



ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ
ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Διπλωματική Εργασία

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ CROWDFUNDING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

του

ΙΩΑΝΝΗ ΚΟΤΣΑΚΙΑΧΙΔΗ

Επιβλέπων Καθηγητής: Ευστράτιος Λιβάνης

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος στη
Στρατηγική Διοικητική Λογιστική και τη Χρηματοοικονομική Διοίκηση

Νοέμβριος 2016



ΑΦΙΕΡΩΣΕΙΣ

Η παρούσα διπλωματική εργασία είναι αφιερωμένη στους γονείς μου.



ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Πριν την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της παρούσας διπλωματικής εργασίας, αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω ορισμένους ανθρώπους με τους οποίους συνεργάστηκα και έπαιξαν πολύ σημαντικό ρόλο στην ολοκλήρωσή της.

Πρώτο απ' όλους θέλω να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής εργασίας, Λέκτορα Ευστράτιο Λιβάνη για την καθοδήγησή του και την εμπιστοσύνη και εκτίμηση που μου έδειξε.

Στη συνέχεια θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους συμμετέχοντες στην έρευνα, αφού δίχως τις απαντήσεις τους δε είχε πραγματοποιηθεί αυτή η εργασία.

Τις ευχαριστίες μου εκφράζω και στον Καθηγητή και Πρύτανη του πανεπιστημίου Αχιλλέα Ζαπράνη, και στον Αναπληρωτή Καθηγητή Νικόλαο Πρωτόγερο που δέχτηκαν να είναι μέλη της τριμελούς επιτροπής αξιολόγησης της διπλωματικής μου εργασίας.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες θέλω να απευθύνω στον θείο μου Ιωάννη Παπαδόπουλο για την καθοριστική του βοήθεια, ο οποίος στάθηκε σημαντικός αρωγός στην προσπάθειά μου με τις πολύτιμες συμβουλές του.

Τέλος, θέλω να ευχαριστήσω τους γονείς μου Κλεάνθη και Φρειδερίκη για την απαραίτητη οικονομική βοήθεια που μου προσέφεραν καθ' όλη τη διάρκεια του μεταπτυχιακού προγράμματος.



ΠΕΡΙΛΗΨΗ (ABSTRACT)

Το αντικείμενο της παρούσας μελέτης είναι η εκτίμηση των μελλοντικών προοπτικών της συμμετοχικής χρηματοδότησης στην Ελλάδα. Στην πιλοτική έρευνα, η οποία διενεργήθηκε σε δύο αστικές περιοχές της βόρειας Ελλάδας, τη Θεσσαλονίκη και τις Σέρρες, αναλύονται οι προτιμήσεις των ερωτώμενων – από την πλευρά του υποψήφιου χρηματοδότη – για τα είδη των projects (έργων) και τα μοντέλα χρηματοδότησης που επιθυμούν να συμμετέχουν, για διάφορες κατηγορίες μεγεθών των projects (έργων) αλλά και για κατηγορίες ύψους χρηματοδότησης που είναι διατεθειμένοι να προσφέρουν. Επίσης, αποτυπώνονται, ο γενικός βαθμός ενδιαφέροντός τους για τη συγκεκριμένη μορφή χρηματοδότησης και πρόθεσής τους για σύσταση σε δυνητικούς χρηματοδότες, όπως και ο βαθμός στον οποίο πιστεύουν ότι η συμμετοχική χρηματοδότηση υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης αλλά και ως αξιόπιστης λύσης για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα διαχωρίζονται με βάση το φύλο τους, ηλικιακές κατηγορίες αλλά και επαγγελματικά κριτήρια, τα οποία σε συνδυασμό με τις απαντήσεις τους συμβάλλουν έτσι ώστε να βγουν χρήσιμα συμπεράσματα για την εξέλιξη της συμμετοχικής χρηματοδότησης στον ελλαδικό χώρο. Επιπλέον, αναδεικνύονται τα κίνητρα που τους προτρέπουν να συμμετέχουν σ' αυτή τη μορφή χρηματοδότησης είτε ως δυνητικοί δημιουργοί έργων, είτε ως πιθανοί υποστηρικτές.



ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΑΦΙΕΡΩΣΕΙΣ.....	ii
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	iii
ΠΕΡΙΛΗΨΗ (ABSTRACT).....	iv
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	v
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	vii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	x
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	xiv
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
1.1 Ορισμός του Crowdfunding	1
1.2 Σκοπός έρευνας	1
1.3 Μεθοδολογία	2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ.....	5
2.1 Σύντομο Ιστορικό	5
2.2 Η Αγορά.....	6
2.3 Πλατφόρμες ως Μηχανισμός Χρηματοδότησης	10
2.4 Μοντέλα Χρηματοδότησης	10
2.5 Κίνητρα & Αποτρεπτικοί Παράγοντες Δημιουργών & Υποστηρικτών.....	14
2.6 Παράγοντες Επιτυχίας	17
2.7 Δυνατότητες, Κίνδυνοι & Προκλήσεις	18
2.8 Νομικό & Ρυθμιστικό Πλαίσιο.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	26



3.1	Νομικές & Ρυθμιστικές Προκλήσεις.....	26
3.2	Ελληνικές Πλατφόρμες	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....		35
4.1	Ανάλυση Δείγματος.....	35
4.2	Αναλύσεις ανά Ερώτηση	37
4.3	Αναλύσεις ανά Φύλο	64
4.4	Αναλύσεις ανά Ηλικία	69
4.5	Αναλύσεις ανά Ιδιότητα	74
4.6	Αναλύσεις ανά Περιοχή	79
4.7	Ανάλυση Συσχετίσεων	85
4.8	Ειδικές Αναλύσεις	89
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ & ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ		94
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ.....		96
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: Ερωτηματολόγιο		103
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ: Έλεγχοι Αξιοπιστίας.....		112
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ: Πίνακες Ανάλυσης		119

**ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ**

Πίνακας 1: Ηλικία ανά Φύλο -----	119
Πίνακας 2: Περιοχή Διαμονής ανά Φύλο -----	119
Πίνακας 3: Ιδιότητα ανά φύλο -----	119
Πίνακας 4: E1.1 Αγροτικά -----	119
Πίνακας 5: E1.2 Βιβλίο, Εκδόσεις & Δημοσιογραφία -----	120
Πίνακας 6: E1.3 Εκπαίδευση -----	120
Πίνακας 7: E1.4 Θέατρο -----	120
Πίνακας 8: E1.5 Κοινωνικά -----	120
Πίνακας 9: E1.6 Μεταποίηση -----	121
Πίνακας 10: E1.7 Μόδα -----	121
Πίνακας 11: E1.8 Μουσική -----	121
Πίνακας 12: E1.9 Οικολογία -----	121
Πίνακας 13: E1.10 Σχεδίαση -----	122
Πίνακας 14: E1.11 Ταινία & Βίντεο -----	122
Πίνακας 15: E1.12 Τέχνη -----	122
Πίνακας 16: E1.13 Τεχνολογία -----	122
Πίνακας 17: E1.14 Φαγητό -----	123
Πίνακας 18: E1.15 Φωτογραφία -----	123
Πίνακας 19: E2.1 Κεφαλαιοδότηση (Equity Model) -----	123
Πίνακας 20: E2.2 Δάνειο (Lending Model) -----	123
Πίνακας 21: E2.3 Ανταμοιβή (Rewards Model) -----	124
Πίνακας 22: E2.4 Δωρεά (Donations Model) -----	124
Πίνακας 23: E3.1 <€5.001 -----	124
Πίνακας 24: E3.2 €5.001 - €10.000 -----	124
Πίνακας 25: E3.3 €10.001 - €25.000 -----	125



Πίνακας 26: E3.4 €25.001 - €100.000	125
Πίνακας 27: E3.5 €100.001 - €250.000	125
Πίνακας 28: E3.6 >€250.000	125
Πίνακας 29: E4.1 <€21	126
Πίνακας 30: E4.2 €21 - €100	126
Πίνακας 31: E4.3 €101 - €250	126
Πίνακας 32: E4.4 €251 - €1.000	126
Πίνακας 33: E4.5 €1.001 - €2.500	127
Πίνακας 34: E4.6 >€2.500	127
Πίνακας 35: E5.1 Θα συστήνατε σε κάποιον να χρηματοδοτήσει ένα project μέσω crowdfunding;	127
Πίνακας 36: E5.2 Θα χρηματοδοτούσατε ένα project μέσω crowdfunding;	127
Πίνακας 37: E5.3 Θεωρείτε ότι το crowdfunding υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης;	128
Πίνακας 38: E5.4 Πιστεύετε ότι το crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές;	128
Πίνακας 39: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Φύλο	128
Πίνακας 40: E1 Κατηγορίες Projects (Εργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο	129
Πίνακας 41: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο	129
Πίνακας 42: E3 Μέγεθος Project (Εργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο	129
Πίνακας 43: E4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο	130
Πίνακας 44: Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο	130
Πίνακας 45: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Ηλικία	130
Πίνακας 46: E1 Κατηγορίες Projects (Εργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία	131
Πίνακας 47: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία	131
Πίνακας 48: E3 Μέγεθος Project (Εργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία	131
Πίνακας 49: E4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία	132



Πίνακας 50: Ε5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία -----	132
Πίνακας 51: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Ιδιότητα -----	132
Πίνακας 52: Ε1 Κατηγορίες Projects (Εργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα ----	133
Πίνακας 53: Ε2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα -----	133
Πίνακας 54: Ε3 Μέγεθος Project (Εργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα -----	134
Πίνακας 55: Ε4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα -----	134
Πίνακας 56: Ε5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα -----	134
Πίνακας 57: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Περιοχή -----	135
Πίνακας 58: Ε1 Κατηγορίες Projects (Εργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή ----	135
Πίνακας 59: Ε2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή -----	135
Πίνακας 60: Ε3 Μέγεθος Project (Εργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή -----	136
Πίνακας 61: Ε4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή -----	136
Πίνακας 62: Ε5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή -----	136
Πίνακας 63: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Λόγο Χρηματοδότησης -----	137
Πίνακας 64: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Λόγο Επιλογής -----	137
Πίνακας 65: Σχέση Λόγου Επιλογής με Λόγο Χρηματοδότησης -----	137
Πίνακας 66: Σύγκριση 5.1 & 5.2 -----	138
Πίνακας 67: Σύγκριση 5.3 & 5.4 -----	138

**ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ**

Διάγραμμα 1: Ανάπτυξη αντληθέντων κεφαλαίων ανά περιοχή (σε εκατομμύρια δολάρια - με βάση ένα δείγμα 92 πλατφορμών crowdfunding που ισοδυναμεί με το 95% της συνολικής αγοράς)-----	8
Διάγραμμα 2: Ανάπτυξη αριθμού πλατφορμών crowdfunding Παγκοσμίως (Με βάση ένα δείγμα 348 πλατφορμών crowdfunding) -----	9
Διάγραμμα 3: Ανάπτυξη αριθμού πλατφορμών ανά κατηγορία (με βάση ένα δείγμα 143 πλατφορμών)-----	11
Διάγραμμα 4: Ποσοστιαία κατανομή πλατφορμών ανά περιοχή και κατηγορία (με βάση ένα δείγμα 143 πλατφορμών, 2011) -----	12
Διάγραμμα 5: Ηλικία ανά Φύλο -----	35
Διάγραμμα 6: Περιοχή Διαμονής ανά Φύλο-----	36
Διάγραμμα 7: Ιδιότητα ανά Φύλο -----	36
Διάγραμμα 8: E1.1 Αγροτικά -----	37
Διάγραμμα 9: E1.2 Βιβλίο, Εκδόσεις & Δημοσιογραφία-----	38
Διάγραμμα 10: E1.3 Εκπαίδευση -----	39
Διάγραμμα 11: E1.4 Θέατρο-----	39
Διάγραμμα 12: E1.5 Κοινωνικά -----	40
Διάγραμμα 13: E1.6 Μεταποίηση-----	41
Διάγραμμα 14: E1.7 Μόδα -----	42
Διάγραμμα 15: E1.8 Μουσική-----	42
Διάγραμμα 16: E1.9 Οικολογία -----	43
Διάγραμμα 17: E1.10 Σχεδίαση (Design)-----	44
Διάγραμμα 18: E1.11 Ταινία & Βίντεο-----	44
Διάγραμμα 19: E1.12 Τέχνη -----	45
Διάγραμμα 20: E1.13 Τεχνολογία-----	46
Διάγραμμα 21: E1.14 Φαγητό -----	47



Διάγραμμα 22: E1.15 Φωτογραφία	47
Διάγραμμα 23: E2.1 Κεφαλαιοδότηση (Equity model)	48
Διάγραμμα 24: E2.2 Δάνειο (Lending model)	49
Διάγραμμα 25: E2.3 Ανταμοιβή (Rewards model)	50
Διάγραμμα 26: E2.4 Δωρεά (Donations model)	50
Διάγραμμα 27: E3.1 <€5.001	51
Διάγραμμα 28: E3.2 €5.001 - €10.000	52
Διάγραμμα 29: E3.3 €10.001 - €25.000	53
Διάγραμμα 30: E3.4 €25.001 - €100.000	53
Διάγραμμα 31: E3.5 €100.001 - €250.000	54
Διάγραμμα 32: E3.6 >€250.000	55
Διάγραμμα 33: E4.1 <€21	56
Διάγραμμα 34: E4.2 €21 - €100	56
Διάγραμμα 35: E4.3 €101 - €250	57
Διάγραμμα 36: E4.4 €251 - €1.000	58
Διάγραμμα 37: E4.5 €1.001 - €2.500	59
Διάγραμμα 38: E4.6 >€2.500	59
Διάγραμμα 39: E5.1 Θα συστήνατε σε κάποιον να χρηματοδοτήσει ένα project μέσω crowdfunding;	60
Διάγραμμα 40: E5.2 Θα χρηματοδοτούσατε ένα project μέσω crowdfunding;	61
Διάγραμμα 41: E5.3 Θεωρείτε ότι το crowdfunding υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης; (π.χ. ΕΣΠΑ, Δάνεια)	62
Διάγραμμα 42: E5.4 Πιστεύετε ότι το crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές;	63
Διάγραμμα 43: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Φύλο	64
Διάγραμμα 44: E1 Κατηγορίες Projects (Εργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο	65
Διάγραμμα 45: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο	66



Διάγραμμα 46: E3 Μέγεθος Project (Έργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο -----	67
Διάγραμμα 47: E4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο -----	68
Διάγραμμα 48: E5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο -----	69
Διάγραμμα 49: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Ηλικία -----	69
Διάγραμμα 50: E1 Κατηγορίες Projects (Έργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία ----	70
Διάγραμμα 51: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία -----	71
Διάγραμμα 52: E3 Μέγεθος Project (Έργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία-----	72
Διάγραμμα 53: E4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία -----	73
Διάγραμμα 54: E5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία -----	74
Διάγραμμα 55: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Ιδιότητα -----	74
Διάγραμμα 56: E1 Κατηγορίες Projects (Έργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα---	75
Διάγραμμα 57: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα -----	76
Διάγραμμα 58: E3 Μέγεθος Project (Έργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα-----	77
Διάγραμμα 59: E4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα -----	78
Διάγραμμα 60: E5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα-----	79
Διάγραμμα 61: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Περιοχή-----	79
Διάγραμμα 62: E1 Κατηγορίες Projects (Έργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή---	80
Διάγραμμα 63: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή-----	81
Διάγραμμα 64: E3 Μέγεθος Project (Έργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή-----	82
Διάγραμμα 65: E4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή-----	83
Διάγραμμα 66: E5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή-----	84
Διάγραμμα 67: Ανάλυση Συσχέτισης με E5.1 -----	85
Διάγραμμα 68: Ανάλυση Συσχέτισης με E5.2 -----	86
Διάγραμμα 69: Ανάλυση Συσχέτισης με E5.3 -----	87
Διάγραμμα 70: Ανάλυση Συσχέτισης με E5.4 -----	88
Διάγραμμα 71: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Λόγο Χρηματοδότησης -----	89
Διάγραμμα 72: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Λόγο Επιλογής -----	90



Διάγραμμα 73: Σχέση Λόγου Επιλογής με Λόγο Χρηματοδότησης -----	91
Διάγραμμα 74: Σύγκριση E5.1 & E5.2 -----	92
Διάγραμμα 75: Σύγκριση E5.3 & E5.4 -----	93



ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Συνολικά κεφάλαια που συγκεντρώθηκαν (σε εκατομμύρια δολάρια), 2011-----	7
Εικόνα 2: Αριθμός Πλατφορμών Συμμετοχικής Χρηματοδότησης, 2012 -----	7
Εικόνα 3: Συνολικός αριθμός εκστρατειών 2011 -----	8
Εικόνα 4: Επισκόπηση ειδών συμμετοχικής χρηματοδότησης -----	13



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάπτυξη των τεχνολογιών Web 2.0, κατά την τελευταία δεκαετία έχει επιτρέψει την εξέλιξη νέων και καινοτόμων επιχειρηματικών μοντέλων, με τα οποία ο ψηφιακός χρήστης παίζει όλο και σημαντικότερο ρόλο, αλλάζοντας τον τρόπο που χρησιμοποιούνται και καταναλώνονται τα αγαθά (Brenner, et al., 2014).

1.1 Ορισμός του Crowdfunding

Η συμμετοχική χρηματοδότηση μπορεί να οριστεί ως μια συλλογική προσπάθεια από μεγάλο αριθμό ατόμων, συνήθως με τη βοήθεια του διαδικτύου, τα οποία ενώνουν τους πόρους τους για να υποστηρίξουν προσπάθειες που ξεκίνησαν από άλλα άτομα ή οργανισμούς (De Buysere, et al., 2012).

Ο πιο συνηθισμένος ορισμός του crowdfunding ή αλλιώς συμμετοχικής χρηματοδότησης ή χρηματοδότησης από το πλήθος είναι αυτός που διατυπώθηκε από τους Schwienbacher και Larralde (2010). Όρισαν το crowdfunding ως «μια ανοικτή πρόσκληση, κυρίως μέσω του διαδικτύου, για την παροχή οικονομικών πόρων, είτε με τη μορφή δωρεάς ή σε αντάλλαγμα κάποιου είδους ανταμοιβής ή / και δικαιωμάτων ψήφου, προκειμένου να υποστηριχθούν πρωτοβουλίες για ειδικούς σκοπούς».

Η ανοικτή πρόσκληση πραγματοποιείται σε διαδικτυακές πλατφόρμες οι οποίες παρέχουν το δρόμο για να συνδεθούν οι ιδρυτές και οι επενδυτές χωρίς κλασικούς ενδιάμεσους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς (Mollick, 2014). Σε αυτήν την άμεση αλληλεπίδραση με ιδρυτές, οι δυνητικοί επενδυτές μπορούν να δουν το επίπεδο της ενίσχυσης του έργου από άλλους χρηματοδότες, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι κοινωνικές πληροφορίες θα μπορούσαν να έχουν κάποιο ρόλο στην απόλυτη επιτυχία ενός συμμετοχικά χρηματοδοτούμενου έργου (Kurpuswamy & Bayus, 2015).

1.2 Σκοπός έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να παρουσιάσει τις προτιμήσεις (είδος έργου, μορφή χρηματοδότησης, μέγεθος έργου, ύψος χρηματοδότησης) και τις προοπτικές στην Ελλάδα όσον αφορά το μέλλον της συμμετοχικής χρηματοδότησης. Απευθύνεται σε όσους θέλουν να



γνωρίσουν καλύτερα αυτή την εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης, είτε για ακαδημαϊκούς λόγους, είτε ως δημιουργοί/ιδρυτές/επιχειρηματίες, είτε ως υποστηρικτές/επενδυτές.

1.3 Μεθοδολογία

Η έρευνα διενεργήθηκε πιλοτικά στις περιοχές της Θεσσαλονίκης και των Σερρών. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για τη διεξαγωγή της έρευνας προοπτικών του crowdfunding στην Ελλάδα αναλύεται στα παρακάτω βήματα.

1.3.1 Σχεδιασμός στρατηγικής έρευνας

Σε πρώτη φάση αναλύθηκε η υφιστάμενη κατάσταση, σχεδιάστηκε η στρατηγική της έρευνας και αποφασίστηκαν τα παρακάτω:

- Ο στόχος της έρευνας
- Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από κατοίκους της Θεσσαλονίκης και των Σερρών και χωρίζονται στις παρακάτω κατηγορίες:
 - Δημόσιοι/ες Υπάλληλοι
 - Ελεύθεροι/ες Επαγγελματίες – Επιχειρηματίες
 - Ιδιωτικοί/ές Υπάλληλοι
 - Συνταξιούχοι/ες
 - Φοιτητές/ριες
- Το αντικείμενο της έρευνας
 - Προτιμήσεις projects (έργων) προς χρηματοδότηση
 - Προτιμήσεις μορφής συμμετοχής crowdfunding
 - Προτιμήσεις μεγέθους project (έργου) προς χρηματοδότηση
 - Προτιμήσεις ύψους χρηματοδότησης ενός project (έργου)
- Η κλίμακα μέτρησης 5-βάθμια (από 1 – «Καθόλου» ή «Σίγουρα Όχι» έως 5 – «Πάρα Πολύ» ή «Σίγουρα Ναι»)
- Ο χρόνος απάντησης του ερωτηματολογίου: το πολύ 5 λεπτά
- Η μέθοδος συμπλήρωσης στα πλαίσια της εν λόγω μελέτης
 - Ανάρτηση & Αποστολή του ερωτηματολογίου σε μέσα κοινωνικής και επαγγελματικής δικτύωσης



- Αποστολή του ερωτηματολογίου με mail

1.3.2 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου προοπτικών crowdfunding στην Ελλάδα

Στη συνέχεια και με βάση τα παραπάνω, σχεδιάστηκε το ερωτηματολόγιο προοπτικών το οποίο και ανασκοπήθηκε και διορθώθηκε.

Με σκοπό την επικύρωσή του, το ερωτηματολόγιο ελέγχθηκε από τον επιβλέπων καθηγητή και βάση των παρατηρήσεων έγιναν οι τελικές διορθώσεις του (βλέπε ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ I: Ερωτηματολόγιο).

1.3.3 Σχεδιασμός έρευνας

Σε αυτή τη φάση σχεδιάστηκε η διαδικασία μέσω της οποίας διεξήχθη η ανάλυση των προοπτικών του crowdfunding στην Ελλάδα. Επιπλέον αποφασίστηκε ότι σε αυτή τη φάση και για τους σκοπούς της εν λόγω μελέτης, η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων θα γίνει διαδικτυακά με ανάρτηση και αποστολή του συνδέσμου του ερωτηματολογίου σε μέσα κοινωνικής και επαγγελματικής δικτύωσης (Facebook, LinkedIn) αλλά και μέσω mail. Στόχος ήταν η συλλογή τουλάχιστον 150 ερωτηματολογίων.

1.3.4 Διεξαγωγή έρευνας

Η έρευνα διεξήχθη μέσω των τρόπων που προαναφέρθηκαν.

Συμπληρώθηκαν συνολικά 158 ερωτηματολόγια κατά τη διάρκεια 6 μηνών.

1.3.5 Έλεγχος Αξιοπιστίας (SPSS 24.0)

Για την εκτίμηση της αξιοπιστίας των ερευνητικών μεταβλητών, υπολογίστηκε ο δείκτης Cronbach's Alpha, τιμές του οποίου μεγαλύτερες του 0,7 θεωρούνται ικανοποιητικές (Nunnally, 1978). Η έννοια της αξιοπιστίας αναφέρεται στην έκταση, κατά την οποία ένα σύνολο μεταβλητών είναι συνεπές σε αυτό που σκοπεύει να μετρήσει (Hair, et al., 1995) – (βλέπε ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II: Έλεγχοι Αξιοπιστίας).



1.3.6 Ανάλυση αποτελεσμάτων

Για την ανάλυση των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκε ειδικά διαμορφωμένο «βιβλίο εργασίας» (workbook) το οποίο αναπτύχθηκε σε Microsoft Excel. Το βιβλίο αποτελείται από επιμέρους φύλλα τόσο για την εισαγωγή των δεδομένων, όσο και για τη στατιστική επεξεργασία των αποτελεσμάτων.

Οι αναλύσεις που έγιναν βασίζονται κυρίως σε υπολογισμούς μέσω των όρων απαντήσεων, ανάλυσης ποσοστών ανά απάντηση, συνδυαστικές αναλύσεις καθώς και υπολογισμού στατιστικών μεγεθών όπως μέσες τιμές και τυπικές αποκλίσεις. Επιπλέον έγιναν αναλύσεις του βαθμού συσχέτισης απαντήσεων μεταξύ των ειδικών και των γενικών ερωτήσεων με σκοπό την αξιολόγηση της επίδρασης επιμέρους παραγόντων στη γενική προτίμηση των συμμετεχόντων.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

2.1 Σύντομο Ιστορικό

Η συμμετοχική χρηματοδότηση έχει μια μακρά και πλούσια ιστορία με ρίζες που χρονολογούνται από το 1700 όταν ο Jonathan Swift χορήγησε μικρά ποσά κεφαλαίων προς τους φτωχούς του Δουβλίνου. Στο τέλος της δεκαετίας του 1840, περίπου 300 ταμεία έδιναν μικρά δάνεια στους φτωχούς Ιρλανδούς και εκτιμήθηκε ότι το 20% των νοικοκυριών είχε δανειστεί από αυτά τα ταμεία, καθιστώντας τα έναν από τους πιο επιτυχημένους θεσμούς μικροχρηματοδότησης (Hollis & Sweetman, 2004).

Το 1852 ιδρύθηκε η πρώτη σύγχρονη πιστωτική ένωση στο Eilenburg από τον Franz Hermann Schulze-Delitzsch και τον Friedrich Wilhelm Raiffeisen (World Council of Credit Unions, n.d.). Πιστωτική ένωση είναι ένας μη κερδοσκοπικός χρηματοοικονομικός συνεταιρισμός που λειτουργεί με σκοπό την προώθηση των αποταμιεύσεων, την παροχή πιστώσεων και άλλων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τα μέλη του (World Council of Credit Unions, n.d.).

Το 1976 ο Δρ. Mohammad Yunus, στο πλαίσιο ενός ερευνητικού έργου, δάνεισε \$27 σε μια ομάδα 42 οικογενειών για να δώσει επενδυτικές ευκαιρίες σε άτομα με χαμηλό εισόδημα (Grameen Bank, n.d.). Τον Οκτώβριο του 1983, το έργο αυτό μετατράπηκε στην ανεξάρτητη τράπεζα Grameen με κυβερνητική νομοθεσία.

Η πρώτη καταγεγραμμένη επιτυχημένη περίπτωση crowdfunding στη σύγχρονη εποχή σημειώθηκε το 1997, όταν η βρετανική ροκ μπάντα Marillion συγκέντρωσε \$60,000 από διαδικτυακές δωρεές των οπαδών της για να χρηματοδοτήσει την περιοδεία της στη Βόρεια Αμερική (Masters, 2013). Εμπνευσμένη από αυτή την καινοτόμο μέθοδο χρηματοδότησης, η ArtistShare έγινε η πρώτη ειδική πλατφόρμα crowdfunding το 2001 (ArtistShare, n.d.).

Λίγο αργότερα άρχισαν να κάνουν την εμφάνισή τους περισσότερες πλατφόρμες όπως η JustGiving το 2001, η Kiva το 2005, η Kickstarter και η GrowVC το 2009, και η βιομηχανία της συμμετοχικής χρηματοδότησης αναδείχθηκε ως μια δημοφιλής επιλογή για τους επιχειρηματίες για να επικυρώσουν τις ιδέες τους, να κερδίσουν δημοσιότητα και χρηματοδότηση. Τα έσοδα του crowdfunding τριπλασιάστηκαν από \$530 εκατομμύρια το 2009 σε \$1,5 δις το 2011, έχοντας έναν μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης της τάξης του 74% (Bradley III & Luong, 2014).



Τον Απρίλιο του 2012, ο Αμερικανός Πρόεδρος Barack Obama υπέγραψε το Νόμο Jumpstart Our Business Startups (JOBS) Act (U.S. Government, 2012). Γνωστό και ως «το νομοσχέδιο συμμετοχικής χρηματοδότησης», ο νόμος JOBS Act αναθεώρησε κάποιους κανονισμούς για τις μικρές επιχειρήσεις και νομιμοποίησε τη μορφή του μετοχικού μοντέλου της συμμετοχικής χρηματοδότησης. Με το νόμο αυτόν, καταργήθηκε η απαγόρευση γενικής πρόσκλησης η οποία εμπόδιζε τους επιχειρηματίες να δημοσιοποιήσουν ότι συγκεντρώνουν κεφάλαια.

Αν και ο νόμος JOBS Act υπεγράφη τον Απρίλιο του 2012, η Αμερικάνικη Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς (SEC) ήταν ακόμα στη διαδικασία καθορισμού των κανονισμών για να εξασφαλίσει ότι τόσο οι επενδυτές όσο και οι επιχειρηματίες θα παραμένουν προστατευμένοι. Οι τελικοί κανονισμοί ανακοινώθηκαν το 2015 (U.S. Securities and Exchange Commission, 2015).

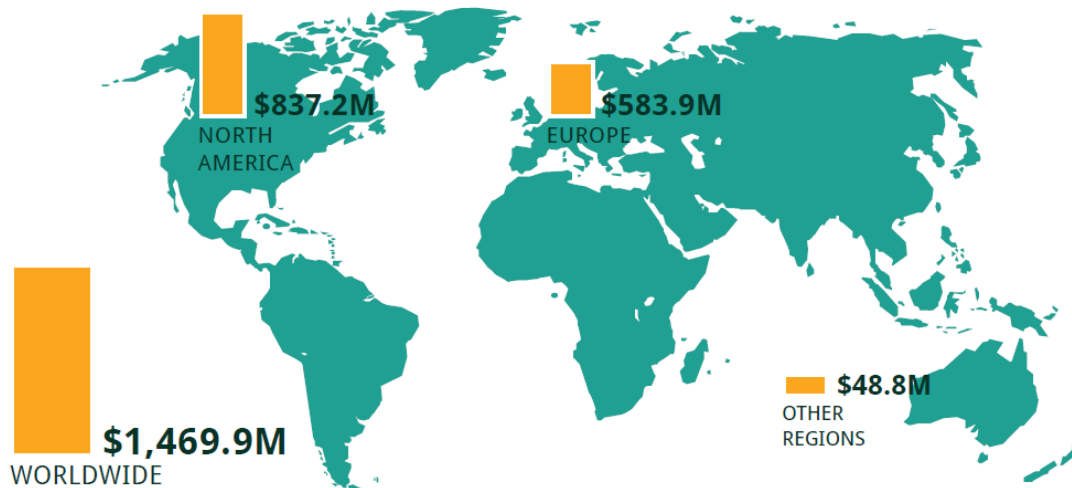
2.2 Η Αγορά

Η αγορά της συμμετοχικής χρηματοδότησης μεγαλώνει συνεχώς. Πολλές από τις μεγαλύτερες πλατφόρμες crowdfunding σήμερα είναι από τις ΗΠΑ ξεκινώντας από το 2005, και από το 2010 η συμμετοχική χρηματοδότηση άρχισε να αποκτά ιδιαίτερα δυναμική στο Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία και την Ολλανδία – τις πιο ώριμες ευρωπαϊκές αγορές συμμετοχικής χρηματοδότησης (Gierczak, et al., 2016). Οι συνολικοί αριθμοί της αγοράς δείχνουν μια εντυπωσιακή ανάπτυξη της συμμετοχικής χρηματοδότησης. Σύμφωνα με την Έκθεση για τη Βιομηχανία της Συμμετοχικής Χρηματοδότησης 2012 υπήρχαν 452 ενεργές πλατφόρμες crowdfunding σε όλο τον κόσμο (στην πλειοψηφία τους στη Βόρεια Αμερική και τη Δυτική Ευρώπη), συγκεντρώνοντας συνολικά, περίπου \$1,5 δις, χρηματοδοτώντας πάνω από 1 εκατομμύριο εκστρατείες το 2011 (Massolution, 2012) (βλέπε Εικόνα 1, Εικόνα 2 & Εικόνα 3).

Η Βόρεια Αμερική είναι η περιοχή που συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσό κεφαλαίων \$783.5 εκατομμυρίων το 2011 (βλέπε Εικόνα 1) και παρουσιάζει επίσης την ταχύτερη ανάπτυξη από όλες τις περιοχές, ξεπερνώντας την Ευρώπη στο συνολικό ποσό των αντληθέντων κεφαλαίων το 2010. Οι ευρωπαϊκές πλατφόρμες crowdfunding, αν και δεν είναι σημαντικά πίσω από τις αντίστοιχες αμερικάνικες, αυξάνονται από την άποψη των αντληθέντων κεφαλαίων σε χαμηλότερο ρυθμό του 40% (βλέπε Διάγραμμα 1).



Ενώ η Βόρεια Αμερική είναι σήμερα η μεγαλύτερη αγορά όσον αφορά τον συνολικό αριθμό πλατφορμών συμμετοχικής χρηματοδότησης με περίπου 10% περισσότερες πλατφόρμες από την Ευρώπη, η Ευρώπη έχει επιτύχει ένα μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 59% από το 2007 μέχρι το 2011, δηλαδή μεγαλύτερο από διπλάσιο του μέσου ετήσιου ρυθμού ανάπτυξης πλατφορμών στη Βόρεια Αμερική. Άλλες περιοχές (κυρίως στη Λατινική Αμερική και την Αυστραλία) είχαν πολύ πιο αργούς μέσους ετήσιους ρυθμούς αύξησης την ίδια περίοδο (25%) (βλέπε Διάγραμμα 2).



Εικόνα 1: Συνολικά κεφάλαια που συγκεντρώθηκαν (σε εκατομμύρια δολάρια), 2011

Πηγή: Massolution



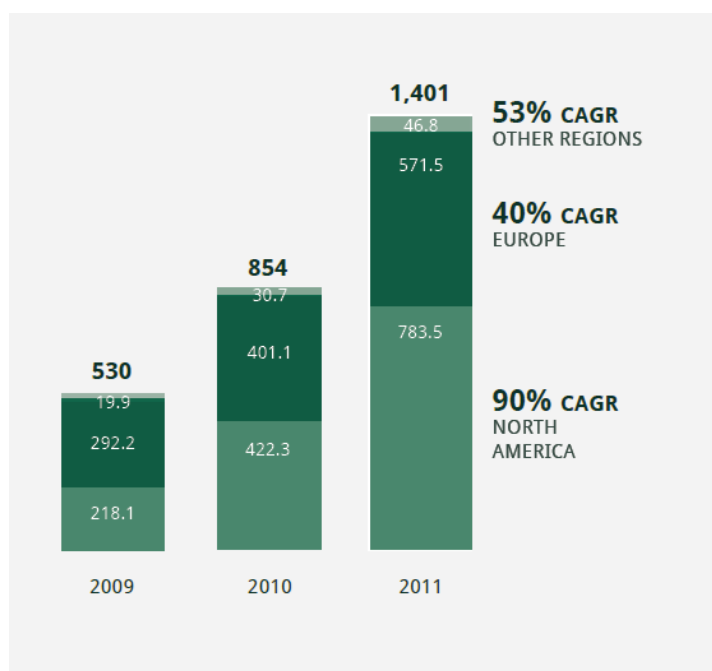
Εικόνα 2: Αριθμός Πλατφορμών Συμμετοχικής Χρηματοδότησης, 2012

Πηγή: Με βάση το Crowdsourcing.org Κατάλογος Ιστοσελίδων μέχρι τον Απρίλιο του 2012



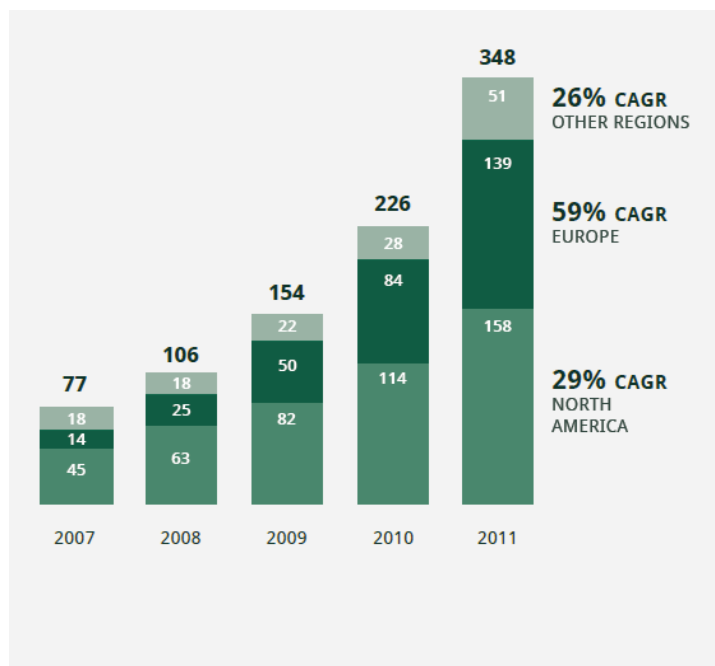
Εικόνα 3: Συνολικός αριθμός εκστρατειών 2011

Πηγή: Massolution



Διάγραμμα 1: Ανάπτυξη αντληθέντων κεφαλαίων ανά περιοχή (σε εκατομμύρια δολάρια - με βάση ένα δείγμα 92 πλατφορμών crowdfunding που ισοδυναμεί με το 95% της συνολικής αγοράς)

Πηγή: Massolution



Διάγραμμα 2: Ανάπτυξη αριθμού πλατφορμών crowdfunding Παγκοσμίως (Με βάση ένα δείγμα 348 πλατφορμών crowdfunding)

Πηγή: Crowdsourcing.org Κατάλογος Ιστοσελίδων

Σήμερα, η μεγαλύτερη πλατφόρμα συμμετοχικής χρηματοδότησης, η Kickstarter, έχει ήδη φτάσει συνολικά τα \$2,6 δις κεφαλαίων (Kickstarter, 2016), παρ' όλα αυτά, η συμμετοχική χρηματοδότηση δεν έχει φτάσει ακόμα στο αποκορύφωμά της.

Τα συνολικά αποτελέσματα μιας μελέτης Delphi που πραγματοποιήθηκε από το Πανεπιστήμιο του St. Gallen στις αρχές του 2014 δείχνουν ότι η ανάπτυξη της αγοράς crowdfunding θα συνεχιστεί τα επόμενα χρόνια (Blohm, et al., 2014). Σε αυτή τη μελέτη, ρωτήθηκαν 70 εμπειρογνώμονες σε δύο γύρους για τη μελλοντική ανάπτυξη της βιομηχανίας crowdfunding στη Γερμανία, την Ελβετία και την Αυστρία. Πιο αναλυτικά, οι ειδικοί πιστεύουν ότι ο συνολικός όγκος της συμμετοχικής χρηματοδότησης θα ανέρθει στα \$ 35 δις το 2020. Κατά την ίδια περίοδο, ο όγκος συμμετοχικής χρηματοδότησης της γερμανικής αγοράς αναμένεται να φτάσει μέχρι € 359 εκατομμύρια (μέση τιμή). Η σημαντικότερη αύξηση αναμένεται στα κερδοσκοπικά μοντέλα, όπως το μετοχικό και το δανειακό. Σύμφωνα με τους ειδικούς, αυτά τα δύο μοντέλα θα φτάσουν να έχουν ένα μερίδιο αγοράς της τάξεως του 60-80%, τόσο παγκόσμια όσο και στη Γερμανία.



2.3 Πλατφόρμες ως Μηχανισμός Χρηματοδότησης

Σε αντίθεση με τους παραδοσιακούς ενδιάμεσους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, οι πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης δεν δανείζονται, ούτε συγκεντρώνουν/μοιράζουν και δανείζουν χρήματα για δικό τους λογαριασμό αλλά επικεντρώνονται στη σύνδεση των ιδρυτών και υποστηρικτών με την παροχή πληροφοριών σχετικά με τα έργα και τις λειτουργίες, π.χ. για τη μείωση των κινδύνων της επένδυσης (Gierczak, et al., 2016). Συνεπώς, παρέχουν συγκεκριμένους μηχανισμούς χρηματοδότησης, όπως επίπεδα δεσμεύσεων, ελάχιστα ποσά δεσμεύσεων και την αρχή «όλα ή τίποτα» / «διατήρηση όλων» (Gerber, et al., 2012) (Mitra & Gilbert, 2014) (Mollick, 2014) (Walsh, 2014).

Οι ιδρυτές καθορίζουν τα επίπεδα των πιθανών δεσμευτικών ποσών. Κάθε επίπεδο δέσμευσης συνεπάγεται κάποια επιστροφή, η οποία μεγαλώνει για υψηλότερα ποσά δέσμευσης (π.χ. μια κάρτα για τα 5 ευρώ ή μια αφίσα για 10 ευρώ). Υπάρχει ένα ελάχιστο ποσό δέσμευσης που αντιπροσωπεύει το χαμηλότερο δυνατό ποσό το οποίο μπορεί να δεσμευθεί από τους υποστηρικτές. Το ελάχιστο ύψος των ποσών αυτών ποικίλλει ευρέως, από μηδέν σχεδόν π.χ. για έργα φιλανθρωπίας, μέχρι 100 ή 1.000 ευρώ για τη χρηματοδότηση μιας νεοσύστατης επιχείρησης. Βασικό στοιχείο για περισσότερες πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης είναι η αρχή «όλα ή τίποτα» (Cumming, et al., 2014). Μετά την αρχή «όλα ή τίποτα», ιδρυτές του έργου εισπράττουν το ποσό που συγκεντρώθηκε μόνο σε περίπτωση που φτάσουν προκαθορισμένο στόχο της χρηματοδότησής τους. Αυτή η αρχή βασίζεται στην υπόθεση ότι οι υποστηρικτές μόνο είναι σε θέση να ολοκληρώσουν το έργο τους και να παρέχουν τις υποσχόμενες επιστροφές αν έχουν το σύνολο των πόρων που απαιτούνται για κάτι τέτοιο. Ωστόσο, ορισμένες πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης βασίζονται στην αρχή «διατήρηση όλων» στην οποία οι ιδρυτές του έργου λαμβάνουν οποιαδήποτε συλλογή ποσού (Gerber, et al., 2012). Αυτή η αρχή χρησιμοποιείται συνήθως για φιλανθρωπικά έργα ή έργα που χρησιμοποιούν τη συμμετοχική χρηματοδότηση ως δευτερεύουσα πηγή χρηματοδότησης (Blohm, et al., 2013).

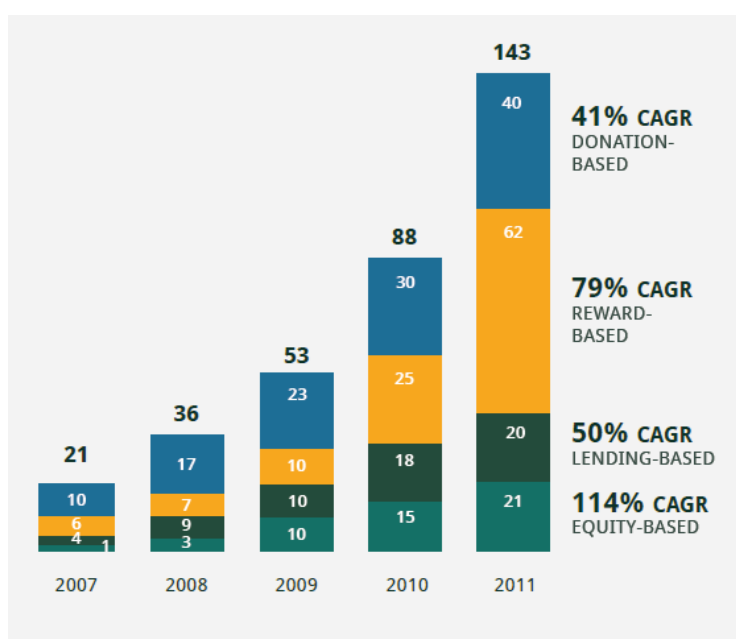
2.4 Μοντέλα Χρηματοδότησης

Διάφοροι ερευνητές παρουσίασαν πολλαπλές προσεγγίσεις τα τελευταία χρόνια προκειμένου να συστηματοποιήσουν και να αναπτύξουν ένα σύστημα ταξινόμησης για τη συμμετοχική



χρηματοδότηση, και όλες βασίζονται στο είδος επιστροφής που προσφέρεται για την υποστήριξη των χρηματοδοτών (Gierczak, et al., 2016). Εκτός από τη νομική διάκριση του Bradford (2012), ερευνητές και επαγγελματίες έχουν προτείνει διάφορες κατηγοριοποιήσεις για τη συμμετοχική χρηματοδότηση. Ο Hemmer (2011) διακρίνει έξι κατηγορίες οι οποίες είναι οι δωρεές, οι χορηγίες, προ-παραγγελίες ή προ-πωλήσεις, συνδρομές μελών, οι πιστώσεις ή δανεισμοί, και οι επενδύσεις ιδίων κεφαλαίων για διανομή κερδών. Ο Belleflamme et al. (2014) προσδιορίζουν δύο πόλους, της προ-παραγγελίας και της διανομής κερδών. Επιπλέον, ο συμβουλευτικός οργανισμός Massolution (2012) ανέπτυξε την πιο κοινή ταξινόμηση μέχρι σήμερα η οποία διαφοροποιεί τη συμμετοχική χρηματοδότηση μεταξύ ανταμοιβής (εντάσσοντας ανταμοιβές και προ-παραγγελίες), δανεισμού, επένδυσης και δωρεάς.

