



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

**ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ &
START UP ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ-
ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Άννα Χρυσάγη, ΑΜ 1026
Γεώργιος Πηδαράκης, ΑΜ 614

Επιβλέπων: Κωνσταντίνος Βασσάκης, Επίκουρος Καθηγητής

©2025



HELLENIC MEDITERRANEAN UNIVERSITY

**SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS
SCIENCE**

**DEPARTMENT OF MANAGEMENT SCIENCE AND
TECHNOLOGY**

**Youth entrepreneurship in Greece startup
businesses - challenges and prospects**

DIPLOMA THESIS

Student : Anna Chrysagi, A.M. 1026

Student : Georgios Pidakakis, A.M. 614

Supervisor : Konstantinos Vassakis, Assistant Professor

©2025

Υπεύθυνη Δήλωση: Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του ΕΛ.ΜΕ.ΠΑ.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αυτή η εργασία εστιάζει στη μελέτη της νεανικής επιχειρηματικότητας και των startups στην Ελλάδα, εξετάζοντας τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που αντιμετωπίζουν οι νέοι επιχειρηματίες. Μέσω της ανασκόπησης βιβλιογραφικών πηγών και της εκπόνησης πρωτογενούς έρευνας με τη χρήση ερωτηματολογίου, καταγράφονται οι απόψεις των συμμετεχόντων. Ο στόχος είναι να συγκριθούν τα αποτελέσματα της έρευνας με υπάρχοντα δεδομένα και να αναδειχθούν οι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν τις νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα. Έμφαση δίνεται στην έννοια της ανοιχτής καινοτομίας, η οποία επιτρέπει στις επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις του ταχέως μεταβαλλόμενου επιχειρηματικού τοπίου. Η δημιουργία σχέσεων με προμηθευτές, η ενεργή συμμετοχή των πελατών στην καινοτόμο διαδικασία και η λειτουργία σε ανοικτό και ευέλικτο περιβάλλον ενισχύουν τις πιθανότητες επιτυχίας των startups. Επίσης, η σωστή διαχείριση κρίσιμων επιχειρηματικών λειτουργιών, όπως η λογιστική, είναι θεμελιώδης για την ίδρυση και τη βιωσιμότητα μιας νέας επιχείρησης.

Λέξεις Κλειδιά : Νεανική επιχειρηματικότητα, προκλήσεις, προοπτικές, επιχειρήσεις, νεοφυείς επιχειρήσεις, ανοιχτή καινοτομία.

ABSTRACT

This paper focuses on the study of youth entrepreneurship and startups in Greece, examining the challenges and opportunities faced by young entrepreneurs. Through a review of bibliographic sources and the conduct of primary research using a questionnaire, the opinions of participants are recorded. The goal is to compare the research results with existing data and highlight the key factors influencing startups in Greece. Emphasis is placed on the concept of open innovation, which enables businesses to tackle the challenges of the rapidly changing business landscape. Building relationships with suppliers, actively involving customers in the innovative process, and operating in an open and flexible environment enhance the chances of startup success. Additionally, proper management of critical business functions, such as accounting, is fundamental for the establishment and sustainability of a new business.

Key Words: entrepreneurship, startups, challenges, opportunities, proper management.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ	7
ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	8
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	9
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	11
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	14
NEANIKH EΠIXEIPHΜATIKOTHTA	14
2.1 Έννοια Επιχειρηματικότητας	14
2.2 Τύποι Επιχειρηματικότητας	18
2.3 Χαρακτηριστικά επιχειρηματικότητας	21
2.4 Μορφές Επιχειρηματικότητας	25
5628	
H NEANIKH EΠIXEIPHΜATIKOTHTA CTHΝ EYΡΩΠΗ	28
1428	
3.2 Το οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων στην Ευρώπη	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	32
H NEANIKH EΠIXEIPHΜATIKOTHTA CTHΝ Eλλάδα5632	
4.1 Η νεανική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα	32
4.2 Τα εμπόδια που προκύπτουν στην προσπάθεια των νέων να επενδύσουν στην επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα	33
4.2.1 Παράγοντες που οφείλονται σε κοινωνικά και οικονομικά εμπόδια	33
1435	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	38
NEOΦYEΙΣ EΠIXEIPHΣEΙΣ	38
5.1 Η έννοια των νεοφυών επιχειρήσεων	38
5.2 Η συμβολή των Startups στην οικονομική ανάπτυξη	40
5.3 Ποσοστό Startup στην Ελλάδα	43
5.4 Σημασία του όρου EXISTS - UNICORNS	45
5.4.1 Νεοφυείς επιχειρήσεις Unicorns στην Ελλάδα	45
1447	
5.5.1 Ο κύκλος ζωής μιας νεοφυούς επιχείρησης	47
5.6 Χρηματοδότηση με τραπεζικά δάνεια	50
5.7 Κεφάλαια ιδιοκτητών	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	54
MEΘOΔOΛOΓIA EPEYNAΣ	54
6.1 Σκοπός της έρευνας	54
6.2 Μεθοδολογία της έρευνας και λόγοι υιοθέτησης	54
6.3 Η έννοια και τα χαρακτηριστικά της ποσοτικής έρευνας ως μεθοδολογία εργασίας	55
6.4 Τρόπος δειγματοληψίας	55
6.5 Στρατηγικές που Ακολουθήθηκαν για τη Συλλογή Δεδομένων	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7	57
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ EPΕYNAΣ	57
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	82

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1 Φύλο.....	57
Πίνακας 2 Ηλικία.....	57
Πίνακας 3 Επίπεδο Εκπαίδευσης.....	58
Πίνακας 4 Επαγγελματική δραστηριότητα.....	59
Πίνακας 5 Έχετε σκεφτεί ποτέ να ιδρύσετε την δική σας επιχείρηση;.....	61
Πίνακας 6.1 Εάν όχι αναφέρετε έναν από τους πιθανούς λόγους. Οικονομικοί λόγοι.....	61
Πίνακας 6.2 Εάν όχι αναφέρετε έναν από τους πιθανούς λόγους. Έλλειψη γνώσης.....	62
Πίνακας 6.3 Εάν όχι αναφέρετε έναν από τους πιθανούς λόγους. Ευρύτερο ασταθές κοινωνικό περιβάλλον.....	62
Πίνακας 6.4 Δεν με ενδιαφέρει την δεδομένη χρονική στιγμή.....	62
Πίνακας 6.5 Δεν με ενδιαφέρει γενικά.....	63
Πίνακας 6.6 Άλλους λόγους.....	63
Πίνακας 7 Έχετε ήδη την δική σας επιχείρηση;.....	64
Πίνακας 8 Πόσο πιθανό θεωρείτε να ιδρύσετε την δική σας επιχείρηση στα επόμενα πέντε χρόνια;.....	65
Πίνακας 9 Ποιος τομέας σας ενδιαφέρει και θα δραστηριοποιείται η επιχείρηση;.....	66
Πίνακας 10 Αν ιδρύσετε την επιχείρηση σας σκοπεύετε αυτή να εδρεύει στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό;.....	67
Πίνακας 11.1 Αν επιλέξετε το εξωτερικό, αναφέρετε τους λόγους. Φορολογία.....	68
Πίνακας 11.2 Αν επιλέξετε το εξωτερικό, αναφέρετε τους λόγους. Πολύπλοκες διαδικασίες για το άνοιγμα της επιχείρησης.....	68
Πίνακας 11.3 Αν επιλέξετε το εξωτερικό, αναφέρετε τους λόγους. Το προϊόν ή υπηρεσία δεν αφορά το ευρύ Ελληνικό κοινό.....	69
Πίνακας 11.4 Αν επιλέξετε το εξωτερικό, αναφέρετε τους λόγους. Υψηλό κόστος παραγωγής.....	69
Πίνακας 12 Γνωρίζετε τις πρακτικές διαδικασίες για να ιδρύσετε την δική σας επιχείρηση;.....	70
Πίνακας 13 Αναφέρετε το βαθμό ευκολίας/ δυσκολίας να ιδρύσετε μια επιχείρηση, κατά την προσωπική σας άποψη.....	71
Πίνακας 14 Γνωρίζετε τι είναι οι νεοφυείς επιχειρήσεις (start up)	72
Πίνακας 15 Έχετε σκεφτεί να ασχοληθείτε με τον τομέα αυτό;.....	73
Πίνακας 16 Γνωρίζετε τις πρακτικές διαδικασίες για να ιδρύσετε μια startup επιχείρηση;....	74
Πίνακας 17 Πιστεύετε ότι έχετε τις ηγετικές και επικοινωνιακές δεξιότητες που θα χρειάζοσασταν για να ηγηθείτε μιας τέτοιας επιχείρησης;.....	75
Πίνακας 18 Πιστεύετε ότι είστε οραματιστής και δημιουργικός, χαρίσματα που θα χρειάζοσασταν για να ηγηθείτε μιας τέτοιας επιχείρησης;.....	76
Πίνακας 19 Τι θα προτείνατε στους νέους της ηλικίας σας που έχουν σκοπό να εμπλακούν με τις επιχειρήσεις αυτού του είδους;.....	77

ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Σχεδιάγραμμα 1 Φύλο.....	57
Σχεδιάγραμμα 2 Ηλικία.....	58
Σχεδιάγραμμα 3 Επίπεδο Εκπαίδευσης.....	59
Σχεδιάγραμμα 4 Επαγγελματική δραστηριότητα.....	60
Σχεδιάγραμμα 5 Έχετε σκεφτεί ποτέ να ιδρύσετε την δική σας επιχείρηση;.....	61
Σχεδιάγραμμα 6 Συγκεντρωτικό γράφημα ερώτηση 6.....	64
Σχεδιάγραμμα 7 Έχετε ήδη την δική σας επιχείρηση.....	65
Σχεδιάγραμμα 8 Πόσο πιθανό θεωρείτε να ιδρύσετε την δική σας επιχείρηση στα επόμενα πέντε χρόνια;.....	66
Σχεδιάγραμμα 9 Ποιός τομέας σας ενδιαφέρει και θα δραστηριοποιείται η επιχείρηση;.....	67
Σχεδιάγραμμα 10 Αν ιδρύσετε την επιχείρηση σας σκοπεύετε αυτή να εδρεύει στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό;.....	68
Σχεδιάγραμμα 11 Συγκεντρωτικό γράφημα ερώτηση 11.....	70
Σχεδιάγραμμα 12 Γνωρίζετε τις πρακτικές διαδικασίες για να ιδρύσετε την δική σας επιχείρηση.....	71
Σχεδιάγραμμα 13 Αναφέρατε το βαθμό ευκολίας/δυσκολίας να ιδρύσετε μια επιχείρηση, κατά την προσωπική σας άποψη;.....	72
Σχεδιάγραμμα 14 Γνωρίζετε τι είναι οι νεοφυείς επιχειρήσεις;.....	73
Σχεδιάγραμμα 15 Έχετε σκεφτεί να ασχοληθείτε με τον τομέα αυτό;.....	74
Σχεδιάγραμμα 16 Γνωρίζετε τις πρακτικές για να ιδρύσετε μια Start up Επιχείρηση;.....	75
Σχεδιάγραμμα 17 Πιστεύετε ότι έχετε τις ηγετικές και επικοινωνιακές δεξιότητες που θα χρειαζόσασταν για να ηγηθείτε μιας τέτοιας επιχείρησης;.....	76
Σχεδιάγραμμα 18 Πιστεύετε ότι είστε οραματιστής και δημιουργικός, χαρίσματα που θα χρειαζόσασταν για να ηγηθείτε μιας τέτοιας επιχείρησης;.....	77
Σχεδιάγραμμα 19 Τι θα προτείνατε στους νέους επιχειρηματίες.....	78

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΑΕΙ: Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα
ΑΕΠ: Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
ΑΤΕΙ: Ανώτατα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα
ΕΜΕΑ: Εταιρεία Μελέτης Επιστημών του Ανθρώπου
ΗΠΑ: Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
ΜΚΟ: Μη Κερδοσκοπική Οργάνωση
ΜΜΕ: Μέσα Μαζικής ενημέρωσης
ΟΠΕΚ: Οργανισμός Εξαγωγών Πετρελαιοπαραγωγών χωρών
ΟΟΣΑ: Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης

ACS: American chemical society
B2B: Business to Business
B2C: Business to Consumer
DNA: Deoxyribonucleic Acid
ESM: European Stability Mechanism
GEM: Global Entrepreneurship Monitor
GSI: Generic System Image
GPS: Global Positioning System
IBM: International Business Machines
MBA: Master in Business Administration
MVP: Minimum Viable Product
OPEC: Organization of the Petroleum Exporting
OECD: Organization for Economic Cooperation and Development
SMS: Short Message Service
USD: United States Dollar
VC: Venture Capital

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστούμε θερμά τον καθηγητή, κύριο Βασσάκη, για την εμπιστοσύνη που έδειξε στις ικανότητές μας, καθώς και για τις πολύτιμες συμβουλές και τις εποικοδομητικές παρατηρήσεις του, οι οποίες συνέβαλαν στην ολοκλήρωση αυτής της πτυχιακής εργασίας."

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο όρος "start-up" εμφανίστηκε για πρώτη φορά στο περιοδικό Forbes το 1976 (Start-Up, 2016) και από τότε έχει εξελιχθεί σε μία από τις πιο διαδεδομένες και αναγνωρίσιμες λέξεις παγκοσμίως. Τι σημαίνει όμως στην πραγματικότητα η λέξη *start-up*; Πολλοί ορισμοί μπορούν να βρεθούν στο Διαδίκτυο, για παράδειγμα:

- Μια νεοφυής επιχείρηση είναι μια εταιρεία που βρίσκεται στο πρώιμο στάδιο των δραστηριοτήτων της. Συνήθως χρηματοδοτείται από τον ιδρυτή ή τον επιχειρηματία της, ο οποίος επιδιώκει να αξιοποιήσει το αναπτυσσόμενο προϊόν ή την υπηρεσία, με την προσδοκία ότι θα υπάρξει ικανοποιητική ζήτηση για αυτά. Η πλειονότητα αυτών των μικρών επιχειρήσεων αντιμετωπίζει δυσκολίες σε βάθος χρόνου, καθώς συχνά έρχονται αντιμέτωπες με οικονομικούς περιορισμούς λόγω των υψηλών αρχικών εξόδων ή των χαμηλών εσόδων. (Investopedia, 2018)
- Σύμφωνα με το Business Dictionary (2018), η start-up θεωρείται μια αρχική φάση της επιχείρησης, κατά την οποία καθιερώνεται η βασική ιεραρχία και η δομή της. Αυτή η περίοδος χαρακτηρίζεται ως το διάστημα μεταξύ της αρχικής ιδέας και της επίλυσης βασικών οικονομικών ζητημάτων. Από την άλλη, ο Paul Graham (2012), ο οποίος έχει υποστηρίξει οικονομικά πάνω από 1000 νεοφυείς επιχειρήσεις, έχει μια ελαφρώς διαφορετική άποψη.
- Η εκκίνηση μιας επιχείρησης δεν συνεπάγεται απαραίτητα μια πρόσφατα συσταθείσα εταιρεία. Ούτε απαιτεί την ανάπτυξη μιας νέας τεχνολογικής λύσης ή την υποστήριξη από πολλούς επιχειρηματίες. Ο πυρήνας της start-up έγκειται στην έννοια της ανάπτυξης. Ο Graham αναφέρει ως παράδειγμα χιλιάδες νέες εταιρείες στις Ηνωμένες Πολιτείες, που δραστηριοποιούνται σε διάφορους τομείς, κυρίως στον κλάδο των υπηρεσιών, όπως εστιατόρια, αρτοποιεία κ.λπ. Ωστόσο, αυτές οι επιχειρήσεις δεν είναι σχεδιασμένες για γρήγορη ανάπτυξη. Αντίθετα, πρέπει να διαθέτουν «διαφορετικό DNA» και να ξεχωρίζουν από την αρχή.

Ωστόσο, υπάρχει ακόμη και ευρεία συναίνεση σχετικά με την «ηλικία» των νεοφυών επιχειρήσεων. Οι παραπάνω ορισμοί μιλούν μόνο για πρώιμο ή αρχικό στάδιο της επιχείρησης, αλλά πόσο χρόνο διαρκεί αυτό το στάδιο; Άλλοι ισχυρίζονται 5 χρόνια, άλλοι λένε 3 και άλλοι υποστηρίζουν μια ομάδα για 10 χρόνια. Άλλες εντάσεις παρατηρούνται στην κερδοφορία και τον αριθμό των εργαζομένων των νεοφυών επιχειρήσεων. Επίσης, ο όρος Startup αναφέρεται σε νέα επιχειρηματικά έργα που χαρακτηρίζονται από Καινοτομία και ανάπτυξη (Bhide, 2000). Οι νεοφυείς επιχειρήσεις λανσάρουν ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία που προκύπτει από μια λαμπρή ιδέα σε ένα δύσκολο και επικίνδυνο πλαίσιο.

Επιπλέον στα παραπάνω, το Business Dictionary ορίζει την έννοια της Startup επιχείρησης, ως το πρώιμο στάδιο στον κύκλο ζωής μιας επιχείρησης όπου ο επιχειρηματίας περνά από το στάδιο της ιδέας στην εξασφάλιση χρηματοδότησης, τον καθορισμό της βασικής δομής της επιχείρησης και την έναρξη εργασιών ή συναλλαγών. Σύμφωνα με τους Blank et al. (2012), μια επιχείρηση Startup είναι ένας προσωρινός οργανισμός που αναζητά ένα επεκτάσιμο, επαναλαμβανόμενο, κερδοφόρο επιχειρηματικό μοντέλο και στην αρχή το επιχειρηματικό μοντέλο Startup είναι ένας καμβάς με ιδέες και εικασίες, αλλά δεν έχει πελάτες και ελάχιστη γνώση πελατών.

Ο Blank et al. (2012) τονίζει ότι μια επιχείρηση Startup δεν είναι μια μικρότερη εκδοχή μιας μεγάλης εταιρείας. Υπάρχουν διάφοροι τύποι Startups, για παράδειγμα μικρές Startups, επεκτάσιμες Startups, Buyable Startups, Social entrepreneurs και μεγάλες εταιρείες επιχειρηματικότητας. Καθένας από αυτούς τους πέντε τύπους Startup έχει στην καρδιά του την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία και όλες βελτιώνουν τις αλλαγές τους για να βρουν τον σωστό δρόμο προς την επιτυχία μέσω της χρήσης της ανάπτυξης πελατών. (Blank et al. 2012). Ο Ries (2011) επίσης δηλώνει ότι μια Startup είναι ένα ανθρώπινο ίδρυμα σχεδιασμένο να δημιουργεί ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία κάτω από αβέβαιες συνθήκες.

Έτσι λοιπόν οι νεοφυείς επιχειρήσεις είναι γνωστό ότι χαρακτηρίζονται και μειονεκτούν από τη μικρότητα και τη νεότητά τους. Λόγω του μικρού τους μεγέθους, οι νεοφυείς επιχειρήσεις συνήθως δεν διαθέτουν τους ανθρώπινους και οικονομικούς πόρους για να φέρουν μια νέα τεχνολογία ή προϊόν στην αγορά. Ως εκ τούτου, οι εξωτερικές πηγές θεωρούνται απαραίτητες στη διαδικασία καινοτομίας των Startups, καθώς οι νεοσύστατες εταιρείες μπορούν να αποκτήσουν τους πόρους που τους λείπουν. Οι εξωτερικοί εταίροι ενισχύουν τη στρατηγική

θέση και τη νομιμότητα μιας Startup, καθώς λειτουργούν ως επιδοκimasίες χτίζοντας την εμπιστοσύνη του κοινού σχετικά με την αξία της Startup και των προϊόντων της.

Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από ευελιξία, καινοτόμες δυνατότητες και γνώσεις πελατών. Αφενός, χαρακτηρίζονται επίσης από περιορισμένη γνώση της αγοράς και έλλειψη οικονομικών πόρων που εμποδίζει τη διαδικασία καινοτομίας, καθώς δεν διαθέτουν αρκετούς οικονομικούς πόρους για να καλύψουν υψηλές δαπάνες έρευνας και καινοτομίας. Οι νεοφυείς επιχειρήσεις είναι εξαιρετικά καινοτόμες χάρη στην ευελιξία τους, στην πραγματικότητα δεν έχουν επίσημες και άκαμπτες ρουτίνες που θα μπορούσαν να εμποδίσουν πιο αδόμητες διαδικασίες καινοτομίας.

Επιπλέον, δεν υποφέρουν από δομική αδράνεια, η οποία περιορίζει την ικανότητα των επιχειρήσεων να εισάγουν Καινοτομίες, επειδή περιορίζει τις επιχειρήσεις από το να κάνουν προσαρμογές αλλάζοντας τον τρόπο που κάνουν τα πράγματα. Για το λόγο αυτό, οι νεοσύστατες επιχειρήσεις είναι πιο κατάλληλες για την ανάπτυξη ριζικών καινοτομιών, καθώς θεωρούνται πηγή «δημιουργικής καταστροφής». Η ευελιξία τους και η απουσία επίσημων ρουτινών τους επιτρέπουν να εισάγουν επαναστατικά προϊόντα στην αγορά.

Επιπλέον, οι Startups επιχειρήσεις θεωρούνται σημαντική πηγή κατασκευαστικής καινοτομίας. Προκειμένου να δημιουργηθεί ένα αποτελεσματικό καινοτόμο οικοσύστημα, οι Startups πρέπει να οικοδομήσουν συνεργασίες και δίκτυα με πελάτες, πανεπιστήμια, προμηθευτές και τους τελικούς καταναλωτές (Chesbrough, 2013). Αυτοί οι οργανισμοί μπορούν να καταταγούν σε διάφορες κατηγορίες, όπως: πανεπιστήμια, χρηματοδοτικοί οργανισμοί, οργανισμοί υποστήριξης (όπως θερμοκοιτίδες, επιταχυντές, χώροι συνεργασίας κ.λπ.), ερευνητικοί οργανισμοί, παροχείς υπηρεσιών (όπως νομικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες κ.λπ.) και μεγάλες εταιρείες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1 Έννοια Επιχειρηματικότητας

Αποτελεί γεγονός πως η επιχειρηματικότητα αφορά την ανάληψη επιχειρηματικών ευκαιριών, πέραν των εθνικών συνόρων και της χώρας που γεννήθηκε και δραστηριοποιείται ο κάθε επιχειρηματίας (Mathews & Zander, 2007, Oviatt & McDougall, 2005, Reuber et al., 2017). Το επίκεντρο της ευκαιρίας της διεθνούς έρευνας για την επιχειρηματικότητα στις μέρες μας, ωστόσο, θεωρείται να βρίσκεται σε συνέπεια με την ανάπτυξη των πεδίων του, επειδή η ευκαιρία ως βασική ιδέα έχει ευρεία αποδοχή στις ερευνητικές κοινότητες των διαφόρων μορφών επιχειρηματιών (Eckhardt & Shane, 2003, Shane & Venkataraman, 2000 Short et al., 2010) και τις διεθνείς επιχειρήσεις (Johanson & Vahlne, 2009, Reuber et al., 2017).

Ωστόσο, ως προς την ανάλυση της επιχειρηματικότητας, οι ευκαιρίες θεωρούνται μοναδικές ανακαλύψεις και ως αφετηρίες για τη διεθνοποίηση των επιχειρήσεων (Mathews and Zander, 2007, Chandra et al., 2009). Από την άλλη πλευρά, αναφέρονται οι ευκαιρίες οι οποίες οριοθετούνται ως δημιουργίες των αλληλεπιδρώντων μερών στο διεθνές χρηματιστήριο (Fletcher, 2004, Johanson & Vahlne, 2006). Και στις δύο περιπτώσεις, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε πώς τα άτομα πιστεύουν σε μια επιχειρηματική ευκαιρία (Ardichvili et al., 2003, Wood and McKinley, 2017).

Η προηγούμενη έρευνα, επομένως, αποκαλύπτει τις διαδικασίες με τις οποίες οι επιχειρηματίες και οι Διευθυντές δημιουργούν γνωστικά τις πεποιθήσεις ευκαιριών (Grégoire & Shepherd, 2012, Shepherd et al., 2017, Wood et al., 2014). Οι πεποιθήσεις της επιχειρηματικής ευκαιρίας, περιλαμβάνουν την υποκειμενική ερμηνεία του περιβάλλοντος και του τι μπορεί να βρίσκεται στο αβέβαιο μέλλον (Grégoire et al., 2010). Η γνωστική άποψη είναι σημαντική ωστόσο, αλλά, ατομικά επικεντρωμένη, δίνει λίγη προσοχή στις κοινότητες

στις οποίες οι επιχειρηματίες ενεργούν και που εμπλέκονται στη δημιουργία πεποιθήσεων ευκαιρίας και της δραστηριότητας σε αυτή τη βάση.

Ως προς τον ορισμό της Επιχειρηματικότητας, αρκετοί ορισμοί διαδέχθηκαν ο ένας τον άλλον από την εποχή του Cantillon (1734) έως σήμερα. Από τότε, οι οικονομολόγοι όπως ο Say (1857), ο Knight (1921), ο Schumpeter (1934) και ο Kirzner (1933), συγκαταλέγονται μεταξύ των σημαντικότερων ερευνητών στην κατανόηση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς και των σχετικών διαδικασιών. Παρόλο που, συνολικά, οι ορισμοί τους διαφέρουν μεταξύ τους - καθώς εξομοιώνουν την έννοια του επιχειρηματικού πνεύματος με τον κίνδυνο, την καινοτομία και τις επιχειρηματικές ευκαιρίες, οι έννοιες αυτές αλληλοσυμπληρώνονται.

Πράγματι, ο Cantillon αναγνώρισε ότι η μετατόπιση μεταξύ ζήτησης και προσφοράς σε μια αγορά, δημιουργεί ευκαιρίες για αγορά χαμηλού κόστους και πώληση αγαθών σε υψηλότερη τιμή. Αυτό το είδος λειτουργίας αγοράς, θα οδηγούσε σε ισορροπία στις ανταγωνιστικές αγορές αντίστοιχα (Audretsch, Kelibach, 2004). Βάσει αυτής της προσέγγισης, ο Kirzner δηλώνει ότι η επιχειρηματική λειτουργία περιλαμβάνει τον συντονισμό των πληροφοριών, δηλαδή τον εντοπισμό του *χάσματος* μεταξύ προσφοράς και ζήτησης, καθώς και τη διαμεσολάβηση μεταξύ αυτής της σχέσης αλλά και τη δυνατότητα των ατόμων να κερδίζουν χρήματα από τη διαφορά.

