



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 τον εαυτό 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 να αντιπαραβάλουμε τις διαφορετικές μορφές επιχειρηματικότητας που λειτουργούν σήμερα.
- 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 επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Περίγραμμα κεφαλαίου

- 1.1** Η επιχειρηματικότητα απαιτεί δράση και πρακτική εφαρμογή
- 1.2** Η επιχειρηματικότητα είναι ίσως διαφορετική από αυτό που πιστεύατε
- 1.3** Σύντομη αναφορά της εξέλιξης της επιχειρηματικότητας στις Ηνωμένες Πολιτείες
- 1.4** Είδη επιχειρηματικότητας
- 1.5** Ο κόσμος συμμετέχει στην επιχειρηματικότητα
- 1.6** Πώς το παρόν βιβλίο θα σας βοηθήσει να ασκήσετε την επιχειρηματική δραστηριότητα

1.1 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΙΤΕΙ ΔΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

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

Για να γίνει πλήρως κατανοητή η σημασία αυτών των προτάσεων, σύμφωνα με τον Muhammad Yunus, στον οποίο απονεμήθηκε το Νόμπελ Ειρήνης το 2006, είναι χρήσιμο να μάθετε περισσότερα για τα επιχειρηματικά κατορθώματά του. 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 υπόλοιπα 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 περισσότερα από επτά εκατομμύρια ανθρώπους, κυρίως στο Μπαγκλαντές, οι οποίοι βρίσκονταν στο έλεος των τοκογλύφων που χρέωναν απελπιστικά 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/Newscom

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 για τον οποίο δώσαμε τον υπότιτλο *Νοοτροπία και πρακτική* στο βιβλίο. Με τη σωστή νοοτροπία ή τη νοητική στάση, μπορεί κάποιος να ξεκινήσει την εξάσκηση. Πιστεύουμε σε όλα τα είδη **επιχειρηματιών** – εκείνους που αναλαμβάνουν δράση για να δημιουργήσουν κάτι καινούργιο, μια νέα ιδέα, ένα νέο αντικείμενο ή προϊόν, ένα νέο ίδρυμα, μια νέα αγορά, ένα νέο σύνολο δυνατοτήτων.³

Το πλαίσιο «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 στόχους τους.

1.2 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΙΝΑΙ ΙΣΩΣ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ ΑΠΟ ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΠΙΣΤΕΥΑΤΕ

ΜΣ 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 όπως ο Bill Gates και οι όμοιοί του αποτελούν σίγουρα πηγή έμπνευσης, θα λέγαμε ότι λίγοι μπορούν να ταυτιστούν προσωπικά με τις ιστορίες που τους περιβάλλουν και δεν συμβάλλουν στο να παρουσιαστεί η πραγματικότητα της επιχειρηματικότητας.

Παρ' όλα αυτά, εάν παρατηρήσετε πιο προσεκτικά την άνοδο αυτών των διάσημων επιχειρηματιών, θα δείτε ότι η αναρρίχησης 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 ασκούσε 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 της 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 του ελληνικού παγωμένου τσαγιού ZOOS



Niari Keverian, διευθύνουσα σύμβουλος της νεοφυούς επιχείρησης ελληνικού παγωμένου τσαγιού ZOOS 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, η οποία ιδρύθηκε το 2014 και εμπορεύεται ελληνικό κρύο τσάι. Μαζί με τη συντάιρό της, η Keverian επιβλέπει την υγιή ανάπτυξη της χαμηλής σε σάκχαρα και θερμίδες και εντελώς φυσικής απόλαυσης. Μέσα σε έναν 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 περισσότερα 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 συντάιρός της είναι Ελληνοαμερικανίδα. Η συνεργατιά 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 συντάιρό της, είχε αποφοιτήσει από το μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων έναν 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 από τη συμμετοχή της Keverian, η συντάιρός της είχε δημιουργήσει μια σελίδα στο Facebook για το προϊόν που οραματιζόταν. Στα περίπου 1000 likes, η Keverian μελέτησε προσεκτικά την πληθυ-

σμακή 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 αυτό 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 τον λογότυπό 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, επισήμως, 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 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 μία ευκαιρία σε αυτό 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 η επιχείρηση. 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 ΓΙΑ ΚΡΙΤΙΚΗ ΣΚΕΨΗ

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 την τυπική εκπαίδευση για να ξεκινήσει τη δική του τεχνολογική εταιρεία... από το γκαράζ του σπιτιού του. Ως άνθρωπος που έπαιρνε ρίσκα, 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 καινούργια του καινοτομία. Εντυπωσιασμένος από το νεαρό της ηλικίας του και την επιχειρηματική ιδιοφυΐα του, ο διευθύνων σύμβουλος αμέσως συμφώνησε να αγοράσει επιτόπου τη νεοφυή επιχείρηση του Μπομπ. Συνταξιδοτημένος 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. Ακραίες ιστορίες όπως αυτή μπορούν να φαντάζουν τρομακτικές και να δημιουργήσουν λόγους για τους οποίους κάποιοι άνθρωποι φοβούνται να ξεκινήσουν την ενασχόλησή τους με την επιχειρηματική δραστηριότητα. 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 γίνει βαθύτερα κατανοητό πώς η επιχειρηματικότητα μπορεί να είναι ένας δρόμος τον οποίο 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: 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 την επιχειρηματικότητα

