



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ : CROWDFUNDING ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ
ΕΞΕΛΙΞΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: ΓΚΟΥΜΑΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ

ΑΡ.ΜΡ: LX 31544

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΑΡΑΦΟΛΑΣ ΣΥΜΕΩΝ

ΚΟΖΑΝΗ 2022

Υπεύθυνη δήλωση

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας στην Κοζάνη.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέπων καθηγητή μου Κύριο Καραφόλα Συμεών για την συνολική του βοήθεια, καθοδήγησή και επιμονή του καθ' όλη την διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής μου εργασίας.

Το μεγαλύτερο ευχαριστώ θέλω να το δώσω στην οικογένεια μου για την συμπαράσταση και την εμπύχωσή τους και που με στήριξαν και συνεχίζουν να με στηρίζουν σε όλες τις προσπάθειές μου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	6
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	7
ABSTRACT	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο	10
1.1. Ιστορική αναδρομή του Crowdfunding	10
1.2. Ο ορισμός του Crowdfunding	15
1.3. Χαρακτηριστικά του Crowdfunding	15
1.4. Άμεσο και έμμεσο Crowdfunding	18
1.5. Ενεργό και παθητικό Crowdfunding	20
1.6. Το Crowdfunding στην Ελλάδα	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο	22
2.1. Μοντέλα Crowdfunding	22
2.1.1. Συμμετοχική χρηματοδότηση βάσει δωρεάς (<i>Donation-based crowdfunding</i>)	23
2.1.2. Συμμετοχική χρηματοδότηση βάσει ανταμοιβής (<i>Reward-based crowdfunding</i>)	28
2.1.3. Συμμετοχική χρηματοδότηση μέσω ιδιωτικού δανεισμού (<i>Peer-to-peer lending</i>)	29
2.2. Σύγκριση Crowdfunding με παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης	33
2.2.1. Πλεονεκτήματα Crowdfunding σε σχέση με άλλες μορφές χρηματοδότησης	33
2.2.2 Μειονεκτήματα Crowdfunding σε σχέση με άλλες μορφές χρηματοδότησης	40
2.3. Κίνδυνοι από τη συμμετοχή στο Crowdfunding	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ: «Act4Greece»	52
3.1. Το Πρόγραμμα «Act4Greece»	52
3.2. Η Οργανωτική Δομή Του Προγράμματος	54
3.3. Άξονες προγράμματος	59
3.4. Δράσεις του προγράμματος	62
3.5. Ανάλυση S.W.O.T. και Συμπεράσματα	65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο	68

4.1. Στατιστικά στοιχεία για το Crowdfunding τον κόσμο	68
4.2. Στατιστικά στοιχεία για το Crowdfunding στην Ελλάδα	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο	72
5.1. Συμπεράσματα	72
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	75
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	75
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	80

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1 Crowdfunding Πλεονεκτήματα Και Κίνητρα	40
Εικόνα 2 Το οργανόγραμμα	55
Εικόνα 3 Άξονες προγράμματος	59
Εικόνα 4 Ανάλυση S.W.O.T	65
Εικόνα 5 Οι 30 χώρες με το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στον κλάδο crowdfunding διεθνώς	70

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το crowdfunding είναι μια αναδύομενη εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης που συνδέει εκείνους που μπορούν να δώσουν, να δανείσουν ή να επενδύσουν χρήματα απευθείας με εκείνους που χρειάζονται χρηματοδότηση για ένα συγκεκριμένο έργο. Συνήθως αναφέρεται σε δημόσιες διαδικτυακές προσκλήσεις για τη χρηματοδότηση συγκεκριμένων πρωτοβουλιών.

Στη παρούσα εργασία εξετάζεται η γενικότερη επιρροή των ψηφιακών τεχνολογιών στις παραδοσιακές και κοινωνικές επιχειρήσεις, η “χρηματοδότηση από το πλήθος” ως δυναμική πηγή χρηματοδότησης, μελετώντας υφιστάμενες πρωτοβουλίες, αλλά και τους διαφορετικούς τύπους διαθέσιμης χρηματοδότησης μέσω crowdfunding καθώς και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, στην προσπάθεια να μελετήσουμε πως το crowdfunding μπορεί να φανεί χρήσιμο τόσο για την προσέγγιση του οικονομικού όσο και του κοινωνικού αντίκτυπου, αλλά και πως μπορούν να αναδειχθούν τα σημαντικά στοιχεία μια επιτυχημένης εκστρατείας συγκέντρωσης πόρων.

ABSTRACT

Crowdfunding is an emerging alternative form of financing that connects those who can lend, lend or invest money directly to those who need funding for a particular project. It usually refers to public online calls for funding specific initiatives.

This paper examines the general impact of digital technologies on traditional and social enterprises, "crowdfunding" as a potential source of funding, studying existing initiatives, but also the different types of crowdfunding available as well as the pros and cons to study how crowdfunding can be useful in approaching both economic and social impact, but also how important elements of a successful fundraising campaign can be highlighted.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το αντικείμενο της παρούσας μελέτης έχει ως σκοπό την ανάλυση ενός συνεχώς αναδυόμενου μοντέλου χρηματοδότησης του Crowdfunding. Χρηματοδότηση από το πλήθος (ή Crowdfunding) είναι η χρηματοδότηση από ανθρώπους ή άλλες επιχειρήσεις κάποιου έργου ή project ή κάποιας ιδέας από πολλούς ανθρώπους, οι οποίοι προσφέρουν είτε μικρά ποσά ο καθένας, είτε συμμετέχουν οι ίδιοι στην δημιουργία της ιδέας και από τη συμβολή όλων καλύπτεται ο στόχος του κάθε έργου. Δημιουργοί ή επιχειρηματίες παρουσιάζουν τις ιδέες τους, στις ειδικά διαμορφωμένες ηλεκτρονικές ιστοσελίδες προσδοκώντας την συνεισφορά των υποστηρικτών. Οι υποστηρικτές από την πλευρά τους συνεισφέρουν, είτε αναμένοντας κάποιο αντάλλαγμα, είτε ως μορφή δωρεάς.

Αρχικά, γίνεται μια διεξοδική ανάλυση της περιπτώσεως του Crowdfunding και αναλύονται οι μορφές που έχει η χρηματοδότηση από το πλήθος, καθώς και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα αυτής της εναλλακτικής μεθόδου άντλησης κεφαλαίου από τις επιχειρήσεις. Στην συνέχεια, γίνεται μια ευρύτερη ανάλυση των διάφορων χρηματοοικονομικών πηγών από τις οποίες μια επιχείρηση μπορεί να αντλήσει κεφάλαια για τις χρηματοδοτικές της ανάγκες. Προκειμένου να γίνει ακόμη πιο κατανοητή αυτή η μέθοδος χρηματοδότησης από το πλήθος και στο πώς μπορεί να συνεισφέρει στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων, κυρίως των νεοφυών επιχειρήσεων, γίνεται μια σύγκριση μεταξύ των παραδοσιακών μορφών χρηματοδότησης και του crowdfunding.

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να κατανοήσουμε καλύτερα το crowdfunding και τις πτυχές του, τις διαφορές από τις παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης των επιχειρήσεων καθώς και τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά του.

Τέλος, στο πλαίσιο αυτής της μελέτης πραγματοποιείται μελέτη περίπτωσης για επιχειρήσεις που στράφηκαν στο crowdfunding για χρηματοδότηση από το πλήθος μέσω της πλατφόρμας της εθνικής τράπεζας «Act4Greece», και τους λόγους για τους οποίους είτε πέτυχαν τον στόχο τους, είτε απέτυχαν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

1.1. Ιστορική αναδρομή του Crowdfunding

Η χρηματοοικονομική δραστηριότητα μιας επιχείρησης εξαρτάται από το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται. Οι επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να αναπτυχθούν και να ανταποκριθούν στις ανάγκες τους ψάχνουν διάφορους τρόπους χρηματοδότησης. Ανάλογα με τις ανάγκες της, η εκάστοτε επιχείρηση προσπαθεί να επιλέξει το κατάλληλο γι' αυτήν μέσο χρηματοδότησης. Σημαντικό ρόλο στην επιλογή του τρόπου/μέσου χρηματοδότησης της επιχείρησης αποτελούν δύο παράγοντες, ο ένας είναι το κόστος των πηγών οι οποίες καθορίζονται κατά κύριο λόγο από το κόστος επίλυσης του προβλήματος των πληροφοριών και ο άλλος παράγοντας είναι το αναμενόμενο κόστος που προβλέπεται να έχει η επιχείρηση σε περίπτωση μη καταβολής του χρέους.

Τα τελευταία χρόνια μέσα από την ραγδαία ανάπτυξη του διαδικτύου και κυρίως των συναλλαγών μέσα από το διαδίκτυο γεννήθηκε η ιδέα του Crowdfunding. Με απλά λόγια, Crowdfunding είναι η χρηματοδότηση από το πλήθος. Για να κάνουμε ακόμη πιο κατανοητό τον όρο του crowdfunding μπορούμε να περιγράψουμε το crowdfunding ως η χρηματοδότηση ενός έργου ή project μέσω “επενδύσεων” που κάνουν οι χρήστες του διαδικτύου. Έτσι, το συνολικό ποσό που συγκεντρώνεται από τους χρήστες που στήριξαν το έργο οικονομικά, αποτελεί το αρχικό κεφάλαιο για την υλοποίηση του έργου και πολλές φορές οι επενδυτές ανταμείβονται για την επένδυσή τους.¹

Αν και η χρηματοδότηση από το πλήθος θεωρείται μια σύγχρονη εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης που έγινε ευρέως γνωστό με την ανάπτυξη των συναλλαγών μέσω διαδικτύου και κυρίως με την παγκόσμια οικονομική κρίση και μετά, όπου πολλές επιχειρήσεις δεν μπορούσαν να βρουν χρηματοδότηση και αναγκάστηκαν να στραφούν σε εναλλακτικές μεθόδους χρηματοδότησης όπως το crowdfunding, εντούτοις μπορούμε να βρούμε αρκετά παραδείγματα τα οποία αποτελούν μια πρώιμη μορφή χρηματοδότησης από το πλήθος.

¹ <https://en.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding#History>

Το crowdfunding έχει μακρά ιστορία με πολλαπλές ρίζες. Βιβλία έχουν χρηματοδοτηθεί με παρόμοια μορφή εδώ και αιώνες, οι συγγραφείς και οι εκδότες διαφήμιζαν το βιβλίο και ζητούσαν προεγγραφές ώστε να κατοχυρωθούν αυτοί που ήθελαν να το αγοράσουν. Αν αρκετά άτομα έδειχναν ενδιαφέρον τότε το βιβλίο ξεκινούσε το δρόμο προς την έκδοση του. Αυτό το είδος δεν είναι ακριβώς crowdfunding διότι η ροή των χρημάτων ξεκινάει με την παράδοση του τελικού προϊόντος. Όμως η λίστα με τους εγγεγραμμένους ενδιαφερομένους είχε την δύναμη να δημιουργήσει την απαραίτητη πίεση ώστε να παραχθεί το επιθυμητό έργο, με αντάλλαγμα οι προεγγεγραμμένοι θα έπαιρναν πρώτοι το βιβλίο. Επομένως, τέτοιου είδους συναλλαγή αποτελεί μια αρχική μορφή του crowdfunding.

Το 1720, ο Ιρλανδός συγγραφέας Jonathan Swift, ανέλαβε την πρωτοβουλία να παράσχει μικρά ποσά κεφαλαίων σε φτωχές οικογένειες του Δουβλίνου. Ο Jonathan Swift και η επιτυχία της πρωτοβουλίας του, οδήγησε στη δημιουργία ανεξάρτητων χρηματοδοτικών οργανώσεων, με κύριο σκοπό τη δανειοδότηση φτωχών οικογενειών. Κατά αυτόν τον τρόπο, μέχρι τα μέσα του 1840, είχαν δημιουργηθεί πάνω από 300 οργανισμοί μικροπίστωσης, οι οποίοι λειτουργούσαν κάτω από τις οδηγίες και τους κανονισμούς και τις οδηγίες του “Συμβουλίου Δανεισμού Κεφαλαίων” που ιδρύθηκε το 1837. Υπολογίζεται ότι περίπου το 20% των νοικοκυριών στην Ιρλανδία, έκανε χρήση τέτοιων δάνειων²

Άλλο ένα σύγχρονο δείγμα της χρηματοδότησης από το πλήθος είναι η χρηματοδότηση του αγάλματος της ελευθερίας. Το 1885 όταν οι κυβερνητικές οικονομικές πηγές δεν μπορούσαν πλέον να συνεχίσουν να χρηματοδοτούν την κατασκευή του μνημείου και έτσι δημιουργήθηκε καμπάνια από αμερικανική εφημερίδα που συγκέντρωσε μικρά ποσά από 160.000 δωρητές με σκοπό την ολοκλήρωση του αγάλματος.

Ωστόσο, το crowdfunding απέσπασε μεγάλη δημοτικότητα και έγινε ευρέως γνωστό μέσω του διαδικτύου από την χρήση του στις τέχνες και την μουσική κοινότητα. Ξεκινώντας από τη δεκαετία του 90', οι πρώτες προσπάθειες για χρηματοδότηση από το κοινό έγιναν για ενέργειες

² Hollis, Aidan & Sweetman, Arthur, 2001, “The Life-Cycle Of A Microfinance Institution: The Irish Loan Funds.”, *Journal Of Economic Behavior & Organization*, Vol. 46, No. 3, p.p. 291-311.

φιλανθρωπικές. Στο διαδίκτυο, εμφανίστηκαν οι πλατφόρμες crowdfunding, με την ονομασία SixDegrees.com και AOL Instant Messenger. Στις πλατφόρμες αυτές ξεκίνησαν να γίνονται εγγραφές και προσφορές χρημάτων για ποικίλους σκοπούς. Συγκεκριμένα, διάφοροι καλλιτέχνες ζητούσαν από τους θαυμαστές τους τη χρηματοδότηση των νέων έργων τους.

Η πρώτη μουσική καμπάνια μέσω ιντερνέτ έγινε το 1997, όταν οι οπαδοί της βρετανικής μπάντας Marillion συγκέντρωσαν 60.000 δολάρια με στόχο τη χρηματοδότηση της περιοδείας τους στην Αμερική. Στα επόμενα χρόνια βέβαια από το 2001 και έπειτα, το συγκρότημα χρησιμοποίησε το crowdfunding για να χρηματοδοτήσει την ηχογράφηση και την προώθηση των δίσκων της. Στον κινηματογράφο ο ανεξάρτητος σκηνοθέτης Kines σχεδίασε έναν ιστότοπο το 1997 για το τότε ημιτελές κινηματογραφικό του έργο. Στις αρχές του 1999 είχε ήδη συγκεντρώσει περισσότερα από 125.000 δολάρια. Ιστορικά, σαν ο πρώτος καταγεγραμμένος ιστότοπος crowdfunding είναι το www.artistshare.net που το 2003 χρηματοδότησε το πρώτο καλλιτεχνικό project μέσα από τις δωρεές που είχαν κάνει οι χρήστες του διαδικτύου για το σκοπό αυτό.³

Στα μέσα της δεκαετίας του 2000, δημιουργήθηκε η πρώτη πλατφόρμα η οποία συνέλλεγε χρήματα από επιχειρηματίες με στόχο τη βοήθεια των αναπτυσσόμενων περιοχών ανά τον κόσμο. Η πλατφόρμα αυτή ονομάστηκε "Kiva". Η Kiva σήμερα, είναι μια από τις πιο ανεπτυγμένες πλατφόρμες crowdfunding, έχοντας συγκεντρώσει περίπου τα 165.000.000 δολάρια. Η πλατφόρμα Sellaband που ξεκίνησε το 2006 με επίκεντρο τη μουσική σκηνή ήταν αυτή η οποία είχε τον έλεγχο της αγοράς του crowdfunding. Τα έτη 2008-2009, ιδρύθηκαν οι πλατφόρμες Kickstarter και IndieGoGo. Αυτές οι πλατφόρμες αποτελούν σήμερα δύο από τις πιο διαδεδομένες και δημοφιλείς πλατφόρμες χρηματοδότησης. Η ιδέα των πλατφορμών είναι σχεδόν ίδια. Ο στόχος της είναι η χρηματοδότηση ιδεών από το κοινό και όχι μόνο από επιχειρηματίες. Η καινοτομία τους είναι ότι οι χρηματοδότες δεν μπορούν να πάρουν πίσω τα χρήματά τους. Σε κάποιες περιπτώσεις ο χρηματοδότης μπορεί να πάρει κάποια ανταμοιβή αλλά ποτέ τα χρήματά του πίσω. Τον

³ <https://en.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding#History>

Οκτώβριο του 2011, η Rachel Perrie, έγινε το εκατομμυριοστό άτομο που ξεκίνησε μια επιχείρηση μέσω της σελίδας του Kickstarter.

Το 2011, η σελίδα Crowdcube, αποτέλεσε την πρώτη σελίδα που χρηματοδότησε επιχειρήσεις για την απόκτηση Ιδίων Κεφαλαίων με σκοπό την έναρξη της λειτουργίας τους. Στις 22 Νοεμβρίου 2011, ο Όμιλος Rushmore εξασφάλισε 1.000.000 αγγλικές λίρες, επένδυση από 143 επενδυτές για τη χρηματοδότηση της ανάπτυξης μιας νέας επιχείρησης στο Λονδίνο . Η επένδυση τέθηκε σε δημοσιότητα και σε μόνο 4 εβδομάδες δημιουργήθηκε ένα νέο ρεκόρ crowdfunding. Η πλατφόρμα αυτή, εγκαινίασε ένα μοντέλο που δεν μπορούσε να αξιοποιηθεί στις ΗΠΑ, λόγω των νομικών περιορισμών. Στις 3 Νοεμβρίου του 2011, η αμερικανική Βουλή των Αντιπροσώπων ενέκρινε το νομοσχέδιο HR crowdfunding 2930 (γνωστό ως "Επιχειρηματίας με πρόσβαση στο κεφάλαιο") που θα μπορούσε να επιτρέψει ξεκινήματα και να προσφέρει και να πωλεί τίτλους μέσω των δικτυακών τόπων crowdfunding και τα κοινωνικά δίκτυα.

Από την έναρξη των ιστοσελίδων και πλατφορμών που αφορούν το crowdfunding μέχρι σήμερα πολλές ιστορίες επιτυχίας έχουν αρχίσει μέσα από το crowdfunding, όπως η ιστορία του Ιαπωνικού συγκροτήματος Electric Eel Shock που έκανε παγκόσμια περιοδεία συγκεντρώνοντας £10,000 από 100 οπαδούς τους οι οποίοι σαν αντάλλαγμα έλαβαν μόνο προσκλήσεις για όλη τους τη ζωή στις συναυλίες τους. Το αξιοσημείωτο της ιστορίας είναι πως πριν από αυτή τους την περιοδεία δεν είχαν ξαναχρησιμοποιήσει το crowdfunding, ενώ στη συνέχεια κατάφεραν να υπογράψουν συμβόλαια με μεγάλες δισκογραφικές εταιρείες και φυσικά να λάβουν χρηματοδότηση από υποστηρικτές τους μέσα από πλατφόρμες crowdfunding.

Εκτός των προαναφερθέντων, κινηματογραφιστές και άλλου είδους καλλιτέχνες χρησιμοποίησαν πλατφόρμες crowdfunding για να σκηνοθετήσουν τις ταινίες τους και να χρηματοδοτήσουν άλλους είδους δημιουργίες τους. Από τα πιο γνωστά παραδείγματα όμως είναι αυτό της προεκλογικής καμπάνιας του Μπάρακ Ομπάμα όταν το 2008 κατάφερε να συγκεντρώσει περισσότερα από \$ 200,000,000 μέσα από τις διαδικτυακές δωρεές των υποστηρικτών του. Στις 5 Απριλίου 2012 ο Μπάρακ Ομπάμα υπέγραψε με νόμο την δράση Jumpstart Our Business Startups, γνωστή και

ως JOBS, αλλάζοντας έτσι τα δεδομένα για πολλές επιχειρήσεις σχετικά με την άντληση κεφαλαίων για την κάλυψη των αναγκών τους.

Ένα από τα πιο σημαντικά του νόμου αποτελεί ο τίτλος III, δηλαδή η online αύξηση κεφαλαίων, με αποτροπή εξαπάτησης και ανήθικης μη αποκάλυψης στοιχείων, ο οποίος έγινε ευρύτερα γνωστός ως τίτλος "Crowdfund". Ο νόμος δημιουργήθηκε με στόχο να θέσει τα εχέγγυα για την εύκολη αύξηση μετοχικού κεφαλαίου, ιδιαίτερα για τις νέες μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες παραδοσιακά δεν έχουν εύκολη πρόσβαση σε άλλες μεθόδους χρηματοδότησης των επιχειρήσεών τους. Παράλληλα, το 2012 ιδρύθηκε η πλατφόρμα Fundable,¹¹ η οποία αποτελεί την πρώτη πλατφόρμα Crowdfunding για αύξηση μετοχικού κεφαλαίου.⁴

Οι Ordanini et al.⁵, υποστηρίζουν πως οι ρίζες του Crowdfunding, δεν περιορίζονται μόνο στον θεσμό της μικρό χρηματοδότησης. Η συλλογή μικρών ποσών από μεγάλο αριθμό ανθρώπων, μπορεί να εφαρμοστεί και στον κόσμο των δωρεών και της κοινωνικής συνεργασίας. Παράλληλα, σύμφωνα με τον Dell, τα μοντέλα του Crowdfunding περιέχουν πολλά στοιχεία από το Crowdsourcing, όπως για παράδειγμα το γεγονός ότι τα μέλη μιας κοινότητας μοιράζονται ιδέες προκειμένου να λύσουν ένα συγκεκριμένο πρόβλημα, ή καταβάλλουν μια συλλογική προσπάθεια, ούτως ώστε να δημιουργήσουν τους πυλώνες για το ευρύτερο καλό.

Τέλος, οι διαδικασίες και οι μηχανισμοί του Crowdfunding, έχουν άμεση σχέση με την κοινωνική δικτύωση όπου οι καταναλωτές συμμετέχουν ενεργά, προκειμένου να ανταλλάσσουν πληροφορίες, γνώσεις και απόψεις σχετικά με ποικίλες δραστηριότητες ή προϊόντα.⁶

⁴ Jonathan, Swift, (Fundable, 2016)

<https://www.fundable.com/learn/resources/guides/crowdfunding/crowdfundinghistory>

⁵ Ordanini, Andrea; Miceli, Lucia; Pizzetti, Marta & Parasuraman, A. Parsu, "Crowd-funding: Transforming customers into investors through innovative service platforms.", *Journal of Service Management*, 2011, Vol. 22, No. 4, p.p. 43-470.

⁶ Ordanini, Andrea; Miceli, Lucia; Pizzetti, Marta & Parasuraman, A. Parsu, "Crowd-funding: Transforming customers into investors through innovative service platforms.", *Journal of Service Management*, 2011, Vol. 22, No. 4, p.p. 43-470.

1.2. Ο ορισμός του Crowdfunding

Η τεχνολογία μέσω της οποίας το crowdfunding γεννήθηκε είναι σχετικά καινούρια, οπότε είναι λογικό και αυτό με την σειρά λόγω των λίγων χρόνων ύπαρξης που έχει, και της φύσης της λειτουργίας του να μην υπάρχει ακόμα ένας ορισμός που να αποδίδει το 100% της λειτουργίας και σημασίας του. Αντί αυτού έχει γίνει προσπάθεια από πολλούς να εξηγήσουν όσο πιο απλά μπορούν το φαινόμενο αυτό.

Στην εργασία τους οι Baeck και Collins,⁷ ορίζουν το crowdfunding, λέγοντας πως σαν ιδέα πρόκειται για την χρηματοδότηση ενός έργου από πλήθος ατόμων με μικρή όμως οικονομική συμμετοχή ο καθένας, παρά από ένα άτομο με μεγάλη οικονομική συμμετοχή.

Ο Powers⁸ εκφράζει την ιδέα πως πρόκειται για έναν μηχανισμό που μέσω του διαδικτύου και των ηλεκτρονικών πηγών βοηθά στην συγκέντρωση των απαραίτητων κεφαλαίων που έχει ανάγκη μια επιχείρηση.

Το crowdfunding δίνει τη δυνατότητα σε άτομα που έχουν δημιουργικές ιδέες αλλά έλλειψη πόρων την δυνατότητα να συγκεντρώσουν τα χρήματα αυτά δια μέσω προσφορών από πολλά άτομα δίνοντας ως ανταμοιβή είτε διάφορα προϊόντα είτε μετοχικά κεφάλαια.⁹

Η λέξη crowdfunding βλέπουμε ότι είναι σύνθετη. Το πρώτο συνθετικό crowd και το δεύτερο funding. Κάνοντας την μετάφραση βλέπουμε πως είναι η χρηματοδότηση εκ του κοινού.

1.3. Χαρακτηριστικά του Crowdfunding

Η χρηματοδότηση μέσω του crowdfunding δεν είναι πάντα εύκολη και πολλές φορές η επίτευξη του επιθυμητού ποσού για τα projects δεν επιτυγχάνεται. Κατά καιρούς έχουν γίνει έρευνες που προσπάθησαν να ερμηνεύσουν εκείνα τα χαρακτηριστικά που επηρεάζουν είτε θετικά είτε

⁷ Baeck, P. and Collins, L.(2013), "Working the crowd: A short guide to crowdfunding and how it can work for you", Nesta, London.

⁸ Powers, TV.(2012) 'SEC regulation of crowdfunding intermediaries under Title III of the JOBS Act.', Banking & Financial Services Policy Report,10(31), p.1.

⁹ Schwiendbacher, A. and Larralde, B. (2010) 'Crowdfunding of small entrepreneurial ventures.', HANDBOOK OF ENTREPRENEURIAL FINANCE, Oxford University Press, Forthcoming.

