεοφυών(start-up) επιχειρήσεων όπου αφορούν υπηρεσίες τεχνολογίας (π.χ.Εφαρμογές σε κινητά ή tablets).Η καινοτομία σε συνδυασμό με το κέρδος παίζουν έναν σημαντικότατο ρόλο για την start-up νεοφυή επιχείρηση. Αυτό κερδίζεται κυρίως και από την στελέχωσή της από νέα άτομα ,γεμάτα ικανότητες και δεξιότητες.

Στην Ευρώπη, όπως και στην χώρα μας ο όρος start-up ή νεοφυής επιχείρηση μπορεί να περιγράψει αυτές τις εταιρείες που με υψηλή ανάπτυξη κατά το διάστημα λειτουργίας τους, κυρίως μέσα σε τεχνολογικό υπόβαθρο επιδιώκουν να δημιουργήσουν μια νέα αγορά. Μέσω της καινοτομίας σε μια κορεσμένη αγορά και με συνθήκες ύφεσης προσπαθούν να κερδίσουν έδαφος στο μερίδιο της αγοράς.

Κάποιες από αυτές τις εταιρείες, κατά πλειοψηφία ξεκινούν από το μηδέν, δηλαδή χωρίς κάποια χρηματοδότηση. Υπάρχουν παραδείγματα εξ'αυτων που αποτελούν τέτοιες περιπτώσεις. Για παράδειγμα μία start-up-νεοφυής επιχείρηση είναι και μια εφαρμογή για υπολογιστές. Κάποιες δημιουργήθηκαν χωρίς κάποια χρηματοδότηση και απευθύνθηκαν σε ένα μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού, μέσω της ανάπτυξης της τεχνολογίας των υπολογιστών και κυρίως του Ίντερνετ.

Μολονότι οι νεοφυείς αυτές επιχειρήσεις που ασχολούνται με την τεχνολογία θεωρούνται start-ups ωστόσο δεν καθορίζεται ως αντικείμενο μόνο αυτό. Αυτό όμως που την διαφοροποιεί από μία εκάστοτε κλασική εταιρεία είναι η ίδια η φιλοσοφία της :

Το γεγονός ότι προβάλλεται η αποδοτικότητα και η καινοτομία και δεν αναδεικνύεται η λογική της ποιότητος, αλλά μια μορφή ευέλικτου περιβάλλοντος που θα αναδείξει μια ιδέα, ένα project όπως ονομάζεται είναι και η διαφορά της ως μοντέλο.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα σε αυτό αποτελεί και η φιλοσοφία μιας υπάρχουσας εταιρείας, πασίγνωστης στο χώρο του διαδικτύου : Η Google. Η φιλοσοφία της Google, δείχνει πως παίζει ρόλο η αποδοτικότητα και το ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον. Οι παροχές που δίνονται στους υπαλλήλους της δίνουν τη δυνατότητα να αναπτύξει νέες ιδέες μέσα από τις συνεργασίες των μηχανικών και των σχεδιαστών, καθώς αναφέρει ο ο Στήβ Βρανάκης. Ο οποίος αυτή τη στιγμή, είναι διευθυντής στο Δημιουργικό Εργαστήριο (Creative Lab) της Google.

Αυτό είναι ένα από τα κυριότερα χαρακτηριστικά μίας νεοφυούς start-up επιχείρησης ,να δημιουργηθεί και να υλοποιηθεί μία ιδέα από κάποια άτομα και να κερδίσει κάποιο κοινό (Davies et, al. 2004).

### 1.5.1 Η ΙΔΕΑ

Για την αρχή μιας νεοφυούς επιχείρησης, μεγάλο ρόλο παίζει η κεντρική ιδέα που θα καθορίσει το πλάνο για την τελική απόφαση. Αυτό αποτελεί το σύνθημα στην όλη διαδικασία διότι πρέπει να διαμορφωθεί ο τρόπος υλοποίησης της. Η ιδέα αυτή μπορεί να αποτελέσει την ευκαιρία για να ξεκινήσει το εγχείρημα.

Όπως στον περισσότερο κόσμο, έτσι και στην Ελλάδα σε ένα σύστημα ελεύθερης αγοράς και λόγω των μεταβαλλόμενων συνθηκών δημιουργούνται σε ένα τέτοιο πλαίσιο ευκαιρίες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως επιχειρηματικά πλάνα.

Υπάρχει όμως μια σαφέστατη διαφοροποίηση ανάμεσα σε μια ιδέα και σε μια ευκαιρία όπου μπορεί να είναι ασαφής.

Μια ιδέα λοιπόν μπορεί να είναι επιχειρηματική ως ευκαιρία έχοντας κάποια βασικά σημεία αναφοράς

- i. Όταν δημιουργούν ή προσθέτουν σημαντική αξία για έναν πελάτη ή τον χρήστη
- ii. Δίνουν μια λύση στο πρόβλημα της αγοράς, κάτι που μπορεί να αποτελεί ως κενό
- iii. Υπάρχει η ανάγκη για το προϊόν ή την υπηρεσία αυτή και οι πελάτες είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν για αυτήν
- iv. Υπόσχονται περιθώρια στο κέρδος και συνολικής κερδοφορίας τα οποία μπορούν να αποδειχθούν
- v. Οι ιδρυτές της, και η ομάδα διαθέτουν εμπειρία στο αντικείμενο που συνάδει με την ευκαιρία.

(Dobrow et.al. 2011)

Βάσει αυτών μπορεί μια ιδέα να υλοποιηθεί από την ομάδα που ενδέχεται να είναι και οι ιδρυτές αυτής της καινούργιας start-up επιχείρησης.

Συνεπώς η ιδέα αποτελεί την χαρακτηριστικότερη ουσία για την δημιουργία μιας νεοφυούς επιχείρησης. Αυτή η ιδέα, αποτελεί μια ευκαιρία όπου μέσα από τον αριθμό πελατών που απευθύνεται μέσα στην αγορά, δημιουργείται το συμπέρασμα ότι αυτός ο αριθμός πελατών χρειάζεται το προϊόν ή την υπηρεσία αυτή που προσφέρεται. Αποτελεί δηλαδή ένα είδος ανάγκης και δίνει λύση στο πρόβλημα του πελάτη. Αυτό του δημιουργεί την ανάπτυξη μιας start-up επιχείρησης, όπου θα δώσει την δέουσα σημασία και προσοχή στο πρόβλημα του πελάτη. Αυτό είναι χαρακτηριστικό και σε επιτυχημένες ήδη επιχειρήσεις όπου πρώτα βλέπουν

την όποια επιθυμία των πελατών και παρουσιάζουν ένα ανταγωνιστικό πακέτο σε αυτή την ευκαιρία στην αγορά.

Αυτή λοιπόν η ιδέα που παρουσιάζει μια καινοτομία ενδέχεται να είναι μη λειτουργική. Μια μη λειτουργική ιδέα μπορεί να μην αποτελεί προϊόν καινοτομίας. Υπάρχει μια αλληλουχία της δοκιμής αυτής της ιδέας και του λάθους που θα προκύψει σε ένα καινούργιο προϊόν ή υπηρεσία που οι πελάτες θα είναι διατεθειμένοι να το αποκτήσουν ή να την χρησιμοποιήσουν. Συνήθως για το ξεκίνημα μιας εταιρείας μπορεί να υπάρχουν ιδέες ή brainstorms όπως αποκαλούνται, αλλά μέσα από λάθη στην αρχή ή εμπόδια μπορούν να καταλήξουν στο επιθυμητό αποτέλεσμα (Flick, 2014).

## 1.5.2 ΟΜΑΔΑ

Για την οργάνωση υλοποίησης της ιδέας για μια νεοφυή επιχείρηση, υπάρχει ένα άτομο ή συνήθως μια ομάδα διεκπεραίωσης διάφορων προβλημάτων που ενδέχεται να υπάρχουν. Συνήθως σε νεοφυείς start-up επιχειρήσεις που ασχολούνται με υψηλή τεχνολογία, όπως π.χ. εφαρμογές σε υπολογιστές και κινητή τηλεφωνία χρειάζεται μια ομάδα υποστήριξης. Αυτή η ομάδα μπορεί να αποτελεί και τους συνιδρυτές της επιχείρησης και είναι ο σχεδιαστής της ιστοσελίδας (web designers) ειδικούς προγραμματιστές, web developers, app developers, ειδικούς δικτύων και ασφάλειας, data engineering, τεχνικούς υπολογιστών κλπ.

Μέσα σε αυτή την ομάδα επιβάλλεται να υπάρχει και η κατάλληλη νομική βοήθεια για να αποφευχθούν τυχόν ζητήματα αλλά και να υπάρξει μια κατάλληλη βοήθεια σε νομικό επίπεδο για το τι μπορεί να χρειάζεται.

Η σύσταση της ομάδας είναι σημαντική για την δημιουργία του εγχειρήματος. Όσο πιο μεγάλη είναι η ιδέα τόσο περισσότερη στήριξη μπορεί να χρειάζεται από τα μέλη της. Η αλληλοβοήθεια μεταξύ των μελών συνιστά την καλή οργάνωση για την υλοποίηση και για αυτό το λόγο ο ρόλος της ομαδικότητας μεταξύ των μελών είναι σημαντικός.

Στην όλη αυτή προσπάθεια που καταβάλλουν τα μέλη ενός εγχειρήματος, παίζουν σημαντικό ρόλο και κάποια θετικά χαρακτηριστικά προκειμένου να επιτύχουν το στόχο τους. Αυτά είναι :

- Η Δέσμευση των μελών για συνεργασία και αποφασιστικότητα
- Το θάρρος για τη συνέχεια
- Ανοχή στον κίνδυνο και στην αβεβαιότητα
- Δημιουργικότητα και προσαρμοστικότητα μεταξύ των μελών

Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι τα κύρια όπλα που πρέπει να έχουν τα μέλη μιας start-up επιχείρησης προκειμένου να καταφέρουν να δημιουργήσουν το κάτι παραπάνω.

Η δέσμευση, μεταξύ των μελών έγκειται στο γεγονός ότι τα μέλη πρέπει να δεσμευτούν και να αφοσιωθούν στο εγχείρημα. Τα μέλη της νεοφυούς επιχείρησης πιθανόν να αντιμετωπίσουν προβλήματα και πιέσεις προκειμένου να κρατήσουν ή να αναπτύξουν την εταιρεία τους. Χρειάζεται η αμοιβαία συνεργασία σε ορισμένα ζητήματα προώθησης, ανάπτυξης ή και σε λειτουργικά θέματα της εταιρείας μεταξύ των μελών που την καταρτίζουν. Και μέσα από τη δέσμευση των μελών πρέπει να υπάρχει και η αποφασιστικότητά τους προκειμένου να συνεχίσουν. Αυτά τα δύο χαρακτηριστικά χρειάζονται συνήθως μια θυσία προσωπικά από τον καθένα από τα μέλη της εταιρείας είτε σε χρόνο με την μείωση ελεύθερου χρόνου και προσωπικής ίσως ζωής αλλά και σε οικογενειακό ακόμη επίπεδο.

Χρειάζεται ωστόσο και το θάρρος, ούτως ώστε τα μέλη έχοντας δει και γνωρίσει τις ευκαιρίες της αγοράς να τολμήσουν να κάνουν αυτό που επιθυμούν και να επιτύχουν σε αυτό. Όσο δύσκολες μπορεί να είναι οι συνθήκες τόσο το θάρρος των μελών να δημιουργήσουν και να επιχειρήσουν πρέπει να παραμένει ζωντανό.

Μια νεοφυής επιχείρηση και ιδίως τα μέλη της πρέπει να έχουν μια ανοχή στον κίνδυνο μιας αποτυχίας. Σε αντίθεση με επιτυχημένες και εδραιωμένες επιχειρήσεις, μια νεοφυής επιχείρηση έχει περισσότερες τάσεις να διατρέχεται από το άγχος της επιτυχίας πόσο δε μάλλον σε μια οικονομική συγκυρία που είναι δύσκολη για τη χώρα μας αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Η αβεβαιότητα αυτή, πρέπει να είναι σε μικρό επίπεδο, έτσι ώστε να μην επηρεάζει το θάρρος των μελών να συνεχίσουν και να προσπαθούν για το καλύτερο από αυτό που δημιούργησαν.

Σύμφωνα με δυο έρευνες έχει αποδειχθεί ότι οι ιδρυτές μιας νεοφυούς επιχείρησης έχουν περισσότερο άγχος από μάνατζερ επιτυχημένων εταιρειών αλλά και ικανοποίησης από το γεγονός ότι τα κατάφεραν (Garvey et.al. 2008)

Ακόμη ένα βασικό χαρακτηριστικό που πρέπει να έχει μια ομάδα είναι η δημιουργικότητα και η προσαρμοστικότητα μεταξύ των μελών αλλά και μεταξύ των προκλήσεων που θα συναντήσουν. Λόγω της αβεβαιότητας του οικονομικού κλίματος της κρίσης, οι αλλαγές οι οποίες γίνονται σε νεοφυείς επιχειρήσεις πρέπει να διακρίνονται από μια αποτελεσματικότητα σε κινήσεις. Όσο πιο συμπαγής είναι η ομάδα των μελών μιας νεοφυούς start-up επιχείρησης τόσο καλύτερα μπορούν να ανταποκριθούν στις συνθήκες και να προσαρμοστούν σε άλλες λύσεις όταν οι συνθήκες της αγοράς μπορεί να χειροτερέψουν. Διακρίνεται δηλαδή μια ομάδα συμπαγής από μια ευελιξία στις κινήσεις όταν δυσκολέψουν τα πράγματα στην οικονομία αλλά και να επικεντρωθεί στο στόχο που μπορεί να ναι η επιβίωση ή η ανάπτυξη της επιχείρησης.

Ωστόσο μεγάλη βοήθεια που μπορεί να αποτελεί και από μέλος της ομάδας και η φορολογική υποστήριξη τον πρώτο καιρό λειτουργίας.

### 1.5.3 Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΟ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑ

Η ιδέα για την εκάστοτε δημιουργία μιας επιχείρησης χαρακτηρίζεται από έναν βαθμό καινοτομίας. Αυτό μπορεί να καθοριστεί με κάποιες ερωτήσεις που στο πλαίσιο του Global Entrepreneurship Monitor (GEM) απαντώνται. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του Ιδρύματος Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) στις περισσότερες χώρες οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι πιο συνειδητοποιημένοι ως προς τον βαθμό καινοτομίας που παρουσιάζει η ιδέα τους και τα εγχειρήματά τους με αποτέλεσμα να δηλώνουν ότι κανένας δυνητικός πελάτης δε θα θεωρήσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους νέα και πρωτοποριακά.

Στην Ελλάδα, το 2015 ,το 61% συμφωνεί στο γεγονός ότι δεν αποτελούν μια πρωτοπορία, έναντι του 51,5 % σε χώρες με καινοτομία 14% δηλώνει ότι όλοι θα θεωρήσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σε πολύ μεγάλο βαθμό γεμάτα καινοτομία έναντι του 16% σε χώρες που διαθέτουν υψηλούς δείκτες καινοτομίας.( IOBE 2015)

	Όλοι οι πελάτες	Μερικοί πελάτες	Κανένας πελάτης
<b>Ιταλία</b>	<b>29.5%</b>	<b>36.7%</b>	<b>33.8%</b>
<b>Βέλγιο</b>	<b>24.0%</b>	<b>32.1%</b>	<b>44.0%</b>
<b>Ολλανδία</b>	<b>20.7%</b>	<b>21.1%</b>	<b>58.2%</b>
<b>Σλοβενία</b>	<b>20.5%</b>	<b>27.2%</b>	<b>52.4%</b>
<b>Ηνωμένο Βασίλειο</b>	<b>19.8%</b>	<b>34.5%</b>	<b>45.7%</b>
<b>Ελβετία</b>	<b>16.9%</b>	<b>36.0%</b>	<b>47.1%</b>
<b>Ιρλανδία</b>	<b>15.6%</b>	<b>39.8%</b>	<b>44.6%</b>
<b>Φινλανδία</b>	<b>15.1%</b>	<b>27.2%</b>	<b>57.7%</b>
<b>Ελλάδα</b>	<b>13.8%</b>	<b>25.5%</b>	<b>60.6%</b>
<b>Σλοβακία</b>	<b>13.5%</b>	<b>34.2%</b>	<b>52.3%</b>
<b>Εσθονία</b>	<b>13.3%</b>	<b>39.5%</b>	<b>47.1%</b>
<b>Γερμανία</b>	<b>13.2%</b>	<b>35.7%</b>	<b>51.1%</b>
<b>Λουξεμβούργο</b>	<b>13.0%</b>	<b>52.2%</b>	<b>34.9%</b>
<b>Ισπανία</b>	<b>10.6%</b>	<b>23.8%</b>	<b>65.6%</b>
<b>Σουηδία</b>	<b>9.2%</b>	<b>35.9%</b>	<b>54.9%</b>
<b>Πορτογαλία</b>	<b>5.2%</b>	<b>29.2%</b>	<b>65.6%</b>
<b>Ομάδα Α</b>	<b>11.1%</b>	<b>25.3%</b>	<b>63.6%</b>

<b>Ομάδα Β</b>	<b>15.5%</b>	<b>29.0%</b>	<b>55.5%</b>
<b>Ομάδα Γ</b>	<b>16.0%</b>	<b>32.5%</b>	<b>51.5%</b>

Όπως λοιπόν εξετάζεται στον Πίνακα 1.1 τα στοιχεία δείχνουν ότι οι επιχειρηματίες δεν πιστεύουν ότι θα κάνουν ένα καινοτομικό εγχείρημα και κανένας πελάτης δεν θα το θεωρήσει ως καινοτομία. Αυτό μπορεί να συμβαίνει λόγω το ότι συχνά στην Ελλάδα παρατηρείται ότι τα καινούργια εγχειρήματα αφορούν κυρίως ηλεκτρονικές εφαρμογές που αποτελούν ως υπηρεσίες για τους καταναλωτές που αυτά μπορούν να θεωρηθούν καινοτομία ,λόγω του ότι την διαθέτουν χαμηλή αυτή πεποίθηση στην καινοτομία, αποδεικνύεται από το γεγονός ότι οι υπηρεσίες προς τον καταναλωτή όπου σ ένα βαθμό θεωρούνται καινοτόμες (ηλεκτρονικές εφαρμογές ) παρόλα αυτά αποδεικνύεται ότι δεν είναι καθώς το ποσοστό που υπάρχουν είναι μεγάλο και έχει χαθεί ένας βαθμός καινοτομίας σε νέα εγχειρήματα.

Αυτό το πρόβλημα, συνάδει όμως και με την έλλειψη μέσων που μπορεί να βοηθήσουν στην καινοτομία ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Χρειάζονται συνεπώς και σύγχρονα τεχνολογικά μέσα όπου θα μπορούν να αναδείξουν ένα εγχείρημα αλλά και να αναβαθμίσει την τεχνολογία στο ελληνικό επιχειρείν συνολικά (IOBE 2015).



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΣΕ ΝΕΟΦΥΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

#### 2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ένα ακόμα πρόβλημα που υπάρχει στην δημιουργία νεοφυών επιχειρήσεων, με γρήγορη ανάπτυξη όπως οι start-ups, είναι το πρόβλημα της χρηματοδότησης. Σύμφωνα με την Ελληνική Ένωση Νεοφυών Επιχειρήσεων, οι start ups που είναι ουσιαστικά ενεργές αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα είναι περίπου 400. Από το σύνολο αυτών που ιδρύονται ετησίως, μόλις το 10% αποτελεί εξαιρετικά ενδιαφέρουσες επενδυτικές ευκαιρίες. ([www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr))

Ειδικότερα στην Ελλάδα, οι ελληνικές επιχειρήσεις μικρομεσαίου χαρακτήρα όπως είναι και οι νεοφυείς επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν μεγάλο πρόβλημα οικονομικής ρευστότητας και λόγω της υψηλής φορολόγησης.