- Αλήθεια 1** Η επιχειρηματικότητα δεν είναι αποκλειστικότητα των νεοφυών επιχειρήσεων.
- Αλήθεια 2** Οι επιχειρηματίες δεν έχουν 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 απ' 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 πλειονότητα 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 άλλον 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: η επιθυμία για επιτυχία, μια έμφυτη αίσθηση της ικανότητας να επηρεάζουν τα γεγονότα, μια τάση για ανάληψη ρίσκου και μια 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 ερεύνησαν τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών εμμένουν γοητευμένοι στον ορισμό του «ποιος» είναι ο επιχειρηματίας και όχι στον τρόπο με τον οποίο 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 άσκηση. Μπορούμε να αλλάξουμε τον τρόπο με τον οποίο σκεφτόμαστε.

Συγκεκριμένα, η δουλειά της ερευνήτριας Saras Sarasvathy έχει προσθέσει μια νέα διάσταση στον κλάδο όσον αφορά την κατανόηση της επιχειρηματικής νοοτροπίας. Μέσω μιας έρευνας που περιλάμβανε **επαναλαμβανόμενους επιχειρηματίες**, δηλαδή ανθρώπους που ξεκινούν διάφορες επιχειρήσεις είτε ταυτόχρονα είτε τη μία μετά την άλλη, η Sarasvathy κατέληξε ότι διαθέτουν μοτίβα σκέψης. Αυτή τη θεωρία την ονόμασε **θεωρία υλοποίησης**, η οποία υποστηρίζει ότι το μέλλον είναι απρόβλεπτο αλλά ελεγχόμενο.⁸

Επαναλαμβανόμενοι επιχειρηματίες:

Το είδος επιχειρηματιών που συστήνουν διάφορες επιχειρήσεις, είτε ταυτόχρονα είτε τη μία μετά την άλλη.

Θεωρία υλοποίησης: Η ιδέα 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 αυτή, ενώ επιπλέον δημιουργούν σχέσεις με διαφορετικούς συμμετόχους/συνεργάτες. Οι αποτελεσματικοί επιχειρηματίες χρησιμοποιούν τη δική τους καινοτομία για να υλοποιήσουν το όραμά τους για το μέλλον.

Πάρτε για παράδειγμα τη 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 δεν νιώθεις ότι το έχεις 100% ή 150%, δεν πρόκειται να πετύχεις. Να είστε προετοιμασμένοι για αίμα, δάκρυα και ιδρώτα. Πρέπει να είστε διατεθειμένοι να κάνετε θυσίες, να δουλέψετε τόσο σκληρά όσο δεν 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 στον δικό τους χώρο. Μάθετε από αυτούς, ακούστε τι έχουν να πουν και έπειτα εφαρμόστε τα στον εαυτό σας. (προσωπική συνέντευξη, 28 Αυγούστου 2014)

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 κολέγια 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 πόρων, την απόκτηση των πόρων, τον 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 έναν 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.

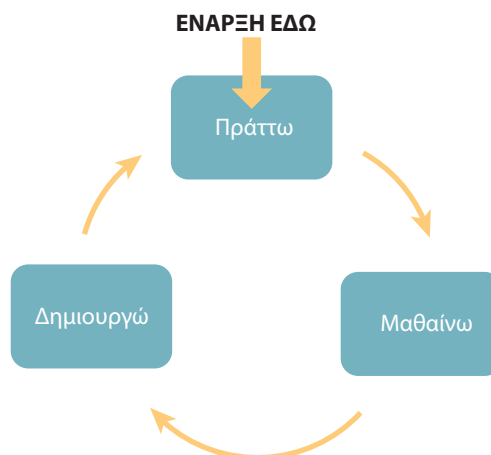
Η επιχειρηματικότητα δεν είναι προβλέψιμη, επομένως δεν μπορεί να διδαχθεί επαρκώς ως διαδικασία. Αντ' αυτού, η μέθοδος ή η πρακτική προσέγγιση που υποστηρίζεται σε αυτό το κείμενο αναπαριστά ένα σύνολο πληροφοριών που, όταν αναπτυχθούν με άσκηση μέσα στον χρόνο, αποτελούν μια εργαλειοθήκη επιχειρηματικής δράσης.¹⁰ Η επιχειρηματική μέθοδος απαιτεί συνεχή άσκηση 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 άλλον. 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 απ' έξω, διότι δεν γνωρίζουμε πραγματικά 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

ΣΧΗΜΑ 1.1

Πράττω-Μαθαίνω-Δημιουργώ



στην επόμενη δράση (Σχήμα 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 είναι περισσότερο συνεργάσιμοι παρά ανταγωνιστικοί

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 της ίδιας νοοτροπίας που είναι πρόθυμοι να βοηθήσουν ο ένας τον άλλον «χωρίς αντάλλαγμα» με σκοπό να συνεργαστούν για το ευρύτερο καλό.¹³



