



ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΤΡΟΠΟ ΖΩΗΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Επιχειρηματικότητα: Ένα Παγκόσμιο Κοινωνικό Κίνημα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η Άσκηση της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Ανάπτυξη της Επιχειρηματικής Νοοτροπίας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Στήριξη της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας



1

Επιχειρηματικότητα: Ένα παγκόσμιο κοινωνικό κίνημα

©iStockphoto.com/Gumpanat



Όλα τα ανθρώπινα όντα είμαστε επιχειρηματίες. Όταν ζούσαμε σε σπηλιές ήμασταν όλοι αυτοαπασχολούμενοι... προσπαθούσαμε να βρούμε την τροφή μας, να συντηρήσουμε τους εαυτούς μας. Από εκεί ξεκίνησε η ανθρώπινη ιστορία... Όταν ήρθε ο πολιτισμός την καταπιέσαμε. Γίναμε εργάτες γιατί μας όρισαν “Είσαι εργάτης”. Λησμονήσαμε ότι είμαστε επιχειρηματίες».¹

Muhammad Yunus, συγγραφέας
και κοινωνικός επιχειρηματίας

Μαθησιακοί Στόχοι

Στόχοι αυτού του κεφαλαίου είναι να:

- 1.1** Επεξηγήσουμε τη σημασία της δράσης και της πρακτικής εφαρμογής στην επιχειρηματικότητα.
- 1.2** Απαριθμήσουμε τις επτά λιγότερο γνωστές αλήθειες για την επιχειρηματικότητα.
- 1.3** Επεξηγήσουμε την ιστορία της επιχειρηματικότητας στις Ηνωμένες Πολιτείες.
- 1.4** Συγκρίνουμε και αντιπαραβάλλουμε τις διαφορετικές μορφές επιχειρηματικότητας στην πράξη ημέρα.
- 1.5** Παρουσιάσουμε την παγκόσμια ποικιλομορφία της επιχειρηματικότητας και τις επιπτώσεις της.
- 1.6** Προτείνουμε διαφορετικούς τρόπους με τους οποίους το παρόν βιβλίο μπορεί να σας βοηθήσει στην άσκηση της επιχειρηματικότητας.

Περίγραμμα Κεφαλαίου

- 1.1** Η Επιχειρηματικότητα Απαιτεί Δράση και πρακτική εφαρμογή
- 1.2** Η Επιχειρηματικότητα Ίσως είναι Διαφορετική από αυτό που πιστεύατε
- 1.3** Μια Σύνοψη Ιστορία της Εξέλιξης της Επιχειρηματικότητας στις Ηνωμένες Πολιτείες
- 1.4** Είδη Επιχειρηματιών
- 1.5** Ο Κόσμος Συμμετέχει στην Επιχειρηματικότητα
- 1.6** Πώς το Παρόν Βιβλίο Θα Σας Βοηθήσει να Ασκήσετε την Επιχειρηματικότητα

1.1 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΙΤΕΙ ΔΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Μ.Σ. 1.1 Επεξηγούμε τη σημασία της δράσης και της πρακτικής εφαρμογής στην επιχειρηματικότητα.

Για να κατανοήσετε πλήρως τη σημασία αυτών των λέξεων, σύμφωνα με τον νικητή του Βραβείου Νόμπελ Ειρήνης, το 2006, Muhammad Yunus, είναι χρήσιμο να μάθετε περισσότερα για τα επιχειρηματικά κατορθώματά του Yunus. Ως καθηγητής οικονομικών στο Πανεπιστήμιο της Τσιταγκόνγκ στο Μπαγκλαντές, ο Yunus ίδρυσε την Grameen Bank (που σημαίνει «τράπεζα των χωριών»), την τράπεζα για τους φτωχούς του Μπαγκλαντές που προσφέρει πολύ μικρά μακροπρόθεσμα δάνεια σε φτωχούς χωρικούς που θεωρούνται ακατάλληλοι να λάβουν παραδοσιακά τραπεζικά δάνεια για να ξεκινήσουν τις δικές τους επιχειρήσεις. Τέτοια δανειακά προγράμματα έχουν συσχετιστεί με επιχειρηματίες σε αναπτυσσόμενες χώρες και ονομάζονται **μικροδάνεια**. Τη δεκαετία του 1970, ο Yunus είχε μια πολύ απλή ιδέα, η οποία άλλαξε το τοπίο της επιχειρηματικότητας στο Μπαγκλαντές και σε ολόκληρο τον αναπτυσσόμενο κόσμο. Ομαδοποίησε τους δανειολήπτες, κυρίως γυναίκες, σε μικρές ομάδες, όμως δεν επέτρεψε σε όλα τα μέλη της ομάδας να δανειζονται ταυτόχρονα. Όταν ένας δανειολήπτης μπορούσε να πάρει ένα δάνειο των 40 δολαρίων, τα άλλα μέλη μπορούσαν να πάρουν τα δικά τους δάνεια, μόνο εφόσον ο αρχικός δανειολήπτης ξεκινούσε να αποπληρώνει το δάνειο. Αυτή η διαδικασία δημιούργησε κίνητρα, λογοδοσία και ενδυνάμωση. Ο Yunus έδωσε το πρώτο του δάνειο των 27 δολαρίων το 1976 σε μια ομάδα γυναικών που ήθελαν να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους στην κατασκευή μπαμπού.

Το 2007, η Grameen Bank είχε επεκτείνει τα δανειά της σε πάνω από επτά εκατομμύρια ανθρώπους, κυρίως στο Μπαγκλαντές, οι οποίοι βρισκόταν στο έλεος των τοκογλύφων που χρέωναν απελλιστικά υψηλά επιτόκια.² Μέσω αυτών των επαναστατικών ιδεών, ο Yunus δεν απέδειξε μόνο ότι οι φτωχοί έχουν πιστοληπτική ικανότητα, αλλά ξεπέρασε και κοινωνικούς περιορισμούς δίνοντας μια ευκαιρία στους ανθρώπους του Μπαγκλαντές να γίνουν οι ίδιοι επιχειρηματίες.



Web
Μικροδάνεια

Μικροδάνεια: ένα πολύ μικρό, βραχυπρόθεσμο δάνειο συχνά συσχετισμένο με επιχειρηματίες σε αναπτυσσόμενες χώρες.



Βίντεο
Δράση και πρακτική εφαρμογή



Ο νικητής του Νόμπελ Ειρήνης, Muhammad Yunus, ίδρυσε την Grameen Bank στο Μπαγκλαντές, εξυπηρετώντας την κοινότητα και δίνοντας δάνεια σε άπορες οικογένειες χωρίς την απαίτηση εγγυήσεων.

Andrew Matthews/ZUMA Press/Newsroom

Η εμπειρία της Grameen Bank και των πελατών της αποτελεί παράδειγμα του πώς ο οποιοσδήποτε, ανεξαρτήτως υπόβαθρου, εθνικότητας, κοινωνικής τάξης, φύλου, σεξουαλικού προσανατολισμού, χώρας ή εκπαίδευσης, μπορεί να γίνει επιχειρηματίας εάν του δοθεί η ευκαιρία να εφαρμόσει την επιχειρηματικότητα στην πράξη. Ο προσανατολισμός της πρακτικής εφαρμογής μέσω της δράσης είναι ο λόγος που δώσαμε τον υπότιτλο *Εξάσκηση και Νοοτροπία* στο βιβλίο. Με τη σωστή νοοτροπία ή τη νοητική στάση, μπορείς κάποιος να ξεκινήσει την εξάσκηση. Πιστεύουμε σε όλα τα είδη **επιχειρηματιών**-εκείνους που αναλαμβάνουν δράση για να δημιουργήσουν κάτι καινούριο, μια νέα ιδέα, ένα νέο αντικείμενο ή προϊόν, ένα νέο ίδρυμα, μια νέα αγορά, ένα νέο σύνολο δυνατοτήτων.³

Το υποκεφάλαιο *Επιχειρηματικότητα εν Δράσει* παρέχει άλλο ένα παράδειγμα του πώς απλοί άνθρωποι με όραμα μπορούν να αναλάβουν δράση και να εξασκηθούν με σκοπό να πετύχουν τους επιχειρηματικούς τους στόχους.

1.2 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΣΩΣ ΕΙΝΑΙ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ ΑΠΟ ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΠΙΣΤΕΥΑΤΕ

Μ.Σ. 1.2 Απαριθμούμε τις επτά λιγότερο γνωστές αλήθειες για την επιχειρηματικότητα.

Πεποίθησή μας, όπως φάνηκε από τα προηγούμενα παραδείγματα, είναι ότι αναλαμβάνοντας δράση και εφαρμόζοντας ιδέες στην πράξη, όλοι «διαθέτουν τα προσόντα» να γίνουν επιχειρηματίες. Ωστόσο, αυτό δεν είναι απαραίτητα ταυτόσημο με το μήνυμα που μεταδίδουν τα δημοφιλή κοινωνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης. Ας εξετάσουμε μερικά δημοφιλή προφίλ επιχειρηματιών. Ποια είναι η αλήθεια πίσω από αυτά τα προφίλ;

Προφίλ Επιχειρηματιών στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Τα ΜΜΕ συνήθως μεγαλοποιούν την αστραπιαία άνοδο των αποκαλούμενων «παγκόσμιων θρύλων εν μία νυκτί» όπως οι Bill Gates (Microsoft), Steve Jobs (Apple), Mark Zuckerberg (Facebook), Elon Musk (Tesla) και Travis Kalanick (Uber). Οι ιστορίες αυτές έχουν διαιωνίσει τον μύθο του «αρσενικού ήρωα-ιδιοφυΐα της τεχνολογίας» και έχουν

Επιχειρηματικότητα: ένας τομέας που επιδιώκει να κατανοήσει πώς οι ευκαιρίες ανακαλύπτονται, δημιουργούνται και αξιοποιούνται, από ποιον και με ποιες συνέπειες.

αιχμαλωτίσει τη φαντασία του κοινού για δεκαετίες. Ενώ άνθρωποι σαν τον Bill Gates και τους όμοιούς του αποτελούν σίγουρα πηγή έμπνευσης, θα λέγαμε ότι λίγοι μπορούν να ταυτιστούν προσωπικά με τις ιστορίες που τους περιβάλλουν και δεν συμβάλουν στο να παρουσιαστεί η πραγματικότητα της επιχειρηματικότητας.

Παρόλα αυτά, εάν παρατηρήσετε πιο προσεκτικά την άνοδο αυτών των διάσημων επιχειρηματιών, θα δείτε ότι η αναρρίχηση τους προς την υπεροχή έχει βασιστεί σε μεγάλο ποσοστό στην πρακτική εφαρμογή. Στην πραγματικότητα, ο Bill Gates έχει παραδεχτεί ότι πραγματοποίησε περίπου 10.000 ώρες ενασχόλησης με τον προγραμματισμό πριν καν εμφανιστεί η Microsoft.⁴ Το ζήτημα δεν είναι ο αριθμός των ωρών που αφιέρωσε ο Gates στον προγραμματισμό, αλλά το γεγονός ότι συνεχώς εξασκούσε την τεχνική του για αρκετά χρόνια. Η εμπειρία του Gates μας δείχνει επίσης ότι δεν υπάρχει ξαφνική επιτυχία εν μία νυκτί. Ένα άλλο παράδειγμα είναι ο δημιουργός του Uber, Travis Kalanick. Ο Kalanick είχε μια δεκαετή δύσκολη πορεία με νεοφυείς επιχειρήσεις (startups), στην οποία συμπεριλαμβάνονταν και απειλές για μηνύσεις και κήρυξη πτώχευσης, πριν πετύχει με την Uber.⁵ Για να καταρρίψουμε περαιτέρω τους μύθους της επιχειρηματικότητας, έχουμε δημιουργήσει μια παρωδία ενός στερεοτυπικού επιχειρηματία, βασισμένη γενικότερα στον τύπο για τον οποίο διαβάζουμε στα δημοφιλή δημοσιεύματα.

Niari Keverian, Διευθύνουσα Σύμβουλος της ZOOS Greek Iced Tea



Niari Keverian, Διευθύνουσα Σύμβουλος της νεοφυούς επιχείρησης ZOOS Greek Iced Tea με έδρα τη Βοστώνη.

Η φωτογραφία είναι ευγενική προσφορά της Niari Keverian

Η Niari Keverian είναι η Διευθύνουσα Σύμβουλος της ZOOS, εταιρείας που εδρεύει στη Βοστώνη, ιδρύθηκε το 2014 και εμπορεύεται ελληνικό κρύο τσάι. Μαζί με τη συντάιρά της, η Keverian επιβλέπει την υγιή ανάπτυξη της χαμηλής σε σάκχαρα και θερμίδες και εντελώς φυσικής απόλαυσης. Μέσα σε ένα χρόνο από την παρουσίασή του, το τσάι ZOOS βρισκόταν στα ράφια κάθε εμπορικού καταστήματος τροφίμων της αλυσίδας Wegman στη Μασαχουσέτη (η αλυσίδα αυτή βρίσκεται στη Βορειοανατολική και Μεσοατλαντική περιοχή των Ηνωμένων Πολιτειών), όπως και σε πάνω από 200 καταστήματα τροφίμων, σε σπα, γυμναστήρια και παντοπωλεία.

Το εύρος της διανομής ήταν πολλά υποσχόμενο, όμως η Keverian ήταν προσεκτική ώστε να μην προτρέχει. «Αυτή τη στιγμή διανύουμε μια ευαίσθητη περίοδο», είπε το 2015. «Έχουμε αποδείξει ότι είμαστε σε καλό δρόμο, αλλά όσα έχω μάθει από τις σπουδές μου και η εμπειρία μου μου έχουν αποδείξει ότι δεν πρέπει να αναπτυχθούμε τόσο γρήγορα. Είναι μαραθώνιος και όχι σπριντ».

Η Keverian είναι Αρμενοαμερικανίδα και η συντάιράς της είναι Ελληνοαμερικανίδα. Η συνεργάτης της ήθελε από καιρό να συστήσει μια επιχείρηση με ελληνικό κρύο τσάι, αλλά δεν είχε μεγάλη εμπειρία στον κόσμο των τροφίμων και των ποτών. Η Keverian, όμως, διέθετε το τέλειο υπόβαθρο με μεγάλη επιχειρηματική εμπειρία στις εταιρείες Collective Brands, Staples και Welch's.

Όταν η Keverian γνώρισε τη συντάιρά της, είχε αποφοιτήσει από το μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων ένα χρόνο πριν και εργαζόταν ως υπεύθυνη διαχείρισης εμπορικού σήματος στη Welch's. «Μου έδωσαν μια συμβουλή νωρίς στην καριέρα μου: φτιάξε μια γενική επιχειρηματική εργαλειοθήκη γνώσεων πριν βγεις εκεί έξω μόνη σου. Μάθε από τους καλύτερους και μετά πήγαινε να τα εφαρμόσεις. Αυτό έκανα».

Πριν τη συμμετοχή της Keverian, η συντάιράς της είχε δημιουργήσει μια σελίδα στο Facebook για το προϊόν που οραματιζόταν. Στα περίπου 1000 likes, η Keverian μελέτησε προσεκτικά την πληθυσμιακή

αυτή ομάδα και έκανε στοχευμένες ερωτήσεις για να μάθει περισσότερα για τον μελλοντικό της καταναλωτή. Έπειτα, πέρασε ένα απόγευμα με κόλλες και παλιά περιοδικά, φτιάχνοντας ένα κολάζ που εκπροσωπούσε αυτόν τον άνθρωπο, «πώς είναι η καθημερινότητά του, αν εργάζεται, αν σπουδάζει, αν του αρέσει η ζάχαρη, αν τον ενδιαφέρει η υγεία», θυμάται η Keverian.

Η Keverian παρουσίασε το φανταστικό της «έργο τέχνης» σε μια γραφίστρια, κι εκείνη «με την πρώτη απέδωσε τέλεια το λογότυπο μας». Εκτός από τη γραφίστρια, η Keverian στο ήδη δύο χρόνων εγχείρημά της προσέλαβε συμβούλους για την κατασκευή, τη συσκευασία, τη διανομή και το νομικό πλαίσιο, έτσι ώστε να εξομαλύνει τις δυσκολίες της εκκολαπτόμενης επιχείρησής τους. Ωστόσο, επισημώς, το όλο εγχείρημα το διαχειρίζονταν μόνο οι δυο τους.

Η Keverian θεωρεί ότι οι καταναλωτές της είναι κυρίως νέοι επαγγελματίες, με συνείδηση αναφορικά με την υγεία τους, φοιτητές πανεπιστημίου και μεγαλύτεροι έφηβοι. Οι μέλλουσες μαμάδες και οι νέες μαμάδες είναι άλλο ένα σημαντικό τμήμα των καταναλωτών. Εφόσον το τσάι ZOOS δεν περιέχει καφεΐνη και έχει χαμηλά επίπεδα ζάχαρης, οι έγκυες γυναίκες ή όσες θηλάζουν μπορούν να το απολαύσουν.

«Παρόλο που βιώνουμε μεγάλη επιτυχία», δηλώνει η Keverian, «έχουμε πολύ δρόμο μπροστά μας. Θα αντιμετωπίσουμε πολλές προκλήσεις για τις οποίες πρέπει να είμαστε πολύ προσεκτικές. Έχεις μόνο μια ευκαιρία σε αυτόν τον χώρο για να τα καταφέρεις. Εάν τα κάνεις θάλασσα, είναι πολύ δύσκολο να ξανακάνεις τους άλλους να σε προσέξουν, γιατί πρόκειται για μια κορεσμένη αγορά».

Η Keverian, η οποία περιγράφει τον εαυτό της ως μια «αποφασιστική προσωπικότητα» που «αποδίδει καλύτερα υπό πίεση», ανέφερε ότι εργαζόταν 15 ώρες την ημέρα (και σαββατοκύριακα), θυσιάζοντας εντωμεταξύ το μεγαλύτερο μέρος της κοινωνικής της ζωής. Η συμβουλή της προς τους συναδέλφους επιχειρηματίες είναι η εξής: «Πρέπει να είσαι έτοιμος να αφιερώσεις ολόκληρη τη ζωή σου για να ορθοποδήσει την επιχείρησή σου. Πάντα να γνωρίζεις ότι εσύ έχεις τον έλεγχο του τι σου επιφυλάσσει το μέλλον. Κανείς δεν θα σου το επιβάλλει αυτό—είναι δική σου υπόθεση».

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ

1. Ποια σημεία καταδεικνύουν ότι η Niari Keverian είναι πλήρως αφοσιωμένη στην επιτυχία της ZOOS; Τι σημαίνει αφοσίωση για έναν επιχειρηματία;
2. Κατά πόσο συμφωνείτε με την άποψη ότι η επιχειρηματικότητα είναι «μαραθώνιος και όχι σπριντ»; Δώστε παραδείγματα για να στηρίξετε την άποψή σας.
3. Πώς έχει ένας επιχειρηματίας τον έλεγχο του μέλλοντός του; Με ποιους τρόπους διαφέρει το να είναι κανείς επιχειρηματίας με το να εργάζεται στο πλαίσιο μιας «τυπικής» καριέρας, όσον αφορά τον έλεγχο και τη λήψη αποφάσεων;

Πηγή: N. Keverian, προσωπική συνέντευξη, 28 Αυγούστου 2014.

Μπομπ, η μοναχική ιδιοφυΐα τεχνολογίας - μια παρωδία

Ο Μπομπ είναι ιδιοφυΐα στην τεχνολογία. Έκανε προγραμματισμό πριν μπορέσει να μιλήσει και αποσυναρμολογούσε και επανασυναρμολογούσε μηχανές πριν μπορέσει να περπατήσει. Τίποτα από αυτά δεν προκαλεί έκπληξη, δεδομένου ότι ο Μπομπ γεννήθηκε ιδιοφυΐα. Ήρθε στον κόσμο με ένα μοναδικό σύνολο χαρακτηριστικών προσωπικότητας που αυτομάτως τον τοποθετούν στο μονοπάτι της επιτυχίας.

Όταν ο Μπομπ μεγάλωσε και έγινε έφηβος, παράτησε τη τυπική εκπαίδευση για να ξεκινήσει τη δική του τεχνολογική εταιρεία... από το γκαράζ του σπιτιού του. Ως άνθρωπος που έπαιρνε ρίσκο, ο Μπομπ πήρε ένα τεράστιο δάνειο για να αγοράσει έναν υπερσύγχρονο ηλεκτρονικό εξοπλισμό προκειμένου να μπορέσει να υλοποιήσει τις δικές του επαναστατικές εφαρμογές λογισμικού υπολογιστών.

Όταν ο Μπομπ ένωσε πως η επιχείρησή του ήταν έτοιμη να βγει στην αγορά, πέρασε μήνες προσπαθώντας να καταστρώσει ένα επιχειρηματικό σχέδιο. Όταν ένωσε ικανοποιημένος με το σχέδιο, κάλεσε αμέσως τον Διευθύνοντα Σύμβουλο μιας από τις μεγαλύτερες τεχνολογικές εταιρείες στον κόσμο, ενημερώνοντάς τον για την καινούρια του καινοτομία. Εντυπωσιασμένος από το νεαρό της ηλικίας του και την επιχειρηματική ιδιοφυΐα του, ο Διευθύνων Σύμβουλος αμέσως συμφωνεί να αγοράσει επιτόπου τη νεοφυή επιχείρηση του Μπομπ. Συνταξιοδοτημένος από τα 19 του, ο Μπομπ είναι σήμερα ένας πλούσιος άνδρας που ζει τη μεγάλη ζωή στην Καραϊβική. Όταν τον ρωτούν σε ποιον χρωστά την εν μία νυκτί επιτυχία του, ο Μπομπ δηλώνει ότι τα κατάφερε όλα μόνος του.

Κατάρριψη των Μύθων της Επιχειρηματικότητας



Βίντεο

Μύθοι για την υλοποίηση των ονείρων

Φυσικά, η ιστορία του Μπομπ είναι μια παρωδία όσων ακούμε στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, αλλά θεωρούμε πως είναι σημαντικό να καταρρίψουμε αυτή τη μυθική θεώρηση του επιχειρηματία. Υπερβολικές ιστορίες όπως αυτή μπορούν να φαντάζουν τρομακτικές και να δημιουργήσουν λόγους για τους οποίους κάποιοι άνθρωποι φοβούνται να ξεκινήσουν την ενασχόλησή τους με την επιχειρηματικότητα. Η κατάρριψη των μύθων είναι το πρώτο βήμα για να πιστέψουμε ότι ο καθένας από μας έχει την ικανότητα να γίνει επιχειρηματίας.

Αντί να επικεντρωνόμαστε στους μύθους, ας ρίξουμε μια ματιά σε κάποιες αλήθειες που απεικονίζονται στον Πίνακα 1.1. Ο διαχωρισμός της αλήθειας από τη μυθοπλασία είναι δύσκολος, ειδικά όταν κάποιες από αυτές τις αλήθειες έρχονται σε αντίθεση με τις ιστορίες που ακούμε στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Ας διερευνήσουμε αυτές τις αλήθειες αναλυτικότερα για να κατανοήσουμε βαθύτερα πώς η επιχειρηματικότητα μπορεί να είναι ένας δρόμος που πολλοί από μας μπορούν να ακολουθήσουν.