Ωστόσο αυτό υπάρχει, διότι στην Ελλάδα το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων, ο προσανατολισμός τους στην εγχώρια αγορά και η εξάρτησή τους από τον τραπεζικό δανεισμό καθιστούν όλο και πιο δύσκολη την χρηματοδότηση των επιχειρήσεων εν μέσω κρίσης μειώνοντας την πιθανότητα επιβίωσης τους.(OECD,2015)

Φαίνεται λοιπόν η σπουδαιότητα της χρηματοδότησης που αποτελεί το δομικό στοιχείο για την ανάπτυξη και την εξέλιξη μιας νεοφυούς επιχείρησης διάφορα είδη χρηματοδότησης αποτελούνται από παραδοσιακά μοντέλα π.χ. άτυπων επενδυτών όπου αυτά είναι κεφάλαια γνωστών μελών ή συναδέλφων, την χρηματοδοτική μίσθωση(Leasing),την δημόσια χρηματοδότηση με κρατικά κεφάλαια από φορείς του δημοσίου ή κονδυλίων από την Ευρωπαϊκή Ένωση μέχρι και πιο προηγμένων μοντέλων που αναπτύσσονται κυρίως στις ανεπτυγμένες χώρες και επεκτείνονται δειλά δειλά και στην Ελλάδα, όπως το μοντέλο της μικροχρηματοδότησης (microfinancing) με άντληση κεφαλαίων από Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (Μ.Κ.Ο.). Ακόμα με ένα παραδοσιακό μοντέλο, που υπάρχει στην Ελλάδα αυτό των Επιχειρηματικών Αγγέλων (Business Angels) τα πιο σύγχρονα μοντέλα, όπως η πλατφόρμα δανεισμού (Peer to Peer Lending) ή με τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital).Τα τελευταία χρόνια επικρατεί ωστόσο και ένα μοντέλο επιχειρηματικής χρηματοδότησης που καλείται στο όνομα πληθοπορισμός ως έννοια στα ελληνικά (Crowdfunding) ( IOBE 2015).

## 2.2 ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΚΑΙ START-UP ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Οι νεοφυείς start-up επιχειρήσεις στην προσπάθεια τους να βρουν χρηματοδοτικούς πόρους μπορούν να συντρέξουν στον πιο παραδοσιακό ίσως τρόπο που αποτελεί ίσως και ένα σίγουρο : τα δάνεια από τραπεζικά ιδρύματα. Ωστόσο παρόλη την δυσκολία που μπορεί να υπάρξει, η χρηματοδότηση μπορεί να γίνει με μορφές δανείων είτε κεφαλαίων κίνησης είτε ως μακροπρόθεσμα δάνεια σε νέες επιχειρήσεις.

Τα δάνεια με μορφή κεφαλαίων αποτελούν την άμεση πηγή ρευστότητας για μια νέα επιχείρηση δυσκολίες όμως βρίσκονται στο γεγονός ότι αυτή η μορφή δανείων είναι για μικρό χρονικό διάστημα. Σε αυτά τα δάνεια, τα ανοιχτά όπως καλούνται οι επιχειρήσεις έχουν κάποιο ορισμένο πιστωτικό όριο που μπορούν να δανειζονται αυτή την μορφή δανεισμού συγκαταλέγονται και οι αλληλόχρεοι λογαριασμοί μεταξύ των πιστωτικών ιδρυμάτων και των επιχειρήσεων που είναι και πιο γνωστός τρόπος.

Στον δανεισμό μέσα από τράπεζες υπάρχουν και τα μακροπρόθεσμα δάνεια, όπου αποτελούν δάνεια μεγάλης διάρκειας και για αυτό το λόγο είναι με μικρότερο επιτόκιο (περίπου από 6-10%).Αυτά τα δάνεια μπορεί να αφορούν για την αγορά επαγγελματικής στέγης από μια επιχείρηση ή δάνεια για την αγορά του εξοπλισμού της.

Στα δάνεια επαγγελματικής στέγης καλύπτεται το συνολικό ποσό της αξίας ενός ακινήτου που θέλει να έχει μια επιχείρηση και διαρκούν από 3 έως 30 χρόνια αναλόγως το τραπεζικό ίδρυμα.

Τα δάνεια εξοπλισμού αφορούν καθαρά για την αγορά του πάγιου εξοπλισμού που χρειάζεται μια επιχείρηση και μπορεί να καλύψει το σύνολο του κόστους του εξοπλισμού μιας επιχείρησης ,με χαμηλό επιτόκιο.

Ο τραπεζικός δανεισμός, σε μια εποχή οικονομικής κρίσης όπως τη ζούμε δημιουργεί και κινδύνους για μια νεοφυή επιχείρηση. Ίσως να χρειαστεί να μπουν διάφορες εγγυήσεις από την ομάδα ή το άτομο που έφτιαξε την επιχείρηση και η τράπεζες πλέον χρησιμοποιούν αρκετούς περιορισμούς και λόγω των κακών οικονομικών συνθηκών αλλά και λόγω του κλίματος αβεβαιότητας που μπορεί να υπάρχει στην αποπληρωμή των δανείων αυτών. Επίσης μια τράπεζα έχει συγκεκριμένο χρονικό διάστημα που θέλει στον οφειλέτη για να αποπληρώσει ένα δάνειο ή ένα ποσό του δανείου και αυτό το καθιστά όλο και πιο δύσκολο για μια start-up επιχείρηση να απευθυνθεί σε τραπεζικά ιδρύματα μεμονωμένα (Levie, 2012).

## 2.3 Η ΔΗΜΟΣΙΑ ΠΗΓΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

### 2.3.1 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΜΕΣΩ ΕΣΠΑ

Η πηγή χρηματοδότησης από δημόσιους πόρους αποτελεί έναν από τους πιο συνηθισμένους τρόπους χρηματοδότησης για μια νέα επιχείρηση.

Η Ελλάδα, ως κράτος-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, βρίσκεται στο επίκεντρο των χρηματοδοτήσεων μέσω κοινοτικών προγραμμάτων που υποστηρίζονται από την Ένωση και ενισχύουν την επιχειρηματικότητα την ήδη υπάρχουσα, αλλά κυρίως την νέα επιχειρηματικότητα μέσω από τις καινοτομίες αυτές βελτιώνουν την ανταγωνιστικότητα της Ευρώπης, ενισχύουν την ανάπτυξη και δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας αλλά κυρίως να καινοτομεί: να αξιοποιεί τις λαμπρές ιδέες για να παράγει προϊόντα και υπηρεσίες τα οποία συμβάλλουν στην ανάπτυξη της ευρωπαϊκής οικονομίας και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Η πρωτοβουλία «Ένωση Καινοτομίας», δηλαδή η στρατηγική της Ευρώπης για την προώθηση αυτής της διαδικασίας, θα δημιουργήσει ένα περιβάλλον που θα επιτρέπει στην Ευρώπη να προωθεί νέες ιδέες. Η Ένωση Καινοτομίας αποτελεί μέρος της στρατηγικής της ΕΕ για την ανάπτυξη «Ευρώπη 2020», η οποία προβλέπει την επένδυση του 3 % του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος (ΑΕΓΧΠ) στην έρευνα και την καινοτομία στον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα έως το 2020. (Man, T. W. Y. (2016)

Τα πιο γνωστά προγράμματα για οικονομική στήριξη και χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση αποτελούν τα λεγόμενα προγράμματα ΕΣΠΑ όπου είναι τα αρχικά των λέξεων Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης με τα προγράμματα αυτά έχουν ορίζοντα εξαετίας. Τα κράτη-μέλη, όπως Η Ελλάδα, θέτει τους στόχους της σε κάποιους σημαντικούς τομείς και καταρτίζονται τα επιχειρησιακά προγράμματα. Συνήθως η χρηματοδότηση από την Ε.Ε. είναι κατά 80% σε αυτά τα προγράμματα με το 20% να δίνεται μέσα από κρατικούς πόρους.

Μόλις το 2016 στη Ελλάδα υπήρξε το πρόγραμμα ΕΣΠΑ "Νεοφυής Επιχειρηματικότητα" για Νεοφυείς / Startup / Νέες Επιχειρήσεις αφορά στην ίδρυση νέων μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων από ανέργους και από ασκούντες επαγγελματική δραστηριότητα που δεν έχουν σχέση μισθωτής εργασίας με ολοκληρωτική χρηματοδότηση και αφορούσε τους τομείς της Αγροδιατροφής και Βιομηχανίας Τροφίμων, τις Πολιτιστικές & Δημιουργικές Βιομηχανίες (ΠΔΒ), Υλικά / Κατασκευές αλλά και τους τομείς που ευωδούν πλέον στην χώρα μας αλλά και την Ευρώπη, όπως η Ενέργεια και το περιβάλλον αλλά και στις Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (Garvey et.al. 2018)

### **2.3.2 ΕΘΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ (Ε.Τ.Ε.ΑΝ)**

Το Εθνικό Ταμείο στήριξης των επιχειρήσεων, ή αλλιώς Ε.Τ.Ε.ΑΝ. με ιδιαίτερη έμφαση στις ΜμΕ και στις καινοτόμες επιχειρήσεις. Λειτουργεί με τη μορφή ανώνυμης εταιρείας με στόχο τη ροή κεφαλαίων προς τις επιχειρήσεις, μοχλεύοντας πόρους μέσω ανακυκλούμενων δανείων, εγγυήσεων και αντεγγυήσεων, συνεπενδύσεων και συμμετοχών. Το ΕΤΕΑΝ δεν έρχεται σε επαφή με τις επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις έρχονται σε επαφή με τις τράπεζες που επιλέγει το ΕΤΕΑΝ μετά από ανοιχτό διεθνή διαγωνισμό. Βασική επιδίωξη του ΕΤΕΑΝ είναι η βελτίωση της πρόσβασης των επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση της ανάπτυξής τους, η δημιουργία νέων επιχειρήσεων, η εξωστρέφεια, η παροχή κινήτρων παραγωγής και πώλησης νέων προϊόντων και υπηρεσιών.

Τα ταμεία τα οποία διαχειρίζεται το ΕΤΕΑΝ συγχρηματοδοτούνται από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα (ΕΠΑΝ ΙΙ) όπως και από άλλα Επιχειρησιακά προγράμματα του ΕΣΠΑ 2007-2013, των οποίων οι πόροι προέρχονται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Αλιείας (ΕΤΑ). (ή [enterprisegreece.gov.gr/](http://enterprisegreece.gov.gr/) )

Μέσω του ταμείου αυτού που αποτελεί μια ανώνυμη εταιρεία και υπάρχει βάσει του Νόμου 3066/2002 Σύσταση Ταμείου Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων οι επιχειρήσεις δεν έρχονται σε επαφή με αυτό το ταμείο αλλά έρχονται σε επαφή με τις τράπεζες που επιλέγει το Ε.Τ.Ε.ΑΝ μετά από ανοιχτό διεθνή διαγωνισμό. Στη συνέχεια, το Ε.Τ.Ε.ΑΝ. παρέχει εγγυήσεις στα δάνεια των επιχειρήσεων που είναι χαμηλότερες από εγγυήσεις που ζητούνται από τράπεζες στα τραπεζικά δάνεια.

## 2.4 ΑΤΥΠΟΙ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ

### 2.4.1 ΈΝΝΟΙΑ

Μια εξίσου σημαντική μορφή ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας αποτελεί η μορφή των άτυπων όπως καλούνται επενδυτών. Αυτοί αποτελούν άτομα από στενό οικογενειακό περιβάλλον ή συνεργάτες όπου επενδύουν σε ένα εγχείρημα των καινοτόμων επιχειρηματιών.

Αν λοιπόν είναι δύσκολο να βρεθεί μια χρηματοδότηση, μια πρώτη κίνηση είναι να απευθυνθεί σε αυτά τα κοντινά του πρόσωπα.

Αυτό μπορεί να γίνει λόγω έλλειψης δυνατότητας χρηματοδότησης από φορείς ιδιωτικούς η και κρατικής χρηματοδότησης λόγω έλλειψης προϋποθέσεων που δημιουργούν οι φορείς προκειμένου να δοθούν χρήματα. Μέσω αυτής της βοήθειας από γνωστά πρόσωπα εξασφαλίζεται μια χρηματοδότηση για το οποιοδήποτε εγχείρημα και δίνεται το ποσό που μπορεί να χρειαστεί για τις ανάγκες δημιουργίας μιας επιχείρησης.

Οι άτυποι αυτοί επενδυτές μπορούν να λάβουν ένα μερίδιο κεφαλαίων στην επιχείρηση ή να συμμετέχουν ενεργά στο όλο εγχείρημα προκειμένου να λάβουν πίσω τα χρήματα που επενδύθηκαν συν το αντίστοιχο κέρδος που ενδέχεται να υπάρξει.

Βασικότερα χαρακτηριστικά αυτού του τύπου των επενδυτών είναι ότι μπορεί να ελέγχουν σε ένα βαθμό την συμμετοχή τους ή και την πορεία της επιχείρησης έτσι ώστε να υπάρχει μια διαβεβαίωση αποπληρωμής του κεφαλαίου που δάνεισαν για την δημιουργία ή την συνέχεια της επιχείρησης (Hall, 2003).

## 2.4.2 ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΤΥΠΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

Στην άτυπη επένδυση οι συνθήκες είναι πιο δύσκολες σε πολλές περιπτώσεις. Το γεγονός ότι φίλοι, συγγενείς ή συνεργάτες δίνουν ένα επενδυτικό ποσό στους επιχειρηματίες το καθιστά δύσκολο ως προς τις προσωπικές σχέσεις που υπάρχουν.

Αυτό μπορεί να καταστεί ακόμα πιο δύσκολο όταν αυτό το νεοφυές εγχείρημα για κάποιους λόγους αποτύχει. Ενδέχεται να υπάρξει μια δυσκολία αποπληρωμής σε περιπτώσεις συνεργατών ή φίλων αλλά ακόμα και εντάσεις εάν πρόκειται για άτομα από κοντινό οικογενειακό περιβάλλον.

Ωστόσο δημιουργείται και ένα θέμα μέσω της ανάληψης χρημάτων με αντάλλαγμα μετοχές σε κοντινά πρόσωπα. Μπορεί ο συνεργάτης-επενδυτής να επιθυμεί περισσότερες μετοχές ή ευθύνες και αυτές οι παρεξηγήσεις να οδηγήσουν σε δικαστικές διαμάχες πέρα από διακοπή σχέσεων. Πρέπει να τονιστεί ότι τα χρήματα αυτά μπορεί να είναι ένα μικρό ποσό ως βοήθημα κάτι που αποτελεί ρίσκο πολλές φορές ακόμα και για τη συνέχεια ενός εγχειρήματος.

Το πρόβλημα δηλαδή που δημιουργείται ως βασικός ανασταλτικός παράγοντας για άτυπη επένδυση είναι το γεγονός ότι διαθέτει στοιχεία συναισθημάτων λόγω της συνδιαλλαγής με πρόσωπα οικογενειακά ή φιλικά. Αυτά μπορούν να παίζουν έναν πιο σημαντικό ρόλο και αυτό μπορεί να μην δείχνει αποδοτικότητα στο εγχείρημα κάτι που χρειάζεται δεδομένου ότι αρχή ήμισυ παντός.

Λόγω των βασικών προβλημάτων αυτών οι επιχειρηματίες καταφεύγουν σε πιο σύγχρονους τρόπους για να βρουν ή να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις αναζήτησης οικονομικών πόρων για το ξεκίνημα και τη συνέχεια της επιχείρησης (Lee, et.al.2018).

## **2.5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΜΕ ΚΕΦΑΛΑΙΑ ( VENTURE CAPITAL)**

### **2.5.1 ΤΙ ΟΡΙΖΕΙ ΤΟ VENTURE CAPITAL**

Ο όρος του κεφαλαίου με επιχειρηματική συμμετοχή υποδηλώνει το ρίσκο που διακρίνει αυτή τη μορφή χρηματοδότησης και χρησιμοποιείται για να δηλώσει ένα ταμείο που αποτελείται από επιχειρηματικά κεφάλαια.

Πιο συγκεκριμένα αυτά τα κεφάλαια διαχειρίζονται από ένα άτομο ή από μια ομάδα που χρησιμοποιεί χρήματα επιχειρηματιών για την χρηματοδότηση επιχειρήσεων που έχουν όμως υψηλές αποδόσεις.

Οι υψηλές αποδόσεις αυτές σημαίνει ότι αυτή η επιχείρηση στην οποία επενδύουν έχει μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης και γίνεται την ελπίδα ότι θα υπάρξει απόδοση στα ήδη κεφάλαια που έχουν επενδυθεί.

Η συμμετοχή ωστόσο επιχειρήσεων σε επενδυτές των Venture Capital δραστηριοποιούνται σε άλλες επιχειρήσεις και έχουν και την εμπειρία και γνώση σε θέματα που αφορούν την επιχείρηση (Fowler, et.al. 2015).

## 2.5.2 ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΜΕ VENTURE CAPITAL

Οι επενδύσεις με επιχειρηματικά κεφάλαια ξεκίνησαν τις αρχές του προηγούμενου αιώνα όπου εύπορες οικογένειες επένδυναν ιδέα αυτής της μορφής χρηματοδότησης μέσω επιχειρηματικών κεφαλαίων υπάρχει από τον Ralph Flanders ο οποίος ήταν ο πρόεδρος της Ομοσπονδιακής τράπεζας της Βοστώνης.

Ο ίδιος ο Flanders μπήκε σε μια ομάδα όπου ίδρυσε μια εταιρία, την American Research and Development Corporation όπου ξεκίνησε να παρέχει κεφάλαια με επιχειρηματικό ρίσκο σε νέες αναπτυσσόμενες εταιρίες που δραστηριοποιούνταν στην τεχνολογία.

Η επένδυση αυτού του τύπου επιχειρηματικών κεφαλαίων όπου με ρίσκο παρείχαν σε επιχειρήσεις ήταν σε άνθηση και τη δεκαετία του '90 όπου το ποσοστό που επενδύθηκε ήταν τεράστιο όπου έγιναν πλέον και διαδεδομένη ανά τον κόσμο. Τα τέλη δε της δεκαετίας αυτά υπήρξε μια μοναδικά τεράστια συμμετοχή και με αυξημένες επενδύσεις σε εταιρίες Internet εκείνη την εποχή αποτελούσε κάτι καινούργιο και καινοτόμο.

Σε αυτό λοιπόν το κλίμα τα Venture Capital διατηρούσαν μια βασική διαδικασία όπου με τα υψηλά κεφάλαια που διαθέτουν οι επενδυτές τους αλλά και την εμπειρία μπορούν να δώσουν την ώθηση στην ανάπτυξη μιας εταιρείας. Όλες σχεδόν οι επενδύσεις από Venture Capital γίνονται κυρίως σε μεταγενέστερο στάδιο από τη δημιουργία της επιχείρησης, συνήθως στην φάση που οι επιχειρήσεις με καινοτομία αναπτύσσονται.

Υπάρχει μια ολόκληρη διαδικασία σχετικά με το πώς τα Venture Capitals επενδύουν σε μια επιχείρηση. Μια στρατηγική που αποτελείται από το ξεκίνημα και την εύρεση μιας επενδυτικής ευκαιρίας ,τη συγκέντρωση των απαραίτητων πόρων και τέλος στη δημιουργία συμφωνιών με την εκάστοτε επιχείρηση.

Η διαδικασία αυτή μπορεί να πάρει και μια δεκαετία όπου ενώ ήδη έχει δημιουργηθεί η επιχείρηση και αναπτύσσεται επεμβαίνουν τα Venture Capitals και επενδύουν (Levie, 2013).



### 2.5.3 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ VENTURE CAPITAL

Τα Venture Capital, μολονότι αποτελούν την πιο γνωστή και διαδεδομένη μορφή χρηματοδότησης επιχειρήσεων και έχουν προβληθεί αρκετά στην αγορά ιδιαίτερα την τελευταία δεκαετία εμφανίζουν μειονεκτήματα για χρηματοδότηση στην επιχείρηση.

Αρχικά τα κεφάλαια αυτά με επιχειρηματικές συμμετοχές ή αλλιώς Venture Capital αρχίζουν να δραστηριοποιούνται σε επόμενο στάδιο και ενώ έχουν παρακολουθήσει το ξεκίνημα και την πορεία σε ένα μικρό χρονικό διάστημα.