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>

Οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες δεν 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 σχετικά 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 παραγάγει δημιουργικότητα και καινοτομία.¹⁵

Αλήθεια 6: Οι επιχειρηματίες πράττουν περισσότερο απ' 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, ενώ 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 ασκούσαν 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 βιντεοκλίπ. 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 μάς 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 καινούργιο αφήγημα. Το οικονομικό μας μέλλον βασίζεται στους επιχειρηματίες και ο παραδοσιακός και περιορισμένος ορισμός έχει καταπνίξει την πραγματική σημασία της επιχειρηματικής δράσης. Ωστόσο, 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

ΜΣ 1.3 Επεξηγούμε 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 από 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. Αποκαλούμενη «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 καινούργιες αγορές και εκμεταλλεύτηκαν ευκαιρίες στην εξερεύνηση, στη γεωργία, στο εμπόριο και σε άλλες εμπορικές δραστηριότητες.

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



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

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 μέσω των νόμων περί ευρεσιτεχνίας. Η Βιομηχανική Επανάσταση έδωσε το έναυσμα για έναν 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 πια 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 συντέλεσε 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

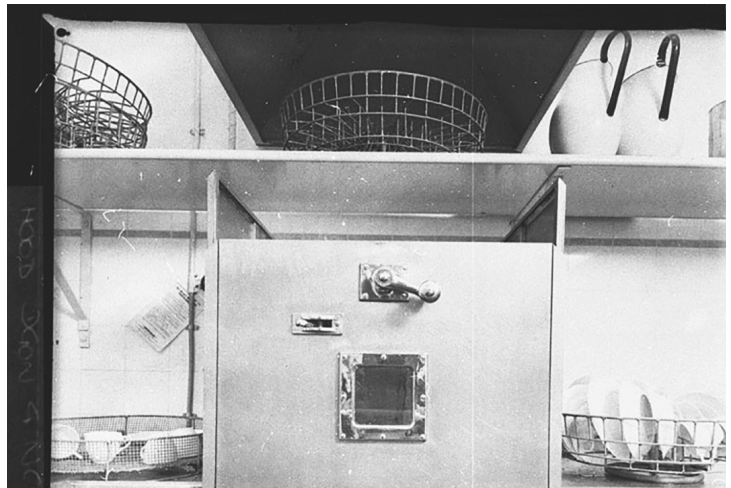


Βίντεο

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) ικανοποίησαν 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 και 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 έχουν την τάση να "διορθώνουν" την αγορά και να την επαναφέρουν 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 τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο συνέπεσαν με την ταχέως αναπτυσσόμενη μεσαία τάξη. Η ικανοποίηση των αυξανόμενων απαιτήσεων σήμανε την αύξηση της παραγωγής, η οποία αντικατέστησε την καινοτομία παραγωγή προϊόντων. Πριν από 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 καινούργιο – μια καινούργια ιδέα, ένα καινούργιο προϊόν, ένα καινούργιο ίδρυμα, μια καινούργια αγορά, ένα καινούργιο σύνολο δυνατοτήτων.

Ως επιχειρηματίας ορίζεται ως το άτομο ή η ομάδα που δημιουργεί κάτι καινούργιο – μια καινούργια ιδέα, ένα καινούργιο προϊόν, ένα καινούργιο ίδρυμα, μια καινούργια αγορά, ένα καινούργιο σύνολο δυνατοτήτων.²⁴

Καθώς η επιχειρηματικότητα ανακτούσε τη φήμη της κατά τις τελευταίες δεκαετίες του 20ού αιώνα, εμφανίστηκαν πολλοί νέοι ορισμοί. Ωστόσο, επιλέξαμε τον

ορισμό που πιστεύουμε ότι συνάδει καλύτερα με την έννοια της επιχειρηματικότητας. Σε αυτό το πλαίσιο, ο επιχειρηματίας αναγνωρίζει, δημιουργεί και πράττει με βάση τις νέες ευκαιρίες.²⁵

