



UNIVERSITY OF THE
AEGEAN

SCHOOL OF ENGINEERING
DEPARTMENT OF INFORMATION
AND COMMUNICATION SYSTEMS ENGINEERING

UNIVERSITY OF THE
AEGEAN
SCHOOL OF
ENGINEERING

DEPARTMENT OF
INFORMATION &
COMMUNICATION
SYSTEMS
ENGINEERING

UNDERGRADUATE
PROGRAM

INFORMATION
SYSTEMS LABORATORY

DIGITAL GOVERNANCE
RESEARCH CENTRE

Evaluator for Business Ideas

[Aggelos Sarantidis]
[icsd 12166]

[Nikolas Karniavouras]
[icsd 13073]

Supervisor: Professor Charalabidis Yiannis

February 2024

Diploma Thesis

Submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of the bachelor's
degree in the Department of Information & Communication Systems Engineering,
University of the Aegean

Examination Committee:

Committee chair:
YIANNIS CHARALABIDIS

Professor

Department of Information & Communication
Systems Engineering

Committee Members:

EURIPIDIS LOUKIS

Professor

Department of Information & Communication
Systems Engineering

CHARALAMPOS ALEXOPOULOS

Assistant Professor

Department of Information & Communication
Systems Engineering

© 2024

Aggelos Sarantidis, Nikolaos Karniavouras
University of the Aegean

Πρόλογος

Η εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής διατριβής πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της ολοκλήρωσης της παρακολούθησης του προπτυχιακού προγράμματος σπουδών της σχολής «Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων» με τίτλο «Εργαλείο Αυτο-αξιολόγησης Νέων Επιχειρηματικών Ιδεών». Οφείλουμε να ευχαριστήσουμε τον κ. Χαραλαμπίδη Ιωάννη, Καθηγητή της Σχολής Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων, που μας έκανε τη τιμή να συνεργαστούμε αναθέτοντάς μας το συγκεκριμένο θέμα διατριβής καθώς και τον κ. Δαβαλά Αθανάσιο που στήριξε την προσπάθεια μας ώστε να έρθει εις πέρας αυτή η εργασία. Οι συμβουλές και η καθοδήγηση που μας παρείχαν αποτελούν πολύτιμα αγαθά που θα πλαισιώσουν την προσωπικότητα και την ανερχόμενη καριέρα μας ως Μηχανικούς. Φυσικά, οφείλουμε το μεγαλύτερο ευχαριστώ στους γονείς μας, για τον Άγγελο (Ελένη και Αντώνη) και για τον Νίκο (Φωτεινή και Παράσχο) καθώς και τα αδέρφια μας, (Γιώργο) και (Βασίλη) αντίστοιχα, που βρίσκονται δίπλα μας, μας στηρίζουν αδιάκοπα και μας ενθαρρύνουν να ακολουθήσουμε τα όνειρά μας.

Περίληψη

Στην παρούσα διπλωματική διατριβή που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της ολοκλήρωσης της παρακολούθησης του προπτυχιακού προγράμματος σπουδών της σχολής «Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων» με τίτλο «Εργαλείο Αυτοαξιολόγησης Νέων Επιχειρηματικών Ιδεών» παρουσιάζουμε ένα εργαλείο αξιολόγησης νεοφυών επιχειρήσεων και καινοτόμων ιδεών. Το εργαλείο παρουσιάζεται σε μορφή ερωτηματολογίου και αποτελείται από 38 ερωτήσεις. Κάθε ερώτηση έχει τρεις δυνατές απαντήσεις και κάθε απάντηση δίνει βαθμολογία 1,2 ή 3. Το ερωτηματολόγιο είναι αποτελείται από τρία βασικά τμήματα τα οποία αξιολογούν αντίστοιχα την ποιότητα της ιδέας, το πρόοδο ως προς την υλοποίησή της και την ποιότητα της παρουσίασής της. Γίνεται αναλυτική παρουσίαση των ερωτήσεων και εφαρμογή τους σε δύο παραδείγματα. Ταυτόχρονα, τεκμηριώνεται πλήρως η δυνατότητα του εργαλείου να χρησιμοποιηθεί τόσο από επίδοξους επιχειρηματίες όσο και από επενδυτές που θέλουν να αξιολογήσουν μια επιχειρηματική πρόταση.

Λέξεις κλειδιά: αξιολόγηση, νεοφυής επιχείρηση, ερωτηματολόγιο, καινοτομία, ποιότητα ιδέας

Abstract

In this thesis carried out as part of the completion of the undergraduate study program of the "Information and Communication Systems Engineering" school entitled "Evaluator for Business Ideas" we present a tool for evaluating start-ups and innovative ideas. The tool is presented in the form of a questionnaire and consists of 38 questions. Each question has three possible answers and each answer gives a score of 1, 2 or 3. The questionnaire is composed of three main sections which evaluate respectively the quality of the idea, the progress towards its implementation and the quality of its presentation. The questions are presented in detail and applied in two cases. At the same time, it is fully documented that the tool can be used by both aspiring entrepreneurs and investors who want to evaluate a business proposal.

Keywords: evaluation, startup, questionnaire, innovation, quality of the idea

Περιεχόμενα

1	Εισαγωγή	7
1.1	Το πλαίσιο	7
1.2	Σκοπός και Ζητούμενα	8
1.3	Δομή της εργασίας	9
2	Αξιολόγηση νεοφυών επιχειρήσεων	10
2.1	Εύρεση Κεφαλαίων	11
2.1.1	Χρηματοπιστωτικά ιδρύματα-Τραπεζικός δανεισμός	11
2.1.2	Κεφαλαία Επιχειρηματικού Κινδύνου (Venture Capital)	12
2.1.3	Επιχειρηματικοί Άγγελοι	14
2.1.4	Accelerators	15
2.2	Υπάρχοντα αυτοματοποιημένα συστήματα Αξιολόγησης Επιχειρήσεων .	17
2.2.1	ValidatorAI	17
2.2.2	Checkmyidea-ai	20
2.2.3	Ideabuddy	23
2.2.4	ValueProp.Dev	27
2.2.5	Idea Generator	28
2.3	Συμπεράσματα	29

3	Το προτεινόμενο πλαίσιο αξιολόγησης	31
3.1	Εισαγωγικά στοιχεία	31
3.2	Οι 38 ερωτήσεις	34
3.2.1	Quality of the Idea	34
3.2.1.1	Scalability	34
3.2.1.2	IP creation	36
3.2.1.3	Product / Service Innovation	36
3.2.1.4	Business Model Innovation	37
3.2.1.5	Technology Innovation	38
3.2.1.6	Time market	38
3.2.1.7	copy/idea	39
3.2.1.8	legal/issues	39
3.2.1.9	country/target/sale	40
3.2.1.10	country/target/production	41
3.2.1.11	product/automation	41
3.2.1.12	additional mannual labor	42
3.2.1.13	Sustainability	42
3.2.1.14	Digitalisation	45
3.2.2	Stage progress	47
3.2.3	QUALITY OF PRESENTATION	52
3.3	Συμπεράσματα και Σύνοψη	57
3.3.1	Ερωτήσεις	57
3.3.2	Απαντήσεις	59
3.3.2.1	Βάρη	59
3.3.3	Πίνακας ερωτήσεων	61

4	Εφαρμογή	70
4.1	Παράδειγμα 1	70
4.1.1	Ποιότητα της ιδέας	71
4.1.2	Προοπτικές Βελτίωσης	74
4.1.3	Πρόοδος και παρουσίαση της ιδέας	75
4.1.4	Συμπεράσματα	81
4.2	Παράδειγμα 2	82
4.2.1	Ποιότητα της Ιδέας	82
4.2.2	Προοπτικές Βελτίωσης	85
4.2.3	Πρόοδος και παρουσίαση της ιδέας	86
4.2.4	Συμπεράσματα	91
4.3	Συμπεράσματα	91
4.4	Συγκριτικός πίνακας	92
5	Το Εργαλείο Αξιολόγησης	94
5.1	Παρουσίαση	95
5.2	Παράδειγμα 1	99
5.3	Παράδειγμα 2	104
6	Συμπεράσματα και Προοπτικές	109
6.1	Προοπτικές χρήσης από επιχειρηματίες	109
6.2	Προοπτικές χρήσης από επενδυτές	110
7	Αναφορές	116

Εισαγωγή

1.1 Το πλαίσιο

«Ο κύριος ρόλος της ανάλυσης και αξιολόγησης δεδομένων είναι η προώθηση της σωστής λήψης αποφάσεων» (Keeney & Raiffa, 1993, p. 65).

Αναγκάζοντας τον λήπτη αποφάσεων ή την ομάδα των υπευθύνων λήψης αποφάσεων να σκεφτούν εντατικά την κατάσταση και εξαναγκάζοντας τους συμμετέχοντες να σκεφτούν το πρόβλημα από διαφορετικές οπτικές γωνίες, η δομημένη ανάλυση της απόφασης οδηγεί σε καλύτερη κατανόηση του προβλήματος και, ως εκ τούτου, σε καλύτερη και πιο ενημερωμένη επιλογή (French, 1986, Keeney & Raiffa, 1993). Η σημασία της δομημένης λήψης αποφάσεων αυξάνεται από την πολυπλοκότητα της απόφασης που θα ληφθεί

Ένας τρόπος για να λάβει κανείς μια απόφαση είναι να συγκεντρώσει και κατόπιν να αναλύσει μεγάλο όγκο πληροφοριών. Για να ληφθεί μια απόφαση, οι επιλογές αξιολογούνται και συγκρίνονται με βάση διάφορες πτυχές, τα λεγόμενα **κριτήρια**. Η ταυτόχρονη αξιολόγηση πολλαπλών κριτηρίων επιτυγχάνει μέγιστα αποτελέσματα. Ένα μοντέλο αξιολόγησης οδηγεί τον λήπτη αποφάσεων μέσα από μια διαδικασία λεπτομερούς έρευνας από πολλαπλές οπτικές γωνίες σε μια βαθύτερη και πιο ουσιαστική κατανόηση των δεδομένων.

Η απόφαση του να δημιουργήσει κάποιος μια startup ή και να επενδύσει σε αυτή, είναι ένα περίπλοκο έργο που περιλαμβάνει πολλές πτυχές. Κομμάτια του είναι, οι νέες τεχνολογίες που μπορεί να μην είναι καλά κατανοητές, οι οργανωτικές ικανότητες που μπορεί να μην είναι πλήρης και ο χάρτης της αγοράς που είναι συνεχώς εξελισσόμενος. Επιπλέον, ο μακρύς ορίζοντας προγραμματισμού, το μεγάλο χρηματικό ποσό και ο μεγάλος όγκος πληροφοριών που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη αυξάνει αυτή την πολυπλοκότητα. Οι Belton & Stewart (2002) υποστηρίζουν ότι η πολυπλοκότητα της κατάστασης θα πρέπει να παρακινεί για απλότητα στο μοντέλο.

1.2 Σκοπός και Ζητούμενα

Ένα απλό μοντέλο αξιολόγησης μπορεί να είναι υποστηρικτικό σε περίπλοκες καταστάσεις, όντας ένα εργαλείο εύχρηστο για τη δημιουργία περαιτέρω γνώσεων και κατανόησης. Οι Verheyden and Moor (2015) αναφέρουν ότι *«Η απλή προσέγγιση είναι να βαθμολογηθεί κάθε εναλλακτική σε κάθε μεμονωμένο κριτήριο και στη συνέχεια να υπολογιστεί το σταθμισμένο άθροισμα (...) με βάση τη σχετική σημασία κάθε κριτηρίου»*.

Οι (Leach & Melicher, 2011) Miloud et al. (2012) διαπιστώνουν στην έρευνά τους ότι η αξιολόγηση των startups από παρατηρήσιμες στρατηγικές μεταβλητές καθιστούν την αξιολόγηση λιγότερο εξαρτημένη από «αναξιόπιστους οικονομικούς υπολογισμούς», προσέγγιση ιδιαίτερα χρήσιμη για εγχειρήματα πρώιμου σταδίου. Η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στον εντοπισμό startups υψηλής ποιότητας. Για τον σκοπό αυτό έχουν χρησιμοποιηθεί πολλαπλά κριτήρια και έχει καταρτιστεί ένα εργαλείο που περιλαμβάνει 38 ερωτήσεις. Θεωρούμε ότι το εργαλείο έχει δημιουργηθεί με μεγάλη πληρότητα και καλύπτει όλες τις προαναφερθείσες ανάγκες. Θα γίνει λεπτομερής ανάλυση του εργαλείου στο τρίτο κεφάλαιο.

1.3 Δομή της εργασίας

Ο τρόπος που έχει δομηθεί η εργασία είναι ο εξής: Στο κεφάλαιο «Αξιολόγηση νεοφυών επιχειρήσεων» γίνεται μια σύντομη αναφορά στους τύπους επενδυτών και στις έννοιες που θα χρειαστούμε στη συνέχεια. Κατόπιν γίνεται παρουσίαση 5 υπαρχόντων αυτοματοποιημένων συστημάτων αξιολόγησης.

Συνεχίζοντας στο κεφάλαιο «Το προτεινόμενο πλαίσιο αξιολόγησης» παρουσιάζουμε το δικό μας πρωτότυπο εργαλείο και αναλύουμε κάθε μια από τις 38 ερωτήσεις του. Ακολουθεί συνοπτικός πίνακας των ερωτήσεων.

Στο κεφάλαιο «Εφαρμογή» δίνονται δύο παραδείγματα και εφαρμογή του εργαλείου πάνω σε αυτό.

Τέλος, στο κεφάλαιο «Συμπεράσματα και Προοπτικές» δίνεται με πληρότητα η γενική εικόνα του εργαλείου και τεκμηριώνεται το πως αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί όχι μόνο από επίδοξους επιχειρηματίες αλλά και από επενδυτές.

Αξιολόγηση νεοφυών επιχειρήσεων

Η αξιολόγηση των startups είναι κρίσιμη και σημαίνουσα σημασία για τους επενδυτές, τους πιθανούς δανειοδότες, τους επιχειρηματίες και φυσικά για το εμπλεκόμενο ανθρώπινο δυναμικό τους. Βοηθά στην κατανόηση της δυναμικής και της βιωσιμότητας τους, καθιστώντας ασφαλέστερη και πιο επιτυχή την επένδυση χρόνου, πόρων και κεφαλαίου από όλα τα εμπλεκόμενα μέλη.

Η κατανόηση του μοντέλου της επιχείρησης, της αγοράς και της στρατηγικής ανάπτυξης είναι ουσιώδης για την εκτίμηση της δυνατότητας μακροπρόθεσμης απόδοσης. Η αξιολόγηση των startups επιτρέπει στους επενδυτές να αναγνωρίσουν αυτούς τους κινδύνους και να λάβουν αποφάσεις για το εάν θα επενδύσουν ή όχι και στους επιχειρηματίες να οργανώσουν καλύτερα την επιχείρησή τους.

Επιπλέον, η αξιολόγηση είναι μια ευκαιρία για την εντοπισμό συνεργασιών ή εταιρικών ευκαιριών με στρατηγικούς επενδυτές ή εταίρους του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιείται μια νεοφυής επιχείρηση. Οι startups αποτελούν επιχειρήσεις υψηλότερου ρίσκου από τις καθιερωμένες επιχειρήσεις και η υλοποίησή τους εξαρτάται απόλυτα από την εύρεση κεφαλαίων, όχι απαραίτητα συμβατικών. Έτσι, η αξιολόγηση καθίσταται αναγκαία: είναι ένας αξιόπιστος και ασφαλής τρόπος εξασφάλισης επενδυτών και αν-

θρώπινου δυναμικού.

2.1 Εύρεση Κεφαλαίων

Για λόγους πληρότητας και βαθύτερης κατανόησης του τρόπου με τον οποίο έχουμε εργαστεί στην παρούσα εργασία, παραθέτουμε τα είδη των επενδυτών νεοφυών επιχειρήσεων όπως αυτά προκύπτουν από την υπάρχουσα βιβλιογραφία καθώς και κάποια βασική ορολογία αξιολόγησης επιχειρήσεων που θα μας χρειαστεί στη συνέχεια.

2.1.1 Χρηματοπιστωτικά ιδρύματα-Τραπεζικός δανεισμός

Ο τραπεζικός δανεισμός είναι ένας φαινομενικά εύκολος τρόπος εξασφάλισης κεφαλαίου για μια νεοφυή επιχείρηση.

Η δανειοδότηση επιχειρήσεων με καινοτόμες προτάσεις βασίζεται στα εξής δύο κριτήρια (Binksetal.,1992):

1. Στην απόδοσης εισοδήματος -η τράπεζα θα αποφασίσει τη παροχή δανείου με βάση την αναμενόμενη ροή εισοδημάτων στην επιχείρηση (incomegearing)
2. Στην απόδοση κεφαλαίου (capitalgearing)- η απόφαση δανειοδότησης θα ληφθεί με βάση την αξία της εγγύησης που είναι σε θέση να δοθεί από την επιχείρηση σε περίπτωση αποτυχίας.

Παρόλα αυτά η σημερινή κατάσταση του παγκόσμιου χρηματοπιστωτικού συστήματος δεν είναι ιδιαίτερα πρόσφορη για επίδοξους επιχειρηματίες. Τα κριτήρια είναι πολύ αυστηρά και οι νεοφυείς επιχειρήσεις είναι επιχειρήσεις υψηλού ρίσκου ιδιαίτερα αν δεν δραστηριοποιούνται στην παραδοσιακή αγορά, γεγονός που κάνει τις τράπεζες να είναι επιφυλακτικές και να έχουν πολλές απαιτήσεις από τους επίδοξους δανειολήπτες.

2.1.2 Κεφαλαία Επιχειρηματικού Κινδύνου (Venture Capital)

Τα Κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου αποτελούν σημαντική πηγή χρηματοδότησης για νέες επιχειρήσεις. Τα Venture Capitals συγκεντρώνουν επενδυτικό κεφάλαιο από επαγγελματίες επενδυτές και το πιστώνουν σε μορφή δανείου σε νεοφυείς επιχειρήσεις και μικρές επιχειρήσεις με σίγουρη μακροπρόθεσμη δυνατότητα ανάπτυξης (Rentkoná, 2015). Τα Venture Capitals συνεπάγονται υψηλό κίνδυνο και πιθανώς υψηλά αποτελέσματα για τον επενδυτή. Υπάρχουν αρκετοί τύποι κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου που κατηγοριοποιούνται ανάλογα με το στάδιο ανάπτυξης της start-up και το ποσό της επένδυσης. (SBA, 2014).

Το κεφάλαιο επιχειρηματικού κινδύνου στοχεύει κυρίως σε εταιρείες που δεν μπορούν να συγκεντρώσουν κεφάλαια για την έναρξη και την ανάπτυξή τους μέσω των συμβατικών οδών (π.χ. τραπεζικά δάνεια). Το pre-seed κεφάλαιο είναι εκείνο που χρησιμοποιείται για τη χρηματοδότηση ιδεών και ερευνητικών project χωρίς να σκοπεύει στην άμεση δημιουργία μιας επιχείρησης. Εστιάζει στο μοντέλο της επιχείρησης και στην περιγραφή της αξίας της για τους μελλοντικούς πελάτες (KOTTULOVÁ, J., MITKOVÁ, L., 2016, σ. 340).

Το Seed κεφάλαιο αποτελεί πηγή χρηματοδότησης όλων των δραστηριοτήτων που πρέπει να γίνουν πριν από την ίδρυση μιας εταιρείας. Η διοχέτευση seed κεφαλαίου γίνεται για την ανάπτυξη νέων προϊόντων, την έρευνα αγοράς, τη δημιουργία ενός ΔΣ και την ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου (RENTKOVÁ, K. - ROŠTÁROVÁ, M., 2016, σ. 1945). Μια εταιρεία που βρίσκεται στο στάδιο seed συνήθως δεν έχει εμπορικές εργασίες - το κέντρο των δραστηριοτήτων της είναι η χρηματοδότηση της συνεχούς έρευνας και ανάπτυξης προϊόντων. Αυτές οι πρώιμες εταιρείες είναι συνήθως αρκετά δύσκολες για χρηματοδότηση.

Το κεφάλαιο εκκίνησης εφαρμόζεται για να καλυφθούν αρχικά έξοδα, συμπεριλαμβανομένης της αγοράς νέων μηχανημάτων, εξοπλισμού, ανάπτυξης τεχνολογιών, αρχικών δαπανών για μάρκετινγκ κ.λπ. Το κεφάλαιο εκκίνησης χρησιμοποιείται για τη χρηματοδότηση της start-up στα πρώτα δύο έτη λειτουργίας. (MILLER, P.-BOUND, K., 2011, σ. 10)

Οι start-ups είναι μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις. Η λήψη επενδυτικών αποφάσεων για τις start-ups βασίζεται στην αντίστοιχη θεωρία της λήψης βέλτιστων επενδυτικών αποφάσεων για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. (INVESTMENT CRITERIA OF THE SUCCESSFUL START-UP ACCELERATORS)

Υπάρχουν τρία βασικά κριτήρια για τη λήψη χρηματοοικονομικών επενδυτικών αποφάσεων: (BREALEY, 2008, σ. 11)

1. Η οικονομική κερδοφορία των επενδύσεων, δηλαδή, το συνολικό καθαρό εισόδημα που ο επενδυτής θα λάβει από τη στιγμή της έγχυσης κεφαλαίου έως το τελικό εισόδημα από την επένδυση.
2. Ο ρυθμός ρίσκου των επενδύσεων μετρείται από το επίπεδο ρίσκου που συνδέεται με την πιθανότητα επίτευξης των αναμενόμενων εσόδων. Για τον υπολογισμό του ρίσκου επενδύσεων χρησιμοποιείται η διακύμανση και η τυπική απόκλιση από το μέσο εισόδημα της επένδυσης.
3. Η ρευστότητα της επένδυσής, που σχετίζεται άμεσα με το ρυθμό των τραπεζικών εισροών κατά την πώληση της επένδυσης.

