

Ενότητα 2

Επιχειρηματικότητα, προσωπικά χαρακτηριστικά και επιχειρηματικός προσανατολισμός

Α. ΡΑΦΑΗΛΙΔΗΣ, ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ, ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ,
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

Σκοπός

Στην ενότητα αυτή θα δούμε μερικά δεδομένα και κάποιες από τις αντιλήψεις περί επιχειρηματικότητας, για τον κόσμο και για την Ελλάδα. Στη συνέχεια θα δούμε, με μεγάλη επιφύλαξη, χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των επιχειρηματιών τα οποία υποτίθεται ότι συχνά τους χαρακτηρίζουν. Συνεχίζοντας, θα στραφούμε στη διερεύνηση των επιχειρηματικών σας ενστίκτων, στο βαθμό που αυτή μπορεί να γίνει στο συγκεκριμένο πλαίσιο. Θα προχωρήσουμε μιλώντας για κάποιες πεποιθήσεις και πραγματικότητες που χαρακτηρίζουν την επιχειρηματικότητα στην πράξη και θα αναφερθούμε σε λανθασμένους λόγους που θα μπορούσε κανείς να έχει για να ξεκινήσει μια νέα επιχείρηση. Θα κλείσουμε την ενότητα αναφερόμενοι στην έννοια του κινδύνου και σε κάποιες αρχές που καλό είναι να έχει κανείς προκαταβολικά κατά νου.

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Με την ολοκλήρωση της εισαγωγικής αυτής ενότητας, θα πρέπει να:

- έχετε επίγνωση μερικών δεδομένων περί επιχειρηματικότητας για τον κόσμο και για την Ελλάδα
- γνωρίζετε την έννοια της επιχειρηματικότητας αρχικού σταδίου
- γνωρίζετε κάποια από τα κοινωνικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά που φαίνεται να ξεχωρίζουν τους επιχειρηματίες και τον ειδικότερο τρόπο σκέψης τους
- γνωρίζετε τις διαφορές μεταξύ των κινήτρων δημιουργίας μιας συνηθισμένης μικρής επιχείρησης, σε σχέση με ένα πραγματικά νέο επιχειρηματικό εγχείρημα
- έχετε μια αρχική ιδέα για τον δικό σας προσανατολισμό προς την επιχειρηματικότητα
- γνωρίζετε τι σημαίνει «παθητικό της νεότητας» και πως διαφέρει κατά περίπτωση επιχείρησης
- γνωρίζετε μερικούς από τους λόγους για τους οποίους δεν θα έπρεπε να δημιουργήσει κανείς μια νέα επιχείρηση
- γνωρίζετε μερικές βασικές αρχές μείωσης του κινδύνου ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος

Έννοιες κλειδιά

Επιχειρηματικότητα αρχικού σταδίου

Αιτιακός τρόπος σκέψης

Επιχειρηματικός τρόπος σκέψης

Επιχειρηματικά ένστικτα

Δημιουργική, κοινωνική και πρακτική φαντασία

Παθητικό της νεότητας

Χρονισμός

Εισαγωγικές Παρατηρήσεις

Αν και η έννοια της επιχειρηματικότητας είναι μάλλον γενικά «παρεξηγημένη», είναι ίσως ακόμα περισσότερο «παρεξηγημένη» στην Ελλάδα. Όταν στη χώρα μας κανείς ακούει ή διαβάζει για επιχειρηματίες, αυτοί συσχετίζονται συχνά (απλώς ενδεικτικά) με ιδιοκτήτες μπαρ, νυχτερινών κέντρων, γυμναστηρίων, εστιατορίων, ξενοδοχείων. Δηλαδή, η έννοια της επιχειρηματικότητας δεν συσχετίζεται ιδιαίτερα με την έννοια της δημιουργικότητας, της αλλαγής, της καινοτομίας και της δημιουργίας νέας αξίας για τον πελάτη. Αυτή η αντίληψη δημιουργεί με τη σειρά της λανθασμένες αντιλήψεις για το τι ακριβώς σημαίνει επιχειρηματικότητα και ποια χαρακτηριστικά ίσως χρειάζεται κάποιος για να γίνει επιχειρηματίας. Στην ενότητα αυτή γίνεται προσπάθεια να ξεπεραστούν κάποιες από τις αντιλήψεις αυτές, με την παροχή δεδομένων και την περιγραφή της πραγματικότητας της επιχειρηματικότητας.

1. Επιχειρηματικότητα και αντιλήψεις, στον κόσμο και στην Ελλάδα

Οι έννοιες της επιχειρηματικότητας και του επιχειρηματία χρησιμοποιούνται με διαφορετικό νόημα από διαφορετικά άτομα. Ο Baumol (1990) έχει την αντίληψη ότι σε όλες τις κοινωνίες υπάρχουν στην πραγματικότητα τρία είδη επιχειρηματικότητας: η παραγωγική επιχειρηματικότητα, η μη – παραγωγική επιχειρηματικότητα και η καταστροφική επιχειρηματικότητα. Κατά τον ίδιο, η παραγωγική επιχειρηματικότητα βασίζεται στην καινοτομία η οποία δημιουργεί καινούργιο πλούτο και οικονομική ανάπτυξη, εξελίσσοντας όχι μόνο τον επιχειρηματία αλλά και την κοινωνία συνολικότερα. Η μη – παραγωγική επιχειρηματικότητα αφορά ένα είδος γραφειοκρατίας το οποίο συνήθως ωφελεί ένα άτομο, αλλά όχι απαραίτητως και την κοινωνία. Ο Baumol χρησιμοποιεί το παράδειγμα των δικηγόρων. Η καταστροφική επιχειρηματικότητα και αυτή ωφελεί περισσότερο το άτομο, παρά την κοινωνία. Παραδείγματα καταστροφικής επιχειρηματικότητας είναι εκείνα τα οποία σχετίζονται με παράνομες δραστηριότητες και με διαφθορά. Ο συγγραφέας ισχυρίζεται ότι ένας επιχειρηματίας θα μπορούσε εξίσου εύκολα να ενταχθεί σε οποιοδήποτε από τα τρία είδη επιχειρηματικότητας. Αυτό που θα καθορίσει το είδος επιχειρηματικότητας

που θα επιλέξει κάποιος είναι οι «κανόνες του παιχνιδιού». Αν και το συγκεκριμένο άρθρο είναι αμφιλεγόμενο, από αυτό εξάγεται ένα μάλλον χρήσιμο συμπέρασμα: δεν χρειάζεται να προσπαθούμε να μεταβάλλουμε τεχνητά τον αριθμό των επιχειρηματιών που διαθέτει μια κοινωνία. Τέτοιου είδους άνθρωποι υπάρχουν πάντα και παντού. Αυτό που χρειάζεται να αλλάξει είναι οι δομές και τα κίνητρα, δηλαδή οι «κανόνες του παιχνιδιού». Αναφερόμαστε πιο συγκεκριμένα: σε φορολογικά κίνητρα, στον περιορισμό της γραφειοκρατίας, στο σταθερό τραπεζικό σύστημα, στη μείωση της διαφθοράς, στον εκσυγχρονισμό της δικαιοσύνης, στο σύγχρονο εκπαιδευτικό σύστημα, σε μια αρχή ανταγωνισμού που ελέγχει αποτελεσματικά, στη δίκαιη εργατική νομοθεσία, στην πολιτική αξιοκρατία και στη δημιουργία οικοσυστημάτων συμπληρωματικών επιχειρήσεων και οργανισμών.

Παρά τους προβληματισμούς που θέτει ο Baumol, η επιχειρηματικότητα θεωρείται καταλύτης οικονομικής ανάπτυξης και σημαντικός παράγοντας στην οικονομική ανάκαμψη (αναφορά GEM, 2023). Με την ευκαιρία, η ανάπτυξη αναφέρεται στην αύξηση του ΑΕΠ (Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος) μιας χώρας, δηλαδή στην αύξηση της συνολικά παραγόμενης σε αυτήν αξίας και, άρα, στη δημιουργία νέων πόρων. Η ανάκαμψη, από την άλλη, αναφέρεται στην αύξηση του ΑΕΠ που οφείλεται στην επαναχρησιμοποίηση ήδη υπαρχόντων πόρων της οικονομίας, οι οποίοι επανεντάχτηκαν στην οικονομία. Είναι προτιμότερη η ανάπτυξη.

Από τα ευρήματα της αναφοράς αυτής σταχυολογούμε τα περισσότερο συναφή με το θέμα μας. Ο **φόβος της αποτυχίας** αποτελεί σοβαρό περιορισμό για το ξεκίνημα καινούργιων επιχειρήσεων σε όλες τις χώρες και για όλα τα εισοδηματικά κλιμάκια. Σε αρκετές χώρες, μεγάλο ποσοστό των ενηλίκων συμφωνεί ότι το να ξεκινήσουν μια καινούργια επιχείρηση είναι κάτι σχετικά εύκολο και βλέπουν ότι υπάρχουν ευκαιρίες να γίνει αυτό, θεωρώντας τους εαυτούς τους ικανούς και με την κατάλληλη εμπειρία για να δημιουργήσουν μια καινούργια επιχείρηση. Ωστόσο, περίπου οι μισοί από αυτούς που διαβλέπουν τέτοιες ευκαιρίες αποτρέπονται από την ανάληψη δράσης φοβούμενοι την αποτυχία. Οι καινούργιοι επιχειρηματίες δηλώνουν συχνά ότι λαμβάνουν υπόψη τους **κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς παράγοντες** όταν λαμβάνουν στρατηγικές αποφάσεις για το μέλλον της επιχείρησής τους. Για το 2022 ήταν πιο πιθανό να δημιουργηθεί μια καινούργια επιχείρηση από άνδρα, παρά από γυναίκα. Μονάχα σε 4 από τις 49 χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν η πιθανότητα μια **γυναίκα** να δημιουργήσει καινούργια επιχείρηση ίση με ενός άντρα. Οι **νεότεροι άνθρωποι** είναι πιο πιθανό από τους μεγαλύτερους σε ηλικία να ξεκινήσουν μια καινούργια επιχείρηση. Η ηλικιακή ομάδα 18 μέχρι 34 ετών ξεπερνά σε δημιουργία νέων επιχειρήσεων την ηλικιακή ομάδα 35 μέχρι 64 ετών στις 37 από τις 49 χώρες στην έρευνα. Αυτό δίνει ένα διακριτό πλεονέκτημα στις κοινωνίες που έχουν νεότερους πληθυσμούς.

Πιο κάτω σχολιάζονται μερικά από τα διαγράμματα που βρίσκει κανείς στην αναφορά Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report (ελεύθερα διαθέσιμη εδώ: <https://tinyurl.com/2p9jywa9>). Αναφερόμαστε στα διαγράμματα στα οποία βρίσκει κανείς την Ελλάδα, με έναν σύντομο σχολιασμό. Όταν χρησιμοποιείται ο όρος «επιχειρηματικότητα αρχικού σταδίου» (*Total Early – stage Entrepreneurial Activity*) αναφέρεται στο ποσοστό των ενηλίκων στην ηλικιακή ομάδα 18 – 64 που είτε ξεκινούν είτε διαχειρίζονται μια καινούργια, δηλαδή πρόσφατα ιδρυθείσα, επιχείρηση. Τα Level A, B και C που φαίνονται να χωρίζουν τις χώρες σε ομάδες αναφέρονται σε ταξινόμηση βάσει του κατά κεφαλήν ΑΕΠ. Χώρες επιπέδου

A είναι εκείνες που έχουν κατά κεφαλήν ΑΕΠ άνω των 40.000\$ ετησίως. Χώρες επιπέδου B είναι εκείνες που έχουν κατά κεφαλήν ΑΕΠ μεταξύ 20.000\$ και 40.000\$ ετησίως. Χώρες επιπέδου C είναι εκείνες που έχουν κατά κεφαλήν ΑΕΠ χαμηλότερο των 20.000\$ ετησίως. Η Ελλάδα ανήκει στο επίπεδο B.

Στο διάγραμμα 2.4 στη σελίδα 41 της αναφοράς, για το επίπεδο B η Ελλάδα είναι από τις χώρες στις οποίες δεν φαίνεται να θεωρείται ιδιαίτερα εύκολο το να ξεκινήσει κανείς μια νέα επιχείρηση (4^η θέση στο B επίπεδο).

Στο διάγραμμα 2.5 στη σελίδα 43 της αναφοράς, για το επίπεδο B η Ελλάδα είναι μια χώρα στην οποία γύρω στο 55% των ερωτηθέντων ενηλίκων θεωρεί ότι έχει τις γνώσεις, δεξιότητες και την εμπειρία να ξεκινήσει τη δική του επιχείρηση. Παρά το ότι ως ποσοστό δείχνει υψηλό, η χώρα μας βρίσκεται μεταξύ εκείνων στις οποίες οι επίδοξοι επιχειρηματίες δείχνουν μάλλον μεγαλύτερη ωριμότητα στο συγκεκριμένο δείκτη.

Στο διάγραμμα 2.6 στη σελίδα 44, για το επίπεδο B η Ελλάδα είναι μια από τις χώρες με τον μεγαλύτερο φόβο αποτυχίας ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος, δείκτης που ίσως συνδέεται με τον προηγούμενο περί εντύπωσης κατοχής επαρκούς γνώσης, δεξιοτήτων κλπ.

Στο διάγραμμα 2.7 στη σελίδα 46, για το επίπεδο B στην Ελλάδα η προσδοκία δημιουργίας νέας επιχείρησης τα επόμενα τρία χρόνια είναι από τις χαμηλότερες, ευρισκόμενη σε κάτω από το 10% των ερωτηθέντων.

Στο διάγραμμα 4.3 στη σελίδα 64 της αναφοράς, για τις χώρες επιπέδου B η Ελλάδα βρίσκεται μεταξύ εκείνων για τις οποίες το κίνητρο της δημιουργίας νέας επιχείρησης σχετίζεται πολύ πιο ισχυρά με τη δημιουργία προσωπικού πλούτου ή/και πολύ υψηλού εισοδήματος, παρά με την προσπάθεια να κάνει κάποιος τη διαφορά στον κόσμο. Χώρες στις οποίες το κίνητρο «να κάνω τη διαφορά στον κόσμο» είναι ισχυρότερο του προσωπικού είναι οι Ταιβάν, Ουγγαρία, Μεξικό, Παναμάς, Πουέρτο Ρίκο και Ρουμανία.

Στο διάγραμμα 4.4 στη σελίδα 64 της αναφοράς, για τις χώρες επιπέδου B η Ελλάδα είναι μεταξύ εκείνων για τις οποίες είναι πολύ ισχυρό το κίνητρο της συνέχισης μιας οικογενειακής παράδοσης ή συνέχισης της οικογενειακής επιχείρησης.