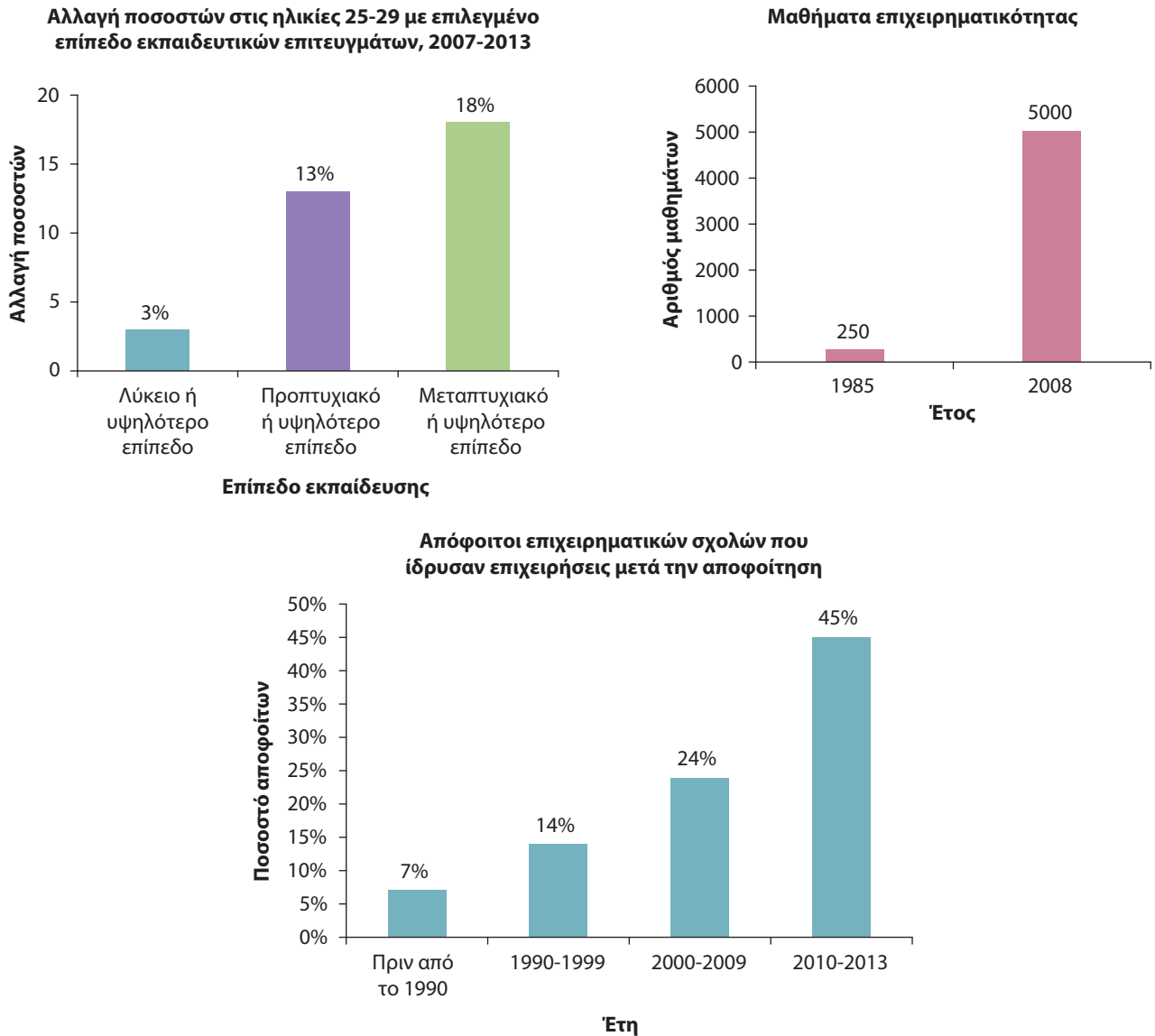
Η άνοδος της τεχνολογίας πληροφοριών, η ανάπτυξη προηγμένης τεχνολογίας, η έρευνα σε τομείς της βιοτεχνολογίας και της ιατρικής, καθώς και τα νέα υλικά επέφεραν αλλαγές στην οικονομία και δημιούργησαν νέες αγορές και νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες. Οι αλλαγές στον νόμο περί διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας διευκόλυναν τους επιχειρηματίες στην καταχώρηση των εφευρέσεών τους, ενώ η άνοδος στις επενδύσεις επιχειρηματικών κεφαλαίων τούς πρόσφερε 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 υπήρξαν, μεταξύ άλλων, τεχνολογικές εταιρείες, όπως οι Apple, Microsoft, Google, IBM και Oracle.

Κατ' αυτό 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 το Σχήμα 1.2, η γενιά της χιλιετηρίδας (η γενιά που γεννήθηκε μεταξύ 1981 και 1997) θα αποτελεί 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-

ΣΧΗΜΑ 1.2

Η γενιά της χιλιετηρίδας – Η γενιά υψηλού επιπέδου εκπαίδευσης και επιχειρηματικότητας



τητες των επιχειρηματιών άγγιξαν κάθε πτυχή της καθημερινότητάς 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 συχνά μας ενθαρρύνουν να δημιουργήσουμε νέες ευκαιρίες 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 μερικές εκατοντάδες χρόνια πριν».²⁶

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 τον 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 σ' 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 για κριτική σκέψη.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΚΡΙΤΙΚΗ ΣΚΕΨΗ

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

λος της εταιρείας ελληνικού παγωμένου τσαγιού ZOOS, Niari Keverian, έχουν ήδη αρχίσει να αναγνωρίζουν και να αξιοποιούν ευκαιρίες ώστε να συνεισφέρουν με τον δικό τους τρόπο στην ιστορία. Τώρα είναι η σειρά σας.

1.4 ΕΙΔΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**ΜΣ 1.4 Συγκρίνουμε και αντιπαραβάλλουμε τις διαφορετικές μορφές επιχειρηματικότητας που λειτουργούν σήμερα.**

Όπως αναφέραμε προηγουμένως, η επιχειρηματικότητα δεν αφορά μόνο τις νεοφυείς επιχειρήσεις, όπως την εταιρεία ελληνικού παγωμένου τσαγιού ZOOS, αλλά μπορεί να έχει διαφορετικές μορφές. Τα ακόλουθα εναλλακτικά είδη επιχειρηματικότητας είναι αυτά που κυρίως εφαρμόζονται στις μέρες μας.