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ένας ακόμη ορισμός που είναι πιο σύγχρονος από τους Scott Shane και Venkataraman (2000), και αφορά την ίδια ιδεολογία με τον Cantillon και τον Kirzner, ενώ τονίζει περισσότερο την καινοτομία. Η επιχειρηματικότητα ορίζεται ως μια δραστηριότητα που περιλαμβάνει την ανακάλυψη, αξιολόγηση και εκμετάλλευση ευκαιριών για την εισαγωγή νέων αγαθών και υπηρεσιών, καθώς και για την ανάπτυξη νέων τρόπων οργάνωσης αγορών, διαδικασιών και πρώτων υλών, μέσω της δημιουργίας προσπαθειών που δεν υπήρχαν προηγουμένως (Acs, 2002).

Αποτελεί γεγονός στις μέρες μας πως η επιχειρηματικότητα συμβάλλει ουσιαστικά στην οικονομική βιωσιμότητα των κρατών και των επιχειρήσεων, η οποία είναι μία από τις τρεις διαστάσεις της αειφορίας (GEM, 2018). Οι στενές σχέσεις μεταξύ οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και οικονομικής ανάπτυξης, τονίζονται από τους θεωρητικούς της οικονομικής ανάπτυξης (GEM, 2018). Η επιχειρηματικότητα *διευκολύνεται* κυρίως από μικρομεσαίες επιχειρήσεις (MME), οι οποίες είναι βασικοί

εργοδότες και συνεισφέρουν στην οικονομική απόδοση των σύγχρονων οικονομιών (GEM, 2018). Οδηγούν επίσης την ανάπτυξη και χρήση του ανθρώπινου κεφαλαίου και της E&A. Αυτές οι MME είναι ιδιαίτερα σημαντικές για τις *μικρές και ανοιχτές* οικονομίες, προκειμένου να διατηρηθεί η αειφόρος ανάπτυξη (GEM, 2018). Για να αποκομίσει οφέλη από την ολοκλήρωση της αγοράς και την οικονομική παγκοσμιοποίηση, η είσοδος των MME στην ξένη αγορά, έχει γίνει επίσης σημαντικό ζήτημα της κυβερνητικής πολιτικής σε μια χώρα της Δύσης, όπως η Κύπρος.

Η επιχειρηματικότητα ως κλάδος βρίσκεται στη διασταύρωση των διεθνών επιχειρήσεων και της επιχειρηματικότητας. Ο όρος διεθνής επιχειρηματικότητα επινοήθηκε από τον McDougall (1989). Πολλά άρθρα κριτικής ανάλυσης, κατάφεραν να *συλλάβουν* σε συστηματική βάση το εκτεταμένο χαρτοφυλάκιο εμπειρικών δημοσιεύσεων στον συνεχώς εξελισσόμενο τομέα της διεθνούς επιχειρηματικότητας. Ωστόσο, η παρούσα ενότητα επιδιώκει να συμβάλει στο σώμα της γνώσης της επιχειρηματικότητας με τρεις τρόπους, την διατύπωση και επικύρωση ενός συνόλου διαστάσεων στις οποίες η βιβλιογραφία στη διεθνή επιχειρηματικότητα μπορεί να αξιολογηθεί για τον εντοπισμό κενών στο σώμα της γνώσης και τον προσδιορισμό των βασικών τομέων που είναι *ανοιχτοί* σε περαιτέρω έρευνα, χρησιμοποιώντας ειδικές εκδόσεις και άρθρα στο τομέα της διεθνούς επιχειρηματικότητας (GEM, 2018).

Οι συστηματικές έρευνες της βιβλιογραφίας, διεξάγονται από τους συγγραφείς ως μέσο σύλληψης της ανάπτυξης της γνώσης σε έναν συγκεκριμένο τομέα έρευνας. Ο σκοπός της συστηματικής αξιολόγησης είναι να αντιμετωπιστεί ένα ερευνητικό πρόβλημα με τον προσδιορισμό, την κριτική αξιολόγηση και την ολοκλήρωση των ευρημάτων όλων των σχετικών (και υψηλής ποιότητας) μελετών (GEM, 2018). Αναφερόμενοι σχετικά στον ορισμό του τομέα της επιχειρηματικότητας, θα πρέπει να σημειωθεί πως σκοπό την εντατικοποίηση της παγκοσμιοποίησης, την απελευθέρωση των αναδυόμενων και μεταβατικών αγορών καθώς και την ένταξή τους στην παγκόσμια οικονομία, το ενδιαφέρον για τη διεθνή επιχειρηματικότητα έχει αυξηθεί τις τελευταίες δεκαετίες (GEM, 2018). Οι McDougall και Oniatt (2000) προτείνουν ότι η διεθνής επιχειρηματικότητα βρίσκεται στη διασταύρωση δύο κλάδων, την επιχειρηματικότητα και τις διεθνείς επιχειρήσεις.

Η επιχειρηματικότητα έχει γίνει ένας καθιερωμένος τομέας έρευνας τις τελευταίες τρεις δεκαετίες. Ένας από τους πρώτους ρητούς ορισμούς της διεθνούς επιχειρηματικότητας

προέρχεται από το McDougall (1989), δηλώνοντας ότι «η διεθνής επιχειρηματικότητα ορίζεται ως η ανάπτυξη διεθνών νέων επιχειρήσεων ή νεοσύστατων επιχειρήσεων που, από την ίδρυσή τους, ασχολούνται με διεθνείς επιχειρήσεις (GEM, 2018). Άλλοι ερευνητές αποδίδουν την πρώτη ακαδημαϊκή επινόηση του όρου στον Morrow (1988), που υπογραμμίζει ότι η τεχνολογική πρόοδος οδήγησε στο *άνοιγμα* νέων αγορών διεθνώς, δημιουργώντας τη διεθνή επιχειρηματικότητα ως νέο φαινόμενο. Οι Wright και Ricks (1994) περιλαμβάνουν επίσης τη διεθνοποίηση των μικρών επιχειρήσεων ως συγκεκριμένο μέρος του τομέα της διεθνούς επιχειρηματικότητας. Η διεθνής επιχειρηματικότητα είναι ένας συνδυασμός καινοτόμου και προληπτικής συμπεριφοράς που εκτείνεται πέρα από τα εθνικά σύνορα και προορίζεται να δημιουργήσει αξία σε οργανισμούς. Η μελέτη της διεθνούς επιχειρηματικότητας περιλαμβάνει έρευνα για τέτοια συμπεριφορά και έρευνα που συγκρίνει την εγχώρια επιχειρηματική συμπεριφορά σε πολλές χώρες (σελ. 903).

Επίσης οι Oniatt και McDougall (2005) χρησιμοποιούν μια διάκριση βάσει της ταχύτητας της διεθνοποίησης, επεκτείνοντας τον ορισμό που εξαρτάται προηγουμένως από το πεδίο της τομής μεταξύ αυτών των δύο κλάδων. Εν συντομία, η διεθνής επιχειρηματικότητα είναι η μελέτη νέων μικρών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο εξωτερικό» (σελ. 601). Τέλος, οι Jones et al. (2011) ορίζουν τη διεθνή επιχειρηματικότητα ως «επιχειρηματική συμπεριφορά [που] περιλαμβάνει διασυνοριακή επιχειρηματική δραστηριότητα ή συγκρίνεται μεταξύ των χωρών».

Εννοιολογικά, η επιχειρηματικότητα βασίζεται στα θεμέλια της επιχειρηματικότητας και τη λειτουργία στις διεθνείς επιχειρήσεις (GEM, 2018). Ως εκ τούτου, θεωρητικά, η διεθνής έρευνα για την επιχειρηματικότητα, περιλαμβάνει θεωρίες διεθνών επιχειρήσεων (όπως το εκλεκτικό παράδειγμα, την υθύνη ξένου κεφαλαίου, την θεωρία κόστους συναλλαγών, την θεωρία δικτύου, το διεθνές μάρκετινγκ) και την επιχειρηματικότητα (όπως επιχειρηματικός προσανατολισμός, λήψη αποφάσεων, αναγνώριση ευκαιριών, ανάληψη κινδύνων, δικτύωση). Η επιχειρηματικότητα εξετάζει φαινόμενα επιχειρηματικής διεθνοποίησης (όπως είσοδο στην αγορά μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων στην ξένη αγορά, πρόιμη διεθνοποίηση διεθνών νέων επιχειρήσεων και γεννημένων σφαιρών) και συγκριτική επιχειρηματικότητα (δηλαδή σύγκριση μεταξύ επιχειρηματικότητας μεταξύ χωρών, επιχειρηματικότητα μεταναστών και συγκριτική επιχειρηματική διεθνοποίηση) (GEM, 2018).

Τέλος, η επιχειρηματικότητα είναι μια διαφορετική πειθαρχία και ένας τομέας έρευνας, όπου έχει προσκαλέσει διάφορα άρθρα μελετών κατά την τελευταία δεκαετία, με στόχο να επικυρώσει την αξία και την ταυτότητα του κλάδου, να προσδιορίσει τις κατευθύνσεις της έρευνας και τα κενά που πρέπει να επιδιωχθούν και να συγκεντρώσει τα προηγούμενη εμπειρική έρευνα (μετα-ανάλυση). Επομένως, το χαρτοφυλάκιο των άρθρων κριτικής, δημιουργήθηκε με βάση την ευρύτερη δυνατή ερμηνεία της διεθνούς έρευνας για την επιχειρηματικότητα, προκειμένου να διασφαλιστεί ότι καταγράφει όλους αυτούς τους διαφορετικούς τομείς και προσεγγίσεις (GEM, 2018).

2.2 Τύποι Επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη συνολική διαδικασία ανάπτυξης και λειτουργίας μιας νέας επιχείρησης, ωστόσο υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι επιχειρηματικότητας (Ács, et al., 2016). Οι άνθρωποι έχουν ποικίλες φιλοδοξίες και οράματα για το είδος των επιχειρήσεων που επιθυμούν να δημιουργήσουν. Κάθε επιχειρηματίας λειτουργεί την επιχείρησή του σύμφωνα με τη δική του προσωπικότητα, τις δεξιότητές του και τα χαρακτηριστικά του.

Ορισμένοι άνθρωποι πιστεύουν ότι με σκληρή δουλειά μπορούν να επιτύχουν, ενώ άλλοι ενδέχεται να χρησιμοποιήσουν κεφάλαιο για να τους βοηθήσει να φτάσουν στην επιτυχία. Για κάποιους επιχειρηματίες, τα κέρδη είναι λιγότερο σημαντικά από την παροχή κοινωνικού αγαθού (Ács, et al., 2016). Αν και όλοι οι επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν παρόμοιες προκλήσεις, ο καθένας μπορεί να επιλέξει διαφορετικούς τρόπους για να τις ξεπεράσει. Κάθε τύπος επιχειρηματία αντιλαμβάνεται τις προκλήσεις με μοναδικό τρόπο και διαθέτει διαφορετικούς πόρους για να τις αντιμετωπίσει. Οι εννέα (9) τύποι επιχειρηματικότητας, αναφέρονται ως εξής:

- ✓ Επιχειρηματικότητα μικρών επιχειρήσεων
- ✓ Επιχειρηματικότητα μεγάλης εταιρείας
- ✓ Κλιμακόμενη νεοφυής επιχειρηματικότητα
- ✓ Κοινωνική επιχειρηματικότητα

- ✓ Καινοτόμος επιχειρηματικότητα
- ✓ Φιλόδοξη επιχειρηματικότητα
- ✓ Μιμητική επιχειρηματικότητα
- ✓ Ερευνητική επιχειρηματικότητα
- ✓ Αγοραστική επιχειρηματικότητα

Επιχειρηματικότητα μικρών επιχειρήσεων

Η πλειονότητα των επιχειρήσεων είναι μικρές. Τα άτομα που ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα των μικρών επιχειρήσεων συνήθως επιδιώκουν να εξασφαλίσουν ένα εισόδημα που να υποστηρίζει την οικογένειά τους και να διασφαλίζει έναν μέτριο τρόπο ζωής. Δεν στοχεύουν σε μεγάλα κέρδη ή σε χρηματοδότηση επιχειρηματικού κεφαλαίου. Η επιχειρηματικότητα των μικρών επιχειρήσεων συχνά αφορά άτομα που κατέχουν και διευθύνουν τη δική τους επιχείρηση, προσλαμβάνοντας τοπικούς υπαλλήλους ή μέλη της οικογένειας. Παραδείγματα αυτής της κατηγορίας περιλαμβάνουν τοπικά παντοπωλεία, κομμωτήρια, μικρές μπουτίκ, συμβούλους και υδραυλικούς (Ács, et al., 2016).

Επιχειρηματικότητα μεγάλης εταιρείας

Η επιχειρηματικότητα μεγάλης εταιρείας αναφέρεται στη διαδικασία κατά την οποία μια εταιρεία, έχοντας πεπερασμένο αριθμό κύκλων ζωής, συνεχίζει να καινοτομεί και να αναπτύσσεται. Αυτός ο τύπος επιχειρηματικότητας απευθύνεται σε έμπειρους επαγγελματίες που γνωρίζουν πώς να διατηρήσουν την καινοτομία. Συνήθως, οι άνθρωποι που ασχολούνται με αυτή την επιχειρηματικότητα είναι μέρος μεγάλων ομάδων στελεχών, όπως τα Γ-επίπεδα. Οι μεγάλες εταιρείες δημιουργούν συχνά νέα προϊόντα και υπηρεσίες με βάση τις προτιμήσεις των καταναλωτών, προκειμένου να καλύψουν τη ζήτηση της αγοράς. Η επιχειρηματικότητα των μικρών επιχειρήσεων μπορεί να εξελιχθεί σε επιχειρηματικότητα μεγάλων εταιρειών, όταν η επιχείρηση αναπτύσσεται γρήγορα ή αποκτάται από μια μεγάλη εταιρεία. Παραδείγματα τέτοιων εταιρειών είναι η Microsoft, η Google και η Disney (Ács, et al., 2016).

Κλιμακόμενη νεοφυής επιχειρηματικότητα

Αυτός ο τύπος επιχειρηματικότητας αφορά επιχειρηματίες που πιστεύουν ότι η εταιρεία τους έχει τη δυνατότητα να αλλάξει τον κόσμο. Συνήθως, αναζητούν χρηματοδότηση από επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων και προσλαμβάνουν εξειδικευμένο προσωπικό. Οι

επεκτάσιμες startups επικεντρώνονται στην αναγνώριση κενών στην αγορά και δημιουργούν λύσεις για αυτά τα κενά. Πολλές από αυτές τις επιχειρήσεις ξεκινούν στη Silicon Valley και επικεντρώνονται στον τομέα της τεχνολογίας. Στόχος τους είναι η ταχεία επέκταση και η μεγιστοποίηση των κερδών. Παραδείγματα επεκτάσιμων startups είναι το Facebook, το Instagram και η Uber (Ács, et al., 2016).

Κοινωνική επιχειρηματικότητα

Αυτός ο τύπος επιχειρηματικότητας αφορά επιχειρηματίες που επιδιώκουν να λύσουν κοινωνικά προβλήματα μέσω των προϊόντων και των υπηρεσιών τους. Ο κύριος στόχος τους είναι να βελτιώσουν τον κόσμο και να προσφέρουν κοινωνικό όφελος, αντί να επικεντρώνονται στα κέρδη ή τον πλουτισμό. Συνήθως, αυτοί οι επιχειρηματίες ιδρύουν μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς ή εταιρείες που αφοσιώνονται στην προώθηση του κοινωνικού καλού.

Καινοτόμος επιχειρηματικότητα

Η καινοτόμος επιχειρηματικότητα αφορά επιχειρηματίες που συνεχώς δημιουργούν νέες ιδέες και εφευρέσεις, μετατρέποντάς τις σε επιχειρηματικά εγχειρήματα. Οι καινοτόμοι επιχειρηματίες στοχεύουν συχνά στο να βελτιώσουν τη ζωή των ανθρώπων, προσφέροντας λύσεις που κάνουν τη διαφορά. Συνήθως χαρακτηρίζονται από ισχυρό κίνητρο και πάθος για τη δουλειά τους. Αναζητούν συνεχώς τρόπους για να διαφοροποιήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους από αυτά που ήδη υπάρχουν στην αγορά. Παραδείγματα καινοτόμων επιχειρηματιών είναι οι Steve Jobs και Bill Gates (Ács, et al., 2016).

Φιλόδοξοι επιχειρηματικότητα

Οι άνθρωποι που είναι πρόθυμοι να εργαστούν σκληρά και να καταβάλουν συνεχιζόμενη προσπάθεια θεωρούνται επιχειρηματίες. Συχνά ξεκινούν από μικρές επιχειρήσεις και προσπαθούν να τις αναπτύξουν μέσω σκληρής δουλειάς, αντί για κεφάλαιο. Οι φιλοδοξίες τους αποτελούν το κίνητρο και είναι έτοιμοι να κάνουν ό,τι απαιτείται για να επιτύχουν τους στόχους τους. Δεν εγκαταλείπουν εύκολα και είναι πρόθυμοι να αντιμετωπίσουν προκλήσεις για να πετύχουν. Για παράδειγμα, κάποιος που έχει πάθος για το

προϊόν του μπορεί να είναι διατεθειμένος να επικοινωνήσει με πολλούς ανθρώπους για να πραγματοποιήσει μια πώληση.

Μιμητική επιχειρηματικότητα

Οι μιμητές είναι επιχειρηματίες που αντλούν έμπνευση από τις επιχειρηματικές ιδέες άλλων, αλλά εστιάζουν στη βελτίωσή τους. Στοχεύουν να κάνουν ορισμένα προϊόντα και υπηρεσίες πιο ποιοτικά και κερδοφόρα. Παρά το γεγονός ότι ξεκινούν με την αντιγραφή άλλων, είναι πρόθυμοι να σκεφτούν νέες ιδέες και να εργαστούν σκληρά για την επιτυχία τους. Οι μιμητές διαθέτουν μεγάλη αυτοπεποίθηση και αποφασιστικότητα, και έχουν την ικανότητα να μάθουν από τα λάθη των άλλων, εφαρμόζοντας τα στη δική τους επιχείρηση (Ács, et al., 2016).

2.3 Χαρακτηριστικά Επιχειρηματικότητας

Η άνιση περιφερειακή ανάπτυξη αποτελεί χαρακτηριστικό των περισσότερων χωρών. Πρόσφατες μελέτες για την ανάπτυξη των διαφόρων περιφερειών διεθνώς, έδειξαν μια αύξηση των περιφερειακών ανισοτήτων σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες. Αυτά τα αποτελέσματα μπορούν να εξηγηθούν από τη θεωρία της ενδογενούς ανάπτυξης και της νέας οικονομικής γεωγραφίας όπου τα διαφορετικά επίπεδα επένδυσης σε ανθρώπινο και φυσικό κεφάλαιο σε διαφορετικές συνθήκες, οδηγούν στην αστικοποίηση της οικονομίας (Hessels, Gelderen, Thurik, 2008).

Στο πλαίσιο αυτό, οι εργοδότες διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην αντίληψη των επενδυτικών ευκαιριών σε διάφορες περιφέρειες και την παραγωγή, ενεργώντας ως συντονιστής των υλικών πόρων των επιχειρήσεων. Έτσι, το επιχειρηματικό κεφάλαιο, όπως μετράται από το επίπεδο της επιχειρηματικότητας, αποτελεί βασικό παράγοντα πολλών οικονομικών δεικτών σε περιφερειακό επίπεδο. Στην έρευνα τους, οι Wennekers, Uhlaner και Thurik (2002), σημείωσαν τις επιπτώσεις του επιχειρηματικού πνεύματος σε ατομικό επίπεδο,

στο επίπεδο των επιχειρήσεων και στο επίπεδο της κοινωνίας, επηρεάζοντας τον πλούτο, την κερδοφορία και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Επίσης, ο Stam (2006) στο άρθρο του επισημαίνει ότι οι περιφερειακές διαφορές στα επίπεδα ανάπτυξης των νεοσύστατων επιχειρήσεων, αποτελούν σημαντική πηγή άνισης περιφερειακής ανάπτυξης. Οι συντάκτες που αναφέρθηκαν παραπάνω υποδηλώνουν την εξάρτηση μεταξύ της οικονομικής ανάπτυξης και της επιχειρηματικότητας. Υπάρχουν λοιπόν τρεις λόγοι που μπορούν να εξηγηθούν από την επιλογή της έρευνας στις αναπτυσσόμενες χώρες. Ο πρώτος και κυριότερος λόγος, είναι το χαμηλό επίπεδο επιχειρηματικής δραστηριότητας στις αναπτυσσόμενες χώρες από ό,τι σε άλλες.

Έτσι, η έρευνα σχετικά με τους αναπτυσσόμενους παράγοντες σε επίπεδο χώρας, μπορεί να αποτελέσει την απάντηση στο ζήτημα της ανάπτυξης των περιφερειών. Ο δεύτερος λόγος είναι οι νέες θέσεις εργασίας. Πολλές μελέτες υποστηρίζουν την υπόθεση σχετικά με τον αντίκτυπο της ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας (Engelen, 2009). Κατά συνέπεια, ο εντοπισμός βασικών παραγόντων που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα των ανθρώπων, μπορεί να συμβάλλει στη μείωση της ανεργίας στις αναπτυσσόμενες χώρες.

Ο τελευταίος λόγος αναφέρει ότι οι αναπτυσσόμενες χώρες είναι λιγότερο αντικείμενο μελέτης ιστορικών αλλαγών, επομένως δεν είναι σε θέση να χρησιμοποιήσουν αλλαγές καινοτομίας και η επιχειρηματικότητα μπορεί να αποτελέσει ένα καλό ξεκίνημα για την ανάπτυξη των αναπτυσσόμενων χωρών όσον αφορά τις νέες τεχνολογίες. Έτσι εντοπίζονται οι κύριες αιτίες, επιβεβαιώνοντας τη σημασία της διερεύνησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας στις αναπτυσσόμενες χώρες (Engelen, 2009).

Η ομάδα των αναπτυσσόμενων χωρών, είναι χώρες με χαμηλά επίπεδα οικονομικής ανάπτυξης. Σύμφωνα με το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, 121 από τις 182 χώρες, είναι αναπτυσσόμενες οικονομίες. Οι αναπτυσσόμενες χώρες χαρακτηρίζονται από χαρακτηριστικά όπως ένας μεγάλος πληθυσμός και ένα τεράστιο πλαίσιο ανάπτυξης. Γενικά, περίπου το 28% του παγκόσμιου λογαριασμού ΑΕΠ στις αναπτυσσόμενες χώρες, συνδυάζουν διάφορα χαρακτηριστικά ως εξής (Hessels, Gelderen, Thurik, 2008):

- ✓ Την ύπαρξη μικτής οικονομίας με διάφορες μορφές ιδιοκτησίας, που κυμαίνονται από την παραδοσιακή οικονομία στο δημόσιο τομέα

- ✓ Σχετικά χαμηλό συνολικό επίπεδο ανάπτυξης των παραγωγικών δυνάμεων.
- ✓ Εξαρτημένη θέση στην παγκόσμια οικονομία λόγω του γεγονότος ότι η οικονομική ανάπτυξη των αποικιών για αιώνες, δεν καθοριζόταν από τις ανάγκες τους, και σήμερα η ανάπτυξή τους εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την εισροή ξένων κεφαλαίων
- ✓ Το χαμηλό επίπεδο του παραγόμενου ΑΕΠ, συμπεριλαμβανομένου του κατά κεφαλήν (περίπου 4 χιλιάδες USD ανά έτος).

Βάσει των ανωτέρω, όλες οι χώρες με αναπτυσσόμενες οικονομίες, μπορούν να χωριστούν σε μικρότερες υποομάδες, τις νέες βιομηχανικές χώρες, τις χώρες-εξαγωγείς πετρελαίου και τις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες. Η πρώτη ομάδα χωρών, είναι εκείνες οι οποίες τις τελευταίες δεκαετίες καταδεικνύουν έντονη οικονομική ανάπτυξη κατά κεφαλήν ΑΕΠ (ορισμένες χώρες της Ασίας, της Λατινικής Αμερικής και οι περισσότερες χώρες του Περσικού Κόλπου). Μια ειδική κατηγορία αναπτυσσόμενων χωρών, είναι οι χώρες που εξαγωγή πετρέλαιο. Οι κύριοι συμμετέχοντες σε αυτήν την υποομάδα χωρών είναι τα 12 μέλη του Οργανισμού χωρών εξαγωγής πετρελαίου (OPEC), αν και ορισμένες χώρες είναι εξαγωγείς πετρελαίου όπως το Μεξικό, το Μπρουνέι κλπ. και δεν περιλαμβάνονται στον ΟΠΕΚ (Pinillos, Reyes, 2011).

Στις χώρες αυτής της υποομάδας υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση στο κατά κεφαλήν ΑΕγχΠ (από λιγότερο από 1.000 δολάρια ΗΠΑ, στη Νιγηρία σε πάνω από 24 χιλιάδες δολάρια στο Κουβέιτ αν ληφθεί υπόψη η ισοτιμία αγοραστικής δύναμης), αλλά παρά ταύτα, τα τεράστια πετρελαϊκά αποθέματα αποτελούσαν τη βάση για την αιτία ανάπτυξης αυτών των αναπτυσσόμενων χωρών και θα συμβάλουν στην ανάπτυξή της στο μέλλον. Υπάρχει επίσης μια ομάδα χωρών οι οποίες, για διάφορους λόγους (έλλειψη ορυκτών και απομόνωσης, ασταθής πολιτική κατάσταση στη χώρα, συχνό δυσμενές κλίμα) ήταν η ομάδα των λιγότερο ανεπτυγμένων χωρών, όπου 32 από τις 47 από αυτές τις χώρες βρίσκονται στην επικράτεια της υποσαχάριας Αφρικής, 10 - στην Ασία, 4 - στην Ωκεανία και 1 στη Λατινική Αμερική (Amor, Levie, 2013).

Το βασικό τους πρόβλημα δεν είναι ούτε η καθυστέρηση και η φτώχεια καθώς και η έλλειψη σημαντικών οικονομικών πόρων που θα τους βοηθούσαν να ξεπεράσουν τις δυσκολίες που σχετίζονται με την ανάπτυξη των περιφερειών. Μετά από αποτυχημένες

προσπάθειες οικονομικής ανάπτυξης, με τη χρήση εισαγωγών και εξαγωγών, οι αναπτυσσόμενες χώρες έχουν αρχίσει να επικεντρώνονται στο επιχειρηματικό τους περιβάλλον και στη διαμόρφωση του οικονομικού χώρου, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη ιδιωτικών πρωτοβουλιών επιχειρηματικότητα ως τοπικός (π.χ. τοπικοί επιχειρηματίες) και ξένοι (π.χ. άμεσες ξένες επενδύσεις).