Στην πράξη, η μεγιστοποίηση της απόδοσης δεν είναι δυνατή με ελάχιστο ρίσκο και υψηλή ρευστότητα. Από την άλλη πλευρά, με χαμηλό ρίσκο και μέγιστη ρευστότητα μπορεί να επιτευχθεί μόνο μικρό εισόδημα. Είναι λοιπόν οι μαθηματικοί λόγοι των παραπάνω κριτηρίων που αντικατοπτρίζουν την απόδοση της επένδυσης.

2.1.3 Επιχειρηματικοί Άγγελοι

Οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels) ανήκουν στην ευρύτερη κατηγορία επενδυτών ιδιωτικού μετοχικού κεφαλαίου (private equity market), και χαρακτηρίζονται ως ενεργοί επενδυτές (active ή hands-on investors), αφού προσφέρουν στις επιχειρήσεις εκτός από χρήματα και προστιθέμενη αξία μέσω του δικτύου γνωριμιών, και της τεχνογνωσίας που διαθέτουν (Block, et al., 2019), χωρίς αυτό να αποκλείει την αποχή ενεργού ανάμειξης από μία μερίδα Επιχειρηματικών Αγγέλων (παθητικοί επενδυτές) (Wong, et al., 2009).

Ενώ υπάρχει μία σύγχυση ως προς την ακριβή ταυτότητα του Επιχειρηματικού Αγγέλου εξαιτίας της πολυδιάστατης προέλευσης αυτής της επενδυτικής ομάδας (Shane, 2005), ο όρος αναφέρεται συνήθως σε πολύ εύπορο ιδιώτη και πρώην επιτυχημένο επιχειρηματία (Osnabrugge, 2000), που επενδύει αποκλειστικά δικά του κεφάλαια, κυρίως σε μικρές, μη εισηγμένες επιχειρήσεις (Wong, et al., 2009), στο πρώιμο στάδιο δημιουργίας τους (Sudek, 2006), αναμένοντας οικονομικά οφέλη (Mason, 2005), ενώ ταυτόχρονα δεν τον συνδέει κάποια φιλική ή συγγενική σχέση με τον ή τους ιδρυτές της επιχείρησης (Shane, Heights, 2008) (Mason, 2005). Ανήκει στην κατηγορία των άτυπων επενδυτών (informal investors) μαζί με την οικογένεια και τους φίλους που δεν είναι όμως Επιχειρηματικοί Άγγελοι, και διαφοροποιείται ξεκάθαρα από τους θεσμικούς επενδυτές (institutional investors) οι οποίοι καθώς επενδύουν αποκλειστικά χρήματα άλλων (Shane, Heights, 2008), δεν είναι ανεκτικοί στο ρίσκο και τοποθετούνται σε ώριμες επιχειρήσεις (Osnabrugge, 2000). Εντούτοις σε κάποιες περιπτώσεις πρόκειται για διαπιστευμένο επενδυτή.

Οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι είναι εκλεκτικοί (sophisticated) και ενώ συνεχίζουν να αποτελούν την κύρια πηγή χρηματοδότησης για νεοφυείς και πρώιμης ανάπτυξης επιχειρήσεις, πραγματοποιούν μεγαλύτερη δέουσα επιμέλεια (due diligence) ως προς

τον έλεγχο αυτών των επιχειρήσεων εμμένοντας κυρίως σε ποιοτικές αξιολογήσεις που σχετίζονται με τον ανθρώπινο παράγοντα (Sohl, 2006).

Επιπλέον οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι αποτελούν τη μεγαλύτερη πηγή χρηματοδότησης για νεοφυείς επιχειρήσεις (Mason, 2005), με τη συμβολή τους να αποτιμάται από 10 (Gullander, Napier, 2003) έως και 20 φορές (Wiltbank, et al., 2009) μεγαλύτερη από αυτή των Κεφαλαίων Επιχειρηματικού Κινδύνου. Οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι είναι άτυποι φορείς κεφαλαίων υψηλού κινδύνου (risk capital) (Freeear, et al., 1994) και άρα οι επενδύσεις τους εμπεριέχουν ρίσκο και αβεβαιότητα. Τα επενδυτικά κριτήρια είναι το μέσο μείωσης της επισφάλειας.

Όταν ο Επιχειρηματικός Άγγελος εντοπίζει τον κίνδυνο στο ενδεχόμενο ασύμμετρης πληροφόρησης (information asymmetry) μεταξύ του ιδίου και της ιδιοκτησίας, αντιλαμβάνεται ότι κρίσιμες πληροφορίες αναφορικά με την επιχείρηση και τον ιδρυτή της θα διαφύγουν της προσοχής του και τα επενδυτικά του κριτήρια αφορούν την οικειότητα του με το αντικείμενο, τη δυνατότητα ενεργού συμμετοχής, την παρουσία επενδυτών και τις πιθανές ευκαιρίες επενδυτικής εξόδου (Osnabrugge, 2000). Ως εκ τούτου τα επενδυτικά κριτήρια που σχετίζονται με την αγορά δεν ανήκουν στους καθοριστικούς παράγοντες επένδυσης και ο αντίστοιχος κίνδυνος μεταφέρεται στη σφαίρα ευθύνης του επιχειρηματία (Mason, Stark, 2004).

2.1.4 Accelerators

Το Business Accelerator είναι ένα εντατικό πρόγραμμα που περιλαμβάνει επιχειρηματική καθοδήγηση, εκπαιδευτικές δραστηριότητες, δικτύωση και επικεντρώνεται σε γρήγορα αναπτυσσόμενες εταιρείες που, στο τέλος του προγράμματος, θα παρουσιάσουν την ιδέα τους σε επενδυτές. Συνήθως έχει διάρκεια 3-6 μήνες. Οι Accelerators ανήκουν σε εταιρίες, οι οποίες συχνά, ως αντάλλαγμα για την επαγγελματική συμβουλευτική και

την διασύνδεση με επενδυτές αποκτούν μερίδιο στη μελλοντική εταιρεία.

2.2 Υπάρχοντα αυτοματοποιημένα συστήματα Αξιολόγησης Επιχειρήσεων

Παρακάτω παρουσιάζουμε κάποια ήδη υπάρχοντα αυτοματοποιημένα συστήματα αξιολόγησης επιχειρήσεων και τις δυνατότητες που παρέχουν στον χρήστη.

2.2.1 ValidatorAI

validatorai.com

Start Your Entrepreneurial Journey Today For Free.

Input your startup idea and our AI will validate it for you and give you important things to consider. From marketing, to customer development and analyzing the competition, our AI will help you get moving with steps to take and considerations.

Try it, it's 100% free!

ge each other, and participate in tournaments.

Give Me Feedback!

Don't have an idea? Our AI will generate one for you

Generate

Σχήμα 2.2.1:

Η σελίδα Validator AI έχει δύο βασικές λειτουργίες. Μια δωρεάν, στην οποία ο

Accelerator Program

Are you ready to pursue an idea?

We offer an AI-customized startup accelerator, complete with a day-by-day roadmap you should follow. We use the exact same curriculum taught by the world's top accelerators.

You will also receive an AI-powered startup mentor chatbot that will help you understand each day's activity. Get started today!

You can complete it in as little as 14 days!

Σχήμα 2.2.2:

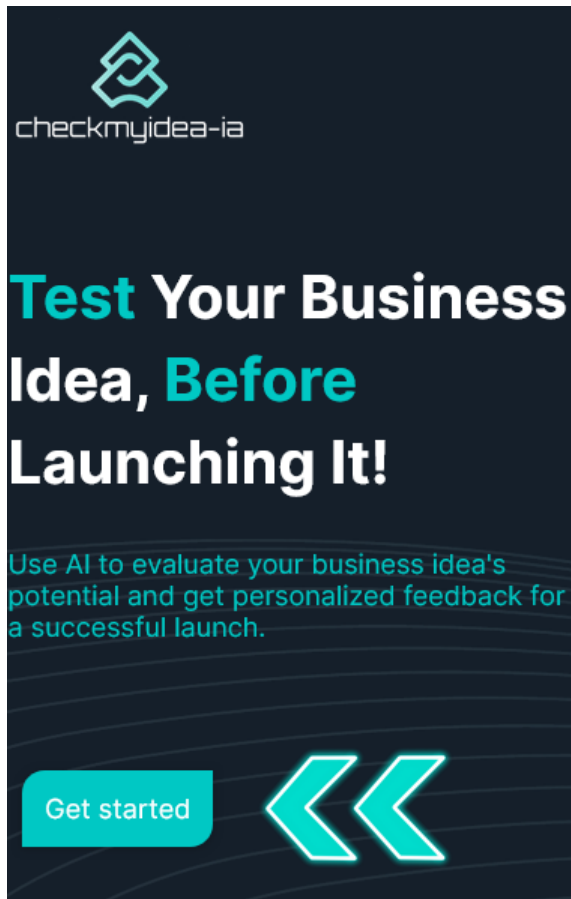
χρήστης εισάγει γραπτώς την ιδέα του και το πρόγραμμα την αξιολογεί αυτόματα, και επί πληρωμή στην οποία με την βοήθεια τεχνητής νοημοσύνης, ο χρήστης μπαίνει σε ένα πρόγραμμα επιτάχυνσης (Accelerator Program).

Η αξιολόγηση της ιδέας γίνεται ανάλογα με το πόσο αδρό ή λεπτομερές είναι το input του χρήστη. Αν για παράδειγμα βάλουμε κάτι τελείως αόριστο, όπως «sell food» το output θα μας ενημερώσει για τους επικείμενους κινδύνους ενός ανοίγματος στην αντίστοιχη αγορά με ένα κείμενο μιας παραγράφου. Κάθε φορά που οι παράμετροι που εισάγουμε είναι πιο συγκεκριμένοι το αποτέλεσμα είναι καλύτερο και κάθε σκέλος της ιδέας αξιολογείται ξεχωριστά.

Θα λέγαμε ότι το output εστιάζει κυρίως στα ρίσκα και τα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν και δίνει στον χρήστη μια καλή εικόνα των βημάτων που «μπορεί να πάνε λάθος». Το πώς αυτά αρθρώνονται εξαρτάται από το βάθος με το οποίο εξηγείται η ιδέα. Δεν γίνεται ουσιαστική αξιολόγηση της ιδέας και δεν συνυπολογίζονται σκληροί οικονομικοί δείκτες. Η σελίδα λειτουργεί εν είδη συζήτησης με κάποιον που έχει εικόνα της αγοράς στην οποία στοχεύει το προϊόν. Στο κάτω κάτω, η αξιολόγηση δίνεται από chat bot, επομένως αυτό είναι κάτι αναμενόμενο.

2.2.2 Checkmyidea-ai

www.checkmyidea-ia.com



Σχήμα 2.2.3:

Η σελίδα Checkmyidea-ai δίνει στο χρήστη τη δυνατότητα να ελέγξει την ιδέα του πριν την υλοποιήσει. Περιμένει την εισαγωγή μιας πλήρους ιδέας σε αναλυτική μορφή. Το output περιλαμβάνει πέντε μέρη:

1. Incubation (Επώαση)
2. Σύνθεση Στρατηγικής

3. Μετρικές Στρατηγικής, Ανάπτυξης και Επώασης

4. Πελάτες και επέκταση δικτύου

5. Επόμενα Βήματα

Κάθε μέρος περιλαμβάνει πληθώρα υποτιμημάτων. Παραθέτουμε παρακάτω μια σύνοψη:

Incubation (Επώαση)

Εδώ η πλατφόρμα μας ενημερώνει για:

- ★ τη χαρτογράφηση της αγοράς
- ★ τη μοναδικότητα της ιδέας
- ★ μας δίνει μια βαθμολογία για την ποιότητα της ιδέας

Σύνθεση Στρατηγικής

Στο δεύτερο σκέλος, η πλατφόρμα συμβουλεύει τον χρήστη σε σχέση με τα βήματα που θα πρέπει να κάνει για να έχει μια επιτυχημένη είσοδο στην αγορά. Ενδεικτικά, αναφέρεται στο όνομα της επιχείρησης, τους τρόπους με τους οποίους αυτή θα λανσάρεται, την τιμολόγηση των παρεχόμενων αγαθών ή υπηρεσιών, των τοποθεσιών που τα παραπάνω μπορούν να λάβουν χώρα, κοκ.

Μετρικές Στρατηγικής, Ανάπτυξης και Επώασης

Εδώ, η πλατφόρμα ενημερώνει τον χρήστη για το υπάρχον νομικό πλαίσιο και τις στρατηγικές μέσω των οποίων μπορεί να γίνει η κατασκευή των προϊόντων και η έξοδος στην αγορά.

Πελάτες και επέκταση δικτύου

Εδώ γίνεται μια ανάλυση του κόστους και των πιθανών επενδυτών. Δίνεται έμφαση στη βιωσιμότητα της επιχείρησης και των στρατηγικών ανάπτυξης και επέκτασης (βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων) αλλά και στους τρόπους αξιολόγησης αυτού του πλάνου. Ταυτόχρονα γίνεται μια συμβουλευτική σε σχέση με το πελατολόγιο και τις σχέσεις της επιχείρησης με αυτό καθώς και μια ανάλυση της πιθανής επέκτασης του δικτύου συνεργασιών.

Επόμενα Βήματα

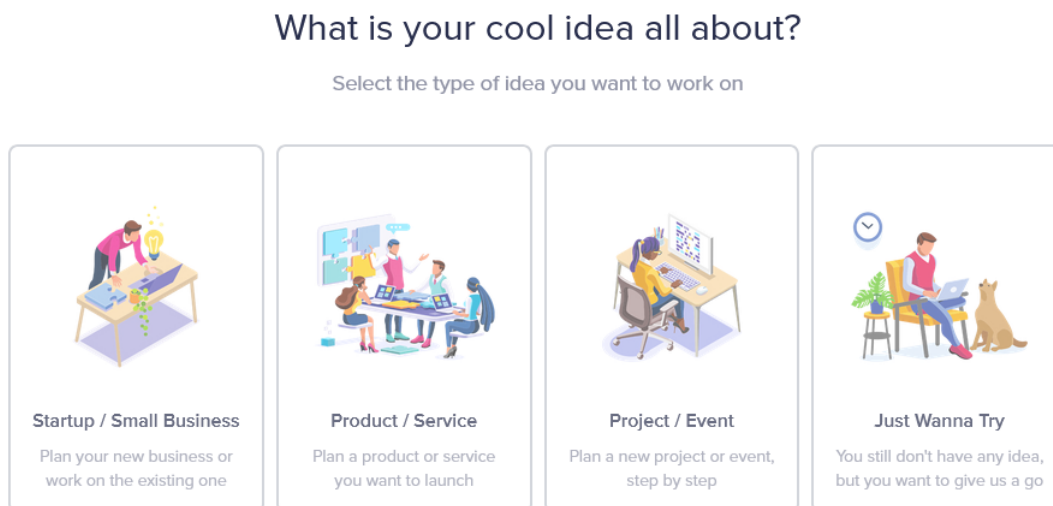
Εδώ γίνεται μια σύνοψη των παραπάνω βημάτων και δίνεται ένα χρονοδιάγραμμα στον χρήστη.

Η πλατφόρμα είναι εύχρηστη και δεν απαιτεί από τον χρήστη να επενδύσει χρόνο. Το κλειδί είναι μια καλά συνταγμένη πρόταση και από εκεί και πέρα αναλαμβάνει η τεχνητή νοημοσύνη. Το εξαγόμενο αποτέλεσμα είναι περιεκτικό και οργανωμένο για εύκολη ανάγνωση, χωρίς όμως να δίνει βαρύτητα σε σκληρούς δείκτες και χωρίς να εξετάζει σε βάθος την ποιότητα της ιδέας.

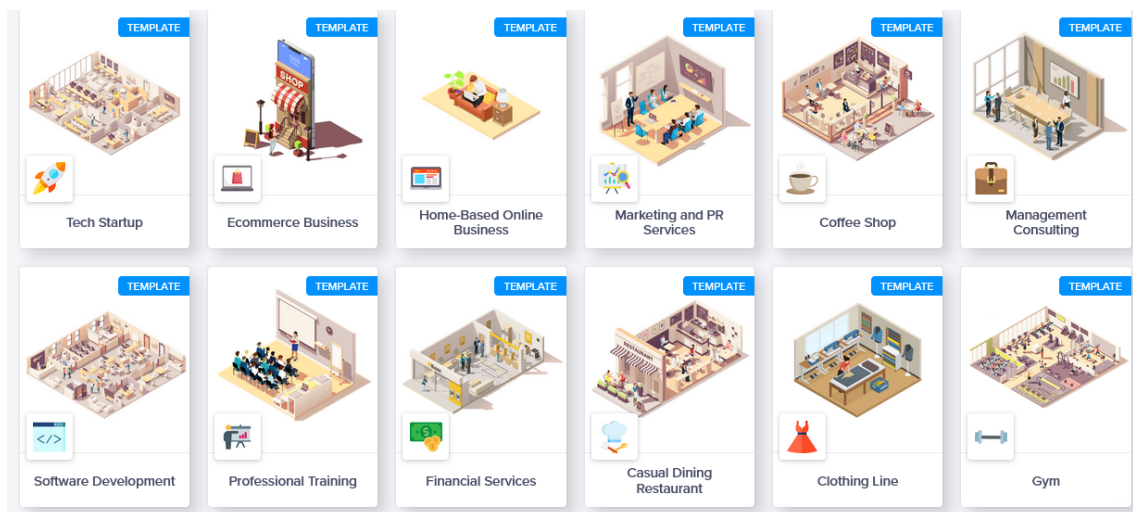
Η στρατηγική που προτείνεται έχει επιφανειακή προσέγγιση και εστιάζει περισσότερο στην χαρτογράφηση της αγοράς και στην ίδρυση της εταιρίας. Στην πραγματικότητα δηλαδή δεν γίνεται μια σε βάθος αξιολόγηση αλλά περισσότερο δίνεται μια πρόταση στον χρήστη για το πως να κινηθεί στην αγορά και του προτείνονται στρατηγικές εκκίνησης και επέκτασης οι οποίες είναι γενικές και δεν περιλαμβάνουν εμπειριστατωμένους οικονομικούς δείκτες.

2.2.3 Ideabuddy

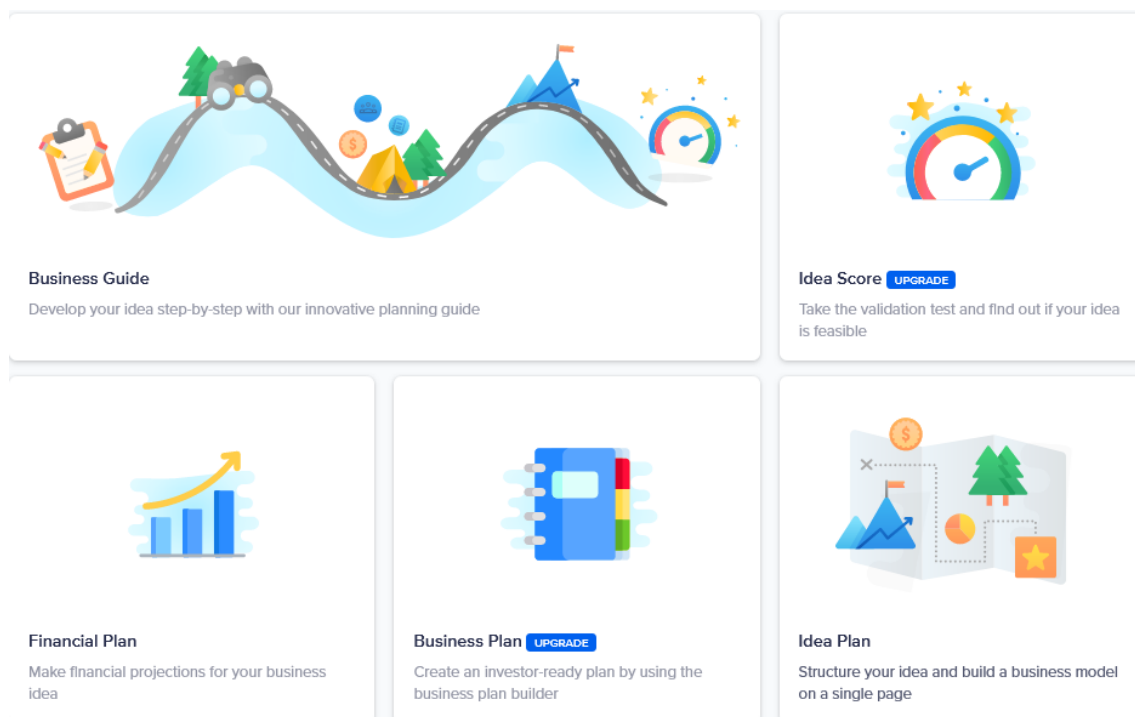
ideabuddy.com



Σχήμα 2.2.4:



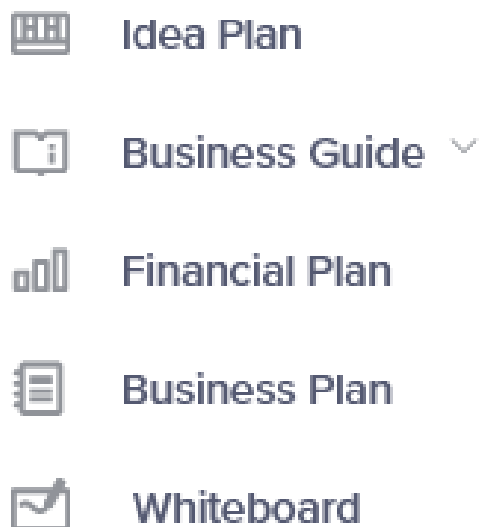
Σχήμα 2.2.5:



Σχήμα 2.2.6:

Η σελίδα Ideabuddy πρόκειται για μια φιλική προς τον χρήστη πλατφόρμα που του δίνει πρόσβαση ακόμη και σε διαδραστικά εργαλεία και του επιτρέπει να φτιάξει την ιδέα του βήμα βήμα και σε βάθος. Με ιδιαίτερα εύχρηστα εργαλεία και γραφικά αλλά και πολλές υποενότητες εργασίας.

