

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ / ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

## **Πτυχιακή εργασία**

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΩΝΤΑΣ ΜΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ  
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ  
ΜΕΣΩ OPENFUND ΚΑΙ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΜΗΧΑΝΙΣΜΩΝ**

**ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΚΥΡΙΑΖΟΠΟΥΛΟΣ  
ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΔΑΣΚΑΛΟΘΑΝΑΣΗΣ**

Μεσολόγγι

2016



ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ / ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

## **Πτυχιακή εργασία**

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΩΝΤΑΣ ΜΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ  
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ  
ΜΕΣΩ OPENFUND ΚΑΙ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΜΗΧΑΝΙΣΜΩΝ**

**ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΚΥΡΙΑΖΟΠΟΥΛΟΣ**  
**ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΔΑΣΚΑΛΟΘΑΝΑΣΗΣ**

Επιβλέπων καθηγητής  
Νικόλαος Καρούσος

Μεσολόγγι 2016





## Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή .....	7
1. Επιχειρηματικότητα – Start up Επιχειρήσεις.....	8
2. Χρηματοδότηση μιας Start up επιχείρησης .....	11
2.1. Παράγοντες που επηρεάζουν τη χρηματοδότηση μιας Start up επιχείρησης.....	11
2.2. Στάδια επιχείρησης.....	15
2.3. Στάδια χρηματοδότησης.....	16
2.4. Τρόποι χρηματοδότησης .....	18
2.4.1. Χρηματοδότηση μέσω Ιδίων Πόρων.....	18
2.4.2. Χρηματοδότηση μέσω Εμπορικών Τραπεζών .....	19
2.4.3. Χρηματοδότηση μέσω Επιχειρηματικών - Αγγέλων Επενδυτών (Angel Investors – Business Angels).....	20
2.4.4. Χρηματοδότηση μέσω Επιχειρηματικών Κεφαλαίων (Venture Capital) .....	24
2.4.5. Χρηματοδότηση μέσω Crowd Funding- Χρηματοδότηση από το πλήθος .....	28
2.4.6. Χρηματοδότηση μέσω Πιστωτικής Γραμμής .....	32
2.4.7. Πρακτόρευση Απαιτήσεων (Factoring).....	32
2.4.8. Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων (Business Incubators).....	33
2.4.9. Κρατικές Επιχορηγήσεις-Επιδοτήσεις.....	35
2.4.10. Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing) .....	36
2.5. Σύγκριση τρόπων χρηματοδότησης.....	37
3. Από την Ιδέα στην Επιχείρηση.....	37
3.1. Νομική μορφή Επιχείρησης.....	38
3.1.1. Ατομική επιχείρηση .....	39
3.1.2. Ομόρρυθμη εταιρεία .....	39
3.1.3. Ετερόρρυθμη εταιρεία.....	40
3.1.4. Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.).....	41
3.1.5. Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε.).....	42
3.1.6. Ανώνυμη εταιρεία.....	42
3.2. Επιχειρηματικό Πλάνο (Business Plan) .....	43
3.2.1. Επιχειρηματικό Πλάνο Νεοφυούς Επιχείρησης .....	46
4. Εμπειρική Έρευνα .....	68

4.1. Μεθοδολογία Έρευνας .....	68
4.2. Ανάλυση Αποτελεσμάτων.....	73
5. Επίλογος.....	84
Βιβλιογραφία.....	87
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	95

## Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 2-1 Δίκτυο Αγγέλων Επενδυτών .....	22
Πίνακας 2-2 Δραστηριότητα Αγγέλων Επενδυτών .....	23
Πίνακας 2-3 Επενδύσεις Επιχειρηματικών κεφαλαίων ανά κλάδο.....	25
Πίνακας 2-4 Επενδύσεις Επιχειρηματικών κεφαλαίων ως ποσοστό του Α.Ε.Π.....	26
Πίνακας 2-5 Επενδύσεις Επιχειρηματικών κεφαλαίων ανά χώρα .....	27
Πίνακας 2-6 Τάση στις επενδύσεις επιχειρηματικών κεφαλαίων .....	27
Πίνακας 2-7 Αριθμός Θερμοκοιτίδων Επιχειρήσεων .....	34
Πίνακας 2-8 Δείκτης Επιχειρηματικών Θερμοκοιτίδων προς συνολικό αριθμό επιχειρήσεων στις χώρες μέλη της ΕΕ.....	34
Πίνακας 2-9 Σύγκριση των Θεωριών .....	<b>Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.</b>
Πίνακας 3-1 Αξία Ελληνικής Αγοράς ΤΠΕ (σε εκατομ. Ευρώ).....	48
Πίνακας 3-2 Τιμολογιακή πολιτική για το Router .....	52
Πίνακας 3-3 Τιμολογιακή Πολιτική Υπηρεσιών.....	53
Πίνακας 3-4 Δαπάνες Έναρξης.....	57
Πίνακας 3-5 Έξοδα Προσωπικού .....	59
Πίνακας 3-6 Αριθμός νέων επιχειρήσεων με χρονικό ορίζοντα τριετίας.....	63
Πίνακας 3-7 Προβλεπόμενα έσοδα από πωλήσεις Router .....	64
Πίνακας 3-8 Προβλεπόμενα έσοδα από πωλήσεις υπηρεσιών .....	64
Πίνακας 3-9 Κόστος Πωληθέντων από πώληση Router .....	64
Πίνακας 3-10 Λειτουργικά έξοδα εταιρείας.....	65
Πίνακας 3-11 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης .....	65
Πίνακας 3-12 Κατάσταση Ταμειακών Ροών .....	66
Πίνακας 3-13 Σταθερά - Μεταβλητά Κόστη .....	67
Πίνακας 3-14 Υπολογισμός Νεκρού Σημείου.....	68
Πίνακας 4-1 Για τη σύσταση και τη λειτουργία της επιχείρησής σας, τι από τα παρακάτω καταρτίσατε;.....	78
Πίνακας 4-2 Για την καθημερινή λειτουργία της επιχείρησής σας, ποιο από τα παρακάτω συστήματα χρησιμοποιείτε; .....	78
Πίνακας 4-3 Για την καθημερινή λειτουργία της επιχείρησής σας, ποιο από τα παρακάτω συστήματα χρησιμοποιείτε; .....	79
Πίνακας 4-4 Ποιες από τις παρακάτω μεθόδους διαφήμισης χρησιμοποιείτε;.....	79
Πίνακας 4-5 Ποια είναι τα πλάνα σας για τα επόμενα τρία χρόνια;.....	80
Πίνακας 4-6 Πηγές Χρηματοδότησης; .....	82
Πίνακας 4-7 Τι ήταν ποιο απαραίτητο για την αξιολόγηση της αίτησής σας για χρηματοδότηση; ....	83

**Πίνακας 4-8 Για την αίτηση χρηματοδότησης που υποβάλλατε ποιες από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιήσατε, όσον αφορά τη χρηματοοικονομική ανάλυση; ..... 83**

## **Κατάλογος Διαγραμμάτων**

Διάγραμμα 2-1 Στάδια επιτυχημένης επιχείρησης .....	16
Διάγραμμα 3-1 Κατηγορίες Επιχειρήσεων .....	38
Διάγραμμα 3-2 Οργανόγραμμα Εταιρείας .....	61
Διάγραμμα 4-1 Αντικείμενο Δραστηριότητας .....	74
Διάγραμμα 4-2 Νομική Μορφή Εταιρείας .....	75
Διάγραμμα 4-3 Έδρα της Εταιρείας .....	75
Διάγραμμα 4-4 Αριθμός Επιχειρηματιών .....	76
Διάγραμμα 4-5 Επίπεδο Μόρφωσης Επιχειρηματιών .....	77
Διάγραμμα 4-6 Προσλήψεις εργαζομένων .....	77
Διάγραμμα 4-7 Καινοτομία προϊόντων – υπηρεσιών .....	81
Διάγραμμα 4-8 Βασίζεστε μόνο σε ίδια κεφαλαία ή έχετε λάβει και κάποια χρηματοδότηση; .....	81
Διάγραμμα 4-9 Σκοπεύετε να επιδιώξετε τη λήψη χρηματοδότησης; .....	84

## Εισαγωγή

Είναι ευρέως αποδεκτό ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις είναι οι κινητήριες δυνάμεις της βιώσιμης ανάπτυξης και μεγέθυνσης της παγκόσμιας οικονομίας και παράλληλα δημιουργούν προστιθέμενη αξία στους μετόχους των εταιρειών. Παρά τη γενική άποψη ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις είναι ένας καινούριος θεσμός, οι ρίζες τους βρίσκονται στα τέλη της δεκαετίας του '50 στη περιοχή silicon Valley των Η.Π.Α. Το όνομα τους είναι συνδεδεμένο με τον κλάδο της τεχνολογίας παρόλο που τα τελευταία χρόνια έχουν επεκταθεί και σε άλλους τομείς της οικονομίας όπως ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, βιοτεχνολογία, χρηματοοικονομικά και εφαρμογές κινητής τηλεφωνίας.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματεύεται το θέμα της νεοφυούς επιχείρησης και τις διάφορες παραμέτρους που καθορίζουν την πορεία της. Για την καλύτερη μελέτη του θέματος έχουμε πραγματοποιήσει βιβλιογραφική ανασκόπηση αναφέροντας τα βασικότερα συμπεράσματα υπάρχουσών ερευνών και εμπειρική έρευνα μέσω ερωτηματολογίου που στείλαμε σε νεοφυείς επιχειρήσεις στη προσπάθεια εξαγωγής κάποιων συμπερασμάτων σχετικά με τις νεοφυείς επιχειρήσεις και την ελληνική πραγματικότητα.

Η δομή της παρούσας εργασίας έχει ως εξής:

Αρχικά θα αναλύσουμε τα στάδια εξέλιξης μια νεοφυούς επιχείρησης και τους διάφορους τρόπους χρηματοδότησης που αδιαμφισβήτητα αποτελούν ζωτικό στοιχείο για τον εκάστοτε ιδιοκτήτη στη προσπάθεια υλοποίησης της επιχειρηματικής του ιδέας. Στη συνέχεια θα αναφερθούμε στις θεωρίες κεφαλαιακής διάρθρωσης και πως αυτές επηρεάζουν την κερδοφορία και τον τρόπο χρηματοδότησης μιας επιχείρησης αφού το κόστος κεφαλαίου είναι το ποσοστό απόδοσης που απαιτούν οι επενδυτές για να επενδύσουν τα κεφάλαιά του σε μία εταιρεία. Στο τρίτο κεφάλαιο θα αναλύσουμε τις διαφορετικές νομικές μορφές με τις οποίες μπορεί να συσταθεί μία νεοφυής επιχείρηση και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που κάθε μία έχει. Στο ίδιο κεφάλαιο θα περιγράψουμε αναλυτικά την αναγκαιότητα του επιχειρηματικού πλάνου και θα κατασκευάσουμε ένα σύμφωνα με τις απαιτήσεις της αγοράς για μία υποθετική επιχείρηση που δραστηριοποιείται στο κλάδο των υπηρεσιών πληροφόρησης. Το τελευταίο μέρος της εργασίας αποτελεί την εμπειρική προσέγγιση του θέματός μας αφού με τη χρήση ερωτηματολογίου διεξήγαμε έρευνα σε νεοφυείς επιχειρήσεις τα αποτελέσματα των οποία παρουσιάζονται στο τέταρτο κεφάλαιο.

## 1. Επιχειρηματικότητα – Start up Επιχειρήσεις

Με τον όρο επιχειρηματικότητα εννοούμε την ίδρυση νέων οργανισμών ή αναζωογόνηση παλαιών με σκοπό την εύρεση ευκαιριών για τη δημιουργία πλούτου ή προστιθέμενης αξίας. Βασικά συστατικά της επιχειρηματικότητας είναι ο αποτελεσματικός συνδυασμός των συντελεστών παραγωγής, η ηγεσία, η καινοτομία, η ανταγωνιστικότητα, το ρίσκο και η εταιρική κοινωνική ευθύνη. Η λέξη επιχειρηματίας συνδέεται πολλές φορές με εκείνη του ιδρυτή, του ατόμου δηλαδή που θα αναλάβει το ρίσκο να δημιουργήσει μια καινούρια εταιρεία με στόχο τη δημιουργία αξίας μέσα από τη πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών και θα φέρει την πλήρη ευθύνη του αποτελέσματος (Μπουραντάς, 2002). Η επιχειρηματικότητα είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο που μαζί με την ανάπτυξη του διαδικτύου βοηθούν στην παγκοσμιοποίηση και στον εκδημοκρατισμό του κόσμου. Επίσης αποτελεί τη βάση για τη δημιουργία νέων τεχνολογιών, προϊόντων, διαδικασιών, και υπηρεσιών (Markova & Petkovska, 2009).

Η παραδοσιακή επιχειρηματικότητα μπορούμε να πούμε ότι είναι η start up εταιρία, όπου μία ακατέργαστη ιδέα εξελίσσεται σε μία ταχέως αναπτυσσόμενη εταιρεία που η επιτυχία της βασίζεται σε ένα ισχυρό επιχειρηματία και σε μία πολύ καλή ομάδα. Οι νεοφυείς επιχειρήσεις είναι νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις που βρίσκονται στη φάση της ανάπτυξης και της έρευνας αγοράς. Συνήθως σχετίζονται με υψηλής τεχνολογίας έργα επειδή τα προϊόντα τους είναι τις περισσότερες φορές εφαρμογές και προγράμματα υπολογιστών τα οποία εκ φύσεως έχουν και τις μεγαλύτερες πιθανότητες ανάπτυξης (Calora, et al., 2014). Ωστόσο τα τελευταία χρόνια οι νεοφυείς επιχειρήσεις έχουν επεκταθεί και σε άλλους τομείς της οικονομίας όπως στη γεωργία, τη βιοτεχνολογία, τη χρηματοοικονομική τεχνολογία (FinTech) και τη διαχείριση αποβλήτων.

Οι νεοφυείς επιχειρήσεις είναι μηχανές παραγωγής θέσεων εργασίας και οικονομικής ανάπτυξης. Οι ιδρυτές νεοφυών επιχειρήσεων έχουν συνήθως ισχυρή πίστη και αντίληψη για τις ευκαιρίες της αγοράς και καταφέρνουν να εκμεταλλευτούν αποτελεσματικά τους παραγωγικούς συντελεστές και να επιτύχουν ένα αποτέλεσμα που επιφέρει αλλαγές στην υπάρχουσα κατάσταση (Markova & Petkovska, 2009).

Οι start up επιχειρήσεις σε αντίθεση με τη γενική πεποίθηση δεν είναι ένα είδος επιχειρήσεων που εμφανίστηκε τα τελευταία χρόνια στο παγκόσμιο επιχειρείν αντίθετα η ιστορία τους ξεκινά στα τέλη της δεκαετίας του '50 κυρίως στη Silicon Valley της Καλιφόρνιας των Η.Π.Α, γενέτειρα πολλών καινοτόμων εταιρειών που διαδραματίζουν ακόμα και σήμερα σπουδαίο ρόλο. Στη δημιουργία της ιδέας της νεοφυούς επιχείρησης βοήθησε σημαντικά το πανεπιστήμιο του Stanford με το

ερευνητικό πάρκο<sup>1</sup>, που δημιούργησε ο πρύτανης της σχολής μηχανικών του πανεπιστημίου Frederick Terman, το 1951. Αρχικός σκοπός του πάρκου ήταν η αύξηση των εσόδων του πανεπιστημίου και της απασχόλησης των αποφοίτων του. Ο Terman εκτός από την παροχή του τόπου βοήθησε και στη χρηματοδότηση των start up βρίσκοντας κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών. Αιτία της ισχυρής ανάπτυξης των νεοφυών εταιρειών ήταν η διαφωνία που είχαν οι εργαζόμενοι της Shockley Semiconductor με τον επιχειρηματία της εταιρείας κάτι το οποίο οδήγησε στην αποχώρηση μεγάλου μέρους των εργατών της, οι οποίοι μετέπειτα δημιούργησαν τις δικιές τους επιχειρήσεις (67) με τις καινοτόμες ιδέες που είχαν (Φαρσαρώτας & Σπάτουλας, 2015).

Η σύνδεση των νεοφυών επιχειρήσεων με το κλάδο της πληροφορικής έγινε κατά τέλη της δεκαετίας του '90 τότε που έσκασε η φούσκα “.com<sup>2</sup>” εταιριών και γνώρισε ο περισσότερος κόσμος, έστω και κάτω από δυσμενείς συνθήκες, τη ραγδαία ανάπτυξη των εταιριών του διαδικτύου και της πληροφορικής. Παρόλα αυτά αν θα χαρακτηριστεί μια επιχείρηση ως start up σίγουρα δεν εξαρτάται από το αν δραστηριοποιείται στον κλάδο της πληροφορικής και της υψηλής τεχνολογίας. Όπως επισημαίνει και ο Τσίγκος<sup>3</sup> (2012) αυτό που καθορίζει μια εταιρεία ως start up είναι η φιλοσοφία της. Το να προσπαθήσει δηλαδή να δημιουργήσει αξία προσφέροντας καινοτόμες λύσεις στους πελάτες της. Απαραίτητα προαπαιτούμενα για μία start up επιχείρηση σύμφωνα με τον Mirkin (2015) είναι:

- **Καινοτόμα Προϊόντα – Υπηρεσίες.** Οι start up επιχειρήσεις πρέπει να βασίζονται σε καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες τα όποια θα προσδίδουν μοναδική αξία στους πελάτες τους.
- **Πνευματική Ιδιοκτησία.** Δεν είναι φυσικά αναγκαίο να έχεις δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας για να δημιουργήσεις μία νεοφυή επιχείρηση από την άλλη πλευρά όμως πολλοί επενδυτές για να χρηματοδοτήσουν μία εταιρεία ζητούν σαν προαπαιτούμενο η καινούρια τεχνολογία να είναι προστατευμένοι από δικαιώματα ευρεσιτεχνία για να έχουν ένα αρχικό μονοπώλιο σε περίπτωση επιτυχίας.
- **Σύστημα, διαδικασία για τη διακίνηση προϊόντων από την πηγή (παραγωγό) στον καταναλωτή.** Πολλοί επενδυτές για να χρηματοδοτήσουν μία καινούρια επιχείρηση αναζητούν ένα προϊόν το οποίο θα μπορέσει να οδηγήσει στη δημιουργία πολλών προϊόντων ή σειρές προϊόντων ή τεχνολογίες πλατφόρμας.

---

<sup>1</sup> Αρχικός όρος ήταν επιστημονικό πάρκο.

<sup>2</sup> Πήραν το όνομα τους (dot com companies) από τη σχέση τους με το διαδίκτυο.

<sup>3</sup> Ίδρυτικό πρόεδρος της Ελληνικής Ένωσης Νεοφυών Επιχειρήσεων.

- **Δυναμική Αγορά.** Οι ιδιοκτήτες της επιχείρησης πρέπει να ερευνήσουν πριν ξεκινήσουν την εταιρεία τους σε ποια αγορά θα απευθυνθούν, σε τι θα εξυπηρετήσει το προϊόν τους τη συγκεκριμένη αγορά, αν υπάρχουν αντίστοιχα προϊόντα στην αγορά, σε τι θα διαφέρει το δικό τους προϊόν από τα υπόλοιπα και αν υπάρχουν άλλοι ανταγωνιστές.
- **Εξειδικευμένο Προσωπικό.** Η πιο πιθανή αιτία αποτυχίας μια νεοφυούς επιχείρησης είναι η έλλειψη αποτελεσματική διοίκησης. Οι εταιρίες στο πρώιμο στάδιό τους και πριν φτάσουν στο επίπεδο της εμπορευματοποίησης του προϊόντος τους θα αντιμετωπίσουν πολλά εμπόδια. Για να καταφέρουν να ξεπεράσουν τις όποιες δυσκολίες χρειάζεται ικανότητα διοίκησης, εμπειρία, μία ενεργή ομάδα που να διακατέχεται από υποκίνηση, εξελιγμένο δίκτυο και επιχειρηματικά ταλέντα.
- **Κεφάλαιο.** Η ύπαρξη ενός αρχικού κεφαλαίου και η ικανότητα άντλησης νέων κεφαλαίων από επενδυτές κατά τη διάρκεια ζωής της επιχείρησης αποτελεί βασικό παράγοντα για την επιτυχία της εταιρεία. Το ύψος του κεφαλαίου εξαρτάται αρχικά από το κόστος για την παραγωγή του προϊόντος και την εισοδό του στην αγορά και μετέπειτα από τα έσοδα που θα έχει από τις πωλήσεις. Η άντληση κεφαλαίων είναι μία συνεχής διαδικασία που δεν τελειώνει ποτέ ανεξαρτήτως μεγέθους και ηλικίας της επιχείρησης.

Παραδείγματα πετυχημένων νεοφυών επιχειρήσεων ιστορικά είναι η Hewlett Packard, η Yahoo, η Google και η Facebook. Ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις που γνώρισαν επιτυχία είναι η Helic, η Taxibeat και η Constelex.

Τα τελευταία χρόνια εξαιτίας της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης που έχει επιφέρει μείωση στο Α.Ε.Π. των χωρών ο αριθμός των νεοφυών επιχειρήσεων έχει περιοριστεί. Δεδομένα από το Global entrepreneurship Monitor για τη περίοδο 2001 έως 2006 έδειξαν ότι σε ένα επίπεδο 54 χωρών οι συνολικές επενδύσεις σε νέες επιχειρήσεις εξαρτώνται από την οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Όσο το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν σε μία χώρα αυξάνεται τόσο δημιουργούνται και νέες επενδυτικές ευκαιρίες. Το παραπάνω εξηγεί και την πτώση των καινούριων εταιριών. Τα δεδομένα από τον ΟΟΣΑ δείχνουν ότι στην Ευρώπη παρότι ο δείκτης των νεοφυών επιχειρήσεων αρχίζει να ανακάμπτει παραμένει σε χαμηλότερα επίπεδα από το 2008 (OECD, 2015).

## 2. Χρηματοδότηση μιας Start up επιχείρησης

### 2.1. Παράγοντες που επηρεάζουν τη χρηματοδότηση μιας Start up επιχείρησης

Το πώς χρηματοδοτούνται οι startup επιχειρήσεις είναι ένα από τα σημαντικότερα ερωτήματα που καλείται να απαντήσει ο εκάστοτε επιχειρηματίας αλλά και ένα θεμελιώδες ερώτημα που έχει απασχολήσει τους ακαδημαϊκούς πάνω στην έρευνα των επιχειρήσεων. Εκτός από τις θεωρίες σχετικά με τη διάρθρωση του κεφαλαίου σε εισηγμένες επιχειρήσεις και εταιρείες εδραιωμένες, και με πολλά χρόνια στο χώρο υπάρχουν και διάφορες παράμετροι που είναι μοναδικές όταν εξετάζουμε τον τρόπο χρηματοδότησης νεοφυών επιχειρήσεων. Σε αυτό το μέρος της εργασίας θα προσπαθήσουμε να παραθέσουμε διάφορες έρευνες που έχουν διεξαχθεί πάνω στο συγκεκριμένο θέμα και να αναλύσουμε τα αποτελέσματα που έχουν βρεθεί.

Οι αποφάσεις για τη διάρθρωση του κεφαλαίου και η χρήση δανείων και μετοχών σε μία νεοφυή επιχείρηση έχει αποδειχτεί ότι παίζουν σημαντικό ρόλο στη λειτουργία της επιχείρησης, στον κίνδυνο χρεοκοπίας, στην απόδοσή της επιχείρησης και στη δυναμικότητα της εταιρείας να αναπτυχθεί. Οι start-up επιχειρήσεις είναι πιο πιθανό να επηρεάζονται από την ιδιοσυγκρασία του επιχειρηματία και πιο συγκεκριμένα την επιρροή που μπορεί να έχει ως προς τον τρόπο χρηματοδότης, τη διάρθρωση κεφαλαίου, την έκθεση στο ρίσκο και τον έλεγχο της εταιρείας (Coleman, 2000). Τέτοια ατομικά χαρακτηριστικά δεν έχουν μεγάλη βαρύτητα όταν εξετάζουμε μεγάλες εταιρείες εισηγμένες στο χρηματιστήριο αφού η επιρροή του ατόμου μειώνεται αισθητά. Σύμφωνα με τους Berger & Udell (1998) δεδομένου της μικρής ιστορίας των start up επιχειρήσεων είναι αδιαμφισβήτητο το γεγονός ότι σε αυτού του είδους τις επιχειρήσεις συναντάμε τη μεγαλύτερη ασυμμετρία πληροφόρησης. Για αυτό το λόγο εξαιτίας των δυσκολιών να λάβουν εξωτερική χρηματοδότηση στηρίζονται κυρίως στην αρχική εσωτερική χρηματοδότηση. Αυτό έρχεται και σε συμφωνία με την θεωρία για το κύκλο χρηματοδότησης που υποστηρίζει ότι οι εναλλακτικοί τρόποι χρηματοδότησης ποικίλουν κατά τη διάρκεια της ζωής μια επιχείρησης ως συνέπεια της ασύμμετρης πληροφόρησης, του μεγέθους της εταιρείας, της ανάγκης για χρηματοδότηση και τη διάρθρωση των πάγιων στοιχείων. Μία επιχείρηση με μικρές δυνατότητες ανάπτυξης και με εξάρτηση από εσωτερική χρηματοδότηση είναι πιο πιθανό να οδηγηθεί σε τραπεζικό δανεισμό παρά σε χρησιμοποίηση επιχειρηματικών κεφαλαίων (venture capitals). Για αυτό το λόγο ο Scholtens (1999) υποστήριξε ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις και οι χρηματοδότες τους θα πρέπει να εισάγουν μεθόδους μείωσης της ασύμμετρης πληροφόρησης και του κόστους



αντιπροσώπευσης (agency cost). Τέτοιοι τρόποι είναι το επιτόκιο, η χρήση εγγυήσεων, η σύναψη σύμβασης και η φήμη του επιχειρηματία.

Τρία βασικά χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων που επηρεάζουν τον τρόπο χρηματοδότησης είναι το μέγεθος, η διάρθρωση των πάγιων στοιχείων, η νομική μορφή της επιχείρησης, οι ευκαιρίες ανάπτυξης και τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία.

### **1. Μέγεθος**

Οι θεωρητικοί λόγοι για τους οποίους το μέγεθος μιας εταιρείας σχετίζεται με τη διάρθρωση του κεφαλαίου είναι οι οικονομίες κλίμακας σε χαμηλή ασύμμετρη πληροφόρηση, το κόστος συναλλαγών, η είσοδος στην αγορά και η έκθεση στο ρίσκο. Οι μικρές επιχειρήσεις επιβαρύνονται με μεγαλύτερο κόστος για να ελαχιστοποιήσουν την ασύμμετρη πληροφόρηση με τους δανειστές και τους χρηματοδότες τους. Αυτό οδηγεί τις startup επιχειρήσεις να μην έχουν πρόσβαση σε μεγάλα κεφάλαια ή τα κεφάλαια να τους προσφέρονται με υψηλό επιτόκιο (Berger & Udell, 1998). Το κόστος συναλλαγών έχει αποδειχτεί από έρευνες ότι είναι αντιστρόφως ανάλογο του μεγέθους της επιχείρησης (Titman & Wessels, 1998; Wald, 1999). Επιπρόσθετα ένα σχετικά υψηλό κόστος συναλλαγών μπορεί να προκαλέσει τον αποκλεισμό των επιχειρήσεων από κάποιους τρόπους χρηματοδότησης, όπως για παράδειγμα η έκδοση μετοχών που για να πραγματοποιηθεί απαιτεί μία μεγάλη σε μέγεθος εταιρεία. Επίσης ένας άλλος παράγοντας που μπορεί να επηρεάσει το επίπεδο του εξωτερικού δανεισμού είναι το κόστος χρεοκοπίας. Οι μικρές εταιρείες που δε διαθέτουν μόνιμο προσωπικό πολλών ειδικοτήτων έχουν μεγαλύτερο κόστος χρεοκοπίας από ότι οι μεγάλες μεγέθους επιχειρήσεις κάτι το οποίο τους επιτάσσει να έχουν μικρότερη εξωτερική χρηματοδότηση και χαμηλότερο χρέος. Το ίδιο συμβαίνει και με το επιχειρησιακό ρίσκο όπως τονίζουν οι Cosh & Hughes (1994). Ο Cassar (2004) σε μελέτη που διεξήγαγε σε νεοφυείς επιχειρήσεις της Αυστραλίας κατέληξε ότι το μέγεθος της εταιρείας αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τη χρηματοδότηση των νέων επιχειρήσεων. Όσο πιο μεγάλη είναι μία start-up επιχείρηση τόσο μεγαλύτερη είναι η χρήση μακροπρόθεσμου δανείου, του εξωτερικού δανεισμού, και του δανεισμού μέσω τραπεζής.

### **2. Διάρθρωση πάγιων στοιχείων**

Η διάρθρωση πάγιων στοιχείων είναι άλλος ένα παράγοντας που επηρεάζει την διάρθρωση κεφαλαίων της επιχείρησης. Όσα περισσότερα πάγια στοιχεία έχει η εταιρεία τόσο μεγαλύτερη είναι ρευστοποιήσιμη αξία της και τόσο μικρότερη θα είναι η απώλεια των κεφαλαίουχων σε περίπτωση χρεοκοπίας της (Harris & Ravin, 1991). Οι επιχειρήσεις μπορούν να μειώσουν την αντίστροφη επιλογή και τον ηθικό κίνδυνο δίνοντας τα ενσώματα πάγια στοιχεία τους ως εγγύηση με σκοπό να λάβουν δανεισμό από τις τράπεζες. Με αυτό τον τρόπο εταιρείες που έχουν στη

---

Νεοφυείς επιχειρήσεις

κατοχή τους μεγάλης αξίας ενσώματα πάγια στοιχεία έχουν ευκολότερη πρόσβαση σε δάνεια και εξωτερική χρηματοδότηση (Storey, 1994). Το παραπάνω μπορεί να φανεί χρήσιμο στις νεοφυείς επιχειρήσεις, οι οποίες εμφανίζουν μεγάλη αδιαφάνεια και δυσκολία στις εκτιμήσεις για την παρούσα και τη μελλοντική κερδοφορία τους ,προκειμένου να μειώσουν το χρηματοοικονομικό ρίσκο των τραπεζών. Σύμφωνα με τη θεωρία είναι και τα εμπειρικά δεδομένα τα οποία δείχνουν μία θετική σχέση μεταξύ τη διάρθρωσης των πάγιων στοιχείων και τη μόχλευση των μεγάλων επιχειρήσεων. Ο περιορισμένος αριθμός ερευνών πάνω στις μικρές επιχειρήσεις δείχνει ότι υπάρχει μία μικρή θετική σχέση μεταξύ της διάρθρωσης των πάγιων στοιχείων με τη μόχλευση και με τα δάνεια μακράς διάρκειας και αρνητική σχέση με το βραχυπρόθεσμο δανεισμό (Jordan, et al., 1998). Στην έρευνά του ο Cassar (2004) υπογραμμίζει ότι επιχειρήσεις που στερούνται ενσώματων περιουσιακών στοιχείων χρηματοδοτούνται κυρίως από ιδιώτες που δεν σχετίζονται με το επιχειρείν και όχι από τράπεζες.

### **3. Νομική μορφή Επιχείρησης**

Η υποτιθέμενη επίδραση της νομικής μορφής της επιχείρησης στη χρηματοδότηση σχετίζεται με το βαθμό που επηρεάζει τη διαθεσιμότητα συγκεκριμένων μορφών χρηματοδότησης. Σύμφωνα με τον Storey (1994) η επιλογή της νομικής μορφής περιλαμβάνει τη στάθμιση της αξιοπιστίας, της φορολογίας, του κόστους νόμιμου ελέγχου και την δημοσιοποίηση πληροφοριών. Για την τράπεζα η σύσταση μιας εταιρείας μπορεί να αποτελέσει ένα καλό σημάδι αξιοπιστίας, επισημότητας και μία ένδειξη δυνατοτήτων ανάπτυξης. Οι Coleman & Cohn (2000) σε έρευνα που διεξήγαγαν κατέληξαν ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ μόχλευσης και σύστασης εταιρείας και οι Freedman & Godwin (1995) διαπίστωσαν ότι η σύσταση νομικής μορφής οδηγεί σε μεγαλύτερη χρήση τραπεζικής χρηματοδότησης.

### **4. Ευκαιρίες ανάπτυξης**

Οι ευκαιρίες ανάπτυξης επηρεάζουν το κόστος αντιπροσώπευσης που σχετίζεται με τη χρηματοδότηση. Ο Myers (1977) υπογραμμίζει ότι οι συγκρούσεις μεταξύ των κεφαλαιούχων μιας εταιρείας και των δανειστών εντείνονται για περιουσιακά στοιχεία τα οποία παρέχουν στην επιχείρηση την δυνατότητα να αναλάβει ευκαιρίες ανάπτυξης στο μέλλον. Αν κάποιες start-up επιχειρήσεις είναι πιθανό να γνωρίσουν μελλοντική ανάπτυξη αυτό θα αυξήσει τις πιθανότητες μιας διαμάχης μεταξύ των εξωτερικών χρηματοδοτών και των ιδρυτών. Ο Michaelas και άλλοι (1999) υποστηρίζουν ότι το πρόβλημα της αντιπροσώπευσης και συνεπώς το κόστος χρηματοδότησης μειώνεται όταν η εταιρεία χρησιμοποιεί βραχυπρόθεσμα αντί για μακροπρόθεσμα δάνεια το οποίο οδηγεί σε μία θετική σχέση μεταξύ βραχυπρόθεσμης μόχλευσης και μελλοντικών ευκαιριών ανάπτυξης. Επιπρόσθετα αν η επιχείρηση εκτιμήσει ότι θα χρειαστεί

στο μέλλον εξωτερικό δανεισμό τότε έχει ισχυρότερα κίνητρα να αναπτύξει στενούς δεσμούς με εξωτερικούς χρηματοδότες όπως η τράπεζα. Όσο πιο νωρίς αναπτύξεις τέτοιες σχέσεις τόσο μεγαλύτερα οφέλη θα έχεις στο μέλλον, όταν χρειαστείς περαιτέρω αύξηση κεφαλαίων, και από πλευράς πρόσβασης και από πλευράς κόστους χρηματοδότησης.

### **5. Χαρακτηριστικά του επιχειρηματία**

Τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία μπορούν να μας παρέχουν επιπλέον στοιχεία για να ερμηνεύσουμε και να προβλέψουμε τη διάρθρωση κεφαλαίου και τα χαρακτηριστικά χρηματοδότησης των νέων επιχειρήσεων. Οι μεταβλητές που συνήθως εξετάζονται για να ερμηνεύσουμε τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία είναι η εμπειρία, το φύλλο και η εκπαίδευση. Ο Storey (1994) τονίζει ότι η εμπειρία και το επίπεδο εκπαίδευσης μπορούν να αποτελούν ενδείξεις καλύτερου ανθρώπινου κεφαλαίου. Το φύλλο του ατόμου που λαμβάνει τις αποφάσεις επίσης επηρεάζει τη διάρθρωση του κεφαλαίου εξαιτίας των διαφορών που παρατηρούνται στην αποστροφή του ρίσκου, στη διάκριση που υπάρχει στη παροχή πίστωσης και στο γεγονός ότι εταιρείες που διοικούνται από ένα συγκεκριμένο φύλλο μπορεί να χρειάζονται διαφορετικά επίπεδα κεφαλαίου (Coleman & Cohn, 2000). Ο Scherr και άλλοι (1993) κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η μόχλευση συσχετιζόταν αρνητικά με την ηλικία και την εμπειρία του ιδιοκτήτη. Η μόχλευση επίσης έχει βρεθεί ότι επηρεάζεται και από το φύλλο του επιχειρηματία. Οι Coleman & Cohn (2000) βρήκαν αποδείξεις ότι εκπαίδευση σχετίζεται θετικά με τον εξωτερικό δανεισμό αλλά δε βρήκαν σημαντικές ενδείξεις σχετικά με την μόχλευση και την ηλικία ή την εκπαίδευση. Το σημαντικό ρόλο που παίζει η εμπειρία του επιχειρηματία στην άντληση κεφαλαίων από την αγορά έδειξαν οι Kotha & George (2012) στην έρευνά τους.

Παράγοντες που επηρεάζουν τον τρόπο χρηματοδότησης και τα στάδια της χρηματοδότησης μιας νεοφυούς επιχείρησης είναι επίσης ο κλάδος δραστηριοποίησης, το νομικό πλαίσιο που περιβάλλει τις επιχειρήσεις, το πτωχευτικό δίκαιο και η επιχειρηματική κουλτούρα της χώρας στην οποία εδράζεται (Landier, 2001). Για παράδειγμα αν το πτωχευτικό δίκαιο δεν είναι πολύ αυστηρό και το στίγμα του αποτυχημένου επιχειρηματία δεν είναι πολύ υψηλό τότε ευνοούνται τα επιχειρηματικά σχέδια υψηλού ρίσκου και απόδοσης τα οποία συνδέονται και με χρηματοδότηση από επιχειρηματικά κεφάλαια. Σε αντίθετη περίπτωση προκρίνονται πιο ασφαλή επιχειρηματικά πλάνα με μικρότερες αποδόσεις και χρηματοδότηση από το τραπεζικό τομέα.

## 2.2. Στάδια επιχείρησης

Οι επιχειρήσεις όπως και τα προϊόντα έχουν το δικό τους κύκλο ζωής. Σε κάθε στάδιο εξέλιξης του κύκλου ζωής τους οι επιχειρήσεις χρειάζονται χρηματοδότηση η οποία όμως διαφέρει ως προς την πηγή από την οποία θα αντληθεί και ως προς το απαιτούμενο ποσό. Ο επιχειρηματίας οφείλει να γνωρίζει σε κάθε στιγμή σε ποιο στάδιο βρίσκεται η εταιρεία του και αναλόγως να καθορίζει τον τύπο χρηματοδότησης που θα χρησιμοποιήσει καθώς και το χρονικό ορίζοντα που θα διατηρηθεί ο κάθε τύπος χρηματοδότησης.