Εταιρική επιχειρηματικότητα

Η **εταιρική επιχειρηματικότητα** (επίσης γνωστή ως **ενδοεπιχειρηματικότητα**) αποτελεί μια 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 τον 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 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 μέρος

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.²⁸

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 της επιχειρηματικής νοοτροπίας. Ωστόσο, δεν δείχνουν όλοι οι οργανισμοί τον ίδιο ενθουσιασμό για την επιχειρηματική δράση των εργαζομένων τους στο πλαίσιο της εταιρείας. Ορισμένες εταιρείες φοβούνται ότι εάν ενθαρρύνουν τους εργαζομένους τους να λειτουργήσουν επιχειρηματικά θα αφήσουν την εταιρεία και θα ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.



Η εταιρική επιχειρηματία Marian Croak συγκέντρωσε εκατομμύρια δολάρια σε δωρεές μέσω του συστήματος αποστολής μηνυμάτων μέσω κινητού τηλεφώνου μετά τον σεισμό που έπληξε 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, αυτο-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 προσκολλημένα 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, 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 έξυπνη καμπά-

«Επιχειρηματίες εντός»: Οι κατηγορίες των εργαζομένων που σκέφτονται και ενεργούν επιχειρηματικά εντός του οργανισμού.



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

©iStockphoto.com/Alainolympus



Η τοποθεσία της επιχείρησης δικαιόχρησης Jimmy John's Gourmet Sandwiches

MLADEN ANTONOV/Staff/Getty Images

Δικαιόχρηση: Ένας τύπος άδειας που αγοράζεται από έναν επιχειρηματία (δικαιοδόχος) από μια υφιστάμενη επιχείρηση (δικαιοπάροχος) για να μπορεί να πραγματοποιεί συναλλαγές υπό την επωνυμία αυτής της επιχείρησης.

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

δεν αναγκάζονται να δαπανήσουν τον ίδιο χρόνο στο μάρκετινγκ, στη δημιουργία της εμπορικής τους ταυτότητας, στην ανάπτυξη διαδικασιών και στην προμήθεια προϊόντων.

Η δικαιόχρηση συχνά αναφέρεται ως επιχείρηση με το κλειδί στο χέρι. Με άλλα λόγια, ο δικαιοδόχος γυρνάει το κλειδί στην πόρτα και είναι έτοιμος να διοικήσει την επιχείρηση. Ο δικαιοδόχος δεν καταβάλλει στον δικαιοπάροχο 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, δικαιοχρήσεις όπως οι Jimmy John's Gourmet Sandwiches, Anytime Fitness, Hampton by Hilton, Subway και Supercuts βρίσκονται 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 λιγότερα από 50.000 δολάρια μέχρι και 500.000 δολάρια και περισσότερα, με σχεδόν το 50% να πωλείται μεταξύ 100.000 δολαρίων και 500.000 δολαρίων.³³ Στο Σχήμα 1.3 περιγράφονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της κατοχής δικαιόχρησης.

Αγορά μικρής επιχείρησης

Η αγορά μικρής επιχείρησης είναι άλλος ένας 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 απ' 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-

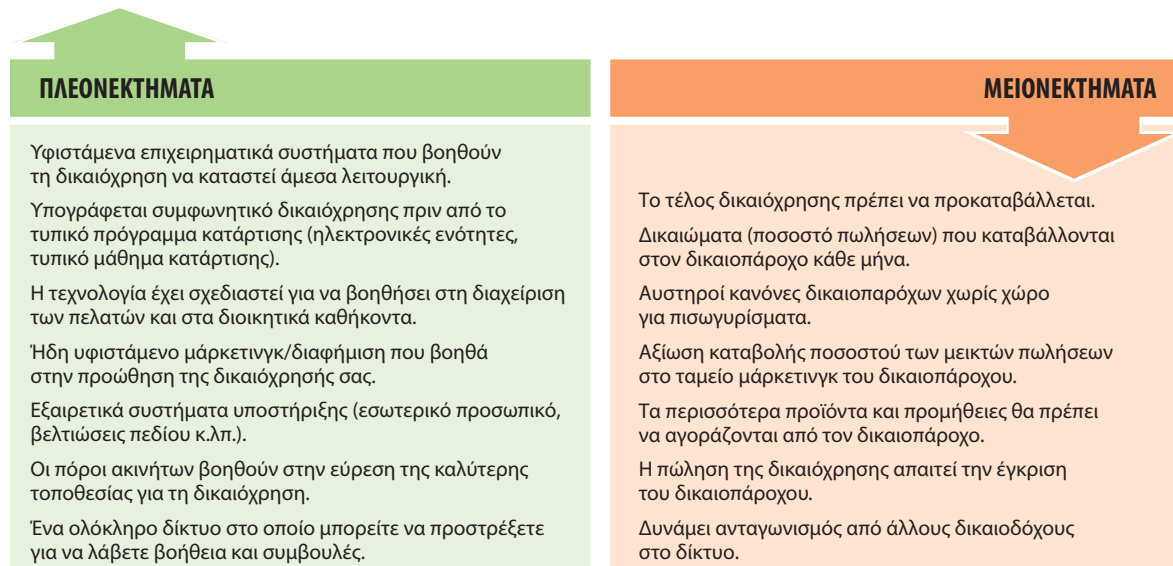
νια όπου παρουσίαζε εικόνες άσχημων λαχανικών σε τιμές 30% χαμηλότερες από τα τέλεια ισοδύναμά τους. Η πρωτοβουλία αύξησε την κίνηση στα καταστήματα της Intermarché κατά 20% και πούλησε τόνους αυτών των περιεργών σε όψη λαχανικών. Κατ' αυτό τον τρόπο, διείσδυσε σε μια ανεκμετάλλευτη αγορά και απέδειξε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