Σύμφωνα με τη δική του Έκθεση για τη Βιομηχανία της Συμμετοχικής Χρηματοδότησης 2012, η κατηγορία της ανταμοιβής είναι η μεγαλύτερη κατηγορία συμμετοχικής χρηματοδότησης όσον αφορά τον αριθμό των πλατφορμών, καθώς επίσης αναπτύσσεται και με υψηλό μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 79%. Η κατηγορία δανεισμού είναι η μικρότερη από πλευράς αριθμού πλατφορμών. Ο αριθμός πλατφορμών δωρεάς και δανεισμού της συμμετοχικής χρηματοδότησης αυξάνεται περίπου με τον ίδιο ρυθμό, σημαντικά χαμηλότερο από εκείνον της κατηγορίας ανταμοιβής. Η κατηγορία των επενδύσεων ιδίων κεφαλαίων (μετοχική) δείχνει τον ταχύτερο ρυθμό ανάπτυξης, κατά 114%, κυρίως λόγω της αύξησης του αριθμού των ευρωπαϊκών πλατφορμών (βλέπε Διάγραμμα 3).

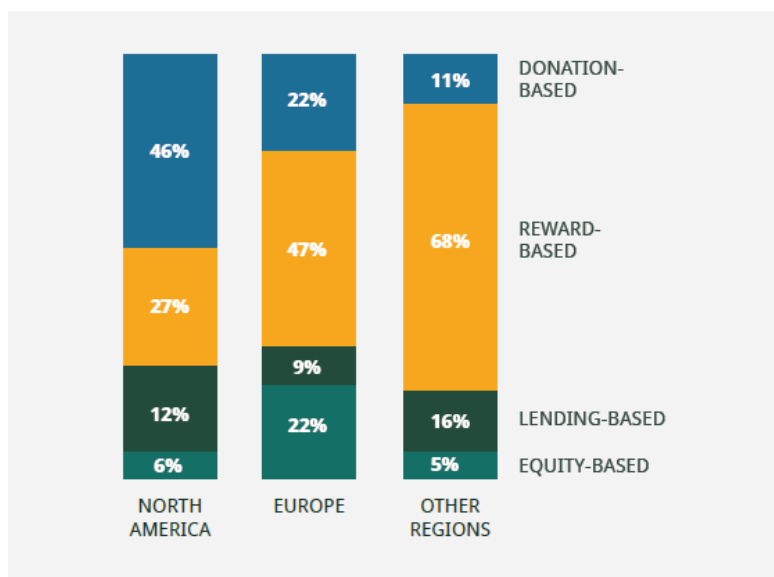


Διάγραμμα 3: Ανάπτυξη αριθμού πλατφορμών ανά κατηγορία (με βάση ένα δείγμα 143 πλατφορμών)

Πηγή: Massolution



Η σύνθεση της αγοράς, όσον αφορά τον αριθμό των πλατφορμών συμμετοχικής χρηματοδότησης, διαφέρει σημαντικά ανά περιφέρεια. Η Βόρεια Αμερική το 2011, όπως ήταν αναμενόμενο, είχε πολύ χαμηλό ποσοστό αριθμού πλατφορμών επένδυσης ιδίων κεφαλαίων, μόλις 6%, λόγω των κανονισμών. Ο μεγαλύτερος αριθμός των βορειοαμερικανικών πλατφορμών (σχεδόν οι μισές) είναι στην κατηγορία της δωρεάς. Οι ευρωπαϊκές πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης επικεντρώνονται στην κατηγορία της ανταμοιβής (47%), μεγαλύτερη από τη δεύτερη και την τρίτη κατηγορία μαζί (δωρεάς και επένδυσης ιδίων κεφαλαίων) συνολικού ύψους 44% της ευρωπαϊκής αγοράς. Άλλες περιοχές δείχνουν μια σημαντική προτίμηση στις πλατφόρμες ανταμοιβής, με περίπου τα δύο τρίτα του συνόλου των πλατφορμών να βρίσκονται σε αυτή την κατηγορία (βλέπε Διάγραμμα 4).

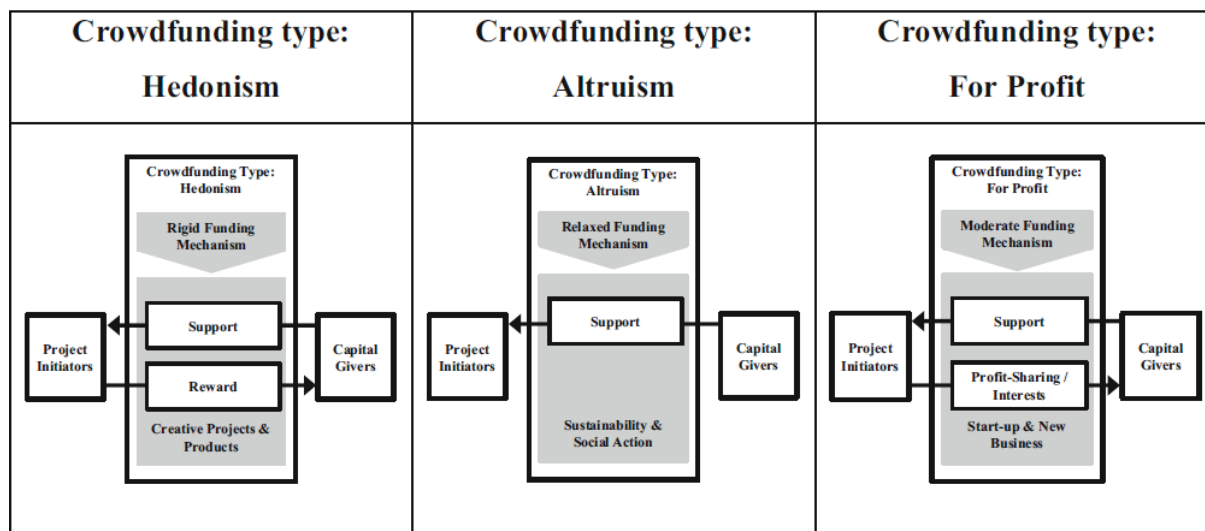


Διάγραμμα 4: Ποσοστιαία κατανομή πλατφορμών ανά περιοχή και κατηγορία (με βάση ένα δείγμα 143 πλατφορμών, 2011)

Πηγή: Massolution

Όλες οι παραπάνω κατηγοριοποιήσεις βασίζονται σε μία μόνο πτυχή – το είδος επιστροφής, αγνοώντας ότι οι πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης διαφέρουν σε πολλές διαστάσεις, οι οποίες πρέπει να ληφθούν υπόψη όταν γίνεται διαχωρισμός των ειδών συμμετοχικής χρηματοδότησης (Gierczak, et al., 2016). Από αυτή την άποψη, ο Haas et al. (2014) εντόπισαν 13 χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν τις πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης συνδέοντας το crowdfunding με τη θεωρία της χρηματοπιστωτικής διαμεσολάβησης. Εφαρμόζοντας ανάλυση συστάδων (cluster analysis), εξετάζουν τρία γενικά αρχέτυπα συμμετοχικής χρηματοδότησης. Λαμβάνοντας υπόψη και εξετάζοντας πολλαπλά

χαρακτηριστικά, διαφοροποίησαν αυτά τα αρχέτυπα με βάση την προσφορά της επιδιωκόμενης αξίας τους, προσδιορίζοντας ποιους ιδρυτές έργων προσέλκυσαν προκειμένου να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες απαιτήσεις των υποστηρικτών, π.χ. σχετικά με το είδος του έργου, την επιστροφή, τον κίνδυνο, και τις λειτουργίες της πλατφόρμας για «πάντρεμα». Ο Haas et al. (2014) διακρίνουν συνολικά τρία διαφορετικά είδη συμμετοχικής χρηματοδότησης, όπως φαίνεται στην Εικόνα 4 – Ηδονισμού, Αλτρουιστικό και Κερδοσκοπικό.



Εικόνα 4: Επισκόπηση ειδών συμμετοχικής χρηματοδότησης

Πηγή: (Haas, et al., 2014)

Η προσφορά ηδονικής αξίας περιγράφεται κυρίως ως ένα είδος συμμετοχικής χρηματοδότησης, όπου οι υποστηρικτές δεσμεύονται για καινοτόμα και δημιουργικά έργα και προϊόντα, όπως το γνωστό έξυπνο ρολόι Pebble ή τη βραβευμένη με Όσκαρ ταινία Inocente, και λαμβάνουν μια μη χρηματική επιστροφή σε μορφή προ-παραγγελίας προϊόντων ή ανταμοιβών. Οι μηχανισμοί χρηματοδότησης είναι αρκετά αυστηροί, ώστε να μειωθεί ο κίνδυνος υποχρηματοδότησης και προκειμένου να παρακινήσουν τους υποστηρικτές να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα. Αυτές οι πλατφόρμες εφαρμόζουν ως επί το πλείστον την αρχή «όλα ή τίποτα» και ορίζουν ελάχιστα ποσά και επίπεδα δεσμεύσεων. Πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης στο πλαίσιο αυτού του είδους είναι η Kickstarter και η Indiegogo. Αυτές οι πλατφόρμες έχουν το κοινό χαρακτηριστικό ότι προσπαθούν να δώσουν μια αίσθηση ενδιαφέροντος ή χαράς και έτσι προσπαθούν να δημιουργήσουν ηδονική αξία που αποκομίζεται με την υποστήριξη τέτοιων έργων.

Το αλτρουιστικό είδος εστιάζει σε φιλανθρωπικά έργα με την πιο διαδεδομένη μορφή στήριξης που είναι οι δωρεές γι' αυτό και δεν προσφέρεται καμία επιστροφή. Οι χρηματοδότες



υποστηρίζουν έργα αυτού του είδους για το «κοινό καλό» ή φιλανθρωπικούς λόγους. Η Crowdrise και η Kiva ανήκουν στις πλατφόρμες που προσφέρουν αλτρουιστική αξία. Οι χαλαροί μηχανισμοί χρηματοδότησης εξασφαλίζουν τη μεγαλύτερη δυνατή στήριξη για τα έργα αυτά γι' αυτό και αυτές οι πλατφόρμες δεν χρησιμοποιούν ελάχιστα ποσά ή επίπεδα δεσμεύσεων και εφαρμόζουν την αρχή «διατήρηση όλων».

Το τρίτο είδος συμμετοχικής χρηματοδότησης προσφέρει κερδοσκοπική αξία, επικεντρώνοντας στη χρηματοδότηση νεοσύστατων επιχειρήσεων αλλά και στη χορήγηση καταναλωτικών πιστώσεων. Ως εκ τούτου, προσφέρονται στους υποστηρικτές χρηματικές επιστροφές, όπως τόκοι και μετοχές, γι' αυτό και η προσφερόμενη αξία έχει στόχο τον προσανατολισμό των υποστηρικτών στο κέρδος. Πλατφόρμες που εκπροσωπούν την προσφορά κερδοσκοπικής αξίας είναι η FundedByMe η οποία παρέχει το μετοχικό μοντέλο και η δανειακή πλατφόρμα (peer-to-peer lending) Prosper. Οι μηχανισμοί χρηματοδότησης χαρακτηρίζονται από μέτρια αυστηρότητα, ώστε να εξασφαλίζεται αρκετή ευελιξία για τις εξατομικευμένες απαιτήσεις των νεοσύστατων επιχειρήσεων. Συνεπώς, αυτές οι πλατφόρμες θέτουν επίπεδα δεσμεύσεων, καθώς και ελάχιστα ποσά δεσμεύσεων, και χρησιμοποιούν εναλλακτικά την αρχή «διατήρηση όλων» ή «όλα ή τίποτα».

2.5 Κίνητρα & Αποτρεπτικοί Παράγοντες Δημιουργών & Υποστηρικτών

Οι Gerber & Hui (2013) διερεύνησαν τους παράγοντες που επιδρούν είτε θετικά (κίνητρα), είτε αρνητικά (αποτρεπτικοί παράγοντες) για τη συμμετοχή από πλευράς δημιουργών αλλά και υποστηρικτών στη συμμετοχική χρηματοδότηση.

2.5.1 Κίνητρα Δημιουργών

Οι δημιουργοί παρακινούνται να χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης, διότι παρέχει έναν εύκολο, αποτελεσματικό, οργανωμένο τρόπο για να ζητήσουν και να συλλέξουν οικονομική υποστήριξη από πολλούς ανθρώπους. Με τη χρήση διαδικτυακών τεχνολογιών, όπως τα διαδικτυακά συστήματα πληρωμών και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι δημιουργοί έχουν τη δυνατότητα να εμπορεύονται και να ζητούν πόρους μέσα από τις πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης εύκολα και με ασφάλεια.

Εκτός από τη συγκέντρωση χρημάτων, οι δημιουργοί έχουν κίνητρο να διευρύνουν την αναγνωρισιμότητα της δουλειάς τους μέσω της δημοσιοποίησης του έργου συμμετοχικής



χρηματοδότησης. Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές μεθόδους συλλογής κεφαλαίων στις οποίες μόνο οι αξιολογητές της αίτησης διαβάζουν σχετικά με το έργο, η συμμετοχική χρηματοδότηση παρέχει ένα δίαυλο για οποιονδήποτε στο διαδίκτυο να δει έργο κάποιου μέσα από ένα σύντομο βίντεο και μια γραπτή περιγραφή. Οι δημιουργοί διευρύνουν την αναγνωρισιμότητα δημοσιεύοντας συνδέσμους του έργου τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αποστέλλοντας μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για την εκστρατεία τους σε φίλους, οικογένεια και δημοσιογραφικά μέσα ενημέρωσης.

Εκτός από την άντληση κεφαλαίων και την διεύρυνση της αναγνωρισιμότητας του έργου, τα στοιχεία των Gerber & Hui (2013) δείχνουν ότι οι δημιουργοί έχουν κίνητρο να συμμετάσχουν στη συμμετοχική χρηματοδότηση για να συνδεθούν με τους ανθρώπους μέσα από μια μακροπρόθεσμη αλληλεπίδραση που εκτείνεται πολύ πιο πέρα από μια οικονομική συναλλαγή. Επειδή πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης αποθηκεύουν τις επαφές των υποστηρικτών και παρέχουν διαδικτυακές υπηρεσίες μηνυμάτων, οι δημιουργοί μπορούν να επικοινωνούν εύκολα με τους υποστηρικτές απαντώντας στις ερωτήσεις τους και ενημερώνοντας για το έργο.

Τα ίδια στοιχεία δείχνουν ότι οι δημιουργοί παρακινούνται επίσης για να ικανοποιήσουν την επιθυμία τους για αποδοχή – τόσο για τον εαυτό τους και για το έργο τους. Ο αριθμός των υποστηρικτών και το ποσό που συγκεντρώνεται εκλαμβάνονται συχνά ως μια ποσοτικοποίηση της αξίας του έργου τους.

Επιπλέον, διαπιστώνεται ότι οι δημιουργοί έχουν κίνητρο να συμμετάσχουν στη συμμετοχική χρηματοδότηση για να διατηρήσουν τον έλεγχο του έργου τους, αντί να στερηθούν τον έλεγχο από τον επενδυτή. Σε αντίθεση με πολλές παραδοσιακές μεθόδους συλλογής κεφαλαίων, η χρηματοδότηση δεν εξαρτάται από τις προτιμήσεις μιας επίλεκτης ομάδας ανθρώπων, όπως εκείνες ενός αγγέλου επενδυτή ή επενδυτή επιχειρηματικού κεφαλαίου.

Μια εκστρατεία συμμετοχικής χρηματοδότησης αναγκάζει τους δημιουργούς να αποκτήσουν εμπειρία σε τομείς εκτός της επαγγελματικής τους εμπειρίας. Οι δημιουργοί που ολοκληρώνουν εκστρατείες, τόσο επιτυχημένες όσο και αποτυχημένες, έχουν το κίνητρο να συμμετάσχουν και πάλι για να βελτιώσουν δεξιότητες, όπως το μάρκετινγκ, την επικοινωνία, τη διαχείριση, την ανάληψη κινδύνων και τον οικονομικό προγραμματισμό, προκειμένου να συγκεντρώσουν χρήματα αποτελεσματικά.



2.5.2 Κίνητρα Υποστηρικτών

Ένα κίνητρο των υποστηρικτών στις κοινότητες συμμετοχικής χρηματοδότησης είναι η επιθυμία να συγκεντρώσουν εξωτερικές ανταμοιβές, όπως μία ευχαριστία/αναγνώριση, ένα απτό τεχνούργημα ή μια εμπειρία. Η ευχαριστία/αναγνώριση μπορεί να έρθει με τη μορφή μιας τηλεφωνικής κλήσης, ενώ ένα απτό τεχνούργημα μπορεί να είναι ένα CD ή ένα gadget. Μια εμπειρία μπορεί να περιλαμβάνει, για παράδειγμα, μία συνάντηση με το δημιουργό.

Ενώ πολλοί υποστηρικτές έχουν συλλεκτικά κίνητρα, άλλοι έχουν κίνητρο για να "δώσουν". Αυτή η τακτική θυμίζει φιλανθρωπική συμπεριφορά. Οι υποστηρικτές εκφράζουν μια έντονη επιθυμία να βοηθήσουν τους δημιουργούς με τους οποίους έχουν προσωπική ή εκτενή σχέση.

Εκτός από την υποστήριξη μεμονωμένων δημιουργών, η συμμετοχική χρηματοδότηση παρέχει επίσης έναν τρόπο για να αισθάνονται μέρος μιας κοινότητας ομοϊδεατών ανθρώπων.

Επιπλέον, οι υποστηρικτές συμμετοχικής χρηματοδότησης μπορεί να έχουν κίνητρα για να υποστηρίξουν σκοπούς ανάλογους με τις προσωπικές τους πεποιθήσεις.

2.5.3 Αποτρεπτικοί Παράγοντες Δημιουργών

Πολλοί δημιουργοί δύναται να επιλέξουν να μη μπουν στη διαδικασία συμμετοχικής χρηματοδότησης γιατί πιστεύουν ότι οι υπάρχουσες πλατφόρμες δεν προσελκύουν σήμερα ή δεν θα προσέλκυαν επαρκή αριθμό υποστηρικτών για τη χρηματοδότηση του έργου τους από τη στιγμή που θα ξεκινήσει.

Οι δημιουργοί μπορεί να επιλέξουν επίσης να αποφύγουν την είσοδο σε αυτή τη μορφή χρηματοδότησης επειδή φοβούνται τη δημόσια αποτυχία και τη δημοσιότητα. Υπάρχει ανησυχία των πιθανών δημιουργών για καταστροφή ευκαιριών μελλοντικών επενδύσεων, για προσωπική ντροπή και για άλλους οι οποίοι μπορεί να κλέψουν τις ιδέες τους.

Ενώ η συμμετοχική χρηματοδότηση μπορεί να θεωρηθεί αποτελεσματική για ορισμένους δημιουργούς, όπως μουσικούς ή μυθιστοριογράφους, με εμπειρία στη διαχείριση ενός μεγάλου αριθμού υποστηρικτών, μπορεί να φανεί συντριπτική σε άλλους με περιορισμένη εμπειρία. Επειδή η συμμετοχική χρηματοδότηση μπορεί να περιλαμβάνει απαντήσεις σε εκατοντάδες και χιλιάδες υποστηρικτές, πολλοί δημιουργοί αποθαρρύνονται από το εύρος της δουλειάς που θα χρειαζόταν για να ασχοληθούν με ένα τόσο μεγάλο κοινό.



2.5.4 Αποτρεπτικοί Παράγοντες Υποστηρικτών

Μερικές πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης επιτρέπουν στους δημιουργούς να κρατήσουν τα χρήματα που συγκεντρώνουν ακόμα και αν δεν επιτευχθεί ο στόχος της χρηματοδότησης. Ακόμα κι αν αυτό είναι ευεργετικό για τους δημιουργούς, κάποιιο υποστηρικτές είναι πιθανόν να ανησυχούν ότι τα χρήματά τους δεν θα χρησιμοποιηθούν αποτελεσματικά.

2.6 Παράγοντες Επιτυχίας

Εταιρείες ή έργα με κοινωνικό ή μη-κερδοσκοπικού χαρακτήρα υπόβαθρο έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα λήψης συμμετοχικής χρηματοδότησης (Moritz & Block, 2016). Αυτή η σχέση έχει αποδειχθεί τόσο θεωρητικά (Belleflamme, et al., 2010) (Belleflamme, et al., 2014) όσο και εμπειρικά (Belleflamme, et al., 2013). Οι πάροχοι κεφαλαίων ενδιαφέρονται πρωτίστως για την υλοποίηση του έργου (Belleflamme, et al., 2013). Σύμφωνα με τον Belleflamme et al. (2013), οι μη κερδοσκοπικές οργανώσεις έχουν μεγαλύτερη αξιοπιστία στην εκπλήρωση αυτής της προσδοκίας, σε αντίθεση με τις κερδοσκοπικές οργανώσεις. Έτσι, ο Lehner (2013) προτείνει ότι η συμμετοχική χρηματοδότηση και η κοινωνική επιχειρηματικότητα θα πρέπει να εναρμονιστούν.

Ο Mollick (2014), αναλύοντας δεδομένα από την πλατφόρμα Kickstarter, διαπίστωσε ότι η πιθανότητα μιας επιτυχημένης συναλλαγής συμμετοχικής χρηματοδότησης μειώνεται όσο αυξάνεται το ύψος της χρηματοδότησης και η διάρκεια. Επίσης, το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου των «κυνηγών» κεφαλαίου, η ύπαρξη ενός βίντεο προϊόντος και η γεωγραφική εγγύτητα με τους παρόχους κεφαλαίου αυξάνει την πιθανότητα επιτυχούς χρηματοδότησης (Mollick, 2014) (Hekman & Brussee, 2013) (Frydrych, et al., 2014) (Giudici, et al., 2013) (Saxton & Wang, 2013). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα αυτά, οι Mollick και Kurpuswamy (2014) διαπίστωσαν ότι οι επιτυχημένοι «κυνηγοί» κεφαλαίων είχαν πολλούς φίλους στο Facebook (ως αντιπροσωπευτικό κοινωνικού δικτύου), πέρα από διαφημίσεις και κατάλληλα υπόβαθρα.

Η γεωγραφική εγγύτητα αναλύθηκε επίσης από τον Agrawal et al. (2011). Οι συγγραφείς διαπίστωσαν, αναλύοντας τα δεδομένα από την μουσική πλατφόρμα SellaBand, ότι στα χρηματοδοτούμενα έργα, η μέση απόσταση μεταξύ των μουσικών και των παρόχων κεφαλαίων ήταν 3.000 μίλια. Παρ' όλα αυτά, κατά την έναρξη της χρηματοδότησης, θα



μπορούσε να καθοριστεί μεγαλύτερη εγγύτητα μεταξύ των μερών. Ο Agrawal et al. (2011) εξήγησαν αυτό το αποτέλεσμα ως μια οικογενειακή και φιλική επίδραση. Η θετική επίδραση της γεωγραφικής εγγύτητας για την επιτυχία χρηματοδότησης βρέθηκε επίσης και στις αγορές δανεισμού P2P (Burtch, et al., 2013) (Lin & Viswanathan, 2015). Ωστόσο, αυτή η εγγύτητα δε θα μπορούσε να εξηγηθεί ως επίδραση της οικογένειας και φίλων, αλλά φαίνεται να οφείλεται σε συναισθηματικούς (Lin & Viswanathan, 2015) και πολιτισμικούς (Burtch, et al., 2013) παράγοντες.

2.7 Δυνατότητες, Κίνδυνοι & Προκλήσεις

2.7.1 Δυνατότητες

Οι δυνατότητες της συμμετοχικής χρηματοδότησης ενδέχεται να διαφέρουν πολύ λόγω της ποικιλομορφίας των έργων και των πλατφορμών (Gierczak, et al., 2016).

Η κύρια δυνατότητα της συμμετοχικής χρηματοδότησης είναι η απόκτηση κεφαλαίου. Από την άποψη αυτή, η συμμετοχική χρηματοδότηση μπορεί να βοηθήσει να ξεπεραστεί ένα κενό στα πρώτα στάδια των νέων επιχειρήσεων, προσφέροντας κεφάλαια στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις για τη χρηματοδότηση ορισμένων έργων, ή παρέχοντας τη δυνατότητα υλοποίησης δημιουργικών, αλτρουιστικών, οικολογικών και κοινωνικών έργων (Belleflamme, et al., 2010). Όλα αυτά τα έργα συνήθως αντικατοπτρίζουν κάποιο είδος εξειδικευμένου έργου ή έργα που έχουν ισχυρή τοπική εστίαση. Κατά συνέπεια, η συμμετοχική χρηματοδότηση δεν προσφέρει μόνο τη δυνατότητα συγκέντρωσης χρημάτων για τις νεοσύστατες και νέες επιχειρήσεις αλλά καθιστά επίσης δυνατή τη χρηματοδότηση για εξειδικευμένα έργα που ίσως εκλαμβάνονται ως μη κερδοφόρα, και δεν είναι σε θέση να συγκεντρώσουν χρήματα από τις παραδοσιακές πηγές.

Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα προ-πώλησης. Αυτή η μορφή χρήσης της συμμετοχικής χρηματοδότησης περιλαμβάνει επιχειρήσεις που εισπράττουν τις πληρωμές εκ των προτέρων για προϊόντα που θα παραδοθούν σε κάποια μεταγενέστερη χρονική στιγμή (Hemer, et al., 2011). Με αυτόν τον τρόπο, τα σταθερά κόστη για την παραγωγή ενός προϊόντος μπορούν να χρηματοδοτηθούν πριν από την έναρξη της παραγωγής. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι εμπνευστές του έργου συλλέγουν χρήματα για να αναπτύξουν ένα μελλοντικό προϊόν, το οποίο υπάρχει συνήθως μόνο σε πρότυπη μορφή. Ο εμπνευστής του έργου εγγυάται την παράδοση του τελικού προϊόντος σε αντάλλαγμα για τη χορηγία του χρηματοδότη. Η αξία του ποσού



ενεχυρίασης καθορίζεται από την εκτίμηση της αγοραίας αξίας του προϊόντος. Κατά τη διάρκεια της εκστρατείας, τα προϊόντα μπορούν να προσφέρονται σε μειωμένη τιμή για να ενθαρρύνουν τους δυνητικούς χρηματοδότες να υποστηρίξουν την εκστρατεία.

Η συμμετοχική χρηματοδότηση βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και διαδικτυακής επικοινωνίας, απλουστεύοντας ριζικά την ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με ένα έργο συμμετοχικής χρηματοδότησης εκτός γεωγραφικών συνόρων (Agrawal, et al., 2011). Για τους υποστηρικτές, η προώθηση έργων συμμετοχικής χρηματοδότησης προωθώντας πληροφορίες σε φίλους και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη είναι πολύ εύκολη και πολύ πιο γρήγορη από ό, τι με τη χρήση μη διαδικτυακών τεχνικών λόγω του χαμηλού κόστους. Εξαιτίας των οικονομικών τους επενδύσεων, οι υποστηρικτές φαίνεται να έχουν συχνά υψηλό επίπεδο συμμετοχής, κάνοντας χρήση των διαθέσιμων επικοινωνιακών εργαλείων, προκειμένου να δημιουργηθεί ευαισθητοποίηση για τα έργα. Κατά συνέπεια, η συμμετοχική χρηματοδότηση επιτρέπει τη δημιουργία viral επιδράσεων μάρκετινγκ.

Στην περίπτωση των επενδυτικών κεφαλαίων και των επιχειρηματικών αγγέλων, οι επενδυτές αποκτούν σημαντικό έλεγχο επί των αποφάσεων της εταιρείας. Η συμμετοχική χρηματοδότηση είναι διαφορετική – οι επιχειρηματίες δεν χρειάζεται να παραχωρήσουν τα δικαιώματα αυτά. Έτσι, όταν το κεφάλαιο μιας εταιρείας αυξάνεται μέσω συμμετοχικής χρηματοδότησης, οι επιχειρηματίες δεν χάνουν το δικαίωμα να παίρνουν οι ίδιοι τις αποφάσεις της εταιρείας.

Οι επιχειρηματίες, επιδιώκοντας να αντλήσουν κεφάλαια μέσω των πλατφορμών συμμετοχικής χρηματοδότησης, ανταμείβονται με την ευκαιρία να δοκιμάσουν την εμπορευσιμότητα. Ολόκληρος ο μηχανισμός της συμμετοχικής χρηματοδότησης βασίζεται στην προσέλκυση ενός μεγάλου αριθμού ατόμων, οι οποίοι βρίσκουν μια ιδέα ενδιαφέρουσα, που να αξίζει επένδυσης, χρόνου και προσοχής τους. Όταν μια πλατφόρμα ανακοινώνει μια νέα ιδέα ή ένα επιχειρηματικό πρότυπο, συνήθως ορίζεται μια προθεσμία για την επίτευξη του στόχου συλλογής κεφαλαίων – μερικές φορές επιτυγχάνεται ο στόχος, ακόμη και υπερβαίνεται, και άλλες όχι. Η Ramsey (2012) τονίζει ότι «μπορούν να εκτιμήσουν την προοπτική για μια επιτυχημένη νεοσύστατη επιχείρηση βασιζόμενοι στην ανταπόκριση του κοινού στο αίτημα για υποστήριξη». Με άλλα λόγια, αν τόσα πολλά άτομα πιστεύουν σε μια ιδέα ή ένα επιχειρηματικό πρότυπο και πετυχαίνει χρηματοδότησης, αυτό εκφράζει μάλλον τη «σοφία του πλήθους» - η ιδέα ή το επιχειρηματικό μοντέλο είναι πιθανό να πετύχει.

Η συμμετοχική χρηματοδότηση λέγεται ότι είναι σε θέση να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας (Sigar, 2012), να καταλύσει τη μακροπρόθεσμη οικονομική ανάκαμψη (Gobble,



2012), να προωθήσει την οικονομική ανάπτυξη και τις καινοτομίες (Kitchens & Torrence, 2012). Ο νόμος JOBS Act είναι σχεδιασμένος για να αυξήσει τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την οικονομική ανάπτυξη βελτιώνοντας την πρόσβαση στις δημόσιες αγορές κεφαλαίων για την ανάπτυξη των αναδύμενων εταιρειών (Kitchens & Torrence, 2012). Η Sacks (2012) λέει ότι ακόμη και αν υπάρχουν επιχειρηματίες με ιδέες, δεν θα υπάρχουν επιχειρήσεις και θέσεις εργασίας αν δεν υπάρχει κεφάλαιο. Οι Kitchens & Torrence (2012) δηλώνουν ότι η οικονομική ανάπτυξη οδηγείται από την καινοτομία, η καινοτομία οδηγείται από τον πειραματισμό και ο πειραματισμός οδηγείται από τη συμμετοχική χρηματοδότηση. Επίσης, σύμφωνα με τη Sigar (2012) οι μικρές επιχειρήσεις προσφέρουν στους καταναλωτές περισσότερες επιλογές προϊόντων και υπηρεσιών.

2.7.2 Κίνδυνοι & Προκλήσεις

Ξεκινώντας, οι επιχειρηματίες που επιδιώκουν να χρηματοδοτήσουν συμμετοχικά τις επιχειρήσεις τους θα πρέπει να εξετάσουν τις διοικητικές και λογιστικές προκλήσεις που πρόκειται να αντιμετωπίσουν. Ακόμα κι αν σήμερα η συμμετοχική χρηματοδότηση βασίζεται σε δωρητές που λαμβάνουν ανταμοιβές, η δουλειά της καταγραφής των εισφορών και της αποστολή ανταμοιβών είναι χρονοβόρα. Όταν ένας μεγάλος αριθμός επενδυτών γίνονται μέτοχοι, οι επιχειρήσεις έχουν να αντιμετωπίσουν ακόμα μεγαλύτερες διοικητικές και λογιστικές προκλήσεις – «αυτό θα απαιτούσε σχολαστική και λεπτομερή τήρηση βιβλίων όλων των επενδύσεων και των μετοχών στην επιχείρηση προκειμένου να προσδιοριστεί το μερίδιο των κερδών που δικαιούται κάθε επενδυτής» (Sigar, 2012). Οι Kitchens & Torrence (2012) τονίζουν ότι μια μεγάλη βάση από απλούς επενδυτές είναι μια πρόκληση όχι μόνο διαχείρισης, αλλά και επικοινωνίας.

Οι Sullivan & Ma (2012), Bechter et al. (2011) και ο Galvin (2012) επισημαίνουν ότι οι επιχειρηματίες που επιδιώκουν να χρηματοδοτήσουν συμμετοχικά τις επιχειρήσεις τους αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο κλοπής της ιδέας τους από κάποιον καλύτερα χρηματοδοτούμενο επενδυτή ή από μεγάλες επιχειρήσεις. Οι επιχειρηματίες πιθανόν να στερούνται τη γνώση για να προστατεύσουν τις ιδέες τους και τα επιχειρηματικά σχέδια, και, επιπλέον, σε περίπτωση που μια ιδέα ή ένα επιχειρηματικό σχέδιο κλαπεί, οι περισσότεροι επιχειρηματίες δε θα διέθεταν τους πόρους για να αγωνιστούν για αυτό στο δικαστήριο. Η παρουσίαση των ιδεών και των επιχειρηματικών προτύπων στο κοινό είναι ένα χαρακτηριστικό του μηχανισμού συμμετοχικής χρηματοδότησης και είναι απαραίτητο για τη λειτουργία του.



Επίσης, οι Sullivan & Ma (2012), ο Galvin (2012) και η Sigar (2012) εκφράζουν την ανησυχία για απάτη. Ορισμένες επιχειρήσεις θα μπορούσαν να δημιουργηθούν ως απάτη – εταιρείες μπορεί να ξεκινήσουν, προκειμένου να λάβουν χρηματοδότηση, να πληρώσουν όλο το ποσό σε μισθούς και στη συνέχεια να κλείσουν.

Επίσης, η συμμετοχική χρηματοδότηση είναι μια διαδικτυακή προσέγγιση. Η Sigar (2012) εφιστά την προσοχή στο γεγονός, ότι «το διαδίκτυο, το οποίο αντικαθιστά τις ζωντανές συναντήσεις με εικονικές συνεδριάσεις, θα μπορούσε να καταστήσει πιο δύσκολο για τους επενδυτές να προσδιορίσουν αν μια επιχείρηση που εκδίδει μετοχές είναι νόμιμη». Επίσης, ανακλύπει ένα πρόβλημα επιλογής μιας αξιόπιστης πλατφόρμας συμμετοχικής χρηματοδότησης. Είναι ένα θέμα τόσο για τους επενδυτές όσο και για τους επιχειρηματίες. Αν και μπορούν σήμερα να βρεθούν στο διαδίκτυο τεράστιες ποσότητες πληροφοριών, είναι δύσκολο για τους απλούς επενδυτές να αποφασίσουν ποιος μεσάζοντας και ποιες επιχειρήσεις μπορούν να είναι αξιόπιστες και αξιόλογες διότι δεν υπάρχουν χρηματομεσίτες για να δώσουν συμβουλές.

Η επικίνδυνη φύση των μικρών επιχειρήσεων μπορεί επίσης να θεωρηθεί ως πρόκληση για τη συμμετοχική χρηματοδότηση. Η Sigar (2012) αναφέρει ότι οι νεοσύστατες εταιρείες είναι παραδοσιακά πιο επικίνδυνες και έχουν υψηλότερο ποσοστό αποτυχίας σε σύγκριση με άλλες επιχειρήσεις. Επιπλέον, δημιουργείται αβεβαιότητα σχετικά με την εξέλιξη μη αποδεδειγμένων προϊόντων και υπηρεσιών. Οι Sullivan και Ma (2012) εκφράζουν επίσης το φόβο ότι πολλοί επενδυτές συμμετοχικής χρηματοδότησης, δυστυχώς θα απογοητευθούν όταν επιχειρήσεις στις οποίες επένδυσαν, αποτύχουν. Αυτό, μπορεί να προκαλέσει όχι μόνο την απογοήτευση των επενδυτών, αλλά και αγωγές. Η Gobble (2012) εφιστά την προσοχή στο γεγονός, ότι το να αποκτήσεις κεφάλαια μέσω συμμετοχικής χρηματοδότησης είναι πιο εύκολο, σε σύγκριση με τα κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου. Οι επιχειρηματίες θα μπορούσαν να κάνουν λάθος εκτίμηση επιλέγοντας έναν ευκολότερο τρόπο, αντί για επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων, οι οποίοι προσφέρουν και βοήθεια – καθοδήγηση, συμβουλές, χρήσιμες επαφές – εκτός από τα χρήματα. Μερικές φορές τέτοια βοήθεια μπορεί να είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία μιας μικρής εταιρείας.

2.8 Νομικό & Ρυθμιστικό Πλαίσιο

Λόγω του καινοτόμου χαρακτήρα της συμμετοχικής χρηματοδότησης προκύπτουν κάποιες νομικές δυσκολίες. Η Sigar (2012) εφιστά την προσοχή στο γεγονός ότι «προς το παρόν, αυτή



η στρατηγική συγκέντρωσης χρημάτων βασίζεται σε χορηγίες χρηματοδοτών που δεν συμμετέχουν στην ιδιοκτησία ενός έργου, αλλά λαμβάνουν μόνο συμβολικά δώρα, όπως CD άλμπουμ, ένα δείπνο με τον διευθυντή μιας ταινίας ή εισιτήρια συναυλιών».

Στις Η.Π.Α., η κατάσταση αλλάζει πολύ γρήγορα προς όφελος της συμμετοχικής χρηματοδότησης. Το 2012 ο Πρόεδρος Barack Obama υπέγραψε το νόμο JOBS Act (Jumpstart Our Business Startups), στην οποία ο Τίτλος III είναι αφιερωμένος στη συμμετοχική χρηματοδότηση. Σύμφωνα με την Ramsey (2012), ο νόμος JOBS Act έχει ως αποτέλεσμα οι επιχειρηματίες να μπορούν να χρηματοδοτήσουν τις επιχειρήσεις τους, χρησιμοποιώντας ως αντάλλαγμα για τα χρήματα τις μετοχές τους και όχι προϊόντα. Οι δικηγόροι Sullivan και Ma (2012) περιγράφουν σύντομα την επίδραση του νόμου JOBS Act – «επιτρέπει σε κάθε επίδοξο Zuckerberg με μια ιδέα να παρακάμψει τους νόμους κινητών αξιών για να προσελκύσει επενδυτές μετοχικού κεφαλαίου».

Τον Νοέμβριο του 2015, η Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς (SEC) καθόρισε τους νέους κανόνες για τη συμμετοχική χρηματοδότηση μιας μικρής επιχείρησης. Οι κανόνες αυτοί δημιούργησαν ένα πλαίσιο για τους επιχειρηματίες ώστε να προσφέρουν μετοχές σε μη διαπιστευμένους επενδυτές.

Συνοπτικά, ο Τίτλος III του νόμου JOBS Act αναφέρει ότι:

- Οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να συγκεντρώσουν έως και \$1 εκατομμύριο σε μία περίοδο 12 μηνών.
- Οι συναλλαγές συμμετοχικής χρηματοδότησης πρέπει να εκτελούνται μέσω διαπιστευμένων τρίτων, όπως χρηματιστές ή εγκεκριμένες πύλες χρηματοδότησης που είναι υπόλογοι στην Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς (SEC).
- Μεμονωμένοι επενδυτές με ετήσιο εισόδημα μικρότερο από \$100 χιλιάδες μπορούν να επενδύσουν \$2.000 ή μέχρι 5% του ετήσιου εισοδήματός τους. Αυτοί που έχουν εισόδημα πάνω από \$100 χιλιάδες, μπορούν να επενδύσουν έως 10% του ετήσιου εισοδήματός τους, με ανώτατο όριο τα \$10.000.
- Οι μικρές επιχειρήσεις που προβαίνουν σε συμμετοχική χρηματοδότηση υπόκεινται σε πρόσθετες απαιτήσεις γνωστοποίησης, δημοσίευσης και ελέγχου.

Οι κανόνες της Αμερικάνικης Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς (SEC) τέθηκαν σε ισχύ τον Μάιο του 2016, ανοίγοντας το δρόμο για τους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων να ξεκινήσουν να χρησιμοποιούν τη συμμετοχική χρηματοδότηση ως ένα εργαλείο ανάπτυξης των εταιρειών τους.



Στην Ε.Ε., «προς το παρόν, δεν μπορούν να δημιουργηθούν αποτελεσματικές και διαφανείς αγορές στον τομέα μετοχικής και δανειακής συμμετοχικής χρηματοδότησης επειδή τα καθεστώτα προστασίας των επενδυτών είναι σχεδιασμένα για τις τρέχουσες ρυθμίσεις επενδύσεων, οι οποίες αποκλείουν ένα μεγάλο αριθμό συμμετοχικών χρηματοδοτών.» (De Buysere, et al., 2012). Οι νομικές διατάξεις για τη μετοχική συμμετοχική χρηματοδότηση είναι ειδικές για κάθε χώρα και πολύ ετερογενείς, και πιο συγκεκριμένα, στις περισσότερες χώρες – μεταξύ άλλων στην Ε.Ε. – η έκδοση μετοχών μέσω συμμετοχικής χρηματοδότησης, είτε απαγορεύεται, είτε λόγω των αυστηρών νομικών απαιτήσεων σχετίζεται με υψηλά κόστη συναλλαγών για τον εκδότη (Moritz & Block, 2016). Οι προτάσεις προς την Ευρωπαϊκή Επιτροπή σχετικά με τη μη υπάρχουσα ακόμα «Οδηγία Συμμετοχικής Χρηματοδότησης» είχαν τεθεί από τον De Buysere et al. (2012) «Ένα Πλαίσιο για την Ευρωπαϊκή Συμμετοχική Χρηματοδότηση». Η έκθεση απευθύνει έκκληση για ένα Ευρωπαϊκό νομικό πλαίσιο το οποίο θα παρέχει χρηματοδότηση για έργα κάτω των €5 εκατομμυρίων, τα οποία σήμερα αποκλείονται από ένα πανευρωπαϊκό νομικό πλαίσιο. Αυτό θα μείωνε τα κόστη συμμόρφωσης με την εθνική νομοθεσία και θα δημιουργούσε ένα νομικό πλαίσιο για τη συμμετοχική συγκέντρωση χρημάτων εκτός συνόρων (Pick & Jourdan, 2012).

Η Ευρωπαϊκή Στρατηγική 2020 στοχεύει στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και οι τρόποι με τους οποίους πρόκειται να επιτευχθεί παρουσιάζονται στο Σχέδιο Δράσης Επιχειρηματικότητας 2020 (European Commission, 2013). Η πρόσκληση για τα κράτη μέλη να *αξιολογήσουν την ανάγκη τροποποίησης της ισχύουσας εθνικής χρηματοπιστωτικής νομοθεσίας με στόχο τη διευκόλυνση νέων, εναλλακτικών μορφών χρηματοδότησης για τις νεοσύστατες και ΜΜΕ γενικά, ιδίως όσον αφορά τις πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης, καθώς επίσης να λάβουν υπόψη την ανάγκη για απλοποίηση της φορολογικής νομοθεσίας προκειμένου να τονωθεί περαιτέρω η ανάπτυξη των εναλλακτικών χρηματοπιστωτικών αγορών, όπως για παράδειγμα οι επενδύσεις επιχειρηματικών αγγέλων*

(European Commission, 2013) υποστηρίζει την ιδέα ότι στο μέλλον η συμμετοχική χρηματοδότηση θα αναπτυχθεί στην Ε.Ε.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει υιοθετήσει μια προσεκτική προσέγγιση της αγοράς συμμετοχικής χρηματοδότησης πριν προσπαθήσει να τη ρυθμίσει. Το πρώτο βήμα έγινε με την Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με την Αξιοποίηση των δυνατοτήτων της Συμμετοχικής Χρηματοδότησης στην Ευρωπαϊκή Ένωση τον Μάρτιο του 2014 (European Commission, 2014) και σύμφωνα με τα αποτελέσματα της δημόσιας διαβούλευσης



- μόνο το 38% των πλατφορμών οικονομικών αποδόσεων λειτουργούν διασυνοριακά, ενώ σχεδόν οι μισές από αυτές θα ήθελαν να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους σε άλλα κράτη μέλη της ΕΕ στο μέλλον
- το 44% του συνόλου των πλατφορμών οικονομικών αποδόσεων ισχυρίζονται ότι η έλλειψη πληροφόρησης σχετικά με τους ισχύοντες κανόνες, τις εμποδίζει να δραστηριοποιούνται σε περισσότερες από μία χώρες της Ε.Ε.
- το 27% από αυτές ανέφεραν υψηλά κόστη αδειοδότησης σε άλλα κράτη μέλη ως λόγος μόνο για τις εγχώριες δραστηριότητες.