Στο διάγραμμα 5.3 στη σελίδα 77 της αναφοράς, το ιδιαίτερα ενδιαφέρον είναι ότι το ποσοστό εκείνων που απαντούν ότι δεν διαβλέπουν την πρόσληψη επιπλέον ατόμων μέσα στην επόμενη πενταετία από τη στιγμή του ερωτήματος δείχνει να αυξάνει με την αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος. Δηλαδή, δείχνει στις χώρες επιπέδου A να είναι σαφώς υψηλότερο από τις χώρες επιπέδου και το ίδιο ισχύει στη σύγκριση μεταξύ χωρών επιπέδου B σε σχέση με εκείνες επιπέδου C. Διαισθητικά ίσως θα περίμενε κανείς να ισχύει το αντίστροφο και αυτή είναι μια τάση που πιθανώς αξίζει να διερευνηθεί περισσότερο, ως προς τα χαρακτηριστικά των ιδρυόμενων επιχειρήσεων ανά χώρα.

Στο διάγραμμα 5.4 στη σελίδα 79 της αναφοράς, για τις χώρες επιπέδου B η Ελλάδα βρίσκεται στις τελευταίες θέσεις ως προς το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων παραγωγής προϊόντων ή παροχής υπηρεσιών που παρουσιάζουν κάποιο βαθμό νεωτερικότητας (κάτω από 2% των ερωτηθέντων). Το μεγαλύτερο μέρος των εγχειρημάτων αυτών αφορούν προϊόντα ή υπηρεσίες που θεωρούνται νέες για τη χώρα, ενώ πολλά είναι εκείνα που θεωρούνται νέα

για την περιοχή δραστηριοποίησης της επιχείρησης και ελάχιστα εκείνα που θεωρούνται παγκοσμίως νέα.

Στο διάγραμμα 5.5 στη σελίδα 80 της αναφοράς, η Ελλάδα είναι σε παρόμοια θέση σε ότι αφορά τις επιχειρήσεις που ξεκινούν με τη χρήση νεωτερικών τεχνολογιών ή διαδικασιών. Εκτός από το ότι το ποσοστό είναι αθροιστικά ακόμα χαμηλότερο, περίπου τα μισά από τα εγχειρήματα χρησιμοποιούν τεχνολογίες ή διαδικασίες που είναι νέες μόνο για την περιοχή στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Δεν φαίνεται να υπάρχουν εγχειρήματα που χρησιμοποιούν τεχνολογίες ή διαδικασίες που είναι παγκοσμίως νέες.

Σε ότι αφορά την **Ελλάδα** ειδικότερα, η κύρια πηγή αναφοράς είναι η Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2020 – 2021, που διενεργήθηκε από το IOBE (Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, 2022). Η έκθεση αυτή δημιουργείται για 18^η συνεχή χρονιά μέσα από τη συμμετοχή στο διεθνές ερευνητικό έργο Global Entrepreneurship Monitor, του οποίου μέρος των συνολικών στοιχείων χρησιμοποιήθηκαν πιο πάνω. Σταχυολογούμε κάποια από τα ευρήματα της έκθεσης αυτής, τα οποία έχουν συνάφεια με το θέμα της παρούσας ενότητας.

Σε ότι αφορά τα **χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων**, στην Ελλάδα, το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18 μέχρι 64 ετών που εντάσσεται το 2020 στα αρχικά στάδια επιχειρηματικής δραστηριότητας αυξάνεται στο 8,6%, από 8,2% που ήταν το 2019. Πρόκειται για την τρίτη συνεχόμενη χρονιά ανόδου, παρόλο που βρίσκεται χαμηλότερα του μέσου όρου των χωρών υψηλού εισοδήματος. Όπως όμως σημειώνει το IOBE, έχει σημασία να αξιολογηθούν από τη μία πλευρά τα κίνητρα της δημιουργίας νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων και, από την άλλη, τα επιμέρους χαρακτηριστικά των νέων αυτών εγχειρημάτων. Αν η αύξηση αυτή συμβαίνει επειδή χάθηκαν θέσεις εξαρτημένης εργασίας, τότε πρόκειται απλά για μια αναγκαία αντίδραση του σχετικού πληθυσμού. Μεταξύ των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, δηλαδή τους επίδοξους και τους νέους επιχειρηματίες, σχεδόν 2 στους 3 είναι νέοι επιχειρηματίες έχουν δηλαδή πράγματι ξεκινήσει το εγχείρημά τους ήδη για 3 μήνες, τη στιγμή που ερωτήθηκαν. Από την άλλη πλευρά, το ποσοστό της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας (επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν για μερικά χρόνια) βρίσκεται στο 14,6% το 2020, περίπου όσο ήταν και το 2019 και σημαντικά υψηλότερο από τις χώρες υψηλού εισοδήματος (6,9% το 2020). Το πολύ υψηλό αυτό ποσοστό στον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας ερμηνεύεται και από την πολύ διαδεδομένη παρουσία της αυτοαπασχόλησης και της μικρο-επιχειρηματικότητας που χαρακτηρίζουν την ελληνική οικονομία.

Σε ότι αφορά τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας, οι ερωτηθέντες μπορούν να επιλέξουν περισσότερο του ενός στις απαντήσεις τους. Ποσοστό 69% δηλώνει το βιοπορισμό ως βασικό κίνητρο επιχειρηματικότητας, ένα 46% δηλώνει την απόκτηση μεγαλύτερου εισοδήματος ενώ υπάρχει και ένα 35,7% που συνεχίζει μια οικογενειακή παράδοση. Κατά το IOBE, το βασικό κίνητρο της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης φαίνεται να αποτελεί ένας συνδυασμός παραγόντων που σχετίζονται κυρίως με τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και με τη δυσαρέσκεια από το τρέχον επίπεδο αμοιβών στις θέσεις εξαρτημένης εργασίας.

Σε ότι αφορά το πόσο εύκολο θεωρούν οι ερωτηθέντες ότι είναι να ιδρύσει κανείς μια καινούργια επιχείρηση στην Ελλάδα, η χώρα υστερεί σημαντικά σε σχέση με το μέσο όρο

χωρών υψηλού εισοδήματος. Συγκεκριμένα, μόλις το 25,9% των ερωτηθέντων θεωρούν ότι είναι εύκολη η ίδρυση μιας επιχείρησης, σε σχέση με το 55,5% των ερωτηθέντων στις χώρες υψηλού εισοδήματος.

Σχετικά με τη συμμετοχή των πιο νέων στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, φαίνεται ότι η παρουσία τους ενισχύεται σημαντικά το 2020. Συνολικά, το 61% των επιχειρηματιών βρίσκεται στην ηλικιακή ομάδα των 18 μέχρι 34 ετών, έναντι του 45% του 2019. Επιπλέον, οι μισοί αυτών των επιχειρηματιών (δηλαδή γύρω στο 30% του συνόλου) βρίσκονται στην ηλικιακή ομάδα των 18 μέχρι 24 ετών, ποσοστό που είναι αρκετά υψηλό σε σχέση με τις χώρες υψηλού εισοδήματος (15%). Εξαιτίας των εξελίξεων αυτών, η μέση ηλικία του επιχειρηματία αρχικών σταδίων στην Ελλάδα, που βρισκόταν γύρω στα 36 έτη, έχει υποχωρήσει για το 2020 στα 32 έτη, κάτι που είναι μάλλον θετικό. Πάντως, γενικά μιλώντας, στις πιο αναπτυγμένες χώρες η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας φαίνεται να είναι υπόθεση μεγαλύτερων ηλικιών, ενώ στις αναπτυσσόμενες χώρες είναι η ανάγκη βιοπορισμού που οδηγεί περισσότερο νέους ηλικιακά στο να επιδιώξουν επιχειρηματική δραστηριότητα.

Για το 2020, το ποσοστό της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων μειώθηκε σε 6,7% από 7,6% που ήταν το 2019, ενώ για τους άνδρες ενισχύθηκε σε 10,6% από 8,8% που ήταν το 2019. Έτσι, η μικρή άνοδος του δείκτη επιχειρηματικότητας που καταγράφηκε για το 2020 οφείλεται σχεδόν αποκλειστικά στην ενίσχυση των ανδρών επιχειρηματιών.

Σε ότι αφορά τα **χαρακτηριστικά των επιχειρηματικών εγχειρημάτων**, το ποσοστό των εγχειρημάτων που δημιουργούνται στον πρωτογενή τομέα μειώνεται σε 4,2% το 2020 σε σχέση με το 6,4% του 2019, ευρισκόμενο περίπου στο επίπεδο του μέσου όρου των χωρών υψηλού εισοδήματος. Σε ότι αφορά τη μεταποίηση, τον δευτερογενή τομέα, παρουσιάζουν οριακή πτώση τα νέα εγχειρήματα σε 25,8% το 2020, από 27% του 2019. Αυξάνει το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων του τύπου B2C (Business – to – Consumer, επιχειρήσεις που πωλούν στους τελικούς αγοραστές – καταναλωτές) σε 52,5%, ποσοστό υψηλότερο από τις χώρες υψηλού εισοδήματος. Ταυτόχρονα, μένει περίπου σταθερό το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων τύπου B2B (Business – to – Business, επιχειρήσεις που πωλούν σε άλλες επιχειρήσεις) στο 17,5%, ποσοστό που είναι πολύ χαμηλότερο του μέσου όρου των χωρών υψηλού εισοδήματος (26%). Επιπλέον, από το σύνολο των εγχειρημάτων που εντοπίστηκαν στην έρευνα του IOBE για το 2020, το 42% προέρχονται από το χονδρικό και λιανικό εμπόριο, τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια. Σε όρους τεχνολογικής έντασης, η Ελλάδα βρίσκεται χαμηλά στην κατάταξη, με μόλις 7,6% του συνόλου των εγχειρημάτων να αφορούν εγχειρήματα μέτριας ή υψηλής τεχνολογικής έντασης. Η αύξηση του αριθμού των νέων εγχειρημάτων το 2020 δεν συνοδεύεται από ουσιαστική βελτίωση των όρων απασχόλησης, καθώς περισσότερα νέα εγχειρήματα απασχολούν αποκλειστικά τους ιδρυτές τους. Οι προσδοκίες που έχουν οι ίδιοι οι επιχειρηματίες για τις θέσεις εργασίας που μπορούν να δημιουργήσουν εντός της επόμενης 5-ετίας είναι πιο απαισιόδοξες σε σχέση με το 2019. Συγκεκριμένα, μόνο το 80% (από 95% το 2019) των επιχειρηματιών εκτιμούν ότι την επόμενη πενταετία θα δημιουργήσουν τουλάχιστον μία θέση εργασίας, ενώ το 20% (από 22% το 2019) δηλώνει ότι θα προσφέρει από 6 θέσεις και πάνω. Αναφορικά με την εξωστρέφεια των νέων εγχειρημάτων, αυτή παραμένει σχετικά χαμηλή, καθώς μόλις το 17% των επιχειρήσεων δηλώνει ότι πάνω από το 1/4 του τζίρου του προέρχεται από πελάτες εξωτερικού.

Σχετικά με τις **προσωπικές και πολιτισμικές στάσεις ως προς την επιχειρηματικότητα**, το 53% του πληθυσμού, ανεξάρτητα από το αν ασχολείται με την επιχειρηματικότητα, δηλώνει ότι διαθέτει τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ταυτόχρονα όμως, ο φόβος της αποτυχίας λειτουργεί ως ανασταλτικός παράγοντας επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ποσοστό 62,8%, το οποίο είναι συγκριτικά υψηλότερο από τις χώρες υψηλού εισοδήματος. Σημαντικό είναι ότι η στάση της κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματικότητα δείχνει να βελτιώνεται. Συγκεκριμένα, το 70% του πληθυσμού έχει την αντίληψη ότι οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες αντιμετωπίζονται με σεβασμό και διαθέτουν κοινωνική καταξίωση, έναντι 49% του 2019. Ίδιο ποσοστό θεωρεί ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί καλή επιλογή σταδιοδρομίας.

Στη συγκεκριμένη έρευνα ρωτήθηκαν και εμπειρογνώμονες στην επιχειρηματικότητα. Αυτοί εκτιμούν ότι τα σημαντικότερα κωλύματα στην προώθηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι:

- η έλλειψη ολοκληρωμένου θεσμικού πλαισίου και ενιαίων πολιτικών, σε ότι αφορά στη φορολογία των νέων επιχειρήσεων, στη γραφειοκρατία και γενικότερα στους ισχύοντες κανονισμούς
- η περιορισμένη διασύνδεση ερευνητικών κέντρων και επιχειρηματικού ιστού, αλλά και η ελλιπής σύνδεση εκπαίδευσης / κατάρτισης και αγοράς
- η απουσία σταθερών χρηματοδοτικών μηχανισμών και η περιορισμένη ρευστότητα με την οποία βρίσκονται αντιμέτωπες οι νέες επιχειρήσεις

Σύμφωνα με τους ίδιους εμπειρογνώμονες, αυτά που θα μπορούσαν να γίνουν για την τόνωση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα περιλαμβάνουν τα πιο κάτω:

- βελτίωση του οικονομικού κλίματος, μέσα από τη σταθερότητα του φορολογικού συστήματος και του θεσμικού και ρυθμιστικού πλαισίου
- εξάλειψη της γραφειοκρατίας, με την υιοθέτηση ψηφιακών διαδικασιών και, γενικότερα, τον εκσυγχρονισμό της δημόσιας διοίκησης και των αρμόδιων αρχών
- στοχευμένες δράσεις που ενθαρρύνουν την επιχειρηματικότητα και παρέχουν κίνητρα για την υλοποίηση νέων εγχειρημάτων, με ειδικές πρωτοβουλίες για νέους επιχειρηματίες, γυναίκες και ανέργους και σε περιφερειακό επίπεδο
- σύνδεση πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων με τον επιχειρηματικό ιστό, με στόχο τη διάχυση επιστημονικής πληροφόρησης, ανάπτυξη καινοτομίας και μεταφορά τεχνογνωσίας, για τη στήριξη νέων εγχειρημάτων υψηλής τεχνολογίας
- εξειδικευμένο επιστημονικό ανθρώπινο δυναμικό με κατάλληλη επαγγελματική κατάρτιση, για την ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής τεχνολογίας
- διάθεση σύγχρονων χρηματοοικονομικών εργαλείων για την παροχή χρηματοδοτικής στήριξης και ρευστότητας, για την υλοποίηση υψηλής τεχνολογίας επενδύσεων

2. Χαρακτηριστικά που ξεχωρίζουν τους επιχειρηματίες

2.1 Μιλώντας για τα χαρακτηριστικά που ξεχωρίζουν τους επιχειρηματίες

Όσα γράφονται πιο κάτω θα πρέπει να θεωρηθούν ως απλώς ενδεικτικά των χαρακτηριστικών που ξεχωρίζουν τους επιχειρηματίες. Το ζήτημα είναι εξαιρετικά πολύπλοκο και σχετίζεται όχι μόνο με τα ατομικά χαρακτηριστικά και με την ψυχροσύνθεση των ανθρώπων, αλλά και με εξωγενή χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος που χαρακτηρίζει όχι μόνο κάθε χώρα αλλά ίσως και κάθε περιοχή ή και πόλη χωριστά. Έτσι, δεν θεωρούμε ότι είναι ορθό να μελετήσει κανείς τα πιο κάτω, που έχουν γραφτεί από πολλούς συγγραφείς που ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα, και να τα αντιληφθεί ως ακριβείς δείκτες που μπορεί να τους χρησιμοποιήσει για να κρίνει τον εαυτό του ως κατάλληλο για επιχειρηματία ή όχι.