Αυτό σημαίνει ότι παρόλο που οι επενδύσεις τους μπορεί να είναι υψηλές με ακριβά ποσά δε βοηθούν στην ουσία την μικρή επιχείρηση που βασικό της μέλημα είναι να βρεί επενδυτικό κεφάλαιο είτε για τη δημιουργία της είτε για την ανάπτυξη της.

Εκτός αυτού οι επενδύσεις που κάνουν, αποσκοπούν στην ανάπτυξη της απόδοσης από την αρχική επένδυση και όχι στην ουσιαστική βοήθεια της μικρής επιχείρησης που θέλει να καινοτομήσει και να προχωρήσει σε ένα επόμενο βήμα. Ως εκ τούτου πολύ χαμηλό ποσοστό επιχειρήσεων (περίπου 4% των εταιριών που διατηρούν σχέσεις με τις εταιρίες αυτές) έχει επιτύχει τη χρηματοδότηση. Παρόλη την άνθηση του μοντέλου αυτού είναι φανερό πως δεν μπορούν να δώσουν μια τυπική χρηματοδότηση σε καινοτόμες επιχειρήσεις λόγω του γεγονότος ότι επειδή οι συμφωνίες τους έχουν μεγάλα κεφάλαια δημιουργούνται περισσότερες οι δεσμεύσεις, κάτι που μια νεοφυής start-up επιχείρηση είναι πολύ δύσκολο να ακολουθήσει λόγω των συνθηκών που την διέπουν στην αρχή της (NESTA, 2009).

## 2.6 ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ ΑΓΓΕΛΟΙ (BUSINESS ANGELS)

### 2.6.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Πέρα από τα επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου μέσα από ομάδες που δραστηριοποιούνται σε μεταγενέστερο στάδιο σε μια επιχείρηση, υπάρχει και το μοντέλο των Επενδυτών-‘‘Αγγέλων’’(Business Angels)

Το μοντέλο αυτό επενδυτών και επενδύσεων εκτός από τις ΗΠΑ, είναι το πιο διαδεδομένο μοντέλο στην Ελλάδα μαζί με τις άτυπες επενδύσεις από επενδυτές. Αποτελείται από αυτοδημιούργητους επιχειρηματίες όπου έχουν εξασφαλίσει περιουσία και επενδύουν σε επιχειρηματικές δραστηριότητες λαμβάνοντας ένα μερίδιο κεφαλαίων από την επιχείρηση. Αυτοί οι επενδυτές ωστόσο επειδή διαθέτουν κεφάλαια από δικές τους επιχειρήσεις επενδύουν με την λογική της ανταλλαγής γνώσεων ή καινοτόμων ιδεών με νέους επιχειρηματίες. Αυτές οι επενδύσεις μπορούν να γίνουν είτε από μια ομάδα έμπειρων επιχειρηματιών είτε από συγκεκριμένο επιχειρηματία ο οποίος θέλει να διαθέσει ένα κεφάλαιο σε μια νεοφυή επιχείρηση. Για μια νεοφυής επιχείρηση στην Ελλάδα, η χρηματοδότηση από αυτή την μορφή επένδυσης εύπορων προσώπων αποτελεί μια λύση όταν δεν έχει τη δυνατότητα δανεισμού από μια τράπεζα.

Η διαφορά τους με άλλους τύπους επενδυτών είναι ότι αυτοί οι επενδυτές στηρίζονται στην καινοτομία και στην ιδέα μιας start-up πάρα σε οικονομικά κριτήρια ή στοιχεία της επιχείρησης (Fowler, et.al. 2015).

## **2.6.2 BUSINESS ANGELS ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Στην χώρα μας υπάρχει ποσοστό των λεγόμενων επιχειρηματικών αγγέλων, ωστόσο η χρηματοδότηση με τον τρόπο αυτόν δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη. Οι επενδυτές αυτοί έχουν μέσω των κεφαλαίων και της γνώσης που διαθέτουν, μπορούν να έχουν άμεσα οφέλη επενδύοντας σε μια νεοφυή επιχείρηση είτε μέσω της απόδοσης της επένδυσης είτε μέσω της συνεργασίας με μια start-up ή της δημιουργίας δικής τους επιχείρησης στο μέλλον αντλώντας την καινοτομία μια νεοφυούς επιχείρησης επενδύοντας πάνω σε αυτήν.

Ο στόχος τους, έτσι όπως καταγράφεται είναι η ανάδειξη της επιχειρηματικότητας και η στήριξη αυτών των νεοφυών επιχειρήσεων μέσω της εύρεσης επενδυτών-αγγέλων.

Υπάρχουν και μεμονωμένοι Business Angels στην χώρα μας που μπορούν να επενδύσουν και να στηρίξουν ένα νέο εγχείρημα και αυτό αναμένεται να επεκταθεί περισσότερο ως μοντέλο τα επόμενα χρόνια.

## 2.7 ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ (LEASING)

Ένα μοντέλο που προϋπήρχε αλλά άνθισε μετά τον ερχομό της οικονομικής κρίσης είναι η χρηματοδοτική μίσθωση ,γνωστή και ως Leasing.

Η μέθοδος αυτή χρηματοδότησης αναπτύχθηκε κυρίως εξαιτίας της αδυναμίας πολλών νεοφυών start up επιχειρήσεων να εξασφαλίσουν δάνειο από τραπεζίτες και ως εκ τούτου να καλύψουν και τις υλικοτεχνικές ανάγκες, που υπάρχουν στο σχέδιο, που θα είχε η ιδέα τους μέχρι να γίνει επιχείρηση για αυτό το λόγο αρκετές τράπεζες εμπορικές αλλά και εταιρείες χρηματοδότησης διαθέτουν τμήματα leasing.

Η χρηματοδοτική μίσθωση(Leasing) είναι ένας τρόπος χρηματοδότησης των επιχειρήσεων μέσω της απόκτησης πάγιων στοιχείων, από χώρο εργασίας έως και εξασφάλισης σε υλικοτεχνική υποδομή π.χ. εργαλεία που μπορεί να χρειαστούν για την υλοποίηση της ιδέας μιας start-up επιχείρησης. Έτσι η επιχείρηση επιλέγει τον χώρο και τον εξοπλισμό που χρειάζεται και η εταιρεία leasing της παρέχει όλα αυτά τα σημαντικά εργαλεία μέσω ενοικίασης. Ο χώρος ή το ακίνητο που ενοικιάζει ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης νοικιάζεται για αρκετό χρονικό διάστημα, συνήθως πάνω από μια δεκαετία ενώ ο εξοπλισμός για λιγότερο χρονικό διάστημα (συνήθως τρία έως πέντε χρόνια σε βιομηχανικό εξοπλισμό). Όταν τελειώσει ο χρόνος της μίσθωσης, ο μισθωτής μπορεί να εξαγοράσει το πάγιο είτε να ανανεώσει τη σύμβαση ενοικίασης των υποδομών αυτών.

Στη Ελλάδα , σύμφωνα με το Ν. 1665/1986 ο ορισμός της χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι είναι η σύμβαση που καταρτίζεται εγγράφως μεταξύ μιας ανώνυμης εταιρίας αποκλειστικού σκοπού (συνεπώς όχι τράπεζας-πιστωτικού ιδρύματος) ως εκμισθώτριας και μιας επιχείρησης ή απλού επαγγελματία ως μισθωτή, με την οποία η εκμισθώτρια αναλαμβάνει την υποχρέωση να παραχωρεί τον μισθωτή έναντι μισθώματος τη χρήση κινητού πράγματος (που προηγουμένως αγοράζει), το οποίο προορίζεται για την επιχείρηση ή το επάγγελμα του μισθωτή με ορισμένη διάρκεια όχι κατώτερη των τριών ετών και με δικαίωμα του μισθωτή να αγοράσει το πράγμα ή να ανανεώσει τη μίσθωσή του για ορισμένο χρόνο.

Τα πλεονεκτήματα που δημιουργούνται από την διαδικασία χρηματοδοτικής μίσθωσης καθώς και τα οφέλη που αποκομίζει μια νεοφυής επιχείρηση είναι πολλά. Αρχικά, ένα βασικό πλεονέκτημα, ειδικά για μια νεοφυή επιχείρηση είναι ότι δεν μπορεί να κάνει κακή χρήση της πίστωσης, δηλαδή να ξεφύγει το κόστος δανεισμού καθώς αυτό ορίζεται κυρίως και από την πιστοληπτική ικανότητα του μισθωτή και περνά από αυστηρά κριτήρια.

Υπάρχουν όμως και άλλα πλεονεκτήματα και οφέλη που μπορεί να έχει μια επιχείρηση από τη μέθοδο του Leasing:

- Δεν χρειάζεται ιδιαίτερη γραφειοκρατία με εγγυήσεις από τράπεζες

- Μπορεί να διατηρήσει τον εξοπλισμό και μετά το πέρας της σύμβασης
- Η διάρκεια της μίσθωσης όπως και το ποσό μπορούν να καθοριστούν σύμφωνα και με την οικονομική δυνατότητα της εκάστοτε επιχείρησης, κάτι που ωφελεί νεοφυείς επιχειρήσεις
- Υπάρχουν φοροαπαλλαγές στο εξοπλιστικό κομμάτι αφού οι δόσεις για εξοπλισμό καλύπτονται ως δαπάνες της επιχείρησης
- Μπορεί να μην καταβληθούν άμεσα τα ποσά της μίσθωσης εξοπλισμού κάτι που δίνει ανάσα για μια καινούργια επιχείρηση που δεν διαθέτει τεράστιο οικονομικό υπόβαθρο εξ αρχής (NESTA, 2009).

## 2.8 ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ (FACTORING)

### 2.8.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ,ΣΚΟΠΟΙ ΤΟΥ FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Το Factoring ή αλλιώς η πρακτόρευση επιχειρηματικών απαιτήσεων αποτελεί μια διαδεδομένη πλέον μορφή δανεισμού.

Είναι ίσως πιο εναλλακτική αυτή η μορφή δανεισμού γιατί διακρίνεται από χαρακτηριστικά μη παραδοσιακά με τη σύναψη ενός δανείου από μία νεοφυή επιχείρηση. Ως Factoring μπορεί να οριστεί μια σύμβαση, στην οποία τα πρακτορεία/εταιρείες επιχειρηματικών απαιτήσεων με μια επιχείρηση που αποσκοπεί στην εξάλειψη του κινδύνου πτώχευσης αλλά και στη χορήγηση χρηματοδότησης, στην νομική κάλυψη και άλλες πληροφορίες για την στήριξη της λειτουργίας της επιχείρησης με πελάτες. Αποτελεί ίσως παράδειγμα χρηματοδότησης για επιχειρήσεις που ασχολούνται με πώληση αγαθών και είναι ένα χρήσιμο μοντέλο χρηματοδότησης για μια νεοφυή επιχείρηση που κατά βάση έχει αυτούς τους κινδύνους στην οικονομική κρίση, είτε να πτωχεύσει είτε να μην γνωρίζει νομικές πληροφορίες που συνεχώς αλλάζουν. (NESTA, 2009)

Ένας ακόμη ορισμός είναι ότι Το Factoring (Πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων) ασκείται από Τράπεζες ή Ανώνυμες Εταιρείες αποκλειστικού σκοπού και αποτελεί δέσμη χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, οι οποίες καλύπτουν τις ανάγκες των επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα ή παρέχουν υπηρεσίες με βραχυπρόθεσμη πίστωση στους αγοραστές τους, με επαναληπτική αγοραστική συμπεριφορά. (NESTA, 2009)

Εφόσον γίνει αυτή η σύμβαση μεταξύ της εταιρείας και της επιχείρησης εξασφαλίζονται τα οφέλη και που αυτά αποσκοπούν για την συνέχεια της επιχείρησης. Το κυριότερο πλεονέκτημα και σκοπός της εταιρείας πρακτόρευσης είναι στο ότι χρηματοδοτεί τις ανάγκες της επιχείρησης σε αγαθά και υπηρεσίες αφαιρώντας τους τόκους και εξασφαλίζει την οικονομική ευχέρεια στην επιχείρηση, καθώς χρηματοδοτεί τις ανάγκες που μπορεί να έχει. Επίσης η εταιρεία πρακτόρευσης είναι αυτή όπου ελέγχει τις απαιτήσεις σε μια επιχείρηση και μπορεί να στηρίξει στην είσπραξη οφειλών που μπορεί να υπάρχει από πελάτες αυτής.

Στην εποχή λοιπόν της οικονομικής κρίσης, το factoring αποτελεί ίσως μια λύση όχι μόνο για μεγάλες επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν πρόβλημα ρευστότητας αλλά και για μια μικρή νεοφυή επιχείρηση που άρχισε την λειτουργία της. Σε ένα τέτοιο αβέβαιο κλίμα διατηρεί τις συναλλαγές μιας επιχείρησης υγιείς δίνοντας τα ποσά που απαιτούνται για τις τρέχουσες ανάγκες.

Ωστόσο αποτελεί και ένα δείγμα ανάπτυξης στην επιχειρηματικότητα όπου όπως τα στοιχεία δείχνουν από την αρχή της οικονομικής κρίσης το 2010,ο κλάδος αυτός ανέβηκε σε παραπάνω

από 18% και στην χώρα μας διαχειρίστηκε συνολικά 14 δις ευρώ αναγκών διαφόρων επιχειρήσεων. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να βοηθήσει στην διατήρηση της ρευστότητας μιας επιχείρησης, στην μείωση του κινδύνου χρωστούμενων από πελάτες, καθώς ελέγχει την εισπραξιμότητα, αλλά και βοηθά στην ‘εξαγωγή’ αυτής της ιδέας που θέλει μια νεοφυής επιχείρηση να κάνει και να στραφεί σε άλλες αγορές του εξωτερικού (NESTA, 2009).

## **2.8.2 ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Η διαδικασία της σύμβασης αυτής στη χώρα μας καλύπτεται από το νόμο 1905/1990 με συγκεκριμένα άρθρα. Σύμφωνα με το νόμο αυτό, επιτρέπεται η σύμβαση αυτή μόνο από Τράπεζες και Ανώνυμες Εταιρίες ως πράκτορες απαιτήσεων με διάφορες επιχειρήσεις ή και προμηθευτές αγαθών ή υπηρεσιών. Αυτό μπορεί να καλύψει απολύτως μια νεοφυή start-up εταιρεία, διότι προμηθευτής κατά την έννοια του Νόμου 1905/1990 μπορεί να είναι και ένας ελεύθερος επαγγελματίας ή μια επιχείρηση. Κατά το νόμο, καταρτίζεται έγγραφο σύμβασης μεταξύ της εταιρείας/τράπεζας που ασκεί το ρόλο πράκτορα και της επιχείρησης. Συνηθέστερες μορφές είναι οι συμβάσεις με όρους συναλλαγών που συνήθως καταρτίζονται από τον πράκτορα που είναι η τράπεζα σε πολλές περιπτώσεις (NESTA, 2009).



## **2.9 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ CROWDFUNDING**

### **2.9.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ CROWDFUNDING ;**

Στην Ευρώπη όπως και στον υπόλοιπο κόσμο είναι διαδεδομένος και ένας ιδιαίτερος τρόπος εξεύρεσης πόρων για μια νεοφυή επιχείρηση, το Crowdfunding ή αλλιώς πληθοπορισμός με μια πρώτη απόδοση σε ελληνική μορφή. Σε αυτό το μοντέλο μια νεοφυή start up επιχείρηση μπορεί να παρουσιάσει την εργασία ή το έργο που θέλει να επιτελέσει μέσω διαδικτύου. Αποτελεί δηλαδή μια διαδικτυακή χρηματοδότηση μέσα από το πλήθος χρηστών του μικρόκοσμου του Ίντερνετ προκειμένου να εξασφαλίσει κεφάλαια για την ανάπτυξη της μια επιχείρηση. Αυτό είναι ίσως επίσης μια ευκαιρία για μια νεοφυή εταιρεία/επιχείρηση για να βρει πόρους.

Ο τρόπος χρηματοδότησης γίνεται μέσω αιτημάτων συμπλήρωσης πλατφορμών στο διαδίκτυο, όπου μέσω αυτού ο κάτοχος της νεοφυούς και καινοτόμας ιδέας την παρουσιάζει προκειμένου να προσελκύσει επενδύσεις για την υλοποίηση της.

Το Crowdfunding συνεπώς αποτελεί μια μορφή χρηματοδότησης από τους πολλούς, αποτελεί δηλαδή την συμμετοχική χρηματοδότηση. (NESTA, 2009)

## 2.9.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ CROWDFUNDING

Ένας νεοφυής επιχειρηματίας μπορεί να έχει πολλά πλεονεκτήματα μέσω από την διαφήμιση της καινοτόμας ιδέας ή του ιδιαίτερου προϊόντος που μπορεί να δείξει στο κοινό.

Βασικό πλεονέκτημα στην όλη διαδικασία είναι ότι ο επιχειρηματίας start-upper μπορεί να διαθέσει το χρηματικό ποσό που θα λάβει από τις δωρεές όπως επιθυμεί. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί είτε να προχωρήσει γρήγορα στην υλοποίηση της ιδέας του προκειμένου να έχει λιγότερα έξοδα είτε να την υλοποιήσει με αργά σταθερά βήματα γνωρίζοντας το δύσκολο οικονομικό περιβάλλον στο οποίο ενδέχεται να βρεθεί.

Το δεύτερο βασικό είναι ότι για την αναζήτηση αυτή των χρηματοδοτικών πόρων από διάφορους επενδυτές δεν θα χρειαστεί να ξοδευτεί κεφάλαιο καθώς όλη η διαδικασία γίνεται μέσω διαδικτύου, χωρίς επιπλέον επιβαρύνσεις για αυτόν που προμοτάρει την ιδέα του.

Για μια νεοφυή ιδέα που πρέπει να εξελιχθεί, παρουσιάζεται και το βασικό πλεονέκτημα ότι οι επενδυτές της ιδέας αυτής μπορεί να μην διαθέτουν μετοχές εάν αυτή η ιδέα τεθεί σε πράξη. Οι ευεργέτες αυτοί, μπορεί να λάβουν είτε ανταπόδοση από τα κέρδη είτε μέσω αγοράς μετοχών ως μερίδιο. Αυτό το πλεονέκτημα μπορεί να βοηθήσει στην πιο εύκολη εξασφάλιση πόρων εάν οι χορηγοί βοηθήσουν και στην συνέχεια της ιδέας ως μέτοχοι.

Τα πλεονεκτήματα του Crowdfunding, της συμμετοχικής αλλιώς αυτής χρηματοδότησης είναι και πέρα από όφελος οικονομικό. Μερικά από αυτά αποτελούν

- Εξακρίβωση σε μορφή καινοτομίας της ιδέας
- Προώθηση ιδέας σε μεγάλο κοινό
- Βοήθεια σε αναζήτηση άλλων μορφών χρηματοδότησης
- Δυνατότητα εμπορικής αξιοποίησης της ιδέας αυτής

Η ιδέα που θα παρουσιαστεί στον διαδικτυακό χώρο, σαφέστατα δίνει πιο εύκολα το στίγμα εάν είναι αρεστή από τον κόσμο και αν μπορεί να τον ικανοποιήσει έτσι ώστε να στηρίζει την προσπάθεια. Μια ιδέα που διαθέτει την καινοτομία, ενδέχεται να μην αρέσει σε ένα κοινό και έτσι να μην γίνει ένα νεοφυές εγχείρημα. Εάν η ιδέα αυτή στηριχθεί από χορηγούς, τότε αποτελεί σίγουρα ένα δείγμα ότι η ιδέα αυτή εγκρίνεται στο κοινό.

Το κυρίαρχο πλεονέκτημα όμως είναι ότι με τον τρόπο παρουσίασης μιας ιδέας που διέπεται από καινοτομία γίνεται μέσα από τα μέσα του διαδικτύου, συνεπώς απευθύνεται σε ένα ευρύ κοινό. Σε αυτό το κοινό ενδέχεται να υπάρχουν εμπειρογνώμονες σχετικά με την ιδέα αλλά και γνώσεις σχετικά με την υλοποίησή της. Μέσα από αυτόν τον τρόπο μπορεί να γίνει μια ανταλλαγή απόψεων και γνώμων χωρίς περεταίρω κόστος.