Αρχικά, ο χρήστης αποφασίζει τι είδους ιδέα είναι αυτή που θέλει να υλοποιήσει. Δίνεται όμως και η δυνατότητα να χτίσει την ιδέα του μαζί με το πρόγραμμα. Μόλις το ευρύτερο πλάνο σχηματιστεί, ο χρήστης εισάγει οικονομικά στοιχεία, χρονικό ορίζοντα κύκλου εργασιών και η σελίδα αξιολογεί την ιδέα, υπολογίζει το κόστος και αναζητά πιθανούς επενδυτές, προτείνει μεθόδους βελτιστοποίησης της απόδοσης και ελαχιστοποίησης του κόστους και χαρτογραφεί την αγορά. Όταν όλα τα στάδια ολοκληρωθούν ο χρήστης μπορεί να ζητήσει επαναξιολόγηση του επιχειρηματικού του πλάνου.



Σχήμα 2.2.7:

Εισάγοντας τα οικονομικά στοιχεία, ο χρήστης βλέπει την εκτιμώμενη εξέλιξη του επιχειρηματικού του σχεδίου μέσω διαδραστικών γραφημάτων. Υπάρχει επίσης ένα εργαλείο «τύπου μαυροπίνακα», ο οποίος λειτουργεί σαν ψηφιακός πίνακας και μπορεί κοινοποιηθεί σε άλλα μέλη της ιδέας. Επιπλέον, δίνεται στον χρήστη η δυνατότητα να κάνει brainstorming με άτομα από όλο τον κόσμο που κινούνται σε παρόμοιες κατευθυντήριες γραμμές με τον ίδιο.

Θα λέγαμε ότι το εργαλείο Ideabuddy είναι γραφιστικά και κατασκευαστικά άρτιο και δίνει στον χρήστη μια τεράστια γκάμα δυνατοτήτων που καλύπτουν μεγάλο μέρος των αναγκών του. Εστιάζει στο «οπτικό» κομμάτι της ιδέας και στον τρόπο που αυτή παρουσιάζεται. Η εκτεταμένη χρήση γραφικών, τα οποία ο χρήστης αναγκάζεται να χρησιμοποιήσει μπορεί να λειτουργήσει παρελκυστικά. Δίνεται δηλαδή έμφαση στο κομμάτι της παρουσίασης της ιδέας και την ίδια της δομής της επιχείρησης που μπορεί να αποσπάσει την προσοχή από το πραγματικό περιεχόμενο της ιδέας. Άλλωστε ο τρόπος λειτουργίας της σελίδας απευθύνεται κυρίως σε χρήστες με συμβατικά επιχειρηματικά

σχέδια. Δεν είναι εύκολο για τον χρήστη να περάσει αυτόν τον σκόπελο σε περίπτωση που η ιδέα του είναι πραγματικά πρωτότυπη.

2.2.4 ValueProp.Dev

valueprop.dev

Instantly Generate a Value Proposition Canvas

Use our AI-powered tool to create a Value Proposition Canvas for your company based on its description.

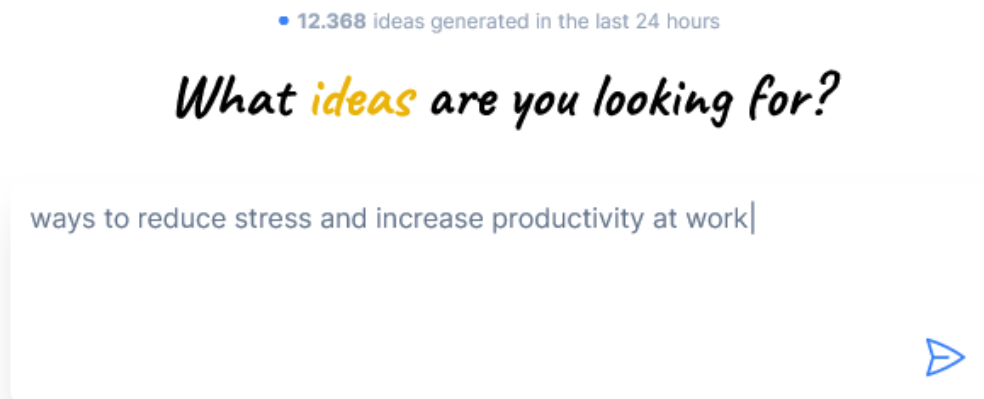


Σχήμα 2.2.8:

Η πλατφόρμα ValueProp.Dev δίνει την δυνατότητα στον χρήστη να ανανεώσει την επιχείρησή του μέσω μιας ιδέας που θα την κάνει μοναδική και θα την κάνει να ξεχωρίσει από τις παρόμοιες επιχειρήσεις που στοχεύουν στην ίδια αγορά. Το εργαλείο δουλεύει με chat-bot που εξειδικεύονται στην παραπάνω διαδικασία.

2.2.5 Idea Generator

Idea Generator



Σχήμα 2.2.9:

Η πλατφόρμα δίνει στον χρήστη τη δυνατότητα να συλλέξει καινοτόμες ιδέες εκκίνησης με βάση τον επιλεγμένο τομέα ή κλάδο δραστηριοποίησης. Μέσω της τεχνητής νοημοσύνης, αυτό το εργαλείο δημιουργεί ένα σύνολο δημιουργικών και μοναδικών ιδεών, λαμβάνοντας υπόψη τις τρέχουσες τάσεις και τις ευκαιρίες της αγοράς. Αποτελεί δηλαδή ένα εργαλείο δημιουργίας «επιτυχημένων και καινοτόμων ιδεών» για επίδοξους επιχειρηματίες.

2.3 Συμπεράσματα

Συνοπτικά, μπορούμε να κατηγοριοποιήσουμε τα παραπάνω εργαλεία σε τρεις κατηγορίες. Σε αυτά που παράγουν νέες καινοτόμες ιδέες οι οποίες υπόσχονται επιτυχημένες επιχειρηματικές προτάσεις ή προτάσεις επιτυχούς ανανέωσης μιας ήδη υπάρχουσας επιχείρησης (προσαρμογή δηλαδή μιας υπάρχουσας επιχείρησης σε ένα πλαίσιο νεοφυούς επιχείρησης), σε αυτά που αξιολογούν και προτείνουν επιχειρηματικό σχέδιο ανάπτυξης και σε αυτά που κάνουν κάτι ενδιάμεσο. Στην πραγματικότητα καμία από τις παραπάνω πλατφόρμες δεν αξιολογεί ουσιαστικά το αντικείμενο της επιχείρησης. Το βάρος δίνεται στην έρευνα της αγοράς και στην παρουσίαση της ιδέας. Οι σκληροί οι οικονομικοί δείκτες αποσιωπούνται.

Προκύπτουν αντίστοιχα τα εξής ζητήματα: Πόσο επιτυχημένες είναι τελικά οι «καινοτόμες ιδέες», οι οποίες ενθαρρύνονται ιδιαίτερα από τις πλατφόρμες; Και πόσο «καινοτόμες» είναι στην πραγματικότητα; Έχουν οι πλατφόρμες αυτές επαρκή εργαλεία ώστε να μπορούν να κρίνουν την ουσία της καινοτομίας; Σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία, αυτού του είδους η καινοτομία δεν αποτελεί απαραίτητα κλειδί επιτυχίας για μια επιχείρηση. Αυτό φυσικά εξαρτάται και από το είδος των επενδυτών στο οποίο στοχεύει. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι για παράδειγμα, χρηματοδοτούν με κριτήριο την εμπιστοσύνη που τους εμπνέει μια επιχειρηματική ομάδα και όχι τόσο με κριτήριο την ποιότητα της ιδέας.

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε χώρους έρευνας και ανάπτυξης ευνοούνται από τη χρήση καινοτόμων ιδεών. Από την άλλη, αυτές που δραστηριοποιούνται σε πιο παραδοσιακές αγορές φαίνεται να έχουν μικρότερα ποσοστά επιβίωσης όταν επικεντρώνουν την επιχείρησή τους γύρω από την καινοτομία.

Τί αποτελεί ένα καλό πρώτο σχέδιο μιας επιχειρηματικής ιδέας;

Αρκεί μια χαρτογράφηση της αγοράς και ένας γενικός οικονομικός σχεδιασμός για

να κατατοπίσουν τον χρήστη με επιτυχία;

Σε τι βάθος γνωρίζει τις ιδιαιτερότητες μιας τοπικής αγοράς ένα λογισμικό τεχνητής νοημοσύνης που εκπαιδεύεται με κύρια πηγή την μεγάλη αμερικάνικη αγορά;

Σε τι βάθος μπορεί ένα τέτοιο λογισμικό να κάνει μια σωστή πρόβλεψη ενώ δεν λαμβάνει υπόψιν σοβαρούς οικονομικούς δείκτες;

Με τι επιτυχία μπορεί να προβλέψει ένα τέτοιο λογισμικό την επιτυχία μιας νεοφυούς επιχείρησης, για παράδειγμα, σε μια μικρή αποκεντρωμένη αγορά;

Είναι εύκολα εμφανές ότι οι παραπάνω πλατφόρμες λειτουργούν περισσότερο συμβουλευτικά και σε επίπεδο «συζήτησης» και δεν εστιάζουν τόσο στην αξιολόγηση -και πώς άλλωστε; αυτό απαιτεί εισαγωγή συγκεκριμένων οικονομικών δεικτών. Προτείνουν γενικές στρατηγικές εισόδου στην αγορά, αφήνοντας στην ευθύνη του χρήστη το τεράστιο ρίσκο που παίρνει κανείς όταν βγαίνει στην αγορά χωρίς να έχει αξιολογήσει με τρόπο συστηματικό και σοβαρό την ιδέα του.

Το προτεινόμενο πλαίσιο αξιολόγησης

3.1 Εισαγωγικά στοιχεία

Το πλάνο αξιολόγησης startups που προτείνεται στην παρούσα εργασία περιλαμβάνει διάφορες κατηγορίες και δείκτες που φαίνεται να σχετίζονται με την αξιολόγηση του επιπέδου ετοιμότητας και της ποιότητας μιας νεοφυούς επιχείρησης και οι οποίες αρθρώνονται μέσα από 38 ερωτήσεις αξιολόγησης.

Αναφέρουμε παρακάτω κάποιους από τους τομείς που θα μας απασχολήσουν. Στο μέρος Συμπεράσματα του κεφαλαίου δίνεται μια ολιστική παρουσίαση του τρόπου με τον οποίον έχουν διαταχθεί οι ερωτήσεις.

1. Quality of the Idea: Αναφέρεται στην πρωτοτυπία και την καινοτομία της ιδέας πίσω από το startup. Μεταξύ άλλων, εξετάζονται οι ανάγκες που η εταιρεία προσπαθεί να καλύψει, η διαφοροποίηση από τον ανταγωνισμό και η δυνατότητα δημιουργίας αξίας.
2. Scalability: Πόσο εύκολα μπορεί το startup να αυξήσει την κλίμακα των λειτουργιών του χωρίς ανάλογη αύξηση του κόστους; Αυτό είναι ένα κρίσιμο κομμάτι

για την βιωσιμότητα μακροπρόθεσμα.

3. Team/Expertise: Η ικανότητα και η εμπειρία της ομάδας που οδηγεί το startup. Σημαντικοί παράγοντες περιλαμβάνουν την εκπαίδευση, την προηγούμενη εμπειρία και την ικανότητα της ομάδας να εκτελεί και να προσαρμόζεται.
4. Market Opportunity: Αξιολογεί το μέγεθος και την προσβασιμότητα της στοχευμένης αγοράς, καθώς και την ύπαρξη αναγνωρισμένης ανάγκης ή επιθυμίας για το προϊόν ή την υπηρεσία του startup.
5. Business Model: Πώς προτίθεται το startup να κάνει χρήματα; Αυτό περιλαμβάνει μεταξύ άλλων, τον τρόπο τιμολόγησης, τις πηγές εσόδων, το κόστος παροχής των υπηρεσιών/προϊόντων και τον εντοπισμό των πελατών.
6. Barriers to Entry: Τα εμπόδια που θα πρέπει να υπερπηδήσει το startup για να εισέλθει και να εδραιωθεί στην αγορά, όπως το κόστος, ο ανταγωνισμός, οι νομικές ρυθμίσεις και οι πατέντες.
7. Product/Service: Ποια είναι η προσφορά του startup; Εδώ εξετάζεται η ποιότητα, η ανταγωνιστικότητα και η θέση του προϊόντος/υπηρεσίας μέσα στην αγορά.
8. Customer Acquisition/Retention: Πώς θα προσελκύσει το startup τους πρώτους του πελάτες και πώς θα τους κρατήσει; Στρατηγικές μάρκετινγκ, πωλήσεις και υπηρεσίες πελατών είναι ζωτικής σημασίας εδώ.
9. Growth Strategy: Σχεδιάζει το startup να αναπτυχθεί οργανικά ή μέσω εξαγορών; Πώς θα μεγαλώσει στον χρόνο;
10. Financials/Projections: Οικονομικά στοιχεία και προβλέψεις για τα έσοδα, τα κέρδη και τις χρηματοδοτικές ανάγκες.

Αυτές οι κατηγορίες βοηθούν στην κατανόηση πολλαπλών πτυχών του επιχειρηματικού σχεδίου ενός startup και συνδράμουν στην αξιολόγηση της συνολικής ελκυστικότητας και βιωσιμότητας της εταιρείας για επενδυτές και άλλους στρατηγικούς εταίρους.

Περεταίρω πτυχές της ανάπτυξης και της αξιολόγησης μιας startup επιχείρησης με τις οποίες θα ασχοληθούμε είναι οι εξής:

1. Startup Progress: Αναφέρεται στη φάση προόδου της εταιρείας, με ειδική αναφορά στο MVP (Minimum Viable Product), που είναι η πρώτη εφικτή έκδοση ενός προϊόντος ικανή να ικανοποιήσει τους πρώτους πελάτες.
2. Funding/Financials: Αυτή η ενότητα εξετάζει την χρηματοδοτική κατάσταση του startup, συμπεριλαμβανομένων των πηγών εσόδων, των επενδύσεων, και των χρηματοοικονομικών προβλέψεων.
3. Revenue Model: Αναφέρεται στο μοντέλο βάσει του οποίου το startup προτίθεται να παράγει έσοδα. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τις στρατηγικές τιμολόγησης, τους κύκλους εργασιών, και τις προτεραιότητες στις πωλήσεις.
4. Competition Analysis: Μελέτη του ανταγωνιστικού πεδίου, αναγνώριση βασικών ανταγωνιστών και αξιολόγηση των δυνάμεων και αδυναμιών τους σε σχέση με το startup.
5. Customer Analysis: Περιλαμβάνει την εξέταση του προφίλ του στοχευμένου πελάτη, τις ανάγκες και τις προτιμήσεις τους, καθώς και τους τρόπους προσέγγισης και στόχευσης τους.
6. Growth Strategy: Στρατηγική ανάπτυξης του startup, που μπορεί να περιλαμβάνει πλάνα για διεύρυνση σε νέες αγορές, ανάπτυξη νέων προϊόντων ή υπηρεσιών, και ενδεχομένως συνεργασίες ή εξαγορές.

3.2 Οι 38 ερωτήσεις

Οι ερωτήσεις είναι κατηγοριοποιημένες ανάλογα με τον τομέα αξιολόγησης στον οποίο αναφέρονται. Οι τομείς αξιολόγησης είναι τρεις και αφορούν την ποιότητα της ιδέας, τα στάδια προόδου και την ποιότητα της παρουσίας.

3.2.1 Quality of the Idea

Εδώ εξετάζουμε σε βάθος την ποιότητα της ιδέας. Οι ερωτήσεις είναι διαμορφωμένες έτσι ώστε να μπορεί να διαφανεί η ποιότητα της ιδέας, αποδεσμευμένη από τον τρόπο με τον οποίο αυτή παρουσιάζεται, στοχεύοντας στην ουσία της ποιότητας της ερώτησης. Στόχος είναι να γίνει σαφής η ποιότητα της ιδέας σε κάθε περίπτωση, δηλαδή είτε η παρουσίασή της είναι πολύ εντυπωσιακή και σε πρώτη φάση επισκιάζει την ποιότητα είτε, η παρουσίασή της είναι ελλιπής αλλά, η ιδέα υπάρχει και κατακρημνίζεται από τον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζεται.

3.2.1.1 Scalability

Εδώ εξετάζουμε, με δύο ερωτήσεις, το πόσο εύκολα μπορεί το startup να αυξήσει την κλίμακα των λειτουργιών του χωρίς ανάλογη αύξηση του κόστους. Αυτό είναι ένα κρίσιμο κομμάτι για την βιωσιμότητα μακροπρόθεσμα και έχουν μπει δύο ερωτήσεις σε αυτή την κατηγορία για να ενισχύσουν το βάρος.

- ★ What is your estimated profit margin (profit / revenue) after 5 years of operation ?

Με πιθανές απαντήσεις

– Up to 10%

- 10-25%
- More than 25%

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Ζητάμε στο χρήστη να επιλέξει τον αναμενόμενο ποσοστό κέρδους επί των εσόδων σε ορίζοντα πενταετίας. Αυτή είναι μια ερώτηση της οποίας η απάντηση είναι απόλυτα κατατοπιστική απέναντι στην εξέλιξη της εταιρίας. Για παράδειγμα, μόνο τεχνολογικοί κολοσσοί μπορούν να απαντήσουν 10-25%. Επίσης, η απάντηση μας προσανατολίζει ως προς το είδος της επιχείρησης, χωρίς ο χρήστης να χρειάζεται να εισάγει κάτι τέτοιο. Για παράδειγμα μια επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην εστίαση θα απαντήσει Up to 10%.

★ What is your average revenue(annual) per staff?

Με πιθανές απαντήσεις

- <100k
- 100-250k ,
- >250k

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Ζητάμε από τον χρήστη να υπολογίσει τον μέσο όρο ετήσιου κέρδους ανά εργαζόμενο σε χιλιάδες ευρώ. Η απάντηση μας κατευθύνει εκτός των άλλων, απέναντι στο πόσους εργαζόμενους έχει η επιχείρηση. Για παράδειγμα μια επιχείρηση που απασχολεί τρεις εργαζόμενους δεν μπορεί παρά να επιλέξει την πρώτη απάντηση.

Αντίθετα μια επιχείρηση με 40 εργαζόμενους έχει ενδεχομένως τη δυνατότητα να δώσει την δεύτερη ή την τρίτη απάντηση.

3.2.1.2 IP creation

Τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας είναι τα δικαιώματα που δίνονται στα άτομα πάνω στα δημιουργήματα του μυαλού τους. Συνήθως δίνουν στον δημιουργό αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης της δημιουργίας του/της για ορισμένο χρονικό διάστημα.

★ Will you be creating an intellectual property (ip) ?

Με δυνατές απαντήσεις

- none,
- minimal
- substantial

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Ζητάμε από τον χρήστη να μας πει αν «φτιάχνει» πνευματική ιδιοκτησία. Για παράδειγμα μια εμπορική επιχείρηση δεν φτιάχνει πνευματική ιδιοκτησία, μια επιχείρηση που στηρίζεται σε μια ιστοσελίδα (πχ Airbnb) παράγει μικρή πνευματική ιδιοκτησία ενώ αντίθετα ένας software vendor παράγει ουσιαστική πνευματική ιδιοκτησία.

3.2.1.3 Product / Service Innovation

★ What is your level of innovation of your product / service ?