Αλήθεια #1: Η Επιχειρηματικότητα δεν είναι αποκλειστικότητα των νεοφυών επιχειρήσεων

Ο όρος *νεοφυής επιχείρηση (startup)* ήρθε στη μόδα κατά τη διάρκεια της φούσκας 'dot-com' της δεκαετίας του 1990, όταν εμφανίστηκε μια πληθώρα ηλεκτρονικών επιχειρήσεων. Ενώ η λέξη έχει πολλές σημασίες, εμείς συμφωνούμε με τον ορισμό του Steve Blank για τη **νεοφυή επιχείρηση**: ένας προσωρινός οργανισμός σε αναζήτηση

Νεοφυής επιχείρηση (Startup): ένας προσωρινός οργανισμός σε αναζήτηση ενός κλιμακωτού επιχειρηματικού μοντέλου.

ενός κλιμακωτού επιχειρηματικού μοντέλου.⁶ Σύμφωνα με την παραδοσιακή άποψη για τις νεοφυείς επιχειρήσεις, όποιος ξεκινά μια επιχείρηση αποκαλείται επιχειρηματίας. Ο επιχειρηματίας δημιουργεί μια επιχείρηση και βασίζεται στην έρευνα για να αξιολογήσει την εγκυρότητα μιας ιδέας ή ενός επιχειρηματικού μο-

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1

Οι Αλήθειες για τη Επιχειρηματικότητα

Αλήθεια #1	Η επιχειρηματικότητα δεν είναι αποκλειστικότητα των νεοφυών επιχειρήσεων.
Αλήθεια #2	Οι επιχειρηματίες δεν διαθέτουν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά προσωπικότητας.
Αλήθεια #3	Η επιχειρηματικότητα μπορεί να διδαχθεί (είναι μέθοδος που χρειάζεται πρακτική εφαρμογή).
Αλήθεια #4	Οι επιχειρηματίες δεν είναι εξαιρετικά ριψοκίνδυνοι.
Αλήθεια #5	Οι επιχειρηματίες είναι περισσότερο συνεργάσιμοι παρά ανταγωνιστικοί.
Αλήθεια #6	Οι επιχειρηματίες πράττουν περισσότερο από ό,τι σχεδιάζουν.
Αλήθεια #7	Η επιχειρηματικότητα αποτελεί δεξιότητα ζωής.

ντέλου. Η επιχείρηση μπορεί να χρηματοδοτείται εν μέρει από το αρχικό κεφάλαιο των μελών της οικογένειας ή από επενδυτές, αλλά συνήθως η πλειοψηφία χρηματοδοτείται από τους ίδιους τους επιχειρηματίες.

Εάν επιτύχει, η νεοφυής επιχείρηση δεν παραμένει νεοφυής. Μπορεί να αναπτυχθεί σε έναν αυτοτελή οργανισμό, να συγχωνευθεί με έναν άλλο οργανισμό ή να εξαγοραστεί από μια άλλη εταιρεία. Στο παράδειγμα της παρωδίας, ο μοναχικός Μπομπ δημιούργησε μια τεχνολογική νεοφυή επιχείρηση στο γκαράζ των γονιών του και την πούλησε σε έναν οργανισμό με τεράστια επιτυχία. Αυτή η παραδοσιακή άποψη για τις νεοφυείς επιχειρήσεις, ωστόσο, δεν είναι μονόδρομος για τους επιχειρηματίες. Η αλήθεια είναι ότι επιχειρηματίες βρίσκονται παντού, από εταιρείες μέχρι επιχειρήσεις δικαιόχρησης (franchises), από κερδοσκοπικούς και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς μέχρι οικογενειακές επιχειρήσεις. Θα εξετάσουμε αυτές τις διαφορετικές μορφές επιχειρηματιών με μεγαλύτερη λεπτομέρεια πιο κάτω.

Αλήθεια #2: Οι επιχειρηματίες δεν έχουν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά προσωπικότητας

Στη σύντομη παρωδία, ο μοναχικός Μπομπ είναι μια ιδιοφυΐα τεχνολογίας που γεννήθηκε με τα χαρακτηριστικά ενός πανέξυπνου επιχειρηματία. Στην πραγματικότητα, δεν υπάρχουν στοιχεία που να υποδεικνύουν ότι οι επιχειρηματίες έχουν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά προσωπικότητας που τους κάνουν να ξεχωρίζουν από εμάς τους υπόλοιπους.

Αρχικές έρευνες αναγνώρισαν τέσσερα βασικά χαρακτηριστικά που μπορούν να αποδοθούν στους επιχειρηματίες: την επιθυμία για επιτυχία, μία έμφυτη αίσθηση της ικανότητας να επηρεάζουν τα γεγονότα, μία τάση για ανάληψη ρίσκου και μία ανοχή στην αβεβαιότητα. Βέβαια, δεν υπάρχουν επιστημονικά στοιχεία που επιβεβαιώνουν ότι αυτά τα χαρακτηριστικά είναι αποτέλεσμα της φύσης ή της ανατροφής ή αποδεδειγμένα μοτίβα στη συμπεριφορά των επιχειρηματιών σε σχέση με τους μη επιχειρηματίες.⁷ Ακαδημαϊκοί που ερευνήσαν τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών εμμένουν γοητευμένοι στον ορισμό του «ποιος» είναι ο επιχειρηματίας και όχι στον τρόπο που αυτός ενεργεί.

Ωστόσο, τις τελευταίες δύο δεκαετίες, οι ερευνητές έχουν απομακρυνθεί από την οπτική των χαρακτηριστικών και έχουν εστιάσει περισσότερο στο πώς σκέφτονται και δρουν οι επιχειρηματίες, ενώ παράλληλα έχουν ανακαλύψει ότι υπάρχουν μοτίβα στον τρόπο σκέψης των επιχειρηματιών. Αυτό σημαίνει πως όλοι έχουμε την ικανότητα να σκεφτόμαστε επιχειρηματικά χάρη στην εξάσκηση. Μπορούμε να αλλάξουμε τον τρόπο που σκεφτόμαστε.

Συγκεκριμένα, η δουλειά της ερευνήτριας Saras Sarasvathy έχει προσθέσει μια νέα διάσταση στον κλάδο, όσον αφορά στην κατανόηση της επιχειρηματικής νοοτροπίας. Μέσω μιας έρευνας που περιλάμβανε **επαναλαμβανόμενους επιχειρηματίες**, δηλαδή ανθρώπους που ξεκινούν διάφορες επιχειρήσεις, είτε ταυτόχρονα είτε τη μια μετά την άλλη, η Sarasvathy κατέληξε ότι διαθέτουν μοτίβα σκέψης. Αυτήν τη θεωρία την ονόμασε θεωρία **υλοποίησης**, η οποία υποστηρίζει ότι το μέλλον είναι απρόβλεπτο αλλά ελεγχόμενο.

Η Sarasvathy θεωρεί ότι οι αποτελεσματικοί επιχειρηματίες επικεντρώνονται στη δημιουργία ενός μέλλοντος παρά στην πρόβλεψή του. Αυτό σημαίνει ότι δημιουργούν νέες ευκαιρίες, δεν ανακαλύπτουν αλλά δημιουργούν αγορές, αποδέχονται την αποτυχία και μαθαίνουν από αυτήν, ενώ επιπλέον δημιουργούν σχέσεις με διαφορετικούς συμμετόχους/συνεργάτες. Οι αποτελεσματικοί επιχειρηματίες χρησιμοποιούν τη δική τους καινοτομία για να εκπληρώσουν το όραμά τους για το μέλλον.

Πάρτε για παράδειγμα την Niri Keverian της εταιρείας ελληνικού παγωμένου τσαγιού ZOOS, η οποία δημιούργησε ευκαιρίες για την επιχείρησή της συστήνοντας μια σελίδα στο Facebook, μέσω δικτύωσης και συνάπτοντας συνεργασίες με ειδικούς που μπόρεσαν να της παρέχουν τις καλύτερες συμβουλές.

Το πάθος είναι αυτό που θα σε οδηγήσει, άρα αν δε νοιώθεις ότι το έχεις 100% ή 150%, δεν πρόκειται να πετύχει. Να είστε προετοιμασμένοι για αίμα, δάκρυα κι ιδρώτα. Πρέπει να είστε διατεθειμένοι να κάνετε θυσιές, να δουλέψετε τόσο σκληρά όσο δε δουλέψατε ποτέ στη ζωή σας, να δικτυωθείτε όσο ποτέ, να μιλήσετε με όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους, σχετικά με την επιχειρηματική βιομηχανία, αλλά και με ανθρώπους εκτός του κλάδου, οι οποίοι είναι πολύ έξυπνοι και έχουν σημειώσει επιτυχία στο δικό τους χώρο. Μάθετε από αυτούς, ακούστε τι έχουν να πουν κι έπειτα, εφαρμόστε τα στον εαυτό σας. (προσωπική συνέντευξη, 28 Αυγούστου 2014)



Κατακτήστε το περιεχόμενο:
edge.sagepub.com/
neckentrepreneurship

Επαναλαμβανόμενοι επιχειρηματίες:
το είδος επιχειρηματιών που συστήνουν διάφορες επιχειρήσεις, είτε ταυτόχρονα είτε τη μια μετά την άλλη.

Υλοποίησης: η ιδέα ότι το μέλλον είναι απρόβλεπτο αλλά ελεγχόμενο.

Η Keverian είχε τη σωστή νοοτροπία για να συστήσει μια επιχείρηση. Πιστεύουμε ακράδαντα ότι η επιχειρηματική νοοτροπία είναι ο προάγγελος της δράσης. Για εμάς, είναι λογικό ότι εάν οι επιχειρηματίες βρίσκονται στη σωστή ψυχολογική κατάσταση, υπάρχει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, σκοπός και όραμα να μεταφερθούν οι ιδέες από τη θεωρία στην πράξη. Δεν γεννιόμαστε με επιχειρηματική νοοτροπία, οπότε πρέπει να δουλέψουμε για να την αναπτύξουμε. Ως εκ τούτου, και επειδή είναι πολύ σημαντικό, αφιερώνουμε ένα ολόκληρο κεφάλαιο σε αυτή την έννοια (Κεφάλαιο 3).

Αλήθεια #3: Η επιχειρηματικότητα μπορεί να διδαχθεί (είναι μέθοδος που χρειάζεται πρακτική εφαρμογή)

Παρόλο που ο μοναχικός Μπομπ αποφεύγει την τυπική εκπαίδευση για να ακολουθήσει τη δική του επιχειρηματική πορεία, η επιχειρηματικότητα μπορεί να διδαχθεί και διδάσκεται σε κολλέγια και πανεπιστήμια ανά τον κόσμο. Πολλά από αυτά τα προγράμματα σπουδών διδάσκουν την επιχειρηματικότητα ως μια γραμμική διαδικασία, η οποία περιλαμβάνει την αναγνώριση ευκαιριών, την κατανόηση των αναγκών των πόρων, την απόκτηση των πόρων, το σχεδιασμό, την υλοποίηση και τη συγκομιδή (έξοδος από μια εταιρεία).⁹ Όμως, η λέξη *διαδικασία* προϋποθέτει γνωστές εισροές και γνωστές εκροές, όπως σε μια διαδικασία παραγωγής. Η διαδικασία υποδηλώνει ότι θα φτάσουμε σε ένα συγκεκριμένο προορισμό. Για παράδειγμα, η δημιουργία ενός αυτοκινήτου σε μια γραμμή παραγωγής αποτελεί διαδικασία κατασκευής. Γνωρίζουμε όλα τα εξαρτήματα, γνωρίζουμε πώς συναρμολογούνται και γνωρίζουμε τον τύπο του αυτοκινήτου που θα προκύψει στο τέλος. Η διαδικασία είναι σχετικά προβλέψιμη.

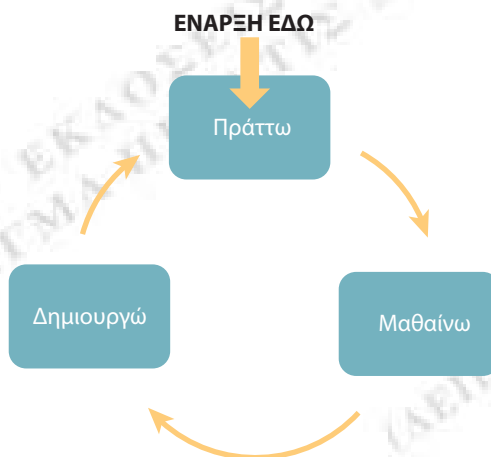
Η επιχειρηματικότητα δεν είναι προβλέψιμη, επομένως δεν μπορεί να διδαχθεί επαρκώς ως διαδικασία. Αντ' αυτού, η μέθοδος ή η πρακτική προσέγγιση που υποστηρίζεται σε αυτό το κείμενο αναπαριστά ένα σύνολο πληροφοριών που όταν αναπτυχθούν με εξάσκηση μέσα στον χρόνο αποτελούν μια εργαλειοθήκη επιχειρηματικής δράσης.¹⁰ Η επιχειρηματική μέθοδος απαιτεί συνεχή εξάσκηση έτσι ώστε η γνώση και η εξειδίκευση να μπορούν να αναπτύσσονται συνεχώς και να εφαρμόζονται σε μελλοντικά εγχειρήματα. Ερευνούμε την ιδέα αυτή με περισσότερες λεπτομέρειες στο Κεφάλαιο 2.

Αλήθεια #4: Οι επιχειρηματίες δεν είναι εξαιρετικά ριψοκίνδυνοι

Σε αντίθεση με το στερεότυπο ότι στους επιχειρηματίες αρέσει να τζογάρουν, δεν υπάρχουν στοιχεία που να υποστηρίζουν ότι οι επιχειρηματίες είναι περισσότερο ριψοκίνδυνοι από οποιονδήποτε άλλο. Στην πραγματικότητα, οι επιχειρηματίες με τάσεις προς τον τζόγο δεν είναι συνήθως επιτυχημένοι, και ο λόγος είναι ότι αφήνουν υπερβολικά πολλά στην τύχη.¹¹ Το ρίσκο είναι πολύ προσωπικό και σχετικό. Τα πράγματα φαίνονται περισσότερο ριψοκίνδυνα όταν τα βλέπουμε από έξω, διότι πραγματικά δε γνωρίζουμε τι υπολογισμοί έγιναν πριν πραγματοποιηθεί το επόμενο βήμα. Στην πραγματικότητα, οι περισσότεροι επιχειρηματίες είναι σκόπιμα ριψοκίνδυνοι και υπολογίζουν τι είναι διατεθειμένοι να χάσουν σε κάθε τους βήμα. Εφαρμόζουν στην πράξη τον κύκλο πράττω-μαθαίνω-δημιουργώ που ενθαρρύνει τις μικρές πράξεις με σκοπό τη μάθηση και την εφαρμογή της γνώσης αυτής στην

ΕΙΚΟΝΑ 1.1

Πράττω – Μαθαίνω – Δημιουργώ



επόμενη δράση (Εικόνα 1.1).¹² Η επιχειρηματικότητα ποτέ δεν πρέπει να έχει μηδενικό άθροισμα και δεν πρέπει να συνιστά μια απόφαση «όλα ή τίποτα». Δεν πρόκειται για αναρρίχηση στην κορυφή ενός βουνού χωρίς σκοινιά ή οξυγόνο. Έτσι φαίνεται όταν το βλέπουμε απ' έξω.

Αλήθεια #5: Οι επιχειρηματίες συνεργάζονται περισσότερο από ό,τι ανταγωνίζονται

Η εικόνα του μοναχικού Μπομπ να εξοντώνει ολομόναχος τους ανταγωνιστές του στο κυνήγι του προσωπικού κέρδους είναι εντελώς ανακριβής. Η κοινωνία παίζει σημαντικό ρόλο στην επιχειρηματικότητα. Οι επιχειρηματίες έχουν ως βάση τις κοινές εμπειρίες και επιθυμούν να μάθουν από άλλους που αντιμετωπίζουν τις ίδιες προκλήσεις. Μπορεί να είναι δύσκολο να γνωρίζουμε τι ακριβώς συνιστά η επιχειρηματικότητα μέχρι να την αντιμετωπίσουμε ευθέως, επομένως είναι πολύ σημαντικό να έχουμε μια υποστηρικτική ομάδα επιχειρηματιών του ίδιους πνεύματος που είναι πρόθυμοι να βοηθήσουν ο ένας τον άλλο «χωρίς αντάλλαγμα» με σκοπό να συνεργαστούν για το ευρύτερο καλό.¹³

Οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες δε συνεργάζονται μόνο με άλλους επιχειρηματίες, αλλά και με τους πελάτες – στόχο, προκειμένου να δοκιμάσουν νέες ιδέες, με πιθανούς επενδυτές ώστε να καλλιεργήσουν εμπιστοσύνη και με μέλη της οικογένειας και με φίλους αποσκοπώντας στη συμπαράστασή τους. Οι επιχειρηματίες έχουν επίσης μια τάση να συνεργάζονται με ανταγωνιστές. Ένα από τα πιο γνωστά τέτοια παραδείγματα είναι η συνεργασία του αείμνηστου Steve Jobs της Apple και του Bill Gates της Microsoft για τη δημιουργία του Apple Mac,¹⁴ ηγέτες δύο τεχνολογικών γιγάντων που φαινομενικά ήταν σε πόλεμο μεταξύ τους. Στην πραγματικότητα, ο Bill Gates είχε μέλη του προσωπικού της Microsoft που δημιουργούσαν λογισμικό ζωτικής σημασίας για το Mac. Η συνεργασία με πελάτες, προμηθευτές και ανταγωνιστές μπορεί να αυξήσει την αποδοτικότητα, να γεννήσει νέες ιδέες και να παράγει δημιουργικότητα και καινοτομία.¹⁵



Ο Steve Jobs και ο Bill Gates συνεργάστηκαν για το Apple Mac παρόλο που υπήρξαν σκληροί ανταγωνιστές.

© User: Nafije.shabani/Wikimedia Commons/CC-BY-SA 3.0 / <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.en>

Αλήθεια #6: Οι επιχειρηματίες πράττουν περισσότερο από ό,τι σχεδιάζουν

Ο μοναχικός Μπομπ περνάει μερικούς επίπονους μήνες δημιουργώντας ένα επίσημο επιχειρηματικό σχέδιο για να το παρουσιάσει στην τεχνολογική εταιρεία – στόχο του. Χρειάζεται όμως κάθε επιχειρηματίας επιχειρηματικό σχέδιο για να πετύχει; Όχι απαραίτητα. Έρευνες έχουν δείξει ότι λιγότεροι από τους μισούς εκ των πεντακοσίων ιδρυτών οργανισμών συνέταξαν επίσημα επιχειρηματικά σχέδια πριν συστήσουν τις εταιρείες τους, και λιγότεροι από 30% είχαν μόνο αρχικά σχέδια.¹⁶ Άρα, πώς τα κατάφεραν; Ανέλαβαν δράση: βγήκαν έξω και μίλησαν με άλλους ανθρώπους, ήρθαν σε επαφή με τους πελάτες τους, προσέλκυσαν το ενδιαφέρον για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους και δημιούργησαν ένα ισχυρό δίκτυο. Κάθε ενέργειά τους συνέλεγε δεδομένα που παρείχαν πληροφορίες για το επόμενο βήμα. Συνοπτικά, καθένας εξ αυτών εξασκούσαν ως επιχειρηματίας.

Οι επενδυτές του σήμερα θέλουν να γνωρίζουν τι έχει κάνει ο επιχειρηματίας, ποιους πελάτες έχει προσεγγίσει και το ενδιαφέρον που έχει δημιουργήσει. Τα γεγονότα, οι αριθμοί και οι προβλέψεις είναι σημαντικά, αλλά μπορούν να παρουσιαστούν με έναν πιο οπτικό τρόπο, μέσω ενός ντέμο ή ενός μικρού βίντεο κλιπ. Εντέλει, οι επενδυτές θα θέλουν να ξέρουν εάν οι επιχειρηματίες έχουν την ικανότητα να ξεπερνούν τις δυσκολίες, να αναλαμβάνουν δράση και να δέχονται την εποικοδομητική ανατροφοδότηση που λαμβάνουν από την καθοδήγηση.

Αλήθεια #7: Η επιχειρηματικότητα αποτελεί δεξιότητα ζωής

Παραδοσιακά, η επιχειρηματικότητα έχει συνδεθεί κυρίως με την προώθηση νέων επιχειρήσεων. Ωστόσο, σήμερα η σημασία της επιχειρηματικότητας έχει μετατραπεί σε κάτι περισσότερο από την ικανότητα να ξεκινήσουμε ένα νέο εγχείρημα. Πολλοί άνθρωποι και ιδρύματα αντιλαμβάνονται την επιχειρηματικότητα ως δεξιότητα ζωής

που βοηθά τους ανθρώπους να αντιμετωπίσουν ένα αβέβαιο μέλλον παρέχοντάς τους τις μεθόδους για να σκέφτονται, να δρουν, να βρίσκουν ευκαιρίες, να προσεγγίζουν προβλήματα με συγκεκριμένο τρόπο, να προσαρμόζονται σε νέες συνθήκες και να παίρνουν τον έλεγχο των προσωπικών στόχων και φιλοδοξιών. Επίσης, παρέχει στους ανθρώπους δεξιότητες που μπορούν να εφαρμοστούν σε πολλά άλλα πεδία. Η ανάληψη του ρόλου του επιχειρηματία μας εμψυχώνει να δημιουργήσουμε ευκαιρίες και να πετύχουμε τους στόχους μας.¹⁷

Τώρα που διακρίναμε τις αλήθειες από τους μύθους, ήρθε η ώρα να δημιουργήσουμε ένα καινούριο αφήγημα. Το οικονομικό μας μέλλον βασίζεται στους επιχειρηματίες και ο παραδοσιακός και περιορισμένος ορισμός έχει καταπνίξει την πραγματική σημασία της επιχειρηματικής δράσης. Αλλά για να δημιουργήσουμε μια νέα ιστορία, χρειάζεται να γνωρίζουμε πώς φτάσαμε στην παρούσα διήγηση εξαρχής. Η απάντηση βρίσκεται στην ιστορία.

1.3 ΣΥΝΤΟΜΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΤΗΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΗΝΩΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΕΙΕΣ

Μ.Σ. 1.3 Εξηγούμε την ιστορία της επιχειρηματικότητας στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Η ιστορία της επιχειρηματικότητας στις Ηνωμένες Πολιτείες χωρίζεται σε πέντε περιόδους ή εποχές.¹⁸ Ας ρίξουμε μια ματιά σε αυτές τις περιόδους προκειμένου να αντιληφθούμε πώς η επιχειρηματικότητα εξελίχθηκε ανά τους αιώνες και πώς συνεισέφερε στην εξέλιξη των Ηνωμένων Πολιτειών σε οικονομική υπερδύναμη και επιχειρηματικό έθνος.

Εμφάνιση του Αυτοδημιούργητου Ανθρώπου (Η Εποχή της Αποικιοκρατίας στην Αμερική Πριν το 1776)

Ορισμός του επιχειρηματία: «Κάποιος που αναλαμβάνει ένα έργο· ένας κατασκευαστής· ένας κύριος οικοδόμος». Γαλλική ρήση (δεκαετία του 1600)¹⁹

Η επιχειρηματική φιλοδοξία ήταν ανέκαθεν βαθιά ριζωμένη στην αμερικανική κοινωνία. Αναφερόμενη ως «η γη της ευκαιρίας», αυτή η σχετικά πρόσφατα ανακαλυφθείσα ήπειρος προσέλκυε μετανάστες, κυρίως από τις Βρετανικές νήσους και άλλα ευρωπαϊκά έθνη, καθώς άρχισαν να διαμορφώνονται οι οικισμοί και οι αποικίες. Μέσα στον θρίαμβο της ελευθερίας επανεπινόησής τους, χωρίς το βάρος των ταξικών διαφορών ή άλλων μορφών διώξεων, οι αποικιοκράτες επιχείρησαν νέα εγχειρήματα, δημιούργησαν καινούριες αγορές και εκμεταλλεύτηκαν ευκαιρίες στην εξερεύνηση, τη γεωργία, το εμπόριο και άλλες εμπορικές δραστηριότητες.