Επιπλέον, το Σεπτέμβριο του 2015, η Επιτροπή δημοσίευσε το Σχέδιο Δράσης για την Οικοδόμηση μιας Ένωσης Κεφαλαιαγορών (European Commission, 2015) με το οποίο στοχεύει στην προώθηση καινοτόμων μορφών χρηματοδότησης των επιχειρήσεων, όπως η συμμετοχική χρηματοδότηση, διασφαλίζοντας παράλληλα την προστασία των επενδυτών και τη χρηματοπιστωτική σταθερότητα. Η θέση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής είναι ότι «μια πρόωρη ρύθμιση θα μπορούσε να παρεμποδίσει, να μην ευνοηθεί, η ανάπτυξη αυτού του ταχέως αναπτυσσόμενου και καινοτόμου καναλιού χρηματοδότησης» (European Commission, 2015).

Το Μάιο του 2016 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (European Commission, 2016) είπε ότι *[...] τα κράτη μέλη της ΕΕ έχουν θέσει σε εφαρμογή μια σειρά μέτρων για τη ρύθμιση της συμμετοχικής χρηματοδότησης – είτε χρησιμοποιώντας το νομοθετικό πλαίσιο της ΕΕ κατά περίπτωση ή μέσω εθνικών καθεστώτων. Αυτά τα εθνικά πλαίσια είναι σε γενικές γραμμές σύμφωνα με τους στόχους και τα αποτελέσματα που επιδιώκουν να επιτύχουν, αλλά είναι προσαρμοσμένα στις τοπικές αγορές και τις εγχώριες κανονιστικές προσεγγίσεις.*

Δεδομένου του κυρίως τοπικού χαρακτήρα της συμμετοχικής χρηματοδότησης, δεν υπάρχει ισχυρή περίπτωση για πολιτική παρέμβαση σε επίπεδο Ε.Ε. στην παρούσα συγκυρία. Η συμμετοχική χρηματοδότηση είναι ακόμη σχετικά μικρή και χρειάζεται χώρο για να καινοτομήσει και να αναπτυχθεί. Με δεδομένο το δυναμισμό της συμμετοχικής χρηματοδότησης και τη δυνατότητα για μελλοντική διασυνοριακή επέκταση, θα είναι σημαντικό να παρακολουθείται η ανάπτυξη και η αποτελεσματικότητα του τομέα, και ο βαθμός σύγκλισης των εθνικών ρυθμιστικών πλαισίων.

Επομένως, οι Υπηρεσίες της Επιτροπής θα διατηρήσουν τακτικό διάλογο, μέσα από συναντήσεις δύο φορές το χρόνο, με τις Ευρωπαϊκές Εποπτικές Αρχές, τα κράτη μέλη και τον κλάδο της συμμετοχικής χρηματοδότησης για την προώθηση σύγκλισης, την κοινοποίηση βέλτιστων πρακτικών και τη διατήρηση των εξελίξεων υπό έλεγχο. Θα



αξιολογήσουμε την ανάπτυξη των διασυνοριακών επιχειρήσεων και θα εξετάσουμε ειδικότερα τα ζητήματα προστασίας των επενδυτών. Αυτό θα εξασφαλίσει στην Επιτροπή να είναι σε θέση να ανταποκριθεί έγκαιρα σε περίπτωση που είναι αναγκαία περαιτέρω μέτρα για να υποστηρίξουν τη σύγκλιση των ρυθμιστικών προσεγγίσεων, τόσο για την προώθηση της ανάπτυξης του τομέα όσο και για την εξασφάλιση της κατάλληλης προστασίας των επενδυτών.

Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν προτίθεται να δημιουργήσει σύντομα ένα ενιαίο ευρωπαϊκό νομικό και ρυθμιστικό πλαίσιο για τη συμμετοχική χρηματοδότηση.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα σήμερα λειτουργούν ουσιαστικά μόνο τα μοντέλα των δωρεών και ανταμοιβών. Ωστόσο το μοντέλο που φαίνεται να παρουσιάζει σήμερα το μεγαλύτερο ενδιαφέρον, λόγω του υφιστάμενου ελλείμματος στη λειτουργία άλλων μορφών χρηματοδότησης των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων είναι το μετοχικό μοντέλο.

3.1 Νομικές & Ρυθμιστικές Προκλήσεις

Οι Kontizas και Papachristou (2014) αναφέρουν ότι η συμμετοχική χρηματοδότηση βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο στην Ελλάδα και επί του παρόντος δεν υπάρχει συγκεκριμένο ρυθμιστικό πλαίσιο. Η λειτουργία του μετοχικού μοντέλου ενδέχεται να υπόκειται σε ορισμένες ρυθμιστικές απαιτήσεις, συμπεριλαμβανομένου ενδεικτικά του Νόμου 3606/2007 για την παροχή επενδυτικών υπηρεσιών καθώς και του Νόμου 3401/2005 για τη δημόσια προσφορά κινητών αξιών. Η λειτουργία των μοντέλων δωρεών ή ανταμοιβών δεν υπόκειται σε καμία διάταξη χρηματιστηριακού δικαίου, ενώ το μοντέλο δανεισμού ενδέχεται να υπόκειται, μεταξύ άλλων, στις διατάξεις του Νόμου 3601/2007 σχετικά με τη ρυθμιζόμενη δραστηριότητα της παροχής πιστώσεων.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με το νόμο 3606/2007 με τον οποίο ενσωματώθηκε στην Ελλάδα η Οδηγία 2004/39/EK («MiFID»), η προσφορά επενδυτικών υπηρεσιών και η διενέργεια επενδυτικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα με επαγγελματική ιδιότητα, επιτρέπεται κατ' αρχήν σε εταιρείες παροχής επενδυτικών υπηρεσιών οι οποίες έχουν λάβει άδεια λειτουργίας στην Ελλάδα από την ΕΚ ή εναλλακτικά σε εταιρείες παροχής επενδυτικών υπηρεσιών από άλλα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι οποίες απολαμβάνουν του ευρωπαϊκού «διαβατηρίου» (δηλαδή σύμφωνα με τη διαδικασία γνωστοποίησης) και οι οποίες προσφέρουν υπηρεσίες μέσω υποκαταστήματος ή διασυννοριακά, χωρίς εγκατάσταση.

Όταν μια πλατφόρμα συμμετοχικής χρηματοδότησης διευκολύνει την προσφορά κινητών αξιών στο κοινό και/ή παρέχει συμβουλές προς επενδυτές σχετικά με την επένδυση σε κινητές αξίες, μπορεί να θεωρηθεί ότι ο διαχειριστής της παρέχει επενδυτικές υπηρεσίες τοποθέτησης χρηματοπιστωτικών μέσων και/ή επενδυτικών συμβουλών, για τις οποίες απαιτείται η άδεια της ΕΚ (Kontizas & Papachristou, 2014).



Ο νόμος 3401/2005, όπως ισχύει, με τον οποίο ενσωματώνεται στην ελληνική νομοθεσία η Οδηγία 2003/71/ΕΚ (η «Οδηγία περί Ενημερωτικών Δελτίων», όπως τροποποιήθηκε από την Οδηγία 2010/73/ΕΕ), προβλέπει ότι για τη δημόσια προσφορά κινητών αξιών στην Ελλάδα απαιτείται η προηγούμενη δημοσίευση ενημερωτικού δελτίου, το οποίο πρέπει να εγκριθεί από την ΕΚ.

Υπάρχει εξαίρεση από την υποχρέωση δημοσίευσης ενημερωτικού δελτίου για προσφορά κινητών αξιών συνολικής αξίας μικρότερης των εκατό χιλιάδων (100.000) ευρώ εντός περιόδου δώδεκα (12) μηνών. Την εξαίρεση αυτή ενδέχεται να προσπαθήσουν να χρησιμοποιήσουν οι πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης που θα επιχειρήσουν να λειτουργήσουν με το μετοχικό μοντέλο άντλησης κεφαλαίων από τις εταιρείες που επιθυμούν χρηματοδότηση αλλά ωστόσο, η εφαρμογή της εξαίρεσης αυτής δεν έχει δοκιμαστεί ακόμη στην πράξη σε πλατφόρμες συμμετοχικής χρηματοδότησης στην Ελλάδα (Kontizas & Papachristou, 2014).

Όσον αφορά το δανειακό μοντέλο, ο γενικός κανόνας είναι ότι σύμφωνα με το Νόμο 3601/2007 (με τον οποίο ενσωματώθηκαν στην ελληνική νομοθεσία οι Οδηγίες του Συμβουλίου της ΕΕ 2006/48/ΕΚ και 2006/29), η παροχή δανείων ή άλλων πιστώσεων με επαγγελματική ιδιότητα, επιτρέπεται μόνο σε πιστωτικά ιδρύματα και σε ορισμένους χρηματοδοτικούς οργανισμούς (δηλαδή πιστωτικές εταιρείες) οι οποίοι έχουν λάβει άδεια από την Τράπεζα της Ελλάδος («ΤτΕ»), ή εναλλακτικά σε πιστωτικά ιδρύματα και σε ορισμένους χρηματοδοτικούς οργανισμούς άλλων κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι οποίοι απολαμβάνουν του ευρωπαϊκού «διαβατηρίου» και οι οποίοι προσφέρουν υπηρεσίες μέσω υποκαταστήματος ή διασυννοριακά, χωρίς εγκατάσταση.

Οι υπάρχοντες νομοθετικοί περιορισμοί στη λειτουργία της συμμετοχικής χρηματοδότησης καθιστούν αναγκαία την υιοθέτηση κατάλληλου νομοθετικού πλαισίου για την απρόσκοπτη λειτουργία του θεσμού αυτού.

3.2 Ελληνικές Πλατφόρμες

ο OpenCircle

Ο OpenCircle είναι ο πρώτος ιστότοπος συμμετοχικών επενδύσεων στην Ελλάδα (OpenCircle, n.d.). Πρόκειται για μια ψηφιακή πλατφόρμα που υποστηρίζει την επαφή επιχειρήσεων που διαθέτουν όραμα και ολοκληρωμένη επιχειρηματική πρόταση, με επενδυτές κι



επιχειρηματικούς αγγέλους, που με τη σειρά τους αναζητούν να υποστηρίξουν χρηματοδοτικά την ανάπτυξη των εν λόγω επιχειρήσεων. Η πλατφόρμα OpenCircle έχει αναπτυχθεί και διοικείται από την Parnasse A.E. που είναι χρηματοοικονομικός σύμβουλος και σύμβουλος στην αγορά EN.A. του ΧΑΑ.

Στα πλαίσια του Νόμου 3401/2005 η OpenCircle ακολουθεί τις διατάξεις σχετικές με την ιδιωτική τοποθέτηση με βάση τις οποίες δεν απαιτείται σύνταξη ενημερωτικού δελτίου. Επιπλέον σύμφωνα με τις οδηγίες της Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς η πλατφόρμα συνεργάζεται με εταιρείες παροχής επενδυτικών υπηρεσιών προκειμένου να διενεργήσουν τους ελέγχους για τους επενδυτές καθώς και κάθε περαιτέρω πράξη σχετική με την τοποθέτηση των κινητών αξιών σύμφωνα με το νόμο 3606/2007.

Στην διαδικασία του OpenCircle, οι εκδότες (εταιρείες) μπορούν να ζητήσουν έως €5.000.000.

Για να καταχωρήσει μια εταιρεία ένα έργο, πρέπει να καταθέσει 1.000 € προκειμένου να δεσμευθεί ότι θα προχωρήσει τη διαδικασία μέχρι τέλους. Υπάρχουν κάποιες χρεώσεις που αφορούν την ανάπτυξη επιχειρηματικού σχεδίου ή την αποτίμηση που δίνονται ανά περίπτωση. Επίσης καλείται να πληρώσει και τους φορολογικούς, λογιστικούς και νομικούς ελέγχους που απαιτούνται. Τέλος, θα πρέπει να πληρώσει ένα ποσοστό του κεφαλαίου που ζητάει (5-8%), αναλόγως του ποσού που άντλησε.

Η πιο μικρή επένδυση είναι 1.000€ / έργο, αν κι εξαρτάται από το έργο. Αυτό που πρέπει να κάνει κάποιος είναι να προχωρήσει σε μια αίτηση εγγραφής μέσω της διαδικασίας ελέγχου επενδυτών (KYC) που διενεργείται από την εταιρεία παροχής επενδυτικών συμβουλών και να ανοίξει έναν κωδικό. Μετά μπορείτε απλά να ξεκινήσει να επενδύει.

ο Act4Greece

Το Πρόγραμμα Act4Greece της Εθνικής Τράπεζας έχει ως στόχο τη στήριξη πρωτοβουλιών κοινωνικής προστασίας, πρόνοιας και αλληλεγγύης, κοινωνικής και καινοτόμου επιχειρηματικότητας και επενδύσεων στο ανθρώπινο κεφάλαιο, με έμφαση στον άνθρωπο, το περιβάλλον και την αειφόρο ανάπτυξη (act4Greece, n.d.). Παράλληλα επιδιώκει να συμβάλει στην αποτελεσματική διαχείριση χρηματοδοτικών πόρων που διατίθενται από φυσικά ή/και νομικά πρόσωπα που επιθυμούν να συνδράμουν στον οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό μετασχηματισμό της ελληνικής οικονομίας και του Ελληνισμού εν γένει.



Στο Πρόγραμμα act4Greece συμμετέχουν, ως στρατηγικοί εταίροι, φορείς και ιδρύματα εγνωσμένου κύρους και προσφοράς, με πολυετή εμπειρία και αναγνωρισμένη συμβολή σε θέματα κοινωνικού, οικονομικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος:

- Εθνική Τράπεζα
- Ίδρυμα Ωνάση
- Κοινοφελές Ίδρυμα Ιωάννη Λάτση
- Ίδρυμα Μποδοσάκη
- Ελληνική Εθνική Επιτροπή για την UNESCO
- Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Το πρόγραμμα καλύπτει έργα σε 7 άξονες:

- 1) πρόνοια, υγεία και αλληλεγγύη
- 2) κοινωνική οικονομία και επιχειρηματικότητα
- 3) πολιτισμός και πολιτιστική επιχειρηματικότητα
- 4) νεανική και καινοτόμος επιχειρηματικότητα
- 5) περιβάλλον και αειφορία
- 6) έρευνα, εκπαίδευση και κατάρτιση και
- 7) αθλητικές δραστηριότητες.

Η επιλογή των συγκεκριμένων αξόνων, με βάση τις τρέχουσες συνθήκες στην ελληνική κοινωνία και οικονομία, σκοπό έχει να ευαισθητοποιήσει και να ενεργοποιήσει τους πολίτες, ώστε να διευρυνθεί η συμμετοχή της κοινωνίας στην υποστήριξη συλλογικών κοινωνικών και αναπτυξιακών δράσεων και να αναδείξει την αξία της προσφοράς και της αλληλεγγύης στην αντιμετώπιση κοινωνικών προκλήσεων.

Η λειτουργία του Προγράμματος στηρίζεται στην ειδική για τον σκοπό του σχεδιασθείσα πλατφόρμα, μέσω της οποίας παρέχεται η δυνατότητα σε φυσικά ή νομικά πρόσωπα (δωρητές) να προβαίνουν σε εγχρήματες προσφορές, σε δωρεές σε είδος ή σε παροχή υπηρεσιών στο πλαίσιο της εκάστοτε τρέχουσας δράσης του Προγράμματος.

Το Πρόγραμμα Act4Greece σχεδιάζει να καλύψει σταδιακά, σύμφωνα με το εκάστοτε ισχύον νομοθετικό και κανονιστικό πλαίσιο, όλα τα είδη συμμετοχικής δραστηριότητας crowdfunding και ειδικότερα να αξιοποιήσει τη δυνατότητα χρηματοδότησης μέσω:

- i) δωρεών (donation model)
- ii) δανείων (lending model) και
- iii) κεφαλαιοδότησης (equity model).



Στην πρώτη φάση λειτουργίας του, η δραστηριότητά του επικεντρώνεται στη χρηματοδότηση μέσω δωρεών, συγκεντρώνοντας κεφάλαια από τους συμμετέχοντες στο Πρόγραμμα.

Η Εθνική Τράπεζα, είναι από τις λίγες, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, τράπεζες που διαχειρίζεται πλατφόρμα crowdfunding, ένα πολυσυμμετοχικό μέσο που στοχεύει στη συγκέντρωση πόρων από ιδρύματα, οργανισμούς, εταιρίες και μεμονωμένα άτομα, εντός και εκτός Ελλάδος, για την προώθηση και υλοποίηση συγκεκριμένου έργου, δράσης, ιδέας.

ο **JumpStart Greece**

Η JumpStart Greece είναι μια πλατφόρμα συλλογής χρηματοδότησης Δράσεων, μέσω δωρεών, που δημιουργήθηκε για να βοηθήσει την υλοποίηση δημιουργικών ιδεών στην Ελλάδα και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στην ελληνική οικονομία (JumpStart Greece, n.d.). Βοηθάει τη χρηματοδότηση Δράσεων σε μία πληθώρα τομέων, όπως τη γεωργία, τις τέχνες, την ένδυση, την εστίαση, την παραγωγή ταινιών και ντοκιμαντέρ, την μουσική, τις εκδόσεις, την φωτογραφία, το θέατρο, την τεχνολογία, καθώς και προγράμματα ειδικού ενδιαφέροντος όπως στους τομείς της αρχαιολογίας, του αθλητισμού, πρωτοβουλίες ΜΚΟ, τοπικών κοινοτήτων ή σχολείων.

Η JumpStart Greece εισήγαγε τρεις μεγάλες καινοτομίες στον τομέα του crowdfunding:

1. Γεωγραφική Κατανομή Δράσεων

Ορισμένοι υποστηρικτές μπορεί να είναι ελληνικής καταγωγής ή απλώς να ενδιαφέρονται για την στήριξη μίας συγκεκριμένης περιοχής στην Ελλάδα. Η πλατφόρμα της JumpStart Greece επιτρέπει σε όσους ενδιαφέρονται να χρηματοδοτήσουν μία δράση να υποδείξουν την “Γεωγραφική περιοχή ενδιαφέροντός” τους στην Ελλάδα. Αυτή η καινοτομία επιτρέπει στην πλατφόρμα να εντοπίζει δράσεις που βρίσκονται εντός της γεωγραφικής περιοχής ενδιαφέροντος του υποστηρικτή και να τον ενημερώνει σχετικά. Με τον τρόπο αυτό οι υποστηρικτές ενημερώνονται αυτόματα για δράσεις που αναρτώνται και αφορούν την περιοχή που τους ενδιαφέρει ειδικότερα και, χρηματοδοτώντας τις, μπορούν να βοηθούν τη δημιουργία θέσεων εργασίας σε αυτήν.

2. Δράσεις με Επιβλέποντα

Η καινοτομία αυτή εισήχθη για να παράσχει στους πιθανούς υποστηρικτές πρόσθετη εμπιστοσύνη στις προοπτικές επιτυχίας μίας δράσης. Ο δημιουργός της μπορεί ή όχι να επιλέξει η δράση του να είναι «Επιβλεπόμενη». Αν είναι «Επιβλεπόμενη», ο δημιουργός



πρέπει να αναρτήσει μια μικρή παρουσίαση του Επιβλέποντα της Δράσης, ένα σύντομο βιογραφικό του και τα στοιχεία επικοινωνίας (e-mail) του, ώστε οι υποστηρικτές για να μπορούν να επικοινωνήσουν μαζί του για περαιτέρω ενημέρωση σχετικά με την πρόοδο της Δράσης. Επιβλέπων θα μπορούσε να είναι, για παράδειγμα, ένας Καθηγητής Πανεπιστημίου, Σύμβουλος Επιχειρήσεων, Δάσκαλος, Δικηγόρος, Ιατρός, Λογιστής, Μουσικός, Διευθυντής Ορχήστρας ή Μουσείου, Αρχαιολόγος και κάθε άλλος καταξιωμένος επαγγελματίας που ο δημιουργός της Δράσης πιστεύει ότι μπορεί να προσθέσει αξιοπιστία στην επιτυχή υλοποίηση της Δράσης. Ο Επιβλέπων δεν εγγυάται την επιτυχία των Δράσεων, αλλά παρακολουθεί την εκτέλεσή της σύμφωνα με το πλάνο της και επιβεβαιώνει ότι η Δράση δημιουργεί τον αριθμό των θέσεων εργασίας που είχε υποσχεθεί ο δημιουργός της.

3. Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας

Κάθε δημιουργός Δράσης θα πρέπει να προσδιορίσει κατά τη φάση δημιουργίας της, πόσες θέσεις εργασίας το έργο του θα δημιουργήσει, αν χρηματοδοτηθεί επιτυχώς. Αυτή η καινοτομία σχεδιάστηκε προκειμένου να εξασφαλιστεί ότι οι χρηματοδοτούμενες μέσω της JumpStart Greece δράσεις θα έχουν ευρύτερο θετικό κοινωνικό αντίκτυπο στην ελληνική οικονομία. Η μείωση της ελληνικής ανεργίας είναι ένας από τους κύριους στόχους της και αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο, έχει θέσει ως σκοπό να συμβάλει ώστε να δημιουργηθούν 10.000 νέες θέσεις εργασίας στην Ελλάδα μέχρι το τέλος του 2019.

○ **One-Up**

Η πλατφόρμα One-up είναι εργαλείο του προγράμματος PRAKSIS Business Coaching Center (One-Up, n.d.).

Το PRAKSIS Business Coaching Center είναι ένα κέντρο παροχής δωρεάν επιχειρηματικής εκπαίδευσης, συμβουλευτικής και business coaching σε κύκλους διάρκειας 4 μηνών, προς υποψηφίους που επιθυμούν να αποκτήσουν τις γνώσεις και τις απαραίτητες δεξιότητες ώστε να υλοποιήσουν την επιχειρηματική τους ιδέα.

Η One-up είναι μια ηλεκτρονική πλατφόρμα κοινωνικής χρηματοδότησης μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα για δραστηριότητες επιχειρηματικού κεφαλαίου, η οποία στηρίζει Ελληνικές μικρό-μεσαίες επιχειρήσεις. Ο στόχος της είναι εστιασμένος στο να υποστηρίξει εκκολλητούς επιχειρηματίες εξασφαλίζοντας το αρχικό κεφάλαιο προκειμένου να μετατρέψουν την ιδέα τους σε βιώσιμη και επιτυχημένη επιχείρηση. Ως τμήμα της ΜΚΟ PRAKSIS, ο σκοπός του BCC είναι να δημιουργήσει εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης, τη



στιγμή που η αγορά προσφέρει λίγες ρεαλιστικές εναλλακτικές, προκειμένου να παρέχονται και οικονομικές και κοινωνικές επιδράσεις τόσο σε τοπικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο.

Η One-up προσανατολίζεται μόνο σε Ελληνικές επιχειρήσεις. Δεν χρηματοδοτεί άλλες μορφές εγχειρημάτων. Ο σκοπός της είναι να δημιουργήσει ένα θετικό κοινωνικό αποτέλεσμα παρέχοντας κεφάλαιο εκκίνησης σε νέες επιχειρήσεις.

Όλες οι δωρεές διαχειρίζονται από την ΜΚΟ PRAKSIS. Με άλλα λόγια, δεν διατίθενται οι δωρεές στους επιχειρηματίες εφάπαξ και μετρητοίς. Ακολουθείται συγκεκριμένη διαδικασία, κατά την οποία ο επιχειρηματίας λαμβάνει ένα προσυμφωνημένο ποσό με την επίτευξη προκαθορισμένων στόχων προκειμένου να συνεχίσει η ανάπτυξη της επιχείρησης. Με την διαχείριση των χρημάτων-δωρεών από μια ανεξάρτητη και αξιόπιστη Μη Κυβερνητική Οργάνωση διασφαλίζεται ότι για όλο το ποσό της δωρεάς, ο επιχειρηματίας είναι υπόλογος και στενά συνεργαζόμενος μαζί της. Υπάρχει συνεχής ενημέρωση των δωρητών για τις δραστηριότητες του επιχειρηματία και στενή παρακολούθηση, πληροφόρηση και διαφάνεια με τη μέγιστη από την ΜΚΟ υπευθυνότητα για την αρτιότερη απόδοση της δωρεάς.

Οι επιτυχημένες επιχειρήσεις έχουν την ευκαιρία να ανταποδώσουν κοινωνικά μέσα από την ΜΚΟ PRAKSIS, προσφέροντας θέσεις εργασίας σε άτομα που βρίσκονται σε δεινή οικονομική κατάσταση. Με τον τρόπο αυτό, πολλαπλασιάζεται η αξία της δωρεάς.

ο **Give&Fund**

Η Give&Fund είναι μια διαδικτυακή πλατφόρμα συμμετοχικής χρηματοδότησης με αποστολή να βοηθήσει ανθρώπους και οργανισμούς που αναζητούν χρηματοδότηση για να υλοποιήσουν ένα έργο ή μια νέα επιχειρηματική ιδέα (Give&Fund, n.d.).

Απευθύνεται σε

- Ιδιώτες, φυσικά πρόσωπα, που θέλουν να πραγματοποιήσουν ένα έργο ζωής (κατηγορία έργων: life projects)
- start uppers που αναζητούν ένα κεφάλαιο για να υλοποιήσουν μια νέα επιχειρηματική ιδέα (κατηγορία έργων: startup projects)
- Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις που επιθυμούν να χρηματοδοτήσουν ένα συγκεκριμένο έργο (κατηγορία έργων: NGO projects)

Όλες οι χρηματικές συναλλαγές πραγματοποιούνται μέσω του PayPal και των αυστηρών προδιαγραφών ασφάλειας που προσφέρει.



Καθώς η διαδικασία των δωρεών προχωρά, μέσω της ενεργοποίησης του δημιουργού στην πλατφόρμα του GIVE&FUND, ο δημιουργός μπορεί ανά πάσα στιγμή να έχει πρόσβαση στο νέο υπόλοιπο του λογαριασμού του στο PayPal μέσω του προσωπικού του Η/Υ, αφού τα χρήματα πηγαίνουν κατευθείαν στο λογαριασμό του.

Η παρακράτηση της προμήθειας της πλατφόρμας γίνεται αυτόματα σε κάθε συναλλαγή και τα χρήματα που ο χρήστης βλέπει στο λογαριασμό του σε συνθήκες πραγματικού χρόνου είναι αυτά που του ανήκουν.

○ **Groopio**

Η Groopio είναι η πρώτη ηλεκτρονική πλατφόρμα χρηματοδότησης δημιουργικών έργων (Crowdfunding) στην Ελλάδα (Groopio, n.d.). Ξεκίνησε με σκοπό να βοηθήσει αρχικά τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, ενώ στη συνέχεια επεκτάθηκε και σε φυσικά πρόσωπα.

Οι χρήστες μπορούν να συνεισφέρουν με όποιο ποσό θελήσουν εφόσον πιστεύουν στο εκάστοτε έργο, ενώ διασφαλίζεται πως δεν θα χάσουν τα χρήματά τους, μέσω προαιρετικής δικλίδας που ορίζει ότι τα λεφτά τους θα δεσμευτούν, μόνο αν συμπληρωθεί τελικά όλο το ποσό του προϋπολογισμού του έργου.

Για τις ΜΚΟ και για τους ιδιώτες χρεώνεται τέλος συναλλαγής ύψους 7%, εφόσον επιτευχθεί ο συνολικός στόχος του έργου και 10% όταν η μέθοδος χρηματοδότησης είναι άμεση. Το τέλος αυτό επιβαρύνει τον διοργανωτή και όχι τον χορηγό.

○ **WinnersFund**

Το WinnersFund είναι μια από τις πιο ευέλικτες πλατφόρμες crowdfunding, με υβριδικές καμπάνιες (κάθε καμπάνια μπορεί να είναι Επενδυτική, Ανταλλακτική ή Χαριστική, μονοδιάστατα ή συνδυαστικά), δύο γύρους crowdfunding σε κάθε καμπάνια (αν εξασφαλιστεί στον πρώτο γύρο το ελάχιστο ποσό χρηματοδότησης που ορίστηκε για το έργο, αυτόματα συνέχεια σε δεύτερο γύρο για το βέλτιστο ποσό που είναι επιθυμητό), επιλογές crowdsourcing, διαχείριση έργου και πολλά άλλα μοναδικά χαρακτηριστικά (WinnersFund, n.d.).

Απευθύνεται πρώτιστα στους νέους επιχειρηματίες και σε επιχειρήσεις που βρίσκονται στα αρχικά στάδια της ανάπτυξής τους. Ωστόσο, μπορεί να συμβάλει στη χρηματοδότηση της υλοποίησης καινοτομικών επιχειρηματικών σχεδίων και από επιχειρήσεις που βρίσκονται σε οποιοδήποτε στάδιο ανάπτυξης, εφόσον δεν είναι εισηγμένες σε κάποιο Χρηματιστήριο.



Η WinnersFund είναι η πρώτη ευρωπαϊκή πλατφόρμα επιχειρηματικού crowdfunding που έχει χτιστεί από την αρχή με διεθνή προσανατολισμό, σε ό,τι αφορά τις δικαιοδοσίες εγκατάστασης της επιχείρησής και άντλησης κεφαλαίων, τις διαθέσιμες γλώσσες και νομίσματα συναλλαγής στην πλατφόρμα, και σε ό,τι αφορά την προβολή των έργων που φιλοξενεί (νέες χώρες δραστηριοποίησης, γλώσσες και νομίσματα προστίθενται σε ετήσια βάση).

Η πλατφόρμα λαμβάνει αμοιβή μόνο από επιτυχή έργα, η οποία ορίζεται ενιαία σε 5% από τα εισπρακτέα κεφάλαια κάθε επιτυχημένης καμπάνιας (συν ΦΠΑ, εφόσον απαιτείται). Πρόκειται για ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά αμοιβής στην αγορά της συμμετοχικής χρηματοδότησης.



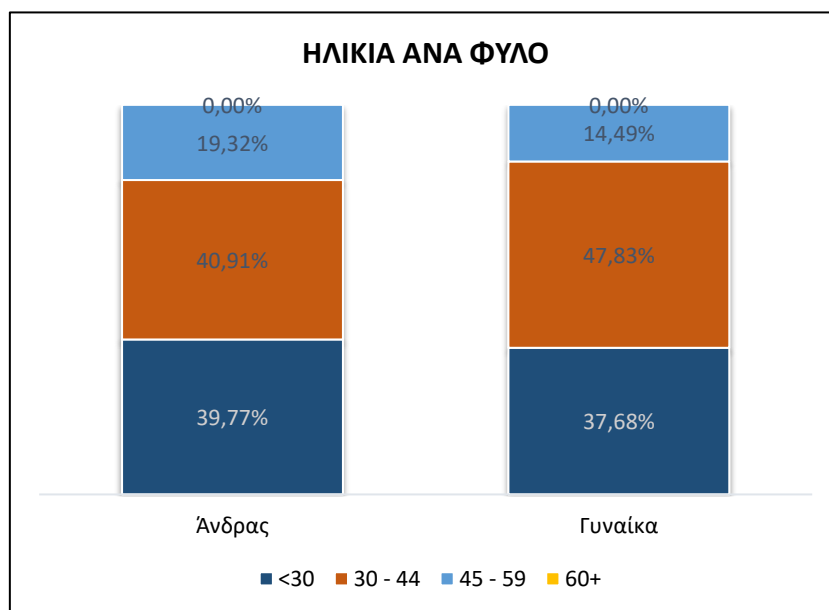
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 Ανάλυση Δείγματος

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης του δείγματος όσον αφορά τον αριθμό ερωτηματολογίων με βάση την ηλικία, την περιοχή διαμονής και την ιδιότητα των ερωτώμενων σε σχέση με το φύλο.

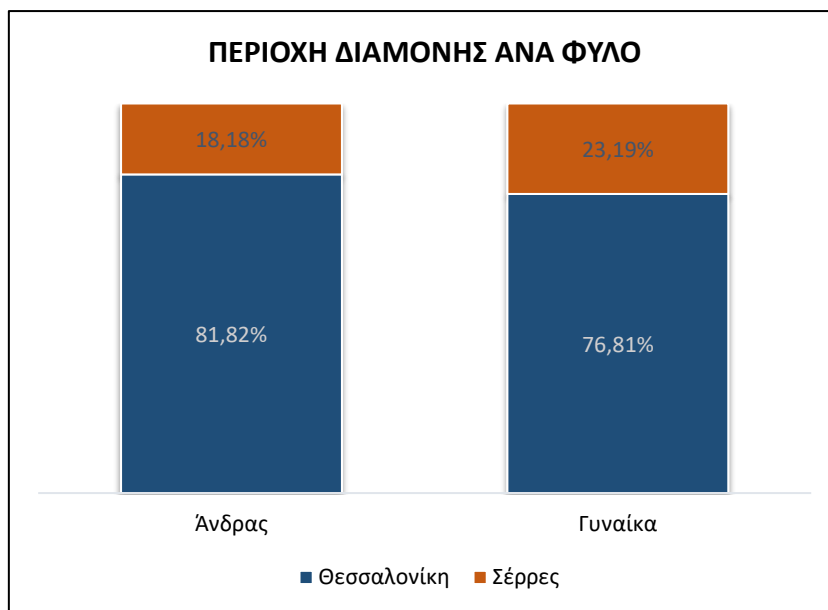
Παρατηρήθηκε ότι κανένα από τα δύο φύλα δεν καλύπτει όλο το εύρος των ηλικιών του ερωτηματολογίου (βλέπε Διάγραμμα 5).

Πιο συγκεκριμένα, οι άντρες αλλά και οι γυναίκες έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό τους στις ηλικίες 30-44.



Διάγραμμα 5: Ηλικία ανά Φύλο

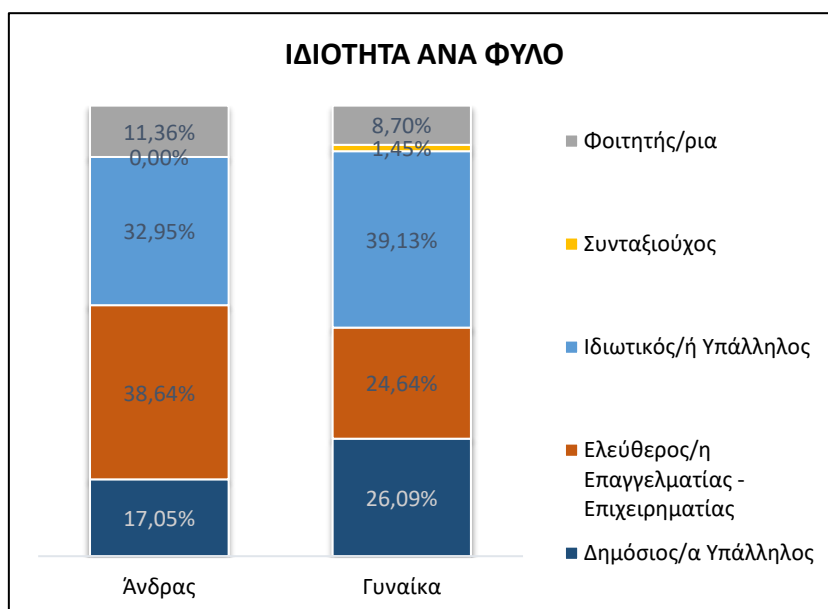
Επίσης, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων και στα δύο φύλα συγκεντρώνεται στην περιοχή της Θεσσαλονίκης (βλέπε Διάγραμμα 6).



Διάγραμμα 6: Περιοχή Διαμονής ανά Φύλο

Σε γενικές γραμμές οι γυναίκες ερωτώμενες καλύπτουν οριακά όλο το εύρος ιδιοτήτων του ερωτηματολογίου σε αντίθεση με τους άντρες όπου δεν υπάρχουν καθόλου απαντήσεις από την κατηγορία ιδιότητας «Συνταξιούχος». (βλέπε Διάγραμμα 7).

Αναλυτικότερα, οι άντρες έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό (38,64%) ως Ελεύθεροι Επαγγελματίες – Επιχειρηματίες, ενώ οι γυναίκες (39,13%) ως Ιδιωτικοί Υπάλληλοι.



Διάγραμμα 7: Ιδιότητα ανά Φύλο



Συμπερασματικά, οι απαντήσεις ηλικιακών κατηγοριών <30 και 30-44, της περιοχής της Θεσσαλονίκης και οι ιδιότητες Ελεύθερου Επαγγελματία – Επιχειρηματία, Δημοσίου και Ιδιωτικού Υπαλλήλου είναι αυτές που παίζουν κυρίαρχο ρόλο στην διαμόρφωση των τελικών αποτελεσμάτων της έρευνας και στα δύο φύλα, και συνεπώς θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη στην ανάλυση των αποτελεσμάτων.

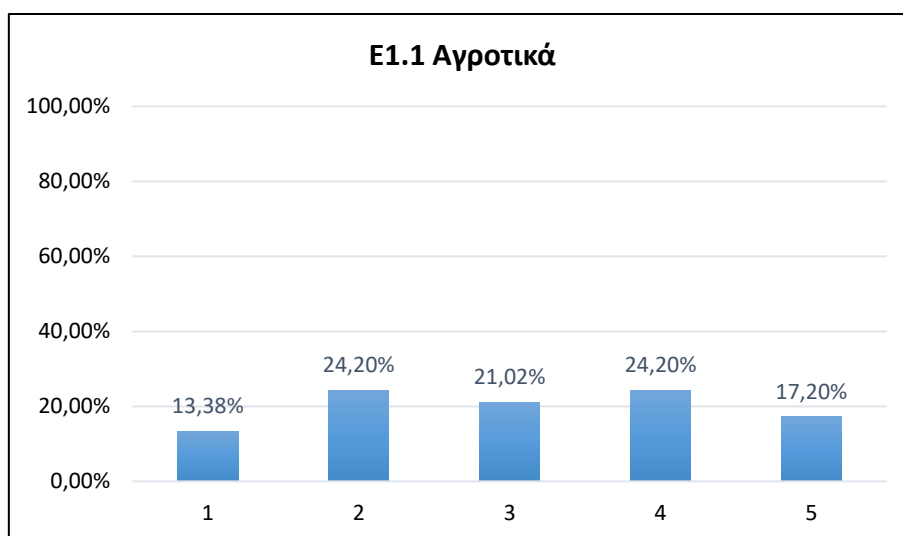
4.2 Αναλύσεις ανά Ερώτηση

E1.1 Αγροτικά

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων αγροτικών έργων (βλέπε Διάγραμμα 8).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι απαντήσεις κατανέμονται ομοιόμορφα σε όλο το εύρος των προτιμήσεων, από τη χαμηλότερη έως την υψηλότερη που σημαίνει ότι οι προτιμήσεις για τα αγροτικά έργα ποικίλουν.
- Το 37,58% του δείγματος των ερωτώμενων δεν προτιμά να χρηματοδοτήσει αγροτικά έργα ή η προτίμησή τους είναι ελάχιστη.
- Σε γενικές γραμμές οι ερωτώμενοι έχουν θετικές προτιμήσεις για τα αγροτικά έργα.



Διάγραμμα 8: E1.1 Αγροτικά

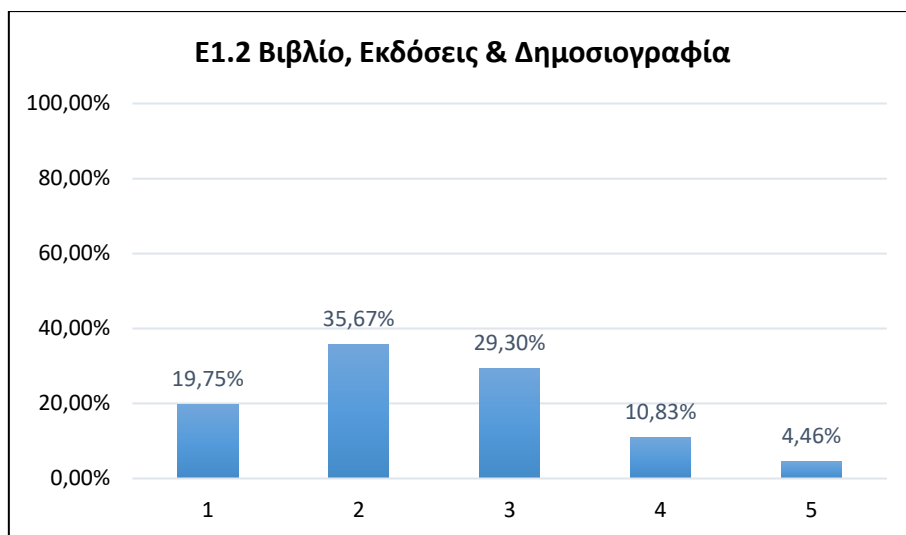


E1.2 Βιβλίο, Εκδόσεις & Δημοσιογραφία

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων έργων σχετικά με βιβλίο, εκδόσεις και δημοσιογραφία (βλέπε Διάγραμμα 9).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Το 55,42% του δείγματος των ερωτώμενων δεν προτιμά να χρηματοδοτήσει έργα βιβλίου, εκδόσεων & δημοσιογραφίας ή η προτίμησή τους είναι ελάχιστη.
- Σε γενικές γραμμές οι ερωτώμενοι δεν έχουν θετικές προτιμήσεις για τα έργα βιβλίου, εκδόσεων & δημοσιογραφίας.



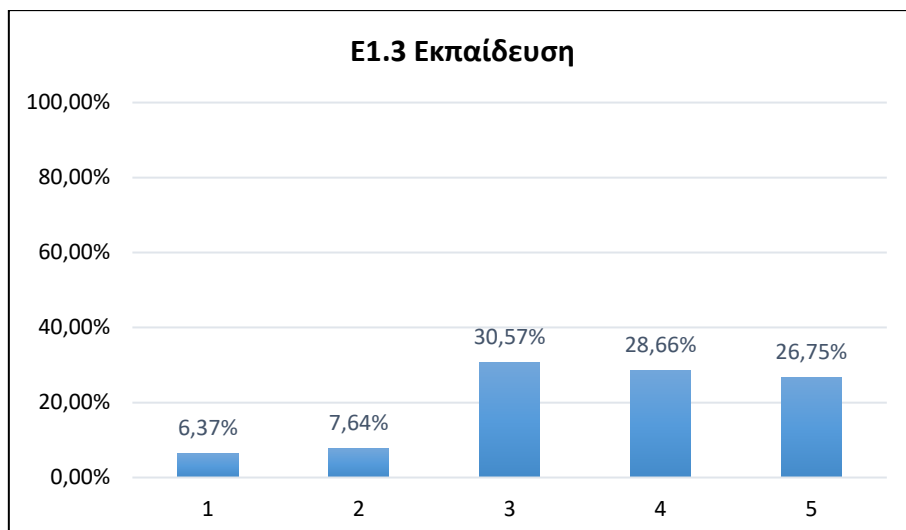
Διάγραμμα 9: E1.2 Βιβλίο, Εκδόσεις & Δημοσιογραφία

E1.3 Εκπαίδευση

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων εκπαιδευτικών έργων (βλέπε Διάγραμμα 10).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι ερωτώμενοι «συμφωνούν» ότι έχουν θετικές προτιμήσεις για να χρηματοδοτήσουν κάποιο εκπαιδευτικό έργο αφού το ποσοστό των δυο μεγαλύτερων βαθμίδων προτίμησης ξεπερνά το 55% και ένα ποσοστό της τάξης του 31% απάντησε «αρκετά».