Με δυνατές απαντήσεις

- No real innovation. We integrate/repackage/rebrand existing products / services

- Our product / service is innovative, but at the level of the State of the Art in the domain
- Our product / service is highly innovative, clearly beyond the state of the art

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Ζητάμε από τον χρήστη να επιλέξει πόσο καινοτόμο είναι αυτό που προτείνει. Μια επιχείρηση μπορεί να μην προτείνει τίποτα νέο, μπορεί να προτείνει κάτι καινοτόμο σε ένα ήδη υπάρχον προϊόν ή να προτείνει ένα προϊόν που είναι ουσιαστικά νέο. Για παράδειγμα μια επιχείρηση όπως το Uber αλλάζει τον τρόπο της αγοράς.

3.2.1.4 Business Model Innovation

★ How innovative is your business model ?

Με δυνατές απαντήσεις

- Our business model is common in the market.
- Our business model has elements of innovation (e.g. existing but not applied in this market / segment)
- Our business model is highly unique

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Εδώ εξετάζουμε πόσο καινοτόμος είναι ο τρόπος που ένα προϊόν συστήνεται στην αγορά. Αν είναι παραδοσιακός, έχει κάποια καινοτόμα στοιχεία (πχ ενοικίαση αντί για πώληση του προϊόντος) ή είναι ριζοσπαστικός.

3.2.1.5 Technology Innovation

★ What is your level of technology innovation ?

Με δυνατές απαντήσεις

- Incremental innovation: improving an existing purpose using existing methods.
- Medium-Innovated Innovation: new means are offered for the fulfillment of existing or new purposes.
- Breakthrough innovation: These innovations are characterized in particular by the fact that completely new means or a new technology will meet a hitherto unknown need with great benefit to the customer.

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση αφορά την καινοτομία της τεχνολογίας μέσω της οποίας παράγεται το προϊόν και όχι τη καινοτομία του προϊόντος ή της κυκλοφορίας του στην αγορά. Για παράδειγμα, ένα προϊόν που παράγεται με την βοήθεια τεχνητής νοημοσύνης κάνει χρήση ουσιαστικά ριζοσπαστικής τεχνολογίας.

3.2.1.6 Time market

★ Is there a significant opportunity in the market for your product/service?

Με δυνατές απαντήσεις

- none relation (target for future opportunities),
- little relation (eg.sustainability clima change)
- Big time market opportunity (eg.a covid solution in time of covid)

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση αφορά το πόσο σχετικό είναι το προϊόν με τις ιδιαίτερες κοινωνικοπολιτικές συγκυρίες και απαντάται σύμφωνα με την προσωπική εκτίμηση του χρήστη. Για παράδειγμα, ένα προϊόν που έχει σχέση με τον κόβιντ είχε απόλυτη σχέση με την κοινωνική κατάσταση την περίοδο της πανδημίας. Μια επιχείρηση που παράγει μηδενικές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, έχει μεν κάποια σχέση με τη τρέχουσα συγκυρία αλλά αφορά μόνο μια πτυχή της. Ένας επιχειρηματίας που ακολουθεί ένα συμβατικό μοντέλο επιχείρησης δεν έχει καμία.

3.2.1.7 copy/idea

★ How vulnerable is your idea to replication or imitation?

Με δυνατές απαντήσεις

- possible to get copied,
- Difcult to get copied
- Product unique and protected by trade secrets

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση αυτή σχετίζεται με την πνευματική δημιουργία αλλά δεν ταυτίζεται μαζί της. Εδώ εξετάζουμε το πόσο εύκολο ή δύσκολο είναι να γίνει αντιγραφή της ιδέας. Για παράδειγμα, το Uber, που άλλαξε το χάρτη της αγοράς και ήταν μια ριζοσπαστική ιδέα, είναι εύκολο να αντιγραφεί. Αντίθετα, μοναδικά τεχνολογικά προϊόντα μπορεί να είναι δύσκολο ή και αδύνατο να αντιγραφούν.

3.2.1.8 legal/issues

★ Are there any legal considerations that could arise in relation to your product/service?

Με δυνατές απαντήσεις

- none ,
- some (eg. product/service relative for health)
- critical (eg. product/service relative with artificial intelligence)

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση αυτή ζητάει από το χρήστη να εκτιμήσει κατά πόσο η χρήση του προϊόντος μπορεί να έχει νομικές προεκτάσεις. Για παράδειγμα μια εταιρία ιατρικών μηχανημάτων έχει κάποιες νομικές δεσμεύσεις και ένας αλγόριθμος τεχνητής νοημοσύνης που επεξεργάζεται εικόνες θα αντιμετωπίσει πολλές νομικές προκλήσεις.

3.2.1.9 country/target/sale

★ What is your potential market for your product/service?

Με δυνατές απαντήσεις

- Greece only(eg.Traditional musical instruments)
- Abroad only(eg.some medical methods)
- Global market (eg.web services)

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Εδώ, με την απάντησή του ο χρήστης προσδιορίζει την κύρια δυνητική αγορά του προϊόντος του, δηλαδή το που σκοπεύει να δραστηριοποιείται μελλοντικά.

3.2.1.10 country/target/production

★ In which market is your product/service targeting?

Με δυνατές απαντήσεις

- Greece only(eg.Chios Mastic)
- Greece and some countries (eg.oil production)
- International market(eg.uber services)

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

3.2.1.11 product/automation

★ How automated is your product/service?

Με δυνατές απαντήσεις

- none automated
- partially automated (eg.queries which help the support)
- Only automated (eg.google search)

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση αφορά τον βαθμό αυτοματοποίησης της παραγωγής. Υπάρχουν τρία επίπεδα και εδώ. Η παραγωγή μπορεί να είναι πλήρως αυτοματοποιημένη (βλ υπηρεσίες google, στις οποίες δεν εμπλέκεται ανθρώπινος παράγοντας την ώρα της παραγωγής), μερικώς αυτοματοποιημένη (πχ υπηρεσίες στις οποίες υπάρχει ανθρώπινο δυναμικό που ελέγχει κάποια στάδια της υπηρεσία) ή καθόλου αυτοματοποιημένη όπου όλη η διαδικασία παραγωγής εξαρτάται από τον ανθρώπινο παράγοντα. Η ερώτηση αυτή αποτελεί σημείο κλειδί για τα μελλοντικά κέρδη μιας εταιρίας. Μόνο μια επιχείρηση με ελάχιστο

ανθρώπινο παράγοντα έχει τη δυνατότητα να μεγιστοποιήσει το κέρδος της ανά εργαζόμενο, να ελαχιστοποιήσει το κόστος παραγωγής και να ξεπεράσει το φράγμα του 25%.

3.2.1.12 additional mannual labor

- ★ How does the structure of your product relate to the automation of your processes?(physical storage spaces)

Με δυνατές απαντήσεις

- additional mannual labor(electrical sales , storages eg.e-shop)
- partially additional mannual labor (sometimes usage of storage eg.drop service)
- none additional mannual labor(electronic sales eg.e-learning)

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση αυτή σχετίζεται επίσης με το βαθμό αυτοματοποίησης υπό την οπτική του ίδιου του προϊόντος -και όχι του τρόπου παραγωγής του. Αν το προϊόν είναι άυλο, τότε δεν απαιτείται ούτε αποθήκευσή του ούτε υπάρχει δυσκολία στην διανομή του. Στον αντίποδα, μια επιχείρηση διανομής αγαθών θα πρέπει να έχει μεγάλες αποθήκες ενώ υπάρχουν επιχειρήσεις που ενίοτε χρειάζονται πρόσθετη ανθρώπινη εργασία.

3.2.1.13 Sustainability

Τα Ηνωμένα Έθνη έχουν θέσει 17 παγκόσμιους αναπτυξιακούς στόχους που ονομάζονται Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs). Οι στόχοι τέθηκαν το 2016 με στόχο την «ειρήνη και ευημερία για τους ανθρώπους και τον πλανήτη, τώρα και στο μέλλον».

Οι ΣΒΑ δίνουν έμφαση στις διασυνδεδεμένες περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές πτυχές της αειφόρου ανάπτυξης, θέτοντας τη βιωσιμότητα στο επίκεντρό τους.

Οι σύντομοι τίτλοι των 17 ΣΒΑ είναι:

1. Εξάλειψη της φτώχειας
2. Μηδενική πείνα
3. Καλή υγεία και ευημερία
4. Ποιοτική εκπαίδευση
5. Ισότητα των φύλων
6. Καθαρό νερό και υγιεινή
7. Προσιτή και καθαρή ενέργεια
8. Αξιοπρεπής εργασία και οικονομική ανάπτυξη
9. Βιομηχανία, καινοτομία και υποδομές
10. Μειωμένες ανισότητες
11. Βιώσιμες πόλεις και κοινότητες
12. Υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή
13. Δράση για το κλίμα
14. Υποθαλάσσια ζωή
15. Πανίδα

16. Ειρήνη, δικαιοσύνη και ισχυροί θεσμοί

17. Συνεργασίες για τους στόχους

Εμείς ενδιαφερόμαστε για την βιωσιμότητα και την μείωση του ενεργειακού αποτυπώματος και αξιολογούμε αν η ιδέα ή το προϊόν της επιχείρησης συνεισφέρει στους παραπάνω στόχους.

- ★ Does your product achieve any of the following goals? (energy generation(renewables) , resource consumption , co2 immitions)

Με δυνατές απαντήσεις

- none of them
- reduce of C02 immitions and resource cosnsuption
- all of them

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση ζητά από τον χρήστη να προσδιορίσει αν το προϊόν συμβάλει με κάποιο τρόπο στην βιωσιμότητα του πλανήτη ή αν ο τρόπος παραγωγής του συμβάλει καταλυτικά στην μείωση της απαιτούμενης ενέργειας (πχ πλήρης ανακύκλωση υδάτινων πόρων στη διαδικασία της παραγωγής). Για παράδειγμα μια εταιρία που προσφέρει μελέτες για ενεργειακή αναβάθμιση κτηρίων ή μια εταιρία που παράγει έπιπλα από ανακυκλωμένες γόπες τσιγάρων θα διαλέξει την δεύτερη απάντηση.

- ★ Does your product achieve any of the other sdgs?

Με δυνατές απαντήσεις

- none
- partially

– fully

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση στοχεύει στο να διευκρινίσει κατά στο κατά πόσο το προϊόν σχετίζεται με την ευρύτερη ιδέα της κοινωνικής και συλλογικής σύνδεσης για την προστασία του ανθρώπου και του περιβάλλοντος. Στοιχεία όπως προϊόντα που συμβάλουν στο δίκαιο εμπόριο, στην καταπολέμηση της πείνας και της ανεργίας, στην φυλετική ισότητα και στην ισότητα φύλου, είναι αυτά που θα πάρουν τους περισσότερους βαθμούς.

3.2.1.14 Digitalisation

Το Digitalization αναφέρεται στην ψηφιοποίηση της εταιρίας. Οι ερωτήσεις έχουν αρθρωθεί έτσι ώστε να περιλαμβάνουν την ψηφιοποίηση των πωλήσεων, της παραγωγής, της διοίκησης και των logistics. Εδώ εμπεριέχεται και η έννοια του αυτοματισμού.

★ To what extent is your product/service digitized concerning sales processes?

Με δυνατές απαντήσεις

- mainly handheld except in some special situations
- partially automated
- all digitized and automated (eg.order , pricing)

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Εδώ ο χρήστης καλείται να απαντήσει στο κατά πόσο η διαδικασία της πώλησης, τιμολόγησης, κλπ, γίνεται ηλεκτρονικά και αυτόματα. Αν δηλαδή τα παραπάνω γίνονται χειροκίνητα ή περιστασιακώς μηχανογραφημένα ο χρήστης θα απαντήσει την πρώτη επιλογή, αν η διαδικασία είναι μερικώς αυτοματοποιημένη (για παράδειγμα χρησιμοποιούνται κάποια scripts αλλά και ανθρώπινη εργασία) θα απαντήσει την δεύτερη ενώ αν η διαδικασία είναι πλήρως αυτοματοποιημένη, το τρίτο.

- ★ How digitized is your product in terms of production and logistics?

Με δυνατές απαντήσεις

- everything manually
- partially automated
- everything automated (eg.amazon)

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Εδώ ο χρήστης προσδιορίζει τον βαθμό αυτοματοποίησης σε logistics και παραγωγή.

- ★ How digitized is your product in terms of others?

Με δυνατές απαντήσεις

- none digital management and learning
- partially digital management and learning
- digital management and emails

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση ζητά από τον χρήστη να προσδιορίσει σε τι βαθμό είναι ψηφιοποιημένη η διοίκηση της εταιρίας.

- ★ How digitized is your product in terms of learning?

Με δυνατές απαντήσεις

- none digital learning
- partially digital learning (luctures , lessons via web)

- digital learning (eg.udemy)

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση αφορά την διαδικασία εκμάθησης του προσωπικού και αν αυτή γίνεται με παραδοσιακό τρόπο σε τάξη, μερικώς ψηφιακά ή πλήρως αυτοματοποιημένα μέσω ηλεκτρονικών διαλέξεων.

3.2.2 Stage progress

Η παρακάτω ομάδα ερωτήσεων έχει σκοπό να ελέγξει την πρόοδο της εταιρίας σε διάφορους τομείς.

- ★ What is your mvp value? (minimum value product)

Με δυνατές απαντήσεις

- No I have not find it yet
- I have simulated
- Yes I have real

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Εδώ ο χρήστης προσδιορίζει το στάδιο ανάπτυξης MVP (Minimum Viable Product), δηλαδή της πρώτης εφικτής έκδοσης του προϊόντος ικανή να ικανοποιήσει τους πρώτους πελάτες, και αν αυτή είναι υπαρκτή, εικονική ή ακόμη δεν υπάρχει.

- ★ What is your market traction (analysis)?

Με δυνατές απαντήσεις

- I haven't done anything

- Yes I have focused in groups and made questions
- Yes I make questions in several groups

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση ζητά από τον χρήστη να προσδιορίσει αν έχει κάνει ανάλυση της αγοράς για το προϊόν του και αν αυτή δεν έχει γίνει καθόλου, έχει γίνει με τη μορφή ερωτηματολογίων και focus groups ή έχει γίνει συστηματικά με πολλά ερωτηματολόγιο και focus groups. Η απάντησή του δείχνει την πρόοδό του στην ανάλυση της αγοράς.

★ What is your team's complementarity ?

Με δυνατές απαντήσεις

- I think its low
- Maybe they have good roles
- They are very good at their roles

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Εδώ, ο χρήστης καλείται να απαντήσει στο αν οι ρόλοι που υπάρχουν στην επιχείρηση καλύπτουν τα διαφορετικά απαιτούμενα και σε τι βαθμό. Για παράδειγμα, αν υπάρχουν πολλά κενά που δεν καλύπτονται από δυναμικό τότε ο χρήστης θα πρέπει να δώσει την πρώτη απάντηση ενώ αν όλα τα πόστα είναι καλυμμένα με τον βέλτιστο δυνατό τρόπο τότε θα πρέπει να δώσει την τρίτη.

★ What is your team's experience?

Με δυνατές απαντήσεις

- Maybe low(0-10)

- They have some(11-15)
- They have years of experience(16-30)

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Ο χρήστης καλείται να απαντήσει στο πόση εμπειρία έχει αθροιστικά ολόκληρη η ομάδα εργασίας πάνω στο συγκεκριμένο αντικείμενο. Βλέπουμε ότι μια μεγάλη ομάδα θα σκοράρει μια καλή απάντηση, το ίδιο και μια μικρή ομάδα στην οποία ο καθένας έχει πολλά χρόνια εμπειρίας. Η ερώτηση αυτή είναι συμπληρωματική με την προηγούμενη, και μπορούμε να πούμε ότι μετρά την «συνολική ανθρωπο-εμπειρία» της. Δίνουν και οι δύο βάρος στην ποιότητα της ομάδας εργασίας από διαφορετικές πλευρές.

★ What is your market traction?

Με δυνατές απαντήσεις

- I haven't
- I have some potential customers
- I have already some customers who already paying

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Εδώ, εξετάζεται το κατά πόσο ο επιχειρηματίας έχει ήδη υπάρχουσα αγορά για το προϊόν, όχι δυνητική και στο πλαίσιο της έρευνας αλλά απτή και υπαρκτή. Αν δηλαδή δεν έχει καθόλου, έχει κάποιος πελάτες που έχουν πει ότι θα αγοράσουν το προϊόν όταν αυτό θα βγει ή κάποιους που ήδη τον πληρώνουν πριν ακόμη αυτό βγει στην αγορά.

★ Do you have internet presence?

Με δυνατές απαντήσεις

- No I haven't
- Yes I have a webpage
- Yes I have a webpage and social media (facebook,instagram)

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση εξετάζει το κατά πόσο η επιχείρηση έχει παρουσία στο διαδίκτυο.Οι απαντήσεις είναι αρθρωμένες με τρόπο που δεν επιτρέπουν στο χρήστη να δώσει παραπλανητική απάντηση αλλά τον αναγκάζουν να παρουσιάσει την πραγματική του πρόοδο.

★ What is your legal status ?

Με δυνατές απαντήσεις

- I haven't done anything
- Its ready
- Its already operating

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση εξετάζει την νομική και γραφειοκρατική ετοιμότητα της εταιρίας να ιδρυθεί ως φορέας.

★ Have you participated in any competition with your idea ?

Με δυνατές απαντήσεις

- I haven't participate yet
- I have some experience
- I have won some competitions

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Εξετάζεται το κατά πόσο η ιδέα του επίδοξου επιχειρηματία έχει δοκιμαστεί σε κάποιον διαγωνισμό.

★ Do you have financing?

Με δυνατές απαντήσεις

- I haven't
- I have some from friends and family
- I already have some investors (>5mil)

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Στην ερώτηση αυτή ο χρήστης καλείται να απαντήσει σε σχέση με την εύρεση επιχειρηματικών κεφαλαίων εκκίνησης.

★ What is your type of company ?

Με δυνατές απαντήσεις

- personal
- Non personal
- Its international

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Εδώ ο χρήστης καλείται να απαντήσει σε σχέση με τον τύπο της εταιρίας που σκοπεύει να φτιάξει. Η βαθμολογία δίνεται σχετικά με το καταστατικό και τη συγκρότηση που απαιτείται να υπάρχει για να δοθεί η αντίστοιχη απάντηση.

3.2.3 QUALITY OF PRESENTATION

Οι παρακάτω ερωτήσεις εξετάζουν τον βαθμό στον οποίο έχει γίνει η τελική ανάλυση για τη δημιουργία της εταιρίας και τον σχεδιασμό της σε βαθμό παρουσίασης.

★ Have you done vision statement ?

Με δυνατές απαντήσεις

- No I have no idea
- yes I am going to plan it
- yes I have done it

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Εδώ περιγράφεται από τον χρήστη ο βαθμός στον οποίο είναι ολοκληρωμένο το όραμα που μια εταιρεία επιθυμεί να επιτύχει μακροπρόθεσμα, γενικά σε χρονικό διάστημα πέντε έως δέκα ετών, ή μερικές φορές και περισσότερο.

★ Have you done maket analysis ?

Με δυνατές απαντήσεις

- No I haven't
- I am going to do it
- Yes I analyze these three categories market size, competition, and local business environment

Η ερώτηση καλεί τον χρήστη να απαντήσει αν έχει κάνει επαρκή χαρτογράφηση της αγοράς του προϊόντος που προτείνει.

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

★ Have you done competition analysis

Με δυνατές απαντήσεις

- No I haven't
- I am studying about it
- Yes I am identifying competitors in my industry and researching their different marketing strategies.

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Συμπληρωματικά με την προηγούμενη ερώτηση, εδώ ο χρήστης θα πρέπει να προσδιορίσει αν έχει κάνει ανάλυση του υπάρχοντος ανταγωνισμού στο πεδίο στο οποίο σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί.

★ Have you done swot analysis?

Με δυνατές απαντήσεις

- No I have no idea
- I am going to do it
- Yes I have done it

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Ο χρήστης καλείται να απαντήσει σε τί βαθμό έχει κάνει Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats analysis δηλαδή ανάλυση δυνατών σημείων, αδυναμιών, ευκαιριών και απειλών και άρα σε τι βαθμό υπάρχει επίγνωση των παραγόντων που επηρεάζουν τη λήψη μιας επιχειρηματικής απόφασης ή τη δημιουργία μιας επιχειρηματικής στρατηγικής.

★ Have you done 4p mix?

Με δυνατές απαντήσεις

- No I don't know what this is
- I am planning right now
- Yes I have found the 4 p(product,place,price ,promotion)

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Τα« τέσσερα P» είναι το προϊόν, η τιμή, ο τόπος και η προώθηση. Ο χρήστης καλείται να προσδιορίσει τον βαθμό στον οποίο γνωρίζει τα εργαλεία και τις μεθοδολογίες που απαιτούνται για την έξοδό του στην αγορά σε επίπεδο marketing.

★ Have you done sale projection ?

Με δυνατές απαντήσεις

- No I haven't thought it yet
- I am going to do it
- Yes I estimate future sales based on past performance and current trends.

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση προσδιορίζει το κατά πόσο ο χρήστης έχει κάνει μια εκτίμηση των μελλοντικών μεγεθών πωλήσεων για μια συγκεκριμένη περίοδο και με βάση κάποια σενάρια όπως την τρέχουσα κατάσταση της αγοράς και τη θέση της εταιρείας σε αυτήν.

★ What is your cost's projection ?