Ο εθνοπατέρας Benjamin Franklin, ο οποίος εφηύρε το αλεξικέραυνο.
<http://www.gettyimages.com/license/51246239>

Επίσης, κατά τη διάρκεια αυτής της εποχής, γεννήθηκε ένας από τους μεγαλύτερους επιχειρηματίες της ιστορίας. Μέσα από μια σειρά πειραμάτων με τον ηλεκτρισμό, ο εθνοπατέρας Benjamin Franklin εφηύρε επιτυχώς το αλεξικέραυνο, το οποίο έγινε το σύμβολο της εφευρετικότητας ενός νέου έθνους.

Επίσης, κατά τη διάρκεια αυτής της εποχής, γεννήθηκε ένας από τους μεγαλύτερους επιχειρηματίες της ιστορίας. Μέσα από μια σειρά πειραμάτων με τον ηλεκτρισμό, ο εθνοπατέρας Benjamin Franklin εφηύρε επιτυχώς το αλεξικέραυνο, το οποίο έγινε το σύμβολο της εφευρετικότητας ενός νέου έθνους.

Ένα Επιχειρηματικό Έθνος (Πρώτη Βιομηχανική Επανάσταση 1776-1865)

Ορισμός του επιχειρηματία: «Κάποιος που ασχολείται με τις συναλλαγές για κέρδος· κάποιος που ασκεί επιχειρηματική κριτική απέναντι στην αβεβαιότητα».

Richard Cantillon (1755)²⁰

Μπορούμε να περιγράψουμε το Σύνταγμα των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής ως εφαλτήριο για τη δημιουργικότητα και την καινοτομία. Χάρη στους δημοκρατικούς όρους του, οι άνθρωποι διατηρούσαν το δικαίωμα στην ιδιωτική ιδιοκτησία, πρόσβαση σε ένα επαγγελματικό τραπεζικό σύστημα και προστασία των εταιρειών τους με μέσω των νόμων περί ευρεσιτεχνίας. Η βιομηχανική επανάσταση έδωσε το έναυσμα για ένα σημαντικό αριθμό εφευρέσεων και καινοτομιών, οι οποίες οδήγησαν σε τεράστιες επιχειρηματικές εταιρείες στους τομείς της κατασκευαστικής, της γεωργίας και των τεχνολογιών μεταφοράς. Εφόσον πλέον όλοι είχαν ίσες ευκαιρίες να γίνουν επιχειρηματίες, οι εφευρέτες ήταν πλέον πιο σύνηθες φαινόμενο, παράγοντας νέα προϊόντα και υπηρεσίες παράλληλα με τους εμπόρους και τους βιομηχάνους.

Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, ο Charles Goodyear εφηύρε το βουλκανισμένο καουτσούκ, ο George Crum τα πατατάκια και ο Daniel Hess την ηλεκτρική σκούπα. Η Mary Dixon Kies, η πρώτη γυναίκα στην οποία απονεμήθηκε δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, εφηύρε μια διαδικασία για την πλέξη άχυρου με μετάξι ή κλωστή και η οποία ενίσχυσε τη βιομηχανία καπέλων. Αυτές οι καινοτομίες, μαζί με την εκρηκτική ανάπτυξη στην οικονομία που βελτίωσε τις μεταφορές και συνετέλεσε στην αύξηση του πληθυσμού οδήγησαν στη χρυσή εποχή της επιχειρηματικότητας, τη δεύτερη βιομηχανική επανάσταση.

Το Αποκορύφωμα της Επιχειρηματικότητας (Δεύτερη Βιομηχανική Επανάσταση 1865-1920)

Ο επιχειρηματίας μετατοπίζει τους οικονομικούς πόρους από το πεδίο χαμηλής παραγωγικότητας στο πεδίο υψηλής παραγωγικότητας και μεγαλύτερης απόδοσης.

Jean-Baptiste Say (περί το 1800)²¹

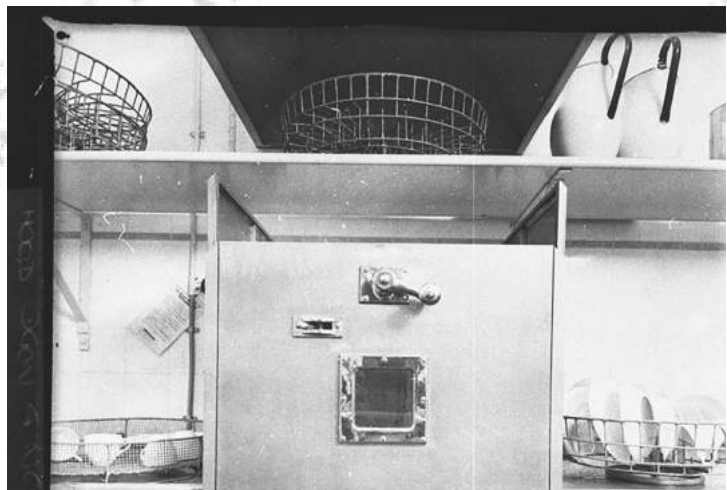


Βίντεο

Αμερικανοί Επιχειρηματίες

Κατά τη διάρκεια αυτής της εποχής, η επιχειρηματικότητα είχε κλιμακωθεί. Δημιουργήθηκε ένας τεράστιος αριθμός καινοτομιών, επιχειρήσεων και εφευρέσεων για να ικανοποιήσουν το αυξανόμενο αγοραστικό κοινό και τις απαιτήσεις για τεχνολογικές καινοτομίες. Η ανακάλυψη της μετατροπής ορυκτών σε ατσάλι άλλαξε το τοπίο της ηπείρου, που γέμισε με ουρανοξύστες, σιδηροδρομικές γραμμές και βαρύ ατσάλινο εξοπλισμό. Οι επιχειρηματίες αυτής της εποχής διαδραμάτισαν ουσιαστικό ρόλο στην αλλαγή του τρόπου ζωής των ανθρώπων. Η ανακάλυψη του τηλεφώνου (Alexander Graham Bell), του λαμπτήρα (Thomas Edison) και του πρώτου αυτόματου πλυντηρίου πιάτων (Josephine Cochrane) ικανοποίησε την ανάγκη των καταναλωτών να διατηρούν μεγαλύτερη επαφή με άλλους ανθρώπους, να ζουν με άνεση και να είναι πιο αποτελεσματικοί.

Ο επιχειρηματίας ή, αλλιώς, ο «αυτοδημιούργητος άνθρωπος», έχαιρε θαυμασμού από την κοινωνία. Οι μυθιστοριογράφοι δόξαζαν και επαινούσαν τους επιχειρηματίες περιγράφοντας ιστορίες ανθρώπων που βγήκαν από την αφάνεια κι έγιναν το επίκεντρο της δόξας. Αμέτρητα εγχειρίδια διατείνονταν ότι μπορούσαν να διδάξουν τα μυστικά της επιχειρηματικής επιτυχίας. Ωστόσο, οι χρυσές εποχές δεν διαρκούν επ' αόριστον, και σύντομα το επιχειρηματικό τοπίο θα επισκίαζαν οι βιομηχανικοί κολοσσοί και τα ιδρύματα που εμφανίστηκαν την ίδια εποχή.



Το πρώτο αυτόματο πλυντήριο πιάτων, εφεύρεση της Josephine Cochrane.
Hood Collection, μέρος I

Άνοδος της Θεσμικής Αμερικής των Ιδρυμάτων (Μεσοπολεμική και Μεταπολεμική Αμερική 1920-1975)

Ορισμός του επιχειρηματία: «[Αυτός που αναγνωρίζει] τους νέους συνδυασμούς που περιλαμβάνουν την εφαρμογή νέων πραγμάτων ή την εφαρμογή παλιών πραγμάτων με νέο τρόπο. Οι νέοι συνδυασμοί περιλαμβάνουν 1) την πα-

ρουσίαση ενός νέου προϊόντος, 2) μια νέα μέθοδο παραγωγής, 3) τη δημιουργία μιας νέας αγοράς, 4) μια νέα πηγή προμηθειών, 5) νέους οργανισμούς».

Schumpeter (1934)²²

Ορισμός του επιχειρηματία: «Αυτός που παίρνει αποφάσεις και του οποίου ο ρόλος σχετίζεται ολοκληρωτικά με την εγρήγορσή του απέναντι σε ευκαιρίες που περνούν απαρατήρητες. Επομένως, η επιχειρηματικότητα είναι η ικανότητα να αντιλαμβάνεται κανείς νέες ευκαιρίες. Η εν λόγω αναγνώριση και αξιοποίηση των ευκαιριών θα έχει την τάση να 'διορθώνει' την αγορά και να την επαναφέρει σε ισορροπία».

Kirzer (1973)²³

Αυτή η εποχή σηματοδότησε την αλλαγή από τον παραδοσιακό επιχειρηματία στη μεγάλη εταιρεία. Οι μικρές επιχειρήσεις που ίδρυσαν επιχειρηματίες συγχωνεύθηκαν με άλλες εταιρείες ή απορροφήθηκαν από μεγαλύτερους οργανισμούς. Μέχρι τη δεκαετία του 1930, στο επίκεντρο βρισκόταν η επιστημονική καινοτομία, σε συνδυασμό με την αύξηση της εσωτερικής έρευνας και του σχεδιασμού. Ωστόσο, οι καινοτομίες επιβραδύνθηκαν σημαντικά όταν η χώρα βυθίστηκε στην Παγκόσμια Οικονομική Ύφεση.

Τα χρόνια μετά από το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο συνέπεσαν με την ταχέως αναπτυσσόμενη μεσαία τάξη. Η ικανοποίηση των αυξανόμενων απαιτήσεων σήμανε την αύξηση της παραγωγής, η οποία αντικατέστησε την καινοτόμα παραγωγή προϊόντων. Πριν τη δεκαετία του 1950, οι μεγάλες εταιρείες είχαν ήδη αποκτήσει τον έλεγχο της αμερικανικής κουλτούρας, και ο παραδοσιακός επιχειρηματίας δεν θεωρούνταν απλώς εκκεντρικός, αλλά μάλλον απειλή για την ισορροπία της τάξης. Παρά την ιδρυματοποίηση του επιχειρηματία, η Αμερική απολάμβανε φαινομενική οικονομική ευημερία, χάρη στις νέες καινοτομίες στους τομείς της τεχνολογίας, των μεταφορών, της διασκέδασης και των συσκευών οικιακής χρήσης. Τότε πραγματοποιήθηκε η εφεύρεση του φορητού ραδιοφώνου τρανζίστορ, του συνθεσάιζερ, της βιντεοκάμερας, του επεξεργαστή κειμένου και του μικροτσίπ. Ωστόσο, πριν από τη δεκαετία του 1970, η εταιρική επιχειρηματικότητα είχε ήδη κορυφωθεί, και το αυξανόμενο ενδιαφέρον στην τεχνολογία πληροφοριών θα διαμόρφωνε πλέον το τοπίο για την επερχόμενη παγκοσμιοποίηση και τη μετάβαση προς την οικονομία της γνώσης.

Περιορισμένη Επανεμφάνιση (Οικονομία της Γνώσης 1.0, 1975-Σήμερα)

Επιχειρηματίας: το άτομο ή η ομάδα που δημιουργεί κάτι καινούριο — μια καινούρια ιδέα, ένα καινούριο προϊόν, ένα καινούριο ίδρυμα, μια καινούρια αγορά, ένα καινούριο σύνολο δυνατοτήτων

Ο επιχειρηματίας ορίζεται ως το άτομο ή η ομάδα που δημιουργεί κάτι καινούριο — μια καινούρια ιδέα, ένα καινούριο προϊόν, ένα καινούριο ίδρυμα, μια καινούρια αγορά, ένα καινούριο σύνολο δυνατοτήτων.²⁴

Καθώς η επιχειρηματικότητα ανακτούσε τη φήμη της κατά τις τελευταίες δεκαετίες του 20ού αιώνα, εμφανίστηκαν πολλοί νέοι όρισμοί. Ωστόσο, επιλέξαμε τον ορισμό που πιστεύουμε ότι συνάδει καλύτερα με την έννοια της επιχειρηματικότητας. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, ο επιχειρηματίας αναγνωρίζει, δημιουργεί και πράττει με βάση τις νέες ευκαιρίες.²⁵

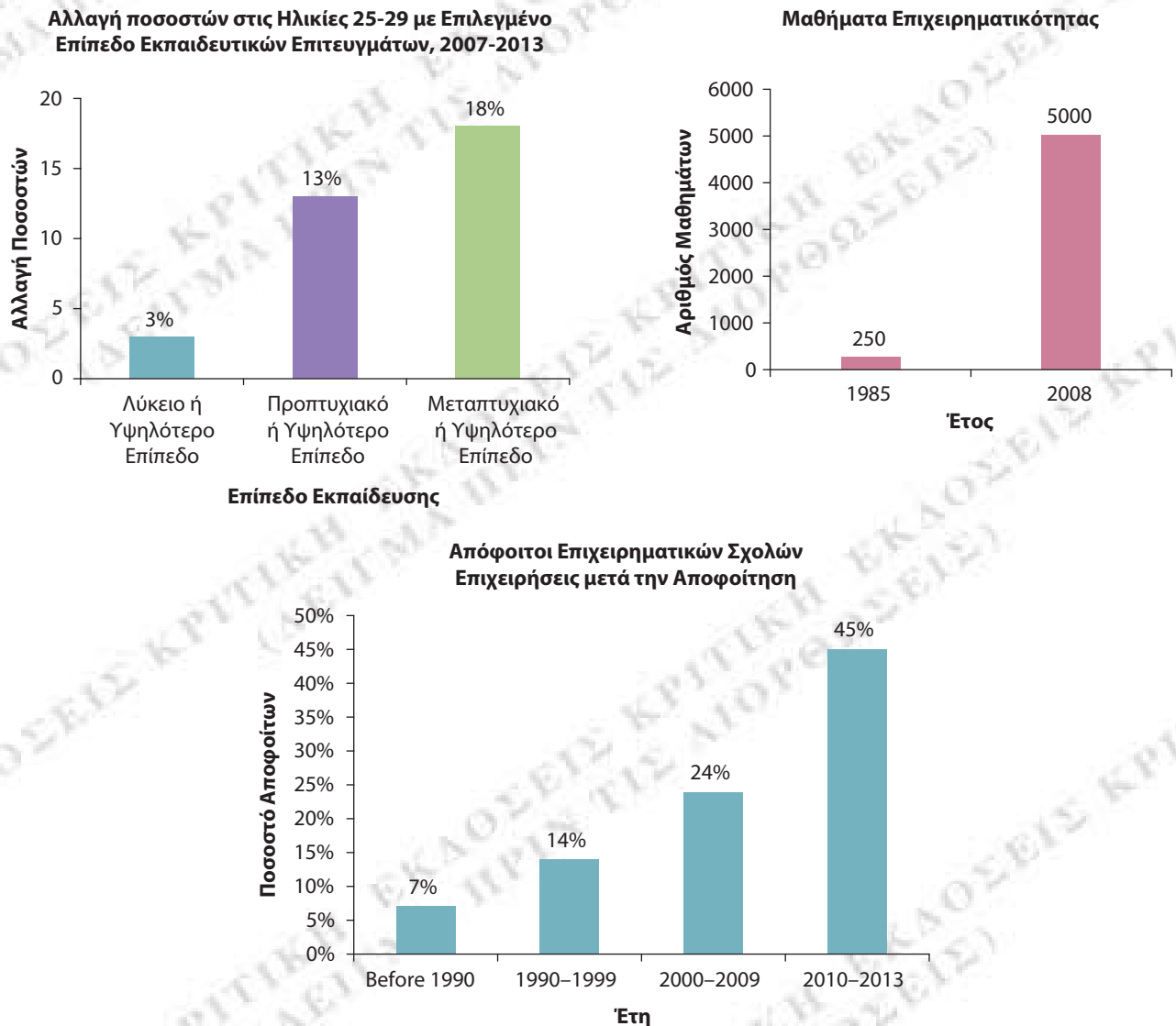
Η άνοδος της τεχνολογίας πληροφοριών, η ανάπτυξη προηγμένης τεχνολογίας, η έρευνα σε τομείς της βιοτεχνολογίας και της ιατρικής, καθώς και τα νέα υλικά επέφεραν αλλαγές στην οικονομία και δημιούργησαν νέες αγορές και νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες. Οι αλλαγές στον νόμο περί διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας διευκόλυναν τους επιχειρηματίες στην καταχώρηση των εφευρέσεών τους, και η άνοδος στις επενδύσεις επιχειρηματικών κεφαλαίων τούς προσέφερε το χρηματοοικονομικό κεφάλαιο που τους έβαλε στην αγορά. Το εκκρεμές της παραγωγής και της μεταποίησης άρχισε να κινείται προς την κατεύθυνση μιας οικονομίας γνώσης και εξυπηρέτησης, της οποίας κυρίαρχοι αποτελούσαν μεταξύ άλλων τεχνολογικές εταιρείες, όπως η Apple, Microsoft, Google, IBM και Oracle.

Κατ' αυτόν τον τρόπο, γεννήθηκε ο «τεχνολογικός επιχειρηματίας». Ξαφνικά, η επιχειρηματικότητα ήρθε και πάλι στη μόδα και άρχισαν να ξεπηδούν προγράμματα σπουδών που δίδασκαν το εν λόγω αντικείμενο σε όλο τον κόσμο. Σήμερα, οι επιχειρηματίες θεωρούνται απαραίτητοι στη μελλοντική επιτυχία οποιασδήποτε καπιταλιστικής οικονομίας. Για την ακρίβεια, όπως δείχνει και η Εικόνα 1.2, η γενιά της χιλιετηρίδας (η γενιά που γεννήθηκε μεταξύ 1981 και 1997) θα αποτελούν το 75% του εργατικού δυναμικού έως το 2025. Θεωρείται, επίσης, η γενιά με το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης και τη μεγαλύτερη έκθεση στην επιχειρηματική εκπαίδευση, με υψηλά ποσοστά εγγραφών στα μεταπτυχιακά προγράμματα διοίκησης επιχειρήσεων (MBA).

Αυτές οι πέντε εποχές επιχειρηματικής ιστορίας των Ηνωμένων Πολιτειών αποδεικνύουν πώς οι δραστηριό-

ΕΙΚΟΝΑ 1.2

Η Γενιά της Χιλιετηρίδας – Η Γενιά Υψηλού Επιπέδου Εκπαίδευσης και Επιχειρηματικότητας



τητες των επιχειρηματιών άγγιξαν κάθε πτυχή της καθημερινότητας μας επηρεάζοντας ποικιλοτρόπως τον τρόπο ζωής μας, από τον ηλεκτρισμό, τη μουσική, τις μεταφορές, τη γεωργία, την παραγωγή, την τεχνολογία και πολλά άλλα. Τώρα ήρθε η ώρα για ένα νέο κεφάλαιο στην ιστορία. Ήρθε η ώρα να ενώσουμε τις φωνές των επιχειρηματιών του σήμερα από κάθε γωνιά της γης στο κέντρο του διαλόγου. Στο κάτω-κάτω, οι δικές τους εμπειρίες είναι εκείνες που θα ανοίξουν το επόμενο κεφάλαιο της ιστορίας.

Παρότι ίσως είναι δύσκολο να αντιληφθούμε τις επιχειρηματικές δυνατότητες εν μέσω της ανεργίας, της οικονομικής ύφεσης, των πολέμων και των φυσικών καταστροφών, είναι ακριβώς αυτού του είδους οι αναταραχές που θα πρέπει να δώσουν έμφαση για τη δημιουργία νέων ευκαιριών και για οικονομική πρόοδο.

Η ιστορία δείχνει ότι παρά τα εμπόδια στη διαδρομή τους, όλες οι κατηγορίες επιχειρηματιών αναλαμβάνουν διαρκώς δράση για να αλλάξουν τον κόσμο. Όπως είπε και ο επιχειρηματίας των PayPal, Tesla Motors, και Space X, Elon Musk: «Αν γυρίσετε μερικές εκατοντάδες χρόνια πίσω, ό,τι θεωρούμε σήμερα δεδομένο, τότε φαινόταν μαγικό — η δυνατότητα να μιλάμε με ανθρώπους από μακριά, να μεταδίδουμε εικόνες, να πετάμε ή να έχουμε πρόσβαση σε τεράστιες ποσότητες δεδομένων. Όλα αυτά τα πράγματα ανήκαν στη σφαίρα του μαγικού μερικά εκατοντάδες χρόνια πριν».²⁸

Επιχειρηματίες όπως ο Musk, οι οποίοι έχουν σημειώσει παγκόσμια επιτυχία, μέχρι και η διευθύνουσα σύμβου-

ΑΛΛΑΓΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑΣ**Πείτε μου την Ιστορία σας**

Κάθε επιχειρηματίας έχει και μια ιστορία. Τι πιστεύετε και προσδοκάτε από τις ιστορίες των επιχειρηματιών; Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι είναι σύμφωνες με τη δημόσια εικόνα των επιχειρηματιών; Με τι τρόπους προσδοκάτε ότι μπορεί να είναι διαφορετικές; Δείτε την παρακάτω δραστηριότητα, η οποία θα σας βοηθήσει να εξετάσετε τις πεποιθήσεις και τις προσδοκίες σας.

Βρείτε και συστηθείτε σε έναν επιχειρηματία - οποιαδήποτε κατηγορία επιχειρηματία. Ζητήστε του να σας αφιερώσει 20 λεπτά από το χρόνο του και ξεκινήστε με την ερώτηση: *Μπορείτε να μου αφηγηθείτε την ιστορία του πώς γίνετε επιχειρηματίας;*

Καθώς η ιστορία εκτυλίσσεται, μπορείτε να απευθύνετε επιπλέον ερωτήσεις όπως:

Ποια ήταν η μεγαλύτερη ανησυχία σας όταν ξεκινήσατε το επιχειρηματικό εγχείρημά σας;

Τι σας ενθουσίασε περισσότερο στις αρχές του εγχειρήματός σας;

Τι πόρους χρησιμοποιήσατε για να ξεκινήσετε; Από πού προέρχονταν οι εν λόγω πόροι;

Ποιες στιγμές θυμάστε περισσότερο;

Ποιος σας βοήθησε περισσότερο στην πορεία σας;

Πώς περιγράφετε τον εαυτό σας στους άλλους;

Ποιες συμβουλές θα δίνετε σε εμένα ως φοιτητή/φοιτήτρια επιχειρηματικότητας;

Έπειτα από αυτό τον εικοσάλεπτο διάλογο, προβληματιστείτε επί των πεποιθήσεων και των προσδοκιών με τις οποίες ξεκινήσατε και απαντήστε στις Ερωτήσεις Κριτικής Σκέψης.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ

1. Με ποιους τρόπους ο επιχειρηματίας που επιλέξατε επιβεβαίωσε τις πεποιθήσεις και τις προσδοκίες σας;
2. Με ποιους τρόπους σας παρακίνησε (ή όχι) η ιστορία;
3. Μάθατε κάτι το οποίο ήταν τελείως απροσδόκητο, κι αν ναι, τι ήταν αυτό;

λος των ZOOS Greek Iced Teas, Niari Keverian, έχουν ήδη αρχίσει να αναγνωρίζουν και να αξιοποιούν ευκαιρίες ώστε να εισφέρουν με το δικό τους τρόπο στην ιστορία. Τώρα είναι η σειρά σας.