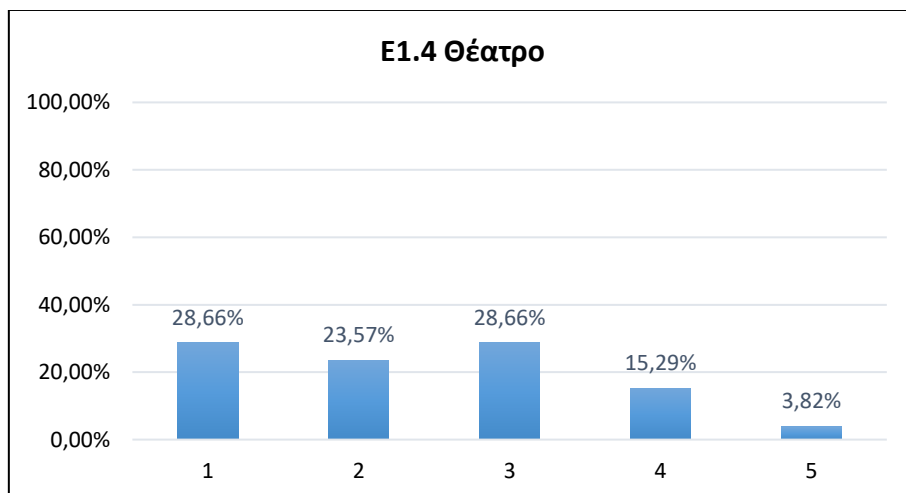
Διάγραμμα 10: Ε1.3 Εκπαίδευση

Ε1.4 Θέατρο

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων θεατρικών έργων (βλέπε Διάγραμμα 11).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Το 52,23% του δείγματος των ερωτώμενων δεν προτιμά να χρηματοδοτήσει θεατρικά έργα ή η προτίμησή τους είναι ελάχιστη.
- Σε γενικές γραμμές οι ερωτώμενοι δεν έχουν ιδιαίτερα θετικές προτιμήσεις για τη χρηματοδότηση θεατρικών έργων.



Διάγραμμα 11: Ε1.4 Θέατρο

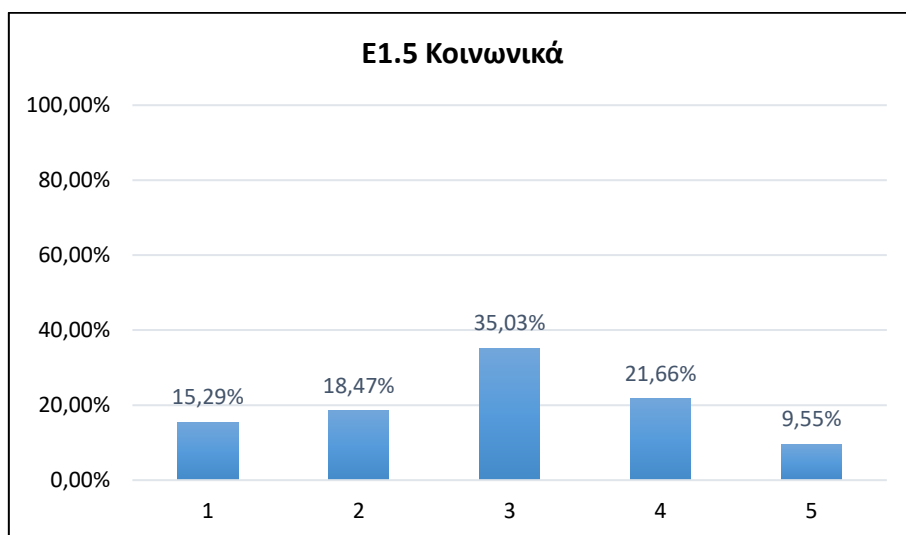


E1.5 Κοινωνικά

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων κοινωνικών έργων (βλέπε Διάγραμμα 12).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σημαντικό σημείο αποτελεί το γεγονός ότι το 33,76% του δείγματος των ερωτώμενων δεν προτιμά να χρηματοδοτήσει κοινωνικά έργα ή η προτίμησή τους είναι ελάχιστη ενώ ένα ποσοστό 31,21% έχει πολύ έως πάρα πολύ θετικές προτιμήσεις για τα αντίστοιχα έργα.
- Σε συνδυασμό με τα παραπάνω, το γεγονός ότι το 35,03% του δείγματος έχει απλά μια θετική στάση για να χρηματοδοτήσει κοινωνικά έργα καταδεικνύει ότι οι προτιμήσεις ποικίλουν.



Διάγραμμα 12: E1.5 Κοινωνικά

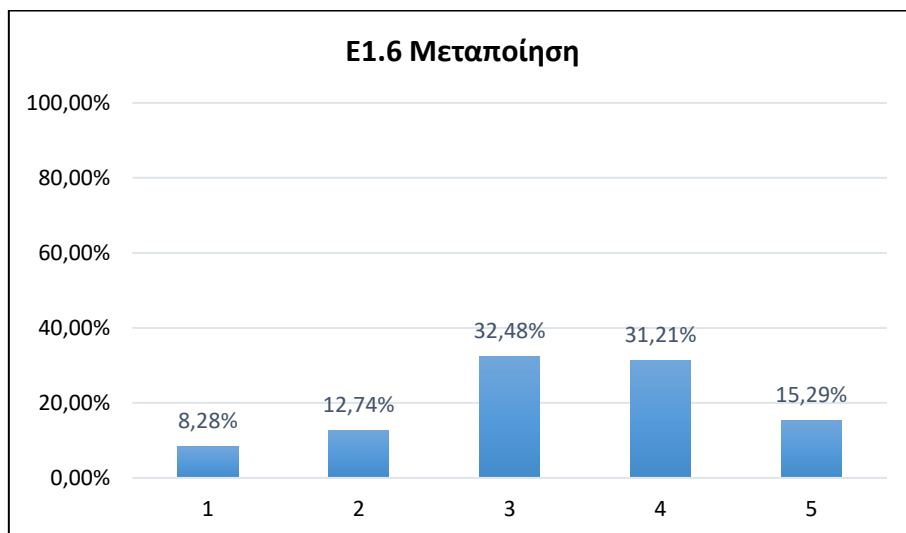
E1.6 Μεταποίηση

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων μεταποιητικών έργων (βλέπε Διάγραμμα 13).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:



- Οι ερωτώμενοι «συμφωνούν» ότι έχουν θετικές προτιμήσεις για να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο σχετικό με τη μεταποίηση αφού το ποσοστό των δυο μεγαλύτερων βαθμίδων προτίμησης ξεπερνά το 46% και ένα ποσοστό της τάξης του 32% απάντησε «αρκετά».



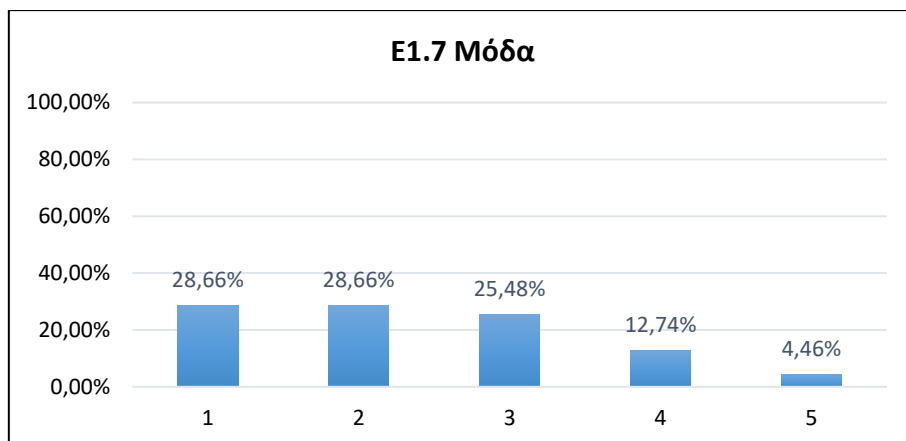
Διάγραμμα 13: E1.6 Μεταποίηση

E1.7 Μόδα

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων έργων μόδας (βλέπε Διάγραμμα 14).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτώμενων της τάξης του 29% απάντησε ότι δεν τους ενδιαφέρουν καθόλου τα έργα σχετικά με τη μόδα.
- Το 54,14% του δείγματος των ερωτώμενων έχει χαμηλές προτιμήσεις για τα έργα μόδας.
- Μόλις το 17,2% των ερωτώμενων δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα αντίστοιχα έργα.



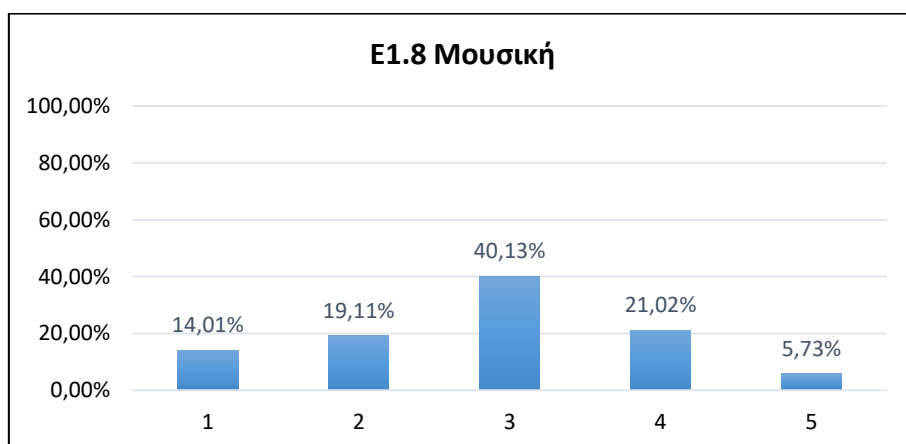
Διάγραμμα 14: E1.7 Μόδα

E1.8 Μουσική

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων μουσικών έργων (βλέπε Διάγραμμα 15).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σημαντικό σημείο αποτελεί το γεγονός ότι το 33,12% του δείγματος των ερωτώμενων δεν προτιμά να χρηματοδοτήσει μουσικά έργα ή η προτίμησή τους είναι ελάχιστη ενώ ένα ποσοστό 26,75% έχει πολύ έως πάρα πολύ θετικές προτιμήσεις για τα αντίστοιχα έργα.
- Σε συνδυασμό με τα παραπάνω, το γεγονός ότι το 40,13% του δείγματος έχει απλά μια θετική στάση για να χρηματοδοτήσει μουσικά έργα καταδεικνύει ότι οι προτιμήσεις ποικίλουν.



Διάγραμμα 15: E1.8 Μουσική

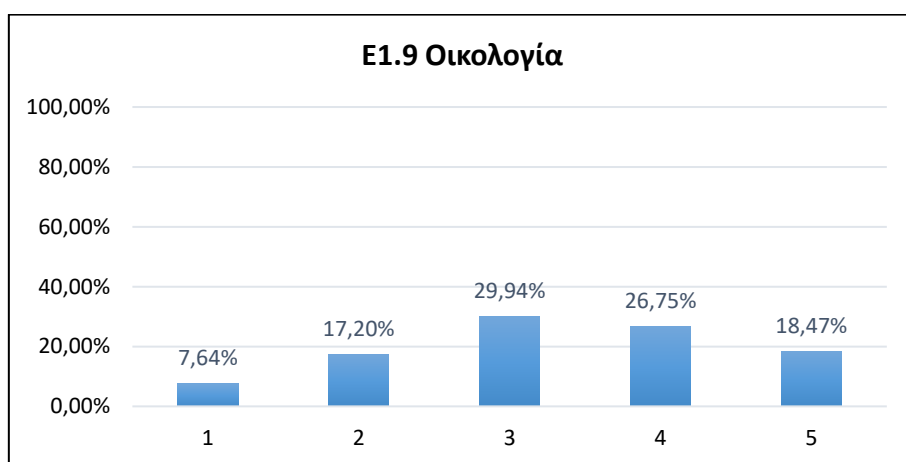


E1.9 Οικολογία

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων οικολογικών έργων (βλέπε Διάγραμμα 16).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι ερωτώμενοι «συμφωνούν» ότι έχουν θετικές προτιμήσεις για να χρηματοδοτήσουν κάποιο οικολογικό έργο αφού το ποσοστό των δυο μεγαλύτερων βαθμίδων προτίμησης ξεπερνά το 45% και ένα ποσοστό της τάξης του 30% απάντησε «αρκετά».



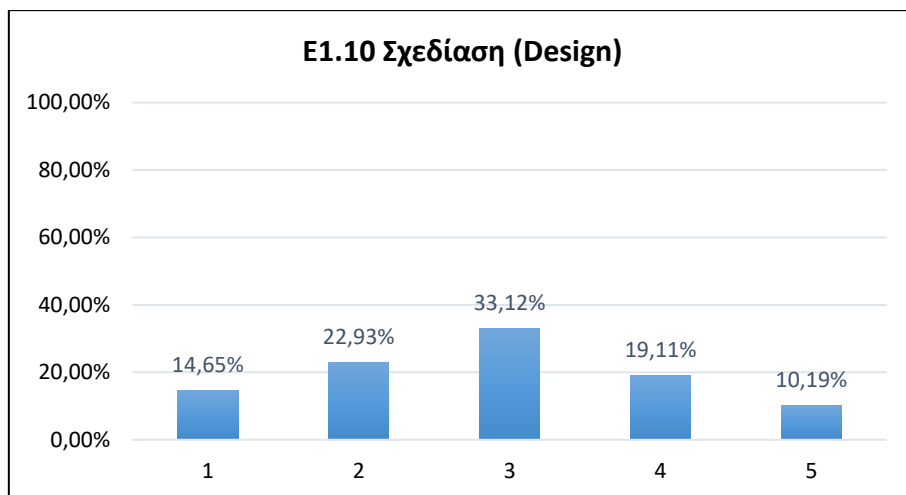
Διάγραμμα 16: E1.9 Οικολογία

E1.10 Σχεδίαση (Design)

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων σχεδιαστικών έργων (βλέπε Διάγραμμα 17).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σημαντικό σημείο αποτελεί το γεγονός ότι το 37,58% του δείγματος των ερωτώμενων δεν προτιμά να χρηματοδοτήσει έργα σχεδίασης (design) ή η προτίμησή τους είναι ελάχιστη ενώ ένα ποσοστό 29,3% έχει πολύ έως πάρα πολύ θετικές προτιμήσεις για τα αντίστοιχα έργα.
- Σε συνδυασμό με τα παραπάνω, το γεγονός ότι το 33,12% του δείγματος έχει απλά μια θετική στάση για να χρηματοδοτήσει έργα σχεδίασης (design) καταδεικνύει ότι οι προτιμήσεις ποικίλουν.



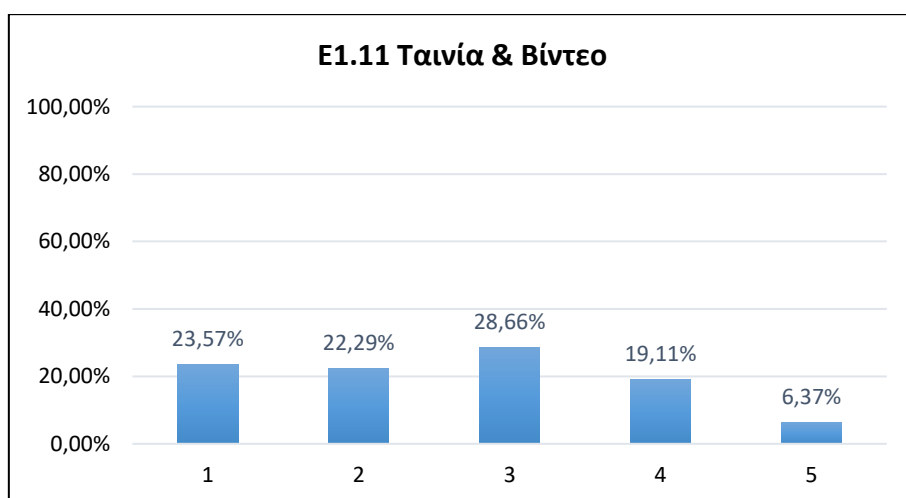
Διάγραμμα 17: E1.10 Σχεδίαση (Design)

E1.11 Ταινία & Βίντεο

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων έργων σχετικά με ταινία και βίντεο (βλέπε Διάγραμμα 18).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτώμενων της τάξης του 24% απάντησε ότι δεν τους ενδιαφέρουν καθόλου τα έργα σχετικά με ταινία και βίντεο.
- Το 50,95% του δείγματος των ερωτώμενων έχει σχετικά χαμηλές προτιμήσεις για τα έργα ταινίας και βίντεο, ενώ το 25,48% απάντησε ότι έχει υψηλές προτιμήσεις για τα αντίστοιχα έργα.



Διάγραμμα 18: E1.11 Ταινία & Βίντεο

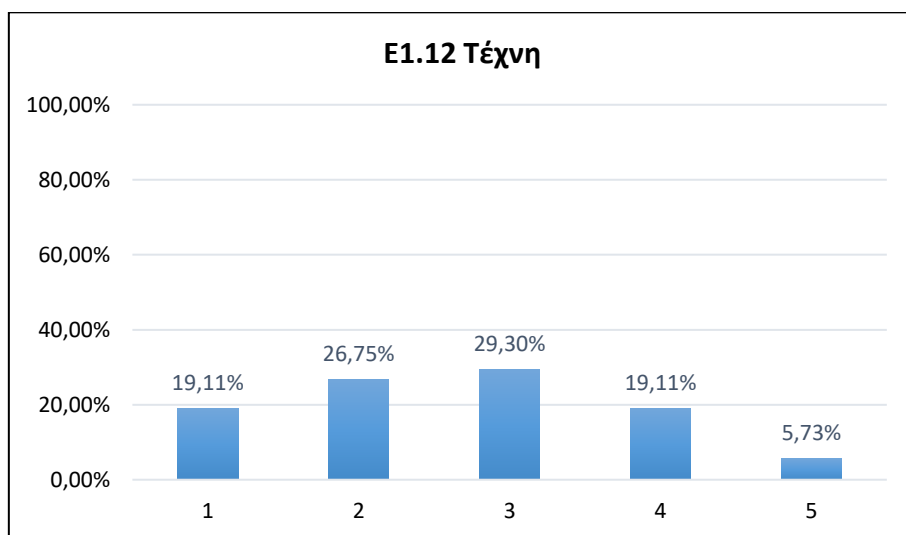


E1.12 Τέχνη

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων έργων σχετικά με την τέχνη (βλέπε Διάγραμμα 19).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Ένα ποσοστό των ερωτώμενων της τάξης του 19% απάντησε ότι δεν τους ενδιαφέρουν καθόλου τα έργα σχετικά με την τέχνη.
- Το αρκετά μεγάλο ποσοστό 56,06% του δείγματος των ερωτώμενων δήλωσε ότι έχει σχετικά χαμηλές προτιμήσεις για τα έργα σχετικά με την τέχνη, ενώ το 24,84% απάντησε ότι έχει υψηλές προτιμήσεις για τα αντίστοιχα έργα.



Διάγραμμα 19: E1.12 Τέχνη

E1.13 Τεχνολογία

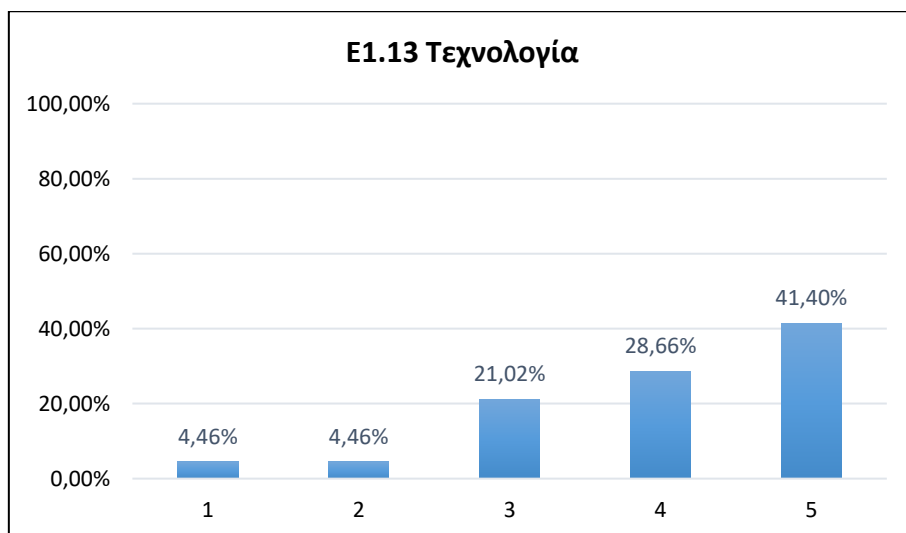
Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων τεχνολογικών έργων (βλέπε Διάγραμμα 20).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Έχουμε πολύ μικρό ποσοστό του δείγματος των ερωτώμενων που δεν ενδιαφέρεται καθόλου για τα τεχνολογικά έργα (4,46%).



- Η προτιμήσεις των ερωτώμενων για τα τεχνολογικά έργα είναι σε εξαιρετικά υψηλό επίπεδο διότι το ποσοστό που συγκεντρώνουν οι 2 μεγαλύτερες βαθμίδες προτίμησης προσεγγίζει το 70% του δείγματος.
- Σε γενικές γραμμές οι ερωτώμενοι «συμφωνούν» ότι έχουν πολύ μεγάλες προτιμήσεις για τα τεχνολογικά έργα με ένα ποσοστό της τάξης του 25% να δείχνει χαμηλότερες προτιμήσεις για τα αντίστοιχα έργα.



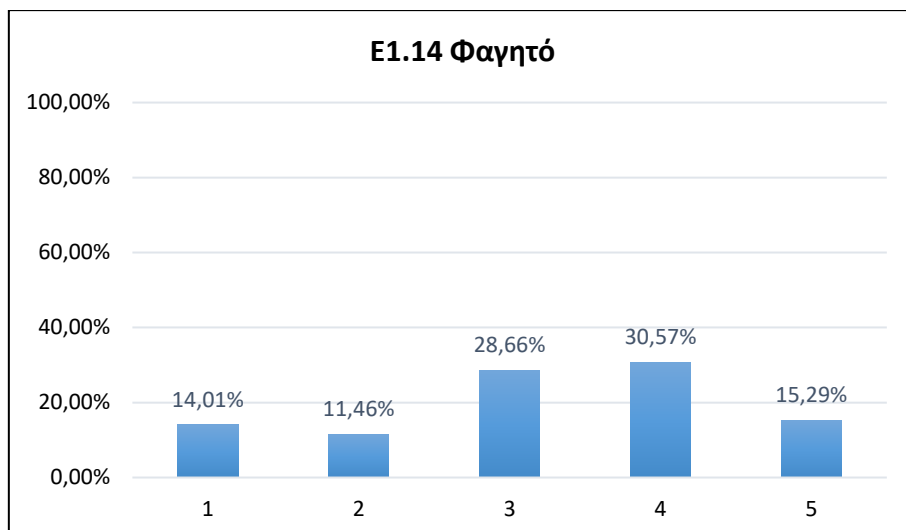
Διάγραμμα 20: E1.13 Τεχνολογία

E1.14 Φαγητό

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων έργων σχετικά με το φαγητό (βλέπε Διάγραμμα 21).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι ερωτώμενοι «συμφωνούν» ότι έχουν θετικές προτιμήσεις για να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο σχετικά με το φαγητό αφού το ποσοστό των δυο μεγαλύτερων βαθμίδων προτίμησης ξεπερνά το 45% και ένα ποσοστό της τάξης του 29% απάντησε «αρκετά».



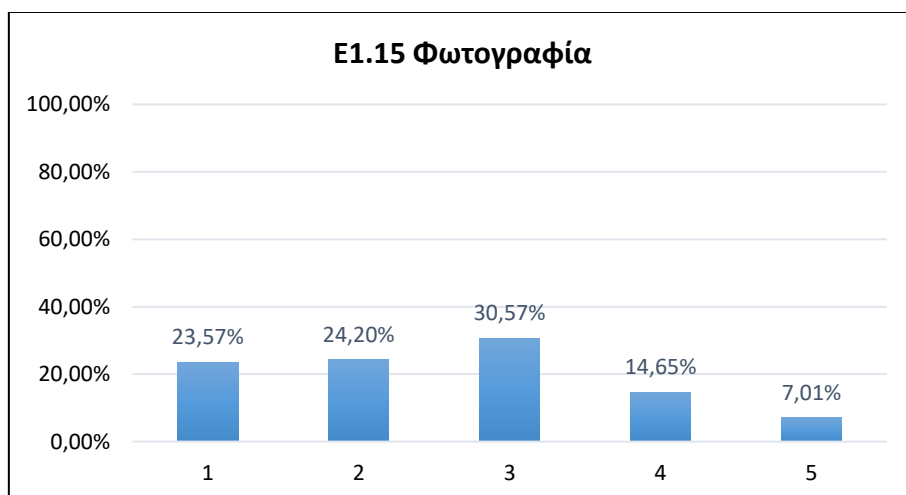
Διάγραμμα 21: E1.14 Φαγητό

E1.15 Φωτογραφία

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων έργων με θέμα τη φωτογραφία (βλέπε Διάγραμμα 22).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτώμενων της τάξης του 24% απάντησε ότι δεν τους ενδιαφέρουν καθόλου τα έργα φωτογραφίας.
- Το αρκετά μεγάλο ποσοστό 54,77% του δείγματος των ερωτώμενων δήλωσε ότι έχει σχετικά χαμηλές προτιμήσεις για τα έργα φωτογραφίας, ενώ το 21,66% απάντησε ότι έχει υψηλές προτιμήσεις για τα αντίστοιχα έργα.



Διάγραμμα 22: E1.15 Φωτογραφία

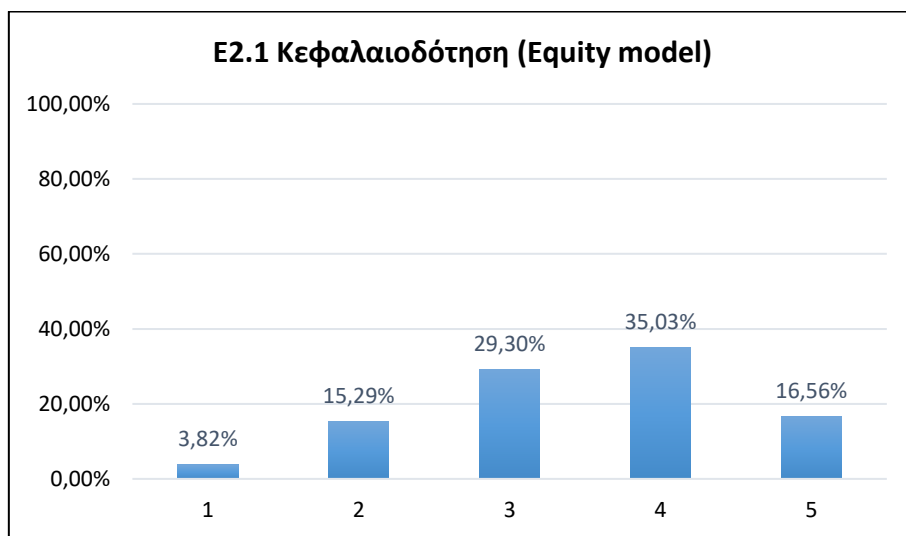


E2.1 Κεφαλαιοδότηση (Equity model)

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων χρηματοδότησης με τη μορφή της κεφαλαιοδότησης ή αλλιώς του επενδυτικού μοντέλου (βλέπε Διάγραμμα 23).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Έχουμε πολύ μικρό ποσοστό του δείγματος των ερωτώμενων που δεν ενδιαφέρεται καθόλου για να χρηματοδοτήσει με τη μορφή κεφαλαιοδότησης (μόλις 3,82%).
- Η προτιμήσεις των ερωτώμενων για χρηματοδότηση με τη μορφή της κεφαλαιοδότησης είναι σε σχετικά υψηλό επίπεδο διότι το ποσοστό που συγκεντρώνουν οι 2 μεγαλύτερες βαθμίδες προτίμησης προσεγγίζει το 52% του δείγματος.
- Σε γενικές γραμμές οι ερωτώμενοι «συμφωνούν» ότι έχουν μεγάλες προτιμήσεις για το επενδυτικό μοντέλο με ένα ποσοστό της τάξης του 45% να δείχνει χαμηλότερες προτιμήσεις για το αντίστοιχο μοντέλο.



Διάγραμμα 23: E2.1 Κεφαλαιοδότηση (Equity model)

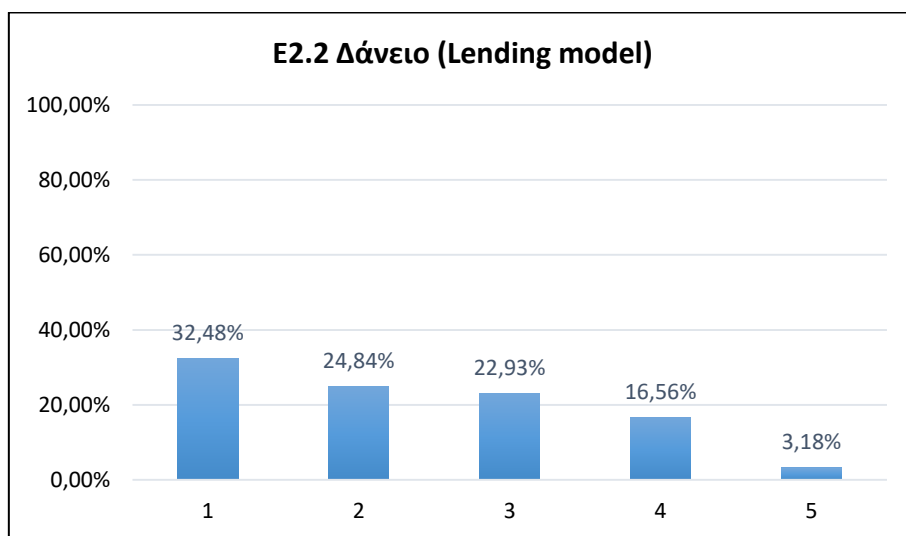
E2.2 Δάνειο (Lending model)

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων χρηματοδότησης με τη μορφή δανεισμού (βλέπε Διάγραμμα 24).



Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Ένα πολύ σημαντικό ποσοστό των ερωτώμενων της τάξης του 32% απάντησε ότι δεν τους ενδιαφέρει καθόλου να χρηματοδοτήσουν με τη μορφή δανειοδότησης.
- Το αρκετά μεγάλο ποσοστό 47,77% του δείγματος των ερωτώμενων δήλωσε ότι έχει σχετικά χαμηλές προτιμήσεις για το δανειακό μοντέλο, ενώ μόλις το 19,74% απάντησε ότι έχει υψηλές προτιμήσεις για το αντίστοιχο μοντέλο.



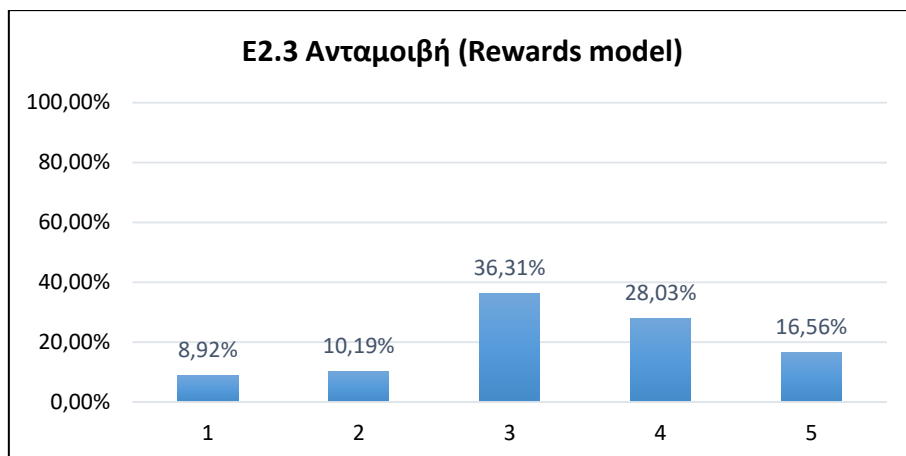
Διάγραμμα 24: E2.2 Δάνειο (Lending model)

E2.3 Ανταμοιβή (Rewards model)

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων χρηματοδότησης με αντάλλαγμα κάποια επιστροφή (βλέπε Διάγραμμα 25).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι ερωτώμενοι «συμφωνούν» ότι έχουν πολύ θετικές προτιμήσεις για να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με το μοντέλο της ανταμοιβής, αφού το ποσοστό των δυο μεγαλύτερων βαθμίδων προτίμησης ξεπερνά το 44% και ένα ποσοστό της τάξης του 36% απάντησε «αρκετά».



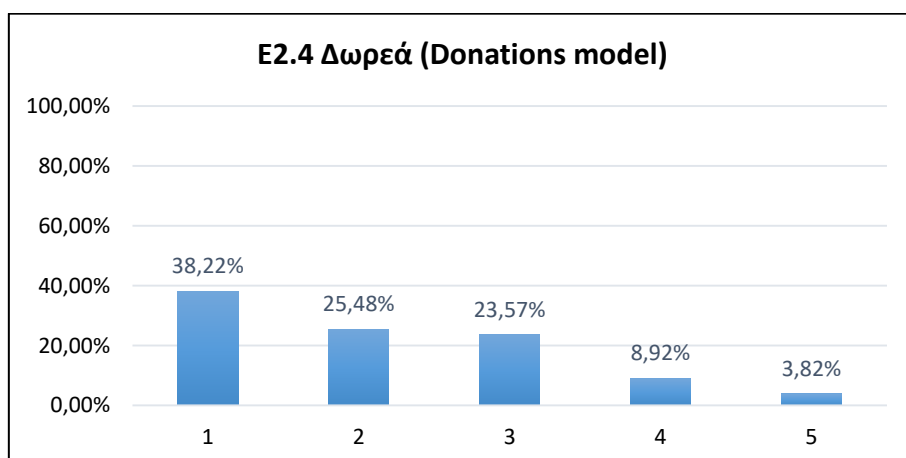
Διάγραμμα 25: E2.3 Ανταμοιβή (Rewards model)

E2.4 Δωρεά (Donations model)

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων χρηματοδότησης με τη μορφή δωρεάς (βλέπε Διάγραμμα 26).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των ερωτώμενων της τάξης του 38% απάντησε ότι δεν τους ενδιαφέρει καθόλου να χρηματοδοτήσουν με τη μορφή δωρεάς.
- Το 49,05% του δείγματος των ερωτώμενων έχει χαμηλές προτιμήσεις για το μοντέλο δωρεάς.
- Μόλις το 12,74% των ερωτώμενων δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το αντίστοιχο μοντέλο.



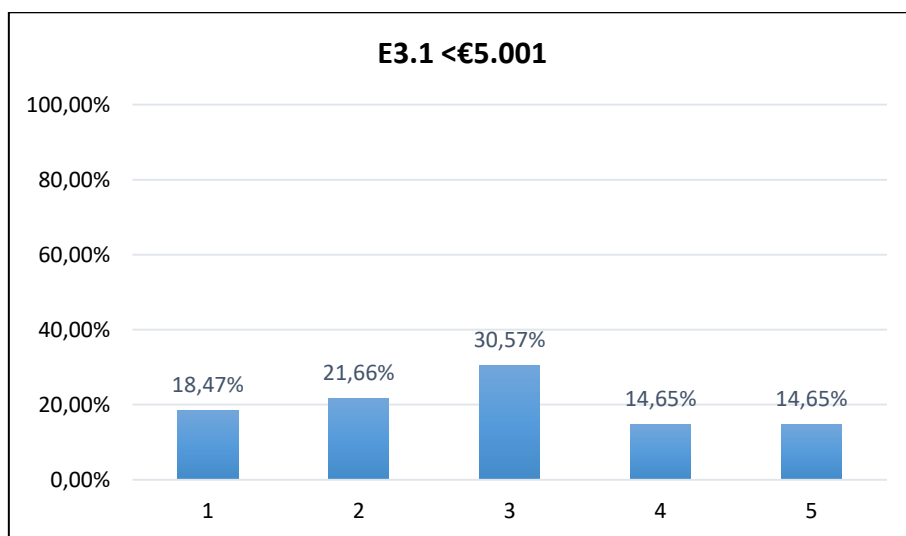
Διάγραμμα 26: E2.4 Δωρεά (Donations model)

**E3.1 <€5.001**

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων για έργα <€5.000 (βλέπε Διάγραμμα 27).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι απαντήσεις κατανέμονται σχεδόν ομοιόμορφα σε όλο το εύρος των προτιμήσεων, από τη χαμηλότερη έως την υψηλότερη που σημαίνει ότι οι προτιμήσεις για έργα μεγέθους <€5.001 ποικίλουν.
- Το 40,13% του δείγματος των ερωτώμενων δεν προτιμά έργα μεγέθους <€5.001 ή η προτίμησή τους είναι ελάχιστη.
- Ένα ποσοστό των ερωτώμενων της τάξης του 31% απάντησε ότι ενδιαφέρεται αρκετά για έργα <€5.001, ενώ το 29,3% απάντησε ότι έχει μεγάλο ενδιαφέρον για να χρηματοδοτήσει αντίστοιχα έργα.



Διάγραμμα 27: E3.1 <€5.001

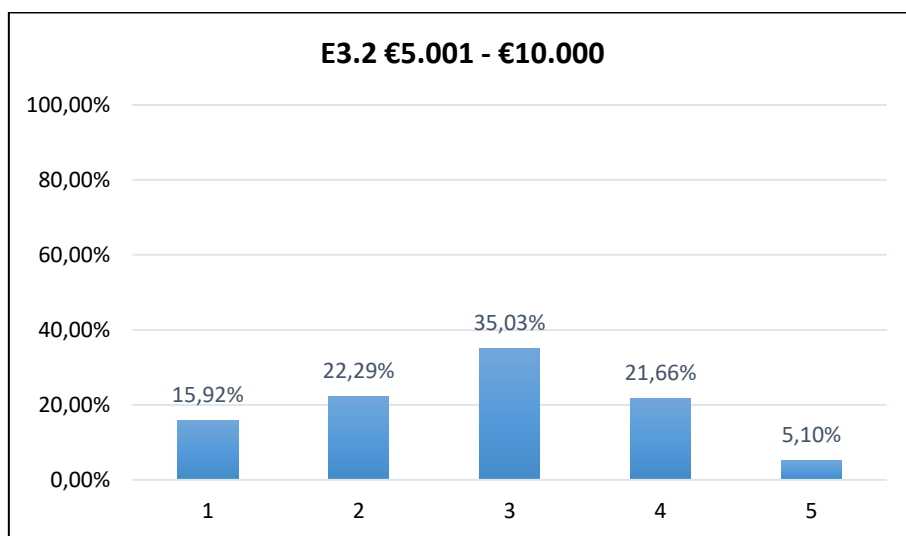
E3.2 €5.001 - €10.000

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων για έργα από €5.001 - €10.000 (βλέπε Διάγραμμα 28).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:



- Σημαντικό σημείο αποτελεί το γεγονός ότι το 38,21% του δείγματος των ερωτώμενων δεν προτιμά να χρηματοδοτήσει έργα μεγέθους από €5.001 έως €10.000 ή η προτίμησή τους είναι ελάχιστη ενώ ένα ποσοστό 26,76% έχει πολύ έως πάρα πολύ θετικές προτιμήσεις για αντίστοιχου μεγέθους έργα.
- Σε συνδυασμό με τα παραπάνω, το γεγονός ότι το 35,03% του δείγματος έχει απλά μια θετική στάση για να χρηματοδοτήσει έργα μεγέθους από €5.001 έως €10.000 καταδεικνύει ότι οι προτιμήσεις ποικίλουν.



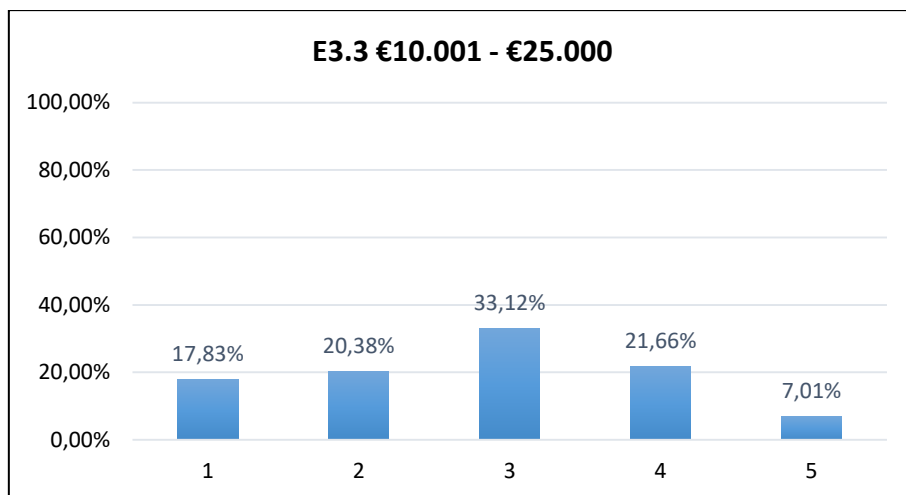
Διάγραμμα 28: E3.2 €5.001 - €10.000

E3.3 €10.001 - €25.000

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων για έργα από €10.001 - €25.000 (βλέπε Διάγραμμα 29).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σημαντικό σημείο αποτελεί το γεγονός ότι το 38,21% του δείγματος των ερωτώμενων δεν προτιμά να χρηματοδοτήσει έργα μεγέθους από €10.001 έως €25.000 ή η προτίμησή τους είναι ελάχιστη ενώ ένα ποσοστό 28,67% έχει πολύ έως πάρα πολύ θετικές προτιμήσεις για αντίστοιχου μεγέθους έργα.
- Σε συνδυασμό με τα παραπάνω, το γεγονός ότι το 33,12% του δείγματος έχει απλά μια θετική στάση για να χρηματοδοτήσει έργα μεγέθους από €10.001 έως €25.000 καταδεικνύει ότι οι προτιμήσεις ποικίλουν.



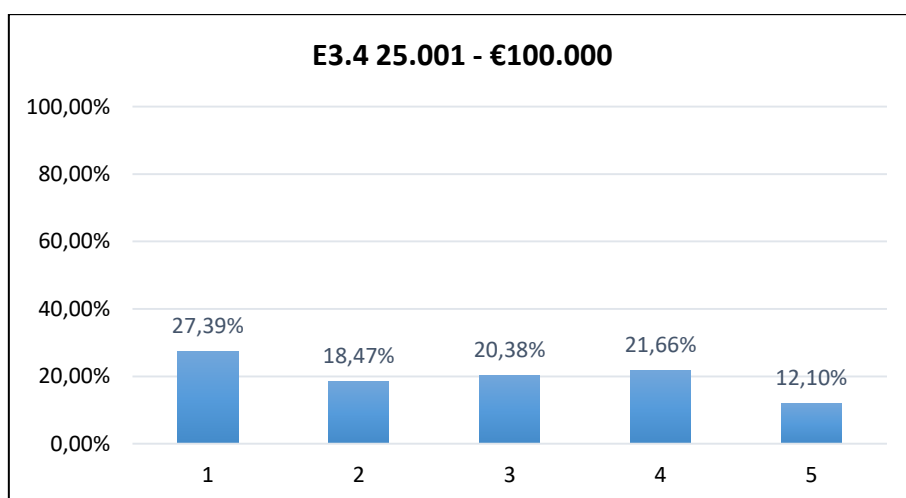
Διάγραμμα 29: E3.3 €10.001 - €25.000

E3.4 €25.001 - €100.000

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων για έργα από €25.001 - €100.000 (βλέπε Διάγραμμα 30).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτώμενων της τάξης του 27% απάντησε ότι δεν τους ενδιαφέρει καθόλου να χρηματοδοτήσουν έργα μεγέθους από €25.001 έως €100.000.
- Το 38,85% του δείγματος των ερωτώμενων έχει χαμηλές προτιμήσεις για έργα μεγέθους από €25.001 έως €100.000, ενώ το 33,76% των ερωτώμενων δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για έργα αντίστοιχου μεγέθους.



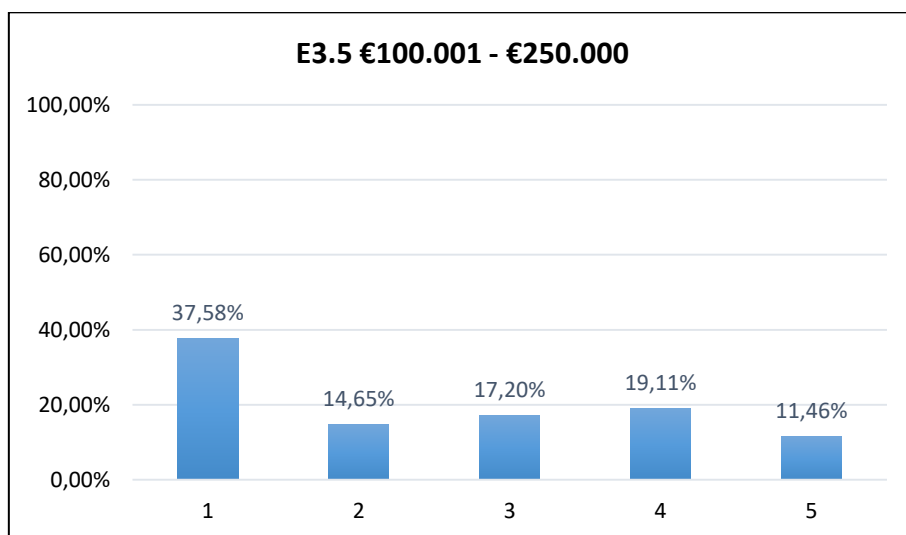
Διάγραμμα 30: E3.4 €25.001 - €100.000

**E3.5 €100.001 - €250.000**

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων για έργα από €100.001 - €250.000 (βλέπε Διάγραμμα 31).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των ερωτώμενων της τάξης του 38% απάντησε ότι δεν τους ενδιαφέρει καθόλου να χρηματοδοτήσουν έργα μεγέθους από €100.001 έως €250.000.
- Το 31,85% του δείγματος των ερωτώμενων έχει χαμηλές προτιμήσεις για έργα μεγέθους από €100.001 έως €250.000, ενώ το 30,57% των ερωτώμενων δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για έργα αντίστοιχου μεγέθους.



