

Εξειδικεύσεις της Επιχειρηματικότητας ανά τομέα

Ι. ΓΙΑΝΝΟΥΚΟΥ, ΕΠ. ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ, ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ, ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

Σκοπός

Βασικός σκοπός της ενότητας αυτής είναι η εισαγωγή σε βασικά θέματα που αφορούν την επιχειρηματικότητα. Πιο συγκεκριμένα, στην ενότητα αυτή θα προσπαθήσουμε να δώσουμε μια σύντομη εικόνα και να αναπτύξουμε τις διάφορες εξειδικεύσεις της επιχειρηματικότητας ανά τομέα. Περαιτέρω θα εξετάσουμε, πως αναπτύσσονται οι διάφορες εξειδικεύσεις της επιχειρηματικότητας αναφερόμενοι στα πλεονεκτήματα και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει κάθε μορφή επιχειρηματικότητας δίνοντας παράλληλα και διάφορα παραδείγματα υφιστάμενων επιχειρήσεων.

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Μετά το τέλος της ενότητας αυτής, οι εκπαιδευόμενοι θα έχουν τη δυνατότητα να:

- Κατανοήσετε τις διάφορες μορφές εξειδίκευσης της επιχειρηματικότητας
- Κατανοήσετε τα βασικά σημεία, χαρακτηριστικά και στόχους των διαφόρων μορφών επιχειρηματικότητας
- Αναγνωρίσετε τα πλεονεκτήματα και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει κάθε μορφή επιχειρηματικότητας
- Ενημερωθείτε για πραγματικά υφιστάμενα παραδείγματα επιχειρήσεων που έχουν αναπτυχθεί από κάθε μορφή επιχειρηματικότητας που παρουσιάζεται

Έννοιες κλειδιά

Μορφές, Επιχειρηματικότητα, Τεχνολογική, Κοινωνική, Πράσινη, Συνεργατική, Ακαδημαϊκή, Εθνικών Ομάδων, Ανάγκης, Ευκαιρίας, Γυναικεία, Δημόσια, Νεανική, Οικογενειακή, Νεοφυής, Καθιερωμένη, Ψηφιακή - Ηλεκτρονική, Υβριδική, Ενδοεπιχειρηματικότητα

Εισαγωγικές Παρατηρήσεις

Η επιχειρηματικότητα αναπτύσσεται συνεχώς ως ένα ερευνητικό πεδίο. Στην επιστημονική βιβλιογραφία, παρατηρείται έλλειψη συναίνεσης σχετικά με την ταξινόμησή της. Οι

διάφορες μορφές επιχειρηματικότητας περιγράφονται βάσει των στόχων που εξυπηρετούν και των μεθόδων που χρησιμοποιούν οι επιχειρηματίες για να επιτύχουν οικονομική αξία από την αγορά.

Μια αρχική διάκριση είναι ανάμεσα στην Αμιγή και τη Μικτή Επιχειρηματικότητα, με έμφαση στον ρόλο του επιχειρηματία. Η Αμιγής επιχειρηματικότητα αναφέρεται στις δραστηριότητες που εκτελεί ο επιχειρηματίας, χωρίς να διαθέτει άλλα παραγωγικά μέσα εκτός από την προσωπική του συμμετοχή. Αυτές οι δραστηριότητες, εάν αναλαμβάνονταν από άλλους ή εργαζομένους, δεν θα είχαν την ίδια αποτελεσματικότητα (Καραγιάννης, Κορρές και Ζαρίφης, 2001). Τα χαρακτηριστικά και η προσωπικότητα του ιδιοκτήτη/επιχειρηματία είναι ισχυρά στην περίπτωση της αμιγούς επιχειρηματικότητας.

Ωστόσο, η αμιγής επιχειρηματικότητα είναι σπάνια στον πραγματικό επιχειρηματικό χώρο. Στη Μικτή Επιχειρηματικότητα, ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει ρόλους που μπορούν να αναληφθούν από άλλα άτομα. Οι νέες παγκόσμιες συνθήκες, με την απελευθέρωση της οικονομίας και την εξέλιξη της τεχνολογίας, έχουν φέρει στο προσκήνιο νέες μορφές επιχειρηματικότητας.

1. Μορφές Επιχειρηματικότητας

Για να οικοδομηθεί η οικονομία σε εθνικό επίπεδο αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο θα πρέπει να υπάρχει ανταγωνισμός, ανάπτυξη, παραγωγικότητα, δημιουργικότητα και καινοτομία. Γι' αυτό και η συμμετοχή των επιχειρήσεων και των επιχειρηματιών είναι καθοριστική ώστε να ευδοκιμήσει η οικονομία των κρατών. Με βάση την παγκόσμια βιβλιογραφία, συναντάμε λοιπόν τις εξής μορφές επιχειρηματικότητας (Κωνσταντέλου, 2013):



Αρχικά, θα πρέπει να διασαφηνίσουμε ότι η βασική μορφή επιχειρηματικότητας είναι η κλασσική επιχειρηματικότητα. Η κλασσική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη δημιουργία και λειτουργία ενός νέου καταστήματος, επιχείρησης ή εταιρείας με σκοπό την παραγωγή και πώληση προϊόντων ή παροχή υπηρεσιών.

Στην συνέχεια, θα αναλύσουμε τις διάφορες μορφές επιχειρηματικότητας που αναφέρονται στη βιβλιογραφία, με σκοπό να κατανοηθούν πλήρως οι σκοποί, τα πλεονεκτήματα αλλά και μειονεκτήματα που συναντάμε σε αυτές τις μορφές (Κωνσταντέλου, 2013):

1.1 Επιχειρηματικότητα Μικρών επιχειρήσεων ή στα πλαίσια της οικογένειας (Οικογενειακή Επιχειρηματικότητα)

Η οικογενειακή επιχειρηματικότητα είναι μια έννοια που έχει κερδίσει ιδιαίτερη προσοχή τα τελευταία χρόνια (Bettinelli et al., 2014). Αναφέρεται στην πρακτική της λειτουργίας μιας επιχείρησης που ανήκει και λειτουργεί από μέλη μιας οικογένειας. Συνήθως δημιουργούνται από δυο ή και περισσότερα μέλη της ίδιας οικογένειας είτε προέκυψαν μέσω μεταβίβασης από τον ιδρυτή σε επόμενες γενιές (Bettinelli et al., 2014).

Η επιτυχία μιας οικογενειακής επιχείρησης είναι συχνά στενά συνδεδεμένη με τη δυναμική της ίδιας της οικογένειας. Οι οικογένειες που είναι σε θέση να συνεργάζονται

αποτελεσματικά και να επικοινωνούν ανοιχτά είναι πιο πιθανό να πετύχουν σε σύγκριση με εκείνες που παλεύουν με συγκρούσεις και διαφωνίες (Bettinelli et al., 2014). Ένας βασικός παράγοντας για την επιτυχία της οικογενειακής επιχειρηματικότητας είναι η ικανότητα διαχωρισμού προσωπικών και επαγγελματικών σχέσεων. Τα μέλη της οικογένειας πρέπει να μπορούν να συνεργάζονται με επαγγελματική ιδιότητα, χωρίς να αφήνουν προσωπικά ζητήματα να παρεμποδίζουν την εργασία τους. Αυτό απαιτεί υψηλό βαθμό συναισθηματικής νοημοσύνης και δεξιοτήτων επικοινωνίας, καθώς και προθυμία να παραμεριστούν οι προσωπικές διαφορές για το καλό της επιχείρησης. Ωστόσο ένας ακόμη παράγοντας για την επιτυχία της οικογενειακής επιχειρηματικότητας αναφέρεται στην ικανότητα να θέτει σαφή όρια μεταξύ της επαγγελματικής και της οικογενειακής ζωής. Τα μέλη της οικογένειας πρέπει να μπορούν να απομακρυνθούν από την εργασία και να επικεντρωθούν στις προσωπικές τους σχέσεις εκτός της επιχείρησης. Αυτό μπορεί να είναι δύσκολο όταν τα μέλη της οικογένειας εργάζονται μαζί σε κοντινή απόσταση, αλλά είναι απαραίτητο για τη διατήρηση της υγιούς οικογενειακής δυναμικής (Bettinelli et al., 2014).