1.4 ΕΙΔΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**Μ.Σ. 1.4 Συγκρίνουμε και αντιπαραβάλλουμε τις διαφορετικές μορφές επιχειρηματικότητας στην πράξη σήμερα.**

Όπως αναφέραμε προηγουμένως, η επιχειρηματικότητα δεν αφορά μόνο στις νεοφυείς επιχειρήσεις όπως την ZOOS Greek Iced Tea, αλλά μπορεί να έχει διαφορετικές μορφές. Οι ακόλουθες εναλλακτικές επιχειρηματικότητας είναι αυτές που κυρίως εφαρμόζονται στις μέρες μας.

Εταιρική Επιχειρηματικότητα

Η εταιρική επιχειρηματικότητα (επίσης γνωστή ως **ενδοεπιχειρηματικότητα**) αποτελεί μία διαδικασία δημιουργίας νέων προϊόντων, εγχειρημάτων, διαδικασιών ή ανανέωσης στο πλαίσιο μεγάλων οργανισμών.²⁷ Διεξάγεται

Εταιρική επιχειρηματικότητα (ή ενδο-επιχειρηματικότητα): η διαδικασία δημιουργίας νέων προϊόντων, εγχειρημάτων, διαδικασιών ή ανανέωσης στο πλαίσιο μεγάλων οργανισμών

κατά κανόνα από εργαζομένους οι οποίοι απασχολούνται σε ξεχωριστές μονάδες από τον οργανισμό και οι οποίοι δημιουργούν και ελέγχουν τις καινοτομίες που στη συνέχεια ενσωματώνονται στον ευρύτερο οργανισμό.

Οι εταιρικοί επιχειρηματίες έχουν την τάση να εξερευνούν νέες δυνατότητες και να αναζητούν τρόπους με τους οποίους η τωρινή δομή και οι μέθοδοι του ορ-

γανισμού ανοίγουν το δρόμο προς την καινοτομία. Όπως οι εξωτερικοί επιχειρηματίες, έτσι και οι εταιρικοί επιχειρηματίες αναγνωρίζουν ευκαιρίες, δημιουργούν ομάδες και αντικείμενα που έχουν αξία ώστε να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα και τα κέρδη του οργανισμού.

Η Marian Croak, Πρώτη Αντιπρόεδρος στον Τομέα 2.0 Αρχιτεκτονικής και Προηγμένης Ανάπτυξης Εταιρειών στην εταιρεία AT&T, αποτελεί εξαιρετικό παράδειγμα εταιρικού επιχειρηματία. Το 2005, η Croak εργαζόταν πάνω σε ένα σύστημα ψηφοφορίας για την τηλεοπτική εκπομπή *American Idol* κατά την οποία οι θεατές μπορούσαν να ψηφίσουν στέλνοντας ένα γραπτό μήνυμα. Την ίδια χρονιά, ο τυφώνας Katrina έπληξε και κατέστρεψε μεγάλο μέ-

ρος των ακτών του Κόλπου των Ηνωμένων Πολιτειών. Συγκλονισμένη από την τραγωδία, η Croak είδε ότι υπήρχε μια ευκαιρία ώστε οι άνθρωποι να χρησιμοποιήσουν το ίδιο σύστημα για να κάνουν δωρεές σε περιπτώσεις φυσικών καταστροφών. Έπειτα από τον σεισμό στη Αϊτή το 2010, το σύστημα τέθηκε σε εφαρμογή και πραγματοποιήθηκαν δωρεές ύψους 30 εκατομμυρίων δολαρίων.

Η ευκαιρία να γίνει κάποιος εταιρικός επιχειρηματίας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον οργανισμό. Η AT&T υποστήριζε τις ιδέες της Marian Croak και την ενθάρρυνε να τις υλοποιεί και να τις βλέπει να ευδοκιμούν. Οργανισμοί όπως οι Google, Apple, Virgin και Zappos είναι, επίσης, γνωστοί για την ενθάρρυνση του επιχειρηματικού πνεύματος. Ωστόσο, δεν δείχνουν όλοι οι οργανισμοί τον ίδιο ενθουσιασμό για την επιχειρηματική δράση των εργαζομένων τους μέσα στο πλαίσιο της εταιρείας. Ορισμένες εταιρείες φοβούνται ότι εάν ενθαρρύνουν τους εργαζομένους τους να είναι λειτουργήσουν επιχειρηματικά, θα αφήσουν την εταιρεία και θα ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.



Η εταιρική επιχειρηματίας Marian Croak συγκέντρωσε εκατομμύρια δολάρια σε δωρεές Μέσω του συστήματος αποστολής μηνυμάτων μέσω κινητού τηλεφώνου μετά από τον σεισμό που χτύπησε την Αϊτή.

Agencja Fotograficzna Caro/Alamy Stock Photo

Οι Επιχειρηματίες Εντός

Οι **Επιχειρηματίες εντός** αποτελούνται από εργαζομένους που σκέφτονται και ενεργούν επιχειρηματικά εντός του οργανισμού. Παρόλο που φαίνεται να μοιάζουν με τους εταιρικούς επιχειρηματίες (εργαζόμενοι σε μεγάλες, καταξιωμένες εταιρείες), υπάρχει μια μεγάλη διαφορά: οι επιχειρηματίες εντός υπάρχουν και λειτουργούν σε οποιοδήποτε είδος οργανισμού, μεγάλου ή μικρού, συμπεριλαμβανομένων των κρατικών υπηρεσιών, μη κερδοσκοπικών οργανισμών, θρησκευτικών ενώσεων, αυτό-οργανωτικών οντοτήτων και συνεταιρισμών.²⁹ Αυτά τα είδη επιχειρηματιών συχνά χρειάζονται εσωτερική υποστήριξη από τα ανώτερα διοικητικά στελέχη ή άλλα μέλη της ομάδας για τις πρωτοβουλίες τους, κάτι που ενδέχεται να αποδειχθεί δύσκολο εάν τα συγκεκριμένα άτομα έχουν την τάση να αντιστέκονται σε νέες ιδέες, ή απλώς προτιμούν να «μένουν προσκολλημένοι στις κατευθυντήριες γραμμές της εταιρείας» παρά να πιέζουν τα όρια. Η δημιουργία μιας υποστηρικτικής ομάδας είναι ουσιώδης για την εκτέλεση των ιδεών τους και την απόδειξη ότι υπάρχει η αντίστοιχη αγορά.

Το κοινό στοιχείο που έχουν οι «επιχειρηματίες εντός» με τους υπόλοιπους επιχειρηματίες είναι η επιθυμία να δημιουργήσουν κάτι που να έχει αξία, είτε πρόκειται για μια επαναστατική πρωτοβουλία, είτε για ένα νέο τμήμα, προϊόν, μια νέα υπηρεσία ή διαδικασία. Μια από τις μεγαλύτερες επαναστατικές πρωτοβουλίες του 2014 ήταν η κυκλοφορία του «άδοξου λαχανικού» από επιχειρηματίες που εργάζονται εντός της γαλλικής αλυσίδας υπεραγορών Intermarché ως τρόπο μείωσης της σπατάλης τροφίμων.³⁰ Αντιπαλεύοντας την αντίληψη ότι οι καταναλωτές επιθυμούν να αγοράζουν μόνο τέλεια λαχανικά, η Intermarché διεξήγε μια έξυ-

Επιχειρηματίες εντός: οι κατηγορίες των υπαλλήλων που σκέφτονται και ενεργούν επιχειρηματικά εντός του οργανισμού



Ελαττωματικά λαχανικά όπως αυτά που φαίνονται εδώ πωλούνται με έκπτωση από τη γαλλική αλυσίδα υπεραγορών Intermarché σε μια προσπάθεια με σκοπό την εξοικονόμηση της σπατάλης τροφίμων.

©iStockphoto.com/Alainolympus



Η τοποθεσία της επιχείρησης δικαιόχρησης (franchise) Jimmy John's Gourmet Sandwiches

MLADEN ANTONOV/Staff/Getty Images

Δικαιόχρηση (franchise): ένας τύπος άδειας που αγοράζεται από ένα δικαιούχο από μια υφιστάμενη επιχείρηση, για να μπορέσει να πραγματοποιήσει συναλλαγές υπό την επωνυμία αυτής της επιχείρησης.

Δικαιώματα: μερίδιο των κερδών μιας επιχείρησης από το ένα μέρος στο άλλο.

λογική ότι δεν αναγκάζονται να δαπανήσουν τον ίδιο χρόνο στο μάρκετινγκ, τη δημιουργία της εμπορικής τους ταυτότητας, την ανάπτυξη διαδικασιών και την προμήθεια προϊόντων.

Η δικαιόχρηση συχνά αναφέρεται ως επιχείρηση με το κλειδί στο χέρι. Με άλλα λόγια, ο δικαιούχος γυρνάει το κλειδί στην πόρτα και είναι έτοιμος να διοικήσει την επιχείρηση. Ο δικαιούχος δεν καταβάλλει στον δικαιούχο μόνο ένα εφάπαξ ποσό ώστε να αγοράσει την άδεια δικαιόχρησης, αλλά υποχρεούται να καταβάλλει **δικαιώματα**, δηλαδή μερίδιο από τα κέρδη βάσει των εσόδων από

τις πωλήσεις. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του 37ου ετήσιου Franchise 500 του περιοδικού *Entrepreneur*, που ανακοινώθηκαν το 2016, δικαιούχοι όπως οι Jimmy John's Gourmet Sandwiches, Anytime Fitness, Hampton by Hilton, Subway και Supercuts, είναι ανάμεσα στις πιο δημοφιλείς στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Σήμερα, υπάρχουν περισσότερες από 750.000 επιχειρήσεις δικαιόχρησης στις Ηνωμένες Πολιτείες,³² ενώ το κόστος δικαιόχρησης κυμαίνεται από τα 50.000 δολαρίων και λιγότερα, ως και 500.000 δολαρίων και περισσότερα, με σχεδόν το 50% να πωλείται μεταξύ 100.000 δολαρίων και 500.000 δολαρίων.³³ Ο Πίνακας 1.2 περιγράφει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της κατοχής δικαιόχρησης.

Αγορά Μικρής Επιχείρησης

Η αγορά μικρής επιχείρησης είναι ένας άλλος τρόπος να εισχωρήσουμε στον κόσμο της επιχειρηματικότητας. Με αυτό το καθεστώς, ο επιχειρηματίας αγοράζει την επιχείρηση από τον ιδιοκτήτη και αναλαμβάνει τη λειτουργία της. Για ορισμένους επιχειρηματίες, πρόκειται για μια λιγότερο ριψοκίνδυνη προσέγγιση από ό,τι να ξεκινήσει κάτι από το μηδέν.³⁴ Η Chris Cranston έχει ιδρύσει το FlowDog, ένα κέντρο αποκατάστασης και υγρού στίβου για σκύλους έξω από τη Βοστώνη. Το 2009, αγόρασε από τον προηγούμενο ιδιοκτήτη την επιχείρηση, που τότε είχε το όνομα Aquadog. Η Cranston άλλαξε το όνομα, όμως διατήρησε την πελατειακή βάση, τον εξοπλισμό της πισίνας, την τοποθεσία, ορισμένους εργαζομένους και ένα ευνοϊκό μισθωτήριο. Όπως δήλωσε η ίδια: «Το να ξεκινήσω από το μηδέν φάνταζε απίστευτα δύσκολο για μένα. Χρειαζόμουν κάτι πάνω στο οποίο μπορούσα να χτίσω. Αυτό, μάλιστα, μπορούσα να το χειριστώ!»³⁵ Και το χειρίστηκε με απόλυτη επιτυχία. Το FlowDog παρουσίασε ετήσια αύξηση περίπου 20% από το 2009, όταν και αγοράστηκε.

Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

Από τις αρχές του 21ου αιώνα, η κοινωνική επιχειρηματικότητα έγινε παγκόσμιο κίνημα, με χιλιάδες πρωτοβου-

πνη καμπάνια όπου παρουσίαζε εικόνες άσχημων λαχανικών σε τιμές 30% χαμηλότερες από τα τέλεια ισοδύναμά τους. Η πρωτοβουλία αύξησε την κίνηση στα καταστήματα της Intermarché κατά 20% και πούλησε τόνους αυτών των περιέργων σε όψη λαχανικών. Κατ' αυτόν τον τρόπο, διείσδυσε σε μια ανεκμετάλλευτη αγορά και απέδειξε ότι εν τέλει υπάρχει ζήτηση για «ελαττωματικά προϊόντα».

Αγορά Δικαιόχρησης (Franchise)

Η δικαιόχρηση (**franchise**) είναι ένας τύπος άδειας που αγοράζει ο επιχειρηματίας (δικαιούχος) από μια υφιστάμενη επιχείρηση (δικαιούχος) που επιτρέπει στον επιχειρηματία να δραστηριοποιείται με το όνομα της εν λόγω επιχείρησης.³¹ Η δικαιόχρηση μπορεί να βοηθήσει τους επιχειρηματίες να κάνουν ένα δυναμικό ξεκίνημα στις δικές τους επιχειρήσεις, με τη

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2

Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα Δικαιόχρησης

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
Υφιστάμενα επιχειρηματικά συστήματα που βοηθούν τη δικαιόχρηση να καταστεί άμεσα λειτουργική.	Το τέλος δικαιόχρησης πρέπει να προκαταβάλλεται.
Υπογράφεται συμφωνητικό δικαιόχρησης πριν το τυπικό πρόγραμμα κατάρτισης (ηλεκτρονικές ενότητες, τυπικό μάθημα κατάρτισης).	Δικαιώματα (ποσοστό πωλήσεων) που καταβάλλονται στον δικαιοπάροχο κάθε μήνα.
Η τεχνολογία έχει σχεδιαστεί για να βοηθήσει στη διαχείριση των πελατών και στα διοικητικά καθήκοντα.	Αυστηροί κανόνες δικαιοπαρόχων χωρίς χώρο για πισωγυρίσματα.
Ήδη υφιστάμενο Μάρκετινγκ / Διαφήμιση που βοηθά στην προώθηση της δικαιόχρησής σας.	Αξίωση καταβολής ποσοστού των μεικτών πωλήσεων στο ταμείο μάρκετινγκ του δικαιοπαρόχου.
Εξαιρετικά συστήματα υποστήριξης (εσωτερικό προσωπικό, βελτιώσεις πεδίου κλπ.)	Τα περισσότερα προϊόντα και προμήθειες θα πρέπει να αγοράζονται από τον δικαιοπάροχο.
Οι πόροι ακινήτων βοηθούν την εύρεση της καλύτερης τοποθεσίας για τη δικαιόχρηση.	Η πώληση της δικαιόχρησης απαιτεί την έγκριση του δικαιοπαρόχου.
Ένα ολόκληρο δίκτυο στο οποίο μπορείτε να προστρέξετε για να λάβετε βοήθεια και συμβουλές.	Εν δυνάμει ανταγωνισμός από άλλους δικαιοδόχους στο δίκτυο.

Πηγή: Βάσει υλικού της Libava, J. (16 Φεβρουαρίου 2015). The pros and cons of owning a franchise. Entrepreneur. Ανάκτηση από τη διεύθυνση <https://www.entrepreneur.com/article/242848> Originally appeared at <http://www.thefranchiseking.com/franchise-ownership-pros-cons>

λίες να κυκλοφορούν κάθε χρόνο με σκοπό να βελτιώσουν τα κοινωνικά προβλήματα σε τομείς όπως η λειψυδρία, η εκπαίδευση, η φτώχεια και η υπερθέρμανση του πλανήτη.

Έχουν υπάρξει σημαντικές συζητήσεις ως προς τον ορισμό της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Κάποιοι θεωρούν ότι όλα τα είδη επιχειρηματικότητας είναι κοινωνικά, ενώ άλλοι την ορίζουν ως αποκλειστική δραστηριότητα του μη κερδοσκοπικού τομέα. Αυτά τα ακαθόριστα όρια υπονοούν ότι οι επιχειρηματίες αναγκάζονται να επιλέξουν μεταξύ του κοινωνικού και του οικονομικού αντίκτυπου. Θεωρούμε ότι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να κάνουν και τα δύο. Είναι σε θέση να αντιμετωπίζουν ένα κοινωνικό πρόβλημα και ταυτόχρονα να αποκομίζουν κέρδη. Η διατήρηση μια εταιρείας σε οικονομικά σταθερά επίπεδα διασφαλίζει την ικανότητά της να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών της, χωρίς να εξαρτάται από την εξεύρεση πόρων ή άλλες μεθόδους για να συνεχίσει τη λειτουργία της.³⁶ Επομένως, ορίζουμε την **κοινωνική επιχειρηματικότητα** ως τη διαδικασία εύρεσης καινοτόμων λύσεων σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα.

Η εταιρεία παιχνιδιών κερδοσκοπικού χαρακτήρα Roominate στην Καλιφόρνια, ιδρύθηκε το 2012 από τις αποφοίτους μηχανολογίας του πανεπιστημίου Stanford, Alice Brooks και Bettina Chen. Οι Brooks και Bettina σχεδίασαν τη δημιουργία συστημάτων για κτίρια με σύνδεση στο διαδίκτυο για κορίτσια προκειμένου να ενθαρρύνουν την καινοτομία και να βοηθήσουν στη γεφύρωση του χάσματος των δύο φύλων αναφορικά με το ETMM (Επιστήμη, Τεχνολογία, Μηχανολογία, Μαθηματικά – STEM: Science, Technology, Engineering, Mathematics).

Το παιχνίδι της Roominate δίνει τη δυνατότητα σε κορίτσια ηλικίας 6 ετών και άνω να δημιουργήσουν δικές τους κατασκευές χρησιμοποιώντας κινητήρες και κυκλώματα φωτός. Χάρη σε μια επιτυχή καμπάνια του Kickstarter συν παραπάνω κεφάλαιο από τον μόνιμο επενδυτή του Shark Tank, Mark Cuban, και άλλους επενδυτές, τρία χρόνια μετά από την παρουσίασή της, η Roominate είχε λάβει χρηματοδότηση άνω του ενός εκατομμυρίου δολαρίων. Οι ιδρυτές σχεδίαζαν να χρησιμοποιήσουν αυτή τη χρηματοδότηση για να κυκλοφορήσουν μια νέα σειρά "rPower" από σύνεργα που έχουν τη δυνατότητα να λειτουργούν ακόμη και από το κινητό τηλέφωνο ή το τάμπλετ. Η Roominate αποτελεί το τέλειο παράδειγμα κερδοσκοπικής εταιρείας που δημιουργήθηκε από γυναίκες κοινωνικούς επιχειρηματίες με σκοπό να ενθαρρύνουν τη νέα γενιά γυναικών απέναντι στα παραδοσιακά ανδροκρατούμενα πεδία του ETMM.³⁸

Ένα παράδειγμα μη κερδοσκοπικού κοινωνικού επιχειρηματία είναι ο πρώην συνεργάτης της Accenture, Lo Chay, ο οποίος ίδρυσε τη μη κερδοσκοπική επιχείρηση 1001 Fontaines Pour Demain (γαλλικά που σημαίνουν

Κοινωνική επιχειρηματικότητα: η διαδικασία εύρεσης καινοτόμων λύσεων.



Βίντεο

Κοινωνική επιχειρηματικότητα

«1001 Σιντριβάνια για το Μέλλον») ως βιώσιμο μέσο που παρέχει ασφαλές πόσιμο νερό για μικρά αγροτικά χωριά στην Καμπότζη. Το σύστημα ηλιακής ενέργειας του Chay, το οποίο έχει πολύ μικρό κόστος για να εγκατασταθεί και να λειτουργήσει, καθαρίζει το νερό σε αυτά τα χωριά, όπου πωλείται σε μεγάλες επαναχρησιμοποιούμενες κανάτες.³⁹

Η Roominate και η 100 Fontaines αποδεικνύουν γιατί πιστεύουμε ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει τόσο τις κερδοσκοπικές όσο και τις μη κερδοσκοπικές επιχειρήσεις. Το θέμα είναι ότι τόσο οι κερδοσκόποι όσο και οι μη κερδοσκόποι επιχειρηματίες έχουν επινοήσει δημιουργικούς τρόπους για να λύσουν κοινωνικά ζητήματα, βρίσκοντας τρόπους να κάνουν τον κόσμο καλύτερο. Ίσως, θα έπρεπε να επικεντρωθούμε στο τι κάνουν οι κοινωνικοί επιχειρηματίες και όχι στον ορισμό της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Θεωρούμε ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ιδιαίτερα σημαντική, για αυτό και έχουμε αφιερώσει ένα ολόκληρο κεφάλαιο σε αυτή την έννοια (Κεφάλαιο 4: Υποστήριξη της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας).

ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Κάθε επιχειρηματίας περνάει δύσκολες στιγμές στο ξεκίνημα του. Στη διαδικασία δημιουργίας μιας καταξιωμένης εταιρείας, πρέπει συχνά να γίνουν λάθη για να βρεθεί η σωστή μέθοδος. Ο Matthew Bellows ίδρυσε την Yesware, μια εταιρεία που εμπορεύεται λογισμικό το οποίο διευκολύνει τις ομάδες πωλήσεων να καταγράψουν και να αναλύσουν πληροφορίες. Η Yesware έχει μια βασική έκδοση που μπορεί να κατέβει δωρεάν.

Η Yesware αντιμετώπισε μια πρόκληση μετά από ένα χρόνο στην αγορά: τη μετατροπή των δωρεάν χρηστών σε πελάτες επί πληρωμή. Έπρεπε να αποκομίσουν κέρδος και πάλευαν να πουλήσουν ένα προϊόν σχεδιασμένο να διευκολύνει τις πωλήσεις για άλλες εταιρείες, ακόμα και μετά την πρόσληψη 10 πωλητών με στόχο την αύξηση των πωλήσεων.

Τι θα έκανες εσύ;

Κοινωνική επιχείρηση (ή B-Corp):

ένα είδος οργανισμού που πιστοποιείται από το μη κερδοσκοπικό B Lab, το οποίο βεβαιώνει ότι πληρούνται οι αυστηρές προδιαγραφές της κοινωνικής και περιβαλλοντικής απόδοσης, της λογοδοσίας και της διαύγειας.

Μια υποκατηγορία της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι ο **κοινωνικός οργανισμός, ή B-Corp**. Πρόκειται για μια μορφή οργανισμού που πιστοποιείται από το μη κερδοσκοπικό B Lab που διαβεβαιώνει ότι πληρούνται όλες οι αυστηρές προδιαγραφές των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδόσεων, της λογοδοσίας και της διαύγειας.⁴⁰ Η εθελοντική πιστοποίηση έχει σχεδιαστεί για κερδοσκοπικές εταιρείες που σκοπεύουν να πετύχουν κοινωνικούς στόχους μαζί με τους επιχειρηματικούς. Για να πιστοποιηθεί ένας οργανισμός ως B-Corp, αξιολογείται

ως προς το πώς αντιμετωπίζονται οι εργαζόμενοί του, τον αντίκτυπό του στο περιβάλλον και πώς ωφελεί την κοινωνία μέσα στην οποία λειτουργεί.⁴¹ Η πιστοποίηση B-Corp βεβαιώνει ότι η κερδοσκοπική εταιρεία εκπληρώνει την κοινωνική της αποστολή και η πιστοποίηση την προστατεύει από αγωγές συμφεροντολόγων που ίσως ισχυριστούν ότι η εταιρεία ξοδεύει περισσότερο χρόνο ή πόρους σε κοινωνικά ζητήματα αντί να αυξάνει το κέρδος της.