Στο σημείο αυτό είναι ίσως χρήσιμο να θυμίσουμε συνοπτικά κάποια από αυτά που αναφέρθηκαν στην ενότητα της εισαγωγής στην έννοια της επιχειρηματικότητας. Έτσι, η επιχειρηματικότητα είναι κάτι περισσότερο από το να δημιουργεί κανείς μια νέα επιχείρηση. Σχετίζεται περισσότερο με τη νοοτροπία που έχει κάποιος, η οποία αφορά το να κάνει καινούργια πράγματα και να δημιουργεί κάτι καινούργιο. Μπορεί κανείς να έχει επιχειρηματική νοοτροπία ως υπάλληλος, ως γονιός, ως δάσκαλος, ως πολιτικός ή ως οτιδήποτε άλλο. Όταν κάτι γίνεται με τρόπο ο οποίος είναι πρωτοποριακός, καινοτομικός ή έξω από το συνηθισμένο, είτε αυτό αφορά το επιχειρείν είτε άλλες πλευρές της ζωής, στην πραγματικότητα είναι επιχειρηματικότητα και αφορά το επιχειρηματικό πνεύμα.

Σε άρθρο της Sarasvathy (2001, όπως αναφέρεται στο Singh, 2022, σελ. 10) γίνεται μια ενδιαφέρουσα σύγκριση μεταξύ του τρόπου σκέψης που αποκαλεί διοικητικό (Αιτιακός, ο τρόπος σκέψης των στελεχών) και του επιχειρηματικού τρόπου σκέψης (Αποτελεσματικός, ο τρόπος σκέψης των επιχειρηματιών).

Ο **αιτιακός τρόπος σκέψης** (causal thinking) είναι εκείνος που κυρίως χρησιμοποιούν τα στελέχη των επιχειρήσεων και περιστρέφεται γύρω από την ιδέα ότι αν κανείς μπορεί να προβλέψει με ακρίβεια το μέλλον, τότε μπορεί και να το ελέγξει. Έτσι, τα στελέχη αρχίζουν θέτοντας ένα στόχο και αναλύουν την κατάσταση προτού δράσουν. Οι στόχοι προσδιορίζουν την κατανομή των πόρων, τα στελέχη προσπαθούν να παραμένουν μπροστά από τον ανταγωνισμό και να αποφύγουν την αποτυχία. Ο αιτιακός τρόπος σκέψης είναι σαν να φτιάχνει κανείς ένα παζλ. Ο στόχος έχει προσδιοριστεί και είναι γνωστός και αυτό που χρειάζεται είναι να μπουν τα κομμάτια του παζλ στη θέση τους. Διαφορετικά διατυπωμένο, ο αιτιακός τρόπος σκέψης μοιάζει με τη σκέψη ενός στρατηγού που θέλει να κατακτήσει μια γνωστή και εύφορη έκταση, χρησιμοποιώντας μια προσχεδιασμένη στρατηγική.

Ο **επιχειρηματικός τρόπος σκέψης** (effectual thinking), που η Sarasvathy αποκαλεί αποτελεσματικό, περιστρέφεται γύρω από την ιδέα ότι αν μπορείς να ελέγξεις το μέλλον, τότε δεν χρειάζεται να το προβλέψεις. Αυτός ο τρόπος σκέψης ξεκινά από τα μέσα που χρειάζονται και όχι από τον τελικό στόχο. Οι αναγκαίες διαδικασίες αναπτύσσονται βασισμένες στην δράση και στις αλληλεπιδράσεις όλων των ενδιαφερόμενων μερών. Οι στόχοι τίθενται με βάση το τι είναι καθέννας διατεθειμένος να επενδύσει (σε χρόνο και άλλους πόρους), ενώ ο έλεγχος επιτυγχάνεται μετατρέποντας την τρέχουσα πραγματικότητα σε νέες δυνατότητες. Ο αποτελεσματικός τρόπος σκέψης είναι όπως ένα κουτί Lego. Έχει κανείς όλα

τα κομμάτια, αλλά όχι συγκεκριμένο στόχο και μπορεί να καταλήξει σε πολλές διαφορετικές λύσεις. Διαφορετικά διατυπωμένο, ο αποτελεσματικός τρόπος σκέψης μοιάζει με τη σκέψη ενός ταξιδιώτη που αναζητά μια καινούργια έκταση σε άγνωστες περιοχές, ο οποίος μπορεί να ξεκινήσει με ένα σχέδιο Α και να καταλήξει σε ένα εντελώς διαφορετικό σχέδιο Ω.

Πριν ξεκινήσουμε να μελετούμε τα χαρακτηριστικά που ξεχωρίζουν τους επιχειρηματίες, θα παραθέσουμε κάποια στοιχεία τα οποία έχουν αντληθεί από έναν οργανισμό που λέγεται Inc. 500 Founders (Singh, 2022). Μεταξύ των επιτυχημένων επιχειρηματιών:

- 65% αυτών δεν είχαν δημιουργήσει κάποια δική τους επιχείρηση στα νιάτα τους και δεν είχαν γονείς οι οποίοι ήταν και εκείνοι επιχειρηματίες
- 75% αυτών έμαθαν τις δεξιότητες που τους έκαναν πετυχημένους μετά τα 21 τους χρόνια
- 65% αυτών ανέπτυξαν τις ιδέες τους μέσα από συζητήσεις, είτε με δυνητικούς πελάτες είτε με επιχειρηματικούς συνεργάτες
- 70% αυτών δεν είχαν κάποιο μεγάλο όραμα να δημιουργήσουν μια τεράστια επιχείρηση. Απλώς ήθελαν να ξεκινήσουν μια επιχείρηση.

Ας ρίξουμε μια ματιά σε δύο πραγματικές περιπτώσεις εξαιρετικά επιτυχημένων επιχειρηματιών προκειμένου να δούμε αν τα πιο πάνω στοιχεία, τα οποία δείχνουν ότι σε κάποιο βαθμό οι επιτυχείς επιχειρηματίες δραστηριότητες οφείλονται και στην τύχη, προσεγγίζουν την πραγματικότητα. Οι δύο αυτοί οι διάσημοι επιχειρηματίες είναι ο Bill Gates και ο Mark Zuckerberg.

Σε ότι αφορά τον Bill Gates, η διαδεδομένη αντίληψη είναι ότι είχε το όραμα όλοι οι προσωπικοί υπολογιστές στον πλανήτη να λειτουργούν κάποτε χρησιμοποιώντας το λειτουργικό σύστημα Windows, και αυτό τον οδήγησε να φτιάξει την Microsoft και να την κάνει μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες λογισμικού παγκοσμίως. Αυτή η αντίληψη δεν είναι ακριβής. Η οικογένεια του Gates ήταν πλούσια και κατά τα μαθητικά του χρόνια είχε το προνόμιο να παρακολουθήσει ένα πολύ ακριβό ιδιωτικό σχολείο. Στο λύκειο, τη δεκαετία του 1960, έμαθε να προγραμματίζει υπολογιστές όταν οι υπολογιστές ήταν κάτι εξαιρετικά δυσεύρετο, στο οποίο μόνο προνομιούχοι είχαν πρόσβαση. Φαίνεται επίσης ότι ο Gates δεν εγκατέλειψε το Harvard αλλά απλά διέκοψε τις σπουδές του, έχοντας τη δυνατότητα να επιστρέψει όποτε ήθελε. Η μητέρα του Gates ήταν στο διοικητικό συμβούλιο της United Way of America μαζί με τον διευθύνοντα σύμβουλο της IBM John Opel. Η κ Gates γνώρισε τον γιο της στον κ Opel. Κατά σύμπτωση, η IBM ήθελε να αναπτύξει ένα λειτουργικό σύστημα για τον πρώτο της προσωπικό υπολογιστή. Δεδομένης της γνωριμίας με τη μητέρα του Gates και τη γνωριμία με τον ίδιο τον Gates, ο Opel αποφάσισε να δώσει στη Microsoft μια ευκαιρία, υιοθετώντας το MS-Dos και επιτρέποντας στη Microsoft να διατηρήσει την πνευματική ιδιοκτησία.

Σε ό τι αφορά τον Mark Zuckerberg, η διαδεδομένη αντίληψη είναι ότι επρόκειτο για έναν οραματιστή, ο οποίος κατάφερε να δει το μέλλον των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Έτσι, δημιούργησε το Facebook χάρη στο όραμα του και το ταλέντο του. Είχε μεγάλες δεξιότητες και χάρισμα στη συγκέντρωση μεγάλων κεφαλαίων, που επέτρεψαν στην εταιρεία και στο Facebook να μεγαλώσουν γρήγορα. Αυτή η αντίληψη επίσης δεν είναι ακριβής. Ο Zuckerberg έμαθε να προγραμματίζει υπολογιστές από την ηλικία των 10 ετών και εργάστηκε σε πολλά

έργα, περιλαμβανομένου ενός το οποίο λεγόταν Facemesh. Πολλά από τα αρχικά του έργα απέτυχαν, αλλά έμαθε από αυτές τις αποτυχίες. Ξεκίνησε το Facebook με 2000\$ και έφτιαξε μια εξαιρετικά ικανή βασική ομάδα που τον βοήθησε να το αναπτύξει και να το εξελίξει, πριν να προσπαθήσει να βρει εξωτερική χρηματοδότηση. Το πρόσωπο που έκανε τη μεγαλύτερη διαφορά στην τοποθέτηση της εταιρείας και στη συγκέντρωση μεγάλων κεφαλαίων ήταν ο Sean Parker (γνωστός από το Napster, μια εταιρεία διαμοιρασμού αρχείων η οποία ήταν εξαιρετικά επιτυχημένη αλλά χρειάστηκε να κλείσει, καθώς η έννοια του διαμοιρασμού αρχείων εκείνη την εποχή παραβίαζε πνευματικά δικαιώματα).

Πριν αρχίσουμε να παραθέτουμε χαρακτηριστικά που ξεχωρίζουν τους επιχειρηματίες να τονιστεί ξανά ότι πρόκειται για εμπειρική παράθεση χαρακτηριστικών, ότι δεν χρειάζεται να διαθέτει κανείς όλα αυτά τα χαρακτηριστικά για να είναι πετυχημένος επιχειρηματίας και, τέλος, ότι μπορεί κανείς να είναι επιτυχημένος επιχειρηματίας διαθέτοντας κάποια από αυτά τα χαρακτηριστικά, σε διαφορετικό βαθμό το καθένα.

2.2 Κοινωνικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά κατά Amedzro – St-Hilaire

Υποστηρίζεται συχνά ότι οι επιχειρηματίες διακρίνονται από άλλους εργαζόμενους, έχοντας κάποια ιδιαίτερα **κοινωνικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά** (Amedzro St-Hilaire, 2021). Το ψυχολογικό χαρακτηριστικό που αναφέρεται περισσότερο συχνά είναι η ανάγκη του επιχειρηματία για επιτεύγματα, δηλαδή για προσωπική αυτοεκπλήρωση. Μπορούμε να διαχωρίσουμε αυτή την ανάγκη σε 2 συνιστώσες: (α) την ανάγκη για δύναμη, δηλαδή την ανάγκη κάποιου να έχει δύναμη - ισχύ πάνω σε τρίτους και (β) την ανάγκη να ανήκει κανείς κάπου, δηλαδή την ανάγκη να αναγνωρίζεται και να ενσωματώνεται σε κάποια ομάδα. Αρκετοί συγγραφείς έχουν εντοπίσει λιγότερο ή περισσότερο συχνά ψυχολογικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών. Εν συντομία, αυτά περιλαμβάνουν την ανάληψη υπολογισμένων κινδύνων, την αυτοπεποίθηση, την αποδοχή ευθύνης, το μακροπρόθεσμο όραμα, την αποδοχή πολλαπλών λύσεων, την αποδοχή της αποτυχίας κλπ.

Άλλοι συγγραφείς ενδιαφέρονταν περισσότερο για το κοινωνικό υπόβαθρο των επιχειρηματιών. Ωστόσο τα αποτελέσματα αυτού του είδους διερεύνησης είναι πολύ αντιφατικά. Σε σχέση πάντως με το κοινωνικό υπόβαθρο των επιχειρηματιών, μπορούμε να πούμε ότι συχνά συναντώνται οι πιο κάτω περιπτώσεις:

(α) Ο επιχειρηματίας – «κληρονόμος», ο οποίος συνεχίζει μια υπάρχουσα επιχείρηση, είναι συχνά ο μεγαλύτερος σε ηλικία στην οικογένεια, προερχόμενος ίσως από μια κοινωνική ομάδα που έχει εγκαθιδρύσει την παρουσία της σε αυτό το είδος επιχειρηματικής δραστηριότητας, που είναι σχετικά σταθερή.

(β) Ο επιχειρηματίας – «καινοτόμος», ο οποίος ωθεί την υπάρχουσα επιχείρηση προς νέες δραστηριότητες, ερχόμενος συχνά σε σύγκρουση με την οικογενειακή κουλτούρα και παράδοση, που συχνά θα είναι ο νεότερος στην οικογένεια.

(γ) Ο επιχειρηματίας – «καλλιτέχνης», ο οποίος έχει σχετικά λίγες τεχνικές και διοικητικές δεξιότητες, που αποφάσισε μάλλον ξαφνικά να δημιουργήσει μια επιχείρηση προκειμένου να κερδίσει την ανεξαρτησία του ή απλώς να βρει μια δουλειά.

(δ) Ο επιχειρηματίας – «αισιόδοξος». Στην περίπτωση αυτή, ο όρος που χρησιμοποιείται δεν είναι απολύτως κατάλληλος, καθώς στην πραγματικότητα αναφερόμαστε σε άτομα τα οποία έχουν σκεφτεί και έχουν εξελίξει αυτό που σκέφτονται να κάνουν, έχουν αποκτήσει τις τεχνικές και διοικητικές δεξιότητες και έχουν εξασφαλίσει πόρους και κεφάλαιο πριν να ξεκινήσουν την επιχείρησή τους.

2.3 Δέκα χαρακτηριστικά κατά Singh

Στο βιβλίο του “The Art and Science of Entrepreneurship” ο Singh (2022, σελ. 18) αναφέρεται σε δέκα χαρακτηριστικά τα οποία ο ίδιος έχει προσέξει στους επιχειρηματίες και τα οποία θεωρεί ότι είναι χαρακτηριστικά των επιτυχημένων επιχειρηματιών σε όλο τον κόσμο.