αρνητικά την επιτυχία μιας εκστρατείας. Μια τέτοια έρευνα έχει πραγματοποιήσει και ο Mollick. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε αντλώντας χρήσιμα στοιχεία από την πιο δημοφιλή πλατφόρμα Crowdfunding ο Mollick¹⁰ το 2014 στο άρθρο του «The dynamics of crowdfunding: An exploratory study», καταλήγει σε πολύ χρήσιμα συμπεράσματα που βοηθούν τους δημιουργούς των έργων να επιτύχουν τους στόχους που έχουν θέσει.

Στην έρευνα του ο Mollick κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι καμπάνιες crowdfunding που δεν επιτυγχάνουν τον αρχικό στόχο χρηματοδότησης, συνήθως συγκεντρώνουν πολύ λιγότερα κεφάλαια από αυτό που έχουν ορίσει ως στόχος. Αποτυγχάνουν, δηλαδή, με μεγάλη διαφορά από τον στόχο τους. Αντίθετα, το ύψος των κεφαλαίων που συγκεντρώνουν οι επιτυχημένες καμπάνιες είναι πολύ κοντά στον προκαθορισμένο στόχο και πολύ σπάνια ξεφεύγουν με μεγάλη διαφορά από αυτόν.

Πιο συγκεκριμένα, ο μέσος όρος των αποτυχημένων project καταφέρνει να συγκεντρώσει το 10.3% του αρχικού στόχου που έχει τεθεί. Ενώ, μόνο το 10% των αποτυχημένων project καταφέρνουν να συγκεντρώσουν το 30% του στόχου και μόλις το 3% των αποτυχημένων project καταφέρνουν να συγκεντρώσουν το 50% του στόχου που έχουν θέσει. Συνήθως, όταν ένα έργο δεν καταφέρνει να κεντρίσει το ενδιαφέρον πολλών υποψηφίων επενδυτών, όταν δηλαδή δεν έχει συγκεντρώσει μεγάλο πλήθος τις πρώτες ημέρες δημοσίευσης της καμπάνιας, τότε οι υποψήφιοι υποστηρικτές αποφεύγουν να συνεισφέρουν και η καμπάνια συνήθως είναι ανεπιτυχής.

Από την άλλη πλευρά, το 25% των επιτυχημένων καμπανιών καταφέρνει να συγκεντρώσει επιπλέον 3% και λιγότερο σε σχέση με τον αρχικό στόχο που έχει τεθεί από τον δημιουργό και μόνο το 50% των επιτυχημένων έργων καταφέρνει να συγκεντρώσει 10% επιπλέον του στόχου. Επίσης, ελάχιστες είναι οι περιπτώσεις όπου ένα project ξεπερνά κατά πολύ τις προσδοκίες, περίπου ένα στα εννιά project, καταφέρνοντας να συγκεντρώσει έως και 200% επιπλέον του αρχικού στόχου. Οι υποστηρικτές όταν διαπιστώσουν ότι η καμπάνια έχει επιτύχει τον στόχο της, συνήθως δεν

¹⁰ Mollick, Ethan, 2014, "The Dynamics Of Crowdfunding: An Exploratory Study.", *Journal of Business Venturing*, Vol. 29, No. 1, p.p. 1-16.

θα συνεισφέρουν επιπλέον κεφάλαια εκτός αν πρόκειται για μια ιδιαίτερα πρωτότυπη ιδέα.

Σύμφωνα με τον Mollick,¹¹ αν μια καμπάνια Crowdfunding καταφέρει να συγκεντρώσει το 30% του συνολικού της στόχου κατά την πρώτη εβδομάδα της καμπάνιας τότε οι πιθανότητες να επιτύχει είναι μεγαλύτερες. Επίσης, τα στοιχεία υποδεικνύουν ότι το 42% της συνολικής χρηματοδότησης συγκεντρώνεται κατά τις πρώτες 3 ημέρες της καμπάνιας, ενώ σημαντικός παράγοντας επιτυχίας είναι η τεχνολογία καθώς το 15.17% των δωρεών γίνονται μέσω φορητών «έξυπνων» συσκευών, με τον μέσο όρο ηλικίας των ατόμων που συμμετέχουν στις καμπάνιες να «κυμαίνεται» μεταξύ 24 και 35 χρόνων.

Εκτός, από την ιδέα ένα άλλο σημαντικό χαρακτηριστικό που είναι και ρυθμιστής της εξέλιξης του project αποτελεί το πλήθος. Επειδή όσο περισσότεροι συνδράμουν σε ένα έργο τόσο περισσότερες πιθανότητες έχει αυτό το έργο να πετύχει, στο τέλος, το κοινό είναι αυτό που θα αποφασίσει εάν μια ιδέα γίνει πραγματικότητα ή όχι. Αυτό γίνεται γιατί το κοινό αποτελεί τον βασικό επενδυτή του έργου και άρα βρίσκεται σε θέση να αξιολογήσει την επιχειρηματική ιδέα και την ποιότητά της αλλά και τις πιθανότητες επιτυχίας.

Επομένως, λόγω της δύναμης που διαθέτει το κοινό στο Crowdfunding αλλά και το πόσο καλή είναι μια ιδέα οδηγούμαστε στο συμπέρασμα του Ordanini,¹² ο οποίος ανέφερε ότι το crowdfunding απαιτεί την ενεργό συμμετοχή όλων των ανθρώπων που συμμετέχουν στην εκστρατεία. για να μπορέσει μια ιδέα να υλοποιηθεί με επιτυχία.

Σύμφωνα με τα συμπεράσματα του Mollick¹³ υπάρχουν ορισμένα σημάδια τα οποία προϊδεάζουν αρνητικά το πλήθος και είναι πιθανό να οδηγήσουν μία καμπάνια στην αποτυχία. Ένα τέτοιο χαρακτηριστικό είναι η αύξηση του αρχικού ποσού/στόχου, η οποία συχνά λαμβάνεται από το κοινό είτε ως λανθασμένος προϋπολογισμός είτε ως ύπαρξη προβλημάτων για την υλοποίηση της ιδέας ή του προϊόντος. Επίσης, η επέκταση της χρονικής

¹¹ Mollick, Ethan, 2014, "The Dynamics Of Crowdfunding: An Exploratory Study.", Journal of Business Venturing, Vol. 29, No. 1, p.p. 1-16.

¹² Ordanini, Andrea, "Crowd Funding: Customers as Investors", Wall Street Journal - Eastern Edition, March, 23, 2009, Vol. 253, No. 67.

¹³ Mollick, Ethan, 2014, "The Dynamics Of Crowdfunding: An Exploratory Study.", Journal of Business Venturing, Vol. 29, No. 1, p.p. 1-16.

διάρκειας μίας εκστρατείας για συλλογή των απαιτούμενων κεφαλαίων, εκλαμβάνεται ως μειωμένη αυτοπεποίθηση των επιχειρηματιών, αποτρέποντας το πλήθος από το να συνεισφέρουν.

Στη συνέχεια ο Mollick¹⁴ υποστηρίζει ότι ένα ακόμη χαρακτηριστικό που επηρεάζει την επιτυχία ενός έργου Crowdfunding είναι ο μεγάλος κοινωνικός κύκλος των υποστηρικτών. Θεωρεί ότι, όταν οι υποστηρικτές αναγνωρίσουν τα θετικά χαρακτηριστικά της ιδέας, θα διαδώσουν στον δικό τους κύκλο, μέσω των κοινωνικών δικτύων, το project σε άλλους υποψήφιους χρηματοδότες με αποτέλεσμα να ανεβαίνει συνεχώς το πλήθος του κοινού για αυτήν την ιδέα. Μεγάλος κοινωνικός κύκλος, όπως ο μεγάλος αριθμός φίλων στο facebook, είναι ποιοτικός παράγοντας και αυξάνει τις πιθανότητες επιτυχημένης χρηματοδότησης της καμπάνιας. Αρχικά οι δημιουργοί έχουν την δυνατότητα να διαδώσουν, την καμπάνια τους σε μεγαλύτερο αριθμό πιθανών υποστηρικτών, αυξάνοντας και τις πιθανότητες να διευρύνουν τον κύκλο τους και να προσελκύσουν νέους χρηματοδότες.

Ακόμη ένα σημαντικό χαρακτηριστικό είναι η ύπαρξη βίντεο που να παρουσιάζει με έναν ελκυστικό τρόπο την επιχειρηματική ιδέα και το επιχειρηματικό σχέδιο (μπορεί να αυξήσει έως και 26% τις πιθανότητες επιτυχίας) και η διαρκής ενημέρωση του κοινού ως προς την πορεία του project αποτελούν σημαντικούς παράγοντες για την επιτυχία της εκστρατείας. Αντίθετα, αρνητική εντύπωση στο πλήθος δημιουργούν τα μη σαφή κείμενα για την παρουσίαση του έργου και τα ορθογραφικά ή εκφραστικά λάθη, τα οποία εμποδίζουν τους χρηματοδότες από τη συμβολή τους στη δημιουργία της ιδέας (οι πιθανότητες επιτυχίας μειώνονται έως και 13%). Πολλές φορές τα παραπάνω, είναι πιο σημαντικά ακόμα και από το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου.¹⁵

1.4. Άμεσο και έμμεσο Crowdfunding

Υπάρχουν δύο διαφορετικοί τύποι συγκέντρωσης κεφαλαίων μέσω των εκστρατειών crowdfunding, οι άμεσες και οι έμμεσες. Το άμεσο crowdfunding

¹⁴ Mollick, Ethan, 2014, "The Dynamics Of Crowdfunding: An Exploratory Study.", Journal of Business Venturing, Vol. 29, No. 1, p.p. 1-16.

¹⁵ Mollick, Ethan, 2014, "The Dynamics Of Crowdfunding: An Exploratory Study.", Journal of Business Venturing, Vol. 29, No. 1, p.p. 1-16.

είναι όταν ο δημιουργός κάνει μια άμεση έκκληση σε ένα συγκεκριμένο κοινό μέσω της δικής του πλατφόρμας συγκέντρωσης χρημάτων (για παράδειγμα, της δικής του ιστοσελίδας) ή μέσω των υποστηρικτών του (για παράδειγμα, μια μπάντα που συγκεντρώνει χρήματα από τους οπαδούς της).

Το έμμεσο crowdfunding είναι, αντίθετα, μια γενική έκκληση για χρηματοδότηση στο ευρύ κοινό ή πλήθος. Αυτό επιτυγχάνεται συνήθως μέσω μιας πλατφόρμας διαμεσολάβησης. Η διάκριση μεταξύ άμεσης και έμμεσης είναι σημαντική επειδή μερικές φορές οι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες crowdfunding αντί να αναζητούν την άμεση επαφή με το πλήθος.¹⁶

Ο Burkett,¹⁷ ενισχύει αυτή την άμεση και έμμεση διάκριση, περιγράφοντας τον τρόπο με τον οποίο ένας δημιουργός μπορεί είτε να δημιουργήσει μια καμπάνια χρηματοδότησης απευθείας από το δικό του δικτυακό τόπο είτε έμμεσα μέσω ενός ενδιάμεσου φορέα crowdfunding. Σκοπός της επισήμανσης της διάκρισης είναι να δείξει ότι υπάρχει επιπλέον επιλογή πέρα των καθιερωμένων φορέων crowdfunding. Ωστόσο, αν ένας δημιουργός επιλέξει την άμεση συγκέντρωση κεφαλαίων, θα χρειαστεί ένα αρκετά μεγάλο πλήθος ατόμων για να αντλήσει κεφάλαια. Παρότι δεν υπάρχει καθιερωμένος ελάχιστος αριθμός συμμετεχόντων για να τευχθεί με επιτυχία ένα έργο crowdfunding, ο Howe¹⁸ ανέφερε τον αριθμό 5000 ως τον ελάχιστο αριθμό συμμετεχόντων για μια επιτυχημένη εκστρατείες crowdsourcing.

Τέλος, σε σύγκριση με το άμεσο crowdfunding, το έμμεσο μειώνει το κόστος των συναλλαγών για τους δημιουργούς, όχι μόνο επειδή είναι μια ανοιχτή πρόσκληση μέσω του διαδικτύου μπορεί να προσεγγίσει αποτελεσματικά περισσότερους επενδυτές¹⁹ αλλά και επειδή η χρηματοοικονομική συναλλαγή πραγματοποιείται μέσω της πλατφόρμας, η οποία χρεώνει ένα πάγιο τέλος, ανεξάρτητα από τον αριθμό των

¹⁶ Belleflamme, Paul; Lambert, Thomas & Schwiabacher, Armin, "Crowdfunding: An Industrial Organization Perspective: In Prepared For The Workshop Digital Business Models: Understanding Strategies.", June 25 - 26, 2010, p.p. 1-30

¹⁷ Burkett, Edan, 2011, "A Crowdfunding Exemption? Online Investment Crowdfunding And U.S. Securities Regulation.", Transactions: The Tennessee Journal Of Business Law, S.L.:S.N., Vol. 13, p.p. 63-106.

¹⁸ Howe, Jeff, "The Rise Of Crowdsourcing.", Wired Magazine, 2006, Vol. 14, No. 6, p.p. 176-183, <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>.

¹⁹ Belleflamme, Paul; Lambert, Thomas & Schwiabacher, Armin, 2013, "Individual Crowdfunding Practices.", Vol. 14, No. 4, p.p. 313-333.

υποστηρικτών, αυτό το ποσό ενδεχομένως να ήταν πολύ μεγαλύτερο χωρίς εκείνη, καθώς οι δημιουργοί θα έπρεπε να αντιμετωπίσουν ένα μοναδικό πρόσθετο κόστος για κάθε μικροεπενδυτή.

1.5. Ενεργό και παθητικό Crowdfunding

Το 2012 οι Larralde και Schvienbacher²⁰ διαχώρισαν το Crowdfunding σε δύο ακόμη κατηγορίες.

- i. Ενεργό Crowdfunding
- ii. Παθητικό Crowdfunding

Το ενεργό Crowdfunding οι επενδυτές δίνουν χρήματα, αλλά επίσης, αποτελούν τον καλύτερο τρόπο crowdsourcing αφού υπάρχει συνεχής διάλογος και αλληλεπίδραση μεταξύ εκείνων και της εταιρείας, βοηθώντας, για παράδειγμα, στο σχεδιασμό των χαρακτηριστικών των προϊόντων, στη δοκιμή των προϊόντων, στην υποβολή προτάσεων για την πορεία της εταιρείας και στην παροχή των κοινωνικών επαφών τους και της εμπειρογνομosύνης τους. Δηλαδή στο ενεργό Crowdfunding το πλήθος εκτός από χρηματοδότηση του έργου προτείνει και τρόπους βελτίωσης του έργου και της ιδέας του δημιουργού. Αντίθετα, στο παθητικό crowdfunding υπάρχει περιορισμός στην αλληλεπίδραση μεταξύ της εταιρείας και του πλήθους υποστηρικτών της ιδέας μόνο σε θέματα ανταμοιβής.

Ένα παράδειγμα ενεργού Crowdfunding είναι ο Jean-Luc Vallejo, ο οποίος ανέπτυξε μια εφαρμογή για tablets και χρησιμοποίησε το Kickstarter για να τη χρηματοδοτήσει.

Χαρακτηριστικά είχε αναφέρει ότι: *"Σύμφωνα με τις απαιτήσεις των υποστηρικτών, οι λειτουργίες της εφαρμογής αναπροσαρμόστηκαν. Αυτή η σχέση με τους καταναλωτές είναι πιο πολύτιμη από οποιαδήποτε μελέτη αγοράς για τη βελτίωση ενός προϊόντος."*

Σύμφωνα με τον Brabham,²¹ η αποτελεσματικότητα του πλήθους στην επίλυση εταιρικών προβλημάτων σχετίζεται με τη σύνθεσή του, όσο πιο

²⁰ Larralde & Schvienbacher, Armin, 2012, "Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures.", The Oxford Handbook of Entrepreneurial Finance, New York: Oxford University Press, edited by D. Cumming. Vol. 369-391.

²¹ Brabham, C., Daren, "Crowdsourcing As A Model For Problem Solving: An Introduction And Cases. Convergence.", The International Journal Of Research Into New Media Technologies, June 7, 2008, Vol. 14, No. 1, p.p. 75-90.

ποικιλόμορφη είναι, τόσο πιο αποτελεσματική μπορεί να είναι. Έτσι, οι ερευνητές υποστηρίζουν ότι οι επιτυχημένες εκστρατείες crowdfunding είναι ταυτόχρονα και οι πιο δραστήριες

1.6. Το Crowdfunding στην Ελλάδα

Στη σύνταξη της παρούσας εργασίας, η μελέτη του crowdfunding στην Ελλάδα αποδείχτηκε αρκετά δύσκολη. Σε μια αρχική έρευνα με αναζήτηση ελληνικών πλατφορμών, το σύνηθες αποτέλεσμα είναι να εμφανίζονται δεκάδες άρθρα για δημιουργία πλατφορμών και σχετικών πρωτοβουλιών, με χρόνο αναφοράς το 2016 με 2020, μόνο και μόνο για να ανακαλύψει ο γράφων ότι οι πλατφόρμες δεν λειτουργούν και έχουν χάσει και το domain name τους. Ακόμα και η μόνη πρωτοβουλία crowdfunding που αναφέρεται στην έκθεση για την ΚΑΟ στην Ελλάδα το 2018, η oneup του PRAKSIS, δεν είναι πια διαθέσιμη.

«Ελληνικές» πλατφόρμες που είναι ενεργές αυτή τη στιγμή είναι:

- Giveandfund
<https://www.giveandfund.com>
- Act4greece
<https://www.act4greece.gr>
- JumpStart Greece
<https://www.jumpstartgreece.com/>

Μη ενεργές προσπάθειες συμπεριλαμβάνουν οι πλατφόρμες

- equity based <http://www.opencircleproject.com> (2016),
- το HellasFund του Ελληνοαμερικάνικου επιμελητηρίου, το <http://www.easystarter.com> (2016-2018),
- το oneup.gr της Praksis, το <https://www.winnersfund.com>
- και το Groopio.

Οι προβολές τους, σε περίπτωση αναζήτησης, (αρθρογραφία, συνεντεύξεις κλπ.) εξακολουθούν να είναι online.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

2.1. Μοντέλα Crowdfunding

Τα κύρια, βασικά μοντέλα είναι **α) Δωρεάς, β) Ανταμοιβής, γ) Επενδυτικό, δ) Δανειακό.**²² Τα τέσσερα μοντέλα έχουν ως στόχο την απόκτηση κεφαλαίου από το πλήθος με αντάλλαγμα υλικών ή άυλων αποδόσεων.²³ Στο επενδυτικό μοντέλο οι υποστηρικτές απολαμβάνουν πρόσθετη χρησιμότητα σε σχέση με τους «απλούς» καταναλωτές²⁴ και στο μοντέλο με βάση την ανταμοιβή, λαμβάνουν προϊόν ή υπηρεσία, συνήθως χαμηλότερης αξίας από τη μελλοντική αγοραία αξία, σε μεταγενέστερο χρόνο, όταν το προϊόν διατεθεί στο κοινό.²⁵ Το ανταποδοτικό, επενδυτικό, δανειακό crowdfunding διαφέρουν από το crowdfunding με βάση τη δωρεά. Αυτές οι μορφές εμπεριέχουν υλική ή νομισματική ανταλλαγή. Στο crowdfunding δωρεάς, οι υποστηρικτές συνήθως δεν λαμβάνουν υλική ανταμοιβή για την επένδυσή τους.

Διαχωρισμός μοντέλων από Ευρωπαϊκή Επιτροπή²⁶

- Μοντέλο ανταμοιβών: Οι υποστηρικτές λαμβάνουν ανταμοιβές, αγαθά ή υπηρεσίες ή έχουν και τη δυνατότητα προπαραγγελίας του τελικού προϊόντος.
- Επενδυτικό μοντέλο: Οι εταιρείες που αναζητούν κεφάλαια χρηματοδότησης, συγκεντρώνουν κεφάλαια εκδίδοντας μετοχές από την πώληση μέσω διαδικτυακής πλατφόρμας. Οι χρηματοδότες, ως αντάλλαγμα λαμβάνουν μετοχές της εταιρείας που χρηματοδότησαν.
- Μοντέλο δανεισμού: Οι συμμετέχοντες δανείζουν χρήματα σε μία εταιρεία υπό την προϋπόθεση ότι θα λάβουν πίσω το κεφάλαιο και επιπλέον τόκο.

²² Ahlers, G. K., Cumming, D., Günther, C. & Schweizer, D., 2015. Signaling in Equity Crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 955-980.

²³ Frydrych, D., Dr Bock, A. . J. & Dr.Kinder, T., 2014. Exploring Entrepreneurial Legitimacy in Reward-Based Crowdfunding. *Edinburgh Research Explorer*.

²⁴ Mollick, E., 2014. The dynamic of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing* 29, pp. 1-16.

²⁵ <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/10102/2018/EN/SWD-2018-56-F1-EN-MAIN-PART-1.PDF>

²⁶ https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/what-is/explained_en

- Μοντέλο δωρεών: Δεν υπάρχει σ' αυτό το μοντέλο υλική ή οικονομική ανταμοιβή. Βασίζεται στον αλτρουισμό των δωρητών.
- Το μοντέλο ίσης κατανομής εσόδων–εξόδων: Στηρίζεται στην υπόσχεση των δημιουργών/επιχειρήσεων να διανείμουν μελλοντικά κέρδη στους χρηματοδότες, ως αντάλλαγμα για τη οικονομική τους στήριξη. Διαφοροποιείται από το επενδυτικό, καθόσον οι χρηματοδότες δεν αποκτούν μετοχές της εταιρείας, αλλά μερίδιο από μελλοντικά κέρδη, εφόσον υπάρξουν.
- Υβριδικά/μεικτά μοντέλα: Αποτελεί συνδυασμό χαρακτηριστικών των ανωτέρω μοντέλων και εναλλακτική, όπου ενάγοντες ή εναγόμενοι μπορούν να ζητήσουν χρηματοδότηση για διεκπεραίωση δικαστικών υποθέσεων. Ανταλλάγματα που μπορούν να δοθούν από τους διοργανωτές μπορούν να λειτουργήσουν είτε με τη μορφή δωρεάς, είτε με τη μορφή κάποιου είδους ανταμοιβής ή μπορεί να επιτραπεί στους επενδυτές η αγορά μεριδίου ή να έχουν κάποια απαίτηση (αποζημίωση, κεφάλαιο και τόκος) σε περίπτωση επιτυχούς έκβασης, μετά την τελεσίδικη απόφαση.

2.1.1. Συμμετοχική χρηματοδότηση βάσει δωρεάς (*Donation-based crowdfunding*)

Αποτελεί την αρχική μορφή του crowdfunding. Οι υποστηρικτές δεν λαμβάνουν καμία υλική ανταμοιβή για τη συνεισφορά και τη φιλανθρωπία τους. Η συγκεκριμένη μορφή χρησιμοποιείται κυρίως από μη κερδοσκοπικούς ή κυβερνητικούς οργανισμούς και έχει κοινωνικό χαρακτήρα. Συνήθως η καταγραφή των δωρητών στην ιστοσελίδα αποτελεί ηθική και κοινωνική αναγνώριση της προσφοράς τους.

Σύμφωνα με τον Baeck, Collins²⁷ <<το crowdfunding βάσει δωρεάς είναι μία διαδικασία κατά την οποία τα άτομα δωρίζουν μικροποσά με σκοπό την κάλυψη μεγάλου χρηματοδοτικού στόχου συγκεκριμένου φιλανθρωπικού έργου, χωρίς να επιδιώκουν οικονομικό όφελος ως αντάλλαγμα>>. Βασίζεται στην ευαισθητοποίηση του πλήθους για συνδρομή π.χ. σε μία καταστροφή ή

²⁷ Baeck & Collins, 2013. media.nesta.org.uk. https://media.nesta.org.uk/documents/working_the_crowd.pdf

σε Διεθνείς Δράσεις (π.χ. πανδημία Covid 19²⁸ κλπ.). Οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που χρησιμοποιούν το donation crowdfunding τείνουν να έχουν μεγαλύτερη επιτυχία σε δωρεές σε σχέση με παραδοσιακούς τρόπους.²⁹

Κάποιες από τις Διεθνείς και Ελληνικές πλατφόρμες που υποστηρίζουν το donation - based crowdfunding είναι οι παρακάτω (υπάρχουν αρκετές, αυτές είναι κάποιες):

Kickstarter

Μια από τις πρώτες ιδέες για την δημιουργία μιας πλατφόρμας crowdfunding προήλθε από τον τότε σερβιτόρο και ηλεκτρονικό μουσικό, Perry Chen. Απογοητευμένος από τις οικονομικές δυσκολίες που παρεμπόδιζαν την δημιουργία πολιτισμικών και καλλιτεχνικών έργων, ο Chen οραματίστηκε μια ηλεκτρονική πλατφόρμα που θα στο ευρύ κοινό να υποστηρίξει οικονομικά, με βάση τις προτιμήσεις τους, συγκεκριμένα δημιουργικά έργα. Μαζί με δύο φίλους «ακολούθησε» το όραμά του και το 2009, η πλατφόρμα Kickstarter ήταν πλέον γεγονός. Αποτέλεσε έναν από τους ηλεκτρονικούς μηχανισμούς crowdfunding στο διαδίκτυο που υποστήριξε την παραγωγή έργων τέχνης.³⁰ Το Kickstarter, αποφέροντας κέρδος ήδη από το πρώτο χρόνο ύπαρξής του, όχι μόνο ήταν οικονομικά επιτυχημένο, αλλά πραγματοποίησε συνάμα χιλιάδες δημιουργικά έργα με τρόπο που ήταν αδιανόητος στο εγγύς παρελθόν.

Η πρώιμη επιτυχία του Kickstarter ως αυτοσυντηρούμενη πλατφόρμα διαδικτυακής χρηματοδότησης, αναδείχθηκε σε «δύναμη καλής θέλησης» και συνέβαλε γρήγορα στην ανάδειξη του crowdfunding ως μια ασφαλής και καινοτόμα μέθοδος χρηματοδότησης.³¹ Το Kickstarter.com είναι ίσως η δημοφιλέστερη και μεγαλύτερη πλατφόρμα crowdfunding όταν πρόκειται για υψηλά ποσά χρηματοδότηση και μεγάλες δεσμεύσεις.