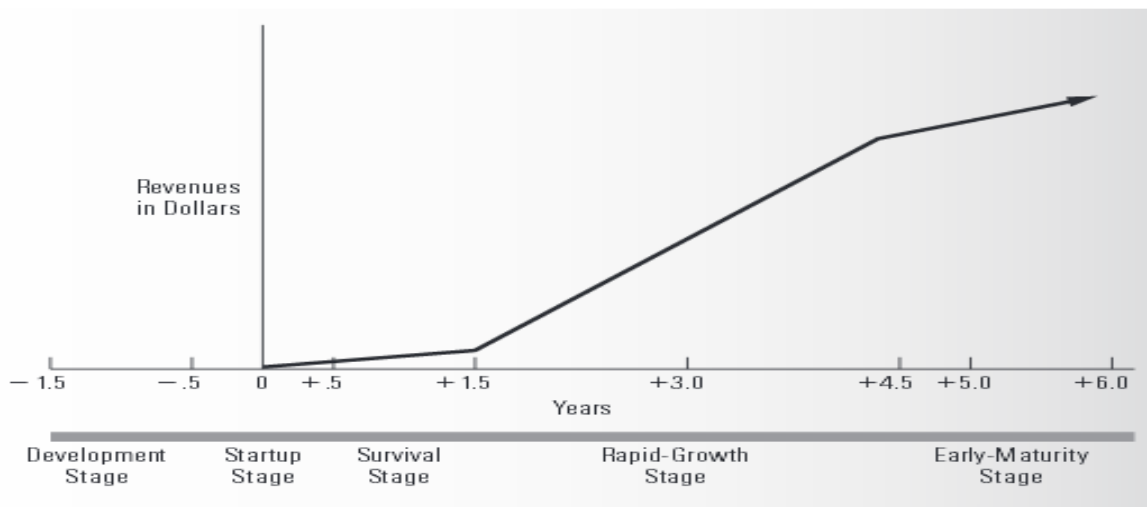
Τα διάφορα στάδια του κύκλου ζωής της επιχείρησης σύμφωνα με τον Tarig (2013) είναι :

- της ίδρυσης ή start up,
- της ανάπτυξης,
- της ωριμότητας και
- της πτώσης ή της αναγέννησης.

Κατά τη μετάβαση από το ένα στάδιο στο άλλο οι χρηματοδοτικές ανάγκες της επιχείρησης αλλάζουν όπως αλλάζουν επίσης και οι επιλογές για χρηματοδότηση. Με τη πάροδο των χρόνων και όσο αναπτύσσεται ή επιχείρηση κερδίζει σε εμπειρία και η ασυμμετρία πληροφοριών μειώνεται κάτι το οποίο βοηθάει την πρόσβαση της εταιρείας σε νέες μορφές χρηματοδότης. Όπως τονίζεται και από τους Berger & Udell (1998) από το στάδιο της ίδρυσης (start up) και καθώς η εταιρεία αναπτύσσεται, νέες πηγές χρηματοδότησης καθίστανται διαθέσιμες. Από τη πλευρά των μετοχών έχουμε τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών και από τη πλευρά των δανείων έχουμε τις τράπεζες. Στη διαδικασία της ίδρυσης της start up εταιρείας ο επιχειρηματίας προσπαθεί να μετατρέψει την ιδέα σε επιχειρηματική ευκαιρία. Σε αυτό το στάδιο οι δυνατότητες χρηματοδότησης είναι περιορισμένες και οι μοναδικές συνήθως πηγές είναι η οικογένεια, οι φίλοι, οι συνάδελφοι και μερικές φορές άγγελοι επενδυτές. Η πιθανότητες αποτυχίας σε αυτό το στάδιο είναι πολύ μεγάλες, πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με την Gage (2012) τρεις στις τέσσερις start up επιχειρήσεις αποτυγχάνουν. Αν η επιχείρηση καταφέρει να επιβιώσει εισέρχεται στο δεύτερο στάδιο της ανάπτυξης με ποιο έμπειρη διοίκηση, προσωπικό και με τη φύση των υπηρεσιών να έχουν γίνει πιο επίσημες. Τα έσοδα αυξάνονται αλλά χωρίς να έχει περάσει η επιχείρηση σε κερδοφορία. Η κύρια πηγή χρηματοδότησης σε αυτό το στάδιο είναι τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών, οι τράπεζες, οι στρατηγικοί επενδυτές και οι άγγελοι επενδυτές. Μετά ακολουθεί το στάδιο της ωριμότητας κατά το οποίο το προσωπικό είναι ειδικευμένο και με υψηλές δεξιότητες και έχουμε περάσει στη παροχή πιο εξελιγμένων προϊόντων και υπηρεσιών. Το ρίσκο έχει μειωθεί

αφού τα έσοδα παρουσιάζουν σταθερή αύξηση. Οι πηγές χρηματοδότησης παραμένουν οι ίδιες αφού επαφίεται στην επιθυμία των αντισυμβαλλόμενων για τη διάρκεια της συνεργασίας τους. Αφού περάσει και το στάδιο της ωριμότητας η επιχείρηση μπορεί να επιλέξει αν θα ακολουθήσει το δρόμο της δημόσιας προσφοράς ή θα συνεχίσει με τις υπάρχουσες μορφές χρηματοδότησης. Στο παρακάτω διάγραμμα φαίνονται τα πέντε στάδια ανάπτυξης μια επιτυχημένης επιχείρησης σύμφωνα με τους Leach & Melicher (2012) που είναι εκείνο της ανάπτυξης, της startup, της επιβίωσης, της γρήγορης ανάπτυξης και πρώιμης ωριμότητας.

### Διάγραμμα 2-1 Στάδια επιτυχημένης επιχείρησης



Πηγή: (Leach & Melicher, 2012)

### 2.3. Στάδια χρηματοδότησης

Το να βρεις κεφάλαια για την χρηματοδότηση μιας εταιρίας σε οποιοδήποτε στάδιο ανάπτυξης και αν βρίσκεται είναι ένα απαιτητικό κομμάτι που χρειάζεται δημιουργικότητα και επιμονή πολλώ δε μάλλον όταν πρόκειται για μία νεοφυή επιχείρηση που υπάρχει έλλειψη πληροφόρησης και χρηματοοικονομικών δεδομένων πάνω στα οποία θα μπορούσαν να βασιστούν δυνητικοί επενδυτές. Κατά τη διάρκεια του κύκλου ζωής μιας επιχείρησης υπάρχουν και διαφορετικοί διαθέσιμοι τρόποι χρηματοδότησης οι οποίοι εξαρτώνται άμεσα από το στάδια ανάπτυξης και από τη κλίμακα παραγωγής της επιχείρησης.

Σύμφωνα με τους Leach & Melicher (2012) οι διαφορετικοί τύποι χρηματοδότησης μπορούν να ταξινομηθούν και στις παρακάτω κατηγορίες:

- χρηματοδότηση σποράς (seed financing),
- χρηματοδότηση εκκίνησης (startup financing),

- πρώτος γύρος χρηματοδότησης,
- δεύτερος γύρος χρηματοδότησης,
- ενδιάμεση χρηματοδότηση (Mezzanine Financing).

Η παραπάνω ταξινόμηση μπορεί να ερμηνευθεί αν αναλογιστούμε ότι σύμφωνα με έρευνες περίπου το 23,7% των startup επιχειρήσεων σταματούν τη λειτουργία τους μέσα στα πρώτα 2 χρόνια ενώ το 52,7% σε περίοδο 4 χρόνων από τη δημιουργία τους. Βασική αιτία είναι η πτώχευση, η κατάσταση υγείας του ιδιοκτήτη και η πρόσβαση σε νέα χρηματοδότηση (Berger & Udell, 1998). Στο αρχικό στάδιο της εταιρίας, κατά το οποίο ο επιχειρηματίας προσπαθεί να μετατρέψει την ιδέα του σε πράξη, είναι αναγκαίο να έχει εξασφαλίσει ένα “κεφάλαιο σποράς” για να καλύψει τα αρχικά έξοδα που απαιτούνται για την ίδρυση της εταιρείας. Μέσω της χρηματοδότησης σποράς ο επιχειρηματίας ιδρύει την επιχείρηση, πραγματοποιεί την έρευνα αγοράς και προσπαθεί να αναπτύξει την επιχειρηματική του ιδέα στην πράξη (Tarig, 2013). Συνήθως η χρηματοδότηση σποράς καλύπτεται εσωτερικά με διαθέσιμους πόρους του επιχειρηματία και των κοντινών του προσώπων. Τα τελευταία χρόνια βέβαια διάφοροι οργανισμοί και τράπεζες μέσω διαγωνισμών προσφέρουν σε καινοτόμες επιχειρήσεις το αρχικό κεφάλαιο.

Αφού εξασφαλιστεί το “κεφάλαιο σποράς” η επιχείρηση θα πρέπει να περάσει στο δεύτερο στάδιο (χρηματοδότηση εκκίνησης) και να βρει χρηματοδότηση για να ξεκινήσει την παραγωγή και τις πωλήσεις. Σε αυτό το στάδιο τα κεφάλαια μπορούν να αντληθούν όχι μόνο εσωτερικά αλλά και από επιχειρηματικά κεφάλαια (venture capital) ή από επιχειρηματικούς αγγέλους της (business angels) (Sherman, 2005). Απαραίτητη προϋπόθεση είναι να υπάρχει υπαρκτό προϊόν ή υπηρεσία και δυνητικοί πελάτες.

Μία άλλη κατηγορία χρηματοδότησης είναι ο πρώτος γύρος χρηματοδότησης που περιλαμβάνει τις εμπορικές τράπεζες, τους προμηθευτές και τις επιδοτήσεις από την κυβέρνηση. Τα προαπαιτούμενα για να λάβεις χρηματοδότηση από μία τράπεζα (π.χ. παροχή εγγυήσεων) και για να σου παρέχουν οι προμηθευτές πιστωτική γραμμή αναπαριστούν έναν πιο επίσημο τρόπο χρηματοδότησης. Ο πρώτος γύρος χρηματοδότησης αποτελεί ζωτικής σημασίας για τις νεοφυείς επιχειρήσεις αφού καθορίζει τη κατεύθυνση που θα ακολουθήσουν. Ο συγκεκριμένος τύπος χρηματοδότησης χρησιμοποιείται για την αύξηση των πωλήσεων, της παραγωγής και για να διευρύνει η εταιρεία τις βασικές της λειτουργίες.

Ο δεύτερος γύρος χρηματοδότησης έρχεται όταν η επιχείρηση χρειαστεί επιπλέον κεφάλαια για να επεκτείνει τις κύριες δραστηριότητές της και τις λειτουργίες της. Κύριες πηγές άντλησης κεφαλαίων σε αυτή τη περίπτωση είναι οι εμπορικές τράπεζες, οι προμηθευτές και οι διαθέσιμες πιστωτικές γραμμές. Είναι πολύ σημαντικό να είναι εξασφαλισμένος και ο δεύτερος γύρος χρηματοδότησης

αφού η απαίτηση για νέα κεφάλαια μπορεί να προκύψει ανά πάσα στιγμή για μια startup επιχείρηση (Tarig, 2013).

Τέλος η ενδιάμεση χρηματοδότηση αποτελεί ένα ακόμα χρηματοοικονομικό εργαλείο που χρειάζεται για να καλύψει έξοδα μάρκετινγκ (marketing), για κεφάλαιο κίνησης, για να χρηματοδοτήσει επενδύσεις για βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών και σχέδια για επέκταση της επιχείρησης μέσω εξαγορών (Leach & Melicher, 2012). Η ενδιάμεση χρηματοδότηση είναι ένα υβριδικό εργαλείο που έχει χαρακτηριστικά δανείου αλλά και μετοχών, παρέχεται κατά κανόνα χωρίς εξασφαλίσεις αλλά με αυξημένο επιτόκιο. Είναι συνήθως διαθέσιμη στο στάδιο της ανάπτυξης και της ωριμότητας της επιχείρησης και όχι στο αρχικό μαζί με τους στρατηγικούς επενδυτές και τα επιχειρηματικά κεφάλαια.

## 2.4. Τρόποι χρηματοδότησης

Η αναζήτηση χρηματοδότησης, όπως αναφέραμε και παραπάνω, αποτελεί ίσως το πιο κρίσιμο στοιχείο για την εκκίνηση της επιχείρησης καθώς χωρίς αυτή δεν μπορεί να υλοποιηθεί η ιδέα, όσο καινοτόμα και να είναι. Παρακάτω αναλύονται λεπτομερώς οι διαθέσιμοι τρόποι χρηματοδότησης και τα χαρακτηριστικά τους.

### 2.4.1. Χρηματοδότηση μέσω Ιδίων Πόρων

Ο συνδυασμός των ιδίων πόρων του επιχειρηματία μαζί με την επένδυση του χρόνου του αποτελούν βασική προϋπόθεση για να λάβει κεφάλαια και από άλλες πηγές. Οι δυνητικοί επενδυτές περιμένουν από τον ιδιοκτήτη να χρηματοδοτήσει αρχικά με δικούς του πόρους την επιχείρηση αναλαμβάνοντας το απαραίτητο ρίσκο πριν εκείνοι με τη σειρά τους τοποθετήσουν τα δικά τους κεφάλαια. Τα ίδια κεφάλαια ανήκουν στη κατηγορία “κεφάλαιο σποράς”, είναι ένας εσωτερικός δανεισμός, ανεπίσημος, που μπορεί να προκύψει από αποταμιεύσεις του επιχειρηματία, από προσωπικό δάνειο, πιστωτική κάρτα, δυνατότητα υπερανάληψης ή από συνεισφορά φίλων – συγγενών του επιχειρηματία (Robb & Robinson, 2012). Τα ίδια κεφάλαια είναι απαραίτητα για την ίδρυση της επιχείρησης αφού σε αυτό το στάδιο δεν υπάρχουν εγγυήσεις και δεδομένα για να αποδείξουν την πιστοληπτική της ικανότητα με αποτέλεσμα η πρόσβαση της επιχείρησης σε εξωτερικό – επίσημο δανεισμό να καθίσταται σχεδόν αδύνατη. Σύμφωνα με έρευνα των Berger & Udell (2002) για τη χρηματοδότηση μικρών επιχειρήσεων περίπου το 75% των νέων



επιχειρήσεων στηρίζονται στην αρχή σε ίδια κεφάλαια τα οποία έχουν και μηδενικό κόστος για την επιχείρηση. Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγουν και οι Paul και άλλοι (2007) οι οποίοι στην έρευνά τους απέδειξαν ότι οι ιδρυτές των νεοφυών επιχειρήσεων αρχικά καταφεύγουν σε εσωτερικές πηγές χρηματοδότησης (τα δικά τους κεφάλαια) και μετέπειτα χρησιμοποιούν εξωτερικές πηγές. Σίγουρα είναι ένα αρκετά δύσκολο εγχείρημα όπως επισημάνεται και από τον Lorac (2007) αλλά αποτελεί το θεμέλιο της επιχειρηματικότητας. Για την υλοποίησή του συνεπάγεται ότι ο επιχειρηματίας θα έχει ένα σταθερό εισόδημα για τους πρώτους μήνες και το σχέδιό του δεν θα απαιτεί μεγάλη επένδυση Lorac (2007). Βασικό πλεονέκτημα του συγκεκριμένου τρόπου χρηματοδότησης που ονομάζεται και “bootstrapping” είναι ότι ο ιδρυτής δεν χάνει τον έλεγχο της εταιρείας του από την άλλη μεριά όμως αν δε διαθέτει την απαραίτητη εμπειρία μπορεί να μείνει απομονωμένος καθώς δεν θα έχει έμπειρους συνεργάτες και εμπορικές σχέσεις με εταιρείες. Σύμφωνα με τους Lahm & Little (2005) η χρηματοδότηση με προσωπικά κεφάλαια του επιχειρηματία, χωρίς τη προσφυγή σε δανεισμό “bootstrapping” είναι μία μέθοδος μετασχηματισμού του ανθρώπινου κεφαλαίου σε χρηματοδοτικό.

#### **2.4.2. Χρηματοδότηση μέσω Εμπορικών Τραπεζών**

Η δεύτερη πηγή χρηματοδότησης που θα αναλύσουμε μετά τα ίδια κεφάλαια για νεοφυείς επιχειρήσεις είναι ο τραπεζικός δανεισμός ο οποίος αποτελεί μία από τις παλαιότερες μορφές χρηματοδότησης εταιρειών (Čalopa, et al., 2014). Οι τράπεζες είναι χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που παρέχουν χρηματοδότηση σε διαφόρους τύπους εταιρειών ανεξαρτήτου μεγέθους και σκοπού. Ο Boot (1999) υποστηρίζει ότι είναι πολύ σημαντικό για μια επιχείρηση να λάβει τραπεζικό δανεισμό αφού η χρηματοοικονομική κατάσταση μιας start up επιχείρησης είναι πολύ αδιαφανή και αβέβαιη για τους επενδυτές και έτσι η παρουσία της τράπεζας αποτελεί για αυτούς μία ελάχιστη εγγύηση ως ενδιάμεσος για παροχή πληροφοριών. Επιπρόσθετα η συνεργασία με μία τράπεζα δίνει πρόσβαση στην επιχείρηση και σε διαφορετικούς τύπους χρηματοδοτήσεων, όπως εταιρικό δάνειο, εταιρική μίσθωση, ασφάλεια πιστωτικού κινδύνου, factoring και μια σειρά προϊόντων που διευκολύνουν τη λειτουργία της επιχείρησης. Με τη πάροδο του χρόνου επίσης όπως υπογραμμίζεται και από τον Meyer (1998) μία καλή συνεργασία της επιχείρησης με την τράπεζα μπορεί να προσφέρει στην εταιρεία χαμηλότερα επιτόκια και λιγότερες εγγυήσεις σε επιπρόσθετη χρηματοδότηση. Ένα άλλο πλεονέκτημα του τραπεζικού δανεισμού είναι ότι η τράπεζα δεν ενδιαφέρετε για απόκτηση δικαιωμάτων με σκοπό τον έλεγχο της εταιρείας σε σύγκριση με άλλους τρόπους χρηματοδότησης. Η τράπεζα ενδιαφέρεται μόνο να παρακολουθεί και να ελέγχει τις επιδόσεις της εταιρείας μέσω των χρηματοοικονομικών καταστάσεων με σκοπό την εξασφάλιση των χρημάτων που έχει επενδύσει. Συμπερασματικά η καλή σχέση μια startup



επιχείρησης με την τράπεζα δεν πρέπει να παραβλέπεται αλλά τουναντίον πρέπει να επιδιώκεται για να έχει όλα τα οφέλη που αναφέραμε παραπάνω. Πάνω σε αυτό βοηθάει μία συνεχή επαφή του ιδιοκτήτη με τους υπαλλήλους της τράπεζας, η παροχή έγκυρων και ανανεωμένων πληροφοριών σχετικά με τις χρηματοοικονομικές καταστάσεις, τις ταμιακές ροές και τη πορεία των επενδυτικών projects της εταιρείας (Cowling, et al., 2012). Η έρευνα των Astebro & Bernhardt, (2003) έδειξε υψηλή και θετική συσχέτιση μεταξύ του τραπεζικού δανεισμού και της βιωσιμότητας της εταιρείας. Ωστόσο επειδή οι περισσότερες startup επιχειρήσεις ιδρύονται από νέους ανθρώπους που δεν έχουν συνήθως ακίνητη περιουσία ή κάποια άλλη πηγή εισοδήματος είναι πολύ δύσκολο να λάβουν κάποιο δάνειο χωρίς την εγγύηση τρίτου προσώπου. Για αυτό το λόγο οι περισσότερες νεοφυείς επιχειρήσεις καταφεύγουν σε άλλους τρόπους χρηματοδότησης. Το παραπάνω επιχείρημα επιβεβαιώνεται και από μία μεγάλη έρευνα που διεξήχθη για τη περίοδο 2007-2009 με δεδομένα από 9.715 νεοφυείς επιχειρήσεις η οποία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι υψηλής τεχνολογίας start up εταιρίες δε συνηθίζεται να χρησιμοποιούν τραπεζικό δανεισμό λόγω των δυσκολιών που αντιμετωπίζουν (Brown, et al., 2012).

Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί το συμπέρασμα το οποίο εξήγαγαν οι Korosteleva & Mickiewicz (2011) στην έρευνά τους ότι βασικός παράγοντας που επηρεάζει τις συνολικές επενδύσεις στις νεοφυείς επιχειρήσεις χρησιμοποιώντας είτε εσωτερική είτε εξωτερική χρηματοδότηση είναι η φιλελευθεροποίηση του χρηματοοικονομικού τομέα.

#### **2.4.3. Χρηματοδότηση μέσω Επιχειρηματικών - Αγγέλων Επενδυτών (Angel Investors - Business Angels)**

Οι angel investors είναι μία καινούρια μορφή χρηματοδότησης διαφορετική από τις επίσημες, συνηθισμένες μεθόδους που χρησιμοποιούνται στις χρηματοοικονομικές αγορές. Ο όρος “άγγελος - angel” έχει προέλθει από το Broadway στο οποίο πλούσιοι επενδυτές παρείχαν κεφάλαια σε σκηνοθέτες για να χρηματοδοτήσουν την παραγωγή ενός μιούζικαλ ή ενός δράματος. Η υποκίνηση πίσω από την επένδυση δεν ήταν κυρίως η απόδοση αλλά η αγάπη για το θέατρο και η γνωριμία τους με ανερχόμενους καλλιτέχνες. Αυτό θα πρέπει να έχει υπόψη του και ο εκάστοτε επιχειρηματίας στην προσπάθειά του να βρει επενδυτές για αυτό το λόγο θα πρέπει να βρει και άλλα επιχειρήματα πλην των χρημάτων για να κερδίσει την εμπιστοσύνη των “Αγγέλων επενδυτών” (Sherman, 2005). Στις περισσότερες περιπτώσεις οι “άγγελοι επενδυτές” δεν αποφασίζουν για το αν θα επενδύσουν σε μία εταιρεία εστιάζοντας κυρίως στην οικονομοτεχνική μελέτη ή στο επιχειρηματικό πλάνο αλλά βασίζονται στη κρίση τους σχετικά με την επιτυχία της ιδέας και την αξιοπιστία που τους εμπνέει η ομάδα υλοποίησης και ο επιχειρηματίας (Festel, et al., 2013). Αυτή η

μορφή χρηματοδότησης δίνει την ευκαιρία σε ιδιώτες να χρηματοδοτήσουν απευθείας επιχειρήσεις που πιστεύουν στο όραμά τους και τις επενδυτικές ευκαιρίες που αναδύονται μέσα από αυτό. Οι “άγγελοι επενδυτές” είναι εύποροι ιδιώτες με εμπειρία στη διοίκηση επιχειρήσεων, οι οποίοι λειτουργούν ως ιδιώτες επενδυτές προσφέροντας επενδυτικά κεφάλαια στις μικρές επιχειρήσεις (Leach & Melicher, 2012). Το κεφάλαιο που προσφέρουν εξαρτάται από τον ιδιώτη, από τις προοπτικές και από τις ανάγκες της εταιρείας, συνήθως γίνεται με αντάλλαγμα μετοχές και οι περισσότεροι εκτός από παροχή χρημάτων παρέχουν και συμβουλές στις εταιρείες σε τεχνικά θέματα λόγω της εμπειρίας τους. Σύμφωνα με τους Berger & Udell (1998) είναι μία πολύ καλή πηγή χρηματοδότησης αφού δεν απαιτούν εγγυήσεις, ούτε τον έλεγχο της εταιρείας και παρακάμπτουν το πρόβλημα της ασύμμετρης πληροφόρησης που συναντούν οι επιχειρήσεις σε άλλες μορφές χρηματοδότησης. Πολλοί “άγγελοι επενδυτές” δεν επενδύουν μόνο μία φορά στην εταιρεία αντιθέτως αν στα επόμενα βήματά της δουν εκ νέου ευκαιρίες για κέρδος μπορεί να αυξήσουν την επένδυσή τους. Ένα άλλο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό είναι ότι σε αντίθεση με τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών οι “άγγελοι επενδυτές” χρησιμοποιούν τα δικά τους χρήματα και δεν έχουν καμία νομική ευθύνη, ούτε να λογοδοτήσουν σε τρίτους για τις επιλογές τους, κάτι το οποίο τους βοηθά να λαμβάνουν γρήγορα τις αποφάσεις τους και να μειώνουν έτσι το κόστος επένδυσης. Οι Deakins & Freel (2007) αναφέρουν ότι οι “άγγελοι επενδυτές” για να επενδύσουν σε μία νεοφυή εταιρεία εστιάζουν στις προοπτικές ανάπτυξης της επιχειρηματικής ιδέας, στην αγορά που δραστηριοποιείται η εταιρία, στην ανταγωνιστικότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας και στην εμπειρία και αξιοπιστία των επιχειρηματιών.

Ενδιαφέροντα ευρήματα βρήκαν στην έρευνά τους η Sharpe και άλλοι (2009) η οποία πραγματοποιήθηκε στη Μ. Βρετανία και έδειξε ότι οι “άγγελοι επενδυτές” παίζουν κύριο ρόλο στη χρηματοδότηση νεοφυών εταιρειών υψηλής τεχνολογίας στα πρώτα βήματά τους. Μία βασική παράμετρος πίσω από αυτό είναι η έκπτωση φόρου που παρέχει στους επενδυτές η κυβέρνηση. Επίσης βοηθούν τις επιχειρήσεις από το πρώτο στάδιο ανάπτυξης μέχρι και στο στάδιο εισόδου τους στη κεφαλαιαγορά παρέχοντάς τους εκτός από κεφάλαια και διοικητική υποστήριξη.

Ένα σημαντικό στοιχείο της βιβλιογραφίας που επισημαίνει στο βιβλίο του ο Sherman (2005) είναι ότι οι “άγγελοι επενδυτές” επενδύουν τα χρήματά τους στο στάδιο ανάπτυξης της εταιρείας και όχι κατά την ίδρυσή τους (κεφάλαιο σποράς) αυτό είναι σύμφωνο με όσα αναφέραμε προηγουμένως για το πόσο σημαντικό είναι ο επιχειρηματίας να βασιστεί σε δικά του κεφάλαια για την έναρξη της εταιρείας. Από την άλλη πλευρά είναι σημαντικό για τον ιδιοκτήτη να βρει τον κατάλληλο επενδυτή που θα μπορέσει να τον βοηθήσει σε τεχνικά θέματα και θα μπορέσει να του εξασφαλίσει και μία συνεχή ροή κεφαλαίων για μελλοντικές επενδύσεις κάτι το οποίο συμβαίνει στη περίπτωση του

τραπεζών. Το να βρεθεί βέβαια ο κατάλληλος “άγγελος επενδυτής” είναι εξαιρετικά δύσκολο αφού δεν υπάρχει ιστορικό με τις επενδύσεις που έχει προβεί ο εκάστοτε ιδιώτης καθώς και η εξέλιξή τους. Λύση σε αυτό το πρόβλημα μπορεί να αποτελούν τα δίκτυα των “αγγέλων επενδυτών” που έχουν δημιουργηθεί τα τελευταία χρόνια (Sherman, 2005). Η ανάπτυξη των δικτύων αγγέλων επενδυτών βοηθάει επίσης στην διαφάνεια της ανεπίσημης αγοράς κεφαλαίων, διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ επιχειρηματιών και επενδυτών, την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των επενδυτών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα δικτύου αποτελεί η φημισμένη Silicon Valley (Sharpe, et al., 2009).

Στο παρακάτω πίνακα 2-1 παρουσιάζεται μία σύγκριση μεταξύ τον αριθμό των δικτύων των επενδυτών αγγέλων στην Ευρώπη και στις Η.Π.Α. Στην Ευρώπη μπορεί να υπάρχουν περισσότεροι άγγελοι επενδυτές, ωστόσο στις Η.Π.Α. κάθε δίκτυο επενδυτών αγγέλων διαθέτει περισσότερα μέλη και τα κεφάλαια που επενδύονται είναι επίσης μεγαλύτερα.

**Πίνακας 2-1 Δίκτυο Αγγέλων Επενδυτών**

2009	Ευρώπη	Η.Π.Α.
<b>Δίκτυα Αγγέλων Επενδυτών</b>	391	340
<b>Αριθμός μελών</b>	75.000	259.480
<b>Κεφάλαια που επενδύθηκαν ανά επιχείρηση (Μ.Ο.)</b>	199.193 €	218.131 €
<b>Κεφάλαια που επενδύθηκαν το 2009</b>	3-5 δις €	17,7 δις €

Πηγή: (EBAN Secretariat, 2014)

Στη χώρα μας δυστυχώς αυτή η μορφή χρηματοδότησης είναι σχεδόν ανύπαρκτη και όπως θα δούμε και στον παρακάτω πίνακα 2-2 έχουν χρηματοδοτηθεί μόνο 18 επιχειρήσεις με 2,1 εκατομμύρια Ευρώ και έχουν δημιουργηθεί 99 θέσεις εργασίας εν αντιθέσει με την υπόλοιπη Ευρώπη που είναι πιο ανεπτυγμένη αυτή η μορφή. Όπως φαίνεται και παρακάτω η Ελλάδα βρίσκεται στην 6<sup>η</sup> θέση από το τέλος όσον αφορά τα χρήματα που έχουν επενδυθεί μέσω αγγέλων επενδυτών. Δύο προσπάθειες που έχουν γίνει στην Ελλάδα και αξίζει να αναφερθούν είναι η δημιουργία το 2012 του Hellenic Angels, του πρώτου δικτύου επιχειρηματικών αγγέλων, από την Ελληνική Ένωση Νεοφυών Επιχειρήσεων και το Δίκτυο Επιχειρηματικών Αγγέλων από το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Ελλάδος. Η δραστηριότητα και των δύο δικτύων βέβαια λόγω και των δυσμενών οικονομικών συνθηκών είναι πολύ περιορισμένη. Σε αυτή τη δύσκολη οικονομική κατάσταση, τη χειρότερη μετά το Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο η Ελληνική κυβέρνηση θα πρέπει να

εστιάζει το ενδιαφέρον της προσφέροντας κίνητρα σε τέτοιου είδους επενδυτές παρέχοντας επίσης και το κατάλληλο ρυθμιστικό πλαίσιο.

**Πίνακας 2-2 Δραστηριότητα Αγγέλων Επενδυτών**

Countries	BAs	BANs	Companies Financed	BA Inv 2013 M €	Jobs Created	Average Inv. per Company (€)
<b>Μεγάλη Βρετανία</b>	4350	38	535	84,4	2354	157.757
<b>Ισπανία</b>	2520	63	245	57,6	1485	22.857
<b>Ρωσία</b>	220	13	165	41,8	808	189.773
<b>Γαλλία</b>	4320	83	376	41,1	1807	109.176
<b>Γερμανία</b>	1510	37	185	35,1	916	189.838
<b>Φινλανδία</b>	490	12	208	26,4	916	126.683
<b>Σουηδία</b>	762	11	110	19,4	506	175.909
<b>Τουρκία</b>	450	10	61	14,7	400	240.984
<b>Πορτογαλία</b>	611	13	73	13,8	497	189.000
<b>Ελβετία</b>	424	7	44	13,3	130	302.273
<b>Ιρλανδία</b>	480	6	59	13,2	286	222.966
<b>Δανία</b>	155	5	102	11,8	539	115.882
<b>Βέλγιο</b>	350	6	67	10,0	332	149.254
<b>Ιταλία</b>	760	11	43	9,9	282	230.233
<b>Ολλανδία</b>	810	11	58	9,8	281	169.310
<b>Πολωνία</b>	160	4	38	6,6	233	173.158
<b>Εσθονία</b>	52	1	83	4,7	457	56.108
<b>Νορβηγία</b>	110	3	19	4,2	88	222.105
<b>Αυστρία</b>	240	2	24	2,9	132	121.000
<b>Βουλγαρία</b>	52	2	37	2,9	163	77.027
<b>Ελλάδα</b>	52	2	18	2,1	99	116.667
<b>Λιθουανία</b>	80	1	18	2,0	77	112.556
<b>Λουξεμβούργου</b>	80	1	17	1,6	59	94.118
<b>Κροατία</b>	25	1	10	0,8	42	75.000
<b>Σερβία</b>	25	1	6	0,7	28	108.333
<b>Κύπρος</b>	39	1	2	0,6	14	310.000

Πηγή: (EBAN Secretariat, 2014)

#### 2.4.4. Χρηματοδότηση μέσω Επιχειρηματικών Κεφαλαίων (Venture Capital)

Μία άλλη σημαντική πηγή χρηματοδότησης είναι τα επιχειρηματικά κεφάλαια (venture Capital) τα οποία πρωτοεμφανίστηκαν στις Η.Π.Α. στις αρχές του προηγούμενου αιώνα όταν πλούσιες οικογένειες (Rockefellers, DuPonts) παρείχαν κεφάλαια υψηλού κινδύνου σε μικρές και ταχέως αναπτυσσόμενες εταιρείες και έγιναν γνωστές μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο όταν δημιουργήθηκαν οι πρώτες θεσμικές εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων (Sherman, 2005). Χαρακτηριστικά παραδείγματα εταιρειών που χρηματοδοτήθηκαν με επιχειρηματικά κεφάλαια είναι η Cisco, η Lotus, η Apple και η Microsoft (Landier, 2001). Σύμφωνα με τους Leach & Melicher (2012) τα επιχειρηματικά κεφάλαια είναι κεφάλαια ιδιωτών που ψάχνουν επενδυτικές ευκαιρίες υψηλού ρίσκου με αντάλλαγμα μεγάλες αποδόσεις. Τα επιχειρηματικά κεφάλαια συνήθως δεν δίνονται κατά το ιδρυτικό στάδιο της start up επιχείρησης αλλά κατά το στάδιο της ανάπτυξης. Αποτελούν μακροπρόθεσμες επενδύσεις υψηλού ρίσκου και συμμετέχουν σε ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις που δεν έχουν εισαχθεί στο χρηματιστήριο (Tarig, 2013). Η χρηματοδότηση μέσω επιχειρηματικών συμμετοχών διαφέρει από τον παραδοσιακό τραπεζικό δανεισμό σε τρία σημεία:

1. Οι επενδυτές των επιχειρηματικών κεφαλαίων διοικούν με ενεργό τρόπο τις επιχειρήσεις που χρηματοδοτούν και μέσω της υψηλής τεχνολογικής εξειδίκευσης που διαθέτουν παρακολουθούν στενά τη τεχνολογική πρόοδο της εταιρείας,
2. Η παροχή των κεφαλαίων στην εταιρεία γίνεται σε διάφορα στάδια και όχι μόνο μία φορά,
3. Οι επενδυτές συνήθως έχουν νομικά δικαιώματα ελέγχου στην εταιρεία όπως δικαίωμα ψήφου και συμμετοχής στο διοικητικό συμβούλιο.

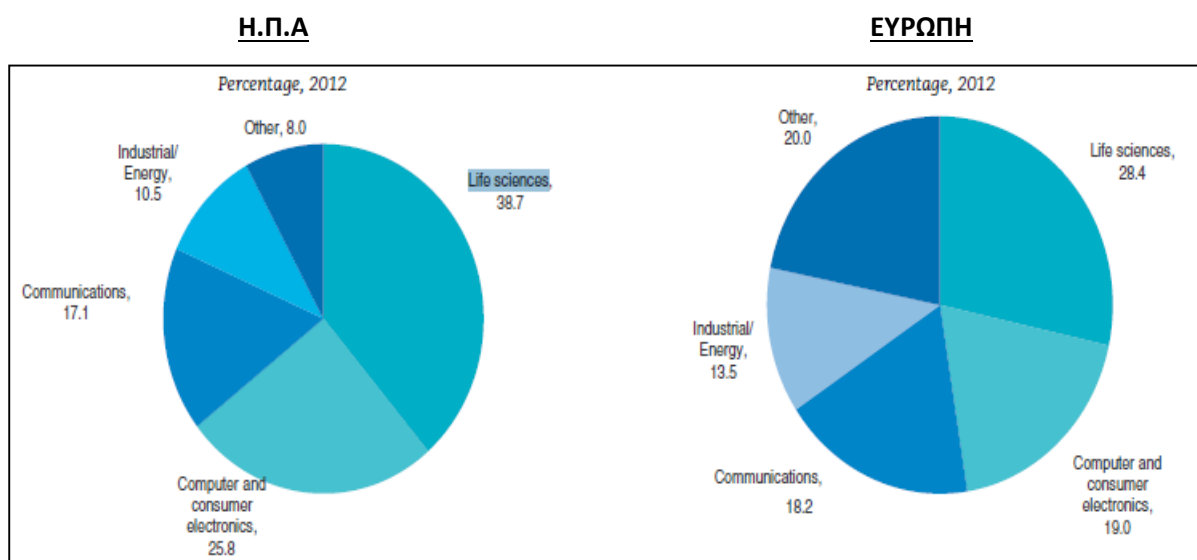
Στην Ευρώπη βέβαια οι επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων δεν ασκούν με τον ίδιο τρόπο τα δικαιώματά τους όπως στις Η.Π.Α. και είναι λιγότερο ενεργοί στην διοίκηση της επιχείρησης (Landier, 2001). Επιπρόσθετα ο αριθμός των φάσεων της χρηματοδότησης καθορίζεται και από την ασυμμετρία της πληροφόρησης. Όσο μικρότερη είναι η διαφάνεια στις πληροφορίες, και όσες περισσότερες είναι οι ασώματες ακινητοποιήσεις τόσο περισσότερα θα είναι και τα στάδια της χρηματοδότησης (Gompers, 1995).