Πράγματι, οι πολιτικές που σχετίζονται με την προώθηση της επιχειρηματικότητας έχουν οδηγήσει σε θετικά αποτελέσματα, όπου η πρόσφατη αύξηση του αριθμού των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, έχει καταστεί πηγή ανάπτυξης των χωρών με αναπτυσσόμενες οικονομίες. Η ταξινόμηση που αναφέρεται παραπάνω, παρουσιάζει ένα σημαντικό πλεονέκτημα έναντι των τρίτων χωρών που επικεντρώνονται σε πόρους και χώρες με προσανατολισμό στην αποτελεσματικότητα της ταξινόμησης GEM (Wach, 2015).

Ο πρώτος που χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι στις χώρες οι επιχειρήσεις ανταγωνίζονται στην τιμή πώλησης αγαθών και υπηρεσιών, χρησιμοποιούν τους βασικούς παράγοντες παραγωγής, κυρίως ανειδίκευτο εργατικό δυναμικό και φυσικούς πόρους. Το χαρακτηριστικό γνώρισμα της δεύτερης ομάδας χωρών είναι η αποτελεσματική παραγωγή για την αύξηση της παραγωγικότητας. Σε αντίθεση με τις χώρες που προσανατολίζονται προς τους οικονομικούς πόρους, ο ανταγωνισμός επιτυγχάνεται λόγω της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, της αποτελεσματικότητας της αγοράς και της δυνατότητας εκμετάλλευσης των υφιστάμενων τεχνολογιών.

Τα στοιχεία GEM τέλος, δείχνουν ότι κατά τη διάρκεια της οικονομικής ανάπτυξης το επίπεδο της επιχειρηματικότητας που βασίζεται στην αναγκαιότητα μειώθηκε, αλλά αυξάνεται ο βαθμός της επιχειρηματικότητας που βασίζεται στις ευκαιρίες και της εθελοντικής επιχειρηματικότητας. Αντίθετα, η ανάγκη για επιχειρηματικότητα κυριαρχεί στις λιγότερο αναπτυσσόμενες χώρες.

2.4 Μορφές Επιχειρηματικότητας

Οι περισσότεροι άνθρωποι πιστεύουν ότι ένας επιχειρηματίας είναι κάποιος που ονειρεύεται να γίνει κυρίαρχος της βιομηχανίας. Ενώ πολλοί επίδοξοι επιχειρηματίες έχουν

υψηλούς στόχους, οι περισσότεροι ελπίζουν μόνο να δημιουργήσουν μια επιτυχημένη επιχείρηση, είτε αυτή η επιτυχία εκτείνεται σε όλο τον κόσμο είτε δεν φτάνει μακρύτερα από την τοπική τους κοινότητα. Οι μορφές της επιχειρηματικότητας, αναφέρονται σχετικά ως εξής (Ács, et al., 2016).

Επιχειρηματίες Μικρών Επιχειρήσεων

Η Διοίκηση Μικρών Επιχειρήσεων των ΗΠΑ, αναφέρει ότι οι μικρές επιχειρήσεις δημιουργούν το 44% της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας στη χώρα. Οι επιχειρηματίες μικρών επιχειρήσεων διαφέρουν από τους άλλους ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων ως προς το νομικό καθεστώς της εταιρείας τους: Οι επιχειρηματίες γενικά ενσωματώνουν τις επιχειρήσεις τους, ενώ οι ιδιοκτήτες λειτουργούν ως ατομικοί επιχειρηματίες, εταιρικές σχέσεις ή άλλες μη ανώνυμες οντότητες. Οι επιχειρηματίες μικρών επιχειρήσεων αναλαμβάνουν μεγαλύτερους κινδύνους από τον τυπικό ιδιοκτήτη μικρής επιχείρησης και τείνουν να βασίζονται σε ένα ευρύτερο σύνολο δεξιοτήτων που περιλαμβάνουν υψηλό επίπεδο σκέψη, αναλυτικό συλλογισμό και πολύπλοκη διαπροσωπική επικοινωνία.

Επενδυτές Επιχειρηματίες

Οι ρόλοι των επενδυτών και των επιχειρηματιών συνήθως θεωρούνται συμπληρωματικοί αλλά διακριτοί. Οι επιχειρηματίες αναζητούν επενδυτές για να χρηματοδοτήσουν τις νέες τους εταιρείες. Ωστόσο, ορισμένοι επιχειρηματίες επικεντρώνονται αποκλειστικά στην παροχή οικονομικής υποστήριξης σε νέες επιχειρηματικές οντότητες. Οι επενδυτές επιχειρηματίες μπορούν να ξεκινήσουν την καριέρα τους σε έναν από τους δύο ρόλους και να ακολουθήσουν ένα υβρίδιο και των δύο για να αξιοποιήσουν τα δυνατά σημεία του καθενός. Για παράδειγμα, οι επιχειρηματίες μπορεί να αισθάνονται την ανάγκη να τροποποιούν συνεχώς τις δραστηριότητές τους, κάτι που μπορεί να αποτρέψει τη σταθερή καθιέρωση των επιχειρηματικών διαδικασιών. Αναλαμβάνοντας ρόλο επενδυτή και αγοράζοντας ένα μερίδιο ιδιοκτησίας σε μια επιχείρηση, οι επιχειρηματίες είναι πιθανό να αντιμετωπίσουν τις επιχειρηματικές ευκαιρίες πιο στρατηγικά για να κεφαλαιοποιήσουν τη βραχυπρόθεσμη απόδοση καθώς και τους μακροπρόθεσμους στόχους.

Επιχειρηματίες τεχνολογίας

Καθώς οι νέες τεχνολογίες διαπερνούν τις βιομηχανίες όλων των τύπων, θα μπορούσαμε να πούμε ότι όλοι οι επιχειρηματίες είναι επιχειρηματίες τεχνολογίας από κάποια άποψη. Ωστόσο, τα τελευταία 40 χρόνια η εικόνα των επιχειρηματιών τεχνολογίας κυριαρχείται από δισεκατομμυριούχους όπως ο Μπιλ Γκέιτς, ο Τζεφ Μπέζος και ο Μαρκ Ζάκερμπεργκ. Αυτό που διακρίνει αυτόν τον τύπο επιχειρηματία είναι η πρακτική εφαρμογή των επιστημονικών καινοτομιών για την επίλυση επιχειρηματικών προβλημάτων. Οι επιχειρηματίες τεχνολογίας χαρακτηρίζονται από το πάθος και την ακλόνητη πίστη τους στην εγγενή αξία των προϊόντων ή των υπηρεσιών που δημιουργούν. Το να γίνει κανείς επιχειρηματίας τεχνολογίας, συνήθως συνεπάγεται πολλές ώρες εργασίας και οικονομικές θυσίες βραχυπρόθεσμα για τις προοπτικές μακροπρόθεσμου κέρδους. Οι επιχειρηματίες τεχνολογίας πρέπει επίσης να έχουν την ικανότητα να πουλούν τις ιδέες τους, να επιμένουν στις δύσκολες στιγμές και να κάνουν τους άλλους να αισθάνονται ενθουσιασμένοι με τις ιδέες τους.

Επιχειρηματίες σε ήδη υπάρχουσες εταιρείες

Οι επιχειρηματίες σε ήδη υπάρχουσες εταιρείες, εφαρμόζουν τις αρχές της επιχειρηματικότητας σε έργα σε μια υπάρχουσα εταιρεία ή οργανισμό. Μια σημαντική διάκριση μεταξύ επιχειρηματιών και ενδοεπιχειρηματιών είναι η έλλειψη προσωπικής επένδυσης των τελευταίων, η οποία μειώνει τον αντίκτυπο μιας πιθανής αποτυχίας σε οποιοδήποτε άτομο. Οι ενδοεπιχειρηματίες τείνουν να είναι αυτόνομοι, προνοητικοί και καινοτόμοι υπάλληλοι που δημιουργούν ένα επιχειρηματικό πνεύμα στην ομάδα τους. Όταν οι εταιρείες δίνουν στους εργαζόμενους την ελευθερία να πειραματιστούν και να αναπτυχθούν μέσα σε έναν οργανισμό, μπορούν να επωφεληθούν από την επιτυχία των εσωτερικών έργων των εργαζομένων τους. Ωστόσο, οι εταιρείες που αποτυγχάνουν να αναγνωρίσουν προσωπικά το έργο των ενδοεπιχειρηματιών κινδυνεύουν να τους δουν να φεύγουν για να γίνουν αληθινί ανεξάρτητοι επιχειρηματίες.

Διαδικτυακοί επιχειρηματίες

Οι επιχειρήσεις που βασίζονται στο Διαδίκτυο, προσφέρουν πολλά πλεονεκτήματα στους επιχειρηματίες, συμπεριλαμβανομένου του χαμηλού κόστους εκκίνησης και της ικανότητας γρήγορης δημιουργίας διαδικτυακής παρουσίας για να επωφεληθούν από τον

γρήγορο ρυθμό των μεταβαλλόμενων αγορών. Ωστόσο, το χαμηλό εμπόδιο εισόδου μπορεί να είναι μια επικίνδυνη ψευδαίσθηση για τους διαδικτυακούς επιχειρηματίες που αποτυγχάνουν να συνειδητοποιήσουν τη σκληρή δουλειά και την επιμονή που απαιτούνται για την επίτευξη των επιχειρηματικών τους στόχων. Οι διαδικτυακές επιχειρήσεις απαιτούν τον ίδιο χρόνο και δέσμευση προσπάθειας με άλλες μορφές επιχειρηματικότητας, και υπόκεινται στις δικές τους προκλήσεις, πολλές από τις οποίες σχετίζονται με την τεχνολογία. Για παράδειγμα, μια διαδικτυακή επιχείρηση πιθανότατα θα βασίζεται σε συνεργασίες με πολλούς διαφορετικούς παρόχους υπηρεσιών, μια διακοπή λειτουργίας σε οποιονδήποτε από τους οποίους θα μπορούσε να βάλει εκτός σύνδεσης την επιχείρηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

3.1 Η εξέλιξη των νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα και την Ευρώπη

Τα τελευταία χρόνια, η ελληνική σκηνή των startups έχει εισέλθει σε μια περίοδο εδραίωσης, με σημαντικές επιτυχίες και έναν καλό βαθμό ισορροπίας. Η Ελλάδα φιλοξενεί πολλούς επιχειρηματίες που εργάζονται σε καινοτόμες ιδέες και επιχειρηματικά μοντέλα με μεγάλες προοπτικές. Ο ακριβής αριθμός των ελληνικών startups είναι δύσκολο να προσδιοριστεί, αλλά εκτιμάται ότι κυμαίνεται γύρω από τις 2000 (Enterprise Greece, 2018).

Σύμφωνα με το AngelList, ένα κοινωνικό δίκτυο για startups και επενδυτές, καταγράφονται:

- ✓ 562 startups
- ✓ 2.807 επενδυτές

Επιπλέον, σύμφωνα με το F6S ένα άλλο κοινωνικό δίκτυο για startups και επενδυτές καταγράφονται 925 startups στην Ελλάδα. Σύμφωνα με τα δεδομένα του European Startup Monitor (ESM Survey 2016):

- ✓ Η μέση ηλικία των startups του ESM 2016 ήταν 2,4 έτη, με τις νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα να έχουν την μικρότερη μέση ηλικία (1,3 έτη).
- ✓ Τα υψηλότερα ποσοστά startups προέρχονται από την Ελλάδα (48,6%) και το Ισραήλ (45,7%).
- ✓ Οι χώρες με τα υψηλότερα ποσοστά γυναικών ιδρυτών είναι το Ηνωμένο Βασίλειο (33,3%), η Ελλάδα (28,4%) και η Ιρλανδία (23,3%).

Η ίδρυση μιας επιχείρησης σε μια ομάδα φαίνεται να είναι πιο συχνή στην Ελλάδα (94,3%) και τη Φινλανδία (92,1%) και λιγότερο συχνή στην Ιρλανδία (62,3%) και στην Ολλανδία (63,0%). Οι χαμηλότερες επιπτώσεις στην απασχόληση εντοπίζονται κυρίως στις χώρες της Νότιας Ευρώπης και χώρες που δυσκολεύτηκαν μετά την οικονομική κρίση του 2008, όπως η Ελλάδα (2,6 + 2,9), το Ισραήλ (3,2 + 2,5), η Ιρλανδία (4,0 + 1,9) και η Ιταλία (3,5 + 3,1). Το λιγότερο διεθνές εργατικό δυναμικό βρίσκεται στις Πολωνικές (4,8%), Ουγγρικές (7,3%) και Ελληνικές (10,7%) νεοφυείς επιχειρήσεις (Enterprise Greece, 2018).

Το πιο σημαντικό στρατηγικό πεδίο για τις ελληνικές startups είναι η ανάπτυξη προϊόντων. Σύμφωνα με τα δεδομένα, οι ιδρυτές από την Ελλάδα είναι πιο πιθανό (42,3%) να

χρησιμοποιήσουν τις δικές τους αποταμιεύσεις ως μοναδική πηγή χρηματοδότησης, ακολουθούμενοι από την οικογένεια και τους φίλους (38,5%). Οι περισσότερες ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στον τομέα της Βιομηχανικής Τεχνολογίας και Υλικών Παραγωγής (17,1%), ενώ το επιχειρηματικό τους μοντέλο είναι κυρίως B2B με κάποια B2C (20%), ακολουθούμενο από το μοντέλο "κυρίως B2B" (17,1%) και "κυρίως B2C με κάποια B2B" (17,1%). Η Ελλάδα δείχνει υψηλό βαθμό διεθνοποίησης (43,8%). Από τις νεοφυείς επιχειρήσεις που έχουν ήδη έσοδα, η πλειοψηφία (71,5%) κερδίζει έως 50.000 ευρώ, κατατάσσοντας τη χώρα στη χαμηλότερη θέση μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών. Ένα άλλο 14,3% κέρδισε 50.000 - 150.000 ευρώ και το 14,3% είχε ετήσια έσοδα 150.000 - 500.000 ευρώ το 2022 (Enterprise Greece, 2018).

Οι Έλληνες δείχνουν έντονη τάση προς την επιχειρηματικότητα, με την κατάσταση αυτή να ενισχύεται ιδιαίτερα μετά την οικονομική κρίση. Η επιχειρηματικότητα έχει αναδειχθεί ως βασικός παράγοντας για την αποκατάσταση της ανάπτυξης και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στην Ελλάδα. Ο κλάδος της πληροφορικής (MME και μεγαλύτερες επιχειρήσεις) συνεισφέρει προστιθέμενη αξία ύψους 830 εκατ. ευρώ, εκ των οποίων περίπου το 1/4 προέρχεται από εταιρείες που ανήκουν σε clusters και startups. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της Εθνικής Τράπεζας, η προστιθέμενη αξία του κλάδου της πληροφορικής μπορεί να φτάσει τα 1,8 δισ. ευρώ το 2020, προσφέροντας περίπου 20.000 νέες θέσεις εργασίας. Τα βασικά οχήματα αυτής της ανάπτυξης είναι οι startups και τα clusters, τα οποία αντιπροσωπεύουν τα 3/4 της συνολικής αύξησης.

Τα δυνατά σημεία που διαφοροποιούν τις ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις πληροφορικής περιλαμβάνουν την ανώτερη απόδοσή τους στους τομείς...

- ✓ Καινοτομία: Το 29% του κύκλου εργασιών τους επενδύεται σε Έρευνα και Ανάπτυξη (E&A), ενώ ο αντίστοιχος μέσος όρος για άλλες MME πληροφορικής είναι μόλις 15%.
- ✓ Ανθρώπινο δυναμικό: Το 60% των ελληνικών εταιρειών στον τομέα της πληροφορικής αξιολογούν το ανθρώπινο δυναμικό τους ως άριστο, σε σύγκριση με το 39% των άλλων MME πληροφορικής.
- ✓ Απορρόφηση τεχνολογίας: Το 53% του κύκλου εργασιών τους προέρχεται από το ηλεκτρονικό εμπόριο, ενώ για άλλες MME πληροφορικής το ποσοστό είναι μόλις 10%.

Επιπλέον, το 75% του κλάδου έχει αναπτύξει ολοκληρωμένα πληροφοριακά συστήματα, έναντι 41% για άλλες ΜΜΕ πληροφορικής.

- ✓ Εάν το επιχειρηματικό περιβάλλον στην Ελλάδα (νομοθετικό, υποδομές, ιδιωτική χρηματοδότηση, ακαδημαϊκή υποστήριξη) πλησιάσει τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, η αξία του κλάδου της πληροφορικής θα μπορούσε να εκτοξευθεί.
- ✓ Εκτιμάται ότι η προστιθέμενη αξία και οι νέες θέσεις εργασίας στον τομέα της πληροφορικής θα μπορούσαν να φτάσουν τα 5,8 δισ. ευρώ το 2020, με την ανάπτυξη των startups να τριπλασιάζεται και τη μέση αποτίμησή τους να σχεδόν τετραπλασιάζεται. Η προστιθέμενη αξία του κλάδου θα μπορούσε να ανέρχεται σε 3,7 δισ. ευρώ από μόλις 80 εκατ. ευρώ το 2015, ενώ η συμμετοχή των επιχειρήσεων σε clusters θα μπορούσε να αυξηθεί στο 25%, από μόλις 3% το 2015 (Enterprise Greece, 2018).

3.2 Το οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων στην Ευρώπη

Η ευρωπαϊκή περιοχή είναι ένα δυναμικό τοπίο που συνεχίζει να εξελίσσεται χρόνο με το χρόνο. Ενώ ο συνολικός αριθμός των οικονομιών startup στις 1.000 κορυφαίες παγκοσμίως έχει μειωθεί ελαφρώς σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, μπορούν να παρατηρηθούν θετικές εξελίξεις σε ορισμένες χώρες και πόλεις της περιοχής (Enterprise Greece, 2018).

Το Ηνωμένο Βασίλειο, ιδιαίτερα η πρωτεύουσά του το Λονδίνο, συνεχίζει να κυριαρχεί στο ευρωπαϊκό οικοσύστημα startup, καθιερώνοντας σταθερά τον εαυτό του ως ο ισχυρότερος εκπρόσωπος τόσο σε χώρες όσο και σε πόλεις παγκοσμίως. Η Σουηδία, η Γαλλία, η Γερμανία και η Ολλανδία εντάσσονται στο Ηνωμένο Βασίλειο στην πρώτη 5άδα της περιοχής σε επίπεδο χώρας, αντικατοπτρίζοντας την κατάταξη από το προηγούμενο έτος (2022). Κατά την εξέταση της κατάταξης των πόλεων, προκύπτουν τέσσερις βαθμίδες, υπογραμμίζοντας τους διαφορετικούς βαθμούς επιτυχίας στα ευρωπαϊκά οικοσυστήματα startup. Το Λονδίνο βρίσκεται μόνο του στην πρώτη βαθμίδα, με σημαντικό προβάδισμα έναντι όλων των άλλων ευρωπαϊκών πόλεων. Το Παρίσι και το Βερολίνο αποτελούν τη δεύτερη βαθμίδα, διατηρώντας μια σημαντική διαφορά από τη Στοκχόλμη και το Άμστερνταμ, που αποτελούν την τρίτη βαθμίδα. Τέλος, η τέταρτη βαθμίδα περιλαμβάνει τη Μόσχα, το Μόναχο, τη Βαρκελώνη και το Ελσίνκι (Enterprise Greece, 2018).

Οι δυτικοευρωπαϊκές πόλεις κυριαρχούν κατά κύριο λόγο στο top 20 της Ευρώπης, με τη Μόσχα να είναι η πρώτη πόλη της Ανατολικής Ευρώπης που μπήκε στην κατάταξη, καταλαμβάνοντας την έκτη στην περιοχή και την 30η παγκοσμίως. Το Παρίσι ενίσχυσε περαιτέρω τη θέση του στο παγκόσμιο top 10, κατατάσσεται πλέον στην ένατη θέση και ξεπερνά το Τελ Αβίβ. Αξιοσημείωτη ανάπτυξη παρατηρείται στην Κωνσταντινούπολη, η οποία ανέβηκε 13 θέσεις για να εξασφαλίσει την 53η θέση παγκοσμίως. Σημαντική πρόοδος σημείωσε και η Λισαβόνα, ανεβαίνοντας 21 θέσεις και κατέκτησε παγκόσμια κατάταξη στην 62η το 2023 (Enterprise Greece, 2018).

Ωστόσο, δεν έχουν διατηρήσει όλες οι πόλεις θετική δυναμική. Η Μπαρτσελόνα υποχώρησε τρεις θέσεις για να καταταχθεί στην 40η θέση παγκοσμίως, ενώ το Δουβλίνο και η Κοπεγχάγη σημείωσαν πτώση πέντε και τεσσάρων θέσεων, αντίστοιχα, κατατάσσοντας την 51η και την 57η θέση παγκοσμίως. Αυτές οι αλλαγές υπογραμμίζουν την ανταγωνιστική φύση του τοπίου των startup και την ανάγκη για συνεχή προσαρμογή και καινοτομία για να ευδοκιμήσουν.

Το ευρωπαϊκό οικοσύστημα startup παραμένει ένα ζωντανό και ποικιλόμορφο τοπίο, που χαρακτηρίζεται τόσο από θετική δυναμική όσο και από μοναδικές ποικιλίες σε χώρες και πόλεις. Ενώ ορισμένα έθνη γνώρισαν αξιοσημείωτες βελτιώσεις στην κατάταξή τους, άλλα αντιμετώπισαν οπισθοδρομήσεις. Το Λονδίνο συνεχίζει να αποτελεί την κορυφή της επιτυχίας των ευρωπαϊκών startup, με άλλες μεγάλες πόλεις όπως το Παρίσι, το Βερολίνο και η Στοκχόλμη να δίνουν το στίγμα τους. Το top 10 της περιφέρειας αντικατοπτρίζει την αποκεντρωμένη φύση των startup σκηνών στη Γερμανία και την Ισπανία, δίνοντας έμφαση στα πολλαπλά hotspot της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε αυτές τις χώρες (Enterprise Greece, 2018).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 Η νεανική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Ο ελληνικός νόμος προσφέρει διάφορες νομικές μορφές για την ίδρυση και λειτουργία μιας επιχείρησης. Εκτός από την ίδρυση ελληνικής εταιρείας ή οντότητας (ατομική επιχείρηση), ξένες εταιρείες μπορούν να ιδρύουν και να ασκούν επιχειρηματικές δραστηριότητες στην Ελλάδα μέσω ίδρυσης ελληνικού υποκαταστήματος ή συμμετοχής σε κοινοπραξία με άλλη εταιρεία. Οι αλλοδαπές εταιρείες, εκτός από τη δυνατότητα ίδρυσης θυγατρικών ή υποκαταστημάτων στην Ελλάδα, μπορούν επίσης να ιδρύσουν αντιπροσωπεία σύμφωνα με τον Ν.89/1967, όπως τροποποιήθηκε με τον Ν.3427/2005. Η αντιπροσωπεία αυτή μπορεί να έχει ως αποκλειστικό σκοπό την παροχή υπηρεσιών προς τις κεντρικές τους εγκαταστάσεις ή άλλες θυγατρικές εταιρείες εκτός Ελλάδας, χωρίς να πραγματοποιεί εμπορικές δραστηριότητες στην ελληνική αγορά.

Σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 89/1967 (όπως τροποποιήθηκε με τον Ν. 3427/2005), αλλοδαπά νομικά πρόσωπα έχουν την δυνατότητα να παρέχουν την έδρα τους ή τις θυγατρικές τους στο εξωτερικό (εταιρείες που δεν είναι εγκατεστημένες). στην Ελλάδα) με κεντρικές λογιστικές υπηρεσίες, έλεγχο ποιότητας παραγωγής και διαδικασίες, υπηρεσίες σχεδιασμού, διαφήμισης & μάρκετινγκ καθώς και επεξεργασίας δεδομένων) μπορούν να ιδρύσουν γραφείο ή εταιρεία στην Ελλάδα με αποκλειστικό σκοπό την παροχή αυτών των υπηρεσιών. Το προσωπικό του νομικού προσώπου που αναφέρεται στο άρθρο 89 του Νόμου οφείλει να αποτελείται το λιγότερο από τέσσερα άτομα και οι ετήσιες λειτουργικές δαπάνες της εταιρείας να ανέρχονται σε τουλάχιστον 100.000 € και να χρηματοδοτούνται από τραπεζικά εμβάσματα.

Ξένες ναυτιλιακές εταιρείες: δραστηριότητες που σχετίζονται αποκλειστικά με τη διαχείριση, ανάπτυξη, μεσιτεία, ναύλωση, διαχείριση μέσων και ασφάλιση μη επιβατηγών πλοίων 500 ολικής χωρητικότητας και άνω που ασχολούνται με διεθνείς μεταφορές, αλλά και με την αντιπροσώπευση διεθνών εταιρειών πλοιοκτησίας ή άλλων διεθνών ναυτιλιακών οργανισμών με παρόμοιους σκοπούς με τις παραπάνω εργασίες, όπως ορίζεται με τις εκάστοτε διατάξεις του άρθρου 25 του ν. 27 του 1975 (2) Στην Ελλάδα μπορεί να ιδρύεται γραφείο ή υποκατάστημα. Ο ελάχιστος απαιτούμενος προϋπολογισμός για τα ετήσια έξοδα του γραφείου ή του υποκαταστήματος είναι 50.000 \$ ΗΠΑ και πρέπει να καλύπτονται από εμβάσματα. Για

να συμμορφωθεί το γραφείο/υποκατάστημα με τις παραπάνω διατάξεις θα πρέπει να παράσχει τραπεζική εγγύηση τουλάχιστον 5.000 ευρώ.

4.2 Τα εμπόδια που προκύπτουν στην προσπάθεια των νέων να επενδύσουν στην επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

4.2.1 Παράγοντες που οφείλονται σε κοινωνικά και οικονομικά εμπόδια

Υπάρχουν εμπόδια για την δημιουργία νεοφυών επιχειρήσεων τα οποία προκύπτουν από κοινωνικούς παράγοντες και ειδικότερα στην περιφέρεια. Η κουλτούρα για μια κοινωνία αποτελείται από στάσεις, αξίες και πεποιθήσεις. Η πρόοδος, η ανάπτυξη και η καινοτομία επηρεάζονται από την επιχειρηματική κουλτούρα. Την ίδια στιγμή όμως μπορεί και να αποτρέψει τη δημιουργία επιτυχημένων επιχειρήσεων και την ανάπτυξή τους. Σημαντικός είναι ο λόγος σύμφωνα με τον οποίο η κοινωνία δείχνει μια άρνηση για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα κάτι το οποίο δεν είναι θετικό για τη δημιουργία γυναικείων επιχειρήσεων. Τα όποια κοινωνικά πρότυπα και πεποιθήσεις ισχύουν για το γυναικείο φύλλο στο χώρο των επιχειρήσεων καθώς και η έλλειψη εμπειρίας από τις γυναίκες είναι παράγοντες αρνητικοί για τις ίδιες (Crampton, Mishra, 2009).