Διάγραμμα 31: E3.5 €100.001 - €250.000

E3.6 >€250.000

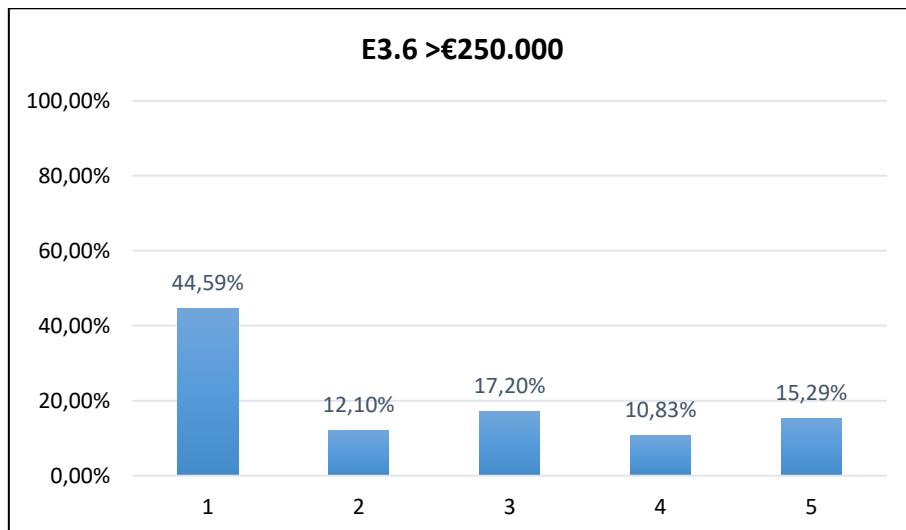
Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων για έργα >€250.000 (βλέπε Διάγραμμα 32).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σχεδόν οι μισοί ερωτώμενοι (44,59%) απάντησαν ότι δεν τους ενδιαφέρει καθόλου να χρηματοδοτήσουν έργα μεγέθους >€250.000.



- Το 29,3% του δείγματος των ερωτώμενων έχει χαμηλές προτιμήσεις για έργα μεγέθους >€250.000, ενώ το 26,12% των ερωτώμενων δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για έργα αντίστοιχου μεγέθους.



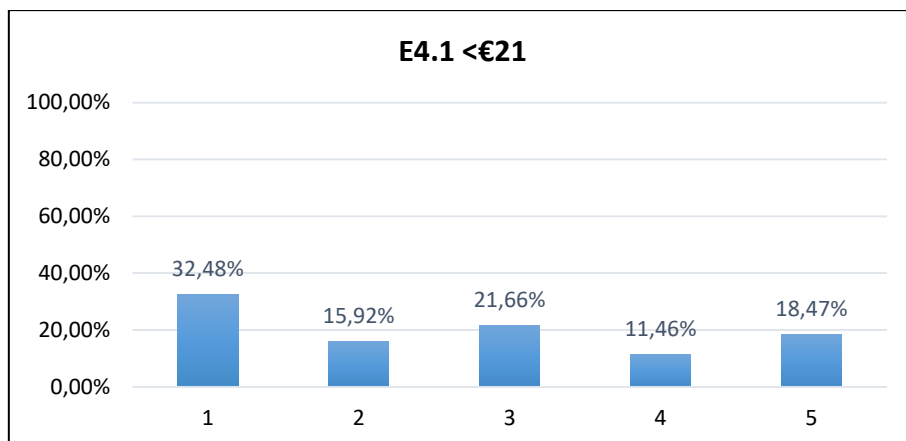
Διάγραμμα 32: E3.6 >€250.000

E4.1 <€21

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων χρηματοδότησης με <€21 (βλέπε Διάγραμμα 33).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτώμενων της τάξης του 32% απάντησε ότι δεν τους ενδιαφέρει καθόλου να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ποσό <€21.
- Το 37,58% του δείγματος των ερωτώμενων έχει χαμηλές προτιμήσεις για να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο με ποσό <€21, ενώ το 29,93% των ερωτώμενων δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο με αντίστοιχο ποσό.



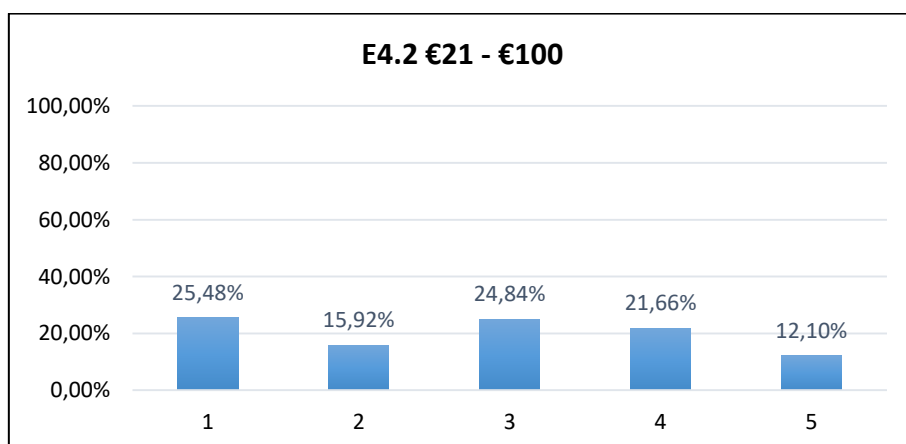
Διάγραμμα 33: E4.1 <€21

E4.2 €21 - €100

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων χρηματοδότησης από €21 - €100 (βλέπε Διάγραμμα 34).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σημαντικό σημείο αποτελεί το γεγονός ότι το 41,4% του δείγματος των ερωτώμενων δεν προτιμά να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο με ποσό από €21 έως €100 ή η προτίμησή τους είναι ελάχιστη ενώ ένα ποσοστό 33,76% έχει πολύ έως πάρα πολύ θετικές προτιμήσεις για να χρηματοδοτήσει με αντίστοιχο ύψος χρημάτων.
- Σε συνδυασμό με τα παραπάνω, το γεγονός ότι το 24,84% του δείγματος έχει απλά μια θετική στάση για να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο με ποσό από €21 έως €100 καταδεικνύει ότι οι προτιμήσεις ποικίλουν.



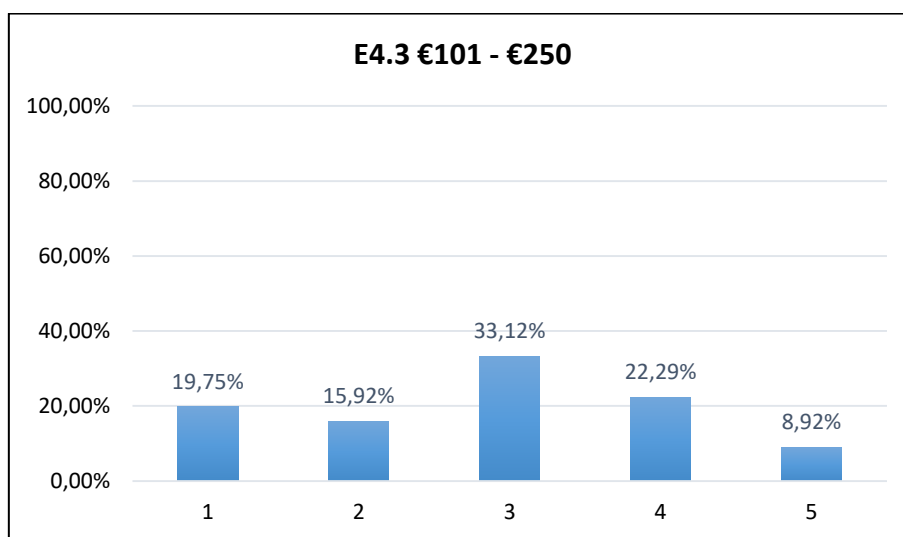
Διάγραμμα 34: E4.2 €21 - €100

**E4.3 €101 - €250**

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων χρηματοδότησης από €101 - €250 (βλέπε Διάγραμμα 35).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Ένα ποσοστό των ερωτώμενων της τάξης του 20% απάντησε ότι δεν τους ενδιαφέρει καθόλου να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο με ποσό από €101 έως €250.
- Το αρκετά μεγάλο ποσοστό 49,04% του δείγματος των ερωτώμενων δήλωσε ότι έχει σχετικά χαμηλές προτιμήσεις για να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο με ποσό από €101 έως €250, ενώ το 31,21% απάντησε ότι έχει υψηλές προτιμήσεις για να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο με αντίστοιχο ύψος χρηματοδότησης.



Διάγραμμα 35: E4.3 €101 - €250

E4.4 €251 - €1.000

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων χρηματοδότησης από €251 - €1.000 (βλέπε Διάγραμμα 36).

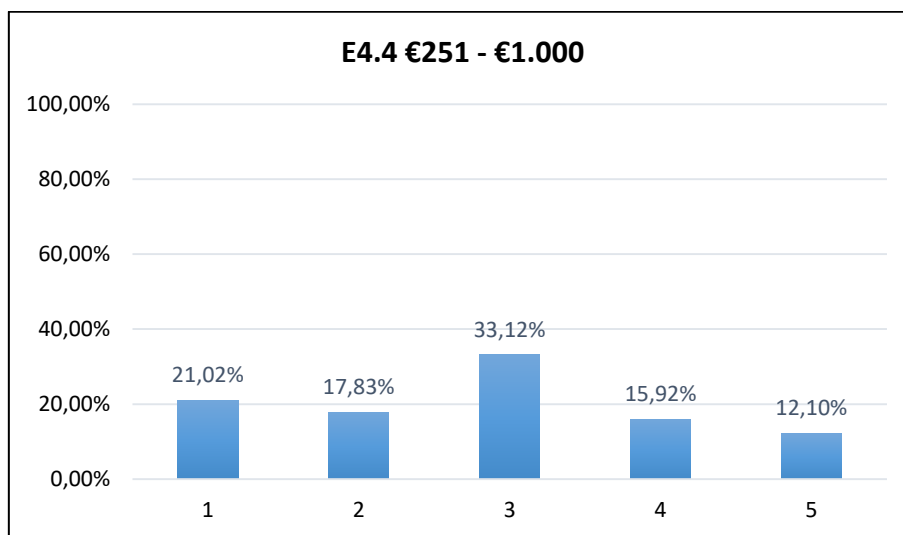
Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σημαντικό σημείο αποτελεί το γεγονός ότι το 38,85% του δείγματος των ερωτώμενων δεν προτιμά να χρηματοδοτήσει έργα με ποσό από €251 έως €1.000 ή η προτίμησή τους



είναι ελάχιστη, ενώ ένα ποσοστό 28,02% έχει πολύ έως πάρα πολύ θετικές προτιμήσεις για να χρηματοδοτήσει με αντίστοιχο ύψος χρημάτων.

- Σε συνδυασμό με τα παραπάνω, το γεγονός ότι το 33,12% του δείγματος έχει απλά μια θετική στάση για να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο με ποσό από €251 έως €1.000 καταδεικνύει ότι οι προτιμήσεις ποικίλουν.



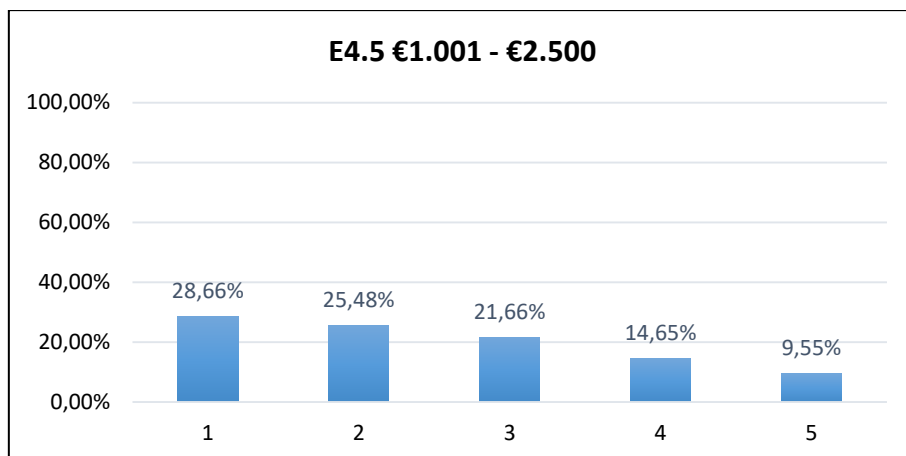
Διάγραμμα 36: E4.4 €251 - €1.000

E4.5 €1.001 - €2.500

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων χρηματοδότησης από €1.001 - €2.500 (βλέπε Διάγραμμα 37).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτώμενων της τάξης του 29% απάντησε ότι δεν τους ενδιαφέρει καθόλου να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ποσό από €1.001 έως €2.500.
- Το 47,14% του δείγματος των ερωτώμενων έχει χαμηλές προτιμήσεις για να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο με ποσό από €1.001 έως €2.500, ενώ το 24,2% των ερωτώμενων δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο με αντίστοιχο ύψος χρηματοδότησης.



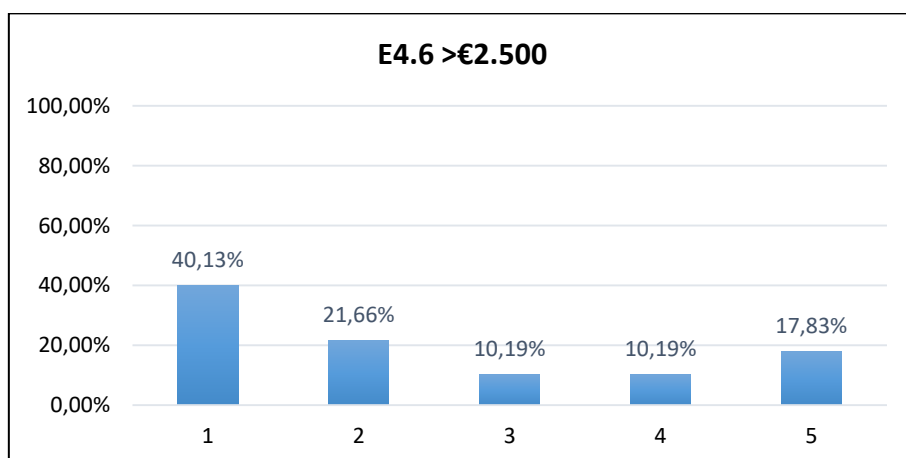
Διάγραμμα 37: E4.5 €1.001 - €2.500

E4.6 >€2.500

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των προτιμήσεων χρηματοδότησης με >€2.500 (βλέπε Διάγραμμα 38).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Ένα πολύ μεγάλο μέρος των ερωτώμενων (40,13%) απάντησε ότι δεν τους ενδιαφέρει καθόλου να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ποσό >€2.500.
- Το 31,85% του δείγματος των ερωτώμενων έχει χαμηλές προτιμήσεις για να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο με ποσό >€2.500, ενώ το 28,02% των ερωτώμενων δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο με αντίστοιχο ύψος χρηματοδότησης.



Διάγραμμα 38: E4.6 >€2.500



E5.1 Θα συστήνατε σε κάποιον να χρηματοδοτήσει ένα project μέσω crowdfunding;

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης της ερώτησης E5.1 (βλέπε Διάγραμμα 39).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι απαντήσεις κατανέμονται σε όλο το εύρος της κλίμακας απαντήσεων που σημαίνει ότι οι επιλογές ποικίλουν και συνεπώς η πιθανότητα σύστασης χρηματοδότησης ενός έργου μέσω συμμετοχικής χρηματοδότησης συνδυάζεται με μια δόση επιφυλακτικότητας από σημαντικό μέρος των ερωτώμενων.
- Ένα πολύ μικρό ποσοστό (0,64%) ανέφερε ότι σίγουρα δε θα σύστηνε σε κάποιον «φίλο» να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο μέσω συμμετοχικής χρηματοδότησης αλλά ανταποκρίνεται σε μικρό δείγμα ερωτώμενων (μόλις 1 άτομο) και συνεπώς η γνώμη του δεν θα μπορούσε να κριθεί στατιστικά σημαντική.
- Σε γενικές γραμμές το αν θα επέλεγε ένας υποψήφιος χρηματοδότης να συστήσει στο οικείο περιβάλλον του να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο μέσω συμμετοχικής χρηματοδότησης χαρακτηρίζεται με βάση τις απαντήσεις των ερωτώμενων ως μια πιθανή σκέψη αφού το ποσοστό που συγκεντρώνουν οι 2 μεγαλύτερες βαθμολογίες ξεπερνάει το 57%.



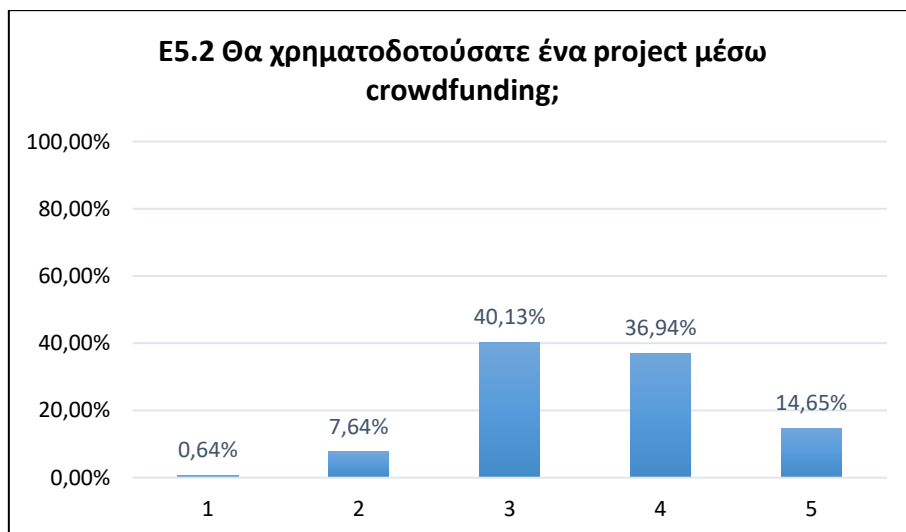
Διάγραμμα 39: E5.1 Θα συστήνατε σε κάποιον να χρηματοδοτήσει ένα project μέσω crowdfunding;

**E5.2 Θα χρηματοδοτούσατε ένα project μέσω crowdfunding;**

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης της ερώτησης E5.2 (βλέπε Διάγραμμα 40).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι απαντήσεις κατανέμονται σε όλο το εύρος της κλίμακας απαντήσεων που σημαίνει ότι οι επιλογές ποικίλουν και συνεπώς η πιθανότητα χρηματοδότησης ενός έργου μέσω συμμετοχικής χρηματοδότησης συνδυάζεται με μια δόση επιφυλακτικότητας από σημαντικό μέρος των ερωτώμενων.
- Ένα πολύ μικρό ποσοστό (0,64%) ανέφερε ότι σίγουρα δε θα χρηματοδοτούσε κάποιο έργο μέσω συμμετοχικής χρηματοδότησης αλλά ανταποκρίνεται σε μικρό δείγμα ερωτώμενων (μόλις 1 άτομο) και συνεπώς η γνώμη του δεν θα μπορούσε να κριθεί στατιστικά σημαντική.
- Σε γενικές γραμμές το αν θα επέλεγε ένας υποψήφιος χρηματοδότης να χρηματοδοτήσει κάποιο έργο μέσω συμμετοχικής χρηματοδότησης χαρακτηρίζεται με βάση τις απαντήσεις των ερωτώμενων ως μια πιθανή σκέψη αφού το ποσοστό που συγκεντρώνουν οι 2 μεγαλύτερες βαθμολογίες ξεπερνάει το 51%.



Διάγραμμα 40: E5.2 Θα χρηματοδοτούσατε ένα project μέσω crowdfunding;

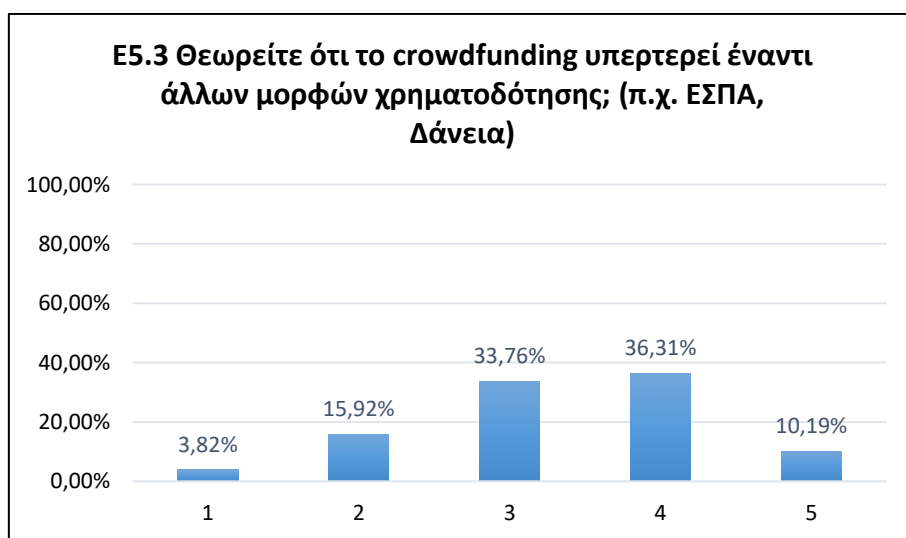


E5.3 Θεωρείτε ότι το crowdfunding υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης; (π.χ. ΕΣΠΑ, Δάνεια)

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης της ερώτησης E5.3 (βλέπε Διάγραμμα 41).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι απαντήσεις κατανέμονται σχεδόν σε όλο το εύρος της κλίμακας απαντήσεων, που σημαίνει ότι οι απόψεις ποικίλουν και συνεπώς η άποψη για το αν η συμμετοχική χρηματοδότηση υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης συνδυάζεται με μια δόση επιφυλακτικότητας από σημαντικό μέρος των ερωτώμενων.
- Ένα μικρό ποσοστό (3,82%) πιστεύει ότι η συμμετοχική χρηματοδότηση σίγουρα δεν υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης.
- Σε γενικές γραμμές η άποψη για το αν η συμμετοχική χρηματοδότηση υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης χαρακτηρίζεται με βάση τις απαντήσεις των ερωτώμενων ως ένα αρκετά πιθανό ενδεχόμενο, συγκεντρώνοντας ένα ποσοστό απαντήσεων της τάξης του 47% στις 2 θετικότερες επιλογές απαντήσεων.



Διάγραμμα 41: E5.3 Θεωρείτε ότι το crowdfunding υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης; (π.χ. ΕΣΠΑ, Δάνεια)

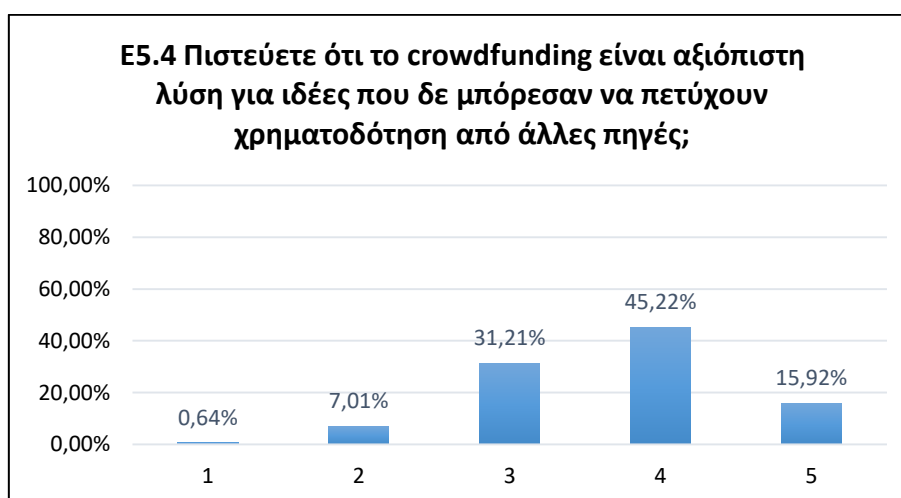


E5.4 Πιστεύετε ότι το crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές;

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης της ερώτησης E5.4 (βλέπε Διάγραμμα 42).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι απαντήσεις κατανέμονται σε όλο το εύρος της κλίμακας απαντήσεων που σημαίνει ότι οι απόψεις ποικίλουν και συνεπώς η άποψη για το αν η συμμετοχική χρηματοδότηση είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές συνδυάζεται με μια δόση επιφυλακτικότητας από σημαντικό μέρος των ερωτώμενων.
- Ένα πολύ μικρό ποσοστό (0,64%) ανέφερε ότι σίγουρα η συμμετοχική χρηματοδότηση δεν είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές αλλά ανταποκρίνεται σε μικρό δείγμα ερωτώμενων (μόλις 1 άτομο) και συνεπώς η γνώμη του δεν θα μπορούσε να κριθεί στατιστικά σημαντική.
- Σε γενικές γραμμές η άποψη για το αν η συμμετοχική χρηματοδότηση είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές χαρακτηρίζεται με βάση τις απαντήσεις των ερωτώμενων ως ένα πολύ πιθανό ενδεχόμενο, αφού το ποσοστό που συγκεντρώνουν οι 2 μεγαλύτερες βαθμολογίες ξεπερνάει το 61%.



Διάγραμμα 42: E5.4 Πιστεύετε ότι το crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές;



4.3 Αναλύσεις ανά Φύλο

4.3.1 Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Φύλο

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης όσον αφορά τον αριθμό των ερωτηματολογίων ανά φύλο (βλέπε Διάγραμμα 43).

Εδώ βλέπουμε ότι το ποσοστό των ανδρών στο δείγμα μας είναι λίγο μεγαλύτερο από αυτό των γυναικών, και συμπεραίνουμε ότι η γνώμη τους επηρεάζει οριακά σε μεγαλύτερο βαθμό τα αποτελέσματα.



Διάγραμμα 43: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Φύλο

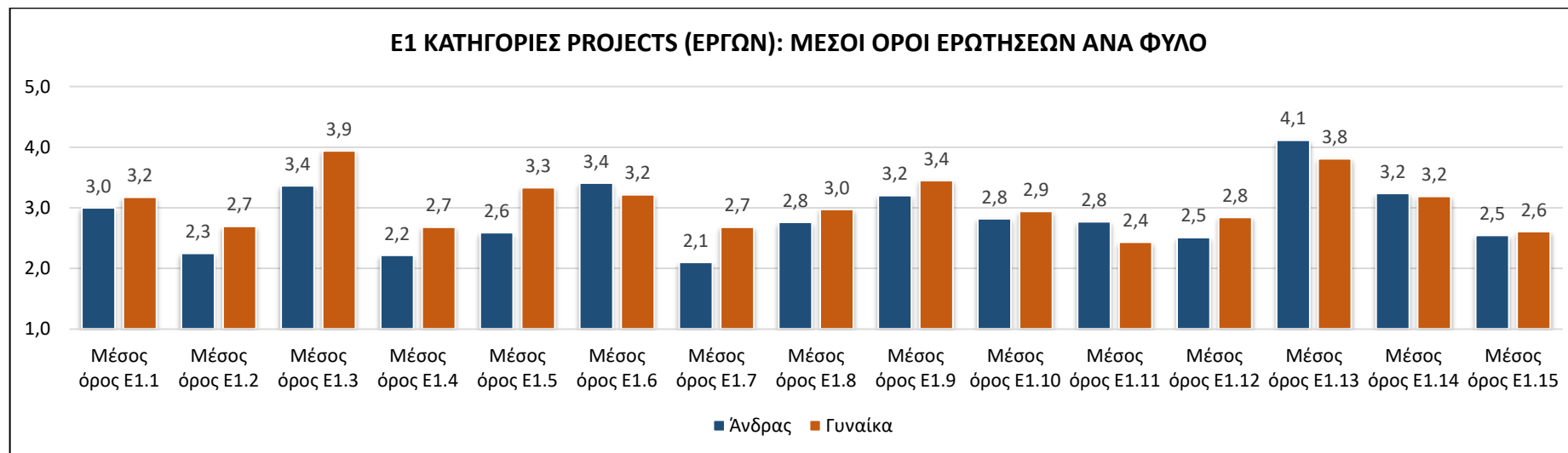


4.3.2 E1 Κατηγορίες Projects (Εργων): Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά φύλο για τα είδη των έργων (βλέπε Διάγραμμα 44).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σε γενικές γραμμές οι προτιμήσεις των γυναικών είναι υψηλότερες από αυτές των ανδρών, χωρίς ωστόσο να εντοπίζονται σημαντικές διαφορές. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι όσον αφορά τα είδη των έργων οι γυναίκες δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον.
- Μόνο στις ερωτήσεις E1.6 Μεταποίηση, E1.11 Ταινία & Βίντεο και E1.13 Τεχνολογία, οι γυναίκες έχουν χαμηλότερες προτιμήσεις για τα συγκεκριμένα είδη έργων.
- Οι άνδρες έχουν μεγαλύτερη προτίμηση για τα τεχνολογικά έργα, ενώ οι γυναίκες για τα εκπαιδευτικά.



Διάγραμμα 44: E1 Κατηγορίες Projects (Εργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

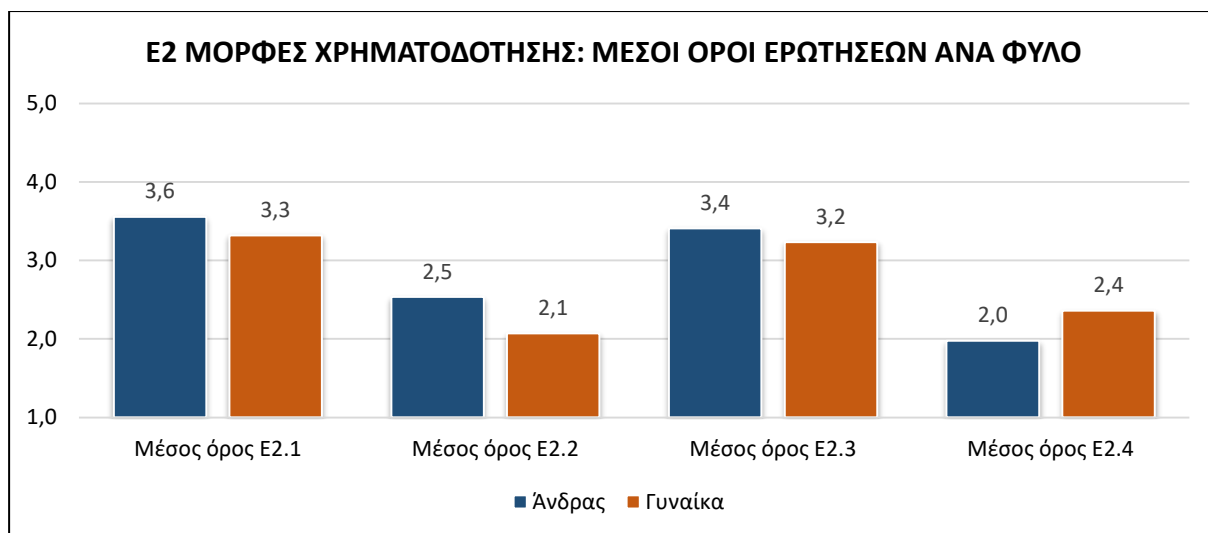


4.3.3 E2 Μορφές Χρηματοδότησης: Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά φύλο, σχετικά με τις μορφές χρηματοδότησης (βλέπε Διάγραμμα 45).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σε γενικές γραμμές σχετικά με τις προτιμήσεις των ανδρών και των γυναικών για τις μορφές χρηματοδότησης, φαίνεται ξεκάθαρα ότι το επενδυτικό μοντέλο παρουσιάζει τη μεγαλύτερη ελκυστικότητα και στα δύο φύλα.
- Τη δεύτερη θέση στις προτιμήσεις και των δύο φύλων αντίστοιχα, λαμβάνει η χρηματοδότηση με τη μορφή της ανταμοιβής με οριακά χαμηλότερες προτιμήσεις.
- Οι άνδρες δείχνουν τη μικρότερη προτίμησή τους στη μορφή της δωρεάς, ενώ οι γυναίκες στο δανειακό μοντέλο.



Διάγραμμα 45: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

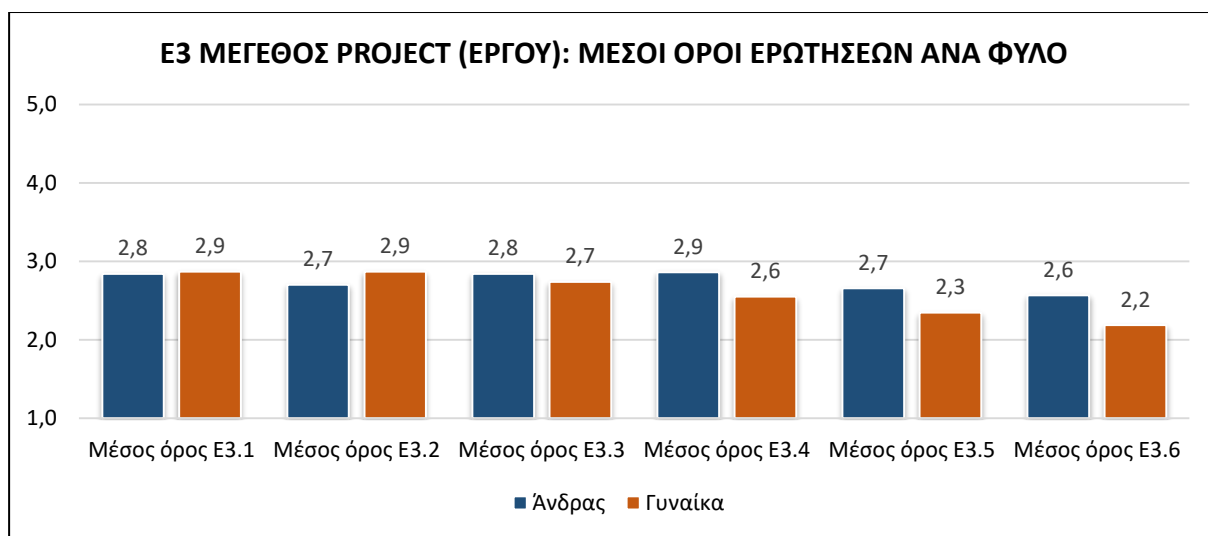
4.3.4 E3 Μέγεθος Project (Έργου): Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά φύλο, για τα μεγέθη των έργων (βλέπε Διάγραμμα 46).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:



- Οι άνδρες προτιμούν να χρηματοδοτήσουν περισσότερο, έργα μεγέθους από €25.001 έως €100.000, ενώ οι γυναίκες δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση για να χρηματοδοτήσουν έργα μεγέθους έως €10.000.
- Τις χαμηλότερες προτιμήσεις για χρηματοδότηση, στους άνδρες αλλά και στις γυναίκες, λαμβάνουν έργα των οποίων το μέγεθος ξεπερνά τις €250.000.



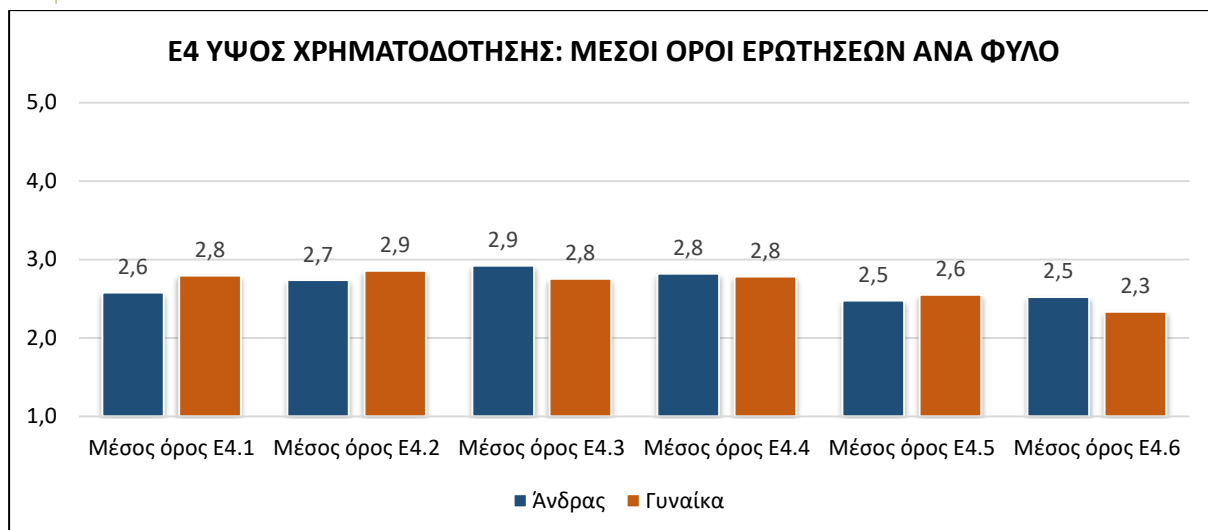
Διάγραμμα 46: E3 Μέγεθος Project (Εργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

4.3.5 E4 Ύψος Χρηματοδότησης: Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά φύλο, όσον αφορά το ύψος της χρηματοδότησης (βλέπε Διάγραμμα 47).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι άνδρες προτιμούν περισσότερο να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ένα ποσό ύψους από €101 έως €250, ενώ οι γυναίκες δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση για να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ένα ποσό ύψους από €21 έως €100.
- Οι απαντήσεις των ανδρών όσον αφορά τις προτιμήσεις χρηματοδότησης κάποιου έργου με ποσό από €1.001 έως €2.500 αλλά και μεγαλύτερο από €2.500 συγκεντρώνουν τη χαμηλότερη βαθμολογία, ενώ οι γυναίκες προτιμούν λιγότερο να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ποσό ύψους μεγαλύτερο των €2.500.



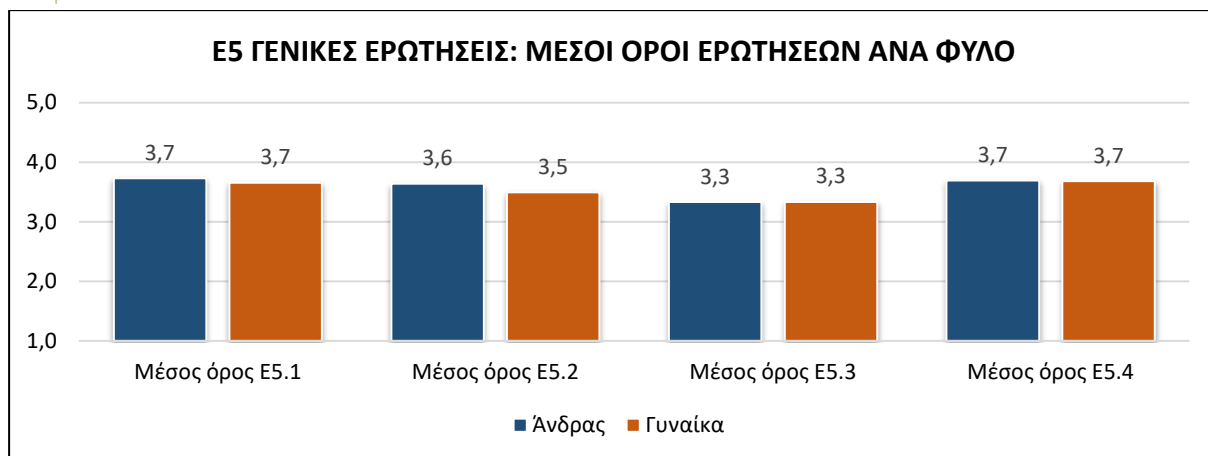
Διάγραμμα 47: E4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

4.3.6 E5 Γενικές Ερωτήσεις: Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των απαντήσεων ανά φύλο, με βάση τις ερωτήσεις γενικού περιεχομένου (βλέπε Διάγραμμα 48).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σε γενικές γραμμές και τα δύο φύλα έχουν τις ίδιες και αρκετά καλές προθέσεις και απόψεις.
- Συγκεκριμένα οι ερωτήσεις E5.1 «Θα συστήνατε σε κάποιον να χρηματοδοτήσει ένα project μέσω crowdfunding;», E5.2 «Θα χρηματοδοτούσατε ένα project μέσω crowdfunding;», E5.3 «Θεωρείτε ότι το crowdfunding υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης; (π.χ. ΕΣΠΑ, Δάνεια)» και E5.4 «Πιστεύετε ότι το crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές;», δηλαδή η πρόθεση για σύσταση και χρηματοδότηση, αλλά και η αξιολόγηση και η αντίληψη για την αξιοπιστία της συμμετοχικής χρηματοδότησης αντίστοιχα, λαμβάνουν αρκετά θετικές έως υψηλές βαθμολογίες και στα δύο φύλα.



Διάγραμμα 48: E5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

4.4 Αναλύσεις ανά Ηλικία

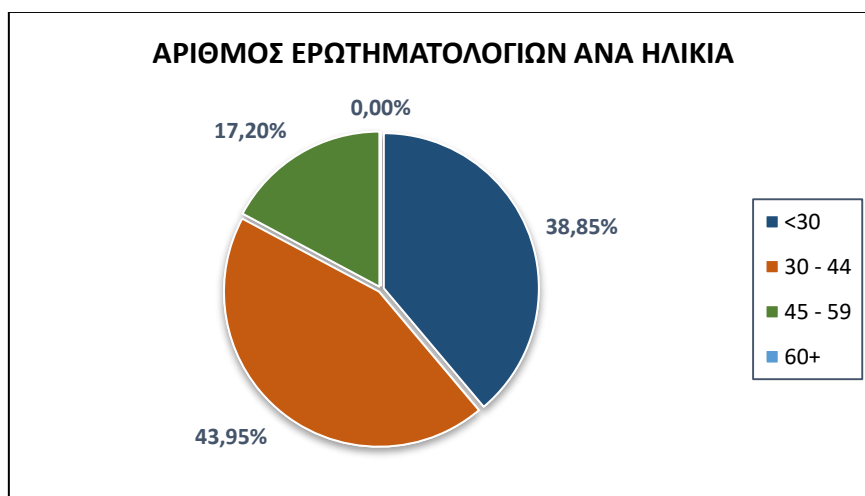
4.4.1 Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Ηλικία

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης όσον αφορά τον αριθμό των ερωτηματολογίων ανά ηλικία (βλέπε Διάγραμμα 49).

Εδώ είναι εμφανές ότι τα ποσοστά των ηλικιακών κατηγοριών <30 και 30-44 στο δείγμα μας είναι τα μεγαλύτερα, και συμπεραίνουμε ότι η γνώμη τους επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τα αποτελέσματα της έρευνας.

Σε αντίθεση με τις παραπάνω ηλικίες οι 45-59 κατέχουν μικρό ποσοστό επί του συνολικού δείγματος και συνεπώς η γνώμη τους επηρεάζει σε μικρότερο βαθμό την έρευνα.

Δεν υπάρχουν καθόλου απαντήσεις από ηλικίες 60+.