Σύμφωνα με έρευνα του Πανεπιστημίου του Hampshire υπολογίζεται ότι τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών που επενδύονται σε νεοφυείς επιχειρήσεις έχουν αυξηθεί από 2,3 δισεκατομμύρια δολάρια το 1986 σε περισσότερα από 60 δισεκατομμύρια δολάρια το 2003. Η έρευνα υπογραμμίζει ότι τα επιχειρηματικά κεφάλαια συνήθως επενδύουν το λιγότερο 4 εκατομμύρια δολάρια ανά επιχειρηματικό σχέδιο κάτι το οποίο όμως αποκλείει μικρές εταιρείες οι

οποίες αναζητούν το περισσότερο μέχρι 50 χιλιάδες δολάρια. Επιπρόσθετα όπως σημειώνεται και από τον Tan και άλλους (2013) οι επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων πολλές φορές περιμένουν την είσοδο της επιχείρησης στο χρηματιστήριο και την αρχική προσφορά νέων μετοχών με δημόσια εγγραφή (IPos) για να εισάγουν τα κεφάλαιά τους. Οι συγκεκριμένοι επενδυτές εν αντιθέσει με τους “Αγγελους επενδυτές” ενδιαφέρονται κυρίως για την απόδοση των κεφαλαίων τους και έχουν νομική ευθύνη απέναντι στους συμμετέχοντες. Δεν ενδιαφέρονται να αποκτήσουν τη διοίκηση της εταιρείας και να έχουν τον έλεγχο της αλλά θέλουν να έχουν δικαίωμα ψήφου και συμμετοχή στο διοικητικό συμβούλιο. Επιπρόσθετα επιθυμούν να έχουν εκείνοι το πρώτο λόγο σε περίπτωση απόφασης για αύξηση μετοχικού κεφαλαίου για να αποφύγουν τυχόν μείωση της συμμετοχής τους (dilution) (De Clercq, et al., 2006). Αυτό πολλές φορές μπορεί να φέρει συγκρούσεις μεταξύ του επιχειρηματία και των επενδυτών, οι οποίοι προσπαθούν να μειώσουν το κόστος αντιπροσώπευσης το οποίο δημιουργεί προβλήματα στη λειτουργία της εταιρίας (LiPuma & Park, 2013). Από την άλλη πλευρά μπορούν να βοηθήσουν συμβουλευτικά λόγω της εμπειρίας και των δυνατοτήτων που έχουν σε εξειδικευμένο προσωπικό ώστε να μειωθεί η πιθανότητα αποτυχίας της επιχείρησης (Dimov & De Clercq, 2006).

Οι κλάδοι που προσελκύουν τα περισσότερα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών είναι της βιοεπιστήμης, της τεχνολογίας των υπολογιστών και της τηλεπικοινωνίας.

**Πίνακας 2-3 Επενδύσεις Επιχειρηματικών κεφαλαίων ανά κλάδο**

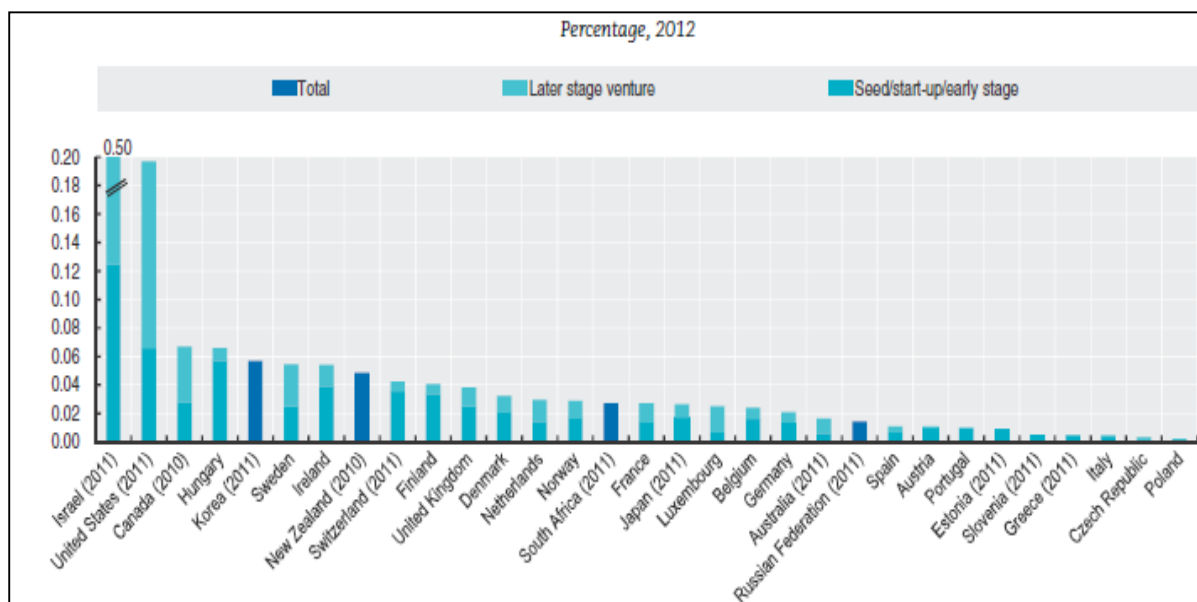


Πηγή: (OECD, 2013)

Αδιαμφισβήτητα η ανάπτυξη μιας επιχείρησης επηρεάζεται τόσο από εσωτερικούς παράγοντες (πολιτική, ανθρώπινο δυναμικό, στρατηγική) όσο και από εξωτερικούς (παγκόσμια οικονομία, περιβάλλον, πολιτική). Η συμμετοχή επιχειρηματικών κεφαλαίων σε μία εταιρεία αποτελεί επίσης ένα εσωτερικό παράγοντα ο οποίος επηρεάζει την ανάπτυξη μιας νεοφυούς εταιρείας και τη διαφοροποιεί από τις υπόλοιπες (Hellmann & Puri, 2000). Σε μια έρευνα που πραγματοποίησαν ο Davila και άλλοι (2003) χρησιμοποιώντας ταχέως αναπτυσσόμενες νεοφυείς επιχειρήσεις της Silicon Valley, που δραστηριοποιούνται στον ίδιο κλάδο κατέδειξαν τη θετική σχέση που υπάρχει μεταξύ της ανάπτυξης των εταιρειών και των αυξητικών Τα αποτελέσματα της έρευνας κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η συμμετοχή των επιχειρηματικών κεφαλαίων σε μία νεοφυή επιχείρηση αποτελεί θετικό σημάδι για την αγορά εργασίας. Επιπλέον έδειξαν ότι υπάρχει και θετική σχέση μεταξύ του αριθμού των εργαζομένων και της αξίας της επιχείρησης.

Στην Ελλάδα ο συγκεκριμένος τρόπος χρηματοδότησης έγινε ευρύτερα γνωστός τη δεκαετία του 1990 χωρίς όμως να βρίσκεται ακόμα στα επίπεδα άλλων χωρών. Όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα βρισκόμαστε στις χαμηλότερες θέσεις των χωρών του Οικονομικού Οργανισμού Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.) σχετικά με το δείκτη των επιχειρηματικών κεφαλαίων σε σχέση με το Α.Ε.Π.<sup>4</sup> και σχετικά με τα ποσά που επενδύονται σε κάθε χώρα μέσω του συγκεκριμένου τρόπου χρηματοδότησης.

**Πίνακας 2-4 Επενδύσεις Επιχειρηματικών κεφαλαίων ως ποσοστό του Α.Ε.Π.**



<sup>4</sup> Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν

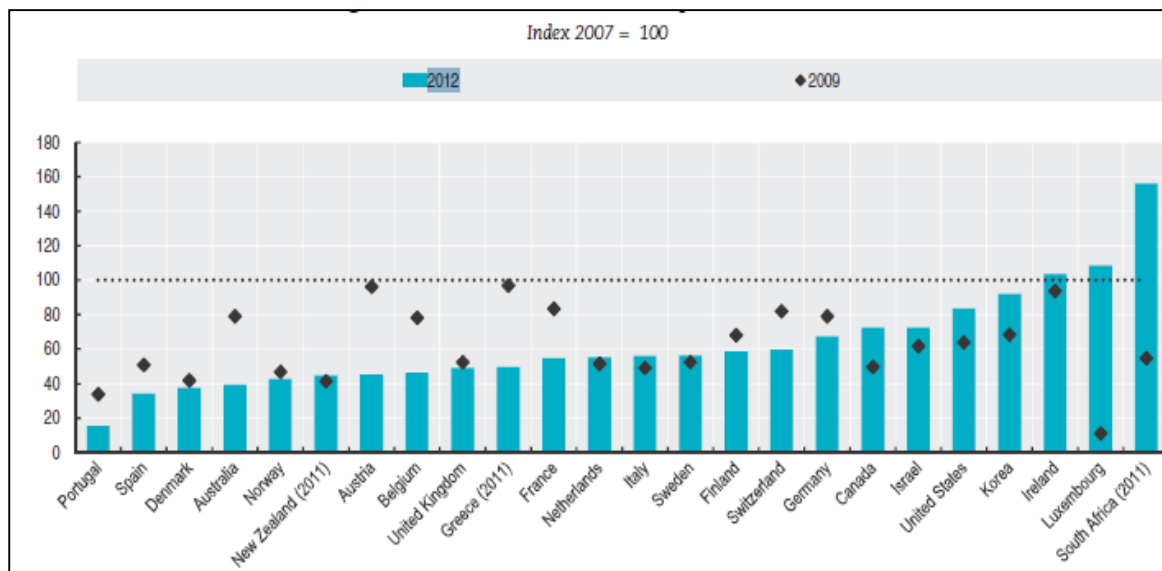
Πίνακας 2-5 Επενδύσεις Επιχειρηματικών κεφαλαίων ανά χώρα

Million US dollars, 2012					
Estonia (2011)	1.8	Italy	91.7	Australia	331.3
Slovenia (2011)	2.5	Finland	101.6	Korea	606.9
Czech Republic	6.7	Denmark	101.7	Germany	706.2
Russian Federation (2011)	9.3	South Africa (2011)	109.6	France	710.5
Poland	11.7	Ireland	113.5	Israel	867.0
Greece (2011)	13.7	Belgium	115.9	United Kingdom	929.1
Luxembourg	14.2	Norway	143.4	Canada	1470.1
Portugal	20.4	Spain	148.1	Japan	1553.6
New Zealand (2011)	28.9	Switzerland	209.5	United States	26652.4
Austria	43.5	Netherlands	226.5		
Hungary	82.6	Sweden	285.6		

Πηγή: (OECD, 2013)

Η παγκόσμια οικονομική κρίση φυσικά επηρέασε και τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών. Τα στοιχεία του Ο.Ο.Σ.Α. για το 2013 έδειξαν πτώση στις περισσότερες χώρες του οργανισμού, με εξαίρεση ορισμένες, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 2-6 Τάση στις επενδύσεις επιχειρηματικών κεφαλαίων



Πηγή: (OECD, 2013)

Σύμφωνα με τον Sherman (2005) οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων κάθε χρόνο εξετάζουν εκατοντάδες επιχειρήσεις, επιλέγουν μερικές δεκάδες και τελικά χρηματοδοτούν λιγότερες από πέντε. Συνεπώς για να μπορέσει μία νεοφυή επιχείρηση να προσεγγίσει και να λάβει



χρηματοδότηση από επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων θα πρέπει να παρουσιάσει μία καλά ολοκληρωμένη ιδέα, ένα άρτια καταρτισμένο επιχειρηματικό σχέδιο (business plan), υψηλές ευκαιρίες ανάπτυξης, συγκεκριμένες προβλεπόμενες αποδόσεις και να παρέχει επίσης στους επενδυτές όλες τις πληροφορίες που χρειάζονται με πλήρη διαφάνεια. Τέλος ένα βασικό στοιχείο που θα πρέπει να περιλαμβάνει το επιχειρηματικό πλάνο αν θέλει μια εταιρεία να λάβει χρηματοδότηση από επιχειρηματικά κεφάλαια είναι ένα πλάνο εξόδου των επενδυτών. Όπως επισημαίνει στο βιβλίο του και ο Graham (2003) οι επενδυτές κεφαλαίων υψηλού κινδύνου θέλουν υψηλές αποδόσεις σε διάστημα 4-6 ετών. Δεν είναι μακροπρόθεσμοι επενδυτές και για αυτό επιθυμούν από την αρχή να υπάρχει ένα πλάνο εξόδου το οποίο μπορεί να είναι :

- ✚ η επαναγορά των μετοχών τους από την εταιρεία,
- ✚ η πώληση ολόκληρης της εταιρείας,
- ✚ η εισαγωγή της εταιρείας στο χρηματιστήριο με δημόσια εγγραφή (IPO),
- ✚ η πώληση των μετοχών τους σε άλλους επενδυτές,
- ✚ Η λύση και εκκαθάριση της εταιρείας με ρευστοποίηση όλων των στοιχείων του ενεργητικού.

Από το πλάνο εξόδου θα εξαρτηθεί και πόσο στενή θα είναι η παρακολούθηση της διοίκησης της εταιρείας από τους επενδυτές, σε πόσες δόσεις θα καταβληθεί η χρηματοδότηση και το ποσοστό ελέγχου που θα έχουν οι επενδυτές στο διοικητικό συμβούλιο (Landier, 2001).

#### 2.4.5. Χρηματοδότηση μέσω Crowd Funding- Χρηματοδότηση από το πλήθος

Το crowd funding είναι μία καινοφανής μέθοδος χρηματοδότησης νεοφυών επιχειρήσεων, η οποία εμφανίστηκε το 2009 για πρώτη φορά στις Η.Π.Α και επιτρέπει σε ιδιώτες να χρηματοδοτούν άμεσα ιδέες που τις βρίσκουν καινοτόμες και με προοπτικές κερδοφορίας. Είναι μια εναλλακτική μέθοδος χρηματοδότησης σε σχέση με τις πιο παραδοσιακές όπως οι “άγγελοι επενδυτές” και τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Schwienbacher & Larralde, 2010). Το crowd funding είναι εμπνευσμένο από έννοιες όπως η μικρό-χρηματοδότηση (micro-finance) (Morduch, 1999) και πηγές από το πλήθος (crowd sourcing) (Poetz & Schreier, 2012) αποτελεί όμως μια μοναδική κατηγορία άντλησης κεφαλαίων η οποία υλοποιείται μέσω ενός μεγάλου αριθμού διαδικτυακών σελίδων που λειτουργούν ως μεσολαβητές για να διευκολύνουν την επαφή των μεμονωμένων επενδυτών με τους νέους επιχειρηματίες έναντι κάποιας προμήθειας. Ένας καλός ορισμός, έστω και με περιορισμένο εύρος, του όρου crowd funding έχει δοθεί από τους Schwienbacher & Larralde (2010) οι οποίοι το ορίζουν ως «μία ανοικτή πρόσκληση, κυρίως μέσω διαδικτύου, για τη παροχή χρηματοδοτικών πόρων είτε με μορφή δωρεάς είτε με κάποιο αντάλλαγμα όπως χρηματική αμοιβή

ή δικαιώματα ψήφου στο διοικητικό συμβούλιο της εταιρίας, προκειμένου να υλοποιηθούν ιδιωτικές ή ομαδικές πρωτοβουλίες για συγκεκριμένους σκοπούς».

Μια σημαντική διαφορά του crowd funding από τις άλλες μεθόδους χρηματοδότησης είναι ότι αποτελεί σημαντική πηγή πόρων ως αρχικό κεφάλαιο, μπορεί δηλαδή ο επιχειρηματίας να αντλήσει ακόμα και μικρά ποσά που θα τον βοηθήσουν στην έναρξη και ίδρυση της εταιρείας του (Schwienbacher & Larralde, 2010). Για παράδειγμα από τις πενήντα ιδέες που χρηματοδότησε το 2012 το kickstarter, το μεγαλύτερο site crowd funding στο κόσμο, τα σαράντα πέντε αφορούσαν υπό ίδρυση εταιρίες (Mollick, 2014). Ένα άλλο πλεονέκτημα του crowd funding σύμφωνα με τον Dingman (2013) είναι η δυνατότητα που παρέχεται στον επιχειρηματία να εξετάσει μέσω των ιστοσελίδων τη δυνητική ζήτηση που μπορεί να έχει το προϊόν του μέσω μιας διαφημιστικής εκστρατείας η οποία αν είναι επιτυχημένη θα μπορέσει να δώσει πρόσβαση σε άλλες μορφές επένδυσης όπως τα επιχειρηματικά κεφάλαια συμμετοχών. Αυτό έγινε πράξη με το “έξυπνο” ρολόι Pebble που ενώ στην αρχή δεν βρήκε χρηματοδότηση μέσω επενδυτικών κεφαλαίων (venture capital), μετά από μία επιτυχημένη διαφήμιση από την ιστοσελίδα kickstarter, με εντυπωσιακά αποτελέσματα στο τομέα της ζήτησης, εξασφάλισε μεγάλα κεφάλαια. Επιπρόσθετα εκτός από κεφάλαια και διαφήμιση το crowd funding προσφέρει στους επίδοξους επιχειρηματίες και τεχνικές συμβουλές για το πώς θα υλοποιηθεί το σχέδιο που έχουν στο μυαλό τους. Συνήθως οι διαχειριστές των ιστοσελίδων είναι στελέχη επιχειρήσεων και επιχειρηματίες με μεγάλη εμπειρία στο επιχειρείν οι οποίοι προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στις καινούριες εταιρίες δωρεάν ή έναντι κάποια αμοιβής.

Από τη μεριά των επενδυτών τα κίνητρα για να συμμετέχουν στη χρηματοδότηση μιας ιδέας αποδεικνύονται ετερογενή και εξατομικευμένα. Σύμφωνα με τους Belleflamme και άλλους (2014) οι επενδυτές μπορεί να επιθυμούν τη συμμετοχή τους είτε από φιλανθρωπική σκοπιά επειδή πιστεύουν ότι η υλοποίησή της ιδέας θα βοηθήσει το κοινωνικό σύνολο και έτσι δεν επιζητούν κάποια ανταμοιβή, είτε επειδή πιστεύουν στην επιτυχία του έργου και ότι αυτό με τη σειρά του θα τους επιφέρει υψηλή απόδοση στο κεφάλαιο που επένδυσαν. Επίσης μπορεί οι ιδιώτες να επιθυμούν τη συμμετοχή τους με αντάλλαγμα τη αγορά του προϊόντος νωρίτερα από τους υπόλοιπους καταναλωτές είτε τέλος επειδή επιδιώκουν τη συμμετοχή τους στην εταιρεία μέσω αγοράς μετοχών ή δικαιωμάτων για μελλοντικά κέρδη.

Οι παράγοντες που οδηγούν σε μία επιτυχημένη άντληση κεφαλαίων για τους νέους επιχειρηματίες, είτε μέσω επιχειρηματικών κεφαλαίων είτε μέσω crowd funding είναι ένα ζήτημα που απασχολεί έντονα τους ερευνητές (Dushnitsky, 2009; Kirsch, et al., 2009). Μία καλή προετοιμασία ενός επιχειρηματικού πλάνου με αξιόπιστα στοιχεία είναι ένας παράγοντας που θα

επηρεάσει την εμπιστοσύνη των επενδυτών (Dushnitsky, 2009). Πιο κάτω περιγράφονται συνοπτικά οι βασικοί παράγοντες που προσδίδουν αξιοπιστία και ποιότητα σε μία πρόταση προς χρηματοδότηση :

- Μία καλή παρουσία της ιδέας στην ιστοσελίδα του crowd funding υποστηριζόμενη από οπτικοακουστικό υλικό και παρουσιάσεις (slides),
- Συνεχείς ανανεώσεις - ενημερώσεις και προσαρμογές του έργου ανάλογα με την εξέλιξη της χρηματοδότησης και το στάδιο υλοποίησης (Mollick, 2014),
- Το κείμενο της παρουσίασης θα πρέπει να είναι ελεγμένο για συντακτικά και ορθογραφικά λάθη και να γίνεται χρήση κατανοητών λέξεων και ορολογίας. Έχει παρατηρηθεί από έρευνες σχετικά με τους πλειστηριασμούς ότι σε περίπτωση ορθογραφικών και συντακτικών λαθών η τιμή της προσφοράς μειώνεται (Cabral, 2012),
- Θα πρέπει οι επίδοξοι επιχειρηματίες να έχουν διαφημίσει το έργο τους και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Το κοινωνικό δίκτυο και ο αριθμός των ατόμων που το αποτελούν είναι η πρώτη πηγή σημαντικής χρηματοδότησης (Agrawal, et al., 2011).

Ο επιχειρηματίας που επιθυμεί να λάβει χρηματοδότηση μέσω crowd funding οφείλει επιπρόσθετα να έχει ένα συγκεκριμένο σκοπό και πλάνο για το πώς θα χρησιμοποιήσει τους πόρους που θα λάβει μέσω ενός άρτιου επιχειρηματικού πλάνου και να έχει ένα χρονοδιάγραμμα επίτευξης στόχων το οποίο θα ανανεώνει συνεχώς ανάλογα με τη πορεία του έργου,

Παρά τη μεγάλη έκταση που έχει τα τελευταία χρόνια και τα πολλά δισεκατομμύρια που έχουν επενδυθεί μέσω του συγκεκριμένου τρόπου χρηματοδότησης, τα στοιχεία για την αποτελεσματικότητα του crowd funding είναι ελλιπή κάτι το οποίο έχει σαν συνέπεια να μην μπορούν να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα για την αποδοτικότητά του. Ωστόσο αξίζει να αναφέρουμε κάποια συμπεράσματα που έχουν εξαχθεί από τις ιστοσελίδες crowd funding:

- Οι κλάδοι που άντλησαν τα περισσότερα κεφάλαια είναι των παιχνιδιών, τη τεχνολογίας, της μουσικής, των ταινιών και του σχεδίου,
- 61% των δημιουργών δεν κατάφεραν να αντλήσουν τα κεφάλαια που στόχευαν ενώ μόνο το 0,7% από αυτούς άντλησαν το 73% των συνολικών κεφαλαίων,
- Στο kickstarter 1% των έργων έχουν αντλήσει το 36% των κεφαλαίων,
- Το kickstarter έχει αντλήσει επιτυχώς 1,61 δις δολάρια
- Το ποσοστό επιτυχίας των έργων που έχουν καταφέρει να αντλήσουν τα κεφάλαια που επιθυμούσαν και κατάφεραν να υλοποιήσουν και το project στην καταληκτική ημερομηνία που είχαν θέσει ανέρχεται στο 37,30%,

- Από τα 247 επιτυχημένα σχέδια του Kickstarter το 50% έχουν καθυστερήσει να υλοποιήσουν το αρχικό τους πλάνο.

#### *2.4.5.1 To Crowd Funding στην Ελλάδα*

Το crowd funding στην Ελλάδα δυστυχώς βρίσκεται ακόμα σε πρώιμο επίπεδο και μόλις το 2014 δημιουργήθηκαν οι πρώτες ιστοσελίδες ο αριθμός των οποίων δεν ξεπερνάει τις έξι<sup>5</sup>. Η καθυστέρηση αυτή οφείλεται στο ότι ακόμα στην Ελλάδα δεν υπάρχει σαφές κανονιστικό πλαίσιο σχετικά με τις συμμετοχικές επενδύσεις για αυτό και οι πρώτοι ισότοποι (Groopio, Giveandfund) λειτουργούσαν μόνο με το μοντέλο των δωρεών (donation). Τους τελευταίους μήνες βέβαια υπήρξαν ιστοσελίδες οι οποίες ξεκίνησαν τη λειτουργία τους και παρέχουν υπηρεσίες χρηματοδότησης μέσω συμμετοχικών επενδύσεων (equity crowd funding) όπως οι Opencircle και Winnersfund.

Ο λόγος για τον οποίο το μοντέλο της κεφαλαιοδότησης (equity crowd funding), παρόλο που παρουσιάζει το μεγαλύτερο ενδιαφέρον παγκοσμίως στην Ελλάδα δεν έχει αναπτυχθεί επαρκώς, είναι ότι προσκρούει σε μια σειρά από νομικά προσκόμματα τα οποία δεν είναι εύκολο να ξεπεραστούν χωρίς την παρέμβαση του κράτους και τη θέσπιση ειδικής νομοθετικής πρόβλεψης. Σύμφωνα με την ισχύουσα ελληνική νομοθεσία για να μπορέσει ένας ισότοπος να παρέχει υπηρεσίες crowd funding με τη μορφή κεφαλαιοδότησης με μετοχές θα πρέπει να έχει λάβει άδεια λειτουργίας από την επιτροπή κεφαλαιαγοράς διότι θεωρείται διενέργεια επενδυτικών δραστηριοτήτων. Ειδικά στη περίπτωση που το προς άντληση κεφάλαιο επένδυσης ξεπεράσει τις 100.000 χιλιάδες ευρώ χρειάζεται η δημοσίευση ειδικού ενημερωτικού δελτίου κάτι το οποίο δημιουργεί προσκόμματα σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις που αποτελούν και τη δυναμική μάζα των ελληνικών επιχειρήσεων. Τέτοιου είδους εμπόδια ξεπεράστηκαν ως ένα βαθμό στις Η.Π.Α. με το νόμο jobs Act το 2012 με τον οποίο δόθηκε το έναυσμα για τη σταδιακή ανάπτυξη των συμμετοχικών επενδύσεων, αλλά και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες όπως τη Γαλλία και τη Φιλανδία με αντίστοιχες νομοθετικές ρυθμίσεις. Παρόμοιες πρωτοβουλίες θα πρέπει να παρθούν και στη χώρα με σκοπό τη δημιουργία ενός κανονιστικού πλαισίου προκειμένου να διευκολυνθούν οι επενδύσεις (Κοντιζάς & Παπαχρήστου, 2014). Σε μία περίοδο οικονομικής κρίσης με τον τραπεζικό τομέα να μην μπορεί να αντεπεξέλθει στις παραδοσιακές του αρμοδιότητες τέτοιου είδους εναλλακτικές μεθόδους χρηματοδότησης πρέπει να προβληθούν και να βοηθηθούν από το

---

<sup>5</sup> Giveandfund, One-up.gr, Opencircle, Greekfund, Groopio, Winnersfund

κράτος χωρίς βέβαια από την άλλη πλευρά να χαλαρώσουν τους μηχανισμούς και να αφήσουν περιθώρια για εξαπάτηση των επενδυτών.

Με βάση τα παραπάνω μπορούμε να κατανοήσουμε γιατί μέχρι τώρα στην Ελλάδα δεν έχουμε αρκετές ιστοσελίδες στην Ελλάδα και επιπρόσθετα γιατί οι περισσότερες λειτουργούν με τη μορφή των δωρεών το οποίο έχει ως συνέπεια το κεφάλαιο που αντλείται να είναι μικρό (<10.000,00 €) και τα projects που χρηματοδοτούνται να μην έχουν επιχειρηματικό - κερδοσκοπικό σκοπό. Οι τελευταίες πλατφόρμες που έχουν δημιουργηθεί προσπαθούν να μιμηθούν το μοντέλο του εξωτερικού να αντλήσουν υψηλά ποσά με σκοπό την χρηματοδότηση επιχειρηματικών σχεδίων νεοφυών επιχειρήσεων οι οποίες θα βοηθήσουν την οικονομική μεγέθυνση της χώρας. Σύμφωνα με τους ιδιοκτήτες του ισότοπου Open Circle, της πρώτης πλατφόρμας συμμετοχικών επενδύσεων στην Ελλάδα, για το 2016 θα προσπαθήσουν να αντλήσουν από την αγορά 3 εκατομμυρίων ευρώ προκειμένου να χρηματοδοτήσει νέες επιχειρήσεις (Μαυρίδη, 2015).

#### **2.4.6. Χρηματοδότηση μέσω Πιστωτικής Γραμμής**

Μία άλλη μορφή χρηματοδότησης που πολλές φορές υποτιμάται από τους επιχειρηματίες είναι η πιστωτική γραμμή από τους προμηθευτές και από τις τράπεζες. Βασίζεται στην δημιουργία καλών σχέσεων και κυρίως μπορεί να επιτευχθεί σε μεταγενέστερο στάδιο ανάπτυξης της εταιρίας και πολύ δύσκολα κατά την ίδρυσή της. Όσο αναπτύσσεται η εταιρεία και παρουσιάζει θετικά αποτελέσματα μπορεί να περάσει από τις πιο ανεπίσημες μεθόδους χρηματοδότησης στις πιο επίσημες. Μέσω της πιστωτικής γραμμής οι προμηθευτές παρέχουν στην επιχείρηση τη δυνατότητα εξόφλησης των πρώτων υλών ή των εμπορευμάτων εντός 30, 60 ή 90 ημερών κάτι το οποίο είναι πολύ σημαντικό για τις ταμιακές ροές της επιχείρησης και για την βελτίωση αριθμοδεικτών όπως της μέσης διάρκειας αποπληρωμής βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων (Berger & Udell, 1998).

#### **2.4.7. Πρακτόρευση Απαιτήσεων (Factoring)**

Με την πρακτόρευση απαιτήσεων η εταιρεία συνάπτει σύμβαση με τη τράπεζα μέσω της οποίας εκχωρεί στη τράπεζα τη διαχείριση και την είσπραξη των απαιτήσεων έναντι των πελατών της και γενικότερα των οφειλετών της. Οι επιχειρήσεις καταφεύγουν στο συγκεκριμένο τρόπο χρηματοδότησης για εξασφάλιση ρευστότητας, μείωση πιστωτικού κινδύνου και αύξηση της

ανταγωνιστικότητάς τους. Η εκχώρηση απαιτήσεων στην τράπεζα (factoring) μπορεί να αποτελεί ένα τρόπο χρηματοδότησης του κεφαλαίου κίνησης και να βοηθήσει την επιχείρηση πρόσκαιρα σε περιόδους έκτακτης ανάγκης είναι όμως κάτι αρκετά ακριβό λόγω των υψηλών προμηθειών και δεν ενδείκνυται για μακροπρόθεσμη χρήση (Berger & Udell, 1998).

#### 2.4.8. Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων (Business Incubators)

Η θερμοκοιτίδα επιχειρήσεων δεν ανήκει στους παραδοσιακούς τρόπους χρηματοδότησης γιατί δεν αποτελεί πηγή χρηματικών πόρων για τις νεοφυείς επιχειρήσεις. Είναι ένας οργανισμός που έχει σκοπό να βοηθήσει την ανάπτυξη και την αποτελεσματικότητα νεοφυών επιχειρήσεων με καινοτόμες ιδέες και προοπτικές ανάπτυξης. Οι θερμοκοιτίδες διακρίνονται σε κρατικές μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, ιδιωτικές με κερδοσκοπικό σκοπό, θερμοκοιτίδες που συνδέονται με πανεπιστήμια – ερευνητικά κέντρα, θερμοκοιτίδες από συνεργασία ιδιωτικού και κρατικού φορέα και θερμοκοιτίδες ανά κλάδο δραστηριοποίησης (τεχνολογικό, κατασκευαστικό κλπ). Σκοπός της θερμοκοιτίδας, όπως φαίνεται και από το όνομά της, είναι να στηρίξει της νέες επιχειρήσεις κατά το αρχικό στάδιο λειτουργίας τους προσφέροντάς τους συμβουλές και υπηρεσίες μέχρι το στάδιο ωρίμανσής του. Είναι ένα εργαλείο οικονομικής ανάπτυξης σχεδιασμένο να βοηθάει την ανάπτυξη νεοφυών εταιρειών προσφέροντας στους ιδιοκτήτες πρόσβαση σε υποστηρικτικές εργασίες. Οι συνηθισμένες παρεχόμενες υπηρεσίες είναι:

- Χώροι γραφείων και εξοπλισμό,
- Στρατηγικό – επιχειρηματικό σχεδιασμό,
- Υποστήριξη σε θέματα διοίκησης,
- Υπηρεσίες Μάρκετινγκ,
- Υποστηρικτικές Υπηρεσίες (Γραμματειακή υποστήριξη, Νομική υποστήριξη, Λογιστικά, χρηματοοικονομικά, Διαδίκτυο,
- Υπηρεσίες διασύνδεσης με επιχειρηματικές ενώσεις, ομοειδής επιχειρήσεις, τεχνολογικά – ερευνητικά πάρκα,
- Εύρεση κεφαλαίων (επιχειρηματικά κεφάλαια, Δάνεια, Επιχορηγήσεις).

Τα κριτήρια για την είσοδο επιχειρήσεων σε Θερμοκοιτίδα είναι συνήθως:

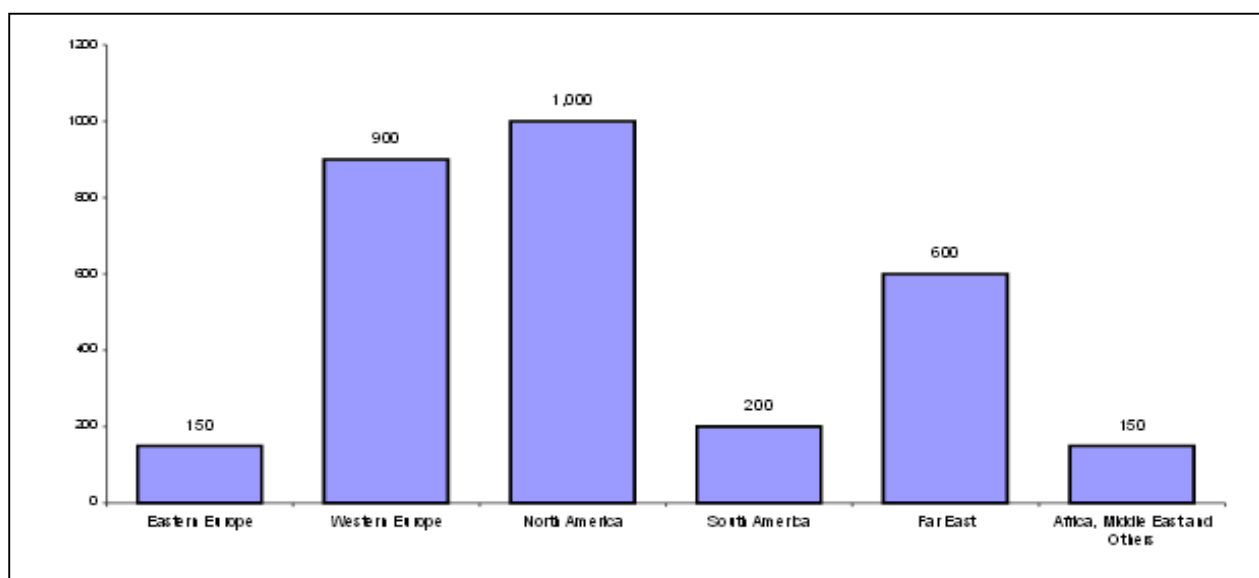
- Νέες εταιρείες, μέχρι τριών ετών επιχειρηματικής δραστηριοποίησης,
- Καινοτόμες ιδέες και με έμφαση στη χρήση νέων τεχνολογιών,

- Επιχειρηματικό πλάνο (βιωσιμότητα επιχείρησης, αγορά δραστηριοποίησης, επενδυτικές ανάγκες, αρχικό κεφάλαιο κίνησης) (NBIA, 2011).

Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων είναι ένα σημαντικό οικονομικό εργαλείο ανάπτυξης που αν συνδυαστεί με ορθές πρακτικές και επιμέλεια μπορεί να ενισχύσει τη δημιουργία θέσεων εργασίας, να αυξήσει το Α.Ε.Π. και να συμβάλλει στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας (Markley & McNamara, 1995).

Στον πίνακα 2-7 φαίνονται οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο με έτος αναφοράς το 2002

**Πίνακας 2-7 Αριθμός Θερμοκοιτίδων Επιχειρήσεων**



Πηγή: (EU, 2002)

Στο πίνακα 2-8 από την ίδια έρευνα της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρατηρούμε ότι το 2002 η χώρας μας είχε από τους μικρότερους αριθμούς επιχειρηματικών θερμοκοιτίδων και το μικρότερο δείκτη σε συνολικό αριθμό επιχειρηματικών θερμοκοιτίδων προς συνολικό αριθμός επιχειρήσεων.

**Πίνακας 2-8 Δείκτης Επιχειρηματικών Θερμοκοιτίδων προς συνολικό αριθμό επιχειρήσεων στις χώρες μέλη της ΕΕ**

Χώρες Μέλη	Αρ. Θερμοκοιτίδων	Αρ. Επιχειρήσεων ('000s)	Δείκτης Α:Β
<b>Αυστρία</b>	63	237	1:3
<b>Βέλγιο</b>	131	594	1:45
<b>Δανία</b>	7	235	1:33
<b>Γαλλία</b>	192	2.116	1:11

<b>Φινλανδία</b>	26	180	1:7
<b>Γερμανία</b>	300	3.334	1:11
<b>Ελλάδα</b>	7	747	1:106
<b>Ιρλανδία</b>	6	160	1:26
<b>Ιταλία</b>	45	3.251	1:72
<b>Λουξεμβούργο</b>	2	18	1:9
<b>Ολλανδία</b>	6	550	1:91
<b>Πορτογαλία</b>	23	656	1:28
<b>Σουηδία</b>	39	243	1:6
<b>Ισπανία</b>	38	2.349	1:61
<b>Μεγάλη Βρετανία</b>	144	3.355	1:23
<b>EU 15</b>	911	18.025	1:19

Πηγή: (ΕΥ, 2002)

Από το 2002 η κατάσταση δεν έχει αλλάξει καθόλου για τη χώρα μας αφού σε πρόσφατη μελέτη της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας στην Ελλάδα λειτουργούν 8 θερμοκοιτίδες και για να προσεγγίσουμε το μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα πρέπει να αυξηθούν σε 40-50.