Σε αντίθεση με τους άνδρες οι οποίοι οδηγούνται από τις τάσεις που επικρατούν στην αγορά αλλά και από τις κοινωνικές αντιλήψεις. Έτσι δημιουργούν επιχειρήσεις. Υπάρχουν κάποιοι τομείς οι οποίοι θεωρούνται ανδρικοί όπως ο τεχνολογικός. Αν κάποια νέα γυναίκα εισχωρήσει σε αυτό το πεδίο θεωρείται ότι έχει εισβάλλει σε ένα χώρο ο οποίος είναι ανδρικός. Σαν αποτέλεσμα δεν έχουν και τόσο θετική αντιμετώπιση και το κοινωνικό σύνολο δεν τις αποδέχεται. Άλλες πάλι φορές κυριαρχεί η άποψη ότι οι γυναίκες δεν είναι και τόσο συνεπείς και αξιόπιστες στις επιχειρήσεις και δεν τις εμπιστεύονται εύκολα (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2011). Η επιχειρηματικότητα επηρεάζεται και από το οικογενειακό και το ευρύ περιβάλλον. Ειδικά για τις γυναίκες, στην περιφέρεια, ο παράγοντας αυτός είναι σημαντικός. Στη περίπτωση των παραδοσιακών οικογενειών με δυνατές τις πεποιθήσεις για ανισότητες η παρουσία των ανδρών στις επιχειρήσεις είναι ισχυρές.

Οι επαγγελματικοί ρόλοι των γονέων επηρεάζουν τα μελλοντικά επαγγελματικά σχέδια των παιδιών. Αν υπάρχουν ισχυροί συνεκτικοί ρόλοι με επιχειρηματίες του οικογενειακού περιβάλλοντος μπορεί να δημιουργήσουν αρνητικές συνέπειες για μελλοντική

επιχειρηματικότητα αλλά και αναπαραγωγή για νέους επιχειρηματίες. Τα άτομα τα οποία διατηρούν πολλές επιχειρηματικές σχέσεις με επιχειρηματίες από το ευρύ περιβάλλον τείνουν να δημιουργήσουν καινοτόμες επιχειρήσεις. Η έρευνα των Ljuggren, Alsos, Ambel αναφέρει ότι σε ό,τι αφορά τη καινοτομία και τους άνδρες οι τελευταίοι κυριαρχούν (Dreher, Cox, Taylor, 2011).

Σύμφωνα με τους Robinson and Sexton υπάρχει μια θετική σχέση ανάμεσα σε εκπαίδευση και επιχειρηματικότητα, και ειδικά στα έτη εκπαίδευσης. Έτσι έχει παρατηρηθεί ότι οι άνδρες επηρεάζονται πιο πολύ αφού το εκπαιδευτικό σύστημα μπορεί και διαμορφώνει θετικές στάσεις για επιχειρηματικότητα. Σε ό,τι αφορά τις γυναίκες είναι αποτρεπτικό. Έπειτα από σχετική έρευνα που έγινε στην Αγγλία, διαπιστώθηκε ότι ένα ποσοστό 44% των ανδρών θεωρούσε ότι είχε τις απαραίτητες ικανότητες για τη δημιουργία μιας επιχείρησης ενώ ένα ποσοστό μόλις 26% ίσχυε για τις γυναίκες. Για τους άνδρες πτυχιούχους πρέπει να αναφερθεί ότι το ποσοστό επιτυχίας για την ένταξή τους σε επιχειρηματικά σχέδια και σε εξέλιξη των επιχειρήσεων ήταν διπλάσιο. Είναι επίσης αποδεδειγμένο ότι οι επιχειρηματίες σε σχέση με το υπόλοιπο πληθυσμό έχουν καλύτερη εκπαίδευση και περισσότερα προσόντα σε σχέση με τον υπόλοιπο πληθυσμό.

Στην αντίθετη πλευρά ανήκουν εκείνοι που διαθέτουν πτυχίο, κατάλληλες εμπειρίες και αναλαμβάνουν ρίσκα. Οι άνδρες σε αντίθεση με τις γυναίκες παρουσιάζουν μια συνεχή επαγγελματική καριέρα σε αντίθεση με τις γυναίκες οι οποίες κάνουν διαλείμματα στην εργασία τους. Το είδος της εκπαίδευσης έχει σχέση με τις επιχειρηματικές προθέσεις γεγονός που σημαίνει ότι η εξειδίκευση σε επιχειρηματικότητα πολύ πιθανό επηρεάζει όσους θέλουν να ασχοληθούν με αυτή. Σε ό,τι αφορά τα χρόνια σπουδών σύμφωνα με τους Menzeis, Diochon, Gase δε φαίνεται να έχουν σημαντικές; Διαφορές σε άνδρες και γυναίκες.

Σύμφωνα με τους Simpson, Stuges, Woods και Altman, οι γυναίκες απόφοιτες MBA αντιμετωπίζουν σημαντικά εμπόδια στην καριέρα τους, τα οποία αποδίδονται σε ανδρικές προκαταλήψεις. Αξίζει να σημειωθεί ότι τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες συχνά προσανατολίζονται επαγγελματικά προς κλάδους που θεωρούνται πιο συμβατοί με το φύλο τους, γεγονός που επηρεάζει την ανάπτυξη των δεξιοτήτων τους. Ιδιαίτερα αξιοσημείωτη είναι η αρνητική στάση που εκδηλώνουν οι γυναίκες απέναντι σε επαγγέλματα που παραδοσιακά θεωρούνται “ανδρικά”, καθώς διστάζουν να εισέλθουν σε πεδία που αντιλαμβάνονται ως επικίνδυνα (Dreher, Cox, Taylor, 2011).

Το είδος της επιχείρησης καθορίζεται και από το επίπεδο εκπαίδευσης. Ο Brush θεωρεί ότι τα εφόδια για ένα επιχειρηματία είναι το ατομικό και το κοινωνικό κεφάλαιο που διαθέτουν το οποίο αλλάζει και διαμορφώνεται από τη οικογενειακή, κοινωνική και επαγγελματική ζωή. Τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες διαθέτουν διαφορετικό γνωστικό κεφάλαιο. Οι γυναίκες μάλλον διαθέτουν μικρότερο από ότι οι άνδρες. Από τη στιγμή που η συμμετοχή συγγενικών προσώπων είναι μεγάλη στο πρόσωπο ενός μελλοντικού επιχειρηματία τόσο μικρή θα είναι και η απόδοσή του. Στη κερδοφορία μια επιχείρησης σημαντικό ρόλο έχουν τα ισχυρά κοινωνικά δίκτυα ειδικά αν δίνουν πόρους και πληροφορίες.

Σύμφωνα με τους Elfring and Hulsing τέλος, οι επιχειρηματίες που διαθέτουν αδύναμα και ποικίλα κοινωνικά δίκτυα θα είναι καινοτόμοι. Σε ότι αφορά τις γυναίκες έχουν ομοιογενή κοινωνικά δίκτυα τα οποία δεν τις βοηθούν σε εύρεση πληροφοριών. Η έλλειψη κοινωνικών δικτύων είναι αρνητικός παράγοντας για την επιχειρηματικότητα. Έρευνες έδειξαν ότι η απουσία γνώσης του αξιακού συστήματος των εν δυνάμει πελατών και παραδόσεων αποτελεί εμπόδιο τα επιχειρηματικότητας (Crampton, Mishra, 2009).

4.2.2 Παράγοντες που οφείλονται σε προσωπικά εμπόδια

Ανάμεσα στα δύο φύλα παρατηρείται διαφορά στην επιχειρηματική παρουσία, με τη γυναικεία συμμετοχή να είναι λιγότερο έντονη σε σύγκριση με την ανδρική. Αυτό συχνά οφείλεται σε προσωπικούς λόγους. Οι διαφορές στα χαρακτηριστικά μεταξύ ανδρών και γυναικών μπορεί να λειτουργούν ως εμπόδιο στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα (Ανθοπούλου, 2009). Έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Ιρλανδία το 2011 έδειξε ότι και τα δύο φύλα βιώνουν φόβο αποτυχίας, αλλά στις γυναίκες αυτό το αίσθημα είναι πιο έντονο. Οι γυναίκες συχνά πιστεύουν ότι δεν έχουν τις απαιτούμενες δεξιότητες για την έναρξη μιας επιχείρησης σε σύγκριση με τους άνδρες (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2011).

Από την άλλη πλευρά, οι άνδρες συχνά θεωρούν τους εαυτούς τους πιο ικανούς να δημιουργήσουν μια επιχείρηση, ακόμα και αν δεν διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις ή ικανότητες. Έχουν υψηλότερη αυτοπεποίθηση και δεν νιώθουν τόσο έντονα τον φόβο αποτυχίας. Αντίθετα, η αυτοπεποίθηση και η αυτοεκτίμηση στις γυναίκες είναι συχνά χαμηλότερες (Crampton, Mishra, 2009). Παρότι μελέτες δείχνουν ότι οι γνώσεις για την επιχειρηματικότητα είναι παρόμοιες μεταξύ ανδρών και γυναικών, οι γυναίκες συχνά

δείχνουν μεγαλύτερη προθυμία να εκπαιδευτούν για να καλύψουν τυχόν ελλείψεις τους. Ωστόσο, μπορεί να μην αισθάνονται την ίδια διάθεση να εμπλακούν σε επιχειρηματικές δραστηριότητες (Dreher, Cox, Taylor, 2011).

Σύμφωνα με τους Gustafson και Schubert, η αντίληψη του ρίσκου διαφέρει ανάμεσα στα φύλα. Το κέρδος συνδέεται με την ανάληψη ρίσκου και την πιθανότητα ζημίας. Ένα άτομο με χαμηλή αυτοπεποίθηση είναι λιγότερο πιθανό να πάρει αποφάσεις που περιέχουν ρίσκο. Η αυτοπεποίθηση είναι επίσης σημαντική για να καθοριστεί εάν μια απόφαση θεωρείται επικίνδυνη και αν κάποιος θα προχωρήσει στην υλοποίησή της.

Οι άνδρες έχουν συχνά μεγαλύτερο δίκτυο επαγγελματικών διασυνδέσεων και δεν χρειάζεται να σταματήσουν την καριέρα τους για οικογενειακές υποχρεώσεις, όπως συμβαίνει συχνά στις γυναίκες. Η επαγγελματική πορεία των γυναικών συχνά διακόπτεται λόγω οικογενειακών υποχρεώσεων, όπως η φροντίδα παιδιών και ηλικιωμένων (Carter, 2000). Αυτές οι υποχρεώσεις επηρεάζουν τη συνέχεια της εργασίας τους και μειώνουν τη συμμετοχή τους στην επιχειρηματικότητα. Στο σημείο εκκίνησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας, οι άνδρες και οι γυναίκες συχνά έχουν διαφορετικό επίπεδο εμπειρίας και εκπαίδευσης. Οι άνδρες συνήθως έχουν περισσότερη εμπειρία σε τομείς όπως η διαχείριση εργαζομένων, οι βιομηχανίες και οι επιχειρήσεις.

Επιπλέον, μελέτες δείχνουν ότι οι άνδρες έχουν μεγαλύτερη εμπειρία στη διοργάνωση και τη διοίκηση. Σύμφωνα με τους Kelleberg και Leight, οι άνδρες έχουν συχνά εμπλακεί σε περισσότερες επιχειρηματικές δραστηριότητες από τις γυναίκες. Οι εμπειρίες και οι γνώσεις των ατόμων συμβάλλουν στην ανακάλυψη και αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών. Η ικανότητα αναγνώρισης και επιλογής των κατάλληλων ευκαιριών είναι καθοριστική για την επιτυχία μιας επιχείρησης. Οι άνδρες έχουν συχνά περισσότερες διασυνδέσεις στον επιχειρηματικό κόσμο, κάτι που τους διευκολύνει στην έναρξη επιχειρήσεων (Ανθοπούλου, 2009).

Η εργασιακή εμπειρία φαίνεται να έχει μικρή επίδραση στα επαγγελματικά σχέδια τόσο των ανδρών όσο και των γυναικών (Carter, 2000). Σύμφωνα με τους Aldrich και Kim,

τα αγόρια έχουν περισσότερες πιθανότητες από τα κορίτσια να ασχοληθούν με οικογενειακές επιχειρήσεις, ενώ η εργασιακή εμπειρία δεν φαίνεται να επηρεάζει το επαγγελματικό τους μέλλον. Οι μελέτες δείχνουν ότι οι ηλικίες στις οποίες ξεκινά η επιχειρηματική δραστηριότητα διαφέρουν μεταξύ ανδρών και γυναικών.

Ένα ακόμα εμπόδιο για τις γυναίκες είναι η διακοπτόμενη εργασιακή πορεία τους λόγω οικογενειακών υποχρεώσεων και του μειωμένου διαθέσιμου χρόνου. Η ανασχόληση με την επιχειρηματικότητα συχνά επηρεάζεται από την ηλικία και το ρίσκο που πρέπει να αναλάβουν. Οι νέοι είναι συνήθως πιο πρόθυμοι να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις της επιχειρηματικότητας, ενώ οι γυναίκες είναι πιθανότερο να αποφεύγουν τους κινδύνους λόγω κοινωνικών στερεοτύπων. Σύμφωνα με τον Chunk, η ικανότητα να διαχειρίζονται το ρίσκο και να επεξεργάζονται τις πληροφορίες πριν πάρουν μια επιχειρηματική απόφαση είναι καθοριστικής σημασίας για τις γυναίκες (Dreher, Cox, Taylor, 2011).

Οι γυναίκες παίρνουν πιο δύσκολα αποφάσεις που εμπεριέχουν ρίσκο. Οι Masters και Meier τονίζουν ότι η τάση για ρίσκο είναι παρόμοια και στα δύο φύλα, αλλά οι γυναίκες συχνά στρέφονται στην επιχειρηματικότητα για να ανταποκριθούν στις οικογενειακές τους υποχρεώσεις. Αντίθετα, για τους άνδρες η επιχειρηματική επιτυχία μπορεί να προέχει της οικογένειας. Παρόλα αυτά, οι γυναίκες επιδιώκουν την ανεξαρτησία μέσω της επαγγελματικής τους ζωής και οι οικογενειακές υποχρεώσεις παίζουν ρόλο στη συμμετοχή τους σε επιχειρηματικές δραστηριότητες (Dreher, Cox, Taylor, 2011).

Συχνά, οι γυναίκες ξεκινούν μικρές επιχειρήσεις, χωρίς όμως να αποκτούν πλήρη ανεξαρτησία, ειδικά όσες έχουν οικογενειακές υποχρεώσεις. Η ανάγκη να προσφέρουν στο σπίτι και στην επιχείρηση είναι δύσκολη υπόθεση, αλλά πολλές φορές λαμβάνουν υποστήριξη από τους συντρόφους τους για να μπορέσουν να διαχειριστούν τα οικογενειακά τους καθήκοντα και την επαγγελματική τους ζωή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΝΕΟΦΥΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

5.1 Η έννοια των νεοφυών επιχειρήσεων

Για να ξεκινήσει κανείς ενδιαφερόμενος μια νέα επιχείρηση, οι επιχειρηματίες συχνά χρειάζεται να κατανοήσουν και να ολοκληρώσουν διάφορες επιχειρηματικές λειτουργίες. Μία από τις πιο σημαντικές επιχειρηματικές λειτουργίες κατά την ίδρυση μιας εταιρείας, είναι η λογιστική. Ενώ υπάρχουν πολυάριθμοι επιχειρηματίες που ίσως να δειλιάζουν να σκάψουν μέσα από ατελείωτες σωρούς οικονομικών εγγράφων, η λογιστική παρέχει συχνά στον επιχειρηματία την πιο ξεκάθαρη εικόνα της επιχειρηματικής επιτυχίας. Οι ιδρυτές μιας επιχείρησης οφείλουν επίσης να διατηρούν κατάλληλα έγγραφα όσον αφορά τις νεοσύστατες επιχειρήσεις τους για φορολογικούς και νομικούς σκοπούς (Munoz-Bullon, Sanchez-Bueno και Vos-Saz, 2015).

Πολλές μικρές επιχειρήσεις ξεκίνησαν ως χαρτοφυλάκια λογιστικών μικρών επιχειρήσεων. Βάση της λογιστικής μεθόδους καταγράφονται και αναγνωρίζονται οι συναλλαγές όταν πραγματοποιούνται μεταφορές μετρητών. Αυτή η μέθοδος παρέχει στους επιχειρηματίες έναν απλό τρόπο διατήρησης λογιστικών πληροφοριών. Καθώς μια επιχείρηση αναπτύσσεται και επεκτείνεται, μπορεί να χρειαστεί να μεταβεί στη λογιστική σε δεδουλευμένη βάση. Στις περισσότερες επιχειρήσεις χρησιμοποιείται η λογιστική σε δεδουλευμένη βάση, σύμφωνα με την οποία οι συναλλαγές αναγνωρίζονται μόλις πραγματοποιούνται, ανεξάρτητα από την πραγματική ροή χρημάτων (Jebali, Meschitti, 2021).

Οι επιχειρηματίες μπορεί να χρειαστεί να παρέχουν σε τράπεζες, χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και επενδυτές οικονομικές προβλέψεις σχετικά με την έναρξη της νέας επιχείρησής τους. Αυτές οι πληροφορίες είναι κρίσιμες για την εξασφάλιση εξωτερικής χρηματοδότησης σχετικά με το κόστος έναρξης. Συνήθως, οι επιχειρηματίες ετοιμάζουν ένα επιχειρηματικό πλάνο που περιλαμβάνει οικονομικές εκτιμήσεις, αναμενόμενα κόστη εκκίνησης, μηνιαία έξοδα και προσωρινές οικονομικές καταστάσεις. Οι δανειστές και οι επενδυτές βασίζονται σε μεγάλο βαθμό σε αυτές τις λογιστικές πληροφορίες για να διασφαλίσουν ότι ο επιχειρηματίας έχει ακριβείς και αξιόπιστες οικονομικές προοπτικές (Munoz-Bullon, Sanchez-Bueno και Vos-Saz, 2015).

Μια σημαντική λογιστική λειτουργία στις startups είναι επίσης η διαχείριση προϋπολογισμού. Ο προϋπολογισμός παρέχει λεπτομέρειες για τα έξοδα που σχετίζονται με τις διάφορες λειτουργίες της νεοφυούς επιχείρησης. Οι ιδρυτές των επιχειρήσεων είναι σε θέση να προσλάβουν υπαλλήλους, να αναπτύξουν στρατηγικές διαφήμισης, να αγοράσουν απόθεμα

και επίσης να χρηματοδοτήσουν επιχειρηματικά έξοδα. Με την τήρηση ενός προϋπολογισμού, οι επιχειρηματίες μπορούν επίσης να αποφύγουν τη σπατάλη κεφαλαίων σε επιχειρηματικά αντικείμενα που δεν χρειάζονται. Οι προϋπολογισμοί επιτρέπουν τη δημιουργία ενός αρχείου που καταγράφει τις δαπάνες των μικρών επιχειρήσεων για την παραγωγή καταναλωτικών προϊόντων και υπηρεσιών (Jebali, Meschitti, 2021)..

Η λογιστική αποτελεί την κύρια μέθοδο με την οποία οι επιχειρήσεις καθορίζουν την κερδοφορία. Μια μικρή επιχείρηση μπορεί να δημιουργήσει μεγάλα ποσά πωλήσεων, αλλά αν αποτύχει να αποφέρει επαρκή κέρδη, η επιχείρηση μπορεί να αποτύχει. Οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων πρέπει να κατανοήσουν πόσα ξοδεύουν σε περιουσιακά στοιχεία για να δημιουργήσουν κόστος υπηρεσιών και αποθεμάτων σε συνάρτηση με το επίπεδο κερδών της επιχείρησης. Επιπλέον, Οι τράπεζες, οι χρηματοδότες και οι επενδυτές ενδέχεται να ζητούν από τις μικρές επιχειρήσεις να παρέχουν οικονομικά στοιχεία για να εξασφαλίσουν την έγκαιρη εξόφληση των υποχρεώσεων προς αυτούς (Munoz-Bullon, Sanchez-Bueno και Vos-Saz, 2015)

Οι μικρές νεοφυείς επιχειρήσεις μπορούν να ζητήσουν συμβουλές από έναν CPA ή έναν πιστοποιημένο δημόσιο λογιστή. Οι επαγγελματίες λογιστές παρέχουν συνήθως εκπαίδευση, εμπειρία και τεχνογνωσία για να βοηθήσουν τους επιχειρηματίες να δημιουργήσουν μικρές λογιστικές πρακτικές. Τέτοιοι λογιστές μπορεί επίσης να προσφέρουν χαμηλά ποσοστά σε μικρές επιχειρήσεις και να βοηθήσουν στην αναβολή του κόστους εκκίνησης. Οι επιχειρηματίες μπορεί επίσης να χρειαστούν επαγγελματική βοήθεια με τις φορολογικές δηλώσεις επιχειρήσεων και τη διασφάλιση ότι όλα τα ζητήματα που σχετίζονται με την επιχείρηση έχουν διευθετηθεί στο τέλος του έτους (Munoz-Bullon, Sanchez-Bueno και Vos-Saz, 2015).

5.2 Η συμβολή των start ups στην οικονομική ανάπτυξη

Η αρχή της τρίτης χιλιετίας σηματοδεύτηκε από σημαντικές παγκόσμιες προκλήσεις για την παγκόσμια οικονομία, προκαλώντας πολυάριθμα φαινόμενα κρίσης: από μικρο-και μέση κρίση σε επίπεδο επιχειρήσεων, βιομηχανιών ή περιοχών έως παγκόσμιες οικονομικές κρίσεις τόσο ενδογενών (η Μεγάλη Ύφεση) όσο και εξωγενούς (οικονομική κρίση που προκαλείται από την πανδημία COVID-19) φύση. Η επίδραση των αρνητικών παραγόντων στο παρόν στάδιο της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης, είναι τόσο μεγάλη που ένα σημαντικό μέρος

των ερευνητών αποκαλεί τη σύγχρονη περίοδο οικονομικής ανάπτυξης και, στην πραγματικότητα, την ίδια την παγκόσμια οικονομία, ταραχώδη (Kotler και Caslione, 2009).

Ήταν οι αναταράξεις της οικονομίας που προκάλεσαν την ανάγκη της κοινωνίας για πρόσθετους παράγοντες για να εξασφαλίσουν ταχύτερη οικονομική ανάπτυξη από τους βασικούς δείκτες και, κατά συνέπεια, ταχύτερη έξοδο από την κρίση - τους λεγόμενους μοχλούς της οικονομικής ανάπτυξης. Σε μια ταραγμένη οικονομία, οι μοχλοί της οικονομικής ανάπτυξης είναι αυτοί που παρέχουν την ταχύτερη ανάκαμψη της οικονομίας στην περίοδο μετά την κρίση, δημιουργώντας μοναδικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και παρέχοντας πρόσθετες ευκαιρίες για βιώσιμη ανάπτυξη. Είναι λογικό ότι η αναζήτηση των παραγόντων οικονομικής ανάπτυξης συνεχίζεται τις τελευταίες δεκαετίες, με τους ερευνητές να αναφέρουν όλο και περισσότερο τις νεοφυείς επιχειρήσεις ως μοχλούς οικονομικής ανάπτυξης, σε επίπεδο παγκόσμιων (Berg et al., 2018), εθνικών, περιφερειακών οικονομιών. Bowmaker-Falconer and Herrington, 2020, Korreck, 2019, Koster et al., 2012) και σε επίπεδο επιχείρησης (Gandhi et al., 2019).

Η πιο πρόσφατη παγκόσμια οικονομική κρίση, που προέκυψε από τον αντίκτυπο της πανδημίας COVID-19 και τους περιορισμούς καραντίνας που επέβαλαν σχεδόν όλες οι κυβερνήσεις για την αντιμετώπιση της πανδημίας, ήταν, σύμφωνα με πολλούς ερευνητές, η χειρότερη από τις αρχές του 21ου αιώνα και οι επιπτώσεις από την πανδημία COVID-19 κατά το πρώτο έτος της, έφτασε σε αριθμούς συγκρίσιμους με τις εκτιμήσεις ζημιών από τη Μεγάλη Ύφεση (Giroud και Ivarsson, 2020).

Επιπλέον, ο εξωγενής χαρακτήρας της κρίσης περιόρισε κρίσιμα τις δυνατότητες ελαχιστοποίησης των κινδύνων, γεγονός που, στην πραγματικότητα, έθετε στα πρόθυρα επιβίωσης όχι μόνο μεμονωμένες επιχειρήσεις, αλλά και ολόκληρες βιομηχανίες. Σε συνθήκες εξωγενούς κρίσης, είναι εξαιρετικά δύσκολο να αποτραπούν οι αρνητικές συνέπειες της κρίσης και τα κύρια πλεονεκτήματα θα αποκομίσουν οι *παίκτες* της αγοράς που θα μπορέσουν να εξασφαλίσουν υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης στην περίοδο μετά την κρίση, γεγονός που συνέβαλε σε απότομη αύξηση της κοινωνικής ζήτησης για έρευνα των παραγόντων οικονομικής ανάπτυξης, συμπεριλαμβανομένων των νεοφυών επιχειρήσεων.

Η σημασία της αύξησης του ρυθμού οικονομικής ανάπτυξης σε μια ταραγμένη παγκόσμια οικονομία οδήγησε τους ακαδημαϊκούς ερευνητές να επικεντρωθούν στο να

σκεφτούν τις νεοφυείς επιχειρήσεις (Bouhaj et al., 2022, Cantamessa et al., 2018, Han et al., 2022), συμπεριλαμβανομένων από τη σκοπιά των παραγόντων οικονομικής ανάπτυξης (Delgado et al., 2020, Kalogiannidis και Chatzitheodoridis, 2021, Nogueira, 2022).