Με δυνατές απαντήσεις

- I haven't estimate it yet
- I am planning right now
- Yes I have predicted the total cost of the idea

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η ερώτηση εξετάζει το κατά πόσο έχει γίνει μελέτη του αθροίσματος όλων των δαπανών, άμεσων όσο και έμμεσων, που σχετίζονται με την ολοκλήρωση των εργασιών, και της προβλεπόμενης ανάγκης σε ώρες και κόστος για την περάτωση της εξόδου στην αγορά.

★ What are your needs in personnel?

Με δυνατές απαντήσεις

- I haven't estimate it yet
- I only can to predict
- Yes I know exactly

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Εδώ ο χρήστης καλείται να απαντήσει σχετικά με το αν γνωρίζει τις ανάγκες της επιχείρησής του σε προσωπικό και σε τι βαθμό.

★ Have you done a risk plan?

Με δυνατές απαντήσεις

- No I haven't thought it yet
- I am planning right now
- Yes I have identify the risks

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

Η τελευταία ερώτηση εξετάζει το κατά πόσο έχει γίνει μελέτη ρίσκου, δηλαδή σχέδιο διαχείρισης κινδύνου ώστε να γίνει πρόβλεψη των κινδύνων, εκτίμηση του των επιπτώσεων και σχέδια αντιμετώπισης των κακών σεναρίων.

Εδώ ολοκληρώνεται η παρουσίαση των 38 ερωτήσεων αξιολόγησης που προτείνουμε.

3.3 Συμπεράσματα και Σύνοψη

3.3.1 Ερωτήσεις

Ο τρόπος λοιπόν που έχει δομηθεί το ερωτηματολόγιο είναι ο εξής: Έχουμε τρεις κύριους τομείς που εξετάζουν την ποιότητα της ιδέας, την πρόοδο ως προς την υλοποίηση της ιδέας και την ποιότητα της παρουσίασης της. Κάθε τομέας έχει επιμέρους τμήματα. Συγκεκριμένα:

1. Ποιότητα της ιδέας: Ο τομέας αυτός έχει 19 ερωτήσεις και 8 υποτιμήματα (βαθμολογία από 19 έως 57) Οι ερωτήσεις εστιάζουν κυρίως στο προϊόν ή στον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης και όχι σε επίπεδο γραφειοκρατικών ζητημάτων:

(α') Scalability (2 ερωτήσεις) Εδώ εξετάζεται η δυνατότητα της επιχείρησης για μακροχρόνια κέρδη και επέκταση.

(β') Intellectual property (IP)(5 ερωτήσεις) Οι παρακάτω ερωτήσεις προσδιορίζουν τον βαθμό της πρωτοτυπίας της ιδέας της επιχείρησης και τις διάφορες πτυχές της καινοτομίας που ενσωματώνονται στην επιχείρηση. Αποσκοπούν δηλαδή στο να διαφανεί πραγματικά αν η επιχείρηση έχει οπουδήποτε είδους πρωτοτυπία στον πυρήνα της. Παρακάτω βλέπουμε ποιοι ακριβώς είναι οι τομείς που εξετάζονται.

- i. IP creation
- ii. Product / Service Innovation
- iii. Business Model Innovation
- iv. Technology Innovation
- v. copy/idea

(γ') Market timing Η ερώτηση αυτή θα μπορούσε να περιλαμβάνεται στην οικογένεια των ερωτήσεων που εξετάζουν την πρωτοτυπία. Επιλέξαμε όμως να τη διαχωρίσουμε γιατί αποτελεί μια ξεχωριστή κατηγορία και εξετάζει το κατά πόσο η επιχειρηματική ιδέα εκμεταλλεύεται την χρονική συγκυρία.

(δ') legal issues

Η ερώτηση αυτή αναφέρεται στο κατά πόσο το προϊόν (και όχι η εταιρία) μπορεί να εγείρει κάποια νομικά ζητήματα.

(ε') country target (2 ερωτήσεις) Εδώ εξετάζεται ο τρόπος παραγωγής και η αγορά την οποία στοχεύει το προϊόν.

(ς') product automation and additional manual labor (2 ερωτήσεις) Εδώ εξετάζεται ο βαθμός αυτοματοποίησης που προκύπτει ξανά από τη φύση του προϊόντος. Η αυτοματοποίηση είναι μια σημαντική παράμετρος που καθορίζει και τα μελλοντικά κέρδη μιας επιχείρησης.

(ζ') sustainability (2 ερωτήσεις) Εδώ εξετάζεται η περιβαλλοντική βιωσιμότητα του προϊόντος.

(η') Digitalisation (6 ερωτήσεις) Εδώ εξετάζεται ο βαθμός στον οποίο είναι ψηφιοποιημένο το προϊόν και κάποιες επιμέρους λειτουργίες της εταιρίας.

2. Στάδιο προόδου: Ο τομέας αυτός έχει 10 ερωτήσεις (βαθμολογία από 10 έως 30). Εδώ εξετάζεται ο βαθμός ετοιμότητας της επιχείρησης σε σχέση με επικείμενη ίδρυσή της.

3. Ποιότητα παρουσίασης : ο τομέας αυτός έχει 9 ερωτήσεις (βαθμολογία από 9 έως 27). Εδώ εξετάζεται το κατά πόσο η επιχείρηση είναι έτοιμη να βγει στην αγορά.

Βλέπουμε λοιπόν ότι ο πρώτος τομέας των ερωτήσεων αφορά το προϊόν και οι επόμενοι δύο την επιχείρηση και ο,τι τεχνικό αυτή χρειάζεται για να ιδρυθεί. Ο πρώτος

τομέας έχει 19 ερωτήσεις ενώ οι άλλοι δύο, έχουν αθροιστικά 19 ερωτήσεις. Φαίνεται λοιπόν ότι δίνουμε μεγάλο βάρος στην ουσία της ιδέας, την οποία όμως εξετάζουμε πολυπρισματικά, διότι αυτό είναι και το κλειδί για την επικερδή εξέλιξή της.

3.3.2 Απαντήσεις

Οι απαντήσεις έχουν διαμορφωθεί έτσι ώστε ο χρήστης να «αναγκαστεί» να εισάγει αληθή δεδομένα και στοιχεία και όχι τις δικές του εικασίες και ελπίδες. Είναι γραμμένες με τρόπο τέτοιο ώστε να εστιάζουν απευθείας στην ουσία του εγχειρήματος, επιτυγχάνοντας μια ουσιαστική και «σκληρή» εκτίμηση.

3.3.2.1 Βάρη

Έχουμε επιλέξει οι ερωτήσεις να είναι ισοβαρείς. Κάθε απάντηση μπορεί να δώσει 1,2 ή 3 βαθμούς στον χρήστη. Έχουμε διαμορφώσει τις ερωτήσεις έτσι ώστε το πλήθος τους να είναι αυτό που καθορίζει το ιδιαίτερο βάρος που δίνουμε σε κάθε τομέα. Όπως είδαμε και πριν, το βάρος που δίνουμε στην ποιότητα της ιδέας είναι το ίδιο με αυτό που δίνουμε στην ετοιμότητα της επιχείρησης να ιδρυθεί και να βγει στην αγορά (19 ερωτήσεις και 19 ερωτήσεις αντίστοιχα).

Μια σημαντική παρατήρηση που πρέπει να κάνουμε είναι ότι οι ερωτήσεις δεν ζητούν από τον χρήστη να μιλήσει για το είδος της εταιρίας ή του προϊόντος. Οι ερωτήσεις σκοπεύουν σε ποιοτικούς δείκτες που από μόνοι τους αποτελούν μια πυξίδα για το είδος της επιχείρησης. Για παράδειγμα, μια επιχείρηση που δραστηριοποιείται στη εστίαση θα αναγκαστεί να δώσει διαφορετικές απαντήσεις από μια εταιρία που στηρίζεται σε έναν αλγόριθμο. Έτσι, ενώ δεν έχουμε ζητήσει από τον χρήστη να μας πληροφορήσει για τον τίτλο ή το είδος του προϊόντος του, μπορούμε να κάνουμε μια εκτίμηση σε σχέση με τα

παραπάνω από τις απαντήσεις που μας έδωσε. Αν αυτό δεν είναι ακόμη κατανοητό στον αναγνώστη, θα γίνει προφανές στο Κεφάλαιο 5 όπου παρουσιάζουμε τις εφαρμογές του εργαλείου.

3.3.3 Πίνακας ερωτήσεων

Παρακάτω παρουσιάζουμε ένα συνοπτικό πίνακα των 38 ερωτήσεων με τις αντίστοιχες απαντήσεις.

1. **What is your estimated profit margin (profit / revenue) after 5 years of operation ?**
 - Up to 10%
 - 10-25%
 - More than 25%
2. **What is your average revenue(annual) per staff?**
 - <100k
 - 100-250k ,
 - >250k
3. **Will you be creating an intellectual property (ip)?**
 - none
 - minimal
 - substantial
4. **What is your level of innovation of your product / service?**
 - No real innovation. We integrate/repackage/rebrand existing products / services

- Our product / service is innovative, but at the level of the State of the Art in the domain
- Our product / service is highly innovative, clearly beyond the state of the art

5. How innovative is your business model?

- Our business model is common in the market.
- Our business model has elements of innovation (e.g. existing but not applied in this market / segment)
- Our business model is highly unique

και βαθμολογία 1 ,2,3 αντίστοιχα.

6. What is your level of technology innovation?

- Incremental innovation: improving an existing purpose using existing methods.
- Medium-Innovated Innovation: new means are offered for the fulfillment of existing or new purposes.
- Breakthrough innovation: These innovations are characterized in particular by the fact that completely new means or a new technology will meet a hitherto unknown need with great benefit to the customer.

7. Is there a significant opportunity in the market for your product/service?

- none relation (target for future opportunities),

- little relation (eg.sustainability clima change)
- Big time market opportunity (eg.a covid solution in time of covid)

8. How vulnerable is your idea to replication or imitation?

- possible to get copied,
- Dificult to get copied
- Product unique and protected by trade secrets

9. Are there any legal considerations that could arise in relation to your product/service?

- none ,
- some (eg. product/service relative for health)
- critical (eg. product/service relative with artificial intelligence)

10. What is the potential market for your product/service?

- Greece only(eg.Traditional musical instruments)
- Abroad only(eg.some medical methods)
- Global market (eg.web services)

11. In which market is your product/service targeting?

- Greece only(eg.Chios Mastic)
- Greece and some countries (eg.oil production)
- International market(eg.uber services)

12. How automated is your product/service?

- none automated
- partially automated (eg.queries which help the support)
- Only automated (eg.google search)

13. How does the structure of your product relate to the automation of your processes?(physical storage spaces)

- additional mannual labor(electronical sales , storages eg.e-shop)
- partially additional mannual labor (sometimes usage of storage eg.drop service)
- none additional mannual labor(electronic sales eg.e-learning)

14. Does your product achieve any of the following goals? (energy generation(renewables) , resource consupction , co2 immitions)

- none of them
- reduce of C02 immitions and resource cosnsupction
- all of them

15. Does your product achieve any of the other sdgs?

- none
- partially
- fully

16. To what extent is your product/service digitized concerning sales processes?

- mainly handheld except in some special situations
- partially automated
- all digitized and automated (eg.order , pricing)

17. How digitized is your product in terms of production and logistics?

- everything manually
- partially automated
- everything automated (eg.amazon)

18. How digitized is your product in terms of others?

- none digital management and learning
- partially digital management and learning
- digital management and emails

19. How digitized is your product in terms of learning?

- none digital learning
- partially digital learning (luctures , lessons via web)
- digital learning (eg.udemy)

20. What is your mvp value? (minimum value product)

- No I have not find it yet
- I have simulated
- Yes I have real

21. What is your market traction (analysis)?

- I haven't done anything
- Yes I have focused in groups and made questions
- Yes I make questions in several groups

22. What is your team's complementarity?

- I think its low
- Maybe they have good roles
- They are very good at their roles

23. What is your team's experience?

- Maybe low(0-10)
- They have some(11-15)
- They have years of experience(16-30)

24. What is your market tracion?

- I haven't
- I have some potential customers
- I have already some customers who already paying

25. Do you have internet presence?

- No I haven't
- Yes I have a webpage

- Yes I have a webpage and social media (facebook,instagram)

26. What is your legal status ?

- I haven't done anything
- Its ready
- Its already operating

27. Have you participate in any competition with your product ?

- I haven't participate yet
- I have some experience
- I have won some competitions

28. Do you have financing?

- I haven't
- I have some from friends and family
- I already have some investors (>5mil)

29. What is your type of company?

- personal
- Non personal
- It's international

30. Have you done vision statement ?

- No I have no idea

- yes I am going to plan it

- yes I have done it

31. Have you done maket analysis ?

- No I haven't

- I am going to do it

- Yes I analyze these three categories market size, competition, and local business environment

32. Have you done competition analysis

- No I haven't

- I am studying about it

- Yes I am identifying competitors in my industry and researching their different marketing strategies.

33. Have you done swot analysis?

- No I have no idea

- I am going to do it

- Yes I have done it

34. Have you done 4p mix?

- No I don't know what this is

- I am planning right now

- Yes I have found the 4 p(product,place,price ,promotion)

35. Have you done sale projection?

- No I haven't thought it yet
- I am going to do it
- Yes I estimate future sales based on past performance and current trends.

36. What is your cost projection ?

- I haven't estimate it yet
- I am planning right now
- Yes I have predicted the total cost of the idea

37. What are your needs in personnel?

- I haven't estimate it yet
- I only can to predict
- Yes I know exactly

38. Have you done risk plan?

- No I haven't thought it yet
- I am planning right now
- Yes I have identify the risks

Εδώ ολοκληρώνεται η παρουσίαση των 38 ερωτήσεων αξιολόγησης που προτείνουμε.

Εφαρμογή

Το εργαλείο που προτείνουμε μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε διάφορα στάδια δημιουργίας μιας επιχείρησης. Θα παρουσιάσουμε δύο συνοπτικά παραδείγματα ώστε να παρουσιαστεί με μεγαλύτερη πληρότητα και σαφήνεια ο τρόπος με τον οποίο λειτουργούν οι ερωτήσεις.

4.1 Παράδειγμα 1

Επιχείρηση εστίασης που εστιάζει στη βιωσιμότητα με έμπειρη ιδρυτική ομάδα. Το χαρακτηριστικό των προϊόντων που παράγονται και πωλούνται είναι το «zero waste», δηλαδή η διαδικασία της παραγωγής εκμεταλλεύεται πλήρως τις διαθέσιμες ύλες, ελαχιστοποιώντας την απόρριψή τους. Τα υλικά που χρησιμοποιούνται επιλέγονται έτσι ώστε να μην έρχονται «από μακριά», ώστε να ελαχιστοποιείται η έμμεση παραγωγή διοξειδίου του άνθρακα από την εταιρεία και η προμήθεια των αναλώσιμων (πιάτα κλπ) γίνεται από την τοπική αγορά. Αυτό φυσικά εμπεριέχει πιθανή αύξηση του κόστους. Θα υποθέσουμε επίσης ότι η χρηματοδότηση θα γίνει κυρίως από ίδια κεφάλαια και ότι το κομμάτι της παρουσίασης της επιχείρησης βρίσκεται σε καλό στάδιο. Θα δούμε παρακάτω πως ο συγκεκριμένος χρήστης θα απαντήσει τις 38 ερωτήσεις και τί σημαίνει αυτό για την εταιρία του.

4.1.1 Ποιότητα της ιδέας

1. What are is estimated profit margin (profit/revenue) after 5 years of operation?

Εδώ ο χρήστης θα απαντήσει αναγκαστικά Up to 10%, διότι μια παραδοσιακού τύπου επιχείρηση με ελάχιστο έως μηδενικό βαθμό αυτοματοποίησης δεν έχει την δυνατότητα να κάνει κάτι καλύτερο. Θα πάρει 1 βαθμό.

2. What is your average revenue(annual) per staff?

Η απάντηση και εδώ θα είναι η πρώτη, <100k , η οποία παίρνει και τους λιγότερους βαθμούς. Για αυτό ευθύνεται και πάλι ο μηδενικός βαθμός αυτοματοποίησης. Θα πάρει 1 βαθμό.

3. Will you be creating an intellectual property (ip) ?

Ο χρήστης θα δώσει και πάλι την πρώτη απάντηση, none, με τους λιγότερους βαθμούς. Το αντίστοιχο θα συνέβαινε με κάθε παραδοσιακού τύπου επιχείρηση, καθώς δεν παράγεται καμία πνευματική ιδιοκτησία. Θα πάρει 1 βαθμό.

4. What is your level of innovation of your product / service ?

Εδώ ο χρήστης μπορεί να δώσει την δεύτερη απάντηση, Our product / service is innovative, but at the level of the State of the Art in the domain, δεδομένου ότι προτείνει έναν νέο τρόπο παραγωγής φαγητού που όμως δεν αποτελεί μεγάλη καινοτομία. Θα πάρει 2 βαθμούς.

5. How innovative is your business model ?

Το ίδιο συμβαίνει και με την απάντησης αυτής της ερώτησης. Ο χρήστης θα δώσει τη δεύτερη απάντηση, Our business model has elements of innovation (e.g. existing but not applied in this market / segment), παίρνοντας 2 βαθμούς.

6. What is your level of technology innovation ?

Εδώ ο χρήστης δώσει την πρώτη απάντηση, Incremental innovation: improving an existing purpose using existing methods, και θα πάρει 1 βαθμό, καθώς η τεχνολογία που χρησιμοποιείται για την παραγωγή δεν περιέχει καμία καινοτομία

7. Is there a significant opportunity in the market for your product/service?

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση, little relation (eg.sustainability clima change), παίρνοντας 2 βαθμούς, καθώς η επιχείρηση χτίζεται πάνω στη λογική της βιωσιμότητας.

8. How vulnerable is your idea to replication or imitation?

Η ιδέα της συγκεκριμένης επιχείρησης είναι φυσικά πολύ εύκολο να αντιγραφεί. Έτσι, ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, possible to get copied, και θα πάρει 1 βαθμό.

9. Are there any legal considerations that could arise in relation to your product/service?

Εδώ ο χρήστης θα δώσει και πάλι την πρώτη απάντηση, none, η οποία θα του δώσει 1 βαθμό. Ο σκοπός αυτής της ερώτησης είναι να διερευνήσει το κατά πόσο η ιδέα κάνει ένα άνοιγμα και φέρει καινοτομία, γι αυτό και βαθμολογείται με αυτόν το τρόπο.

10. What is your potential market for your product/service?

Και πάλι, ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, Greece only(eg.Traditional musical instruments), και θα πάρει έναν βαθμό. Μια παραδοσιακή εμπορική επιχείρηση που δεσμεύεται από το τοπικό εμπόριο θα δώσει αναγκαστικά αυτήν την απάντηση.

11. In which market is your product/service targeting?

Παρόμοια περίπτωση και εδώ, ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, Greece only (eg.Chios Mastic), για 1 βαθμό.

12. How automated is your product/service?

Αν ο χρήστης χρησιμοποιεί έστω και μικρή αυτοματοποίηση στη διαδικασία παραγωγής, όπως για παράδειγμα αυτοματοποιημένο σύστημα διανομής των παραγγελιών στην κουζίνα, μπορεί να δώσει την δεύτερη απάντηση, partially automated (eg.queries which help the support), παίρνοντας 2 βαθμούς.

13. Is the structure of your product related to the automation of the production/distribution process?(physical storage spaces)

Στη προκειμένη περίπτωση, το ίδιο το προϊόν δεν έχει κανέναν βαθμό αυτοματοποίησης, επομένως και εδώ ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, additional mannual labor(electronical sales , storages eg.e-shop), παίρνοντας 1 βαθμό.

14. Does your product achieve any of the following goals? (energy generation(renewables), resource consupcion , co2 immitions)

Σε ό,τι αφορά την βιωσιμότητα, και παρότι η επιχείρηση εστιάζει σε αυτή, η απάντηση του χρήστη θα είναι η δεύτερη, reduce of C02 immitions and resource cosnsupcion, και θα πάρει 2 βαθμούς.

15. Does your product achieve any of the other sdgs?

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, none, και θα πάρει 1 βαθμό.

16. To what extent is your product/service digitized concerning sales processes?

Και εδώ ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, mainly handheld except in some special situations, παίρνοντας 1 βαθμό.

17. How digitized is your product in terms of production and logistics?

Στο δικό μας παράδειγμα, όλα γίνονται χειροκίνητα, επομένως ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, everything manually, παίρνοντας 1 βαθμό.

18. How digitized is your product in terms of others?

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, none digital management and learning, για έναν βαθμό.

19. How digitized is your product in terms of learning?

Το ίδιο και στην εδώ, ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, none digital learning, για έναν βαθμό.

4.1.2 Προοπτικές Βελτίωσης

Ολοκληρώνοντας την αξιολόγηση της ποιότητας της ιδέας ο χρήστης έχει βαθμολογία 24 /57. Βλέπουμε όμως ότι με κάποιες διορθώσεις υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης. Στις ερωτήσεις 14, 15, 16, 17 ο χρήστης έχει την δυνατότητα, κάνοντας μικρές τροποποιήσεις στη δομή της επιχείρησης, να πάρει έναν βαθμό παραπάνω, αυξάνοντας την βαθμολογία του σε 28/57, αγγίζοντας δηλαδή τη βάση.