#### 2.4.9. Κρατικές Επιχορηγήσεις-Επιδότησεις

Εκτός από τις παραπάνω μορφές χρηματοδότησης υπάρχουν συνεχώς τα τελευταία χρόνια και προγράμματα επιχορηγήσεων με συμμετοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας. Αυτή τη περίοδο η Γενική Γραμματεία έρευνας και ανάπτυξης εργάζεται στην κατάρτιση του νέου στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης της χώρας για την περίοδο 2014-2020 (νέο ΕΣΠΑ) το οποίο είναι εναρμονισμένο με την Ευρωπαϊκή πρωτοβουλία “Horizon 2020” και θα περιλαμβάνει και επιχορηγήσεις για νέες καινοτόμες επιχειρήσεις που θα δραστηριοποιούνται στους παρακάτω κλάδους :

- βιοεπιστήμη,
- τεχνολογίες πληροφορικής
- περιβάλλον και βιώσιμη ανάπτυξη
- Ενέργεια
- Αγροδιατροφή (ΓΓΕΤ, 2013)



Τα προγράμματα ΕΣΠΑ επιδοτούν ποσοστό του συνολικού έργου το οποίο κυμαίνεται από 40-60% εκτός των προγραμμάτων του ΟΑΕΔ που καλύπτουν το 100%. Βασικό τους πλεονέκτημα είναι διαθεσιμότητά τους για όλους τους επιχειρηματίες που καλύπτουν τα προαπαιτούμενα και περάσουν την αξιολόγηση, ωστόσο για νεοφυείς επιχειρήσεις που δεν έχουν αρκετό κεφάλαιο κίνησης δεν είναι κατάλληλο αφού οι δαπάνες προηγούνται της χρηματοδότησης. Μπορεί βέβαια ο παραπάνω τρόπος να συνδυαστεί και με άλλους όπως ο τραπεζικός δανεισμός ή τα επιχειρηματικά κεφάλαια.

#### 2.4.10. Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing)

Η χρηματοδοτική μίσθωση είναι ο τελευταίος τρόπος χρηματοδότησης μία startup εταιρεία στον οποίο θα αναφερθούμε σε αυτό το κεφάλαιο. Με τη χρηματοδοτική μίσθωση δίνεται η ευκαιρία στην εταιρεία να αγοράσει το παραγωγικό της εξοπλισμό χωρίς να διαθέτει η ίδια κεφάλαια αφού αυτά της τα παρέχει η εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης. Μέσω της χρηματοδοτικής μίσθωσης ένας χρηματοπιστωτικός οργανισμός αγοράζει για λογαριασμό του πελάτη του τα ακίνητα ή κινητά στοιχεία που εκείνος επιθυμεί και στη συνέχεια του τα εκμισθώνει σε ένα προσυμφωνηθέν ποσό μισθώματος. Στο τέλος της περιόδου μίσθωσης ο πελάτης μπορεί να αγοράσει τον εξοπλισμό έναντι ενός συμβολικού τμήματος που προσυμφωνείτε με την υπογραφή της σύμβασης χρηματοδοτικής μίσθωσης. Το leasing (χρηματοδοτική μίσθωση) είναι ένας σύγχρονος και συμφέρων τρόπος χρηματοδότησης και τον συναντάμε συνήθως σε χώρες υψηλού εισοδήματος (Chavis, et al., 2011).

Τα πλεονεκτήματά του είναι ότι :

- δεν υπάρχει κόστος προσημείωσης,
- δεν επιβαρύνεται η εικόνα της επιχείρησης (πιστοληπτική εικόνα),
- εκπίπτει φορολογικά,
- δύνεται η δυνατότητα σε νέες και μικρές επιχειρήσεις που έχουν περιορισμένη ρευστότητα να αγοράσουν νέο εξοπλισμό.

Σύμφωνα με έρευνα του Beck και άλλων (2008) οι μικρές και νεοφυείς εταιρίες δεν αξιοποιούν αποτελεσματικά την δυνατότητα της χρηματοδοτικής μίσθωσης σε σύγκριση με τις πιο μεγάλες επιχειρήσεις. Μία αιτία για το οποίο συμβαίνει αυτό είναι ότι πολλές φορές χρειάζεται για μία νεοϊδρυθείσα επιχείρηση, προκειμένου να υπογραφεί η σύμβαση χρηματοδοτικής μίσθωσης, να εγγυηθεί με προσωπικά του περιουσιακά στοιχεία ο ιδιοκτήτης. Για αυτό το λόγο όπως υπογραμμίζεται και από τον Tarig (2013) ο συγκεκριμένος τύπος χρηματοδότησης συναντάται

συνήθως στο δεύτερο στάδιο του κύκλου ζωής της επιχείρησης κατά το οποίο η επιχείρηση αναζητά νέες πηγές χρηματοδότησης για να επεκτείνει τις λειτουργικές της δραστηριότητες.

## 2.5. Σύγκριση τρόπων χρηματοδότησης

Κάθε στάδιο και τρόπος χρηματοδότης που αναπτύχθηκε παραπάνω έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, τα οποία θα πρέπει ο επιχειρηματίας να αναλύει προσεκτικά πριν προβεί στην οποιαδήποτε απόφαση. Δεν υπάρχει ένας συγκεκριμένος τρόπος χρηματοδότησης που να εγγυάται το βέλτιστο αποτέλεσμα. Υπάρχουν μία σειρά από παράγοντες, όπως το κόστος κεφαλαίου, ο έλεγχος της επιχείρησης, οι προοπτικές ανάπτυξης, οι εναλλακτικοί τρόποι χρηματοδότησης, το χρονικό πλαίσιο που θα καταστεί αναγκαία η χρηματοδότηση, οι εξασφαλίσεις που υπάρχουν και το επίπεδο των παρεμβολών στη διοίκηση της επιχείρησης από τους επενδυτές που θα πρέπει να συνυπολογίζονται σε κάθε στάδιο χρηματοδότησης για να επιλέγεται η κατάλληλη πηγή χρηματοδότησης κάθε φορά.

## 3. Από την Ιδέα στην Επιχείρηση

Από τη στιγμή που ο δυνητικός επιχειρηματίας έχει σχηματίσει την ιδέα στο μυαλό του μέχρι να την πραγματοποιήσει υπάρχουν ορισμένα βήματα που πρέπει να ακολουθήσει όπως επισημάνονται και από τους Φαρσαρώτα και Σπάτουλα (2015). Συνοπτικά, το ξεκίνημα μιας νεοφυούς επιχείρησης περιλαμβάνει:

1. Την ιδέα - εντοπισμό της επιχειρηματικής ευκαιρίας,
2. τον έλεγχο της επιχειρηματικής προοπτικής (Δημιουργία ιδρυτικής ομάδας, ανάπτυξη αρχικού προϊόντος),
3. τη σχεδίαση του επιχειρηματικού πλάνου,
4. επιλογή της νομικής μορφής επιχείρησης,
5. την ανεύρεση χρηματοδότησης,
6. το χτίσιμο της εταιρείας και της εσωτερικής ( εταιρικής ) κουλτούρας,
7. την αποσαφήνιση των διαδικασιών και την οργάνωση μέσω συστημάτων διαχείρισης δεδομένων,
8. την ανάπτυξη προϊόντος με βάση το επιχειρηματικό πλάνο και την αξιολόγηση της αγοράς,

9. τη δημιουργία δικτύου πωλήσεων με βάση τα χαρακτηριστικά του προϊόντος και την ανάπτυξη σχεδίου προώθησής του,
10. την υποστήριξη και εξυπηρέτηση πελατών.

### 3.1. Νομική μορφή Επιχείρησης

Μία από τις βασικές αποφάσεις που πρέπει να πάρει ο ιδιοκτήτης στο ξεκίνημα της start up επιχείρησής του είναι η νομική μορφή που θα έχει η εταιρεία. Η νομική μορφή επηρεάζει άμεσα μία σειρά από παράγοντες τους οποίους πρέπει να προσέξει ο επιχειρηματίας:

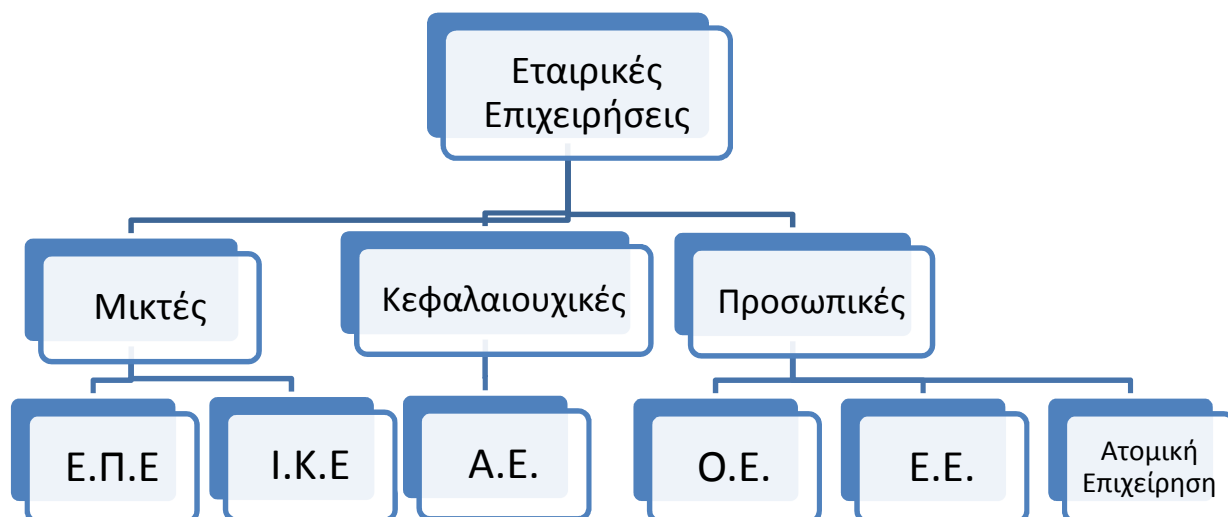
- Ο τρόπος χρηματοδότησης,
- Το αρχικό κεφάλαιο,
- Οι φορολογικές υποχρεώσεις,
- Οι νομικές υποχρεώσεις των εταίρων,
- Οι ασφαλιστικές εισφορές των εταίρων,
- Ο Τρόπος συνεργασίας των εταίρων,
- Ο τρόπος τήρησης των λογιστικών βιβλίων κλπ.

Σίγουρα δεν αποτελεί την πιο σημαντική απόφαση που έχει να πάρει ο ιδιοκτήτης καθώς είναι κάτι το οποίο αλλάζει σε μικρό σχετικά διάστημα παρόλα αυτά επειδή τα πρώτα χρόνια είναι πολύ σημαντικά για την επιβίωση της εταιρείας<sup>6</sup> θα αποτελούσε τροχοπέδη για την βιωσιμότητά της μία λάθος απόφαση σχετικά με τη νομική μορφή που θα συσταθεί. Στο παρακάτω διάγραμμα φαίνονται οι διάφορες κατηγορίες επιχειρήσεων. Στη συνέχεια αναλύονται οι κυριότερες μορφές επιχειρήσεων που αφορούν τις νεοφυείς επιχειρήσεις μαζί με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που συναντάμε στην κάθε μία.

#### Διάγραμμα 3-1 Κατηγορίες Επιχειρήσεων

---

<sup>6</sup> 3 στις 4 start up επιχειρήσεις αποτυγχάνουν και μάλιστα στα πρώτα χρόνια λειτουργίας τους (Gage, 2012)



### 3.1.1. Ατομική επιχείρηση

Η συγκεκριμένη νομική μορφή αφορά κυρίως μικρές επιχειρήσεις καθώς είναι ευέλικτη στη λειτουργία, τη σύσταση καθώς και τη λήψη των αποφάσεων. Σε αυτή τη μορφή ο ιδιοκτήτης είναι και διαχειριστής. Ευθύνεται για τις αποφάσεις της εταιρείας και η ευθύνη δεν περιορίζεται αλλά αφορά και την προσωπική του περιουσία. Ένα σοβαρό μειονέκτημα είναι η αδυναμία επέκτασης της επιχείρησης καθώς και η υψηλή συγκέντρωση των αρμοδιοτήτων σε ένα και μόνο πρόσωπο.

Η ίδρυση της πραγματοποιείται με προεγγραφή στον αρμόδιο ασφαλιστικό φορέα καθώς και κατοχύρωση του τίτλου της εταιρείας από το επιμελητήριο. Ακολουθεί η χορήγηση αριθμού φορολογικού μητρώου από την αρμόδια φορολογική αρχή και η τελική εγγραφή στο επιμελητήριο και τον ασφαλιστικό φορέα. Μετά από αυτό η εταιρεία καταχωρείται στα μητρώα του ΓΕ.ΜΗ. Το κόστος σύστασης της εταιρείας είναι χαμηλό καθώς περιλαμβάνει τις προεγγραφές στο επιμελητήριο και τον ασφαλιστικό φορέα. Επιβαρύνεται με τις ασφαλιστικές εισφορές σε όλη τη διάρκεια της λειτουργίας της αλλά κατά τα πρώτα χρόνια δεν επιβαρύνεται με τέλος επιτηδεύματος. Τα βιβλία είναι απλογραφικά και δεν απαιτεί αρχικό κεφάλαιο.

### 3.1.2. Ομόρρυθμη εταιρεία

Ιδρύεται από δύο ή περισσότερα άτομα. Όλοι οι εταίροι συμμετέχουν ενεργά στη διοίκηση της εταιρείας ενώ ένας εξ αυτών μπορεί να οριστεί διαχειριστής. Το καταστατικό περιλαμβάνει αναλυτικά τους όρους με τους οποίους συνεργάζονται οι εταίροι. Κύριο χαρακτηριστικό της συγκεκριμένης μορφής είναι η απεριόριστη ευθύνη των εταίρων για τις υποχρεώσεις της εταιρείας

ακόμα και μετά τη λύση της. Ένα πλεονέκτημα της Ο.Ε. είναι το χαμηλό κόστος λειτουργίας της και σύστασής της καθώς δεν απαιτείται ελάχιστο εταιρικό κεφάλαιο αφού η ευθύνη αφορά την προσωπική περιουσία των εταίρων. Για την σύσταση της απαιτείται ένα απλό ιδιωτικό συμφωνητικό και όχι συμβολαιογραφική πράξη. Μειονεκτήματα θεωρούνται η απεριόριστη ευθύνη των εταίρων και η αδυναμία διαίρεσης σε εταιρικά μερίδια. Στα μειονεκτήματα μπορεί να προστεθεί η αδυναμία δανεισμού καθώς πρόκειται συνήθως για μη σύνθετες επιχειρηματικές προσπάθειες.

### **3.1.3. Ετερόρρυθμη εταιρεία**

Η συγκεκριμένη μορφή εταιρείας αποτελείται από ένα ή περισσότερα ομόρρυθμα και ένα ή περισσότερα ετερόρρυθμα μέρη. Τα ομόρρυθμα μέρη έχουν ευθύνη που επεκτείνεται και στην προσωπική τους περιουσία καθώς και μπορούν να αναλάβουν διαχειριστές. Τα ετερόρρυθμα μέλη αντίθετα ευθύνονται μόνο για το ποσό της συνεισφοράς τους είτε αυτό είναι σε είδος είτε σε μετρητά. Αυτή είναι και η βασική διαφορά από την ομόρρυθμη εταιρεία και γεγονός που δίνει το πλεονέκτημα στην ετερόρρυθμη καθώς τα ετερόρρυθμα μέλη μπορούν να συνδράμουν μέσω χρηματοδότησης.

#### ***Σύσταση και κόστος Ο.Ε. ΚΑΙ Ε.Ε.***

Η σύσταση και των δύο παραπάνω νομικών μορφών πραγματοποιείται στο Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο και συγκεκριμένα στην υπηρεσία μίας στάσης. Δεν απαιτείται συμβολαιογραφική πράξη για τη σύσταση αλλά ένα απλό ιδιωτικό συμφωνητικό. Μετά τη σύνταξη του καταστατικού απαιτείται η ανεύρεση του χώρου, η εξασφάλιση φορολογικής και ασφαλιστικής ενημερότητας των εταίρων καθώς και ο ορισμός του διαχειριστή. Ακολουθεί η προσκόμιση των απαραίτητων δικαιολογητικών στην Υπηρεσία Μίας Στάσης και αν δεν υπάρχει παράγοντας που να κωλύει τη διαδικασία χορηγείται στην επιχείρηση Αριθμός Φορολογικού Μητρώου. Τέλος φορολογούνται διαφορετικά ανάλογα με το αν τηρούν απλογραφικά ή διπλογραφικά βιβλία.

Οι συγκεκριμένες νομικές μορφές απαιτούν να πληρωθεί το Γραμμάτιο Ενιαίου Κόστους Σύστασης Εταιρείας και το παράβολο προς την επιτροπή ανταγωνισμού. Επιπλέον επιβαρύνονται ετησίως με το τέλος επιτηδεύματος και το τέλος τήρησης μερίδας στο ΓΕ.ΜΗ. Στα πάγια έξοδα πρέπει να προστεθούν και για ασφαλιστικές εισφορές στον αντίστοιχο φορέα καθώς και ένα λογιστικό κόστος για την τήρηση των βιβλίων.

Ένα πολύ σοβαρό μειονέκτημα όλων των προσωπικών μορφών επιχείρησης είναι η αδυναμία δανεισμού και γενικότερα εύρεσης χρηματοδότησης πλην ιδίων κεφαλαίων. Οι άγγελοι επενδυτές,

τα επιχειρηματικά κεφάλαια καθώς και το crowdfunding που αποτελούν όπως είδαμε και παραπάνω τις πιο σύγχρονες πηγές χρηματοδότησης απαιτούν η μορφή της εταιρείας να είναι Ι.Κ.Ε. ή Α.Ε. για να συμμετάσχουν στη χρηματοδότηση (Μαυρίδη, 2015).

#### **3.1.4. Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.)**

Το βασικό χαρακτηριστικό αυτής της μορφής είναι η περιορισμένη ευθύνη που φέρουν οι εταίροι. Η ευθύνη σε αυτή τη μορφή ανήκει στην εταιρεία σαν νομικό πρόσωπο ενώ οι εταίροι κινδυνεύουν μόνο να χάσουν τα εταιρικά τους μερίδια. Διαθέτει ορισμένη διάρκεια, συγκεκριμένους όρους δημοσιότητας και κάθε εταίρος είναι υποχρεωμένος να ασφαλίζεται στον φορέα κοινωνικής ασφάλισης (Ο.Α.Ε.Ε.). Τα διοικητικά της όργανα αποτελούνται από τη γενική συνέλευση των εταίρων καθώς και από τον διαχειριστή που εκείνη εκλέγει. Η Ε.Π.Ε. μπορεί να συσταθεί από ένα και μόνο πρόσωπο ή ήδη υπάρχουσα Ε.Π.Ε. να μετατραπεί σε μονοπρόσωπη.

Η Ε.Π.Ε. είναι νομικό πρόσωπο και θεωρείται εμπορική εταιρεία ακόμα και αν ο σκοπός της δεν είναι εμπορικός. Το αρχικό της κεφάλαιο διαιρείται σε μερίδια συμμετοχής και δεν μπορεί να παρασταθεί σε μετοχές.

Στα πλεονεκτήματα των Ε.Π.Ε. συγκαταλέγεται η περιορισμένη ευθύνη των εταίρων, η ευελιξία στη λήψη αποφάσεων σε σχέση με τις Ανώνυμες εταιρίες και η απουσία ελάχιστου αρχικού κεφαλαίου. Επιπλέον η συγκεκριμένη μορφή εταιρείας παρέχει τη δυνατότητα μεγαλύτερης συγκέντρωσης κεφαλαίου από τις Ο.Ε. και τις Ε.Ε. Τα μειονεκτήματα της είναι η αδυναμία άντλησης κεφαλαίων από την κεφαλαιαγορά, το υψηλό λειτουργικό κόστος και η τήρηση αυστηρών λογιστικών κανόνων.

#### **Σύσταση -Κόστος**

Η σύσταση της εταιρείας γίνεται μέσω της υπηρεσίας μίας στάσης του ΓΕΜΗ. Αρχικά συντάσσει το καταστατικό της εταιρείας, βρίσκεται η έδρα της, απαιτείται φορολογική και ασφαλιστική ενημερότητα των εταίρων καθώς και ορίζεται ο νόμιμος εκπρόσωπος της επιχείρησης. Σε δεύτερο στάδιο όλα τα δικαιολογητικά προσκομίζονται σε συμβολαιογράφο. Αφού έχει πραγματοποιηθεί η προέγκριση των δικαιολογητικών και την εταιρεία έχει χορηγηθεί αριθμός φορολογικού μητρώου η εταιρεία προβαίνει στη σύνταξη συμβολαιογραφικής πράξης. Ακολουθεί η δημοσίευση στο τεύχος Α.Ε.-Ε.Π.Ε. ΚΑΙ ΓΕ.ΜΗ. και όλα αποστέλλονται στο υπουργείο οικονομικών από όπου και αποστέλλεται ηλεκτρονικά ο αριθμός φορολογικού μητρώου και ολοκληρώνεται η διαδικασία με την ολοκλήρωση της εγγραφής στο επιμελητήριο και τον ασφαλιστικό φορέα. Κόστος: Το κόστος σύστασης περιλαμβάνει το Γραμμάτιο Κόστους Σύστασης Εταιρείας, το τέλος καταχώρησης στο ΓΕ.ΜΗ. και την εγγραφή στο αρμόδιο επιμελητήριο. Επιπλέον περιλαμβάνεται και το κόστος του

συμβολαιογράφου. Σαν ετήσιο κόστος θεωρείται το τέλος επιτηδεύματος και το τέλος τήρησης μερίδας στο ΓΕ.ΜΗ. Παράλληλα επιβαρύνουν την εταιρεία φορολογικές δαπάνες, λογιστικό κόστος, ασφαλιστικές εισφορές και κόστος Ορκωτών Ελεγκτών. Τα κέρδη της φορολογούνται με 26% ανεξαρτήτως ποσού ενώ τα διανεμόμενα κέρδη έχουν μία φορολογική επιβάρυνση 10%.

### **3.1.5. Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε.)**

Η συγκεκριμένη μορφή εταιρείας έχει κάποιες ομοιότητες με την Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης. Θεωρείται πλέον αρκετά ευέλικτη μορφή καθώς απαιτεί το κεφάλαιο του ενός ευρώ αλλά και διαθέτει μεγάλη ευελιξία διατάξεων στο καταστατικό της. Επί της ουσίας το καταστατικό διαμορφώνει τους κανόνες λειτουργίας της επιχείρησης. Το γεγονός αυτό συμπεριλαμβάνεται στα θετικά χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης μορφής. Επιπλέον οι εταίροι ευθύνονται μόνο για το ποσό της συνεισφοράς τους και οι μη διαχειριστές εταίροι δεν υπάγονται υποχρεωτικά σε οργανισμό κοινωνικής ασφάλισης. Ακόμα οι αποφάσεις μπορούν να ληφθούν εκτός γενικής συνέλευσης κάτι που ενισχύει την ευελιξία της συγκεκριμένης μορφής. Η διάρκειά της είναι ορισμένου χρόνου, συστήνεται με απλό έγγραφο, δεν απαιτείται συμβολαιογραφική πράξη και τηρεί υποχρεωτικά διπλογραφικά βιβλία (γεγονός που συγκαταλέγεται στα μειονεκτήματα καθώς επιβαρύνει το κόστος τήρησης λογιστικών βιβλίων της εταιρείας). Επιπλέον γίνεται διαχωρισμός καθώς υπάρχουν εταίροι που εισφέρουν μετρητά, άλλοι που προσφέρουν εργασία ή περιουσιακά στοιχεία. Στα μειονεκτήματα ακόμα περιλαμβάνεται η αδυναμία άντλησης από την κεφαλαιαγορά, η δύσκολη μεταβίβαση μεριδίων και η αποκλειστικά εμπορική ιδιότητα.

#### **Σύσταση-Κόστος**

Η σύσταση της ΙΚΕ γίνεται μέσω της υπηρεσίας μίας στάσης του ΓΕΜΗ. Η σύνταξη του καταστατικού δεν απαιτεί την παρουσία συμβολαιογράφου εκτός από ειδικές περιπτώσεις. Στο κόστος σύστασης περιλαμβάνονται το Γραμμάτιο Κόστους Σύστασης, το τέλος καταχώρησης στο ΓΕ.ΜΗ. και η εγγραφή στο αρμόδιο επιμελητήριο. Αφού πραγματοποιηθεί ο πρώτος έλεγχος από την υπηρεσία μίας στάσης χορηγείται ο αριθμός φορολογικού μητρώου και εγγράφεται οριστικά η εταιρεία στα μητρώα του ΓΕ.ΜΗ. Τα κέρδη της φορολογούνται με 26% ανεξαρτήτως ποσού ενώ τα διανεμόμενα στους εταίρους κέρδη έχουν μία φορολογική επιβάρυνση 10%.

### **3.1.6. Ανώνυμη εταιρεία**

Η ανώνυμη εταιρεία είναι κεφαλαιουχική. Το κεφάλαιό της είναι διαιρεμένο σε μετοχές. Απαιτείται μεγάλο κεφάλαιο κατά την ίδρυση της σε σχέση με τις υπόλοιπες νομικές μορφές<sup>7</sup>. Επιπλέον η σύσταση της είναι πολυετής και έχει συγκεκριμένες διαδικασίες διαφάνειας και λειτουργίας. Η ανώνυμη εταιρεία διαθέτει δύο βασικά όργανα το Διοικητικό Συμβούλιο και τη Γενική Συνέλευση των Μετόχων. Λαμβάνει αποφάσεις κατά πλειοψηφία και οι μέτοχοι ευθύνονται μόνο στο βαθμό συμμετοχής τους. Κάποια από τα πλεονεκτήματα των ανωνύμων εταιρειών είναι η ανεξάρτητη νομική οντότητα που διαθέτουν και τους επιτρέπει να λειτουργούν ακόμα και μετά το θάνατο ή την αποχώρηση των μετόχων τους. Μπορούν να επεκταθούν μέσω της πώλησης μετοχών και διαφέρουν οι ιδιοκτήτες από τους ασκούντες τη διοίκηση. Ως μειονεκτήματα θεωρούνται το υψηλό κόστος λειτουργίας καθώς υπόκειται ετησίως σε έλεγχο από εξωτερικό φορέα. Επιπλέον οι μέτοχοι είναι υποχρεωμένοι να καταβάλλουν ασφαλιστικές εισφορές για την προσωπική τους ασφάλιση.

### 3.2. Επιχειρηματικό Πλάνο (Business Plan)

Το επιχειρηματικό πλάνο αποτελεί πολύ σημαντικό στοιχείο για την επιχείρηση ανεξάρτητα από το μέγεθός της και το στάδιο ανάπτυξης στο οποίο βρίσκεται. Οι επιχειρηματίες καταλαβαίνουν πόσο ζωτικής σημασίας είναι ένα αποτελεσματικό επιχειρηματικό πλάνο για την δυνατότητα άντλησης κεφαλαίων από τους επενδυτές και ευρύτερα για την μελλοντική επιτυχία της επιχείρησής τους (Sherman, 2005). Το επιχειρηματικό πλάνο πραγματοποιείται πριν την εκκίνηση της λειτουργίας της εταιρείας και με βάση αυτό θα κρίνουν οι επενδυτές αν θα προχωρήσουν στη χρηματοδότηση της νεοφυούς επιχείρησης. Ουσιαστικά επιχειρηματολογεί για τη βιωσιμότητα της ιδέας, για τα κενά που θα καλύψει στην αγορά η εταιρεία, για το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που διαθέτει και επιπρόσθετα κάνει και μία πρόβλεψη για την μελλοντική απόδοση της εταιρείας. Εξετάζει την επιχείρηση από διαφορετικές οπτικές γωνίες και επιτρέπει τυχόν αποκλίσεις που μπορούν να υπάρξουν κατά την σύστασή της. Τα βασικά σημεία που θα πρέπει να καλύπτει περιγράφονται παρακάτω:

- Περίληψη του επιχειρηματικού σχεδίου, στόχοι της επιχείρησης καθώς και οι στρατηγικές που θα χρησιμοποιηθούν.
- Οργανωτική δομή της εταιρείας και αναλυτική παρουσίαση των προσώπων που την απαρτίζουν.

---

<sup>7</sup> Το ελάχιστο ύψος μετοχικού κεφαλαίου που απαιτεί ο νόμος για την σύσταση μιας ΑΕ είναι 60.000 ευρώ. Δεν είναι απαραίτητο να είναι σε μετρητά, μπορεί να είναι και εισφορά σε είδος, δηλαδή εισφορά περιουσιακού στοιχείου στην εταιρεία (πχ ακίνητο).



- Πλάνο προβολής, διαφήμισης, προώθησης, διανομής και τιμολογιακής πολιτικής της επιχείρησης.
- Ανάλυση εξωτερικού και εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης.
- Χρηματοοικονομικές προβλέψεις (ΚΕΜΕΛ, 2015).

Όλα τα παραπάνω αποτελούν αναγκαία κεφάλαια του επιχειρηματικού πλάνου καθώς δίνουν μια ολοκληρωμένη εικόνα της εκάστοτε αγοράς αλλά και της επιχειρηματικής ιδέας που παρουσιάζεται. Αρχικά το πλάνο περιλαμβάνει μια συνοπτική περιγραφή της επιχειρηματικής ιδέας η οποία είναι αρκετά σύντομη. Ακολούθως αναλύονται εκτενώς οι παράγοντες εκείνοι που προέρχονται από τον ανταγωνισμό και μπορούν να επηρεάσουν τη λειτουργία της επιχείρησης όπως είναι η είσοδος νέων επιχειρήσεων στην αγορά, η ικανότητα υποκατάστασης του προϊόντος καθώς και η διαπραγματευτική δύναμη των άμεσα ενδιαφερόμενων (Παπαδάκης, Β., 2007). Παράλληλα αναλύονται και οι παράγοντες του μακρο-περιβάλλοντος (οικονομικοί, νομοθετικοί, κοινωνικοί, πολιτικοί) οι οποίοι μπορούν σε βάθος χρόνου να ασκήσουν σημαντική επίδραση στην επιχείρηση.

Περιγράφεται επίσης η εσωτερική δομή της επιχείρησης και η δύναμη της σε σχέση με τον ανταγωνισμό καθώς και ο τρόπος με τον οποίο θα σταθεί στην αγορά (Γεωργόπουλος, Ν, 2006). Χρήσιμο και αναγκαίο κομμάτι αποτελεί και το marketing plan που μπορεί να περιλαμβάνει τόσο πρωτογενή έρευνα όσο και δευτερογενή που θα προέρχεται από έντυπο ή διαδικτυακό υλικό αλλά και από δημόσιους φορείς που παρέχουν τέτοιου είδους πληροφορίες όπως τα αντίστοιχα επιμελητήρια κάθε κλάδο (ΚΕΜΕΛ, 2015). Η πρωτογενής από την άλλη έρευνα περιλαμβάνει προσωπική έρευνα του ενδιαφερόμενου σε σχέση με τον κλάδο, τον ανταγωνισμό και τη γενικότερη πολιτική που ακολουθείται.

Το επιχειρηματικό πλάνο καθώς διαδραματίζει ενεργό ρόλο στη χρηματοδότηση της εταιρείας πρέπει να περιλαμβάνει και μία χρηματοοικονομική ανάλυση της επιχείρησης. Η συγκεκριμένη ανάλυση περιγράφει σε προϋπολογιστική μορφή τον ισολογισμό, τα αποτελέσματα χρήσης και τις ταμειακές ροές της επιχείρησης. Επιπλέον περιλαμβάνει την καθαρή παρούσα αξία αλλά και την ανάλυση νεκρού σημείου. Οι συγκεκριμένες αναλύσεις μελετούν την αποδοτικότητα, τη ρευστότητα και την κερδοφορία της νεοφυούς επιχείρησης. Ουσιαστικά η χρηματοοικονομική ανάλυση μπορεί να αποτελέσει ένα χρήσιμο εργαλείο για την μελλοντική ανάπτυξη της επιχείρησης αφού εξετάζεται κατά πόσον η αρχική πρόβλεψη είναι σε συνάφεια με την πραγματικότητα (Ford , B. Bornstein, J. Pruit, P., 2007).

Συγκεκριμένα με τη χρήση χρηματοοικονομικών δεικτών αναλύεται κατά πόσον η επιχείρηση θα είναι κερδοφόρα με βάση το πλάνο που θα ακολουθήσει και λαμβάνοντας υπόψη τους

αντίστοιχους δείκτες της συγκεκριμένης αγοράς στην οποία ανήκει. Παράλληλα εξετάζεται η ταμειακή ρευστότητα και αν εκείνη θα δημιουργεί πλεόνασμα ή έλλειμμα (cash flow). Μέσα στην ταμειακή ρευστότητα αντικατοπτρίζεται κατά πόσο θα υπάρξει μακροπρόθεσμος δανεισμός της επιχείρησης. Ο ισολογισμός περιγράφει την περιουσιακή κατάσταση, τις υποχρεώσεις και την καθαρή θέση της επιχείρησης.

Η βιωσιμότητα της επιχείρησης εξετάζεται και μέσω της ανάλυσης του νεκρού σημείου, του επιπέδου δηλαδή δραστηριότητας όπου οι πωλήσεις είναι ίσες με τις πληρωμές (το επιχειρηματικό σχέδιο αναφέρεται σε προβλεπόμενες πωλήσεις και πληρωμές) καθώς και από την ευαισθησία των δεικτών στο σημείο αυτό (Παπαδόπουλος, Δ., 2009). Επειδή οι νέες επιχειρήσεις ξεκινούν χωρίς κέρδος η επίτευξη του νεκρού σημείου είναι σημαντική για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Ουσιαστικά αποτελεί ένα πρώτο και προσωρινό στόχο που αποτελεί παράλληλα και μέτρο ανάπτυξης σε πρώιμο στάδιο (Oe, A. Mitsuhashi, H., 2013).

Η μελέτη των χρηματοοικονομικών καταστάσεων μιας επιχείρησης αποτελεί βασικό στοιχείο του σχεδίου καθώς συμβάλει στη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων, την επιλογή στρατηγικών και τη μείωση της αβεβαιότητας που προκαλεί ο ανταγωνισμός (Cassar, G., 2009).

Τέλος μέρος του επιχειρηματικού σχεδίου αποτελεί η δυνατότητα αποπληρωμής της επένδυσης και η πρόβλεψη για τον χρόνο στον οποίο αναμένεται να πραγματοποιηθεί αυτό. Το σημείο αυτό αφορά άμεσα τους επενδυτές καθώς και το εσωτερικό της επιχείρησης. Το πλάνο εξόδου περιλαμβάνει στοιχεία όπως η στόχευση στην αγορά, η ανάπτυξη του προϊόντος και η έγκαιρη δικτύωση της εταιρείας (Ready, K., 2011).

Το επιχειρηματικό πλάνο περιλαμβάνει όλα τα παραπάνω με πρόβλεψη τριών έως πέντε ετών (μεσοπρόθεσμο πλάνο), ενώ για τον πρώτο χρόνο η ανάλυση συνήθως πραγματοποιείται σε μηνιαία ή τριμηνιαία βάση. Παράλληλα το επιχειρηματικό σχέδιο δεν είναι στατικό αλλά απαιτείται να ανανεώνεται συχνά και να χρησιμοποιείται και στην περαιτέρω πορεία μιας επιχείρησης εκτός από το αρχικό στάδιο κατά το οποίο βασικός στόχος είναι η εύρεση επενδυτή. Περιλαμβάνει δε τόσο το αρχικό στάδιο και την πρώτη εμφάνιση στην αγορά όσο και την επέκταση και την ωρίμαση της λειτουργίας.

Το επιχειρηματικό σχέδιο πέρα από το εσωτερικό της επιχείρησης αναφέρεται και αφορά τους τυχόν επενδυτές ή δανειστές. Δανειστής μπορεί να είναι μία εμπορική τράπεζα ή εταιρεία. Οι επίδοξοι δανειστές ενδιαφέρονται για την ταμειακή ροή, τις εγγυήσεις, το χαρακτήρα της επιχείρησης και την εταιρική συνεισφορά. (Ford, B. Bornstein, J. Pruitt, P., 2007). Εκτός από τις τράπεζες θέση επενδυτή μπορούν να διαδραματίσουν τα capital venture funds, φορείς που αποκτούν συμμετοχή στην εταιρεία (αν και συνήθως απευθύνονται σε μεγαλύτερου μεγέθους εταιρείες) και σε λοιπούς άλλους σύγχρονους οργανισμούς ή ιδιώτες που επιθυμούν να

επενδύσουν. Το επιχειρηματικό πλάνο χρειάζεται να περιλαμβάνει επίσης και το ακριβές ποσό χρηματοδότησης το οποίο χρειάζεται η επιχείρηση με ανάλυση του ποσού αυτού σε επιμέρους τομείς.

Ανάλογα με το είδος της επιχείρησης καθώς και με το πόσο λεπτομερή έρευνα έχει πραγματοποιήσει ο ενδιαφερόμενος θα μπορούσαν να συμπεριληφθούν σε ένα επιχειρηματικό πλάνο και περαιτέρω ποιοτικές κυρίως πληροφορίες σχετικά με το προϊόν, το χώρο στον οποίο θα δραστηριοποιείται και τις τεχνικές προδιαγραφές που απαιτούνται στο εκάστοτε προϊόν και περιβάλλον. Επιπλέον η περαιτέρω ανάλυση περιλαμβάνει γραφειοκρατικές και λοιπές διοικητικές λειτουργίες και κόστη. Είναι φανερό πως το επιχειρηματικό πλάνο είναι ένα κράμα ποσοτικών και ποιοτικών μεγεθών κατά προσέγγιση. Τα μεγέθη αυτά είναι ευμετάβλητα όμως απαραίτητο να εμπεριέχονται στο σχέδιο αυτό. Παρόλα αυτά το επιχειρηματικό πλάνο δεν μπορεί να είναι μεγάλης έκτασης και να κουράζει τον αναγνώστη αλλά να είναι περιεκτικό και ουσιαστικό (Connect Sweden, n.d.)