Αγορά δικαιόχρησης

Η **δικαιόχρηση** είναι ένας τύπος άδειας που αγοράζεται από έναν επιχειρηματία (δικαιοδόχος) από μια υφιστάμενη επιχείρηση (δικαιοπάροχος) για να μπορεί να πραγματοποιεί συναλλαγές υπό την επωνυμία αυτής της επιχείρησης.³¹ Η δικαιόχρηση μπορεί να βοηθήσει τους επιχειρηματίες να κάνουν ένα δυναμικό ξεκίνημα στις δικές τους επιχειρήσεις, με τη λογική ότι

ΣΧΗΜΑ 1.3

Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα δικαιόχρησης



Πηγή: Βάσει υλικού της Libava, J. (16 Φεβρουαρίου 2015). The pros and cons of owning a franchise. Entrepreneur. Ανάκτηση από <https://www.entrepreneur.com/article/242848>. Αρχικά εμφανίστηκε <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 μιας 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.³⁷

Κοινωνική επιχειρηματικότητα: Η διαδικασία εύρεσης καινοτόμων λύσεων.

Η εταιρεία παιχνιδιών κερδοσκοπικού χαρακτήρα Roominate, στην Καλιφόρνια, ιδρύθηκε το 2012 από τις αποφοίτους μηχανολογίας του Πανεπιστημίου Στάνφορντ 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 μεταξύ 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 με επιπλέον κεφάλαιο από τον μόνιμο επενδυτή του Shark Tank, Mark Cuban, και άλλους επενδυτές, τρία χρόνια μετά 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 («1001 σιντριβάνια για το



Βίντεο

Κοινωνική επιχειρηματικότητα

μέλλον») ως βιώσιμο μέσο που παρέχει ασφαλές πόσιμο νερό σε 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: Στήριξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας).

ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Κάθε επιχειρηματίας περνάει δύσκολες στιγμές στο ξεκίνημά 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 έπειτα από έναν 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.

Εσείς τι θα κάνατε στη θέση του;

Κοινωνικός οργανισμός (ή B-Corp):

Μορφή οργανισμού που πιστοποιείται από τον μη κερδοσκοπικό φορέα B Lab, ο οποίος διαβεβαιώνει ότι πληρούνται όλες οι αυστηρές προδιαγραφές των κοινωνικών και περιβαλλοντικών αποδόσεων, 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 τον μη κερδοσκοπικό φορέα B Lab, ο οποίος διαβεβαιώνει ότι πληρούνται όλες οι αυστηρές προδιαγραφές των κοινωνικών και περιβαλλοντικών αποδόσεων, 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 διασφαλίζει ότι η κερδοσκοπική εταιρεία υλοποιεί την κοινωνική της αποστολή και η πιστοποίηση την προστατεύει από αγωγές ενδιαφερόμενων μερών που ίσως ισχυριστούν ότι η εταιρεία ξοδεύει περισσότερο χρόνο ή πόρους σε κοινωνικά ζητήματα αντί να αυξάνει το κέρδος της.

Κάποια από τα μέλη B-Corp είναι η Betterworld Books, η οποία με την αγορά ενός βιβλίου κάνει δωρεά ακόμη ένα σε κάποιον που έχει ανάγκη, η Revolution Books, η οποία παρέχει οικονομικά και φρέσκα γεύματα σε μαθητές σχολείων από οικογένειες με χαμηλό εισόδημα, και η 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 την ίδρυσή της το 2010, η Warby Parker είχε διανείμει 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.