²⁸ <https://www.chicagocovid19responsefund.org/donors.html>

²⁹ Belleflamme, et al., 2010. Crowdfunding: An industrial organization perspective.. prepared for the workshop 'Digital Business Models: Understanding Strategies', held in Paris on June 25-26, 2010., Junr.

³⁰ Rahman, H., 2015, "Crowdfunding For The Socially Good Mission By Perry Chen, Eyes.", www.everys.com/articles/people/crowdfunding-socially-good-mission-perry-chen

³¹ Kendall, Paul, 2014, "Kickstarter: Can Crowdfunding Save Culture?", The Daily Telegraph, www.telegraph.co.uk/culture/film/10817134/Kickstarter-cancrowdfunding-save-culture.html

Indiegogo

Η πλατφόρμα Indiegogo είναι μια από τις πρώτες πλατφόρμες crowdfunding και επίσημα ιδρύθηκε τον Ιανουάριο του 2008 στο Φεστιβάλ Κινηματογράφου Sundance, το Indiegogo έχει «φιλοξενήσει» πάνω από 275.000 εκστρατείες. Το Indiegogo είναι μια διεθνής πλατφόρμα με projects (έργα) από 235 χώρες, το Indiegogo είναι προσβάσιμο για όλους τους ανθρώπους, σε όλο τον κόσμο. Παρόλο που το Indiegogo είναι αμερικανική εταιρεία, το 30% των εκστρατειών προέρχονται από χώρες εκτός των ΗΠΑ. Ο ιστότοπος γίνεται όλο και πιο δημοφιλής στις διεθνείς επιχειρήσεις, γεγονός που αυξάνει τη ποικιλία των έργων που «φιλοξενούνται» με στόχο την χρηματοδότησή τους από το πλήθος.³²

GoFundMe

Η πλατφόρμα GoFundMe δίνει τη δυνατότητα για εράνους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για καταστάσεις έκτακτης ανάγκης και φιλανθρωπικούς σκοπούς, αλλά οι επιχειρήσεις μπορούν να την χρησιμοποιήσουν επίσης. Ο ιστότοπος εισπράττει 2,9% τέλος επεξεργασίας και 30 σεντς για κάθε δωρεά. Η πλατφόρμα δεν ακολουθεί το μοντέλο «all or nothing». Πλέον, υπάρχουν μηδενικά τέλη χρηματοδότησης για εκείνους που έχουν τη βάση τους στις Ηνωμένες Πολιτείες.³³

Η πλατφόρμα GoFundMe είχε πολλές επιτυχημένες εκστρατείες, συμπεριλαμβανομένης της Las Vegas Victims Fund (\$11.8 εκατομμύρια) και της Time's Up Legal Defense Fund (\$24.2 εκατομμύρια). Αυτή η ιστοσελίδα είναι μια καλή επιλογή εάν ο έρανος αφορά ιατρικές ανάγκες ή έκτακτης ανάγκης. Υπάρχουν, ωστόσο, ορισμένες επιφυλάξεις: Οι συμβατικές νεοσύστατες επιχειρήσεις ενδέχεται να μην συγκεντρώνουν τα αναγκαία χρήματα στο GoFundMe, και είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι μόνο μία στις δέκα καμπάνιες χρηματοδοτούνται πλήρως στην ιστοσελίδα.³⁴

³² <https://www.indiegogo.com/>

³³ <https://www.gofundme.com/>

³⁴ Nguyen, S. (2020) The 7 Best Crowdfunding Sites of 2021. <https://www.thebalancesmb.com/best-crowdfunding-sites-4580494>

CircleUp

Αν κάποιος χτίζει ένα εμπορικό σήμα στην καταναλωτική αγορά, αξίζει να εξετάσει την επιλογή της πλατφόρμας CircleUp, η οποία έχει χρηματοδοτήσει 260 εκατομμύρια δολάρια για 196 startups. Προσφέρει τόσο ίδια κεφάλαια όσο και πιστωτική χρηματοδότηση. Παρέχει δυνατότητα δικτύωσης ανάμεσα σε εμπειρογνώμονες, λιανοπωλητές και επιχειρηματίες. Μπορεί ο χρήστης επίσης να συνδεθεί με διαπιστευμένους επενδυτές, οι οποίοι έχουν καθαρή αξία τουλάχιστον 1 εκατομμυρίου δολαρίων και ετήσιο εισόδημα τουλάχιστον 200.000 δολαρίων. Άλλα προνόμια περιλαμβάνουν την πρόσβαση σε ειδικές γραμμές πίστωσης και πληροφορίες της αγοράς χρησιμοποιώντας το εργαλείο Helio της CircleUp, με βάση την τεχνολογία μάθησης για την κατασκευή στρατηγικών της εταιρείας. Στην πλατφόρμα, η διαδικασία επιλογής είναι αρκετά ανταγωνιστική, καθώς πρέπει να πληρείται ένα εισόδημα τουλάχιστον \$1 εκατομμύριο.³⁵

Lending Club

Αυτή είναι μια ιστοσελίδα crowdfunding που παρέχει μέχρι και \$40.000 για προσωπικά δάνεια και μέχρι 5.300.000 για επιχειρηματικά δάνεια. Είναι μια μορφή crowdfunding χρέους και δίνει τη δυνατότητα για δάνειο με 3-ετή ή 5-ετή διάρκεια. Τα επιτόκια μπορεί να είναι υψηλά ανάλογα με το πιστωτικό αποτέλεσμα (το συνολικό ετήσιο επιτόκιο κυμαίνεται συνήθως μεταξύ 10,68 και 35,89%). Η πλατφόρμα LendingClub απαιτεί τουλάχιστον ένα χρόνο στην επιχείρηση, 50.000 δολάρια σε ετήσιες πωλήσεις, να μην υπάρχουν πρόσφατες πτωχεύσεις ή φορολογικά προνόμια, και την ιδιοκτησία του τουλάχιστον 20% της επιχείρησης. Με άλλα λόγια, θα πρέπει να εξασφαλίζεται η καλή οικονομική κατάσταση.³⁶

JumpStart

Η πλατφόρμα JumpStart Greece ξεκίνησε τη λειτουργία της το 2016, με έδρα την Αμερική και στόχο τη μείωση της υψηλής ανεργίας στην Ελλάδα και

³⁵ Nguyen, S. (2020) The 7 Best Crowdfunding Sites of 2021. <https://www.thebalancesmb.com/best-crowdfunding-sites-4580494>

³⁶ Nguyen, S. (2020) The 7 Best Crowdfunding Sites of 2021. <https://www.thebalancesmb.com/best-crowdfunding-sites-4580494>

της διαρροής εγκεφάλων, μέσω της χρηματοδότησης καινοτόμων δημιουργικών ιδεών. Για το λόγο αυτό κάθε αναρτώμενη δράση οφείλει να ορίζει τον αριθμό θέσεων εργασίας που θα δημιουργήσει, αν χρηματοδοτηθεί επιτυχώς.

Η JumpStart Greece στοχεύει κυρίως στη στήριξη της Ελληνικής Διασποράς και ενός παγκόσμιου δικτύου φιλελλήνων, που πιστεύουν ότι η ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσω της καινοτομίας και της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, ενώ παράλληλα επιτρέπει την ανάρτηση δράσεων τόσο επιχειρηματικών, όσο και κοινωφελών.

Η πλατφόρμα λειτουργεί με τη μέθοδο της ανταμοιβής και των δωρεών, και έχει υποστηρικτές απ' όλο τον κόσμο. Δίνει την δυνατότητα εστίασης σε περιοχές ενδιαφέροντος ανά την Ελλάδα με γεωγραφική κατανομή των δράσεων και του διορισμού επιβλέποντα. Η προμήθεια που χρεώνεται εφόσον επιτευχθεί ο στόχος είναι 8% επί του συνολικού ποσού δωρεάς και λειτουργεί με κατώτατο όριο δέσμευσης.³⁷

Give&Fund

Η πλατφόρμα Give & Fund παρέχει και αυτή το ανταλλακτικό μοντέλο crowdfunding. Η ιστοσελίδα δίνει την δυνατότητα της επιλογής μεταξύ της Ελληνικής και Αγγλικής γλώσσας, με σκοπό να αυξήσει των αριθμό των πιθανών υποστηρικτών. Τις καμπάνες τις χωρίζει σε τρεις διαφορετικές κατηγορίες 1) Life projects 2) Startups 3) ΜΚΟ & φιλανθρωπικές ενέργειες. Μόνο στις καμπάνες «Life projects» εφαρμόζεται το «Keep-It-All» crowdfunding, σε όλες τις υπόλοιπες καμπάνες εφαρμόζεται το «All-Or-Nothing». Η διαδικασία γίνεται και σε αυτή την πλατφόρμα μέσω του PayPal και η προμήθεια που παρακρατείτε από τα κεφάλαιο που έχουν συγκεντρωθεί είναι περίπου 10%.

³⁷ <https://www.jumpstartgreece.com/el/>

2.1.2. Συμμετοχική χρηματοδότηση βάσει ανταμοιβής (*Reward-based crowdfunding*)

Το ανταποδοτικό μοντέλο είναι ίσως το πιο συνηθισμένο και διαδεδομένο μοντέλο χρηματοδότησης crowdfunding. Οι χρηματοδότες συνεισφέρουν έχοντας την πεποίθηση και προσδοκία να λάβουν σε μεταγενέστερο χρόνο κάποια ανταμοιβή, συνήθως υλική, μη χρηματοοικονομικής φύσεως.³⁸ Λαμβάνουν αλλά μη οικονομικά οφέλη για τις συνεισφορές τους. Ενδείκνυται για καλλιτεχνικές επιχειρήσεις, έργα που αφορούν τέχνη, κόμικς, χορό, σχέδιο, μόδα, video, φαγητό, παιχνίδια, μουσική, φωτογραφία, εκδόσεις, τεχνολογία και θέατρο. Οι συνεισφορές μπορεί να αφορούν μικρά ποσά αλλά και μεγάλα που μπορούν να φτάνουν χιλιάδες δολάρια. Η ανταμοιβή έχει συμβολικό χαρακτήρα, συχνά περιέχει το τελικό προϊόν υπογεγραμμένο ή ένα ευχαριστήριο σημείωμα ή μια δημόσια διαθέσιμη αναφορά.³⁹

Δεν είναι δεσμευτική, μπορεί να είναι και κλιμακωτή δηλαδή, όσα περισσότερα ποσά δωρίζει κάποιος, μπορεί να λάβει καλύτερη ανταμοιβή. Η συγκέντρωση χρημάτων έχει καθορισμένο χρόνο, συνήθως διαρκεί από μερικές εβδομάδες έως κάποιους μήνες. Οι δημιουργοί συγκεντρώνουν το ποσό και οι χρηματοδότες αποτελούν τους πρώτους παραλήπτες όταν η παραγωγή ολοκληρωθεί.⁴⁰

Το μοντέλο ανταμοιβής υποστηρίζεται από τις μεγάλες διεθνείς πλατφόρμες Kickstarter, Indiegogo και Sponsume, καθώς και ιστότοπους όπως WeFund, Bloom VC και Pleasefund.us στο Ηνωμένο Βασίλειο. Μπορεί να θεωρηθεί και ως μοντέλο προαγοράς. Προπωλείται κάποιο προϊόν ή υπηρεσία και οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να διαθέτουν ένα προϊόν ή υπηρεσία στην αγορά, έχοντας ήδη καταχωρήσει παραγγελίες και έχοντας εξασφαλίσει ταμειακές ροές πριν από τη διάθεσή του. Ο επενδυτής έχει τη

³⁸ Parrick, R. & Chapman, B., 2020. Working the crowd for forensic research: A review of contributor motivation and recruitment strategies used in crowdsourcing and crowdfunding for scientific research. *Forensic Science International: Synergy* 2, May, pp. 173-182.

³⁹ Belleflamme, Paul; Omrani, Nessrine; Peitz, Martin, 2015. The Economics of Crowdfunding Platforms. Core discussion paper, Center for Operations Research and Econometrics.

⁴⁰ Pazowski, P. & Crudec, W., 2014. Economic prospects and conditions of crowdfunding. *Management Knowledge and Learning International Conference*, pp. 1079-1088.

δυνατότητα να αγοράσει προϊόντα και υπηρεσίες πριν κυκλοφορήσουν στην αγορά σε χαμηλότερη τιμή και ο επιχειρηματίας να συγκεντρώσει ένα σημαντικό ποσό, να διαφημίσει το project πριν κυκλοφορήσει και να διαμορφώσει πελατολόγιο.⁴¹

Σύμφωνα με στοιχεία που δημοσίευσε η Ευρωπαϊκή επιτροπή σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή επενδυτική τράπεζα, στην Ευρώπη, ο μέσος όρος που συγκεντρώνεται για μεμονωμένα έργα κυμαίνεται από EUR 5.000-25.000, και πάνω από EUR 100.000 για έργα προπώλησης.⁴²

2.1.3. Συμμετοχική χρηματοδότηση μέσω ιδιωτικού δανεισμού (*Peer-to-peer lending*)

Η Ευρωπαϊκή Αρχή Τραπεζών⁴³ ορίζει τη συμμετοχική χρηματοδότηση με βάση το δανεισμό ως “Ανοιχτές κλήσεις” προς το ευρύ κοινό μέσω διαμεσολαβητού, για συγκέντρωση κεφαλαίων για ένα έργο ή για προσωπικούς σκοπούς, με τη μορφή συμβολαίου και με την υπόσχεση αποπληρωμής με ή χωρίς τόκους. Η άντληση κεφαλαίων μπορεί να γίνεται από ιδιώτες, νεοσύστατες εταιρείες ή μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Το δανειακό crowdfunding αναφέρεται συνήθως ως peer-to-peer lending και, όταν τα άτομα δανείζουν σε επιχειρήσεις, πολλοί το αναφέρουν ως peer-to-business⁴⁴. Σε αυτήν την περίπτωση, υπάρχει σύμβαση μεταξύ ιδιώτη και εταιρείας. Οι υποστηρικτές λαμβάνουν σταθερό περιοδικό εισόδημα και αναμένουν αποπληρωμή του κεφαλαίου.⁴⁵ Από την εμφάνισή του, ο δανεισμός P2P έχει προσφέρει καλές αποδόσεις στους επενδυτές, διαφοροποίηση χαρτοφυλακίου και χαμηλότερο κόστος κεφαλαίου στους δανειολήπτες. Οι χρηματοδότες δανείζουν χρήματά με την προσδοκία ότι θα λάβουν αποπληρωμή. Αποτελεί εναλλακτική λύση του τραπεζικού δανείου, με

⁴¹ Baeck & Collins, 2013. media.nesta.org.uk.

Available at: https://media.nesta.org.uk/documents/working_the_crowd.pdf

⁴² Schmit, N. & Pavlova, L., 2020. Crowdfunding and ESF opportunities: future perspectives for managing authorities, s.l.: European Commission and European Investment Bank

⁴³ <https://eba.europa.eu/>

⁴⁴ <https://eba.europa.eu/sites/default/documents/files/documents/10180/983359/f6106173-dc94-4d22-ade8-d40fce724580/EBA-Op-2015-03%20%28EBA%20Opinion%20on%20lending%20based%20Crowdfunding%29.pdf?retry=1>

⁴⁵ Ahlers, G. K., Cumming, D., Günther, C. & Schweizer, D., 2015. Signaling in Equity Crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 955-980.

τη διαφορά ότι οι δανειστές και οι δανειολήπτες συνήθως δε γνωρίζουν ο ένας τον άλλο.

Οι υποστηρικτές παρέχουν χρήματα μέσω μικρών δανείων⁴⁶ και μεταξύ δημιουργού και χρηματοδότη εξελίσσεται σχέση οφειλέτη/δανειστή.⁴⁷ Οι δανειστές υποβάλουν προσφορές προτείνοντας το επιτόκιο που επιθυμούν να δανείσουν. Οι δανειζόμενοι αποδέχονται τις προσφορές με χαμηλότερο επιτόκιο και λιγότερα έξοδα από μία τράπεζα. Αυτές οι επενδύσεις μπορούν να αποφέρουν υψηλότερη απόδοση αλλά υπόκεινται σε υψηλότερο κίνδυνο. Καμία κανονιστική προστασία, όπως συστήματα εγγύησης τραπεζικών καταθέσεων ή συστήματα προστασίας των επενδυτών δεν τις προστατεύει. Εάν ο οφειλέτης χρεοκοπήσει ή η πλατφόρμα είναι αφερέγγυα, οι δανειστές κινδυνεύουν να χάσουν μέρος ή σχεδόν όλη την επένδυσή τους. Παρατηρούνται δύο βασικά μοντέλα: 1) Καταναλωτικός και 2) Επιχειρηματικός δανεισμός.

Ο καταναλωτικός δανεισμός περιλαμβάνει δανεισμό σε φυσικά πρόσωπα για καταναλωτικούς σκοπούς ενώ ο επιχειρηματικός δανεισμός περιλαμβάνει παροχή κεφαλαίων σε νομικά και φυσικά πρόσωπα για επαγγελματικούς σκοπούς. Το 2020 ο καταναλωτικός δανεισμός παγκοσμίως είχε αποσπάσει το 34% της παγκόσμιας αγοράς και ο επιχειρηματικός δανεισμός το 66%⁴⁸.

Οι διαδικτυακές πλατφόρμες, οφείλουν να δείχνουν τη δέουσα επιμέλεια και να προστατεύουν τόσο τις επιχειρήσεις, όσο και τα συμφέροντα των δανειστών. Να ζητούν οικονομικές καταστάσεις, ιστορικό συναλλαγών⁴⁹, να διαπιστώνουν την πιστοληπτική ικανότητα του δανειζομένου και να προχωρούν σε έγκριση ολικού ή μερικού ποσού, διαιρώντας το σε μικρότερα μέρη προς διάθεση στους μελλοντικούς χρηματοδότες ή να απορρίπτουν τη χρηματοδότηση. Για τους δανειστές, το μοντέλο παρουσιάζει νέες ευκαιρίες

⁴⁶ Allison, Thomas H.; Short, Jeremy C., 2015. CROWDFUNDING IN A PROSOCIAL MICROLENDING ENVIRONMENT: EXAMINING THE ROLE OF INTRINSIC VERSUS EXTRINSIC CUES. *Entrepreneurship Theory and Practice*.

⁴⁷ Frydrych, D., Dr Bock, A. . J. & Dr.Kinder, T., 2014. Exploring Entrepreneurial Legitimacy in Reward-Based Crowdfunding. *Edinburgh Research Explorer*.

⁴⁸ <https://crowdfunding-platforms.com/how-to-invest-in-crowdlending-p2p-lending>

⁴⁹ Ευρωπαϊκή Επιτροπή: Επεξήγηση της συμμετοχικής χρηματοδότησης (οδηγός για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις)

διαφοροποίησης επενδύσεων και χαρτοφυλακίου, ο κίνδυνος συνδυάζεται με την πιστοληπτική ικανότητα των δανείων και μπορεί να προσφέρει καλύτερες αποδόσεις σε σχέση με άλλα υπάρχοντα.

Το μοντέλο αυτό εμφανίστηκε για πρώτη φορά στην παγκόσμια σκηνή στα μέσα της δεκαετίας του 2000 με τη Zora (Ηνωμένο Βασίλειο '05) και λίγο μετά τη Prosper (ΗΠΑ '06). Οι δύο πλατφόρμες ήταν πρωτοπόρες, παρέκαμψαν τα παραδοσιακά τραπεζικά ιδρύματα και επωφελήθηκαν λαμβάνοντας συνδρομητικά τέλη από τις επιτυχημένες συναλλαγές.⁵⁰ Οι πιο γνωστές ευρωπαϊκές πλατφόρμες crowdlending: Mintos, Crowdestor και Fast Invest.

Πλέον έχει αναπτυχθεί σε όλο τον κόσμο κυρίως σε 3 αγορές: Την Ασία (μερίδιο αγοράς 84% με αξία συναλλαγών 420 δις \$ το 2018), την Αμερική (μερίδιο αγοράς 12% με αξία συναλλαγών 60 δις. Δολάρια το 2018) και την Ευρώπη (μερίδιο αγοράς 3% με αξία συναλλαγών 15 δισεκατομμυρίων δολαρίων το 2018), ενώ το 1% είναι χώρες όπως η Αφρική και η Αυστραλία. Στην Ευρώπη το μοντέλο δανεισμού είναι το κορυφαίο σε όγκο, με μέσο όρο συγκέντρωσης κεφαλαίων μεμονωμένων έργων να κυμαίνεται μεταξύ 50.000 και 2,5 εκατομμυρίων ευρώ.⁵¹

2.1.4. Κεφαλαιοδοτική ή επενδυτική συμμετοχική χρηματοδότηση (investing, equity based model)

Το συγκεκριμένο μοντέλο αναφέρεται ως συμμετοχική χρηματοδότηση που αφορά έκδοση χρηματοοικονομικών τίτλων εταιρείας, κυρίως τίτλων που αντιπροσωπεύουν ίδια κεφάλαια. Η ευρωπαϊκή αρχή κινητών αξιών και αγορών (ESMA) ορίζει την επενδυτική συμμετοχική χρηματοδότηση ως μία πρόσκληση για χρηματοδότηση για ένα συγκεκριμένο έργο, συνήθως μέσω του Διαδικτύου όπου τα άτομα που παρέχουν χρήματα δέχονται ως αντάλλαγμα δικαίωμα συμμετοχής σε μερίδιο εσόδων ή κερδών του έργου, ή μέσω της αγοράς χρέους, ιδίων κεφαλαίων ή άλλου τίτλου.⁵²

⁵⁰ Ziegler, T. & Shneur, S., 2020. Lending Crowdfunding: Principles. Στο: Advances in Crowdfunding: Research and Practice. s.l.:s.n.

⁵¹ Schmit, N. & Pavlova, L., 2020. Crowdfunding and ESF opportunities: future perspectives for managing authorities, s.l.: European Commission and European Investment Bank.

⁵² ESMA Investment based crowdfunding page 6,

Λειτουργεί με αγορά μετοχών σε μια επιχείρηση ή απόκτησης μεριδίου εσόδων σε αντάλλαγμα επένδυσης. Εκτός από τους θεσμικούς και επαγγελματίες επενδυτές, επιτρέπει σε ιδιώτες να γίνουν επενδυτές και συνεπώς συνιδιοκτήτες μιας επιχείρησης. Μεταξύ των τεσσάρων μοντέλων crowdfunding, είναι το μοντέλο με το υψηλότερο επίπεδο κινδύνου, καθώς η συνιδιοκτησία συνεπάγεται συνήθως συμμετοχή σε πιθανές απώλειες έως κέρδη.

Τα μέσα ποσά που συγκεντρώνονται από μεμονωμένα έργα crowdfunding μετοχών κυμαίνονται από 100.000 και 600.000 ευρώ.⁵³ Οι υποστηρικτές μπορούν να επενδύσουν τα χρήματά τους εις αντάλλαγμα μεριδίου από τα κέρδη ή να αγοράσουν μετοχικούς τίτλους, ή ομόλογα.⁵⁴⁵⁵ Λαμβάνουν ενδιαφέρον με τη μορφή ιδίων κεφαλαίων ή συμφωνιών που μοιάζουν με ίδια κεφάλαια,⁵⁶ αποκτούν μερίδιο της επιχείρησης και στόχος τους η μεγαλύτερη οικονομική απόδοση της επένδυσής τους. Σύμφωνα με τον Mollick⁵⁷ όταν οι κεφαλαιακές απαιτήσεις είναι μεγαλύτερες προκύπτουν και υψηλότερα οφέλη. Αποτελεί, από την πλευρά του χρηματοδότη, μία εναλλακτική μορφή επένδυσης κεφαλαίων σε μία εταιρεία που θεωρεί ότι θα είναι κερδοφόρα. Θεωρείται το πιο σύνθετο και πολύπλοκο σε σχέση με τα άλλα, αλλά οι ανταμοιβές είναι μεγαλύτερες σε σχέση με τα ποσά επένδυσης.⁵⁸ Έχει μεγαλύτερο κίνδυνο καθότι η ανταμοιβή καθορίζεται από την επιτυχημένη πορεία της επιχείρησης, τη μελλοντική ροή ταμειακών ροών, ενέχει κίνδυνο αποτυχίας, αφού ο επενδυτής κινδυνεύει όχι μόνο να χάσει τις αποδόσεις του αλλά και το κεφάλαιο που έχει επενδύσει. Γενικά, αυτά τα μέσα έχουν περιορισμένη εμπορευσιμότητα σε δευτερογενείς αγορές, γεγονός που αυξάνει την πιθανότητα απώλειας όλης της επένδυσης. Ωστόσο, εάν η αγορά

https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/2015/11/20141378_opinion_on_investmentbased_crowdfunding.pdf

⁵³ Schmit, N. & Pavlova, L., 2020. Crowdfunding and ESF opportunities: future perspectives for managing authorities, s.l.: European Commission and European Investment Bank.

⁵⁴ Ahlers, G. K., Cumming, D., Günther, C. & Schweizer, D., 2015. Signaling in Equity Crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 955-980.

⁵⁵ Mollick, E., 2014. The dynamic of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing* 29, pp. 1-16.

⁵⁶ Bradford, 2012. Crowdfunding and the Federal Securities Laws. *Columbia Business Law Review*, March, 1, pp. 1-150.