Συνεπώς όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα η αξία ενός επιχειρηματικού σχεδίου δεν έγκειται μόνο στο γεγονός της εξεύρεσης πόρων και επενδυτών αλλά έχει μια περισσότερο ουσιαστική θέση στην εξέλιξη της επιχείρησης. Είναι η πρώτη προσπάθεια σχεδιασμού και σκέψης σχετικά με την πορεία καθώς και η πρώτη επαφή με τις λειτουργίες ή τις δυσλειτουργίες μιας επιχείρησης.

### **3.2.1. Επιχειρηματικό Πλάνο Νεοφυούς Επιχείρησης**

Στο επιχειρηματικό πλάνο που θα περιγράψουμε παρακάτω έχουμε αντλήσει στοιχεία από μία υπάρχουσα εταιρεία την “Zootle”. Τα στοιχεία που έχουμε χρησιμοποιήσει είναι το είδος της λειτουργίας της και το προϊόν που εμπορεύεται. Όλες οι άλλες παράμετροι που αναφέρονται παρακάτω όπως η νομική μορφή της επιχείρησης, το χρηματοοικονομικό πλάνο, η στρατηγική μάρκετινγκ, ο τρόπος διοίκησης και οργάνωσης βασίζονται αποκλειστικά σε δικές μας υποθέσεις και εκτιμήσεις.

#### **Περίληψη Επιχειρηματικού Σχεδίου**

Μέσα σε ένα παγκόσμιο αρνητικό οικονομικό κλίμα και σε μία χώρα που βρίσκεται στη δύνη της ύφεσης, της μεγαλύτερης που γνώρισε μεταπολεμικά ανεπτυγμένη χώρα, το να δημιουργήσεις μία δική σου εταιρεία ενέχει μεγάλο ρίσκο και φαντάζει αρκετά φιλόδοξο και τολμηρό. Από την άλλη πλευρά όμως όλοι οι νέοι επιστήμονες που ξεκινούν τώρα τα

επαγγελματικά τους βήματα πρέπει να αναλάβουν αυτό το ρίσκο αν έχουν κάποια επιχειρηματική ιδέα η οποία εμπεριέχει το στοιχείο της καινοτομίας. Οι νέοι επιχειρηματίες και οι νεοφυείς επιχειρήσεις πρέπει να αποτελέσουν τον πυλώνα ανάπτυξης της χώρας μας και τη βάση για να δημιουργήσουν μία νέα επιχειρηματική κουλτούρα.

Η επιχειρηματική μας ιδέα, την οποία παρουσιάζουμε αναλυτικά παρακάτω, χαρακτηρίζεται από καινοτομία και από εξωστρέφεια. Η εταιρεία θα δραστηριοποιείται σε έναν παραγωγικό τομέα και πιστεύουμε ότι μπορεί να αυξήσει την εγχώρια προστιθέμενη αξία.

Η βασική μας υπηρεσία που θα προσφέρουμε στους πελάτες είναι ένα λογισμικό πρόγραμμα το οποίο θα είναι εγκατεστημένο σε router που θα πωλούμε και θα μετατρέπει το ασύρματο δίκτυο της εταιρείας σε ένα ασύρματο κοινωνικό δίκτυο. Οι πελάτες θα μπορούν να συνδέονται στο ασύρματο δίκτυο εύκολα και γρήγορα χωρίς τη χρήση κωδικού και ο ιδιοκτήτης θα μπορεί να χρησιμοποιεί τα στοιχεία που θα συλλέγει το πρόγραμμα και να διαφημίζει την εταιρεία του μέσα από το δίκτυό του. Η συγκεκριμένη υπηρεσία απευθύνεται σε χιλιάδες επιχειρήσεις τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό το οποίο δυνητικά μπορεί να αποφέρει μεγάλα κέρδη για την εταιρεία μας και τους μελλοντικούς επενδυτές.

Παρακάτω αναλύουμε λεπτομερώς το επιχειρηματικό μοντέλο.

### ***Γενική Περιγραφή της Εταιρείας- κλάδου δραστηριοποίησης***

Η εταιρεία που θα δημιουργήσουμε θα δραστηριοποιείται στον κλάδο της πληροφορικής, και πιο συγκεκριμένα στον κλάδο ανάπτυξης λογισμικού και στις ασύρματες τηλεπικοινωνιακές δραστηριότητες (ΣΤΑΚΟΔ 61.2 και 58.2<sup>8</sup>). Θα ασχοληθούμε με την παραγωγή και έκδοση λογισμικού το οποίο θα χρησιμοποιεί ο πελάτης για να συνδεθεί ασύρματα στο δίκτυο της επιχείρησης που επισκέπτεται προκειμένου να έχει ασύρματη πρόσβαση στο διαδίκτυο (internet).

Ο κλάδος των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τομείς της Ελληνικής οικονομίας, ο οποίος είχε κύκλο εργασιών 5,71

---

<sup>8</sup> Στατιστική Ταξινόμηση Οικονομικών Δραστηριοτήτων

δισεκατομμύρια ευρώ, το οποίο αποτελεί το 3,2% του ΑΕΠ της ελληνικής οικονομίας. Η νέα βαριά βιομηχανία, όπως ονομάζεται από ορισμένους οικονομολόγους, είναι από τους ελάχιστους κλάδους που εν καιρώ ύφεσης στην Ελλάδα είχε πολύ μικρή πτώση σε σχέση με τους άλλους κλάδους της οικονομίας (ΕΛΣΤΑΤ, 2015). Σύμφωνα με έρευνα του ΣΕΠΕ (2014) η αγορά τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών στην Ελλάδα μετά την πτώση που παρουσίασε το 2014, της τάξης του 3%, προβλέπεται αναστροφή της αρνητικής πορείας για το 2015 και το 2016. Ιδιαίτερα στην αγορά λογισμικού που είναι και το πεδίο ενδιαφέροντός μας προβλέπεται επιστροφή σε θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης 1,8% για το 2015. Πιο θετικά είναι τα μηνύματα για τον κλάδο λογισμικού σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, σύμφωνα με την ίδια έρευνα, όπου το 2014 παρουσίασε αύξηση πωλήσεων κατά 4,7% και το 2015 οι εκτιμήσεις δίνουν ρυθμό ανάπτυξης 4,8% κάτι το οποίο είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικό για την νεοφυή επιχείρηση που θέλουμε να δημιουργήσουμε αφού η αγορά που προσβλέπουμε δεν περιορίζεται μόνο σε εθνικά επίπεδα. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η αξία της Ελληνικής αγοράς Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας τα τελευταία τέσσερα χρόνια.

**Πίνακας 3-1 Αξία Ελληνικής Αγοράς ΤΠΕ (σε εκατομ. Ευρώ)**

	2011	2012	2013	2014	2015* <sup>9</sup>
<b>Εξοπλισμός (Hardware)</b>	540	522	553	509	492
<b>Υπηρεσίες Πληροφορικής</b>	844	804	787	798	823
<b>Λογισμικό (Software)</b>	277	252	242	240	245
<b>Σύνολο Πληροφορικής</b>	<b>1.661</b>	<b>1.578</b>	<b>1.582</b>	<b>1.547</b>	<b>1.560</b>
<b>Εξοπλισμός Τηλεπικοινωνιών</b>	616	588	572	563	551
<b>Υπηρεσίες Τηλεφωνίας</b>	4.191	3.856	3.739	3.606	3.502
<b>Σύνολο Τηλεπικοινωνιών</b>	<b>4.807</b>	<b>4.444</b>	<b>4.311</b>	<b>4.169</b>	<b>4.053</b>
<b>Σύνολο Αγοράς ΤΠΕ</b>	<b>6.468</b>	<b>6.022</b>	<b>5.893</b>	<b>5.716</b>	<b>5.612</b>

Πηγή: (ΣΕΠΕ, 2014)

Επιπρόσθετα έρευνα της Focus Bari σε δείγμα 12.000 ατόμων για το διάστημα Ιανουάριο – Μάρτιο του 2015 έδειξε ότι η χρήση του διαδικτύου από όλες τις ηλικιακές ομάδες ακολουθεί αυξητικές τάσεις και πιο συγκεκριμένα οι άνδρες αφιερώνουν 146 λεπτά κατά

<sup>9</sup> Πρόβλεψη

μέσο όρο ημερήσια στο διαδίκτυο ενώ οι γυναίκες 136 λεπτά. Το αξιοσημείωτο της έρευνας, που αφορά και την δική μας επιχείρηση, είναι η στροφή των Ελλήνων στις φορητές συσκευές ως μέσο για την πρόσβασή τους στο internet. Ενώ το 2014 χρησιμοποιούσαν το κινητό τους τηλέφωνο 27,4% των ατόμων ως μέσο σύνδεσης στο διαδίκτυο το 2015 το ποσοστό ανέβηκε στο 35,3%. Το ίδιο συνέβη και με τα tablet που από το 7,7% πήγε στο 12,8%. Σχετικά με τους φορητούς υπολογιστές το ποσοστό παρέμεινε σχεδόν το ίδιο. Στην ίδια έρευνα επισημαίνεται και η σημαντική αύξηση της χρήσης των μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον παραπάνω από τους μισούς χρήστες (55,2%) έχουν λογαριασμό σε κάποιο από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα πρωτεία στις προτιμήσεις των χρηστών καταλαμβάνει το δημοφιλές facebook με ποσοστό 50,9%, έπεται το google+ με ποσοστό 11,8% , τρίτο σε προτιμήσεις έρχεται το youtube με 11,5% και τελευταίο το twitter με 8,3% (Φραγκούλη, 2015).

Οι καλές επιδόσεις του κλάδου, οι προοπτικές εξέλιξής του σε συνδυασμό με τις προσωπικές μας εμπειρίες και τις σπουδές μας αποτέλεσαν ισχυρά κίνητρα για την απόφασή μας να δημιουργήσουμε μία νεοφυή επιχείρηση με σκοπό την πώληση του λογισμικού μας σε επιχειρήσεις, ανεξαρτήτου μεγέθους και κλάδου δραστηριοποίησης που προσφέρουν όμως στους πελάτες τους τη δυνατότητα σύνδεσης στο ασύρματο τοπικό δίκτυο της εταιρείας τους.

Η νομική μορφή της εταιρείας θα είναι Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε.) θα αποτελείται από δύο εταίρους, οι οποίοι θα συμμετέχουν με ίδιο ποσοστό στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας. Το αρχικό κεφάλαιο θα είναι 30.000,00 € το οποίο θα χρησιμεύσει για τις πρώτες δαπάνες (κεφαλαιουχικές δαπάνες) που θα πραγματοποιήσουμε και για τα λειτουργικά έξοδα του αρχικού διαστήματος λειτουργίας κατά το οποίο οι πωλήσεις θα είναι σε χαμηλό επίπεδο. Τα χρήματα που θα χρησιμοποιηθούν ως αρχικό κεφάλαιο αποτελούν προσωπικές αποταμιεύσεις των μετόχων. Οι λόγοι που μας οδήγησαν στην απόφαση η νομική μορφή της εταιρείας να είναι Ι.Κ.Ε. αναφέρονται επιγραμματικά παρακάτω:

1. Ελάχιστο αρχικό κεφάλαιο (1 ευρώ)
2. Έχει τα πλεονέκτημα των κεφαλαιουχικών εταιρειών (Α.Ε. και Ε.Π.Ε.) σχετικά με την προστασία των εταίρων. η ευθύνη των εταίρων περιορίζεται στο ποσό της εισφοράς

τους στο κεφάλαιο και δεν επεκτείνεται στην ατομική τους περιουσία όπως συμβαίνει με τις ατομικές και τις ομόρρυθμες εταιρείες.

3. Δεν είναι υποχρεωτική η ασφάλιση στον ΟΑΕΕ όλων των εταίρων παρά μόνο του διαχειριστή και αυτό μειώνει αρχικά τα έξοδα ασφάλισης.
4. Το βασικότερο πλεονέκτημα της ΙΚΕ είναι ότι αποτελεί κεφαλαιουχική εταιρεία κάτι το οποίο απαιτείται από τους επενδυτές σε περίπτωση που αναζητήσουμε χρηματοδότηση μέσω crowdfunding, venture capital ή angel investors.

### *Προϊόντα και Υπηρεσίες*

Η εταιρεία μας θα πουλάει ένα router μαζί με εγκατεστημένο λογισμικό μέσω του οποίου θα συνδέονται οι πελάτες των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων στο ασύρματο δίκτυο της εταιρείας και μέσω του οποίου θα έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο. Οι συνήθεις τρόποι σύνδεσης στο ασύρματο δίκτυο των επιχειρήσεων είναι:

- Μέσω ενός μοναδικού κωδικού που προσφέρουν οι επιχειρήσεις στους πελάτες τους χρησιμοποιώντας τον απλό router που προσφέρει ο εκάστοτε πάροχος σταθερής τηλεφωνίας. Το πλεονέκτημα της συγκεκριμένης μεθόδου είναι η απλότητα και το μηδενικό κόστος. Τα μεγάλα μειονεκτήματα όμως είναι ότι δεν μπορεί η εταιρεία να εκμεταλλευτεί εμπορικά τα στοιχεία των χρηστών του ασύρματου δικτύου και ο μοναδικός κοινός κωδικός μπορεί να χρησιμοποιηθεί και από πολλά άτομα τα οποία δεν είναι πελάτες της επιχείρησης το οποίο σε συνδυασμό με το ότι η εταιρεία δεν μπορεί να εκμεταλλευτεί εμπορικά τους συνδεδεμένους χρήστες ουσιαστικά παρέχει μία δωρεάν υπηρεσία χωρίς κανένα όφελος.

- Μέσω ενός εξατομικευμένου κωδικού ο οποίος έχει συγκεκριμένη χρονική διάρκεια. Το πλεονέκτημα της μεθόδου είναι ότι δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί η υπηρεσία από άτομα που δε είναι πελάτες της επιχείρησης. Το μειονέκτημα όπως και με την προηγούμενη μέθοδο είναι ότι η εταιρεία δεν μπορεί να εκμεταλλευτεί εμπορικά τα στοιχεία των χρηστών της και επίσης οι πελάτες που παραμένουν στην επιχείρηση για μεγάλο χρονικό διάστημα είναι αναγκασμένοι να ζητάνε συνεχώς νέους κωδικούς το οποίο προκαλεί δυσαρέσκεια και στους πελάτες αλλά και στους εργαζομένους, οι οποίοι είναι επιφορτισμένοι και με μία επιπλέον εργασία.

- Τέλος σε ορισμένες απρόσωπες μεγάλες επιχειρήσεις όπως μεγάλα ξενοδοχεία, αεροδρόμια, εμπορικά κέντρα ζητείται από τον χρήστη να εγγραφεί προσφέροντας τα πλήρη στοιχεία του και στη συνέχεια μέσω με τη χρήση ενός ονόματος και κωδικού χρήστη μπορεί να συνδεθεί στο ασύρματο δίκτυο της εταιρείας. Με αυτό τον τρόπο αποφεύγεται η χρήση κωδικού από την άλλη πλευρά όμως η επιχείρηση εκμεταλλεύεται εμπορικά μόνο το e-mail του χρήστη, που πολλές φορές δίνουν ένα e-mail που δεν το ανοίγουν συχνά και το έχουν για τέτοιου είδους χρήση, καθώς επίσης αρκετοί χρήστες κάνουν πολλαπλές εγγραφές σε περίπτωση απώλειας του ονόματος ή του κωδικού χρήστη. Επιπρόσθετα πολλοί πελάτες δεν αρέσκονται στο να δίνουν τα προσωπικά τους στοιχεία.

Σε αντίθεση με τις παραπάνω περιπτώσεις η εταιρείας μας θα προσφέρει μία καινοτόμα λύση στις επιχειρήσεις που προσφέρουν δωρεάν το ασύρματο δίκτυό τους. Μέσω από το λογισμικό που θα είναι εγκατεστημένο στο router της εταιρείας μας, θα δίνεται η δυνατότητα στον πελάτη να συνδεθεί στο wi-fi χρησιμοποιώντας έναν από τους παρακάτω τρεις τρόπους:

- Να συνδεθεί με το λογαριασμό του στο Facebook ή στο twitter και να πατήσει Like στη σελίδα του χώρου που βρίσκεται ή κάνοντας follow στο twitter αντίστοιχα.
- Μπορεί να συνδεθεί χρησιμοποιώντας το προσωπικό του e-mail ή
- Με το παραδοσιακό τρόπο ζητώντας τον κωδικό της επιχείρησης.

Με τους δύο πρώτους τρόπους, που ουσιαστικά αποτελούν και την καινοτομία του προϊόντος μας, ο ιδιοκτήτης της εταιρείας έχει τη δυνατότητα να αντλήσει πληροφορίες σχετικά:

- πόσοι συνδέθηκαν στο wifi τους,
- πόσα like έχει κερδίσει,
- πόσες φορές ο χρήστης-πελάτης έχει επισκεφθεί τον χώρο του,
- πόσο χρόνο έμειναν συνδεδεμένοι και τι όγκο δεδομένων διαχέτησαν,
- πόσοι χρήστες του wifi έχουν ξανασυνδεθεί και πόσες φορές,
- πόσοι ήταν άνδρες – γυναίκες,
- ηλικιακές ομάδες χρηστών και άλλα ποιοτικά χαρακτηριστικά



Ταυτόχρονα ο ιδιοκτήτης μπορεί να διαχειριστεί απομακρυσμένα το wifi και να προβεί σε περιορισμό ταχύτητας σύνδεσης, να μπλοκάρει χρήστες που βλέπει ότι κάνουν άμετρη χρήση του wifi, να ενεργοποιήσει και άλλους τρόπους σύνδεσης όπως password ή με επιβεβαίωση email και άλλες λειτουργίες του wifi hotspot. Επίσης η εταιρεία δεν επιβαρύνει τους πελάτες της και τους υπαλλήλους με την διαδικασία συνεχής ενημέρωσης για το password, μεγαλώνει την κοινότητά της στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης το οποίο αργότερα μπορεί να το εκμεταλλευτεί εμπορικά μέσω διαφημίσεων και παράλληλα αποκτά πρόσβαση σε δημογραφικά δεδομένα των χρηστών γνωρίζοντας καλύτερα τους πελάτες της αλλά και βλέποντας ποιοι από αυτούς επισκέπτονται συχνότερα τον χώρο της. Έτσι αποκτά ένα εργαλείο για να επιβραβεύσει τους πιο «πιστούς» πελάτες της. Συμπερασματικά η εταιρεία μας παρέχει ένα λογισμικό που μετατρέπει ένα δωρεάν δίκτυο WiFi σε μέσο επικοινωνίας με τη χρήση του οποίου οι επιχειρήσεις μπορούν μέσω του WiFi τους:

1. Να συλλέξουν δημογραφικά και στατιστικά στοιχεία πελατολογίου όπως mail, ηλικία, τόπος διαμονής,
2. Να κάνουν remarketing
3. Να αποστείλουν στοχευμένες προσφορές,
4. Να πραγματοποιήσουν realtime satisfaction surveys
5. Να αυξήσουν τα θετικά σχόλια τους στο Tripadvisor, e-food, κ.α.
6. Να πολλαπλασιάσουν τους παραλήπτες των προσφορών τους μέσω newsletter.

Συνεπώς με ένα μικρό μηνιαίο κόστος λύνουμε στις εταιρείες το θέμα της διαφήμισης, marketing με ένα νεωτερικό τρόπο πολύ οικονομικό, αποδοτικό και στοχευόμενο.

### **Τιμολογιακή Πολιτική- Ποσοστό Κέρδους**

Η εταιρείας μας θα έχει την παρακάτω τιμολογιακή πολιτική σχετικά με τις υπηρεσίες που θα παρέχει:

#### **Πίνακας 3-2 Τιμολογιακή πολιτική για το Router**

<b>Router Εταιρείας</b>			
<b>Τιμή Πώλησης</b>	<b>Κόστος Εγκατάστασης</b>	<b>Κόστος Αγοράς</b>	<b>Κέρδος</b>
60,00 €	20,00 €	30,00 €	10,00 €

Σχετικά με το router η εταιρεία μας δε προσβλέπει στη δημιουργία κέρδους αφού δεν είναι η κύρια δραστηριότητά της αλλά επικουρική της υπηρεσίας που εμπορεύεται. Συνεπώς έχουμε ορίσει μία τιμή πώλησης τέτοια ώστε να μην βγάζουμε κέρδος. Τα 10 ευρώ που φαίνεται να κερδίζουμε ανά συσκευή ουσιαστικά θα έχουν τη μορφή αποθεματικού γιατί είναι σίγουρο και από στατιστικής πλευράς ότι ένα ποσοστό των συσκευών θα παρουσιάσουν κάποιο ελάττωμα και θα χρειαστούν αντικατάσταση. Για να καλύψουμε λοιπόν το κόστος αντικατάστασης που είναι η επίσκεψη του τεχνικού, την οποία φυσικά θα επιβαρυνθεί η εταιρείας, μας ορίζουμε αυτό το μικρό ποσό κέρδους.

### Πίνακας 3-3 Τιμολογιακή Πολιτική Υπηρεσιών

Είδος Συνδρομής	Είδος Επιχείρησης			
	Μικρή Επισκεψιμότητα	Μεσαία Επισκεψιμότητα	Μεγάλη Επισκεψιμότητα	Πολύ Μεγάλη Επισκεψιμότητα
Μηνιαία Συνδρομή	15,00 €	40,00 €	80,00 €	160,00 €
Μηνιαία Συνδρομή με αναφορά	13,50 €	36,00 €	72,00 €	144,00 €
Ετήσια Συνδρομή	162,00 €	432,00 €	864,00 €	1.728,00 €
Ετήσια Συνδρομή με αναφορά	145,80 €	388,80 €	777,60 €	1.555,20 €

Οι συνδρομές με αναφορά σχετίζονται με πελάτες οι οποίοι θα μας έχουν συστήσει σε άλλους με τους οποίους εν τέλει θα καταλήξουμε σε συμφωνία συνεργασίας. Είναι μια προωθητική κίνηση που θα πραγματοποιήσουμε τουλάχιστον στο αρχικό στάδιο σαν επιπλέον κίνητρο στους υπάρχοντες πελάτες είτε να μας συστήσουν σε νέους είτε να εγκαταστήσουν την υπηρεσία μας και σε άλλες εταιρείες τους.

Σχετικά με το είδος της επιχείρησης τις διακρίνουμε ανάλογα με την επισκεψιμότητά τους αφού δεν μας απασχολεί όπως γίνεται συνήθως στις ταξινομήσεις ούτε ο τζίρος ούτε ο αριθμός των υπαλλήλων της εταιρείας. Η επισκεψιμότητα συνδέεται με τον αριθμό των ατόμων που θα συνδεθούν στο ασύρματο δίκτυο της εταιρείας και αντίστοιχα στη βάση δεδομένων της εταιρείας μας. Για αυτό το λόγο όσο μεγαλύτερη επισκεψιμότητα έχει μια επιχείρηση τόσο μεγαλώνει και από μέρους μας η χρέωση.







### Σχέδιο Μάρκετινγκ

Όσο καλό και καινοτόμο να είναι ένα προϊόν η επιχείρηση θα έχει θετικά αποτελέσματα μόνο αν έχει ένα αποτελεσματικό σχέδιο marketing το οποίο θα αυξήσει τις πωλήσεις και Νεοφυείς επιχειρήσεις

συνεπώς τα έσοδα της εταιρείας. Χωρίς διαφήμιση δε θα γνωρίζει κανείς ότι υπάρχει η επιχείρηση και το προϊόν μας και δε θα έχουμε καθόλου πωλήσεις. Το σχέδιο marketing περιλαμβάνει τη στρατηγική και τα μέσα που πρόκειται να χρησιμοποιήσουμε για να επικοινωνήσουμε την υπηρεσία μας στους δυνητικούς πελάτες μας.

### **Πελάτες - Αγορά**

Η αγορά στην οποία θα απευθυνθούμε είναι ο κλάδος της μαζικής εστίασης και του τουρισμού. Δυνητική πελάτες μας είναι:

-  Ξενοδοχεία
-  Εστιατόρια
-  Εμπορικά κέντρα (The Mall)
-  Μεγάλες επιχειρήσεις με επισκεψιμότητα εκατοντάδων ατόμων που παραμένουν στην επιχείρηση για μεγάλο χρονικό διάστημα (IKEA, Media Markt, Γυμναστήρια)
-  Αεροδρόμια, Σταθμοί Μ.Μ.Μ.
-  Καφετέριες

Ένα πολύ θετικό στοιχείο της αγοράς στην οποία θα δραστηριοποιηθούμε είναι ότι σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ, 2015) τα καταλύματα και οι δραστηριότητες υπηρεσιών εστίασης (κωδικός 55-56) παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια αύξηση ως ποσοστό του ΑΕΠ και πιο συγκεκριμένα ενώ το 2010 αποτελούσαν το 4,91% του ΑΕΠ το 2014 αποτελούν το 6,77%. Αυτό σημαίνει ότι ο κλάδος παρουσιάζει ανθεκτικότητα στη τεράστια ύφεση της Ελληνικής Οικονομίας. Η μελέτη της Endeavour Greece δείχνει την δυναμική του κλάδου στον οποίο απευθύνεται η υπηρεσία μας αφού το 2012 από τις 42.347 επιχειρήσεις που ιδρύθηκαν οι 10.003 προέρχονταν από τον κλάδο μαζικής εστίασης και διασκέδασης (Μανιφάβα, 2013).

### **Στρατηγική – Marketing**

Στη στρατηγική marketing θα αναλύσουμε:

- Τον τρόπο με τον οποίο θα διαφημίσουμε το προϊόν μας - υπηρεσία στους δυνητικούς πελάτες,
- Τα διαφημιστικά μέσα που θα χρησιμοποιήσουμε για να πετύχουμε το σκοπό μας.

Επειδή η επιχείρησή μας προσφέρει ένα καινοτόμο προϊόν που ναι μεν εντάσσεται στον κλάδο της πληροφορικής και της τεχνολογίας αλλά απευθύνεται σε πελάτες αυτού του κλάδου μαζικής εστίασης και τουρισμού θα πρέπει να προσέξουμε πάρα πολύ τις μεθόδους που θα χρησιμοποιήσουμε για να διαφημίσουμε την υπηρεσία μας. Θα πρέπει δηλαδή να έχουμε στο μυαλό μας ότι απευθυνόμαστε σε ανθρώπους που δεν έχουν την τεχνολογική και επιστημονική

γνώση απόμων του χώρου μας. Για αυτό το λόγο τα μέσα διαφήμισης που θα χρησιμοποιήσουμε θα πρέπει να ενημερώνουν τον πελάτη για τα πλεονεκτήματα της υπηρεσίας μας σε τέτοιο βαθμό ώστε να του δημιουργήσουν την επιθυμία να επικοινωνήσει με την εταιρεία μας για να συγκεντρώσει περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το προϊόν και με το κόστος.

Αρχικό βήμα λοιπόν για τη διαφήμιση της εταιρείας μας θα είναι :

➤ Η κατασκευή ιστοσελίδας (site)

Στην εποχή μας απαραίτητο στοιχείο για κάθε επιχείρηση είναι ένα site το οποίο θα εξηγεί πολύ συνοπτικά αλλά ξεκάθαρα την υπηρεσία που προσφέρει. Με ειδικά γραφικά και video θα αναλύουμε τα πλεονεκτήματα της υπηρεσίας μας έναντι των υπαρχόντων, θα εξηγούμε τις δυνατότητες που προσφέρει και πόσο μπορεί να βοηθηθεί ο πελάτης για να αυξήσει την πληροφόρηση και μέσω αυτής την ανταγωνιστικότητά του. Επιπρόσθετα ο πελάτης θα μπορεί μέσα από την ιστοσελίδα της εταιρείας να πληροφορείται για το ενδεικτικό κόστος της υπηρεσίας μας και με τη συμπλήρωση μία φόρμας θα μπορεί να μας εκδηλώνει ενδιαφέρον του και στη συνέχεια με τη σειρά μας να ερχόμαστε σε επαφή μαζί του. Τέλος μέσω από την ιστοσελίδα μας ο εκάστοτε πελάτης με τη χρήση ονόματος και κωδικού πρόσβασης θα μπορεί να συνδέεται στον ατομικό του λογαριασμό και να βλέπει τα στατιστικά στοιχεία της επιχείρησής του. Αυτό αποτελεί και την καινοτομία της υπηρεσίας μας που παράλληλα όμως αυξάνει και το κόστος κατασκευής της σελίδας. Σε αυτό το βήμα και στον προϋπολογισμό του site θα προσθέσουμε και το κόστος κατασκευής λογοτύπου αφού θα το αναλάβει η ίδια εταιρεία.

**Προβλεπόμενο κόστος site - λογοτύπου: 3.500 €.**

**Προβλεπόμενο κόστος συντήρησης Site: 500€ /έτος.**

Δεύτερο βήμα της στρατηγικής θα είναι:

➤ Η δημιουργία λογαριασμών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Μία εταιρεία που η καινοτομία του προϊόντος της βασίζεται στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι απαραίτητο να έχει και εκείνη λογαριασμούς στα αντίστοιχα μέσα. Μετά τη δημιουργία της εταιρικής σελίδας λοιπόν θα δημιουργήσουμε λογαριασμούς στο Facebook, twitter, Youtube, LinkedIn. Η δημιουργία των λογαριασμών είναι αρκετά απλή και σε πρώτο στάδιο θα την αναλάβουμε εμείς. Σε δεύτερη φάση κατά την οποία η επιχείρηση έχει αναπτυχθεί αρκετά με βάση το πελατολόγιό της και με τη δημοτικότητά της θα χρειαστεί να αναθέσουμε σε εξωτερική εταιρεία ή ελεύθερο επαγγελματία για τη διαχείριση των λογαριασμών.

**Προβλεπόμενο κόστος Α' φάσης : 0 €**

**Προβλεπόμενο κόστος Β' Φάσης : 600 € / Έτος.**

Μετά τα δύο πρώτα βήματα τα οποία είναι απολύτως αναγκαία για την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης το τρίτο βήμα της στρατηγικής είναι:

➤ Η καταχώρηση διαφημίσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Μετά τη δημιουργία των λογαριασμών της εταιρείας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα δημιουργήσουμε και διαφημίσεις για να ανεβάσουμε τη δημοτικότητα της επιχείρησής μας. Οι διαφημίσεις θα είναι στοχευμένες στο κατάλληλο κοινό ανάλογα με τις αναζητήσεις του και το επάγγελμά του. Τέτοιου είδους διαφημίσεις θα είναι επαναλαμβανόμενες κάθε μήνα οπότε αντίστοιχα θα είναι και το κόστος.

**Προβλεπόμενο κόστος : 300 €/ μήνα**

Στο ίδιο βήμα θα πρέπει να συμπεριλάβουμε και τις:

➤ Υπηρεσίες SEO

Τη βελτίωση της ιστοσελίδας μας στην αναζήτηση της Google. Αυτή η διαδικασία ονομάζεται Search Engine Optimization (SEO) και αφορά τις τεχνικές και λειτουργίες που πρέπει να γίνουν από ειδικούς συμβούλους ώστε το εταιρικό site να αυξήσει τον αριθμό επισκεπτών από τις μηχανές αναζήτησης μέσω των οργανικών αποτελεσμάτων. Δηλαδή το σύνολο των επισκεπτών που θα επισκεφθούν την ιστοσελίδα από μηχανές αναζήτησης όπως της Google.

**Προβλεπόμενο κόστος : 100 €/ μήνα.**

Τελευταίο βήμα της στρατηγικής marketing, στο οποίο θα δοθεί και το μεγαλύτερο μέρος του προϋπολογισμού είναι η:

➤ Συμμετοχή σε έκθεση τουρισμού – μαζικής εστίασης

Πιστεύουμε ότι σε πρώτο επίπεδο θα βοηθήσει πολύ την εταιρεία να έχει μία πρώτη επαφή με τους πελάτες του κλάδου που απευθυνόμαστε. Σε τέτοιου είδους εκθέσεις συναντάς πολλούς ιδιοκτήτες ξενοδοχείων και χώρων μαζικής εστίασης που είναι οι βασικοί πελάτες στου οποίους απευθυνόμαστε. Μπορεί το κόστος συμμετοχής να είναι αρκετά υψηλό, ιδιαίτερα για μία νεοφυή επιχείρηση, αλλά με το κλείσιμο μερικών δεκάδων συμφωνιών το κέρδος θα είναι πολλαπλό. Τέτοιου είδους εκθέσεις διαρκούν 4 ημέρες και οι επισκέπτες είναι χιλιάδες οπότε με τη συμμετοχή πετυχαίνεις μία στοχευόμενη διαφήμιση η οποία μπορεί να σου επιφέρει πολλά έσοδα.

**Προβλεπόμενο κόστος : 4.000 €<sup>10</sup>.**

Πριν ολοκληρώσουμε το κομμάτι της διαφήμισης θα υπογραμμίσουμε ότι σε μεγάλες εταιρείες όπως τα IKEA, εμπορικά κέντρα ή μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, οι οποίοι αποτελούν πολύ καλές

---

<sup>10</sup> Το κόστος αφορά την έκθεση Hogeca για περίπου 20 τ.μ. βασικής δομής με μοκέτα και μία έξτρα όψη. (FORUM, 2015)

συνεργασίες περίπτωση επιτυχούς κατάληξης θα εστιάσουμε προσωπικά οι ιδιοκτήτες τις επιχείρησης και θα προσπαθήσουμε να έρθουμε σε απευθείας επικοινωνία με τους διευθυντές πληροφορικής (I.T.) για να μπορέσουμε να με μία εξατομικευμένη παρουσίαση ανάλογα την εταιρεία να κλείσουμε μια συμφωνία η οποία θα μας ανοίξει και νέους δρόμους και από μόνη της θα αποτελέσει πόλο έλξης για άλλους πελάτες.

### Δαπάνες Έναρξης

Πριν ακόμα ξεκινήσουμε την λειτουργία της επιχείρησης θα έχουμε αναμφίβολα κάποιες δαπάνης έναρξης που αφορούν κυρίως αγορά πάγιου εξοπλισμού για το γραφείο. Στον παρακάτω πίνακα αναφέρουμε αναλυτικά τα έξοδα που αφορούν τις δαπάνες έναρξης.

#### Πίνακας 3-4 Δαπάνες Έναρξης

Είδος Παγίου	Κόστος
Έπιπλα & Γραφεία	2.000,00
Έπιπλα Κουζίνας	500,00
Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές	2.500,00
Εκτυπωτές - Φαξ	400,00
Air Condition	600,00
Λοιπά Πάγια Στοιχεία	1.000,00
<b>Σύνολο</b>	<b>7.000,00 €</b>

Σχετικά με τις αποσβέσεις των πάγιων στοιχείων επειδή η αξία κτίσης καθενός από των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης είναι μικρότερη από χίλια πεντακόσια ευρώ (1.500,00€) τα εν λόγω στοιχεία μπορούν εξολοκλήρου μέσα στο φορολογικό έτος που αποκτήθηκαν στο οποίο θα προβούμε (taxheaven, 2015).

Στις δαπάνες έναρξης θα πρέπει να υπολογίσουμε και την αγορά των αποθεμάτων (Router). Για να πετύχει η εταιρεία μας μία πολύ καλή τιμή θα προβεί σε μεγάλη παραγγελία συσκευών router (πεντακόσια) τα οποία με βάση το πλάνο των πωλήσεων θα μας καλύψουν για τέσσερα χρόνια.

	Ποσότητα	Τιμή	Συνολικό Κόστος
Αγορά Router	500	30	15.000,00€

### Σχέδιο Λειτουργίας

Στο σχέδιο λειτουργίας θα περιγράψουμε τον επαγγελματικό χώρο που θα χρειαστούμε, το προσωπικό που θα απασχολεί η επιχείρηση, τους προμηθευτές μας, τη πιστωτική πολιτική της εταιρείας, τα αποθέματα και τέλος τη διαχείριση των εισπρακτέων και πληρωτέων λογαριασμών.

### **Επαγγελματικός Χώρος**

Ο χώρος που χρειάζεται η εταιρεία μας τουλάχιστον για το πρώτο διάστημα λειτουργίας της είναι ένα μικρό γραφείο στο κέντρο της Αθήνας το οποίο θα μπορεί να εξυπηρετεί τις παρακάτω λειτουργίες:

- Συναντήσεις με πελάτες,
- Χώρος εργασίας για τους ιδιοκτήτες,
- Αποθηκευτικός χώρος για τον εξοπλισμό που θα παρέχουμε στους πελάτες μας,
- Σε δεύτερη φάση θα πρέπει να υπάρχει και χώρος για γραφείο για το άτομο που θα ασχολείται με την εξυπηρέτηση πελατών.

**Προβλεπόμενο κόστος : 300 €/μήνα<sup>11</sup>.**

### **Προσωπικό**

Το προσωπικό της εταιρείας θα αποτελείται αρχικά από τους δύο ιδιοκτήτες για να υπάρχει μόνο το κόστος ασφάλισης και όχι επιπλέον εργασιακό. Σε δεύτερη φάση και στη περίπτωση αύξησης της δημοτικότητας και της πελατείας αναγκαστικά θα πρέπει να προβεί η εταιρεία μας σε πρόσληψη τουλάχιστον ενός υπαλλήλου ο οποίος θα στελεχώσει το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών για να διευθετεί τα αιτήματα των πελατών (καινούριων ή παλαιών). Η πρόσληψη του υπαλλήλου που την έχουμε δρομολογήσει για το δεύτερο έτος λειτουργίας της επιχείρησης θα προσπαθήσουμε να γίνει μέσω κάποιο επιδοτούμενου προγράμματος του Ο.Α.Ε.Δ. το οποίο καλύπτει τις ασφαλιστικές εισφορές του εργαζομένου. Σχετικά με τον τεχνικό που θα αναλαμβάνει την εγκατάσταση του εξοπλισμού μας στον πελάτη θα είναι ελεύθερος επαγγελματίας (freelancer) και θα αμείβεται με τον πελάτη. Πιο συγκεκριμένα θα αμείβεται με 25€/εγκατάσταση και τα

---

<sup>11</sup> Η τιμή είναι ενδεικτική και αφορά γραφείο 55 τ.μ. στο κέντρο της Αθήνας με τις προδιαγραφές που επιθυμούμε (ΧΕ, 2015)

έξοδα θα επιβαρύνουν το κόστος πωληθέντων. Στον παρακάτω πίνακα εμφανίζεται το έξοδα του προσωπικού.