Διάγραμμα 49: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Ηλικία

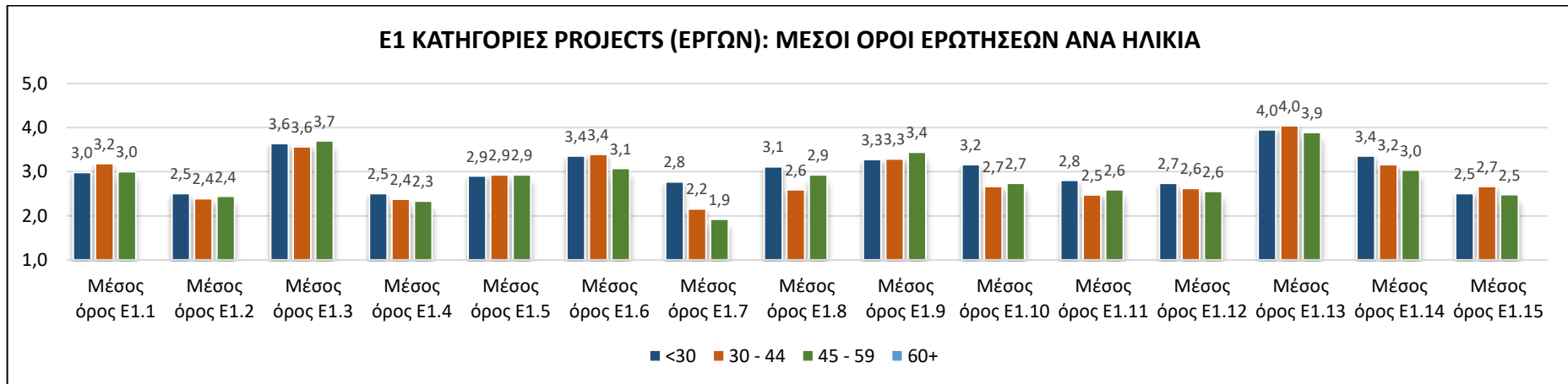


4.4.2 E1 Κατηγορίες Projects (Εργων): Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά κατηγορία ηλικίας για τα είδη των έργων (βλέπε Διάγραμμα 50).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σε γενικές γραμμές τα τεχνολογικά έργα συγκεντρώνουν τις υψηλότερες προτιμήσεις όλων κατηγοριών ηλικίας, με δεύτερα σε προτιμήσεις να ακολουθούν τα εκπαιδευτικά έργα.
- Οι ηλικίες <30 έχουν τις μικρότερες προτιμήσεις για έργα βιβλίου, εκδόσεων & δημοσιογραφίας, θεατρικά έργα και έργα σχετικά με τη φωτογραφία, ενώ οι ηλικίες 30 – 44 δείχνουν μικρότερη προτίμηση για τα έργα μόδας.
- Οι ηλικίες 45 – 59 έχουν τις χαμηλότερες προτιμήσεις για έργα σχετικά με τη μόδα, ωστόσο, το δείγμα αυτής της κατηγορίας ηλικιών είναι πολύ μικρό με αποτέλεσμα να τίθεται θέμα αξιοπιστίας των όποιων συμπερασμάτων.



Διάγραμμα 50: E1 Κατηγορίες Projects (Εργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

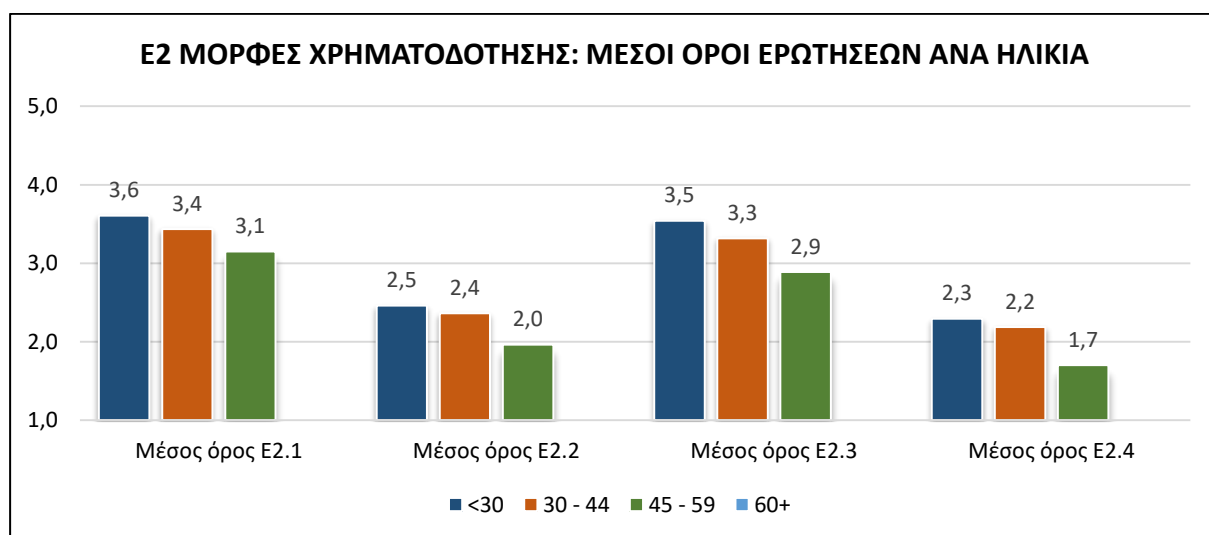


4.4.3 E2 Μορφές Χρηματοδότησης: Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά κατηγορία ηλικίας, σχετικά με τις μορφές χρηματοδότησης (βλέπε Διάγραμμα 51).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σε γενικές γραμμές σχετικά με τις προτιμήσεις όλων των κατηγοριών ηλικίας για τις μορφές χρηματοδότησης, φαίνεται ξεκάθαρα ότι το επενδυτικό μοντέλο παρουσιάζει τη μεγαλύτερη ελκυστικότητα.
- Τη δεύτερη θέση στις προτιμήσεις όλων των κατηγοριών ηλικίας και πάλι, λαμβάνει η χρηματοδότηση με τη μορφή της ανταμοιβής με οριακά χαμηλότερες προτιμήσεις.
- Όλες οι ηλικίες δείχνουν τη μικρότερη προτίμησή τους στη μορφή της δωρεάς.



Διάγραμμα 51: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

4.4.4 E3 Μέγεθος Project (Έργου): Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά κατηγορία ηλικίας, για τα μεγέθη των έργων (βλέπε Διάγραμμα 52).

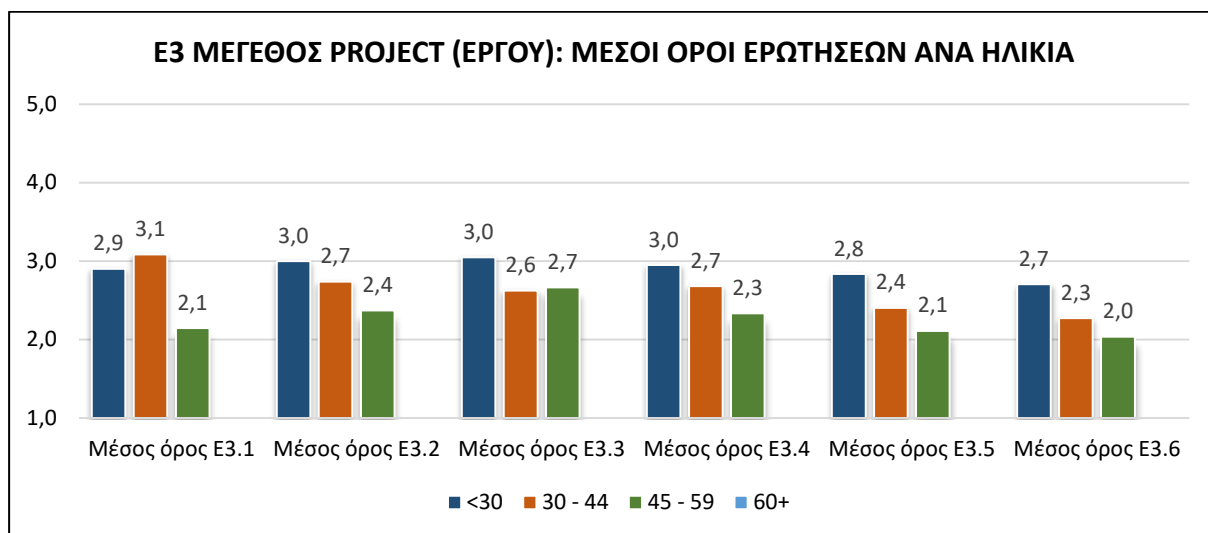
Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι ηλικίες <30 φαίνεται να προτιμούν να χρηματοδοτήσουν περισσότερο, έργα μεγέθους από €5.001 έως €100.000, ενώ οι ηλικίες 30 – 44 δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση για να χρηματοδοτήσουν έργα μεγέθους έως €5.000, και οι ηλικίες 45 – 59



έργα μεγέθους από €10.000 έως €25.001, ωστόσο το δείγμα αυτής της κατηγορίας ηλικιών είναι πολύ μικρό με αποτέλεσμα να τίθεται θέμα αξιοπιστίας των όποιων συμπερασμάτων.

- Τις χαμηλότερες προτιμήσεις για χρηματοδότηση σε όλες τις ηλικιακές κατηγορίες, λαμβάνουν έργα των οποίων το μέγεθος ξεπερνά τις €250.000.



Διάγραμμα 52: E3 Μέγεθος Project (Εργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

4.4.5 E4 Ύψος Χρηματοδότησης: Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

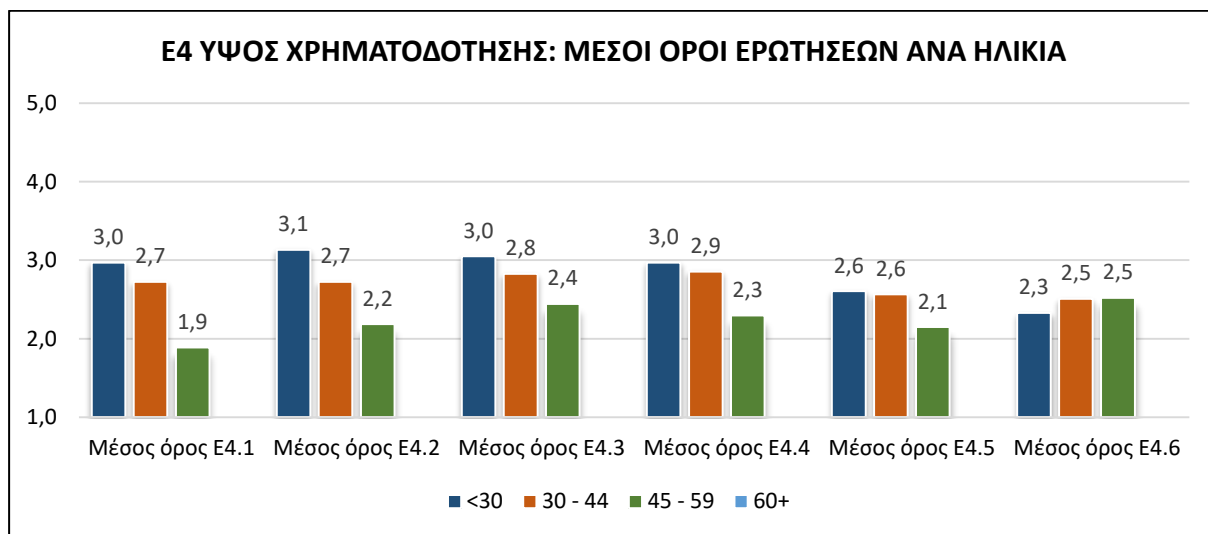
Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά κατηγορία ηλικίας, όσον αφορά το ύψος της χρηματοδότησης (βλέπε Διάγραμμα 53).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι ηλικίες <30 προτιμούν περισσότερο να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ένα ποσό ύψους από €21 έως €100, ενώ οι ηλικίες 30 – 44 δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση για να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ένα ποσό ύψους από €251 έως €1.000, και ηλικίες 45 – 59 με ποσό ύψους μεγαλύτερο από €2.500, ωστόσο το δείγμα αυτής της κατηγορίας ηλικιών είναι πολύ μικρό με αποτέλεσμα να τίθεται θέμα αξιοπιστίας των όποιων συμπερασμάτων.
- Οι απαντήσεις των ηλικιών <30 και 30 – 44 όσον αφορά τις προτιμήσεις χρηματοδότησης κάποιου έργου με ποσό μεγαλύτερο από €2.500 συγκεντρώνουν τη



χαμηλότερη βαθμολογία, ενώ οι ηλικίες 30 – 44 προτιμούν λιγότερο να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ποσό ύψους μικρότερο από €21.



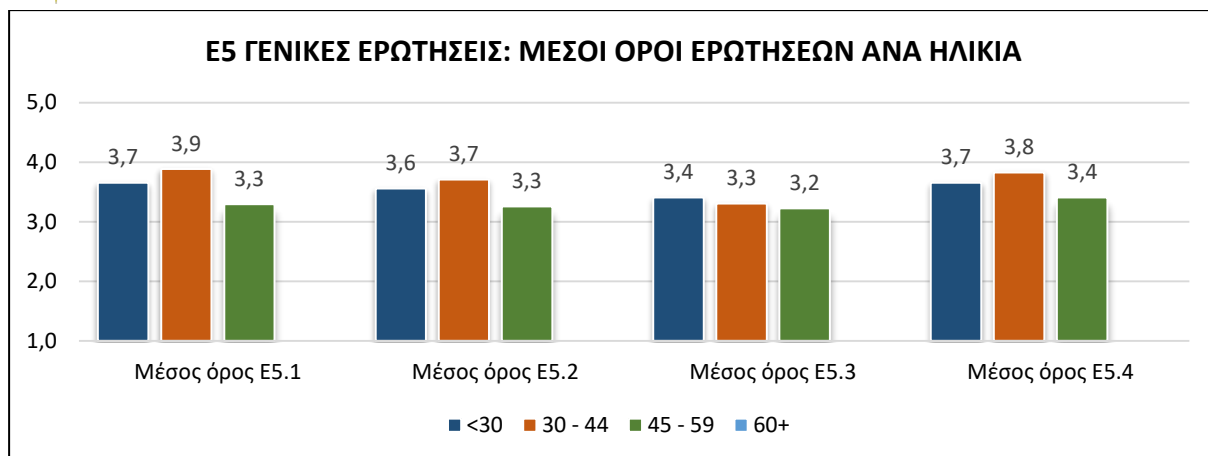
Διάγραμμα 53: E4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

4.4.6 E5 Γενικές Ερωτήσεις: Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των απαντήσεων ανά κατηγορία ηλικίας, με βάση τις ερωτήσεις γενικού περιεχομένου (βλέπε Διάγραμμα 54).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σε γενικές γραμμές οι κατηγορίες ηλικιών <30 και 30 – 44 έχουν περίπου τις ίδιες και αρκετά καλές προθέσεις και απόψεις, ενώ η ηλικίες 45 -59 έχουν οριακά λιγότερο καλές προθέσεις και απόψεις, ωστόσο το δείγμα αυτής της κατηγορίας ηλικιών είναι πολύ μικρό με αποτέλεσμα να τίθεται θέμα αξιοπιστίας των όποιων συμπερασμάτων.
- Συγκεκριμένα οι ερωτήσεις E5.1 «Θα συστήνατε σε κάποιον να χρηματοδοτήσει ένα project μέσω crowdfunding;», E5.2 «Θα χρηματοδοτούσατε ένα project μέσω crowdfunding;», E5.3 «Θεωρείτε ότι το crowdfunding υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης; (π.χ. ΕΣΠΑ, Δάνεια)» και E5.4 «Πιστεύετε ότι το crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές;», δηλαδή η πρόθεση για σύσταση και χρηματοδότηση, αλλά και η αξιολόγηση και η αντίληψη για την αξιοπιστία της συμμετοχικής χρηματοδότησης αντίστοιχα, λαμβάνουν αρκετά θετικές έως υψηλές βαθμολογίες και στις ηλικίες <30 και 30 - 44.



Διάγραμμα 54: E5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

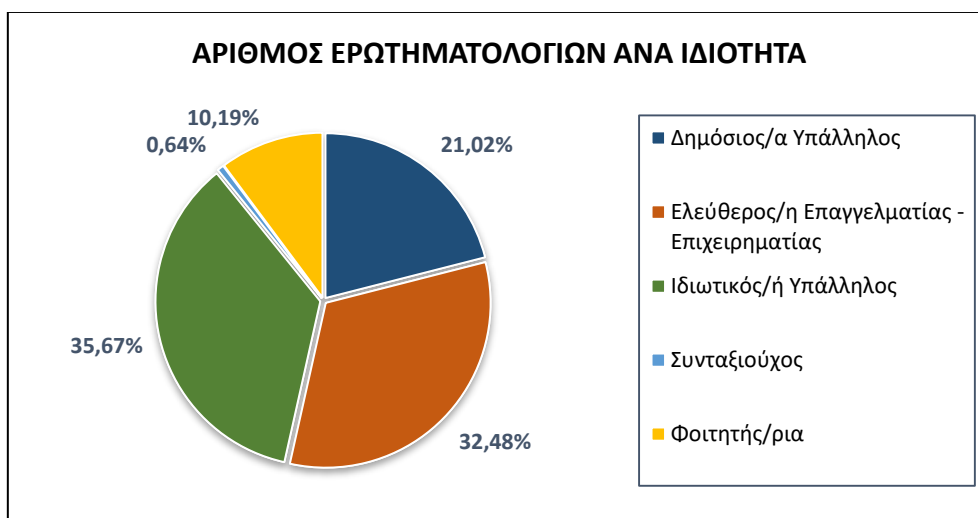
4.5 Αναλύσεις ανά Ιδιότητα

4.5.1 Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Ιδιότητα

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης όσον αφορά τον αριθμό των ερωτηματολογίων ανά ιδιότητα (βλέπε Διάγραμμα 55).

Εδώ βλέπουμε ότι οι απαντήσεις των ιδιωτικών υπαλλήλων και των ελεύθερων επαγγελματιών - επιχειρηματιών συγκεντρώνουν ένα ποσοστό της τάξης του 68% στο δείγμα μας και συμπεραίνουμε ότι η γνώμη τους επηρεάζει σε μεγαλύτερο βαθμό τα αποτελέσματα από τις υπόλοιπες ιδιότητες.

Σημαντικό ποσοστό απαντήσεων υπάρχει και από δημόσιους υπαλλήλους.



Διάγραμμα 55: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Ιδιότητα

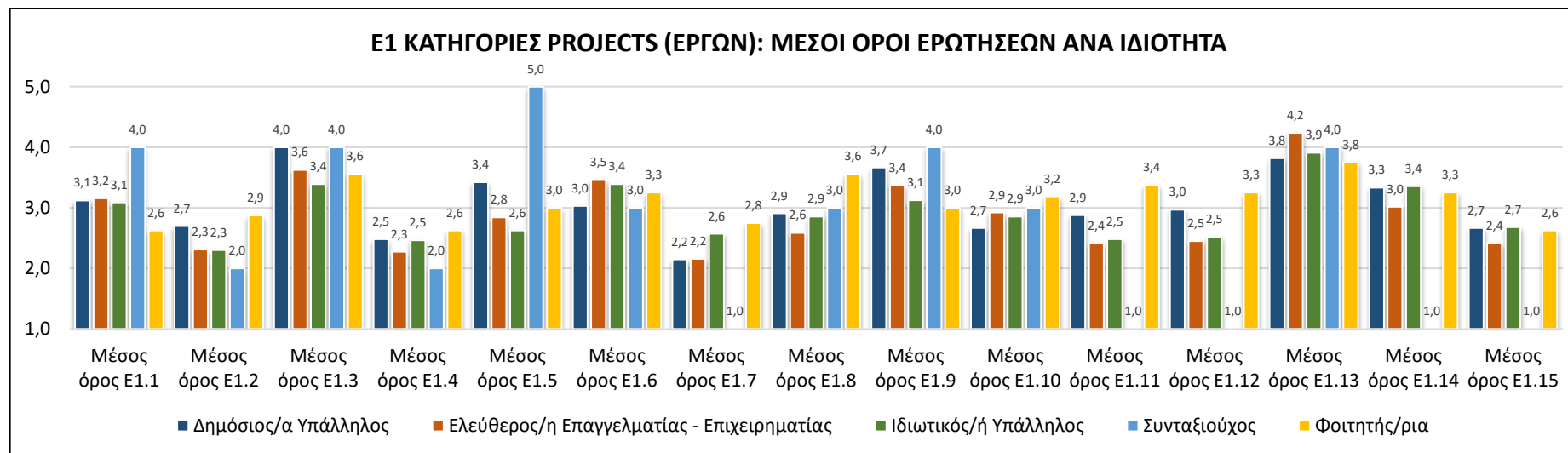


4.5.2 E1 Κατηγορίες Projects (Εργων): Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά ιδιότητα για τα είδη των έργων (βλέπε Διάγραμμα 56).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σε γενικές γραμμές τα τεχνολογικά έργα συγκεντρώνουν τις υψηλότερες προτιμήσεις των ιδιωτικών υπαλλήλων και των ελεύθερων επαγγελματιών – επιχειρηματιών, ενώ οι δημόσιοι υπάλληλοι προτιμούν περισσότερο τα εκπαιδευτικά έργα.
- Οι ιδιωτικοί υπάλληλοι έχουν τις μικρότερες προτιμήσεις για έργα βιβλίου, εκδόσεων & δημοσιογραφίας, ενώ οι ελεύθεροι επαγγελματίες – επιχειρηματίες και οι δημόσιοι υπάλληλοι δείχνουν μικρότερη προτίμηση για τα έργα μόδας.
- Το δείγμα των συνταξιούχων και των φοιτητών είναι πολύ μικρό με αποτέλεσμα να τίθεται θέμα αξιοπιστίας των όποιων συμπερασμάτων.



Διάγραμμα 56: E1 Κατηγορίες Projects (Εργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα



4.5.3 E2 Μορφές Χρηματοδότησης: Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά ιδιότητα, σχετικά με τις μορφές χρηματοδότησης (βλέπε Διάγραμμα 57).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σε γενικές γραμμές σχετικά με τις προτιμήσεις όλων των κατηγοριών ιδιότητας για τις μορφές χρηματοδότησης, φαίνεται ξεκάθαρα ότι τα μοντέλα που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη ελκυστικότητα είναι το επενδυτικό και αυτό της ανταμοιβής.
- Όλες οι ιδιότητες δείχνουν τη μικρότερη προτίμησή τους στη μορφή της δωρεάς και του δανειακού μοντέλου.
- Το δείγμα των συνταξιούχων και των φοιτητών είναι πολύ μικρό με αποτέλεσμα να τίθεται θέμα αξιοπιστίας των όποιων συμπερασμάτων.



Διάγραμμα 57: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

4.5.4 E3 Μέγεθος Project (Έργου): Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά ιδιότητα, για τα μεγέθη των έργων (βλέπε Διάγραμμα 58).

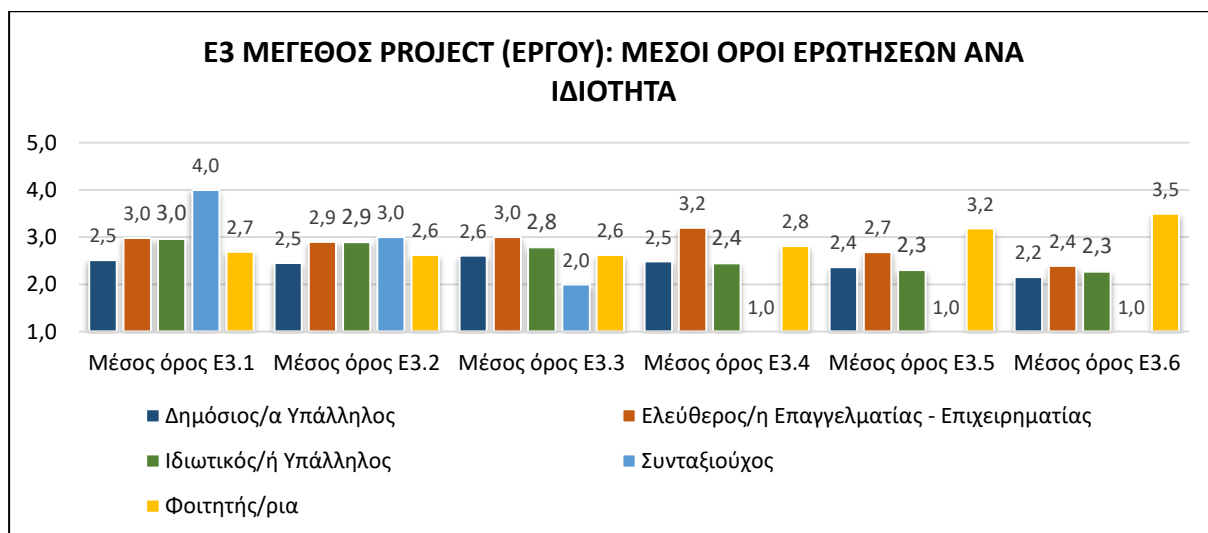
Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι ιδιωτικοί υπάλληλοι φαίνεται να προτιμούν να χρηματοδοτήσουν περισσότερο, έργα μεγέθους μικρότερα των €5.001, ενώ οι ελεύθεροι επαγγελματίες – επιχειρηματίες



δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση για να χρηματοδοτήσουν έργα μεγέθους από €25.001 έως €100.000, και δημόσιοι υπάλληλοι έργα μεγέθους από €10.001 έως €25.000.

- Σε γενικές γραμμές, τις χαμηλότερες προτιμήσεις για χρηματοδότηση σε όλες τις ιδιότητες, λαμβάνουν έργα των οποίων το μέγεθος ξεπερνά τις €250.000.
- Το δείγμα των συνταξιούχων και των φοιτητών είναι πολύ μικρό με αποτέλεσμα να τίθεται θέμα αξιοπιστίας των όποιων συμπερασμάτων.



Διάγραμμα 58: E3 Μέγεθος Project (Εργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

4.5.5 E4 Ύψος Χρηματοδότησης: Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά ιδιότητα, όσον αφορά το ύψος της χρηματοδότησης (βλέπε Διάγραμμα 59).

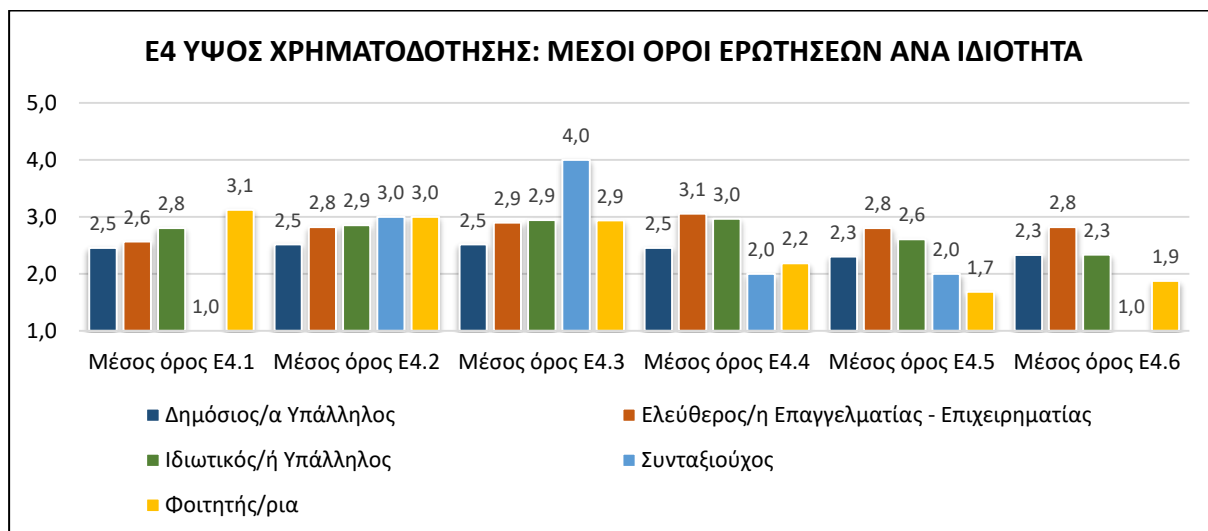
Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι ιδιωτικοί υπάλληλοι και οι ελεύθεροι επαγγελματίες – επιχειρηματίες προτιμούν περισσότερο να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ένα ποσό ύψους από €251 έως €1.000, ενώ οι δημόσιοι υπάλληλοι δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση για να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ένα ποσό ύψους μέχρι €1.000.
- Οι απαντήσεις των ιδιωτικών υπαλλήλων όσον αφορά τις προτιμήσεις χρηματοδότησης κάποιου έργου με ποσό μεγαλύτερο από €2.500 συγκεντρώνουν τη χαμηλότερη βαθμολογία, ενώ οι ελεύθεροι επαγγελματίες προτιμούν λιγότερο να χρηματοδοτήσουν



κάποιο έργο με ποσό ύψους μικρότερο από €21, και οι δημόσιοι υπάλληλοι με ποσό ύψους μεγαλύτερο από €1.000 αντίστοιχα.

- Το δείγμα των συνταξιούχων και των φοιτητών είναι πολύ μικρό με αποτέλεσμα να τίθεται θέμα αξιοπιστίας των όποιων συμπερασμάτων.



Διάγραμμα 59: Ε4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

4.5.6 Ε5 Γενικές Ερωτήσεις: Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

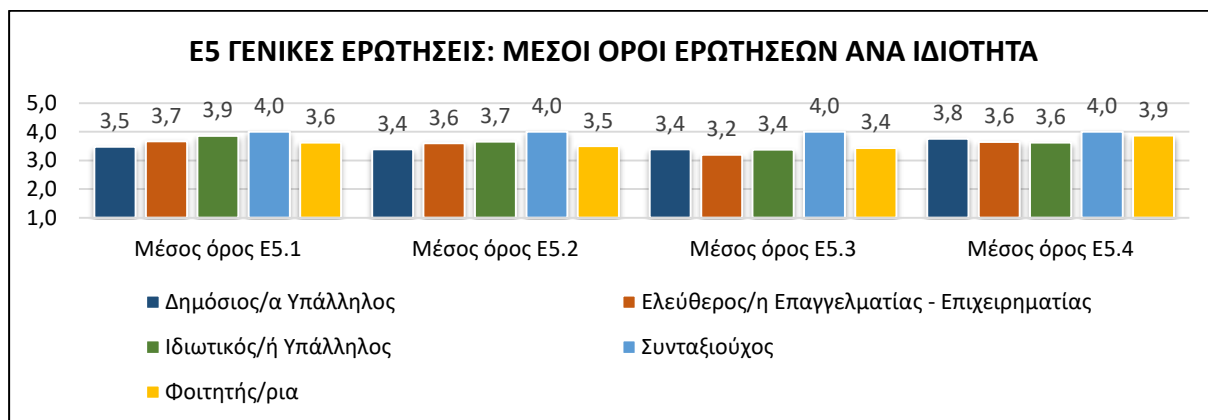
Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των απαντήσεων ανά ιδιότητα, με βάση τις ερωτήσεις γενικού περιεχομένου (βλέπε Διάγραμμα 60).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σε γενικές γραμμές σε όλες τις κατηγορίες ιδιότητας εμφανίζονται περίπου οι ίδιες και αρκετά καλές προθέσεις και απόψεις για τη συμμετοχική χρηματοδότηση, ωστόσο το δείγμα των φοιτητών και των συνταξιούχων είναι πολύ μικρό με αποτέλεσμα να τίθεται θέμα αξιοπιστίας των όποιων συμπερασμάτων.
- Συγκεκριμένα οι ερωτήσεις Ε5.1 «Θα συστήνατε σε κάποιον να χρηματοδοτήσει ένα project μέσω crowdfunding;», Ε5.2 «Θα χρηματοδοτούσατε ένα project μέσω crowdfunding;», Ε5.3 «Θεωρείτε ότι το crowdfunding υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης; (π.χ. ΕΣΠΑ, Δάνεια)» και Ε5.4 «Πιστεύετε ότι το crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές;», δηλαδή η πρόθεση για σύσταση και χρηματοδότηση, αλλά και η αξιολόγηση



και η αντίληψη για την αξιοπιστία της συμμετοχικής χρηματοδότησης αντίστοιχα, λαμβάνουν αρκετά θετικές έως υψηλές βαθμολογίες από όλες τις ιδιότητες.



Διάγραμμα 60: E5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

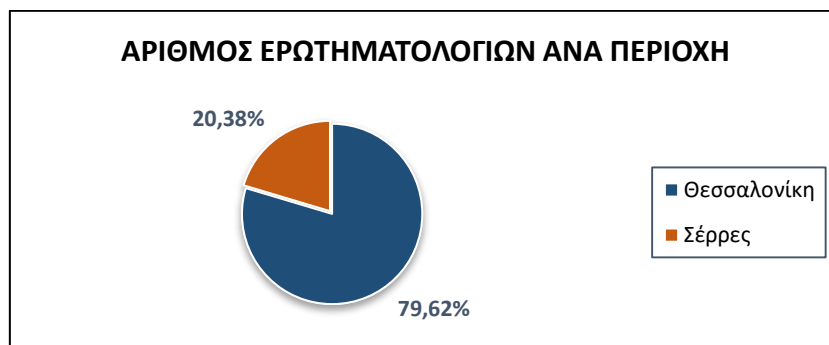
4.6 Αναλύσεις ανά Περιοχή

4.6.1 Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Περιοχή

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης όσον αφορά τον αριθμό των ερωτηματολογίων ανά περιοχή διαμονής (βλέπε Διάγραμμα 61).

Εδώ είναι εμφανές ότι το ποσοστό των ερωτώμενων από την περιοχή της Θεσσαλονίκης στο δείγμα μας είναι το μεγαλύτερο, και συμπεραίνουμε ότι οι απαντήσεις τους επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τα αποτελέσματα της έρευνας.

Σε αντίθεση με τους ερωτώμενους από την παραπάνω περιοχή, οι συμμετέχοντες στην έρευνα από την περιοχή των Σερρών κατέχουν μικρό ποσοστό επί του συνολικού δείγματος και συνεπώς η γνώμη τους επηρεάζει σε πολύ μικρό βαθμό την έρευνα.



Διάγραμμα 61: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Περιοχή

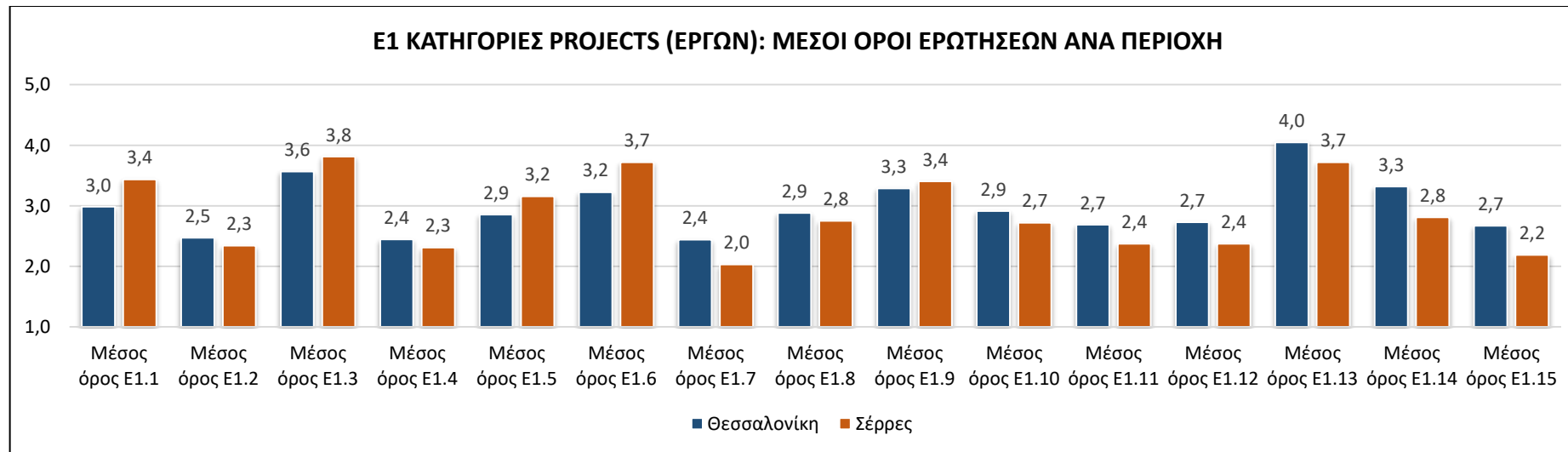


4.6.2 E1 Κατηγορίες Projects (Εργων): Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά περιοχή διαμονής για τα είδη των έργων (βλέπε Διάγραμμα 62).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σε γενικές γραμμές ο βαθμός προτίμησης των ερωτώμενων από την περιοχή της Θεσσαλονίκης ανά είδος έργου είναι στα ίδια επίπεδα με το βαθμό προτίμησης των ερωτώμενων από την περιοχή των Σερρών. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι όσον αφορά τα είδη των έργων δεν υπάρχει μεγάλη απόκλιση στις προτιμήσεις των ερωτώμενων.
- Οι ερωτώμενοι από την περιοχή της Θεσσαλονίκης έχουν μεγαλύτερη προτίμηση για τα τεχνολογικά έργα, ενώ αυτοί των Σερρών για τα εκπαιδευτικά.



Διάγραμμα 62: E1 Κατηγορίες Projects (Εργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

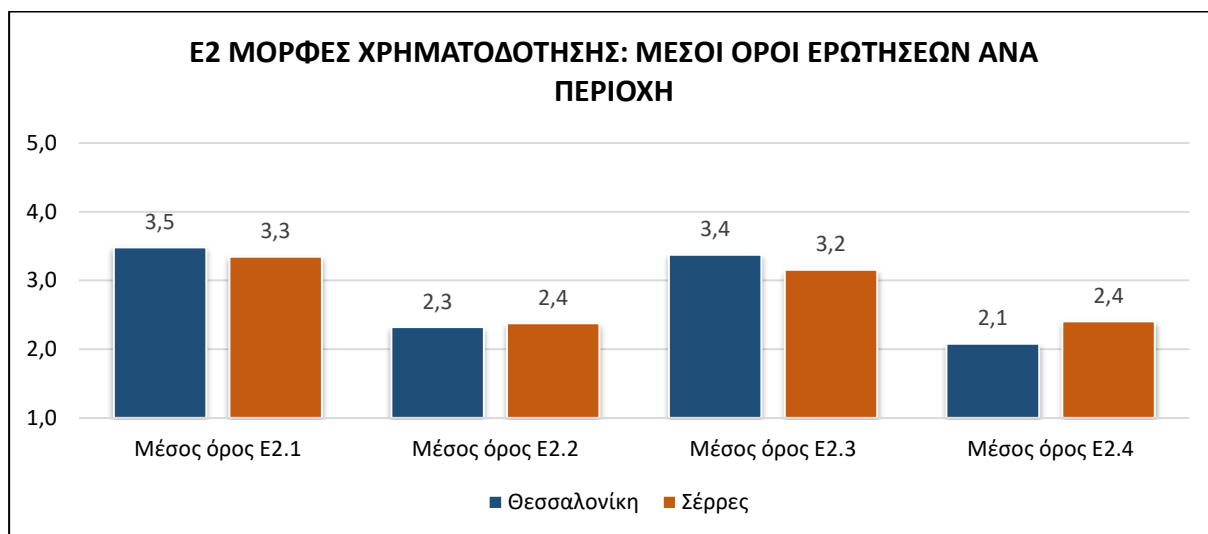


4.6.3 E2 Μορφές Χρηματοδότησης: Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά περιοχή διαμονής, σχετικά με τις μορφές χρηματοδότησης (βλέπε Διάγραμμα 63).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σε γενικές γραμμές σχετικά με τις προτιμήσεις των ερωτώμενων από την περιοχή της Θεσσαλονίκης και των Σερρών για τις μορφές χρηματοδότησης, φαίνεται ξεκάθαρα ότι το επενδυτικό μοντέλο παρουσιάζει τη μεγαλύτερη ελκυστικότητα και στις δύο περιοχές.
- Τη δεύτερη θέση στις προτιμήσεις και των δύο περιοχών αντίστοιχα, λαμβάνει η χρηματοδότηση με τη μορφή της ανταμοιβής με οριακά χαμηλότερες προτιμήσεις.
- Οι ερωτώμενοι από την περιοχή της Θεσσαλονίκης δείχνουν τη μικρότερη προτίμησή τους στη μορφή της δωρεάς, ενώ οι ερωτώμενοι από την περιοχή των Σερρών, επίσης στη μορφή δωρεάς στο δανειακό μοντέλο.



Διάγραμμα 63: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

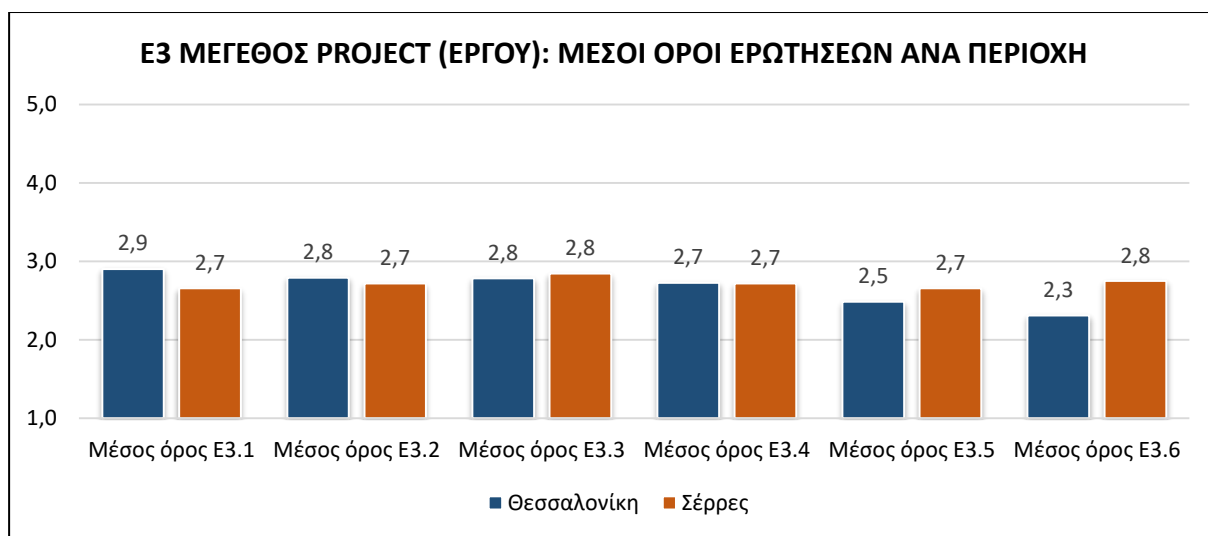
4.6.4 E3 Μέγεθος Project (Έργου): Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων, ανά περιοχή διαμονής, για τα μεγέθη των έργων (βλέπε Διάγραμμα 64).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:



- Οι ερωτώμενοι από την περιοχή της Θεσσαλονίκης προτιμούν να χρηματοδοτήσουν περισσότερο, έργα μεγέθους μικρότερα από €5.000, ενώ οι ερωτώμενοι από την περιοχή των Σερρών δείχνουν παρόμοιες προτιμήσεις για οποιουδήποτε μεγέθους έργα.
- Τις χαμηλότερες προτιμήσεις για χρηματοδότηση, στους ερωτώμενους από την περιοχή της Θεσσαλονίκης, λαμβάνουν έργα των οποίων το μέγεθος ξεπερνά τις €250.000.



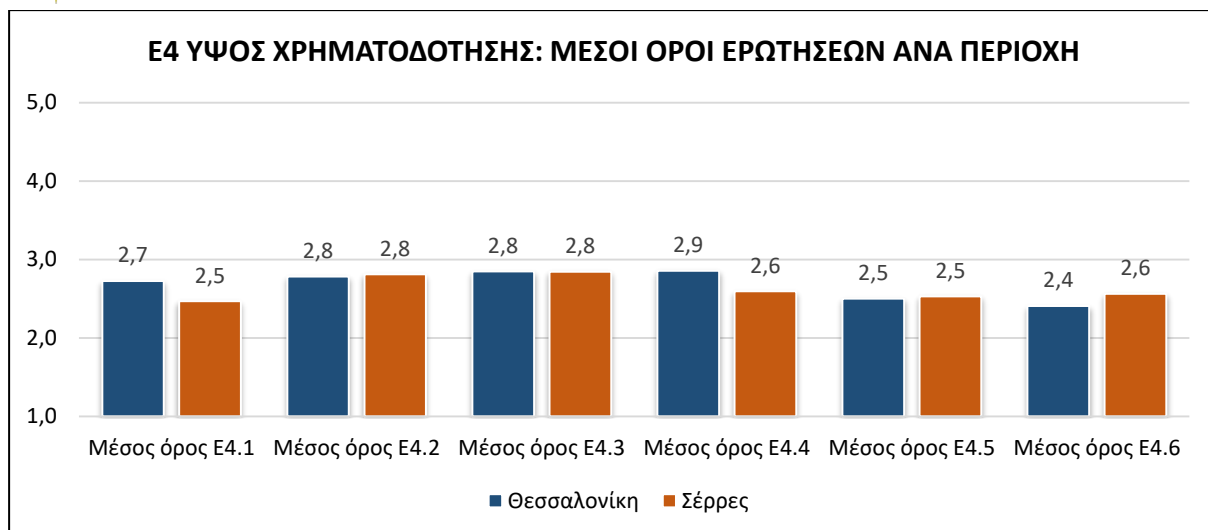
Διάγραμμα 64: E3 Μέγεθος Project (Εργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

4.6.5 E4 Ύψος Χρηματοδότησης: Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των προτιμήσεων ανά περιοχή διαμονής, όσον αφορά το ύψος της χρηματοδότησης (βλέπε Διάγραμμα 65).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι ερωτώμενοι από την περιοχή της Θεσσαλονίκης προτιμούν περισσότερο να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ένα ποσό ύψους από €251 έως €1.000, ενώ οι ερωτώμενοι από την περιοχή των Σερρών δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση για να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ένα ποσό ύψους από €21 έως €250.
- Οι απαντήσεις των ερωτώμενων από την περιοχή της Θεσσαλονίκης όσον αφορά τις προτιμήσεις χρηματοδότησης κάποιου έργου με ποσό μεγαλύτερο από €2.500 συγκεντρώνουν τη χαμηλότερη βαθμολογία.