1. Οι επιχειρηματίες αρέσκονται να διαψεύδουν τις συμβατικότητες και θεωρούνται γενικά ανορθόδοξοι. Επιθυμούν πάντοτε να κάνουν τα πράγματα διαφορετικά και δεν είναι ικανοποιημένοι με την παρούσα κατάσταση. Θα κάνουν ότι μπορούν για να αλλάξουν την κατάσταση, αν αισθάνονται ότι δεν είναι όπως εκείνοι πιστεύουν ότι θα έπρεπε. Κάποιες φορές τα σχέδιά τους μπορεί να μοιάζουν ανεδαφικά στους άλλους, συχνά ακόμα και στην ομάδα τους. Παρά το γεγονός αυτό όμως, οι επιχειρηματίες θα εξακολουθήσουν να προσπαθούν να κάνουν τα πράγματα με το δικό τους τρόπο. Συχνά καταφέρνουν να ανταγωνιστούν και να νικήσουν τις υπάρχουσες επιχειρήσεις, οι οποίες ακολουθούν την συμβατική προσέγγιση και βασίζονται στην μέχρι πρότινος επιτυχία τους, ενώ ο νεοεισερχόμενος προσπαθεί να καταστρέψει αυτή την κανονικότητα και να δημιουργήσει ένα νέο επιχειρηματικό μοντέλο και μια νέα επιχείρηση
2. Οι επιχειρηματίες έχουν θάρρος και δεν δείχνουν συχνά φόβο. Δεν φοβούνται να δοκιμάσουν τα όριά τους, φοβούμενοι την αποτυχία. Δεν φοβούνται να αμφισβητήσουν ανθρώπους με εξουσία και μερικές φορές δεν φοβούνται να δοκιμάσουν και τα όρια του νόμου. Αυτό το τελευταίο δεν σημαίνει ότι έχουν κακή πρόθεση, παρά μόνο ότι μερικές φορές κρίνουν χωρίς να έχουν ελέγξει εκτενώς το υφιστάμενο νομικό πλαίσιο.
3. Οι επιχειρηματίες αναλαμβάνουν κίνδυνο. Όπως έχουμε δει στην ενότητα της εισαγωγής στην έννοια της επιχειρηματικότητας, οι επιχειρηματίες στην πραγματικότητα αναλαμβάνουν υπολογισμένο κίνδυνο, προσπαθώντας να μειώσουν τις πιθανότητες αποτυχίας. Αυτό που εδώ λέμε είναι απλά ότι οι επιχειρηματίες είναι γενικά διατεθειμένοι να αναλάβουν υψηλότερο κίνδυνο από ότι ένα συνηθισμένο άτομο.
4. Οι επιχειρηματίες είναι επίμονοι, αποφασισμένοι και πεισματάρηδες. Καθώς οι επιχειρηματίες έχουν ένα πιο ξεκάθαρο όραμα για το τι θέλουν να κάνουν, διαβλέπουν μια ευκαιρία εκεί που άλλοι άνθρωποι δεν μπορούν. Εκεί που άλλοι άνθρωποι βλέπουν την πιθανότητα αποτυχίας, οι επιχειρηματίες παραμένουν πιστοί στο σκοπό τους και στο σχέδιό τους. Επιδιώκουν με επιμονή το σχέδιό τους γιατί βλέπουν τα πράγματα διαφορετικά από ότι οι άλλοι. Δεν τα παρατάνε εύκολα, παραμένουν αποφασισμένοι και επίμονοι και συνεχίζουν να προσπαθούν. Σε εξωτερικούς παρατηρητές οι τρόποι τους μοιάζουν ανορθόδοξοι και η επιμονή τους τους κάνει να μοιάζουν πεισματάρηδες.
5. Οι επιχειρηματίες πρώτα πράττουν και μετά αξιολογούν, δεν αναλύουν υπερβολικά τα πράγματα προτού αναλάβουν δράση. Οι επιχειρηματίες θα κάνουν αυτό που νομίζουν ότι

χρειάζεται να κάνουν πρώτα και αργότερα θα ελέγξουν αν αυτό που έκαναν ήταν σωστό ή όχι. Ακόμα και αν δεν είναι σίγουροι, προτιμούν να προχωρήσουν, παρά να χάσουν υπερβολικά πολύ χρόνο προσπαθώντας να καταλάβουν αν θα πρέπει να ξεκινήσουν.

6. Οι επιχειρηματίες συχνά θεωρούνται ονειροπόλοι, οραματίζονται το μέλλον. Οι επιχειρηματίες ονειρεύονται και οραματίζονται την τελική έκβαση της προσπάθειάς τους. Καθώς είναι ικανοί να οραματίζονται το ταξίδι τους, η διαδρομή του οποίου συνεχώς αλλάζει, είναι αρκετά δύσκολο για τους άλλους ανθρώπους να καταλαβαίνουν γιατί οι επιχειρηματίες κάνουν τα βήματα που κάνουν.

7. Οι επιχειρηματίες είναι ενεργητικοί, ανυπόμονοι, δεν ικανοποιούνται ποτέ και βαριούνται εύκολα. Είναι συχνά ανυπόμονοι άνθρωποι και εύχονται να μπορούσαν να κάνουν τα πράγματα με το δικό τους ρυθμό, αντί με το ρυθμό των άλλων ανθρώπων. Η ενεργητικότητα τους επιτρέπει να κινούνται και να σκέφτονται γρήγορα και συχνά να βρίσκονται μερικά βήματα μπροστά από τους άλλους ανθρώπους. Με το που θα φτάσουν ένα στόχο θέλουν αμέσως να στοχεύσουν κάπου αλλού.

8. Οι επιχειρηματίες είναι άνθρωποι που λειτουργούν ανταγωνιστικά, ακόμα και όταν βρίσκονται αντιμέτωποι με γίγαντες. Έχουν ανταγωνιστικό πνεύμα και είναι διατεθειμένοι να προκαλέσουν οποιονδήποτε, ανεξάρτητα από το πόσο ισχυρός μπορεί να είναι ο ανταγωνισμός.

9. Οι επιχειρηματίες είναι προσαρμοστικοί και ευέλικτοι και δεν τους πειράζει να ξεκινήσουν από χαμηλά. Έχουν μια γενική ιδέα ως προς το προς τα που θέλουν να κινηθούν. Ωστόσο, καθώς η διαδρομή που θα ακολουθήσουν δεν είναι ποτέ ευθεία, δεν είναι σε θέση να δουν όλα τα εμπόδια που βρίσκονται μπροστά τους τη στιγμή που ξεκινούν. Για το λόγο αυτό, είναι προσαρμοστικοί και ευέλικτοι ώστε να αλλάζουν το σχεδιασμό τους καθώς προχωρούν στην υλοποίησή του.

10. Οι επιχειρηματίες αγαπούν αυτό που κάνουν και κάνουν αυτό που αγαπούν, με πάθος. Το επιχειρηματικό ταξίδι είναι τόσο δύσκολο ώστε αν ο επιχειρηματίας δεν αγαπά αυτό που κάνει να είναι πολύ δύσκολο να πετύχει. Η αγάπη και το πάθος είναι αυτά που τον οδηγούν και του επιτρέπουν να βλέπει πέρα από τα εμπόδια και τις δυσκολίες.

2.4 Χαρακτηριστικά του επιχειρηματία κατά Chell

Η Chell (όπως αναφέρεται στους Storey et. al, 2011, σελ. 73) θεωρεί ότι είναι τρία τα σημαντικότερα επιχειρηματικά γνωρίσματα, είτε από μόνα τους είτε σε συνδυασμό.

Το πρώτο από τα χαρακτηριστικά αυτά είναι η ανάγκη για επιτυχία. Οι άνθρωποι με αυξημένη ανάγκη η επιτυχία έχουν κίνητρα, τολμούν σχετικά δύσκολες δράσεις, επιδιώκουν την ανάληψη ευθύνης, και δέχονται ανατροφοδότηση για τις πράξεις τους.

Δεύτερο γνώρισμα των επιχειρηματιών είναι το επίκεντρο ελέγχου. Ο όρος «επίκεντρο ελέγχου» προέρχεται από τη θεωρία κοινωνικής μάθησης. Στη θεωρία αυτή γίνεται η υπόθεση ότι κάποιοι άνθρωποι έχουν εσωτερικό επίκεντρο ελέγχου. Αυτοί οι άνθρωποι πιστεύουν ότι η επίτευξη ενός στόχου εξαρτάται από τις δικές τους πράξεις. Αντίθετα, όσοι έχουν εξωτερικό επίκεντρο ελέγχου πιστεύουν ότι η μοίρα και τα εξωτερικά γεγονότα είναι

αυτά που καθορίζουν τις πιθανότητες να πετύχουν το στόχο τους. Όσοι έχουν εσωτερικό επίκεντρο ελέγχου είναι πιο πιθανό να γίνουν επιχειρηματίες.

Το τρίτο γνώρισμα είναι η τάση για ανάληψη κινδύνου. Αφού η ανάληψη κινδύνου είναι πολύ σημαντικό μέρος της επιχειρηματικότητας, οι επιχειρηματίες θα πρέπει να είναι άτομα με πιο αναπτυγμένη ικανότητα εκτίμησης του κινδύνου. Πιο σωστά, οι επιχειρηματίες είναι μάλλον περισσότερο ικανοί να εκτιμούν τον κίνδυνο.

Υπάρχει και μια σειρά από γνωρίσματα τα οποία ίσως διαθέτει κάποιος επιχειρηματίας. Οι επιχειρηματίες μπορεί να χαρακτηρίζονται από εντονότερη επιθυμία αυτονομίας. Ενδέχεται να είναι υπεραισιόδοξοι, σε ό τι αφορά τις πιθανότητές τους να πετύχουν. Πρόκειται συχνά για ανθρώπους που έχουν μεγάλη ανοχή στην αμφιβολία, δηλαδή είναι ικανοί να τα βγάλουν πέρα σε καταστάσεις όπου οι πληροφορίες είναι περιορισμένες και τα δεδομένα λίγα.

2.5 Χαρακτηριστικά του επιχειρηματία κατά Χατζηκωνσταντίνου & Γωνιάδη

Οι Χατζηκωνσταντίνου & Γωνιάδης (2009, σελ. 70) τονίζουν ότι τα χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν τον επιχειρηματία είναι μεν ψυχογραφικά, αλλά διαμορφώνονται και ιστορικά. Δηλαδή, επηρεάζονται από το οικονομικό, κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον. Ο επιχειρηματίας και γεννιέται και γίνεται.

Τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία κατά τους ίδιους φαίνεται να είναι:

- η ικανότητα για πρωτοβουλία και για λήψη αποφάσεων
- η ανάληψη ευθυνών και λογικού κινδύνου
- το θάρρος, η τόλμη και η διαρκής αναζήτηση ευκαιριών
- η πειστικότητα, η κοινωνικότητα αλλά και η ισχυρή προσωπικότητα που τείνει μερικές φορές στον αυταρχισμό
- η ηγεσία και το μάνατζμεντ των ανθρώπων
- η επινοητικότητα και εφευρετικότητα
- η αισιοδοξία και η δημιουργικότητα
- η ανησυχία και η ερευνητικότητα
- η εργατικότητα και η προσήλωση στο στόχο
- η συνθετική και αναλυτική ικανότητα
- η τάση για επιτυχία και προσωπική επιβεβαίωση
- η επιθυμία για εξουσία

Οι συγγραφείς τονίζουν επίσης ότι όλα τα παραπάνω στοιχεία που σηματοδοτούν την ιστορική εξέλιξη του επιχειρηματικού προφίλ δεν χρειάζεται να συνυπάρχουν ταυτόχρονα και στο σύνολό τους σε κάθε επιχειρηματία. Μπορεί όμως κάποιος να τα αναζητήσει με πιθανότητα επιτυχίας σε κάθε επιχειρηματία που βρίσκεται πίσω από μια πετυχημένη σύγχρονη επιχείρηση.

2.6 Χαρακτηριστικά του επιχειρηματία κατά Deakins & Freel

Οι Deakins & Freel (2017, σελ. 17) σημειώνουν ότι η προσπάθεια εντοπισμού χαρακτηριστικών της προσωπικότητας του επιχειρηματία περιορίζει τη σκέψη μας σε ένα

πεπερασμένο πλήθος ατόμων που έχουν έμφυτες ικανότητες και χαρακτηριστικά που τους κάνουν ξεχωριστούς, ενώ έχουν και συγκεκριμένη διορατικότητα που δεν διαθέτουν οι άλλοι. Αν τα επιχειρηματικά χαρακτηριστικά είναι έμφυτα, τότε τα οφέλη που μπορεί να προκύψουν από τις παρεμβάσεις των πολιτικών του κράτους για την ενθάρρυνση των νέων επιχειρηματιών και του επιχειρείν είναι ελάχιστα. Σημειώνουν επίσης ότι πολλά από τα χαρακτηριστικά που συχνά λέγεται ότι είναι ξεχωριστά στους επιτυχημένους επιχειρηματίες, είναι οι ίδιες ικανότητες και δεξιότητες που θα μπορούσαν να βρεθούν στα πιο επιτυχημένα στελέχη εταιρειών και, συνεπώς, είναι δύσκολο να διακρίνουμε ειδικά χαρακτηριστικά στους επιχειρηματίες. Με τις επιφυλάξεις αυτές, οι συγγραφείς σημειώνουν ότι τα βασικά χαρακτηριστικά που φαίνεται να αντικατοπτρίζονται στην επιχειρηματική προσωπικότητα είναι τα πιο κάτω:

- Η ανάγκη για επίτευξη
- η καλά μελετημένη ανάληψη κινδύνων
- υψηλή εσωτερική δύναμη ελέγχου
- δημιουργικότητα
- καινοτομία
- ανάγκη για αυτονομία
- ανοχή στην αβεβαιότητα
- όραμα
- αυτο-αποτελεσματικότητα

2.7 Σύνοψη των αντιλήψεων περί χαρακτηριστικών του Επιχειρηματία

Στην πραγματικότητα, είναι δύσκολο να διακριθούν κάποια ειδικά γνωρίσματα της συμπεριφοράς των επιχειρηματιών. Υπάρχει προβληματισμός για το αν οι πετυχημένοι επιχειρηματίες επιδεικνύουν ψυχολογικά χαρακτηριστικά που τους κάνουν να ξεχωρίζουν ως άτομα. Κάποια από τα χαρακτηριστικά αυτά μπορεί να είναι έμφυτα και κάποια άλλα μπορούν να αποκτηθούν. Αναφέρεται, για παράδειγμα, ότι η ανάγκη για επιτυχία και η δύναμη ελέγχου είναι ιδιότητες που μπορούν να αποκτηθούν, μαζί με ηγετικές ικανότητες και προσόντα όπως η ικανότητα για ανάληψη ευθυνών, για ενέργειες και αποφάσεις. Η προσπάθεια για εντοπισμό συγκεκριμένων χαρακτηριστικών που ξεχωρίζουν τους επιχειρηματίες έχει λοιπόν συγκεκριμένα προβλήματα. Από όλα όσα αναφέρθηκαν πιο πάνω φαίνεται ότι ως προσέγγιση δεν είναι κατάλληλη για την αναζήτηση συγκεκριμένων ιδιαίτερα σημαντικών χαρακτηριστικών. Επίσης, δεν λαμβάνει υπόψη τους περιβαλλοντικούς παράγοντες. Δεν λαμβάνει υπόψη ούτε το ρόλο της μάθησης, της προετοιμασίας και της τύχης. Τέλος, είναι μια προσέγγιση με στατική ανάλυση η οποία επιχειρεί να ερμηνεύσει μια δυναμική διαδικασία, όπως είναι η επιχειρηματικότητα.