#### Πίνακας 3-5 Έξοδα Προσωπικού

Έξοδα Προσωπικού	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος
Εισφορές ΟΑΕΕ για 2 άτομα (Ιδιοκτήτες)	5.057,04 €	5.057,04 €	5.057,04 €
Μισθοδοσία επιδοτούμενου ατόμου από ΟΑΕΔ		9.800,00 €	14.700,00 €
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>5.057,04 €</b>	<b>14.857,04 €</b>	<b>19.757,04 €</b>

Οι ασφαλιστικές εισφορές για τον Ο.Α.Ε.Ε. αφορούν τους 2 ιδιοκτήτες και είναι 210,71 ευρώ το μήνα για τον κάθε ένα για τα 3 πρώτα έτη που θα βρίσκονται στην πρώτη ασφαλιστική κλάση (ΟΑΕΕ, 2015).

Για τον επιδοτούμενο εργαζόμενο με μισθό 600 ευρώ καθαρά η επιχείρηση θα επιβαρύνεται 350,00 ευρώ μηνιαίως αφού θα καλύπτεται 450 ευρώ από την επιδότηση του ΟΑΕΔ (ΟΑΕΔ, 2014). Θα προσλάβουμε δύο επιδοτούμενους εργαζόμενους το 2<sup>ο</sup> έτος και θα καταργήσουμε τη τηλεγραμματοεία και τρεις εργαζομένους τον τρίτο χρόνο για να στελεχώσουν το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών και παράλληλα θα παρέχουν και γραμματειακή υποστήριξη.

#### Προμηθευτές

Η φύση της υπηρεσίας μας είναι τέτοια που δεν θα έχουμε συνεργασία με πολλούς προμηθευτές. Μοναδικός κύριος προμηθευτής μας θα είναι η εταιρεία που θα μας παρέχει τους social wifi smart routers οι οποίοι θα συνδέονται στο δίκτυο του εκάστοτε πελάτη. Η εξόφληση θα γίνεται με την παραγγελία και δυστυχώς δε θα έχουμε πίστωση κάποιων ημερών – μηνών. Λόγω των capital control το οποίο καθυστερεί πολύ τη διαδικασία των εμβασμάτων και αυξάνει την προμήθεια της τράπεζας θα προβούμε σε μία μεγάλη παραγγελία των router το οποίο σημαίνει και καλή έκπτωση.

#### Πιστωτική Πολιτική



Η εταιρεία μας σε αρχική φάση δεν θα έχει κάποια περίπλοκη πιστωτική πολιτική η δυνατότητα πληρωμής που θα παρέχουμε στους πελάτες μας, λόγω των δύσκολων οικονομικών συνθηκών και της αφερεγγυότητας που διακατέχει την αγορά, θα είναι :

- Στο τέλος κάθε μήνα,
- Προπληρωμή 6μηνιας υπηρεσίας με έκπτωση 5%,
- Προπληρωμή ετήσιας υπηρεσίας με έκπτωση 10%.

### **Αποθέματα**

Τα μοναδικά αποθέματα της εταιρείας είναι οι router που παρέχουμε στους πελάτες μας για να λειτουργήσει η υπηρεσία μας. Το βασικό μας προϊόν είναι η παροχή υπηρεσίας και ως εκ τούτου δεν θα έχουμε μεγάλο απόθεμα το οποίο θα μας επιβάρυνε και με επιπλέον κόστος αποθήκευσης και διαχείρισης.

### **Διαχείριση Εισπρακτέων – Πληρωτέων Λογαριασμών**

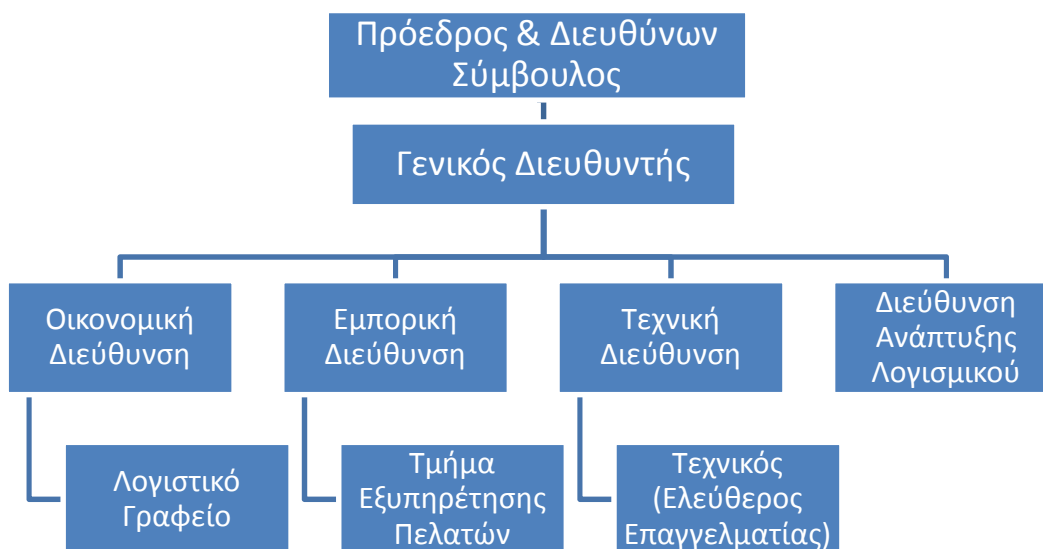
Όλοι οι λογαριασμοί και οι υποχρεώσεις της εταιρείας θα εξοφλούνται στο τέλος του μήνα όπως και οι εξωτερικοί συνεργάτες. Αντίστοιχα οι εισπράξεις, όπως αναφέραμε παραπάνω, θα προσπαθήσουμε να μην υπερβαίνουν τις 30 ημέρες εκτός ελαχίστων εξαιρέσεων και μόνο σε περιπτώσεις μακρών συνεργασιών. Συνεπώς ο αριθμοδείκτης δείκτης ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων<sup>12</sup> θα πρέπει να μην υπερβαίνει τις 30 ημέρες, κάτι που είναι πολύ καλό για την εποχή μας και μας προστατεύει από την πιθανότητα ζημιών από επισφαλείς πελάτες.

---

<sup>12</sup> Αριθμοδείκτης ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων = κύκλος εργασιών / απαιτήσεις

## Διοίκηση και Οργάνωση

### Διάγραμμα 3-2 Οργανόγραμμα Εταιρείας



Κατά το πρώτο στάδιο λειτουργίας της εταιρείας που οι οικονομικοί πόροι θα είναι περιορισμένοι υπεύθυνοι για την καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης θα είναι οι δύο ιδιοκτήτες. Ο ένας εξ αυτών θα έχει ρόλο διευθύνοντος συμβούλου και ο εταίρος ρόλο γενικού διευθυντή.

Την οικονομική διεύθυνση της εταιρείας θα αναλάβει εξωτερικό λογιστικό γραφείο που θα είναι υπεύθυνο για την ενημέρωση του λογιστικού προγράμματος, για τη μισθοδοσία, τις ασφαλιστικές και φορολογικές υποχρεώσεις της εταιρείας. Επιπλέον θα είναι αρμόδιο για την παροχή ενημερωτικών εκτυπώσεων προς τη διοίκηση της εταιρείας καθώς επίσης και την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών για φορολογικά θέματα και θέματα επιδοτήσεων εργαζομένων.

#### **Ετήσιο κόστος Λογιστικού γραφείου: 1.800,00 €**

Την εμπορική διεύθυνση θα αναλάβει στο πρώτο στάδιο ανάπτυξης της εταιρείας ο διευθύνων σύμβουλος, ο οποίος θα είναι αρμόδιος για την ανάπτυξη της εταιρικής στρατηγικής, για την προώθηση των υπηρεσιών καθώς και για την ενημέρωση και προσέλκυση νέων μεγάλων πελατών. Επίσης θα είναι υπό την επίβλεψή του θέματα marketing όπως η διαχείριση του site, οι διαφημίσεις και γενικότερα όλη η στρατηγική marketing που αναπτύξαμε παραπάνω. Το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών που αναφέρεται

στην εμπορική διεύθυνση θα δοθεί σε εταιρεία που αναλαμβάνει την παροχή τέτοιου είδους υπηρεσιών:

- ✓ Διαχείριση εισερχόμενων - εξερχόμενων κλήσεων,
- ✓ Οργάνωση ημερολογίου, διαχείριση αλληλογραφίας,
- ✓ Προγραμματισμό και διαχείριση ραντεβού και συναντήσεων,
- ✓ Δακτυλογράφηση, μετάφραση κειμένων, δημιουργία παρουσιάσεων – επιστολών – αναφορών.

Με τη συγκεκριμένη υπηρεσία θα εξοικονομήσουμε πόρους και προσωπικό χρόνο που θα προσπαθήσουμε να τα διαθέσουμε στην περαιτέρω ανάπτυξη και βιωσιμότητα της επιχείρησης. Την υπηρεσία της Τηλεγραμματοείας θα την χρησιμοποιήσουμε μόνο για τον πρώτο χρόνο αφού το δεύτερο χρόνο και με την αύξηση των πελατών θα χρειαστούμε μόνιμο προσωπικό το οποίο αν είναι επιδοτούμενο από τον ΟΑΕΔ δε θα έχει και μεγάλο κόστος.

#### **Κόστος Τηλεγραμματοείας: 100<sup>13</sup> € / μήνα**

Αρμόδιος για την τεχνική διεύθυνση της νεοφυούς εταιρείας θα είναι εξωτερικός συνεργάτης ο οποίος θα αμείβεται με τα περιστατικά που έχει να εξυπηρετήσει και θα είναι υπεύθυνος για την εγκατάσταση και λειτουργία του εξοπλισμού στον πελάτη και για την επίλυση των τεχνικών προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν κατά την λειτουργία του εξοπλισμού. Ο εξωτερικός συνεργάτης θα αναφέρεται και στα δύο άτομα της διοίκησης. Μετά το δεύτερο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης σίγουρα θα χρειαστούμε σίγουρα και άλλους δύο με τρεις συνεργάτες για τεχνική υποστήριξη των πελατών μας. Ανάλογα με τον αριθμό θα υπολογίσουμε το κόστος για πρόσληψη μόνιμου ατόμου για τεχνική υποστήριξη.

Τέλος αρμόδιος για την διεύθυνση ανάπτυξης λογισμικού που είναι ένας νευραλγικός τομέας για την βιωσιμότητα της εταιρείας μας θα είναι ο γενικός διευθυντής της εταιρείας που έχει περισσότερες τεχνικές γνώσεις.

#### **Χρηματοοικονομικό Σχέδιο**

---

<sup>13</sup> Η τιμή αποτελεί Πλήρες πακέτο υπηρεσιών των περισσότερων εταιρειών του χώρου.

Το χρηματοοικονομικό σχέδιο αποτελεί μία πρόβλεψη με βάση τις εκτιμήσεις μας του οικονομικού μέλλοντος της εταιρείας μας για τα επόμενα τρία χρόνια. Στο χρηματοοικονομικό σχέδιο θα αναλύσουμε τα κέρδη και τις ζημιές της εταιρείας σε 12-μηνη βάση όπως είναι και η οικονομική χρήση, τα προβλεπόμενα κέρδη – μαζί με τις προβλεπόμενες ταμειακές ροές ζημιές σε ένα τριετές πλάνο, και τον υπολογισμό του νεκρού σημείου. Επιλέξαμε ως χρονικό όριο τα τρία χρόνια αφού όπως είδαμε και στο δεύτερο κεφάλαιο σύμφωνα με τους (Leach & Melicher, 2012) ο πρώτος 1,5 χρόνος της εταιρεία είναι το διάστημα επιβίωσης και μετά τα τρία χρόνια αρχίζει το στάδιο της ανάπτυξης. Συνεπώς αν το πλάνο μας είναι βιώσιμο για τα τρία πρώτα χρόνια μετά οι συνθήκες θα είναι πιο ευνοϊκές.

Το πιο βασικό μέρος σε κάθε χρηματοοικονομικό πλάνο είναι οι πωλήσεις. Από εκεί ξεκινάει το χτίσιμο και αυτό καθορίζει σε μεγάλο βαθμό τα αποτελέσματα της χρήσης αφού το κόστος πωληθέντων εξαρτάται αποκλειστικά από τις πωλήσεις και οι περισσότερες δαπάνες είναι ανελαστικές και προβλέψιμες με βάση τις εκτιμώμενες πωλήσεις. Παρακάτω παρουσιάζουμε τις προβλέψεις για τις ετήσιες πωλήσεις.

**Πίνακας 3-6 Αριθμός νέων επιχειρήσεων με χρονικό ορίζοντα τριετίας**

Είδος Επιχείρησης	1ο Έτος		2ο Έτος		3ο Έτος		Σύνολο
	Από Αναφορά	Χωρίς Αναφορά	Από Αναφορά	Χωρίς Αναφορά	Από Αναφορά	Χωρίς Αναφορά	
Εγκαταστάσεις Μικρών Επιχειρήσεων	5	25	15	40	30	70	185
Εγκαταστάσεις Μεσαίων Επιχειρήσεων		15	5	20	8	32	80
Εγκαταστάσεις Μεγάλων Επιχειρήσεων		2	1	3	2	6	14
Εγκαταστάσεις Πολύ Μεγάλων Επιχειρήσεων		2	1	3	2	8	16
<b>Σύνολο</b>		49		88		158	<b>295</b>

Στον παραπάνω πίνακα βλέπουμε την εκτίμηση που έχουμε κάνει για τις νέες εγκαταστάσεις ανά έτος. Για τον πρώτο χρόνο έχουμε υπολογίσει να πραγματοποιήσουμε πενήντα νέες πωλήσεις οι περισσότερες εκ των οποίων σε μικρές επιχειρήσεις. Η πρόβλεψή μας είναι πολύ λογική αφού αν

αναλογιστούμε ότι το κόστος είναι πολύ μικρό και μάλιστα ανταποδοτικό και θα το εξοικονομήσουν από άλλες μεθόδους διαφήμισης όπως η αποστολή μηνυμάτων ή η διανομή διαφημιστικών φυλλαδίων. Το ποσοστό αύξησης που έχουμε υπολογίσει από την μία χρονιά στην επόμενη είναι της τάξης του 80%. Για νεοφυή επιχείρηση με καινοτόμο προϊόν που έχει άμεσο και πρακτικό όφελος για την επιχείρηση σε πολύ μικρό κόστος είναι απολύτως λογικό.

### Πίνακας 3-7 Προβλεπόμενα έσοδα από πωλήσεις Router

1ο Έτος		2ο Έτος		3ο Έτος	
Αριθμός Router	Έσοδα Από πωλήσεις	Αριθμός Router	Έσοδα Από πωλήσεις	Αριθμός Router	Έσοδα Από πωλήσεις
49	2.940,00 €	88	5.280,00 €	158	9.480,00 €

### Πίνακας 3-8 Προβλεπόμενα έσοδα από πωλήσεις υπηρεσιών

	1ο Έτος		2ο Έτος		3ο Έτος	
	Από Αναφορά	Χωρίς Αναφορά	Από Αναφορά	Χωρίς Αναφορά	Από Αναφορά	Χωρίς Αναφορά
Έσοδα από νέες Εγκαταστάσεις	900,00 €	30.240,00 €	7.980,00 €	44.160,00 €	15.000,00 €	75.840,00 €
Έσοδα από υπάρχουσες Εγκαταστάσεις	-	- €	810,00 €	27.216,00 €	7.182,00 €	39.744,00 €
<b>Σύνολο</b>	900,00 €	30.240,00 €	8.790,00 €	71.376,00 €	22.182,00 €	115.584,00 €
<b>Γενικό Σύνολο</b>	<b>31.140,00 €</b>		<b>80.166,00 €</b>		<b>137.766,00 €</b>	

Τα προβλεπόμενα έσοδα έχουν υπολογιστεί με βάση την τιμολογιακή πολιτική της εταιρείας που παραθέσαμε παραπάνω και με μία εκτίμηση ότι κάθε χρόνο θα χάνουμε ένα 10% των υπαρχόντων πελατών μας.

Μετά την πρόβλεψη των πωλήσεων θα προχωρήσουμε στην πρόβλεψη του κόστους πωληθέντων από τους Router.

### Πίνακας 3-9 Κόστος Πωληθέντων από πώληση Router

1ο Έτος		2ο Έτος		3ο Έτος	
Αριθμός Router	Κόστος Πωληθέντων	Αριθμός Router	Κόστος Πωληθέντων	Αριθμός Router	Κόστος Πωληθέντων
49	1.470,00 €	88	2.640,00 €	158	4.740,00 €

Όπως αναφέραμε και στον πίνακα 3-2 το κόστος αγοράς κάθε router ανέρχεται στα 30 ευρώ το οποίο σημαίνει ότι για κάθε πώληση τα 30 ευρώ αποτελούν κόστος πωληθέντων. Τα έξοδα

Νεοφυείς επιχειρήσεις

εγκατάστασης του συνεργάτη δε θα προσμετρηθούν στο κόστος πωληθέντων αλλά στα έξοδα συνεργατών. Τέλος στον παρακάτω πίνακα 3-9 αναφέρονται αναλυτικά τα υπόλοιπα λειτουργικά έξοδα της εταιρείας.

**Πίνακας 3-10 Λειτουργικά έξοδα εταιρείας**

Είδος Δαπάνης	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος
Αγορά Παγίων	7.000,00	3.000,00	1.500,00
Ενοίκιο	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Έξοδα Κτιρίου (καθαρισμός - Κοινόχρηστα)	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Αναλώσιμα	1.200,00	2.000,00	2.500,00
Φωτισμός	960,00	960,00	960,00
Τηλέφωνο - Ίντερνετ	600,00	1.200,00	1.200,00
Τηλεγραμματαία	1.200,00	1.200,00	-
Έξοδα Προσωπικού	5.057,04	14.857,04	19.757,04
Εξωτερικοί Συνεργάτες	3.000,00	6.000,00	12.000,00
Marketing	9.600,00	6.700,00	6.700,00
Έξοδα Λογιστή	1.800,00	2.070,00	2.160,00
Έκτακτα & Ανόργανα έξοδα	1.000,00	2.000,00	3.000,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>36.217,04 €</b>	<b>44.787,04 €</b>	<b>54.577,04 €</b>

**Πίνακας 3-11 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης**

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ			
	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος
Κύκλος Εργασιών	34.080,00 €	85.446,00 €	147.246,00 €
ΜΕΙΟΝ: Κόστος πωληθέντων	1.470,00 €	2.640,00 €	4.740,00 €
<b>Μικτά Αποτελέσματα εκμετάλλευσης</b>	<b>32.610,00 €</b>	<b>82.806,00 €</b>	<b>142.506,00 €</b>
ΣΥΝ : Άλλα έσοδα εκμετάλλευσης	-	-	-
ΜΕΙΟΝ: Έξοδα διοίκησης & διάθεσης	28.217,04	39.787,04	50.077,04
ΣΥΝ : Χρηματοοικονομικά έσοδα			
ΜΕΙΟΝ: Χρηματοοικονομικά έξοδα	500,00	500,00	500,00
<b>Συνολικά αποτελέσματα εκμετάλλευσης</b>	<b>3.892,96 €</b>	<b>42.518,96 €</b>	<b>91.928,96 €</b>
Έκτακτα ανόργανα αποτελέσματα	1.000,00	2.000,00	3.000,00
ΜΕΙΟΝ: Σύνολο αποσβέσεων	6.999,00	2.999,00	1.499,00
<b>Καθαρά αποτελέσματα χρήσεως (προ φόρων)</b>	<b>- 4.106,04 €</b>	<b>37.519,96 €</b>	<b>87.429,96 €</b>
ΜΕΙΟΝ: Φόροι χρήσης	0	9.755,19	22.731,79
<b>ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ/ΖΗΜΙΑ ΧΡΗΣΗΣ (μετά φόρων)</b>	<b>- 4.106,04 €</b>	<b>27.764,77 €</b>	<b>64.698,17 €</b>

Πίνακας 3-12 Κατάσταση Ταμειακών Ροών

<b>ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ</b>			
<b>ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>1ο ΕΤΟΣ</b>	<b>2ο ΕΤΟΣ</b>	<b>3ο ΕΤΟΣ</b>
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ	- 4.106,04 €	27.764,77 €	64.698,17 €
+ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	6.999,00 €	2.999,00 €	1.499,00 €
(-ΑΥΞΗΣΗ)(+ ΜΕΙΩΣΗ) ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	- 13.530,00 €	2.640,00 €	4.740,00 €
- ΦΟΡΟΙ	- €	- 9.755,19 €	- 22.731,79 €
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΙΣΡΟΩΝ ΕΚΡΟΩΝ ΑΠΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	- 10.637,04 €	23.648,58 €	48.205,38 €
ΑΓΟΡΕΣ ΠΑΓΙΩΝ	- 7.000,00 €	- 3.000,00 €	- 1.500,00 €
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΙΣΡΟΩΝ ΕΚΡΟΩΝ ΑΠΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	- 7.000,00 €	- 3.000,00 €	- 1.500,00 €
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΙΣΡΟΩΝ ΕΚΡΟΩΝ ΑΠΟ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	- €	- €	- €
ΚΑΘΑΡΗ ΑΥΞΗΣΗ ΣΤΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	- 17.637,04 €	20.648,58 €	46.705,38 €
ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ ΕΝΑΡΞΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ	30.000,00 €	12.362,96 €	33.011,54 €
<b>ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ ΛΗΞΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ</b>	<b>12.362,96 €</b>	<b>33.011,54 €</b>	<b>79.716,92 €</b>

#### *Ανάλυση Νεκρού Σημείου (Break – even point)*

Το νεκρό σημείο μας δίνει το αναγκαίο ύψος των πωλήσεων που πρέπει να πραγματοποιήσει η εταιρεία για μπορέσει να καλύψει ακριβώς τα σταθερά και μεταβλητά έξοδα. Είναι το σημείο εκείνο δηλαδή που δεν έχει ούτε κέρδος ούτε ζημιά. Η βασική αρχή στην οποία στηρίζεται είναι εκείνη του κόστους που ένα μέρος του είναι σταθερό και ανεξάρτητο των πωλήσεων (το ενοίκιο, τα έξοδα κτιρίου) και ένα άλλο μέρος είναι μεταβλητό, εξαρτάται δηλαδή από τον κύκλο εργασιών της επιχείρησης (κόστος πωληθέντων, προσωπικό) (Κιουλάφας, 2015). Όταν η επιχείρηση λοιπόν πραγματοποιεί πωλήσεις μεγαλύτερες από το νεκρό σημείο τότε πραγματοποιεί κέρδος ενώ σε αντίθετη περίπτωση ζημιά. Αρχικό βήμα πριν τον υπολογισμό του νεκρού σημείου είναι ο χωρισμός των δαπανών σε σταθερές και μεταβλητές με βάση το κατά πόσο εξαρτώνται από τις πωλήσεις.

Πίνακας 3-13 Σταθερά - Μεταβλητά Κόστη

	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος
Αγορά Παγίων	7.000,00	3.000,00	1.500,00
Ενοίκιο	3.600	3.600	3.600
Έξοδα Κτιρίου	1.200	1.200	1.200
Φωτισμός	960	960	960
Τηλέφωνο - Ίντερνετ	600	1.200	1.200
Έξοδα Λογιστή	1.800,00	2.070,00	2.160,00
<b>Σταθερά Κόστη</b>	<b>15.160</b>	<b>12.030</b>	<b>10.620</b>
Κόστος Πωληθέντων	1.470,00	2.640,00	4.740,00
Τηλεγραμματαία	1.200,00	1.200,00	-
Έξοδα Προσωπικού	5.057,04	14.857,04	19.757,04
Εξωτερικοί Συνεργάτες	3.000,00	6.000,00	12.000,00
Marketing	9.600,00	6.700,00	6.700,00
Αναλώσιμα	1.200	2.000	2.500
Έκτακτα & Ανόργανα έξοδα	1.000,00	2.000,00	3.000,00
<b>Μεταβλητά Κόστη</b>	<b>22.527</b>	<b>35.397</b>	<b>48.697</b>

Αφού διαχωρίσαμε τα σταθερά και τα μεταβλητά κόστη μπορούμε να υπολογίσουμε το νεκρό σημείο για κάθε έτος. Αξίζει να σημειώσουμε ότι είναι πολύ εύλογο ότι κάθε χρόνο και καθώς η επιχείρηση θα μεγαλώνει και θα ωριμάζει το νεκρό σημείο θα μικραίνει όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα. Το νεκρό σημείο το έχουμε υπολογίσει όχι με μονάδες προϊόντος αλλά με σύνολο εσόδων αφού ο κύκλος εργασιών της εταιρείας μας προέρχεται από ένα μείγμα υπηρεσιών που εξαρτάται από το μέγεθος της εταιρείας από το αν προέρχεται από σύσταση ή από το αν θα προεξοφλήσει τη συνδρομή ή θα την πληρώνει στο τέλος κάθε μήνα. Έχοντας όμως το ύψος των πωλήσεων που χρειαζόμαστε μπορούμε στη συνέχεια να δημιουργήσουμε τα δικά μας σενάρια για το πώς θα το επιτύχουμε.



### Πίνακας 3-14 Υπολογισμός Νεκρού Σημείου

ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΝΕΚΡΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ			
	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος
1.Πωλήσεις	34.080,00 €	85.446,00 €	147.246,00 €
2.Μεταβλητό Κόστος	22.527,04 €	35.397,04 €	48.697,04 €
3.Περιθώριο Συνεισφοράς [=(1-2)/1]	33,90%	58,57%	66,93%
4.Σταθερό Κόστος	15.160,00 €	12.030,00 €	10.620,00 €
5.Νεκρό Σημείο Πωλήσεων	44.720,38 €	20.538,20 €	15.867,77 €

## 4. Εμπειρική Έρευνα

Εκτός από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση η παρούσα εργασία μέσω ερωτηματολογίων που δόθηκαν σε νεοφυείς επιχειρήσεις που εδρεύουν κυρίως στην Ελλάδα επιχειρεί να παρουσιάσει την εικόνα των startup επιχειρήσεων στην ελληνική οικονομία και να εξάγει ενδιαφέρουσα συμπεράσματα σε σύγκριση με τη βιβλιογραφία και τις start up επιχειρήσεις στην Ευρώπη και στις Η.Π.Α.

### 4.1. Μεθοδολογία Έρευνας

Η έρευνα βασίστηκε σε απαντήσεις που δόθηκαν από ιδιοκτήτες start up επιχειρήσεων το οποίο τους δόθηκε μέσω e-mail.

Το δείγμα αποτελείται από νεοφυείς εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Το ερωτηματολόγιο σχηματίστηκε με βάση την υπάρχουσα βιβλιογραφία σχετικά με τις νεοφυείς επιχειρήσεις με σκοπό τη σύνδεσή της με την παρούσα έρευνα. Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε μέσω της εφαρμογής Google Forms η οποία είναι πολύ εύχρηστη τόσο στην αποστολή των ερωτηματολογίων όσο και στην επεξεργασία των αποτελεσμάτων αφού συνδέεται με βάση δεδομένων για τη συλλογή των απαντήσεων οι οποίες στη συνέχεια μπορούν να εξαχθούν σε excel για την ευκολότερη επεξεργασία τους και εξαγωγή συμπερασμάτων.

Το ερωτηματολόγιο, το οποίο παρατίθεται στο παράρτημα της εργασίας, αποτελείται από 30 ερωτήσεις, οι οποίες χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες σχετικά με τη θεματική τους. Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει γενικές ερωτήσεις πληροφοριακού περιεχομένου σχετικά με την εταιρεία, η δεύτερη κατηγορία αποτελείται από ερωτήσεις πάνω στη σύσταση και στη λειτουργία της επιχείρησης και η τελευταία κατηγορία έχει θέμα τη χρηματοδότηση νεοφυών επιχειρήσεων.

Στην πρώτη κατηγορία ερωτήσεων σκοπός είναι η συσχέτισης των προσωπικών χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών των νεοφυών επιχειρήσεων (ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, πρότερη επιχειρηματική δραστηριότητα και εμπειρία) και της αποτελεσματικότητας, βιωσιμότητας και ανάπτυξης των εταιριών, καθώς και τη συμβολή αυτών των χαρακτηριστικών στη δυνατότητα άντλησης χρηματοδότησης από δυνητικούς επενδυτές. Σύμφωνα με τους Åstebro & Bernhardt, (2003) τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών όπως η ηλικία, η επαγγελματική εμπειρία, προηγούμενη εμπειρία από επιχειρηματική δραστηριότητα και το μορφωτικό επίπεδο παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο τόσο στην επιβίωση της επιχείρησης όσο και στην λήψη χρηματοδότησης από τις τράπεζες. Επίσης ο Cassar (2004) υπογραμμίζει ότι το μορφωτικό επίπεδο, το είδος πτυχίου και το υπόβαθρο των επιχειρηματιών έχει υψηλή συσχέτιση με την εξωτερική χρηματοδότηση αφού αξιολογείται θετικά από τους επίδοξους επενδυτές. Επιπρόσθετα οι επιχειρηματίες που έχουν προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία έχει αποδειχθεί ότι μπορούν να διοικήσουν και να λειτουργήσουν πιο αποτελεσματικά μια εταιρεία.

Σε παρόμοια συμπεράσματα κατέληξαν και οι Ouimet & Zarutskie (2014) οι οποίοι υπογραμμίζουν ότι οι startup εταιρείες με καινοτόμες ιδέες και προοπτικές επιλέγονται από νέους εργαζόμενους με υψηλά τυπικά προσόντα, και εξειδίκευση ως το πλέον κατάλληλο μέρος εργασίας κάτι το οποίο ενισχύει την αποδοτικότητα της επιχείρησης. Τέλος οι Oe and Mitsunashi (2013) αναφέρουν πως οι start up εταιρείες των οποίων οι ιδιοκτήτες διαθέτουν προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία φτάνουν πιο σύντομα στο νεκρό σημείο. Η μετάδοση της γνώσης και εμπειρίας των ιδιοκτητών από προηγούμενες επιχειρηματικές δραστηριότητες, ιδιαίτερα αν ήταν στο ίδιο αντικείμενο ή στον ίδιο κλάδο έχουν θετική επίδραση στη βιωσιμότητα της επιχείρησης.

Στο ερωτηματολόγιο περιλαμβάνονται επίσης και ερωτήσεις σχετικά με τον αριθμό των εργαζομένων και κατά πόσο αυξάνεται ή μειώνεται κατά τη διάρκεια εξέλιξης της εταιρείας. Σκοπός είναι μέσω της έρευνας να μελετηθεί κατά πόσο οι start up επιχειρήσεις συμβάλλουν στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στη μείωση της ανεργίας και στην ανάπτυξη της οικονομίας. Ο Kane (2010) χρησιμοποιώντας στοιχεία από αμερικάνικες επιχειρήσεις κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι νεοφυείς επιχειρήσεις δημιουργούν κατά μέσο όρο 3 εκατομμύρια θέσεις εργασίας το χρόνο το οποίο συμβάλλει αισθητά στην οικονομική μεγέθυνση. Στην Ελλάδα σύμφωνα με τα στοιχεία του ΟΟΣΑ που παρουσιάστηκαν παραπάνω οι θέσεις που δημιουργούνται είναι πολύ λιγότερες από το μέσο όρο της Ευρώπης. Επίσης σύμφωνα με μελέτη του οργανισμού Endeavor Greece (2013) φαίνεται ότι οι ελληνικές startup επιχειρήσεις, κυρίως του κλάδου της τεχνολογίας, απασχολούν περίπου 1.500 εργαζόμενους.

Στη δεύτερη θεματική κατηγορία περιλαμβάνονται ερωτήσεις που εξετάζουν το σχεδιασμό των νεοφυών επιχειρήσεων σε θέματα που αφορούν την ίδρυση, τη λειτουργία, το στρατηγικό σχεδιασμό και την ανεύρεση επενδυτή. Θα εξετάσουμε τη χρήση του Business Plan και τη σημαντικότητά του στη διαδικασία εκκίνησης και ανάπτυξης της επιχείρησης. Όπως τονίστηκε και παραπάνω η υπάρχουσα βιβλιογραφία καταδεικνύει την αναγκαιότητά του στην περίπτωση που ο ιδρυτής της startup προσδοκά άντληση κεφαλαίων μέσω στρατηγικών επενδυτών, crowdfunding, business angels και τραπεζών. Το επιχειρηματικό σχέδιο χρησιμοποιείται ως εργαλείο επιλογής επενδύσεων από ιδιώτες επενδυτές και τις τράπεζες. Η σύνταξή του γίνεται με σκοπό την αναζήτηση ή αύξηση χρηματοδότησης, καθώς χρηματοδότες όπως οι επιχειρηματικοί άγγελοι, οι τράπεζες και οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων απαιτούν συνήθως την ύπαρξη ενός αναλυτικού επιχειρηματικού πλάνου. Σύμφωνα με το Lange και άλλους (2007), εταιρείες με ένα σωστά καταρτισμένο και αναλυτικό business plan αυξάνουν τις πιθανότητες λήψης εξωτερικής χρηματοδότησης κυρίως στο αρχικό στάδιο λειτουργίας τους κατά το οποίο δεν υπάρχουν ιστορικά δεδομένα και επίσημες οικονομικές καταστάσεις της εταιρείας. Στη συνέχεια θα μελετηθεί η χρήση προβλέψεων χρηματοοικονομικών μεγεθών και οι μέθοδοι που χρησιμοποιήθηκαν σε περίπτωση πραγματοποίησης τους (ανάλυση νεκρού σημείου, προεξόφληση ταμειακών ροών, προϋπολογιστικές καταστάσεις ισολογισμού και αποτελεσμάτων χρήσης, απόδοση επένδυσης). Σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία έχει αποδειχθεί ότι η συχνότητα σύνταξης των χρηματοοικονομικών καταστάσεων μιας εταιρείας (ετήσιες, τριμηνιαίες) σχετίζεται θετικά με τη χρήση εξωτερικών πηγών χρηματοδότησης, την εταιρική διακυβέρνηση και το επίπεδο των αναμενόμενων πωλήσεων λόγω της θετικής επίδρασης στην αγορά σχετικά με τη διαφάνεια των στοιχείων και τη συμμετρία πληροφόρησης. Πιο συγκεκριμένη χρήση της μεθόδου προεξόφλησης των ταμειακών ροών και του κόστους κεφαλαίου παίζει σημαντικό για τις νεοφυείς εταιρείες που αντιμετωπίζουν μεγαλύτερο βαθμό αβεβαιότητας όσον αφορά στα προϊόντα και υπηρεσίες τους και τα άυλα περιουσιακά τους στοιχεία. Επιπρόσθετα θα εξεταστεί ο ρόλος της καινοτομίας στην ανάπτυξη μια επιχείρησης και στις ευκαιρίες που τις δίνονται για εξωτερική χρηματοδότηση και ιδιαίτερα στις δυνατότητες λήψης κρατικής – ιδιωτικής επιχορήγησης. Σύμφωνα με έρευνα του Endeavour ο βαθμός καινοτομίας αποτελεί βασικό συστατικό για τη χρηματοδότηση και την προοπτική ανάπτυξης της επιχείρησης. Τέλος θα προσπαθήσουμε μέσω ερωτήσεων να διερευνήσουμε τους στόχους και τις βλέψεις των επιχειρηματιών για τα επόμενα στάδια εξέλιξης της επιχείρησής τους καθώς και τους παράγοντες που επιδρούν αρνητικά στην βιωσιμότητα της νεοφυούς επιχείρησης.

Στη τελευταία κατηγορία ερωτήσεων μελετώνται οι διάφορες πηγές χρηματοδότησης των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Όπως αναλύθηκε εκτενώς και παραπάνω η χρηματοδότηση μια

---

Νεοφυείς επιχειρήσεις

νεοφυούς εταιρείας αποτελεί ζωτικό κομμάτι για την επιβίωσή της. Αρχικά εξετάζεται κατά πόσο οι Ελληνικές επιχειρήσεις εκμεταλλεύονται κατάλληλα ευκαιρίες λήψης χρηματοδότησης μέσα από διαγωνισμούς, καθώς έχουν σημειωθεί βήματα προόδου όσον αφορά τέτοιες ενέργειες υποστήριξης και ανάδειξης της επιχειρηματικότητας και καινοτομίας. Τα τελευταία χρόνια πολλοί διεθνείς οργανισμοί όπως και εγχώρια χρηματοπιστωτικά ιδρύματα επιχορηγούν νεοφυείς επιχειρήσεις με καινοτόμο δράση σε επιλεγμένους κλάδους<sup>14</sup>. Στις επόμενες ερωτήσεις μελετάται εάν οι νέοι επιχειρηματίες στηρίζονται αρχικά σε δικά τους κεφάλαια όπως υπογραμμίζεται και από την υπάρχουσα βιβλιογραφία. Σύμφωνα με τις υπάρχουσες έρευνες οι προσωπικές αποταμιεύσεις του επιχειρηματία μαζί με τα χρήματα που συγκεντρώνει από την οικογένεια και τους φίλους του αποτελούν την κύρια πηγή αρχικής χρηματοδότησης. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε στις Η.Π.Α. έδειξε ότι το 31 % των μοντέλων χρηματοδότησης προέρχονται από ίδια κεφάλαια του επιχειρηματία. Το παραπάνω επιχείρημα έρχεται να ενισχύσει και έρευνα των Cole & Sokolyk, (2013) με δεδομένα από νεοφυείς επιχειρήσεις που εδρεύουν στις Η.Π.Α. για την περίοδο 2004-2009<sup>15</sup> η οποία καταλήγει ότι το 75% των start up επιχειρήσεων χρησιμοποιούν ως πηγή χρηματοδότησης ίδια κεφάλαια και πίστωση των συνεργατών της επιχείρησης. Τέλος ο Cassar (2004) επισημαίνει ότι μόνο το 20% των νέων επιχειρήσεων χρησιμοποιούν δανειακά κεφάλαια και ότι κατά τη διαδικασία σύστασης και έναρξης λειτουργίας οι ιδιοκτήτες χρησιμοποιούν προσωπικές τους αποταμιεύσεις. Έπειτα εξετάζουμε πόσες νεοφυείς επιχειρήσεις προσπάθησαν να αντλήσουν κεφαλαία από διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης, εκτός ιδίων κεφαλαίων, όπως επιχειρηματικά κεφάλαια, άγγελους επενδυτές, χρηματοδότηση από το πλήθος, δάνεια από τράπεζες, στενό φιλικό και οικογενειακό περιβάλλον, κρατικά προγράμματα επιχορήγησης). Μέσω των ερωτήσεων θέλουμε να εξετάσουμε σε τι βαθμό είναι ανεπτυγμένες και διαθέσιμες στην Ελλάδα οι εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης σε σύγκριση με αντίστοιχες πηγές που δρουν στο εξωτερικό εδώ και αρκετά χρόνια με επιτυχία, όπως ο θεσμός των business angels και του crowdfunding που έχει γίνει μια πολύτιμη εναλλακτική πηγή χρηματοδότησης για νεοφυείς επιχειρήσεις όπως είδαμε και στους πίνακες 2-1 έως 2-8.