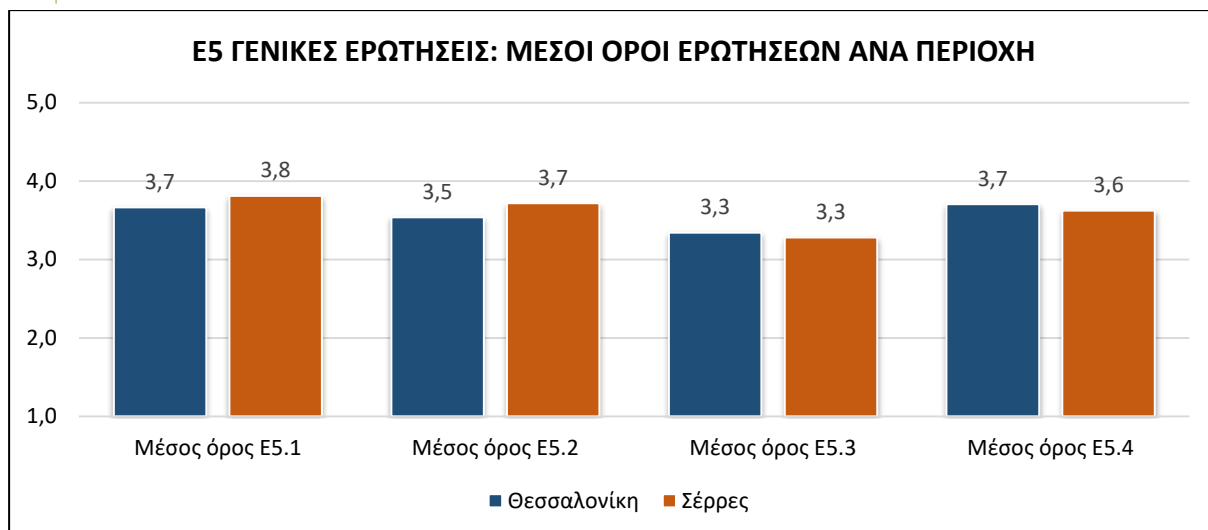
Διάγραμμα 65: E4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

4.6.6 E5 Γενικές Ερωτήσεις: Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων των απαντήσεων ανά περιοχή διαμονής, με βάση τις ερωτήσεις γενικού περιεχομένου (βλέπε Διάγραμμα 66).

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Σε γενικές γραμμές τόσο οι ερωτώμενοι από την περιοχή της Θεσσαλονίκης όσο και από την περιοχή των Σερρών έχουν σχεδόν τις ίδιες και αρκετά καλές προθέσεις και απόψεις.
- Συγκεκριμένα οι ερωτήσεις E5.1 «Θα συστήνατε σε κάποιον να χρηματοδοτήσει ένα project μέσω crowdfunding;», E5.2 «Θα χρηματοδοτούσατε ένα project μέσω crowdfunding;», E5.3 «Θεωρείτε ότι το crowdfunding υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης; (π.χ. ΕΣΠΑ, Δάνεια)» και E5.4 «Πιστεύετε ότι το crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές;», δηλαδή η πρόθεση για σύσταση και χρηματοδότηση, αλλά και η αξιολόγηση και η αντίληψη για την αξιοπιστία της συμμετοχικής χρηματοδότησης αντίστοιχα, λαμβάνουν αρκετά θετικές έως υψηλές βαθμολογίες και στις δύο περιοχές.



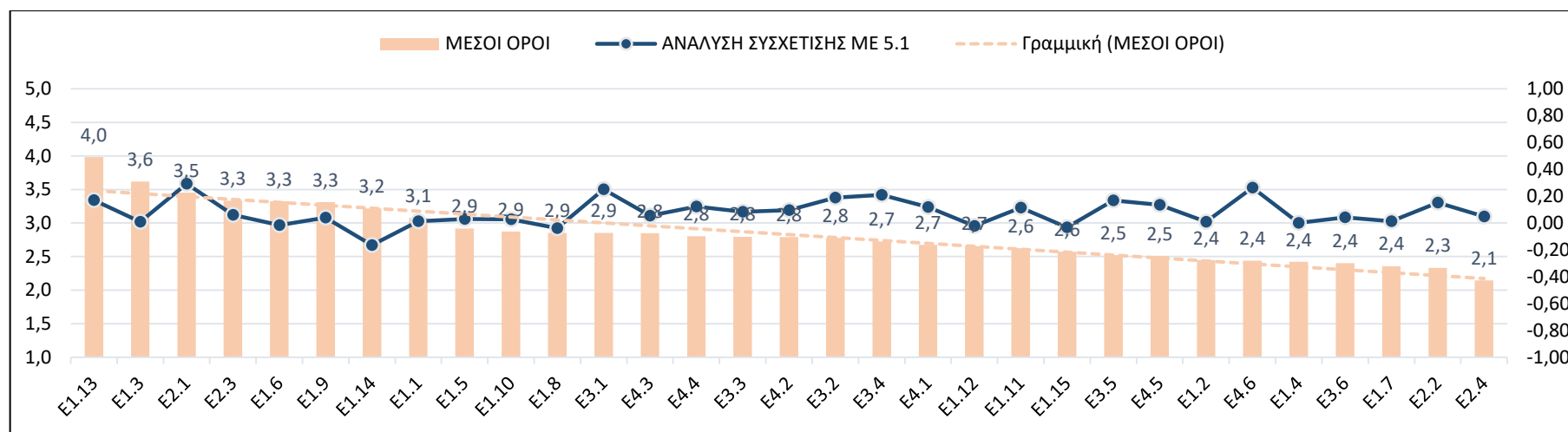
Διάγραμμα 66: Ε5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή



4.7 Ανάλυση Συσχετίσεων

4.8.1 Ανάλυση Συσχέτισης με E5.1: Θα συστήνατε σε κάποιον να χρηματοδοτήσει ένα project μέσω crowdfunding;

Παρακάτω παρουσιάζονται υπό μορφή διαγράμματος τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων του συνόλου των ειδικών ερωτήσεων σε συσχέτιση με τη γενική ερώτηση E5.1 (βλέπε Διάγραμμα 67).



Διάγραμμα 67: Ανάλυση Συσχέτισης με E5.1

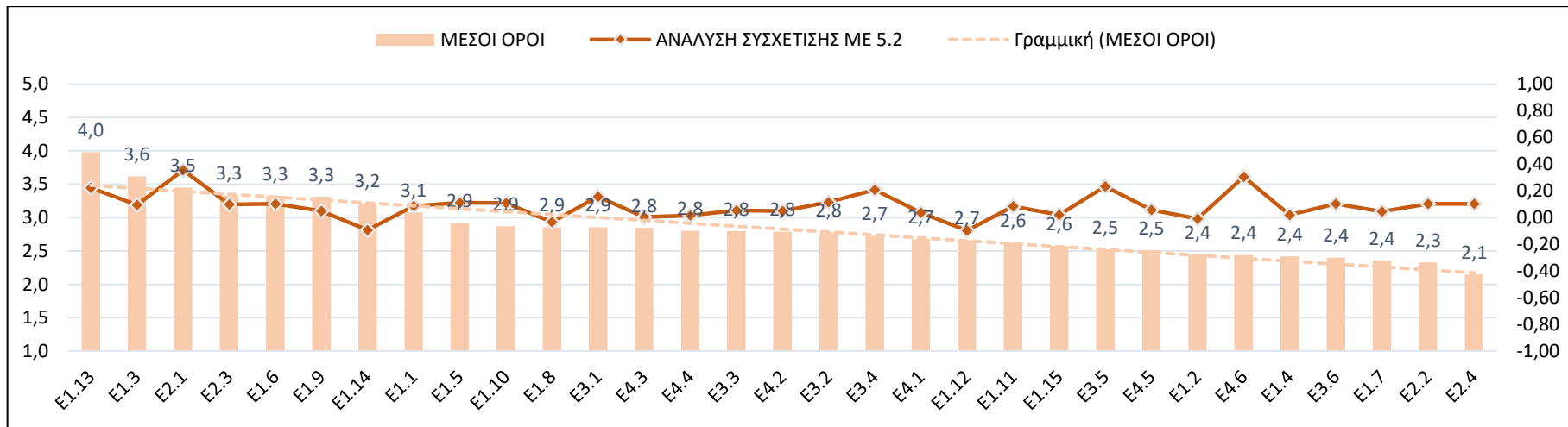
Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι τιμές του δείκτη συσχέτισης κυμαίνονται από -0,16 (E1.14) μέχρι +0,29 (E2.1). Όλες οι τιμές είναι μικρότερες από +0,3, ένα όριο που έχει καθοριστεί εμπειρικά, κατά συνέπεια έχουμε μία ένδειξη ότι δεν υπάρχουν ισχυρές συσχετίσεις.



4.8.2 Ανάλυση Συσχέτισης με E5.2: Θα χρηματοδοτούσατε ένα project μέσω crowdfunding;

Παρακάτω παρουσιάζονται υπό μορφή διαγράμματος τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων του συνόλου των ειδικών ερωτήσεων σε συσχέτιση με τη γενική ερώτηση E5.2 (βλέπε Διάγραμμα 68).



Διάγραμμα 68: Ανάλυση Συσχέτισης με E5.2

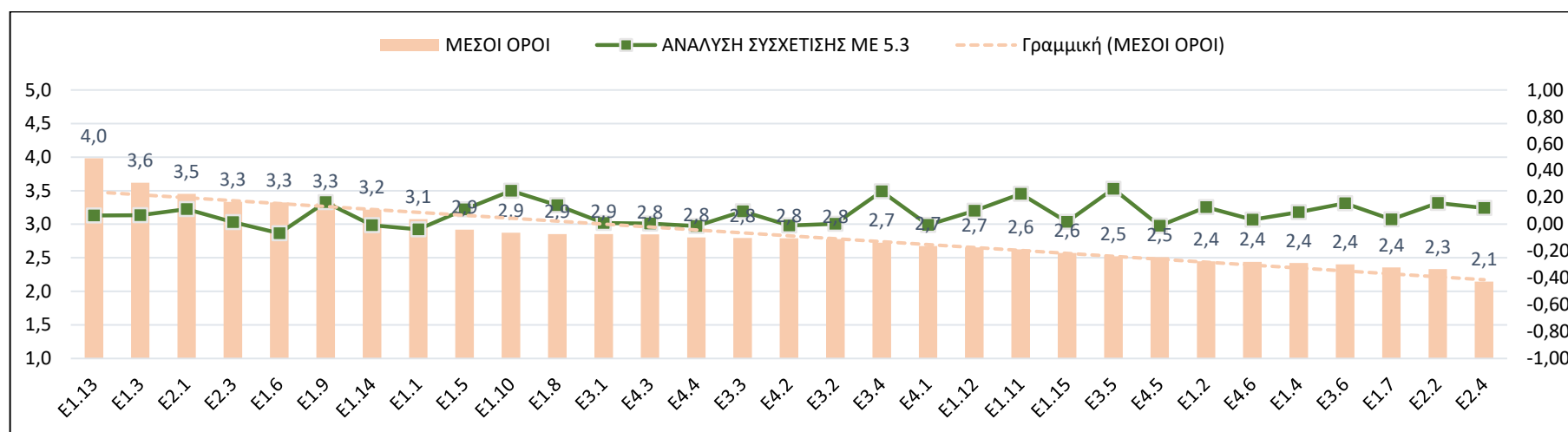
Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Η ερώτηση E2.1 Κεφαλαιodότηση (Equity model) χαρακτηρίζεται από αρκετά μεγάλη προτίμηση και υψηλή συσχέτιση (+0,36). Αυτό μπορεί να ερμηνευτεί ως εξής: Οι ερωτώμενοι είναι αρκετά πρόθυμοι να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο συμμετέχοντας στη μορφή κεφαλαιodότησης.
- Η ερώτηση E4.6 >€2.500 χαρακτηρίζεται από μικρή προτίμηση και υψηλή συσχέτιση (+0,31). Αυτό μπορεί να ερμηνευτεί ως εξής: Οι ερωτώμενοι δεν είναι αρκετά πρόθυμοι να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με ποσό >€2.500.



4.8.3 Ανάλυση Συσχέτισης με E5.3: Θεωρείτε ότι το crowdfunding υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης; (π.χ. ΕΣΠΑ, Δάνεια)

Παρακάτω παρουσιάζονται υπό μορφή διαγράμματος τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων του συνόλου των ειδικών ερωτήσεων σε συσχέτιση με τη γενική ερώτηση E5.3 (βλέπε Διάγραμμα 69).



Διάγραμμα 69: Ανάλυση Συσχέτισης με E5.3

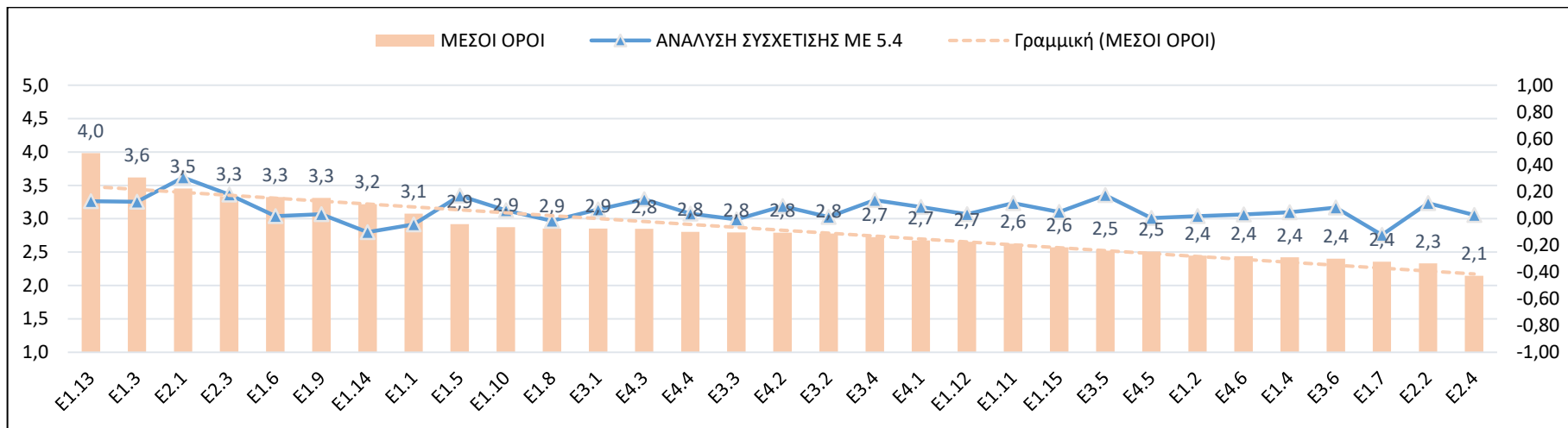
Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι τιμές του δείκτη συσχέτισης κυμαίνονται από -0,07 (E1.6) μέχρι +0,26 (E3.5). Όλες οι τιμές είναι μικρότερες από +0,3, ένα όριο που έχει καθοριστεί εμπειρικά, κατά συνέπεια έχουμε μία ένδειξη ότι δεν υπάρχουν ισχυρές συσχετίσεις.



4.8.4 Ανάλυση Συσχέτισης με E5.4: Πιστεύετε ότι το crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές;

Παρακάτω παρουσιάζονται υπό μορφή διαγράμματος τα αποτελέσματα της ανάλυσης των μέσων όρων του συνόλου των ειδικών ερωτήσεων σε συσχέτιση με τη γενική ερώτηση E5.4 (βλέπε Διάγραμμα 70).



Διάγραμμα 70: Ανάλυση Συσχέτισης με E5.4

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

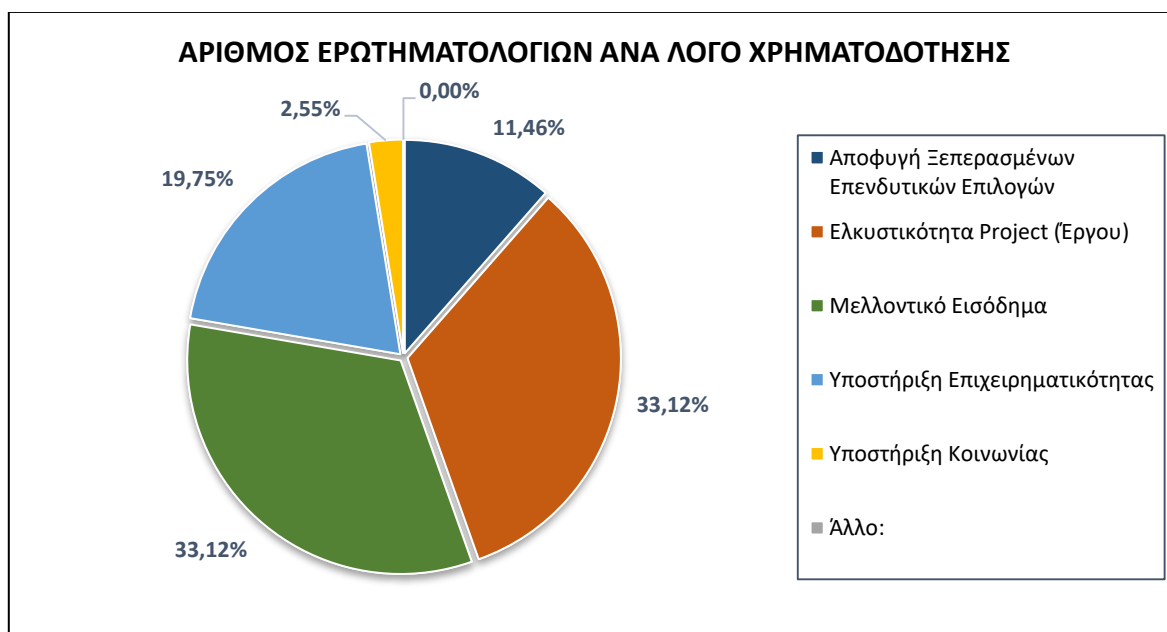
- Η ερώτηση E2.1 Κεφαλαιοδότηση (Equity model) χαρακτηρίζεται από αρκετά μεγάλη προτίμηση και υψηλή συσχέτιση (+0,31). Αυτό μπορεί να ερμηνευτεί ως εξής: Οι ερωτώμενοι που πιστεύουν σε αρκετά μεγάλο βαθμό ότι το crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές, ενδιαφέρονται αρκετά έως πολύ για να συμμετέχουν στη μορφή κεφαλαιοδότησης.

4.8 Ειδικές Αναλύσεις

4.9.1 Αριθμός Ερωτηματολογίων με Βάση το Λόγο Χρηματοδότησης

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης των αξιολογήσεων όσον αφορά τον αριθμό των ερωτηματολογίων με βάση το λόγο χρηματοδότησης (βλέπε Διάγραμμα 71: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Λόγο Χρηματοδότησης Διάγραμμα 71).

Με βάση αυτά τα αποτελέσματα είναι εμφανές ότι οι κύριοι λόγοι χρηματοδότησης των ερωτώμενων στο δείγμα μας είναι το «μελλοντικό εισόδημα» και η «ελκυστικότητα project (έργου)», ενώ σημαντικό ποσοστό απάντησε για «Υποστήριξη Επιχειρηματικότητας».



Διάγραμμα 71: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Λόγο Χρηματοδότησης

4.9.2 Αριθμός Ερωτηματολογίων με Βάση το Λόγο Επιλογής

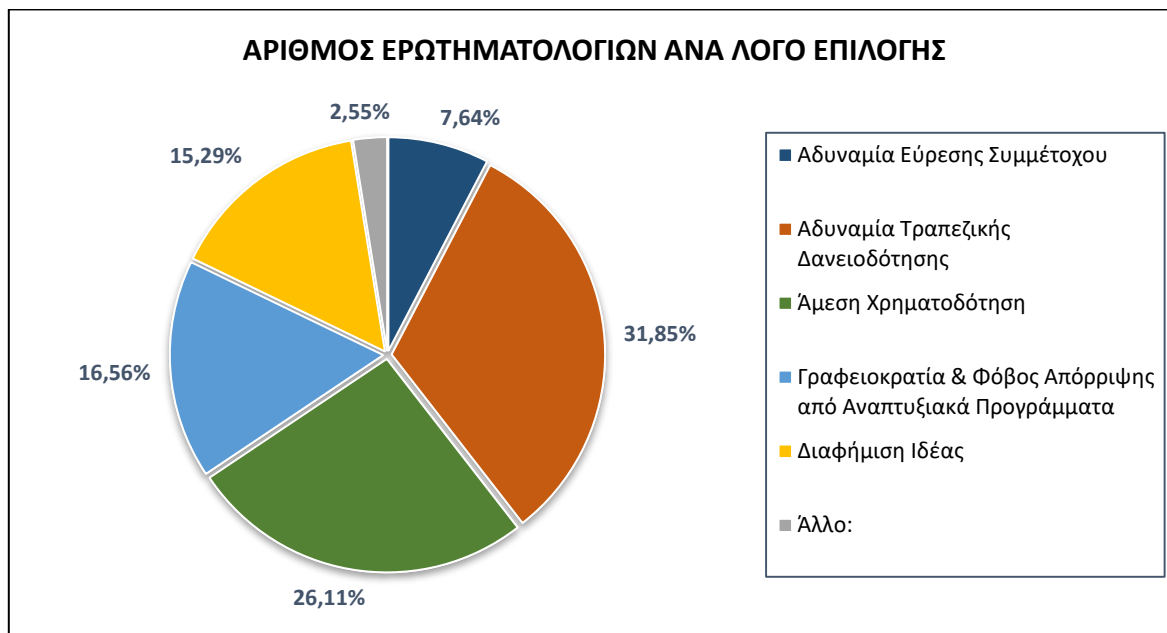
Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης όσον αφορά τον αριθμό των ερωτηματολογίων με βάση το λόγο επιλογής της συμμετοχικής χρηματοδότησης από την πλευρά των δημιουργών (βλέπε Διάγραμμα 72).

Με βάση αυτά τα αποτελέσματα είναι εμφανές ότι οι κύριοι λόγοι επιλογής της συμμετοχικής χρηματοδότησης στο δείγμα μας είναι η «Αδυναμία Τραπεζικής Δανειοδότησης» και η «Άμεση Χρηματοδότηση», ενώ σημαντικό ποσοστό έχουν οι λόγοι



«Γραφειοκρατία & Φόβος Απόρριψης από Αναπτυξιακά Προγράμματα» και «Διαφήμιση Ιδέας».

Συνεπώς, με το συγκεκριμένο δείγμα μπορούμε να σχηματίσουμε μια εικόνα για τις διαφοροποιήσεις σε σχέση με τα κίνητρα τα οποία θα είχαν ως υποστηρικτές για να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο μέσω συμμετοχικής χρηματοδότησης.



Διάγραμμα 72: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Λόγο Επιλογής



4.9.3 Σχέση Λόγου Επιλογής με Λόγο Χρηματοδότησης

Παρακάτω παρουσιάζονται υπό μορφή διαγράμματος το αποτέλεσμα της ανάλυσης της σχέσης του λόγου επιλογής (ως δημιουργοί) με το λόγο χρηματοδότησης (ως υποστηρικτές) (βλέπε Διάγραμμα 73).



Διάγραμμα 73: Σχέση Λόγου Επιλογής με Λόγο Χρηματοδότησης

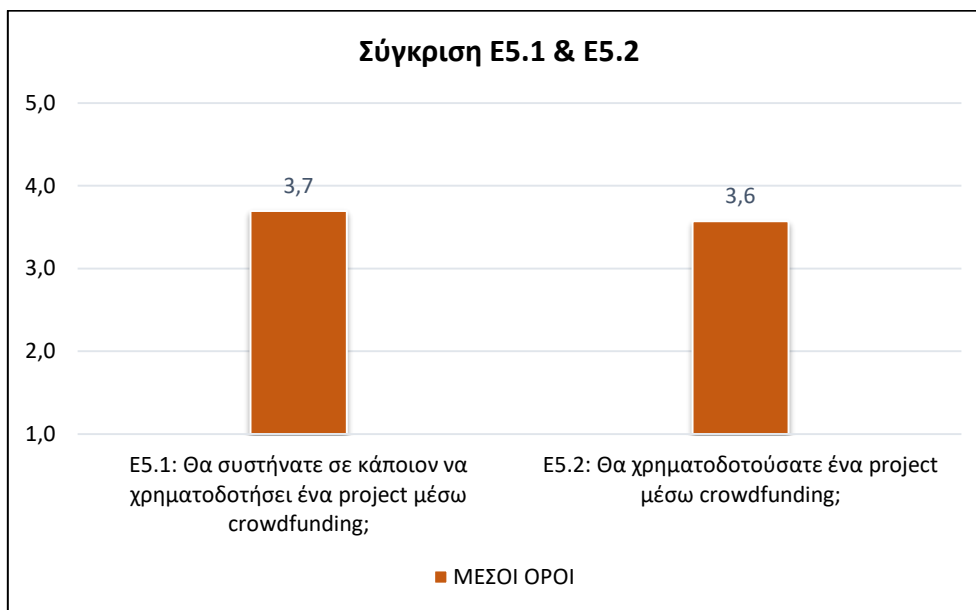
Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Οι ερωτώμενοι που θα επέλεγαν να χρηματοδοτηθούν μέσω συμμετοχικής χρηματοδότησης λόγω αδυναμίας τραπεζικού δανεισμού, από την πλευρά του υποστηρικτή, θα χρηματοδοτούσαν ένα έργο, κυρίως για λόγους ελκυστικότητας ή μελλοντικού εισοδήματος.
- Αυτοί που θα επέλεγαν να χρηματοδοτηθούν μέσω crowdfunding λόγω του ότι υπάρχει άμεση χρηματοδότηση, θα χρηματοδοτούσαν ένα έργο, κυρίως για λόγους ελκυστικότητας ή μελλοντικού εισοδήματος ή για να υποστηρίξουν την επιχειρηματικότητα.



4.9.4 Σύγκριση Σύστασης και Χρηματοδότησης

Παρακάτω παρουσιάζονται υπό μορφή διαγράμματος το αποτέλεσμα της σύγκρισης της σύστασης (E5.1: Θα συστήνατε σε κάποιον να χρηματοδοτήσει ένα project μέσω crowdfunding;) και της χρηματοδότησης (E5.2: Θα χρηματοδοτούσατε ένα project μέσω crowdfunding;) (βλέπε Διάγραμμα 74).



Διάγραμμα 74: Σύγκριση E5.1 & E5.2

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

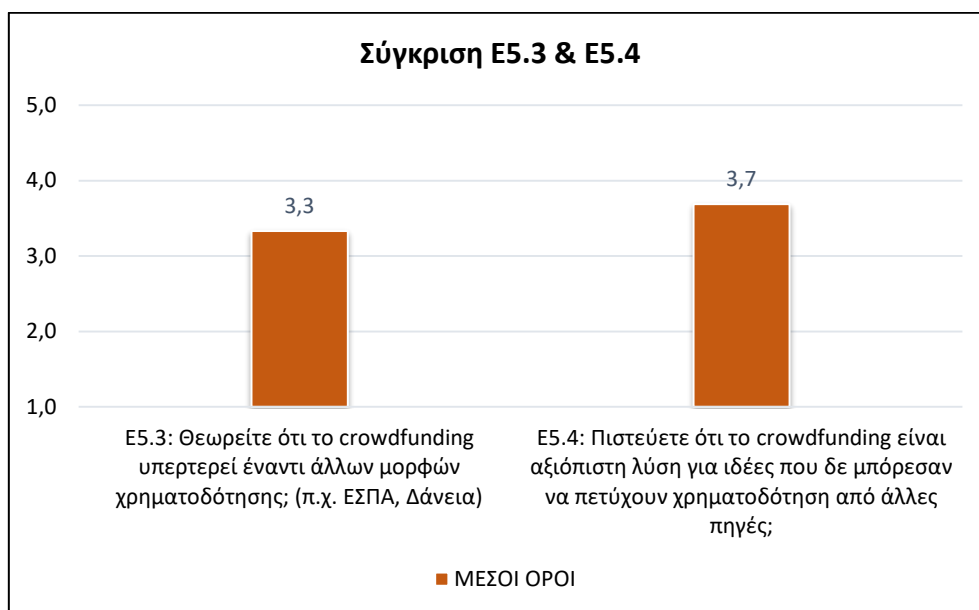
- Η πρόθεση σύστασης χρηματοδότησης ενός project μέσω crowdfunding είναι αρκετά υψηλή όπως και η πρόθεση για χρηματοδότη. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον του κοινού για χρηματοδότηση ενός έργου μέσω αυτής της μορφής χρηματοδότησης και παράλληλα είναι πολύ πιθανό να συστήσουν και σε άλλους να χρηματοδοτήσουν προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος του αντίστοιχου έργου.

4.9.5 Σύγκριση Αξιολόγησης και Αξιοπιστίας

Παρακάτω παρουσιάζονται υπό μορφή διαγράμματος το αποτέλεσμα της σύγκρισης της αξιολόγησης (E5.3: Θεωρείτε ότι το crowdfunding υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης; (π.χ. ΕΣΠΑ, Δάνεια)) και της αξιοπιστίας (E5.4: Πιστεύετε ότι το



crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές;) (βλέπε Διάγραμμα 75).



Διάγραμμα 75: Σύγκριση E5.3 & E5.4

Τα σημεία που αξίζει να επισημάνουμε ως συμπεράσματα της ανάλυσης που έχει γίνει είναι τα εξής:

- Η άποψη όσον αφορά το αν η συμμετοχική χρηματοδότηση υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης είναι χαμηλότερη σε σχέση με την πίστη ως αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές. Αυτό το σημείο χρήζει προσοχής, διότι αν και δεν υπάρχει μεγάλη σιγουριά ως προς το αν είναι καλύτερη, οι ερωτώμενοι έχουν μεγαλύτερη αίσθηση της αξιοπιστίας της, που σημαίνει ότι δε φοβούνται να συμμετέχουν σε αυτή τη μορφή χρηματοδότησης.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ & ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Με βάση την εκτενή ανάλυση που παρουσιάζεται στις προηγούμενες παραγράφους, μπορούμε να καταλήξουμε στα παρακάτω χρήσιμα συμπεράσματα.

Η έρευνα διεξήχθη σε περιορισμένο δείγμα, γεγονός που δημιουργεί ανάγκες περαιτέρω εξέτασης των όποιων συμπερασμάτων.

Το δείγμα της έρευνας έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Αποτελείται κυρίως από άντρες (σχεδόν 3/5 του δείγματος) και γυναίκες (σχεδόν 2/5 του δείγματος) ηλικιών <30 και 30 – 44.
- Οι ερωτώμενοι διαμένουν κατά βάση στην περιοχή της Θεσσαλονίκης και στην πλειοψηφία τους είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και ελεύθεροι επαγγελματίες και υπάρχουν αρκετοί δημόσιοι υπάλληλοι, ενώ οι φοιτητές και οι συνταξιούχοι είναι ελάχιστοι.

Τα ελκυστικότερα είδη έργων συμμετοχικής χρηματοδότησης είναι τα εξής:

- Τεχνολογικά
- Εκπαιδευτικά
- Μεταποίησης
- Οικολογικά
- Φαγητού

Τα μοντέλα χρηματοδότησης που παρουσιάζουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον είναι τα εξής:

- Κεφαλαιοδότηση (Equity model)
- Ανταμοιβή (Rewards model)

Όσον αφορά τα επιθυμητά μεγέθη έργων που ενδιαφέρουν περισσότερο τους ερωτώμενους δεν υπάρχουν ξεκάθαρες απόψεις και δε μπορούν να εξαχθούν σαφή συμπεράσματα, αλλά πιθανόν θα απέφευγαν να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο μεγέθους μεγαλύτερου από €250.000.

Αντίστοιχα, για τα ποσά που θα τους ενδιέφεραν περισσότερο να προσφέρουν για τη χρηματοδότηση ενός έργου, οι προτιμήσεις επίσης ποικίλουν, αλλά οι μικρότερες προτιμήσεις έως και καθόλου εμφανίζονται σε ποσά μεγαλύτερα των €2.500.

Η υποστήριξη ενός έργου συμμετέχοντας με τη μορφή του επενδυτικού μοντέλου είναι πιθανός λόγος να χρηματοδοτήσει κάποιος μέσω συμμετοχικής χρηματοδότησης.



Η υποστήριξη ενός έργου με ποσό μεγαλύτερο από €2.500 είναι πιθανόν ένας αρνητικός παράγοντας για να χρηματοδοτήσει κάποιος μέσω συμμετοχικής χρηματοδότησης.

Η σχετικά υψηλή επιθυμία των ερωτώμενων να χρηματοδοτήσουν κάποιο έργο με το επενδυτικό μοντέλο, πιθανόν οφείλεται στην πίστη που έχουν ότι η συμμετοχική χρηματοδότηση αποτελεί αξιόπιστη λύση για ιδέες που δεν μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότησης από άλλες πηγές.

Οι κύριοι λόγοι συμμετοχής των ερωτώμενων στο crowdfunding ως υποστηρικτές είναι η ελκυστικότητα του εκάστοτε έργου και η είσπραξη μελλοντικού εισοδήματος.

Οι κύριοι λόγοι συμμετοχής των ερωτώμενων στο crowdfunding ως δημιουργοί είναι η αδυναμία να δανειοδοτηθούν από κάποιο πιστωτικό ίδρυμα και ότι η συμμετοχική χρηματοδότηση είναι ένας τρόπος άμεσης χρηματοδότησης.

Η πρόθεση για χρηματοδότηση ενός έργου μέσω crowdfunding είναι αρκετά ικανοποιητική, όπως και η πρόθεση σύστασης χρηματοδότησης ενός έργου. Συνεπώς, αυτό καθιστά εφικτό να επιτευχθεί ο στόχος του εκάστοτε έργου.

Δεν υπάρχει άποψη όσον αφορά την αξιολόγηση της συμμετοχικής χρηματοδότησης έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης και αυτό δικαιολογείται εν μέρει λόγω του ότι είναι μια νέα μορφή χρηματοδότησης και ειδικά για τα ελληνικά δεδομένα. Παρ' όλα αυτά υπάρχει μεγαλύτερη σιγουριά για τη συμμετοχική χρηματοδότηση ως αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές.

Τα αποτελέσματα της έρευνας φαίνεται να είναι ενθαρρυντικά όσον αφορά το μέλλον της συμμετοχικής χρηματοδότησης στην Ελλάδα.

Με σκοπό την περαιτέρω αξιοποίηση των αποτελεσμάτων, προτείνεται η υλοποίηση των παρακάτω:

- Διεξαγωγή της ίδιας έρευνας σε περισσότερες περιοχές (ακόμα και σε πανελλαδικό επίπεδο), έτσι ώστε να διαπιστωθεί εάν τα αποτελέσματα θα είναι το ίδιο θετικά και πιθανόν πιο αξιόπιστα.
- Εφόσον τα αποτελέσματα της δεύτερης έρευνας δείξουν και πάλι θετικές προθέσεις και απόψεις, θα μπορούσε να γίνει μια έρευνα όσον αφορά τη δημιουργία ενός νομοθετικού και ρυθμιστικού πλαισίου προσαρμοσμένο στα ελληνικά δεδομένα.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ

act4Greece, n.d. *The program*. [Online]

Available at: <https://www.act4greece.gr/act4greece/>

[Accessed 17 October 2016].

Agrawal, A., Catalini, C. & Goldfarb, A., 2011. *The geography of crowdfunding*. [Online]

Available at: <http://www.nber.org/papers/w16820>

[Accessed 22 September 2016].

ArtistShare, n.d. *About Us*. [Online]

Available at: <https://www.artistshare.com/v4/about>

[Accessed 16 September 2016].

Bechter, C., Jentzsch, S. & Frey, M., 2011. From wisdom of the crowd to crowdfunding.

Journal of Communication and Computer, pp. 951-957.

Belleflamme, P., Lambert, T. & Schwienbacher, A., 2010. Crowdfunding: An industrial organization perspective. *Prepared for the workshop Digital Business Models: Understanding Strategies', held in Paris on June*, pp. 25-26.

Belleflamme, P., Lambert, T. & Schwienbacher, A., 2013. Individual crowdfunding practices. *Venture Capital*, 15(4), pp. 313-333.

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

Blohm, I., Leimeister, J. M., Wenzlaff, K. & Gebert, M., 2013. *Crowdfunding-Studie 2013/2014: Analyse, Perspektiven und Erfolgsfaktoren innovativer Unternehmens- und Projektfinanzierungen*. Berlin: epubli GmbH.

Blohm, I. et al., 2014. *Delphi-Studie Crowdfunding 2020—Komplement oder Substitut für die Finanzindustrie?*, Norderstedt: Books on Demand.

Bradford, C. S., 2012. Crowdfunding and the federal securities laws. *Columbia Business Law Review*, 2012(1), pp. 1-150.

Bradley III, D. & Luong, C., 2014. Crowdfunding: A New Opportunity for Small Business and Entrepreneurship. *The Entrepreneurial Executive*, Issue 19, p. 95.



- Brenner, W., Karagiannis, D. & Kolbe, L. e. a., 2014. User, use & utility research. *WIRTSCHAFTSINFORMATIK*, 56(1), pp. 65-72.
- Burtch, G., Ghose, A. & Wattal, S., 2013. *Cultural Differences and Geography as Determinants of Online Pro-Social Lending*. [Online]
Available at: <http://ssrn.com/abstract=2271298>
[Accessed 22 September 2016].
- Cumming, D., Leboeuf, G. & Schwienbacher, A., 2014. Crowdfunding models: Keep-it-all vs. all-or-nothing. *Paris December 2014 finance meeting EUROFIDAI-AFFI paper*.
- De Buysere, K., Gajda, O., Kleverlaan, R. & Marom, D., 2012. *A framework for European crowdfunding*. [Online]
Available at: http://eurocrowd.winball2.de/wp-content/blogs.dir/sites/85/2013/06/Framework_EU_Crowdfunding.pdf
[Accessed 15 September 2016].
- European Commission, 2013. *ENTREPRENEURSHIP 2020 ACTION PLAN - Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe*. [Online]
Available at: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:PDF>
[Accessed 28 September 2016].
- European Commission, 2014. *Unleashing the potential of Crowdfunding in the European Union*. [Online]
Available at: http://ec.europa.eu/internal_market/finances/docs/crowdfunding/140327-communication_en.pdf
[Accessed 28 September 2016].
- European Commission, 2015. *Action Plan on Building a Capital Markets Union*. [Online]
Available at: http://ec.europa.eu/finance/capital-markets-union/docs/building-cmu-action-plan_en.pdf
[Accessed 28 September 2016].
- European Commission, 2016. *Crowdfunding in the EU Capital Markets Union*. [Online]
Available at: <http://ec.europa.eu/finance/general-policy/docs/crowdfunding/160428->



[crowdfunding-study_en.pdf](#)

[Accessed 28 September 2016].

Frydrych, D., Bock, A., Kinder, T. & Koeck, B., 2014. Exploring entrepreneurial legitimacy in reward-based crowdfunding. *Venture Capital*, 16(3), pp. 247-269.

Galvin, W. F., 2012. *Comments on SEC Regulatory Initiatives Under the JOBS Act: Title III - Crowdfunding*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.sec.gov/comments/jobs-title-iii/jobstitleiii-121.pdf>

[Πρόσβαση 11 October 2016].

Gerber, E. M. & Hui, J., 2013. Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 20(6), p. 34.

Gerber, E. M., Hui, J. S. & Kuo, P.-Y., 2012. Crowdfunding: Why People Are Motivated to Post and Fund Projects on Crowdfunding Platforms. *Proceedings of the International Workshop on Design, Influence, and Social Technologies: Techniques, Impacts and Ethics*.

Gierczak, M. M. et al., 2016. Crowdfunding: Outlining the New Era of Fundraising. In: D. Brüntje & O. Gajda, eds. *Crowdfunding in Europe*. Switzerland: Springer International Publishing, pp. 7-23.

Giudici, G., Guerini, M. & Rossi-Lamastra, C., 2013. *Why Crowdfunding Projects Can Succeed: The Role of Proponents' Individual and Territorial Social Capital*. [Online]

Available at: <http://ssrn.com/abstract=2255944>

[Accessed 22 September 2016].

Give&Fund, n.d. *FAQs*. [Online]

Available at: <http://www.giveandfund.com/giveandfund/page/faq>

[Accessed 17 October 2016].

Gobble, M. A. M., 2012. Everyone is a venture capitalist: the new age of crowdfunding. *Research technology management*, 4(55), pp. 4-7.

Grameen Bank, n.d. *History*. [Online]

Available at: <http://www.grameen-bank.net/history/>

[Accessed 16 September 2016].



Groopio, n.d. *FAQ*. [Online]

Available at: <http://www.groopio.com/en/FAQ/>

[Accessed 18 October 2016].

Haas, P., Blohm, I. & Leimeister, J. M., 2014. An empirical taxonomy of crowdfunding.

Hair, F., Anderson, R., Tatham, R. & Black, W., 1995. *Multivariate Data Analysis with Readings*. 4th ed. London: Prentice-Hall International.

Hekman, E. & Brussee, R., 2013. *Crowdfunding and online social networks*. [Online]

Available at: <http://www2.mmu.ac.uk/media/mmuacuk/content/documents/carpe/2013-conference/papers/entrepreneurship/Erik-Hekman,-Rogier-Brussee.pdf>

[Accessed 22 September 2016].

Hemer, J., 2011. *A snapshot on crowdfunding*. Karlsruhe: Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research ISI.

Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F. & Frey, S., 2011. *Crowdfunding und andere Formen informeller Mikrofinanzierung in der Projekt- und Innovationsfinanzierung*. Stuttgart: Fraunhofer Verlag.

Hollis, A. & Sweetman, A., 2004. Microfinance and famine: The Irish loan funds during the great famine. *World Development*, 32(9), pp. 1509-1523.

JumpStart Greece, n.d. *Pressroom*. [Online]

Available at: <http://www.jumpstartgreece.com/el/sxetika/press/>

[Accessed 17 October 2016].

Kickstarter, 2016. *Kickstarter stats*. [Online]

Available at: <https://www.kickstarter.com/help/stats>

[Accessed 19 September 2016].

Kitchens, R. & Torrence, P. D., 2012. The JOBS Act – crowdfunding and beyond. *Economic Development Journal*, 4(11), pp. 42-47.

Kontizas, N. L. & Papachristou, E. A., 2014. Greece. In: O. Gajda, T. Aschenbeck-Florange & T. Nagel, eds. *Review of Crowdfunding Regulation. Interpretations of existing regulation concerning crowdfunding in Europe, North America and Israel*. 2nd ed. Brussels: European Crowdfunding Network AISBL, pp. 114-117.



- Kuppuswamy, V. & Bayus, B. L., 2015. *Crowdfunding Creative Ideas: The Dynamics of Project Backers in Kickstarter*. [Online]
Available at: <http://ssrn.com/abstract=2234765>
[Accessed 17 September 2016].
- Lehner, O. M., 2013. Crowdfunding social ventures: a model and research agenda. *Venture Capital*, 15(4), pp. 289-311.
- Lin, M. & Viswanathan, S., 2015. Home bias in online investments: An empirical study of an online crowdfunding market. *Management Science*, 62(5), pp. 1393-1414.
- Massolution, 2012. *CROWDFUNDING INDUSTRY REPORT - Market Trends, Composition and Crowdfunding Platforms*. [Online]
Available at: <http://www.ncfacanada.org/wp-content/uploads/2012/10/Massolution-Full-Industry-Report.pdf>
[Accessed 19 September 2016].
- Masters, T., 2013. *BBC News - Marillion 'understood where the internet was going early on'*. [Online]
Available at: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-23881382>
[Accessed 16 September 2016].
- Mitra, T. & Gilbert, E., 2014. The Language that Gets People to Give: Phrases that Predict Success on Kickstarter. *Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing*, pp. 49-61.
- Mollick, E., 2014. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of business venturing*, 29(1), pp. 1-16.
- Mollick, E. & Kuppuswamy, V., 2014. *After the Campaign: Outcomes of Crowdfunding*. [Online]
Available at: <http://ssrn.com/abstract=2376997>
[Accessed 22 September 2016].
- Moritz, A. & Block, J. H., 2016. Crowdfunding: A Literature Review and Research Directions. In: D. Brüntje & O. Gajda, eds. *Crowdfunding in Europe*. Switzerland: Springer International Publishing, pp. 25-53.
- Nunally, J. C., 1978. *Psychometric Theory*. 2nd ed. New Delhi: McGraw- Hill.