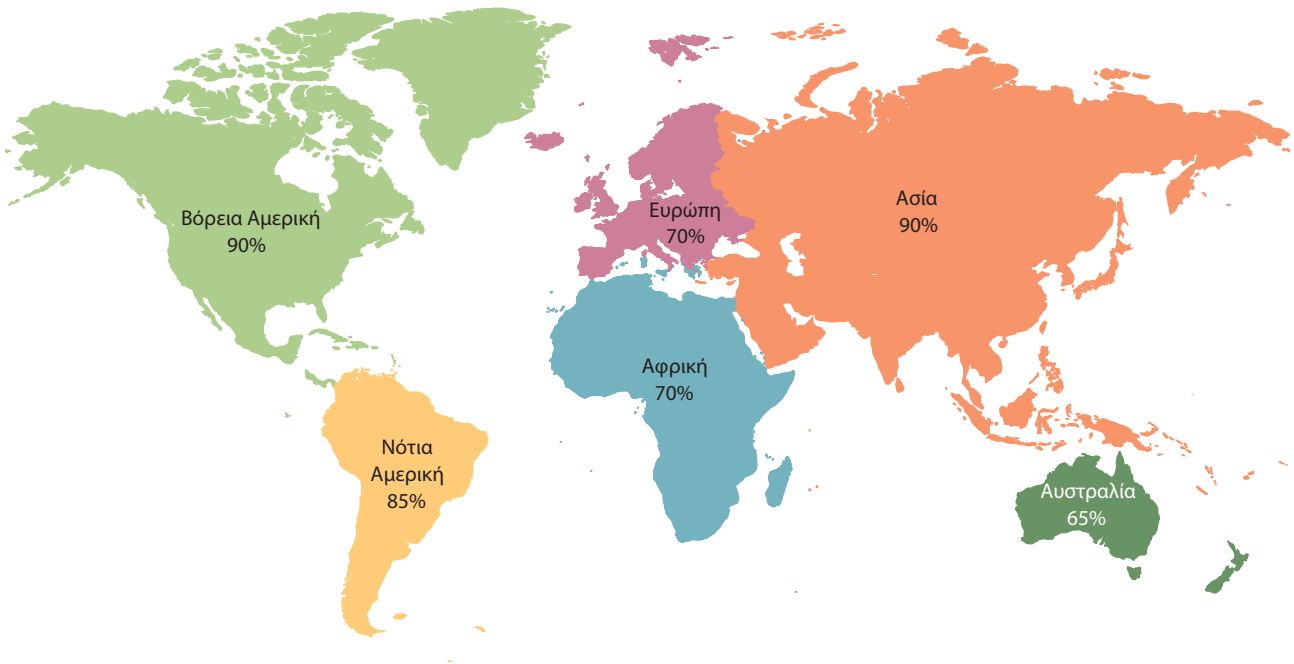
Οικογενειακή επιχείρηση: Μια επιχείρηση που βρίσκεται στην κατοχή και διαχείριση πολλών μελών μιας οικογένειας, συνήθως παραπάνω από μίας γενιάς.

Οικογενειακή επιχείρηση

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

ΕΙΚΟΝΑ 1.1

Ποσοστά οικογενειακών επιχειρήσεων



Αυτό 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 της 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 1.1).⁴⁶ Ευρέως γνωστές επιχειρήσεις, όπως η Wal-Mart στις ΗΠΑ, η αλυσίδα σουπερμάρκετ Carrefour στη Γαλλία και η εταιρεία αυτοκινήτων Fiat στην Ιταλία, είναι όλες μακροχρόνιες οικογενειακές επιχειρήσεις που συνεχίζουν να επιδεικνύουν ολοένα και 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 μετέπειτα χρόνια.

**Βίντεο**

Προκλήσεις μιας οικογενειακής επιχείρησης

Επαναλαμβανόμενοι επιχειρηματίες

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

Επαναλαμβανόμενοι επιχειρηματίες, (ή συστηματικοί επιχειρηματίες): Το είδος επιχειρηματιών που συστήνουν διάφορες επιχειρήσεις, είτε ταυτόχρονα είτε τη μία μετά την άλλη.

συνεχή επαγρύπνηση για την επόμενη επιτυχία ή αναζητούν τρόπους για να εφαρμόσουν το ευρύ φάσμα των ιδεών τους. Ο Richard Branson αποτελεί καλό παράδειγμα επαναλαμβανόμενου επιχειρηματία: μετά την παρουσία 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, στη μουσική, στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, στις τράπεζες και σε 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

ΜΣ 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, στην ανάπτυξη και στην καινοτομία φαίνεται ότι πλέον αναγνωρίζεται. Ο βραβευμένος με το Νόμπελ Ειρήνης Muhammad Yunus έχει λάβει μία 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 Μπαγκλαντές.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, τα επιχειρηματικά βραβεία Yunus Social Business αναγνωρίζουν τις προσπάθειες των κοινωνικών επιχειρηματιών και επιχειρηματιών που φοιτούν στο Πανεπιστήμιο του Σάλφορντ 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 εταιρεία αυτόματων πωλητών που ίδρυσε, τη REAL Vending. Η εταιρεία αναδιανέμει τα κέρδη της από τους αυτόματους πωλητές που βρίσκονται σε σχολεία, κολέγια, 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 στην Ντάκα, στο Μπαγκλαντές, 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 Δόκτωρ Dan Shechtman του Ινστιτούτου Τεχνολογίας Technion- Israel στη Χάιφα, ο οποίος τιμήθηκε με το 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 απ' ό,τι μεγάλες εταιρείες. Είστε η αφετηρία για όλα τα προϊόντα και τα εμπορικά σήματα και έχετε επαναπροσδιορίσει την αγορά. Άλλωστε, και η Google ξεκίνησε ως μικρή επιχείρηση μέσω ενός ερευνητικού σχεδίου. 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 στον οποίο 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 Unreasonable Institute, μιας οργάνωσης η οποία ενθαρρύνει την επιχειρηματικότητα με την πραγματοποίηση εντατικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων κατά τα οποία οι επιχειρηματίες γνωρίζουν τον κατάλληλο μέντορα, και τους ιδρυτές του 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 εταιρειών με 600 φοιτητές και 20 βετεράνους επιχειρηματίες και μέντορες (ενδεικτικά αναφέρουμε τον βραβευμένο με Νομπέλ Ειρήνης Αρχιεπίσκοπο Desmond Tutu, διευθυντικά στελέχη της Google και τον ιδρυτή του Wordpress Matt Mullenwegg) 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 την 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, καθώς 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 πρακτική τους άσκηση. 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 Adam Braun. Κάθε φορά που το πλοίο έκανε στάση σε μια άλλη χώρα, ο Braun ρωτούσε: «Τι είναι αυτό που θέλετε περισσότερο από οτιδήποτε άλλο στον κόσμο;» Μια από τις απαντήσεις που έλαβε από ένα μικρό αγόρι στον 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 πρόσφερε 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 αναζητούν». Με άλλα λόγια, τους παρότρυνε να μάθουν ενεργά για τις κοινότητες που επισκέπτονται και να αναζητούν τρόπους με τους οποίους μπορούν και οι ίδιοι