Συγκεκριμένα,

14 Does your product achieve any of the following goals? (energy generation(renewables), resource consumption , co2 immitions)

Με χρήση ΑΠΕ, πχ φωτοβολταϊκών και με μετατροπή του κτηρίου που φιλοξενεί την επιχείρηση σε ενεργειακό ο χρήστης μπορεί να δώσει την τρίτη απάντηση και να πάρει 3 βαθμούς.

15 Does your product achieve any of the other sdgs?

Μια πρόταση για τη βελτίωση της απάντησης είναι η ποσόστωση σε άντρες και γυναίκες εργαζόμενους. Μια άλλη είναι η διανομή του φαγητού που δεν παρέχεται προς πώληση σε κοινωνικά ευάλωτες ομάδες. Έτσι ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση παίρνοντας 2 βαθμούς.

16 To what extent is your product/service digitized concerning sales processes?

Ένας τρόπος να δοθεί η δεύτερη απάντηση είναι να δίνεται η δυνατότητα στον πελάτη να κάνει ψηφιακή παραγγελία μέσω του ψηφιακού καταλόγου. Έτσι ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση και θα πάρει 2 βαθμούς.

17 How digitized is your product in terms of production and logistics?

Εδώ θα μπορούσε να γίνει η εξής τροποποίηση: δημιουργία απλών scripts που προβλέπουν την εξέλιξη και οργανώνουν την διαδικασία παραγγελιών πρώτων υλών.

4.1.3 Πρόοδος και παρουσίαση της ιδέας

Οι επόμενες 19 ερωτήσεις, που αφορούν την πρόοδο της επιχείρησης σε ό,τι αφορά την υλοποίηση της ιδέας και την ποιότητα της παρουσίασης έχουν χαρακτήρα αξιολόγησης αλλά και ένα επιπλέον χαρακτηριστικό. Καθοδηγούν τον χρήστη απέναντι στα βήματα που πρέπει να κάνει. Κάθε χρήστης, ανεξάρτητα με την καινοτομία που εμπεριέχεται στην ιδέα του μπορεί να πάρει υψηλή βαθμολογία υλοποιώντας τα κατάλληλα βήματα, τα οποία σχηματίζονται από τις απαντήσεις. Οι ερωτήσεις αυτές αποτελούν έναν χάρτη πλοήγησης μέσα στο τοπίο της αγοράς και φυσικά επηρεάζουν και την επενδυτική συμπεριφορά απέναντι στην επιχείρηση. Εμείς θα δώσουμε κάποιες ενδεικτικές απαντήσεις σύμφωνα με το προφίλ της επιχείρησης.

20. **What is your mvp value? (minimum value product)**

- No I have not find it yet
- I have simulated
- Yes I have real

Δεδομένου ότι η ομάδα έχει ήδη εμπειρία στον χώρο της εστίασης, θα δώσει την τρίτη απάντηση και θα πάρει 3 βαθμούς.

21. What is your market traction (analysis)?

- I haven't done anything
- Yes I have focused in groups and made questions
- Yes I make questions in several groups

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση και θα πάρει 1 βαθμό.

22. What is your team's complementarity?

- I think its low
- Maybe they have good roles
- They are very good at their roles

Δεδομένοι ότι υπάρχει ήδη ομάδα που λειτουργεί σε αυτό το πεδίο, ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση και θα πάρει 3 βαθμούς.

23. What is your team's experience?

- Maybe low(0-10)
- They have some(11-15)
- They have years of experience(16-30)

Και εδώ, δεδομένης της εμπειρίας της ομάδας ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση και θα πάρει 3 βαθμούς.

24. What is your market tracion?

- I haven't
- I have some potential customers
- I have already some customers who already paying

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση για 2 βαθμούς.

25. Do you have internet presence?

- No I haven't
- Yes I have a webpage
- Yes I have a webpage and social media (facebook,instagram)

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση για 3 βαθμούς.

26. What is your legal status ?

- I haven't done anything
- Its ready
- Its already operating

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση και θα πάρει 2 βαθμούς.

27. Have you participate in any competition with your product ?

- I haven't participate yet

- I have some experience
- I have won some competitions

Λόγω της φύσης του προϊόντος ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση για 1 βαθμό.

28. Do you have financing?

- I haven't
- I have some from friends and family
- I already have some investors (>5mil)

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση και θα πάρει 2 βαθμούς.

29. What is your type of company?

- personal
- Non personal
- It's international

Και εδώ, ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση και θα πάρει 2 βαθμούς.

30. Have you done vision statement ?

- No I have no idea
- yes I am going to plan it
- yes I have done it

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση και θα πάρει 2 βαθμούς.

31. Have you done maket analysis ?

- No I haven't
- I am going to do it
- Yes I analyze these three categories market size, competition, and local business environment

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση και θα πάρει 3 βαθμούς.

32. Have you done competition analysis

- No I haven't
- I am studying about it
- Yes I am identifying competitors in my industry and researching their different marketing strategies.

Και εδώ, ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση για 3 βαθμούς.

33. Have you done swot analysis?

- No I have no idea
- I am going to do it
- Yes I have done it

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση και θα πάρει 2 βαθμούς.

34. Have you done 4p mix?

- No I don't know what this is

- I am planning right now
- Yes I have found the 4 p(product,place,price ,promotion)

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση και θα πάρει 3 βαθμούς.

35. Have you done sale projection?

- No I haven't thought it yet
- I am going to do it
- Yes I estimate future sales based on past performance and current trends.

Δεδομένης της υπάρχουσας εμπειρίας, ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση και θα πάρει 3 βαθμούς.

36. What is your cost projection ?

- I haven't estimate it yet
- I am planning right now
- Yes I have predicted the total cost of the idea

Και εδώ, ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση για 3 βαθμούς.

37. What are your needs in personnel?

- I haven't estimate it yet
- I only can to predict
- Yes I know exactly

Και εδώ, ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση για 3 βαθμούς.

38. Have you done risk plan?

- No I haven't thought it yet
- I am planning right now
- Yes I have identify the risks

Ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση για 3 βαθμούς.

4.1.4 Συμπεράσματα

Ολοκληρώνοντας την αξιολόγηση της προόδου της υλοποίησης της ιδέας ο χρήστης έχει συγκεντρώσει βαθμολογία 47/57. Όπως είπαμε και παραπάνω, ο έμπειρος χρήστης ευνοείται σε αυτήν την κατηγορία.

4.2 Παράδειγμα 2

Mobile Chess Learning App: Η ιδέα που εξετάζουμε αποτελεί μια εφαρμογή που αποσκοπεί στην βελτίωση των σκακιστικών δεξιοτήτων με διαδραστικές ασκήσεις, μαθήματα και προκλήσεις. Μέσω της εφαρμογής προσφέρονται:

- ★ Διαδραστικά μαθήματα: Ενδιαφέροντα μαθήματα με βίντεο και σεμινάρια για τη διδασκαλία στρατηγικών και τακτικών σκακιού.
- ★ Εξάσκηση ασκήσεων: Διάφορες ασκήσεις πρακτικής για την ενίσχυση της μάθησης και τη βελτίωση των δεξιοτήτων επίλυσης προβλημάτων.
- ★ Ανάλυση παιχνιδιών
- ★ Παρακολούθηση προόδου
- ★ Λειτουργίες κοινωνικής δικτύωσης: Επιτρέπουν στους χρήστες να συνδέονται με άλλους λάτρεις του σκακιού, να προκαλούν ο ένας τον άλλον και να συμμετέχουν σε τουρνουά.

4.2.1 Ποιότητα της Ιδέας

1. What is your estimated profit margin (profit / revenue) after 5 years of operation ?

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, Up to 10%, λόγω της περιορισμένης αγοράς που υπάρχει για την εφαρμογή. Θα πάρει 1 βαθμό.

2. What is your average revenue(annual) per staff?

Και εδώ ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση <100k, μιας και θα απασχολεί ελάχιστους εργαζόμενους. Θα πάρει 1 βαθμό.

3. Will you be creating an intellectual property (ip)?

Εδώ ο χρήστης μπορεί να δώσει την δεύτερη απάντηση, minimal, αφού στην αγορά δεν υπάρχουν πανομοιότυπα προϊόντα. Θα πάρει 2 βαθμούς.

4. What is your level of innovation of your product / service ?

Και εδώ ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση, Our product / service is innovative, but at the level of the State of the Art in the domain, παίρνοντας 2 βαθμούς.

5. How innovative is your business model ?

Ο τρόπος που συστήνεται η συγκεκριμένη εφαρμογή στην αγορά δεν ενσωματώνει κάποια καινοτομία. Επομένως ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, Our business model is common in the market και θα πάρει 1 βαθμό.

6. What is your level of technology innovation?

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, Incremental innovation: improving an existing purpose using existing methods, καθώς χρησιμοποιεί υπάρχουσα τεχνολογία και θα πάρει 1 βαθμό.

7. Is there a significant opportunity in the market for your product/service?

Εδώ ο χρήστης θα δώσει και πάλι την πρώτη απάντηση, none relation (target for future opportunities), παίρνοντας 1 βαθμό.

8. How vulnerable is your idea to replication or imitation?

Η συγκεκριμένη ιδέα είναι εξαιρετικά ευάλωτη σε αντιγραφή, επομένως ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, possible to get copied, παίρνοντας 1 βαθμό.

9. Are there any legal considerations that could arise in relation to your product/service?

Εδώ δεν τίθεται κανένα ζήτημα νομικής φύσης σε σχέση με το προϊόν επομένως ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, none, παίρνοντας 1 βαθμό.

10. What is your potential market for your product/service?

Η αγορά στην οποία στοχεύει η εφαρμογή είναι παγκόσμια. Επομένως ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση, Global market (eg.web services), παίρνοντας 3 βαθμούς.

11. In which market is your product/service targeting?

Και σε αυτή την ερώτηση ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση International market(eg.uber services), παίρνοντας 3 βαθμούς.

12. How automated is your product/service?

Η εφαρμογή είναι πλήρως αυτοματοποιημένη. Επομένως ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση, Only automated (eg.google search) και θα πάρει 3 βαθμούς.

13. How does the structure of your product relate to the automation of your processes?(physical storage spaces)

Η φύση της εφαρμογής είναι αυτοματοποιημένη, επομένως ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση, none additional mannual labor(electronic sales eg.e-learning), και θα πάρει 3 βαθμούς.

14. Does your product achieve any of the following goals? (energy generation(renewables), resource consupction, co2 immitions)

Το προιόν δεν συμβάλει με κάποιον τρόπο στη βιωσιμότητα, επομένως ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, none of them, παίρνοντας 1 βαθμό.

15. Does your product achieve any of the other sdgs?

Όμοια και εδώ, ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση, none, παίρνοντας 1 βαθμό.

16. To what extent is your product/service digitized concerning sales processes?

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση, partially automated, αφού η διαδικασία των πωλήσεων είναι μερικώς αυτοματοποιημένη. Θα πάρει 2 βαθμούς.

17. How digitized is your product in terms of production and logistics?

Και εδώ, ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση, partially automated, παίρνοντας 2 βαθμούς.

18. How digitized is your product in terms of others?

Η διαχείριση της επιχείρησης θα γίνεται ψηφιακά, επομένως ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση, digital management and emails, και θα πάρει 3 βαθμούς.

19. How digitized is your product in terms of learning?

Και πάλι ο χρήστης θα δώσει την τρίτη απάντηση, digital learning (eg.udemy), αφού η φύση της ιδέας του του επιτρέπει να λειτουργεί σχεδόν εξολοκλήρου ψηφιακά. Θα πάρει 3 βαθμούς.

4.2.2 Προοπτικές Βελτίωσης

Σε ο,τι αφορά την ποιότητα της ιδέας, ο χρήστης παίρνει βαθμολογία 35/57. Υπάρχουν κάποια περιθώρια βελτίωσης που αφορούν της ερωτήσεις 7, 15, 16. Συγκεκριμένα:

7 Is there a significant opportunity in the market for your product/service?

Η επιχείρηση και η ιδέα θα μπορούσε να συνδεθεί με κάποιο τρόπο με την έννοια της βιωσιμότητας ή με κάποιο άλλο μέγιστο κοινωνικό γεγονός και έτσι ο χρήστης θα μπορεί να δώσει την δεύτερη απάντηση, παίρνοντας 2 βαθμούς.

15 Does your product achieve any of the other sdgs?

Σε άμεση σχέση με το παραπάνω, αν για παράδειγμα για κάθε 10 φορές που η εφαρμογή θα αγοραστεί δίνεται ένα ποσό για την καταπολέμηση της φτώχειας, η χρήστης μπορεί να δώσει την δεύτερη απάντηση, παίρνοντας 2 βαθμούς.

16 To what extent is your product/service digitized concerning sales processes?

Αν ο χρήστης καταφέρει να ψηφιοποιήσει πλήρως την διαδικασία των πωλήσεων θα μπορέσει να δώσει την τρίτη απάντηση και να πάρει 3 βαθμούς

Με τις παραπάνω τροποποιήσεις ο χρήστης θα πάρει βαθμολογία 38/57.

4.2.3 Πρόοδος και παρουσίαση της ιδέας

20. **What is your mvp value? (minimum viable product)**

- No I have not find it yet
- I have simulated
- Yes I have real

Εδώ ο χρήστης θα δώσει τη δεύτερη απάντηση και θα πάρει 2 βαθμούς.

21. **What is your market traction (analysis)?**

- I haven't done anything
- Yes I have focused in groups and made questions
- Yes I make questions in several groups

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση και θα πάρει 1 βαθμό.

22. **What is your team's complementarity?**

- I think its low
- Maybe they have good roles
- They are very good at their roles

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση και θα πάρει 2 βαθμούς.

23. What is your team's experience?

- Maybe low(0-10)
- They have some(11-15)
- They have years of experience(16-30)

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση και θα πάρει 1 βαθμό.

24. What is your market tracion?

- I haven't
- I have some potential customers
- I have already some customers who already paying

Εδώ ο χρήστης θα δώσει τη δεύτερη απάντηση και θα πάρει 2 βαθμούς.

25. Do you have internet presence?

- No I haven't
- Yes I have a webpage
- Yes I have a webpage and social media (facebook,instagram)

Και εδώ, ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση και θα πάρει 2 βαθμούς.

26. What is your legal status ?

- I haven't done anything
- Its ready
- Its already operating

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση και θα πάρει 1 βαθμό.

27. Have you participate in any competition with your product ?

- I haven't participate yet
- I have some experience
- I have won some competitions

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση και θα πάρει 2 βαθμούς.

28. Do you have financing?

- I haven't
- I have some from friends and family
- I already have some investors (>5mil)

Και εδώ, ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση και θα πάρει 2 βαθμούς.

29. What is your type of company?

- personal
- Non personal
- It's international

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση για 1 βαθμό.

30. Have you done vision statement ?

- No I have no idea
- yes I am going to plan it
- yes I have done it

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση για 2 βαθμούς.

31. Have you done maket analysis ?

- No I haven't
- I am going to do it
- Yes I analyze these three categories market size, competition, and local business environment

Και εδώ, ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση για 2 βαθμούς.

32. Have you done competition analysis

- No I haven't
- I am studying about it
- Yes I am identifying competitors in my industry and researching their different marketing strategies.

Και πάλι, ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση για 2 βαθμούς.

33. Have you done swot analysis?

- No I have no idea
- I am going to do it
- Yes I have done it

Όμοια, εδώ ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση για 2 βαθμούς.

34. Have you done 4p mix?

- No I don't know what this is
- I am planning right now
- Yes I have found the 4 p(product,place,price ,promotion)

Και εδώ, ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση για 2 βαθμούς.

35. Have you done sale projection?

- No I haven't thought it yet
- I am going to do it
- Yes I estimate future sales based on past performance and current trends.

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση για 1 βαθμό.

36. What is your cost projection ?

- I haven't estimate it yet
- I am planning right now
- Yes I have predicted the total cost of the idea

Και εδώ, ο χρήστης θα δώσει την πρώτη απάντηση για 1 βαθμό.

37. What are your needs in personnel?

- I haven't estimate it yet
- I only can to predict
- Yes I know exactly

Εδώ ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση για 2 βαθμούς.

38. Have you done risk plan?

- No I haven't thought it yet
- I am planning right now
- Yes I have identify the risks

Και στην τελευταία ερώτηση ο χρήστης θα δώσει την δεύτερη απάντηση για 2 βαθμούς.

4.2.4 Συμπεράσματα

Ο χρήστης σε αυτό το σκέλος της αξιολόγησης συγκέντρωσε βαθμολογία 32/57. Ο βαθμός αυτός αντικατοπτρίζει εν μέρει και την επιχειρηματική εμπειρία που υποθέσαμε ότι έχει.

4.3 Συμπεράσματα

Βλέπουμε ότι το εργαλείο δίνει μεγαλύτερες βαθμολογίες σε ιδέες που αφορούν άυλα προϊόντα και πραγματικά καινοτόμες ιδέες. Τα δύο βασικά σημεία τα οποία εξαρτώνται από την ουσία της ιδέας του χρήστη και είναι δύσκολο να τροποποιηθούν από μελλοντικές κινήσεις του που δεν αφορούν την πλήρη αναδιαμόρφωση της επιχείρησης είναι τα εξής:

1. Ο βαθμός αυτοματοποίησης.

Η αυτοματοποίηση εξετάζεται σε όλα τα στάδια της διαδικασίας παραγωγής. Αφορά όμως και το ίδιο το προϊόν. Είναι άμεσο ότι κάποιες επιχειρήσεις δεν έχουν τη δυνατότητα να επιτύχουν μέγιστο βαθμό αυτοματοποίησης. Επιπλέον το κατά πόσο είναι αυτοματοποιημένο το ίδιο το προϊόν, επηρεάζει και την δυνατότητα που έχει να προσεγγίσει μικρότερη ή μεγαλύτερη αγορά.

2. Η εκτιμώμενη επέκταση της επιχείρησης σε βάθος χρόνου.

Το δεύτερο αφορά και το πλήθος ανθρώπινου δυναμικού που αυτή εκτιμάται ότι θα απασχολήσει.

Φυσικά και τα δύο αυτά στοιχεία αποτελούν ισχυρά κριτήρια για τους δυνάμει επενδυτές.

4.4 Συγκριτικός πίνακας

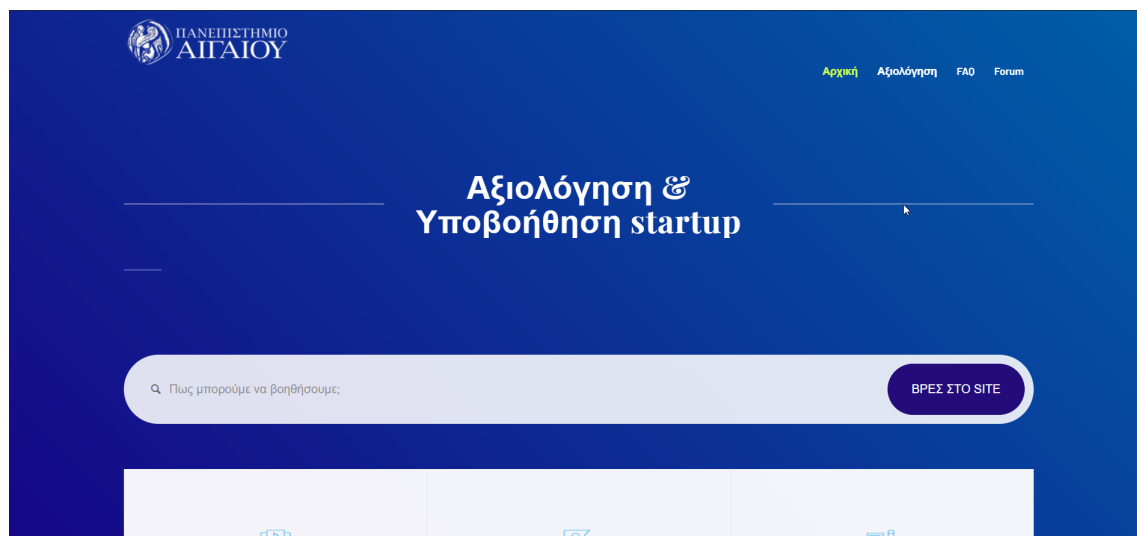
Παρακάτω παρουσιάζουμε έναν πίνακα με τα βασικά χαρακτηριστικά των εργαλείων που εξετάσαμε.

Χαρακτηριστικά	Εργαλεία					
	ValidatorAI	Checkmyidea-ai	Ideabuddy	ValueProp.Dev	Idea Generator	Εργαλείο Αξιολόγησης
Λειτουργεί με A.I.	•	•	•	•	•	
Κάνει χαρτογράφηση της αγοράς		•	•			
Περιέχει idea generator	•	•	•	•	•	
Εξετάζει την ποιότητα της ιδέας με δείκτες						•
Εξετάζει την πρόοδο ως προς την υλοποίηση της ιδέας			•			•
Εξετάζει την πρόοδο ως προς την χαρτογράφηση της αγοράς			•			•
Είναι διαδραστικό			•			
Έχει accelerator	•	•	•			
Καθοδηγεί ως προς μελλοντικά βήματα			•			•
Βαθμολογεί την ιδέα		•	•			•

Το Εργαλείο Αξιολόγη- σης

Πριν προχωρήσουμε στα συμπεράσματα θα δώσουμε μια αδρή περιγραφή του εργαλείου και θα παρουσιάσουμε την εφαρμογή των παραδειγμάτων που είδαμε παραπάνω, όπως αυτά προκύπτουν από τη χρήση του εργαλείου αξιολόγησης που φτιάξαμε.