One-Up, n.d. *FAQ*. [Online]

Available at: <http://www.oneup.gr/page/faq>

[Accessed 17 October 2016].

OpenCircle, n.d. *Frequently Asked Questions*. [Online]

Available at: <https://www.opencircleproject.com/gr/faqs#1>

[Accessed 17 October 2016].

Pick, F. & Jourdan, S., 2012. *CROWDFUNDING LEADERS CALL FOR EUROPEAN LEGAL FRAMEWORK*. [Online]

Available at: <http://magazine.ouishare.net/2012/11/crowdfunding-european-framework/>

[Accessed 28 September 2016].

Ramsey, Y. A., 2012. What the heck is crowdfunding?. *Business people*, pp. 54-57.

Sacks, D., 2012. Shaking up crowdfunding. *Fast company*, Issue 166, pp. 39-41.

Saxton, G. D. & Wang, L., 2013. The social network effect: The determinants of giving through social media. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, *Forthcoming*.

Schwienbacher, A. & Larralde, B., 2012. Crowdfunding of small entrepreneurial ventures. In: D. Cumming, ed. *The Oxford Handbook of Entrepreneurial Finance*. Oxford: Oxford University Press, pp. 369-391.

Sigar, K., 2012. Fret no more: inapplicability of crowdfunding concerns in the internet age and the JOBS Act's safeguards. *Administrative Law Review*, 64(2), pp. 473-506.

Sullivan, B. & Ma, S., 2012. *Crowdfunding: Potential Legal Disaster Waiting To Happen*. [Online]

Available at: <http://www.forbes.com/sites/ericsavitz/2012/10/22/crowdfunding-potential-legal-disaster-waiting-to-happen/#7a7720a43c9f>

[Accessed 24 September 2016].

U.S. Government, 2012. *Jumpstart Our Business Startups Act*. [Online]

Available at: <https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/BILLS-112hr3606enr/pdf/BILLS-112hr3606enr.pdf>

[Accessed 16 September 2016].



U.S. Securities and Exchange Commission, 2015. *Proposes Amendments to Existing Rules to Facilitate Intrastate and Regional Securities Offerings*. [Online]

Available at: <https://www.sec.gov/news/pressrelease/2015-249.html>

[Accessed 17 September 2016].

Walsh, A., 2014. SEEK!: Creating and crowdfunding a game-based open educational resource to improve information literacy. *Insights*, 27(1), pp. 63-66.

WinnersFund, n.d. *Why Us*. [Online]

Available at: <https://www.winnersfund.com/about/why-us/>

[Accessed 18 October 2016].

World Council of Credit Unions, n.d. *History of ICU Day*. [Online]

Available at: <http://www.woccu.org/events/icuday/history?>

[Accessed 15 September 2016].

World Council of Credit Unions, n.d. *What is a Credit Union?*. [Online]

Available at: <https://www.woccu.org/about/creditunion>

[Accessed 15 September 2016].



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: Ερωτηματολόγιο

Οι Προοπτικές του Crowdfunding στην Ελλάδα

* Απαιτείται



«ΤΙ ΕΙΝΑΙ...;»

Το crowdfunding ή αλλιώς participative financing - («χρηματοδότηση από το πλήθος» –«συμμετοχική χρηματοδότηση») είναι μία νέα δημοφιλής μέθοδος για την άντληση κεφαλαίων από μεγάλο αριθμό ενδιαφερόμενων, κατά κύριο λόγο μέσω του διαδικτύου. Ενώ το crowdfunding αρχικά συνδέθηκε με τη χρηματοδότηση διαφόρων κοινωφελών έργων ή με τη χρηματοδότηση μορφών τέχνης, τον τελευταίο καιρό αναδεικνύεται ως μια μέθοδος άντλησης κεφαλαίων για νεοσύστατες εταιρίες (startups) ή άλλα εμπορικά εγχειρήματα.

Το crowdfunding λειτουργεί συνήθως μέσω μιας ιστοσελίδας, στην οποία παρουσιάζονται εταιρίες ή έργα που χρειάζονται χρηματοδότηση και στην οποία έχει πρόσβαση το κοινό.

Το crowdfunding έχει βρεθεί τον τελευταίο καιρό στο προσκήνιο από την αυξανόμενη δημόσια συζήτηση για την πρόσβαση στη χρηματοδότηση. Όλο αυτό βέβαια, είναι το αποτέλεσμα αφενός της οικονομικής κρίσης και των συναφών αδυναμιών της αγοράς όπου το υφιστάμενο καθεστώς συμβατικής χρηματοδότησης (τραπεζικά δάνεια, κλπ) δεν είναι αρκετό να στηρίξει και να παράσχει ικανή χρηματοδότηση για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και αφετέρου της ραγδαίας εξέλιξης στον τομέα της τεχνολογίας των επικοινωνιών, η οποία διευκολύνει την πρόσβαση των νεοσύστατων επιχειρήσεων σε επενδυτές και το αντίστροφο.

Πηγή: <http://www.capital.gr/story/2121892>

ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ

Αξιότιμη/η κύριε/α,

Η συγκεκριμένη έρευνα αφορά το αντικείμενο της διπλωματικής μου εργασίας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Στρατηγική Διοικητική Λογιστική & Χρηματοοικονομική Διοίκηση του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Στόχος της έρευνας είναι η ανάλυση των προοπτικών χρηματοδότησης ενός project (έργου) μέσω crowdfunding στην Ελλάδα. Οι απαντήσεις σας θα είναι πολύτιμες για την επίτευξη του στόχου.



Παρακαλώ αφιερώστε λίγα λεπτά για να συμπληρώσετε το παρόν ερωτηματολόγιο.

Ευχαριστώ πολύ για τη συμμετοχή σας!

Με εκτίμηση,

ΚΟΤΣΑΚΙΑΧΙΔΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

LinkedIn: <https://gr.linkedin.com/in/ikotsa>

Ερωτηματολόγιο Προτιμήσεων Crowdfunding στην Ελλάδα

ΕΝΟΤΗΤΑ 1

Ποια είδη projects (έργων) θα σας ενδιέφερε να χρηματοδοτήσετε;

Συμπληρώστε το βαθμό προτίμησής σας σε κάθε μία από τις παρακάτω κατηγορίες projects (έργων).

1. E1.1 Αγροτικά *

1:Καθόλου 2:Λίγο 3:Αρκετά 4:Πολύ 5:Πάρα Πολύ

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

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

2. E1.2 Βιβλίο, Εκδόσεις & Δημοσιογραφία *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

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

3. E1.3 Εκπαίδευση *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

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

4. E1.4 Θέατρο *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

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

5. E1.5 Κοινωνικά *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

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

**6. E1.6 Μεταποίηση ****Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

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

7. E1.7 Μόδα **Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

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

8. E1.8 Μουσική **Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

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

9. E1.9 Οικολογία **Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

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

10. E1.10 Σχεδίαση (Design) **Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

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

11. E1.11 Ταινία & Βίντεο **Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

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

12. E1.12 Τέχνη **Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

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

**13. E1.13 Τεχνολογία ****Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

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

14. E1.14 Φαγητό **Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

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

15. E1.15 Φωτογραφία **Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

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

ΕΝΟΤΗΤΑ 2

Σε ποια μορφή crowdfunding θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε;
Συμπληρώστε το βαθμό προτίμησής σας σε κάθε μία από τις παρακάτω μορφές χρηματοδότησης.

16. E2.1 Κεφαλαιοδότηση (Equity model / Συμμετοχή στο κεφάλαιο μιας εταιρείας) *

1:Καθόλου 2:Λίγο 3:Αρκετά 4:Πολύ 5:Πάρα Πολύ

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

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

17. E2.2 Δάντιο (Lending model) **Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

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

18. E2.3 Ανταμοιβή (Rewards model) **Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

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

**19. E2.4 Δωρεά (Donations model) ****Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

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

ΕΝΟΤΗΤΑ 3

Τι μεγέθους project (έργο) θα σας ενδιέφερε να χρηματοδοτήσετε;
Συμπληρώστε το βαθμό προτίμησής σας σε κάθε μία από τις παρακάτω κατηγορίες μεγεθών.

20. E3.1 <€5.001 *

1:Καθόλου 2:Λίγο 3:Αρκετά 4:Πολύ 5:Πάρα Πολύ

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

21. E3.2 €5.001 - €10.000 *

1:Καθόλου 2:Λίγο 3:Αρκετά 4:Πολύ 5:Πάρα Πολύ

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

22. E3.3 €10.001 - €25.000 **Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

23. E3.4 €25.001 - €100.000 **Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

24. E3.5 €100.001 - €250.000 **Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ



25. E3.6 >€250.000 *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

ΕΝΟΤΗΤΑ 4

Με ποιο ποσό θα σας ενδιέφερε να χρηματοδοτήσετε κάποιο project (έργο); Συμπληρώστε το βαθμό προτίμησής σας σε κάθε μία από τις παρακάτω κατηγορίες ύψους χρηματοδότησης.

26. E4.1 <€21 *

1:Καθόλου 2:Λίγο 3:Αρκετά 4:Πολύ 5:Πάρα Πολύ

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

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

27. E4.2 €21 - €100 *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

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

28. E4.3 €101 - €250 *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

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

29. E4.4 €251 - €1.000 *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

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

30. E4.5 €1.001 - €2.500 *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

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



31. E4.6 >€2.500 *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

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

ΕΝΟΤΗΤΑ 5

ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

32. E5.1 Θα συστήνατε σε κάποιον να χρηματοδοτήσει ένα project μέσω crowdfunding; *

1:Σίγουρα Όχι 2:Μάλλον Όχι 3:Ίσως 4:Μάλλον Ναι 5:Σίγουρα Ναι

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
Σίγουρα Όχι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Σίγουρα Ναι

33. E5.2 Θα χρηματοδοτούσατε ένα project μέσω crowdfunding; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
Σίγουρα Όχι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Σίγουρα Ναι

34. E5.3 Θεωρείτε ότι το crowdfunding υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης; (π.χ. ΕΣΠΑ, Δάνεια) *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
Σίγουρα Όχι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Σίγουρα Ναι

35. E5.4 Πιστεύετε ότι το crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
Σίγουρα Όχι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Σίγουρα Ναι

Ερωτηματολόγιο Προτιμήσεων Crowdfunding στην Ελλάδα

ΕΝΟΤΗΤΑ 6

Επιλέξτε αυτό που σας εκφράζει περισσότερο.



36. E6 Για ποιο λόγο θα επιλέγατε να χρηματοδοτηθείτε μέσω crowdfunding; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Αδυναμία Τραπεζικής Δανειοδότησης
- Αδυναμία Εύρεσης Συμμέτοχου
- Άμεση Χρηματοδότηση
- Γραφειοκρατία & Φόβος Απόρριψης από Αναπτυξιακά Προγράμματα
- Διαφήμιση Ιδέας
- Άλλο: _____

ΕΝΟΤΗΤΑ 7

Επιλέξτε αυτό που σας εκφράζει περισσότερο.

37. E7 Για ποιο λόγο θα χρηματοδοτούσατε ένα project (έργο) μέσω crowdfunding; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Αποφυγή Ξεπερασμένων Επενδυτικών Επιλογών
- Ελκυστικότητα Project (Έργου)
- Μελλοντικό Εισόδημα
- Υποστήριξη Επιχειρηματικότητας
- Υποστήριξη Κοινωνίας
- Άλλο: _____

Ερωτηματολόγιο Προτιμήσεων Crowdfunding στην Ελλάδα

ΕΝΟΤΗΤΑ 8

Δημογραφικά Στοιχεία

38. E8.1 Φύλο *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

_____ Άνδρας Γυναίκα _____

39. E8.2 Ηλικία *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

_____ <30 30 - 44 45 - 59 60+ _____

40. E8.3 Περιοχή Διαμονής *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

_____ Θεσσαλονίκη Σέρρες _____



41. E8.4 Ιδιότητα *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Δημόσιος/α Υπάλληλος
- Ελεύθερος/η Επαγγελματίας - Επιχειρηματίας
- Ιδιωτικός/ή Υπάλληλος
- Συνταξιούχος
- Φοιτητής/ρια

Ερωτηματολόγιο Προτιμήσεων Crowdfunding στην Ελλάδα

ΕΝΟΤΗΤΑ 9

Προσωπικά Στοιχεία

42. E9.1 Ονοματεπώνυμο

(Προαιρετικά)

43. E9.2 e-mail

(Εάν επιθυμείτε να λάβετε τα αποτελέσματα της έρευνας)

ΕΝΟΤΗΤΑ 10

Σχολιασμός

44. E10 ΣΧΟΛΙΑ

(Εάν υπάρχουν)



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ: Έλεγχοι Αξιοπιστίας

A. Έλεγχος Αξιοπιστίας E1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,817	15

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
E1.1	3,08	1,308	157
E1.2	2,45	1,065	157
E1.3	3,62	1,147	157
E1.4	2,42	1,166	157
E1.5	2,92	1,182	157
E1.6	3,32	1,134	157
E1.7	2,36	1,155	157
E1.8	2,85	1,085	157
E1.9	3,31	1,181	157
E1.10	2,87	1,186	157
E1.11	2,62	1,216	157
E1.12	2,66	1,159	157
E1.13	3,98	1,101	157
E1.14	3,22	1,247	157
E1.15	2,57	1,199	157

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E1.1	41,17	82,400	,106	,831
E1.2	41,80	78,211	,387	,810
E1.3	40,63	76,786	,425	,807
E1.4	41,83	72,669	,634	,793
E1.5	41,33	76,492	,423	,807
E1.6	40,92	79,610	,284	,816
E1.7	41,89	78,110	,352	,812



Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E1.8	41,39	73,728	,630	,794
E1.9	40,94	74,945	,503	,802
E1.10	41,38	76,287	,432	,807
E1.11	41,62	75,428	,460	,805
E1.12	41,59	72,230	,663	,791
E1.13	40,27	78,851	,336	,813
E1.14	41,03	77,749	,333	,814
E1.15	41,68	73,323	,578	,796

B. Έλεγχος Αξιοπιστίας E2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,409	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
E2.1	3,45	1,059	157
E2.2	2,33	1,184	157
E2.3	3,33	1,140	157
E2.4	2,15	1,143	157

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E2.1	7,81	5,348	,190	,376
E2.2	8,93	4,437	,313	,240
E2.3	7,93	4,527	,324	,231
E2.4	9,11	5,615	,088	,479

**Γ. Έλεγχος Αξιοπιστίας E3****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,678	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
E3.1	2,85	1,295	157
E3.2	2,78	1,113	157
E3.3	2,80	1,175	157
E3.4	2,73	1,385	157
E3.5	2,52	1,444	157
E3.6	2,40	1,510	157

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E3.1	13,22	23,751	-,086	,781
E3.2	13,30	19,685	,346	,657
E3.3	13,28	17,729	,528	,601
E3.4	13,35	15,242	,664	,540
E3.5	13,55	15,326	,613	,557
E3.6	13,68	16,208	,481	,610

Δ. Έλεγχος Αξιοπιστίας E4**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,632	6

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
E4.1	2,68	1,490	157
E4.2	2,79	1,359	157
E4.3	2,85	1,231	157
E4.4	2,80	1,278	157
E4.5	2,51	1,304	157
E4.6	2,44	1,529	157

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E4.1	13,39	17,983	,282	,622
E4.2	13,27	16,187	,524	,524
E4.3	13,22	16,543	,570	,514
E4.4	13,26	15,925	,608	,495
E4.5	13,55	17,082	,462	,551
E4.6	13,62	22,595	-,080	,757

E. Έλεγχος Αξιοπιστίας E5**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,795	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
E5.1	3,69	,924	157
E5.2	3,57	,856	157
E5.3	3,33	,990	157
E5.4	3,69	,846	157

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E5.1	10,59	4,576	,682	,704
E5.2	10,71	4,783	,698	,700
E5.3	10,96	4,889	,517	,793
E5.4	10,60	5,293	,544	,772

ΣΤ. Συνολικός Έλεγχος Αξιοπιστίας**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,818	35

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
E1.1	3,08	1,308	157
E1.2	2,45	1,065	157
E1.3	3,62	1,147	157
E1.4	2,42	1,166	157
E1.5	2,92	1,182	157
E1.6	3,32	1,134	157
E1.7	2,36	1,155	157
E1.8	2,85	1,085	157
E1.9	3,31	1,181	157
E1.10	2,87	1,186	157
E1.11	2,62	1,216	157
E1.12	2,66	1,159	157
E1.13	3,98	1,101	157
E1.14	3,22	1,247	157
E1.15	2,57	1,199	157
E2.1	3,45	1,059	157
E2.2	2,33	1,184	157
E2.3	3,33	1,140	157
E2.4	2,15	1,143	157
E3.1	2,85	1,295	157

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
E3.2	2,78	1,113	157
E3.3	2,80	1,175	157
E3.4	2,73	1,385	157
E3.5	2,52	1,444	157
E3.6	2,40	1,510	157
E4.1	2,68	1,490	157
E4.2	2,79	1,359	157
E4.3	2,85	1,231	157
E4.4	2,80	1,278	157
E4.5	2,51	1,304	157
E4.6	2,44	1,529	157
E5.1	3,69	,924	157
E5.2	3,57	,856	157
E5.3	3,33	,990	157
E5.4	3,69	,846	157

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E1.1	98,86	240,096	,124	,820
E1.2	99,49	236,764	,273	,814
E1.3	98,32	232,654	,368	,811
E1.4	99,52	228,687	,476	,808
E1.5	99,02	232,775	,352	,812
E1.6	98,61	234,893	,307	,813
E1.7	99,58	235,361	,287	,814
E1.8	99,08	231,435	,431	,809
E1.9	98,62	232,685	,354	,812
E1.10	99,06	233,573	,328	,812
E1.11	99,31	229,575	,429	,809
E1.12	99,28	228,729	,479	,808
E1.13	97,96	232,786	,383	,811
E1.14	98,72	237,985	,190	,817
E1.15	99,36	230,861	,399	,810
E2.1	98,48	237,213	,261	,815
E2.2	99,61	234,715	,296	,814
E2.3	98,61	234,151	,327	,813



Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E2.4	99,79	236,847	,247	,815
E3.1	99,08	238,615	,164	,818
E3.2	99,16	233,814	,347	,812
E3.3	99,14	233,198	,342	,812
E3.4	99,21	228,295	,398	,810
E3.5	99,41	228,706	,368	,811
E3.6	99,54	230,866	,299	,814
E4.1	99,26	234,579	,220	,817
E4.2	99,15	232,049	,313	,813
E4.3	99,09	232,338	,347	,812
E4.4	99,13	233,732	,294	,814
E4.5	99,43	234,272	,273	,814
E4.6	99,50	242,239	,048	,824
E5.1	98,24	237,518	,298	,814
E5.2	98,36	237,630	,322	,813
E5.3	98,61	237,625	,270	,814
E5.4	98,25	239,739	,244	,815



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ: Πίνακες Ανάλυσης

A. Πίνακες Ανάλυσης Δείγματος

Πίνακας 1: Ηλικία ανά Φύλο

ΦΥΛΟ	ΗΛΙΚΙΑ				Σύνολο
	<30	30 - 44	45 - 59	60+	
Άνδρας	39,77%	40,91%	19,32%	0,00%	100,00%
Γυναίκα	37,68%	47,83%	14,49%	0,00%	100,00%
Σύνολο	38,85%	43,95%	17,20%	0,00%	100,00%

Πίνακας 2: Περιοχή Διαμονής ανά Φύλο

ΦΥΛΟ	ΠΕΡΙΟΧΗ		
	Θεσσαλονίκη	Σέρρες	Σύνολο
Άνδρας	81,82%	18,18%	100,00%
Γυναίκα	76,81%	23,19%	100,00%
Σύνολο	79,62%	20,38%	100,00%

Πίνακας 3: Ιδιότητα ανά φύλο

ΦΥΛΟ	ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ/Η				Σύνολο
		Δημόσιος/α Υπάλληλος	Επαγγελματίας - Επιχειρηματίας	Ιδιωτικός/ή Υπάλληλος	Συνταξιούχος	
Άνδρας	17,05%	38,64%	32,95%	0,00%	11,36%	100,00%
Γυναίκα	26,09%	24,64%	39,13%	1,45%	8,70%	100,00%
Σύνολο	21,02%	32,48%	35,67%	0,64%	10,19%	100,00%

B. Πίνακες Ανάλυσης Ερωτήσεων

Πίνακας 4: Ε1.1 Αγροτικά

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.1
1	13,38%
2	24,20%
3	21,02%
4	24,20%
5	17,20%
Σύνολο	100,00%



Πίνακας 5: Ε1.2 Βιβλίο, Εκδόσεις & Δημοσιογραφία

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.2
1	19,75%
2	35,67%
3	29,30%
4	10,83%
5	4,46%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 6: Ε1.3 Εκπαίδευση

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.3
1	6,37%
2	7,64%
3	30,57%
4	28,66%
5	26,75%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 7: Ε1.4 Θέατρο

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.4
1	28,66%
2	23,57%
3	28,66%
4	15,29%
5	3,82%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 8: Ε1.5 Κοινωνικά

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.5
1	15,29%
2	18,47%
3	35,03%
4	21,66%
5	9,55%
Σύνολο	100,00%



Πίνακας 9: Ε1.6 Μεταποίηση

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.6
1	8,28%
2	12,74%
3	32,48%
4	31,21%
5	15,29%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 10: Ε1.7 Μόδα

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.7
1	28,66%
2	28,66%
3	25,48%
4	12,74%
5	4,46%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 11: Ε1.8 Μουσική

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.8
1	14,01%
2	19,11%
3	40,13%
4	21,02%
5	5,73%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 12: Ε1.9 Οικολογία

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.9
1	7,64%
2	17,20%
3	29,94%
4	26,75%
5	18,47%
Σύνολο	100,00%



Πίνακας 13: Ε1.10 Σχεδίαση

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.10
1	14,65%
2	22,93%
3	33,12%
4	19,11%
5	10,19%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 14: Ε1.11 Ταινία & Βίντεο

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.11
1	23,57%
2	22,29%
3	28,66%
4	19,11%
5	6,37%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 15: Ε1.12 Τέχνη

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.12
1	19,11%
2	26,75%
3	29,30%
4	19,11%
5	5,73%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 16: Ε1.13 Τεχνολογία

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.13
1	4,46%
2	4,46%
3	21,02%
4	28,66%
5	41,40%
Σύνολο	100,00%



Πίνακας 17: Ε1.14 Φαγητό

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.14
1	14,01%
2	11,46%
3	28,66%
4	30,57%
5	15,29%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 18: Ε1.15 Φωτογραφία

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε1.15
1	23,57%
2	24,20%
3	30,57%
4	14,65%
5	7,01%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 19: Ε2.1 Κεφαλαιοδότηση (Equity Model)

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε2.1
1	3,82%
2	15,29%
3	29,30%
4	35,03%
5	16,56%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 20: Ε2.2 Δάνειο (Lending Model)

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε2.2
1	32,48%
2	24,84%
3	22,93%
4	16,56%
5	3,18%
Σύνολο	100,00%



Πίνακας 21: E2.3 Ανταμοιβή (Rewards Model)

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E2.3
1	8,92%
2	10,19%
3	36,31%
4	28,03%
5	16,56%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 22: E2.4 Δωρεά (Donations Model)

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E2.4
1	38,22%
2	25,48%
3	23,57%
4	8,92%
5	3,82%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 23: E3.1 <€5.001

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E3.1
1	18,47%
2	21,66%
3	30,57%
4	14,65%
5	14,65%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 24: E3.2 €5.001 - €10.000

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E3.2
1	15,92%
2	22,29%
3	35,03%
4	21,66%
5	5,10%
Σύνολο	100,00%



Πίνακας 25: E3.3 €10.001 - €25.000

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E3.3
1	17,83%
2	20,38%
3	33,12%
4	21,66%
5	7,01%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 26: E3.4 €25.001 - €100.000

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E3.4
1	27,39%
2	18,47%
3	20,38%
4	21,66%
5	12,10%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 27: E3.5 €100.001 - €250.000

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E3.5
1	37,58%
2	14,65%
3	17,20%
4	19,11%
5	11,46%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 28: E3.6 >€250.000

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E3.6
1	44,59%
2	12,10%
3	17,20%
4	10,83%
5	15,29%
Σύνολο	100,00%



Πίνακας 29: Ε4.1 <€21

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε4.1
1	32,48%
2	15,92%
3	21,66%
4	11,46%
5	18,47%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 30: Ε4.2 €21 - €100

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε4.2
1	25,48%
2	15,92%
3	24,84%
4	21,66%
5	12,10%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 31: Ε4.3 €101 - €250

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε4.3
1	19,75%
2	15,92%
3	33,12%
4	22,29%
5	8,92%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 32: Ε4.4 €251 - €1.000

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ Ε4.4
1	21,02%
2	17,83%
3	33,12%
4	15,92%
5	12,10%
Σύνολο	100,00%



Πίνακας 33: E4.5 €1.001 - €2.500

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E4.5
1	28,66%
2	25,48%
3	21,66%
4	14,65%
5	9,55%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 34: E4.6 >€2.500

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E4.6
1	40,13%
2	21,66%
3	10,19%
4	10,19%
5	17,83%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 35: E5.1 Θα συστήνατε σε κάποιον να χρηματοδοτήσει ένα project μέσω crowdfunding;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E5.1
1	0,64%
2	8,28%
3	33,76%
4	35,67%
5	21,66%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 36: E5.2 Θα χρηματοδοτούσατε ένα project μέσω crowdfunding;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E5.2
1	0,64%
2	7,64%
3	40,13%
4	36,94%
5	14,65%
Σύνολο	100,00%



Πίνακας 37: E5.3 Θεωρείτε ότι το crowdfunding υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E5.3
1	3,82%
2	15,92%
3	33,76%
4	36,31%
5	10,19%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 38: E5.4 Πιστεύετε ότι το crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές;

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ E5.4
1	0,64%
2	7,01%
3	31,21%
4	45,22%
5	15,92%
Σύνολο	100,00%

Γ. Πίνακες Σύνθετων Αναλύσεων

Πίνακας 39: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Φύλο

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ
Άνδρας	56,05%
Γυναίκα	43,95%
Σύνολο	100,00%



Πίνακας 40: E1 Κατηγορίες Projects (Εργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

Μ. ΟΡΟΙ	ΦΥΛΟ		
	Άνδρας	Γυναίκα	Σύνολο
Μέσος όρος E1.1	3,0	3,2	3,1
Μέσος όρος E1.2	2,3	2,7	2,4
Μέσος όρος E1.3	3,4	3,9	3,6
Μέσος όρος E1.4	2,2	2,7	2,4
Μέσος όρος E1.5	2,6	3,3	2,9
Μέσος όρος E1.6	3,4	3,2	3,3
Μέσος όρος E1.7	2,1	2,7	2,4
Μέσος όρος E1.8	2,8	3,0	2,9
Μέσος όρος E1.9	3,2	3,4	3,3
Μέσος όρος E1.10	2,8	2,9	2,9
Μέσος όρος E1.11	2,8	2,4	2,6
Μέσος όρος E1.12	2,5	2,8	2,7
Μέσος όρος E1.13	4,1	3,8	4,0
Μέσος όρος E1.14	3,2	3,2	3,2
Μέσος όρος E1.15	2,5	2,6	2,6

Πίνακας 41: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

Μ. ΟΡΟΙ	ΦΥΛΟ		
	Άνδρας	Γυναίκα	Σύνολο
Μέσος όρος E2.1	3,6	3,3	3,5
Μέσος όρος E2.2	2,5	2,1	2,3
Μέσος όρος E2.3	3,4	3,2	3,3
Μέσος όρος E2.4	2,0	2,4	2,1

Πίνακας 42: E3 Μέγεθος Project (Εργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

Μ. ΟΡΟΙ	ΦΥΛΟ		
	Άνδρας	Γυναίκα	Σύνολο
Μέσος όρος E3.1	2,8	2,9	2,9
Μέσος όρος E3.2	2,7	2,9	2,8
Μέσος όρος E3.3	2,8	2,7	2,8
Μέσος όρος E3.4	2,9	2,6	2,7
Μέσος όρος E3.5	2,7	2,3	2,5
Μέσος όρος E3.6	2,6	2,2	2,4



Πίνακας 43: Ε4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

Μ. ΟΡΟΙ	ΦΥΛΟ		
	Άνδρας	Γυναίκα	Σύνολο
Μέσος όρος Ε4.1	2,6	2,8	2,7
Μέσος όρος Ε4.2	2,7	2,9	2,8
Μέσος όρος Ε4.3	2,9	2,8	2,8
Μέσος όρος Ε4.4	2,8	2,8	2,8
Μέσος όρος Ε4.5	2,5	2,6	2,5
Μέσος όρος Ε4.6	2,5	2,3	2,4

Πίνακας 44: Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Φύλο

Μ. ΟΡΟΙ	ΦΥΛΟ		
	Άνδρας	Γυναίκα	Σύνολο
Μέσος όρος Ε5.1	3,7	3,7	3,7
Μέσος όρος Ε5.2	3,6	3,5	3,6
Μέσος όρος Ε5.3	3,3	3,3	3,3
Μέσος όρος Ε5.4	3,7	3,7	3,7

Πίνακας 45: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Ηλικία

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ
<30	38,85%
30 - 44	43,95%
45 - 59	17,20%
60+	0,00%
Σύνολο	100,00%



Πίνακας 46: E1 Κατηγορίες Projects (Εργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

Μ. ΟΡΟΙ	ΗΛΙΚΙΑ				Σύνολο
	<30	30 - 44	45 - 59	60+	
Μέσος όρος E1.1	3,0	3,2	3,0		3,1
Μέσος όρος E1.2	2,5	2,4	2,4		2,4
Μέσος όρος E1.3	3,6	3,6	3,7		3,6
Μέσος όρος E1.4	2,5	2,4	2,3		2,4
Μέσος όρος E1.5	2,9	2,9	2,9		2,9
Μέσος όρος E1.6	3,4	3,4	3,1		3,3
Μέσος όρος E1.7	2,8	2,2	1,9		2,4
Μέσος όρος E1.8	3,1	2,6	2,9		2,9
Μέσος όρος E1.9	3,3	3,3	3,4		3,3
Μέσος όρος E1.10	3,2	2,7	2,7		2,9
Μέσος όρος E1.11	2,8	2,5	2,6		2,6
Μέσος όρος E1.12	2,7	2,6	2,6		2,7
Μέσος όρος E1.13	4,0	4,0	3,9		4,0
Μέσος όρος E1.14	3,4	3,2	3,0		3,2
Μέσος όρος E1.15	2,5	2,7	2,5		2,6

Πίνακας 47: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

Μ. ΟΡΟΙ	ΗΛΙΚΙΑ				Σύνολο
	<30	30 - 44	45 - 59	60+	
Μέσος όρος E2.1	3,6	3,4	3,1		3,5
Μέσος όρος E2.2	2,5	2,4	2,0		2,3
Μέσος όρος E2.3	3,5	3,3	2,9		3,3
Μέσος όρος E2.4	2,3	2,2	1,7		2,1

Πίνακας 48: E3 Μέγεθος Project (Εργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

Μ. ΟΡΟΙ	ΗΛΙΚΙΑ				Σύνολο
	<30	30 - 44	45 - 59	60+	
Μέσος όρος E3.1	2,9	3,1	2,1		2,9
Μέσος όρος E3.2	3,0	2,7	2,4		2,8
Μέσος όρος E3.3	3,0	2,6	2,7		2,8
Μέσος όρος E3.4	3,0	2,7	2,3		2,7
Μέσος όρος E3.5	2,8	2,4	2,1		2,5
Μέσος όρος E3.6	2,7	2,3	2,0		2,4



Πίνακας 49: Ε4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

Μ. ΟΡΟΙ	ΗΛΙΚΙΑ				Σύνολο
	<30	30 - 44	45 - 59	60+	
Μέσος όρος Ε4.1	3,0	2,7	1,9		2,7
Μέσος όρος Ε4.2	3,1	2,7	2,2		2,8
Μέσος όρος Ε4.3	3,0	2,8	2,4		2,8
Μέσος όρος Ε4.4	3,0	2,9	2,3		2,8
Μέσος όρος Ε4.5	2,6	2,6	2,1		2,5
Μέσος όρος Ε4.6	2,3	2,5	2,5		2,4

Πίνακας 50: Ε5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ηλικία

Μ. ΟΡΟΙ	ΗΛΙΚΙΑ				Σύνολο
	<30	30 - 44	45 - 59	60+	
Μέσος όρος Ε5.1	3,7	3,9	3,3		3,7
Μέσος όρος Ε5.2	3,6	3,7	3,3		3,6
Μέσος όρος Ε5.3	3,4	3,3	3,2		3,3
Μέσος όρος Ε5.4	3,7	3,8	3,4		3,7

Πίνακας 51: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Ιδιότητα

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ
Δημόσιος/α Υπάλληλος	21,02%
Ελεύθερος/η Επαγγελματίας - Επιχειρηματίας	32,48%
Ιδιωτικός/ή Υπάλληλος	35,67%
Συνταξιούχος	0,64%
Φοιτητής/ρια	10,19%
Σύνολο	100,00%



Πίνακας 52: E1 Κατηγορίες Projects (Εργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

Μ. ΟΡΟΙ	ΙΔΙΟΤΗΤΑ					
	Δημόσιος/α Υπάλληλος	Ελεύθερος/η Επαγγελματίας - Επιχειρηματίας	Ιδιωτικός/ή Υπάλληλος	Συνταξιούχος	Φοιτητής/ρια	Σύνολο
Μέσος όρος E1.1	3,1	3,2	3,1	4,0	2,6	3,1
Μέσος όρος E1.2	2,7	2,3	2,3	2,0	2,9	2,4
Μέσος όρος E1.3	4,0	3,6	3,4	4,0	3,6	3,6
Μέσος όρος E1.4	2,5	2,3	2,5	2,0	2,6	2,4
Μέσος όρος E1.5	3,4	2,8	2,6	5,0	3,0	2,9
Μέσος όρος E1.6	3,0	3,5	3,4	3,0	3,3	3,3
Μέσος όρος E1.7	2,2	2,2	2,6	1,0	2,8	2,4
Μέσος όρος E1.8	2,9	2,6	2,9	3,0	3,6	2,9
Μέσος όρος E1.9	3,7	3,4	3,1	4,0	3,0	3,3
Μέσος όρος E1.10	2,7	2,9	2,9	3,0	3,2	2,9
Μέσος όρος E1.11	2,9	2,4	2,5	1,0	3,4	2,6
Μέσος όρος E1.12	3,0	2,5	2,5	1,0	3,3	2,7
Μέσος όρος E1.13	3,8	4,2	3,9	4,0	3,8	4,0
Μέσος όρος E1.14	3,3	3,0	3,4	1,0	3,3	3,2
Μέσος όρος E1.15	2,7	2,4	2,7	1,0	2,6	2,6

Πίνακας 53: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

Μ. ΟΡΟΙ	ΙΔΙΟΤΗΤΑ					
	Δημόσιος/α Υπάλληλος	Ελεύθερος/η Επαγγελματίας - Επιχειρηματίας	Ιδιωτικός/ή Υπάλληλος	Συνταξιούχος	Φοιτητής/ρια	Σύνολο
Μέσος όρος E2.1	3,4	3,6	3,3	3,0	3,6	3,5
Μέσος όρος E2.2	2,2	2,1	2,5	2,0	2,9	2,3
Μέσος όρος E2.3	3,5	3,4	3,2	2,0	3,6	3,3
Μέσος όρος E2.4	2,3	1,9	2,3	2,0	2,1	2,1



Πίνακας 54: E3 Μέγεθος Project (Εργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

ΙΔΙΟΤΗΤΑ						
	Δημόσιος/α Υπάλληλος	Ελεύθερος/η Επαγγελματίας - Επιχειρηματίας	Ιδιωτικός/ή Υπάλληλος	Συνταξιούχος	Φοιτητής/ρια	Σύνολο
Μ. ΟΡΟΙ						
Μέσος όρος E3.1	2,5	3,0	3,0	4,0	2,7	2,9
Μέσος όρος E3.2	2,5	2,9	2,9	3,0	2,6	2,8
Μέσος όρος E3.3	2,6	3,0	2,8	2,0	2,6	2,8
Μέσος όρος E3.4	2,5	3,2	2,4	1,0	2,8	2,7
Μέσος όρος E3.5	2,4	2,7	2,3	1,0	3,2	2,5
Μέσος όρος E3.6	2,2	2,4	2,3	1,0	3,5	2,4

Πίνακας 55: E4 Υψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

ΙΔΙΟΤΗΤΑ						
	Δημόσιος/α Υπάλληλος	Ελεύθερος/η Επαγγελματίας - Επιχειρηματίας	Ιδιωτικός/ή Υπάλληλος	Συνταξιούχος	Φοιτητής/ρια	Σύνολο
Μ. ΟΡΟΙ						
Μέσος όρος E4.1	2,5	2,6	2,8	1,0	3,1	2,7
Μέσος όρος E4.2	2,5	2,8	2,9	3,0	3,0	2,8
Μέσος όρος E4.3	2,5	2,9	2,9	4,0	2,9	2,8
Μέσος όρος E4.4	2,5	3,1	3,0	2,0	2,2	2,8
Μέσος όρος E4.5	2,3	2,8	2,6	2,0	1,7	2,5
Μέσος όρος E4.6	2,3	2,8	2,3	1,0	1,9	2,4

Πίνακας 56: E5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Ιδιότητα

ΙΔΙΟΤΗΤΑ						
	Δημόσιος/α Υπάλληλος	Ελεύθερος/η Επαγγελματίας - Επιχειρηματίας	Ιδιωτικός/ή Υπάλληλος	Συνταξιούχος	Φοιτητής/ρια	Σύνολο
Μ. ΟΡΟΙ						
Μέσος όρος E5.1	3,5	3,7	3,9	4,0	3,6	3,7
Μέσος όρος E5.2	3,4	3,6	3,7	4,0	3,5	3,6
Μέσος όρος E5.3	3,4	3,2	3,4	4,0	3,4	3,3
Μέσος όρος E5.4	3,8	3,6	3,6	4,0	3,9	3,7



Πίνακας 57: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Περιοχή

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ
Θεσσαλονίκη	79,62%
Σέρρες	20,38%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 58: E1 Κατηγορίες Projects (Εργων) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

Μ. ΟΡΟΙ	ΠΕΡΙΟΧΗ		
	Θεσσαλονίκη	Σέρρες	Σύνολο
Μέσος όρος E1.1	3,0	3,4	3,1
Μέσος όρος E1.2	2,5	2,3	2,4
Μέσος όρος E1.3	3,6	3,8	3,6
Μέσος όρος E1.4	2,4	2,3	2,4
Μέσος όρος E1.5	2,9	3,2	2,9
Μέσος όρος E1.6	3,2	3,7	3,3
Μέσος όρος E1.7	2,4	2,0	2,4
Μέσος όρος E1.8	2,9	2,8	2,9
Μέσος όρος E1.9	3,3	3,4	3,3
Μέσος όρος E1.10	2,9	2,7	2,9
Μέσος όρος E1.11	2,7	2,4	2,6
Μέσος όρος E1.12	2,7	2,4	2,7
Μέσος όρος E1.13	4,0	3,7	4,0
Μέσος όρος E1.14	3,3	2,8	3,2
Μέσος όρος E1.15	2,7	2,2	2,6

Πίνακας 59: E2 Μορφές Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

Μ. ΟΡΟΙ	ΠΕΡΙΟΧΗ		
	Θεσσαλονίκη	Σέρρες	Σύνολο
Μέσος όρος E2.1	3,5	3,3	3,5
Μέσος όρος E2.2	2,3	2,4	2,3
Μέσος όρος E2.3	3,4	3,2	3,3
Μέσος όρος E2.4	2,1	2,4	2,1



Πίνακας 60: Ε3 Μέγεθος Project (Εργου) - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

ΠΕΡΙΟΧΗ			
Μ. ΟΡΟΙ	Θεσσαλονίκη	Σέρρες	Σύνολο
Μέσος όρος Ε3.1	2,9	2,7	2,9
Μέσος όρος Ε3.2	2,8	2,7	2,8
Μέσος όρος Ε3.3	2,8	2,8	2,8
Μέσος όρος Ε3.4	2,7	2,7	2,7
Μέσος όρος Ε3.5	2,5	2,7	2,5
Μέσος όρος Ε3.6	2,3	2,8	2,4

Πίνακας 61: Ε4 Ύψος Χρηματοδότησης - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

ΠΕΡΙΟΧΗ			
Μ. ΟΡΟΙ	Θεσσαλονίκη	Σέρρες	Σύνολο
Μέσος όρος Ε4.1	2,7	2,5	2,7
Μέσος όρος Ε4.2	2,8	2,8	2,8
Μέσος όρος Ε4.3	2,8	2,8	2,8
Μέσος όρος Ε4.4	2,9	2,6	2,8
Μέσος όρος Ε4.5	2,5	2,5	2,5
Μέσος όρος Ε4.6	2,4	2,6	2,4

Πίνακας 62: Ε5 Γενικές Ερωτήσεις - Μέσοι Όροι Ερωτήσεων ανά Περιοχή

ΠΕΡΙΟΧΗ			
Μ. ΟΡΟΙ	Θεσσαλονίκη	Σέρρες	Σύνολο
Μέσος όρος Ε5.1	3,7	3,8	3,7
Μέσος όρος Ε5.2	3,5	3,7	3,6
Μέσος όρος Ε5.3	3,3	3,3	3,3
Μέσος όρος Ε5.4	3,7	3,6	3,7



Δ. Πίνακες Ειδικών Αναλύσεων

Πίνακας 63: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Λόγο Χρηματοδότησης

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ
Αποφυγή Ξεπερασμένων Επενδυτικών Επιλογών	11,46%
Ελκυστικότητα Project (Έργου)	33,12%
Μελλοντικό Εισόδημα	33,12%
Υποστήριξη Επιχειρηματικότητας	19,75%
Υποστήριξη Κοινωνίας	2,55%
Άλλο:	0,00%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 64: Αριθμός Ερωτηματολογίων ανά Λόγο Επιλογής

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ
Αδυναμία Εύρεσης Συμμέτοχου	7,64%
Αδυναμία Τραπεζικής Δανειοδότησης	31,85%
Άμεση Χρηματοδότηση	26,11%
Γραφειοκρατία & Φόβος Απόρριψης από Αναπτυξιακά Προγράμματα	16,56%
Διαφήμιση Ιδέας	15,29%
Άλλο:	2,55%
Σύνολο	100,00%

Πίνακας 65: Σχέση Λόγου Επιλογής με Λόγο Χρηματοδότησης

ΣΧΕΣΗ ΛΟΓΟΥ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΜΕ ΛΟΓΟ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	ΛΟΓΟΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ						
	ΛΟΓΟΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ	Αποφυγή Ξεπερασμένων Επενδυτικών Επιλογών	Ελκυστικότητα Project (Έργου)	Μελλοντικό Εισόδημα	Υποστήριξη Επιχειρηματικότητας	Υποστήριξη Κοινωνίας	Σύνολο
Αδυναμία Εύρεσης Συμμέτοχου		25,00%	25,00%	33,33%	16,67%	0,00%	100,00%
Αδυναμία Τραπεζικής Δανειοδότησης		12,00%	38,00%	40,00%	8,00%	2,00%	100,00%
Άμεση Χρηματοδότηση		9,76%	29,27%	29,27%	29,27%	2,44%	100,00%
Γραφειοκρατία & Φόβος Απόρριψης από Αναπτυξιακά Προγράμματα		11,54%	26,92%	34,62%	26,92%	0,00%	100,00%
Διαφήμιση Ιδέας		8,33%	41,67%	20,83%	20,83%	8,33%	100,00%
Άλλο:		0,00%	25,00%	50,00%	25,00%	0,00%	100,00%
Σύνολο		11,46%	33,12%	33,12%	19,75%	2,55%	100,00%



Πίνακας 66: Σύγκριση 5.1 & 5.2

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ	ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ
E5.1: Θα συστήνατε σε κάποιον να χρηματοδοτήσει ένα project μέσω crowdfunding;	3,7
E5.2: Θα χρηματοδοτούσατε ένα project μέσω crowdfunding;	3,6

Πίνακας 67: Σύγκριση 5.3 & 5.4

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ	ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ
E5.3: Θεωρείτε ότι το crowdfunding υπερτερεί έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησης; (π.χ. ΕΣΠΑ, Δάνεια)	3,3
E5.4: Πιστεύετε ότι το crowdfunding είναι αξιόπιστη λύση για ιδέες που δε μπόρεσαν να πετύχουν χρηματοδότηση από άλλες πηγές;	3,7