Ταυτόχρονα, παρά την πολύ αξιοζήλευτη δημοτικότητα των νεοφυών επιχειρήσεων, τόσο στην ακαδημαϊκή βιβλιογραφία όσο και στους πολιτικούς κύκλους, δεν έχει αναπτυχθεί ακόμη γενικά αποδεκτός ορισμός αυτής της έννοιας (Ehsan, 2021, Said et al., 2022). Επιπλέον, τα αποτελέσματα μιας κριτικής ανάλυσης του ορισμού «start-up» στην επιστημονική βιβλιογραφία που παρουσιάστηκε από τον Ehsan (2021), έδειξαν ότι σε διαφορετικά στάδια οικονομικής ανάπτυξης οι ορισμοί έχουν υποστεί σημαντικές εξελικτικές αλλαγές, τόσο ως προς τη δομή όσο και όρους των χαρακτηριστικών προτεραιότητας. Η χρήση της εξελικτικής προσέγγισης επέτρεψε να διαπιστωθεί ότι στα τέλη του περασμένου αιώνα το κύριο χαρακτηριστικό της εκκίνησης ήταν η καινοτομία μιας εταιρείας ως νομικής οντότητας, ενώ τη δεύτερη δεκαετία του 21ου αιώνα το κύριο χαρακτηριστικό της έναρξης των συγκεκριμένων επιχειρήσεων, γίνεται η καινοτόμος φύση της κύριας δραστηριότητας μιας εταιρείας (Ehsan, 2021).

Η μελέτη των Said, Rachid, και Bouchra, τονίζει επίσης την απουσία ενός ενιαίου καθολικά αποδεκτού ορισμού της «start-up» επιχείρησης (Said et al., 2022). Ωστόσο, οι ερευνητές υπογραμμίζουν όχι μόνο τις εξελικτικές διαφορές, αλλά και τις διαφορές που σχετίζονται με το εθνικό πολιτισμικό στερεότυπο της αντίληψης του ορισμού, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι αγγλόφωνες πηγές ορίζουν συχνότερα το «start-up» ως μια αναδυόμενη φάση που στοχεύει έρευνα και δοκιμές επιχειρηματικών μοντέλων, ενώ οι γαλλόφωνες μελέτες συχνά ορίζουν την «start-up» ως μια νέα καινοτόμο και τεχνολογική εταιρεία. Με βάση τα αποτελέσματα της ανάλυσης του εννοιολογικού και σημασιολογικού μηχανισμού, οι ερευνητές προτείνουν τα ακόλουθα ως κύρια κριτήρια για τον καθορισμό μιας νεοφυούς επιχείρησης: (1) τη χρήση προσεγγίσεων Lean Start-up (ALS). (2) έρευνα και δοκιμή ενός καινοτόμου επιχειρηματικού μοντέλου (IBM). (3) η προσωρινή φύση του οργανισμού (Said et al., 2022).

Πρέπει να σημειωθεί ότι παρά την ασάφεια του εννοιολογικού μηχανισμού, ο καινοτόμος χαρακτήρας των νεοφυών επιχειρήσεων αποτελεί σημαντικό ερευνητικό ενδιαφέρον στον τομέα του προσδιορισμού του ρόλου και της θέσης των νεοφυών επιχειρήσεων στην οικονομική ανάπτυξη. Έτσι, η έρευνα των Delgado, Kim, και Mills, είναι

αφιερωμένη στη μελέτη του ρόλου των νεοφυών επιχειρήσεων σε σύγκριση με τις κατεστημένες εταιρείες στην οικονομία των ΗΠΑ. Με βάση μια ανάλυση εμπειρικών δεδομένων από το 1998 έως το 2015, οι ερευνητές προσδιόρισαν ότι η αύξηση των θέσεων εργασίας στον τομέα της εφοδιαστικής αλυσίδας οδηγήθηκε από καθιερωμένες εταιρείες: πρώτον, από τον μετασχηματισμό των υφιστάμενων μεταποιητικών επιχειρήσεων προς υπηρεσίες (π.χ. Intel). δεύτερον, από την ανάπτυξη των υφιστάμενων επιχειρήσεων που ειδικεύονται στο εμπόριο της εφοδιαστικής αλυσίδας (π.χ. Microsoft) (Delgado et al., 2020).

Οι ερευνητές υπογραμμίζουν τη σημασία των νεοφυών επιχειρήσεων για την επιτάχυνση της οικονομικής ανάπτυξης και δικαιολογούν την ανάγκη για μια ενεργή δημόσια πολιτική που στοχεύει στη μείωση των πιθανών φραγμών στις νέες επιχειρήσεις και στη διευκόλυνση της εισαγωγής καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων καινοτόμων επιχειρηματικών μοντέλων, στην αγορά (Delgado et al., 2020).

Μελέτη της start-up επιχείρησης, ως στρατηγικής συνιστώσας ανάπτυξης της δημιουργικής οικονομίας Ivanova et al. (2021) επισημαίνουν τα κύρια χαρακτηριστικά που καθορίζουν τον ειδικό ρόλο των νεοφυών επιχειρήσεων στην οικονομική ανάπτυξη. Σύμφωνα με τους προκατόχους, οι νεοφυείς επιχειρήσεις:

- (1) έχουν απεριόριστες δυνατότητες, τόσο όσον αφορά την αύξηση της πελατειακής βάσης όσο και την κερδοφορία των προϊόντων
- (2) να εφαρμόσουν «καινοτομίες καινοτομίας» που ανοίγουν έναν νέο τεχνολογικό κύκλο, επειδή στόχος τους δεν είναι η ανάπτυξη της υπάρχουσας βασικής τεχνολογίας, αλλά η πλήρης αλλαγή της τεχνολογίας και η ριζική αλλαγή της αγοράς
- (3) υλοποιούνται με υψηλό επίπεδο αβεβαιότητας
- (4) υλοποιούνται με βάση μια ιδέα που έχει σκοπό να αλλάξει την τρέχουσα κατάσταση, να βελτιώσει τον τρόπο με τον οποίο επιτυγχάνεται ένας στόχος ή να λύσει ένα συγκεκριμένο πρόβλημα
- (5) είναι πιθανό να παρέχουν υψηλή απόδοση επένδυσης (Ivanova et al., 2021).

Όπως έδειξε η ανάλυση των θεωρητικών πηγών, οι νεοφυείς επιχειρήσεις ως οικονομική κατηγορία και ο ρόλος τους στην οικονομία βρίσκονται στη ζώνη της μεγάλης προσοχής τόσο των ακαδημαϊκών ερευνητών όσο και των εκπροσώπων της πραγματικής οικονομίας. Ταυτόχρονα, μεγάλο μέρος της έρευνας είναι σε μεγάλο βαθμό

θεωρητικοποιημένο (Bouhaj et al., 2022, Ehsan, 2021), η οποία συνδέεται με την ανάγκη αποσαφήνισης του εννοιολογικού μηχανισμού ή των τοπικών προβλημάτων των νεοφυών επιχειρήσεων, ενώ η έρευνα για μια νεοφυή επιχείρηση ως μοχλό οικονομικής ανάπτυξης είναι σαφώς ανεπαρκής.

5.3 Ποσοστό start up στην Ελλάδα

Η οικονομική κρίση, αν και δυσκόλεψε την πρόσβαση στην αγορά εργασίας, αποτέλεσε ταυτόχρονα κίνητρο για πολλούς να στραφούν προς την επιχειρηματικότητα. Οι νεοφυείς επιχειρήσεις (startups), ενσωματώνοντας στοιχεία καινοτομίας, θέλησης και δημιουργικότητας, επιχειρούν να αποκτήσουν σημαντικό ρόλο στο νέο παραγωγικό μοντέλο της χώρας. Παρά το γεγονός ότι το επιχειρηματικό περιβάλλον παραμένει ανοιχτό, παρουσιάζει πολλές δυσκολίες, με το 50% των startups να αποτυγχάνουν εντός των πρώτων τριών ετών λειτουργίας. Μια καλή ιδέα από μόνη της δεν αρκεί για να εξασφαλίσει την επιτυχία και τη βιωσιμότητα μιας νέας επιχείρησης (Enterprise Greece, 2018).

Η ίδρυση μιας επιχείρησης απαιτεί όχι μόνο πολύ χρόνο και κόπο, αλλά και υποδομές όπως γραφεία, εξοπλισμό, καθοδήγηση από έμπειρους επαγγελματίες και φυσικά, χρηματοδότηση. Το κράτος έχει την υποχρέωση να παρέχει τα απαραίτητα εργαλεία στήριξης και να περιορίζει τα εμπόδια που παρεμβάλλονται σε αυτή τη διαδικασία. Εξίσου σημαντική είναι η ενίσχυση της σύνδεσης μεταξύ εκπαίδευσης, έρευνας και της πραγματικής οικονομίας, ώστε οι νεοφυείς επιχειρήσεις να μην έχουν απλώς ατομικό χαρακτήρα, αλλά να συμβάλλουν σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

ανάπτυξη του αριθμού των νεοφυών επιχειρήσεων από το 2010 είναι εντυπωσιακή. Συγκεκριμένα, το 2010 ιδρύθηκαν μόνο 16 startups, ενώ το 2013 ο αριθμός αυτών αυξήθηκε σχεδόν δέκα φορές. Ταυτόχρονα, υπήρξε σημαντική αύξηση στα κεφάλαια που επενδύθηκαν σε αυτές τις επιχειρήσεις. Το 2013, οι επενδύσεις έφτασαν τα 42 εκατομμύρια ευρώ, ποσό 80 φορές μεγαλύτερο από τα 500.000 ευρώ του 2010. Συνολικά, 30 εταιρείες εξασφάλισαν χρηματοδότηση εκείνη τη χρονιά. Εντυπωσιακό είναι ότι το 72% των επενδύσεων προήλθε από εγχώριους επενδυτές και αφορούσε κατά 69% εταιρείες που βρίσκονταν σε πρώιμο στάδιο ανάπτυξης (Enterprise Greece, 2018).

Οι τομείς στους οποίους επενδύθηκαν τα περισσότερα κεφάλαια είναι κυρίως οι τεχνολογίες, που συγκέντρωσαν περίπου το 50% των επενδύσεων του 2013. Οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες κατατάσσονται στη δεύτερη θέση, με την κύρια επένδυση να αφορά την Hellas Direct, ενώ μικρότερα ποσοστά κατευθύνθηκαν σε τομείς όπως τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τα αγροτικά προϊόντα και τρόφιμα, ο τουρισμός, η εκπαίδευση και η ψυχαγωγία. Αντιθέτως, παρατηρείται έλλειψη επενδύσεων σε τομείς με υψηλή δραστηριότητα, όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο, η υγειονομική περίθαλψη και η ενέργεια (Enterprise Greece, 2018).

Αξιοσημείωτη είναι και η στροφή των startups προς την ανάπτυξη εφαρμογών κινητών τηλεφώνων, καθώς περίπου το 50% των καινοτόμων εταιρειών που ιδρύθηκαν από το 2010 και μετά δραστηριοποιούνται σε αυτόν τον τομέα, που ανταποκρίνεται σε παγκόσμιες τάσεις της αγοράς. Παράλληλα, το 25% των νεοφυών επιχειρήσεων δείχνει ισχυρό δυναμικό ανάπτυξης, συμβάλλοντας στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και προστιθέμενης αξίας στην ελληνική οικονομία. Αυτή η αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων συνοδεύεται από την παράλληλη αύξηση των οργανισμών υποστήριξης, όπως συνεργατικοί χώροι εργασίας (co-working spaces) και επιχειρηματικοί επιταχυντές (incubators), καθώς και από διαγωνισμούς και εκδηλώσεις που προάγουν την επιχειρηματικότητα και τη χρηματοδότηση νέων εγχειρημάτων (Enterprise Greece, 2018).

Σημαντικό ρόλο παίζουν επίσης οι υποστηρικτικοί οργανισμοί, με την αναλογία οργανισμών προς επιχειρήσεις να είναι σήμερα 1 προς 5. Η πρόοδος που έχει σημειωθεί στον τομέα της νεοφυούς επιχειρηματικότητας είναι αναμφισβήτητη, με το οικοσύστημα να αναπτύσσεται και να υποστηρίζει τις νέες προσπάθειες. Ωστόσο, απαιτείται περαιτέρω συστηματική υποστήριξη και ενίσχυση της χρήσης σύγχρονων μέσων χρηματοδότησης, ιδίως σε επιχειρηματικούς τομείς στους οποίους η Ελλάδα κατέχει πλεονεκτική θέση και πολλές προοπτικές ανάπτυξης για την επιχείρηση. Τα επιτυχημένα παραδείγματα επιχειρηματιών θα πρέπει να αναδειχθούν ως πρότυπα, με στόχο την περαιτέρω υποστήριξη επιχειρήσεων που έχουν τις προϋποθέσεις να αναπτυχθούν και να δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας (Enterprise Greece, 2018).

5.4 Σημασία του Όρου EXISTS – UNICORNS

5.4.1 Νεοφυής επιχειρήσεις Unicorns στην Ελλάδα.

Περισσότερες από δέκα ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις (startups) έχουν χαρακτηριστεί ως "μονόκεροι", δηλαδή εταιρείες με αποτίμηση άνω του 1 δισεκατομμυρίου δολαρίων, γεγονός

που υποδεικνύει την αυξανόμενη ωρίμανση και αξία του ελληνικού επιχειρηματικού οικοσυστήματος. Το 2020 σημειώθηκε αξιοσημείωτη αύξηση της χρηματοδότησης σε εταιρείες που είχαν ξεκινήσει πάνω από 10 χρόνια πριν, όπως η Viva Wallet και η Skroutz, οι οποίες προκάλεσαν σημαντικό διεθνές επενδυτικό ενδιαφέρον. Σύμφωνα με πληροφορίες, η Viva Wallet βρίσκεται κοντά σε συμφωνία με την JP Morgan, με εκτιμώμενη αξία άνω του 1 δισεκατομμυρίου δολαρίων, γεγονός που θα την καταστήσει τον πρώτο ελληνικό "μονόκερο" (Enterprise Greece, 2018).

Viva

Wallet

Η Viva Wallet, πρωτοπόρος στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες στην Ελλάδα, αποτελεί μία από τις πιο επιτυχημένες startups του κλάδου της. Ιδρύθηκε το 2000 και παρέχει υπηρεσίες πληρωμών σε εταιρείες σε 26 χώρες. Η εταιρεία κατάφερε να προσελκύσει επένδυση ύψους 15 εκατομμυρίων ευρώ από την Deca Investments το 2018. Εκτός από τον ιδρυτή και διευθύνοντα σύμβουλο Χάρη Καρώνη, σημαντικοί μέτοχοι είναι οι Μάκης Αντύπας, Πάνος Τσάκος, η οικογένεια Λάτση και το Diorama Fund.

Beat

Η Beat είναι η πρώτη ελληνική εφαρμογή κινητού που εισήγαγε τους Έλληνες καταναλωτές στην καθημερινή χρήση των mobile apps, προετοιμάζοντας το έδαφος για την ανάπτυξη ενός νέου επιχειρηματικού οικοσυστήματος. Με την εξαγορά της από την Daimler, η Beat εντάχθηκε στην κοινοπραξία Free Now, που αποτελεί μία από τις κορυφαίες πλατφόρμες αστικών μετακινήσεων στην Ευρώπη, με παρουσία σε πάνω από 10 χώρες και 100 πόλεις.

Skroutz

Η Skroutz ξεκίνησε το 2005 ως πλατφόρμα σύγκρισης τιμών και εξελίχθηκε σε μία από τις πιο επιτυχημένες εταιρείες της χώρας, αλλάζοντας ριζικά τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές πραγματοποιούν αγορές. Το λανσάρισμα του Skroutz Marketplace έδωσε στους εμπόρους τη δυνατότητα να εισέλθουν στο ηλεκτρονικό εμπόριο χωρίς να απαιτείται η δημιουργία ατομικών e-shop, μειώνοντας τις επενδυτικές τους ανάγκες.

Blueground

Η Blueground ξεκίνησε πριν από οκτώ χρόνια με λίγα διαμερίσματα στην Αθήνα, αλλά εξελίχθηκε σε μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις παγκοσμίως στον τομέα της ενοικίασης επιπλωμένων διαμερισμάτων. Η εταιρεία έχει συγκεντρώσει χρηματοδότηση

ύψους 258 εκατομμυρίων δολαρίων, ποσό ρεκόρ για ελληνική startup, και η αξία της έχει φτάσει τα 750 εκατομμύρια δολάρια, σύμφωνα με το Bloomberg.

Hellas

Direct

Η Hellas Direct, που ιδρύθηκε πριν από περίπου 10 χρόνια, είναι μία καινοτόμος ψηφιακή ασφαλιστική εταιρεία. Προσφέρει ασφαλιστικές λύσεις όπως οδική βοήθεια, ασφάλιση αυτοκινήτου, μοτοσυκλέτας και κατοικίας σε Ελλάδα και Κύπρο από το 2018. Η εταιρεία συγκαταλέγεται στις 1.000 ταχύτερα αναπτυσσόμενες στην Ευρώπη, σύμφωνα με τους Financial Times για το 2021.

Aisera

Η Aisera, η οποία ιδρύθηκε το 2017, πρωτοστατεί στον τομέα των αυτοματοποιημένων υπηρεσιών πληροφορικής μέσω εφαρμογών τεχνητής νοημοσύνης. Έχει συγκεντρώσει συνολικά 90 εκατομμύρια δολάρια από επενδύσεις, με τον τελευταίο γύρο χρηματοδότησης να ανέρχεται στα 40 εκατομμύρια δολάρια.

Epignosis

Η Epignosis, που ιδρύθηκε το 2012, ανέπτυξε λογισμικό για εξ αποστάσεως εκπαίδευση, το οποίο έχει σημειώσει σημαντική επιτυχία, οδηγώντας σε συνεχή αύξηση του κύκλου εργασιών της τα τελευταία χρόνια.

Omilia

Η κυπριακή εταιρεία Omilia, ιδρύθηκε το 2002 και εξειδικεύεται στη μηχανική μάθηση. Η εταιρεία έχει δημιουργήσει ένα προηγμένο σύστημα διαχείρισης συνομιλιών και εικονικού βοηθούς, επιτρέποντας στους πελάτες να επικοινωνούν με εταιρείες μέσω διάφορων καναλιών όπως τηλεφωνικές κλήσεις, κοινωνικά δίκτυα και email.

Persado

Η Persado, που ιδρύθηκε το 2012, χρησιμοποιεί τεχνητή νοημοσύνη για τη δημιουργία εξατομικευμένων μηνυμάτων σε διαφημιστικές καμπάνιες. Η τεχνολογία της έχει αποδειχθεί ότι αυξάνει τις απαντήσεις των καταναλωτών έως και 150%.

Διεθνές ενδιαφέρον για ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις

Η ελληνική σκηνή startup έχει τραβήξει το παγκόσμιο ενδιαφέρον, με 19 ελληνικές νεοφυείς επιχειρήσεις να εξαγοράζονται από διεθνείς επενδυτές το 2022. Σημαντικές συμφωνίες, όπως

η επένδυση της JP Morgan στη Viva Wallet και η εξαγορά του Pollfish από την Prodege, υπογραμμίζουν την ανάπτυξη του ελληνικού οικοσυστήματος. Το EquiFund, ένα πρωτότυπο πρόγραμμα χρηματοδότησης επιχειρηματικών συμμετοχών, υποστηριζόμενο από την Ευρωπαϊκή Ένωση και εθνικούς πόρους, έχει συμβάλει στη χρηματοδότηση περισσότερων από 138 εταιρειών, προσελκύοντας κεφάλαια άνω του 1,13 δισεκατομμυρίου ευρώ. Συνολικά, το ελληνικό οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων έχει πλέον αποτιμηθεί σε περισσότερα από 8 δισεκατομμύρια ευρώ. Το 2023 έχει ξεκινήσει δυναμικά, με ελληνικές startups να συγκεντρώνουν ήδη περίπου 300 εκατομμύρια δολάρια σε χρηματοδότηση.

5.5 Χρηματοδότηση Νεοφυών Επιχειρήσεων

5.5.1 Ο κύκλος ζωής μιας Νεοφυούς επιχείρησης

Αναδιατυπωμένο και εμπλουτισμένο κείμενο:

Κάθε startup εταιρεία έχει τα δικά της μοναδικά χαρακτηριστικά, αλλά πολλές ακολουθούν παρόμοια μονοπάτια κατά την πορεία τους από την ίδρυση μέχρι την ωρίμανση. Αυτά τα μονοπάτια συνθέτουν τον «κύκλο ζωής» της εκκίνησης, ο οποίος μπορεί να λειτουργήσει ως οδηγός για την πρόβλεψη προκλήσεων και την ανάπτυξη στρατηγικών αντιμετώπισης. Η κατανόηση αυτού του κύκλου ζωής βοηθά τις startups να διαχειριστούν αποτελεσματικά τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν στα αρχικά στάδια, να μειώσουν τις αβεβαιότητες και να αναπτύξουν ένα καλά δομημένο επιχειρηματικό πλάνο (Munoz-Bullon, Sanchez-Bueno, and Vos-Saz, 2015).

Αν και διάφορα μοντέλα περιγράφουν τον κύκλο ζωής μιας startup, τα πιο κοινά περιλαμβάνουν πέντε βασικά στάδια: την αναγνώριση προβλήματος, την ανάπτυξη, την είσοδο στην αγορά, την κλιμάκωση και την ωριμότητα.

Στάδιο 1 – Αναγνώριση και Επίλυση Προβλήματος

Η βάση κάθε επιτυχημένης επιχειρηματικής ιδέας ξεκινά από την αναγνώριση ενός πραγματικού προβλήματος που απαιτεί λύση. Σε αυτό το στάδιο, οι ιδρυτές εστιάζουν στη διερεύνηση της βασικής αιτίας του προβλήματος και στη δημιουργία λύσεων που να

ανταποκρίνονται στις ανάγκες της αγοράς. Η επιτυχία εξαρτάται από την ύπαρξη ζήτησης, την οποία οι startups μπορούν να αξιολογήσουν μέσω καμπανιών crowdfunding, δοκιμαστικών σελίδων προορισμού ή ερευνών αγοράς.

Μόλις επιβεβαιωθεί το ενδιαφέρον του κοινού, το επόμενο βήμα είναι η ανάπτυξη ενός Ελάχιστου Βιώσιμου Προϊόντος (MVP). Το MVP επιτρέπει στις εταιρείες να δοκιμάσουν την ιδέα τους στην αγορά με τη μικρότερη δυνατή επένδυση σε χρόνο και κεφάλαιο. Στο αρχικό αυτό στάδιο, η χρηματοδότηση συνήθως προέρχεται από προσωπικές πηγές, φίλους και συγγενείς.

Στάδιο 2 – Ανάπτυξη Προϊόντος

Η ανάπτυξη ενός προϊόντος περιλαμβάνει πολλά βήματα, από τη γέννηση της ιδέας μέχρι τη δοκιμή και τη διάθεση στην αγορά. Η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει τη δημιουργία και τον έλεγχο ιδεών, την ανάλυση της επιχειρησιακής βιωσιμότητας, τις πρώτες δοκιμές και την εμπορευματοποίηση. Στο δεύτερο στάδιο, η startup εστιάζει στη δημιουργία ενός MVP που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των χρηστών.

Η συγκέντρωση σχολίων από πρώιμους χρήστες είναι ζωτικής σημασίας. Οι παρατηρήσεις τους βοηθούν την εταιρεία να βελτιώσει το προϊόν και να το προσαρμόσει καλύτερα στις απαιτήσεις της αγοράς. Ο στόχος δεν είναι η τελειότητα του προϊόντος, αλλά η επίδειξη του δυναμικού του για να προσελκύσει επενδυτές. Αυτή η φάση προετοιμάζει τη startup για το επόμενο βήμα: την είσοδο στην αγορά.

Στάδιο 3 – Είσοδος στην Αγορά

Η στρατηγική εισόδου στην αγορά είναι καθοριστική για την επιτυχία μιας startup. Περιλαμβάνει την τοποθέτηση του προϊόντος σε πελάτες-στόχους μέσω αποτελεσματικών στρατηγικών μάρκετινγκ και πωλήσεων. Στο τρίτο στάδιο, η startup πρέπει να επικυρώσει το επιχειρηματικό της μοντέλο με δεδομένα που συλλέχθηκαν κατά τη φάση του MVP.

Οι επιχειρήσεις επιδιώκουν την προσαρμογή προϊόντος-αγοράς, όπου οι πελάτες όχι μόνο αγοράζουν και χρησιμοποιούν το προϊόν, αλλά το προτείνουν και σε άλλους. Κατά τη διάρκεια αυτής της φάσης, οι startups συχνά προσελκύουν χρηματοδότηση από επενδυτές αγγέλους, πλατφόρμες crowdfunding και επενδυτές επιχειρηματικού κεφαλαίου. Ωστόσο, το στάδιο αυτό συνοδεύεται από προκλήσεις, καθώς οι εταιρείες δοκιμάζουν διάφορα κανάλια διανομής και στρατηγικές.

Στάδιο 4 – Επιχειρηματική Κλιμάκωση

Η φάση της κλιμάκωσης περιγράφει τη μετάβαση μιας επιχείρησης από ένα περιορισμένο κοινό σε μεγαλύτερα τμήματα της αγοράς. Σε αυτό το στάδιο, η startup δημιουργεί έλξη για το προϊόν της, επιβεβαιώνοντας τη βιωσιμότητά του σε ένα ευρύτερο πελατειακό κοινό.

Οι εταιρείες που κλιμακώνονται επιδιώκουν να επεκτείνουν την ομάδα τους, να βελτιώσουν τις υποδομές τους και να αυξήσουν τα κανάλια διανομής που έχουν αποδειχθεί αποδοτικά. Συχνά, αυτή η φάση απαιτεί νέους γύρους χρηματοδότησης, καθώς οι ανάγκες σε κεφάλαιο αυξάνονται σημαντικά. Η επιτυχής κλιμάκωση εξαρτάται από την ευθυγράμμιση μεταξύ του προϊόντος, του επιχειρηματικού μοντέλου και της οργανωτικής δομής.

Στάδιο 5 – Ωριμότητα και Σταθερότητα

Η φάση της ωριμότητας χαρακτηρίζεται από την καθιέρωση μιας startup στην αγορά. Μια ώριμη startup έχει πλέον σταθερή πελατειακή βάση, βιώσιμη κερδοφορία και σαφή στρατηγική ανάπτυξης. Οι ιδρυτές έχουν διάφορες επιλογές: να επεκτείνουν την εταιρεία μέσω εξαγορών, να προχωρήσουν σε δημόσια εγγραφή ή να πουλήσουν την επιχείρηση και να προχωρήσουν σε νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.