Υπάρχει και το γεγονός όμως ότι μέσα από μια επιτυχημένη προσπάθεια προώθησης της ιδέας αυτής, δεν εξασφαλίζεται μόνο η δημιουργία της αλλά και μπορεί να στηριχθεί οικονομικά και

από άλλους φορείς που πιστεύουν στην ιδέα αυτή. Για παράδειγμα, ενδέχεται μετά από μια προώθηση της ιδέας αυτής να βρεθούν χρηματοδότες ως επενδυτές ακόμη και τραπεζικά ιδρύματα που θα πιστεύουν ότι η ιδέα αυτή έχει λιγότερους ίσως κινδύνους επενδύοντας σε αυτή.

Μέσα όμως και από την προώθηση αυτής της ιδέας με διαδικτυακή καμπάνια και τη χρηματοδότησή της από επενδυτές ,δημιουργείται ο τρόπος παρουσίασής της. Αυτή η προώθηση της ιδέας και η χρηματοδότησή της αποτελεί ένα εργαλείο φήμης στην παρουσίαση της νέας εταιρείας. Μέσα λοιπόν από το crowdfunding διαφημίζεται η ιδέα και η νεοφυής επιχείρηση ,κάτι που είναι χρήσιμο για μια start-up εταιρεία στα πρώτα βήματα (NESTA, 2009).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΙΔΡΥΜΑΤΑ ΠΡΩΘΗΣΗΣ ΝΕΟΦΥΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

#### 3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Για την εκκίνηση μιας start-up νεοφυούς επιχείρησης δεδομένου ότι μπορεί να υπάρξουν προβλήματα στην εξεύρεση πόρων, απαιτείται η υποστήριξη εκείνη που θα κάνει την εταιρεία να ιδρυθεί και να συνεχίσει. Για αυτό το σκοπό αρκετά ιδρύματα και φορείς που στηρίζουν την νέα επιχειρηματικότητα και σε επίπεδο έρευνας και σε επίπεδο γνώσης ακόμη και σε επίπεδο εύρεσης εργαλείων ή χώρου. Πολλοί φορείς, όπως πανεπιστήμια ,συνεργατικοί χώροι (co-working spaces) στηρίζουν τέτοιες προσπάθειες σε νεοφυή εγχειρήματα κυρίως τεχνολογικού περιεχομένου και άλλα όπου απαιτούνται τα κατάλληλα εργαλεία περαιτέρω γνώσεις ή χώροι για την λειτουργία τους.

Εκτός αυτών πολλά κοινωφελή ιδρύματα μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα αλλά και ιδρύματα στην ελληνική επικράτεια στηρίζουν ιδέες και προσπάθειες που βασίζονται στην καινοτομία και βοηθούν χρηματοδοτώντας και προωθώντας το μοντέλο αυτό (Flick, 2014).

### 3.2 ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ & START-UPS

Τα πανεπιστήμια, ως φορείς γνώσεων και προώθησης της τεχνολογίας και της καινοτομίας στηρίζουν την προσπάθεια κάποιων εγχειρημάτων από φοιτητές εκάστοτε τμημάτων. Σε πολλές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και στην Αμερική, τα πανεπιστήμια στηρίζουν και προωθούν επιχειρηματικές προσπάθειες, ιδιαίτερα σε τεχνολογικό επίπεδο ή σε νεοφυείς εταιρίες που μπορεί να προσφέρουν υπηρεσίες. Όλα αυτά γίνονται μέσω της παροχής προγραμμάτων για την ανάδειξης τους είτε μέσω παρουσιάσεων των επιχειρηματικών εγχειρημάτων στο ευρύ κοινό.

Υπάρχουν πολλά χαρακτηριστικά παραδείγματα ανά τον κόσμο όπου χρηματοδοτήθηκαν ή στηρίχθηκαν από πανεπιστημιακούς φορείς και τεχνολογικά κέντρα εντός των πανεπιστημίων.

Μερικά από αυτά τα παραδείγματα στην Ευρωπαϊκή Ένωση περιλαμβάνεται και η πρόσφατη πρόθεση της Πολωνίας ως κράτους μέλους της Ε.Ε. να μετατρέψει πολλούς από τους αποφοίτους των πανεπιστημιακών ιδρυμάτων σε start-uppers αλλάζοντας την πολιτική των πανεπιστημίων από εκπαιδευτική σε μια νέα πολιτική προώθησης της τεχνολογίας και της έρευνας. Ήδη στο πανεπιστήμιο της Βαρσοβίας αυξήθηκε το ποσοστό των κονδυλίων που θα απευθυνθούν σε έρευνα και στην τεχνολογία (Flick, 2014).

Και σε άλλες όμως χώρες της Ευρώπης ασκείται μια τέτοια στρατηγική, προώθησης της έρευνας και της Καινοτομίας για τη δημιουργία όλο και περισσότερων start-up εταιρειών.

Η Μ. Βρετανία αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα στην ενίσχυση της; Επιχειρηματικότητας από πανεπιστήμια. Το πανεπιστήμιο της Οξφόρδης, μέσα από μελέτες αποτελεί παράδειγμα στην στήριξη νέων επιχειρήσεων σε ολόκληρη την Ευρώπη καθώς την τελευταία δεκαετία πολλές από νεοφυείς επιχειρήσεις ιδρύθηκαν από αποφοίτους του Πανεπιστημίου με αποτίμηση ενός δισεκατομμυρίου δολαρίων περισσότερο και από τα ποσοστά Αμερικανικών πανεπιστημίων.

Και στην Αμερική, πολλά πανεπιστήμια προωθούν νεοφυείς επιχειρήσεις αλλά και τις προωθούν ως εγχειρήματα. Πολλές φορές αυτό γίνεται και με σκοπό να κερδίσουν τα ιδρύματα αυτά περισσότερα επενδυτικά κεφάλαια από τις καινοτόμες ιδέες και επιχειρήσεις που προωθούν. Κάτι τέτοια γίνεται σε μία υγιή βάση και ενός συναγωνισμού μεταξύ των ιδρυμάτων αυτών. Παραδείγματα τέτοια αποτελούν το Πανεπιστήμιο Carnegie Mellon ΣΤΗΝ Πενσυλβανία όπου έχει παραπάνω από 300 επιχειρήσεις που έχει προωθήσει και έχει πάρει από επενδύσεις περισσότερα από 4 δις δολάρια. Μέσα σε αυτά τα παραδείγματα αποτελούν και μεγάλες πασίγνωστες επιχειρήσεις όπως το Facebook του Μάρκ Ζούκερμπεργκ όπου ήταν και αυτός απόφοιτος αμερικανικού κολλεγίου (Clutterbuck, 2011).

### 3.2.1 ΤΑ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ

Τα τελευταία χρόνια ,αρκετά πανεπιστήμια στη χώρα μας διοργανώνουν ημερίδες και εκδηλώσεις προκειμένου να διαφημίσουν κάποιες ήδη υπάρχουσες νεοφυείς επιχειρήσεις αλλά και να παρακινήσουν τη νέα γενιά στην καινοτομία και την επιχειρηματικότητα.

Στη χώρα μας διοργανώνονται πολλές εκδηλώσεις και ημερίδες σχετικά με την νέα επιχειρηματικότητα και μπορεί κανείς να μάθει περισσότερες πληροφορίες ακόμα και να τον βοηθήσει να κάνει μια νεοφυή επιχείρηση.

Τα γραφεία διασύνδεσης επίσης αποτελούν ένα χρήσιμο εργαλείο για να μπορέσει κανείς να ενημερωθεί με ποιο τρόπο μπορεί να χρηματοδοτηθεί η ιδέα του και να στηριχθεί μέσω προγραμμάτων προώθησης επιχειρηματικότητας που υπάρχουν και να λάβει τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με το πώς μπορεί να δημιουργήσει μια ιδέα σε επιχείρηση ακόμα και με τον τρόπο που μπορεί να χρηματοδοτηθεί (Clutterbuck, 2011).

### **3.2.2 ΤΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ ΩΣ ΜΕΣΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ START-UP ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Πολλές εταιρείες αλλά και ιδρύματα μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα στηρίζουν την νέα επιχειρηματικότητα. Τα τελευταία χρόνια, όλο και περισσότερες εταιρείες και ιδρύματα διαφόρου χαρακτήρα μέσω της εταιρικής υπευθυνότητας αναδεικνύουν ευκαιρίες μέσω χρηματοδότησης τους σε νέους επιχειρηματίες με φιλόδοξες ιδέες. Στην Ελλάδα αρκετά ιδρύματα και φορείς πολιτισμού αλλά και της εκπαίδευσης προωθούν τέτοιες προσπάθειες χρηματοδοτώντας και στηρίζοντας με παρουσιάσεις αρκετές νεοφυείς start-up εταιρείες που αφορούν την καινοτομία στην τεχνολογία, τον πολιτισμό επενδύοντας όπως οι ίδιες αναφέρουν σε ένα καλύτερο μέλλον.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα στην Ελλάδα, είναι το Ινστιτούτο Νεολαίας και Δια Βίου Μάθησης (I.NE.ΔΙ.ΒΙ.Μ) όπου διοργανώνει διαγωνισμούς για την επιχειρηματικότητα στους νέους με στόχο την προώθηση της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας στο νέο κόσμο για την αναβάθμιση της χώρας μας στο κομμάτι των δυνατοτήτων της παραγωγής.

Και το Ινστιτούτο Ανάπτυξης και Επιχειρηματικότητας (IN.AN.EΠ) αποτελεί έναν μη Κυβερνητικό φορέα με στόχο της ανάδειξη της επιχειρηματικότητας με διάφορες ημερίδες για την προώθηση της. Στόχοι της είναι η παροχή τεχνικής βοήθειας, η ενδυνάμωση της ευθύνης για το περιβάλλον, ανάπτυξη και η υποστήριξη καινοτόμων ιδεών (Cull, 2006).

### 3.2.3 ΚΕΝΤΡΑ ΈΡΕΥΝΑΣ & ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Τα κέντρα έρευνας και καινοτομίας είναι επίσης εναλλακτικές μορφές που προωθούν τις νεοφυείς επιχειρήσεις και τις καινοτόμες ιδέες που τα συνοδεύουν. Μια καινοτόμα ιδέα μαζί με τους οργανωτές αυτής μπορούν να αναζητήσουν βοήθεια για την προώθηση και ανάπτυξη του εγχειρήματος τους μέσα στα εκατοντάδες ερευνητικά κέντρα όπου συνήθως υπάρχει συνεργασία με πανεπιστήμια.

Σε αυτά τα κέντρα μια ομάδα start up νεοφυούς επιχείρησης μπορεί να διευκολυνθεί ώστε να ιδρύσει μια επιχείρηση αλλά και να υποστηριχθεί και να εξασφαλιστούν τα πνευματικά δικαιώματα και η καινοτομία της ιδέας.

Στην Ελλάδα υπάρχουν αρκετά κέντρα έρευνας και καινοτομίας αλλά και τεχνολογίας. Κάποια λειτουργούν ως ιδιωτικά και παρέχουν πληροφορίες, μέσα αλλά και συμβουλές προς τις νεοφυείς επιχειρήσεις, διαχείριση έργου και προώθηση της δραστηριότητας μιας επιχείρησης.

Συνήθως τα κέντρα έρευνας έχουν μια άμεση συνεργασία με τα τεχνολογικά πάρκα. Αυτά τα τεχνολογικά πάρκα παρέχουν χώρους εργασίας σε σχέση με τα κέντρα έρευνας όπου στα ιδιωτικά συνήθως παρέχουν παροχές συμβουλευτικής κυρίως προς νέες επιχειρήσεις. Το τεχνολογικό πάρκο βοηθά όχι μόνο στον εκσυγχρονισμό τεχνολογίας σε ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις αλλά προωθεί στο να ξεκινήσουν νέες επιχειρήσεις που αφορούν την τεχνολογία.

Στην χώρα βρίσκονται από τις αρχές της δεκαετίας του '90 όπου μέχρι τότε τα κυριότερα βρίσκονταν στην Αθήνα, στο Ηράκλειο, την Θεσσαλονίκη και την Πάτρα και δημιουργήθηκαν και αναπτύχθηκαν μετά τα ερευνητικά κέντρα. Τα τεχνολογικά πάρκα έχουν βασικό στόχο την ανάπτυξη και την καινοτομία και δίνουν βάση σε έρευνες σε επιχειρήσεις αλλά και οργάνωση στη διοίκηση μιας επιχείρησης κάτι που είναι σημαντικό σε μια start up σε άτομα χωρίς γνώσεις σε αυτήν.

Τα τεχνολογικά πάρκα ως μέσα στήριξης νεοφυών επιχειρήσεων έχουν στόχους όπως την ανακάλυψη αλλά και τη δημιουργία θέσεων εργασίας ,κάτι που είναι σημαντικό ειδικά σε καιρούς κρίσης, την επιμέρους συνεργασία μεταξύ των ερευνητικών κέντρων και των επιχειρήσεων και βοηθούν στο να προσεγγίσουν κεφάλαια για νέες επιχειρήσεις. Επίσης βασικό είναι και ότι συμβάλουν στην τοπική ανάπτυξη των περιοχών και αποτελούν λύση καθώς στηρίζουν διάφορες νέες επιχειρήσεις και όχι μόνο στην συνέχειά τους.

Μέσα από αυτά τα τεχνολογικά κέντρα μπορούν να δοθούν υπηρεσίες για πολλές επιχειρήσεις όχι μόνο για συμβουλευτική και έρευνα στην αγορά αλλά και μεταφορά γνώσεων και τεχνογνωσίας από ειδικούς και στήριξη στο διοικητικό κομμάτι μιας επιχείρησης με οργάνωση (Clutterbuck, 2011).



### 3.2.4 ΧΩΡΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΟΙ (CO-WORKING SPACES)

Οι χώροι συνεργασίας μεταξύ των επαγγελματιών ,τα co working spaces όπως λέγονται αποτελούν ένα σύγχρονο και διαδεδомένο τρόπο εργασίας σε ένα διαφορετικό περιβάλλον. Αποτελείται από ένα χώρο με αρκετά γραφεία και μια σειρά από ανέσεις όπου μπορεί ο εκάστοτε επαγγελματίας να δουλέψει.

Η ιστορία τους ξεκίνησε το 2005 στις ΗΠΑ ,στο San Francisco όπου ο Brad Neuberg τον πρώτο συνεργατικό χώρο εκεί με την προοπτική ότι μπορεί να υπάρξει ελεύθερη εργασία σε ένα χώρο με αρκετά γραφεία. Έκτοτε, έχουν ανοίξει αρκετοί χώροι συνεργατικότητας ανά τον κόσμο και κάθε χρόνο ο αριθμός τους διπλασιάζεται.

Στην Ευρώπη το πρώτο co-working space άνοιξε στην Μασσαλία και πλέον βρίσκονται εκατοντάδες τέτοιοι χώροι σε όλο τον κόσμο και στην χώρα μας.

Σε έναν τέτοιο χώρο, ένας φιλόδοξος επιχειρηματίας start up επιχείρησης μπορεί να εργαστεί στο πλάνο (project) που θέλει να φτιάξει αλλά και να έχει την κατάλληλη υποδομή. Στους χώρους συνεργασίας μπορεί κανείς να βρει αρκετά εργαλεία που θα τον βοηθήσουν στο να καταφέρει τους στόχους του, χωρίς να επιβαρυνθεί οικονομικά για υποδομές χρήσιμες στην εργασία όπως π.χ ένας υπολογιστής.

Η ενοικίαση του χώρου συνάδει και με άλλες υπηρεσίες που μπορούν να ωφελήσουν έναν επιχειρηματία όπως :

- Εξοπλισμός γραφείου
- Υπολογιστές
- Επαρκής σύνδεση στο διαδίκτυο
- Χώροι αναψυχής και ξεκούρασης
- Χώροι πελατών
- Χώροι συνεδριάσεων και εκδηλώσεων

Μέσα σε αυτούς τους χώρους, ένας νεοφυής επιχειρηματίας μπορεί να επωφεληθεί από την επικοινωνία με άλλους εργαζόμενους. Αυτό το βασικό πλεονέκτημα μπορεί να δώσει την δυνατότητα ο επιχειρηματίας να ανταλλάξει απόψεις και να συζητήσει για το πλάνο του με άλλους. Αυτό ίσως του δώσει την ευκαιρία να εξασφαλίσει και μια τεχνογνωσία που δεν ήξερε και την εξασφάλισε μέσα από την επικοινωνία.

Επίσης βασικό είναι ότι σε αυτούς τους χώρους συνεργατικότητας μπορούν να εξοικονομηθούν αρκετά χρήματα με την ενοικίαση του χώρου όπου φέρει μαζί της όλες αυτές τις υποδομές. Έτσι μια νεοφυής επιχείρηση μπορεί να κατορθώσει να οργανώσει τα πλάνα της καλύτερα μέσα σε

ένα περιβάλλον που υπάρχουν και άλλες καινοτόμες ιδέες προς υλοποίηση ακόμα και ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις που αναζητούν μια αναπτυξιακή πορεία.

Σε αυτούς τους συνεργατικούς χώρους πέρα από πλεονεκτήματα υπάρχουν και αρκετά μειονεκτήματα όπως το γεγονός ότι καταργείται κατά κάποια έννοια η εμπιστευτικότητα, καθώς πολλοί φιλόδοξοι επιχειρηματίες μπορούν να γνωρίσουν το πλάνο και την ιδέα για το ξεκίνημα μιας επιχείρησης κάτι που το δυσχεραίνει και η έλλειψη χώρου ή έλλειψη υπηρεσιών λόγω του αριθμού των επιχειρήσεων όπου βρίσκονται εκεί.

Στην χώρα μας, το μοντέλο των χώρων συνεργασίας ως εργασιακό περιβάλλον, αυξάνεται εξαιτίας και της οικονομικής κρίσης και έστρεψε πολλές ιδέες να αναπτυχθούν σε τέτοιους χώρους και πολλές start up επιχειρήσεις να συμμετέχουν και να εργαστούν εκεί. Για μια start up επιχείρηση το co-working space αποτελεί μια ευκαιρία για ανταλλαγή απόψεων, ανάπτυξη της ιδέας και στήριξη της και οργάνωση από ειδικούς με τεχνογνωσία σε διάφορους τομείς, κάτι που αποτελεί ένα εργαλείο γνώσης θεμάτων για τους νεοφυείς επιχειρηματίες. (Clutterbuck, 2011).

### 3.3 ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης και λόγω της εκτεταμένης ύφεσης και των φυγής επιχειρήσεων η κυβέρνηση προσπάθησε να δημιουργήσει κάποιους νόμους αναπτυξιακής φύσεως για την προώθηση της ελληνικής επιχειρηματικότητας, αλλά και ο στην προσέλκυση ξένων επενδύσεων.

Σε αυτό το πλαίσιο, ο πρώτος νόμος που προσπάθησε να προωθήσει σε εάν βαθμό την επιχειρηματικότητα ήταν ο Νόμος 4019/2011,η αλλιώς νόμος περί κοινωνικής επιχειρηματικότητας με σκοπό την συλλογικότητα της κοινωνίας ,την αλληλεγγύη στην οικονομία και την επανεκκίνηση της ανάπτυξης μέσω της περιφέρειας. Σκοπός του παρόντος νόμου είναι η δημιουργία του νομοθετικού πλαισίου για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία, ως μορφή εναλλακτικής οργάνωσης των οικονομικών δραστηριοτήτων (<http://koinsep.org>)

Σύμφωνα με αυτό το νομικό πλαίσιο εδραιώθηκε ο όρος των Κοινωνικών Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων (Κοιν.Σ.Επ), όπου ορίζονται ως φορείς της Κοινωνικής Οικονομίας. Είναι αστικοί συνεταιρισμοί με κοινωνικό σκοπό και διαθέτουν εκ του νόμου την εμπορική ιδιότητα. Τα μέλη της Κοιν.Σ.Επ. μπορούν να είναι είτε φυσικά πρόσωπα είτε φυσικά πρόσωπα και νομικά πρόσωπα. Τα μέλη της συμμετέχουν σε αυτήν με μια ψήφο, ανεξάρτητα από τον αριθμό των συνεταιριστικών μερίδων που κατέχουν.