Αναλύοντας τώρα τα πλεονεκτήματα που συναντάμε στην οικογενειακή επιχειρηματικότητα, παρατηρούμε πως ένα σημαντικό πλεονέκτημα είναι η αίσθηση ενότητας και συνεργασίας που προκύπτει από την ομαλή συνύπαρξη των μελών της οικογένειας. Τα μέλη της οικογένειας κατανοούν βαθιά το ένα τα δυνατά και αδύνατα σημεία του άλλου, κάτι που τους επιτρέπει να εργάζονται πιο αποτελεσματικά ως ομάδα. Συνεπώς, οδηγεί σε υψηλότερα επίπεδα παραγωγικότητας, μεγαλύτερη καινοτομία και αυξημένη εργασιακή ικανοποίηση (Bettinelli et al., 2014). Ένα άλλο πλεονέκτημα είναι η ικανότητα δημιουργίας κληρονομιάς. Όταν μια οικογένεια συνεργάζεται για να οικοδομήσει μια επιτυχημένη επιχείρηση, δεν δημιουργεί απλώς μια πηγή εισοδήματος για τον εαυτό της, αλλά αφήνει επίσης μια διαρκή κληρονομία για τις μελλοντικές γενιές. Αυτό μπορεί να προσφέρει μια αίσθηση σκοπού και νοήματος που ξεπερνά την απλή ανάγκη του να βγάζεις χρήματα (Bettinelli et al., 2014). Η οικογενειακή επιχείρηση προσφέρει επίσης μεγαλύτερο έλεγχο στην επιχείρηση. Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές επιχειρήσεις, όπου οι αποφάσεις λαμβάνονται από διοικητικό συμβούλιο ή μετόχους, οι οικογενειακές επιχειρήσεις διοικούνται από τα ίδια τα μέλη της οικογένειας. Αυτό επιτρέπει μεγαλύτερη ευελιξία και προσαρμοστικότητα, καθώς οι αποφάσεις μπορούν να ληφθούν γρήγορα και έχοντας κατά νου τα καλύτερα συμφέροντα της οικογένειας (Bettinelli et al., 2014).

Από την άλλη πλευρά, μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που συναντάμε στην οικογενειακή επιχειρηματικότητα είναι οι συγκρούσεις που μπορεί να προκύψουν μέσα στην οικογένεια (Deakins και Mark Freel, 2015). Όταν τα μέλη της οικογένειας συνεργάζονται, υπάρχει ο κίνδυνος να διαχυθούν προσωπικά ζητήματα στην επιχείρηση, κάτι που μπορεί να δημιουργήσει ένταση και δυσαρέσκεια. Αυτό γίνεται ακόμα πιο δύσκολο όταν υπάρχουν διαφωνίες σχετικά με τις επιχειρηματικές αποφάσεις ή την κατεύθυνση της εταιρείας. Μια άλλη δυσκολία που μπορεί να αντιμετωπίσει αυτή η μορφή επιχειρηματικότητας είναι η πιθανότητα νεποτισμού. Όταν τα μέλη της οικογένειας είναι υπεύθυνα για την πρόσληψη και την προαγωγή εργαζομένων, υπάρχει ο κίνδυνος να δείξουν ευνοιοκρατία προς τους συγγενείς τους, αντί να προσλάβουν τους πιο ικανούς υποψήφιους (Deakins και Mark Freel, 2015). Αυτό μπορεί να δημιουργήσει δυσαρέσκεια μεταξύ των εργαζομένων που δεν ανήκουν στην οικογένεια και να υπονομεύσει την αξιοπιστία της επιχείρησης. Τέλος η δυναμική της οικογένειας μπορεί επίσης να δημιουργήσει προκλήσεις για την οικογενειακή

επιχειρηματικότητα. Τα μέλη της οικογένειας μπορεί να έχουν διαφορετικές ιδέες για το ρόλο της επιχείρησης στη ζωή τους και αυτό μπορεί να οδηγήσει σε συγκρούσεις και διαφωνίες. Για παράδειγμα, ορισμένα μέλη της οικογένειας μπορεί να βλέπουν την επιχείρηση ως τρόπο οικοδόμησης πλούτου και οικονομικής επιτυχίας, ενώ άλλα μπορεί να τη βλέπουν ως τρόπο δημιουργίας κληρονομιάς ή διατήρησης οικογενειακών παραδόσεων (Bettinelli et al., 2014).

Μερικά παραδείγματα οικογενειακής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι οι εταιρείες: [ΛΟΥΞ](#), [AGRINO](#), [ΕΨΑ](#), [Μασούτης](#) κ.α. Η ΛΟΥΞ είναι μια εταιρεία με έδρα την Πάτρα, όπου στις αρχές του 1950, ο Παναγιώτης Μαρλαφέκας την μικρή οικογενειακή επιχείρηση, που αρχικά παρήγαγε μόνο πορτοκαλάδα, λεμονάδα και γκαζόζα. Στα χρόνια εκείνα όλα γινόντουσαν με το χέρι καθώς και η διανομή των προϊόντων με την χρήση κάρων. Ωστόσο, φτάνοντας στο σήμερα, η οικογενειακή αυτή επιχείρηση έχει επεκτείνει την δυναμική της τόσο στην τεράστια ποικιλία αεριούχων αναψυκτικών όσο και ανάπτυξη του δικτύου διανομής της.

1.2 Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει γίνει μια ολοένα πιο σημαντική πτυχή της σύγχρονης επιχειρηματικής δραστηριότητας και κερδίζει δυναμική παγκοσμίως. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην πρακτική της δημιουργίας και λειτουργίας επιχειρήσεων με στόχο τη δημιουργία κοινωνικής αξίας αναζητώντας οικονομικές αποδόσεις (Andersen, L. L. et al., 2016). Η κοινωνική επιχειρηματικότητα προσφέρει ωστόσο μια αντίθεση με την παραδοσιακή σκέψη των επιχειρηματιών, οι οποίοι επικεντρώνονται στη δημιουργία κέρδους και οικονομικές επιδόσεις. Αντίθετα η κοινωνική επιχειρηματικότητα εστιάζει στη δημιουργία επιχειρήσεων που αντιμετωπίζουν κοινωνικά προβλήματα όπως η φτώχεια, η ανισότητα, η ανεργία και η περιβαλλοντική ρύπανση. Στόχος των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι η δημιουργία κοινωνικής αξίας, η οποία συμβάλλει στη βελτίωση της ζωής των ανθρώπων και των κοινοτήτων. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν αφορά μόνο τη φιλανθρωπία ακόμα αλλά έχει να κάνει και με τη δημιουργία βιώσιμων και καινοτόμων επιχειρηματικών μοντέλων που προσφέρουν κοινωνικά, περιβαλλοντικά και οικονομικά οφέλη. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται σε διάφορους τομείς, όπως η υγειονομική περίθαλψη, η εκπαίδευση, η προστασία του περιβάλλοντος, η καταπολέμηση της φτώχειας και τα ανθρώπινα δικαιώματα. Είναι καινοτόμοι και δημιουργικοί στην εύρεση λύσεων σε κοινωνικά προβλήματα και οδηγούνται από την επιθυμία να κάνουν μια θετική διαφορά στον κόσμο (Σαρρή Κ. & Τριχοπούλου Α., 2018).

Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι η εστίαση στη δημιουργία ενός βιώσιμου επιχειρηματικού μοντέλου που παράγει τόσο κοινωνικές όσο και οικονομικές αποδόσεις. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι οικονομικά βιώσιμες και μπορούν να λειτουργήσουν χωρίς να βασίζονται σε δωρεές ή επιχορηγήσεις. Δημιουργούν θέσεις εργασίας, παρέχουν αγαθά και υπηρεσίες και συμβάλλουν στην τοπική οικονομία, ενώ αντιμετωπίζουν κοινωνικά προβλήματα. Ένα άλλο βασικό χαρακτηριστικό της κοινωνικής επιχειρηματικότητας αυτής είναι η προθυμία για συνεργασία με τους ενδιαφερόμενους

φορείς. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες συνεργάζονται με κοινότητες, κυβερνήσεις, μη κυβερνητικές οργανώσεις και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς για την αντιμετώπιση κοινωνικών ζητημάτων συλλογικά. Η συνεργασία και η εταιρική σχέση επιτρέπουν στους κοινωνικούς επιχειρηματίες να αξιοποιήσουν πόρους, τεχνογνωσία και δίκτυα για να δημιουργήσουν σημαντικότερο αντίκτυπο (Andersen, L. L. et al., 2016).