Η ωριμότητα δεν σημαίνει το τέλος της καινοτομίας. Αντίθετα, οι εταιρείες που παραμένουν επιτυχημένες συνεχίζουν να επενδύουν στην εξέλιξη των προϊόντων τους και να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους σε νέες αγορές.

Συμπέρασμα:

Ο κύκλος ζωής μιας startup αποτελεί έναν δυναμικό οδηγό ανάπτυξης και εξέλιξης. Η κατανόηση των βασικών του σταδίων βοηθά τις νεοφυείς επιχειρήσεις να πλοηγηθούν στις προκλήσεις και να ενισχύσουν τη στρατηγική τους. Από την αρχική αναγνώριση ενός προβλήματος έως την επιχειρηματική ωριμότητα, κάθε στάδιο προσφέρει ευκαιρίες για ανάπτυξη, αρκεί η εταιρεία να παραμένει προσαρμοστική και καινοτόμα.

5.6 Χρηματοδότηση με Τραπεζικά Δάνεια

Ο τραπεζικός δανεισμός αποτελεί μια από τις πιο συνηθισμένες πηγές χρηματοδότησης για επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένων των startups. Οι τράπεζες, ως χρηματοπιστωτικοί διαμεσολαβητές, διαδραματίζουν καίριο ρόλο στη στήριξη νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων, παρέχοντας πρόσβαση σε κεφάλαια για την ενίσχυση της ρευστότητας και την κάλυψη των βασικών λειτουργικών αναγκών. Αυτή η χρηματοδότηση χορηγείται, υπό την προϋπόθεση ότι η επιχείρηση παρουσιάζει βιώσιμες προοπτικές και δυνατότητες ανάπτυξης. Τα τραπεζικά δάνεια για startups περιλαμβάνουν διάφορες μορφές, όπως εγγυημένα δάνεια, χρηματοδότηση μέσω υπεραναλήψεων, δάνεια έναντι πωλήσεων ή άλλα προϊόντα που στοχεύουν στη βραχυπρόθεσμη ενίσχυση των κεφαλαίων κίνησης (Tariq, 2013).

Ωστόσο, η τραπεζική χρηματοδότηση για νεοφυείς επιχειρήσεις συχνά συνοδεύεται από σημαντικές προκλήσεις. Οι όροι δανεισμού είναι αυστηροί, ενώ οι απαιτήσεις αποπληρωμής είναι αυξημένες, καθιστώντας τη διαδικασία δύσκολη για πολλές επιχειρήσεις πρώιμου σταδίου. Παράγοντες όπως η έλλειψη ρευστότητας και η αβεβαιότητα για τη μελλοντική απόδοση της επιχείρησης αποθαρρύνουν τις τράπεζες από το να παρέχουν δάνεια, γεγονός που οδηγεί στη διαμόρφωση δυσμενών όρων δανεισμού (Deakins and Freel, 2007). Επιπλέον, η ύπαρξη εμπραγμάτων εγγυήσεων, όπως ακίνητα ή άλλες μορφές περιουσιακών στοιχείων, παραμένει βασική προϋπόθεση για την έγκριση των αιτήσεων δανειοδότησης.

Κατά τη διαδικασία αξιολόγησης αιτήσεων δανεισμού, οι τράπεζες λαμβάνουν υπόψη πολλαπλά κριτήρια. Αυτά περιλαμβάνουν τη δανειακή εξάρτηση του επιχειρηματία, την οικονομική του κατάσταση, τις προβλεπόμενες ταμειακές ροές, την εμπειρία του στον κλάδο, τη βιωσιμότητα του επιχειρηματικού σχεδίου και την εκτιμώμενη απόδοση της επιχείρησης.

Η ύπαρξη ενός καλά δομημένου και πειστικού business plan είναι κρίσιμη για την επιτυχία της αίτησης. Παράλληλα, οι τράπεζες ενδιαφέρονται πρωτίστως για την εξασφάλιση της αποπληρωμής των δανείων και όχι για τη συμμετοχή στην ιδιοκτησία των επιχειρήσεων, γεγονός που καθιστά τη χρηματοδότηση μέσω δανεισμού μια επιλογή με περιορισμένα δικαιώματα ελέγχου από την πλευρά του δανειστή.

Τα τραπεζικά δάνεια, αν και αποτελούν παραδοσιακό εργαλείο χρηματοδότησης, συχνά συνοδεύονται από υψηλό ρίσκο για τους επιχειρηματίες. Ο δανεισμός μπορεί να αφορά την κάλυψη αρχικού κεφαλαίου κίνησης ή την επένδυση σε εξοπλισμό και υποδομές. Παρόλο που η εξασφάλιση κεφαλαίων μέσω τραπεζικών δανείων επιτρέπει στον επιχειρηματία να διατηρήσει τον πλήρη έλεγχο της επιχείρησής του, συχνά απαιτεί σημαντικές προσωπικές εγγυήσεις, ακόμα και τη δέσμευση προσωπικής περιουσίας. Σε περίπτωση αποτυχίας, οι συνέπειες μπορεί να είναι σοβαρές, υπογραμμίζοντας την ανάγκη για προσεκτικό σχεδιασμό και διαχείριση (Klačmer Chalopa, Horvat, & Lalić, 2014).

Στην Ελλάδα, η πρόσβαση σε τραπεζική χρηματοδότηση παραμένει περιορισμένη, ιδιαίτερα για startups και καινοτόμες επιχειρήσεις. Υψηλά επιτόκια, έλλειψη ρευστότητας στο τραπεζικό σύστημα και αυστηροί όροι δανεισμού δημιουργούν ένα περιβάλλον με μεγάλες προκλήσεις. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας του ΟΟΣΑ (2021), ένα μικρό ποσοστό της τάξεως 4,7% των ελληνικών startups κατάφερε να εξασφαλίσει τραπεζικό δάνειο. Η κατάσταση αυτή αντικατοπτρίζει την ανάγκη για νέες προσεγγίσεις στη χρηματοδότηση και την ενίσχυση των εργαλείων στήριξης για τις νεοφυείς επιχειρήσεις.

Παρά τις δυσκολίες, η τραπεζική χρηματοδότηση παραμένει ένα πολύτιμο εργαλείο για την ανάπτυξη επιχειρήσεων, ειδικά όταν συνδυάζεται με καινοτόμες στρατηγικές και υποστηρικτικές πολιτικές. Η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ τραπεζών και επιχειρηματιών, η αξιοποίηση εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης και η προώθηση χρηματοδοτικών εργαλείων που προσαρμόζονται στις ανάγκες των startups μπορούν να συμβάλουν στη διασφάλιση ενός πιο ευνοϊκού πλαισίου για την ενίσχυση της καινοτομίας.

5.7 Κεφάλαια Ιδιοκτητών

Το ιδιοκτησιακό κεφάλαιο περιλαμβάνει τον πρωταρχικό τρόπο χρηματοδότησης για τις νεοφυείς εταιρείες στην αρχική φάση λειτουργίας τους. Είναι συχνά συνδεδεμένο με τη

χρηματοδότηση σποράς (seed funding), λόγω των περιορισμένων δυνατοτήτων εξωτερικής χρηματοδότησης. Η οικονομική ενίσχυση αυτή καλύπτει τις πρώτες ανάγκες της επιχείρησης και αποδεικνύει την εφικτότητα και τη βιωσιμότητα της επιχειρηματικής ιδέας. Αποτελεί βασική μορφή εσωτερικής χρηματοδότησης και θεωρείται η μεγαλύτερη πηγή άτυπης χρηματοδότησης για τις startups, περιλαμβάνοντας ίδιους πόρους, προσωπικά δάνεια και χρήση πιστωτικών καρτών.

Λόγω της έλλειψης ιστορικών δεδομένων και σαφούς εικόνας για τις μελλοντικές αποδόσεις, πολλές startups δυσκολεύονται να εξασφαλίσουν εξωτερική χρηματοδότηση. Οι επενδυτές συχνά απαιτούν υψηλές αποδόσεις ως αντάλλαγμα για τον κίνδυνο που αναλαμβάνουν, γεγονός που ωθεί τις νεοφυείς επιχειρήσεις συχνά στην επιλογή να χρηματοδοτούν τις δραστηριότητές τους μέσω εσωτερικών πόρων παρά να καταφεύγουν σε εξωτερικό δανεισμό, είτε αυτός είναι βραχυπρόθεσμος είτε μακροπρόθεσμος (Cassar, 2004).

Η εσωτερική οικονομική ενίσχυση δεν προέρχεται μόνο από τους ιδιοκτήτες, αλλά και από μέλη της οικογένειας, φίλους και στενούς συνεργάτες. Αυτοί οι «άτυποι επενδυτές» προσφέρουν κεφάλαια μέσω άτοκων δανείων ή ακόμα και δωρεών, βασισμένων σε σχέσεις εμπιστοσύνης, χωρίς αυστηρούς όρους ή δεσμεύσεις. Αυτό το μοντέλο υποστηρίζει τις startups στην αρχική τους πορεία, προσφέροντας ευελιξία και μειωμένες απαιτήσεις οικονομικής παρακολούθησης.

Ένα σημαντικό πλεονέκτημα της χρηματοδότησης από ιδιοκτήτες και στενούς συνεργάτες είναι ότι παρέχει την απαραίτητη οικονομική ενίσχυση χωρίς να εμπλέκεται σε διαδικασίες ελέγχου ή παρακολούθησης της επιχείρησης. Οι επιχειρηματίες διατηρούν την πλήρη κυριότητα και τον έλεγχο της επιχείρησής τους, κάτι που αποτελεί κρίσιμο παράγοντα στα πρώτα βήματα μιας startup. Η υποστήριξη από την οικογένεια και το φιλικό περιβάλλον συμβάλλει όχι μόνο οικονομικά αλλά και ψυχολογικά, ενισχύοντας την αυτοπεποίθηση του επιχειρηματία.

Ωστόσο, η εξάρτηση από προσωπικά περιουσιακά στοιχεία ως κύρια πηγή χρηματοδότησης ενέχει κινδύνους, ειδικά σε περιόδους οικονομικής ύφεσης. Η μείωση της προσωπικής περιουσίας περιορίζει την ικανότητα δανεισμού για την έναρξη επιχειρήσεων. Επιπλέον, η έλλειψη διαθέσιμων κεφαλαίων μειώνει την επιθυμία ανάληψης ρίσκου, καθώς οι

επιχειρηματίες αποφεύγουν να θέσουν σε κίνδυνο τα προσωπικά τους οικονομικά μέσα (Laderman and Laduc, 2014).

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι, αν και η εσωτερική χρηματοδότηση παρέχει ευελιξία και μειωμένο κόστος, μπορεί να περιορίσει τις δυνατότητες ανάπτυξης μιας επιχείρησης, ειδικά όταν απαιτούνται σημαντικά κεφάλαια για την κλιμάκωση ή την επέκταση των δραστηριοτήτων. Στο πλαίσιο αυτό, η στρατηγική διαφοροποίησης των πηγών χρηματοδότησης, η ενίσχυση της επιχειρηματικής δικτύωσης και η ανάπτυξη ενός πειστικού επιχειρηματικού πλάνου μπορούν να διευκολύνουν την πρόσβαση σε εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης, ενισχύοντας την πιθανότητα επιτυχίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 Σκοπός της Έρευνας

Η παρούσα μελέτη επικεντρώνεται στη συγκέντρωση, ανασκόπηση και συζήτηση διαφόρων βιβλιογραφικών πηγών, όπως άρθρα και βιβλία, τα οποία εξετάζουν, σε ρεαλιστικό επίπεδο, τη νεανική επιχειρηματικότητα και τις νεοφυείς επιχειρήσεις στην Ελλάδα, αναλύοντας τις προκλήσεις και τις προοπτικές που αντιμετωπίζουν σήμερα. Επιπλέον, η παρούσα εργασία περιλαμβάνει δεδομένα που προκύπτουν από πρωτογενή έρευνα μέσω ερωτηματολογίου, με στόχο να καταγράψει τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στο

συγκεκριμένο θέμα. Με αυτόν τον τρόπο, παρέχεται η δυνατότητα σύγκρισης μεταξύ των πρωτογενών και δευτερογενών στοιχείων που απαρτίζουν τη μελέτη.

6.2 Μεθοδολογία της Έρευνας και Λόγοι Υιοθέτησης

Η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στη συγκέντρωση, την ανασκόπηση και τη συζήτηση βιβλιογραφικών πηγών, όπως άρθρα και βιβλία, που αναλύουν τις απόψεις των ερωτηθέντων σχετικά με τη νεανική επιχειρηματικότητα και τις startups στην Ελλάδα, εστιάζοντας στις σύγχρονες προκλήσεις και προοπτικές του πεδίου. Η επιλογή της ποσοτικής έρευνας για αυτήν την εργασία προέκυψε από την ικανότητά της να παρέχει αξιόπιστα, αριθμητικά και στατιστικά δεδομένα για τον ευρύτερο πληθυσμό. Σε αντίθεση με την ποιοτική έρευνα, η ποσοτική έρευνα επιτρέπει τη συμμετοχή μεγάλου αριθμού ατόμων. Συχνά, 100 συμμετέχοντες αρκούν για να προκύψουν αποτελέσματα με πιθανότητα σφάλματος 5%, ενώ για ακόμα πιο αξιόπιστα αποτελέσματα (97% ή 99% αξιοπιστία), απαιτούνται δείγματα που κυμαίνονται από 400 έως 2.000 άτομα (Leedy, Ormrod, 2010).

Η ποσοτική έρευνα, προκειμένου να αποδώσει αποτελέσματα με αξιοπιστία και ακρίβεια, απαιτεί τη συλλογή δεδομένων από ένα σημαντικά μεγάλο και αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού-στόχου. Συνήθως, η διαδικασία αυτή επιτυγχάνεται μέσω ενός καλά διαρθρωμένου και οργανωμένου ερωτηματολογίου. Σκοπός της ποσοτικής έρευνας είναι η εξαγωγή στατιστικών συμπερασμάτων που θα επιτρέψουν την κατανόηση της συμπεριφοράς του γενικότερου πληθυσμού. Στην πράξη, συχνά χρησιμεύει ως εργαλείο επικύρωσης και ενίσχυσης των ευρημάτων που προκύπτουν από τη ποιοτική έρευνα. Για να είναι αποτελεσματική, η ποσοτική έρευνα πρέπει να περιλαμβάνει:

- ✓ Ένα ευρύ και αντιπροσωπευτικό κοινό που να αντικατοπτρίζει το σύνολο του πληθυσμού-στόχου
- ✓ Ένα δείγμα που επιλέγεται τυχαία, με σκοπό να εξασφαλιστεί η γενικευσιμότητα των αποτελεσμάτων
- ✓ Ένα κατάλληλα διατυπωμένο και οργανωμένο ερωτηματολόγιο για τη συγκέντρωση των δεδομένων

6.3 Η Έννοια και τα Χαρακτηριστικά της Ποσοτικής Έρευνας ως Μεθοδολογία Εργασίας

Βάσει του ανωτέρω ορισμού, μπορεί να υποστηριχθεί ότι το πρώτο στοιχείο που εξετάζει μια ποσοτική έρευνα είναι η διερεύνηση ενός ζητήματος μέσω απαντήσεων που έχουν ποσοτικά χαρακτηριστικά. Συνοψίζοντας, μπορεί να παρατηρηθεί ότι οι ποσοτικές και ποιοτικές ερευνητικές προσεγγίσεις διαφοροποιούνται κυρίως στον τρόπο με τον οποίο συλλέγονται και αναλύονται τα δεδομένα, με την ποσοτική έρευνα να επικεντρώνεται στη μετατροπή των φαινομένων σε αριθμητικές τιμές προκειμένου να πραγματοποιηθεί στατιστική ανάλυση (Aliaga, Gunderson, 2002).

6.4 Τρόπος Δειγματοληψίας

Σύμφωνα με τα δεδομένα του δείγματος, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είναι άνδρες (60,7%), ενώ το 39,3% αποτελούν γυναίκες. Αναφορικά με την ηλικιακή κατανομή, το 35% των ερωτηθέντων ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 31-35 ετών, το 33,3% στην ομάδα 26-30 ετών και το υπόλοιπο 31,4% στην ομάδα 18-25 ετών. Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης, το 42,9% των συμμετεχόντων είναι απόφοιτοι ή φοιτητές ΑΕΙ/ΑΤΕΙ, το 32,9% απόφοιτοι Λυκείου, το 20% είναι κάτοχοι ή υποψήφιοι για Μεταπτυχιακό ή Διδακτορικό και το 4,3% διαθέτουν μόνο βασικές σπουδές. Τέλος, ως προς την επαγγελματική τους κατάσταση, το 44,3% των ερωτηθέντων εργάζονται στον ιδιωτικό τομέα, το 27,1% στον δημόσιο τομέα, το 18,6% είναι ελεύθεροι επαγγελματίες και το 10% είναι άνεργοι.

6.5 Στρατηγικές που Ακολουθήθηκαν για τη Συλλογή Δεδομένων

Για την επίτευξη των στόχων της έρευνας και σύμφωνα με τον τύπο των πληροφοριών που απαιτούνται, επιλέχθηκε η χρήση τόσο ποιοτικής όσο και ποσοτικής μεθόδου έρευνας. Στην ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν για αυτήν την εργασία, χρησιμοποιούνται πρωτογενή δεδομένα, τα οποία προέρχονται από ερευνητικά δείγματα, καθώς και δευτερογενή δεδομένα, τα οποία συγκεντρώθηκαν από άρθρα και βιβλία. Η επεξεργασία αυτών των δεδομένων έχει ως σκοπό να παραθέσει τα διάφορα στοιχεία της έρευνας. Ειδικότερα, η δευτερογενής έρευνα βασίζεται σε ακαδημαϊκά βιβλία που αναλύουν το αντικείμενο της

μελέτης, καθώς και σε άλλες πηγές όπως εφημερίδες, περιοδικά ή διαδικτυακές πηγές, ενώ περιλαμβάνει και οποιεσδήποτε πηγές είναι προσβάσιμες μέσω βιβλιοθηκών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

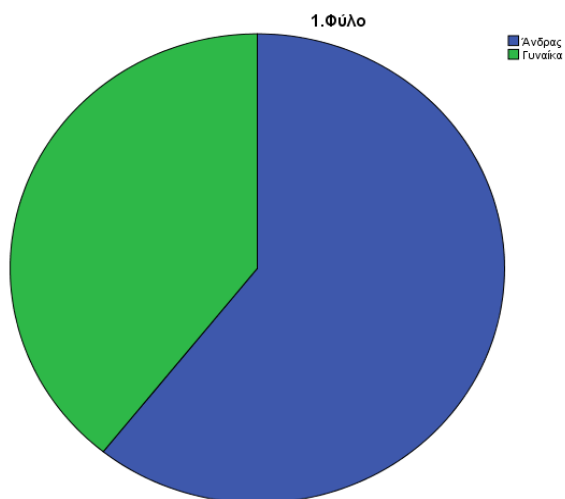
Περιγραφική Ανάλυση

Φύλο

Το 60,7% των ερωτηθέντων είναι άνδρες και το 39,3% είναι γυναίκες.

1.Φύλο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ανδρας	85	60,7	60,7	60,7
	Γυναίκα	55	39,3	39,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	



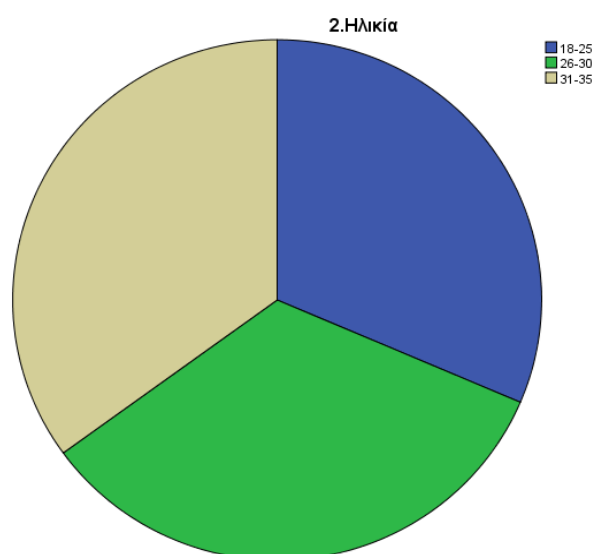
Ηλικία

Το 35% των ερωτηθέντων ήταν ηλικίας από 31-35 ετών, το 33,3% των ερωτηθέντων από 26-30 ετών και το υπόλοιπο 31,4% από 18-25 ετών.

2.Ηλικία

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25	44	31,4	31,4	31,4
	26-30	47	33,6	33,6	65,0
	31-35	49	35,0	35,0	100,0

Total	140	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

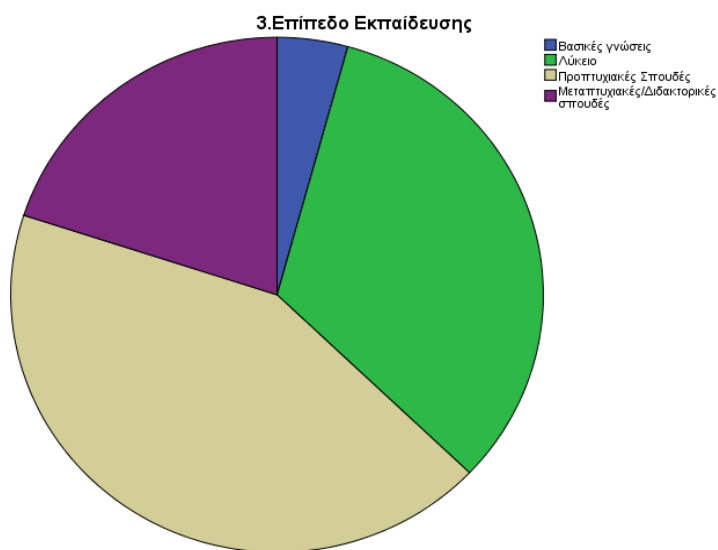


Επίπεδο εκπαίδευσης

Το 42,9% των ερωτηθέντων ήταν απόφοιτοι ή φοιτητές σε ΑΕΙ/ΑΤΕΙ, το 32,9% ήταν απόφοιτοι Λυκείου, το 20% είναι κάτοχοι ή υποψήφιοι Μεταπτυχιακοί/Διδακτορικοί φοιτητές και το υπόλοιπο 4,3% έχουν τις βασικές σπουδές.

3.Επίπεδο Εκπαίδευσης

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Βασικές γνώσεις	6	4,3	4,3	4,3
Λύκειο	46	32,9	32,9	37,1
Προπτυχιακές Σπουδές	60	42,9	42,9	80,0
Μεταπτυχιακές/Διδακτορικές σπουδές	28	20,0	20,0	100,0
Total	140	100,0	100,0	

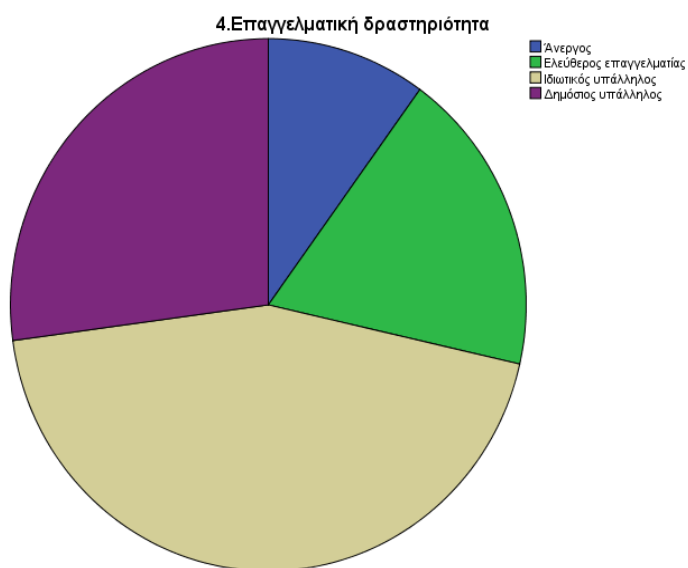


Επαγγελματική δραστηριότητα

Το 44,3% των ερωτηθέντων είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 27,1% είναι Δημόσιοι υπάλληλοι, το 18,6% είναι ελεύθεροι επαγγελματίες και το υπόλοιπο 10% είναι άνεργοι.

4.Επαγγελματική δραστηριότητα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνεργος	14	10,0	10,0	10,0
	Ελεύθερος επαγγελματίας	26	18,6	18,6	28,6
	Ιδιωτικός υπάλληλος	62	44,3	44,3	72,9
	Δημόσιος υπάλληλος	38	27,1	27,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

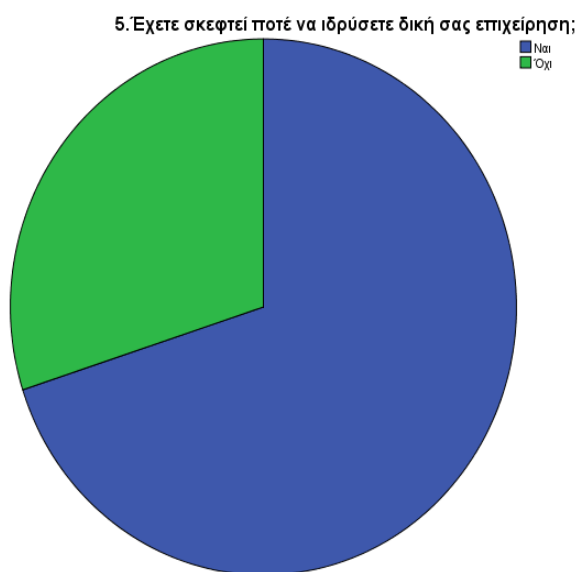


Ερώτηση 5

Το 70% των ερωτηθέντων έχουν σκεφτεί να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση ενώ το υπόλοιπο 30% απάντησε αρνητικά.

5.Έχετε σκεφτεί ποτέ να ιδρύσετε δική σας επιχείρηση;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	98	70,0	70,0	70,0
	Όχι	42	30,0	30,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	



Ερώτηση 6.1

Το 57,1% των ερωτηθέντων που δήλωσαν πρωτύτερα πως δεν έχουν σκεφτεί να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, δεν το έχουν κάνει για οικονομικούς λόγους.