### 3.4 MENTORING

Η ζωή ενός επιχειρηματία είναι σκληρή και απρόβλεπτη. Συχνά, αντιμετωπίζει πολλές αμφιβολίες και προκλήσεις. Κατά καιρούς, βρίσκετε ακόμη και τον εαυτό του βυθίζοντας από το πρόβλημα στο πρόβλημα. Ένας μέντορας είναι ένας ανεκτίμητος πόρος για κάθε εταιρεία, ειδικά για εταιρείες που βρίσκονται στο στάδιο εκκίνησης. Ωστόσο, η εύρεση ενός καλού μέντορα είναι δύσκολη. Στην πραγματικότητα, ότι οι επιχειρηματίες μπορούν πιθανώς να έχουν πρόσβαση στη χρηματοδότηση πιο εύκολα από ό, τι μπορούν να βρουν καλούς συμβούλους!. Ένας καλός μέντορας μπορεί να προσθέσει τεράστια αξία σε μια επιχείρηση. Εάν ένας επιχειρηματίας μπορεί να επωφεληθεί από καθοδήγηση, οι πιθανότητες επιτυχίας του (και η κλίμακα επιτυχίας) είναι πολύ πιθανό να είναι υψηλότερες από ό, τι διαφορετικά.

Ένας μέντορας θα αξιολογήσει αντικειμενικά την κατάσταση της επιχείρησής και την κατεύθυνση στην οποία κατευθυνθεί. Θα φέρει μια αμερόληπτη άποψη. Με αυτόν τον τρόπο, θα ενεργήσει ως καθρέφτης, αντικατοπτρίζοντας την κατάσταση της επιχείρησής.. Θα εντοπίσει τι είναι σωστό και τι είναι λάθος με την επιχείρησή (ή το επιχειρηματικό σχέδιο, ανάλογα με το πότε έρχεται ακριβώς ο μέντορας) και να βοηθήσει να διορθωθούν τα πράγματα που πρέπει να διορθωθούν.

Εάν υπάρχει κάποιο πρόβλημα με την επιχείρηση (όπως μια αδύναμη διαδικασία, τα κακά λογιστικά πρότυπα και ένα κακό σχέδιο μάρκετινγκ, οτιδήποτε), θα το επισημάνει και θα ωθήσει σε διορθωτικά μέτρα.

Οι παρεμβάσεις ενός μέντορα θα μπορούσαν να αφορούν το ίδιο το επιχειρηματικό μοντέλο, τον ορισμό των πελατών-στόχων, το κόστος απόκτησης πελάτη ή τους χρόνους παράδοσης, τον χρόνο που απαιτείται για την ισορροπία της επιχείρησης, την απαιτούμενη κεφαλαιακή επένδυση κλπ (Pompa, 2012).

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

#### **4.1 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Η παρούσα εργασία αποσκοπούσε στη διερεύνηση των απόψεων των Ελλήνων μεντόρων των startup σχετικά με την ελληνική νεοφυή επιχειρηματικότητα. Πιο αναλυτικά διερευνώνται οι απόψεις τους γύρω από τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες που επιθυμούν να δημιουργήσουν μια start-up επιχείρηση, οι απόψεις τις γύρω από τις ελληνικές start-up επιχειρήσεις καθώς και η γνώμη τους για το τι μπορεί να βελτιώσει αυτές τις επιχειρήσεις. Προκειμένου να εκμαιευτούν αυτές οι απόψεις δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο στο οποίο εντάχθηκαν ερωτήσεις από ξένα αντίστοιχα ερωτηματολόγια προσαρμοσμένες στην ελληνική πραγματικότητα.

## 4.2 ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Προκειμένου να είναι δυνατή η συλλογή απαντήσεων οι οποίες θα αποτελούσαν τα δεδομένα της παρούσας έρευνας για τη λήψη συμπερασμάτων γύρω από τις απόψεις των Ελλήνων μεντόρων των startup σχετικά με την ελληνική νεοφυή επιχειρηματικότητα πραγματοποιήθηκε η δημιουργία ενός ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο αποτελούταν από 10 ερωτήσεις οι οποίες καλούσαν τον ερωτηθέντα να επιλέξει μια απάντηση ενώ μια ερώτηση καλούσε τον ερωτηθέντα να επιλέξει και πάνω από μια απάντηση. Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για τις ανάγκες της έρευνας βρίσκεται στο παράρτημα της εργασίας. Ενώ η λήψη απαντήσεων επήλθε αφότου το ερωτηματολόγιο εστάλη σε διάφορα ελληνικά forum μεντόρων startup επιχειρήσεων.

### 4.3 ΔΕΙΓΜΑ

Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από 30 Έλληνες μέντορες start-up επιχειρήσεων και πιο συγκεκριμένα από 18 άνδρες ( 60% επι του δείγματος ) και από 12 γυναίκες ( 40%).

Αναφορικά με την ηλικία τους οι ερωτηθέντες διαχωρίζονται σε 6 άτομα ηλικίας από 21 έως 30 ετών ( 20% επι του δείγματος ), 14 άτομα των οποίων η ηλικίας ήταν από 31 έως 40 έτη ( 46,7%) και 10 άτομα των οποίων η ηλικία ήταν από 41 έως 50 έτη ( 33,3%).

Τέλος όσον αφορά τα έτη ενασχόλησης των ερωτηθέντων με τις start-up επιχειρήσεις παρατηρήθηκε πως το δείγμα αποτελείται από 8 άτομα που ενασχολούνται με τις start-up επιχειρήσεις έως 2 έτη ( 26,7% επι του δείγματος ), από 16 άτομα των οποίων η ενασχόληση με τις start-up επιχειρήσεις ήταν από 3 έως 5 έτη ( 53,3%) και από 6 άτομα που ενασχολούνται με τις start-up επιχειρήσεις για πάνω από 5 έτη ( 20%)..

#### **4.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ**

Αφότου συγκεντρώθηκαν τα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια της παρούσας έρευνας, οι απαντήσεις τους μεταφέρθηκαν στο στατιστικό πακέτο IBM SPSS version 22 προκειμένου να επεξεργαστούν και να αναλυθούν. Εκεί εισάχθηκαν οι 10 ερωτήσεις μιας επιλογής και οι η ερώτηση πολλαπλών απαντήσεων δημιουργώντας εν τέλει 16 μεταβλητές. Εν συνεχεία τα δεδομένα αναλύθηκαν με τη μέθοδο συχνοτήτων ( frequencies ) και τα αποτελέσματα αυτής της διαδικασίας είναι δυνατόν να παρατηρηθούν στο επόμενο κεφάλαιο της παρούσας έρευνας καθώς και τα ευρήματα της έρευνας.



## 4.5 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ

Στην παρούσα έρευνα παρατηρήθηκε ότι λόγω της συγκεκριμένης ομάδας ερωτηθέντων ( Έλληνες μέντορες start-up επιχειρήσεων ) υπήρχε μια σχετική δυσκολία στην λήψη μεγάλου αριθμού απαντήσεων. Επίσης το γεγονός ότι οι start-up επιχειρήσεις είναι μια νέα έννοια στον επιχειρηματικό κόσμο της χώρας συντελεί και αυτό το γεγονός στο σχετικά μικρό μέγεθος του πληθυσμού των ερευνώμενων ατόμων.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

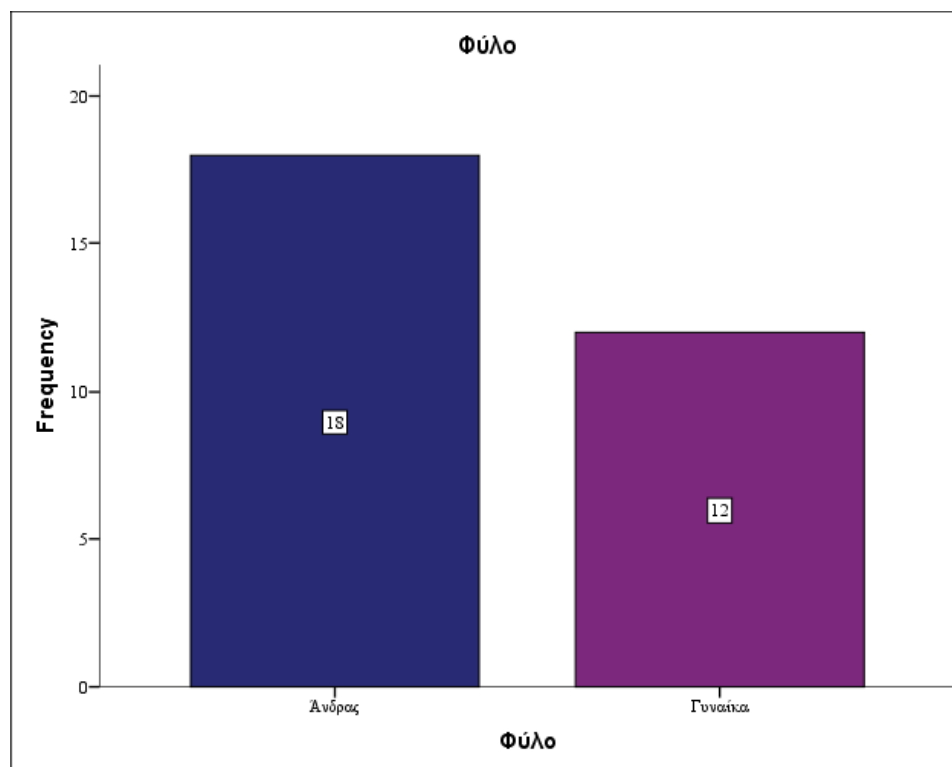
### ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

#### Ερώτηση 1: Φύλο

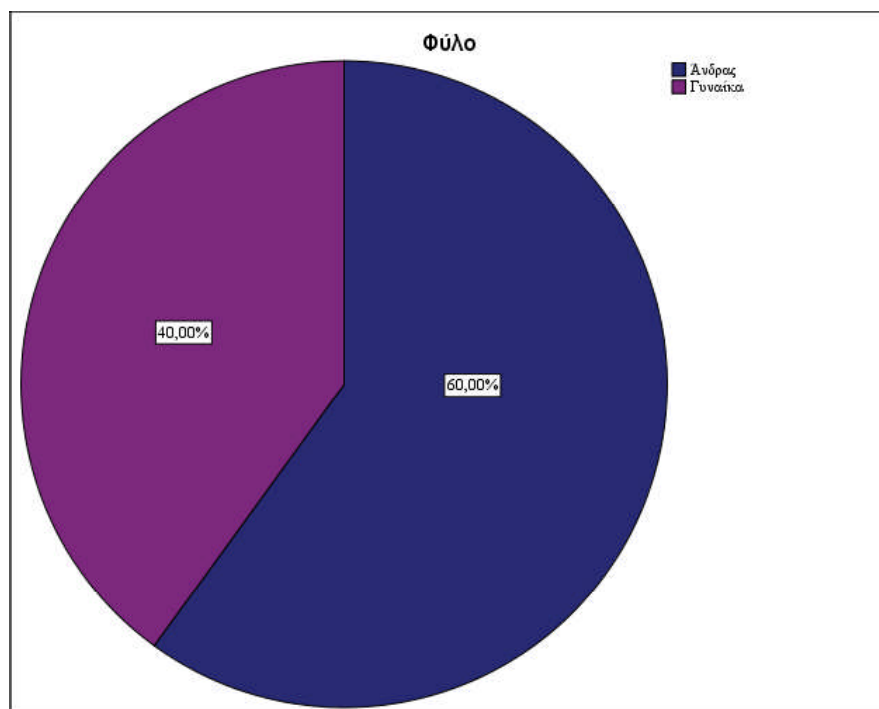
Όπως είναι εμφανές από τον πίνακα 1 και τα γράφημα που τον ακολουθούν το δείγμα των 30 Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αποτελούνταν από 18 άνδρες ( 60% επι του δείγματος ) και από 12 γυναίκες ( 40%).

Φύλο		Ποσοστ	
		Συχνότητα	ό
Εγκυ	Ανδρας	18	60,0
ρο	Γυναίκα	12	40,0
Total		30	100,0

Πίνακας 1: Παρουσίαση της συχνότητας και του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το φύλο τους.



Γράφημα Ράβδων (Bar Chart) 1: Διαγραμματική παρουσίαση της συχνότητας των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το φύλο τους.



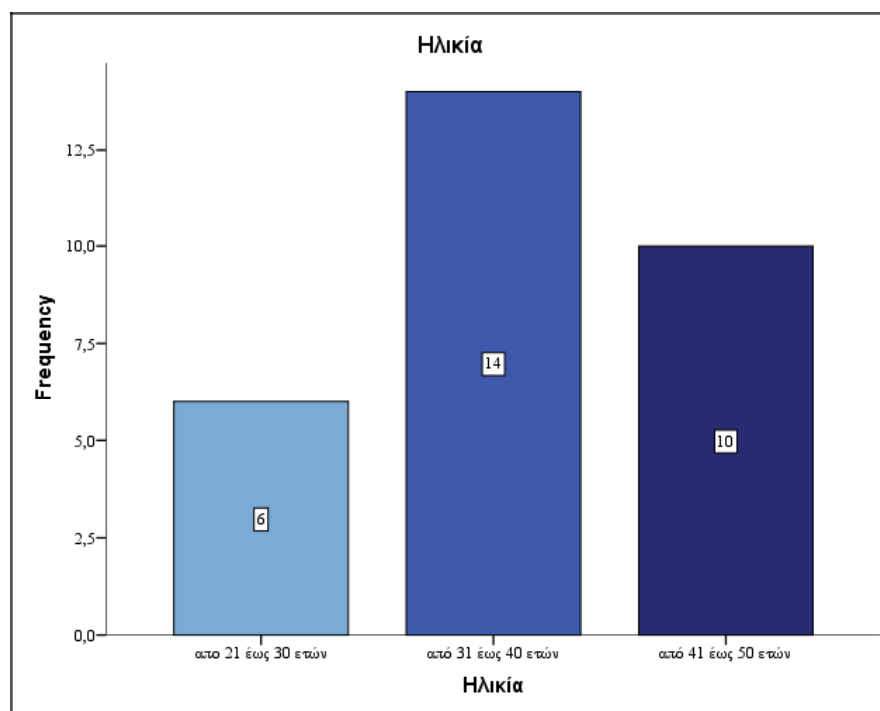
Γράφημα πίτας (Pie Chart) 1: Διαγραμματική παρουσίαση του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το φύλο τους.

## Ερώτηση 2: Ηλικία

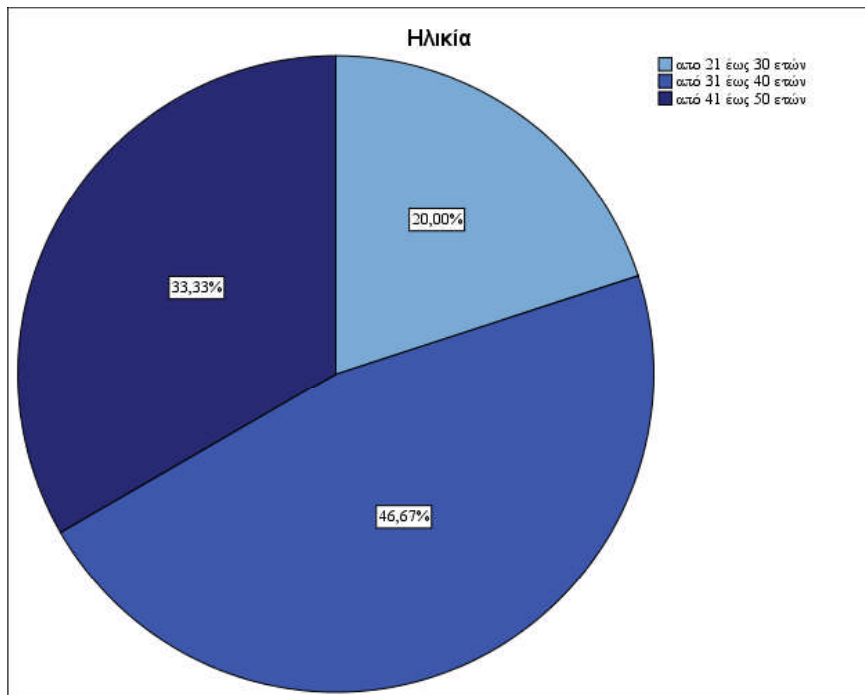
Όπως είναι εμφανές από τον πίνακα 2 και τα γράφημα που τον ακολουθούν το δείγμα των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων, αποτελείται από 6 άτομα ηλικίας από 21 έως 30 ετών ( 20% επι του δείγματος ), από 14 άτομα των οποίων η ηλικίας ήταν από 31 έως 40 έτη ( 46,7%) και από 10 άτομα των οποίων η ηλικία ήταν από 41 έως 50 έτη ( 33,3%). Στην παρούσα έρευνα δεν έλαβε μέρος κανένα άτομο του οποίου η ηλικία ήταν πάνω από 50 έτη.

<i>Ηλικία</i>		<i>Συχνότητα</i>	<i>Ποσοστό</i>
<i>Έγκυρο</i>	<i>από 21 έως 30 ετών</i>	<i>6</i>	<i>20,0</i>
	<i>από 31 έως 40 ετών</i>	<i>14</i>	<i>46,7</i>
	<i>από 41 έως 50 ετών</i>	<i>10</i>	<i>33,3</i>
	<i>Πάνω από 50 ετών</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
	<i>Total</i>	<i>30</i>	<i>100,0</i>

Πίνακας 2: Παρουσίαση της συχνότητας και του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με την ηλικία τους.



Γράφημα Ράβδων (Bar Chart) 2: Διαγραμματική παρουσίαση της συχνότητας των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με την ηλικία τους.



Γράφημα πίτας (Pie Chart) 2: Διαγραμματική παρουσίαση του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με την ηλικία τους.

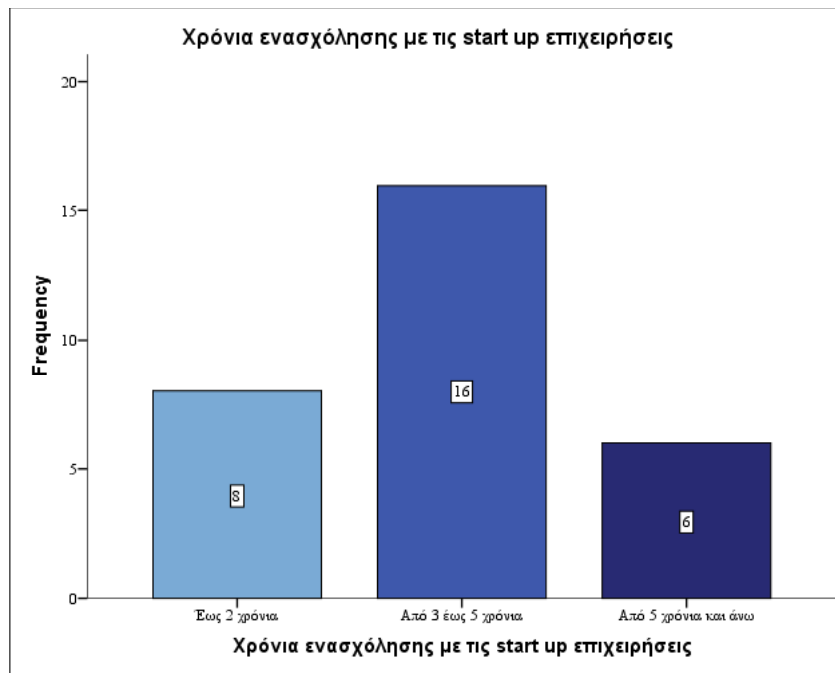
### Ερώτηση 3: Χρόνια ενασχόλησης με τις start up επιχειρήσεις

Όπως είναι εμφανές από τον πίνακα 3 και τα γράφημα που τον ακολουθούν το δείγμα των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων, αποτελείται από 8 άτομα που ενασχολούνται με τις start-up επιχειρήσεις έως 2 έτη ( 26,7% επί του δείγματος ), από 16 άτομα των οποίων η ενασχόληση με τις start-up επιχειρήσεις ήταν από 3 έως 5 έτη ( 53,3%) και από 6 άτομα που ενασχολούνται με τις start-up επιχειρήσεις για πάνω από 5 έτη ( 20%).