3. Ποια τα επιχειρηματικά σας ένστικτα;

Θα μπορούσε ο καθένας να γίνει επιχειρηματίας; Η απάντηση είναι πως μάλλον ναι, αν έχει τον κατάλληλο τρόπο σκέψης – νοοτροπία και κάποια από τα χαρακτηριστικά στα οποία αναφερθήκαμε πιο πάνω. Ένας επιχειρηματίας είναι κάποιος που δημιουργεί μια νέα

ευκαιρία στον επιχειρηματικό κόσμο και συγκεντρώνει τους αναγκαίους πόρους - κεφάλαιο, ανθρώπους, τεχνολογία και υλικά - προκειμένου να εκμεταλλευτεί αυτή την ευκαιρία.

Οι επιχειρηματίες είναι συνηθισμένοι άνθρωποι οι οποίοι κάνουν ασυνήθιστα πράγματα. Παίρνουν ιδέες, μέχρι και καθημερινές που θα μπορούσε να έχει οποιοσδήποτε, και επιδιώκουν να τις υλοποιήσουν. Δεν χρειάζεται κανείς πολλή εμπειρία ή πολλούς πόρους για να γίνει επιχειρηματίας. Αυτό που κυρίως χρειάζεται είναι πάθος, επιμονή και δημιουργικότητα. Χρειάζεται να πιστεύει κανείς ότι μπορεί να λύσει ένα πρόβλημα με τρόπο που δεν μπορεί κανένας άλλος.

Είναι χρήσιμο στο σημείο αυτό να διαχωρίσουμε ένα επιχειρηματικό εγχείρημα από τη δημιουργία μιας συνηθισμένης μικρής επιχείρησης και να δούμε γιατί αυτή η διάκριση είναι σημαντική. Αν θέλουμε να είμαστε ρεαλιστές σχεδόν κάθε καινούργια επιχείρηση ξεκινά από μικρό μέγεθος, κατά συνέπεια το μέγεθος της επιχείρησης δεν διαχωρίζει τους επιχειρηματίες από τους δημιουργούς συνηθισμένων μικρών επιχειρήσεων. Σε γενικές γραμμές οι άνθρωποι που ξεκινούν πραγματικά νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα έχουν τέσσερα χαρακτηριστικά (Allen, 2023):

1. Κίνητρό τους είναι η ευκαιρία. Οι επιχειρηματίες βλέπουν ευκαιρίες εκεί που δεν τις βλέπουν άλλοι. Επιδιώκουν να ικανοποιήσουν μια ανάγκη που δεν καλύπτεται ή να δημιουργήσουν ένα νέο προϊόν, μια υπηρεσία ή τεχνολογία που αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο γίνονται τα πράγματα.
2. Εστιάζουν στην καινοτομία. Οι επιχειρηματίες είναι δημιουργικοί και αναζητούν τρόπους να καινοτομούν σε κάθε πλευρά της λειτουργίας της επιχείρησής τους, από το προϊόν ή την υπηρεσία μέχρι το μάρκετινγκ και τη διανομή, ως το επιχειρηματικό μοντέλο και τον τρόπο με τον οποίο θα κερδίσουν χρήματα.
3. Είναι αποφασισμένοι να δημιουργήσουν καινούργια αξία δημιουργώντας αναταράξεις στην υπάρχουσα αγορά. Οι επιχειρηματίες αλλάζουν το οικονομικό περιβάλλον της υπάρχουσας αγοράς στην οποία εισέρχονται. Για παράδειγμα, αντί να προσλαμβάνουν εργαζόμενους από άλλες επιχειρήσεις, οι επιχειρηματίες τείνουν να δημιουργούν εντελώς νέες θέσεις εργασίας και νέες ευκαιρίες. Δημιουργούν αξία που δεν προϋπήρχε.
4. Είναι αποφασισμένοι να μεγαλώσουν την επιχείρησή τους. Οι επιχειρηματίες αποζητούν τη μεγέθυνση της επιχείρησής τους και την κατά το δυνατόν πλήρη εκμετάλλευση της ευκαιρίας.

Σε σύγκριση, οι άνθρωποι που δημιουργούν συνηθισμένες μικρές επιχειρήσεις (τύπου lifestyle, όπως τις ορίσαμε στην ενότητα της εισαγωγής στην έννοια της επιχειρηματικότητας) γενικά το κάνουν για να δημιουργήσουν μια θέση εργασίας για τον εαυτό τους ή / και για τα μέλη της οικογένειάς τους και αυτό είναι η φιλοδοξία τους. Αυτές οι επιχειρήσεις τείνουν να παραμένουν μικρές και συνήθως εστιάζουν στην εξυπηρέτηση μιας τοπικής κοινότητας.

Δραστηριότητα 1: Μέτρηση της επιχειρηματικής σας τάσης

Περιγραφή: Το General Enterprise Tendency τεστ βοηθά να διαπιστώσετε αν έχετε τον χαρακτήρα ενός επιχειρηματία. Θα το βρείτε δωρεάν εδώ: www.GET2test.net Τα αποτελέσματα αναλύονται αυτόματα και πρόκειται απλά για ενδείξεις για το κατά πόσο κανείς έχει τάση προς την επιχειρηματικότητα. Ως τεστ δεν είναι επαρκές για την πρόβλεψη της επιχειρηματικής επιτυχίας, ωστόσο είναι αρκετά αναλυτικό στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων και δίνει κάποιες προτάσεις.

Χρόνος: 10 λεπτά

Στόχος: Μια αρχική διερεύνηση για το κατά πόσο κάποιος έχει «επιχειρηματικό χαρακτήρα», στηριγμένη στην ανάγκη για ανεξαρτησία, την ανάγκη για επιτεύγματα, τον εσωτερικό έλεγχο, την αποδοχή υπολογισμένου κινδύνου και αβεβαιότητας και, τέλος, την καινοτομικότητα και τη δημιουργικότητα.

Οι επιχειρηματίες είναι άνθρωποι όπως και όλοι οι άλλοι. Αν ο δικός σας σκοπός είναι να δημιουργήσετε την επόμενη Uber, το επόμενο Airbnb ή, στα δικά μας, την επόμενη Viva Wallet, Pop Market ή Augmenta, τότε βεβαιωθείτε ότι μπορείτε να απαντήσετε γιατί θέλετε να το κάνετε αυτό. Οι λόγοι για τους οποίους θέλετε να δημιουργήσετε μια νέα επιχείρηση θα σας δώσουν μια ένδειξη για το αν πράγματι θα επιμείνετε αρκετά και αν θα επικεντρωθείτε σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα στη δημιουργία μιας βιώσιμης επιχείρησης. Αμέσως πιο κάτω θα βρείτε ένα σύντομο ερωτηματολόγιο το οποίο αποσκοπεί στο να σας βοηθήσει να διαπιστώσετε ποια είναι τα επιχειρηματικά σας ένστικτα. Αφού απαντήσετε στο ερωτηματολόγιο θα βρείτε πιο κάτω κάποια σχόλια για τις απαντήσεις. Ακόμα πιο κάτω θα βρείτε «λάθος» λόγους να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση.

Δραστηριότητα 2: Ποια τα Επιχειρηματικά σας Ένστικτα;

Περιγραφή: Ποια τα επιχειρηματικά σας ένστικτα; Οι απαντήσεις δεν προσδιορίζουν το αν θα πετύχετε ως επιχειρηματίες, αλλά μπορεί να σας βοηθήσουν να διαπιστώσετε αν το επιχειρείν είναι κατάλληλο για εσάς. Οι επιλογές που δίνονται είναι οι συνηθέστερες απαντήσεις που δίνουν οι επιχειρηματίες. Επιλέγετε μόνο 1 απάντηση.

Χρόνος: 10 λεπτά

Στόχος: Να κάνει κάποιος έναν σύντομο πρώτο έλεγχο ως προς το ποια είναι τα επιχειρηματικά του ένστικτα. Αυτό θα βοηθήσει στον επιχειρηματικό του προσανατολισμό.

Ερωτήματα

1. Είστε:

- Παντρεμένος-η ή σε μόνιμη σχέση;
- Ελεύθερος-η;
- Διαζευγμένος-η;
- Χήρος-α;

2. Είστε:

- Άνδρας;
- Γυναίκα;

3. Γιατί θέλετε να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση;

- Για να κερδίσετε πολλά χρήματα
- Για να είστε ανεξάρτητοι
- Για να φτιάξετε μια θέση εργασίας για τον εαυτό σας
- Για να αποκτήσετε ισχύ
- Για να γίνετε γνωστοί

4. Πόσο άνετα αισθάνεστε με την αβεβαιότητα;

- Πολύ άνετα
- Μάλλον άνετα
- Όχι άνετα

5. Για να πετύχετε ως επιχειρηματίας, τι θα χρειαστείτε;

- Χρήματα
- Τύχη
- Σκληρή δουλειά
- Μια καλή ιδέα
- Όλα τα πιο παραπάνω

6. Αναφορικά με τη διάθεσή σας να αναλαμβάνετε κίνδυνο, είστε κάποιος-α που:

- Αναλαμβάνει μεγάλους κινδύνους
- Αναλαμβάνει μέτριους κινδύνους
- Αποφεύγει τον κίνδυνο

Ας δούμε τώρα κάποια σχόλια για τις απαντήσεις. Τα σχόλια είναι αριθμημένα ώστε να αντιστοιχούν στην αρίθμηση των πιο πάνω ερωτήσεων.

1. Η πιο συνηθισμένη απάντηση είναι «παντρεμένος-η». Οι περισσότεροι επιχειρηματίες είναι παντρεμένοι ή σε μακροχρόνια σχέση όταν ξεκινούν μια καινούργια επιχείρηση, πιθανώς γιατί το να έχει κανείς έναν/μία εργαζόμενο-η σύζυγο δίνει ένα σταθερό εισόδημα, ενώ ο ίδιος ο επιχειρηματίας ρισκάρει χρόνο και χρήμα ξεκινώντας ένα νέο εγχείρημα. Ωστόσο, στη σύγχρονη εποχή παρατηρείται αυξανόμενος αριθμός ελεύθερων επιχειρηματιών που ξεκινούν νέα εγχειρήματα συχνά ενώ είναι ακόμα έφηβοι.

2. Γεγονός είναι ότι περισσότερο οι άνδρες ξεκινούν νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα αλλά η ισορροπία αυτή αλλάζει. Πολλές περισσότερες γυναίκες δημιουργούν πλέον καινούργιες επιχειρήσεις, τυπικά όταν είναι ακόμα στη δεκαετία των 20 ετών πριν να παντρευτούν και ξεκινήσουν οικογένεια ή αφότου έχουν μεγαλώσει τα παιδιά τους.

3. Πιο συνηθισμένος λόγος να θέλει κανείς να ξεκινήσει μια επιχείρηση είναι για να είναι ανεξάρτητος. Για τους περισσότερους επιχειρηματίες τα χρήματα είναι ένα παραπροϊόν της εργασίας σε ένα εγχείρημα για το οποίο είναι παθιασμένοι. Ωστόσο, τα χρήματα πράγματι αποτελούν κίνητρο για ένα συγκεκριμένο είδος επιχειρηματιών. Όταν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης αναφέρονται στα πλούτη των επιτυχημένων επιχειρηματιών, κάποιοι άνθρωποι μπορεί να αποκομίζουν την εντύπωση ότι η επιχειρηματικότητα είναι ένας τρόπος γρήγορου πλουτισμού.

4. Οι περισσότεροι επιχειρηματίες αισθάνονται άνετα με την ύπαρξη αβεβαιότητας, γιατί αντιλαμβάνονται διαισθητικά ότι η αβεβαιότητα περιέχει και ευκαιρίες. Γενικά μιλώντας, άνθρωποι που χρειάζονται ένα σημαντικό βαθμό προβλεψιμότητας στη ζωή τους δεν αισθάνονται άνετα με τον κόσμο του επιχειρείν.

5. Για να πετύχει κανείς ως επιχειρηματίας είναι πολύ πιθανόν να χρειαστεί λίγο από όλα τα αναφερόμενα συστατικά. Ωστόσο, οι επιχειρηματίες υποστηρίζουν ότι δημιουργούν οι ίδιοι την τύχη τους αναλαμβάνοντας υπολογισμένους κινδύνους και δημιουργώντας ένα δίκτυο επαφών.

6. Οι επιχειρηματίες γενικά δεν αναλαμβάνουν μεγάλους κινδύνους, αλλά ούτε και αποφεύγουν συνολικά τον κίνδυνο. Αυτό που κάνουν είναι ότι αναλαμβάνουν υπολογισμένους κινδύνους, τους οποίους προσπαθούν να διαχειριστούν λαμβάνοντας αποφάσεις με βάση το ποιες πιθανότητες πιστεύουν ότι έχουν να πετύχουν. Η επιχειρηματικότητα είναι δραστηριότητα εγγενώς επικίνδυνη, αλλά επικίνδυνο είναι και το να διασχίσεις το δρόμο, και οτιδήποτε άλλο κάνουμε στη ζωή μας το οποίο να έχει κάποια σημασία. Οι επιχειρηματίες είναι τυπικά καλύτεροι στο να αξιολογούν τον κίνδυνο και στο να βρίσκουν τρόπους να τον διαχειρίζονται.

Έχει μέχρι τώρα πολλές φορές αναφερθεί ότι η δημιουργικότητα είναι σημαντικό χαρακτηριστικό για την επιτυχή προσπάθεια κάποιου στην επιχειρηματικότητα. Οι McMullen και Kier (όπως αναφέρονται στο Jones, MacPherson & Jayawarna, 2023, σελ. 95) ξεχωρίζουν τρεις διακριτές διαστάσεις της δημιουργικότητας: (α) τη δημιουργική φαντασία, (β) την κοινωνική φαντασία και (γ) την πρακτική φαντασία.

Η δημιουργική φαντασία είναι εκείνη η οποία γενικά σχετίζεται με δημιουργικά άτομα. Τα εκπαιδευτικά συστήματα δεν ενθαρρύνουν ούτε προωθούν τη δημιουργικότητα, καθώς εστιάζουν περισσότερο στη μάθηση συγκεκριμένων γεγονότων. Με τον τρόπο αυτό δεν υποστηρίζουν τη λεγόμενη πλάγια σκέψη (lateral thinking), η οποία αφορά την αναζήτηση μη προφανών λύσεων σε προβλήματα με την αξιοποίηση διαφορετικού τρόπου σκέψης. Αυτός ο τρόπος σκέψης ονομάζεται επίσης αποκλίνουσα σκέψη (divergent thinking), η οποία εστιάζει στη νεωτερικότητα, αντί στον εντοπισμό συμβατικών λύσεων στο συγκεκριμένο κάθε φορά πρόβλημα.