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει λοιπόν τη δυνατότητα να συμβάλλει σημαντικά στη βιώσιμη ανάπτυξη. Μπορεί να βοηθήσει την αντιμετώπιση των προκλήσεων της φτώχειας, της ανισότητας, της περιβαλλοντικής υποβάθμισης και του κοινωνικού αποκλεισμού που είναι ζωτικής σημασίας για την επίτευξη των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών (Smith, B.R., & Stevens, C.E., 2010). Η κοινωνική επιχειρηματικότητα επίσης μπορεί να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας, να προσφέρει καινοτόμες λύσεις και να τονώσει την οικονομική ανάπτυξη, συμβάλλοντας παράλληλα στην κοινωνική πρόοδο. Επιπλέον μπορεί να ενδυναμώσει τις περιθωριοποιημένες κοινότητες παρέχοντας πρόσβαση στην εκπαίδευση, την υγειονομική περίθαλψη και τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Μπορεί να υποστηρίξει την οικονομική ενδυνάμωση των γυναικών παρέχοντας κατάρτιση, ευκαιρίες απασχόλησης και πρόσβασης στις αγορές. Μπορεί να προωθήσει την κοινωνική ένταξη και τη διαφορετικότητα δημιουργώντας ένα περιβάλλον που εκτιμά και σέβεται διαφορετικούς πολιτισμούς, θρησκείες και υπόβαθρα (Andersen, L. L. et al., 2016).

Ένα από τα πιο επιτυχημένα παραδείγματα κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι ο κλάδος των μικροχρηματοδοτήσεων. Τα ιδρύματα μικροχρηματοδότησης παρέχουν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, όπως δάνεια, αποταμιεύσεις και ασφάλειες, σε άτομα με χαμηλό εισόδημα και μικρές επιχειρήσεις. Έχουν ενδυναμώσει εκατομμύρια ανθρώπους σε όλο τον κόσμο, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να ξεκινήσουν και να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους, να βελτιώσουν το βιοτικό τους επίπεδο και να επιτύχουν οικονομική ανεξαρτησία. Άλλο ένα παράδειγμα κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι το μοντέλο κοινωνικής επιχείρησης των παπουτσιών [TOMS](#). Η TOMS δωρίζει ένα ζευγάρι παπούτσια σε ένα παιδί που έχει ανάγκη για κάθε ζευγάρι που αγοράζεται. Έχουν δωρίσει πάνω από 100 εκατομμύρια ζευγάρια παπούτσια και έχουν επεκτείνει το μοντέλο τους ώστε να περιλαμβάνει γυαλιά, καφέ και τσάντες. Η TOMS έχει δημιουργήσει ένα βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο που έχει κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο ενώ παράγει έσοδα και κέρδη.

Ωστόσο, η κοινωνική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, εξαιτίας του βασικού επιπέδου που βρίσκονται οι πολιτικές /πρακτικές της δεν βοηθούν στην ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας. Αυτό έχει σαν αντίκτυπο η χώρα μας να παρουσιάζει υψηλά ποσοστά ανεργίας, συνεχείς περικοπές μισθών και συντάξεων καθώς και αρκετά μέτρα λιτότητας.

Συμπερασματικά, η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ένα αυξανόμενο φαινόμενο που έχει τη δυνατότητα να μεταμορφώσει τον κόσμο. Προσφέρει ένα νέο πρότυπο για τις επιχειρήσεις, όπου η δημιουργία κοινωνικής αξίας είναι εξίσου σημαντική με την παραγωγή οικονομικών αποδόσεων. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί να αντιμετωπίσει τις πιο πιεστικές κοινωνικές και περιβαλλοντικές προκλήσεις, να ενδυναμώσει τις κοινότητες και να συμβάλει στη βιώσιμη ανάπτυξη (Spinelli, S.. et al., 2015).

1.3 Ενδοεταιρική/εταιρική Επιχειρηματικότητα

Η ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα, γνωστή και ως εταιρική, αναφέρεται στη διαδικασία δημιουργίας και ανάπτυξης νέων προϊόντων, υπηρεσιών ή επιχειρηματικών μοντέλων σε μια καθιερωμένη εταιρία (Σαρρή Κ. & Τριχοπούλου Α., 2018). Αρχικά, η ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει μια κουλτούρα καινοτομίας εντός του οργανισμού. Η κουλτούρα που ακολουθείται ενθαρρύνει την δημιουργικότητα, την ανάληψη κινδύνων και τον πειραματισμό, ωστόσο ενθαρρύνει τους υπάλληλους να σκέφτονται έξω από το πλαίσιο και να αναπτύξουν νέες ιδέες που μπορούν να οδηγήσουν την επιχειρηματικότητα προς τα εμπρός. Το υπάρχον παγκόσμιο και τόσο ανταγωνιστικό περιβάλλον για τις επιχειρήσεις καθώς και το γεγονός ότι πλέον οι καταναλωτές είναι πολύ πιο απαιτητικοί και υποψιασμένοι συγκριτικά με τα προηγούμενα έτη, καθιστά επιτακτική ανάγκη τη διαρκή ανανέωση των προϊόντων, των υπηρεσιών αλλά και των στρατηγικών και των επιχειρηματικών μοντέλων των επιχειρήσεων προκειμένου να αποκτήσουν αλλά και να διατηρήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά που κινούνται (Κωνσταντέλου Α., 2013).

Η ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα λοιπόν, περιλαμβάνει την ανάπτυξη νέων προϊόντων/ υπηρεσιών που μπορούν να επεκτείνουν τις προσφορές της εταιρείας ή να βελτιώσουν τις υπάρχουσες. Με την ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών οι εταιρείες μπορούν να φθάσουν σε νέες αγορές, να αυξήσουν τις ροές εισόδων και να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Επιπλέον, η ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα μπορεί να βοηθήσει τις καθιερωμένες επιχειρήσεις να παραμείνουν μπροστά από την καμπύλη και να αποφύγουν την αναστάτωση από τους ανταγωνιστές (Deakins και Mark Freel, 2015).

Αναφορικά με τα οφέλη, η ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα παρουσιάζει αρκετά. Αρχικά, επιτρέπει στις καθιερωμένες επιχειρήσεις να παραμείνουν ανταγωνιστικές σε μια ταχέως μεταβαλλόμενη αγορά, επιπροσθέτως στους εργαζόμενους παρέχει ευκαιρίες για προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη ενώ παράλληλα αυξάνει την εργασιακή ικανοποίηση και αφοσίωση. Ακόμα, προωθεί την καινοτομία, προωθεί τη δημιουργικότητα και ενθαρρύνει την ανάληψη κινδύνων. Όλα αυτά τα οφέλη μπορούν να οδηγήσουν σε αυξανόμενη κερδοφορία και μακροπρόθεσμη επιτυχία για την εταιρεία (Deakins και Mark Freel, 2015).

Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να αναφερθούν και ορισμένες προκλήσεις που σχετίζονται με την ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα (Smith, B.R., & Stevens, C.E., 2010). Για παράδειγμα μπορεί να είναι δύσκολο να δημιουργηθεί μια κουλτούρα καινοτομίας σε ένα καθιερωμένο οργανισμό, ειδικά εάν η εταιρεία έχει μια άκαμπτη ή ιεραρχική δομή. Επιπλέον, η ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα μπορεί να είναι δαπανηρή και υπάρχει πάντα ο κίνδυνος νέα προϊόντα ή υπηρεσίες να μην αποφέρουν τις αναμενόμενες αποδόσεις. Τέλος, μπορεί να υπάρξει μια ένταση μεταξύ της ανάγκης για καινοτομία και της ανάγκης διατήρησης των βασικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων της εταιρείας.

Ένα παράδειγμα ενδοεταιρικής επιχειρηματικότητας αποτελεί το παράδειγμα της [Google](#). Πιο συγκεκριμένα ακόμα, η Google χρησιμοποιεί το πρόγραμμα 20% time. Το πρόγραμμα αυτό δίνει τη δυνατότητα στους εργαζόμενους της Google να διαθέτουν το 20% του χρόνου τους για να αναλάβουν προσωπικά project ή να εργαστούν σε ένα ήδη υπάρχον project που

θεωρούν ότι έχει δυνατότητες για ανάπτυξη και βελτίωση. Το πρόγραμμα αυτό έχει δώσει τη δυνατότητα σε πολλούς εργαζόμενους της εταιρείας να αναπτύξουν καινοτόμες ιδέες και προϊόντα που έχουν συμβάλει στην επιτυχία της. Παραδείγματα επιτυχημένων προϊόντων που έχουν προκύψει από το πρόγραμμα 20% time είναι υπηρεσίες gmail, google news και AdSense.

1.4 Γυναικεία Επιχειρηματικότητα

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη συμμετοχή των γυναικών στη δημιουργία και λειτουργία επιχειρήσεων. Παρότι οι γυναίκες αντιμετωπίζουν ακόμα δυσκολίες και προκαταλήψεις όσον αφορά τη συμμετοχή τους στον τομέα της επιχειρηματικότητας, έχουν παίξει έναν ολοένα και πιο σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της οικονομίας και της κοινωνίας (Κρητικίδης, Γ., 2004).

Οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν δείξει να είναι πολύ δημιουργικές και καινοτόμες, και έχουν δημιουργήσει επιχειρήσεις σε πολλούς διαφορετικούς τομείς. Ωστόσο, εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν προκαταλήψεις και δυσκολίες όσον αφορά την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, την απόκτηση πρόσβασης σε νέες αγορές και την απόκτηση δικτύων σχέσεων. Για παράδειγμα, πολλές είναι οι τράπεζες όπου δεν επιδοτούν επιχειρήσεις οι οποίες ανήκουν σε γυναίκες, αυτό έχει σαν αποτέλεσμα οι γυναίκες επιχειρηματίες να δυσκολεύονται να αναπτύξουν ή ακόμα και να επεκτείνουν την εταιρία τους. Ακόμα, παρατηρείται ότι σε επιχειρηματικές εκδηλώσεις και συνέδρια κυριαρχούνται συνήθως από άνδρες, γεγονός που δυσκολεύει τις γυναίκες να χτίσουν τις σχέσεις που χρειάζονται για να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους. Πρόσφατες έρευνες έχουν δείξει ότι η προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας μπορεί να έχει σημαντικό αντίκτυπο στην οικονομική ανάπτυξη και τη μείωση των ανισοτήτων. Δεν μπορούμε να μην αναφέρουμε και την δημιουργία προτύπων που δημιουργεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα στις νέες γενιές. Οι επιτυχημένες γυναίκες επιχειρηματίες λειτουργούν ως πρότυπα για τις μελλοντικές γενιές γυναικών, εμπνέοντας τις να επιδιώξουν τους δικούς τους επιχειρηματικούς στόχους (Σαρρή Α. & Τριχοπούλου Α., 2012).

Συμπερασματικά, η γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει και πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Ενώ οι γυναίκες επιχειρηματίες συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη, την καινοτομία και την ενδυνάμωση, αντιμετωπίζουν επίσης προκλήσεις όπως περιορισμένη πρόσβαση στη χρηματοδότηση, μεροληψία φύλου και θέματα ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής. Για να ξεπεραστούν αυτές οι προκλήσεις, είναι σημαντικό να προωθηθούν οι ίσες ευκαιρίες για τις γυναίκες στην επιχειρηματικότητα και να παρέχουν υποστήριξη όπως χρηματοδότηση, καθοδήγηση και ευκαιρίες δικτύωσης (Κρητικίδης, Γ., 2004).

Ένα έμπρακτο παράδειγμα μιας επιτυχημένης γυναίκας επιχειρηματία είναι η [Sara Blakely](#), ιδρυτής και CEO της [Spanx](#), μιας εταιρείας που παράγει εσώρουχα και ενδύματα συμπίεσης. Η Sara Blakely ξεκίνησε την εταιρεία της το 2000 με μόλις 5000 \$ και ένα όραμα να δημιουργήσει ένα εσώρουχο που θα ήταν άνετο, αλλά και θα συμπιέζει τις κοιλιακές

περιοχές. Αρχικά, προσπάθησε να πουλήσει την ιδέα της σε μεγάλες εταιρείες ρούχων, αλλά όλοι της είπαν ότι η ιδέα της ήταν ανέφικτη. Αντί να το βάλει κάτω η Blakely αποφάσισε να ξεκινήσει τη δική της εταιρεία και να παράγει τα εσώρουχά της με μόνο έναν κατασκευαστή. Μετά από πολλές δοκιμές και αλλαγές στο προϊόν της, κατάφερε να δημιουργήσει ένα σιλάτο και άνετο εσώρουχο που άμεσα έγινε αγαπητό από τους καταναλωτές. Σήμερα, η Spanx έχει γίνει μια επιτυχημένη εταιρεία με πολλά προϊόντα που πωλούνται σε όλο τον κόσμο, με την Blakely να είναι μία από τις πλουσιότερες γυναίκες επιχειρηματίες.

1.5 Ηλεκτρονική/ψηφιακή Επιχειρηματικότητα

Η ψηφιακή επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη χρήση της τεχνολογίας για τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (Κωνσταντέλου Α., 2013). Η ψηφιακή επιχειρηματικότητα επιτρέπει στις επιχειρήσεις να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες των ψηφιακών τεχνολογιών για να αυξήσουν την παραγωγικότητα, να μειώσουν το κόστος και να δημιουργήσουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες. Η συγκεκριμένη μορφή επιχειρηματικότητας έχει αλλάξει τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων. Η διαδικτυακή παρουσία είναι πλέον απαραίτητη για κάθε επιχείρηση, καθώς οι καταναλωτές αναζητούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους στο διαδίκτυο. Κατά την περίοδο του covid η ψηφιακή επιχειρηματικότητα άνθισε παγκοσμίως, αφού εξαιτίας των περιορισμών μετακίνησης οι αγορές ήταν υποχρεωτικό να γίνονται χωρίς την φυσική μας επίσκεψη στα καταστήματα. Οι επιχειρήσεις χωρίς ισχυρή διαδικτυακή παρουσία κινδυνεύουν να μείνουν πίσω από τους ανταγωνιστές τους.

Επιπλέον, η ψηφιακή επιχειρηματικότητα έχει δημιουργήσει νέες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις να επικοινωνούν με τους πελάτες. Για παράδειγμα, οι πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης όπως το [facebook](#), το [twitter](#) και το [instagram](#) παρέχουν στις επιχειρήσεις μια άμεση γραμμή επικοινωνίας με τους πελάτες τους. Μέσω αυτών των πλατφορμών, οι επιχειρήσεις μπορούν να αλληλοεπιδράσουν με τους πελάτες, να ανταποκριθούν στα σχόλια και να δημιουργήσουν αφοσίωση στην επωνυμία.

Παράλληλα, οδηγεί στην ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών μοντέλων. Πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου όπως το amazon και το [ebay](#) έχουν φέρει επανάσταση στον κλάδο του λιανικού εμπορίου παρέχοντας στους καταναλωτές την ευκολία να ψωνίσουν από την άνεση του σπιτιού τους ό,τι μπορεί να χρειάζονται απλά και μόνο με την επίσκεψη τους στο site.

Ραγδαία εξέλιξη ωστόσο εμφανίζουν και τα επιχειρηματικά μοντέλα που βασίζονται σε συνδρομές, όπως η εταιρεία [Netflix](#) (κινηματογραφικό περιεχόμενο) και το [Spotify](#) (μουσικό περιεχόμενο) που προσφέρουν στους καταναλωτές πρόσβαση σε περιεχόμενο έναντι μηνιαίας χρέωσης.

Η άνοδος της ψηφιακής επιχειρηματικότητας έχει επίσης δημιουργήσει νέες ευκαιρίες σταδιοδρομίας. Η αυξανόμενη ζήτηση για ψηφιακές δεξιότητες έχει δημιουργήσει την ανάγκη για επαγγελματίες που είναι ειδικευμένοι σε τομείς όπως το ψηφιακό μάρκετινγκ, η ανάλυση δεδομένων και η ανάπτυξη ιστού (Bailette, T., 2012).

Παρά τα πολλά οφέλη της ψηφιακής επιχειρηματικότητας, υπάρχουν επίσης προκλήσεις τις οποίες πρέπει να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις (Bailetti, T., 2012). Ο γρήγορος ρυθμός της τεχνολογικής αλλαγής σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι ευέλικτες και προσβάσιμες για να συμβαδίζουν. Οι απειλές για την ασφάλεια στον κυβερνοχώρο αποτελούν επίσης σημαντική ανησυχία για τις επιχειρήσεις, καθώς οι παραβιάσεις δεδομένων μπορεί να είναι δαπανηρές και επιζήμιες για τη φήμη μιας εταιρείας. Παράλληλα η ψηφιακή επιχειρηματικότητα έχει προκαλέσει ανησυχίες σχετικά με τον αντίκτυπο της αυτοματοποίησης στην απασχόληση. Καθώς στις επιχειρήσεις που αυτοματοποιούν περισσότερες εργασίες, ενδέχεται ο κίνδυνος να χαθούν θέσεις εργασίας. Ωστόσο ορισμένοι υποστηρίζουν ότι η αυτοματοποίηση θα δημιουργήσει επίσης νέες ευκαιρίες εργασίας σε τομείς όπως η ρομποτική και η τεχνική νοημοσύνη.