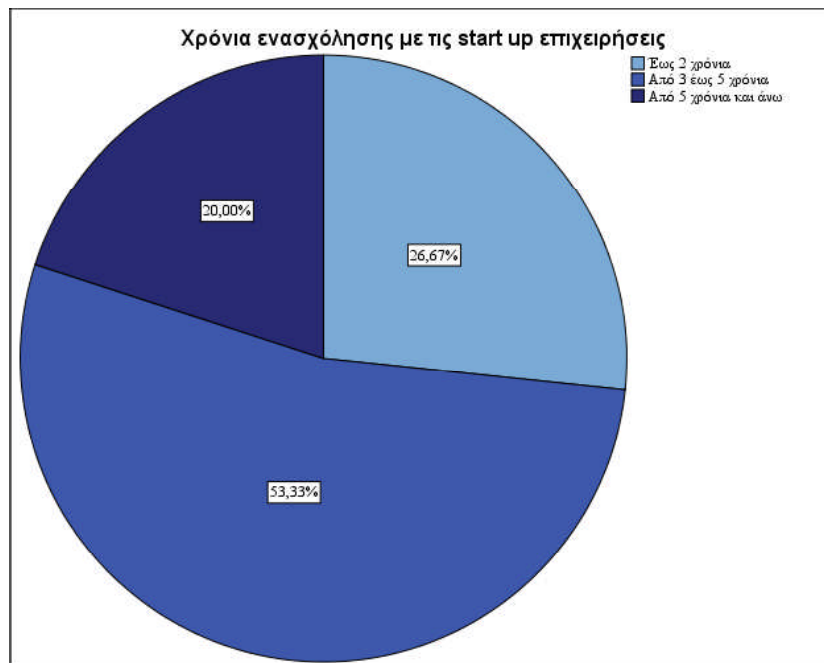
#### *Χρόνια ενασχόλησης με τις start up επιχειρήσεις*

			<i>Ποσοστ</i>
			<i>Συχνότητα ό</i>
<i>Έγκυ</i>	<i>Έως 2 χρόνια</i>	<i>8</i>	<i>26,7</i>
<i>ρο</i>	<i>Από 3 έως 5</i>	<i>16</i>	<i>53,3</i>
	<i>χρόνια</i>		
	<i>Από 5 χρόνια</i>	<i>6</i>	<i>20,0</i>
	<i>και άνω</i>		
<i>Total</i>		<i>30</i>	<i>100,0</i>

Πίνακας 3: Παρουσίαση της συχνότητας και του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με τα έτη ενασχόλησης τους με τις start-up επιχειρήσεις.



Γράφημα Ράβδων (Bar Chart) 3: Διαγραμματική παρουσίαση της συχνότητας των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με τα έτη ενασχόλησης τους με τις start-up επιχειρήσεις.



Γράφημα πίτας (Pie Chart) 3: Διαγραμματική παρουσίαση του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με τα έτη ενασχόλησης τους με τις start-up επιχειρήσεις.

#### Ερώτηση 4: Ποιο είναι το κυριότερο κίνητρο δημιουργίας μιας start up επιχείρησης;

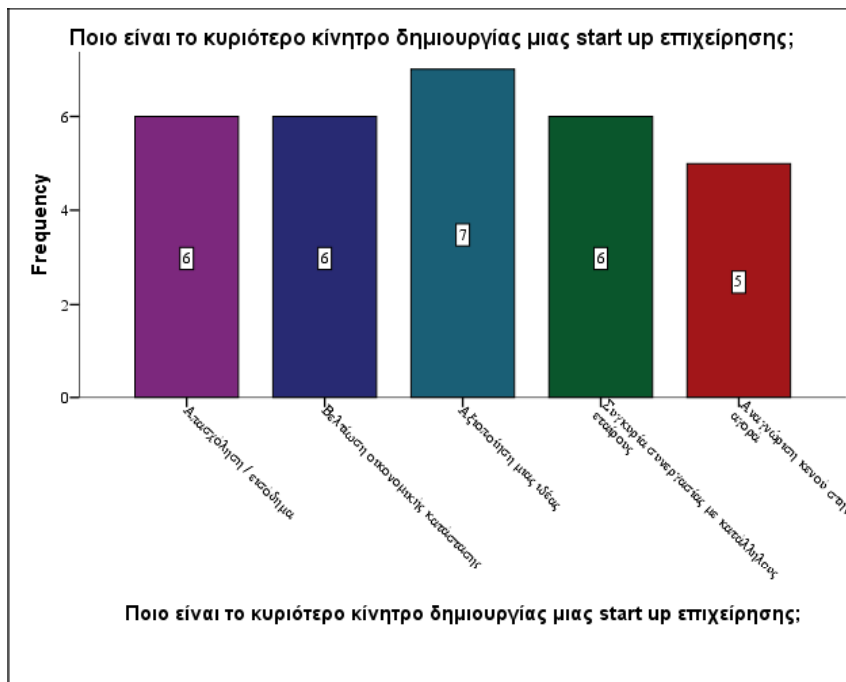
Όπως είναι εμφανές από τον πίνακα 4 και τα γράφημα που τον ακολουθούν το δείγμα των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων, αποτελείται από 7 άτομα που θεωρούν ως βασικότερο κίνητρο για τη δημιουργία μιας start-up επιχείρησης την αξιοποίηση μιας ιδέας από τον επιχειρηματία ( 23,3% επί του δείγματος ). Εν συνεχεία παρατηρήθηκε πως στο δείγμα υπήρξαν 6 μέντορες start-up επιχειρήσεων που θεωρούν ως κυριότερα κίνητρα την ύπαρξη απασχόλησης ή εισοδήματος, τη βελτίωση της οικονομικής κατάστασης του επιχειρηματία και τη συγκυρία συνεργασίας με τους κατάλληλους εταίρους ( 20% σε κάθε περίπτωση). Τέλος παρατηρήθηκε πως 5 άτομα θεωρούν ως κυριότερο κίνητρο για τη δημιουργία μιας start-up επιχείρησης την αναγνώριση ενός κενού στην αγορά ( 16,7% επι του δείγματος).

#### *Ποιο είναι το κυριότερο κίνητρο δημιουργίας μιας start up επιχείρησης;*

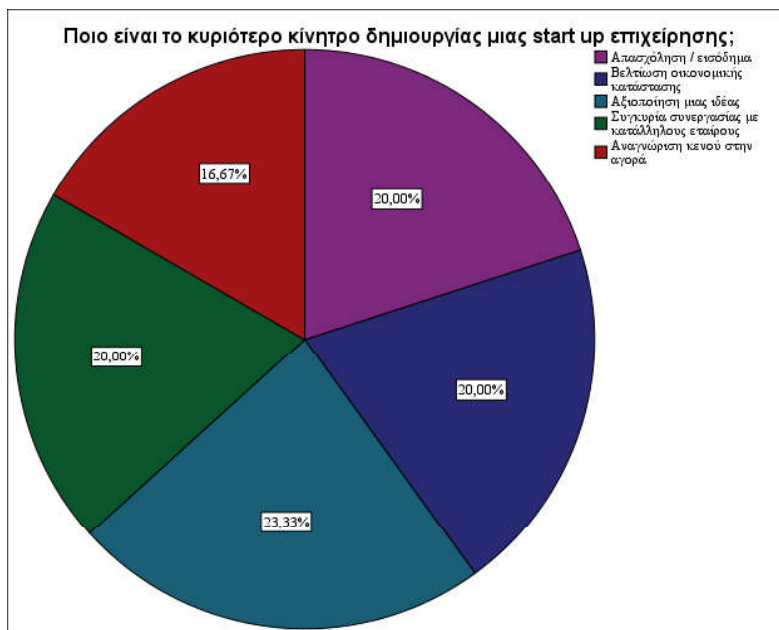
		<i>Συχνότητα</i>	<i>Ποσοστό</i>
<i>Έγκυρο</i>	<i>Απασχόληση / εισόδημα</i>	6	20,0
	<i>Βελτίωση οικονομικής κατάστασης</i>	6	20,0
	<i>Αξιοποίηση μιας ιδέας</i>	7	23,3
	<i>Συγκυρία συνεργασίας με κατάλληλους εταίρους</i>	6	20,0
	<i>Αναγνώριση κενού στην αγορά</i>	5	16,7
	<i>Total</i>	30	100,0

Πίνακας 4: Παρουσίαση της συχνότητας και του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το ποιο θεωρούν πως είναι το κυριότερο κίνητρο δημιουργίας μιας start up επιχείρησης.





Γράφημα Ράβδων (Bar Chart) 4: Διαγραμματική παρουσίαση της συχνότητας των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το ποιο θεωρούν πως είναι το κυριότερο κίνητρο δημιουργίας μιας start up επιχείρησης.



Γράφημα πίτας (Pie Chart) 4: Διαγραμματική παρουσίαση του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το ποιο θεωρούν πως είναι το κυριότερο κίνητρο δημιουργίας μιας start up επιχείρησης.

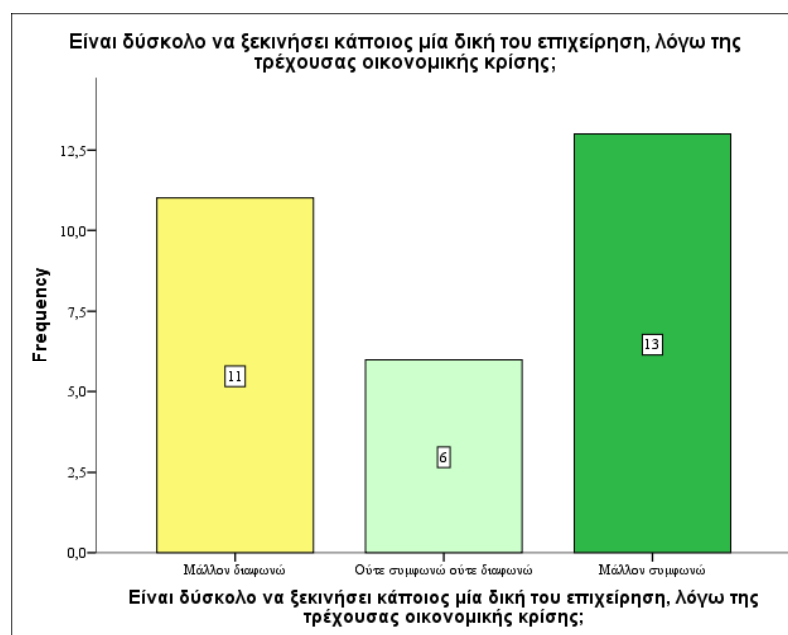
Ερώτηση 5: Είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, λόγω της τρέχουσας οικονομικής κρίσης;

Όπως είναι εμφανές από τον πίνακα 5 και τα γράφημα που τον ακολουθούν το δείγμα των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων, αποτελείται από 11 άτομα που απάντησαν ότι μάλλον διαφωνούν με το ότι υπάρχει δυσκολία στο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση ( 36,7% επι του δείγματος ), επίσης 6 άτομα απάντησαν ότι ούτε συμφωνούν αλλά και ότι ούτε διαφωνούν με το προαναφερθέν ( 20%) και τέλος 13 άτομα απάντησαν ότι μάλλον συμφωνούν με το ότι είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, λόγω της τρέχουσας οικονομικής κρίσης ( 43,3%).

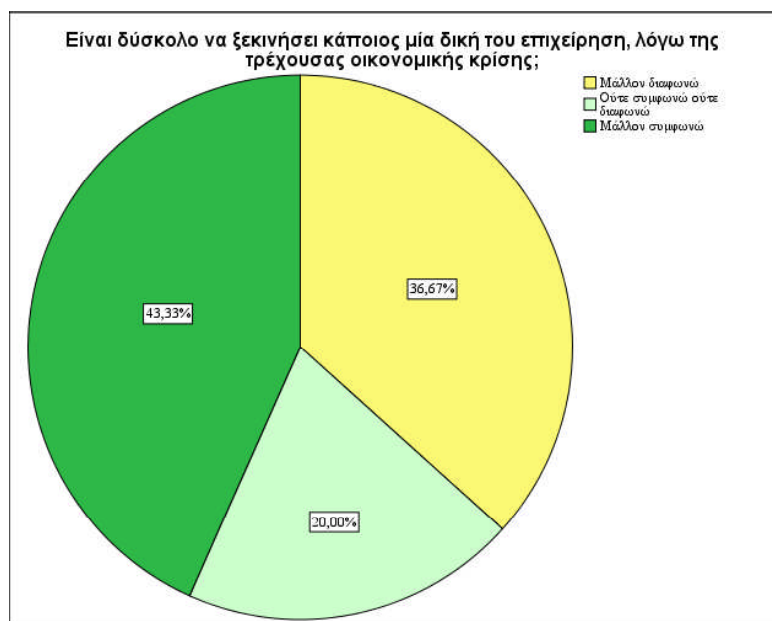
Είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, λόγω της τρέχουσας οικονομικής κρίσης;

		Συχνότητα	Ποσοστό
Έγκυρο	Μάλλον διαφωνώ	11	36,7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	6	20,0
	Μάλλον συμφωνώ	13	43,3
Total		30	100,0

Πίνακας 5: Παρουσίαση της συχνότητας και του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το επίπεδο συμφωνίας τους με το ότι υπάρχει δυσκολία στο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, λόγω της τρέχουσας οικονομικής κρίσης.



Γράφημα Ράβδων (Bar Chart) 5: Διαγραμματική παρουσίαση της συχνότητας των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το επίπεδο συμφωνίας τους με το ότι υπάρχει δυσκολία στο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, λόγω της τρέχουσας οικονομικής κρίσης.



Γράφημα πίτας (Pie Chart) 5: Διαγραμματική παρουσίαση του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το επίπεδο συμφωνίας τους με το ότι υπάρχει δυσκολία στο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, λόγω της τρέχουσας οικονομικής κρίσης.

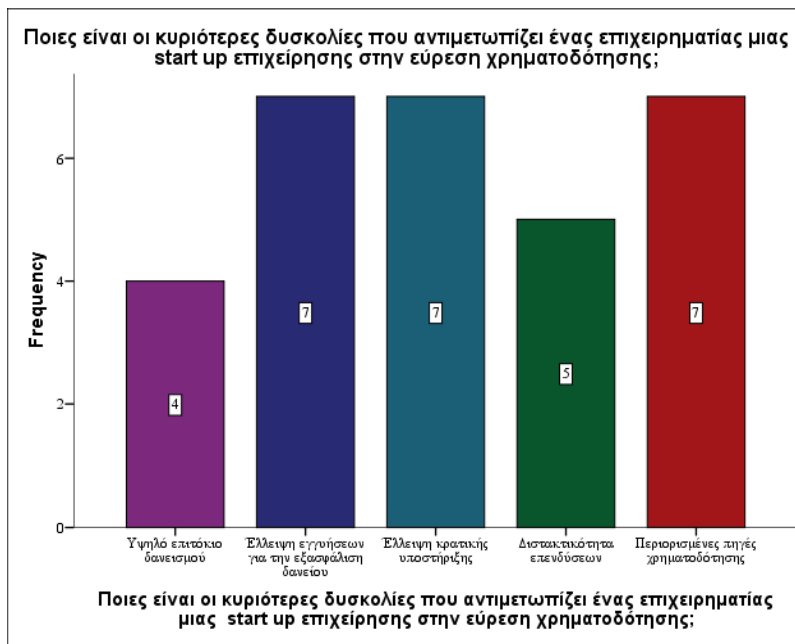
*Ερώτηση 6: Ποιες είναι οι κυριότερες δυσκολίες που αντιμετωπίζει ένας επιχειρηματίας μιας start up επιχείρησης στην εύρεση χρηματοδότησης;*

Όπως είναι εμφανές από τον πίνακα 6 και τα γράφημα που τον ακολουθούν το δείγμα των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων, αποτελείται από 7 άτομα που σε τρεις περιπτώσεις θεωρούν κυριότερες δυσκολίες ενός επιχειρηματία μιας start up επιχείρησης στην εύρεση χρηματοδότησης την έλλειψη εγγυήσεων για την εξασφάλιση δανείων, την έλλειψη κρατικής υποστήριξης και τις περιορισμένες πηγές χρηματοδότησης ( 23,3% επί του δείγματος σε κάθε περίπτωση). Εν συνεχεία παρατηρήθηκε πως στο δείγμα υπήρξαν 5 μέντορες start-up επιχειρήσεων που θεωρούν ως κυριότερη δυσκολία ενός επιχειρηματία μιας start up επιχείρησης στην εύρεση χρηματοδότησης την διστακτικότητα των επενδύσεων από τρίτους ( 16,7% επι του δείγματος). Ενώ τέλος παρατηρήθηκε πως 4 άτομα θεωρούν ως κυριότερη δυσκολία ενός επιχειρηματία μιας start up επιχείρησης στην εύρεση χρηματοδότησης τα υψηλά επιτόκια δανεισμού ( 13,3% επι του δείγματος).

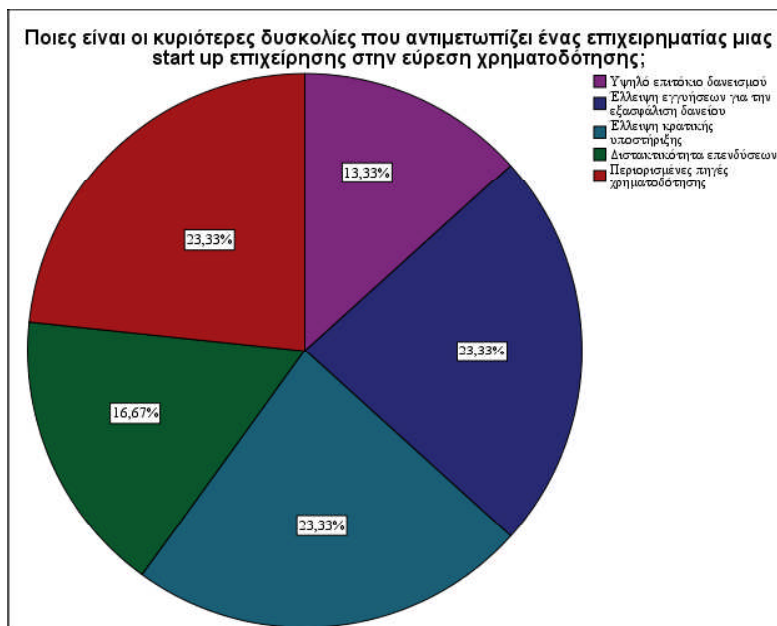
*Ποιες είναι οι κυριότερες δυσκολίες που αντιμετωπίζει ένας επιχειρηματίας μιας start up επιχείρησης στην εύρεση χρηματοδότησης;*

		Συχνότητα	Ποσοστό
Έγκυρο	Υψηλό επιτόκιο δανεισμού	4	13,3
	Έλλειψη εγγυήσεων για την εξασφάλιση δανείου	7	23,3
	Έλλειψη κρατικής υποστήριξης	7	23,3
	Διστακτικότητα επενδύσεων	5	16,7
	Περιορισμένες πηγές χρηματοδότησης	7	23,3
	Total	30	100,0

*Πίνακας 6: Παρουσίαση της συχνότητας και του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το ποιες θεωρούν ότι είναι οι κυριότερες δυσκολίες που αντιμετωπίζει ένας επιχειρηματίας μιας start up επιχείρησης στην εύρεση χρηματοδότησης.*



Γράφημα Ράβδων (Bar Chart) 6: Διαγραμματική παρουσίαση της συχνότητας των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το ποιες θεωρούν ότι είναι οι κυριότερες δυσκολίες που αντιμετωπίζει ένας επιχειρηματίας μιας start up επιχείρησης στην εύρεση χρηματοδότησης.



Γράφημα πίτας (Pie Chart) 6: Διαγραμματική παρουσίαση του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το ποιες θεωρούν ότι είναι οι κυριότερες δυσκολίες που αντιμετωπίζει ένας επιχειρηματίας μιας start up επιχείρησης στην εύρεση χρηματοδότησης.