Η σπουδαιότητα της αρχικής χρηματοδότησης για μια startup εταιρεία καθώς και η πηγή που αντλούνται τα αρχικά κεφάλαια είναι σύμφωνα με τη βιβλιογραφία βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν της αποδοτικότητα και εν γένει τη βιωσιμότητα της εταιρείας. Έρευνες έχουν δείξει ότι η συμμετοχή ισχυρών επενδυτικών κεφαλαίων (Venture Capital) στη κεφαλαιακή διάρθρωση της επιχείρησης συμβάλλουν καθοριστικά στην ανάπτυξη, τον ανταγωνισμό και στη συνεχή ροή κεφαλαίων σε όλο το κύκλο ζωής της επιχείρησης. Η υπάρχουσα βιβλιογραφία υπογραμμίζει ότι

---

<sup>14</sup> Πρόγραμμα Jeremie

<sup>15</sup> Τα δεδομένα ελήφθησαν από το ίδρυμα Kauffman

εταιρείες που χρησιμοποιούν επιχειρηματικά κεφάλαια αναπτύσσονται ταχύτερα από τους ανταγωνιστές τους.

Παράλληλα με τις διαθέσιμες πηγές χρηματοδότησης θα προσπαθήσουμε μέσω των απαντήσεων να μελετήσουμε και τη διαδικασία χρηματοδότησης. Οι επενδυτές προκειμένου να χρηματοδοτήσουν μία νεοφυή επιχείρηση έχουν συγκεκριμένες απαιτήσεις και κριτήρια τα οποία θα πρέπει να καλύψουν οι επιχειρηματίες προκειμένου να λάβουν τα κεφάλαιά τους. Τα προαπαιτούμενα και οι προϋποθέσεις που θέτουν συνήθως οι επενδυτές για την αξιολόγηση μιας αίτησης χρηματοδότησης είναι η υπάρχουσα οικονομική κατάσταση του επιχειρηματία, η εμπειρία του και το μορφωτικό επίπεδό του, οι προβλεπόμενες οικονομικές καταστάσεις, οι προσωπικές εγγυήσεις, η προεξόφληση των ταμειακών ροών, το επιχειρηματικό πλάνο και η ιδέα πίσω από την εταιρεία καθώς και το πόσο καινοτόμα είναι. Οι επενδυτές εξετάζουν το κατά πόσο η επιχείρηση μπορεί να επιτύχει μία βιώσιμη ανάπτυξη, αν η ομάδα διοίκησης έχει τα απαραίτητα προσόντα, αν υπάρχει σχέδιο εξόδου από την επιχείρηση, αν η απόδοση επί της επένδυσης αντισταθμίζει τον ρίσκο (κόστος κεφαλαίου) που αναλαμβάνουν. Την άποψη των επιχειρηματιών σχετικά με τη βαρύτητα που χαρακτηρίζει τα απαιτούμενα κριτήρια για τη λήψη θετικής αξιολόγησης και επίσης τις ενέργειες που προέβησαν καθώς και τις μεθόδους που χρησιμοποίησαν όσον αφορά στη χρηματοοικονομική ανάλυση για την υποβολή της αίτησής τους. Από την υπάρχουσα βιβλιογραφία μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα πως τα επενδυτικά κεφάλαια συνήθως δίνουν μεγάλη βαρύτητα στον επιχειρηματία και στα διοικητικά στελέχη, στο επιχειρηματικό πλάνο και στην ιδέα, η οποία πρέπει να χαρακτηρίζεται από καινοτομία για να μπορεί να προσδώσει στην αγορά λύση σε πρόβλημα που απασχολεί το κοινό, καθώς και στην ύπαρξη κατάλληλης δομής επένδυσης και προοπτική ρευστοποίησης.

Επίσης μέσα από τις ερωτήσεις θα προσπαθήσουμε να ερευνήσουμε και τα μελλοντικά σχέδια της επιχείρησης, κυρίως αυτών που έχουν φύγει από το αρχικό στάδιο και έχουν περάσει στη φάση της ανάπτυξης. Είναι σημαντικό να δούμε αν οι εταιρείες μετά το αρχικό στάδιο μελετούν πιθανότητας εξαγοράς, συγχώνευσης ή εισόδου στο χρηματιστήριο για μεγαλύτερη άντληση κεφαλαίων και ανάπτυξη. Ένα από τα χαρακτηριστικά των νεοφυών επιχειρήσεων αποτελεί το γεγονός ότι αποτελούν αντικείμενο εξαγορών, από μεγαλύτερους ομίλους, με υψηλές συνήθως αποτιμήσεις λόγω της φύσης του αντικειμένου τους και της ταχείας ανάπτυξής τους. Η τελική απόφαση για το αν τελικά οι επενδυτές θα χρηματοδοτήσουν την επιχείρηση επηρεάζεται σημαντικά από την προοπτική ρευστοποίησης. Ο Sherman (2005) στο βιβλίο του υπογραμμίζει ότι ένα σχέδιο εξόδου των επενδυτών καθώς και ο τρόπος που η προτεινόμενη επιχειρηματική

δραστηριότητα θα μπορέσει να επιστρέψει την επένδυση είναι ένα κρίσιμο ζήτημα που συγκεντρώνει το ενδιαφέρον των επενδυτών.

Τέλος θα προσπαθήσουμε να ερευνήσουμε τις δυσκολίες που συναντούν νέοι επιχειρηματίες και τα εμπόδια έναρξης μιας επιχείρησης. Σύμφωνα με στοιχεία του ΟΑΣΑ<sup>16</sup> η Ελλάδα βρίσκεται στις χαμηλότερες θέσεις σχετικά με την ευκολία ίδρυσης επιχείρησης, τις επαγγελματικές υπηρεσίες και την αλυσίδα διανομής προϊόντων. Σε αυτό το θέμα η άποψη των επιχειρηματιών στην Ελλάδα επί των κυριότερων εμποδίων που συναντούν στη προσπάθεια ανάπτυξης των εταιρειών τους θα αποτελέσει χρήσιμο εύρημα. Τόσο στη Μ. Βρετανία όσο και στη Γαλλία το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων του δικτύου επιχειρηματικών αγγέλων απάντησαν ότι το φορολογικό πλαίσιο αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες που επιδρούν στην λήψη απόφασης επένδυσης σε μία νεοφυή επιχείρηση. Επίσης η παροχή κινήτρων και η υποστήριξη νέων πηγών χρηματοδότησης όπως η χρηματοδότηση από το πλήθος, που είναι ευρέως διαδεδομένες στις Η.Π.Α. αλλά και σε άλλες χώρες της Ε.Ε. βοηθά την ίδρυση και ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων υψηλής ανάπτυξης. Στην επόμενη ενότητα καταγράφονται και αναλύονται τα αποτελέσματα των απαντήσεων που ελήφθησαν.

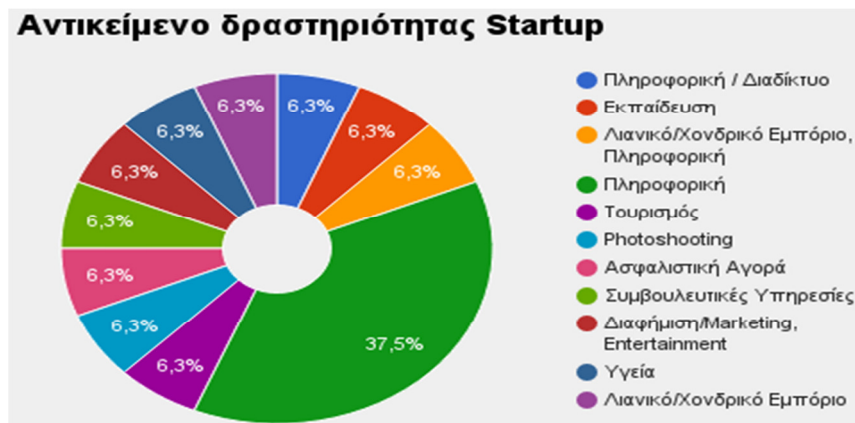
## 4.2. Ανάλυση Αποτελεσμάτων

Στο συγκεκριμένο μέρος θα περιγράψουμε τα αποτελέσματα της έρευνας που διεξήγαμε μέσω ερωτηματολογίων. Απαντήσεις στα ερωτηματολόγια μας δόθηκαν από 17 νεοφυείς επιχειρήσεις. Ο αριθμός των απαντήσεων είναι αρκετός για να βγάλουμε κάποια συμπεράσματα δυστυχώς όμως δεν είναι επαρκής για εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων και για διεξαγωγή στατιστικών αναλύσεων με τη χρήση παλινδρόμησης. Το ερωτηματολόγιό μας όπως αναφέρθηκε και παραπάνω περιλάμβανε 30 ερωτήσεις κλειστού τύπου για τη μείωση του χρόνου ολοκλήρωσης του από τους επιχειρηματίες και για την εύκολη επεξεργασία των αποτελεσμάτων αφού υπάρχει μία ομοιογένεια στις απαντήσεις.

---

<sup>16</sup> (ΟΑΣΑ, 2014)

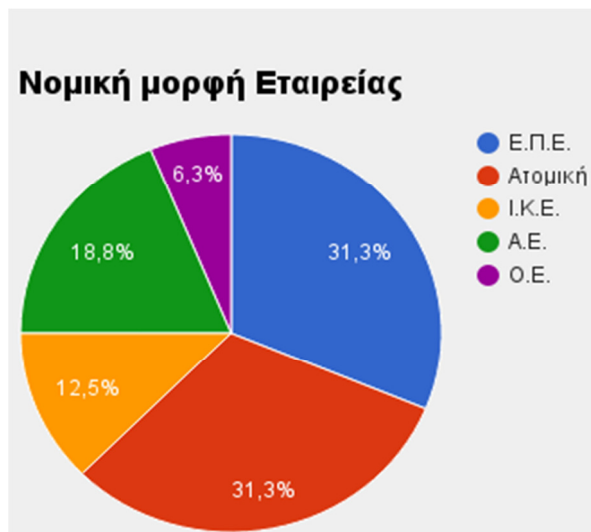
#### Διάγραμμα 4-1 Αντικείμενο Δραστηριότητας



Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 4-1 οι πλειοψηφία των νεοφυών επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιό μας δραστηριοποιούνται στον κλάδο της πληροφορικής κάτι που έρχεται σε συμφωνία με τα συμπεράσματα της υπάρχουσας βιβλιογραφίας και με τα αποτελέσματα της έρευνας από τον η κερδοσκοπικό οργανισμό Endeavour Greece που έδειξαν ότι το 50% των startup είναι εταιρείες τεχνολογίας και έπονται οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον χρηματοοικονομικό κλάδο, τα αγροτικά προϊόντα, τον τουρισμό, την εκπαίδευση και τη ψυχαγωγία (Endeavor\_Greece, 2015). Το παραπάνω είναι απολύτως λογικό αν προσθέσουμε και ότι τα περισσότερα επιδοτούμενα προγράμματα ΕΣΠΑ που δόθηκαν σε νέες επιχειρήσεις στην Ελλάδα αφορούσαν την καινοτομία η οποία τις περισσότερες φορές συνδέεται με τον κλάδο της πληροφορικής - τεχνολογίας. Από εκεί και πέρα οι υπόλοιπες εταιρείες κατανέμονται ισομερώς στους κλάδους που φαίνονται στο διάγραμμα χωρίς κάποιος τομέας να κερδίζει τη δεύτερη θέση. Είναι εντυπωσιακό ότι ο τομέας του τουρισμού δεν έχει προβάδισμα έναντι των υπολοίπων κάτι το οποίο μπορεί να ερμηνευθεί ως σφάλμα του δείγματος μας αφού στην Ελλάδα ο συγκεκριμένος κλάδος γνωρίζει ιδιαίτερη άνθηση και πολλές νεοφυείς επιχειρήσεις προσπαθούν μέσω νέων και καινοτόμων λύσεων να πάρουν ένα μέρος της πίτας. Οι περισσότερες εταιρείες που έλαβαν μέρος στην έρευνά μας (75,1%) έχουν 1-5 χρόνια λειτουργίας που είναι και η πιο δύσκολη χρονικά περίοδος για μια καινούρια εταιρεία, ιδιαίτερα τα τρία πρώτα χρόνια.

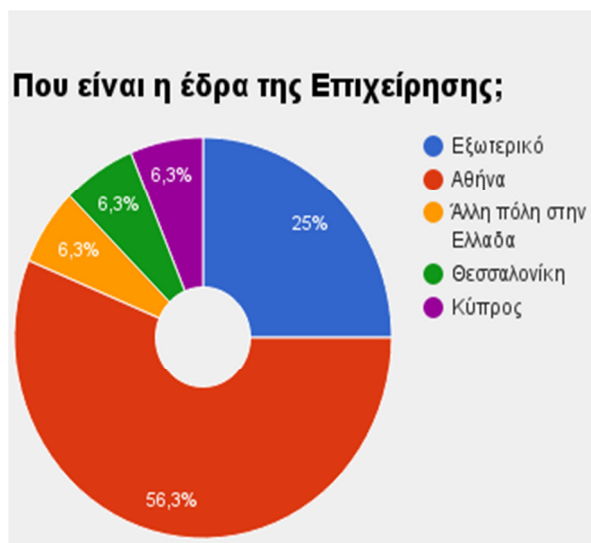


Διάγραμμα 4-2 Νομική Μορφή Εταιρείας



Στην ερώτηση σχετικά με τη νομική μορφή της εταιρείας οι περισσότερες εταιρείες ήταν ατομικές επιχειρήσεις και Ε.Π.Ε. και σε μικρότερο ποσοστό Ι.Κ.Ε. και Α.Ε. Αυτό θα πρέπει να προβληματίσει τους θεσμικούς παράγοντες της Ελλάδας καθώς τα επενδυτικά κεφάλαια όπως αναφέραμε και παραπάνω προτιμούν να επενδύσουν σε κεφαλαιουχικές εταιρείες. Συγκεκριμένα αξίζει να αναφέρουμε ξανά ότι σύμφωνα με τους Freedman & Godwin (1995) η σύσταση νομικής μορφής οδηγεί σε μεγαλύτερη χρήση τραπεζικής χρηματοδότησης. Ένας λόγος που πολλοί επιχειρηματίες προτιμούν την ατομική επιχείρηση είναι εύκολη διαδικασία ίδρυσης και το μικρό λογιστικό κόστος αφού έχουν βιβλία εσόδων – εξόδων. Στο μέλλον ελπίζουμε ότι οι περισσότερες νεοϊδρυθείσες εταιρείες θα έχουν νομική μορφή Ι.Κ.Ε. ο νέος τύπος επιχείρησης που προσφέρει ευκολίες στην ίδρυση και στο ελάχιστο αρχικό κεφάλαιο.

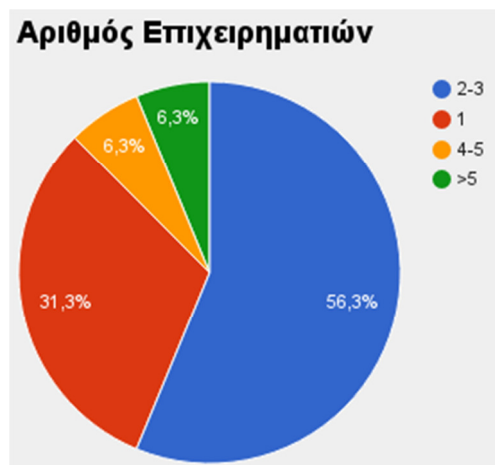
Διάγραμμα 4-3 Έδρα της Εταιρείας





Αναφορικά με την έδρα της επιχείρησης οι περισσότερες νεοφυείς εταιρείες εδρεύουν στην Αθήνα σε ποσοστό 56,3% και στη δεύτερη θέση έρχεται το εξωτερικό με 25%. Τα ποσοστά αυτά είναι απολύτως εύλογα αφού η Αθήνα ως η μητρόπολη των επιχειρήσεων συγκεντρώνει τα περισσότερα επενδυτικά κεφάλαια και τους οργανισμούς. Αυτός ο συγκεντρωτισμός των επιχειρήσεων θα πρέπει να προβληματίσει τους υπεύθυνους αλλά πολύ περισσότερο θα πρέπει να τους ανησυχήσει το γεγονός ότι περισσότερες νέες επιχειρήσεις επιλέγουν να μην έχουν ως έδρα τους την Ελλάδα. Σε αυτή την πολύ δύσκολη περίοδο της χώρας μας οι ιθύνοντες θα πρέπει να λάβουν όλα εκείνα τα απαραίτητα μέτρα για να κρατήσουν και να επαναπατρίσουν όλες εκείνες τις επιχειρήσεις που μπορούν να προσφέρουν φορολογικά έσοδα και προστιθέμενη αξία στην οικονομία της χώρας. Ενδεικτικό είναι ότι τα τελευταία χρόνια περισσότερες από 13.000 επιχειρήσεις έχουν επιλέξει ως έδρα τους την Βουλγαρία.

#### Διάγραμμα 4-4 Αριθμός Επιχειρηματιών

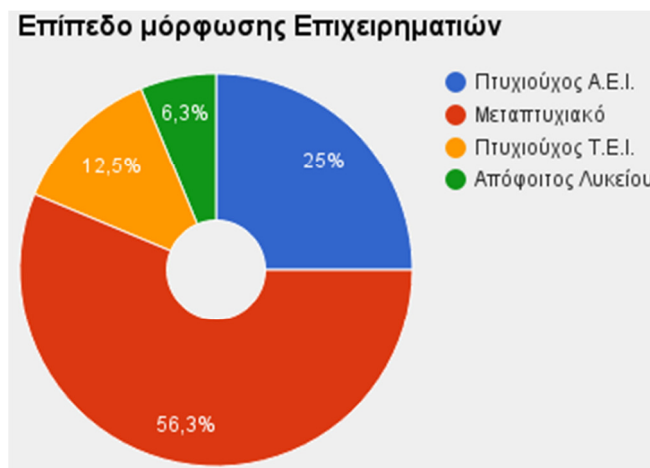


Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου στις περισσότερες επιχειρήσεις (56,3%) συμμετέχουν δύο με τρεις επιχειρηματίες ενώ σε 31,3% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα ιδιοκτήτης είναι ένα μόνο άτομο. Αυτό έρχεται σε συνδυασμό ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις είναι ατομικής μορφής. Το να υπάρχουν στο επενδυτικό σχήμα περισσότεροι από τρία άτομα έχει το πλεονέκτημα του μεγαλύτερου αρχικού κεφαλαίου από την άλλη πλευρά όμως δημιουργεί πολλά προβλήματα στο μέλλον αναφορικά με τη διοίκηση και την οργάνωση της εταιρείας.

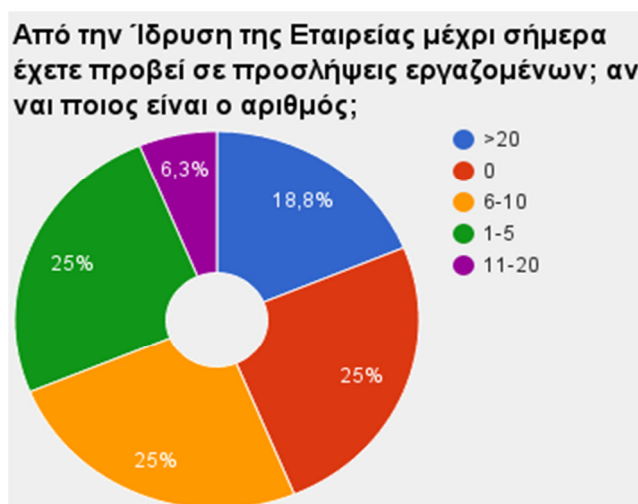
Η μέση ηλικία των περισσότερων επιχειρηματιών είναι μεταξύ 30-40 ετών σε ποσοστό 50% και δεύτερη ηλικιακή κατηγορία σε ποσοστό 31,3% είναι 24-30 ετών. Τα συμπεράσματά μας έρχονται σε πλήρη συμφωνία με εκείνα του Walter (2014) ο οποίος βρήκε στην έρευνά του ότι οι περισσότεροι ιδρυτές επιχειρήσεων της silicon Valley είναι μεταξύ 20-24 και 30-34 σε ποσοστό 25% , 25-29 σε ποσοστό 20% και οι ηλικιακές ομάδες 35-39 και 40-44 σε ποσοστό 10%.

Το επίπεδος μόρφωσης όπως είδαμε και στο βιβλιογραφικό κομμάτι της εργασίας παίζει πολύ σημαντικό ρόλο και είναι μέσο ένδειξης καλύτερου ανθρώπινου κεφαλαίου (Storey, 1994). Τα αποτελέσματά μας επιβεβαιώνουν προηγούμενες έρευνες αφού το 56,3% κατέχει μεταπτυχιακό τίτλο και το 25% των ιδρυτών είναι κάτοχοι πτυχίου πανεπιστημίου. Μόνο το 6,3% έχει τη βασική εκπαίδευση. Η τελευταία ερώτηση σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία είναι αν η ιδρυτές είχαν σχετική επαγγελματική εμπειρία πριν την ενασχόλησή τους με την επιχείρηση. Στις απαντήσεις που μας δόθηκαν το 68,8% των επιχειρηματιών είχαν εμπειρία ενώ το 31,3% δεν είχαν. Το οποίο όπως θα δούμε και στη συνέχεια παίζει σημαντικό ρόλο στην άντληση κεφαλαίων από την αγορά και στην μετέπειτα πορεία της επιχείρησης όπως έδειξαν και οι Kotha & George (2012) στην έρευνά τους.

#### Διάγραμμα 4-5 Επίπεδο Μόρφωσης Επιχειρηματιών



#### Διάγραμμα 4-6 Προσλήψεις εργαζομένων



Όπως βλέπουμε και στο παραπάνω διάγραμμα 4-6 το 75% των εταιρειών απασχολούν και επιπλέον προσωπικό πέρα από τους ιδιοκτήτες το οποίο είναι πολύ θετικό για την οικονομία μιας χώρας

---

Νεοφυείς επιχειρήσεις

αφού μειώνει τα ποσοστά ανεργίας τα οποία στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια είναι ιδιαίτερα υψηλά (26,5% το 2014).

Σχετικά με τα απαραίτητα εργαλεία για τη σύσταση της εταιρείας, τη λειτουργία και τη λήψη χρηματοδότησης το 70,6% δημιούργησε ένα business plan, το 47,1% marketing plan και το 35,3% πρόβλεψη χρηματοοικονομικών μεγεθών. Μόνο το 5,9% δε χρησιμοποίησε κανένα από τα παραπάνω μέσα. Από όσους επιχειρηματίες χρησιμοποίησαν την πρόβλεψη χρηματοοικονομικών μεγεθών το 57,1% δημιούργησαν την κατάσταση ταμειακών ροών και απόδοση επένδυσης και το 36,7% ισολογισμό και αποτελέσματα χρήσης. Την σημαντικότητα των παραπάνω έχουμε αναδείξει και στο κεφάλαιο του business plan όπου για τη δική μας νεοφυή επιχείρηση έχουμε χρησιμοποιήσει όλα τα παραπάνω.

**Πίνακας 4-1 Για τη σύσταση και τη λειτουργία της επιχείρησής τι από τα παρακάτω καταρτίσατε;**

<b>Business Plan</b>	<b>12</b>	<b>70.6%</b>
<b>Marketing Plan</b>	<b>8</b>	<b>47.1%</b>
<b>Πρόβλεψη Χρηματοοικονομικών μεγεθών</b>	<b>6</b>	<b>35.3%</b>
<b>Πρόχειρους/άτυπους υπολογισμούς βασικών</b>	<b>8</b>	<b>47.1%</b>
<b>Κανένα από τα παραπάνω</b>	<b>1</b>	<b>5.9%</b>

**Πίνακας 4-2 Για την καθημερινή λειτουργία της επιχείρησής σας, ποιο από τα παρακάτω συστήματα χρησιμοποιείτε;**

<b>Απλή εφαρμογή Εμπορολογιστική</b>	<b>5</b>	<b>31,3%</b>
<b>ERP</b>	<b>5</b>	<b>31,3%</b>
<b>CRM</b>	<b>11</b>	<b>68,8%</b>
<b>Business Intelligence Software</b>	<b>3</b>	<b>18,8%</b>
<b>Άλλο</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>

Για την καθημερινή λειτουργία της επιχείρησής οι περισσότερες επιχειρήσεις (31,3%) χρησιμοποιούν εφαρμογή εμπορολογιστικής ενώ ίδιο είναι και το ποσοστό των startup επιχειρήσεων που έχουν εφαρμογή ERP για τις καθημερινές λειτουργίες της επιχείρησής τους κάτι που είναι σημαντικό αν αναλογιστούμε το μεγάλο κόστος εγκατάστασης - παραμετροποίησης και συντήρησης τέτοιων εφαρμογών. Μικρότερο ποσοστό των startup χρησιμοποιεί και πρόγραμμα Business Intelligence αφού αν δεν ενσωματώνεται στο ERP πρόγραμμα είναι αρκετά εξειδικευμένο

για μικρές επιχειρήσεις. Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί ένα σύστημα διαχείρισης σχέσεων με πελάτες (CRM<sup>17</sup>) που έχει χαμηλότερο κόστος και εξυπηρετεί πολύ για παρακολούθηση του πελατολογίου και των καθημερινών εργασιών της εταιρείας από άποψη πωλήσεων. Τα παραπάνω δείχνουν ότι οι καινούριες επιχειρήσεις που διοικούνται από νέους επιχειρηματίες με υψηλό επίπεδο μόρφωσης χρησιμοποιούν καινοτόμες εφαρμογές για τις καθημερινές εργασίες της εταιρείας. Το ίδιο συμβαίνει όπως φαίνεται και στον πίνακα 4-3 και με τα συστήματα πληρωμών που χρησιμοποιούν οι νεοφυείς επιχειρήσεις αφού όπως παρατηρούμε οι περισσότερες πλέον είναι εξοικειωμένες με τα ηλεκτρονικά συστήματα πληρωμών και με το e-banking. Θα ήταν ενδιαφέρον να παρατηρούσαμε και την μεταβολή σε αυτό το ποσοστό μετά την επιβολή κεφαλαιακών περιορισμών από τον Ιούλιο και μετά όπου πολλές επιχειρήσεις αναγκάστηκαν να προσαρμοστούν σε αυτά τα συστήματα και να μειώσουν τις συναλλαγές τους σε μετρητά.

**Πίνακας 4-3 Για την καθημερινή λειτουργία της επιχείρησής σας, ποιο από τα παρακάτω συστήματα χρησιμοποιείτε;**

e-banking	9	52,9%
Συστήματα τύπου paypal-viva wallet	8	47,1%
Συστήματα διαδικτυακών πληρωμών μέσω τράπεζας	3	17,6%
Όλα τα παραπάνω	3	17,6%
Άλλο	1	5,9%

Σχετικά με τις μεθόδους διαφήμισης τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καταλαμβάνουν την πρώτη θέση με 88,2% , στη δεύτερη θέση έρχεται το εταιρικό site με 70,6% και στη τρίτη θέση η διαφήμιση μέσω αποστολής μαζικών e-mail. Και στο θέμα της διαφήμισης οι νέες επιχειρήσεις έχουν διακρίνονται από νεοτερισμό. Στη τελευταία θέση των προτιμήσεων έρχονται οι παραδοσιακές μέθοδοι διαφήμισης όπως η διανομή φυλλαδίων με 17,6% και οι διαφημίσεις στη τηλεόραση και στο ραδιόφωνο με 11,8%. Όπως είδαμε και κατά τη κατασκευή του δικού μας marketing plan πλέον οι εταιρείες στρέφονται στο διαδίκτυο για να διαφημίσουν τις υπηρεσίες τους και τα προϊόντα τους αφού έχουν μαζική ενημέρωση με μικρό κόστος σε σχέση με τις παραδοσιακές μορφές.

**Πίνακας 4-4 Ποιες από τις παρακάτω μεθόδους διαφήμισης χρησιμοποιείτε;**

E-mail	11	64,7%
Απευθείας διαφήμιση	6	35,3%
Κοινωνικά μέσα δικτύωσης	15	88,2%

<sup>17</sup> Customer Relationship management

Internet (Google)	10	58,8%
Εταιρικό site	12	70,6%
Εμπορικές διαφημίσεις (Τηλεόραση - Ραδιόφωνο)	2	11,8%
Μέσω τηλεφώνου	5	29,4%
Διαφημιστικά Φυλλάδια	3	17,6%
Μέσω Χορηγιών	5	29,4%

Όσον αφορά την ερώτηση σχετικά με τα πλάνα τους για τα επόμενα χρόνια που δείχνει και το πώς βλέπουν οι επιχειρηματίες την αγορά οι πλειονότητα των ιδιοκτητών απάντησε ότι προσβλέπουν στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών (88,2%) και στην επέκταση τους σε νέες αγορές (58,8%) το οποίο είναι εύλογο αν αναλογιστούμε ότι οι περισσότερες νέες εταιρείες προσπαθούν να αναπτύξουν νέα προϊόντα και να επεκταθούν σε νέες αγορές για να μπορέσουν να κρατηθούν στην αγορά για πολλά χρόνια. Η επέκταση σε νέες αγορές είναι αναγκαίο επίσης τη συγκεκριμένη περίοδο κατά την οποία η κατανάλωση στη χώρα μας δεν μπορεί να στηρίξει επαρκώς πολλές επιχειρήσεις. επίσης ένα τέτοιο γεγονός θα βοηθήσει σημαντικά και το βαθμό εξωστρέφειας της Ελληνικής οικονομίας.

#### Πίνακας 4-5 Ποια είναι τα πλάνα σας για τα επόμενα τρία χρόνια;

Αύξηση παραγωγής	1	5,9%
Ανάπτυξη νέων προϊόντων / υπηρεσιών	15	88,2%
Επέκταση σε νέες αγορές	10	58,8%
Άνοιγμα υποκαταστημάτων σε άλλες περιοχές	1	5,9%
Εξαγορές - Συγχωνεύσεις	2	11,8%

#### Διάγραμμα 4-7 Καινοτομία προϊόντων – υπηρεσιών

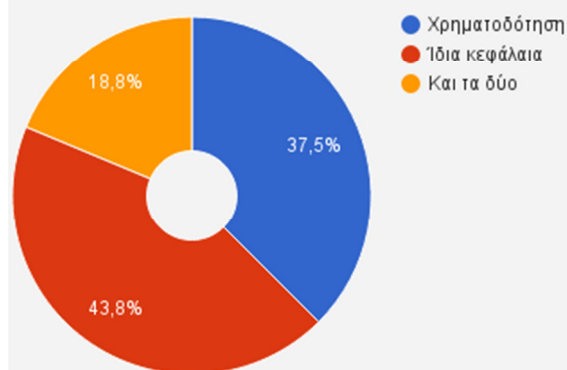


Σχετικά με την καινοτομία των προϊόντων και υπηρεσιών των νεοφυών επιχειρήσεων όλες χαρακτηρίζονται από κάποιο βαθμό καινοτομίας και το 87,5% με μεσαίου και υψηλού βαθμού. Τα αποτελέσματα αυτά επιβεβαιώνουν τον ορισμό της νεοφυούς επιχείρησης των τελευταίων δεκαετιών που ένα βασικό χαρακτηριστικό τους είναι ο βαθμός καινοτομίας που προσφέρουν στα προϊόντα τους και στις υπηρεσίες τους. Σχετικά με την εξωστρέφεια των προϊόντων το 11,8% των εταιρειών που έλαβαν μέρος στην έρευνά μας απάντησαν ότι απευθύνονται αποκλειστικά σε χώρες του εξωτερικού, το 58,8% και στο εξωτερικό και στην Ελλάδα και το 29,4% μόνο στην Ελλάδα. Αυτός είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει πολύ το ισοζύγιο εμπορικών συναλλαγών της χώρας και θα πρέπει στο μέλλον τα επενδυτικά προγράμματα που χρηματοδοτεί το κράτος εκτός από τον περιορισμό της καινοτομίας να επιβάλλει και το περιορισμό της εξωστρέφειας στις εταιρείες που επιθυμούν να λάβουν επιχορήγηση.

Στο ερώτημα για το ποιοι παράγοντες είναι πολύ σημαντικοί για την πορεία μιας νεοφυούς επιχείρησης τα πρωτεία καταλαμβάνει το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό με ποσοστό 76,5%, έπεται το προϊόν/υπηρεσία με (70,6%), στην τρίτη θέση έρχεται το business plan με 64,7% και στην τέταρτη η πηγή χρηματοδότησης με 52,9%. Τις τελευταίες θέσεις καταλαμβάνουν η κατάλληλη αγορά και η κατάλληλη χρονική στιγμή.

#### Διάγραμμα 4-8 Βασίζεστε μόνο σε ίδια κεφάλαια ή έχετε λάβει και κάποια χρηματοδότηση;

**Βασίζεστε μόνο σε ίδια κεφάλαια ή έχετε λάβει και κάποια χρηματοδότηση;**



Όπως βλέπουμε στο διάγραμμα 4-8 οι περισσότεροι επιχειρηματίες βασίστηκαν στα ίδια κεφάλαια για την υλοποίηση της επιχειρηματικής τους ιδέας πολύ κοντά όμως βρίσκεται το ποσοστό των επιχειρηματιών που στηρίχτηκαν σε εξωτερική χρηματοδότηση το οποίο δείχνει την τάση πολλών επιχειρήσεων πλέον να αναζητούν εναλλακτικούς τρόπους χρηματοδότησης όπως επενδυτικά κεφάλαια, χρηματοδότηση από το πλήθος και αγγέλους επενδυτές. Το παραπάνω εύρημα είναι πολύ ενθαρρυντικό και δείχνει τη δυναμική που μπορεί να έχουν οι εναλλακτικές μέθοδοι χρηματοδότησης που στην Ελλάδα βρίσκονται σε χαμηλό επίπεδο σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο όπως περιγράψαμε και στο κεφάλαιο σχετικά με την χρηματοδότηση νεοφυών επιχειρήσεων. Ο παρακάτω πίνακας μας δείχνει τους τρόπους χρηματοδότης που χρησιμοποίησαν οι εταιρείες που συμμετείχαν στην έρευνά μας.

**Πίνακας 4-6 Πηγές Χρηματοδότησης;**

Ίδια κεφάλαια	10	62,50%
Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels)	5	31,30%
Επιχειρηματικά κεφάλαια (Venture Capitals)	5	31,30%
Συγγενείς και φίλοι	4	25,00%
Προγράμματα επιχορηγήσεων	2	12,50%
Crowd funding	1	6,30%
Στρατηγικός επενδυτής	1	6,30%
Χρηματικό βραβείο σε διαγωνισμό	1	6,30%

Σχετικά με το ύψος χρηματοδότησης 60% των επιχειρήσεων έλαβαν ποσό μεγαλύτερο των 100.000 ευρώ το οποίο είναι εντυπωσιακό αν σημειώσουμε και πάλι ότι στην Ελλάδα οι εναλλακτικές μέθοδοι χρηματοδότησης δεν γνωρίζουν ακόμα μεγάλη άνθηση και δημοτικότητα.

**Πίνακας 4-7 Τι ήταν ποιο απαραίτητο για την αξιολόγηση της αίτησής σας για χρηματοδότηση;**

<b>Business Plan</b>	<b>7</b>	<b>77,8%</b>
<b>Βιογραφικά Ιδιοκτητών</b>	<b>5</b>	<b>55,6%</b>
<b>Marketing Plan</b>	<b>4</b>	<b>44,4%</b>
<b>Χρηματοοικονομικές Καταστάσεις</b>	<b>2</b>	<b>22,2%</b>

Όπως φαίνεται και στον παραπάνω πίνακα το πιο βασικό εργαλείο για την αξιολόγηση της εταιρείας από τους επενδυτές και τις τράπεζες αποτελεί το business plan. Τη σπουδαιότητά του αναλύσαμε στο θεωρητικό κομμάτι της εργασίας μας και τώρα επιβεβαιώνεται και από τα αποτελέσματα της έρευνάς μας. Σχεδόν το 80% των επιχειρηματιών που έλαβαν χρηματοδότηση απάντησαν ότι το business plan ήταν το απολύτως απαραίτητο. Όπως επισημαίνουν στο άρθρο τους οι Mason & Stark (2004) οι δυνητικοί επενδυτές το πρώτο πράγμα που θα μελετήσουν σαν πρώτο βήμα για την λήψη της απόφασης επένδυσης είναι το επιχειρηματικό πλάνο της νεοφυούς εταιρείας. Δεύτερο στη κατάξη έρχεται το βιογραφικό των ιδιοκτητών το οποίο θα δώσει πληροφορίες σχετικά με την εμπειρία των ιδιοκτητών, την εκπαίδευση και τις σπουδές τους. Τρίτο έρχεται το marketing plan και τελευταίο οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις.