5.1 Παρουσίαση



Σχήμα 5.1.1:

What is the estimated profit margin (profit / revenue) after 5 years of operation ?

☐ Up to 10% ☐ 10-25% ☐ More than 25%

What is the average revenue(annual) per staff?

☐ <100k ☐ 100-250k ☐ >250k

Will you be creating an intellectual property (IP) ?

☐ none ☐ minimal ☐ substantial

What is the level of innovation of your product / service ?

☐ No real innovation. We integrate/repackage/rebrand existing products / services

☐ Our product / service is innovative, but at the level of the State of the Art in the domain

☐ Our product / service is highly innovative, clearly beyond the state of the art

How innovative is your business model ?

☐ Our business model is common in the market.

☐ Our business model has elements of innovation (e.g. existing but not applied in this market / segment)

☐ Our business model is highly unique

Σχήμα 5.1.2:

In which market is your product/service targeting?

☐ Greece only(eg.Chios Mastic) ☐ Greece and some countries (eg.oil production)

☐ International market(eg.uber services)

How does the structure of your product relate to the automation of your processes?(physical storage spaces)

☐ additional manual labor(electrical sales , storages eg.e-shop)

☐ partially additional manual labor (sometimes usage of storage eg.drop service)

☐ none additional manual labor(electronic sales eg.e-learning)

Does your product achieve any of the following goals? (energy generation(renewables) , resource consumption , CO2 imitations)

☐ none of them ☐ reduce of CO2 imitations and resource consumption ☐ all of them

Does your product achieve any of the other SDGs?

☐ none ☐ partially ☐ fully

To what extent is your product/service digitized concerning sales processes?

☐ mainly handheld except in some special situations ☐ partially automated

☐ everything manually
 ☐ partially automated
 ☐ everything automated (eg.amazon)

How digitized is your product in terms of others?
☐ none digital management and learning
 ☐ partially digital management and learning
 ☐ digital management and emails

How digitized is your product in terms of learning?
☐ none digital learning
 ☐ partially digital learning (luctures , lessons via web)
 ☐ digital learning (eg.udemy)

What is the level of technology innovation ?
☐ Incremental innovation: improving an existing purpose using existing methods.
 ☐ Medium-Innovated Innovation: new means are offered for the fulfillment of existing or new purposes.
 ☐ Breakthrough innovation: These innovations are characterized in particular by the fact that completely new means or a new technology will meet a hitherto unknown need with great benefit to the customer.

How automated is your product/service?
☐ none automated
 ☐ partially automated (eg.queries which help the support)

Σχήμα 5.1.5:

What is your cost projection ?
☐ I haven't estimate it yet
 ☐ I am planning right now
 ☐ Yes I have predicted the total cost of the idea

What is your needs in personnel?
☐ I haven't estimate it yet
 ☐ I only can to predict
 ☐ Yes I know exactly

Have you done risk plan?
☐ No I haven't thought it yet
 ☐ I am planning right now
 ☐ Yes I have identify the risks

Have you done sale projection ?
☐ No I haven't thought it yet
 ☐ I am going to do it
 ☐ Yes I estimate future sales based on past performance and current trends.

Quality of the Idea

What is the estimated profit margin (profit / revenue) after 5 years of operation ?
☐ Up to 10%
 ☐ 10-25%
 ☐ More than 25%

Σχήμα 5.1.6:

Quality of Presentation

Have you done vision statement ?

- ☐ No I have no idea ☐ yes I am going to plan it ☐ yes I have done it

Have you done maket analysis ?

- ☐ No I haven't ☐ I am going to do it
☐ Yes I analyze these three categories market size, competition, and local business environment

Have you done competition analysis

- ☐ No I haven't ☐ I am studying about it
☐ Yes I am identifying competitors in my industry and researching their different marketing strategies.

Have you done swot analysis?

- ☐ No I have no idea ☐ I am going to do it ☐ Yes I have done it

Have you done 4p mix?

- ☐ No I don't know what this is ☐ I am planning right now
☐ Yes I have found the 4 p(product,place,price_promotion)
[Netflix]



Σχήμα 5.1.7:

Stage progress

What is your mvp value? (minimum value product)

- ☐ No I have not find it yet ☐ I have simulated ☐ Yes I have real

What is your market traction (analysis)?

- ☐ I haven't done anything ☐ Yes I have focused in groups and made questions
☐ Yes I make questions in several groups

What is your team complementarity ?

- ☐ I think its low ☐ Maybe they have good roles ☐ They are very good at their roles

What is your team experience?

- ☐ Maybe low(0-10) ☐ They have some(11-15) ☐ They have years of experience(16-30)

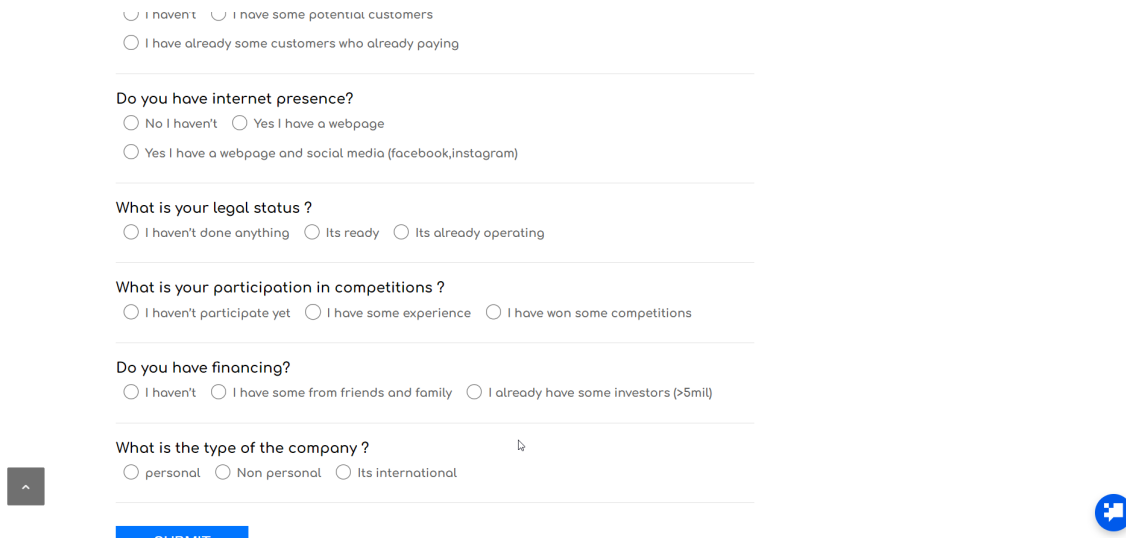
What is your market tracion?

- ☐ I haven't ☐ I have some potential customers
☐ I have already some customers who already paying

Do you have internet presence?



Σχήμα 5.1.8:



☐ I haven't ☐ I have some potential customers
☐ I have already some customers who already paying

Do you have internet presence?

☐ No I haven't ☐ Yes I have a webpage
☐ Yes I have a webpage and social media (facebook,instagram)

What is your legal status ?

☐ I haven't done anything ☐ Its ready ☐ Its already operating

What is your participation in competitions ?

☐ I haven't participate yet ☐ I have some experience ☐ I have won some competitions

Do you have financing?

☐ I haven't ☐ I have some from friends and family ☐ I already have some investors (>5mil)

What is the type of the company ?

☐ personal ☐ Non personal ☐ Its international

Σχήμα 5.1.9:

5.2 Παράδειγμα 1

Υπενθυμίζουμε ότι, το πρώτο μας παράδειγμα αφορά επιχείρηση εστίασης που εστιάζει στη βιωσιμότητα με έμπειρη ιδρυτική ομάδα. Το χαρακτηριστικό των προϊόντων που παράγονται και πωλούνται είναι το «zero waste», δηλαδή η διαδικασία της παραγωγής εκμεταλλεύεται πλήρως τις διαθέσιμες ύλες, ελαχιστοποιώντας την απόρριψή τους. Τα υλικά που χρησιμοποιούνται επιλέγονται έτσι ώστε να μην έρχονται «από μακριά», ώστε να ελαχιστοποιείται η έμμεση παραγωγή διοξειδίου του άνθρακα από την εταιρεία και η προμήθεια των αναλώσιμων (πιάτα κλπ) γίνεται από την τοπική αγορά. Θα δούμε αυτό το παράδειγμα στο περιβάλλον του εργαλείου αυτοαξιολόγησης.

^

What is your cost projection ?
☐ I haven't estimate it yet ☐ I am planning right now
☒ Yes I have predicted the total cost of the idea

What is your needs in personnel?
☐ I haven't estimate it yet ☒ I only can to predict ☐ Yes I know exactly

Have you done risk plan?
☒ No I haven't thought it yet ☐ I am planning right now ☐ Yes I have identify the risks

Have you done sale projection ?
☒ No I haven't thought it yet ☐ I am going to do it
☐ Yes I estimate future sales based on past performance and current trends.

Quality of the Idea

What is the estimated profit margin (profit / revenue) after 5 years of operation ?
☒ Up to 10% ☐ 10-25% ☐ More than 25%

^

Σχήμα 5.2.1:

^

What is the average revenue(anual) per staff?
☒ <100k ☐ 100-250k ☐ >250k

Will you be creating an intellectual property (IP) ?
☒ none ☐ minimal ☐ sustantial

What is the level of innovation of your product / service ?
☒ No real innovation. We integrote/repacage/rebrand existing products / services
☐ Our product / service is innovative, but at the level of the State of the Art in the domain
☐ Our product / service is highly innovative, clearly beyond the state of the art

How innovative is your business model ?
☐ Our business model is common in the market.
☒ Our business model has elements of innovation (e.g. exising but not applied in this market / segment)
☐ Our business model is highly unique

^

Is there a significant opportunity in the market for your product/service?
☐ none relation (target for future opporunities) ☒ little relation (eg.sustainability clima change)

Σχήμα 5.2.2:

Are there any legal considerations that could arise in relation to your product/service?

☒ none ☐ some (eg. product/service relative for health)
☐ critical (eg. product/service relative with artificial intelligence)

What is the potential market for your product/service?

☒ Greece only(eg.Traditional musical instruments) ☐ Abroad only(eg.some medical methods)
☐ Global market (eg.web services)

In which market is your product/service targeting?

☒ Greece only(eg.Chios Mastic) ☐ Greece and some countries (eg.oil production)
☐ International market(eg.uber services)

How does the structure of your product relate to the automation of your processes?(physical storage spaces)

☐ additional manual labor(electronic sales , storages eg.e-shop)
☒ partially additional manual labor (sometimes usage of storage eg.drop service)
☐ none additional manual labor(electronic sales eg.e-learning)

Describe your business model of the following product/service

Σχήμα 5.2.3:

Does your product achieve any of the other SDGS?

☒ none ☐ partially ☐ fully

To what extent is your product/service digitized concerning sales processes?

☒ mainly handheld except in some special situations ☐ partially automated
☐ all digitized and automated (eg.order , pricing)

How digitized is your product in terms of production and logistics?

☐ everything manually ☐ partially automated ☐ everything automated (eg.amazon)

How digitized is your product in terms of others?

☒ none digital management and learning ☐ partially digital management and learning
☐ digital management and emails

How digitized is your product in terms of learning?

☐ none digital learning ☒ partially digital learning (lectures , lessons via web)
☐ digital learning (eg.udemy)

What is the level of technology innovation ?

Σχήμα 5.2.4:

☐ digital learning (eg.udemy)

What is the level of technology innovation ?

☒ Incremental innovation: improving an existing purpose using existing methods.

☐ Medium-Innovated Innovation: new means are offered for the fulfillment of existing or new purposes.

☐ Breakthrough innovation: These innovations are characterized in particular by the fact that completely new means or a new technology will meet a hitherto unknown need with great benefit to the customer.

How automated is your product/service?

☒ none automated ☐ partially automated (eg.queries which help the support)

☐ Only automated (eg.google search)

Stage progress

What is your mvp value? (minimum value product)

☐ No I have not find it yet ☒ I have simulated ☐ Yes I have real

What is your market traction (analysis)?

Σχήμα 5.2.5:

☐ No I have not find it yet ☒ I have simulated ☐ Yes I have real

What is your market traction (analysis)?

☐ I haven't done anything ☒ Yes I have focused in groups and made questions

☐ Yes I make questions in several groups

What is your team complementarity ?

☐ I think its low ☒ Maybe they have good roles ☐ They are very good at their roles

What is your team experience?

☐ Maybe low(0-10) ☐ They have some(11-15) ☒ They have years of experience(16-30)

What is your market tracion?

☐ I haven't ☒ I have some potential customers

☐ I have already some customers who already paying

Do you have internet presence?

☐ No I haven't ☐ Yes I have a webpage

☒ Yes I have a webpage and social media (facebook,instagram)

Σχήμα 5.2.6:

Do you have internet presence?

☐ No I haven't
 ☐ Yes I have a webpage
 ☒ Yes I have a webpage and social media (facebook,instagram)

What is your legal status ?

☒ I haven't done anything
 ☐ Its ready
 ☐ Its already operating

What is your participation in competitions ?

☒ I haven't participate yet
 ☐ I have some experience
 ☐ I have won some competitions

Do you have financing?

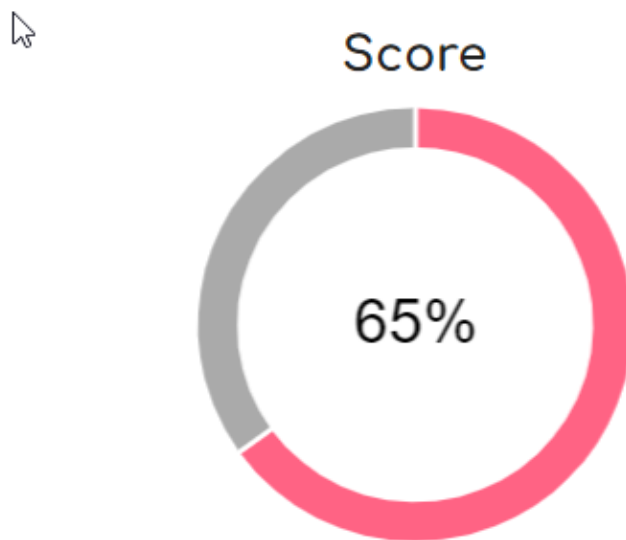
☐ I haven't
 ☒ I have some from friends and family
 ☐ I already have some investors (>5mil)

What is the type of the company ?

☐ personal
 ☐ Non personal
 ☒ Its international

SUBMIT

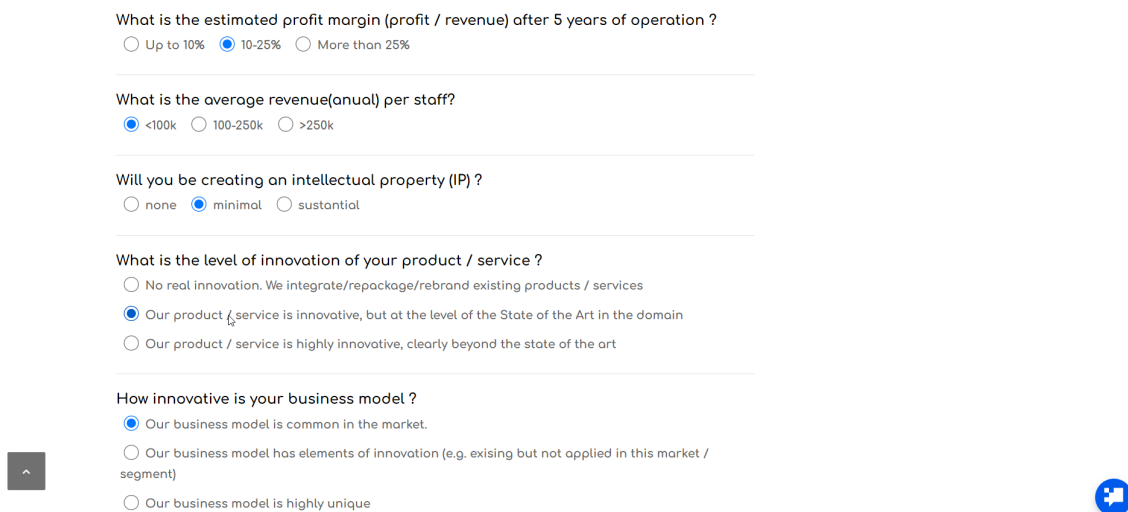
Σχήμα 5.2.7:



Σχήμα 5.2.8:

5.3 Παράδειγμα 2

Υπενθυμίζουμε ότι το δεύτερο παράδειγμα πρόκειται περί ενός Mobile Chess Learning App: Η ιδέα που εξετάζουμε αποτελεί μια εφαρμογή που αποσκοπεί στην βελτίωση των σκακιστικών δεξιοτήτων με διαδραστικές ασκήσεις, μαθήματα και προκλήσεις. Θα δούμε παρακάτω πώς γίνεται η αξιολόγηση στο περιβάλλον του εργαλείου αυτοαξιολόγησης.



What is the estimated profit margin (profit / revenue) after 5 years of operation ?

☐ Up to 10% ☒ 10-25% ☐ More than 25%

What is the average revenue(annual) per staff?

☒ <100k ☐ 100-250k ☐ >250k

Will you be creating an intellectual property (IP) ?

☐ none ☒ minimal ☐ substantial

What is the level of innovation of your product / service ?

☐ No real innovation. We integrate/repackage/rebrand existing products / services

☒ Our product / service is innovative, but at the level of the State of the Art in the domain

☐ Our product / service is highly innovative, clearly beyond the state of the art

How innovative is your business model ?

☒ Our business model is common in the market.

☐ Our business model has elements of innovation (e.g. existing but not applied in this market / segment)

☐ Our business model is highly unique

Σχήμα 5.3.1:

☒ International market(eg.uber services)

How does the structure of your product relate to the automation of your processes?(
physical storage spaces)

☐ additional manual labor(electronic sales , storages eg.e-shop)
 ☐ partially additional manual labor (sometimes usage of storage eg.drop service)
 ☒ none additional manual labor(electronic sales eg.e-learning)

Does your product achieve any of the following goals? (energy
generation(renewables) , resource consumption , CO2 immissions)

☒ none of them
 ☐ reduce of CO2 immissions and resource consumption
 ☐ all of them

Does your product achieve any of the other SDGS?

☒ none
 ☐ partially
 ☐ fully

To what extent is your product/service digitized concerning sales processes?

☐ mainly handheld except in some special situations
 ☒ partially automated
 ☐ all digitized and automated (eg.order , pricing)

How digitized is your product in terms of production and logistics?




How automated is your product/service?

☐ none automated ☐ partially automated (eg.queries which help the support)

☒ Only automated (eg.google search)

Stage progress

What is your mvp value? (minimum value product)

☐ No I have not find it yet ☒ I have simulated ☐ Yes I have real

What is your market traction (analysis)?

☐ I haven't done anything ☒ Yes I have focused in groups and made questions

☐ Yes I make questions in several groups

What is your team complementarity ?

☐ I think its low ☐ Maybe they have good roles ☒ They are very good at their roles

What is your team experience?

☐ Maybe low(0-10) ☒ They have some(11-15) ☐ They have years of experience(16-30)

What is your market traction?

☐ I haven't
 ☒ I have some potential customers
 ☐ I have already some customers who already paying

Do you have internet presence?

☐ No I haven't
 ☐ Yes I have a webpage
 ☒ Yes I have a webpage and social media (facebook,instagram)

What is your legal status ?

☐ I haven't done anything
 ☐ Its ready
 ☒ Its already operating

What is your participation in competitions ?

☐ I haven't participate yet
 ☒ I have some experience
 ☐ I have won some competitions

Do you have financing?

☐ I haven't
 ☐ I have some from friends and family
 ☒ I already have some investors (>5mil)

What is the type of the company ?

☐ personal
 ☒ Non personal
 ☐ Its international

Σχήμα 5.3.6:

Have you done market analysis?

☐ No I have no idea
 ☐ I am going to do it
 ☒ Yes I have done it

Have you done 4p mix?

☐ No I don't know what this is
 ☐ I am planning right now
 ☒ Yes I have found the 4 p(product,place,price ,promotion)

What is your cost projection ?

☐ I haven't estimate it yet
 ☒ I am planning right now
 ☐ Yes I have predicted the total cost of the idea

What is your needs in personnel?

☐ I haven't estimate it yet
 ☒ I only can to predict
 ☐ Yes I know exactly

Have you done risk plan?

☐ No I haven't thought it yet
 ☒ I am planning right now
 ☐ Yes I have identify the risks

Have you done sale projection ?

☐ No I haven't thought it yet
 ☐ I am going to do it
 ☒ Yes I estimate future sales based on past performance and current trends.

Σχήμα 5.3.7:

Quality of Presentation | Quality of the Idea | Stage progress

Quality of Presentation

Have you done vision statement ?