Η κοινωνική φαντασία αναφέρεται στην ικανότητα να αντιλαμβάνεται κανείς οπτικές πέρα από τη δική του. Πρόκειται για φαντασία ιδιαίτερα σημαντική για τον επιχειρηματία, καθώς χρειάζεται να προσπαθεί να κατανοήσει τι σκέφτονται οι πελάτες του, άλλες ομάδες συμφερόντων και οι δυνητικοί ανταγωνιστές. Η κοινωνική φαντασία έχει κάποιες ομοιότητες με την πλάγια σκέψη, καθώς κανείς προσπαθεί να εξετάσει το ίδιο ζήτημα ή πρόβλημα από διαφορετικές οπτικές γωνίες.

Τέλος, η πρακτική φαντασία εστιάζει στην εφαρμογή νέων ιδεών μέσα από την προσπάθεια προσδιορισμού πιθανών εμποδίων. Η πρακτική φαντασία θα μπορούσε να ονομαστεί και συγκλίνουσα σκέψη (convergent thinking), καθώς κανείς προσπαθεί να επεξεργαστεί τις ιδέες του εντοπίζοντας και προσδιορίζοντας την καλύτερη δυνατή λύση. Με την πρακτική φαντασία εμπλέκεται κανείς σε δραστηριότητες όπως είναι ο σχεδιασμός, η πρόβλεψη και η κατάρτιση προϋπολογισμών.

Οι McMullen και Kier (όπως προηγούμενα) υποστηρίζουν ότι η επινοητικότητα (imaginativeness) είναι μια δεξιότητα η οποία βασίζεται στη σιωπηρή γνώση που κανείς αποκτά μέσω τρίτων, από τη δική του εμπειρία καθώς και από τη φαντασία του. Έχουν δημιουργήσει μια Κλίμακα Επινοητικότητας, η οποία χρησιμεύει στο να βοηθήσει τα άτομα να κατανοήσουν σε ποιο σημείο βρίσκονται σε σχέση με τις τρεις διαστάσεις της φαντασίας τους. Η Κλίμακα Επινοητικότητας, η οποία θα βοηθήσει να κατανοήσετε τις δυνάμεις και τις αδυναμίες σας, παρουσιάζεται πιο κάτω.

Η δημιουργικότητα αφορά μια ισορροπία μεταξύ ιδεών που είναι πρωτότυπες και ταυτόχρονα χρήσιμες. Η έννοια της ετοιμότητας (alertness) είναι κεντρικής σημασίας για την κατανόηση του εντοπισμού ευκαιριών από τους επιχειρηματίες. Η ετοιμότητα αφορά τη διατήρηση ενός υψηλού βαθμού ευαισθησίας σε εισερχόμενα ερεθίσματα και θεωρείται συχνά ως παράγοντας – κλειδί, που επιτρέπει στους επιχειρηματίες να εντοπίζουν νέες ευκαιρίες. Γίνεται διαχωρισμός μεταξύ της ετοιμότητας εντοπισμού νέων ευκαιριών και της ετοιμότητας της δημιουργίας νέων ευκαιριών.

4. Πεποιθήσεις και πραγματικότητες για την επιχειρηματικότητα

Οι Warshott και Mallett (2022) γράφοντας για την επιχειρηματικότητα αναφέρονται σε κάτι το οποίο ονομάζουν «παθητικό της νεότητας» (“liability of newness). Το «παθητικό της νεότητας» αναφέρεται στις προκλήσεις με τις οποίες βρίσκονται αντιμέτωπες οι νεοφυείς επιχειρήσεις και μορφές οργάνωσης. Ο Stinchcombe (όπως αναφέρεται στους Warshott και Mallett (2022) προσδιορίζει τέσσερις πλευρές του παθητικού της νεότητας:

(α) Χωρίς τη δομή και τις υποδομές υποστήριξης που έχουν παγιωθεί και λειτουργούν για τις υπάρχουσες επιχειρήσεις, οι νέες επιχειρήσεις χρειάζεται να βρουν τρόπους να τα καταφέρνουν έχοντας στην αρχή μονάχα γενικές δεξιότητες που έχουν παραχθεί έξω από τον οργανισμό, δηλαδή διαθέτοντας μόνο τις γνώσεις και τις εμπειρίες των ιδρυτών τους.

(β) Οι νέες επιχειρήσεις χρειάζεται να προσδιορίσουν ποιοι ρόλοι και ποιες ρουτίνες χρειάζεται να αναπτυχθούν, ούτως ώστε να επιτευχθεί η προσδοκώμενη απόδοση. Ο προσδιορισμός των ρόλων που καθένας καλείται να παίξει, καθώς και των τρόπων εργασίας αλλά και επικοινωνίας, έχει μεγάλο κόστος σε χρόνο, άγχος, συγκρούσεις και σε προσωρινά μειωμένη αποδοτικότητα.

(γ) Οι νέες επιχειρήσεις στηρίζονται σε σημαντικό βαθμό στις διαπροσωπικές σχέσεις, κάτι που σημαίνει ότι στηρίζονται σε σχέσεις μεταξύ ατόμων που δεν γνωρίζονται ακόμα καλά μεταξύ τους και που δεν εμπιστεύονται ακόμα επαρκώς ο ένας στον άλλο. Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι αυτές οι σχέσεις εμπιστοσύνης δεν είναι εδραιωμένες, όσο είναι σε επιχειρήσεις που ήδη υπάρχουν και λειτουργούν.

(δ) Οι χρήστες των προϊόντων και των υπηρεσιών των νέων επιχειρήσεων δεν είναι εξοικειωμένοι με αυτές, με το προσωπικό τους, με τα χαρακτηριστικά τους και με τις διαδικασίες τους. Οι νέες επιχειρήσεις δεν έχουν ακόμα αναπτύξει δεσμούς με όλες τις εξωτερικές ομάδες συμφερόντων, κάτι το οποίο αποτελεί εμπόδιο για τους χρήστες των προϊόντων και των υπηρεσιών τους όταν εξετάζουν αν θα τα αγοράσουν.

Το «παθητικό της νεότητας» δεν έχει τις ίδιες επιπτώσεις σε όλες τις νέες επιχειρήσεις. Οι επιπτώσεις εξαρτώνται από το πόσο νεωτερικό ή καινοτομικό είναι το προϊόν ή υπηρεσία που θα προσφέρει η νέα επιχείρηση.

Ας πάρουμε για πρώτο παράδειγμα έναν επιχειρηματία που θα ξεκινήσει μια νέα καφετέρια. Οπωσδήποτε ο επιχειρηματίας αυτός θα χρειαστεί να πάρει αποφάσεις σε σχέση με το πως θα λειτουργεί η καφετέρια και πως θα διοικείται. Θα χρειαστεί να προσδιορίσει ποιος ακριβώς θα κάνει τι και το προσωπικό θα χρειαστεί κάποιο χρόνο για να δημιουργήσει αρμονικές σχέσεις συνεργασίας. Ο επιχειρηματίας και το προσωπικό του θα χρειαστεί να αποφασίσουν με ποιον τρόπο θα παραδίδουν την υπηρεσία στους πελάτες. Ωστόσο, παρά τις πιο πάνω προκλήσεις που μπορεί να οδηγήσουν σε «παθητικό της νεότητας», υπάρχουν κάποια προηγούμενα πρότυπα για τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί μια καφετέρια. Οι εργαζόμενοι είναι πιθανό να έχουν εμπειρία από εργασίες σε παρόμοιες επιχειρήσεις, ενώ οι πελάτες είναι σε θέση να αξιολογήσουν τα προϊόντα και τις προσφερόμενες υπηρεσίες.

Ας συγκρίνουμε τώρα το πρώτο αυτό παράδειγμα, της καφετέριας, με ένα νέο επιχειρηματικό εγχείρημα το οποίο αφορά ένα αναδυόμενο κλάδο δραστηριότητας στον οποίο η συγκεκριμένη επιχείρηση μπορεί να είναι η πρώτη του είδους της. Στην περίπτωση αυτή αναφερόμαστε σε επιχειρηματικά εγχειρήματα που βρίσκονται στην αιχμή της τεχνολογίας και της καινοτομίας, αν και μπορεί να υπάρχουν και άλλα παραδείγματα όπως ίσως μια δραστικά διαφορετική μορφή καφετέριας. Σε αυτές τις περιπτώσεις το «παθητικό της νεότητας» δεν σχετίζεται μόνο με τις προκλήσεις που συνδέονται με το συγκεκριμένο εγχείρημα, αλλά και με προκλήσεις που σχετίζονται με τις πρακτικές υλοποίησης που μπορεί να ακολουθήσει ένα τέτοιο εγχείρημα. Δεν υπάρχουν έτοιμα πρότυπα που να μπορούν να εφαρμοστούν για να επιλύσουν καινοφανή προβλήματα, ενώ η εμπειρία των μελών της

ομάδας από προηγούμενες επιχειρήσεις είναι πολύ πιθανό να μην ταιριάζει στις τωρινές προκλήσεις. Η υιοθέτηση λύσεων που σχεδιάστηκαν για να λύνουν διαφορετικά προβλήματα σε άλλες μορφές επιχειρήσεων μπορεί να είναι επιζήμια.

Εκείνοι που επιλέγουν το δρόμο της επιχειρηματικότητας θα πρέπει να είναι έτοιμοι να αντιμετωπίσουν συγκεκριμένη πραγματικότητα. Τρεις από τις βασικές πτυχές αυτής της πραγματικότητας είναι οι πιο κάτω (Singh, 2022):

1. Η ανάληψη κινδύνου και η αποτυχία είναι αναγκαίες και περίπου αναπόφευκτες
2. η δημιουργικότητα και η καινοτομικότητα είναι σημαντικές
3. ο χρονισμός του εγχειρήματος είναι ζωτικής σημασίας

Ας αναφερθούμε πρώτα στην **ανάληψη κινδύνου και στην αποτυχία**, αποφεύγοντας κατά το δυνατόν να επαναλάβουμε πράγματα τα οποία σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία. Όλα τα είδη κινδύνου που μπορούν να μειωθούν θα μειωθούν ή θα μηδενιστούν, ενώ εκείνα που δεν μπορούν να μειωθούν θα διευθετηθούν καθώς προχωρά το εγχείρημα. Με τον τρόπο αυτό είναι που ξεκινούν οι επιχειρηματίες το ταξίδι τους, διευθετώντας ένα μέρος του κινδύνου, αλλά χωρίς να περιμένουν να εκμηδενιστεί ο κίνδυνος. Οι επιχειρηματίες δεν θα σταματήσουν αυτό που κάνουν, ακόμα κι αν κάποια από τα είδη κινδύνου που έχουν εντοπίσει δεν έχουν διευθετηθεί. Μπορεί να αλλάξουν κατεύθυνση, αλλά δεν θα σταματήσουν για να περιμένουν να ξεκαθαρίσει η κατάσταση. Βεβαίως αν φαίνεται να είναι η κατάσταση εξαιρετικά προβληματική, ο επιχειρηματίας δεν θα την αγνοήσει. Στην πραγματικότητα, όπως έχουμε δει, οι επιχειρηματίες δεν αναλαμβάνουν κινδύνους στα τυφλά. Η διαφορά τους σε σχέση με τους συνηθισμένους ανθρώπους είναι ότι δεν έχουν ανάγκη να έχουν διευθετηθεί όλοι οι κίνδυνοι και όλα τα θέματα, προτού ξεκινήσουν το επιχειρηματικό τους εγχείρημα. Για να αποφασίσουν να ξεκινήσουν, τους αρκεί να έχουν επιλυθεί «αρκετά» από τα ζητήματα, όπου το «αρκετά» είναι σε πολύ χαμηλότερο επίπεδο από εκείνο που έχουν ανάγκη η μη – επιχειρηματίες. Σε ότι αφορά την πιθανότητα αποτυχίας, θεωρείται ότι οι άνθρωποι γενικά σπάνια συνειδητοποιούν ότι πιθανότητα αυτή είναι πολύ υψηλότερη από την πιθανότητα επιτυχίας. Αυτό αφορά κάθε επιχειρηματικό εγχείρημα. Καθώς μονάχα τα επιτυχημένα επιχειρηματικά εγχειρήματα λαμβάνουν δημοσιότητα ενώ οι αποτυχίες σπάνια συζητιούνται ανοιχτά, οι άνθρωποι μπορεί να πιστεύουν ότι το να γίνεις επιχειρηματίας είναι απλό. Ένας από τους λόγους για τον οποίο αποτυγχάνουν συχνά οι νεοφυείς επιχειρήσεις είναι η έλλειψη επίγνωσης της μεγάλης πιθανότητας αποτυχίας, καθώς και του τι θα έπρεπε να γίνει για να μειωθεί ή πιθανότητα αποτυχίας κατά την υλοποίηση. Όταν έρθει η αποτυχία εξαιτίας της έλλειψης επαρκούς προετοιμασίας, οι άνθρωποι μπορεί να μην συνειδητοποιήσουν το λόγο για τον οποίο απέτυχαν. Πραγματικότητα είναι και το ότι εκείνοι που θα προσπαθήσουν ξανά μετά από μια αποτυχία είναι επίσης εκείνοι που θα έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα επιτυχίας την επόμενη φορά, απλά και μόνο γιατί έχουν καλύτερη αντίληψη του λόγου για τον οποίο απέτυχαν και θα είναι περισσότερο ρεαλιστικοί στο μελλοντικό τους σχεδιασμό. Βεβαίως αυτό ισχύει υπό την προϋπόθεση ότι έμαθαν από τα περασμένα λάθη τους και τις αποτυχίες. Γνωρίζουμε ότι για κάθε μια επιτυχία υπάρχουν πολλές αποτυχίες, ακόμα ίσως 10 ή 20 φορές περισσότερες. Το να γνωρίζουν την πιθανότητα κινδύνου μπορεί να βοηθήσει τους επιχειρηματίες να τα καταφέρουν καλύτερα, προετοιμαζόμενοι περισσότερο πριν ξεκινήσουν.

Σε ό τι αφορά τη **δημιουργικότητα και την καινοτομικότητα**, η επιχειρηματικότητα είναι έννοια πολύ κοντινή σε αυτές. Χρειάζεται κανείς τόσο δημιουργικότητα όσο και καινοτομικότητα για να γίνει πετυχημένος επιχειρηματίας. Μόνη η δημιουργικότητα ή η καινοτομικότητα δεν θα διασφαλίσουν την επιτυχία. Και οι δύο έννοιες έχουν παρουσιαστεί, οπότε στο σημείο αυτό θα επαναλάβουμε με κάπως διαφορετικό τρόπο. Η δημιουργικότητα έχει να κάνει με ένα μυαλό που έχει περιέργεια, ένα μυαλό που μπορεί να σκέφτεται έξω από το κουτί. Η περιέργεια αυτή οδηγεί στον πειραματισμό με διαφορετικές ιδέες και εναλλακτικές. Η καινοτομικότητα, από την άλλη, σχετίζεται με ένα αναλυτικό μυαλό. Ένα αναλυτικό μυαλό μετασχηματίζει τις ιδέες σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο και αυτό με τη σειρά του μετασχηματίζεται σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο και σε συγκεκριμένη στρατηγική. Το επιχειρηματικό σχέδιο καλύπτει πολλούς τομείς και το περιεχόμενό του μπορεί να μεταδοθεί εύκολα όχι μονάχα στους ανθρώπους που εμπλέκονται σε μια νεοφυή επιχείρηση, αλλά επίσης σε πιθανούς επενδυτές, υπαλλήλους, μέλη του διοικητικού συμβουλίου, πελάτες και προμηθευτές.