⁵⁷ Mollick, E., 2014. The dynamic of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing* 29, pp. 1-16

⁵⁸ Röhler & Wenzlaff, 2011. Crowdfunding schemes in Europe. <https://www.interarts.net/descargas/interarts2559.pdf>

επεκτείνεται, υπάρχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να αυξηθεί η ζήτηση για διαπραγμάτευση στη δευτερογενή αγορά.⁵⁹

Το μοντέλο αντιμετώπισε τα τελευταία χρόνια αρκετούς νομικούς περιορισμούς από πολλές χώρες, αλλά κερδίζει έδαφος.⁶⁰ Η agency theory⁶¹ και η ασυμμετρία πληροφόρησης έχουν ιδιαίτερη σημασία στο μοντέλο αυτό που σημαίνει ότι τα μέρη σε μια επενδυτική εταιρική σχέση, δηλαδή ο ιδρυτής και οι υποστηρικτές, μπορεί να έχουν λανθασμένους στόχους και ενδιαφέροντα και να προκληθούν προβλήματα και συγκρούσεις. Είναι σημαντικό οι ιδρυτές να αναφέρουν με σαφήνεια τους στόχους τους.⁶²

2.2. Σύγκριση Crowdfunding με παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης

2.2.1. Πλεονεκτήματα Crowdfunding σε σχέση με άλλες μορφές χρηματοδότησης

Το crowdfunding έχει πολλαπλά πλεονεκτήματα σε σύγκριση με τα υπόλοιπα συμβατικά μοντέλα χρηματοδότησης. Μερικά, από αυτά τα πλεονεκτήματα ισχύουν περισσότερο για τις επιχειρήσεις που θέλουν να δημοσιεύσουν την ιδέα τους σε μια πλατφόρμα Crowdfunding για να βρουν χρηματοδότηση και άλλα πλεονεκτήματα ισχύουν περισσότερο για τους ενδιαφερόμενους, δηλαδή τους επενδυτές. Τέλος, υπάρχουν και κάποια πλεονεκτήματα που ισχύουν και για τις δύο πλευρές.

Κατ' αρχήν ένα από τα πλεονεκτήματα, είναι το ελάχιστο κόστος. Με άλλα λόγια το πρώτο πλεονέκτημα αφορά στο γεγονός ότι η επιχείρηση μπορεί να ζητήσει την αρχική χρηματοδότηση για ένα έργο ή μια ιδέα από το κοινό με ελάχιστο κόστος. Το κόστος δημιουργίας του έργου είναι μηδενικό και

⁵⁹ European Commission SWD(2018) 56 final
(<https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/10102/2018/EN/SWD-2018-56-F1-EN-MAIN-PART-1.PDF> page 10)

⁶⁰ Freedman & Nutting, 2015. The Growth of Equity Crowdfunding. The Value Examiner, July/August, pp. 1-10.
Freedman, D. & Nutting, M., 2014. A Brief History of Crowdfunding. ΗΠΑ: Business.

⁶¹ <https://www.investopedia.com/terms/a/agencytheory.asp>

⁶² Jensen & Meckling, 1976. Theory of the Firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. Journal of Financial Economics, pp. 305-360.

με αυτόν τον τρόπο οι επιχειρηματίες μπορούν με χαμηλό ή μηδενικό κόστος, να ζητήσουν μέσα από μια πλατφόρμα crowdfunding, χρηματοδότηση.⁶³

Το μηδενικό ή σχεδόν μηδενικό αρχικό κόστος έχει μεγάλη σημασία, ειδικά αυτήν την εποχή, όπου οι περισσότεροι συμβατικοί τρόποι, απαιτούν μεγάλο αρχικό κόστος και έξοδα και επομένως δυσκολεύει και για τον επιχειρηματία να κερδίσει χρήματα από την επένδυσή του. Για παράδειγμα ένας επιχειρηματίας μπορεί να ξεκινήσει ένα έργο χρηματοδότησης από το πλήθος, με ένα βίντεο που θα αναρτηθεί σε μια πλατφόρμα crowdfunding είτε σε κάποιο γκαράζ ή μέσω ενός blog στο διαδίκτυο. Στη συνέχεια βέβαια, αν το project αποδειχθεί δημοφιλές, μπορεί να αναπτυχθεί και να επεκταθεί περισσότερο .

Το δεύτερο, σημαντικό πλεονέκτημα του crowdfunding, αφορά τον έλεγχο. Ο δημιουργός του έργου έχει τον απόλυτο έλεγχο. Έτσι, ο δημιουργός έχει τον έλεγχο ως προς το πώς θα αναπτυχθεί το project, πώς θα κινηθεί, τι θα ζητήσει τότε θα βγει το έργο στην αγορά και τί μπορεί να προσφέρει ως αντάλλαγμα στον υποψήφιο πελάτη/επενδυτή για να τον προσελκύσει.⁶⁴

Ένα άλλο σημαντικό πλεονέκτημα είναι της άμεσης επιρροής και της διαδραστικότητας. Ο κύριος χρηματοδότης είναι το κοινό, ο επιχειρηματίας υποστηρίζει τις ιδέες του τις οποίες θεωρεί σημαντικές με σκοπό να βρει χρηματοδότες που θα οραματίζονται την ίδια ή μια παρόμοια ιδέα. Αυτήν την ιδέα την δημιουργεί σαν ένα έργο, το οποίο και δημοσιοποιεί στην πλατφόρμα του Crowdfunding όπου οι επενδυτές που ενδιαφέρονται μπορούν να χρηματοδοτήσουν άμεσα το έργο. Επίσης, μπορούν να αλληλεπιδράσουν απευθείας με τον επιχειρηματία μέσω της πλατφόρμας προτείνοντάς του ιδέες για βελτίωση της ιδέας του, άρα η κάθε πλατφόρμα μπορεί να προσφέρει την άμεση επικοινωνία και διαδραστικότητα μεταξύ του επιχειρηματία και του ενδιαφερόμενου επενδυτή. Αυτή η διαδραστικότητα είναι ένα από τα χαρακτηριστικά του crowdfunding, που διακρίνει το crowdfunding από τα υπόλοιπα συμβατικά μοντέλα χρηματοδότησης. Είτε από την πλευρά του

⁶³ Gerber E., Hui J. (2013), Crowdfunding: motivations and deterrents for participation. ACM Transactions on Computing-Human Interaction, 20(6), 34:1-34:32. (Elizabeth M. Gerber and Julie Hui. 2013. Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. ACM Trans. Comput.-Hum. Interact. 20, 6, Article 34 (December 2013), 32 pages. DOI: <http://dx.doi.org/10.1145/2530540>)

⁶⁴ Dushnitsky, Gary & Guerini, Massimiliano & Piva, Evila & Rossi-Lamastra, Cristina. (2016). Crowdfunding in Europe: Determinants of Platform Creation across Countries. California Management Review

επιχειρηματία που επιθυμεί την χρηματοδότηση από το πλήθος για την ιδέα του, είτε από την πλευρά του ενδιαφερόμενου επενδυτή των έργων, υπάρχει η δυνατότητα της άμεσης επικοινωνίας και ανταλλαγής απόψεων πάνω στο project μεταξύ των δύο πλευρών. Με αυτόν τον τρόπο εύκολα μπορεί είτε η μία είτε η άλλη πλευρά να μάθει ποια είναι τα υπόλοιπα projects που υπάρχουν, πώς υποστηρίζονται, ποιες τεχνικές ακολουθήθηκαν για την υλοποίηση του έργου, τι ακριβώς λειτουργεί και τι όχι και γιατί, πώς η έρευνα θα πάει ένα βήμα παρακάτω ή πως η έρευνα θα προσδώσει άμεσα οφέλη στην καθημερινότητα των απλών ανθρώπων.⁶⁵

Μια πλατφόρμα crowdfunding μπορεί να είναι και ένα πολύτιμο εργαλείο μάρκετινγκ, καθώς μια καμπάνια χρηματοδότησης μέσω crowdfunding, προσφέρει ήδη σημαντική δημοσιότητα, για τη δημιουργία ισχυρού brand name. Η διαφήμιση και η προβολή που λαμβάνει η επιχείρηση μέσα από την πλατφόρμα είναι μεγάλη και βοηθάει στην διαφήμιση της εταιρίας και να γίνει ευρέως γνωστή και να αποκομίσει περισσότερους υποψήφιους πελάτες. Εκτός από τα χρήματα που μπορεί να συλλέξει ο επιχειρηματίας παρουσιάζοντας την ιδέα του σε μια πλατφόρμα crowdfunding, μπορούμε να θεωρήσουμε το crowdfunding και τις πλατφόρμες του εκτός των άλλων ως ένα σπουδαίο εργαλείο μάρκετινγκ και διαφήμισης για την επιχείρηση. Επιπρόσθετα, προσφέρει νομικές υπηρεσίες και βοήθεια, που σε διαφορετικές περιπτώσεις, είναι ιδιαίτερα κοστοβόρες κυρίως για μια startup επιχείρηση.⁶⁶

Ένα ακόμα βασικό χαρακτηριστικό του crowdfunding είναι ότι πολλοί υποψήφιοι πελάτες/επενδυτές αλληλεπιδρούν στο έργο επομένως μπορεί να υπάρξει καταιγισμός ιδεών από διάφορους ανθρώπους για το πώς μπορεί να βελτιωθεί η ιδέα του επιχειρηματία, μια διαφορετική εκδοχή της, την οποία πιο πριν ο επιχειρηματίας δεν μπορούσε να σκεφτεί και με αυτόν τον τρόπο να προσελκύσει ακόμη περισσότερους επενδυτές. Αντί λοιπόν, να μαντεύει ο επιχειρηματίας τι επιθυμεί το καταναλωτικό κοινό, οι επιχειρηματίες μπορούν

⁶⁵ De Buysere, Kristof; Oliver Gajda; Ronald Kleverlaan; Dan Marom, & Matthias Klaes. "A Framework for European Crowdfunding.", European Crowdfunding Network (ECN), Available online at: www.europecrowdfunding.org/european_crowdfunding_framework (2012).

⁶⁶ Belleflamme, Paul; Lambert, Thomas & Schwienbacher, Armin, "Crowdfunding: Tapping The Right Crowd.", September, 2014, Vol. 25, No. 5, p.p. 585-609.

να ζητήσουν από τους μελλοντικούς τους πελάτες τι είναι αυτό που θέλουν περισσότερο να βγει στην αγορά για να το αγοράσουν και ο επιχειρηματίας με τις κατάλληλες ενέργειες να δημιουργήσει αυτό το προϊόν και να καλύψει μια ανάγκη της αγοράς. Η ανατροφοδότηση και τα σχόλια σχετικά με το προς υλοποίηση έργο, από πολλούς ανθρώπους βοηθούν στο να βρίσκονται περισσότερα λάθη από όσα μπορεί να έβρισκε ένα μόνο άτομο και έτσι μπορούν να βρίσκονται περισσότερες λύσεις και το project συνεχώς να εξελίσσεται και να βελτιώνεται. Ως αποτέλεσμα όλων αυτών των παραγόντων, το crowdfunding είναι ένας πολύ ευέλικτος τρόπος χρηματοδότησης ιδιαίτερα για τα αρχικά στάδια ενός έργου ενώ προσαρμόζεται πιο εύκολα στις μεταβαλλόμενες ανάγκες ιδιαίτερα σε σύγκριση με τα παραδοσιακά μοντέλα χρηματοδότησης.⁶⁷

Σε σχέση με τους πιο παραδοσιακούς τρόπους χρηματοδότησης, το crowdfunding προσφέρει την δυνατότητα της άμεσων και γρήγορων αποτελεσμάτων. Δηλαδή το Crowdfunding, προσφέρει την δυνατότητα άμεσης χρηματοδότησης και επίλυσης λαθών επί τόπου, που οι παλαιότεροι συμβατικοί τρόποι χρηματοδότησης δεν πρόσφεραν. Για την ακρίβεια ο οποιοσδήποτε ζητούσε χρηματοδότηση παλαιότερα με τους παραδοσιακούς τρόπους μπορεί να περίμενε αρκετό καιρό για αποτελέσματα επομένως ήταν χρονοβόροι και στο τέλος υπήρχε μεγάλη πιθανότητα για απόρριψη του σχεδίου/έργου μένοντας τελικά χωρίς κεφάλαιο για το project, έχοντας μάλιστα σπαταλήσει ιδιαίτερο χρόνο και χρήμα.

Παλιότερα αυτό γινόταν κυρίως γιατί όταν κάποιος είχε ανάγκη για άμεση χρηματοδότηση προσέγγιζε στην αρχή τους φίλους ή γνωστούς του επενδυτές παρουσιάζοντας τους ένα business plan και πολλές φορές ένα πλήρες επενδυτικό πλάνο. Ίσως χρειαζόταν να έρθει σε επαφή ακόμη και με δικηγόρους ή “business angels” αλλά και να περάσει μια περίοδος μεγάλης αναμονής και συναντήσεων με επενδυτές, μέχρι τον τελικό έλεγχο όλων των στοιχείων που έχει καταθέσει στους υποψήφιους επενδυτές και την τελική τους απόφαση για να χρηματοδοτήσουν ή όχι την ιδέα του. Αντίθετα, με το crowdfunding η διαδικασία είναι πολύ πιο απλή και γρήγορη. Καταχωρεί

⁶⁷ Dushnitsky, Gary & Guerini, Massimiliano & Piva, Evila & Rossi-Lamastra, Cristina. (2016). Crowdfunding in Europe: Determinants of Platform Creation across Countries. California Management Review

κάποιος ηλεκτρονικά στην πλατφόρμα του crowdfunding την αίτηση του και η πλατφόρμα κάνει μια αρχική προέγκριση, για το project. Στη συνέχεια, ο ενδιαφερόμενος δημιουργεί, ένα ηλεκτρονικό προφίλ και αρχίζει να τρέχει την online crowdfunding καμπάνια για το project. Έτσι, σχεδόν αμέσως, ένα project, μπορεί να λαμβάνει χρήματα από τον όποιο ενδιαφερόμενο επενδυτή. Στην προσπάθεια, μάλιστα, αυτή ο ενδιαφερόμενος δε θα είναι μόνος αλλά, θα υπάρχουν διαθέσιμα όλα τα εργαλεία και η βοήθεια που διαθέτει η crowdfunding πλατφόρμα. Ακόμα όμως και αν άμεσα, δεν καταφέρει ένα project να χρηματοδοτηθεί, η ανάρτηση και οι λεπτομέρειες της συνεχίζουν να βρίσκονται στην πλατφόρμα, ώστε αν κάποιος ενδιαφερθεί να επενδύσει, να μπορεί να το κάνει εύκολα.⁶⁸

Όσον αφορά τους επενδυτές το Crowdfunding μπορεί να αποτελέσει ένα μεγάλο πλεονέκτημα και βοήθεια για αυτούς που ψάχνουν για ευκαιρίες. Δηλαδή μέσω του Crowdfunding υπάρχει η δυνατότητα για τους ενδιαφερόμενους επενδυτές εύκολα και γρήγορα, μέσα από την οθόνη του ηλεκτρονικού υπολογιστή τους ή του smartphone, μπαίνοντας στις online crowdfunding πλατφόρμες, να αναζητήσουν την ιδέα ή project που βρίσκουν πιο ενδιαφέρων για επένδυση και που ταιριάζει περισσότερο στα θέλω τους, ενώ παράλληλα, μπορούν πολύ εύκολα να βλέπουν ποιοι άλλοι έχουν επενδύσει, σε αυτό το project.

Ένα ακόμα πλεονέκτημα για τους επενδυτές, είναι ότι μπορεί κάποιος, να ψάχνει για να επενδύσει σε πολλά διαφορετικά project, ταυτόχρονα, αναζητώντας για ευκαιρίες στις crowdfunding πλατφόρμες. Έτσι, κερδίζει πολύ σημαντικό χρόνο, που με τους παραδοσιακούς τρόπους που λειτουργούσαν μέχρι σήμερα οι επενδυτές, θα είχε σπαταληθεί σε πολλαπλά τηλεφωνήματα και συναντήσεις. Είναι άλλωστε αρκετά δύσκολο για έναν καινοτόμο και νέο επιχειρηματία να μπορεί να βρει και να προσεγγίσει μόνος του, πρόθυμους επενδυτές για το project του. Οι crowdfunding πλατφόρμες,

⁶⁸ Gerber E., Hui J. (2013), Crowdfunding: motivations and deterrents for participation. ACM Transactions on Computing-Human Interaction, 20(6), 34:1-34:32. (Elizabeth M. Gerber and Julie Hui. 2013. Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. ACM Trans. Comput.-Hum. Interact. 20, 6, Article 34 (December 2013), 32 pages. DOI: <http://dx.doi.org/10.1145/2530540>)

σε φέρνουν σε επαφή με χιλιάδες επενδυτές που ψάχνουν ευκαιρίες σε ενδιαφέροντα projects.⁶⁹

Οι crowdfunding πλατφόρμες προσφέρουν και βοήθεια συμβουλευτικού χαρακτήρα, που μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα πολύτιμη στα πρώτα στάδια του project και που δίνει τη δυνατότητα στον επιχειρηματία, να δουλέψει απερίσπαστα πάνω στην κύρια δουλειά του project. Άλλωστε, το πώς θα χρηματοδοτηθεί το project, μπορεί να ήταν μια πολύ χρονοβόρα διαδικασία, που δημιουργεί και άγχος, μην αφήνοντας τον επιχειρηματία, να εργαστεί πάνω στην ιδέα του. Και αυτή λοιπόν η βοήθεια που προσφέρει μια crowdfunding πλατφόρμα, που εξειδικεύεται μάλιστα σε αυτό, μπορεί να αποδειχθεί αρκετά χρήσιμη.

Επίσης, ένα πλεονέκτημα τόσο για τους δημιουργούς ενός έργου Crowdfunding όσο και για τους υποψήφιους επενδυτές, είναι ότι η χρηματοδότηση του έργου μπορεί να γίνει από πολλούς επενδυτές με μικρά ποσά για να φτάσει το έργο στον στόχο χρηματοδότησης που έχει θέσει. Ο επιχειρηματίας έχει το πλεονέκτημα ότι μπορεί να απευθυνθεί σε πολλαπλούς επενδυτές δελεάζοντάς τους να επενδύσουν ένα μικρό ποσό και ένα ενδιαφέρον αντάλλαγμα, αλλά και οι επενδυτές έχουν το πλεονέκτημα ότι δεν θα επενδύσουν ένα τεράστιο ποσό, σαφώς βέβαια και η πλατφόρμα Crowdfunding δεν βάζει ένα ανώτατο όριο ως προς τα χρήματα που θα θέλει να επενδύσει κάποιος σε ένα έργο που θα του φανεί ενδιαφέρον, αλλά συνήθως επενδύουν ένα μικρό ποσό που θα θέσει ο επιχειρηματίας και έτσι μειώνουν και τον κίνδυνο της επένδυσης που έχουν κάνει.⁷⁰

Με την πλατφόρμα crowdfunding, κάποιος επιχειρηματίας έχει τη δυνατότητα, να ελέγχει ποιοι τον χρηματοδοτούν, μελετώντας το προφίλ των «crowdfunding επενδυτών». Έτσι, δημιουργείται ένα κλίμα αφοσίωσης και μεγαλύτερης εμπιστοσύνης μεταξύ επενδυτή και επιχειρηματία. Οι δημιουργοί μπορούν να σχεδιάσουν ένα σύστημα που λειτουργεί γι' αυτούς. Ένα υγιές σχέδιο crowdfunding μεγαλώνει και αλλάζει με την πάροδο του χρόνου με ένα αρκετά οργανικό και δυναμικό τρόπο. Η απαλλαγή από τους μεσάζοντες των

⁶⁹ Calic, G. and Mosakowski, E. (2016), Kicking Off Social Entrepreneurship: How A Sustainability Orientation Influences Crowdfunding Success. *Jour. of Manage. Stud.*, 53

⁷⁰ Belleflamme, Paul; Lambert, Thomas & Schwienbacher, Armin, "Crowdfunding: Tapping The Right Crowd.", September, 2014, Vol. 25, No. 5, p.p. 585-609.

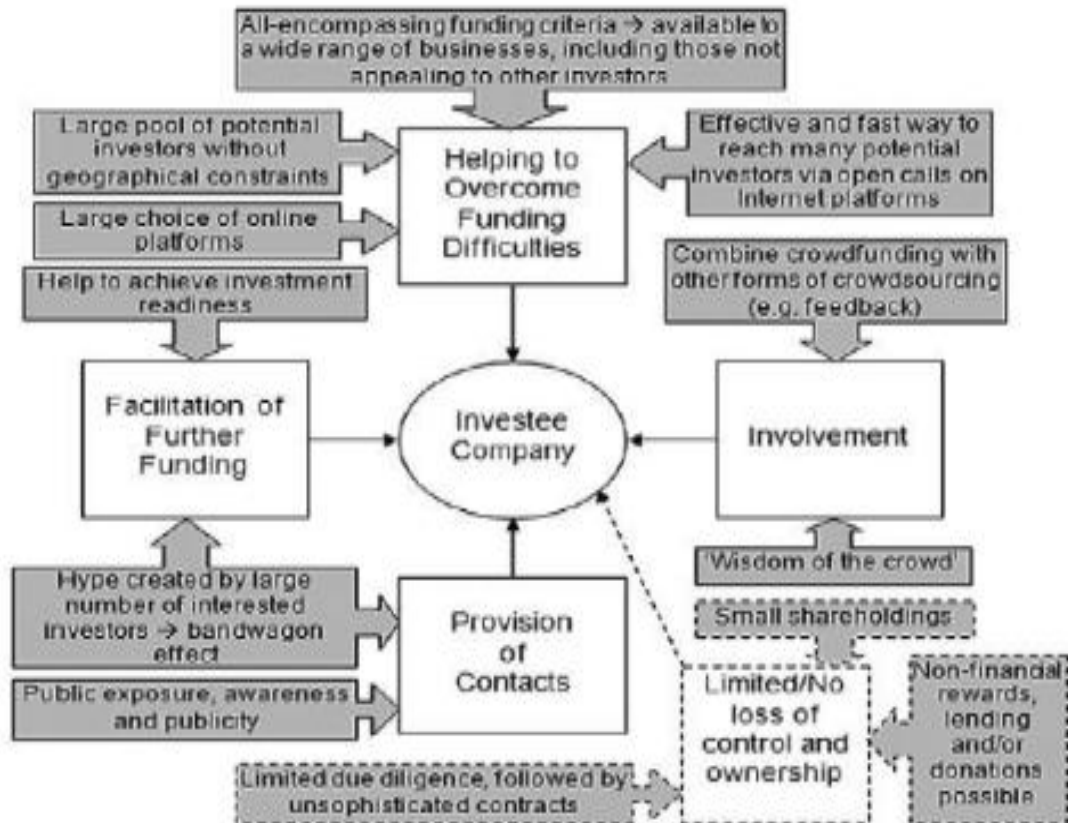
παραδοσιακών επιχειρήσεων και παραδοσιακών τρόπων χρηματοδότησης, παρέχει αυτό το προνόμιο της αποτελεσματικότερης υλοποίησης, ευελιξίας και εξέλιξης του επιχειρηματικού σχεδίου.⁷¹

Τέλος, το Crowdfunding ή χρηματοδότηση από το πλήθος, αποτελεί μια μέθοδο συλλογής κεφαλαίων διαμέσου του διαδικτύου που ως βασικός χρηματοδότης είναι το πλήθος. Η βασική ιδέα του Crowdfunding είναι ότι πολλά άτομα συνεισφέρουν οικονομικά για να επιτευχθεί ο στόχος ή η ιδέα του δημιουργού συνήθως με ένα αντάλλαγμα είτε οικονομικό, είτε απόκτηση του προϊόντος, είτε ηθικό. Δηλαδή στο Crowdfunding τα χρήματα προέρχονται από μεγάλο αριθμό ατόμων, επενδυτών οι οποίοι επενδύουν μικρά ποσά για να επιτευχθεί ο απαιτούμενος στόχος.

Αυτό το γεγονός είναι που διαφοροποιεί το Crowdfunding από τις υπόλοιπες παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης, γιατί στις κλασικές μορφές χρηματοδότησης ο επιχειρηματίας προσπαθεί να εξασφαλίσει το απαιτούμενο κεφάλαιο από μία συγκεκριμένη πηγή χρηματοδότησης, όπως είναι για παράδειγμα ο τραπεζικός δανεισμός.⁷²

⁷¹ Calic, G. and Mosakowski, E. (2016), Kicking Off Social Entrepreneurship: How A Sustainability Orientation Influences Crowdfunding Success. *Jour. of Manage. Stud.*, 53

⁷² Macht, Stephanie & Weatherston, Jamie, "The Benefits of Online Crowdfunding for Fund-Seeking Business Ventures.", Article in *Strategic Change*, February, 2015, Vol. 23, No. 1-2



Εικόνα 1 Crowdfunding Πλεονεκτήματα Και Κίνητρα
 Πηγή: Macht & Weatherston, (2015)⁷³

2.2.2 Μειονεκτήματα Crowdfunding σε σχέση με άλλες μορφές χρηματοδότησης

Ωστόσο εκτός από τα πλεονεκτήματα που αναφέρθηκαν παραπάνω, το Crowdfunding έχει και κάποια μειονεκτήματα σε σχέση με τις άλλες παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης.

Κατ' αρχήν τα έργα ή ιδέες που απευθύνονται στην χρηματοδότηση από το πλήθος για να είναι πετυχημένα και να συγκεντρώσουν μεγάλο ενδιαφέρον και κοινό, πρέπει το κοινό να μπορεί να τα κατανοεί εύκολα το τελικό τους αποτέλεσμα. Δηλαδή για να μπορέσει ένα έργο να πετύχει μέσω των πλατφορμών Crowdfunding πρέπει το κοινό να μπορεί να κατανοεί εύκολα ποιο θα είναι το τελικό αποτέλεσμα και ποια ή ποιες ανάγκες του

⁷³ Macht, Stephanie & Weatherston, Jamie, "The Benefits of Online Crowdfunding for Fund-Seeking Business Ventures.", Article in Strategic Change, February, 2014, Vol. 23, No. 1-2

καλύπτει. Κάτι τέτοιο όμως δεν ισχύει για κάθε project και κυρίως δεν ισχύει για ερευνητικές εργασίες, οι οποίες σε πολλές περιπτώσεις άπτονται θεωρητικών καθαρά εξειδικευμένων θεμάτων, που σπανίως κεντρίζουν το ενδιαφέρον του ευρύτερου κοινού. Είναι πολύ δύσκολο λοιπόν τέτοια projects να καταφέρουν να συγκεντρώσουν την απαιτούμενη χρηματοδότηση από το κοινό και να πετύχουν το στόχο τους.