Ένα από τα πλεονεκτήματα της ψηφιακής επιχειρηματικότητας είναι το χαμηλό κόστος (Bailetti, T., 2012). Πιο συγκεκριμένα, απαιτείται συχνά λιγότερο κεφάλαιο για να ξεκινήσει μια ψηφιακή επιχείρηση σε σύγκριση με τις παραδοσιακές επιχειρήσεις αφού δεν χρειάζεται να επενδυθεί κεφάλαιο σε φυσικό χώρο ή απόθεμα. Επιπροσθέτως, η ευελιξία που παρέχει επιτρέπει στους ιδιοκτήτες ψηφιακών επιχειρήσεων να εργάζονται από οπουδήποτε ανά πάσα ώρα και στιγμή. Αυτό παρέχει μεγαλύτερη ευελιξία και ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής για τους επιχειρηματίες-υπαλλήλους. Ακόμα οι ψηφιακές επιχειρήσεις μπορούν να κλιμακωθούν γρήγορα και εύκολα χωρίς τους περιορισμούς της φυσικής υποδομής και αυτό τους επιτρέπει να επεκταθούν γρήγορα και να φτάσουν σε νέες αγορές εκτός συνόρων.

Στο σημείο αυτό πρέπει να παραθέσουμε και μερικά από τα μειονεκτήματα που παρουσιάζει ωστόσο η συγκεκριμένη μορφή επιχειρηματικότητας. Αρχικά υπάρχει μεγάλη εξάρτηση από την τεχνολογία (Bailetti, T., 2012). Η ψηφιακή επιχειρηματικότητα απαιτεί υψηλό επίπεδο τεχνολογικής επάρκειας. Οι επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν τις απαραίτητες δεξιότητες και τις υποδομές μπορεί να δυσκολευτούν να επιτύχουν στον ψηφιακό χώρο. Ωστόσο οι δυνητικοί πελάτες θα πρέπει και αυτοί να είναι εξοικειωμένοι με την τεχνολογία, κάτι που στις ημέρες μας αυτό το συναντάμε μόνο στους νέους μεταξύ 18 έως 35. Για παράδειγμα, ένας ηλικιωμένος θα δυσκολευτεί πολύ να κάνει χρήση μιας ψηφιακής επιχείρησης για να αγοράσει ένα προϊόν που ίσως να τον ενδιαφέρει λόγω της μη εξοικείωσης του με την τεχνολογία. Επιπλέον, στην ψηφιακή επιχειρηματικότητα, ο ανταγωνισμός είναι πολύ έντονος γιατί έχουν μειωθεί τα εμπόδια εισόδου. Οι επιχειρήσεις πρέπει συνεχώς να καινοτομούν και να προσαρμόζονται τόσο στην τεχνολογία όσο και εξωτερικούς κινδύνους για να παραμένουν μπροστά από τον ανταγωνισμό.

Ένα παράδειγμα ψηφιακής εταιρείας είναι η [Airbnb](https://www.airbnb.com/). Η Airbnb είναι μια διαδικτυακή πλατφόρμα που συνδέει ταξιδιώτες με ιδιοκτήτες ακινήτων που επιθυμούν να ενοικιάσουν τα ακίνητά τους σε καθημερινή βάση. Η εταιρία ιδρύθηκε το 2008 και απέκτησε αμέσως μεγάλη δημοτικότητα, καθώς παρέχει μια εύκολη και αποτελεσματική λύση για ταξιδιώτες που αναζητούν προσιτά και προσωπικά καταλύματα σε διάφορες περιοχές του κόσμου. Μέσω της πλατφόρμας οι ιδιοκτήτες μπορούν να προβάλλουν τα ακίνητά τους και να επικοινωνούν με τους πελάτες τους για την κράτηση και την διαχείριση τους. Παράλληλα, η Airbnb παρέχει στους ιδιοκτήτες και στους πελάτες της αξιόπιστα συστήματα αξιολόγησης και κριτικής, για να βοηθήσει στη διασφάλιση ενός ασφαλούς και επαγγελματικού

περιβάλλοντος. Η Airbnb αναδείχθηκε σε μία από τις πιο επιτυχημένες ψηφιακές εταιρείες, με εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες σε περισσότερες από 190 χώρες.

1.6 Πράσινη/βιώσιμη Επιχειρηματικότητα

Η πράσινη επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη διαδικασία δημιουργίας και ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων που δίνουν προτεραιότητα στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα (Smith, B.R., & Stevens, C.E., 2010). Αυτός ο τύπος επιχειρηματικότητας γίνεται όλο και πιο σημαντικό στο σημερινό κόσμο, καθώς τα άτομα και οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν την ανάγκη να μειώσουν τις επιπτώσεις τους στο περιβάλλον. Η συστηματική και αδιάκοπη χρήση των φυσικών πόρων σε παγκόσμιο επίπεδο ενδέχεται να οδηγήσει στον περιορισμό και την εξάντληση των αποθεμάτων τους κάτι που περιορίζει σημαντικά τη βιώσιμη ανάπτυξη και εξέλιξη των επιχειρήσεων. Για αυτό και κρίνεται απαραίτητη η υιοθέτηση και υλοποίηση μιας περιβαλλοντικής πολιτικής στους κόλπους της ίδιας της επιχείρησης που έχει γνώμονα αυτή την παράμετρο ενσωματώνοντάς την στην παραγωγική της διαδικασία.

Πράσινη χαρακτηρίζεται όχι μόνο η επιχειρηματική δραστηριότητα που θέτει στόχους που σχετίζονται με την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, αλλά και μια υφιστάμενη επιχείρηση που επιδεικνύει περιβαλλοντική υπευθυνότητα και ευαισθησία σε βάθος χρόνου και συγκριτικά με τους ανταγωνιστές της (Κωνσταντέλου Α., 2013). Μερικά από τα χαρακτηριστικά της πράσινης επιχειρηματικότητας είναι η δημιουργία επιχειρήσεων που δίνουν προτεραιότητα στη βιωσιμότητα σε όλες τις πτυχές των λειτουργιών τους. Αυτό περιλαμβάνει τη χρήση φιλικών προς το περιβάλλον υλικών, τη μείωση των απορριμμάτων και την κατανάλωση ενέργειας και την ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των προϊόντων ή των επίσημων υπηρεσιών τους. Οι πράσινοι επιχειρηματίες συχνά δημιουργούν καινοτόμες λύσεις σε περιβαλλοντικές προκλήσεις, όπως η ανάπτυξη ανανεώσιμων πηγών ενέργειας ή η δημιουργία βιώσιμων συστημάτων τροφίμων.

Ακόμα η πράσινη επιχειρηματικότητα συχνά καθοδηγείται από ένα αίσθημα κοινωνικής ευθύνης (Σαρρή Κ. & Τριχοπούλου Α., 2018).. Οι πράσινοι επιχειρηματίες δηλαδή αναγνωρίζουν την σημασία της προστασίας του περιβάλλοντος και της διατήρησης των φυσικών πόρων για τις μελλοντικές γενιές. Υποκινούνται από την επιθυμία να δημιουργήσουν επιχειρήσεις που έχουν θετικό αντίκτυπο στον κόσμο ακόμα αντί να μεγιστοποιούν απλώς τα κέρδη τους. Αποτελεί αξιοσημείωτο αναφοράς, η κουλτούρα καινοτομίας και συνεργασίας που αναπτύσσεται στα πλαίσια της πράσινης επιχειρηματικότητας. Οι πράσινοι επιχειρηματίες συχνά συνεργάζονται με άλλες επιχειρήσεις, μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και κρατικούς φορείς για τη δημιουργία βιώσιμων λύσεων. Ακόμα, αναζητούν συνεχώς νέους και καινοτόμους τρόπους για να μειώσουν τις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις και να βελτιώσουν τη βιωσιμότητα τους.

Τα οφέλη που προκύπτουν από την υιοθέτηση πράσινης επιχειρηματικότητας ή διαφορετικά μιας πράσινης κουλτούρας από τις επιχειρήσεις είναι πολλά (Smith, B.R., & Stevens, C.E., 2010). Επιτρέπει λοιπόν σε πολλά άτομα και επιχειρήσεις να μειώσουν το αντίκτυπό τους στο περιβάλλον, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε ένα πιο βιώσιμο μέλλον για όλους. Επιπλέον

η πράσινη επιχειρηματικότητα μπορεί να δημιουργήσει νέες ευκαιρίες απασχόλησης και να τονώσει την οικονομική ανάπτυξη στον πράσινο τομέα.

Ωστόσο οι επιχειρήσεις που δίνουν προτεραιότητα στην βιωσιμότητα προσελκύουν συχνά πελάτες με περιβαλλοντική συνείδηση που είναι πρόθυμοι να πληρώσουν ένα ασφάλιστρο για φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες.