Βίντεο

Η επιχειρηματικότητα σε αναπτυσσόμενες χώρες



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

WENN Ltd/Alamy Stock Photo

να γίνουν πολίτες του κόσμου. Η ιστορία του Adam Braun αποτελεί ένα πολύ καλό παράδειγμα παγκόσμιας επιχειρηματικότητας, που έχει αγγίξει τη ζωή 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, από 18 έως 64 ετών, οι οποίοι βρίσκονται στη διαδικασία ίδρυσης ή διοίκησης μιας νέας επιχείρησης.

Δυνάμει επιχειρηματίες: Άτομα τα οποία θεωρούν πως διαθέτουν την ικανότητα και την τεχνογνωσία να ξεκινήσουν μια επιχείρηση χωρίς να τους βαραίνει ο φόβος της αποτυχίας.

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

Ιδιοκτήτες νέων επιχειρήσεων: Άτομα τα οποία είναι τώως εκκολαπτόμενοι επιχειρηματίες, τα οποία εμπλέκονταν ενεργά σε κάποια επιχείρηση για περισσότερους από τρεις μήνες και λιγότερο από τριετήμια χρόνια.

Καταξιωμένοι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων: Άτομα που συνεχίζουν να είναι ενεργά στην επιχείρηση ακόμη και για περισσότερο από τριετήμια χρόνια.

Επιχειρηματίες από ανάγκη: Άτομα τα οποία αναγκάζονται να ξεκινήσουν μια νέα επιχείρηση λόγω των περιστάσεων, όπως οι 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.

Η έρευνα GEM συλλέγει τα στοιχεία της σύμφωνα με τις διάφορες φάσεις της επιχειρηματικότητας (βλ. Σχήμα 1.4). Η διαδικασία ξεκινά με **δυνάμει επιχειρηματίες**, δηλαδή άτομα τα οποία θεωρούν πως διαθέτουν την ικανότητα και την τεχνογνωσία 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 είναι ατομική ή στην οποία συμμετέχουν ως συνιδιοκτήτες, η οποία λειτουργεί λιγότερο από τρεις μήνες και δεν έχει ακόμη αποφέρει έσοδα στους ιδιοκτήτες της. Το τρίτο στάδιο είναι η μελέτη των **νέων ιδιοκτητών επιχειρήσεων**, άτομα τα οποία είναι τώως εκκολαπτόμενοι επιχειρηματίες, τα οποία εμπλέκονταν ενεργά σε κάποια επιχείρηση για περισσότερους από τρεις μήνες και λιγότερο από τριετήμια χρόνια. Το τελικό στάδιο εξετάζει τους **καταξιωμένους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων**, άτομα που συνεχίζουν να είναι ενεργά στην επιχείρηση ακόμη και για περισσότερο από τριετήμια χρόνια. Ιδιαίτερα ενδιαφέρον συμπέρασμα ήταν ότι πολλοί από τους καλούς επιχειρηματίες που έκλεισαν τις επιχειρήσεις τους στα τριετήμια χρόνια το έκαναν όχι γιατί είχαν αποτύχει. Μάλιστα, σε πολλές περιπτώσεις, οι επιχειρηματίες είχαν εξελιχθεί σε επαναλαμβανόμενους επιχειρηματίες ή είχαν γίνει μέλη 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 ή η αδυναμία εύρεσης εργασίας είναι κάποιοι από τους παράγοντες που οδηγούν τα άτομα στην ίδρυση μιας νέας επιχείρησης. Αντίθετα, 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. Σε αντίθεση με τους επιχειρηματίες από ανάγκη, οι ευκαιριακοί επιχειρηματίες επιλέγουν ελεύθερα να ασχοληθούν με μια επιχείρηση.

Ένα από τα κεντρικά σημεία ενδιαφέροντος 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 που είναι είτε εκκολαπτόμενοι επιχειρηματίες είτε ιδιοκτήτες-διαχειριστές μιας νέας επιχείρησης.