6.1 Εάν όχι, αναφέρατε έναν από τους πιθανούς λόγους. Οικονομικοί λόγοι

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	18	12,9	42,9	42,9
	Όχι	24	17,1	57,1	100,0
	Total	42	30,0	100,0	
Missing	System	98	70,0		
Total		140	100,0		

Ερώτηση 6.2

Το 33,3% των ερωτηθέντων που δήλωσαν πρωτύτερα πως δεν έχουν σκεφτεί να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, δεν το έχουν λόγω έλλειψης σχετικών γνώσεων.

6.2 Εάν όχι, αναφέρατε έναν από τους πιθανούς λόγους. Έλλειψη γνώσης

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	14	10,0	33,3	33,3
	Όχι	28	20,0	66,7	100,0
	Total	42	30,0	100,0	
Missing	System	98	70,0		
Total		140	100,0		

Ερώτηση 6.3

Το 38,1% των ερωτηθέντων που δήλωσαν πρωτύτερα πως δεν έχουν σκεφτεί να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, δεν το έχουν λόγω του ευρύτερου ασταθούς κοινωνικού περιβάλλοντος της τρέχουσας εποχής.

6.3 Εάν όχι, αναφέρατε έναν από τους πιθανούς λόγους. Ευρύτερο ασταθές κοινωνικό περιβάλλον

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	16	11,4	38,1	38,1
	Όχι	26	18,6	61,9	100,0
	Total	42	30,0	100,0	
Missing	System	98	70,0		
Total		140	100,0		

Ερώτηση 6.4

Το 64,3% των ερωτηθέντων που δήλωσαν πρωτύτερα πως δεν έχουν σκεφτεί να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, δεν το έχουν γιατί δεν τους ενδιαφέρει την δεδομένη χρονική στιγμή.

6.4 Δεν με ενδιαφέρει την δεδομένη χρονική στιγμή

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	15	10,7	35,7	35,7
	Όχι	27	19,3	64,3	100,0
	Total	42	30,0	100,0	
Missing	System	98	70,0		
Total		140	100,0		

Ερώτηση 6.5

Το 85,7% των ερωτηθέντων που δήλωσαν πρωτύτερα πως δεν έχουν σκεφτεί να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, δεν το έχουν γιατί δεν τους ενδιαφέρει γενικά η επιχειρηματική κίνηση αυτή.

6.5 Δεν με ενδιαφέρει γενικά

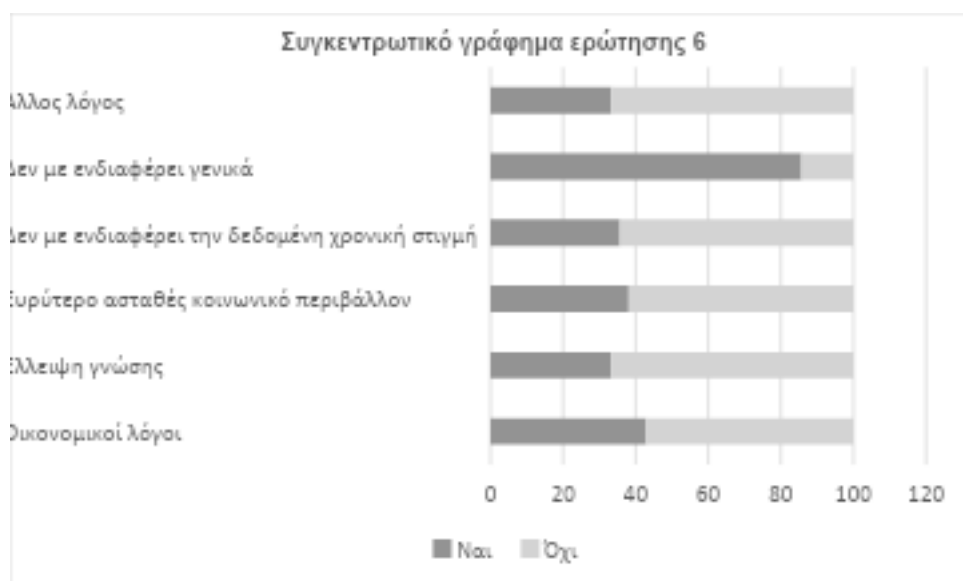
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	36	25,7	85,7	85,7
	Όχι	6	4,3	14,3	100,0
	Total	42	30,0	100,0	
Missing	System	98	70,0		
Total		140	100,0		

Ερώτηση 6.6

Το 33,3% των ερωτηθέντων που δήλωσαν πρωτύτερα πως δεν έχουν σκεφτεί να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, δεν το έχουν για άλλους λόγους.

6.6 Άλλος λόγος

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	14	10,0	33,3	33,3
	Όχι	28	20,0	66,7	100,0
	Total	42	30,0	100,0	
Missing	System	98	70,0		
Total		140	100,0		

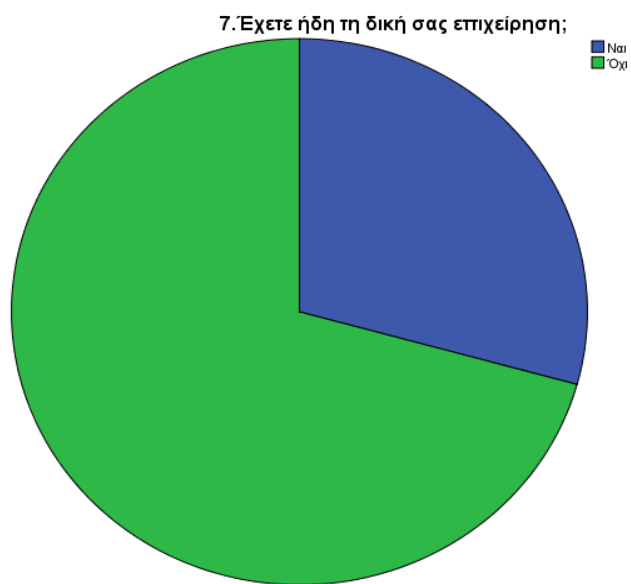


Ερώτηση 7

Το 29,3% των ερωτηθέντων έχουν ήδη τη δική τους επιχείρηση ενώ το 70,7% δεν έχουν δική τους επιχείρηση.

7. Έχετε ήδη τη δική σας επιχείρηση;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	41	29,3	29,3	29,3
	Όχι	99	70,7	70,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	



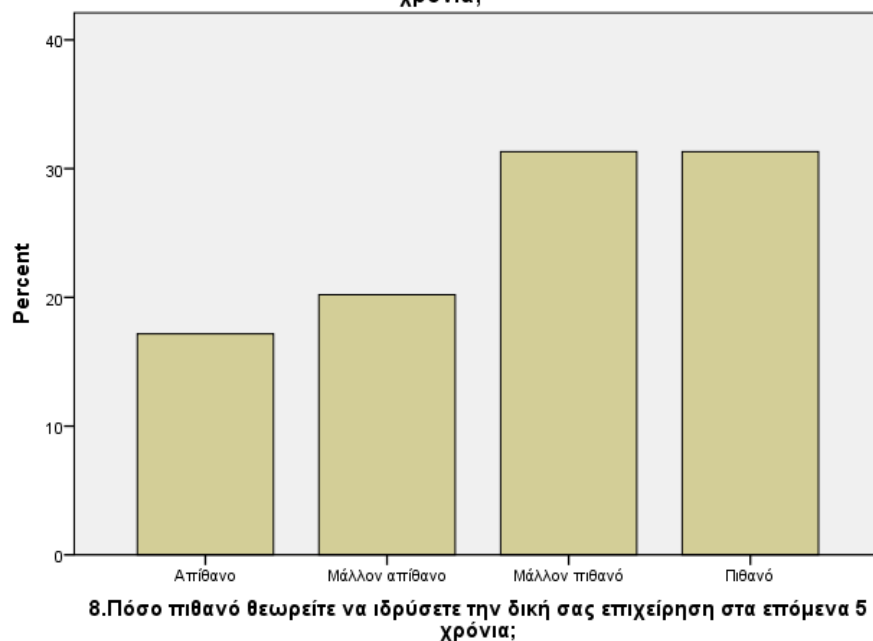
Ερώτηση 8

Το 31,3% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως είναι πιθανό να ιδρύσουν την δική τους επιχείρηση στα επόμενα 5 χρόνια και άλλο ένα 31,3% είναι μάλλον πιθανό, το 20,2% το θεωρούν μάλλον πιθανό και το 17,2% απίθανο.

8. Πόσο πιθανό θεωρείτε να ιδρύσετε την δική σας επιχείρηση στα επόμενα 5 χρόνια;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Απίθανο	17	12,1	17,2	17,2
	Μάλλον απίθανο	20	14,3	20,2	37,4
	Μάλλον πιθανό	31	22,1	31,3	68,7
	Πιθανό	31	22,1	31,3	100,0
	Total	99	70,7	100,0	
Missing	System	41	29,3		
Total		140	100,0		

8.Πόσο πιθανό θεωρείτε να ιδρύσετε την δική σας επιχείρηση στα επόμενα 5 χρόνια;



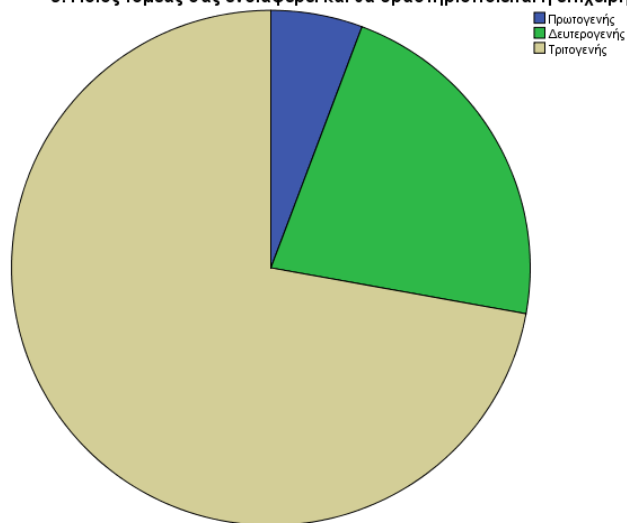
Ερώτηση 9

Το 72,1% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως ο τομέας που τους ενδιαφέρει είναι ο τριτογενής, το 22,1% ο δευτερογενής και το υπόλοιπο 5,7% ο πρωτογενής.

9. Ποιος τομέας σας ενδιαφέρει και θα δραστηριοποιείται η επιχείρηση;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πρωτογενής	8	5,7	5,7	5,7
	Δευτερογενής	31	22,1	22,1	27,9
	Τριτογενής	101	72,1	72,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

9. Ποιος τομέας σας ενδιαφέρει και θα δραστηριοποιείται η επιχείρησή;



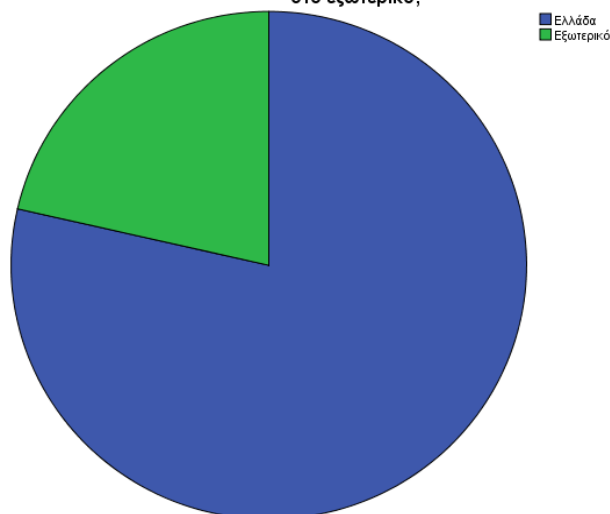
Ερώτηση 10

Το 78,6% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι η επιχείρησή τους εδρεύει ή θα ήθελαν να εδρεύει στην Ελλάδα και το υπόλοιπο 21,4% στο εξωτερικό.

10. Αν ιδρύσετε την επιχείρησή σας σκοπεύετε αυτή να εδρεύει στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ελλάδα	110	78,6	78,6	78,6
	Εξωτερικό	30	21,4	21,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

10. Αν ιδρύσετε την επιχείρησή σας σκοπεύετε αυτή να εδρεύει στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό;



Ερώτηση 11.1

Το 73,3% των ερωτηθέντων που ανέφεραν παραπάνω ότι θα επέλεγαν το εξωτερικό για να διατηρήσουν την έδρα της επιχείρησης, δήλωσαν πως ο λόγος είναι η μεγάλη φορολογία της Ελλάδας.

11.1 Αν επιλέξετε το εξωτερικό, αναφέρατε τους λόγους. Φορολογία

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	22	15,7	73,3	73,3
	Όχι	8	5,7	26,7	100,0
	Total	30	21,4	100,0	
Missing	System	110	78,6		
Total		140	100,0		

Ερώτηση 11.2

Το 73,3% των ερωτηθέντων που ανέφεραν παραπάνω ότι θα επέλεγαν το εξωτερικό για να διατηρήσουν την έδρα της επιχείρησης, γιατί οι διαδικασίες για το άνοιγμα της επιχείρησης στην Ελλάδα είναι πολύπλοκες.

11.2 Αν επιλέξετε το εξωτερικό, αναφέρατε τους λόγους. Πολύπλοκες διαδικασίες για το άνοιγμα της επιχείρησης

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	22	15,7	73,3	73,3
	Όχι	8	5,7	26,7	100,0
	Total	30	21,4	100,0	
Missing	System	110	78,6		
Total		140	100,0		

Ερώτηση 11.3

Το 46,7% των ερωτηθέντων που ανέφεραν παραπάνω ότι θα επέλεγαν το εξωτερικό για να διατηρήσουν την έδρα της επιχείρησης, γιατί το προϊόν ή η υπηρεσία δεν αφορά το ευρύ Ελληνικό κοινό.

11.3 Αν επιλέξετε το εξωτερικό, αναφέρατε τους λόγους. Το προϊόν ή η υπηρεσία δεν αφορά το ευρύ Ελληνικό κοινό

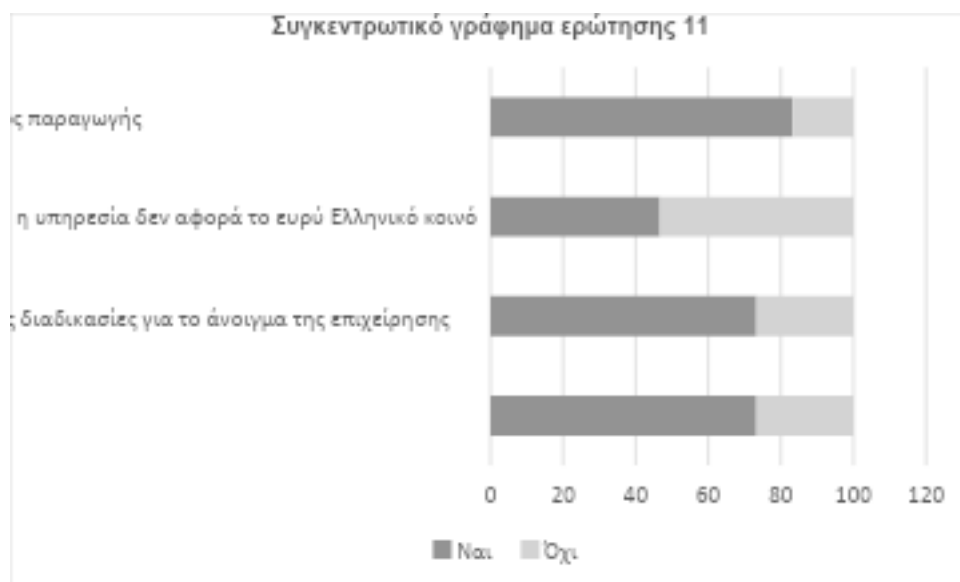
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	14	10,0	46,7	46,7
	Όχι	16	11,4	53,3	100,0
	Total	30	21,4	100,0	
Missing	System	110	78,6		
Total		140	100,0		

Ερώτηση 11.4

Το 83,3% των ερωτηθέντων που ανέφεραν παραπάνω ότι θα επέλεγαν το εξωτερικό για να διατηρήσουν την έδρα της επιχείρησης, λόγω του υψηλού κόστους παραγωγής στην Ελλάδα.

11.4 Αν επιλέξετε το εξωτερικό, αναφέρατε τους λόγους. Ψηλό κόστος παραγωγής

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	25	17,9	83,3	83,3
	Όχι	5	3,6	16,7	100,0
	Total	30	21,4	100,0	
Missing	System	110	78,6		
Total		140	100,0		



Ερώτηση 12

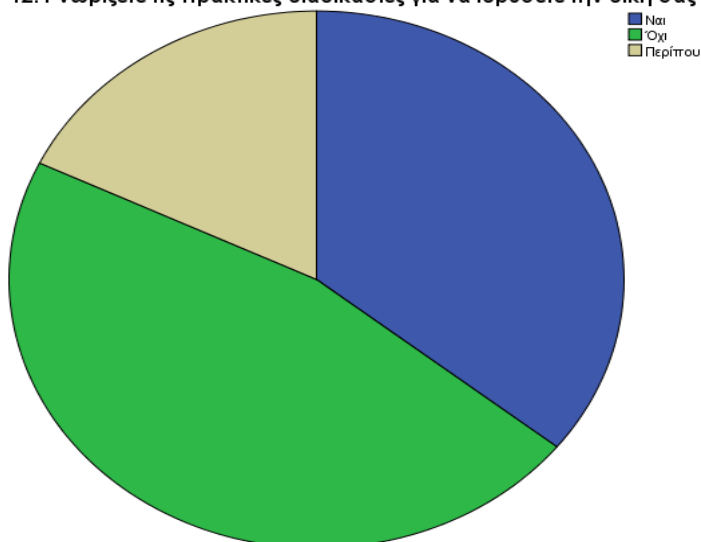
Το 46,4% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως δεν γνωρίζουν τις πρακτικές διαδικασίες για να ιδρύσουν την δική τους επιχείρηση, το 35,7% δήλωσαν πως τις γνωρίζουν ενώ το υπόλοιπο 17,9% τις γνωρίζουν στο περίπου.

12. Γνωρίζετε τις πρακτικές διαδικασίες για να ιδρύσετε την δική σας επιχείρηση;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Ναι	50	35,7	35,7	35,7
	Όχι	65	46,4	46,4	82,1
	Περίπου	25	17,9	17,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

12. Γνωρίζετε τις πρακτικές διαδικασίες για να ιδρύσετε την δική σας επιχείρηση;



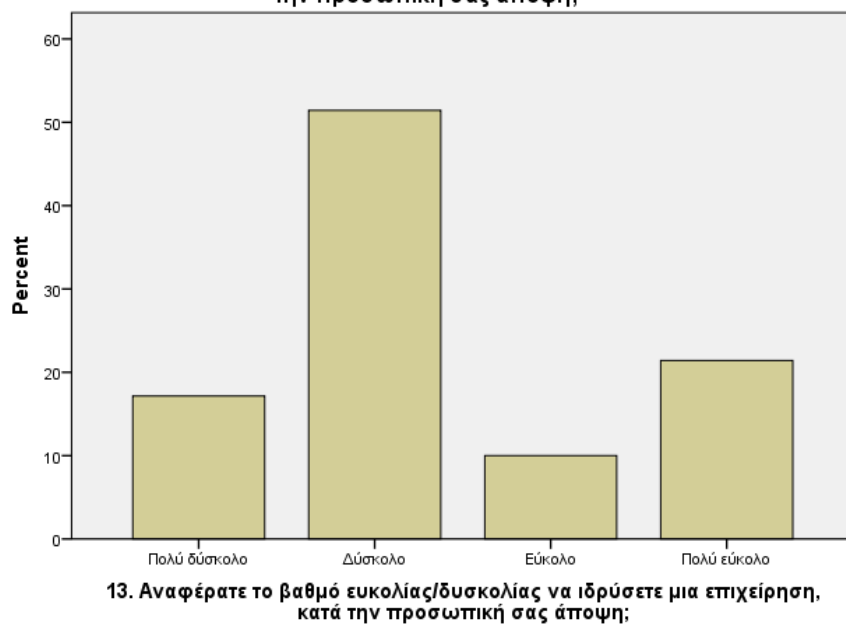
Ερώτηση 13

Το 51,4% των ερωτηθέντων θεωρούν πως είναι δύσκολο να ιδρύσουν μια επιχείρηση, το 21,4% το θεωρούν πολύ εύκολο, το 17,1% το θεωρούν πολύ δύσκολο και το υπόλοιπο 10% το θεωρούν εύκολο.

13. Αναφέρατε το βαθμό ευκολίας/δυσκολίας να ιδρύσετε μια επιχείρηση, κατά την προσωπική σας άποψη;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου δύσκολο	24	17,1	17,1	17,1
	Δύσκολο	72	51,4	51,4	68,6
	Εύκολο	14	10,0	10,0	78,6
	Πολύ εύκολο	30	21,4	21,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

13. Αναφέρατε το βαθμό ευκολίας/δυσκολίας να ιδρύσετε μια επιχείρηση, κατά την προσωπική σας άποψη;

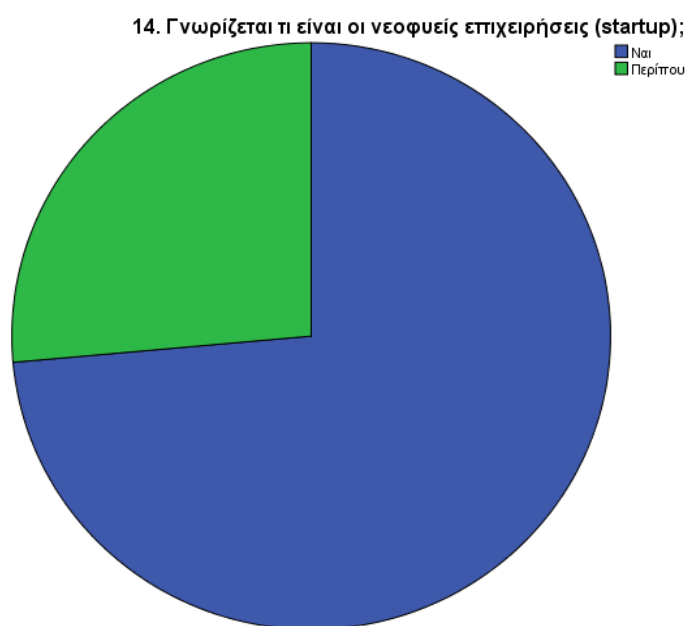


Ερώτηση 14

Το 73,6% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως γνωρίζουν τι είναι οι νεοφυείς επιχειρήσεις και το υπόλοιπο 26,4% γνωρίζουν στο περίπου.

14. Γνωρίζετε τι είναι οι νεοφυείς επιχειρήσεις (startup);

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	103	73,6	73,6	73,6
	Περίπου	37	26,4	26,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

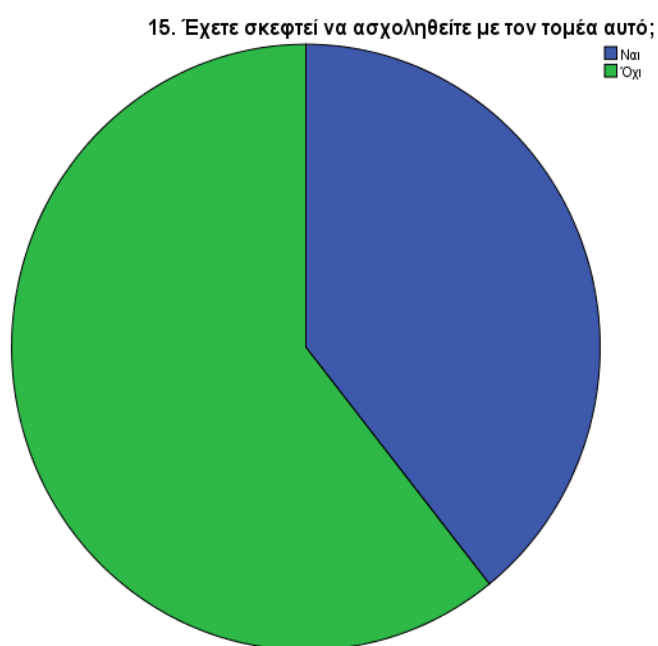


Ερώτηση 15

Το 60,7% των ερωτηθέντων δεν έχουν σκεφτεί να ασχοληθούν με τις startup επιχειρήσεις ενώ το υπόλοιπο 39,3% απάντησαν θετικά.

15. Έχετε σκεφτεί να ασχοληθείτε με τον τομέα αυτό;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	55	39,3	39,3	39,3
	Όχι	85	60,7	60,7	100,0
Total		140	100,0	100,0	



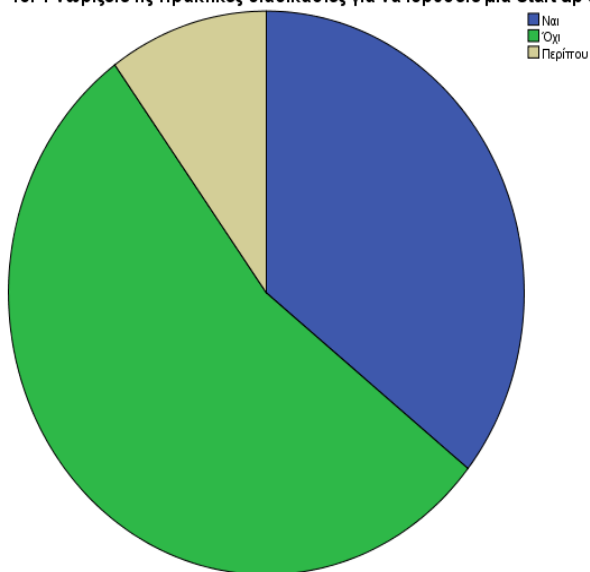
Ερώτηση 16

Το 54,3% των ερωτηθέντων δεν γνωρίζουν τις πρακτικές διαδικασίες για να ιδρύσουν μια Startup επιχείρηση, το 35,7% τις γνωρίζουν ενώ το υπόλοιπο 10% στο περίπου.

16. Γνωρίζετε τις πρακτικές διαδικασίες για να ιδρύσετε μια Start up επιχείρηση;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	50	35,7	35,7	35,7
	Όχι	76	54,3	54,3	90,0
	Περίπου	14	10,0	10,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

16. Γνωρίζετε τις πρακτικές διαδικασίες για να ιδρύσετε μια Start up επιχείρηση;



Ερώτηση 17

Το 31,4% των ερωτηθέντων πιστεύουν πως πιθανότατα έχουν τις ηγετικές και επικοινωνιακές δεξιότητες που χρειάζονται για να ηγηθούν μιας τέτοιας επιχείρησης, το 28,6% θεωρούν μάλλον πιθανό να τις έχουν ενώ το 24,3% δήλωσαν πως δεν τις έχουν ενώ το υπόλοιπο 15,7% θεωρούν ότι είναι μάλλον απίθανο να τις έχουν.