Κάποια μέλη B-Corp περιλαμβάνουν τη Betterworld Books, η οποία με την αγορά ενός βιβλίου κάνει δωρεά ένα βιβλίο σε κάποιον που έχει ανάγκη, τη Revolution Books, η οποία παρέχει οικονομικά και φρέσκα γεύματα σε μαθητές σχολείων από οικογένειες με χαμηλό εισόδημα, και τη Warby Parker, μια εταιρεία συνταγογραφούμενων οπτικών ειδών, της οποίας το σύστημα «Αγόρασε ένα ζευγάρι, χάρισε ένα ζευγάρι» περιλαμβάνει τη δωρεά ενός ζευγαριού γυαλιών για καθένα που πουλάει. Τα γυαλιά δωρίζονται σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς σε όλο τον κόσμο για να συμβάλουν στην ευαισθητοποίηση για τη σημασία της φροντίδας των ματιών. Τέσσερα χρόνια μετά από την ίδρυσή της το 2010, η Warby Parker είχε διανέμει ένα εκατομμύριο γυαλιά σε ανθρώπους που τα είχαν ανάγκη.⁴²

Πάνω από 900 εταιρείες σε 29 χώρες έχουν λάβει πιστοποίηση B-Corp. Η πιστοποίηση δεν αποτελεί μόνο σήμα αναγνώρισης για τις κοινωνικές τους επιχειρήσεις, αλλά τα μέλη της B-Corp συχνά προσφέρουν εκπώσεις μεταξύ τους σε υπηρεσίες και προϊόντα. Αυτό δημιουργεί επίσης το αίσθημα αλληλεγγύης και καλής θέλησης. Εν ολίγοις, η πιστοποίηση αποτελεί απόδειξη ότι τόσο οι μεγάλες όσο και οι μικρές εταιρείες δημιουργούν δράσεις με σκοπό να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής στις κοινότητές τους.

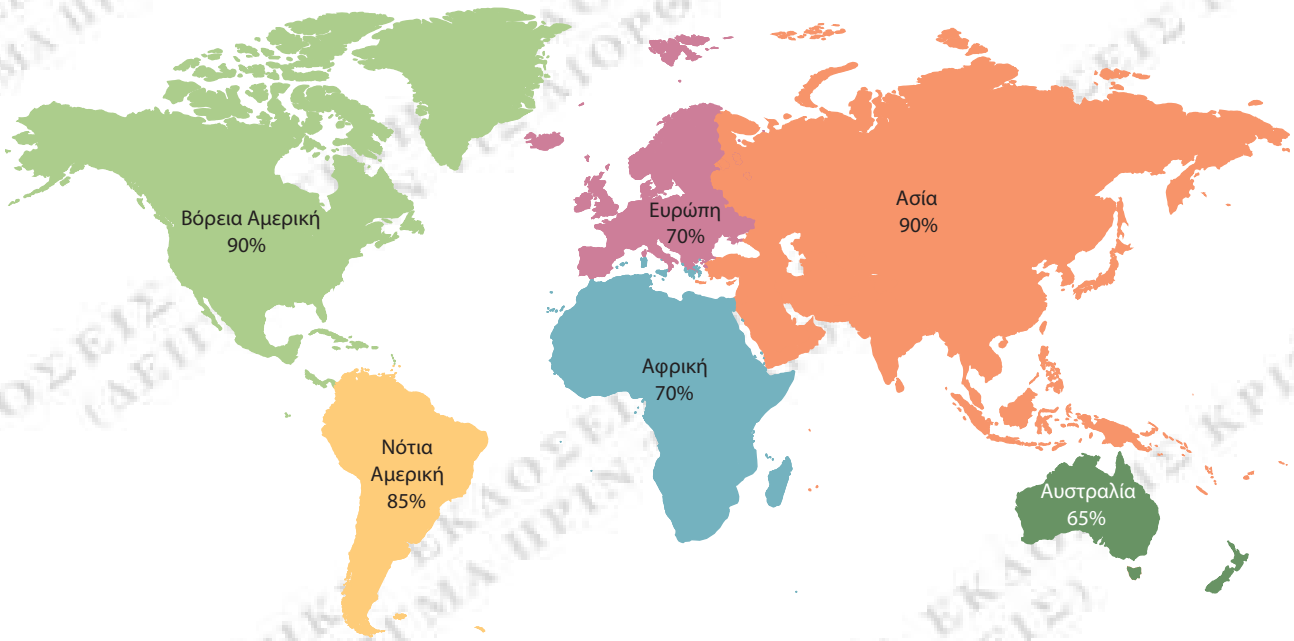
Οικογενειακή επιχείρηση: μια επιχείρηση που βρίσκεται στην κατοχή και διαχείριση πολλών μελών μιας οικογένειας, συνήθως παραπάνω από μιας γενιάς.

Οικογενειακή Επιχείρηση

Οικογενειακή επιχείρηση είναι μια επιχείρηση που είναι στην κατοχή και διαχείριση πολλών μελών μιας οικογένειας, συνήθως παραπάνω από μιας γενιάς. Αυτό

ΕΙΚΟΝΑ 1.3

Ποσοστά Οικογενειακών Επιχειρήσεων



που κάνει την οικογενειακή επιχείρηση μέρος του συνόλου του χαρτοφυλακίου επιχειρηματικότητας είναι το γεγονός ότι κάθε γενιά έχει μια ευκαιρία να προωθήσει τον οργανισμό με νέους και καινοτόμους τρόπους.⁴³ Για να προωθηθεί η οικογενειακή επιχείρηση είναι απαραίτητη η δημιουργία ατζέντας για την επιβίωσή της, όπως δηλώνει και το γεγονός ότι το ποσοστό επιβίωσης των οικογενειακών επιχειρήσεων που μεταβιβάζονται από την πρώτη γενιά στη δεύτερη είναι χαμηλότερο του 30%. Ωστόσο, ένα άλλο 50% των οικογενειακών επιχειρήσεων δεν επιβιώνουν όταν μεταφέρονται από τη δεύτερη στην τρίτη γενιά.⁴⁴ Αυτό μάλλον συμβαίνει λόγω του ότι οι οικογένειες-ιδιοκτήτες προσκολλώνται στους παλιούς τρόπους διαχείρισης, συνεπώς δεν είναι πρόθυμοι να αλλάξουν τη δομή της επιχείρησης.

Πολλοί κορυφαίοι οργανισμοί που είναι οικογενειακές επιχειρήσεις σε γενικές γραμμές θεωρούνται περισσότερο σταθεροί, όχι μόνο λόγω της ιστορίας και εμπειρίας τους, αλλά και λόγω της ικανότητάς τους να διαμορφώνουν μια μακροπρόθεσμη εικόνα, η οποία εμπνέει τη δέσμευση και την αφοσίωση των εργαζομένων τους. Ωστόσο, όταν η μακροπρόθεσμη εικόνα καθίσταται στάσιμη είναι ζημιογόνα και μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε μια καθοδική πορεία.

Οι οικογενειακές επιχειρήσεις αποτελούν την επικρατούσα μορφή των επιχειρηματικών οργανισμών παγκοσμίως. Εκτιμάται ότι 80% - 90% των επιχειρήσεων στις ΗΠΑ είναι οικογενειακές ή ελέγχονται από κάποια οικογένεια⁴⁵ και 65% του εργατικού δυναμικού των ΗΠΑ απασχολείται σε μια οικογενειακή επιχείρηση (Εικόνα 1.3).⁴⁶ Ευρέως γνωστές επιχειρήσεις, όπως η Wal-Mart στις ΗΠΑ, η αλυσίδα σούπερ μάρκετ Carrefour στη Γαλλία και η εταιρεία αυτοκινήτων Fiat στην Ιταλία, είναι όλες μακροχρόνιες οικογενειακές επιχειρήσεις που συνεχίζουν να επιδεικνύουν ολοένα καλύτερη πορεία. Για να συνεχίσουν τον κύκλο της ανάπτυξης και της συνέχειάς τους, τα μέλη της οικογένειας πρέπει να μεταδώσουν την επιχειρηματική τους νοοτροπία και το επιχειρηματικό τους ήθος. Η νοοτροπία εξασφαλίζει την επιβίωση της οικογενειακής επιχείρησης για πολλά επόμενα χρόνια.

Επαναλαμβανόμενοι Επιχειρηματίες

Οι **επαναλαμβανόμενοι επιχειρηματίες**, γνωστοί και ως **συστηματικοί επιχειρηματίες**, είναι άνθρωποι που ξεκινούν πολλές επιχειρήσεις, είτε ταυτόχρονα είτε τη μια μετά την άλλη. Χωρίς να ικανοποιούνται με το να επικεντρωθούν σε μία και μόνο επιχείρηση, οι επαναλαμβανόμενοι επιχειρηματίες βρίσκονται σε συνε-



Βίντεο

Προκλήσεις μιας οικογενειακής επιχείρησης

Επαναλαμβανόμενοι επιχειρηματίες, (ή συστηματικοί επιχειρηματίες): ο τύπος επιχειρηματιών που ξεκινούν πολλές επιχειρήσεις, είτε ταυτόχρονα είτε τη μια μετά την άλλη.

χή επαγρύπνηση για την επόμενη επιτυχία ή ερευνούν τρόπους για να εφαρμόσουν το ευρύ φάσμα των ιδεών τους. Ο Richard Branson αποτελεί καλό παράδειγμα επαναλαμβανόμενοι επιχειρηματίες: μετά την περιουσία που δημιούργησε μέσω της Virgin, η οποία ξεκίνησε ως κατάστημα λιανικής πώλησης μουσικών ειδών πριν επεκταθεί και συμπεριλάβει τη Virgin Atlantic Airlines, ο Branson στράφηκε στα σιδηροδρομικά δίκτυα, τη μουσική, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τις τράπεζες και άλλους τομείς. Ο ικανός επιχειρηματίας Branson θεωρεί πως «οι επιχειρηματικές ευκαιρίες είναι σαν τα λεωφορεία, πάντα έρχεται το επόμενο».⁴⁷

1.5 Ο ΚΟΣΜΟΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΙ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Μ.Σ. 1.5 Παρουσιάζουμε την παγκόσμια ποικιλομορφία της επιχειρηματικότητας και τις επιπτώσεις της.

Οι επιχειρηματίες επιφέρουν τη θετική αλλαγή, είναι εκείνοι που χρησιμοποιούν ενέργεια, πάθος και ιδέες για καλό σκοπό, και εκείνοι που τελικά θα διαμορφώσουν τον κόσμο στον οποίο ζούμε. Η δύναμη της επιχειρηματικότητας για τη συνεισφορά της στην απασχόληση, στην κοινωνική ευμάρεια, στην προσωπική ευμάρεια, στην καινοτομία, στην οικονομική εξέλιξη, την ανάπτυξη, και την καινοτομία φαίνεται ότι πλέον αναγνωρίζεται. Ο βραβευμένος με το Νόμπελ Ειρήνης Muhammad Yunus έχει λάβει μια από τις σημαντικότερες αναγνωρίσεις στον κόσμο μέσω της επιχειρηματικής του αποστολής, δηλαδή να βοηθήσει ανθρώπους από υποβαθμισμένες κοινότητες να φτιάξουν τη ζωή τους. Ωστόσο, το έργο του αφορά πολλές κοινότητες ανά τον κόσμο και όχι μόνο τους κατοίκους του Μπανγκλαντές.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, τα επιχειρηματικά βραβεία Yunus Social Business Awards αναγνωρίζουν τις προσπάθειες των κοινωνικών επιχειρηματιών και επιχειρηματιών που φοιτούν στο University του Salford στο Μάντσεστερ να διακρίνουν μια κοινωνική ανάγκη και να βρουν μια λύση για την αντιμετώπισή της⁽⁴⁸⁾. Μεταξύ των νικητών ήταν και ο φοιτητής Grant Dolan, ο οποίος βραβεύτηκε για την εταιρία αυτόματων πωλητών που ίδρυσε, τη REAL Vending. Η εταιρία αναδιανέμει τα κέρδη της από τους αυτόματους πωλητές που βρίσκονται σε σχολεία, κολλέγια, γυμναστήρια, και τοπικές επιχειρήσεις, ώστε να χρηματοδοτήσει νέα άτομα από οικονομικά αδύναμα περιβάλλοντα και να τα βοηθήσει να αποκτήσουν πρόσβαση στην ανώτερη εκπαίδευση. Μέσω της βράβευσής του, ο Dolan είχε την ευκαιρία να ταξιδέψει στη Ντάκα στο Μπανγκλαντές, για να γνωρίσει τον καθηγητή Yunus, ο οποίος θα τον συμβουλευσει για την ανάπτυξη της ιδέας του.

Αυτό αποτελεί ένα καλό παράδειγμα της κληρονομιάς που μπορούν να αφήσουν πίσω τους οι υφιστάμενοι επιχειρηματίες, ώστε να εμπνεύσουν τους ανερχόμενους επιχειρηματίες. Ο Yunus δεν είναι ο μοναδικός βραβευμένος με Νομπελ που αναδεικνύει τη σημασία της επιχειρηματικότητας. Ο Δρ. Dan Shechtman του Ινστιτούτου Τεχνολογίας Technion- Israel, στη Χάιφα, ο οποίος έλαβε το βραβείο Νομπελ Χημείας, το 2011 για την ανακάλυψη των ημικρυστάλλων, υποστηρίζει πως «η επιχειρηματικότητα είναι ο μόνος τρόπος για τη μακροπρόθεσμη διατήρηση της ειρήνης». Υποστηρίζει, πως οι χώρες που εξαντλούν όλους τους φυσικούς τους πόρους, θα οδηγηθούν σε συρράξεις μεταξύ των φυλών. Ο Shechtman, πιστεύει πως η εκπαίδευση και η μάθηση αποτελούν τους καθοριστικούς παράγοντες για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής νοοτροπίας⁽⁴⁹⁾.

Ο πρόεδρος Barack Obama, επίσης πίστευε στη δύναμη της επιχειρηματικότητας. Σε μια τελετή του Λευκού Οίκου προς τιμήν των βραβευθέντων της Εβδομάδας Μικρών Επιχειρήσεων του 2009, δήλωσε: «Είστε οι δημιουργοί θέσεων εργασίας, υπεύθυνοι για τις μισές θέσεις εργασίας στον ιδιωτικό τομέα. Είστε καινοτόμοι, παράγετε 13 φορές περισσότερα διπλώματα ευρεσιτεχνίας ανά εργαζόμενο από ό,τι μεγάλες εταιρίες. Είστε η αφετηρία για όλα τα προϊόντα και τα εμπορικά σήματα και έχετε επαναπροσδιορίσει την αγορά. Άλλωστε, και η Google ξεκίνησε ως μικρή επιχείρηση μέσα από ένα ερευνητικό σχέδιο. Η Hewlett-Packard ξεκίνησε από δύο τύπους σε ένα γκαράζ. Οι πρώτοι υπολογιστές της Apple συναρμολογήθηκαν ένας-ένας στο χέρι. Η McDonald's ξεκίνησε με ένα μόνο εστιατόριο.»⁵⁰

Η επιχειρηματικότητα ως Κοινωνικό Κίνημα

Ο λογικός άνθρωπος προσαρμόζεται στον κόσμο που ζει. Ο παράλογος επιμένει να προσπαθεί να προσαρμόσει τον κόσμο στον εαυτό του. Γι' αυτό η πρόοδος εξαρτάται από τους παράλογους.

George Bernhard Shaw

Οι προσπάθειες των νέων επιχειρηματιών σήμερα να επιλύσουν κάποιες από τις μεγαλύτερες προκλήσεις στον

κόσμο έχουν εμπνεύσει ένα παγκόσμιο κίνημα. Γνωρίζουν ότι οι μικρές ιδέες μπορούν να εξελιχθούν σε πραγματικές αλλαγές. Ας πάρουμε για παράδειγμα το παγκόσμιο πείραμα Unreasonable at Sea, το οποίο πραγματοποιήθηκε το 2013⁽⁵¹⁾. Ήταν ένα σχέδιο που δημιουργήθηκε από τους ιδρυτές του Ινστιτούτου Unreasonable Institute, μια οργάνωση η οποία ενθαρρύνει την επιχειρηματικότητα με την πραγματοποίηση εντατικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων, κατά τα οποία οι επιχειρηματίες γνωρίζουν τον κατάλληλο μέντορα και τους ιδρυτές του Ινστιτούτου Stanford Institute of Design. Οι εν λόγω ιδρυτές συνεργάστηκαν με τη δημοφιλή οργάνωση Semester at Sea, για να συγκεντρώσουν διάφορους επιχειρηματίες και να βιώσουν ένα αξέχαστο ταξίδι. Η ονομασία «Unreasonable» (Παράλογος) βασίζεται στην παραπάνω φράση του George Bernhard Shaw, με την οποία υποστηρίζει πως η πρόοδος εξαρτάται από «παράλογους» ανθρώπους, καθώς αυτοί είναι που αμφισβητούν το κατεστημένο.

Η βασική ηθική ιδέα πίσω από το σχέδιο «Unreasonable at Sea» είναι να ενωθούν επιχειρηματίες για την αξιοποίηση της συλλογικής τεχνολογικής τους εμπειρίας, ώστε να βρεθούν λύσεις για κάποια από τα μείζονα προβλήματα. Από 1.000 αιτούμενους παγκοσμίως, επιλέχθηκαν να βάλουν πλήρη ιδρυτικά μέλη 11 τεχνολογικών εταιριών με 600 φοιτητές, και 20 βετεράνους επιχειρηματίες και μέντορες (ενδεικτικά αναφέρουμε τον βραβευμένο Νομπέλ Ειρήνης Αρχιεπίσκοπο Desmond Tutu, Διευθυντικά στελέχη της Google, και τον ιδρυτή του Wordpress, Matt Mullenweg) για να παρουσιάσουν τις ιδέες τους σε επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων, ιδρύματα και κορυφαία κυβερνητικά στελέχη σε 14 διαφορετικές χώρες σε χρονικό διάστημα μόλις 100 ημερών.

Στο πλοίο βρισκόταν και μια ομάδα από τη Μπρατισλάβα, η οποία δημιούργησε το Solar Ear, το πρώτο ψηφιακά προγραμματισμένο επαναφορτιζόμενο ακουστικό βαρηκοΐας στον κόσμο, μια ομάδα από την Ισπανία που χρησιμοποιεί φυτά για την ενίσχυση του καθαρισμού των υδάτων, και μια ομάδα από το Μεξικό που εφηύρε την τεχνητή όραση για τυφλούς μέσω ενός ζευγαριού γυαλιών που είναι εξοπλισμένα με κάμερα, μίνι- υπολογιστή, και έναν αναμεταδότη που επιτρέπει στο άτομο να βλέπει εικόνες σε πραγματικό χρόνο.

Κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, οι ιδρυτές των 11 επιχειρήσεων, αντάλλαξαν ιδέες και έλαβαν συμβουλές από μέντορες, χρησιμοποιώντας εργαλεία τελευταίας τεχνολογίας τα οποία υπήρχαν στο πλοίο για την πρακτικής τους εξάσκηση. Είναι πειράματα τα οποία βοηθούν τους επιχειρηματίες να υλοποιήσουν τις ιδέες τους, και να εισακουστούν από κάποιο υποστηρικτικό κοινό. Μέσω αυτής της πρωτοβουλίας, όπως αναφέρεται και στη δήλωση του Yunus, δόθηκε στους επιχειρηματίες η ευκαιρία να εφαρμόσουν στην πράξη.

Ένας ανερχόμενος επιχειρηματίας, ο οποίος έλαβε μέρος στο πρόγραμμα «Unreasonable at Sea» το 2005 ήταν ο φοιτητής ονόματι Adam Braun. Κάθε φορά που το πλοίο έκανε στάση σε μια άλλη χώρα, ο Braun ρωτούσε: «Ποιο είναι αυτό που θέλετε περισσότερο από οτιδήποτε άλλο στον κόσμο;» Μια από τις απαντήσεις που έλαβε από ένα μικρό αγόρι στο δρόμο στην Ινδία ήταν «ένα μολύβι». Αυτή ήταν η απάντηση που παρακίνησε τον Braun να παραιτηθεί, λίγα χρόνια αργότερα, από τη θέση του σε μια επιχείρηση της Wall Street για να δημιουργήσει την «Pencils for Promise», μια μη κερδοσκοπική οργάνωση που χτίζει σχολεία στις φτωχότερες περιοχές του αναπτυσσόμενου κόσμου. Μέχρι το 2014, η «Pencils for Promise» είχε χτίσει περισσότερα από 200 σχολεία σε φτωχές χώρες και προσέφερε εργασία σε περισσότερους από 60 ανθρώπους ανά τον κόσμο⁽⁵²⁾.

Το 2011, ο Braun πήρε μέρος ξανά στο ταξίδι του «Unreasonable at Sea», όμως αυτή τη φορά ως λέκτορας και μέντορας, μοιραζόταν τις ιστορίες του με τους φοιτητές, και τους ενθάρρυνε λέγοντας «οι τουρίστες κοιτούν, οι ταξιδιώτες βλέπουν», με άλλα λόγια, τους παρότρυνε να μάθουν ενεργά για τις κοινότητες που επισκέπτονται και να αναζητούν τρόπους με τους οποίους μπορούν και οι ίδιοι να γί-



Βίντεο

Η επιχειρηματικότητα σε Αναπτυσσόμενες Χώρες



Adam Braun, ιδρυτής της μη κερδοσκοπικής οργάνωσης «Pencils for Promise»

WENN Ltd / Alamy Stock Photo

νουν πολίτες του κόσμου. Η ιστορία του Adam Braun είναι ένα πολύ καλό παράδειγμα παγκόσμιας επιχειρηματικότητας, που έχει αγγίξει τις ζωές άλλων ανθρώπων με έναν πολύ ουσιαστικό τρόπο. Ωστόσο, ο Braun είναι ένας από τους εκατομμύρια επιχειρηματίες ανά τον κόσμο που βρίσκεται στα πρώιμα στάδια ενασχόλησης ή έναρξης μιας επιχείρησης.

Παγκόσμια Επιχειρηματικότητα

Η επιχειρηματικότητα έχει απογειωθεί σε παγκόσμιο επίπεδο. Ας εξετάσουμε κάποια στοιχεία που αντλήσαμε από το Global Entrepreneurship Monitor (GEM), μια παγκόσμια έρευνα που χρηματοδοτήθηκε από το Babson College και το London Business School το 1999. Στις μέρες μας, η ίδια έρευνα διεξάγεται από μια ένωση πανεπιστημίων ανά τον κόσμο και μετρά την επιχειρηματική δραστηριότητα σε 70 χώρες.⁵³

Σύμφωνα με την αναφορά του GEM 2015/16, το ποσοστό των επιχειρηματιών στις Ηνωμένες Πολιτείες έχει αγγίξει το 13%, το υψηλότερο που έχει καταγραφεί ποτέ. Μάλιστα, υπάρχουν σχεδόν 400 εκατομμύρια επιχειρηματίες παγκοσμίως, οι οποίοι καθιστούν την Άσκηση της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας παγκόσμιο φαινόμενο. Αυτό σημαίνει, για τις περίπου 10 εμβληματικές προσωπικότητες όπως ο αείμνηστος Steve Jobs, ο Bill Gates και ο Mark Zuckerberg, ότι υπάρχουν εκατομμύρια επιχειρηματίες παγκοσμίως, με ηλικίες από 18 έως 64, οι οποίοι

βρίσκονται στη διαδικασία ίδρυσης ή διοίκησης μιας νέας επιχείρησης.