Όσοι επιχειρηματίες έκαναν αίτηση για χρηματοδότηση απάντησαν ότι για την χρηματοοικονομική ανάλυση του επιχειρηματικού πλάνου τους χρησιμοποίησαν με σειρά κατάξης τις παρακάτω μεθόδους που φαίνονται στον πίνακα 4-8.

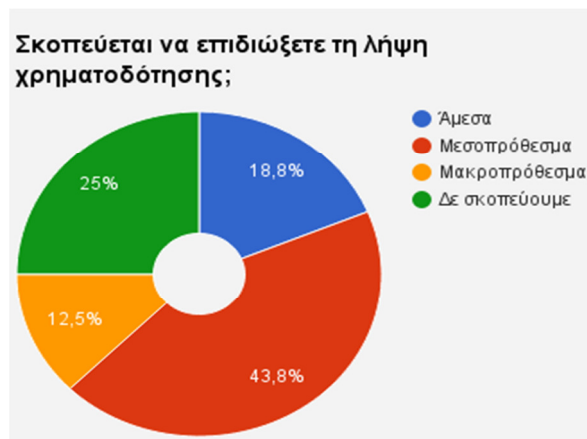
**Πίνακας 4-8 Για την αίτηση χρηματοδότησης που υποβάλλατε ποιες από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιήσατε, όσον αφορά τη χρηματοοικονομική ανάλυση;**

<b>Προϋπολογιστικός ισολογισμός και αποτελέσματα χρήσης</b>	<b>44,4%</b>
<b>Απόδοση επένδυσης</b>	<b>44,4%</b>
<b>Καθαρά παρούσα αξία</b>	<b>33,3%</b>
<b>Ταμειακές ροές</b>	<b>33,3%</b>
<b>Ανάλυση νεκρού σημείου</b>	<b>33,3%</b>

Όπως παρατηρούμε σχεδόν όλες οι μέθοδοι είναι απαραίτητες χωρίς κάποια να ξεχωρίζει. Συνεπώς καλό θα είναι ένα άρτιο καταρτισμένο επιχειρηματικό πλάνο να περιλαμβάνει όσες περισσότερες μεθόδους γίνεται.



#### Διάγραμμα 4-9 Σκοπεύετε να επιδιώξετε τη λήψη χρηματοδότησης;



Στην ερώτηση αν σκοπεύουν οι startup επιχειρήσεις να επιδιώξουν τη λήψη χρηματοδότησης όπως φαίνεται ξεκάθαρα στο διάγραμμα 4-9 οι περισσότερες επιθυμούν. Αυτό θα είναι μία πρόκληση για νέες επιχειρήσεις αφού ο τραπεζικός τομέας στην Ελλάδα τη παρούσα φάση δεν μπορεί να στηρίξει τις αναπτυξιακές προσδοκίες των επιχειρήσεων οπότε αυτές ή θα πρέπει να αναζητήσουν χρηματοδότηση σε κάποιον από τους εναλλακτικούς τρόπους που αναπτύξαμε προηγουμένως. Το παραπάνω αποτελεί και μία αιτιολογία στο γεγονός ότι πολλές startup αναζητούν να αλλάξουν την έδρα τους και να φύγουν από την Ελλάδα αφού στο εξωτερικό η λήψη χρηματοδότησης είναι πιο εύκολη.

Τέλος στην ερώτηση για ποια πιστεύουν ότι είναι τα κυριότερα εμπόδια στην Ελλάδα για την ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων πρώτα έρχεται το ασταθές οικονομικό περιβάλλον με ποσοστό 82%, στη συνέχεια η υψηλή γραφειοκρατία και η υψηλή φορολογία με 64%, το ασταθές πολιτικό περιβάλλον με 53% και έπονται με μικρότερα ποσοστά η έλλειψη υποδομών και η ελλιπής χρηματοδότηση με 47% και 35% αντίστοιχα. Τα περισσότερα από τα παραπάνω αποτελούν χρόνια προβλήματα της χώρας μας που ακόμα και σε μια τέτοια περίοδο μεγάλης ύφεσης δεν έχουμε καταφέρει να τα υπερκεράσουμε.

## 5. Επίλογος

Πριν από μερικές δεκαετίες ελάχιστοι είχαν ακούσει τον όρο νεοφυή επιχείρησης. Πλέον ίσως αποτελεί, ακόμα και στην χώρα μας, την πιο γνωστή μορφή του θεσμού της εταιρείας. Νέες

δυναμικές επιχειρήσεις με βασικό γνώρισμά τους την καινοτομία που αρχικά δραστηριοποιούνταν στο κλάδο της τεχνολογίας ενώ τα τελευταία χρόνια έχουν επεκταθεί και σε άλλους τομείς όπως της προστασίας του περιβάλλοντος, της υγείας, της βιοτεχνολογίας, των χρηματοοικονομικών και της ψυχαγωγίας.

Στην χώρα μας παρά την καθυστέρηση τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μία προσπάθεια ανάπτυξης τέτοιων μορφών επιχείρησης καθώς και άλλων οργανισμών που στηρίζουν το παραπάνω εγχείρημα. Αδιαμφισβήτητα θα πρέπει να γίνουν και κεντρικές προσπάθειες προς αυτό το τομέα από θεσμούς τις κυβέρνησης για να μπορέσει η εγχώρια επιχειρηματικότητα να ανταγωνιστεί επιχειρήσεις άλλων χωρών που λειτουργούν σε ευνοϊκότερο περιβάλλον. Αυτό φάνηκε και από την έρευνα που διεξήγαμε αφού οι περισσότεροι ιδιοκτήτες νεοφυών επιχειρήσεων υπογράμμισαν ότι η γραφειοκρατία, το ασταθές πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον μαζί με την υψηλή φορολογία αποτελούν τροχοπέδη στις νέες επενδύσεις. Συνεπώς αν θέλουμε να φύγουμε από τις τελευταίες θέσεις στην κατάταξη των αναπτυσσόμενων χωρών σχετικά με το επιχειρηματικό περιβάλλον και τις υποδομές που προσφέρουμε θα πρέπει να καταβληθεί μία συντονισμένη προσπάθεια από την πλευρά της κυβέρνησης και των θεσμών. Σίγουρα η ανάπτυξη επιχειρηματικής κουλτούρας δεν είναι κάτι εύκολο ούτε πραγματοποιείται σε σύντομο χρονικό διάστημα αλλά η προσπάθεια θα πρέπει να ενταθεί άμεσα.

Σε μια εποχή που η ανεργία έχει εκτοξευθεί σε επίπεδα σχεδόν μη διαχωρίσιμα και η ύφεση βυθίζει την Ελληνική οικονομία για έβδομη συνεχόμενη χρονιά θα πρέπει στο σχέδιο εξόδου από την κρίση να περιλαμβάνονται και προγράμματα ενίσχυσης νεανικής επιχειρηματικότητα και στήριξης καινοτόμων νεοφυών επιχειρήσεων. Σύμφωνα με άρθρο των Haltiwanger και άλλων (2010) στην ερώτηση ποιος δημιουργεί θέσεις εργασίας η απάντηση είναι οι νέες και νεοφυείς επιχειρήσεις.

Η πτυχιακή μας εργασία ανέπτυξε αναλυτικά το ζήτημα των νεοφυών επιχειρήσεων αναφορικά με τις δυνατότητες χρηματοδότησης, το κόστος κεφαλαίου και το σημαντικό ρόλο που εκείνο παίζει για τη λήψη αποφάσεων των επενδυτών και της διοίκησης της επιχείρησης, τα στάδια της επιχείρησης καθώς επίσης και τα εργαλεία που θα πρέπει να χρησιμοποιήσει ένας δυνητικός επιχειρηματίας για να προσελκύσει επενδυτές. Στο τρίτο μέρος της εργασίας μας αναπτύξαμε ένα πρότυπο επιχειρηματικό πλάνο για μία υποθετική νεοφυή επιχείρηση περιγράφοντας τις βασικές παραμέτρους που απασχολούν ένα νέο επιχειρηματία. Τέλος τα στοιχεία που προκύπτουν από το εμπειρικό κομμάτι της εργασίας μας έδειξαν ότι όπως και στις άλλες χώρες έτσι και στην Ελλάδα οι νέοι επιχειρηματίες είναι άρτια καταρτισμένοι, οι περισσότεροι έχουν προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία και σε αρχικό στάδιο βασίζονται σε ίδια κεφάλαια σαν χρηματοδότηση σποράς. Οι περισσότερες επιχειρήσεις βασίζονται στην καινοτομία και στην εξωστρέφεια και τα επόμενα

χρόνια θα προσπαθήσουν να αναπτυχθούν σε νέες αγορές . Τέλος επισημάνθηκε σε ακόμα μία έρευνα το γραφειοκρατικό πρόβλημα και το ασταθές πολιτικοοικονομικό περιβάλλον που υπάρχει στην Ελλάδα.

## Βιβλιογραφία

- Agrawal, L., Catalini, C. & Goldfarb, A., 2011. The geography of crowdfunding. *NBER Working Paper*, pp. 1-61.
- Åstebro, T. & Bernhardt, I., 2003. Start-up financing, owner characteristics, and survival. *Journal of Economics and Business*, pp. 303-319.
- Baker, M. & Wurgler, J., 2002. Market timing and capital structure. *Journal of Finance*, pp. 1-32.
- Beck, T., Kunt, D. A. & Maksimovic, V., 2008. Financing patterns around the world: Are small firms different?. *Journal of Financial Economics*, p. 467–487.
- Belleflamme, P., Lambert, T. & Schwienbacher, A., 2014. Crowdfunding: Tapping the Right Crowd. *Journal of Business Venturing*, p. 585–609.
- Berger, A. N. & Udell, G. F., 1998. The economics of small business finance: the roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking & Finance*, p. 613–673.
- Berger, A. & Udell, G. F., 2002. Small business credit availability and relationship lending: The importance of bank organizational structure. *The Economic Journal*, pp. 1-36.
- Boot, A. W., 1999. Relationship Banking: What Do We Know?. *Journal of Financial Intermediation*, p. 7–25.
- Brealey, R. A. & Stewart, S. m., 2003. *Principals of Corporate Finance*. 7η επιμ. New York: McGraw Hill.
- Brown, M., Degryse, H., Höwer, D. & Penas, M., 2012. How do banks screen innovative firms? Evidence from start-up panel data. *Centre for European Economic Research, Discussion Paper No. 12-032*, pp. 1-32.
- Cabral, L., 2012. Reputation on the Internet. Στο: *The Oxford Handbook of the Digital Economy*. New York: Oxford University Press.
- Calopa, M., Horvat, J. & Lalic, M., 2014. Analysis Of Financing Sources For Start-Up Companies. *Management*, pp. 19-44.
- Čalopa, M., Horvat, J. & Lalić, M., 2014. ANALYSIS OF FINANCING SOURCES FOR START-UP COMPANIES. *Management*, pp. 19-44.
- Cassar, G., 2009. *Financial statement and projection preparation in start-up venture*. s.l.:The accounting review, Vol.84 pp.27-51.
- Cassar, G., 2004. The financing of business start-ups. *Journal of Business Venturing*, p. 261–283.
- Chavis, W. L., Klapper, F. L. & Love, I., 2011. The Impact of the Business Environment on Young Firm Financing. *The world bank economic review*, p. 486–507.
- Cole, A. & Sokolyk, T., 2013. *How Do Start-Up Firms Finance Their Assets? Evidence from the Kauffman Firm Surveys*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://ssrn.com/abstract=2028176>

[Πρόσβαση 25 08 2015].

Coleman, S., 2000. Access to capital and terms of credit: a comparison of men- and women-owned small businesses. *Journal of Small Business Management*, pp. 37-52.

Coleman, S. & Cohn, R., 2000. Small firms' use of financial leverage: evidence from the 1993 national survey of small business finances. *Journal of Business and Entrepreneurship*, pp. 81-98.

Connect Sweden, n.d. <http://www.connectsweden.se/en/>. [Ηλεκτρονικό].

Cosh, A. D. & Hughes, A., 1994. *Size, financial structure and profitability: UK companies in the 1980's*. London: Routledge.

Cowling, M., Liu, W. & Ledger, A., 2012. Small business financing in the UK before and during the current financial crisis. *International Small Business Journal*, p. 778–800.

Damodaran, A., 2015. *Applied Corporate Finance*. 4η επιμ. Danvers: John Wiley & Sons, Inc.

Dang, V. A., Kim, M. & Shin, Y., 2012. Asymmetric capital structure adjustments: New evidence from dynamic panel threshold models. *Journal of Empirical Finance*, pp. 465-482.

Dang, V. A., Kim, M. & Shin, Y., 2012. Asymmetric capital structure adjustments: New evidence from dynamic panel threshold models. *Journal of Empirical Finance*, pp. 465-482.

Davila, A., Foster, G. & Mahendra, G., 2003. Venture capital financing and the growth of startup firms. *Journal of Business Venturing*, p. 689–708.

De Clercq, D., Fried, H. V., Lehtonen, O. & Sapienza, J., 2006. An Entrepreneur's Guide to the Venture Capital Galaxy. *Journal of Academy of Management Perspectives*, pp. 90-112.

Deakins, D. & Freel, M., 2007. *Business Management*. Αθήνα: Κριτική.

Dimov, D. & De Clercq, D., 2006. Venture Capital Investment Strategy and Portfolio Failure Rate: A Longitudinal Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, p. 207–223.

Dingman, S., 2013. *Canadian's smartwatch startup matches record \$15-million in VC funding*.

[Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://www.theglobeandmail.com/technology/business-technology/canadians-smartwatch-startup-matches-record-15-million-in-vc-funding/article11965214/>

[Πρόσβαση 10 07 2015].

Dushnitsky, G., 2009. Entrepreneurial optimism in the market for technological inventions. *Organization Science*, pp. 150-167.

Endeavor\_Greece, 2015. <http://endeavor.org.gr/>. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://endeavor.org.gr/press-releases/%CF%84%CE%B1-startups-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1-%CF%83%CE%B5-%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%B8%CE%BC%CE%BF%CF%8D%CF%82/>

[Πρόσβαση 28 12 2015].

- EU, 2002. *Benchmarking of Business Incubator*, s.l.: Centre for Strategy and Evaluation Services.
- Fama, E. & French, K. R., 2002. Testing trade-off and pecking order predictions about dividends and debt. *Review of Financial Studies*, pp. 1-33.
- Festel, G., Wuermseher, M. & Cattaneo, G., 2013. Valuation of Early Stage High-tech Start-up Companies. *International Journal of Business*, pp. 217-235.
- Ford, B. Bornstein, J. Pruitt, P., 2007. *The Ernst&Young Business plan guide*. Third edition επιμ. New Jersey: John Willey & Sons, Inc..
- FORUM, 2015. <http://www.horecaexpo.gr>. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <http://www.horecaexpo.gr/d/kostos-summetoxis-41741.htm?lang=el&path=-1723818533>  
[Πρόσβαση 20 12 2015].
- Frank, M. Z. & Goyal, V. K., 2003. Testing the pecking order theory of capital structure. *Journal of Financial Economics*, pp. 217-248.
- Freedman, J. & Godwin, M., 1995. *Incorporating the micro business: perceptions and misperceptions*. London: Routledge.
- Gage, D., 2012. *Wall Street Journal*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <http://www.wsj.com/articles/SB10000872396390443720204578004980476429190>  
[Πρόσβαση 25 07 2015].
- Gompers, P. A., 1995. Optimal Investment, Monitoring, and the Stages of Venture. *Journal of Finance*, pp. 1461-1489.
- Graham, B., 2003. *The Intelligent Investor*. New York: HarperCollins .
- Haltiwanger, J. C., Jarmin, R. S. & Javier, M., 2010. *NBER.org*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <http://www.nber.org/papers/w16300.pdf>  
[Πρόσβαση 20 12 2015].
- Harris, M. & Raviv, A., 1991. The theory of capital structure. *Journal of Finance*, p. 297–355.
- Hellmann, T. & Puri, M., 2000. The interaction between product market and financing strategy: the role of venture. *Review of Financial Studies*, p. 959–984.
- Jordan, J., Lowe, J. & Taylor, P., 1998. Strategy and financial policy in UK small firms. *Journal of Business Finance & Accounting*, pp. 1-27.
- Kane, T., 2010. *The Importance of Startups in Job Creation and Job Destruction*, s.l.: Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Kirsch, D., Goldfarb, B. & Gera, A., 2009. Form or substance: the role of business plans in venture capital decision making. *Strategic Management Journal*, pp. 487-515.

- Korosteleva, J. & Mickiewicz, T., 2011. Startup financing in the age of globalization. *Emerging Markets Finance and Trade. Emerging markets finance and trade*, pp. 23-49.
- Kotha, R. & George, G., 2012. Friends, family or fools: Entrepreneur experience and its implications for equity distribution and resource mobilization. *Journal of Business Venturing*, pp. 525-543.
- Lahm, R. & Little, H., 2005. <http://paws.wcu.edu/>. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: [http://paws.wcu.edu/rjlahm/teaching/entrepreneurship/Bootstrapping\\_Lahm.pdf](http://paws.wcu.edu/rjlahm/teaching/entrepreneurship/Bootstrapping_Lahm.pdf)  
[Πρόσβαση 22 07 2015].
- Landier, A., 2001. <http://www-gremaq.univ-tlse1.fr/perso/landier/>. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: [http://www-gremaq.univ-tlse1.fr/perso/landier/pdfs/bank\\_vc.pdf](http://www-gremaq.univ-tlse1.fr/perso/landier/pdfs/bank_vc.pdf)  
[Πρόσβαση 25 07 2015].
- Lange, J. E. και συν., 2007. Prestart- startup Formal Business Plans and Post-start-up Performance: A study of 116 New Ventures. *Venture Capital*, pp. 237-256.
- Leach, C. & Melicher, R., 2012. *Entrepreneurial Finance*. 4η επιμ. Mason: Cengage Learning.
- Leary, M. T. & Roberts, M. R., 2010. The pecking order, debt capacity and information asymmetry. *Journal of Financial Economics*, pp. 32-355.
- LiPuma, A. J. & Park, S., 2013. Venture Capitalists' Risk Mitigation of Portfolio Company Internationalization. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, p. 1183–1205.
- Lopac, B., 2007. *promotion*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <http://cromotion.net/76/kako-financirati-web-startup/>  
[Πρόσβαση 12 07 2015].
- Luigi, P. & Sorin, V., 2009. A review of the capital structure theories. *Annals of Faculty of Economics*, pp. 315-320.
- Markley, D. M. & McNamara, K. T., 1995. Economic and fiscal impacts of a business. *Economic Development Quarterly*, pp. 273-278.
- Markova, S. & Petkovska, T., 2009. Financing Options For Entrepreneurial Ventures. *Economic Interferences*, pp. 597-604.
- Mason, C. & Stark, M., 2004. What do Investors Look for in a Business Plan?. *International Small Business Journal*, pp. 227-248.
- Meyer, H. L., 1998. The present and future roles of banks in small business finance. *Journal of Banking & Finance*, pp. 1109-1116.
- Michaelas, N., Chittenden, F. & Poutziouris, P., 1999. Financial policy and capital structure choice in U.K. SMEs: empirical evidence from company panel data. *Small Business Economics*, p. 113–130.
- Mirkin, C., 2015. <http://www.northwestern.edu/>. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <http://invo.northwestern.edu/startup-guide/basics-startups/requirements-startup>  
[Πρόσβαση 25 07 2015].

- Modigliani, F. & Miller, M. H., 1958. The cost of capital, corporate finance and the theory of investment. *American Economic Review*, pp. 261-297.
- Modigliani, F. & Miller, M. H., 1963. Corporate income taxes and the cost of capital: A. *American Economic Review*, pp. 433-443.
- Mollick, E., 2014. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, pp. 1-16.
- Morduch, J., 1999. The microfinance promise. *Journal of Economic Literature*, pp. 1569-1614.
- Myers, S. C., 1977. Determinants of corporate borrowing. *Journal of Financial Economics*, p. 147–175.
- Myers, S. C. & Majluf, N. S., 1984. Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, pp. 187-221.
- NBIA, 2011. *Incubating Success*, s.l.: U.S. Department of Commerce.
- Oe , A. Mitsuhashi , H., 2013. *Founders experiences for startups fast break- even*. s.l.:Journal of business research.
- OECD, 2013. *oecd-ilibrary*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: [http://www.oecd-ilibrary.org/sites/entrepreneur\\_aag-2013-en/06/03/index.html?contentType=&itemId=%2Fcontent%2Fchapter%2Fentrepreneur\\_aag-2013-27-en&mimeType=text%2Fhtml&containerItemId=%2Fcontent%2Fserial%2F22266941&accessItemIds=](http://www.oecd-ilibrary.org/sites/entrepreneur_aag-2013-en/06/03/index.html?contentType=&itemId=%2Fcontent%2Fchapter%2Fentrepreneur_aag-2013-27-en&mimeType=text%2Fhtml&containerItemId=%2Fcontent%2Fserial%2F22266941&accessItemIds=)  
[Πρόσβαση 28 07 2015].
- OECD, 2015. *Enterpreneurship at a Glance*, s.l.: OECD.
- Ouimet, P. & Zarutskie, R., 2014. Who works for startups? The relation. *Journal of financial Economics*, pp. 386-407.
- Paul, P., Whittam, G. & Wyper, J., 2007. The pecking order hypothesis: does it apply to startupfirms?. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, pp. 8-21.
- Poetz, M. & Schreier, M., 2012. The value of crowdsourcing: can users really compete with professionals in generating new product ideas?. *ournal of Product*, pp. 245-256.
- Ready, K., 2011. *Startup:an insiders' guide to launching and running a business*. New York: Springer Publ.
- Robb, M. A. & Robinson, T. D., 2012. The Capital Structure Decisions of New Firms. *The Review of Financial Studies*, pp. 153-179.
- Scherr, F. C., Sugrue, T. F. & Ward, J. B., 1993. Financing the small firm startup: determinants for debt use. *The Journal of Enterpreneurial Finance*, p. 17–36.



Scholtens, B., 1999. Analytical issues in external financing alternatives for SBEs. *Small Business Economics*, p. 137–148.

Schwienbacher, A. & Larralde, B., 2010. Crowdfunding of small entrepreneurial ventures. *SSRN Electronic Journal*, pp. 1-23.

Secretariat, E., 2014. *EBAN*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://www.eban.org/wp-content/uploads/2014/09/13.-Statistics-Compendium-2014.pdf>

[Πρόσβαση 22 07 2015].

Sharpe, S., Cosh, A., Connell, D. & Parnell, H., 2009. *Startup finance, The role of Micro Funds in the financing of new technology-based firms*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: [https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/micro\\_funds.pdf](https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/micro_funds.pdf)

[Πρόσβαση 22 07 2015].

Sherman, A. J., 2005. *RAISING CAPITAL*. 2η επιμ. New York: AMACOM.

Shyam-Sunder, L. & Myers, S. C., 1999. Testing static trade off against pecking order models of capital structure. *Journal of Financial Economics*, pp. 219-244.

Shyam-Sunder, L. & Myers, S. C., 1999. Testing static trade off against pecking order models of capital structure. *Journal of Financial Economics*, pp. 219-244.

Storey, D. J., 1994. The role of legal status in influencing bank financing and new firm growth. *Applied Economics*, p. 129–136.

Tan, Y., Huang, H. & Lu, H., 2013. The Effect of Venture Capital Investment, Evidence from China's Small and Medium-Sized Enterprises Board. *Journal of Small Business Management*, pp. 138-157.

Tarig, T., 2013. Start-up Financing. *1st IBA Bachelor Thesis Conference, June 27th, 2013, Enschede*, pp. 1-16.

taxheaven, 2015. *www.taxheaven.gr*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://www.taxheaven.gr/laws/circular/view/id/20625>

[Πρόσβαση 20 12 2015].

Titman, S. & Wessels, R., 1998. The determinants of capital structure choice. *Journal of Finance*, p. 1–19.

Wald, J. K., 1999. How firm characteristics affect capital structure: an international comparison. *Journal of Finance*, p. 161–187.

Walter, F., 2014. *Harvard Business Review*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://hbr.org/2014/04/how-old-are-silicon-valleys-top-founders-heres-the-data/>

[Πρόσβαση 28 12 2015].

Astebro, T. & Bernhardt, I., 2003. Startup financing, owner characteristics and survival. *Journal of Economics and Business*, p. 303–319.

ΓΓΕΤ, 2013. *Εθνική Στρατηγική Έρευνας και Καινοτομίας για την Έξυπνη Εξειδίκευση 2014*, Αθήνα: s.n.

Γεωργόπουλος, Ν, 2006. *Στρατηγικό μανατζμεντ*. Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου.

ΕΛΣΤΑΤ, 2015. *www.statistics.gr*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

[http://www.statistics.gr/el/statistics?p\\_p\\_id=documents\\_WAR\\_publicationsportlet\\_INSTANCE\\_qDQ8fBKko4IN&p\\_p\\_lifecycle=2&p\\_p\\_state=normal&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_cacheability=cacheLevelPage&p\\_p\\_col\\_id=column-2&p\\_p\\_col\\_count=4&p\\_p\\_col\\_pos=1&documents\\_WAR\\_publicati](http://www.statistics.gr/el/statistics?p_p_id=documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKko4IN&p_p_lifecycle=2&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_cacheability=cacheLevelPage&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=4&p_p_col_pos=1&documents_WAR_publicati)

[Πρόσβαση 18 11 2015].

ΕΛΣΤΑΤ, 2015. *www.statistics.gr*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SEL12/->

[Πρόσβαση 10 12 2015].

ΚΕΜΕΛ, 2015. *www.kemel.gr*. [Ηλεκτρονικό]

[Πρόσβαση 28 7 2015].

Κιουλάφας, Κ., 2015. <http://eclass.uoa.gr>. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

<http://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/D343/%CE%A0%CE%B1%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B9%CE%AC%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/%CE%A0%CE%A1%CE%9F%CE%A3%CE%94%CE%99%CE%9F%CE%A1%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A3%20%CE%9D%CE%95%CE%9A%CE%A1%CE%9F%CE%A5%20%CE%A3%CE%>

Κοντιζάς, Ν. & Παπαχρήστου, Ε., 2014. *Capital*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://www.capital.gr/story/2121692>

[Πρόσβαση 03 07 2015].

Μανιφάβα, Δ., 2013. Καφετέριες και εστιατόρια το 90% νέων επιχειρήσεων. *Καθημερινή*.

Μαυρίδη, Χ., 2015. *fortunegreece*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://www.fortunegreece.com/article/crowdfunding-ala-ellinika/>

[Πρόσβαση 15 07 2015].

Μπουραντάς, Δ., 2002. *Μάνατζμεντ*. Αθήνα: Μπένου Γ.

ΟΑΕΔ, 2014. *www.oaed.gr*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://nea.oaed.gr/downloads/tkoin15/dt5000.pdf>

[Πρόσβαση 10 12 2015].

ΟΑΕΕ, 2015. *www.oaee.gr*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

[https://www.oaee.gr/eisfores.asp?c5eis\\_id=257&cat\\_id=0&c\\_eis\\_id=189&cpeis=&cateis\\_id=186&cp5eis=189&cat\\_parenteis=161&banner\\_pgc=5&ctn\\_id=2&ctnsnd\\_id=1](https://www.oaee.gr/eisfores.asp?c5eis_id=257&cat_id=0&c_eis_id=189&cpeis=&cateis_id=186&cp5eis=189&cat_parenteis=161&banner_pgc=5&ctn_id=2&ctnsnd_id=1)

[Πρόσβαση 10 12 2015].

ΟΟΣΑ, 2014. *Economic Policy Reforms*, s.l.: ΟΟΣΑ.

Παπαδάκης, Β., 2007. *Στρατηγική των επιχειρήσεων:Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία*. Αθήνα: Μπένου.

Παπαδόπουλος, Δ., 2009. *Επιχειρηματικότητα και επιχειρηματικές αποφάσεις:διερεύνηση στο πλαίσιο της διεθνούς βιβλιογραφίας και της ελληνικής πραγματικότητας*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

ΣΕΠΕ, 2014. *Έρευνα για την Αγορά Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών 2014/ 2015*, Αθήνα: ΣΕΠΕ.

Τσίγκος, Δ., 2012. *www.tsigos.gr*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <http://www.tsigos.gr/2012/10/blog-post.html>  
[Πρόσβαση 25 07 2015].

Φαρσαρώτας, Ι. & Σπάτουλας, Ε., 2015. *Rejoin.gr*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <http://rejoin.gr/blog/1113-neofiis-epixeirisi-start-up>  
[Πρόσβαση 25 07 2015].

Φραγκούλη, Ν., 2015. *www.sepe.gr*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <http://www.sepe.gr/gr/research-studies/article/2710494/peri-tis-duomisi-ores-tin-imera-afieronoun-pleon-oi-ellines-sto-diadiktuo/>  
[Πρόσβαση 10 11 2015].

ΧΕ, 2015. *www.xe.gr*. [Ηλεκτρονικό]  
Available at: <http://www.xe.gr/property/enokiaseis|epaggelmatikoi-xoroi|akadimia|214585397.html>  
[Πρόσβαση 20 12 2015].

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### Startups Επιχειρήσεις στην Ελλάδα

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας

#### 1 .Επωνυμία Επιχείρησης (Προαιρετικά)

.....

#### 2. Αντικείμενο δραστηριότητας

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- Γεωργία/Κτηνοτροφία
- Μεταποίηση
- Λιανικό/Χονδρικό Εμπόριο
- Χρηματοοικονομικά
- Διαφήμιση/Marketing
- Πληροφορική
- Συμβουλευτικές Υπηρεσίες
- Εκπαίδευση
- Ενέργεια
- Τουρισμός
- Μεταφορές
- Gaming
- Υγεία
- Entertainment
- Αθλητισμός
- Περιβάλλον
- Βιοτεχνολογία
- Άλλο: .....

#### 3. Έτη λειτουργία της Επιχείρησης

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- 0-1
- 1-3
- 3-5
- 5-10
- >10

**4. Νομική μορφή Επιχείρησης**

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Ατομική
- Ο.Ε.
- Ε.Ε.
- Ε.Π.Ε.
- Α.Ε.
- Ι.Κ.Ε.
- Άλλο: .....

**5. Που είναι η έδρα της Επιχείρησης**

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Αθήνα
- Θεσσαλονίκη
- Νησιά με μειωμένο φορολογικό συντελεστή
- Άλλη πόλη στην Ελλάδα
- Κύπρος
- Εξωτερικό

**6. Αριθμός Επιχειρηματιών**

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- 1
- 2-3
- 4-5
- >5

**7. Μέση Ηλικία Επιχειρηματιών**

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- 19-23
- 24-30
- 30-40
- >40

**8. Επίπεδο μόρφωσης Επιχειρηματιών**

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Διδακτορικό
- Μεταπτυχιακό
- Πτυχιούχος Α.Ε.Ι.
- Πτυχιούχος Τ.Ε.Ι.
- Απόφοιτος Λυκείου
- Απόφοιτος Ι.Ε.Κ.

**9. Υπήρχε σχετική προηγούμενη επιχειρηματική / επαγγελματική εμπειρία σε κάποιον από τους Επιχειρηματίες;**

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Ναι  
 Όχι

**10. Αριθμός Εργαζομένων (πλην των Επιχειρηματιών)**

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- 0  
 1-4  
 5-10  
 10-50  
 >50

**11. Από την Ίδρυση της Εταιρείας μέχρι σήμερα έχετε προβεί σε προσλήψεις εργαζομένων; αν ναι ποιος είναι ο αριθμός;**

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- 0  
 1-5  
 6-10  
 11-20  
 >20

**12. Για τη σύσταση και λειτουργία της επιχείρησης, τι από τα παρακάτω καταρτίσατε;**

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- Business Plan  
 Marketing Plan  
 Πρόβλεψη Χρηματοοικονομικών μεγεθών  
 Πρόχειρους/άτυπους υπολογισμούς βασικών μεγεθών  
 Κανένα από τα παραπάνω

**13. Εάν κάνατε πρόβλεψη χρηματοοικονομικών μεγεθών, ποια/ες από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποίησατε;**

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- Ανάλυση νεκρού σημείου / Ανάλυση ευαισθησίας  
 Ταμειακές ροές (Cash flow)  
 Προϋπολογιστικός ισολογισμός και Αποτελέσματα χρήσης  
 Απόδοση Επένδυσης  
 Καθαρά παρούσα αξία



**14. Πιστεύετε ότι τα προϊόντα σας χαρακτηρίζονται από καινοτομία;**  
*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Υψηλού βαθμού
- Μέσου βαθμού
- Χαμηλού βαθμού

**15. Σε ποια αγορά προορίζονται τα προϊόντα σας;**  
*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

**16. Για την καθημερινή λειτουργία της επιχείρησής σας, ποιο από τα παρακάτω συστήματα χρησιμοποιείτε;**  
*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- Απλή εφαρμογή Εμπορολογιστική
- ERP
- CRM
- Business Intelligence Software
- Άλλο: .....

**17. Ποια από τα παρακάτω συστήματα ηλεκτρονικών συναλλαγών χρησιμοποιείται για να δέχεστε πληρωμές από τους πελάτες σας;**  
*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- e-banking
- Συστήματα τύπου paypal-viva wallet
- Συστήματα διαδικτυακών πληρωμών μέσω τράπεζας
- Όλα τα παραπάνω
- Άλλο: .....



**18. Ποιες από τις παρακάτω μεθόδους διαφήμισης χρησιμοποιείτε;**

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- E-mail
- Απευθείας διαφήμιση
- Κοινωνικά μέσα δικτύωσης
- Internet (Google)
- Εταιρικό site
- Εμπορικές διαφημίσεις (Τηλεόραση - Ραδιόφωνο)
- Μέσω τηλεφώνου
- Διαφημιστικά Φυλλάδια
- Μέσω Χορηγιών
- Άλλο: .....

**19. Ποια είναι τα πλάνα σας για τα επόμενα τρία χρόνια;**

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- Αύξηση παραγωγής
- Ανάπτυξη νέων προϊόντων / υπηρεσιών
- Επέκταση σε νέες αγορές
- Άνοιγμα υποκαταστημάτων σε άλλες περιοχές
- Εξαγορές - Συγχωνεύσεις
- Άλλο: .....

**20. Πως χαρακτηρίζετε την πορεία της επιχείρησής σας μέχρι σήμερα;**

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Πολύ καλή
- Καλή
- Μέτρια
- Κακή
- Πολύ κακή
- Άλλο: .....

**21. Ποιοι παράγοντες είναι πολύ σημαντικοί για την πορεία μιας startup επιχείρησης;**

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- Πηγή χρηματοδότησης
- Καλό Business plan
- Κατάλληλο προϊόν / υπηρεσία
- Κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό
- Κατάλληλη αγορά
- Κατάλληλη χρονική στιγμή
- Άλλο: .....



**22. Έχετε συμμετάσχει ως επιχείρηση σε διαγωνισμό επιχειρηματικότητας / καινοτομίας**

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Ναι  
 Όχι

**23. Αν ναι, έχετε καταλάβει κάποια διάκριση (1η - 3η θέση);**

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Ναι  
 Όχι

**24. Βασίζεστε μόνο σε ίδια κεφάλαια ή έχετε λάβει και κάποια χρηματοδότηση;**

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Ίδια κεφάλαια  
 Χρηματοδότηση  
 Και τα δύο

**25. Αν έχετε λάβει κάποια χρηματοδότηση, τι ύψους ήταν;**

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- <10.000 €  
 10.000 - 20.000 €  
 20.000 - 50.000 €  
 50.000 - 100.000 €  
 >100.000 €

**26. Ποια ήταν η πηγή χρηματοδότησης;**

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- Ίδια κεφάλαια  
 Συγγενείς και φίλοι  
 Χρηματικό βραβείο σε διαγωνισμό  
 Προγράμματα επιχορηγήσεων  
 Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels)  
 Επιχειρηματικά κεφάλαια (Venture Capitals)  
 Crowd funding  
 Τραπεζικός δανεισμός  
 Στρατηγικός επενδυτής  
 Άλλο: .....

**27. Τι από τα παρακάτω ήταν απαραίτητο για την αξιολόγηση της αίτησης χρηματοδότησης;**

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- Βιογραφικά Ιδιοκτητών
- Business Plan
- Marketing Plan
- Χρηματοοικονομικές Καταστάσεις
- Άλλο: .....

**28. Για την αίτηση χρηματοδότησης που υποβάλλατε ποιες από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποίησατε, όσον αφορά τη χρηματοοικονομική ανάλυση;**

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- Ανάλυση νεκρού σημείου
- Ταμειακές ροές
- Προϋπολογιστικός ισολογισμός και αποτελέσματα χρήσης
- Απόδοση επένδυσης
- Καθαρά παρούσα αξία
- Άλλο: .....

**29. Σκοπεύεται να επιδιώξετε τη λήψη χρηματοδότησης;**

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Άμεσα
- Μεσοπρόθεσμα
- Μακροπρόθεσμα
- Δε σκοπεύουμε

**30. Κατά τη γνώμη σας, ποια είναι τα κυριότερα εμπόδια για την ανάπτυξη των startups επιχειρήσεων στην Ελλάδα;**

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- Ελλιπής χρηματοδότηση
- Γραφειοκρατία
- Έλλειψη υποδομών
- Υψηλή Φορολογία
- Ασταθές οικονομικό περιβάλλον
- Ασταθές πολιτικό περιβάλλον
- Ελλιπής σχετική εκπαίδευση - κατάρτιση
- Αδυναμία εύρεσης κατάλληλων συνεργατών/υπαλλήλων
- Μικρή/περιορισμένη αγορά
- Άλλο: .....