17. Πιστεύετε ότι έχετε τις ηγετικές και επικοινωνιακές δεξιότητες που θα χρειαζόσασταν για να ηγηθείτε μιας τέτοιας επιχείρησης;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Απίθανο	34	24,3	24,3	24,3
	Μάλλον απίθανο	22	15,7	15,7	40,0
	Μάλλον πιθανό	40	28,6	28,6	68,6
	Πιθανό	44	31,4	31,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

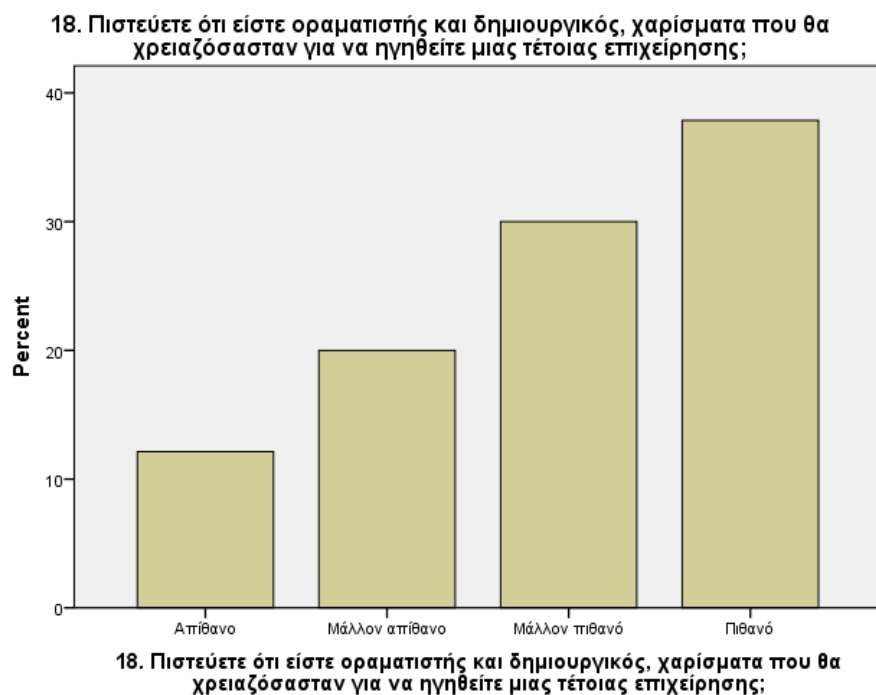


Ερώτηση 18

Το 37,9% των ερωτηθέντων πιστεύουν πως πιθανότατα είναι οραματιστές και δημιουργικοί, χαρίσματα που χρειάζονται για να ηγηθούν μιας τέτοιας επιχείρησης, το 30% θεωρούν μάλλον πιθανό να τις έχουν ενώ το 20% θεωρούν ότι είναι μάλλον απίθανο να τις έχουν και το υπόλοιπο 12,1% δήλωσε με βεβαιότητα ότι δεν κατέχουν τέτοια χαρίσματα.

18. Πιστεύετε ότι είστε οραματιστής και δημιουργικός, χαρίσματα που θα χρειαζόσασταν για να ηγηθείτε μιας τέτοιας επιχείρησης;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Απίθανο	17	12,1	12,1	12,1
	Μάλλον απίθανο	28	20,0	20,0	32,1
	Μάλλον πιθανό	42	30,0	30,0	62,1
	Πιθανό	53	37,9	37,9	100,0
Total		140	100,0	100,0	



Ερώτηση 19

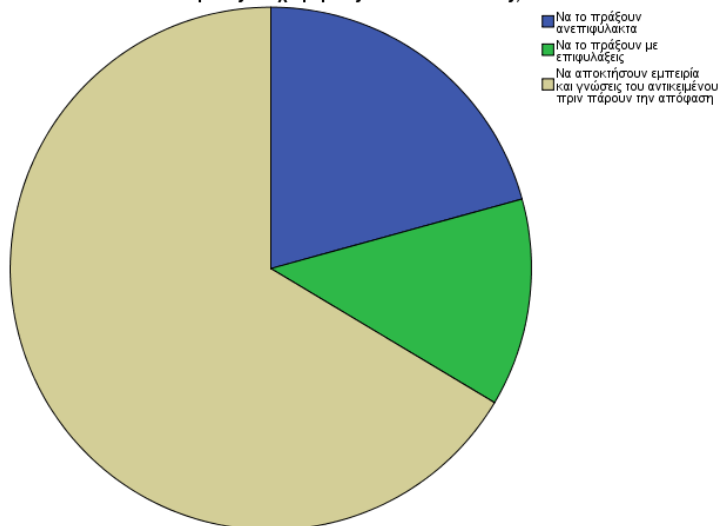
Το 66,4% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως θα πρότειναν στους νέους της ηλικίας τους που έχουν σκοπό να εμπλακούν με τις επιχειρήσεις αυτού του είδους, να αποκτήσουν εμπειρία και γνώσεις του αντικειμένου πριν πάρουν την απόφαση, το 20,7% να το πράξουν ανεπιφύλακτα και το υπόλοιπο 12,9% να το πράξουν με επιφυλάξεις.

19. Τι θα προτείνατε στους νέους της ηλικίας σας που έχουν σκοπό να εμπλακούν με τις επιχειρήσεις αυτού του είδους;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Να το πράξουν ανεπιφύλακτα	29	20,7	20,7	20,7
	Να το πράξουν με επιφυλάξεις	18	12,9	12,9	33,6
	Να αποκτήσουν εμπειρία και γνώσεις του αντικειμένου πριν πάρουν την απόφαση	93	66,4	66,4	100,0

Total	140	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

19. Τι θα προτεινате στους νέους της ηλικίας σας που έχουν σκοπό να εμπλακούν με τις επιχειρήσεις αυτού του είδους;



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Έπειτα από τα αποτελέσματα που διεξήχθησαν από την έρευνα, το 70% των ερωτηθέντων έχουν σκεφτεί να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, ωστόσο το υπόλοιπο 30% απάντησε αρνητικά, το 57,1% δήλωσαν πρωτύτερα πως δεν έχουν σκεφτεί να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, δεν το έχουν κάνει για οικονομικούς λόγους και το 33,3% των ερωτηθέντων που δήλωσαν πρωτύτερα πως δεν έχουν σκεφτεί να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, δεν το έχουν λόγω έλλειψης σχετικών γνώσεων.

Επίσης, το 38,1% του κοινού το οποίο συμμετείχε δήλωσε πρωτύτερα πως δεν έχουν σκεφτεί να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, δεν το έχουν λόγω του ευρύτερου ασταθούς κοινωνικού περιβάλλοντος της τρέχουσας εποχής, το 64,3% που δήλωσαν προηγουμένως πως δεν επιδίωξαν να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, καθώς δεν τους ενδιαφέρει την δεδομένη χρονική στιγμή, το 85,7% των ερωτηθέντων που δήλωσαν πρωτύτερα πως δεν έχουν σκεφτεί

να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, δεν το έχουν γιατί δεν τους ενδιαφέρει γενικά η επιχειρηματική κίνηση αυτή. Επιπλέον το 33,3% που ρωτήθηκαν δήλωσαν πρωτίτερα πως δεν έχουν σκεφτεί την ίδρυση της δικής τους επιχείρησης, για άλλους λόγους.

Αντίστοιχα, το 29,3% των ερωτηθέντων έχουν ήδη τη δική τους επιχείρηση ενώ το 70,7% δεν έχουν δική τους επιχείρηση, το 31,3% δήλωσαν πως είναι πιθανό να ιδρύσουν την δική τους επιχείρηση στα επόμενα 5 χρόνια και άλλο ένα 31,3% είναι μάλλον πιθανό, το 20,2% το θεωρούν μάλλον απίθανο και το 17,2% απίθανο, το 72,1% από τους ερωτηθέντες δήλωσαν ότι ο τομέας που τους ενδιαφέρει είναι ο τριτογενής, το 22,1% ο δευτερογενής, 5,7% ο πρωτογενής και το 78,6% δήλωσαν ότι η επιχείρηση τους εδρεύει ή θα ήθελαν να εδρεύει στην Ελλάδα και το υπόλοιπο 21,4% στο εξωτερικό.

Το 73,3% των ερωτηθέντων που ανέφεραν παραπάνω ότι θα επέλεγαν το εξωτερικό για να διατηρήσουν την έδρα της επιχείρησης, δήλωσαν πως ο λόγος είναι η μεγάλη φορολογία της Ελλάδας, το 73,3% των ερωτηθέντων που ανέφεραν παραπάνω ότι θα επέλεγαν το εξωτερικό για να διατηρήσουν την έδρα της επιχείρησης, γιατί οι διαδικασίες για το άνοιγμα της επιχείρησης στην Ελλάδα είναι πολύπλοκες και το 46,7% των ερωτηθέντων που ανέφεραν παραπάνω ότι θα επέλεγαν το εξωτερικό για να διατηρήσουν την έδρα της επιχείρησης, γιατί το προϊόν ή η υπηρεσία δεν αφορά το ευρύ Ελληνικό κοινό και το 83,3% των ερωτηθέντων που ανέφεραν παραπάνω ότι θα επέλεγαν το εξωτερικό για να διατηρήσουν την έδρα της επιχείρησης, λόγω του υψηλού κόστους παραγωγής στην Ελλάδα.

Επίσης, το 46,4% του κοινού που ρωτήθηκε δήλωσε πως δεν γνωρίζει τις πρακτικές διαδικασίες για να ιδρύσει την δική του επιχείρηση, το 35,7% δήλωσαν πως τις γνωρίζουν ενώ το υπόλοιπο 17,9% τις γνωρίζουν στο περίπου, το 51,4% των ερωτηθέντων θεωρούν πως είναι δύσκολο να ιδρύσουν μια επιχείρηση, το 21,4% το θεωρούν πολύ εύκολο, το 17,1% το θεωρούν πολύ δύσκολο και το υπόλοιπο 10% το θεωρούν εύκολο, το 73,6% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως γνωρίζουν τι είναι οι νεοφυείς επιχειρήσεις και το υπόλοιπο 26,4% γνωρίζουν στο περίπου, το 60,7% των ερωτηθέντων δεν έχουν σκεφτεί να ασχοληθούν με τις startup επιχειρήσεις ενώ το υπόλοιπο 39,3% απάντησαν θετικά και το 54,3% των ερωτηθέντων δεν γνωρίζουν τις πρακτικές διαδικασίες για να ιδρύσουν μια Startup επιχείρηση, το 35,7% τις γνωρίζουν ενώ το υπόλοιπο 10% στο περίπου.

Τέλος, το 31,4% των ερωτηθέντων πιστεύουν πως πιθανότατα έχουν τις ηγετικές και επικοινωνιακές δεξιότητες που χρειάζονται για να ηγηθούν μιας τέτοιας επιχείρησης, το 28,6% θεωρούν μάλλον πιθανό να τις έχουν ενώ το 24,3% δήλωσαν πως δεν τις έχουν ενώ το υπόλοιπο 15,7% θεωρούν ότι είναι μάλλον απίθανο να τις έχουν, το 37,9% των ερωτηθέντων πιστεύουν πως πιθανότατα είναι οραματιστές και δημιουργικοί, χαρίσματα που χρειάζονται για να ηγηθούν μιας τέτοιας επιχείρησης, το 30% θεωρούν μάλλον πιθανό να τις έχουν ενώ το 20% θεωρούν ότι είναι μάλλον απίθανο να τις έχουν και το υπόλοιπο 12,1% δήλωσε με βεβαιότητα ότι δεν κατέχουν τέτοια χαρίσματα και το 66,4% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως θα πρότειναν στους νέους της ηλικίας τους που έχουν σκοπό να εμπλακούν με τις επιχειρήσεις αυτού του είδους, να αποκτήσουν εμπειρία και γνώσεις του αντικειμένου πριν πάρουν την απόφαση, το 20,7% να το πράξουν ανεπιφύλακτα και το υπόλοιπο 12,9% να το πράξουν με επιφυλάξεις.

Σε βιβλιογραφικό επίπεδο λοιπόν, θα λέγαμε πως η προσέγγιση της ανοιχτής καινοτομίας σε μια start up επιχείρηση, βοηθά τους οργανισμούς να απαντήσουν στις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν στο ταχέως μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον. Σε αυτή τη μελέτη μπορεί να φανεί ότι μια εταιρεία έχει μεγαλύτερες πιθανότητες επιβίωσης εάν δημιουργεί σχέσεις με προμηθευτές, εάν εμπλέκει πελάτες στην καινοτόμο διαδικασία και εργάζεται σε ένα ανοιχτό περιβάλλον όπου οι ιδέες ρέουν συνεχώς εντός και εκτός της εταιρείας. Αυτά τα αποτελέσματα αποδεικνύονται από την επιστημονική έρευνα που πραγματοποίησαν οι Eftekhari και Bogers, οι οποίοι ανέλυσαν τη συμπεριφορά διαφορετικών Startups και διαπίστωσαν ότι είχαν περισσότερες πιθανότητες επιβίωσης εάν υιοθετούσαν ένα μοντέλο Ανοιχτής Καινοτομίας.

Ο κόμβος των startups στην Ελλάδα, δημιουργείται με βάση μια ιδέα και για αυτό το λόγο η ανοιχτή προσέγγιση φαίνεται να είναι το πιο κατάλληλο μοντέλο για χρήση. Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις οργανώνουν και διαχειρίζονται με επιτυχία την Open Innovation, εκμεταλλευόμενες τα δυνατά της σημεία χάρη σε διαφορετικές συνεργασίες και συνεργασίες. Από την άλλη πλευρά, η παρούσα εργασία υπογραμμίζει ότι το κύριο εμπόδιο που πρέπει να ξεπεράσουν οι Startups είναι η έλλειψη οικονομικών πόρων. Για το λόγο αυτό, οι Startups

ξεκινούν συνεργασίες με μεγάλες εταιρείες που τις βοηθούν να αποκτήσουν τους απαραίτητους οικονομικούς πόρους στην Ελλάδα.

Επιπλέον, η ανοιχτή προσέγγιση που υιοθετούν οι Startups απαιτεί την ανάπτυξη ενός νέου ευέλικτου επιχειρηματικού μοντέλου και ένα από αυτά βρέθηκε ότι είναι η Lean προσέγγιση. Οι εταιρείες Lean Startup μπορούν να λειτουργούν με πολύ ευέλικτο, επαναληπτικό, γρήγορο και αποτελεσματικό τρόπο και ταυτόχρονα να κρατούν τον πελάτη τους σε κεντρικό ρόλο. Είναι σε θέση να δημιουργούν νέες καινοτόμες υπηρεσίες, προϊόντα και να απαντούν στις ταχέως μεταβαλλόμενες προκλήσεις με πιο αποτελεσματικό, ανταποκρινόμενο και ταχύτερο τρόπο. Τα αποτελέσματα αυτής της προσέγγισης παρουσιάστηκαν στα παραδείγματα εκκίνησης Dropbox και Spotify. Αυτές οι δύο Startups έφεραν νέα καινοτόμα εφαρμογή στην αγορά, φέρνοντας επανάσταση στον τρόπο κοινής χρήσης δεδομένων και ακρόασης μουσικής.

Εταιρείες όπως το Dropbox, το Spotify, το Snapchat, η Uber και η Airbnb αλλάζουν τον κόσμο μας και τροποποιούν επιχειρηματικά μοντέλα. Η εστίασή τους είναι στους πελάτες και το γεγονός ότι ορισμένοι από αυτούς θεωρούν τους πελάτες και ως παρόχους και ως χρήστες είναι κάτι νέο και ενδιαφέρον για ανάλυση. Τέλος, μια άλλη σημαντική πτυχή είναι ότι οι εταιρείες καταφέρνουν να δημιουργούν αξία μέσω της χρήσης των ψηφιακών πλατφορμών τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Βιβλία

Ács, Z. J., Szerb, L., Szerb, L., & Autio, E. (2016). Global entrepreneurship and development index 2015. Retrieved from <http://public.eblib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=4179473>

Dutta, S., Lanvin, B., Wunsch-Vincent, S., Insead, World Intellectual Property Organization, & Johnson Graduate School of Management (Cornell University). (2016). The global innovation index 2016: winning with global innovation. Retrieved from http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2016.pdf

European Commission. (2012). The second economic adjustment programme for Greece first review, December 2012. Brussels: European Commission, Directorate-General for Economic and Financial Affairs. Retrieved from http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/occasional_paper/2012/pdf/ocp123_en.pdf

Goldberg, U. (2012). What's Next for the Startup Nation?: A Blueprint for Sustainable Innovation. IN, USA: AuthorHouse.

OECD. (2021). Entrepreneurship at a Glance 2020. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264097711-en>

OECD. (2018a). Entrepreneurship at a Glance 2016. Paris: OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2016-en

OECD. (2018). OECD Economic Surveys: Greece 2016 (Vol. 2016). OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/eco_surveys-grc-2016-en

OECD. (2017). Financing SMEs and Entrepreneurs 2017. Paris: OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/fin_sme_ent-2017-en

Senor, D., & Singer, S. (2011). Start-up Nation: The Story of Israel's Economic Miracle (Reprint edition). New York; Boston: Twelve.

World Bank. (2016). Doing Business 2017: Equal Opportunity for All. The World Bank.

<https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0948-4>

Αρθρογραφία

Acs Z.J., 2002, Innovation and the growth of cities, Edward Elgar.

Amor, E., Levie J., 2013. Ten years of the Monitor of Global Entrepreneurship: Accomplishments and Prospects. International, the Journal of Entrepreneurial Venturing. 5 (2), pp. 120-152.

Audretsch.A.D., Kelibach M., 2008, Resolving the knowledge paradox: knowledge- spillover entrepreneurship and economic growth, Research Policy, 37: 1697-1705

Audretsch A.D., 2007, Entrepreneurship capital and economic growth, Oxford Review of Economic Policy, vol 23, 1: 63-78

Audretsch.A.D., Kelibach M., 2004, Entrepreneurship and Economic Performance, Regional studies, vol 38, Issue 8: 949-959

Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2015). Crowdfunding: Geography, Social Networks, and the Timing of Investment Decisions: Crowdfunding. Journal of Economics & Management Strategy, 24(2), 253–274

Ahlers, G. K. C., Cumming, D., Günther, C., & Schweizer, D. (2015). Signaling in Equity Crowdfunding. Entrepreneurship Theory and Practice, 39(4), 955– 980.

Brauerhjelm P., Acs Z.J., Audretsch B., Carlsson B., 2010, The missing link: knowledge diffusion and entrepreneurship in endogenous growth, Small Business Economics, 34: 105-125

Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. Journal of Business Venturing, 29(5), 585–609.

Bergek, A., & Norrman, C. (2008). Incubator best practice: A framework. Technovation, 28(1–2), 20–28

Davila, A., Foster, G., & Gupta, M. (2003). Venture capital financing and the growth of startup firms. Journal of Business Venturing, 18(6), 689–708

Díez-Martín, F., Blanco-González, A., & Prado-Román, C. (2016). Explaining nation-wide differences in entrepreneurial activity: a legitimacy perspective. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1079–1102

Engelen, F., 2009. Cross-Cultural entrepreneurship research. *The Journal of International Entrepreneurship*, 7 (3), pp. 163-189.

Frederick, H. H., & Bygrave, B. (2004). How we finance our new and growing firms. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1(3/4), 287.

GEM, (2018) Global Entrepreneurship Monitor. Entrepreneurship in Cyprus. National Report, 2017/2018

Hellmann, T., & Puri, M. (2000). The Interaction between Product Market and Financing Strategy: The Role of Venture Capital. *Review of Financial Studies*, 13(4), 959–84.

Hellmann, T., & Puri, M. (2002). Venture Capital and the Professionalization of Start- Up Firms: Empirical Evidence. *The Journal of Finance*, 57(1), 169–197.

Hessels, J., Gelderen, M., Thurik, R., 2008. Drivers of entrepreneurial aspirations at the country level: the role of start-up motivations and social security. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4 (4), pp. 401-417.

Jebali, D., Meschitti, V. (2021), HRM as a catalyst for innovation in start-ups, *Employee Relations*, Vol. 43 No. 2, pp. 555-570.

Katsoni, V. (2015). Funding and Sponsoring Innovative Entrepreneurial Practices and Icts in the Greek Tourism Sector. *Archives of Economic History*, XXVII (1 Jan- Jun 2015), 75–91.

Katsoni, V., & Sahinidis, A. (2015). Individual and contextual variables affecting entrepreneurship, innovation and application of new technologies in Greece. Case study from the Greek tourism and transport sector. *International Journal on Integrated Information Management*.

Ketels, C. H. M., & Memedovic, O. (2008). From clusters to cluster-based economic development. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*,

1(3), 375–392

Klačmer Čalopa, M., Horvat, J., & Lalić, M. (2014). Analysis of financing sources for start-up companies. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 19(2), 19–44.

Kobeissi, N. (2010). Gender factors and female entrepreneurship: International evidence and policy implications. *Journal of International Entrepreneurship*, 8(1), 1–35.

Kontogiannidis, P., Theriou, G., & Sarigiannidis, L. (2017). Crowdfunding: exploring the factors associated with the users' intention to finance a project online. *International Journal of Web Based Communities*, 13(1), 73

Kortum, S., & Lerner, J. (2000). Assessing the Contribution of Venture Capital to Innovation. *RAND Journal of Economics*, 31(4), 674–692.

Kousari, A. (2011). New Solutions to the Funding Dilemma of Technology Startups. *The Open Source Business Resource*, 22–27.

Landström H., 2010, Pionners in Entrepreneurship and Small Business Research, *International studies in Entrepreneurship*, Springer

Munoz-Bullon, F., Sanchez-Bueno, M.J. and Vos-Saz, A. (2015), “Startup team contributions and new firm creation: the role of founding team experience”, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 27 Nos 1-2, pp. 80-105

Pinillos, M. & Reyes, L., 2011. Relationship between individualist– collectivist culture and entrepreneurial activity: evidence from Global Entrepreneurship Monitor data. *Small Business Economics*, 37 (1), pp. 23-37.

Pierrakis, Y., & Collins, L. (2013). Crowdfunding: A New Innovative Model of Providing Funding to Projects and Businesses (SSRN Scholarly Paper No. ID 2395226). Rochester, NY: Social Science Research Network. Retrieved from <https://papers.ssrn.com/abstract=2395226>

Piperopoulos, P., & Scase, R. (2007). Business clusters and competitiveness in Small and Medium Enterprises: the case of the IT sector in Thessalonica, Greece. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 3(2), 109.

Porter, M. E. (2000). Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, 14(1), 15– 34.

Sarkar, A.N. (2016). Financing Mechanisms to Support MSME and Startups: Role of the Capital Market. *International Journal of Advance Research and Innovation*, 4(1), 244–255.

Sofouli, E., & Vonortas, N. S. (2007). S&T Parks and business incubators in middle- sized countries: the case of Greece. *The Journal of Technology Transfer*, 32(5), 525–544.

Thomas, A., Mueller, S., 2008. A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture. *Journal of International Business Studies*, 31(2), pp. 287-301.

Vogiatzis, N., Sanchez-P, J.-A., & Makios, V. (2017). Corallia's Cluster Development Programme: An ERDF-funded Initiative Supporting Smart Specialisation in Greece. *European Structural and Investment Funds Journal*, 5(1), 69–76.

Wach, K., 2015. Impact of Cultural and Social Norms on Entrepreneurship in the EU: Cross-Country Evidence based on GEM Survey Results. *Ejournals*, 16 (1), pp, 15-29.

Enterprise Greece, (2018) The Greek Start Up Scene – New Opportunities for International Investors. December 2018.

B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

διαΝΕΟσις. (2016). Η ΕΡΕΥΝΑ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ. Retrieved from http://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2017/01/research_policy_gr_final.pdf

INEMY. (2018). ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ 2018. Αθήνα: INEMY.

INEMY. (2018). ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ 2018. Αθήνα: INEMY.

Μυλωνάς, Π., & Τζιάκου-Λαμπροπούλου, Ν. (2016). Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: Έρευνα Συγκυρίας. Αθήνα: Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος. Retrieved from

https://www.nbg.gr/greek/the-group/press-office/e-spot/reports/Documents/Employment_SME%27s.pdf

Τράπεζα της Ελλάδος. (2018). Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2017. Αθήνα. Retrieved from <http://www.bankofgreece.gr/BogEkdoseis/ekthdkth2015.pdf>

Endeavor Greece. (2015). Δημιουργώντας Θέσεις Εργασίας για τους Νέους. Endeavor Greece. Retrieved from http://endeavor.org.gr/wp-content/uploads/2015/07/END_GR_F.pdf

Endeavor Greece, EY, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, & Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο. (2015). Η επιχειρηματικότητα μέσα από τα μάτια των νέων: κάτι αλλάζει. Endeavor Greece. Retrieved from http://endeavor.org.gr/wp-content/uploads/2015/12/Survey_digital_091215.pdf

McKinsey & Company. (2018). Η Ελλάδα 10 χρόνια Μπροστά - Προσδιορίζοντας το νέο Μοντέλο Ανάπτυξης της Ελλάδας. Athens: McKinsey&Company. Retrieved from http://www.sev.org.gr/Uploads/pdf/Greece_10_Years_Ahead_Executive_summary_Greek_version_small.pdf

European Crowdfunding Network. (2013). Review of Crowdfunding Regulation, Interpretations of existing regulation concerning crowdfunding in Europe, North America and Israel. Belgium: European Crowdfunding Network. Retrieved from <http://eurocrowd.org/wp-content/blogs.dir/sites/85/2016/12/ECN-Review-of-Crowdfunding-Regulation-2013.pdf>

Global Entrepreneurship Development Institute. (2017). 2017 Global Entrepreneurship Index. USA: Global Entrepreneurship Development Institute. Retrieved from <http://thegedi.org/2017-global-entrepreneurship-index/>

Kraemer-Eis, H., Signore, S., & Prencipe, D. (2016). The European venture capital landscape: an EIF perspective (Working Paper 2016/34 No. Volume I: The impact of EIF on the VC ecosystem). Luxembourg: European Investment Fund. Retrieved from http://www.eif.org/news_centre/research/index.htm

Leveque, H., Dhar, N., & Gould, M. (2015). Considering an IPO? An insight into the costs post-JOBS Act (A publication from PwC's Deals practice). United States: PwC. Retrieved

from <http://www.pwc.com/us/en/deals/assets/ipo-costs-considerations-pwc-deals.pdf>