Ένα άλλο μειονέκτημα που παρατηρείται στη χρηματοδότηση των projects μέσω των πλατφορμών του crowdfunding, είναι ότι στις περισσότερες πλατφόρμες ισχύει ο «κανόνας», πως αν το project δεν καταφέρει να συγκεντρώσει το ποσό που είχε θέσει σα στόχο, τότε όλα τα χρήματα επιστρέφουν πίσω στους υποψήφιους επενδυτές, με τους συντελεστές του έργου, να μένουν χωρίς χρηματοδότες, έχοντας μάλιστα αφιερώσει πολύτιμο χρόνο για την crowdfunding καμπάνια.⁷⁴

Ακόμη αρκετοί έχουν ενστάσεις για τα ανταποδοτικά δώρα που έχουν αναφερθεί στις μορφές του Crowdfunding. Επισημαίνουν ότι τα ανταποδοτικά δώρα, όπως είναι για παράδειγμα η γνωριμία με τους ερευνητές και επισκέψεις σε εργαστήρια ή ακόμα και αναμνηστικά δώρα, ή το χρηματικό μέρισμα που πιθανότατά απολαμβάνουν οι επενδυτές, αποτελεί πισωγύρισμα για την επιτυχή ολοκλήρωση του project καθώς σπαταλούνται, πολύτιμοι πόροι όπως χρόνος και χρήμα, που χρειάζονται για την έρευνα, με σκοπό την άμεση ικανοποίηση των επενδυτών. Για να αποφευχθεί αυτό το πρόβλημα θα μπορούσε ο επενδυτής να θέσει ως όρο ότι η ανταμοιβή θα δίνεται με την ολοκλήρωση του έργου ή ακόμη και η ίδια η πλατφόρμα του Crowdfunding να το θέσει τον συγκεκριμένο όρο στην ανταμοιβή ή ακόμη η πλατφόρμα να αποδεσμεύει τα χρήματα που έχουν μαζευτεί για την ολοκλήρωση του έργου σε στάδια, ώστε ο επιχειρηματίας να είναι δεσμευμένος ότι θα ολοκληρώσει το έργο και θα δοθεί η αντίστοιχη ανταμοιβή στους επενδυτές. Από την άλλη μεριά, ο επενδυτής είναι σίγουρος ότι σε περίπτωση που κάτι δεν πάει καλά στην όλη διαδικασία δεν θα χάσει όλο το ποσό που θα επενδύσει και θα

⁷⁴ Busenitz, W. Lowell; West, G. Page; Shepherd, Dean; Nelson, Teresa; Chandler N. Gaylen & Zacharakis, Andrew, 2003, "Entrepreneurship Research In Emergence: Past Trends And Future Directions.", Journal of Management, Vol. 29, No. 3, p.p. 285-308.

μπορεί κατά κάποιο να ελέγχει τον επιχειρηματία για την ολοκλήρωση του έργου μέσω των σταδίων που θα βρίσκεται το έργο.⁷⁵

Ένα ακόμα πιθανό πρόβλημα που υπάρχει, είναι ότι η περίπτωση αποτυχίας υλοποίησης κάποιου έργου επηρεάζει την ίδια πλατφόρμα, καθώς σε αυτήν την περίπτωση οι υποψήφιοι επενδυτές ενδέχεται να απαιτήσουν τα χρήματά τους πίσω. Επομένως, και η ίδια η πλατφόρμα και κυρίως η φήμη της βλάπτεται. Αυτό προέρχεται κυρίως από το γεγονός ότι οι χρήστες του διαδικτύου, τις περισσότερες φορές δεν είναι τόσο συνειδητοποιημένοι για το επενδυτικό ρίσκο που λαμβάνουν όταν επενδύουν/χρηματοδοτούν τα projects σε crowdfunding πλατφόρμες, εν αντιθέσει με τους επενδυτές στις παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης που γνωρίζουν ότι η επένδυση τους μπορεί να μην τους αποφέρει τελικά, το προσδοκώμενο αποτέλεσμα. Το ρίσκο σε μια επένδυση πάντα θα υπάρχει και είναι θεμελιώδες αξίωμα και επομένως, η ανταπόδοση στην όποια ένας επενδυτής επιδιώκει, πρέπει να είναι ανάλογη του ρίσκου που παίρνει. Αν κάθε υποψήφιος επενδυτής συμφωνεί με τους όρους που κάθε project θέτει και υπογράφει κάποιου είδους συμφωνητικό, τότε αναγνωρίζει και τα δικαιώματα που έχει και τι του αναλογεί αν το project ολοκληρωθεί ή αν αποτύχει στο σκοπό του.⁷⁶

Ένα από τα μεγαλύτερα και πιο κρίσιμα μειονεκτήματα και προβλήματα είναι αυτό της αντιγραφής της ιδέας/έργου του επιχειρηματία. Βασικός σκοπός μέσα από την προβολή που επιδιώκεται να αποκτήσει ένα project, είναι να προσελκύσει και άλλους επενδυτές, οι οποίοι όμως με την σειρά τους μπορούν να αντιγράψουν την ιδέα και αν έχουν τους κατάλληλους πόρους να την υλοποιήσουν και πρώτοι. Άρα, πάντα υπάρχει ο κίνδυνος να αντιγραφεί της πρωτότυπης ιδέας και υλοποίησης της από άλλους επενδυτές ή επιχειρηματίες. Έτσι λοιπόν ο ερευνητής/επιχειρηματίας θα έχει χάσει την ευκαιρία να είναι αυτός που θα υλοποιήσει πρώτος την ιδέα του, με ότι συνέπειες μπορεί να έχει αυτό στη φήμη και την αναγνώριση, την υλική

⁷⁵ Busenitz, W. Lowell; West, G. Page; Shepherd, Dean; Nelson, Teresa; Chandler N. Gaylen & Zacharakis, Andrew, 2003, "Entrepreneurship Research In Emergence: Past Trends And Future Directions.", *Journal of Management*, Vol. 29, No. 3, p.p. 285-308.

⁷⁶ Gerber E., Hui J. (2013), Crowdfunding: motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computing-Human Interaction*, 20(6), 34:1-34:32. (Elizabeth M. Gerber and Julie Hui. 2013. Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Trans. Comput.-Hum. Interact.* 20, 6, Article 34 (December 2013), 32 pages. DOI: <http://dx.doi.org/10.1145/2530540>)

ανταμοιβή, ακόμη και στον χρόνο που ξόδεψε για την υλοποίηση του έργου. Για αυτό το λόγο είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει πολύ σωστή διαχείριση της δημόσιας προβολής του project, ώστε να επιτευχθεί η μέγιστη δυνατή προβολή, ελαχιστοποιώντας ταυτόχρονα τον κίνδυνο να αντιγραφεί η ιδέα από άλλους.⁷⁷

Ακόμη ένα μειονέκτημα που πολλές φορές αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες είναι ότι για να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του κοινού και χρηματοδότες χρειάζονται πρώτα χρόνο και χρήμα. Αλλά τα χρήματα είναι και ο βασικός λόγος που ένα project επιζητά το crowdfunding. Ξεκινώντας όμως από το μηδέν και με δεδομένο ότι χρειάζεται αρκετός χρόνος αλλά και χρήματα για να γίνει η σωστή προβολή της ιδέας και να ακουστεί στον κόσμο, προσελκύοντας κατ' αυτό τον τρόπο επενδυτές, παραμένει το πρόβλημα του πως θα γίνει η αρχική χρηματοδότηση, πριν αρχίσει να φέρνει πόρους το crowdfunding. Ο τρόπος που λειτουργεί το crowdfunding είναι τέτοιος που είναι απαραίτητο να υπάρχει ένα ισχυρό ρεύμα διαδικτυακών υποστηρικτών, έτοιμων να στηρίξουν την όποια προσπάθεια. Είναι πάρα πολύ δύσκολο για έναν επιχειρηματία που διαθέτει μια startup επιχείρηση, να αποκτήσει αυτό το «ρεύμα», ακόμα και αν η ιδέα του είναι πραγματικά καινοτόμος. Αυτό το πρόβλημα το αντιμετωπίζουν ακόμη περισσότερο οι ερευνητές, ειδικά αυτοί που βρίσκονται στα πρώτα τους βήματα, ακόμη και αν η έρευνα του είναι πραγματικά καινοτόμα και μπορεί να οδηγήσει σε εξαιρετικά αποτελέσματα είναι δύσκολο να συγκεντρώσει μεγάλο πλήθος για χρηματοδότηση γιατί θα πρέπει να εξηγήσει καθαρά και συγκεκριμένα ποιο θα είναι το αποτέλεσμα της έρευνας και ποιο θα είναι το όφελος για τους επενδυτές.

Αντίθετα, πολύ εύκολα θα συγκέντρωνε το απαιτούμενο ποσό που χρειάζεται μέσω του crowdfunding ένας επιστήμονας “super star” με πολλές ερευνητικές επιτυχίες στο παρελθόν, ακόμα και αν από το συγκεκριμένο project απουσίαζε κάθε είδους πρωτοτυπία και χρησιμότητα για την επιστήμη. Κατά αντιστοιχία, έρευνες/projects, που δεν γίνονται για τόσο δημοφιλής ερευνητικούς τομείς, «ξένους», πολλές φορές, στον απλό κόσμο, και τον κόσμο του διαδικτύου και των δικτύων κοινωνικής δικτύωσης, δυσκολεύονται

⁷⁷ Mollick, Ethan. (2014) The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*. 29. 1–16. 10.1016/j.jbusvent.2013.06.005

να χρηματοδοτηθούν μέσω μιας crowdfunding πλατφόρμας. Η ίδια δυσκολία προκύπτει και αν το project είναι αρκετά πολύπλοκο και το αποτέλεσμα που θα οδηγήσει μπορεί να μην είναι ένα χειροπιαστό αποτέλεσμα, αλλά η αρχή μιας νέας ερευνητικής δουλειάς και η απαρχή για κάτι σπουδαίο που όμως ακόμα δεν το βλέπουν οι υποψήφιοι χρηματοδότες.⁷⁸

Ίσως το πιο σημαντικό μειονέκτημα του Crowdfunding σε σχέση με τις παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης είναι ότι στις παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης τα μέτρα που λαμβάνονται και οι έλεγχοι που πραγματοποιούνται είναι πολύ πιο αυστηροί από ότι συμβαίνει στο crowdfunding. Στο crowdfunding ο επιχειρηματίας παίρνει το συγκεντρωμένο κεφάλαιο πριν την εκκίνηση της υλοποίησης του έργου. Λόγο της χαλαρότητας που υπάρχει στο Crowdfunding μπορεί ένα έργο να οδηγηθεί σε απάτη. Η υλοποίηση της ιδέας γίνεται σύμφωνα με τον προϋπολογισμό και τα στάδια που έχουν αναλυθεί από τους εφευρέτες από την αρχή της εκστρατείας. Από την ιδέα και τη χρηματοδότησή της μέχρι την υλοποίησή της, υπάρχει ωστόσο διαφορά και είναι πολύ πιθανό να αλλάξει το σχέδιο και η διαδικασία υλοποίησης, ανάλογα με τους εξωτερικούς παράγοντες και τις δυσκολίες που θα προκύψουν. Αυτός είναι ένας από τους λόγους που μπορεί να καθυστερήσει ένα προϊόν ή το αντάλλαγμα των επενδυτών.⁷⁹

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι παρόλο που οι πλατφόρμες που διαχειρίζονται τις ενέργειες του crowdfunding, λαμβάνουν μέτρα και πραγματοποιούν ελέγχους, οι ψεύτικες και φαινομενικές καμπάνιες υπάρχουν, αποτελώντας χώρο δράσης απατεώνων. Έχουν υπάρξει καμπάνιες όπου τα στοιχεία ήταν ψευδή χωρίς να γίνεται αντιληπτό.

Όπως αναφέρουν οι Agrawal, Catalini και Goldfarb, η έλλειψη επαναλαμβανόμενης αλληλεπίδρασης μεταξύ των εφευρετών επιχειρηματικών ιδεών και των επενδυτών αυξάνει τις πιθανότητες για απάτη.⁸⁰

⁷⁸ Mollick, Ethan. (2014) The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*. 29. 1–16. 10.1016/j.jbusvent.2013.06.005

⁷⁹ Kirsch, David; Goldfarb, D. Brent & Gera, Azi, 2009, "Form Or Substance: The Role Of Business Plans In Venture Capital Decision Making.", Robert H. Smith School Research Paper, *Strategic Management Journal*, Volume 30, No. 5, p.p. 6-108.

⁸⁰ Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2014). Some simple economics of crowdfunding. *Innovation Policy and the Economy*, 14(1), 63-97.

2.3. Κίνδυνοι από τη συμμετοχή στο Crowdfunding

Η χρηματοδότηση ενός έργου ή μίας ιδέας από τους υποστηρικτές δεν εξαρτάται μόνο από τα κίνητρα, αλλά και από τους κινδύνους που ενδεχομένως αντιμετωπίζουν ή προκύπτουν κατά τη διαδικασία crowdfunding, οι οποίοι συνοπτικά μπορούν να περιγραφούν ως κάτωθι:

Κίνδυνος απάτης

Η συμμετοχική χρηματοδότηση αντιμετωπίζει σημαντικό κίνδυνο απάτης, καθότι εταιρείες νεοσύστατες χωρίς ιστορικό λειτουργίας και προηγούμενη φερεγγυότητα αναζητούν χρηματοδότηση. Η απάτη στο crowdfunding δεν είναι πολύ εύκολη σε σχέση με άλλες μορφές επένδυσης αφού ο δημόσιος χαρακτήρας της διαδικασίας συμβάλλει στον έλεγχό της. Οι χρηματοδότες με εμπειρία και γνώσεις σε ανάλυση προσφορών μπορούν να συνδράμουν και να βοηθήσουν τους λιγότερο έμπειρους και να αποφευχθεί.⁸¹

Ο κοινωνικός χαρακτήρας της διαδικασίας βοηθάει προς αυτή την κατεύθυνση. Σύμφωνα με έκθεση της παγκόσμιας τράπεζας το 2013, πιθανή εξαπάτηση μπορεί να συμβεί από οργανωμένο δίκτυο εγκληματιών που δημιουργούν ψεύτικες πλατφόρμες και ψεύτικες εταιρείες. Επίσης, σύμφωνα με την ίδια έκθεση, στοιχεία από κορυφαίες πλατφόρμες δείχνουν ότι δεν έχουν υπάρξει επιτυχημένα περιστατικά απάτης μέσω πλατφορμών crowdfunding. Έχουν γίνει προσπάθειες απάτης αλλά αποκαλύφθηκαν οι δόλιες δημοσιεύσεις από υποψήφιους επενδυτές που αμφισβήτησαν άμεσα τις ψευδείς δηλώσεις και εντός 24 ωρών διεγράφησαν από τις πλατφόρμες.⁸² Από τα 43.193 έργα που χρηματοδοτήθηκαν μέσω του Kickstarter, υπάρχουν τέσσερις τεκμηριωμένες περιπτώσεις απόπειρας απάτης.

Έλλειψη εμπιστοσύνης, αναξιοπιστία, μη ολοκλήρωση έργου ή εκπλήρωση υποχρεώσεων

⁸¹ Bradford, S. C., 2017. Online Arbitration as a Remedy for Crowdfunding Fraud. Review, Florida State University Law, pp. 1165-1210

⁸² The World Bank, 2013. Crowdfunding's Potential for the Developing World, Washington DC: The World Bank

Η διαδικτυακή οικοδόμηση εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας του δημιουργού είναι πρόκληση στο crowdfunding. Για την ύπαρξη εμπιστοσύνης πρέπει ο δημιουργός να επικοινωνεί σε τακτά χρονικά διαστήματα με τους χρηματοδότες και να ανταλλάσσει υψηλής ποιότητας πληροφορίες. Οι δημιουργοί να δημοσιεύουν συχνά ενημερώσεις για την εξέλιξη και την πρόοδο και να συντηρούν τη φήμη της υπευθυνότητας και της αξιοπιστίας. Η έλλειψη εμπιστοσύνης είναι ένα κρίσιμο στοιχείο στο δανειακό μοντέλο.⁸³

Επιπλέον ο κίνδυνος μη ολοκλήρωσης του έργου ανησυχεί τους υποστηρικτές. Η άντληση κεφαλαίων χωρίς να ληφθεί υπόψη η ικανότητα παραγωγής ή η αποστολή δημιουργεί τεχνικά εμπόδια και δυσλειτουργία στη διαδικασία. Έχουν παρατηρηθεί παραδείγματα τεχνικής αστοχίας, που συνήθως περιλαμβάνουν την προπώληση λογισμικού. Σε αυτές τις περιπτώσεις, οι εταιρείες έλαβαν χρήματα για προϊόντα που σκόπευαν να κατασκευάσουν, αλλά τεχνικά προβλήματα τους εμπόδισαν να μεταφέρουν το προϊόν.⁸⁴ Επομένως η μη λήψη ανταμοιβής μπορεί να λειτουργήσει ως αποτρεπτικός παράγοντας για μελλοντική χρηματοδοτική δραστηριότητα και δημιουργεί και θέματα αναξιοπιστίας.⁸⁵

Κίνδυνος επιχειρηματικής αποτυχίας

Ο κίνδυνος επιχειρηματικής αποτυχίας είναι ο πιο συνηθισμένος κίνδυνος για τους επενδυτές σε οποιαδήποτε επιχειρηματική επένδυση. Οι έμπειροι γνωρίζουν ότι η επένδυση σε νεοσύστατες επιχειρήσεις ενέχει μεγαλύτερο ρίσκο λόγω μη διαθέσιμων ιστορικών οικονομικών στοιχείων. Σύμφωνα με στοιχεία της Παγκόσμιας Τράπεζας το 2013 από τον ανεπτυγμένο κόσμο δείχνουν, ότι έως και το 50% των νεοσύστατων επιχειρήσεων αποτυγχάνουν εντός πέντε ετών. Οι πιθανοί επενδυτές χρειάζονται κάποιες πληροφορίες, όπως πιστοποιήσεις από τρίτους για την ποιότητα του δημιουργού, την κατανόηση του ρίσκου, την έλλειψη εγγυήσεων, την περιορισμένη ρευστότητα και άλλες παγίδες.

⁸³ Daskalakis, N. & Yue, W., 2018. User's Perceptions of Motivations and Risks in Crowdfunding with Financial Returns. *International Review of Entrepreneurship*.

⁸⁴ The World Bank, 2013. *Crowdfunding's Potential for the Developing World*, Washington DC: The World Bank

⁸⁵ Gerber, E. & Hui, J., 2013. Crowdfunding: Motivations and Deterrents for Participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 20(34), pp. 1-34.

Το crowdfunding ασχολείται συχνά με έργα πρώιμου σταδίου που υπόκεινται σε υψηλά επίπεδα αβεβαιότητας ως προς τη μελλοντική απόδοση λόγω πιθανότητας αποτυχίας. Υπάρχει κίνδυνος τα έργα να είναι χαμηλής ποιότητας ή δόλια. Εκτός από την αποτυχία του έργου, ή του κινδύνου να αποτύχει λόγω μη συγκέντρωσης επαρκών πόρων, οι καθυστερήσεις στις ανταμοιβές του έργου ήταν συχνές στο παρελθόν.

Ο Molick⁸⁶ ανέφερε ότι στο crowdfunding βάσει ανταμοιβών, “η συντριπτική πλειοψηφία των ιδρυτών φαίνεται να εκπλήρωναν τις υποχρεώσεις προς τους χρηματοδότες, αλλά πάνω από το 75% παρέδιδε προϊόντα αργότερα από το αναμενόμενο”.

Εκτός από τα παραπάνω, στην περίπτωση του επενδυτικού crowdfunding η δημοσιοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας ενδέχεται να υποπέσει σε κίνδυνο αντιγραφής της επιχειρηματικής ιδέας με αποτέλεσμα την αποτυχία του εγχειρήματος.⁸⁷

Νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες

Η νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες είναι μια άλλη νόμιμη ανησυχία, αλλά ο κίνδυνος να εμφανιστεί δεν φαίνεται μεγαλύτερος στο crowdfunding σε σχέση με επενδυτικά συστήματα. Ρυθμιστικά και θεσμοθετημένα συστήματα για την καταπολέμηση της νομιμοποίησης εσόδων από παράνομες δραστηριότητες που υιοθετούν οι μεγαλύτερες πλατφόρμες είναι πλήρως συμβατά με τα διεθνή πρότυπα και νόμους περί ξεπλύματος μαύρου χρήματος.

Οι μηχανισμοί που χρησιμοποιούνται από ηλεκτρονικά συστήματα και ειδικούς επεξεργαστές περιέχουν επίσης προστασία από τη νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες.

Αναλαμβανόμενος κίνδυνος

Άλλος πιθανός κίνδυνος σχετίζεται με την έλλειψη πείρας των επενδυτών και την εκτίμηση του αναλαμβανόμενου κινδύνου. Το crowdfunding απευθύνεται κυρίως σε μη διαπιστευμένους, μη επαγγελματίες

⁸⁶ Mollick, E., 2014. The dynamic of crowdfunding: An exploratory study. Journal of Business Venturing 29, pp. 1-16.

⁸⁷ Oxera, 2015. Crowdfunding from an investor perspective, s.l.: s.n

επενδυτές, οι οποίοι ενδέχεται να είναι λιγότερο κατάλληλοι για λήψη αποφάσεων σχετικά με τις επενδύσεις σε ιδιωτικές εταιρείες.

Από την άλλη, οι πλατφόρμες δεν φέρουν ευθύνη για την ορθότητα των δημοσιευμένων πληροφοριών και οι πληροφορίες που αναρτώνται δεν αποτελούν επενδυτικές συμβουλές ή παροτρύνσεις. Ο πιθανός χρηματοδότης οφείλει να προβαίνει σε ορθές εκτιμήσεις προτού εμπιστευτεί την ορθότητα των δεδομένων, αλλά και οι πλατφόρμες πρέπει να αναφέρουν ρητά ότι οι επενδύσεις δεν είναι εγγυημένες.⁸⁸

Ασύμμετρη πληροφόρηση

Δεδομένου ότι οι επενδυτές είναι πιθανό να είναι λιγότερο ενημερωμένοι από τους επιχειρηματίες ή τους δανειολήπτες σχετικά με την ποιότητα του έργου, η ασυμμετρία πληροφόρησης μπορεί να οδηγήσει σε ευκαιριακή συμπεριφορά λόγω απόκρυψης πληροφοριών. Η ύπαρξη της ασύμμετρης πληροφόρησης μπορεί να προσελκύσει απατεώνες που παραπλανούν τους χρηματοδότες και δεν παραδίδουν τις υποσχόμενες ανταμοιβές.⁸⁹

Λόγω της ανωνυμίας, οι επενδυτές μπορεί να βασίζονται σε πλατφόρμες για πληροφορίες, ενώ οι πλατφόρμες ενδέχεται για μείωση κόστους να μην ελέγχουν την ακρίβεια και την πληρότητα των πληροφοριών που λαμβάνουν. Τα σήματα ποιότητας, όπως η αποκάλυψη λεπτομερών πληροφοριών αναφορικά με τους κινδύνους, πληροφορίες εσωτερικής διακυβέρνησης, το επίπεδο εκπαίδευσης και το κοινωνικό δίκτυο του δανειολήπτη⁹⁰ είναι παράγοντες που συμβάλλουν στον μετριασμό της ασυμμετρίας των πληροφοριών στο crowdfunding.⁹¹

Η τυπικότητα των δημιουργών, η παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών και προϊόντων συμβάλλουν στην μείωση ασυμμετρίας. Επίσης, σε περίπτωση καθυστέρησης παράδοσης να γίνεται διαρκής ενημέρωση για την καθυστέρηση και τους λόγους. Σωστός ρυθμιστικός έλεγχος και

⁸⁸ The World Bank, 2013. Crowdfunding's Potential for the Developing World, Washington DC: The World Bank

⁸⁹ Mollick, E., 2014. The dynamic of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing* 29, pp. 1-16.

⁹⁰ Oxera, 2015. Crowdfunding from an investor perspective, s.l.: s.n

⁹¹ Daskalakis, N. & Yue, W., 2018. User's Perceptions of Motivations and Risks in Crowdfunding with Financial Returns. *International Review of Entrepreneurship*.

εφαρμόζοντας οι πλατφόρμες αξιόπιστους μηχανισμούς ελέγχου, αυξάνουν την εμπιστοσύνη των χρηματοδοτών και τη δική τους αξιοπιστία μειώνοντας τις ασυμμετρίες στην πληροφόρηση.

Η εμπιστοσύνη ή η δυσπιστία του διαμεσολαβητή (Πλατφόρμα)

Ένας άλλος κίνδυνος είναι η εμπιστοσύνη στον ενδιάμεσο. Ως διαμεσολαβητής αναφέρεται η πλατφόρμα crowdfunding που επιτρέπει τη συναλλαγή μεταξύ υποστηρικτών και δημιουργών. Η ενδιάμεση εμπιστοσύνη αναφέρεται σε πεποιθήσεις, ότι η πλατφόρμα είναι ικανή να παρέχει ένα σταθερό διαδικτυακό περιβάλλον, και να ενεργεί προς το συμφέρον των χρηστών της.

Η δυσπιστία αναφέρεται στην πεποίθηση ενός ατόμου, ότι ο διαμεσολαβητής δεν έχει καλοπροαίρετες προθέσεις και θα ενεργήσει ευκαιριακά ή με έναν αυτοτελή τρόπο. Για παράδειγμα, εάν ένας δυνητικός υποστηρικτής έχει δυσπιστία στον ενδιάμεσο, επειδή πιστεύει ότι η πλατφόρμα λειτουργεί ευκαιριακά, δεν θα προχωρήσει να επενδύσει ή να συνδράμει σε ένα έργο.⁹²

Οι πλατφόρμες παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιρροή των αποφάσεων των δανειστών και δεν πρέπει να δημιουργούν μη ρεαλιστικές προσδοκίες για υψηλά κέρδη. Επίσης, η διακοπή λειτουργίας της πλατφόρμας λόγω ανταγωνισμού ή άλλων φορολογικών ή νομοθετικών διατάξεων που μπορεί να ανακύψουν, είναι εφικτός κίνδυνος στο crowdfunding.