☐ No I have no idea ☐ yes I am going to plan it ☒ yes I have done it

Have you done maket analysis ?

☐ No I haven't ☒ I am going to do it ☐ Yes I analyze these three categories market size, competition, and local business environment

Have you done competition analysis

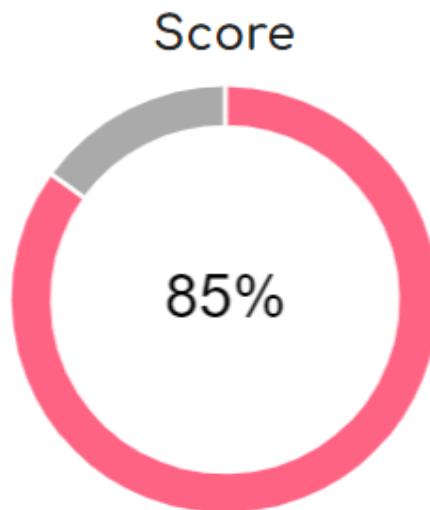
☐ No I haven't ☐ I am studying about it ☒ Yes I am identifying competitors in my industry and researching their different marketing strategies.

Have you done swot analysis?

☐ No I have no idea ☐ I am going to do it ☒ Yes I have done it



Σχήμα 5.3.8:



Σχήμα 5.3.9:

Συμπεράσματα και Προ- οπτικές

6.1 Προοπτικές χρήσης από επιχειρηματίες

Το εργαλείο που προτείνουμε είναι ολοκληρωμένο και έχει μια πλήρη προσέγγιση στην αξιολόγηση καινοτόμων ιδεών. Βοηθά τον χρήστη όχι μόνο να αξιολογήσει την ιδέα του μέσω των ερωτήσεων αλλά και να λάβει μια εικόνα μέσω των απαντήσεων για τον τρόπο που μπορεί να βελτιώσει την ιδέα του και την εικόνα του στην αγορά. Τα τρία επίπεδα των απαντήσεων προσδιορίζουν επιπλέον στον χρήστη τον τρόπο ε τον οποίο πρέπει να κινηθεί ώστε να χαρτογραφήσει την αγορά με επιτυχία και ακολούθως να καταρτίσει μια συγκροτημένη και πλήρη παρουσίαση της ιδέας του.

Μεγάλο πλεονέκτημα του εργαλείου είναι το ότι δεν ζητά από το χρήστη να προσδιορίσει ρητά το είδος της επιχείρησής του. Έτσι, δεν αναλωνόμαστε σε ερωτήσεις που δεν έχουν πραγματική ουσία διότι το αποτέλεσμα της επιτυχίας κρίνεται από σκληρούς δείκτες. Πρόκειται για ένα εργαλείο που έχει δουλευτεί αφαιρετικά, στοχεύοντας στην ανάδειξη της ποιότητας και της ουσίας του περιεχομένου της ιδέας. Αποτελεί επίσης έναν οδηγό αξιολόγησης οποιασδήποτε καινοτομίας, και μια καινοτόμο προσέγγιση κα-

θεαυτό.

Οι ερωτήσεις έχουν διαμορφωθεί έτσι ώστε να εξετάζουν και να συμπεριλαμβάνουν όλες τις πτυχές της σύγχρονης επιχειρηματικότητας. Το εργαλείο ευνοεί την καινοτομία και τη ριζοσπαστική επιχειρηματικότητα λειτουργώντας και ενισχυτικά ως προς αυτή, αφού καθοδηγεί και προκαλεί τον χρήστη να σκοράρει τη μέγιστη δυνατή βαθμολογία.

Ενώ σε πρώτη ανάγνωση οι τρεις επιλογές που δίνονται σαν δυνατές απαντήσεις μπορεί να φαίνεται ότι αποτελούν ένα περιορισμό έναντι μιας απάντησης τύπου ελεύθερου κειμένου, στην πραγματικότητα όχι μόνο δεν περιορίζουν αλλά καθοδηγούν και προσανατολίζουν.

Σε αντίθεση με τα δημοφιλή εργαλεία αξιολόγησης που κυκλοφορούν στην αγορά, εμείς έχουμε επιλέξει να δώσουμε βάρος στο κομμάτι της ποιότητας της ιδέας, αντίστοιχο με αυτό που έχουμε δώσει στην πρόοδο της υλοποίησης μαζί με την ποιότητα της παρουσίασης. Έτσι, τα βάρη έχουν σταθμιστεί ποσοτικά, μέσω του πλήθους των ερωτήσεων. Απώτερος στόχος μας είναι η ψηφιακή υλοποίηση του εργαλείου.

6.2 Προοπτικές χρήσης από επενδυτές

Κλείνοντας, θα παρουσιάσουμε τα βασικά κριτήρια που χρησιμοποιεί ένας επενδυτής για να επενδύσει σε ένα startup όπως αυτά παρουσιάζονται στη βιβλιογραφία. Γίνεται άμεσα αντιληπτό ότι το εργαλείο που προτείνουμε μπορεί σχεδόν αυτούσιο να χρησιμοποιηθεί και από επενδυτές για την ορθή και πλήρη λήψη αποφάσεων.

Οι επενδυτές «πλημμυρίζονται» με πληροφορίες από επιχειρηματικά σχέδια, εκθέσεις, συμβούλους και συναντήσεις και επομένως βρίσκονται σε μια κατάσταση όπου ένα δομημένο μοντέλο αξιολόγησης είναι μια ευκαιρία για ακριβέστερη λήψη αποφάσεων. (Shepherd & Zacharakis, 2002)

Η αξιολόγηση ενός startup από τους επενδυτές κινείται σε δύο βασικούς άξονες. Από τη μια οι επενδυτές χρησιμοποιούν υπάρχοντα χρηματοοικονομικά μοντέλα στα οποία γίνεται μια εκτίμηση των μελλοντικών και των τρέχοντων οικονομικών ροών και έτσι αποφασίζεται η επένδυση, ή μη, σε μια νέα επιχείρηση. Από την άλλη πλευρά, οι επενδυτές χρησιμοποιούν και «έξω-οικονομικά» στοιχεία για την λήψη της απόφασής τους. Παράγοντες όπως η ομάδα, η αγορά, η μοναδικότητα και η στρατηγική της startup λαμβάνονται υπόψη για την αξιολόγηση της ποιότητας της ιδέας κατά την εκκίνηση.

Τα χαρακτηριστικά της αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται ένα startup και το κατά πόσο αυτή έχει ταχεία ανάπτυξη, είναι ένας παράγοντας που οι επενδυτές λαμβάνουν υπόψη, όπως διαβάζουμε και στους Siegel et al. (1988), Mason & Stark (2004)

Παράλληλα με τα χαρακτηριστικά της ίδιας της αγοράς, σημαντικοί είναι και οι άλλοι παίκτες που δραστηριοποιούνται σε αυτή. Σύμφωνα με τους Jell et al. (2010), η χαμηλή γνώση των ανταγωνιστών καθιστά τις startup μη ελκυστικές για τους επενδυτές και μπορεί να αποτελέσει παράγοντα νοκ-άουτ για τους επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων, καθώς ένα μεγάλο κενό γνώσης σε αυτόν τον τομέα συχνά δεν γίνεται αποδεκτό. (Jell et al., 2010), Siegel et al. (1988)

Εκτός από τη γνώση των ανταγωνιστών, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που κατέχει η startup είναι επίσης σχετικό. Οι Siegel et al. (1988) αναφέρουν ότι μια ελκυστική επενδυτική ευκαιρία είναι αυτή που έχει ελάχιστο ανταγωνισμό για τα επόμενα τρία χρόνια. Επιπλέον, οι Mason & Stark (2004), αναφέρουν ότι οι επενδυτές ευνοούν ιδέες με βιώσιμα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που θα κάνουν την επένδυση πιο ελκυστική.

Παρακάτω παρουσιάζουμε τα σημεία αξιολόγησης νεοφυών επιχειρήσεων και ιδεών στα οποία φαίνεται να εστιάζουν οι επενδυτές σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία. Θα δούμε ότι τα σημεία αυτά συμπεριλαμβάνονται στο εργαλείο αξιολόγησης που προτείνουμε, ως εκ τούτου το καθιστούν πλήρες. Θα μπορούσαν όμως να γίνουν κάποιες

μικρές τροποποιήσεις στο τρόπο που παρουσιάζεται το εργαλείο ώστε να χρησιμοποιείται και από επενδυτές.

Προηγούμενη έρευνα που διεξήχθησαν σε επιχειρηματίες επιχειρηματικού κεφαλαίου δείχνει πως τα βασικά κριτήρια που χρησιμοποιούνται για την απόφαση επένδυσης σε μια ιδέα είναι τα παρακάτω. Στις περισσότερες περιπτώσεις αρκεί ένα από τα παρακάτω κριτήρια να πληρείτε στο μέγιστο ώστε να γίνει επένδυση στη startup.

Έχουμε λοιπόν 5 σημεία:

1. Το προϊόν/υπηρεσία

Το πρώτο χαρακτηριστικό αυτού του κριτηρίου είναι η μοναδικότητα του προϊόντος. Οι Knockaert et al. (2010) αναφέρονται σε μια κατάσταση, στην οποία οι πελάτες δεν έχουν εναλλακτικές λύσεις για το προϊόν. Η μοναδικότητα αυτή, μπορεί να αναφέρεται στην ποιότητα, την απόδοση, την εμφάνιση, αισθητική έλξη, την εργονομία του προϊόντος. (Mason & Stark, 2004) Επιπλέον, η αποδοχή από την αγορά παίζει ρόλο. Οι Knockaert et al. (2010) και Siegel et al. (1988) αναφέρουν πως έχει μεγάλη σημασία το εάν το startup έχει αποδείξει ότι υπάρχει ανάγκη για το συγκεκριμένο προϊόν στην αγορά. Αυτό μπορεί να γίνει είτε μέσω της εκτίμησης των πωλήσεων ή των αντίστοιχων πωλήσεων των ανταγωνιστών, είτε μέσω (Θεωρητικής) μελέτης της αγοράς.

2. Τεχνολογία

Οι VCs βλέπουν τις πατέντες ως ένα δυνητικό χαρακτηριστικό νοκ-άουτ για νεοσύστατες επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας σε «βιομηχανίες με διπλώματα ευρεσιτεχνίας». Περαιτέρω έρευνα έχει δείξει ότι οι VCs είναι πιο πιθανό να επενδύσουν σε startups που κέρδισαν διπλώματα ευρεσιτεχνίας (Baum & Silverman, 2004) ενώ η προστιθέμενη αξία του διπλώματος ευρεσιτεχνίας εξαρτάται από τη συνάφειά του με τον τεχνολογικό πυρήνα. (Munari & Toschi, 2015) Η έρευνα έχει δείξει

ότι οι επενδυτές αξιολογούν την τεχνολογία στο τρέχον επίπεδο ανάπτυξής της. Συχνά, ο δείκτης ενός λειτουργικού πρωτοτύπου χρησιμοποιείται από εταιρικούς επενδυτές (Siegel et al., 1988), καθώς και από ανεξάρτητους επενδυτές, που τείνουν να προτιμούν νεοφυείς επιχειρήσεις σε εξελιγμένο στάδιο (Jell et al., 2010) για να μειώσουν το επίπεδο αβεβαιότητας.

3. Αγορά-στόχος

Οι Knockaert et al. (2010) αναφέρονται στη γεωγραφική αγορά την στην οποία μια startup σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί. Η προκαταρκτική δοκιμή έδειξε ότι η γεωγραφία είναι σημαντική καθώς επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τη γνώση του επενδυτή στην αγορά. Εάν η εταιρεία πρόκειται να δραστηριοποιηθεί σε μια χώρα για την οποία η ομάδα έχει γνώση της αγοράς και των υποδομών, αυτό αποτελεί μεγάλο πλεονέκτημα για την επένδυση. Δεδομένου ότι η λέξη «γεωγραφία» δεν συλλαμβάνει αυτή την πολυπλοκότητα, η το χαρακτηριστικό μετονομάστηκε στην κατανόηση της αγοράς της εταιρείας.

Επιπλέον, το μέγεθος της αγοράς παίζει ρόλο στην αξιολόγηση των startups. Εάν δεν υπάρχουν αξιόπιστα οικονομικά στοιχεία που να μπορούν να προβλέψουν την έκβαση της επένδυσης, μπορεί να χρησιμοποιηθεί το αν το προϊόν συστήνεται ως κάτι νέο ή υπάρχει ήδη (Knockaert et al., 2010). Η ανάπτυξη της αγοράς βρίσκειται δίπλα στη μελέτη περίπτωσης που αναγνωρίζεται επίσης από τους Σύμφωνα με τους Siegel et al. (1988) καθώς και Mason & Stark (2004) η μελέτη της αγοράς διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις επενδύσεις σε startups να διαδραματίσει ρόλο στις επενδύσεις εκκίνησης.

4. Καταλληλότητα του επενδυτή

Ένας επενδυτής επηρεάζει ενεργά την startup που υποστηρίζει. Η επιρροή που

ασκεί δεν είναι μόνο οικονομικής φύσεως αφού υπάρχει σοβαρή πιθανότητα να δραστηριοποιηθεί στην κατασκευή της startup. (Baum & Silverman, 2004) Η υποστήριξη που μπορεί ο επενδυτής να παράσχει σε μια εταιρεία εξαρτάται από το υπόβαθρο του και από τη γνώση που έχει για την αγορά, την τεχνολογία και τη βιομηχανία στην οποία θα λειτουργήσει η startup. Επίσης παίζει ρόλο και το μερίδιο που παίρνει ο επενδυτής στην startup. (Mason & Stark, 2004; Siegel et al., 1988)

5. Ο επιχειρηματίας και η ομάδα

Αρκετοί ερευνητές αναφέρουν ότι η επιχειρηματική ομάδα ανήκει στις πιο σημαντικές πτυχές αξιολόγησης μιας startup από έναν επιχειρηματία. (Franke et al., 2008; Kakati, 2003; Miloud et al., 2012) Είναι σημαντικό η ομάδα να είναι συμπληρωματική και όλη η απαραίτητη τεχνογνωσία εκπροσωπείται σε μια λειτουργική και ισορροπημένη ομάδα διαχείρισης (Knockaert et al., 2010; Siegel et al., 1988) Η έρευνα έχει δείξει ότι μια ετερόκλητη, και άρα συμπληρωματική ομάδα είναι η προτιμώμενη επιλογή των επενδυτών, ενώ οι επενδυτές προσπαθούν να αποφύγουν ομάδες που αποτελούνται μόνο από οικονομολόγους ή τεχνικούς. (Franke et al., 2008)

Παράλληλα, παίζει ρόλο η επιχειρηματική εμπειρία των μεμονωμένων μελών. Οι επιχειρηματίες πρέπει να γνωρίζουν την αγορά καθώς και το προϊόν που θέλουν να πουλήσουν και πρέπει να είναι έμπειροι στο έργο που προτείνουν. (Kakati, 2003; Knockaert et al., 2010; Siegel et al., 1988) Ενώ η ελλιπής γνώση της αγοράς μπορεί να αποτελέσει κριτήριο νοκ-άουτ (Franke et al., 2008), η εμπειρία της ομάδας θεωρείται πολύτιμος δείκτης (Knockaert et al., 2010; Mason & Stark, 2004) Ταυτόχρονα, προσμετράται θετικά η ομάδα να είναι ισορροπημένη και ολοκληρωμένη.

Για να πετύχει η επένδυση, είναι σημαντική μια καλή επαφή με τον επιχειρηματία. Σε γενικές γραμμές, είναι πλεονέκτημα εάν οι προσωπικότητες του επιχειρηματία και του επενδυτή είναι συμβατές για την απλοποίηση της συνεργατικής τους εργασίας. (Knockaert et al., 2010; Siegel et al., 1988)

6. Οικονομικά στοιχεία

Όσον αφορά τις οικονομικές εκτιμήσεις που κάνει ένας επενδυτής, το σημείο αναφοράς αποτελεί τη στιγμή που το startup έχει τα πρώτα του έσοδα. Ταυτόχρονα, μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζεται και για την αναμενόμενη απόδοση της επένδυσης. Το προσδοκώμενο χρονικό διάστημα ποικίλλει στη βιβλιογραφία. Οι Siegel et al. (1988) ορίζουν ένα θετικό σενάριο ως «μια απόδοση ίση με τουλάχιστον 10 φορές την επένδυση εντός 5 - 10 ετών».

Γίνεται άμεσα αντιληπτό στον αναγνώστη ότι σχεδόν όλοι οι παραπάνω δείκτες που προκύπτουν από ένα μεγάλο εύρος βιβλιογραφίας έχουν συμπεριληφθεί στον τρόπο που έχει κατασκευαστεί το εργαλείο. Ο δείκτης που δεν περιλαμβάνεται αφορά την προσωποποιημένη σχέση του επενδυτή με την startup, δηλαδή ο αριθμός 4.

Με μικρή προσθήκη αυτού του στοιχείου λοιπόν, το εργαλείο είναι πλήρως κατάλληλο να χρησιμοποιηθεί και από επενδυτές για την σωστή και πλήρη αξιολόγηση των επενδυτικών τους κινήσεων.

Αναφορές

Bannerjee, S., Bielli, S., & Haley, C. (2016). *Scaling Together: Overcoming Barriers in Corporate-startup Collaboration*: Nesta.

Basil, B., & Samuel, E. (1991). *The Global Challenge of Innovation*: Boston: Butterworth-Heinemann.

Baum, J. A., & Silverman, B. S. (2004). Picking winners or building them? Alliance, intellectual, and human capital as selection criteria in venture financing and performance of biotechnology startups. *Journal of business venturing*, 19(3), 411-436.

Belton, V., & Stewart, T. (2002). *Multiple criteria decision analysis: an integrated approach*: Springer Science & Business Media.

Birkinshaw, J., van Basten Batenburg, R., & Murray, G. (2002). *Corporate venturing: The state of the art and the prospects for the future*. London: London Business School, 390, 64-70.

Boddy, D. (2008). *Management: an introduction*: Pearson Education. British private equity & venture capital association , B. (2018). Retrieved from <https://www.bvca.co.uk/Bundesverband-Deutscher-Kapitalbeteiligungsgesellschaften>. (2018).

Chen, R., & Li, M. (1999). *Strategic alliances and new product development: an*

empirical study of the US semiconductor start-up firms. *Journal of Competitiveness Studies*, 7(1), 35.

Chesbrough, H. (2003). *Open innovation The new imperative for creating and profiting from technology*: Boston: Harvard Business School Press.

Festel, G., Wuermseher, M., & Cattaneo, G. (2013). Valuation of early stage high-tech start-up companies. *International Journal of Business*, 18(3), 216.

Franke, N., Gruber, M., Harhoff, D., & Henkel, J. (2008). Venture capitalists' evaluations of start-up teams: trade-offs, knock-out criteria, and the impact of VC experience. *Entrepreneurship theory and practice*, 32(3), 459-483. French, S. (1986). *Decision theory: an introduction to the mathematics of rationality*: Halsted Press.

Hall, J., & Hofer, C. W. (1993). Venture capitalists' decision criteria in new venture evaluation. *Journal of business venturing*, 8(1), 25-42.

Ivanov, V. I., & Xie, F. (2010). Do corporate venture capitalists add value to start-up firms? Evidence from IPOs and acquisitions of VC-backed companies. *Financial Management*, 39(1), 129-152. Jell, F., Block, J. H., & Henkel, J. (2010). Innovativeness of a start-up as a criterion in venture capital decision making.

Keeney, R. L., & Raiffa, H. (1993). *Decisions with multiple objectives: preferences and value trade-offs*: Cambridge university press.

Knockaert, M., Clarysse, B., & Wright, M. (2010). The extent and nature of heterogeneity of venture capital selection behaviour in new technology-based firms. *R&D Management*, 40(4), 357-371.

Kohler, T. (2016). Corporate accelerators: Building bridges between corporations and startups. *Business horizons*, 59(3), 347-357.

Mason, C., & Rogers, A. (1996). *Understanding the business angel's investment decision*: Univ. Southampton, Department of Geography.

Mason, C., & Stark, M. (2004). What do investors look for in a business plan?

A comparison of the investment criteria of bankers, venture capitalists and business angels. *International Small Business Journal*, 22(3), 227-248.

Rindfleisch, A., & Moorman, C. (2001). The acquisition and utilization of information in new product alliances: A strength-of-ties perspective. *Journal of marketing*, 65(2), 1-18.

Saunders, M. N. (2011). *Research methods for business students*, 5/e: Pearson Education India.

Sharma, A. (2015). Venture Capitalists' Investment decision criteria for new ventures: A Review. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 189, 465-470.

Shepherd, D. A., & Zacharakis, A. (1999). Conjoint analysis: A new methodological approach for researching the decision policies of venture capitalists. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 1(3), 197-217.

Shepherd, D. A., & Zacharakis, A. (2002). Venture capitalists' expertise: A call for research into decision aids and cognitive feedback. *Journal of business venturing*, 17(1), 1-20.

Siegel, R., Siegel, E., & MacMillan, I. C. (1988). Corporate venture capitalists: Autonomy, obstacles, and performance. *Journal of business venturing*, 3(3), 233-247.