Η έρευνα GEM συλλέγει τα στοιχεία της σύμφωνα με τις διάφορες φάσεις της επιχειρηματικότητας (βλ. Εικόνα 1.4). Η διαδικασία ξεκινά με **εν δυνάμει επιχειρηματίες**, δηλαδή άτομα τα οποία θεωρούν πως έχουν την ικανότητα και την τεχνογνωσία για να ξεκινήσουν μια επιχείρηση χωρίς να τους βαραίνει ο φόβος της αποτυχίας. Το επόμενο στάδιο επικεντρώνεται στους **εκκολαπτόμενους επιχειρηματίες**, δηλαδή τα άτομα που έχουν συστήσει μια επιχείρηση, η οποία θα είναι ατομική, ή στην οποία θα συμμετέχουν ως συνιδιοκτήτες, η οποία δεν έχει κλείσει 3 μήνες λειτουργίας και δεν έχει ακόμη αποφέρει έσοδα στους ιδιοκτήτες της. Το τρίτο στάδιο είναι η μελέτη των **νέων ιδιοκτητών επιχειρήσεων**, οι οποίοι είναι τέως εκκολαπτόμενοι επιχειρηματίες, οι οποίοι ήταν ενεργά εμπλεκόμενοι σε κάποια επιχείρηση για περισσότερους από τρεις μήνες και λιγότερο από τρεις μήνες και λιγότερο από τρεις μήνες χρόνια. Το τελικό στάδιο εξετάζει τους **καταξιωμένους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων** που συνεχίζουν να είναι ενεργοί στην επιχείρηση ακόμη και για περισσότερο από τρεις μήνες μετά. Ιδιαίτερα ενδιαφέρον συμπέρασμα ήταν ότι πολλοί από τους καλούς επιχειρηματίες, που έκλεισαν τις επιχειρήσεις τους στα τρεις μήνες χρόνια, το έκαναν όχι γιατί είχαν αποτύχει. Μάλιστα, σε πολλές περιπτώσεις, οι επιχειρηματίες είχαν εξελιχθεί σε επαναλαμβανόμενους επιχειρηματίες ή είχαν γίνει μέλος άλλων επιχειρήσεων, με αποτέλεσμα να αποτελέσουν εσωτερικούς ή εταιρικούς επιχειρηματίες.

Η έρευνα GEM, επίσης εξετάζει τους ευκαιριακούς επιχειρηματίες και τους επιχειρηματίες από ανάγκη. **Οι επιχειρηματίες από ανάγκη** είναι άτομα τα οποία αναγκάζονται να ξεκινήσουν μια νέα επιχείρηση λόγω των περιστάσεων. Οι απολύσεις, η απειλή απώλειας εργασίας και η αδυναμία εύρεσης εργασίας είναι κάποιοι από τους παράγοντες που οδηγούν τα άτομα στην ίδρυση μιας νέας επιχείρησης. Εν αντιθέσει, οι **ευκαιριακοί επιχειρηματίες**, είναι άτομα τα οποία παίρνουν την απόφαση να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση βάσει της ικανότητάς τους να δημιουργήσουν ή να αξιοποιήσουν κάποια ευκαιρία, και των οποίων βασικό κίνητρο ανάπτυξης επιχειρηματικής δράσης είναι η ανεξαρτησία τους ή η αύξηση του εισοδήματός τους, και όχι απλώς η διατήρηση του εισοδήματός τους.

Ένα από τα επίκεντρα της έρευνας GEM είναι τα επίπεδα της **Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (ΣΕΔ)** σε διάφορες χώρες, που συνιστά το ποσοστό των ανθρώπων μεταξύ 18 και 64 ετών, οι οποίοι είναι είτε εκκολαπτόμενοι επιχειρηματίες είτε ιδιοκτήτες-διαχειριστές μιας νέας επιχείρησης. Για παράδειγ-

Εν δυνάμει επιχειρηματίες: άτομα τα οποία θεωρούν πως διαθέτουν την ικανότητα και την τεχνογνωσία να ιδρύσουν μια επιχείρηση χωρίς να τους βαραίνει ο φόβος της αποτυχίας.

Εκκολαπτόμενοι επιχειρηματίες: άτομα τα οποία έχουν συστήσει μια επιχείρηση, η οποία θα είναι ατομική, ή στην οποία θα συμμετέχουν ως συνιδιοκτήτες, η οποία λειτουργεί για λιγότερο από 3 μήνες λειτουργίας και δεν έχει ακόμη αποφέρει έσοδα στους ιδιοκτήτες της.

Ιδιοκτήτες νέων επιχειρήσεων: άτομα τα οποία είναι τέως εκκολαπτόμενοι επιχειρηματίες και οι οποίοι ήταν ενεργά εμπλεκόμενοι σε κάποια επιχείρηση για περισσότερους από τρεις μήνες και λιγότερο από τρεις μήνες χρόνια.

Καταξιωμένοι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων: τα άτομα που συνεχίζουν να είναι ενεργά στην επιχείρηση ακόμη και για περισσότερο από τρεις μήνες χρόνια.

Επιχειρηματίες από ανάγκη: άτομα τα οποία αναγκάζονται να ξεκινήσουν μια νέα επιχείρηση λόγω των περιστάσεων, όπως για παράδειγμα απολύσεις, η απειλή απώλειας εργασίας ή η ανεργία.

Ευκαιριακοί επιχειρηματίες: άτομα τα οποία παίρνουν την απόφαση να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση βάσει της ικανότητάς τους να δημιουργήσουν ή να αξιοποιήσουν κάποια ευκαιρία. Το βασικό κίνητρο ανάπτυξης επιχειρηματικής δράσης είναι η ανεξαρτησία τους ή η αύξηση του εισοδήματός τους, και όχι απλώς η διατήρηση του εισοδήματός τους.

Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (ΣΕΔ): το ποσοστό των ανθρώπων μεταξύ 18 και 64 ετών που είναι είτε εκκολαπτόμενοι επιχειρηματίες είτε ιδιοκτήτες-διαχειριστές μιας νέας επιχείρησης

μα, τα επίπεδα ΣΕΔ σε πρώιμο στάδιο στις Ηνωμένες Πολιτείες κυμαίνονται στο 13% ⁽⁵⁴⁾ (πίνακας 1.3). Αυτό σημαίνει πως το 13% του ενήλικου πληθυσμού των Ηνωμένων Πολιτειών με ηλικία από 18 έως και 64 ετών συμμετέχει σε κάποιου είδους επιχειρηματική δραστηριότητα, όπως για παράδειγμα στη διαδικασία ίδρυσης μιας νέας εταιρίας ή ως ιδιοκτήτης ή διαχειριστής μιας εταιρίας, η οποία λειτουργεί για λιγότερα από τρία χρόνια.

Ας εξετάσουμε λίγο πιο διεξοδικά το εύρος των ηλικιών που αναπτύσσει επιχειρηματική δραστηριότητα σε πρώιμο στάδιο ανά τον κόσμο. Η Βόρεια Αμερική σίγουρα θεωρείται ένα από τα πιο αισιόδοξα περιβάλλοντα όσον αφορά στην επιχειρηματικότητα, όμως άλλες γεωγραφικές περιοχές, όπως η Αφρική, η Λατινική Αμερική και η Καραϊβική, παρουσιάζουν υψηλότερα επίπεδα επιχειρηματικής δραστηριότητας σε συγκεκριμένες ηλικιακές ομάδες, ενώ το Μαρόκο και η Μαλαισία σημειώνουν τα χαμηλότερα επίπεδα. Η Ευρώπη εμφανίζει τα χαμηλότερα επίπεδα επιχειρηματικής δραστηριότητας όλων, με τη Βουλγαρία, τη Γερμανία, και την Ιταλία, συγκεκριμένα, να παρουσιάζουν τα χαμηλότερα επίπεδα με κάτω του 5% των ενήλικων εργαζομένων να ιδρύουν ή να διοικούν μια νέα επιχείρηση. Τα χαμηλά ποσοστά σε κάποιες χώρες, κυρίως στο νεότερο πληθυσμό, ίσως να οφείλονται στην υποχρεωτική στρατιωτική θητεία ή στο μεγάλο ποσοστό ανθρώπων που αποφασίζουν να σπουδάσουν.

Παρόλο που η υποσαχάρια Αφρική είναι μια λιγότερο αναπτυγμένη περιοχή από τις Ηνωμένες Πολιτείες, άνθρωποι που ζουν σε χώρες της Αφρικής τείνουν να διαβλέπουν ευκαιρίες ίδρυσης των δικών τους επιχειρήσεων, πιστεύουν στις ικανότητές και τις δυνατότητές τους, και φοβούνται λιγότερο την αποτυχία. Αυτά τα στατιστικά στοιχεία αποδεικνύουν πως η επιχειρηματικότητα σε πρώιμα στάδια είναι πιο πιθανή σε φτωχότερες χώρες εάν προσφέρεται στους ανθρώπους η ευκαιρία και η υποστήριξη που χρειάζονται για να αναπτύξουν τη δική τους επιχείρηση.



Βίντεο

Καινοτομία Λιτότητας

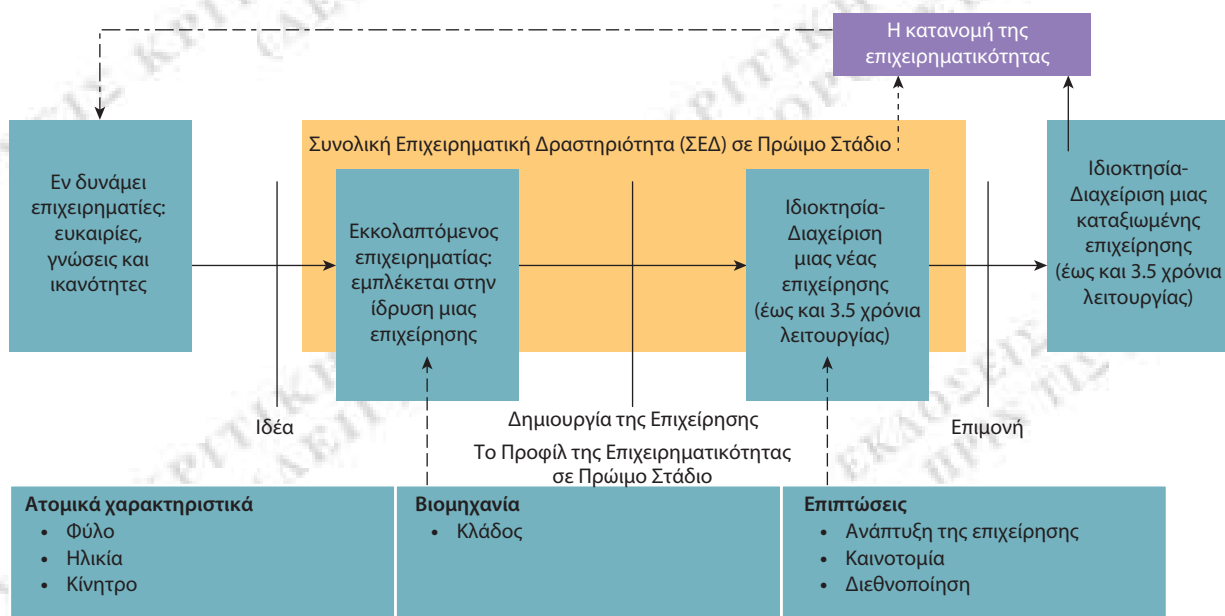
Φύλο και Επιχειρηματικότητα

Ένας από τους μεγαλύτερους μύθους σχετικά με την επιχειρηματικότητα είναι η εντύπωση πως ο συγκεκριμένος εργασιακός κλάδος είναι ανδροκρατούμενος. Όπως φαίνεται στον πίνακα 1.4, καμία αντίληψη δε θα μπορούσε να είναι πιο λανθασμένη. Σύμφωνα με τις έρευνες της GEM, περίπου 200 εκατομμύρια γυναίκες ιδρύουν ή διοικούν μια νέα επιχείρηση σε 83 οικονομίες, και επιπλέον 128 εκατομμύρια διοικούν καταξιωμένες επιχειρήσεις. ⁵⁵

Οι περισσότερες χώρες υπό μελέτη, παρουσιάζουν παρόμοια ποσοστά ανδρών και γυναικών που δραστηριοποιούνται στα πρώιμα στάδια της επιχειρηματικότητας, με τα ποσοστά γυναικών στο Βιετνάμ, τις Φιλιππίνες, την

ΕΙΚΟΝΑ 1.4

Η έρευνα Global Entrepreneurship Monitor μετρά την Επιχειρηματική Δραστηριότητα



ΠΙΝΑΚΑΣ 1.3

Επιχειρηματικές δραστηριότητες με βάση της γεωγραφική περιοχή το 2015

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΚΚΟΛΑΠΤΟΜΕ- ΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙ- ΡΗΜΑΤΙΩΝ		ΠΟΣΟΣΤΑ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΝΕΩΝ ΕΠΙ- ΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΠΡΩΙΜΟ ΣΤΑΔΙΟ (ΣΕΔ)		ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ		ΠΟΣΟΣΤΑ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		ΔΙΑΚΟΠΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙ- ΚΟΤΗΤΑΣ (% ΤΟΥ ΕΝΗΛΙΚΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ)	
		ΚΑΤΑΤ./ 60	ΤΙΜΗ	ΚΑΤΑΤ./ 60	ΤΙΜΗ	ΚΑΤΑΤ./ 60	ΤΙΜΗ	ΚΑΤΑΤ./ 60	ΤΙΜΗ	ΚΑΤΑΤ./ 60	ΤΙΜΗ	ΚΑΤΑΤ. 1 ΧΙΛ/ 60	ΤΙΜΗ
Αφρική	Μποτσουάνα	3	23.0	6	11.9	3	33.2	35	1.6	47	4.6	1	14.7
	Μπουρκίνα Φάσο	4	19.7	7	11.2	5	29.8	51Τ	0.6	1	27.8	9	8.1
	Καμερούν	6Τ	16.5	10	10.0	7	25.4	48Τ	0.7	12	12.8	5	9.0
	Αίγυπτος	46Τ	4.0	37Τ	3.4	43	7.4	38	1.3	56	2.9	14	6.6
	Μαρόκο	58	1.3	40Τ	3.2	58	4.4	55Τ	0.4	41Τ	5.2	46Τ	2.2
	Σενεγάλη	2	24.9	2	15.0	1	38.6	29Τ	2.3	5	18.8	2	13.3
	Νότια Αφρική	35	5.5	32Τ	3.8	38Τ	9.2	57Τ	0.3	53	3.4	19	4.8
	Τυνησία	36	5.4	25Τ	4.9	33	10.1	34	1.9	44	5.0	10Τ	7.2
	Σύνολο		12.5		7.9		19.8		1.1		10.1		8.3
Ασία & Ωκεανία	Αυστραλία	24	7.3	20	5.8	24Τ	12.8	2	8.5	20	8.7	22	4.5
	Κίνα	26	6.8	17Τ	6.3	24Τ	12.8	36Τ	1.4	55	3.1	39Τ	2.7
	Ινδία	22	7.7	40Τ	3.2	30Τ	10.8	57Τ	0.3	38	5.5	43Τ	2.3
	Ινδονησία	31Τ	6.1	5	12.1	13Τ	17.7	60	0.2	8	17.1	27Τ	3.7
	Ιράν	21	7.9	22	5.3	23	12.9	43Τ	1.0	10	14.0	12Τ	6.7
	Ισραήλ	18	8.4	34	3.7	28	11.8	6Τ	6.5	51	3.9	21	4.6
	Καζακστάν	20	8.0	40Τ	3.2	29	11.0	46Τ	0.9	58	2.4	35Τ	3.1
	Κορέα	40	5.0	29	4.3	36Τ	9.3	27Τ	2.4	28Τ	7.0	49Τ	2.0
	Λίβανο	12Τ	10.8	1	20.4	4	30.1	25Τ	3.3	6	18.0	4	10.6
	Μαλαισία	60	0.8	55	2.3	60	2.9	57Τ	0.3	45Τ	4.8	59	1.1
	Φιλιππίνες	23	7.6	9	10.1	16	17.2	29Τ	2.3	26Τ	7.3	3	12.2
	Ταϊβάν	54	2.5	27	4.8	44Τ	7.3	20Τ	4.1	16Τ	9.6	25Τ	3.8
	Ταϊλάνδη	43Τ	4.5	13	9.5	20Τ	13.7	48Τ	0.7	2	24.6	30Τ	3.4
	Βιετνάμ	59	1.0	4	12.7	20Τ	13.7	51Τ	0.6	3	19.6	27Τ	3.7
	Σύνολο		6.0		7.4		13.1		2.3		10.4		4.6
Λατινική Αμερική Καραϊβική	Αργεντινή	10	11.7	17Τ	6.3	13Τ	17.7	27Τ	2.4	18	9.5	16	6.3
	Μπαρμπάντος	11	11.5	8	10.7	10Τ	21.0	41Τ	1.1	9	14.1	25Τ	3.8
	Βραζιλία	27	6.7	3	14.9	10Τ	21.0	43Τ	1.0	4	18.9	12Τ	6.7
	Χιλή	6Τ	16.5	11Τ	9.8	6	25.9	15	5.2	21	8.2	7	8.5
	Κολομβία	9	15.6	16	7.5	8	22.7	29Τ	2.3	41Τ	5.2	10Τ	7.2
	Εκουαδόρ	1	25.9	11Τ	9.8	2	33.6	46Τ	0.9	7	17.4	8	8.3
	Γουατεμάλα	12Τ	10.8	15	7.6	13Τ	17.7	39Τ	1.2	22	8.1	24	4.0
	Μεξικό	8	16.2	24	5.0	10Τ	21.0	39Τ	1.2	30	6.9	15	6.4
	Παναμά	38	5.2	14	7.7	24Τ	12.8	54	0.5	49Τ	4.2	46Τ	2.2

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΚΚΟΛΑΠΤΟΜΕ- ΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙ- ΡΗΜΑΤΙΩΝ		ΠΟΣΟΣΤΑ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΝΕΩΝ ΕΠΙ- ΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΠΡΩΙΜΟ ΣΤΑΔΙΟ (ΣΕΔ)		ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ		ΠΟΣΟΣΤΑ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		ΔΙΑΚΟΠΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙ- ΚΟΤΗΤΑΣ (% ΤΟΥ ΕΝΗΛΙΚΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ)	
		ΚΑΤΑΤ./ 60	ΤΙΜΗ	ΚΑΤΑΤ./ 60	ΤΙΜΗ	ΚΑΤΑΤ./ 60	ΤΙΜΗ	ΚΑΤΑΤ./ 60	ΤΙΜΗ	ΚΑΤΑΤ./ 60	ΤΙΜΗ	ΚΑΤΑΤ. 1 ΧΙΛ/ 60	ΤΙΜΗ
Ευρώπη	Περου	5	17.8	25T	4.9	9	22.2	48T	0.7	31	6.6	6	8.8
	Πουέρτο Ρίκο	28	6.6	57T	1.9	40	8.5	51T	0.6	60	1.4	60	0.9
	Ουρουγουάη	14	10.6	32T	3.8	18	14.3	19	4.2	59	2.1	20	4.7
	Σύνολο		12.9		7.5		19.9		1.8		8.5		5.7
	Βέλγιο	43T	4.5	56	2.0	51	6.2	12	6.1	52	3.8	51T	1.9
	Βουλγαρία	57	2.0	60	1.5	59	3.5	55T	0.4	39	5.4	58	1.4
	Κροατία	39	5.1	53T	2.6	42	7.7	16	4.9	57	2.8	37	2.9
	Εσθονία	16	8.7	28	4.7	22	13.1	10T	6.3	23T	7.7	49T	2.0
	Φινλανδία	46T	4.0	48T	2.8	50	6.6	13	5.8	14	10.2	39T	2.7
	Γερμανία	53	2.8	57T	1.9	57	4.7	18	4.5	45T	4.8	53T	1.8
	Ελλάδα	49	3.9	48T	2.8	49	6.7	43T	1.0	11	13.1	30T	3.4
	Ουγγαρία	29T	5.3	45T	2.7	36T	7.9	5	2.1	32T	6.5	35T	2.8
	Ιρλανδία	37	6.5	52	3.0	41	9.3	33	6.6	37	5.6	38	3.1
	Ιταλία	50T	3.2	59	1.7	56	4.9	36T	1.4	48	4.5	51T	1.9
	Λετονία	17	8.6	19	6.0	19	14.1	25T	3.3	16T	9.6	30T	3.4
	Λουξεμβούργο	25	7.1	40T	3.2	32	10.2	8T	6.4	54	3.3	23	4.2
	Βόρ. Μακεδονία	52	3.0	44	3.1	52	6.1	29T	2.3	34T	5.9	43T	2.3
	Ολλανδία	45	4.3	45T	3.0	46T	7.2	10T	6.3	15	9.9	48	2.1
	Νορβηγία	55	2.3	39	3.3	54T	5.7	1	9.9	32T	6.5	56T	1.6
	Πολωνία	33	5.7	36	3.5	38T	9.2	22T	4.0	34T	5.9	39T	2.7
	Πορτογαλία	34	5.6	30T	4.0	35	9.5	22T	4.0	28T	7.0	34	3.2
	Ρουμανία	31T	6.1	23	5.1	30T	10.8	17	4.6	25	7.5	33	3.3
	Σλοβακία	29T	6.5	37T	3.4	34	9.6	24	3.6	36	5.7	17	5.4
	Σλοβενία	50T	3.2	48T	2.8	53	5.9	14	5.6	49T	4.2	53T	1.8
	Ισπανία	56	2.1	35	3.6	54T	5.7	41T	1.1	23T	7.7	56T	1.6
	Σουηδία	41	4.8	53T	2.6	46T	7.2	8T	6.4	41T	5.2	39T	2.7
	Ελβετία	42	4.6	48T	2.8	44T	7.3	6T	6.5	13	11.3	55	1.7
	Ην. Βασίλειο	46T	4.0	47	2.9	48	6.9	20T	4.1	40	5.3	43T	2.3
	Σύνολο		4.8		3.1		7.8		4.5		6.6		2.6
Βόρεια Αμερική	Καναδάς	15	9.7	21	5.5	17	14.7	3	7.1	19	8.8	18	5.0
	ΗΠΑ	19	8.3	30T	4.0	27	11.9	4	7.0	26T	7.3	29	3.6
	Σύνολο		9.0		4.8		13.3		7.0		8.1		4.3

*Σημειώνεται πως η διακοπή εμφανίζει το υψηλότερο ποσοστό καταλαμβάνοντας την 1^η θέση. Η διακοπή μπορεί να θεωρηθεί είτε θετικός, είτε αρνητικός δείκτης, δεδομένου του ότι τα άτομα μπορεί να διακόψουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα τόσο για θετικούς όσο και αρνητικούς λόγους. Επιπλέον, ένα υψηλό ποσοστό διακοπής μπορεί να υποδηλώνει πως πολλοί άνθρωποι ιδρύουν επιχειρήσεις, με φυσικό επακόλουθο τη διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας τρίτων.