Σύμφωνα με την έκθεση της υφίσταται υπαρκτός κίνδυνος εμφάνισης παραπλανητικών πλατφορμών ή και ψεύτικων για να εξαπατήσουν το κοινό αλλά υπάρχει και η περίπτωση κάποια αξιόπιστη να σταματήσει τη λειτουργία της εξαιτίας κακής διαχείρισης και πρακτικής.⁹³

Ηθικός κίνδυνος

Η δυσπιστία εάν θα χρησιμοποιηθούν τα χρήματα για το σκοπό που προορίζονται ή με σύνεση, είναι σοβαρός λόγος και ορισμένοι υποστηρικτές ανησυχούν για την αποτελεσματική χρήση της συνεισφοράς τους. Το μοντέλο

⁹² Strohmaier, D., Zeng, J. & Hafeez, M., 2019. Trust, distrust and crowdfunding: A study on perceptions of institutional mechanisms. *Telematics and Informatics* 43, March, pp. 1-21.

⁹³ The World Bank, 2013. *Crowdfunding's Potential for the Developing World*, Washington DC: The World Bank

“όλα ή τίποτα” δημιουργεί μία αίσθηση ασφάλειας. Η πλατφόρμα kickstarter το χρησιμοποιεί και ίσως είναι και ένας λόγος της μεγάλης επιτυχίας της σε σχέση με άλλες πλατφόρμες.⁹⁴

Το Crowdfunding διαφέρει από πολλές άλλες διαδικτυακές εμπορικές δραστηριότητες λόγω της έλλειψης επαναλαμβανόμενης αλληλεπίδρασης με τον παραλήπτη των χρημάτων. Επιπλέον, οι Cumming⁹⁵ και Hornuf⁹⁶ σημειώνουν ότι στο δανειακό crowdfunding οι αξιολογήσεις από τις πλατφόρμες έχουν μεγαλύτερη προγνωστική δύναμη χρηματοδότησης από ότι οι οικονομικές μεταβλητές των εταιρειών, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι πλατφόρμες παίζουν ρόλο στην επιρροή των αποφάσεων των δανειστών.

Με βάση αυτό το εύρημα και υποθέτοντας ότι υπάρχει σύγκρουση συμφερόντων μεταξύ πλατφορμών και επενδυτών, αυτό δίνει κίνητρα στις πλατφόρμες crowdfunding να υπερεκτιμούν ενίοτε την ποιότητα του έργου, δημιουργώντας ένα ηθικό πρόβλημα, πολύ παρόμοιο με αυτό των οργανισμών αξιολόγησης πιστοληπτικής ικανότητας ή των επενδυτικών τραπεζών.

Ως εκ τούτου, σε ένα ορθολογικό πλαίσιο προσδοκιών, η αντίληψη κινδύνου των επενδυτών ενσωματώνει τόσο την αξιοπιστία του έργου όσο και την αξιοπιστία των πλατφορμών crowdfunding. Στο επενδυτικό μοντέλο επίσης προστίθεται και η αβεβαιότητα των μελλοντικών υποσχόμενων αποδόσεων.⁹⁷

⁹⁴ Gerber, E. & Hui, J., 2013. Crowdfunding: Motivations and Deterrents for Participation. ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI), 20(34), pp. 1-34.

⁹⁵ Cumming, Douglas & Vismara, Silvio, “De-segmenting Research In Entrepreneurial Finance.”, Venture Capital, January, 2017, Vol. 19, No. 1-2, p.p. 17-27.

⁹⁶ Hornuf L. and Schwiabacher A. (2017). Should Securities Regulation Promote Equity Crowdfunding? Small Business Economics

⁹⁷ Daskalakis, N. & Yue, W., 2018. User's Perceptions of Motivations and Risks in Crowdfunding with Financial Returns. International Review of Entrepreneurship.

Η καθυστέρηση παροχής αγαθών-υπηρεσιών

Στην περίπτωση του crowdfunding βάσει ανταμοιβών, ο υπεύθυνος του έργου, χωρίς καμία σαφή νομική υποχρέωση παραδίδει μεταγενέστερα στους υποστηρικτές ανταμοιβές. Για τους ανέντιμους, αυτό δημιουργεί μια ευκαιρία για απάτη. Αλλά, ακόμη και για εκείνους που σκοπεύουν να εκπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους, αυτό απαιτεί σημαντική γνώση σχετικά με τον προϋπολογισμό και το χρονοδιάγραμμα που απαιτείται για τη δημιουργία των υποσχεθέντων αγαθών ή υπηρεσιών.

Πρέπει να παραδώσουν τα έργα που υποσχέθηκαν, χρησιμοποιώντας προϋπολογισμούς που καταρτίστηκαν πριν την ολοκλήρωση της επιχειρηματικής διαδικασίας. Αυτό υποδηλώνει ότι τα έργα συμμετοχικής χρηματοδότησης κινδυνεύουν να καθυστερήσουν ή ακόμα και να αποτύχουν, καθώς μπορεί τα αρχικά κονδύλια να κριθούν ανεπαρκή. Επιπλέον, ενδέχεται να έχουν πρόβλημα στην υλοποίηση. Πολύπλοκα έργα οδηγούνται σε καθυστερήσεις λόγω αλληλεξαρτήσεων. Απροσδόκητα επιτυχημένα ενδέχεται να υποφέρουν από προβλήματα που οφείλονται σε αυξημένη επιτυχία και προσδοκίες, ειδικά σε σχέση με τον αρχικό σχεδιασμό.⁹⁸

Ασφάλεια

Η ασφάλεια των οικονομικών πληροφοριών, αφορά τις ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσω πιστωτικής κάρτας. Είναι καθοριστικής σημασίας για την επίτευξη εμπιστοσύνης και εξαρτάται εξ'όλοκλήρου από την πλατφόρμα και την τεχνολογία που ακολουθεί.

Η ανησυχία για την ασφάλεια των συναλλαγών και την προστασία προσωπικών δεδομένων συμπεριλαμβάνεται στο γενικότερο πλαίσιο των κινδύνων ηλεκτρονικών συναλλαγών. Πρέπει να διασφαλίζεται η ασφάλεια, η προστασία, η ανωνυμία των προσωπικών δεδομένων και ότι η χρήση τους θα είναι αποκλειστικά για τον συγκεκριμένο σκοπό και να υπάρχει προστασία από τους χακερς.⁹⁹

⁹⁸ Gerber, E. & Hui, J., 2013. Crowdfunding: Motivations and Deterrents for Participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 20(34), pp. 1-34.

⁹⁹ Daskalakis, N. & Yue, W., 2018. User's Perceptions of Motivations and Risks in Crowdfunding with Financial Returns. *International Review of Entrepreneurship*.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ: «Act4Greece»

3.1. Το Πρόγραμμα «Act4Greece»

Σε αυτό το κεφάλαιο πραγματοποιούμε μια διεξοδική μελέτη στους βασικότερους πυλώνες του προγράμματος, εξετάζοντας λεπτομερώς οικονομικά στοιχεία διαφόρων κοινωνικών δράσεων που κατά καιρούς αυτό φιλοξενούσε, αναγνωρίζοντας παράλληλα σημεία/κλειδιά τα οποία συμβάλλουν στον βαθμό επιτυχίας/αποτυχίας τέτοιου είδους εγχειρημάτων.

Σε μεταγενέστερο στάδιο πραγματοποιούμε Ανάλυση S.W.O.T.¹⁰⁰ αναφορικά με τις λειτουργίες του συγκεκριμένου προγράμματος στο σύνολο του, με σκοπό να αποσαφηνίσουμε το επιχειρησιακό και ανταγωνιστικό περιβάλλον στο οποίο αυτό εντάσσεται και εξάγοντας στην πορεία τα ανάλογα συμπεράσματα για την μελλοντική πορεία της μεθόδου συλλογικής χρηματοδότησης που αυτό πρεσβεύει.

Πιο κάτω ακολουθεί μια εκτενέστερη ανάλυση των θεμελιωδών γνωρισμάτων που συνθέτουν το μεγαλύτερο μέρος της φυσιογνωμίας του:

- Πρόκειται για εγχείρημα το οποίο τέθηκε σε ισχύ από την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος τον Φεβρουάριο του 2016, σε συνεργασία με διάφορους τοπικούς και διεθνούς φορείς και ιδρύματα. Στόχος της πλατφόρμας και σύμφωνα με τα όσα αναγράφονται σε αυτήν, αποτελεί η κοινωνικοοικονομική υποστήριξη διαφόρων τοπικών εγχειρημάτων, των οποίων η υλοποίηση κρίνεται ως ζωτικής σημασίας για την προαγωγή της κοινωνικής και πολιτισμικής ευημερία της χώρας. Ο συγκεκριμένος στόχος είναι σε πλήρη ευθυγράμμιση με την εντεινόμενη προσπάθεια των ελληνικών χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, να υιοθετήσουν τις πλέον σύγχρονες πρακτικές που έχει να προσφέρει η ψηφιακή τραπεζική και ο τομέας του FinTech γενικότερα.

¹⁰⁰ Πρόκειται για την ανάλυση του εσωτερικού (Δυνάμεις – Strengths & Αδυναμίες – Weaknesses) και του εξωτερικού (Απειλές – Threats & Ευκαιρίες – Opportunities) περιβάλλοντος μιας επιχείρησης, που αποτελεί μέρος του στρατηγικού σχεδιασμού της.

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%B7_SWOT.

- Η συγκεκριμένη Crowdfunding πλατφόρμα είναι βασισμένη αποκλειστικά στο μοντέλο των Δωρεών. Γεωγραφικά καλύπτει εγχειρήματα τα οποία εντοπίζονται μόνο εντός της Ελληνικής επικρατείας, με τις εισφορές όμως να μπορούν να προέρχονται και από το εξωτερικό. Η διαχείριση ανήκει κατά αποκλειστικότητα στην ίδια, με το ηλεκτρονικό της δίκτυο να καλύπτει ολόκληρο τον ελληνικό χώρο και λόγω του πανελλαδικού δικτύου υποκαταστημάτων της και της ισχυρής θέσης που κατέχει στα χρηματοπιστωτικά δρώμενα. Το οικονομικό μοντέλο που συνήθως ακολουθείται από την συγκεκριμένη πλατφόρμα είναι αυτό του “Keep-It-All”, όπως το περιγράψαμε σε προηγούμενη φάση της ανάλυσης μας. Ειδικότερα, αν ένα έργο δεν καταφέρει να πετύχει τον οικονομικό στόχο που έχει θέσει, ενδέχεται να υλοποιηθεί μονάχα ένα μικρότερο μέρος του συνολικού εγχειρήματος και μέχρι το σημείο που το επιτρέπουν οι συγκεντρωμένοι πόροι. Ωστόσο, σε μερικές περιπτώσεις ενδέχεται να επιστραφεί το χρηματικό ποσό στους επιμέρους υποστηρικτές του έργου, σε περίπτωση όπου αυτοί το αιτηθούν και εφόσον βέβαια εγκαταλειφθεί εντελώς η πραγμάτωση του έργου. Αυτά είναι ζητήματα τα οποία όπως θα δούμε αργότερα εμπίπτουν στην δικαιοδοσία και αρμοδιότητα της Επιτροπής Διαχείρισης της πλατφόρμας, η οποία μπορεί για παράδειγμα να αποφασίσει την διάθεση του συγκεντρωμένου ποσού σε άλλα εγχειρήματα και εφόσον ενημερώσει πρώτα τον κάθε δωρητή ξεχωριστά.¹⁰¹
- Αναφορικά με τους τρόπους πληρωμής μέσω των οποίων μπορεί να διεκπεραιωθεί μια εισφορά, ξεχωρίζουμε τους εξής:
 1. Απευθείας ηλεκτρονικά, μέσω χρεωστικής ή πιστωτικής κάρτας.
 2. Μέσω κατάθεσης μετρητών ή μεταφοράς εμβάσματος που μπορεί να πραγματοποιηθεί τόσο μέσω των φυσικών καταστημάτων της E.T.E, όσο και μέσω του ηλεκτρονικού της δικτύου ή άλλων συνεργάσιμων τραπεζών. *Σημειώνουμε σε αυτό το σημείο τα εξής: (Ο μοναδικός αριθμός που αναγράφεται στο*

¹⁰¹ <https://www.act4greece.gr/>

πεδίο:“ Κωδικός συναλλαγής”, είναι απαραίτητος για την ολοκλήρωση της διαδικασίας προσφοράς, καθώς λειτουργεί σαν μηχανισμός εξακρίβωσης της τελευταίας στο συγκεκριμένο εγχείρημα. Επίσης, η επιτυχής ολοκλήρωση της εισφοράς στο έργο προβλέπει ότι η κατάθεση θα πρέπει να πραγματοποιείται εντός χρονικού πλαισίου που δεν ξεπερνά τις 30 ημέρες, από την στιγμή που έγινε η εκδήλωση ενδιαφέροντος για την συνεισφορά στο εκάστοτε εγχείρημα και μέσω της ιστοσελίδας της πλατφόρμας. Υπό άλλες συνθήκες, ο οκταψήφιος κωδικός σταματά να ισχύει και η συναλλαγή ακυρώνεται.)

- Τα εγχειρήματα που φιλοξενούνται από την πλατφόρμα κατηγοριοποιούνται στο σύνολο τους σε επτά επιμέρους κατηγορίες. Σημειώνουμε πως η υποβολή της οποιας δράσης μπορεί να γίνει μόνο από νομικές οντότητες¹⁰² και εφόσον ανακοινωθεί από το Πρόγραμμα η σχετική πρόσκληση για την ένταξής τους. Έπειτα οι δράσεις που θα επιλεγθούν, θα ανακοινωθούν και θα ενσωματωθούν στην πλατφόρμα από τον Σεπτέμβριο, επίσης του ίδιου έτους. Στην συνέχεια πιο κάτω, περιγράφουμε την κάθε ξεχωριστή κατηγορία ένταξης της κάθε δράσης.

Κλείνοντας, να αναφέρουμε επίσης πως το όριο χρηματοδότησης από το κοινό και σύμφωνα με τον κανονισμό της πλατφόρμας για τον προϋπολογισμό μιας δράσης, δεν μπορεί να ξεπερνά τις €50,000. Επίσης ο χρονικός ορίζοντας πραγμάτωσης του κάθε εγχειρήματος δεν θα πρέπει να ξεπερνά τους 12 μήνες και τεκμηριωμένα τους 18 μήνες.

3.2. Η Οργανωτική Δομή Του Προγράμματος

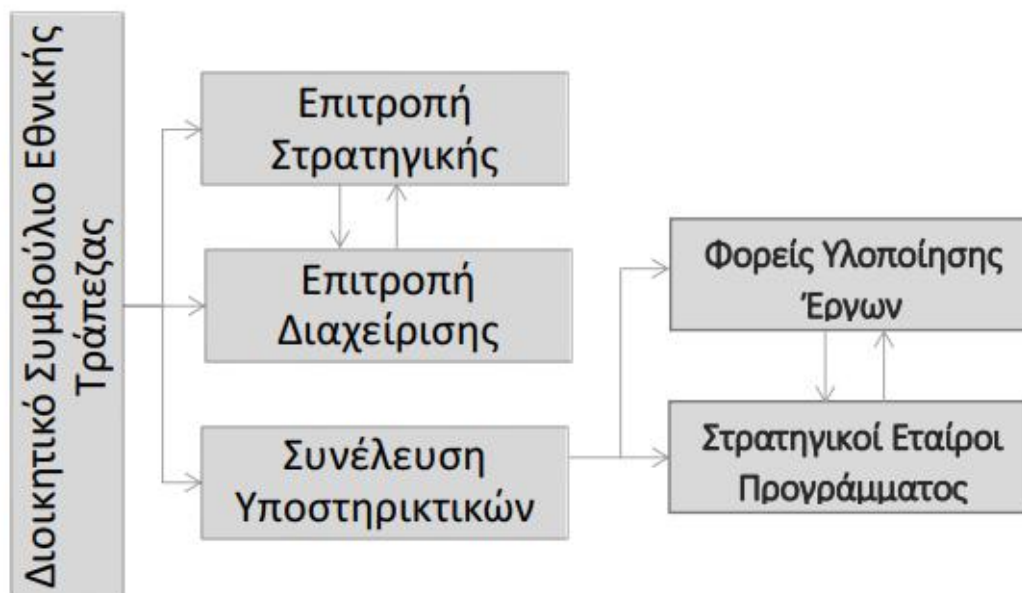
Για την ομαλή διεξαγωγή των δραστηριοτήτων του προγράμματος αλλά και για την ενίσχυση της διαφάνειας στις συναλλαγές, η Εθνική Τράπεζα διατηρεί κομβικής σημασίας συνεργασίες με διάφορα ιδρύματα και οργανισμούς διεθνούς βεληνεκούς και αναγνώρισης. Στην συνέχεια παρουσιάζουμε τον κάθε ένα από αυτούς τους φορείς ξεχωριστά,

¹⁰² «ΟΔΗΓΙΕΣ ΠΡΟΣ ΥΠΟΨΗΦΙΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΔΡΑΣΕΩΝ»

https://www.act4greece.gr/wpcontent/uploads/2018/05/ODIGIES-PROS-FOREISYLOPOIHSHS_EL.pdf

σκιαγραφώντας τον ρόλο που διαδραματίζει στις λειτουργίες του προγράμματος.

Όλες οι ενέργειες που σχετίζονται με την λειτουργία του προγράμματος και των δράσεων του, διέπονται από μια οργανωτική δομή όπως απεικονίζουμε στο οργανόγραμμα πιο κάτω:



Εικόνα 2 Το οργανόγραμμα
Πηγή: Ε.Τ.Ε, Πρόγραμμα «Act4Greece».

- Η Επιτροπή Στρατηγικής απαρτίζεται το λιγότερο από επτά μέλη τα οποία μπορεί να είναι φυσικής ή/και νομικής κατάστασης. Ο Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου της Ε.Τ.Ε. εκτελεί ανάλογα καθήκοντα στην υπό εξέταση Επιτροπή. Πέρα από την πολύ σημαντική οικονομική της συμβολή στο πρόγραμμα, άλλες βασικές αρμοδιότητες της αποτελούν η επίβλεψη της πορείας του προγράμματος, ο έλεγχος και η επικύρωση των εγχειρημάτων που προέρχονται από κάθε διαφορετικό οργανισμό υλοποίησης και εφόσον έχουν εξεταστεί πρώτα από την Επιτροπή Διαχείρισης, καθώς και η χάραξη στρατηγικής που πρόκειται να ακολουθήσει η τελευταία.
- Αν η Επιτροπή Στρατηγικής αποτελεί τον εγκέφαλο των λειτουργιών του προγράμματος, τότε η Επιτροπή Διαχείρισης αποτελεί αναμφίβολα την καρδιά του συστήματος. Κινούμενη πάντοτε σε πλήρη εναρμόνιση με τις στρατηγικές κατευθύνσεις που χαράσσονται από την Επιτροπή

Στρατηγικής και σε συνεργασία με τα υπόλοιπα τμήματα της Τράπεζας, στον πυρήνα των λειτουργιών της βρίσκεται η πολυκριτηριακή ανάλυση για την επιλογή των φορέων και των αντίστοιχων δράσεων που πρόκειται να φιλοξενηθούν στα σπλάχνα του προγράμματος, καθώς και λοιπές αρμοδιότητες διαχείρισης και συντονισμού όλων των ενεργειών που πραγματοποιούνται μέσω της πλατφόρμας. Επίσης, η Επιτροπή Διαχείρισης έχει την ευθύνη να συντάσσει και να καταθέτει στην Επιτροπή Στρατηγικής σε τακτά χρονικά διαστήματα εκθέσεις προόδου και αξιολόγησης της γενικής πορείας της πλατφόρμας. Σημειώνεται τέλος, ότι τα μέλη της υπό εξέταση Επιτροπής είναι ανώτερα στελέχη της Ε.Τ.Ε. και η επιλογή τους γίνεται έπειτα από πρόταση του Δ.Σ.

- Η Συνέλευση των Υποστηρικτικών αποτελεί ένα εξίσου σημαντικό όργανο του προγράμματος, από την άποψη ότι σε αυτήν συμμετέχουν διάφοροι φορείς υλοποίησης των δράσεων που φιλοξενοούνται στο πρόγραμμα και από στρατηγικούς εταίρους/υποστηρικτές του προγράμματος, με σκοπό το μοίρασμα των πεποιθήσεων και αντιλήψεων μεταξύ τους, προσδιορίζοντας έτσι την υπάρχουσα κατεύθυνση του προγράμματος αλλά και μελλοντικές προοπτικές ανάπτυξης και μεγέθυνσης των δράσεων του. Η συνέλευση αυτή συνεδριάζει τουλάχιστον μια φορά τον χρόνο, με τους εκπροσώπους των συνεργατικών ιδρυμάτων να προέρχονται από:

1. Ίδρυμα Ωνάση:¹⁰³ Αρχής γεγνημένο το 1975 από τον γιο του Αριστοτέλη Ωνάση, το Κοινωφελές Ίδρυμα Ωνάση αποτελεί έναν από τους σπουδαιότερους στρατηγικούς εταίρους της Εθνικής Τράπεζας και μέγα υποστηρικτή του Προγράμματος. Κατέχοντας μια μακροχρόνια πείρα στον τομέα του Κοινωνικού Επιχειρείν, το Ίδρυμα Ωνάση προσθέτει μεγάλη αξία στο Πρόγραμμα μέσω της οικονομικής και τεχνικής του στήριξης, με την παρουσία του να είναι ιδιαίτερα εμφανής στον τομέα του Πολιτισμού & Πολιτιστικής Επιχειρηματικότητας.

¹⁰³ Ίδρυμα Ωνάση, <http://www.onassis.org/>.

2. Ίδρυμα Ιωάννη Λάτση:¹⁰⁴ Πρόκειται για ένα ακόμη κοινωφελές Ίδρυμα το οποίο ιδρύθηκε το 2005 κάτω από το πλαίσιο του Μη Κερδοσκοπικού Οργανισμού. Αποστολή του Ίδρύματος είναι η σχεδίαση, η διαχείριση και η χρηματοδότηση ενός ευρέως φάσματος προγραμμάτων, τα οποία περιστρέφονται γύρω από τους τομείς των τεχνών, της εκπαίδευσης, του πολιτισμού και της κοινωνικής ευημερίας και ανάπτυξης. Υπήρξε στρατηγικός εταίρος του προγράμματος από την στιγμή που αυτό ξεκίνησε τις λειτουργίες του, υποστηρίζοντας κατά καιρούς δράσεις του που εντάσσονταν κυρίως στους άξονες της Πρόνοιας, Υγείας & Αλληλεγγύης, Έρευνας, Εκπαίδευσης & Κατάρτισης και της Πολιτισμικής Επιχειρηματικότητας.
3. Ίδρυμα Μποδοσάκη:¹⁰⁵ Από τα παλαιότερα Κοινωφελή Ίδρύματα της χώρας, το Ίδρυμα Μποδοσάκη αποτελεί ένα από τους σπουδαιότερους ιδιωτικούς οργανισμούς στην Ελλάδα, διεθνούς βεληνεκούς και κύρους. Ιδρυθέν κατά το έτος 1973 από τον Μποδοσάκη – Αθανασιάδη, όπως και με το Ίδρυμα Ωνάση, έτσι και αυτό κατέχει τεράστια γνώση πάνω σε ζητήματα Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας. Ως στρατηγικός εταίρος του προγράμματος, ο ρόλος του είναι η παροχή τεχνογνωσίας και οικονομικής υποστήριξης σε τομείς όπου παραδοσιακά εστιάζει, όπως: Ισότητα των Ευκαιριών, Εκπαίδευση, Ιατρική και στο Περιβάλλον.
4. Ελληνική Εθνική Επιτροπή για την U.N.E.S.C.O.:¹⁰⁶ Όπως υποδηλώνει και το αγγλικό ακρωνύμιο της (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization – U.N.E.S.C.O.), ο Εκπαιδευτικός Επιστημονικός και Πολιτιστικός Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών έχει ως κύριο μέλημα του την επικοινωνία του σπουδαίου κοινωνικού του έργου με πολλές χώρες του κόσμου, διαμέσω των πολλαπλών διαύλων επικοινωνίας που διαθέτει και συγκεκριμένα, μέσω του συστήματος Εθνικών Επιτροπών που είναι εγκατεστημένες σε όλα τα κράτη/μέλη του. Μεταξύ αυτών,

¹⁰⁴ Κοινωφελές Ίδρυμα Ιωάννη Σ. Λάτση, <http://www.latsis-foundation.org/>

¹⁰⁵ Ίδρυμα Μποδοσάκη, <https://www.bodossaki.gr/>

¹⁰⁶ Ελληνική Εθνική Επιτροπή για την UNESCO, http://www.unesco-hellas.gr/gr/2_0.htm

εντοπίζουμε και την Ελληνική Εθνική Επιτροπή για την U.N.E.S.C.O., η οποία καλείται να λειτουργήσει ως ο επικοινωνιακός κρίκος μεταξύ του οράματος της U.N.E.S.C.O. και των διαφόρων κυβερνητικών και μη – κυβερνητικών οργανισμών στην Ελλάδα. Μέσω του τεράστιου δικτύου που διαθέτει, διαδραματίζει ένα σπουδαίο ρόλο στο Πρόγραμμα Act4Greece, καθώς μπορούν οι δράσεις του τελευταίου να προωθηθούν εύκολα και σε φορείς που βρίσκονται εκτός συνόρων.

5. Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη:¹⁰⁷ Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (Hellenic Business Network for Corporate Social Responsibility – C.S.R.), αποτελεί εθνικό εταίρο του ευρύτερου δικτύου της Ευρώπης. Οι συνεισφορά του στο Πρόγραμμα Act4Greece εκτείνεται μέχρι και την παροχή συμβουλευτικής καθοδήγησης για την ανάπτυξη ποιοτικών κριτηρίων για την καλύτερη αξιολόγηση των διαφόρων κοινωνικών δράσεων που παρουσιάζονται στην πλατφόρμα, μέσα από την τεράστια γνώση και πείρα που κατέχει σε τέτοιου είδους ζητήματα.

Σημειώνουμε τέλος πως αυτού του είδους οι συμπράξεις μεταξύ της Τράπεζας και των άνωθεν φορέων δεν έχουν προκαθορισμένη διάρκεια, με τις μεταξύ τους σχέσεις να εμφανίζονται ως επί το πλείστο οι ίδιες με αυτές που συντάχθηκαν κατά την εκκίνηση του Προγράμματος το 2016, καθώς δεν ανακοινώθηκε στο ενδιάμεσο διάστημα καμία σημαντική μεταβολή. Εξαίρεση ωστόσο αποτελεί η ανακοίνωση που εξέδωσε η Πλατφόρμα στο τέλος του Ιανουαρίου 2018, σχετικά με τον προγραμματισμό σύναψης μιας νέας “επικοινωνιακής” συμφωνίας με την ελληνική αεροπορική εταιρεία Aegean.¹⁰⁸ Επίσης, η αλυσίδα υπεραγορών «Σκλαβενίτης» και ο όμιλος καυσίμων «Ε.Κ.Ο.» φαίνεται να κατέχουν μια εξίσου σημαντική θέση στην οικονομική ενίσχυση του κοινωνικού έργου του Προγράμματος, καθώς αυτές συμφώνησαν στις αρχές του 2018 ότι πρόκειται να συνεισφέρουν το 0,04%

¹⁰⁷Ελληνικό Δίκτυο C.S.R., <http://csrhellas.eu/>

¹⁰⁸ <https://www.act4greece.gr/news-announcements/i-aegean-ypostiriktis-touprogrammatosact4greece/>



του όγκου των πραγματοποιηθεισών συναλλαγών που προέρχονται από πελάτες τους που κάνουν χρήση των καρτών της Εθνικής Τράπεζας.

3.3. Άξονες προγράμματος

Το πρόγραμμα Act4Greece αποτελείται από επτά άξονες οι οποίοι είναι άμεσα συνδεδεμένοι με τα Sustainable Development Goals (SDG's).

Εικόνα 3 Άξονες προγράμματος
Πηγή: Ε.Τ.Ε. πρόγραμμα Act4Greece

Το σημαντικότερο χαρακτηριστικό που έπαιξε ρόλο στην τελική επιλογή των συγκεκριμένων αξόνων, αποτέλεσε η ευαισθητοποίηση και ενεργοποίηση των πολιτών, δεδομένων των συνθηκών που επικρατούν στην ελληνική κοινωνία και οικονομία, με στόχο τη διεύρυνση της ενεργούς συμμετοχής της κοινωνίας σε συλλογικές κοινωνικές και αναπτυξιακές δράσεις, αναδεικνύοντας το πόσο σημαντικό είναι να προσφέρει κανείς για να αντιμετωπιστούν όποιες κοινωνικές προκλήσεις τυχόν προκύψουν.

Πρόνοια, υγεία και αλληλεγγύη

Το Πρόγραμμα act4Greece περιλαμβάνει την υποστήριξη δράσεων κοινωνικής πρόνοιας, δημόσιας υγείας και αλληλεγγύης, αναγνωρίζοντας πως οι δράσεις αυτές προωθούν την κοινωνική ευθύνη και συνοχή, αλλά και τη βιώσιμη αναπτυξιακή προοπτική της χώρας.¹⁰⁹

Κοινωνική οικονομία & επιχειρηματικότητα

¹⁰⁹ <https://www.act4greece.gr>

Η ενίσχυση των δράσεων κοινωνικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας, μέσω του Προγράμματος act4Greece, αποσκοπεί στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών επιχειρηματικότητας και συνεργασιών, στηριζόμενων στη συλλογική δράση. Το εύρος και η δυναμική της κοινωνικής οικονομίας είναι τεράστια, καθώς δίνει έμφαση στην επιδίωξη συλλογικού οφέλους, μέσα από δράσεις που εξυπηρετούν το κοινωνικό συμφέρον, ενώ ταυτόχρονα συμβάλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και την ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής και ανάπτυξης, τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό/περιφερειακό επίπεδο.¹¹⁰

Πολιτισμός & πολιτιστική επιχειρηματικότητα

Ο πολιτισμός αποτελεί ένα ανεκτίμητο κεφάλαιο για τη χώρα μας, που συνδέεται με αξίες, όπως η δημιουργικότητα, η πολυμορφία, η συνεργασία και η ομαδικότητα. Αποτελεί, επίσης, ιδιαίτερα για τη χώρα μας, ένα ανεκτίμητο αναπτυξιακό κεφάλαιο, που μπορεί να συμβάλει καθοριστικά σε ένα νέο βιώσιμο αναπτυξιακό πρότυπο. Το Πρόγραμμα act4Greece στοχεύει να υποστηρίξει δράσεις τόσο για την ανάδειξη της πολιτιστικής μας κληρονομιάς και παράδοσης, όσο και της σύγχρονης καλλιτεχνικής δημιουργίας.¹¹¹

Έρευνα, εκπαίδευση & κατάρτιση

Η υποστήριξη της έρευνας και της δια βίου εκπαίδευσης και κατάρτισης, αποτελούν θεμέλιο λίθο προόδου και ανάπτυξης για την κοινωνία μας. Το act4Greece υποστηρίζει ερευνητικά προγράμματα, αλλά και δράσεις δια βίου μάθησης, που ανοίγουν το δρόμο σε νέους ορίζοντες γνώσης, φέρνουν πιο κοντά τον κόσμο της πληροφορίας και της τεχνολογίας, προκαλούν το συνεχές ενδιαφέρον των εκπαιδευομένων, εξασφαλίζουν ποιότητα γνώσης, βοηθούν στην απόκτηση δεξιοτήτων και δημιουργούν ευκαιρίες για εργασία και περαιτέρω επαγγελματική, οικονομική, κοινωνική και προσωπική ανάπτυξη.¹¹²

Νεανική & καινοτόμος επιχειρηματικότητα

¹¹⁰ <https://www.act4greece.gr>

¹¹¹ <https://www.act4greece.gr>

¹¹² <https://www.act4greece.gr>

Η στήριξη της νεανικής, νεοφυούς επιχειρηματικότητας με εξωστρεφή προσανατολισμό αποτελεί κεντρική προτεραιότητα του Προγράμματος act4Greece, καθώς είναι ένα από τα κλειδιά για την επανεκκίνηση της ελληνικής οικονομίας, τη μείωση της ανεργίας και τον περιορισμό της φυγής των νέων στο εξωτερικό. Οι δράσεις που υποστηρίζονται, επικεντρώνονται στην ενθάρρυνση, ανάδειξη και προβολή καινοτόμων ιδεών και έργων, στην εκπαίδευση και καθοδήγηση ομάδων νέων επιχειρηματιών και στη δημιουργία υποδομών, δικτύωσης και χρηματοδότησης.¹¹³

Περιβάλλον & αειφορία

Κεντρική στόχευση του Προγράμματος act4Greece είναι η ενίσχυση της αειφόρου ανάπτυξης που σχεδιάζεται και υλοποιείται, λαμβάνοντας υπόψη την προστασία του περιβάλλοντος και τη βιωσιμότητα. Οι δράσεις βιώσιμης ανάπτυξης που υποστηρίζονται, προάγουν την ποιότητα ζωής, συμβάλλουν στον μετασχηματισμό των παραγωγικών δομών της ελληνικής οικονομίας και, παράλληλα, ενισχύουν τη δημιουργία κατάλληλων υποδομών.¹¹⁴

Αθλητικές δραστηριότητες

Ο αθλητισμός αποτελεί διαχρονική αξία «ζωής», αναγνωρισμένη από την αρχαιότητα για την συμβολή της στην ολοκληρωμένη ανάπτυξη του ανθρώπου. Ο σύγχρονος πολίτης προσβλέπει στα αναντικατάστατα οφέλη της αθλητικής δράσης, όπως η θετική επίδραση στην υγεία και την ψυχολογία, η βελτίωση του πνεύματος, η καλλιέργεια της κοινωνικότητας, η ανάπτυξη της ηθικής και των πανανθρώπινων αξιών. Στη χώρα που γέννησε το Ολυμπιακό Ιδεώδες, το Πρόγραμμα act4Greece στηρίζει δράσεις που συμβάλλουν στην ενίσχυση των αθλητικών δραστηριοτήτων, τη βελτίωση των αθλητικών υποδομών, με στόχο την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής στη χώρα μας.¹¹⁵

¹¹³ <https://www.act4greece.gr>

¹¹⁴ <https://www.act4greece.gr>

¹¹⁵ <https://www.act4greece.gr>

3.4. Δράσεις του προγράμματος

Το Πρόγραμμα act4Greece στηρίζει δράσεις που πληρούν συγκεκριμένα κριτήρια και οι οποίες επιλέγονται από την Επιτροπή Στρατηγικής μετά από αξιολόγηση. Στην παρούσα φάση, οι δράσεις που έχουν επιλεγεί κι αναρτηθεί στην πλατφόρμα εντάσσονται σε τρεις άξονες: Πρόνοια, υγεία και αλληλεγγύη, Πολιτισμός και πολιτιστική επιχειρηματικότητα και Έρευνα, εκπαίδευση και κατάρτιση.

Ο χρήστης της πλατφόρμας έχει τη δυνατότητα να δει τις δράσεις που βρίσκονται κάθε φορά σε ισχύ, να επιλέξει εκείνη ή εκείνες που τον ενδιαφέρουν και να ακολουθήσει στη συνέχεια τα βήματα προσφοράς, εύκολα, γρήγορα και με απόλυτη διαφάνεια. Επίσης, σε ειδική ενότητα της πλατφόρμας εμφανίζονται οι δράσεις που έχουν ήδη ολοκληρωθεί, με πληροφορίες για το ποσό που συγκεντρώθηκε και το χρόνο ολοκλήρωσης.

Το Πρόγραμμα act4Greece προσκαλεί, μέσω Δημόσιας Πρόσκλησης, ενδιαφερόμενους φορείς υλοποίησης να υποβάλουν αίτηση για την ένταξη νέων δράσεων στη πλατφόρμα. Σύμφωνα με τον Κανονισμό Λειτουργίας του act4Greece, η τελική επιλογή των δράσεων γίνεται κατόπιν εκτίμησης συγκεκριμένων κριτηρίων και με τη συνδρομή ομάδας ειδικών που προέρχονται από διαφορετικά επιστημονικά και επαγγελματικά πεδία.

Κάθε προσφορά μέσω του act4Greece αποτελεί δωρεά. Με βάση το αποδεικτικό κατάθεσης στο πρόγραμμα act4Greece, τα νομικά πρόσωπα, οι νομικές οντότητες και τα φυσικά πρόσωπα που αποκτούν εισόδημα από επιχειρηματική δραστηριότητα εκπίπτουν τις δωρεές αυτές από τα ακαθάριστα έσοδά τους, εφόσον τις εντάξουν στην υλοποίηση δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησής τους, υπό την προϋπόθεση της εγγραφής των δαπανών αυτών στα βιβλία τους την περίοδο που πραγματοποιούνται (αρ. 22 και 23 του ΚΦΕ & ΠΟΛ1113/2015). Για κατοίκους εξωτερικού, ισχύει η νομοθεσία της φορολογικής κατοικίας τους

Παρακάτω θα δούμε κάποιες από της πιο πετυχημένες δράσεις του προγράμματος. Στην προκειμένη περίοδο δεν υπάρχει κάποια δράση σε εξέλιξη.¹¹⁶

¹¹⁶ <https://www.act4greece.gr>

Social Plate: Διάσωση τροφίμων για τη σίτιση ασθενέστερων κοινωνικών ομάδων

Συσσίτια στη Βόρεια Ελλάδα



Μέχρι τώρα:

€ 30.950

Στόχος: € 30.000



07/07 - 16/11/2020

COMPLETED ON: 16/11/2020

Μέχρι τώρα:

€ 20.559

Στόχος: € 50.000



12/03 - 12/09/2019

COMPLETED ON: 12/09/2019

Αγορά ειδικού σχολικού λεωφορείου για μεταφορά ατόμων με εγκεφαλική παράλυση

Αλληλεγγύη για τους πληγέντες των πυρκαγιών στην Αττική



Μέχρι τώρα:

€ 79.000

Στόχος: € 79.000



20/03 - 21/09/2018

COMPLETED ON: 21/09/2018

Μέχρι τώρα:

€ 1.258.551,02

Στόχος: € 1.500.000

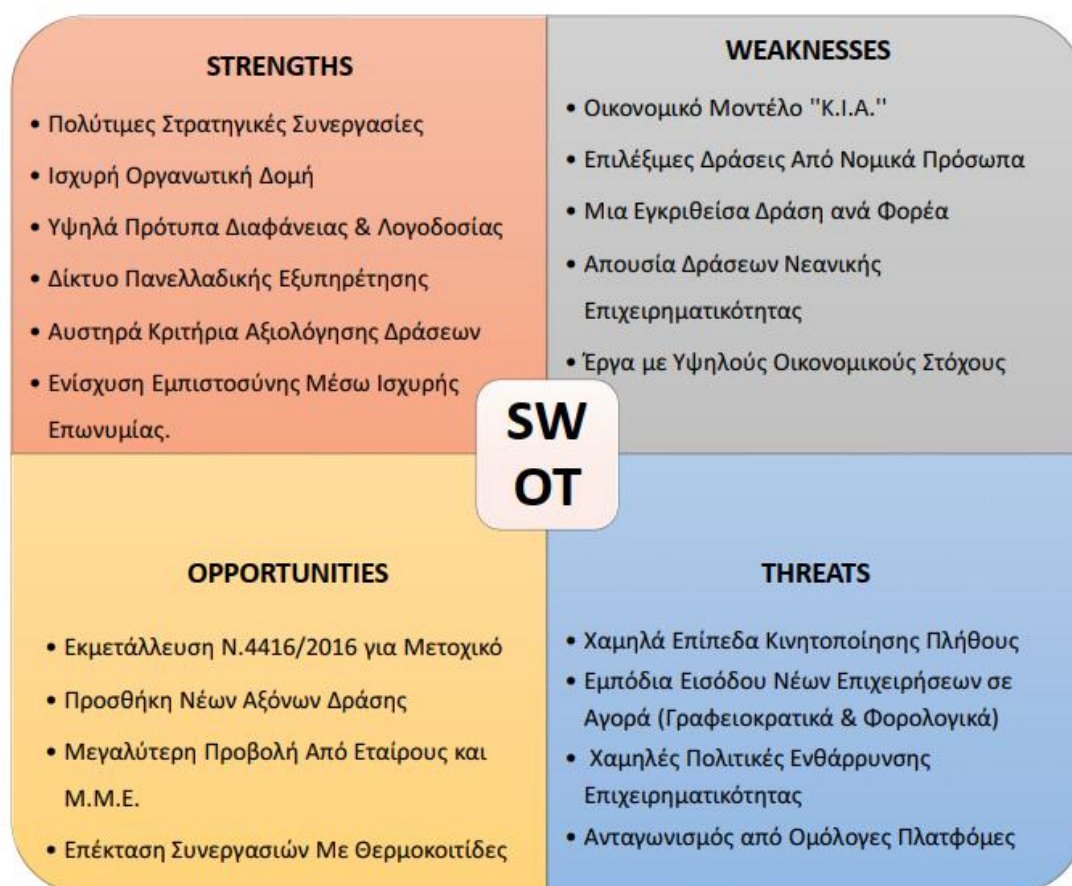


26/07 - 26/07/2019

COMPLETED ON: 26/07/2019

3.5. Ανάλυση S.W.O.T. και Συμπεράσματα

Μέσω της ανάλυσης S.W.O.T. θα επιχειρήσουμε να αποσαφηνίσουμε το στρατηγικό τοπίο στο οποίο λειτουργεί η Πλατφόρμα της Εθνικής Τράπεζας, τόσο μέσω της ανάλυσης των στοιχείων που πηγάζουν από τις εσωτερικές της λειτουργίες, όσο και αυτών που προέρχονται από το εξωτερικό της περιβάλλον. Η πιο κάτω εικόνα συνοψίζει τα περισσότερο κύρια σημεία.



Εικόνα 4 Ανάλυση S.W.O.T

Ενώ η Πλατφόρμα εμφανίζει αρκετά δυνατά σημεία τα οποία μπορούν να ενισχύσουν την ανταγωνιστική της θέση στην εναλλακτική αγορά χρηματοδότησης και που πηγάζουν κυρίως από την ισχυρή παρουσία της Εθνικής Τράπεζας στην χρηματοπιστωτική αγορά, υπάρχουν ταυτόχρονα και ορισμένα άλλα σημεία τα οποία κρίνονται ως ελλείψεις του Προγράμματος και που θα μπορούσαν να βλάψουν την πορεία του συγκεκριμένου

εγχειρήματος. Όπως είχαμε αναφέρει, το Πρόγραμμα ακολουθεί την φιλοσοφία του “Keep-It-All” μοντέλου.

Ενώ αυτό αρχικά φαίνεται να ευνοεί τους φορείς υλοποίησης των δράσεων με το να τους παρέχεται η δυνατότητα να κρατήσουν τους μέχρι στιγμής πόρους που έχουν συλλέξει, μπορεί επίσης να σηματοδοτεί την ανάληψη ενός μεγαλύτερου ρίσκου για την επένδυση σε τέτοια έργα από την πλευρά του πλήθους, το οποίο ρίσκο σχετίζεται με την πιθανότητα υπόχρηματοδότησης του υπό εξέταση έργου. Το πλήθος πολύ απλά μπορεί να φοβάται ότι ένα υπόχρηματοδοτούμενο έργο δεν θα ολοκληρωθεί με την ίδια επιτυχία που αυτό θα είχε, αν κατόρθωνε να συγκεντρώσει τον στόχο που αρχικά είχε θέσει. Επίσης η Πλατφόρμα φαίνεται να διατηρεί ορισμένα περιοριστικά μέτρα αναφορικά με τις επιλέξιμες δράσεις που φιλοξενεί, καθώς αυτή δέχεται εγχειρήματα τα οποία προέρχονται μόνο από νομικής φύσεως πρόσωπα που διαθέτουν θεσμικό υπόβαθρο για τις λειτουργίες τους, “αποκλείοντας” κατά αυτόν τον τρόπο την φιλοξενία εξατομικευμένων εγχειρημάτων που προέρχονται από φυσικά πρόσωπα και που μπορεί επίσης να εντάσσονταν στο κοινωνικό πλαίσιο της Πλατφόρμας.

Επίσης μέχρι στιγμής δεν πραγματοποιούνται συλλογικές προσπάθειες χρηματοδότησης νεανικών, καινοτόμων εγχειρημάτων, τα οποία έχουν ως γνώμονα τους την τεχνολογική και ψηφιακή πρόοδο. Προς αυτήν την αρνητική κατεύθυνση διαπιστώνουμε ότι κινούνται και ορισμένες εξωτερικές προς την Πλατφόρμα απειλές, όπως για παράδειγμα ο χαμηλός βαθμός της κοινωνικής επίγνωσης γύρω από ζητήματα εναλλακτικής χρηματοδότησης και όπως αντικατοπτρίζεται από τον χαμηλό βαθμό συμμετοχής στην ολοκλήρωση του κάθε έργου.

Αυτό, σε συνδυασμό με τα εμπόδια εισόδου που αντιμετωπίζουν οι νέες επιχειρήσεις και ως αποτέλεσμα της πολυπλοκότητας του γραφειοκρατικού συστήματος και των υψηλών φορολογικών επιβαρύνσεων που υφίστανται, επιβραδύνουν το Πρόγραμμα από το να εκμεταλλευτεί τις πλήρεις δυνατότητες που προσφέρει η συλλογική χρηματοδότηση. Ωστόσο, η θέσπιση του νέου θεσμικού πλαισίου που επιτρέπει την διεξαγωγή δραστηριοτήτων Μετοχικού Crowdfunding, η δυνατότητα σύναψης νέων συνεργασιών και η αξιοποίηση της δυναμικής που προσφέρουν οι

θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων σε θέματα “mentoring” των ιδίων και η εντονότερη προσπάθεια επικοινωνίας της δράσης της από όλους τους φορείς με τους οποίους συνεργάζεται, αποτελούν μόνο μερικούς από τους πολλούς τρόπους μέσω των οποίων θα μπορούσε η Πλατφόρμα να ενισχύσει και να προάγει το έργο της, στην μελλοντική εγκατάσταση του Crowdfunding ως κυρίαρχης και καινοτόμας μεθόδου εναλλακτικής χρηματοδότησης των επιχειρήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

4.1. Στατιστικά στοιχεία για το Crowdfunding τον κόσμο

Σύμφωνα με τα στατιστικά δεδομένα της Statista¹¹⁷, το μέγεθος της παγκόσμιας αγοράς crowdfunding συνεχίζει να αυξάνεται. Οι μεγαλύτερες αγορές είναι η Βόρεια Αμερική και η Ασία. Το ποσό των χρημάτων που συγκεντρώνονται ανά εκστρατεία crowdfunding σε όλο τον κόσμο αυξάνεται από χρόνο σε χρόνο. Η αύξηση της χρηματοδότησης από το πλήθος έχει οδηγήσει αρκετές χώρες να επιδιώξουν την ρύθμιση του πλαισίου δραστηριοποίησης της αγοράς crowdfunding για λόγους προστασίας των καταναλωτών. Για παράδειγμα, οι Ηνωμένες Πολιτείες εισήγαγαν νέους κανόνες για τη ρύθμιση της συμμετοχικής χρηματοδότησης, οι οποίοι τέθηκαν σε ισχύ στις 16 Μαΐου 2016.

Με συνολικό ποσό σχεδόν 50 δισεκατομμυρίων ευρώ που συγκεντρώθηκαν παγκοσμίως μεταξύ του 2010 και του 2017, το crowdfunding έχει προσελκύσει μια αυξανόμενη οικονομική, πολιτική και κανονιστική προσοχή σε διεθνές επίπεδο.¹¹⁸ Το crowdfunding αυξήθηκε στις ΗΠΑ από 1 δισεκατομμύριο δολάρια ΗΠΑ το 2011 σε 34 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το 2018.¹¹⁹¹²⁰ Στο Ηνωμένο Βασίλειο, οι συναλλαγές crowdfunding αυξήθηκαν από 0,31 δισεκατομμύρια λίρες το 2011 σε 4,58 δισεκατομμύρια λίρες το 2016.¹²¹ Ιδιαίτερα αυξητικές είναι και οι τάσεις στην Κίνα, ειδικά για το peer-to-peer (P2P) και το crowdfunding μέσω ανταμοιβής.

Ωστόσο, αν και υπάρχουν ορισμένες μεγάλες πλατφόρμες στην Κίνα, η χώρα παραμένει λιγότερο ανεπτυγμένη από ότι η Δύση.¹²² Το μερίδιο των αγορών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (εκτός του Ηνωμένου Βασιλείου) εξακολουθεί να είναι χαμηλό. Η έλλειψη σαφούς και συνεκτικού ρυθμιστικού

¹¹⁷ <https://www.statista.com/>

¹¹⁸ Chervyakov, D. and Rocholl, J. (2019) How to make crowdfunding work in Europe, Bruegel Policy Contribution, No.6/2019. Brussels: Bruegel.

¹¹⁹ Massolution (2015) Crowdfunding industry report, Crowdsourcing LLP

¹²⁰ Fundly (2018) Crowdfunding Statistics. <https://blog.fundly.com/crowdfunding-statistics/#general>.

¹²¹ Centre for Alternative Finance (CAF) (2017) Entrenching innovation: the 4th UK Alternative Finance Industry Report, Judge Business School, University of Cambridge.

¹²² Daxue Consulting (2017) Crowdfunding in China: overcoming differences in access to a unique market. <http://daxueconsulting.com/potential-of-crowdfunding-in-china>.

πλαisiού στην Ευρώπη αποτελεί σημαντικό εμπόδιο για την ανάπτυξη αυτών των αγορών.

Σύμφωνα με τις στατιστικές εκτιμήσεις, το crowdfunding έχει δημιουργήσει 270.000 θέσεις εργασίας σε όλο τον κόσμο και προσθέτει αξία 65 δισεκατομμύρια δολάρια στην παγκόσμια οικονομία.¹²³ Επί του παρόντος, ο όγκος της δραστηριότητας crowdfunding είναι παρόμοιος με τις επενδύσεις επιχειρηματικών κεφαλαίων¹²⁴ αλλά καθώς η βιομηχανία crowdfunding προβλέπεται να αυξηθεί σε περισσότερα από 300 δισεκατομμύρια δολάρια το 2025, είναι πιθανό να ξεπεράσει τον όγκο των επενδύσεων επιχειρηματικών κεφαλαίων.¹²⁵

Αναφορικά με τον όγκο των κεφαλαίων που συγκεντρώθηκαν μέσω crowdfunding σε όλο τον κόσμο το 2019, σχεδόν 5,5 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ δημιουργήθηκαν μέσω της ανταμοιβής και της δωρεάς crowdfunding παγκοσμίως. Οι πλατφόρμες της Βόρειας Αμερικής συγκέντρωσαν περίπου το ήμισυ του όγκου της παγκόσμιας crowdfunding το 2019, συνολικού ύψους 17,2 δισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ. Η Ασία σημείωσε καλύτερη επίδοση από την Ευρώπη, με 10,5 και 6,5 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ, αντίστοιχα. Οι άλλες περιφέρειες συγκέντρωσαν αμελητέα ποσά. Σε επίπεδο χωρών, οι κινεζικές πλατφόρμες crowdfunding συγκέντρωσαν 215,4 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το 2020, τα οποία αντιπροσώπευαν το 71 τοις εκατό των 304,53 δισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ που συγκεντρώθηκαν το έτος αυτό παγκοσμίως. Οι πλατφόρμες στις Ηνωμένες Πολιτείες άντλησαν 61,13 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ και οι πλατφόρμες του Ηνωμένου Βασιλείου 10,37 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ.¹²⁶

Οι 30 χώρες με το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στον κλάδο crowdfunding δίνονται στον εικόνα 5. Δεν λόγω εικόνα περιλαμβάνει ακόμη τον συνολικό όγκο χρηματοδότησης στον κόσμο από crowdfunding όπως

¹²³ Credit Angel (2015) The global impact of crowd funding explained.
<https://www.creditangel.co.uk/blog/kickstarting-your-kickstarter>.