Σε ότι αφορά το θέμα του **χρονισμού του επιχειρηματικού εγχειρήματος**, είναι ερώτημα το αν πρόκειται για μια δεξιότητα που μπορεί να αποκτηθεί και θεωρείται ότι ως παράμετρος είναι εξαιρετικά σημαντική. Ο συγγραφέας Todd Stocker έχει πει «*Execution is something – but timing is everything.*” Σε κάποιο βαθμό, οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες φαίνεται ότι είναι ικανοί να αντιλαμβάνονται ποια είναι η κατάλληλη στιγμή και σχεδιάζουν την υλοποίηση του εγχειρήματος τους, ούτως ώστε να συμπίσει με τη στιγμή αυτή. Παρόλα αυτά, όσο καλά και αν σχεδιάσει κανείς ή όσο πολύ και αν προσπαθήσει, είναι πολύ πιθανό ο χρονισμός του εγχειρήματος να αποδειχθεί λανθασμένος. Σε γενικές γραμμές, το θέμα του χρονισμού ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος σχετίζεται με το πως αντιλαμβάνεται επιχειρηματίας την ανάγκη που έχει ο πελάτης, καθώς και με την αξία που μπορεί να δημιουργήσει για αυτόν εκείνη τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή.

5. Δέκα λανθασμένοι λόγοι να δημιουργήσετε μια επιχείρηση

Κρίνοντας κανείς από το ρυθμό με τον οποίο ανοίγουν νέες μικρές επιχειρήσεις ή από το πόσο πετυχημένες είναι σειρές της τηλεόρασης όπως το Dragon’s Den, φαίνεται ότι είναι πολλοί οι άνθρωποι που ονειρεύονται να έχουν τη δική τους επιχείρηση. Είναι ωραίο να μην εξαρτάται κανείς από κάποιον άλλον για την εργασία του και να ονειρεύεται ότι έχει τη δυνατότητα να γίνει πραγματικά πλούσιος. Ωστόσο, για κάθε μια ιστορία επιτυχίας υπάρχουν πίσω της άλλες 99 ιστορίες αποτυχίας για τις οποίες δεν μάθαμε ποτέ. Πιο κάτω λοιπόν θα αναπτύξουμε σύντομα 10 λόγους που θα μπορούσε κανείς να έχει για να μην ξεκινήσει μια καινούργια επιχείρηση (Allen, 2023).

5.1 Γιατί έχετε μια τρομερή ιδέα

Τρομερές ιδέες ίσως έχουν πολλοί. Για τους επενδυτές κάθε είδους όμως είναι συχνά προτιμότερο να επενδύσουν σε μια όχι και τόσο τρομερή ιδέα που υποστηρίζεται από μια τρομερή ομάδα, παρά σε μια τρομερή ιδέα που υποστηρίζεται από μια όχι και τόσο σπουδαία ομάδα.

5.2 Γιατί είστε απλώς παθιασμένοι με έναν σκοπό

Μπορεί κανείς για δικούς του λόγους να είναι παθιασμένος με τη δημιουργία καλύτερων συνθηκών ζωής για άτομα με κινητικές δυσκολίες. Για το σκοπό αυτό θα μπορούσε να σκεφτεί να ξεκινήσει μια επιχείρηση η οποία να δημιουργήσει αναπηρικά αμαξίδια που να δίνουν πολύ μεγαλύτερη δυνατότητα κινητικότητας στα άτομα που τη χρειάζονται. Παρεμπιπτόντως, πρόκειται για προσπάθεια που έχει γίνει τουλάχιστον μια φορά (iBot) από επιχειρηματία καινοτόμο ο οποίος είχε ήδη στο ενεργητικό του επιτυχίες (Dean Kamen, Segway). Στη δική μας περίπτωση, ο σκοπός αυτός για τον οποίο έχουμε πάθος μπορεί να απαιτεί δεξιότητες, ικανότητες και πόρους που δεν διαθέτουμε. Ίσως υπάρχουν άλλοι τρόποι να επιδιώξουμε το σκοπό μας, χωρίς να πάρουμε τον κίνδυνο να ξεκινήσουμε μια επιχείρηση για μια αγορά και για τεχνολογίες για τις οποίες γνωρίζουμε ελάχιστα.

5.3 Γιατί δεν θέλετε να δουλεύετε για κάποιον άλλο

Υπάρχουν πολλοί και πραγματικοί λόγοι να μη θέλει κανείς να δουλεύει για κάποιον άλλο. Ο κυριότερος από αυτούς είναι η ανεξαρτησία. Επιπλέον, δεν είναι ιδιαίτερα ωραίο να δαπανά κανείς όλο του το χρόνο εργαζόμενος για κάποιον άλλο και δημιουργώντας πλούτο για κάποιον άλλο. Να σκεφτούμε όμως το εξής: όταν είσαι επιχειρηματίας στην πραγματικότητα εργαζέσαι για όλους τους άλλους, συμπεριλαμβανομένων των πελατών σου. Έχεις υποχρεώσεις απέναντι στους υπαλλήλους σου, στους επενδυτές σου, στους προμηθευτές σου και προς το κράτος.

5.4 Γιατί φαίνεται ότι το κάνουν όλοι.

Μερικές φορές μπορεί να φαίνεται ότι γύρω μας όλοι ξεκινάνε μια επιχείρηση ή έχουν στο μυαλό τους να ξεκινήσουν μια επιχείρηση. Από τον ιδιοκτήτη της καφετέριας που φέρνοντας μια καινούργια ποικιλία καφέ ή ένα καινούργιο είδος ποτηριού θεωρεί ότι θα δημιουργήσει μια καινούργια αγορά, στον φούρναρη που πιστεύει ότι με αυτή την καινούργια ζύμη θα πουλήσει περισσότερο ψωμί, στο συμφοιτητή που άνοιξε ένα διαδικτυακό κατάστημα για να πουλάει προϊόντα χειροτεχνίας μέχρι τη μάνα του συμφοιτητή που ξεκίνησε μια καινούργια εταιρεία δημοσίων σχέσεων. Είναι καλό να θυμάται κανείς πάντως ότι το να μιλά ή να σκέφτεται να ξεκινήσει μια καινούργια επιχείρηση είναι το εύκολο μέρος. Το να ξεκινήσεις πράγματι μια επιχείρηση είναι πολλή δουλειά. Η ισορροπία μεταξύ δουλειάς και ζωής είναι εξαιρετικά δύσκολη, οι ώρες εργασίας πάρα πολλές, η αβεβαιότητα και ο κίνδυνος μεγάλοι.

5.5 Γιατί θέλετε να γίνετε πλούσιοι

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να δίνουν συχνά την εντύπωση ότι το μόνο που χρειάζεται να κάνει κανείς είναι να ξεκινήσει μια επιχείρηση και αυτομάτως θα γίνει πλούσιος. Αυτό δεν είναι αληθές. Το να ξεκινήσει κανείς μια επιχείρηση κοστίζει και ο επιχειρηματίας είναι ο τελευταίος που θα πληρωθεί, αφότου έχουν εξοφληθεί όλες οι άλλες υποχρεώσεις. Κατά μέσο όρο, ο ιδιοκτήτης μιας μικρής επιχείρησης κερδίζει λιγότερα από όσα θα κέρδιζε αν εργαζόταν με μισθό για κάποια άλλη επιχείρηση, τουλάχιστον στην αρχή. Στατιστικά φαίνεται ότι τουλάχιστον μία στις δύο καινούργιες

επιχειρήσεις χρεοκοπούν κατά τη διάρκεια του πρώτου έτους λειτουργίας τους. Έτσι, το κίνητρό σας πρέπει να είναι πιο σημαντικό από το να κερδίσετε χρήματα.

5.6 Γιατί ψάχνετε για μια ασφαλή θέση εργασίας

Μπορεί κανείς να έχει μόλις απολυθεί από την προηγούμενη δουλειά του ή να έχει φύγει οικειοθελώς και να μην έχει αυτή τη στιγμή εργασία. Όταν κάποιος απολύεται, συχνά του δημιουργείται κίνητρο να δημιουργήσει μια καινούργια δική του επιχείρηση. Ωστόσο, είναι καλό να θυμάται κανείς ότι το να αποτύχει στη θέση εργασίας για την οποία πληρώνεται από άλλον εργοδότη οπωσδήποτε δεν είναι κάτι που το θέλει, αλλά είναι πολύ καλύτερο από το να αποτύχει η δική του επιχείρηση, ειδικά όταν απασχολεί εργαζόμενους ή χρωστάει.

5.7 Γιατί σας προέκυψαν κάποια διαθέσιμα χρήματα

Σε κάποιες περιπτώσεις μπορεί να υπάρχει το ευχάριστο πρόβλημα του ότι προέκυψαν κάποια χρήματα από κάποια πηγή απροσδόκητα, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία μιας επιχείρησης. Εδώ χρειάζεται προσοχή, γιατί όταν κάποιος έχει αρκετά χρήματα στο ξεκίνημα της επιχείρησης μπορεί να μην σκεφτεί επαρκώς προσεκτικά πως πρέπει να τα χρησιμοποιήσει. Δηλαδή, το να έχει κανείς μια χρηματοοικονομική ασφάλεια στο ξεκίνημα μπορεί να τον οδηγήσει να πάρει αδικαιολόγητο κίνδυνο. Είναι καλύτερα να αναπτύξει κανείς το επιχειρηματικό του μοντέλο, να το ελέγξει στην αγορά, να δει πόσα χρήματα θα χρειαστεί για να ξεκινήσει την επιχείρηση και μέχρι να τη φέρει σε θέση να έχει θετικές ταμειακές ροές από μόνη της.

5.8 Γιατί θέλετε να δώσετε δουλειά στην οικογένεια

Όταν οι πιθανοί επενδυτές βλέπουν μια ομάδα συγγενών να συμβουλεύουν τον επιχειρηματία, συχνά αποχωρούν τρέχοντας. Στους εξωτερικούς παρατηρητές, αυτού του είδους ο τρόπος λειτουργίας φαίνεται να δείχνει ότι ο επιχειρηματίας χρειάζεται φθηνή εργασία αντί τους καλύτερους που θα μπορούσε να βρει στην ομάδα του. Επιπλέον, τα παιδιά του επιχειρηματία μπορεί να έχουν εντελώς διαφορετική ιδέα για το τι θέλουν να κάνουν με τη ζωή τους. Μπορεί λοιπόν κανείς να πάρει τη βοήθεια των συγγενών του αν την προσφέρουν, αλλά είναι καλό να τους χρησιμοποιεί απλά συμβουλευτικά και όχι ως υπαλλήλους.

5.9 Γιατί δεν θέλετε ακόμα να πάρετε σύνταξη

Αυτός ο λόγος προφανώς αναφέρεται σε μεγαλύτερης ηλικίας ανθρώπους. Είναι μεσήλικες, έχουν μεγάλη επιχειρηματική εμπειρία, είναι υγιείς, μπορεί να έχουν σύνταξη και μερικές αποταμιεύσεις. Όπως και σε κάθε άλλη περίπτωση, οι διαθέσιμοι πόροι πρέπει να χρησιμοποιούνται σοφά, δηλαδή χρειάζεται πάντοτε ο κατάλληλος σχεδιασμός και ο έλεγχος της ιδέας στην αγορά. Η προηγούμενη εμπειρία μπορεί να μη σχετίζεται άμεσα με τις δεξιότητες που χρειάζονται για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης. Είναι λοιπόν αρκετά

αυτά που χρειάζονται να σκεφτεί κανείς, πριν ξεκινήσει μια καινούργια επιχείρηση επειδή ακόμα δεν θέλει να πάρει σύνταξη.

5.10 Γιατί, αν μπορεί να το κάνει ο πιστρικός του γείτονα τότε μπορώ κι εγώ

Αναφερόμαστε ξανά σε μεγαλύτερης ηλικίας ανθρώπους. Αυτοί οι άνθρωποι με προβληματισμό προσπαθούν να καταλάβουν τους εικοσάρηδες επιχειρηματίες και τις νεοφυείς τους επιχειρήσεις. Το διαδίκτυο και το ηλεκτρονικό εμπόριο φαίνεται να έχουν δώσει ευκαιρίες στους πιστρικάδες, ενώ άνθρωποι με εμπειρία παλεύουν να καταλάβουν πως γίνεται επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν περιουσιακά στοιχεία ή/και λειτουργούν ως μη κερδοσκοπικές μπορούν να αποτιμώνται σε εκατομμύρια. Το ότι τα καταφέρνουν οι πιστρικάδες δεν σημαίνει ότι πρέπει οι μεγαλύτερης ηλικίας άνθρωποι να προσπαθούν να τους μιμηθούν. Βρίσκονται σε διαφορετική φάση της ζωής τους και ίσως είναι πιο χρήσιμο για αυτούς να κάνουν κάτι που έχει νόημα για τους ίδιους.

6. Κίνδυνος και οι πιθανότητες αποτυχίας

Ο Reid Hoffman, δημιουργός μεταξύ άλλων του LinkedIn, λέει ότι το να ξεκινάς μια καινούργια επιχείρηση είναι σαν να πηδάς από έναν γκρεμό και να συναρμολογείς ένα αεροπλάνο πέφτοντας (<https://tinyurl.com/4cpj5tk5>). Βεβαίως, δεν εννοεί ότι οι επιχειρηματίες πηδούν σε οποιονδήποτε γκρεμό χωρίς να έχουν από πριν κάποιο σχέδιο. Εννοεί ότι οι επιχειρηματίες επιλέγουν το γκρεμό και τη στιγμή που θα πέσουν σε αυτόν, έχοντας κάνει την έρευνά τους. Εννοεί επίσης ότι θα αναλύσουν, κατά την αντίληψή τους, επαρκώς την πραγματικότητα και δεν θα περιμένουν μέχρι να λυθούν όλα τα πιθανά προβλήματα, παρά θα τα λύσουν «καθ' οδόν».

Ένας από τους «νόμους του Murphy» λέει πως «ότι μπορεί να πάει στραβά, θα πάει στραβά τη χειρότερη δυνατή στιγμή». Στο επιχειρείν είναι γεγονός ότι άσχετα από το πόσο καλά διαχειρίζεται κανείς μια επιχείρηση θα συμβεί το απρόβλεπτο. Από τα πιο απλά, όπως το ότι ένας σημαντικός εργαζόμενος παραιτείται, μέχρι και φαινόμενα που λέγονται τύπου «μαύρου κύκνου», δηλαδή φαινόμενα που είναι τόσο σπάνια και απροσδόκητα όπως η πανδημία κορωνοϊού του 2020 – 2023. Φυσικά, ο επιχειρηματίας δεν είναι δυνατό να σχεδιάσει για όλα όσα θα μπορούσαν να πάνε στραβά στην επιχείρησή του. Μπορεί όμως να θέλει να σκεφτεί τι είναι πιο πιθανό να πάει στραβά και να εστιάσει σε τρόπους να αντιμετωπίσει αυτές ειδικότερα τις περιπτώσεις. Στο μέρος αυτό φυσικά δεν είναι δυνατό να αναλύσουμε όλα όσα έχουν σχέση με τη διαχείριση κινδύνου. Ωστόσο, μπορούμε να δούμε κάποιες χρήσιμες αρχές που καλό είναι ο επιχειρηματίας να έχει αναλογιστεί εκ των προτέρων.