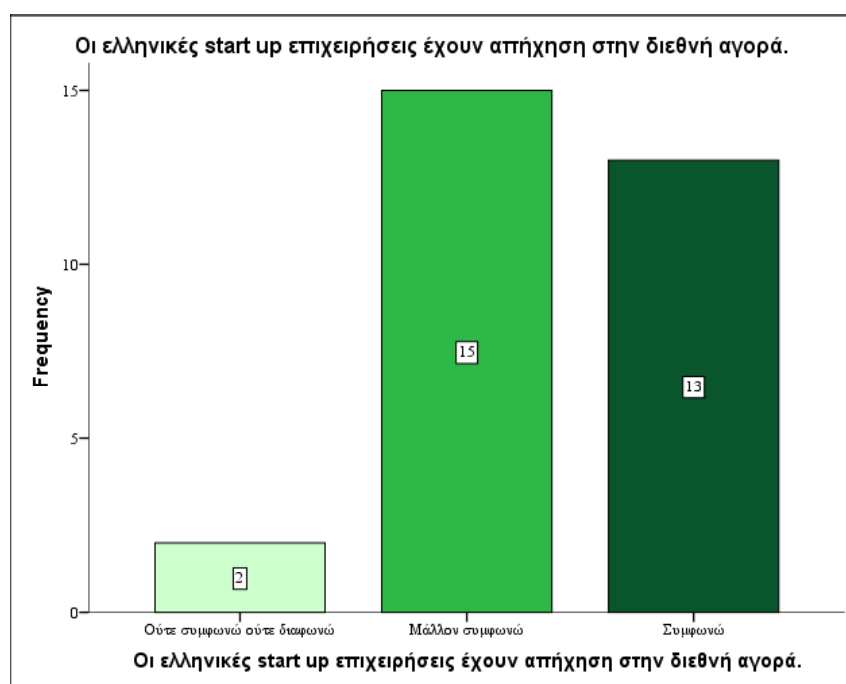
Ερώτηση 7: Οι ελληνικές start up επιχειρήσεις έχουν απήχηση στην διεθνή αγορά;

Όπως είναι εμφανές από τον πίνακα 7 και τα γράφημα που τον ακολουθούν το δείγμα των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων, αποτελείται από 2 άτομα που απάντησαν ότι ούτε συμφωνούν αλλά και ότι ούτε διαφωνούν με το ότι οι ελληνικές start up επιχειρήσεις έχουν απήχηση στην διεθνή αγορά ( 6,7% επι του δείγματος ), επίσης 15 άτομα απάντησαν ότι μάλλον συμφωνούν με το προαναφερθέν ( 50%) και τέλος 13 άτομα απάντησαν ότι συμφωνούν με το ότι οι ελληνικές start up επιχειρήσεις έχουν απήχηση στην διεθνή αγορά ( 43,3%).

Οι ελληνικές start up επιχειρήσεις έχουν απήχηση στην διεθνή αγορά.

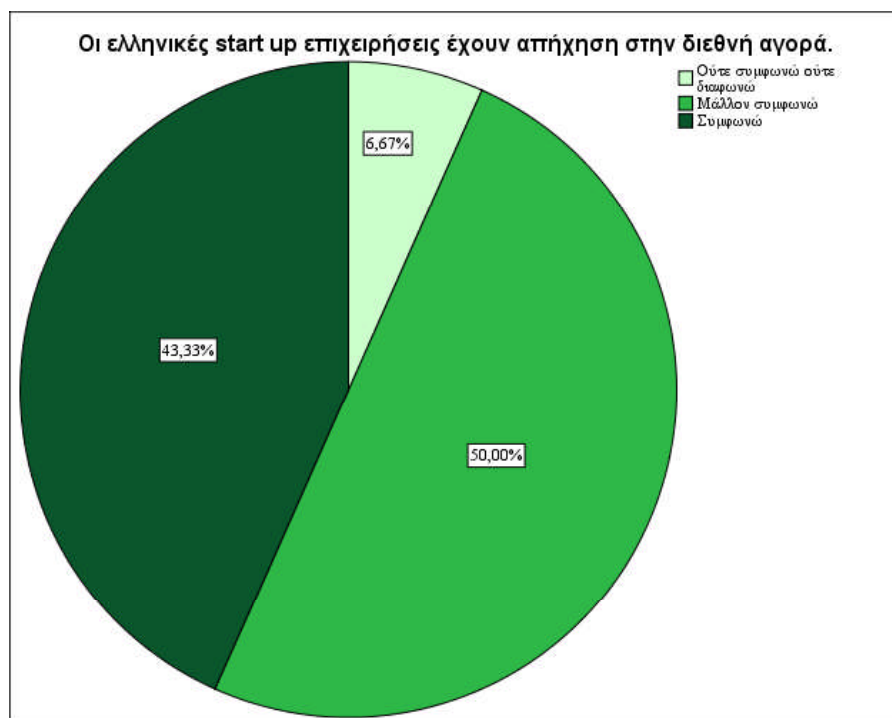
		Συχνότητα	Ποσοστό
Έγκυρο	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	2	6,7
	Μάλλον συμφωνώ	15	50,0
	Συμφωνώ	13	43,3
	Total	30	100,0

Πίνακας 7: Παρουσίαση της συχνότητας και του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το επίπεδο συμφωνίας τους με το ότι οι ελληνικές start up επιχειρήσεις έχουν απήχηση στην διεθνή αγορά.



Γράφημα Ράβδων (Bar Chart) 7: Διαγραμματική παρουσίαση της συχνότητας των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με

το επίπεδο συμφωνίας τους με το ότι οι ελληνικές start up επιχειρήσεις έχουν απήχηση στην διεθνή αγορά.



Γράφημα πίτας (Pie Chart) 7: Διαγραμματική παρουσίαση του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το επίπεδο συμφωνίας τους με το ότι οι ελληνικές start up επιχειρήσεις έχουν απήχηση στην διεθνή αγορά.

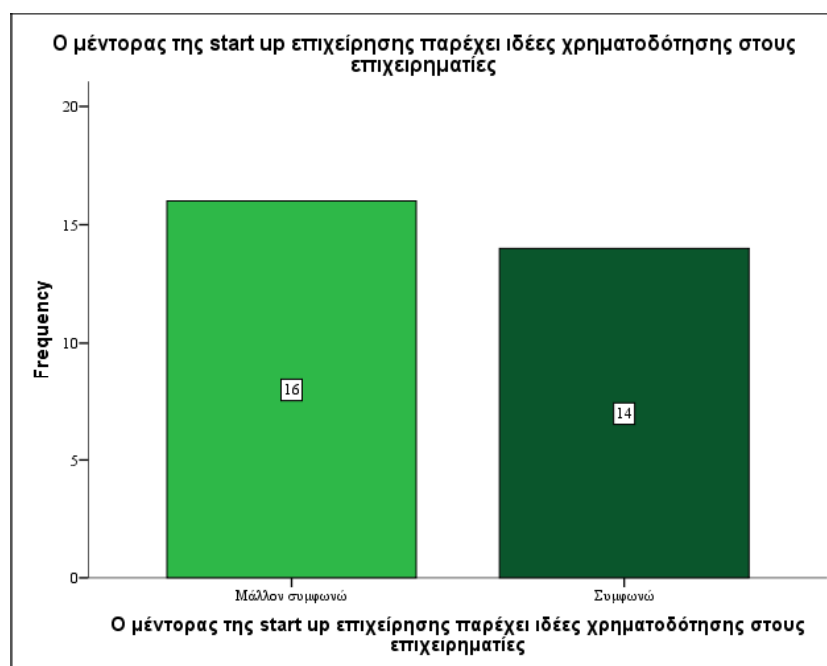
Ερώτηση 8: Ο μέντορας της start up επιχείρησης παρέχει ιδέες χρηματοδότησης στους επιχειρηματίες;

Όπως είναι εμφανές από τον πίνακα 8 και τα γράφημα που τον ακολουθούν το δείγμα των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων, αποτελείται από 16 άτομα που απάντησαν ότι μάλλον συμφωνούν με το ότι ο μέντορας της start up επιχείρησης παρέχει ιδέες χρηματοδότησης στους επιχειρηματίες ( 53,3% επί του δείγματος ) και από 14 άτομα που απάντησαν ότι συμφωνούν απόλυτα ε το προαναφερθέν ( 46,7%).

Ο μέντορας της start up επιχείρησης παρέχει ιδέες χρηματοδότησης στους επιχειρηματίες

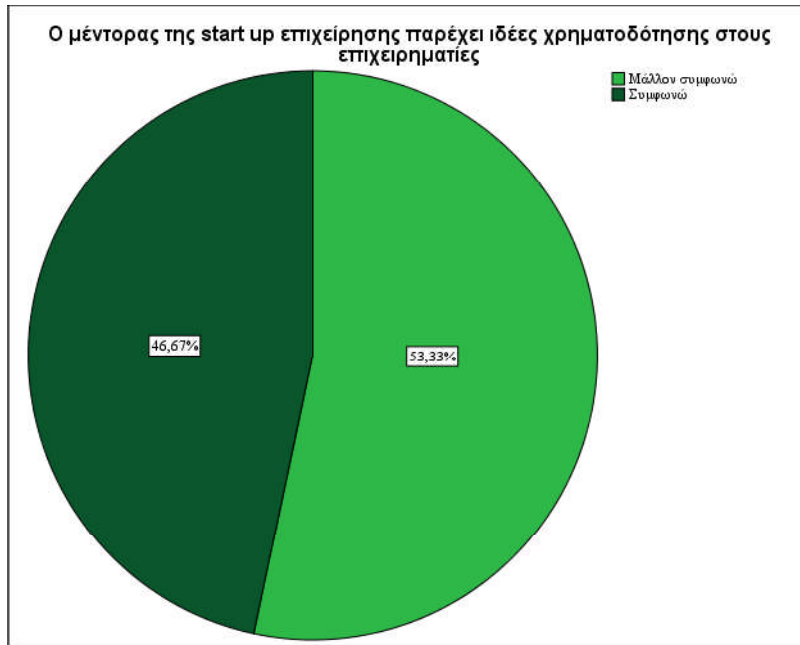
		Συχνότητα	Ποσοστό
Εγκυρο	Μάλλον συμφωνώ	16	53,3
	Συμφωνώ	14	46,7
	Total	30	100,0

Πίνακας 8: Παρουσίαση της συχνότητας και του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το επίπεδο συμφωνίας τους με το ότι ο μέντορας της start up επιχείρησης παρέχει ιδέες χρηματοδότησης στους επιχειρηματίες.





Γράφημα Ράβδων (Bar Chart) 8: Διαγραμματική παρουσίαση της συχνότητας των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το επίπεδο συμφωνίας τους με το ότι ο μέντορας της start up επιχείρησης παρέχει ιδέες χρηματοδότησης στους επιχειρηματίες.



Γράφημα πίτας (Pie Chart) 8: Διαγραμματική παρουσίαση του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το επίπεδο συμφωνίας τους με το ότι ο μέντορας της start up επιχείρησης παρέχει ιδέες χρηματοδότησης στους επιχειρηματίες.

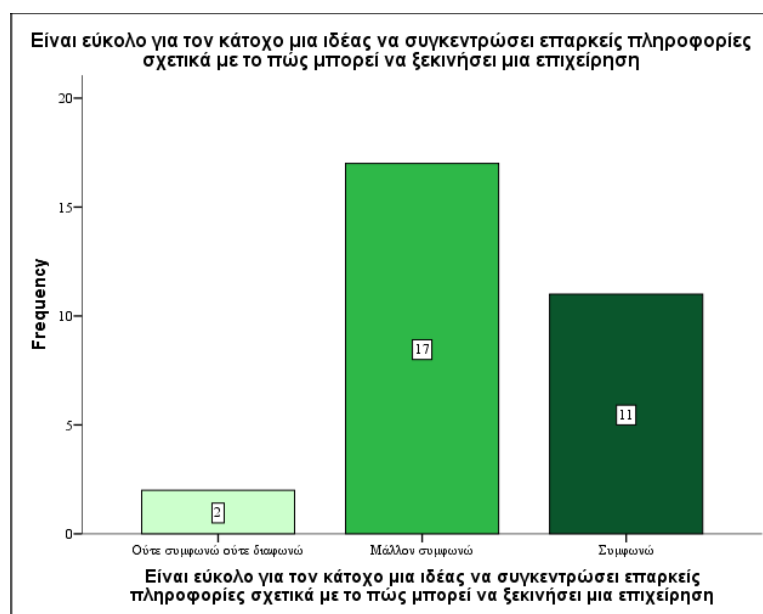
Ερώτηση 9: Είναι εύκολο για τον κάτοχο μια ιδέας να συγκεντρώσει επαρκείς πληροφορίες σχετικά με το πώς μπορεί να ξεκινήσει μια επιχείρηση;

Όπως είναι εμφανές από τον πίνακα 9 και τα γράφημα που τον ακολουθούν το δείγμα των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων, αποτελείται από 2 άτομα που απάντησαν ότι ούτε συμφωνούν αλλά και ότι ούτε διαφωνούν με το ότι είναι εύκολο για τον κάτοχο μια ιδέας να συγκεντρώσει επαρκείς πληροφορίες σχετικά με το πώς μπορεί να ξεκινήσει μια επιχείρηση ( 6,7% επί του δείγματος ), επίσης 17 άτομα απάντησαν ότι μάλλον συμφωνούν με το προαναφερθέν ( 56,7%) και τέλος 11 άτομα απάντησαν ότι συμφωνούν με το ότι είναι εύκολο για τον κάτοχο μια ιδέας να συγκεντρώσει επαρκείς πληροφορίες σχετικά με το πώς μπορεί να ξεκινήσει μια επιχείρηση ( 36,7% επί του δείγματος).

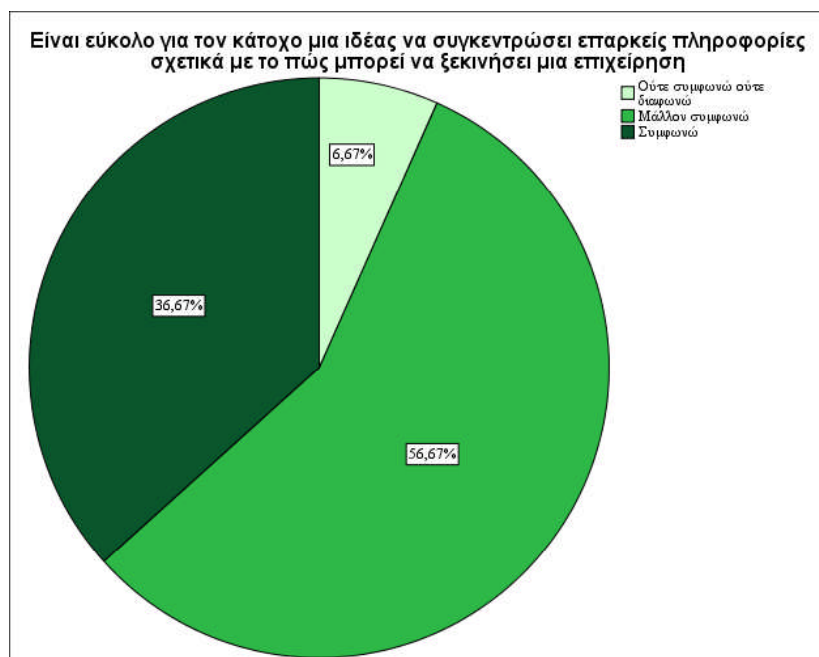
Είναι εύκολο για τον κάτοχο μια ιδέας να συγκεντρώσει επαρκείς πληροφορίες σχετικά με το πώς μπορεί να ξεκινήσει μια επιχείρηση

		Συχνότητα	Ποσοστό
Έγκυρο	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	2	6,7
	Μάλλον συμφωνώ	17	56,7
	Συμφωνώ	11	36,7
	Total	30	100,0

Πίνακας 9: Παρουσίαση της συχνότητας και του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το επίπεδο συμφωνίας τους με το ότι είναι εύκολο για τον κάτοχο μια ιδέας να συγκεντρώσει επαρκείς πληροφορίες σχετικά με το πώς μπορεί να ξεκινήσει μια επιχείρηση.



Γράφημα Ράβδων (Bar Chart) 9: Διαγραμματική παρουσίαση της συχνότητας των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το επίπεδο συμφωνίας τους με το ότι είναι εύκολο για τον κάτοχο μια ιδέας να συγκεντρώσει επαρκείς πληροφορίες σχετικά με το πώς μπορεί να ξεκινήσει μια επιχείρηση.



Γράφημα πίτας (Pie Chart) 9: Διαγραμματική παρουσίαση του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με το επίπεδο συμφωνίας τους με το ότι είναι εύκολο για τον κάτοχο μια ιδέας να συγκεντρώσει επαρκείς πληροφορίες σχετικά με το πώς μπορεί να ξεκινήσει μια επιχείρηση.

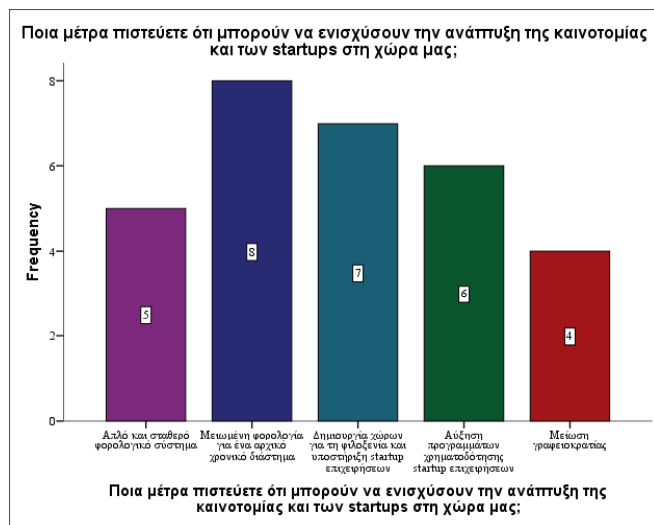
*Ερώτηση 10: Ποια μέτρα πιστεύετε ότι μπορούν να ενισχύσουν την ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα;*

Όπως είναι εμφανές από τον πίνακα 10 και τα γράφημα που τον ακολουθούν το δείγμα των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων, αποτελείται από 8 άτομα που πιστεύουν ότι μπορεί να ενισχυθεί η ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα μέσω της μειωμένης φορολογίας για κάποιο αρχικό χρονικό διάστημα κατά την δημιουργία της επιχείρησης ( 26,7% επί του δείγματος). Εν συνεχεία παρατηρήθηκε πως 7 μέντορες θεωρούν ότι κάτι τέτοιο μπορεί να συμβεί μέσω της δημιουργίας χώρων για τη φιλοξενία και υποστήριξη των start-up επιχειρήσεων ( 23,3% επι του δείγματος), ενώ 6 μέντορες θεωρούν ότι μέσω της αύξησης προγραμμάτων χρηματοδότησης startup επιχειρήσεων θα ενισχυθεί η ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα μας ( 20% ). Επιπροσθέτως κατέστη εμφανές ότι 5 μέντορες θεωρούν ότι είναι δυνατή η ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα μας μέσω της απλούστευσης και σταθεροποίησης του φορολογικού συστήματος της χώρας ( 16,7% επι του δείγματος), τέλος 4 μέντορες θεωρούν ότι μέσω της μείωσης της γραφειοκρατίας θα ενισχυθεί η ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα μας ( 13,3% ).

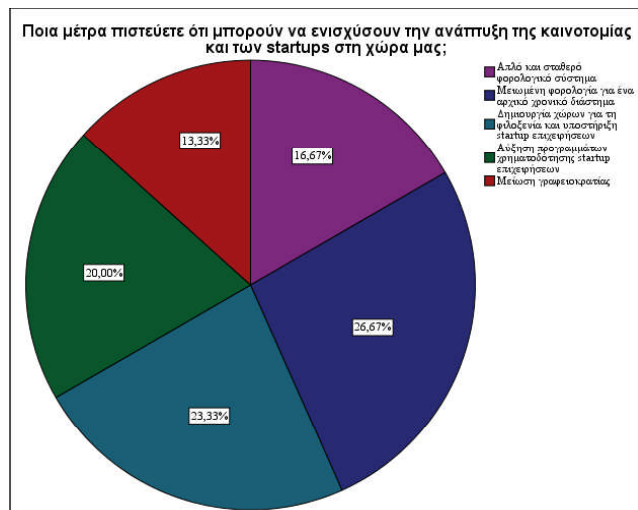
*Ποια μέτρα πιστεύετε ότι μπορούν να ενισχύσουν την ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα μας;*

	<i>Συχνότητα</i>	<i>Ποσοστό</i>
<i>Έγκυρο</i>		
<i>Απλό και σταθερό φορολογικό σύστημα</i>	5	16,7
<i>Μειωμένη φορολογία για ένα αρχικό χρονικό διάστημα</i>	8	26,7
<i>Δημιουργία χώρων για τη φιλοξενία και υποστήριξη startup επιχειρήσεων</i>	7	23,3
<i>Αύξηση προγραμμάτων χρηματοδότησης startup επιχειρήσεων</i>	6	20,0
<i>Μείωση γραφειοκρατίας</i>	4	13,3
<i>Total</i>	30	100,0

Πίνακας 10: Παρουσίαση της συχνότητας και του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με τα μέτρα που πιστεύουν ότι μπορούν να ενισχύσουν την ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα.