Πέρα από τα αρκετά θετικά πρόσημα που παρέχει η πράσινη επιχειρηματικότητα υπάρχουν ωστόσο και προκλήσεις που σχετίζονται με αυτή (Σαρρή Κ. & Τριχοπούλου Α., 2018). Μπορεί να είναι δύσκολο να δημιουργηθεί δηλαδή ένα βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο που να είναι ταυτόχρονα κερδοφόρο και φιλικό προς το περιβάλλον. Επιπλέον, μπορεί να υπάρχουν ρυθμιστικά εμπόδια ή πολιτιστικοί κανόνες που να δυσκολεύουν την επιτυχία των πράσινων επιχειρηματιών. Τέλος, μπορεί να υπάρχει έλλειψη πρόσβασης σε χρηματοδότηση και πόρους, ειδικά για μικρές επιχειρήσεις ή νεοφυείς επιχειρήσεις.

Ένα παράδειγμα επιτυχημένου πράσινου επιχειρηματία είναι ο Έλον Μασκ, ο ιδρυτής της [Tesla](#) και της [SpaceX](#). Ο Μασκ είναι γνωστός για τη δέσμευσή του στη βιωσιμότητα και την πεποίθησή του ότι η τεχνολογία μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία ενός καλύτερου κόσμου. Η Tesla, η εταιρεία ηλεκτρικών αυτοκινήτων, έχει φέρει επανάσταση στην αυτοκινητοβιομηχανία δημιουργώντας υψηλής ποιότητας, φιλικά προς το περιβάλλον οχήματα που είναι προσβάσιμα σε ένα ευρύτερο κοινό. Η SpaceX, η εταιρεία εξερεύνησης του διαστήματος, δεσμεύεται επίσης για τη βιωσιμότητα αναπτύσσοντας επαναχρησιμοποιούμενους πυραύλους που μπορούν να μειώσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των διαστημικών ταξιδιών.

Η πράσινη επιχειρηματικότητα λοιπόν είναι ένα ισχυρό εργαλείο για τη δημιουργία επιχειρήσεων που δίνουν προτεραιότητα στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Δημιουργώντας βιώσιμες λύσεις στις περιβαλλοντικές προκλήσεις, οι πράσινοι επιχειρηματίες μπορούν να μειώσουν τον αντίκτυπό τους στο περιβάλλον, να δημιουργήσουν νέες ευκαιρίες εργασίας και να τονώσουν την οικονομική ανάπτυξη στον πράσινο τομέα.

Ωστόσο, υπάρχουν επίσης προκλήσεις που σχετίζονται με την πράσινη επιχειρηματικότητα, όπως η δημιουργία ενός βιώσιμου επιχειρηματικού μοντέλου και η πρόσβαση σε χρηματοδότηση και πόρους.

Παρά αυτές τις προκλήσεις, η πράσινη επιχειρηματικότητα γίνεται όλο και πιο σημαντική στο σημερινό κόσμο ακόμα καθώς τα άτομα και οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν την ανάγκη να δοθεί προτεραιότητα στη βιωσιμότητα και να δημιουργήσουν ένα πιο βιώσιμο μέλλον για όλους μας.

1.7 Επιχειρηματικότητα διεθνών ομάδων (ή εθνοτική επιχειρηματικότητα)

Η επιχειρηματικότητα διεθνών ομάδων ή εθνοτική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην ικανότητα ενός εθνοτικού κοινού να δημιουργεί, αναπτύσσει και να διατηρεί επιχειρήσεις σε εθνικό επίπεδο (Deakins και Mark Freel, 2015). Αυτό σημαίνει ότι οι πολίτες της χώρας είναι σε θέση να αναλάβουν την πρωτοβουλία να ιδρύσουν μια επιχείρηση, να αναπτύξουν μια

ιδέα και να την μετατρέψουν σε επιχειρηματική επιχείρηση που θα απασχολεί τους ίδιους και άλλους ανθρώπους. Η εθνοτική επιχειρηματικότητα έχει ιδιαίτερη σημασία για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας, καθώς οι επιχειρήσεις δημιουργούν θέσεις εργασίας, παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες και συνεισφέρουν στην ανάπτυξη της τοπικής και εθνικής οικονομίας. Η ενθάρρυνση της εθνοτικής επιχειρηματικότητας απαιτεί την υποστήριξη της κυβέρνησης μέσω πολιτικών και κανονιστικών πλαισίων που θα διευκολύνουν την ίδρυση και ανάπτυξη των επιχειρήσεων, καθώς και την προώθηση της επιχειρηματικότητας. Η εθνοτική επιχειρηματικότητα έχει μελετηθεί εκτενώς τα τελευταία χρόνια και η έρευνα έχει δείξει ότι υπάρχει μια σειρά παραγόντων που συμβάλλουν στην επιτυχία των εθνοτικών επιχειρηματιών. Αυτοί οι παράγοντες περιλαμβάνουν την πρόσβαση στο κεφάλαιο, τα κοινωνικά δίκτυα, την εκπαίδευση, τις γλωσσικές δεξιότητες και την πολιτιστική γνώση.

Ένας από τους βασικούς παράγοντες για την επιτυχία της εθνοτικής επιχειρηματικότητας είναι η πρόσβαση στο κεφάλαιο (Deakins και Mark Freel, 2015). Η έναρξη μιας επιχείρησης απαιτεί χρηματοδότηση και οι εθνοτικοί επιχειρηματίες μπορεί να αντιμετωπίσουν προκλήσεις όσο αφορά την πρόσβαση σε κεφάλαιο λόγω έλλειψης πιστωτικού ιστορικού ή άλλων παραγόντων. Ωστόσο η έρευνα έχει δείξει ότι οι εθνοτικοί επιχειρηματίες είναι συχνά σε θέση να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση μέσω άτυπων δικτύων, όπως η οικογένεια και οι φίλοι. Ένας άλλος παράγοντας είναι τα κοινωνικά δίκτυα.

Πολλοί επιχειρηματίες βασίζονται στα κοινωνικά τους δίκτυα για να βρουν πελάτες και προμηθευτές, καθώς και για να μάθουν για επιχειρηματικές ευκαιρίες. Αυτά τα δίκτυα μπορεί να είναι ιδιαίτερα πολύτιμα για μετανάστες επιχειρηματίες, οι οποίοι μπορεί να μην είναι εξοικειωμένοι με το τοπικό επιχειρηματικό περιβάλλον. Στη συνέχεια η εκπαίδευση και οι γλωσσικές δεξιότητες είναι επίσης σημαντικοί παράγοντες για την επιτυχία της εθνοτικής επιχειρηματικότητας. Πολλοί επιχειρηματίες με εθνικότητα έχουν υψηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης από το γενικό πληθυσμό και αυτό μπορεί να τους δώσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στον επιχειρηματικό κόσμο.

Τέλος, η πολιτιστική γνώση είναι ένας άλλος σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία της εθνοτικής επιχείρησης (Deakins και Mark Freel, 2015). Οι εθνοτικοί επιχειρηματίες συχνά βασίζονται στην πολιτιστική τους κληρονομιά για να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους και να αναπτύξουν προϊόντα ή υπηρεσίες που απευθύνονται σε συγκεκριμένες εθνοτικές ή πολιτιστικές αγορές.

Για παράδειγμα ένας Κορεάτης επιχειρηματίας μπορεί να ανοίξει ένα εστιατόριο που σερβίρει παραδοσιακά κορεάτικα πιάτα ή ένας Κινέζος επιχειρηματίας μπορεί να αναπτύξει μια σειρά φυτικών θεραπειών με βάση την παραδοσιακή κινέζικη ιατρική. Οι εθνοτικοί επιχειρηματίες μπορεί επίσης να αντιμετωπίσουν και αρκετές προκλήσεις. Αναφορικά, οι διακρίσεις και οι προκαταλήψεις μπορεί να δυσκολέψουν τους επιχειρηματίες με εθνοτική καταγωγή στην πρόσβασή τους σε χρηματοδότηση ή τη σύναψη επιχειρηματικών σχέσεων με προμηθευτές ή πελάτες που δεν ανήκουν σε εθνοτικό επίπεδο. Επιπλέον, οι πολιτισμικές διαφορές μπορούν να δημιουργήσουν παρεξηγήσεις ή φραγμούς στην επικοινωνία μεταξύ εθνοτικών επιχειρηματιών και βασικών επιχειρηματικών δικτύων.