Global Entrepreneurship Monitor 2015–2016 Report by D.Kelley, S.Singer and M.Herrington, σ. 123, Πίνακας 3. Αντλήθηκε από τη διεύθυνση <http://www.gemconsortium.org/report/49480>

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.4

Πρώμη Επιχειρηματική Δραστηριότητα Ανδρών και Γυναικών ανά Γεωγραφική Περιοχή, 2013

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΓΥΝΑΙΚΩΝ	ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΑΝΔΡΩΝ	ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΓΥΝΑΙΚΩΝ/ ΑΝΔΡΩΝ
Αφρική	25	26	0.96
Ασία & Ωκεανία (Αποτέλεσμα παραγόντων και αποδοτικότητας)	14	15	0.93
Λατινική Αμερική & Καραϊβική	15	19	0.79
Ευρώπη (Αποτέλεσμα Αποδοτικότητας)	6	13	0.46
Βόρεια Αμερική	11	16	0.69
Μέση Ανατολή (Αποτέλεσμα καινοτομιών)	8	14	0.57
Ευρώπη (Αποτέλεσμα καινοτομιών)	5	9	0.55
Ασία & Ωκεανία	6	11	0.54
M.O. GEM	11	16	0.69

Global Entrepreneurship Monitor 2015 Special Report: Women's Entrepreneurship Report του D.Kelley et. A., σ. 17, Πίνακας 3.

Αντλήθηκε από τη διεύθυνση <http://www.gemconsortium.org/report/49281>

Ταϊλάνδη, τη Μαλαισία, το Περού και την Ινδονησία να είναι ίσα ή και μεγαλύτερα από αυτά των ανδρών. Βάσει αυτού, συμπεραίνουμε πως οι εν λόγω χώρες προσφέρουν υποστήριξη στις επιχειρήσεις που ανήκουν σε γυναίκες.

Για ποιο λόγο θέλουν οι γυναίκες να γίνουν επιχειρηματίες; Για τον ίδιο λόγο που το θέλουν και οι άντρες: για να μπορούν να συντηρήσουν τους εαυτούς τους και τις οικογένειές τους, για να επιδιώξουν την ικανοποίηση του να συστήνεις κάτι δικό σου και να ικανοποιήσουν την επιθυμία τους για οικονομική ανεξαρτησία.⁵⁶ Ακριβώς όπως οι άντρες συνάδελφοί τους, οι γυναίκες όχι μόνο δημιουργούν εργασίες για τις ίδιες, αλλά επιδιώκουν επίσης την επέκταση της επιχείρησής τους και συνεχώς καινοτομούν με νέα προϊόντα και υπηρεσίες.

Ωστόσο, σε συγκεκριμένες χώρες, οι λόγοι που οδηγούν τις γυναίκες στην επιχειρηματικότητα, ποικίλουν. Για παράδειγμα, οι γυναίκες σε λιγότερο αναπτυγμένες χώρες με υψηλότερα ποσοστά ανεργίας, φτώχειας, και έλλειψης επιλογών για εργασία, είναι πιο πιθανό να έχουν ως γνώμονα την ανάγκη, ενώ οι γυναίκες σε πιο αναπτυγμένες χώρες τείνουν να παρακινούνται από την ευκαιρία και την καινοτομία.

Τι Κάνει μια Χώρα Επιχειρηματική;

Τι κάνει μια χώρα πιο επιχειρηματική από κάποια άλλη; Παρακάτω παρατίθενται συγκεκριμένες προϋποθέσεις που θα πρέπει να υφίστανται, για να υπάρξει η δυνατότητα άνθισης μικρομεσαίων επιχειρήσεων (SMEs). Οι εν λόγω προϋποθέσεις, αποτελούν συνδυαστικά το Επιχειρηματικό Οικοσύστημα (Εικόνα 1.5).

- ▶ Οικονομικοί πόροι: οι επιχειρηματίες χρειάζονται πρόσβαση σε κατάλληλη χρηματοδότηση, όπως για παράδειγμα επιχορηγήσεις και επιδοτήσεις, δάνεια, ιδιωτικά μετοχικά κεφάλαια, «επενδυτές, κεφάλαια επιχειρηματικών επενδύσεων κλπ.
- ▶ Υποστήριξη από την κυβέρνηση: οι επιχειρηματίες χρειάζονται υποστήριξη από πολιτικές της κυβέρνησης, οι οποίες θα παρέχουν κίνητρα για την ενασχόληση με την επιχειρηματικότητα, όπως φοροελαφρύνσεις, χαμηλότερα επιτόκια, δάνεια, κ.α.. Κάποιες χώρες, επίσης, προσφέρουν κρατικά προγράμματα επιχειρηματικότητας, τα οποία παρέχουν στους επιχειρηματίες εργαλεία, μέντορες και εκπαιδευτικούς πόρους.

ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ

Το Πρόγραμμα Diana

Το Πρόγραμμα Diana δημιουργήθηκε το 1999 από της Καθηγήτριες Candida Brush, Nancy Carter, Betsy Gatewood, Patricia Greene και Myra Hart σε συνεργασία με το ESBRl της Στοκχόλμης, με στόχο τη διερεύνηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και την αύξηση της ευαισθητοποίησης στην παρουσία γυναικών στις επιχειρήσεις.

Το 1999, οι επιχειρήσεις που απασχολούσαν γυναίκες σε θέσεις ηγετικών στελεχών λάμβαναν ποσοστό μικρότερο του 5% από κεφάλαια επιχειρηματικών επενδύσεων σε σύγκριση με τις ανδροκρατούμενες επιχειρήσεις. Περισσότερο από μια δεκαετία αργότερα, υπάρχουν περίπου 10 εκατομμύρια γυναίκες-ιδιοκτήτριες επιχειρήσεων στις Ηνωμένες Πολιτείες, και οι ερευνητές προσπαθούν να υπολογίσουν το βαθμό που έχει κλείσει το χάσμα ανάμεσα στο γυναικείο φύλο και τις επιχειρηματικές επενδύσεις, αν ακόμη υπάρχει.

Το 2014, το Diana Project εξέτασε 6.793 επιχειρήσεις, για να διαπιστώσει εάν υπάρχουν γυναίκες στην ομάδα διευθυντικών στελεχών, και στη συνέχεια, να αναλύσει τις εν λόγω εταιρίες για να ανακαλύψει πόσες από αυτές είχαν λάβει κεφάλαια επιχειρηματικών επενδύσεων μεταξύ του 2011 και του 2013 σε σχέση με αυτές που απασχολούσαν αποκλειστικά άνδρες ως διοικητικά στελέχη. Σε σύγκριση με το 1999, ανακάλυψαν πως ο αριθμός των επιχειρήσεων που απασχολούσαν γυναίκες και λάμβαναν κεφάλαια επιχειρηματικών επενδύσεων είχε τριπλασιαστεί, από 5% στο 15%, γεγονός που καταδεικνύει ότι έχει σημειωθεί πρόοδος. Ανακάλυψαν επίσης, πως οι ομάδες στις οποίες συμμετέχουν γυναίκες έτειναν να έχουν τις ίδιες ή και καλύτερες επιδόσεις σε σχέση με τις αποκλειστικά ανδροκρατούμενες επιχειρήσεις.

Γιατί έχει σημειωθεί τέτοια αύξηση στις επενδύσεις για επιχειρήσεις στις οποίες συμμετέχουν γυναίκες; Προγράμματα όπως το Ernst and Young's EY Entrepreneurial Winning Women program και το Springboard έχουν συμβάλει στη βελτίωση της εικόνας των γυναικών-επιχειρηματιών, παρέχοντάς τους υποστήριξη, εκπαίδευση και αναδεικνύοντας τις γυναίκες-επιχειρηματίες στην κοινότητα επενδύσεων επιχειρηματικού κεφαλαίου μέσω εκδηλώσεων και φόρουμ που υποστηρίζονται από χορηγούς. Επίσης, ιστοσελίδες όπως για παράδειγμα η Women 2.0 και η Count Me In προσφέρουν πόρους, επιχειρηματική εκπαίδευση, και υποστήριξη σε γυναίκες που επιχειρούν. Από πλευράς επενδυτών, η ομάδα Golden Seeds δημιουργήθηκε με μοναδικό στόχο την επένδυση σε επιχειρήσεις στις οποίες υπάρχουν γυναίκες στη διοίκηση.

Εκ πρώτης όψεως, τα αποτελέσματα φαίνονται θετικά. Ωστόσο, υπάρχει ακόμα πολύς δρόμος και πολλές ερωτήσεις που θα πρέπει να απαντηθούν. Παραδείγματος χάρη, από τις 6.517 επιχειρήσεις που μελετήθηκαν, μόνο στο 2,7% (δηλαδή στις 183 εξ αυτών) υπήρχε γυναίκα στη θέση της Διευθύνουσας Σύμβουλου, και ο αριθμός των γυναικών σε εταιρίες επενδύσεων επιχειρηματικού κεφαλαίου έχει μειωθεί, γεγονός που ίσως επηρεάσει και το ποσοστό των επενδύσεων σε γυναίκες-επιχειρηματίες, δεδομένου ότι οι γυναίκες-επενδυτές τείνουν να αναζητούν γυναίκες-επιχειρηματίες.

Επιπλέον, η έρευνα αποκάλυψε πως οι επιχειρήσεις οι οποίες απασχολούν γυναίκες στις ομάδες τους είναι πιο πιθανό να λάβουν χρηματοδότηση στους τομείς της ιατρικής τεχνολογίας έναντι άλλων κλάδων όπως οι τηλεπικοινωνίες. Επίσης έδειξε πως οι γυναίκες-επιχειρηματίες οι οποίες βρίσκονται σε συγκεκριμένες πολιτείες (Βόρεια Καρολίνα, Νότια Καρολίνα, Κονέκτικατ) είναι πιο πιθανό να λάβουν επενδύσεις απ' ό,τι οι γυναίκες σε κάποιες άλλες πολιτείες. Τα προαναφερθέντα είναι όλα δεδομένα, τα οποία θα πρέπει να διερευνηθούν περαιτέρω.

Γενικά, τα αποδεικτικά στοιχεία που συλλέχθηκαν από το Diana Project του 2014 δείχνουν πως δεν είναι οι γυναίκες εκείνες οι οποίες θα πρέπει να προσαρμοστούν, αλλά μάλλον το μοντέλο επιχειρηματικού κεφαλαίου το οποίο θα πρέπει να επαναξιολογηθεί και να αναβαθμιστεί ώστε να συμβαδίζει με το μεταβαλλόμενο τοπίο της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

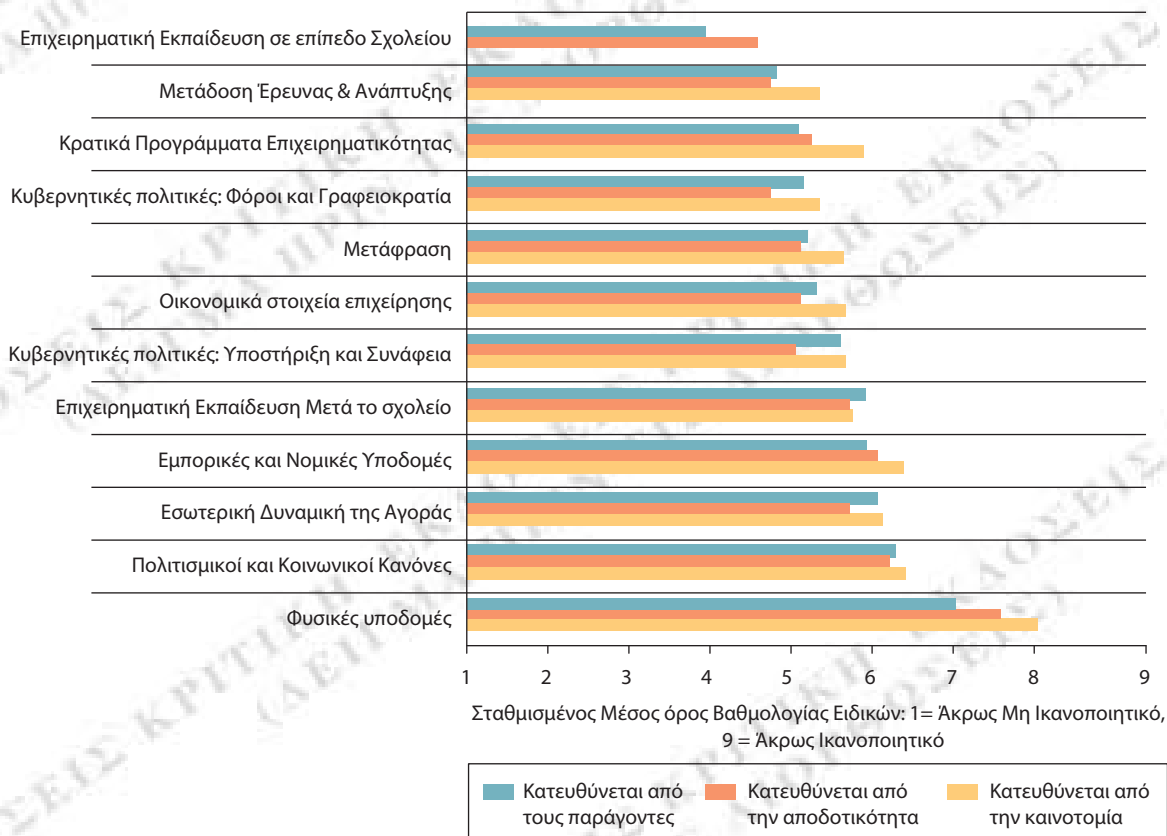
ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ

1. Γιατί είναι σημαντικό να μελετηθεί η συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματικότητα;
2. Ακόμα κι αν οι επενδύσεις επιχειρηματικού κεφαλαίου έχουν τριπλασιαστεί για τις γυναίκες τα τελευταία 15 χρόνια, υπάρχει ακόμα πολύς δρόμος. Ποια πιστεύετε πως είναι τα κύρια εμπόδια τα οποία θα αντιμετωπίσουν οι γυναίκες στην επιχειρηματικότητα;
3. Εάν σχεδιάζατε μια έρευνα αναφορικά με κάποια άλλη ομάδα η οποία έχει ελλιπή εκπροσώπηση, ποια βήματα θα ακολουθούσατε; Τι θα έπρεπε να γνωρίζετε για να συντάξετε τις ερωτήσεις της έρευνάς σας;

- **Επιχειρηματική Εκπαίδευση:** κάποιες χώρες προσφέρουν προγράμματα επιχειρηματικότητας και σχετική εκπαίδευση σε επίπεδο πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας, αλλά και στην ανώτερη εκπαίδευση, όπως για παράδειγμα σε κολλέγια, επιχειρηματικές σχολές και άλλα ιδρύματα.
- **Μετάδοση της Έρευνας και της Ανάπτυξης (R&D):** ο βαθμός κατά τον οποίο οι επιστήμονες και οι έρευνες θα μεταδώσουν τις γνώσεις στους επιχειρηματίες που ασχολούνται με την καινοτομία. Πολλές Μικρές και Μεσαίες επιχειρήσεις δε διαθέτουν τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης, και συνεπώς είναι σημαντικό να έχουν πρόσβαση στη γνώση μέσω άλλων πηγών.
- **Εμπορικές και Νομικές Δομές:** οι επιχειρηματίες θα πρέπει να υποστηρίζονται από ένα ασφαλές εμπορικό και νομικό πλαίσιο το οποίο θα ενισχύεται από ειδικούς και συμβούλους δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, λογιστικής, δικαίου, επενδυτικής τραπεζικής και τεχνολογίας.

ΕΙΚΟΝΑ 1.5

Επιχειρηματικό Οικοσύστημα



Global Entrepreneurship Monitor 2015-2016 Report by D.Kelley, S.Singer and M.Herrington, σ. 30, Εικόνα 20. Ανακτήθηκε από τη διεύθυνση <http://www.gemconsortium.org>

- **Κανόνες Εισόδου:** οι επιχειρηματίες θα πρέπει να μπορούν να ανταπεξέλθουν στο κανονιστικό κόστος ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης και διεκπεραίωσης διοικητικών διαδικασιών. Το εύρος αυτών των δαπανών και των διαδικασιών εξαρτάται από δύο παράγοντες: τη δυναμική της αγοράς, δηλαδή το ετήσιο ποσοστό μεταβολής της αγοράς, και την ανοιχτή δομή της αγοράς, που αφορά στην ελευθερία νέων επιχειρήσεων να εισέλθουν σε νέες αγορές.
- **Υλικές υποδομές:** οι επιχειρηματίες θα πρέπει να έχουν τη δυνατότητα εύκολης πρόσβασης ή αγοράς σε λογικές τιμές ζωτικών πόρων στους τομείς της επικοινωνίας, της γης, τους χώρους γραφείων και μεταφορικών.
- **Πολιτισμικά και Κοινωνικά Πρότυπα:** οι επιχειρηματίες τείνουν να αναπτύσσουν τη δραστηριότητά τους όταν αισθάνονται πως το περιβάλλον τους ενθαρρύνει να ιδρύσουν μια επιχείρηση ή διαθέτουν την απαιτούμενη αυτοπεποίθηση ώστε να επιλέξουν την επιχειρηματικότητα ως καριέρα.

Όλοι αυτοί οι παράγοντες αλληλεπιδρούν και δημιουργούν μια ιδιαίτερα ισχυρή δύναμη: δημιουργούνται νέες επιχειρήσεις, αυξάνεται η απασχόληση, νέα προϊόντα κυκλοφορούν στην αγορά, εντείνεται ο ανταγωνισμός και αυξάνεται η παραγωγικότητα. Όλα αυτά συνεισφέρουν σε μεγάλο βαθμό στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη. Γι' αυτό τον λόγο, είναι σημαντικό όλες οι χώρες να δημιουργούν ένα δεκτικό κλίμα για την επιχειρηματικότητα, έτσι ώστε να μπορεί να καρποφορήσει.

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ

Οι επιχειρηματικές πρακτικές στις αναπτυσσόμενες χώρες



Οι επιχειρηματικές επενδύσεις στις Ινδικές εταιρείες μπορεί να αντιμετωπίζουν μια σειρά ηθικών προκλήσεων

David H. Wells/Getty Images

Ο ειδικός μάρκετινγκ, A. Coskun Samli, έχει υποστηρίξει ότι η τρέχουσα μορφή παγκοσμιοποίησης από πάνω – προς τα κάτω, αγνοεί ένα σημαντικό μέρος του πληθυσμού. Επισημαίνει ότι οι αναπτυσσόμενες παγκόσμιες αγορές έχουν σημαντική αγοραστική δύναμη εξαιτίας του μεγέθους και των χαρακτηριστικών τους και θα εξυπηρετούνταν καλύτερα από επενδύσεις επιχειρηματικού κεφαλαίου με λειτουργία από κάτω – προς τα πάνω. Το οικονομικό και ηθικό κόστος των επιχειρήσεων στις αναπτυσσόμενες χώρες μπορεί, ωστόσο, να είναι απαγορευτικό και ποικίλλει ανά περιοχή.

Οι επιχειρήσεις κάθε μεγέθους, συμπεριλαμβανομένων των επιχειρηματιών και των μεγάλων οργανισμών, αντιμετωπίζουν σημαντικές ηθικές προκλήσεις σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες μεταξύ άλλων και των δύο ταχύτερα αναπτυσσόμενων αγορών: Ινδία και Κίνα. Με την πρόβλεψη ότι η μεσαία τάξη της Ινδίας θα αυξηθεί κατά οκτώ φορές περισσότερο τις επόμενες δύο δεκαετίες, οι ξένες επιχειρήσεις τρέχουν να προλάβουν να επενδύσουν στη χώρα. Ωστόσο, ο πρόεδρος του ομίλου Tata Group στην Ινδία, Ratan Tata, προειδοποίησε τους επενδυτές για το έντονο κλίμα διαφθοράς. Ο Tata δήλωσε, «Εάν επιλέξεις να μη συμμετέχεις [στη διαφθορά], αυτό σημαίνει ότι εγκαταλείπεις ένα μεγάλο μέρος της δουλειάς». Έχουν περιγραφεί αμφισβητήσιμες ηθικές πρακτικές στην Ινδία οι οποίες παρουσιάζονται σε 'απλές έως και εντυπωσιακές.

Ακόμη και διεθνείς εταιρείες ανακαλύπτουν ότι ο δρόμος προς την επιτυχία στην Ινδία είναι αναξιόπιστος. Η γερμανική εταιρεία Encecon, πέμπτη μεγαλύτερη κατασκευάστρια ανεμογεννητριών, αναγκάστηκε να εγκαταλείψει την κοινοπραξία των \$566 εκατομμυρίων εξαιτίας του εκφοβισμού που δεχόταν από τις ινδικές αρχές. Η Emerson περιέγραψε την οικονομική ζημία της επιχείρησής από την ινδική θυγατρική της ως «κλοπή υποκινούμενη από την κυβέρνηση».

Οι επιχειρηματικές πρακτικές τις οποίες οι Δυτικοί εκλαμβάνουν ως διαφθορά είναι κοινότητες πολλές χώρες. Η απόφαση του πώς πρέπει να αντιδράσουν στις συγκεκριμένες πρακτικές είναι ιδιαίτερα δύσκολη για τους επιχειρηματίες, καθώς δεν έχουν γενικότερα εδραιώσει υποδομές για την αντιμετώπιση ηθικών προκλήσεων. Επιπλέον, οι νεοφυείς επιχειρήσεις εστιάζουν στην κερδοφορία ή τη διατήρηση των κερδών που έχουν καταφέρει να επιτύχουν. Το γεγονός αυτό δεν τους παρέχει τον χρόνο να εστιάσουν στην παρακολούθηση της δικής τους συμπεριφοράς.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ

1. Τι σημαίνει για τους επενδυτές επιχειρηματικού κεφαλαίου η προσέγγιση παγκόσμιων αγορών από κάτω προς τα πάνω; Με ηθικούς όρους, η προσέγγιση από κάτω προς τα πάνω θα εξυπηρετούσε καλύτερα το κοινό στις αναπτυσσόμενες χώρες;
2. Μπορεί η επιχείρηση να διατηρήσει περισσότερα ηθικά πρότυπα, αλλά όταν επιχειρεί στις ΗΠΑ ή την Ευρώπη και άλλα όταν αναπτύσσει επιχειρηματικής δραστηριότητας σε μια χώρα όπως η Ινδία ή η Κίνα;
3. Επιπρόσθετα στους ανθρώπους που αξιώνουν δωροδοκίες και μίζες για πρόσβαση στις υποδομές και τις δημόσιες υπηρεσίες, τα άτομα που επιθυμούν να προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες στους επιχειρηματίες προσφέρουν δωροδοκίες και μίζες στον επιχειρηματία. Για έναν μαχόμενο επιχειρηματία, ποια κριτήρια θα χρησιμοποιούσατε για την επιλογή των προμηθευτών;

Πηγές

- Anand, A., Cherian, K., Gautam, A., Majmudar, R., & Raimawala, A. (3 Ιανουαρίου 2012). *Business vs. ethics: The India trade-off?* Αντλήθηκε από Wharton University of Pennsylvania: <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/business-vs-ethics-the-india-tradeoff/>
- George, B. (12 Φεβρουαρίου 2008). *Ethics must be global, not local*. Αντλήθηκε από Bloomberg: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2008-02-12/ethics-must-be-global-not-localbusinessweekbusiness-news-stock-market-and-financial-advice>
- Hanson, K. O. (23 Νοεμβρίου 2015). *The ethical challenges facing entrepreneurs*. Αντλήθηκε από The Wall Street Journal: <http://www.wsj.com/articles/the-ethical-challenges-facingentrepreneurs-1448247600>
- Samli, C. A. (2013). International entrepreneurship: The essence of globalization from the bottom-up. *Journal of Ethics and Entrepreneurship*, 3(1), 5–14.
- Schulman, M. (23 Μαρτίου 2006). *Business ethics in China*. Αντλήθηκε από Markkula Center for Applied Ethics: Santa Clara University: <https://www.scu.edu/ethics/focus-areas/business-ethics/resources/business-ethics-in-china/>

1.6 ΠΩΣ ΤΟ ΠΑΡΟΝ ΒΙΒΛΙΟ ΘΑ ΣΑΣ ΒΟΗΘΗΣΕΙ ΝΑ ΕΞΑΣΚΗΣΕΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Μ.Σ. 1.6 Προτείνουμε διαφορετικούς τρόπους με τους οποίους το παρόν βιβλίο μπορεί να σας βοηθήσει στην άσκηση της επιχειρηματικότητας.