Γράφημα Ράβδων (Bar Chart) 10: Διαγραμματική παρουσίαση της συχνότητας των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με τα μέτρα που πιστεύουν ότι μπορούν να ενισχύσουν την ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα.



Γράφημα πίτας (Pie Chart) 10: Διαγραμματική παρουσίαση του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με τα μέτρα που πιστεύουν ότι μπορούν να ενισχύσουν την ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα.

Ερώτηση 11: Επιλέξτε τις ενέργειες που θεωρείτε ότι θα μπορούσαν να βελτιώσουν την απόδοση των start-up επιχειρήσεων.

Όπως είναι εμφανές από τον πίνακα 11 το δείγμα των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων, κατά κύριο λόγο θεωρεί ότι η απασχόληση περισσότερο εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού θα μπορούσε να βελτιώσει την απόδοση των start-up επιχειρήσεων ( 24%), ενώ λιγότερα ήταν τα άτομα που θεωρούν ότι η βελτίωση του τεχνολογικού εξοπλισμού θα μπορούσε να βελτιώσει την απόδοση των start-up επιχειρήσεων (17,7%). Στη συνέχεια ακολούθησαν οι ερωτηθέντες που θεωρούν ότι η βελτίωση ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών μπορεί να βελτιώσει την απόδοση των start-up επιχειρήσεων ( 15,6%), ενώ λιγότερα ήταν τα άτομα που θεωρούν ότι η αύξηση των μισθών των υπαλλήλων και η μείωση των εξόδων είναι οι ενέργειες που θα μπορούσαν να βελτιώσουν την απόδοση των start-up επιχειρήσεων (17,7%). Τέλος οι λιγότερες απαντήσεις δόθηκαν από τους μέντορες για την απασχόληση λιγότερου εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού ( 13,5%).

	Responses		
	N	Ποσοστό	Ποσοστό of Cases
Επιλέξτε τις ενέργειες που θεωρείτε ότι θα μπορούσαν να βελτιώσουν την απόδοση των start-up επιχειρήσεων.	13	13,5%	43,3%
Απασχόληση λιγότερο εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού	23	24,0%	76,7%
Αύξηση μισθού υπαλλήλων	14	14,6%	46,7%
Μείωση εξόδων	14	14,6%	46,7%
Βελτίωση τεχνολογικού εξοπλισμού	17	17,7%	56,7%

	<i>Βελτίωση ποιότητας προϊόντων / υπηρεσιών</i>	15	15,6%	50,0%
<i>Total</i>		96	100,0%	320,0%

*a. Dichotomy group tabulated at value 1.*

*Πίνακας 11: Παρουσίαση της συχνότητας και του ποσοστού επί τοις εκατό των απαντήσεων των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα αναφορικά με τις ενέργειες που θεωρούν ότι θα μπορούσαν να βελτιώσουν την απόδοση των start-up επιχειρήσεων.*

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Παρατηρώντας στο σύνολο τους τις απαντήσεις των Ελλήνων μεντόρων των start-up επιχειρήσεων, παρατηρείται ότι θεωρούν ως βασικότερο κίνητρο για τη δημιουργία μιας start-up επιχείρησης την αξιοποίηση μιας ιδέας από τον επιχειρηματία ( 23,3% επί του δείγματος ). Εν συνεχεία φαίνεται πως θεωρούν ως κυριότερα κίνητρα δημιουργίας της επιχείρησης την ύπαρξη απασχόλησης ή εισοδήματος, τη βελτίωση της οικονομικής κατάστασης του επιχειρηματία και τη συγκυρία συνεργασίας με τους κατάλληλους εταίρους ( 20% σε κάθε περίπτωση) ενώ σε μικρότερο βαθμό θεωρούν ότι η αναγνώριση ενός κενού στην αγορά θα μπορούσε να είναι το κυριότερο κίνητρο δημιουργίας μιας start-up επιχείρησης ( 16,7% επί του δείγματος).

Ταυτόχρονα παρατηρήθηκε ότι το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων απάντησε πως μάλλον συμφωνεί με το ότι είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, λόγω της τρέχουσας οικονομικής κρίσης ( 43,3%) ενώ οι κυριότερες δυσκολίες που θεωρούν ότι μπορεί να αντιμετωπίσει ένας επιχειρηματίας κάποιας start-up επιχείρησης είναι η εύρεση χρηματοδότησης, η έλλειψη εγγυήσεων για την εξασφάλιση δανείων και η έλλειψη κρατικής υποστήριξης στις περιορισμένες πηγές χρηματοδότησης ( 23,3% επί του δείγματος σε κάθε περίπτωση). Επίσης τόνισαν οι ερωτηθέντες ότι η εύρεση χρηματοδότησης λόγω της διστακτικότητας των επενδύσεων από τρίτους είναι ένα εξίσου πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι μελλοντικοί επαγγελματίες ( 16,7% επί του δείγματος) όπως και τα υψηλά επιτόκια δανεισμού ( 13,3% επί του δείγματος).

Επίσης παρατηρήθηκε πως το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων διατήρησε θετική στάση στο ότι οι ελληνικές start up επιχειρήσεις έχουν απήχηση στην διεθνή αγορά ( 93,3% επί του δείγματος ) γεγονός που είναι επακόλουθο της παρεχόμενης ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών από τους Έλληνες επαγγελματίες. Επιπροσθέτως παρατηρήθηκε ότι οι Έλληνες μέντορες των start-up επιχειρήσεων διατήρησαν θετική στάση και στο γεγονός ότι ο μέντορας της start up επιχείρησης παρέχει ιδέες χρηματοδότησης στους επιχειρηματίες αφού όλοι συμφώνησαν σε κάποιο βαθμό αυτό. Άξιο αναφοράς είναι και το ότι οι μέντορες των start-up επιχειρήσεων πιστεύουν κατά κύριο λόγο ότι όντως είναι εύκολο για τον κάτοχο μια ιδέας να συγκεντρώσει επαρκείς πληροφορίες σχετικά με το πώς μπορεί να ξεκινήσει μια επιχείρηση ( 92,3% επί του δείγματος ).

Ταυτόχρονα πρέπει να σημειωθεί πως οι περισσότεροι μέντορες πιστεύουν ότι μπορεί να ενισχυθεί η ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα μέσω της μειωμένης φορολογίας για κάποιο αρχικό χρονικό διάστημα κατά την δημιουργία της επιχείρησης ( 26,7% επί του δείγματος). Ενώ λιγότερα άτομα θεωρούν ότι κάτι τέτοιο μπορεί να συμβεί μέσω της δημιουργίας χώρων για τη φιλοξενία και υποστήριξη των start-up επιχειρήσεων ( 23,3% επί του



δείγματος), ενώ ακολούθησαν οι μέντορες που πιστεύουν πως μέσω της αύξησης προγραμμάτων χρηματοδότησης startup επιχειρήσεων θα ενισχυθεί η ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα μας ( 20% ). Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι λιγότερα ήταν τα άτομα που θεωρούν ότι είναι δυνατή η ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα μας μέσω της απλούστευσης και σταθεροποίησης του φορολογικού συστήματος της χώρας ( 16,7% επι του δείγματος), ενώ τέλος πολύ λιγότεροι ήταν οι μέντορες θεωρούν ότι μέσω της μείωσης της γραφειοκρατίας θα ενισχυθεί η ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα μας ( 13,3%).

Τέλος πρέπει να σημειωθεί ότι κατά κύριο λόγο το μεγαλύτερο τμήμα των ερωτηθέντων θεωρεί ότι η απασχόληση περισσότερο εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού θα μπορούσε να βελτιώσει την απόδοση των start-up επιχειρήσεων ( 24%), ενώ λιγότερα ήταν τα άτομα που θεωρούν ότι η βελτίωση του τεχνολογικού εξοπλισμού θα μπορούσε να βελτιώσει την απόδοση των start-up επιχειρήσεων (17,7%). Στη συνέχεια ακολούθησαν οι ερωτηθέντες που θεωρούν ότι η βελτίωση ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών μπορεί να βελτιώσει την απόδοση των start-up επιχειρήσεων ( 15,6%), ενώ λιγότερα ήταν τα άτομα που θεωρούν ότι η αύξηση των μισθών των υπαλλήλων και η μείωση των εξόδων είναι οι ενέργειες που θα μπορούσαν να βελτιώσουν την απόδοση των start-up επιχειρήσεων (17,7%), ενώ οι λιγότερες απαντήσεις δόθηκαν από τους μέντορες για την απασχόληση λιγότερου εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού ( 13,5%).

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η δρομολόγηση μιας επιτυχημένης εταιρείας start-up βασισμένης στην πανεπιστημιακή τεχνολογία απαιτεί δέσμευση, σκληρή εργασία, καλό χρονοδιάγραμμα και, κατά καιρούς, τύχη. Κάθε επιτυχημένη εκκίνηση έχει τη δική της μοναδική ιστορία, αλλά μερικά οι ιδιότητες φαίνονται σταθερά σε ιστορίες επιτυχίας: μια συναρπαστική λύση για την ανάγκη της αγοράς, μια σημαντική ευκαιρία αγοράς, υγιή ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, σταθερή επιχειρηματική και χρηματοοικονομική οργάνωση και ισχυρή.

Μια επιχείρηση start-up είναι ένα επιχειρηματικό εγχείρημα που είναι συνήθως μια νεοαναδυόμενη επιχείρηση που στοχεύει στην κάλυψη μιας ανάγκης αγοράς, αναπτύσσοντας ένα βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο γύρω από ένα προϊόν, μια υπηρεσία, μια διαδικασία ή μια πλατφόρμα. Μια εκκίνηση είναι συνήθως μια εταιρεία που έχει σχεδιαστεί για την αποτελεσματική ανάπτυξη και επικύρωση ενός κλιμακούμενου επιχειρηματικού μοντέλου.

Τα επιχειρηματικά μοντέλα για τις νεοσύστατες επιχειρήσεις εμφανίζονται γενικά μέσω μιας προσέγγισης "από τη βάση προς την κορυφή" ή "από την κορυφή προς τη βάση". Οι εταιρείες ενδέχεται επίσης να αποτύχουν και να παύσουν να λειτουργούν εντελώς, ένα αποτέλεσμα πολύ πιθανό για τις νεοσύστατες επιχειρήσεις, δεδομένου ότι αναπτύσσουν αναστατωτικές καινοτομίες οι οποίες ενδέχεται να μην λειτουργούν όπως αναμένεται και για τις οποίες ενδέχεται να μην υπάρχει ζήτηση από την αγορά, ακόμη και όταν το προϊόν ή η υπηρεσία τελικά αναπτυγμένος. Δεδομένου ότι οι νεοσύστατες επιχειρήσεις λειτουργούν σε τομείς υψηλού κινδύνου, μπορεί επίσης να είναι δύσκολο να προσελκύσουν επενδυτές για να στηρίξουν την ανάπτυξη προϊόντων / υπηρεσιών ή να προσελκύσουν αγοραστές.

Τυπικά πρώιμα καθήκοντα στη δημιουργία μιας start-up είναι η συγκέντρωση μιας ομάδας για την εξασφάλιση δεξιοτήτων, τεχνογνωσίας, οικονομικών πόρων και άλλων στοιχείων για τη διεξαγωγή έρευνας στην αγορά-στόχο. Μια εκκίνηση θα ξεκινήσει τότε την οικοδόμηση ενός πρώτου ελαχίστου βιώσιμου προϊόντος (MVP), ενός πρωτοτύπου, για την επικύρωση, αξιολόγηση και ανάπτυξη των νέων ιδεών ή επιχειρηματικών εννοιών. Συνήθως υπογράφεται μια Συμφωνία Μετόχων (SHA) για να επιβεβαιωθεί η δέσμευση, η ιδιοκτησία και η συμβολή των ιδρυτών και επενδυτών και να αντιμετωπιστούν οι πνευματικές ιδιότητες και τα περιουσιακά στοιχεία που μπορεί να δημιουργηθούν κατά την εκκίνηση. Τα επιχειρηματικά μοντέλα για τις νεοσύστατες επιχειρήσεις εμφανίζονται γενικά μέσω μιας προσέγγισης "από τη βάση προς την κορυφή" ή "από την κορυφή προς τη βάση". Μια εταιρεία μπορεί να παύσει να είναι μια εκκίνηση καθώς περνάει διάφορα ορόσημα, όπως η διαπραγμάτευση στο χρηματιστήριο με δημόσια εγγραφή (Initial Public Offering - IPO) ή η παύση της ύπαρξής της ως ανεξάρτητης οντότητας μέσω συγχώνευσης ή εξαγοράς. Οι εταιρείες ενδέχεται επίσης να

αποτύχουν και να παύσουν να λειτουργούν εντελώς, ένα αποτέλεσμα πολύ πιθανό για τις νεοσύστατες επιχειρήσεις, δεδομένου ότι αναπτύσσουν αναστατωτικές καινοτομίες οι οποίες ενδέχεται να μην λειτουργούν όπως αναμένεται και για τις οποίες ενδέχεται να μην υπάρχει ζήτηση από την αγορά, ακόμη και όταν το προϊόν ή η υπηρεσία τελικά αναπτηγμένος. Δεδομένου ότι οι νεοσύστατες επιχειρήσεις λειτουργούν σε τομείς υψηλού κινδύνου, μπορεί επίσης να είναι δύσκολο να προσελκύσουν επενδυτές για να στηρίξουν την ανάπτυξη προϊόντων / υπηρεσιών ή να προσελκύσουν αγοραστές.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Clutterbuck, D. (2011), *Everyone Needs a Mentor* (4th ed.). Chartered Institute of Personnel and Development, London.

Cull, J. (2006, σελ 8–18.), *Mentoring Young Entrepreneurs: What Leads to Success?* *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, σειρά (vol). 4, No.2

Davies, A.-M., and Taylor, J. (σελ 1-12 , 2004), *Entrepreneurial Mentoring A Key To Business Success*. The New Economics Foundation, London.

Dobrow, S. R., Chandler, D. E., Murphy, W. M., and Kram, K. E. (2011, , σελ. 210–242.), *A Review of Developmental Networks: Incorporating a Mutuality Perspective*. *Journal of Management*, σειρά (vol).38 No.1

Flick, U. (2014), *An Introduction to Qualitative Research* (5th ed.). SAGE, London

Garvey, B. and Garrett-Harris, R. (2008, σελ.18), *The benefits of mentoring: a literature review for East Mentor's Forum*. Sheffield Hallam University, Sheffield.

Hale, R. (2000), *To Match or Mis-Match? The Dynamics Of Mentoring As A Route to Personal and Organizational Learning*. *Career Development International*, σειρά (Vol) 5, No. 4/5, (σελ. 223–234.)

Hall, J. (2003, σελ 25), *Mentoring and Young People*. The University of Glasgow, Glasgow.

Lee, R. and Jones, O. (2008), *Networks, Communication, and Learning during Business Start-up: The Creation of Cognitive Social Capital*, *International Small Business Journal*, σειρά (Vol.) 26, No. 5, σελ. 559-594.

Levie, J. (2013 ,σελ 28), *Global Entrepreneurship Monitor: Scotland 2012, GEM Report*. Strathclyde University, Glasgow .

Man, T. W. Y. (2006), *Exploring The Behavioural Patterns Of Entrepreneurial Learning: A Competency Approach*. *Education and Training*, σειρά (Vol.) 48, No. 5 (σελ. 309–321)

NESTA. (2009,σελ. 1–63), A review of mentoring literature and best practice Creative business mentor pilot. NESTA, London.

Pompa, C, (2012,σελ. 1–16), Literature Review on Enterprise Mentoring. EPS-PEAKS Publication. Retrieved

from:[http://r4d.dfid.gov.uk/pdf/outputs/EPS/Literature review on enterprise mentoring 1.pdf](http://r4d.dfid.gov.uk/pdf/outputs/EPS/Literature_review_on_enterprise_mentoring_1.pdf)

[Last accessed 29 July 2016

Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2015-'16 Ινστιτούτο Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών-IOBE

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

<http://www.capital.gr/sunenteuxi/3016705/oi-start-ups-mporoun-na-bgaloun-tin-ellada-apo-tin-krisi>

<https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#75751ebe4044>

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Σκοπός μελέτης: η συλλογή των απόψεων των Ελλήνων μεντόρων των startup σχετικά με την ελληνική νεοφυή επιχειρηματικότητα

1. Φύλο
  - Άνδρας
  - Γυναίκα
  
2. Ηλικία
  - 21-30
  - 31-40
  - 41-50
  - και άνω
  
3. Χρόνια ενασχόλησης με τις start up επιχειρήσεις
  - Έως 2 χρόνια
  - Από 3 έως 5 χρόνια
  - Από 5 χρόνια και άνω
  
4. Ποιο είναι το κυριότερο κίνητρο δημιουργίας μιας start up επιχείρησης;
  - Απασχόληση / εισόδημα
  - Βελτίωση οικονομικής κατάστασης
  - Αξιοποίηση μιας ιδέας
  - Συγκυρία συνεργασίας με κατάλληλους εταίρους
  - Αναγνώριση κενού στην αγορά

5. Είναι δύσκολο να ξεκινήσει κάποιος μία δική του επιχείρηση, λόγω της τρέχουσας οικονομικής κρίσης;

- Διαφωνώ
- Μάλλον διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ

6. Ποιες είναι οι κυριότερες δυσκολίες που αντιμετωπίζει ένας επιχειρηματίας μιας start up επιχείρησης στην εύρεση χρηματοδότησης;

- Υψηλό επιτόκιο δανεισμού
- Έλλειψη εγγυήσεων για την εξασφάλιση δανείου
- Έλλειψη κρατικής υποστήριξης
- Διστακτικότητα επενδύσεων
- Περιορισμένες πηγές χρηματοδότησης

7. Οι ελληνικές start up επιχειρήσεις έχουν απήχηση στην διεθνή αγορά.

- Διαφωνώ
- Μάλλον διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ

8. Ο μέντορας της start up επιχείρησης παρέχει ιδέες χρηματοδότησης στους επιχειρηματίες

- Διαφωνώ
- Μάλλον διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ

9. Είναι εύκολο για τον κάτοχο μια ιδέας να συγκεντρώσει επαρκείς πληροφορίες σχετικά με το πώς μπορεί να ξεκινήσει μια επιχείρηση

- Διαφωνώ
- Μάλλον διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ

10. Ποια μέτρα πιστεύετε ότι μπορούν να ενισχύσουν την ανάπτυξη της καινοτομίας και των startups στη χώρα μας;

- Απλό και σταθερό φορολογικό σύστημα
- Μειωμένη φορολογία για ένα αρχικό χρονικό διάστημα
- Δημιουργία χώρων για τη φιλοξενία και υποστήριξη startup επιχειρήσεων
- Αύξηση προγραμμάτων χρηματοδότησης startup επιχειρήσεων
- Μείωση γραφειοκρατίας

11. Επιλέξτε τις ενέργειες που θεωρείτε ότι θα μπορούσαν να βελτιώσουν την απόδοση των startup επιχειρήσεων.

- Απασχόληση λιγότερο εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού
- Απασχόληση περισσότερο εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού
- Αύξηση μισθού υπαλλήλων
- Μείωση εξόδων
- Βελτίωση τεχνολογικού εξοπλισμού
- Βελτίωση ποιότητας προϊόντων / υπηρεσιών