Ένα παράδειγμα επιτυχημένης εθνοτικής επιχειρηματικότητας είναι η ιστορία του παγωτού Ben and Jerry, που ιδρύθηκε από τους Ben Cohen και Jerry Greenfield το 1978. Τόσο ο Ben

όσο και ο Jerry είχαν κοινό πάθος για τη δημιουργία μοναδικών και νόστιμων γεύσεων παγωτού που αντανakλούσαν το δικό τους πολιτιστικό υπόβαθρο και αξίες. Η μοναδική τους προσέγγιση στις επιχειρήσεις και η δέσμευσή τους στην κοινωνική δικαιοσύνη απέκτησαν γρήγορα πιστούς θαυμαστές και οι Ben and Jerry's έγιναν μία από τις πιο επιτυχημένες εταιρείες παγωτού στον κόσμο. Σήμερα, η εταιρεία ανήκει στην Unilever, αλλά συνεχίζει να λειτουργεί με την ίδια δέσμευση για συστατικά υψηλής ποιότητας και κοινωνική ευθύνη που καθιέρωσαν οι Ben and Jerry πριν από περισσότερα από 40 χρόνια. Η επιτυχία του παγωτού Ben and Jerry είναι απόδειξη της δύναμης της εθνικής επιχειρηματικότητας. Βασιζόμενοι στο δικό τους πολιτιστικό υπόβαθρο και αξίες, οι Ben and Jerry μπόρεσαν να δημιουργήσουν μια επιχείρηση που ήταν ταυτόχρονα μοναδική και επιτυχημένη. Έδειξαν ότι μένοντας πιστοί στον εαυτό τους και στις αξίες τους, μπορούσαν να δημιουργήσουν μια πιστή βάση πελατών και να έχουν θετικό αντίκτυπο στην κοινότητά τους.

1.8 Τεχνολογική Επιχειρηματικότητα

Η τεχνολογική επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία δημιουργίας, ανάπτυξης και εμπορευματοποίησης νέων τεχνολογιών (Bailetti, T., 2012). Περιλαμβάνει το συνδυασμό της τεχνολογικής καινοτομίας με την επιχειρηματικότητα, όπου οι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν τη δημιουργικότητα και την επιχειρηματική τους οξυδέρκεια για να εντοπίσουν και να εκμεταλλευτούν ευκαιρίες που προκύπτουν από νέες ή υπάρχουσες τεχνολογίες. Η τεχνολογική επιχειρηματικότητα είναι ζωτικής σημασίας για την οικονομική ανάπτυξη. Οι νέες τεχνολογίες μπορούν να βελτιώσουν την παραγωγικότητα, να αυξήσουν την αποδοτικότητα και να μειώσουν το κόστος, οδηγώντας σε αύξηση της ανταγωνιστικότητας στην παγκόσμια αγορά. Οι επιχειρηματίες που εντοπίζουν και εκμεταλλεύονται ευκαιρίες που προκύπτουν από τις νέες τεχνολογίες μπορούν να δημιουργήσουν νέες επιχειρήσεις, νέα προϊόντα και νέες αγορές, οι οποίες με τη σειρά τους δημιουργούν θέσεις εργασίας και εισόδημα.

Εκτός από τα οικονομικά οφέλη, η τεχνολογική επιχειρηματικότητα μπορεί επίσης να έχει σημαντικό αντίκτυπο στην κοινωνία (Bailetti, T., 2012). Οι νέες τεχνολογίες μπορούν να λύσουν σημαντικά κοινωνικά προβλήματα, να βελτιώσουν τα αποτελέσματα της υγείας και της ποιότητας ζωής. Για παράδειγμα, η ανάπτυξη νέων ιατρικών τεχνολογιών έχει φέρει επανάσταση στην υγειονομική περίθαλψη, οδηγώντας σε καλύτερη διάγνωση, θεραπεία και πρόληψη ασθενειών. Ομοίως, η πρόοδος στις τεχνολογίες ανανεώσιμων πηγών ενέργειας μπορεί να βοηθήσει στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής και στη μείωση της εξάρτησης από ορυκτά καύσιμα.

Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να αναφερθεί πως η τεχνολογική επιχειρηματικότητα είναι στενά συνδεδεμένη με την καινοτομία, η οποία είναι η διαδικασία ανάπτυξης και εφαρμογής νέων ιδεών (Κωνσταντέλου Α., 2013). Η καινοτομία μπορεί να είναι σταδιακή, να περιλαμβάνει μικρές βελτιώσεις σε υπάρχοντα προϊόντα ή διαδικασίες, ή μπορεί να είναι ριζική, που περιλαμβάνει την ανάπτυξη εντελώς νέων τεχνολογιών ή επιχειρηματικών μοντέλων. Οι επιχειρηματίες διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην προώθηση της καινοτομίας εντοπίζοντας ευκαιρίες που προκύπτουν από τις νέες τεχνολογίες και φέρνοντάς τις στην

αγορά. Συχνά αναλαμβάνουν κινδύνους που οι καθιερωμένες οι εταιρείες δεν είναι πρόθυμες να αναλάβουν, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη νέων τεχνολογιών και προϊόντων που διαφορετικά δεν θα υπήρχαν. Οι επιχειρηματίες είναι επίσης σε θέση να κινούνται γρήγορα και να ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς, οι οποίες μπορούν να τους επιτρέψουν να επωφεληθούν από τις αναδυόμενες ευκαιρίες.

Ωστόσο η διαδικασία της τεχνολογικής επιχειρηματικότητας αποτελείται από 4 στάδια (Bailetti, T., 2012). **Η δημιουργία ιδεών**, αποτελεί το πρώτο στάδιο και περιλαμβάνει τον εντοπισμό ευκαιριών που προκύπτουν από νέες ή υπάρχουσες τεχνολογίες. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την ανάπτυξη νέων προϊόντων ή υπηρεσιών, τη βελτίωση των υπάρχοντων προϊόντων ή διαδικασιών ή τον εντοπισμό νέων αγορών ή τμημάτων πελατών. Το δεύτερο βήμα είναι **η ανάπτυξη τεχνολογίας** η οποία περιλαμβάνει τη λήψη της ιδέας και τη μετατροπή της σε βιώσιμη τεχνολογία. Το τρίτο βήμα αποτελείται από **την εμπορευματοποίηση**, η οποία περιλαμβάνει τη διάθεση της τεχνολογίας στην αγορά. Αυτό μπορεί δηλαδή να περιλαμβάνει τον εντοπισμό πιθανών πελατών, την ανάπτυξη στρατηγικής μάρκετινγκ και την εξασφάλιση χρηματοδότησης. Τέταρτο και τελευταίο βήμα είναι **η κλιμάκωση**, η οποία περιλαμβάνει την ανάπτυξη της επιχείρησης με την αύξηση της παραγωγής, την επέκταση σε νέες αγορές και την αύξηση των εσόδων και των κερδών.

Μερικές από τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει η τεχνολογική επιχειρηματικότητα είναι τα ρυθμιστικά εμπόδια που μπορεί να είναι ιδιαίτερα προκλητικά για τους επιχειρηματίες, ειδικά σε κλάδους που υπόκειται σε αυστηρές ρυθμίσεις (Bailetti, T., 2012). Για παράδειγμα τα ιατροτεχνολογικά προϊόντα πρέπει να υποβληθούν σε εκτεταμένες δοκιμές και έγκριση προτού διατεθούν στην αγορά. Αυτό μπορεί να είναι ένα σημαντικό εμπόδιο για τους επιχειρηματίες που ενδέχεται να μην έχουν τους πόρους ή την τεχνογνωσία για να περιηγηθούν στο ρυθμιστικό τοπίο.

Ωστόσο, η έλλειψη πρόσβασης στη χρηματοδότηση μπορεί επίσης να αποτελεί άλλο ένα σημαντικό εμπόδιο για τους επιχειρηματίες. Πολλές νέες τεχνολογίες απαιτούν σημαντικές επενδύσεις για να αναπτυχθούν και να εμπορευματοποιηθούν. Οι επιχειρηματίες μπορεί να δυσκολεύονται να βρουν χρηματοδότηση από παραδοσιακές πηγές, όπως τράπεζες.