¹²⁴ UNDP (2017) Crowdfunding, Financing Solutions for Sustainable Development series

¹²⁵ Meyskens, M. and L. Bird (2015) Crowdfunding and value creation, Entrepreneurship Research Journal,

¹²⁶ <https://www.statista.com/>

δείχνουν τα δεδομένα από τις 171 χώρες/επικράτειες που έλαβαν μέρος στη μελέτη που διενέργησε το Cambridge Centre for Alternative Finance.¹²⁷

Global Top 30 Crowdfunding Volume by Country			
Country	Rank	Volume (\$)	Market Share
China	1 (1)	215,396,387,848	70.73%
United States	2 (2)	61,134,356,480	20.07%
United Kingdom	3 (3)	10,367,889,408	3.40%
Netherlands	4 (10)	1,806,298,624	0.59%
Indonesia	5 (30)	1,451,228,928	0.48%
Germany	6 (8)	1,276,201,472	0.42%
Australia	7 (4)	1,166,546,048	0.38%
Japan	8 (9)	1,074,756,864	0.35%
France	9 (7)	933,132,928	0.31%
Canada	10 (6)	909,255,296	0.30%
South Korea	11 (5)	753,380,992	0.25%
Israel	12 (New)	725,827,200	0.24%
Brazil	13 (12)	672,192,768	0.22%
India	14 (13)	547,428,160	0.18%
Italy	15 (15)	532,583,424	0.17%
Singapore	16 (18)	499,653,248	0.16%
Spain	17 (20)	419,040,224	0.14%
Finland	18 (16)	379,191,529	0.12%
Poland	19 (23)	333,293,184	0.11%
Sweden	20 (17)	298,038,528	0.10%
Chile	21 (22)	289,255,456	0.09%
New Zealand	22 (14)	276,205,248	0.09%
Latvia	23 (26)	254,535,808	0.08%
Mexico	24 (21)	233,390,656	0.08%
Georgia	25 (19)	193,016,992	0.06%
Colombia	26 (New)	192,467,200	0.06%
Armenia	27 (New)	184,032,032	0.06%
Estonia	28 (28)	159,526,080	0.05%
Peru	29 (New)	158,461,440	0.05%
Denmark	30 (New)	144,745,360	0.05%
Total Market Volume (all countries)		304,531,530,000	

Εικόνα 5 Οι 30 χώρες με το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στον κλάδο crowdfunding διεθνώς
 Πηγή: P2Pmarketdata (2020)¹²⁸

4.2. Στατιστικά στοιχεία για το Crowdfunding στην Ελλάδα

Η δραστηριότητα Crowdfunding στην Ελλάδα είναι ασθενώς ανεπτυγμένο και περιλαμβάνει λίγα έργα ενώ οι πλατφόρμες που υπάρχουν

¹²⁷ P2Pmarketdata (2020) Crowdfunding Statistics Worldwide: Market Development, Country Volumes, and Industry Trends. <https://p2pmarketdata.com/crowdfunding-statistics-worldwide/>

¹²⁸ P2Pmarketdata (2020) Crowdfunding Statistics Worldwide: Market Development, Country Volumes, and Industry Trends. <https://p2pmarketdata.com/crowdfunding-statistics-worldwide/>

βασίζονται κυρίως σε δωρεές και ανταμοιβές με σύντομες ζωές λειτουργίας. Το Crowdfunding στην Ελλάδα αποτελείται από έναν μικρό αριθμό φορητών πλατφόρμων που βασίζονται κυρίως στις δωρεές και μόνο δύο από αυτές φιλοξενούν έργα μετοχικού κεφαλαίου Crowdfunding.¹²⁹ Για την περίοδο 2012-2014, ο συνολικός όγκος συναλλαγών κυμαινόταν μεταξύ 0,2 και 1 εκατ. Ευρώ και τα έργα που φιλοξενούνται στις ελληνικές πλατφόρμες είναι κυρίως κοινωνικού ή καλλιτεχνικού χαρακτήρα με μικρούς χρηματοδοτικούς στόχους. Έργα με τεχνολογικά ή επιχειρηματικά θέματα δεν συμβαίνουν συχνά, ή αν συμβούν, συνήθως δεν επιτυγχάνουν τη συγκέντρωση του επιθυμητού κεφαλαίου.¹³⁰ Το 2015 υπήρχαν 8 ενεργές πλατφόρμες στην Ελλάδα, απαρτιζόμενες κατά την πλειονότητα από βασισμένες σε ανταμοιβές και δωρεές, ενώ οι πλατφόρμες που βασίζονται σε μετοχικούς τίτλους, κερδίζουν συνεχώς έδαφος.¹³¹

¹²⁹ Ditsikas, D., Matschoss, K. J., Repo, J. P., & Tregner-Mlinaric, A. (2015). Crowdfunding in sustainable innovation: Insights from and for Greece. Public Participation in Developing a Common Framework for Assessment and Management of Sustainable Innovation, CASI.

¹³⁰ Ditsikas, D., Matschoss, K. J., Repo, J. P., & Tregner-Mlinaric, A. (2015). Crowdfunding in sustainable innovation: Insights from and for Greece. Public Participation in Developing a Common Framework for Assessment and Management of Sustainable Innovation, CASI.

¹³¹ Country Crowdfunding Factsheet - Greece (2018),

https://eurocrowd.org/wpcontent/blogs.dir/sites/85/2018/06/CF_FactSheet_Greece_June2018.pdf

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

5.1. Συμπεράσματα

Το crowdfunding θεωρείται ως ένα από τα πιο σημαντικά φαινόμενα που έχουν εμφανιστεί στη σύγχρονη εποχή. Η ύπαρξή του έχει επιτευχθεί με την εφεύρεση της τεχνολογίας και των ηλεκτρονικών μέσων που έχουν ενταχθεί στην καθημερινή ζωή, στοιχεία τα οποία αν δεν υπήρχαν δεν θα μπορούσαμε να μιλήσουμε για το crowdfunding.

Στην εποχή την οποία ζούμε, την εποχή των ραγδαίων εξελίξεων και αλλαγών σε όλους τους τομείς της καθημερινότητάς μας, της οικονομικής κρίσης και των προβλημάτων της πανδημίας, το crowdfunding έρχεται για να δώσει μια πνοή εξέλιξης, βελτίωσης και καλυτέρευσης των πραγμάτων. Οι εξελίξεις, δηλαδή λειτουργούν ως μοχλός ανάπτυξης του crowdfunding, κάτι το οποίο στην αρχή γνώριζαν λίγοι. Όμως στη συνέχεια και με την πάροδο του χρόνου όλο και περισσότερες ιστοσελίδες, τόσο οικονομικού και πολιτισμικού ενδιαφέροντος όσο και ειδησεογραφικού κάνουν αναφορά στο νέο αυτό φαινόμενο. Αποτέλεσμα άμεσο αυτού είναι η αύξηση του ενδιαφέροντος του ανθρώπινου δυναμικού και η ευρύτερη διάδοσή του σε μεγαλύτερο φάσμα ατόμων.

Στην εργασία αυτή ασχοληθήκαμε με τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί το crowdfunding, παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης, είδαμε τις διαφορές που έχουν με το crowdfunding, τις συγκρίναμε και αναφέραμε για ποιο λόγο τελικά όλο και περισσότεροι επιχειρηματίες, είτε ιδιώτες είτε ολόκληρες επιχειρήσεις, επιλέγουν να χρησιμοποιούν την νέα μορφή χρηματοδότησης, δηλαδή το crowdfunding. Πιο συγκεκριμένα, εξαιτίας της οικονομικής κρίσης που παρατηρείται, ειδικά τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, το crowdfunding προτιμάται σε μεγαλύτερο βαθμό και εύρος καθώς είναι πιο εύκολο από τις παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης για τη συγκέντρωση κεφαλαίων τα οποία απαιτούνται.

Επιπλέον, το crowdfunding είναι ευρύτερα διαδεδομένο, καθώς αποτελεί αντικείμενο χρήσης από επιχειρήσεις παντός τύπου και εύρους. Επεξηγηματικά, η μορφή αυτή δεν χρησιμοποιείται μόνο από μεγάλες ήδη

γνωστές επιχειρήσεις αλλά και από νεοσύστατες, οι οποίες το βλέπουν ως ένα μεγάλο εργαλείο βοήθειας και ίσως μία από τις ελάχιστες βιώσιμες επιλογές που διαθέτουν.

Μια σημαντική παράμετρος του crowdfunding είναι πως συντελεί στην ραγδαία αύξηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Συνειδητοποιούμε ότι γύρω μας όλο και περισσότερες ελληνικές ιστοσελίδες κάνουν την εμφάνισή τους και αναπτύσσονται με τον σκοπό αυτό. Αποτελεί, με λίγα λόγια, έναν νέο πνεύμονα οικονομίας καθώς στην αγορά χρήματα εναλλάσσονται και ανταλλάσσονται μεταξύ ανθρώπων και επιχειρήσεων με συνέπεια τη δημιουργία περαιτέρω επιχειρήσεων και την σημαντική αύξηση των θέσεων εργασίας.

Ασχοληθήκαμε, επίσης, και με τα οφέλη, τα θετικά δηλαδή στοιχεία τα οποία αποκομίζει η κάθε επιχείρηση και το κάθε άτομο ξεχωριστά μέσω της χρήσης του crowdfunding και τα οποία χρησιμοποιούν για την βελτίωση της επιχείρησής τους. Έτσι με την απεικόνιση και ανάλυση του τρόπου λειτουργίας του crowdfunding, δηλαδή το γεγονός πως όλες οι αποφάσεις και συναλλαγές γίνονται μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας, κατανοούμε πως έχουν τη δυνατότητα να συνεισφέρουν άτομα από όλα τα μέρη του κόσμου.

Με τον τρόπο αυτό δημιουργείται ένα αίσθημα πολυπολιτισμικότητας, ανταλλάσσονται περισσότερες ιδέες και απόψεις με ευρύτερη συνέπεια τη γενική βελτίωση του τρόπου της χρηματοδότησης.

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί πως το crowdfunding καθώς αποτελεί ένα νέο φαινόμενο, μία νέα πλατφόρμα στον επιχειρηματικό κόσμο νομικά άργησε να καθιερωθεί και στο εξωτερικό αλλά και στην Ελλάδα. Για να γίνουμε πιο συγκεκριμένοι, στην Ελλάδα ψηφίστηκε μόλις το 2016, ενώ στις ΗΠΑ, μέρος το οποίο ρυθμίζει και την υπόλοιπη αγορά, το 2012.

Εν κατακλείδι, αναλύοντας εις βάθος το crowdfunding θα ήταν αρκετά χρήσιμο να αποτυπώσουμε κάποιες προτάσεις για να βελτιώσουμε τον τρόπο με τον οποίο η κοινωνία αντιλαμβάνεται και μεταχειρίζεται το crowdfunding. Πρώτα από όλα, θα ήταν ωφέλιμο να ψηφιστούν νόμοι οι οποίοι θα προστατεύουν τους επενδυτές από απάτες που μπορεί να υπάρχουν, με αποτέλεσμα να προωθούν την διαφάνεια. Επιπλέον θα βοηθούσε η ευρύτερη

διάδοση του crowdfunding, να γίνει δηλαδή πιο γνωστό ώστε να απλοποιηθεί όσο περισσότερο γίνεται στην συνείδηση του κόσμου και να μη φοβάται αυτή την καινούρια μορφή της χρηματοδότησης ούτε να τη βλέπει ως κάτι το οποίο θα έχει αρνητικές συνέπειες για τους ίδιους. Αυτό θα διευκολυνθεί τόσο με την συμμετοχή κάποιων κοινωνικών φορέων, όπως η εκμάθηση και διάδοση του στα σχολεία, στα πανεπιστήμια, στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, όσο και με τη βοήθεια τραπεζών, οι οποίες μπορούν να προτείνουν το crowdfunding ως έναν καλό τρόπο χρηματοδότησης.

Τέλος, είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθεί για να χρηματοδοτηθούν σημαντικά κοινοτικά έργα. Έργα, δηλαδή που θα είναι σε θέση το κάθε ένα ξεχωριστά να ωφελήσει και να αυξήσει την ποιότητα και την αισθητική στις γειτονιές και με αυτόν τον τρόπο να βελτιώσει την γενική εικόνα των πόλεων, όπως για παράδειγμα την δημιουργία παιδικών χαρών, ή στις μεγάλες πόλεις παρκινγκ υπόγεια ή στην επιφάνεια που θα είναι δημόσια χωρίς κάποιο κόστος για να μην βλέπουμε παντού τόσα πολλά αυτοκίνητα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ahlers, G. K., Cumming, D., Günther, C. & Schweizer, D., 2015. Signaling in Equity Crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 955-980.

Allison, Thomas H.; Short, Jeremy C., 2015. CROWDFUNDING IN A PROSOCIAL MICROLENDING ENVIRONMENT: EXAMINING THE ROLE OF INTRINSIC VERSUS EXTRINSIC CUES. *Entrepreneurship Theory and Practice*.

Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2014). Some simple economics of crowdfunding. *Innovation Policy and the Economy*, 14(1), 63-97.

Baeck, P. and Collins, L.(2013), "Working the crowd: A short guide to crowdfunding and how it can work for you", Nesta, London.

Baeck & Collins, 2013. media.nesta.org.uk.

https://media.nesta.org.uk/documents/working_the_crowd.pdf

Brabham, C., Daren, "Crowdsourcing As A Model For Problem Solving: An Introduction And Cases. Convergence.", *The International Journal Of Research Into New Media Technologies*, June 7, 2008, Vol. 14, No. 1, p.p. 75-90.

Bradford, 2012. Crowdfunding and the Federal Securities Laws. *Columbia Business Law Review*, March, 1, pp. 1-150.

Bradford, S. C., 2017. Online Arbitration as a Remedy for Crowdfunding Fraud. *Review, Florida State University Law*, pp. 1165-1210

Belleflamme, Paul; Lambert, Thomas & Schwienbacher, Armin, "Crowdfunding: An Industrial Organization Perspective: In Prepared For The Workshop Digital Business Models: Understanding Strategies. ", June 25 - 26, 2010, p.p. 1-30

Belleflamme, Paul; Omrani, Nessrine; Peitz, Martin, 2015. The Economics of Crowdfunding Platforms. Core discussion paper, Center for Operations Research and Econometrics.

Belleflamme, Paul; Lambert, Thomas & Schwienbacher, Armin, "Crowdfunding: Tapping The Right Crowd.", September, 2014, Vol. 25, No. 5, p.p. 585-609.

Belleflamme, Paul; Lambert, Thomas & Schwienbacher, Armin, 2013, "Individual Crowdfunding Practices.", Vol. 14, No. 4, p.p. 313-333.

Burkett, Edan, 2011, "A Crowdfunding Exemption? Online Investment Crowdfunding And U.S. Securities Regulation.", Transactions: The Tennessee Journal Of Business Law, S.L.:S.N., Vol. 13, p.p. 63–106.

Busenitz, W. Lowell; West, G. Page; Shepherd, Dean; Nelson, Teresa; Chandler N. Gaylen & Zacharakis, Andrew, 2003, "Entrepreneurship Research In Emergence: Past Trends And Future Directions.", Journal of Management, Vol. 29, No. 3, p.p. 285-308.

Calic, G. and Mosakowski, E. (2016), Kicking Off Social Entrepreneurship: How A Sustainability Orientation Influences Crowdfunding Success. Jour. of Manage. Stud., 53

Centre for Alternative Finance (CAF) (2017) Entrenching innovation: the 4th UK Alternative Finance Industry Report, Judge Business School, University of Cambridge.

Credit Angel (2015) The global impact of crowd funding explained. <https://www.creditangel.co.uk/blog/kickstarting-your-kickstarter>.

Chervyakov, D. and Rocholl, J. (2019) How to make crowdfunding work in Europe, Bruegel Policy Contribution, No.6/2019. Brussels: Bruegel.

Cumming, Douglas & Vismara, Silvio, "De-segmenting Research In Entrepreneurial Finance.", Venture Capital, January, 2017, Vol. 19, No. 1-2, p.p. 17-27.

Dushnitsky, Gary & Guerini, Massimiliano & Piva, Evila & Rossi-Lamastra, Cristina. (2016). Crowdfunding in Europe: Determinants of Platform Creation across Countries. California Management Review

Daskalakis, N. & Yue, W., 2018. User's Perceptions of Motivations and Risks in Crowdfunding with Financial Returns. International Review of Entrepreneurship.

Ditsikas, D., Matschoss, K. J., Repo, J. P., & Tregner-Mlinaric, A. (2015). Crowdfunding in sustainable innovation: Insights from and for Greece. Public Participation in Developing a Common Framework for Assessment and Management of Sustainable Innovation, CASI.

De Buysere, Kristof; Oliver Gajda; Ronald Kleverlaan; Dan Marom, & Matthias Klaes. "A Framework for European Crowdfunding.", European Crowdfunding Network (ECN), 2012

www.europecrowdfunding.org/european_crowdfunding_framework

Daxue Consulting (2017) Crowdfunding in China: overcoming differences in access to a unique market. <http://daxueconsulting.com/potential-ofcrowdfunding-in-china>.

Frydrych, D., Dr Bock, A. . J. & Dr.Kinder, T., 2014. Exploring Entrepreneurial Legitimacy in Reward-Based Crowdfunding. Edinburgh Research Explorer.

Freedman & Nutting, 2015. The Growth of Equity Crowdfunding. The Value Examiner, July/August, pp. 1-10. Freedman, D. & Nutting, M., 2014. A Brief History of Crowdfunding. НПА: Business.

Fundly (2018) Crowdfunding Statistics. <https://blog.fundly.com/crowdfunding-statistics/#general>.

Gerber E., Hui J. (2013), Crowdfunding: motivations and deterrents for participation. ACM Transactions on Computing-Human Interaction, (Elizabeth M. Gerber and Julie Hui. 2013. Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. ACM Trans. Comput.-Hum. Interact. 20, 6, Article 34 (December 2013), 32 pages. DOI: <http://dx.doi.org/10.1145/2530540>)

Gerber, E. & Hui, J., 2013. Crowdfunding: Motivations and Deterrents for Participation. ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI),

Hollis, Aidan & Sweetman, Arthur, 2001, "The Life-Cycle Of A Microfinance Institution: The Irish Loan Funds.", Journal Of Economic Behavior & Organization, Vol. 46, No. 3, p.p. 291-311.

Howe, Jeff, "The Rise Of Crowdsourcing.", Wired Magazine, 2006, Vol. 14, No. 6, p.p. 176-183, <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>.

Hornuf L. and Schwienbacher A. (2017). Should Securities Regulation Promote Equity Crowdfunding? Small Business Economics

Jonathan, Swift, (Fundable, 2016)

<https://www.fundable.com/learn/resources/guides/crowdfunding/crowdfunding-history>

Jensen & Meckling, 1976. Theory of the Firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. Journal of Financial Economics, pp. 305-360.

Kendall, Paul, 2014, "Kickstarter: Can Crowdfunding Save Culture?", The Daily Telegraph, www.telegraph.co.uk/culture/film/10817134/Kickstarter-cancrowdfunding-save-culture.html

Kirsch, David; Goldfarb, D. Brent & Gera, Azi, 2009, "Form Or Substance: The Role Of Business Plans In Venture Capital Decision Making.", Robert H. Smith School Research Paper, Strategic Management Journal, Volume 30, No. 5, p.p. 6-108.

Larralde & Schwienbacher, Armin, 2012, "Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures.", The Oxford Handbook of Entrepreneurial Finance, New York: Oxford University Press, edited by D. Cumming. Vol. 369-391.

Macht, Stephanie & Weatherston, Jamie, "The Benefits of Online Crowdfunding for Fund-Seeking Business Ventures.", Article in Strategic Change, February, 2015, Vol. 23, No. 1-2

Meyskens, M. and L. Bird (2015) Crowdfunding and value creation, Entrepreneurship Research Journal

Massolution (2015) Crowdfunding industry report, Crowdsourcing LLP

Mollick, Ethan. (2014) The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. Journal of Business Venturing.

Nguyen, S. (2020) The 7 Best Crowdfunding Sites of 2021. <https://www.thebalancesmb.com/best-crowdfunding-sites-4580494>

Ordanini, Andrea; Miceli, Lucia; Pizzetti, Marta & Parasuraman, A. Parsu, "Crowd-funding: Transforming customers into investors through innovative service platforms.", Journal of Service Management, 2011, Vol. 22, No. 4, p.p. 43-470.

Oxera, 2015. Crowdfunding from an investor perspective, s.l.: s.n

Ordanini, Andrea, "Crowd Funding: Customers as Investors", Wall Street Journal - Eastern Edition, March, 23, 2009, Vol. 253, No. 67.

Powers, TV.(2012) 'SEC regulation of crowdfunding intermediaries under Tittle III of the JOBS Act.', Banking & Financial Services Policy Report,10(31), p.1.

Parrick, R. & Chapman, B., 2020. Working the crowd for forensic research: A revies of contributor motvation and recruitment strategies used in crowdsourcing and crowdfunding for scientific research. Forensic Science International:Synergy 2, May, pp. 173-182.

Pazowski, P. & Crudec, W., 2014. Economic porspects and conditions of crowdfunding. Management Knowledge and Learning International Conference, pp. 1079-1088.

Röthler & Wenzlaff, 2011. Crowdfunding schemes in Europe. <https://www.interarts.net/descargas/interarts2559.pdf>

Rahman, H., 2015, "Crowdfunding For The Socially Good Mission By Perry Chen, Eyes.", www.eyerys.com/articles/people/crowdfunding-socially-good-mission-perry-chen

Schwiebacher, A. and Larralde, B. (2010) 'Crowdfunding of small entrepreneurial ventures.', HANDBOOK OF ENTREPRENEURIAL FINANCE, Oxford University Press, Forthcoming.

Schmit, N. & Pavlova, L., 2020. Crowdfunding and ESF opportunities: future perspectives for managing authorities, s.l.: European Commission and European Investment Bank

Strohmaier, D., Zeng, J. & Hafeez, M., 2019. Trust, distrust and crowdfunding: A study on perceptions of institutional mechanisms. Telematics and Informatics 43, March, pp. 1-21.

The World Bank, 2013. Crowdfunding's Potential for the Developing World, Washington DC: The World Bank

UNDP (2017) Crowdfunding, Financing Solutions for Sustainable Development series

Ziegler, T. & Shneur, S., 2020. Lending Crowdfunding: Principles. Στο: Advances in Crowdfunding; Research and Practice. s.l.:s.n.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<https://en.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding#History>

<https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/10102/2018/EN/SWD-2018-56-F1-EN-MAIN-PART-1.PDF>

https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/what-is-explained_en

<https://www.chicagocovid19responsefund.org/donors.html>

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

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

<https://www.jumpstartgreece.com/el/>

<https://eba.europa.eu/>

<https://eba.europa.eu/sites/default/documents/files/documents/10180/983359/f6106173-dc94-4d22-ade8-d40fce724580/EBA-Op-2015-03%20%28EBA%20Opinion%20on%20lending%20based%20Crowdfunding%29.pdf?retry=1>

<https://crowdfunding-platforms.com/how-to-invest-in-crowdlending-p2p-lending>

ESMA Investment based crowdfunding page 6,
https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/2015/11/20141378_opinion_on_investmentbased_crowdfunding.pdf

European Commission SWD(2018) 56 final
<https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/10102/2018/EN/SWD-2018-56-F1-EN-MAIN-PART-1.PDF>

<https://www.investopedia.com/terms/a/agencytheory.asp>

Πρόκειται για την ανάλυση του εσωτερικού (Δυνάμεις – Strengths & Αδυναμίες – Weaknesses) και του εξωτερικού (Απειλές – Threats & Ευκαιρίες – Opportunities) περιβάλλοντος μιας επιχείρησης, που αποτελεί μέρος του στρατηγικού σχεδιασμού της.

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%B7_SWOT

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

«ΟΔΗΓΙΕΣ ΠΡΟΣ ΥΠΟΨΗΦΙΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΔΡΑΣΕΩΝ»
https://www.act4greece.gr/wpcontent/uploads/2018/05/ODIGIES-PROS-FOREISYLOPOIHSHS_EL.pdf

Ίδρυμα Ωνάση, <http://www.onassis.org/>.

Κοινωνικός Ίδρυμα Ιωάννη Σ. Λάτση, <http://www.latsis-foundation.org/>

Ίδρυμα Μποδοσάκη, <https://www.bodossaki.gr/>

Ελληνική Εθνική Επιτροπή για την UNESCO, http://www.unesco-hellas.gr/gr/2_0.htm

Ελληνικό Δίκτυο C.S.R., <http://csrhellas.eu/>

<https://www.act4greece.gr/news-announcements/i-aegean-ypostiriktis-touprogrammatosact4greece/>

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

P2Pmarketdata (2020) Crowdfunding Statistics Worldwide: Market Development, Country Volumes, and Industry Trends. <https://p2pmarketdata.com/crowdfunding-statistics-worldwide/>

Country Crowdfunding Factsheet - Greece (2018), https://eurocrowd.org/wpcontent/blogs.dir/sites/85/2018/06/CF_FactSheet_Greece_June2018.pdf