Αναφέρθηκε προηγουμένα στην παρούσα ενότητα η έννοια της **αποτελεσματικής σκέψης** (Sarasvathy, 2001, όπως αναφέρεται στο Singh, 2022). Χρησιμοποιώντας αυτό τον τρόπο σκέψης, ξεκινάει κανείς με την παραδοχή ότι το μέλλον είναι απρόβλεπτο και για το λόγο αυτό εξετάζει τι έχει στη διάθεσή του αυτή τη στιγμή. Αυτή είναι η αρχή που αποδίδεται στη γλώσσα μας ως «*Κάλλιο 5 και στο χέρι...*» (*Bird in Hand*) και στην περίπτωσή μας αναφέρεται

σε 3 βασικούς πόρους που διαθέτουμε όλοι: ποιοι είμαστε, τι γνωρίζουμε και ποιους γνωρίζουμε. Είναι μια καλή βάση για να ξεκινήσουμε τη σκέψη μας.

Οι επόμενες αρχές προέρχονται από την Allen (2023).

Δεύτερη αρχή που πρέπει να μελετήσουμε είναι εκείνη του **αποδεκτού κόστους** (affordable cost principle). Εδώ αναφερόμαστε στους πόρους που έχουμε στη διάθεσή μας και στο τι είμαστε διατεθειμένοι να χάσουμε. Είναι ένας καλός τρόπος να απορρίψει κανείς ιδέες που δεν ταιριάζουν με την ανοχή του στον κίνδυνο.

Τρίτη είναι η αρχή της **λεμονάδας** (lemonade principle), η οποία αναφέρεται στο στοιχείο της έκπληξης και στην προθυμία κάποιου να βλέπει τις εκπλήξεις ως ευκαιρίες. Μπορεί κανείς, για παράδειγμα, να δοκιμάσει μερικές ιδέες που φαίνονται αρχικά ασύμβατες με την επιχείρησή του. Αυτή η νέα οπτική για την επιχείρηση θα μπορούσε να δώσει μια σπουδαία ιδέα

Τέταρτη αρχή είναι εκείνη της **κουρελούς** (patchwork quilt principle), η οποία αφορά τη δημιουργία συνεργασιών προκειμένου να προχωρήσει ένα έργο περισσότερο γρήγορα. Η αρχή αυτή σχετίζεται επίσης με την καλλιέργεια εμπιστοσύνης.

Πέμπτη και τελευταία αρχή είναι εκείνη που λέγεται **πιλότος – στο – αεροπλάνο** (pilot – in – the – plane principle), η οποία αναφέρεται στην ανάγκη να εστιάσει κανείς σε δραστηριότητες τις οποίες πραγματικά μπορεί να ελέγξει. Δεν έχει νόημα να δαπανά κανείς χρόνο ανησυχώντας για κάτι στο οποίο δεν έχει έλεγχο. Έχει όμως νόημα να προσπαθεί κανείς να λύσει τα προβλήματα τα οποία βρίσκονται κάτω από τον έλεγχό του και να αφήσει τα υπόλοιπα, ενδεχομένως, να βρουν το δρόμο τους.

Ένα σχέδιο έκτακτης ανάγκης, για την περίπτωση που τα πράγματα δεν πάνε καλά, θα πρέπει να απαντά σε κάποια βασικά ερωτήματα. Για παράδειγμα, όταν τα πράγματα δεν πάνε καλά ή σε κάποια σοβαρή ύφεση, ποιοι από τους προμηθευτές θα ήταν πρόθυμοι να μας δώσουν πίστωση ή χρόνο, πέρα από το συνηθισμένο που μας δίνουν σήμερα; Ποιους μη κρίσιμους πόρους διαθέτουμε, τους οποίους θα μπορούσαμε γρήγορα να πουλήσουμε για να μετατρέψουμε σε μετρητά; Μπορούμε να διασφαλίσουμε επιπλέον κεφάλαια από τους επενδυτές μας; Είναι διατεθειμένος κάποιος από τους πελάτες μας να προπληρώσει ή να θέσει παραγγελία νωρίτερα από τότε που έχουμε συμφωνήσει; Μπορεί η τράπεζά μας να βοηθήσει να ξεπεράσουμε αυτό το πρόβλημα;

Ακολουθούν μερικοί ακόμα προβληματισμοί τους οποίους καλό θα είναι να λάβει κανείς υπόψη του σχεδιάζοντας το επιχειρηματικό του εγχείρημα. Αυτοί οι προβληματισμοί απλά αναφέρονται χωρίς να αναλύονται στην ενότητα αυτή. Χρειαζόμαστε μια ανάλυση κινδύνου, καθώς και μια ανάλυση των πιθανών επιπτώσεων καθενός συγκεκριμένου κινδύνου που εντοπίζουμε. Θέλουμε να προστατέψουμε την επιχείρησή μας από μηνύσεις και αγωγές. Χρειάζεται να είμαστε έτοιμοι να διαχειριστούμε μια μεγάλη και ξαφνική μείωση στις πωλήσεις. Θέλουμε να μπορούμε να επιβιώσουμε έχοντας χάσει ένα σημαντικό εργαζόμενο σε θέση – κλειδί. Θέλουμε να μπορούμε να χειριστούμε τις ευθύνες που προκύπτουν για εμάς από τη χρήση των προϊόντων ή των υπηρεσιών μας από τους πελάτες μας. Είναι, τέλος, χρήσιμο να έχουμε σχεδιάσει την έξοδό μας από την επιχείρηση που ιδρύσαμε.

Σύνοψη

Η επιχειρηματικότητα θεωρείται καταλύτης οικονομικής ανάπτυξης, αλλά και ανάκαμψης. Σε ότι αφορά τους δείκτες επιχειρηματικότητας, η Ελλάδα δεν βρίσκεται σε ιδιαίτερα καλή θέση. Το συνολικό περιβάλλον δεν θεωρείται ότι βοηθά, ενώ υπάρχει σοβαρός φόβος αποτυχίας. Από τα κύρια κίνητρα για τη δημιουργία νέας επιχείρησης είναι η δημιουργία προσωπικού πλούτου και εισοδήματος. Πολλοί είναι εκείνοι που απλά συνεχίζουν μια οικογενειακή επιχείρηση, επιχειρούν που έχουμε ορίσει ως lifestyle businesses στην Ενότητα 1. Επιπλέον, δεν διαφαίνεται ιδιαίτερη καινοτομικότητα στα νέα εγχειρήματα, τα οποία είναι κυρίως B2C. Η τεχνολογική ένταση των νέων εγχειρημάτων βρίσκεται χαμηλά, ενώ και οι προσδοκίες των επιχειρηματιών για δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στις επιχειρήσεις τους είναι πολύ χαμηλές. Πρόκειται, δηλαδή, για εγχειρήματα για τα οποία εξαρχής δεν υπάρχει ιδιαίτερος σχεδιασμός για μεγέθυνση και επέκταση. Βεβαίως, όταν η συνολική κατάσταση είναι κάπως έτσι, υπάρχει η δυνατότητα για γρήγορη εξέλιξη. Σε ότι αφορά τα χαρακτηριστικά που ξεχωρίζουν τους επιχειρηματίες, καθώς φαίνεται δεν υπάρχει ιδιαίτερη συμφωνία μεταξύ των συγγραφέων, οπότε είναι καλό να χρησιμοποιούνται ως απλώς ενδεικτικά. Η έννοια του «παθητικού της νεότητας» είναι σημαντική γιατί αναδεικνύει τις βασικές προκλήσεις με τις οποίες βρίσκονται αντιμέτωπες όλων των ειδών οι νέες επιχειρήσεις. Τρεις βασικές πτυχές της επιχειρηματικής πραγματικότητας είναι το ότι: (α) η ανάληψη υπολογισμένου κινδύνου αλλά και οι αποτυχία είναι αναγκαίες και σχεδόν αναπόφευκτες, (β) η δημιουργικότητα και η καινοτομικότητα είναι κρίσιμης σημασίας και, τέλος, (γ) ο χρονισμός του επιχειρηματικού εγχειρήματος είναι επίσης ζωτικής σημασίας. Σε ότι αφορά τους λόγους για τους οποίους κανείς θα ήθελε να ξεκινήσει μια επιχείρηση, είδαμε ποιοι δεν φαίνεται να συνδέονται με την επιτυχία. Τέλος, μιλώντας για μια αρχική προσπάθεια μείωσης του κινδύνου, αναφερθήκαμε στις βασικές αρχές της αποτελεσματικής σκέψης, του αποδεκτού κόστους, της λεμονάδας, της κουρελούς και εκείνης που λέγεται πιλότος – στο – αεροπλάνο.

Ασκήσεις αυτό-αξιολόγησης

1. Ο Βαυτοί θεωρεί ότι ένας επιχειρηματίας θα μπορούσε να ενταχθεί εξίσου εύκολα σε οποιοδήποτε από τα τρία είδη επιχειρηματικότητας που διέκρινε, παρότι μόνον το ένα από αυτά είναι κοινωνικά ωφέλιμο. Ποιοι είναι οι παράγοντες που μπορούν να ωθήσουν περισσότερο τους επιχειρηματίες να είναι κοινωνικά ωφέλιμοι;
2. Αναλύστε σε συντομία τα βασικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.
3. Με ποιον τρόπο διαφέρει ο αιτιακός τρόπος σκέψης από τον επιχειρηματικό τρόπο σκέψης;
4. Από το σύνολο των κοινωνικών και ψυχολογικών χαρακτηριστικών που θεωρητικά ξεχωρίζουν έναν επιχειρηματία, ποια τρία θα επιλέγατε ως τα πιο σημαντικά; Αιτιολογήστε την άποψή σας.
5. Πώς διαφέρουν τα κίνητρα ενός επιχειρηματία που θα δημιουργήσει ένα πραγματικά νέο επιχειρηματικό εγχείρημα από εκείνα του επιχειρηματία που θα δημιουργήσει ή θα εξελίξει μια lifestyle business;

6. Οι McMullen και Kier ξεχωρίζουν τρεις διαστάσεις της δημιουργικότητας: (α) τη δημιουργική φαντασία, (β) την κοινωνική φαντασία και (γ) την πρακτική φαντασία. Ποια ή ποιες από τις διαστάσεις ταιριάζουν καλύτερα με τα πραγματικά νεωτερικά επιχειρηματικά εγχειρήματα και ποια ή ποιες ταιριάζουν καλύτερα με τη δημιουργία ή εξέλιξη lifestyle businesses;
7. Αξιοποιήστε την έννοια του «παθητικού της νεότητας» για να αναλύσετε ένα δικό σας παράδειγμα που σχετίζεται με τη δημιουργία νέας επιχείρησης σε δραστηριότητα της επιλογής σας.
8. Φέρτε στο μυαλό σας επιχειρηματικά εγχειρήματα που μπορεί να έχετε δει ή για τα οποία έχετε κάποια γνώση, τα οποία ίσως έχουν ξεκινήσει για λανθασμένους λόγους και αναλύστε γιατί θεωρείτε ότι οι λόγοι ήταν λανθασμένοι.
9. Συνδέεται η αρχή της κουρελού με τον μύθο ότι οι επιχειρηματίες είναι «ήρωες» που λειτουργούν ως μονάδες;

Αναφορές

- Allen, K. (2023). *Entrepreneurship for dummies*. 2nd ed. Wiley.
- Amedzro St-Hilaire, W. (2021). *Applied Managing for Entrepreneurship*. Taylor & Francis Group
- Baumol, W. J. (1990). "Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive", *Journal of Political Economy*, 98(5), σελ. 893 – 921
- Burns, P. (2020). *Επιχειρηματικότητα και Μικρές Επιχειρήσεις: εκκίνηση, ανάπτυξη και ωριμότητα*. Κλειδάριθμος (πρωτότυπο, Springer).
- Deakins, D. και Freel, M. (2017). *Επιχειρηματικότητα & Μικρές Επιχειρήσεις*. Rosili (πρωτότυπο, McGraw-Hill).
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a "New Normal"*. London: GEM, <https://tinyurl.com/2p9jywa9>
- Jones, O., Macpherson, A. και Jayawarna, D. (2023). *Resourcing the Start-up Business: creating dynamic entrepreneurial learning capabilities*, Routledge
- Neck, H., Neck, C. & Murray, E. (2020). *Επιχειρηματικότητα: νοοτροπία και πρακτική*. Κριτική (πρωτότυπο, SAGE)
- Singh Dhaliwal, I. (2022). *The Art and Science of Entrepreneurship*. World Scientific.
- Storey, D., Greene, F., Χασσίδ, Ι. και Φαφαλιού, Ε. (2011). *Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις*. Κριτική (πρωτότυπο, Pearson).
- Wapshott, R. & Mallett, O. (2022). *Persisting and Reoccurring Liability of Newness: Entrepreneurship and Change in Small Enterprises*, στο Hyams-SSekasi D. & Agboma, F. (eds.) *Entrepreneurship and Change. Understanding Entrepreneurialism as a Driver of Transformation*. Palgrave MacMillan.

ΙΟΒΕ, (2022). «Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2020 – 2021: Ήπιες οι πρώτες επιδράσεις της πανδημίας στη νέα επιχειρηματικότητα», <https://tinyurl.com/2t23dx6k>

Παπαγεωργίου, Λ. (2018). Startups: από την ιδέα στην παγκόσμια αγορά. Φερενίκη.

Χατζηκωνσταντίνου, Γ. και Γωνιάδης, Η. (2009). Επιχειρηματικότητα και καινοτομία: από την ίδρυση στη διοίκηση και στην επιβίωση της νέας επιχείρησης. Gutenberg.

Χρηματοδότηση

Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό (κείμενο, εικόνες, διαγράμματα, κλπ.) έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο της Πράξης «Υποστήριξη Δράσεων Στήριξης της Επιχειρηματικότητας, Καινοτομίας και Ωρίμανσης για την Αξιοποίηση της Ερευνητικής Δραστηριότητας και των Νέων Προϊόντων και Υπηρεσιών που αναπτύσσονται στο Πανεπιστήμιο Πατρών» - «ΜΕΤΩΝ, MIS 5132546».

Η πράξη «ΜΕΤΩΝ» υλοποιείται στο πλαίσιο του Ε.Π. «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ & ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από Εθνικούς πόρους.



Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση
Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Σημειώματα

Σημείωμα Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση 1.0

Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Απόστολος Ραφαηλίδης, 2023. Έκδοση: 1.0. Πάτρα 2023.
Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: <https://eclass.upatras.gr/>

Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Παρόμοια Διανομή 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».

[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

- το Σημείωμα Αναφοράς
- το Σημείωμα Αδειοδότησης
- τη δήλωση Διατήρησης Σημειωμάτων
- το Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (εφόσον υπάρχει)

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.