Βίντεο

Yunus επί της
Επιχειρηματικότητας

Πλέον, ελπίζουμε ότι έχουμε αποδείξει πως το να γίνει κάποιος επιχειρηματίας είναι ένα μονοπάτι που μπορούν όλοι να ακολουθήσουν και πως ο κόσμος χρειάζεται περισσότερους επιχειρηματίες. Για να ενισχύσουμε το μήνυμά μας, παρατίθενται παρακάτω ορισμένες θεμελιώδεις πεποιθήσεις που διαμορφώνουν τη βασική ηθική του βιβλίου.

1. Θεωρούμε ότι η επιχειρηματικότητα μπορεί να κατακτηθεί και ότι η σκέψη μας μπορεί να αλλάξει και να τροποποιηθεί. Μπορούμε να εξελιχθούμε σε άτομα με επιχειρηματική σκέψη.
2. Πιστεύουμε ακράδαντα στη θεωρία του Yunus ότι όλοι έχουμε την ικανότητα να γίνουμε επιχειρηματίες εάν μας δοθεί η ευκαιρία να εξασκηθούμε.
3. Θεωρούμε ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί μέθοδο που απαιτεί πρακτική εφαρμογή.
4. Θεωρούμε ότι ο τυπικός σχεδιασμός θα πρέπει να μπει σε δεύτερη μοίρα και να υπερिσχύσει ο συνεχής κύκλος δράσης, μάθησης, δόμησης και περαιτέρω δράσης. Υπάρχει χρόνος για τυπικό σχεδιασμό, αλλά αυτό το βιβλίο εστιάζει στην προκαταρκτική προώθηση της επιχειρηματικότητας, επομένως είναι πολύ νωρίς να συζητήσουμε για το κείμενο ενός επιχειρηματικού πλάνου.
5. Θεωρούμε πως ο καθένας από εσάς έχει τη δύναμη να αναλάβει δράση για να δημιουργήσει κάτι σπουδαίο που θα επηρεάσει τον κόσμο, με το δικό σας τρόπο.

Αυτές οι κατευθυντήριες πεποιθήσεις δηλώνουν ότι ως φοιτητές θα πρέπει να αναλάβετε δράση και να εξασκήσετε επιχειρηματικότητα με κάθε ευκαιρία. Σε κάθε κεφάλαιο του βιβλίου, θα βρείτε τα παρακάτω στοιχεία, τα οποία σχεδιάζονται για να σας προκαλέσουν να το κάνετε.

- ▶ **Επιχειρηματικότητα εν Δράσει:** Στην επιχειρηματικότητα, δεν υπάρχει μία σωστή απάντηση. Τα πρότυπα είναι πολύ σημαντικά, διότι μαθαίνοντας από τους άλλους, μπορείτε να αναπτύξετε ενσυναίσθηση για τους επιχειρηματίες ανά τον κόσμο οι οποίοι μπορεί να κάνουν το ίδιο με εσάς κάποια στιγμή. Το υποκεφάλαιο «Επιχειρηματικότητα εν Δράσει» περιλαμβάνει συνεντεύξεις από επιχειρηματίες ανά τον κόσμο. Σας έχουμε συστήσει ήδη στη Niari Keverian, Διευθύνουσα Σύμβουλο και Εταίρο της Zoos Greek Iced Tea σε αυτό το κεφάλαιο και θα διαβάσετε περισσότερες ιστορίες από μια ευρεία συλλογή εμπνευσμένων επιχειρηματιών σε κάθε ένα από τα παρακάτω κεφάλαια του βιβλίου.
- ▶ **Αλλαγή Νοοτροπίας:** Δεδομένου ότι η επιχειρηματικότητα απαιτεί δράση, το υποκεφάλαιο «Αλλαγή Νοοτροπίας» σας καλεί να κλείσετε το βιβλίο και να προχωρήσετε στην πράξη.
- ▶ **Από τη Θέση του Επιχειρηματία:** Αυτό το υποκεφάλαιο σας καλεί να φανταστείτε ότι βρίσκεστε σε καταστάσεις που έχουν συμβεί στην πραγματική ζωή, επομένως μπορείτε να σκεφθείτε κριτικά για το τι θα μπορούσατε να κάνετε εάν βρισκόσασταν εσείς στη συγκεκριμένη θέση.
- ▶ **Η Επιχειρηματικότητα Συναντά την Ηθική:** Οι επιχειρηματίες ενίοτε αντιμετωπίζουν σύνθετες ηθικές προκλήσεις που προκαλούν αντιπαλότητα. Ενισχυμένο με καταστάσεις που αντιμετωπίζουν οι πραγματικοί επιχειρηματίες, το υποκεφάλαιο η «Επιχειρηματικότητα Συναντά την Ηθική» σας καλεί να σκεφθείτε τι ενέργειες θα κάνατε εάν αντιμετωπίζατε ένα παρόμοιο ηθικό δίλημμα.
- ▶ **Έρευνα στην Εργασία:** Το συγκεκριμένο υποκεφάλαιο τονίζει πρόσφατες δημιουργικές μελέτες επιχειρηματικότητας και τον αντίκτυπο και την εφαρμογή τους στον πραγματικό κόσμο. Αυτό θα σας επιτρέψει να διαπιστώσετε πώς εφαρμόζεται η πρόσφατη έρευνα στα πραγματικό περιβάλλον.
- ▶ **Μελέτη Περίπτωσης:** Τέλος, ελέγξτε τις γνώσεις σας στη σύντομη μελέτη περίπτωσης που παρουσιάζεται στο τέλος κάθε κεφαλαίου. Αυτές οι περιπτώσιολογικές μελέτες βασίζονται σε πραγματικές εταιρείες, συμπεριλαμβανομένων: κερδοσκοπικών, μη κερδοσκοπικών, τεχνολογίας, κοινωνικών, προϊόντων, υπηρεσιών, διαδικτυακές κ.α. επιχειρήσεις που έχουν συσταθεί από επιχειρηματίες κάθε είδους.

Η επιχειρηματικότητα βρίσκεται γύρω μας. Όλοι έχουμε την ικανότητα να σκεφτούμε και να δράσουμε επιχειρηματικά, με σκοπό να μετασχηματίσουμε την ευκαιρία σε πραγματικότητα και να δημιουργήσουμε κοινωνική και οικονομική αξία. Ωστόσο, θυμηθείτε ότι η εξάσκηση είναι το κλειδί και η μάθηση είναι αναπόσπαστο κομμάτι της δράσης. Επομένως, ας ξεκινήσουμε! ●



Βίντεο
Από τη Μάθηση στην Πράξη



Ενισχύστε τις σπουδές σας μέσω της ιστοσελίδας edge.sagepub.com/neckentrepreneurship

- ▶ Αξιοποιήστε τους μαθησιακούς στόχους χρησιμοποιώντας βασικά εργαλεία μάθησης
- ▶ Παρατηρήστε, ακούστε και συνδεθείτε σε ηλεκτρονικά πολυμέσα
- ▶ Κατεβάστε τα κουίζ στα κινητά σας και χρησιμοποιήστε τις εκπαιδευτικές κάρτες για να ελέγξετε όσα έχετε καταλάβει.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

1.1 Επεξηγούμε τη σημασία της δράσης και της πρακτικής εφαρμογής στην επιχειρηματικότητα.

Η πρακτική εφαρμογή και η δράση συμβάλλουν στην επίτευξη της επιτυχίας. Πολλοί από τους επιτυχημένους επιχειρηματίες πίσω από μεγάλους οργανισμούς σήμερα έχουν εδραιώσει τις εταιρείες τους μέσω της δράσης: μαθαίνοντας και ενισχύοντας αυτά που έμαθαν στις επόμενες δράσεις τους. Πολλοί επιχειρηματίες έχουν μάθει το επιχειρείν ασκώντας επιχειρηματικότητα, αλλά το συγκεκριμένο κείμενο έχει σχεδιαστεί για να σας βοηθήσει να εξασκήσετε τα σημαντικά στοιχεία ελπίζοντας ότι μπορείτε να αποφύγετε κάποια από τη συνηθέστερα λάθη που κάνουν άλλοι.

1.2 Απαριθμούμε τις επτά λιγότερο γνωστές αλήθειες για την επιχειρηματικότητα.

Αντίθετα με την κοινή πεποίθηση, δεν υπάρχει έρευνα που να επιβεβαιώνει οριστικά ότι τα στοιχεία του χαρακτήρα των επιτυχημένων επιχειρηματιών είναι έμφυτα. Παρά τη διάθεση για δράση, οι επιχειρηματίες προσεγγίζουν το ρίσκο με έναν πολύ πιο υπολογισμένο τρόπο από ό,τι τους αναγνωρίζεται και πολλοί άκρως επιτυχημένοι επιχειρηματίες πετυχαίνουν μέσω των συνεργατικών δράσεών τους.

1.3 Επεξηγούμε την ιστορία της επιχειρηματικότητας στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Υπάρχουν πέντε βασικές περίοδοι της επιχειρηματικότητας στις ΗΠΑ: η Εμφάνιση του Αυτοδημιουργητού Ανθρώπου, Ένα Επιχειρηματικό Έθνος (1η Βιομηχανική Επανάσταση 1776-1865), Το Αποκορύφωμα της Επιχειρηματικότητας (2η Βιομηχανική Επανάσταση), η Άνοδος της Αμερικής των Ιδρυμάτων (Μεσοπολεμική και Μεταπολεμική Αμερική 1920-1975) και Περιορισμένη Επανεμφάνιση (Οικονομία της Γνώσης 1.0 1975-σήμερα).

1.4 Συγκρίνουμε και αντιπαραβάλλουμε τις διαφορετικές μορφές επιχειρηματικότητας που λειτουργούν στις μέρες μας.

Η εταιρική επιχειρηματικότητα (η ενδοεπιχειρηματικότητα) είναι η επιχειρηματικότητα που ασκείται στο πλαίσιο μεγάλων οργανισμών. Οι επιχειρηματίες μοιάζουν με τους εταιρικούς επιχειρηματίες, όμως μπορούν να βρεθούν σε κάθε είδους οργανισμό, μεγάλο ή μικρό, κερδοσκοπικό ή μη κερδοσκοπικό και σε ρυθμιστικούς φορείς. Η δικαιόχρηση (licensing) και οι εξαγορές είναι δημοφιλείς τρόποι για να ξεκινήσει κάποιος από σχετικά χαμηλά. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα – επιχειρηματικότητα που εστιάζει στο να κάνουμε τον κόσμο καλύτερο – παρουσιάζεται σε μη κερδοσκοπικές και μεγάλες αλλά και κερδοσκοπικές επιχειρήσεις. Μια μορφή κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι ο Κοινωφελής Οργανισμός ή Bo-Corp, που έχει δημιουργηθεί για κερδοσκοπικές επιχειρήσεις που πληρούν τα υψηλά πρότυπα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Οι οικογενειακές επιχειρήσεις – η επιχειρηματικότητα δηλαδή που ξεκινά μέσα στην οικογένεια – παραμένουν η κυρίαρχη μορφή ανάπτυξης επιχειρήσεων στις ΗΠΑ και στο εξωτερικό. Οι επαναλαμβανόμενοι επιχειρηματίες είναι τόσο αφοσιωμένοι στην επιχειρηματικότητα που δεν επαναπαύονται καθόλου και συνεχώς δημιουργούν καινούριες επιχειρήσεις.

1.5 Παρουσιάζουμε την παγκόσμια ποικιλομορφία της επιχειρηματικότητας και τις επιπτώσεις της.

Υπάρχουν εκατοντάδες εκατομμύρια επιχειρηματίες ανά τον κόσμο. Οι ΗΠΑ είναι γνωστές ως ένα από τα πλέ-

ον επιχειρηματικά έθνη του πλανήτη, αλλά επισκιάζεται από πολλές περιοχές του κόσμου αναφορικά με το ποσοστό του πληθυσμού που ασχολείται με την επιχειρηματικότητα. Παρά το γεγονός ότι οι επιχειρηματίες ενίοτε αναδύονται εξ ανάγκης ή με σκοπό να αξιοποιήσουν ευκαιρίες, επωφελούνται όλοι από την εκπαίδευση, τους οικονομικούς πόρους, την προσβάσιμη γνώση και την κρατική βοήθεια που υποστηρίζει τις υποδομές που θα δώσουν τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις νεοσσούς να επιτύχουν.

1.6 Προτείνουμε διαφορετικούς τρόπους με τους οποίους το παρόν βιβλίο μπορεί να σας βοηθήσει στην άσκηση της επιχειρηματικότητας.

Τα εργαλεία της επιτυχίας και οι μέθοδοι για την ενίσχυση των επιχειρηματικών δεξιοτήτων θα είναι διαθέσιμα σε κάθε κεφάλαιο. Θα χρησιμοποιηθούν ασκήσεις σκέψης και δράσης και θα παρατίθενται συνεχώς ερευνητικά δεδομένα και μαρτυρίες από εγκεκριμένους ακαδημαϊκούς και επιχειρηματίες καθόλη τη διάρκεια του κειμένου. Οι περιπτωσιολογικές μελέτες, σε κάθε κεφάλαιο, θα δίνουν την ευκαιρία να εφαρμόσετε στην πράξη όσα θα έχετε μάθει και αποτελούν μία ευκαιρία για την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας εντός ενός μοναδικού αλλά και διαμορφωμένου σε πραγματικές συνθήκες πλαισίου.

ΒΑΣΙΚΟΙ ΟΡΟΙ

Κοινωφελής Οργανισμός (ή B-Corp: Benefit Corporation) 20	Οικογενειακή επιχείρηση 20	τίες (ή συστηματικοί επιχειρηματίες) 9
Εταιρική επιχειρηματικότητα (ή ενδοεπιχειρηματικότητα) 16	Δικαιόχρηση (franchise) 18	Κοινωνική επιχειρηματικότητα 19
Υλοποίηση 9	Μικροδάνειο 5	Νεοφυής επιχείρηση 8
Επιχειρηματίας 14	Εκκολαπτόμενοι επιχειρηματίες 24	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα (ΣΕΔ) 25
Επιχειρηματίες Εντός 17	Επιχειρηματίες εξ ανάγκης 24	
Επιχειρηματικότητα 6	Νέοι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων 24	
Καταξιωμένοι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων 24	Ευκαιριακοί επιχειρηματίες 24	
	Εν δυνάμει επιχειρηματίες 24	
	Δικαιώματα 18	
	Επαναλαμβανόμενοι επιχειρηματίες 24	

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

Η Dawn LaFreeda είναι δικαιούχος (franchisee) του Denny's Restaurant από το Τέξας. Η ατομική επιχείρησή της, η οποία σήμερα περιλαμβάνει 75 εστιατόρια Denny's restaurant, κατατάσσεται μεταξύ των μεγαλύτερων ατομικών χαρτοφυλακίων δικαιόχρησης στον κόσμο, με περίπου \$100 εκατομμύρια ετήσια έσοδα.

Η καριέρα της Dawn LaFreeda στα Denny's ξεκίνησε από την πολύ χαμηλή βαθμίδα της επιχείρησης, ως σερβιτόρα στην υποδοχή. Ωστόσο, η LaFreeda είχε μεγάλα όνειρα για το μέλλον της. Ακόμη και ως παιδί, είπε στους άλλους ότι μια μέρα θα δημιουργούσε τη δική της επιχείρηση.

Μεγάλωσα σε μια μονογονεϊκή οικογένεια με εργαζόμενη μητέρα και με χαμηλά εισοδήματα, οπότε ήξερα πως αν ήθελα κάτι θα έπρεπε να δουλέψω για να το αποκτήσω. Σε ηλικία 11 χρονών, θυμάμαι ότι είπα στη μαμά μου μια μέρα, «*θα κάνω τη δική μου επιχείρηση*», και η μαμά μου με κοίταξε και μου είπε: «*Και βέβαια*». Τότε δεν ήξερα ποια ακριβώς μορφή θα είχε, αλλά πάντα ήξερα ότι ήθελα να είμαι αυτοαπασχολούμενη.

Στα 23 της, έκανε το μεγάλο βήμα και αγόρασε το πρώτο Denny's restaurant. Αποδίδει την εκκίνησή της στη νεανική δεκτικότητά της ως προς την ανάληψη ρίσκου.

Όταν είσαι 23, δεν φοβάσαι το ρίσκο. Δεν διέθετα πολλά χρήματα τότε, αλλά είχα την ευκαιρία να αγοράσω ένα εστιατόριο και ένας φίλος μου αποφάσισε ότι έπρεπε να το αγοράσω κυρίως μέσω πίστωσης και με κάποια μικρά δάνεια.

Η LaFreeda αντιμετώπισε πολλές δυσκολίες καθώς εργαζόταν για να χτίσει τη νεοσύστατη επιχείρησή της. Μία από τις προκλήσεις της ως νεαρή γυναίκα ήταν να πείσει τους μεγαλύτερους τραπεζίτες και επιχειρηματίες να την πάρουν στα σοβαρά. Δήλωσε επί λέξει:

Όταν ήμουν νέα επιχειρηματίας, ο κόσμος δεν με έπαιρνε πάντα στα σοβαρά. Μου ήταν πολύ δύσκολο να ανοίξω τραπεζικούς λογαριασμούς και να λάβω δάνεια. Πάντα μου απαντούσαν «Είσαι σίγουρη ότι δεν είσαι απλά μια σερβιτόρα; Ίσως, θα 'πρεπε να δουλεύεις στα Denny's». Συνάντησα επίσης κι έναν τραπεζίτη ο οποίος δεν μου άνοιξε τραπεζικό λογαριασμό και αναγκάστηκα να βρω άλλη τράπεζα. Κάποια στιγμή ήθελα να αγοράσω ένα ακίνητο... και ο τραπεζίτης μου είπε, «Δεσποινίς, καλύτερα να περιοριστείς στο εστιατόριο».

Η LaFreeda παρέμεινε αποφασισμένη και επίμονη παρά την απόρριψη και τις άλλες δυσκολίες. Βρήκε έμπνευση από τη μητέρα της, η οποία τη διαβεβαίωνε ότι ακόμη κι αν αποτύγχανε, θα μπορούσε απλώς να ξαναπροσπαθήσει λίγα χρόνια αργότερα. Η πρώτη δικαιοχρησία του Denny's οδήγησε σε δεύτερη και μετά σε τρίτη, τέταρτη και ούτω καθεξής, φτάνοντας σήμερα τα 75 εστιατόρια σε έξι διαφορετικές χώρες.

Οι εκπληκτικές επιτυχίες της δεν ήταν ανέφελες. Η τρομοκρατική επίθεση της 11ης Σεπτεμβρίου δημιούργησε φοβερά βάρη για τις αναπτυσσόμενες επιχειρηματικές δραστηριότητες της LaFreeda.

Ήταν μια φοβερή περίοδος για μας. Πολλά από τα εστιατόριά μου βρίσκονταν κοντά σε αεροδρόμια και ξέρουμε ότι τα ταξίδια μειώθηκαν δραματικά μετά την 11η Σεπτεμβρίου. Οι αεροπορικές εταιρείες απέλυσαν επίσης χιλιάδες εργαζομένους, επομένως ήταν μια δύσκολη περίοδος. Έπρεπε ουσιαστικά να αναχρηματοδοτήσω όλη την εταιρεία μου μετά την 11η Σεπτεμβρίου και αυτό με πήγε πολύ πίσω. Όμως, είμαι ευγνώμων, διότι το ξεπέρασα, ενώ πολλές οι εταιρείες δεν τα κατάφεραν.

Τα εστιατόρια της LaFreeda αντιμετώπισαν προκλήσεις κατά τη διάρκεια της Μεγάλης Ύφεσης του 2008. Αποδίδει την επιτυχία της στο ότι ξεπέρασε τη θύελλα μέσω αποταμίευσης και λιτότητας.

Η φιλοσοφία μου είναι η εξής: Προσπαθώ πάντα να ξεδεύω σύμφωνα με όσα έχω και πάντα αποταμιεύω για τις δύσκολες μέρες. Η φιλοσοφία αυτή με έχει πραγματικά βοηθήσει να ξεπεράσω τις δυσκολίες που προκύπτουν και αυτές που δεν μπορεί κανείς να προβλέψει.

Πόσα εστιατόρια θα έχει στην κατοχή της η LaFreeda όταν συνταξιοδοτηθεί; Μόνο ο χρόνος θα δείξει. Ό,τι κι αν συμβεί, η Dawn είναι ένα διεθνώς αναγνωρισμένο σύμβολο επιχειρηματικής επιτυχίας, μια κληρονομιά που θα την ακολουθεί για πάντα.

Ερωτήσεις Κριτικής Σκέψης

1. Η Dawn LaFreeda δηλώνει, «Όταν είσαι 23 δεν φοβάσαι το ρίσκο». Τι είδους ρίσκο θεωρείτε ότι παίρνουν οι επιχειρηματίες όταν πρωτοξεκινούν; Τι ρίσκο θεωρείτε ότι θα παίρνατε αν προσπαθούσατε να συστήσετε την επιχείρησή σας από το μηδέν;
2. Θυμηθείτε την τελευταία φορά που αποφασίσατε να «Αποδεχθείτε την πρόκληση» με αποτέλεσμα όμως τελικά να αποτύχετε ή να απορριφθείτε; Πώς αντιδράσατε στην προσωρινή αποτυχία ή απόρριψή σας; Αφού διαβάσατε την ιστορία της Dawn, πώς θα μπορούσατε να αντιδράσετε διαφορετικά στο μέλλον;
3. Φαντασθείτε ότι είστε ο ιδιοκτήτης μιας επιχείρησης όπως η Dawn LaFreeda. Τι προϊόντα ή υπηρεσίες θα πρόσφερε η επιχείρησή σας;

Πηγές

Όλες οι αναφορές της LaFreeda είναι απομαγνητοφωνημένες ή έχουν παραφραστεί από το:

Επιχειρηματικό Κανάλι Fox Business Channel. *Denny's Waitress now Owns 75 Denny's Restaurants*. Συνέντευξη με τη Dawn LaFreeda με τον Παρουσιαστή Επιχειρήσεων του καναλιού Fox

Gerri Willis, 27 Αυγούστου, 2014. Αντλήθηκε από τη διεύθυνση <http://video.foxbusiness.com/v/3752331760001/dennys-waitress-now-owns-75-dennysrestaurants/#sp=show-clips>

Για περισσότερες λεπτομέρειες για την ιστορία της Dawn LaFreeda, βλέπε:

Entrepreneur Magazine (online). *How a Former Denny's Waitress Amassed an Empire of Over 75 Denny's Locations*, του Jason Daley, 11 Ιουλίου 2014. Αντλήθηκε από <http://www.entrepreneur.com/article/234985>

Για λεπτομερή βιογραφικά στοιχεία Ποιότητας και Διασφάλισης με τη LaFreeda, βλέπε επίσης:

Multi-Unit Franchisee Magazine (online). *Denny's Queen: Dawn LaFreeda, With 70 Units in 6 States, Is a Brand Champion*, του Debbie Salinsky. Κυκλοφορία III, 2014. Αντλήθηκε από τη διεύθυνση http://www.franchising.com/articles/dennys_queen_dawn_lafreeda_with_70_units_in_6_states_is_a_brand_champion.html