Ένα παράδειγμα τεχνολογικής επιχειρηματικότητας είναι η πλατφόρμα κοινής χρήσης [Uber](#). Η Uber έχει αναστατώσει την παραδοσιακή βιομηχανία αξιοποιώντας τη νέα τεχνολογία για να δημιουργήσει ένα πιο αποτελεσματικό και βολικό σύστημα μεταφοράς. Οι ιδρυτές της Uber αναγνώρισαν την ευκαιρία να χρησιμοποιήσουν την πανταχού παρουσία των smartphones και την τεχνολογία GPS για να δημιουργήσουν ένα νέο είδος υπηρεσίας μεταφοράς. Ανέπτυξαν λοιπόν μια εφαρμογή που επιτρέπει στους χρήστες να ζητούν γρήγορα και εύκολα μια βόλτα από έναν κοντινό οδηγό. Η εφαρμογή χειρίζεται επίσης την πληρωμή και παρέχει παρακολούθηση της διαδρομής σε πραγματικό χρόνο, δημιουργώντας φιλική προς το χρήστη εμπειρία. Η επιτυχία της Uber οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην εστίαση της τεχνολογικής καινοτομίας. Έχουν αναπτύξει αλγόριθμους για να ταιριάζουν αποτελεσματικά τους επιβάτες με τους οδηγούς, επιτρέποντάς τους να παρέχουν ταχύτερες και πιο αξιόπιστες υπηρεσίες από τις παραδοσιακές εταιρείες ταξί. Τέλος, έχουν αναπτύξει χαρακτηριστικά όπως η άνοδος της τιμολόγησης, η οποία αυξάνει τις τιμές σε περιόδους υψηλής ζήτησης, για να δώσει κίνητρο σε περισσότερους οδηγούς να έρθουν στην πλατφόρμα, με αποτέλεσμα μικρότερος χρόνος αναμονής για τους επιβάτες. Παρ' όλα αυτά

ακόμα και στην περίπτωση της Uber παρατηρήθηκαν αρκετές προκλήσεις. Συγκεκριμένα, αντιμετώπισαν σημαντικούς ρυθμιστικούς φραγμούς σε πολλές αγορές, καθώς οι παραδοσιακές εταιρείες ταξί και οι κυβερνητικοί φορείς απώθησαν τη νέα τεχνολογία. Επιπλέον είχαν να αντιμετωπίσουν την κριτική από οδηγούς που πίστευαν ότι η εταιρεία δεν παρείχε επαρκή υποστήριξη ή αποζημίωση.

1.9 Συνεργατική/συνεταιριστική Επιχειρηματικότητα

Η συνεταιριστική επιχειρηματικότητα είναι ένα καινοτόμο επιχειρηματικό μοντέλο που γίνεται όλο και πιο δημοφιλές σε όλο τον κόσμο (Kearney, C., Hisrich, R., & Roche, F., 2008). Είναι μια επιχειρηματική δομή που βασίζεται στις αρχές της συνεργασίας, της αλληλοβοήθειας και της δημοκρατικής λήψης αποφάσεων. Σε ένα συνεταιρισμό, τα μέλη κατέχουν και διαχειρίζονται την επιχείρηση και μοιράζονται εξίσου τα κέρδη και τα οφέλη της επιχείρησης.

Η συνεταιριστική επιχειρηματικότητα αποτελείται από 7 βασικές αρχές (Kearney, C., Hisrich, R., & Roche, F., 2008). Η πρώτη είναι η εθελοντική και ανοικτή συμμετοχή. Οι συνεταιρισμοί είναι ανοιχτοί σε οποιονδήποτε είναι πρόθυμος να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες τους και που είναι πρόθυμος να δεχτεί τις ευθύνες του μέλους. Τα μέλη έχουν ίσα δικαιώματα ψήφου, ανεξάρτητα από το ύψος της τις επενδύσεις τους. Η δεύτερη αρχή είναι ο δημοκρατικός έλεγχος δηλαδή η συνεταιρισμοί δικαιούνται με βάση ένα μέλος, μια ψήφο. Τα μέλη εκλέγουν τους εκπροσώπους τους στο διοικητικό συμβούλιο και έχουν λόγο στη διαδικασία λήψης αποφάσεων του συνεταιρισμού. Η τρίτη αρχή είναι η οικονομική συμμετοχή των μελών. Τα μέλη συνεισφέρουν στο κεφάλαιο του συνεταιρισμού και μοιράζονται τα κέρδη και τα οφέλη της επιχείρησης. Η κατανομή των κερδών βασίζεται στο ποσό των εργασιών που γίνονται με το συνεταιρισμό και όχι στο ποσό της επένδυσης. Στη συνέχεια, η τέταρτη αρχή είναι η αυτονομία και ανεξαρτησία. Οι συνεταιρισμοί είναι αυτόνομες οργανώσεις που ελέγχονται από τα μέλη τους. Λειτουργούν δηλαδή σύμφωνα με τις δικές τους αξίες, αρχές και προτεραιότητες και όχι σύμφωνα με τα συμφέροντα εξωτερικών επενδυτών ή μετόχων. Η πέμπτη αρχή είναι η εκπαίδευση, η κατάρτιση και ενημέρωση. Οι συνεταιρισμοί παρέχουν εκπαίδευση και κατάρτιση στα μέλη τους, τους υπαλλήλους τους και την κοινότητα ολόκληρη. Παρέχουν επίσης πληροφορίες σχετικά με τις λειτουργίες, τα οικονομικά και τις επιδόσεις τους. Η έκτη αρχή είναι η συνεργασία μεταξύ των συνεταιρισμών με άλλα λόγια οι συνεταιρισμοί συνεργάζονται για να προωθήσουν την ανάπτυξη του συνεταιριστικού κινήματος και να παρέχουν αμοιβαία υποστήριξη και βοήθεια. Τέλος, η έβδομη αρχή είναι το ενδιαφέρον για την κοινότητα. Οι συνεταιρισμοί δεσμεύονται να προάγουν την ευημερία των μελών τους και της ευρύτερης κοινότητας. Συμμετέχουν σε δραστηριότητες που προάγουν την κοινωνική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα και υποστηρίζουν την τοπική οικονομική ανάπτυξη.

Ένα από τα πλεονεκτήματα της συνεταιριστικής επιχειρηματικότητας είναι ότι μπορεί να προωθήσει τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο (Kearney, C., Hisrich, R., & Roche, F., 2008). Οι συνεταιρισμοί μπορούν να δώσουν προτεραιότητα στους κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους έναντι των κερδών και να χρησιμοποιήσουν τους πόρους και την

επιρροή τους για να υποστηρίξουν τα μέλη και τις κοινότητές τους. Για παράδειγμα, οι οικιστικοί συνεταιρισμοί μπορούν να παρέχουν οικονομικά προσιτή στέγαση σε οικογένειες με χαμηλό εισόδημα, ενώ παράλληλα προωθούν βιώσιμες πρακτικές δόμησης. Οι συνεταιρισμοί ανανεώσιμων πηγών ενέργειας μπορούν να επενδύσουν σε υποδομές καθαρής ενέργειας, μειώνοντας τις εκπομπές άνθρακα και προωθώντας την τοπική ενεργειακή ανεξαρτησία. Οι καταναλωτικοί συνεταιρισμοί μπορούν να προωθήσουν το δίκαιο εμπόριο και την ηθική προμήθεια, υποστηρίζοντας τους παραγωγούς μικρής κλίμακας και μειώνοντας την εκμετάλλευση των εργαζομένων και του περιβάλλοντος. Ένα ακόμα όφελος της συνεταιριστικής επιχειρηματικότητας είναι ότι μπορεί να προσφέρει ένα μονοπάτι για οικονομική ενδυνάμωση και αυτοδιάθεση για τις περιθωριοποιημένες ομάδες. Για παράδειγμα, οι συνεταιρισμοί εργαζομένων μπορούν να δώσουν στους εργαζόμενους μεγαλύτερο έλεγχο επί της εργασίας και των μισθών τους, ενώ παράλληλα δημιουργούν ένα πιο δημοκρατικό και συμμετοχικό χώρο εργασίας. Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί τώρα μπορούν με τον τρόπο τους να βοηθήσουν τους αγρότες μικρής κλίμακας και να αποκτήσουν πρόσβαση σε αγορές και πόρους στους οποίους δεν θα μπορούσαν να έχουν πρόσβαση από μόνοι τους. Τέλος οι καταναλωτικοί συνεταιρισμοί μπορούν να δώσουν στους καταναλωτές μεγαλύτερο έλεγχο στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που χρησιμοποιούν, ενώ παράλληλα προωθούν βιώσιμες και ηθικές επιχειρηματικές πρακτικές.

Ακόμα και σε αυτή την μορφή επιχειρηματικότητας συναντάμε αρκετά μειονεκτήματα όπως είναι το υψηλό επίπεδο συνεργασίας και εμπιστοσύνης μεταξύ των μελών που απαιτείται και κατά συνέπεια δυσκολεύει την όλη λειτουργία της (Kearney, C., Hisrich, R., & Roche, F., 2008). Η συνεργατική λήψη αποφάσεων μπορεί να είναι χρονοβόρα και απαιτεί αποτελεσματικές δεξιότητες επικοινωνίας και επίλυσης συγκρούσεων. Επιπλέον, οι συνεταιρισμοί μπορεί να αντιμετωπίσουν προκλήσεις όσον αφορά την πρόσβαση σε χρηματοδότηση και πόρους, καθώς τα παραδοσιακά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα μπορεί να μην είναι εξοικειωμένα με το συνεταιριστικό μοντέλο ή μπορεί να διστάζουν να επενδύσουν σε μη κερδοφόρες επιχειρήσεις. Ένα ακόμα μειονέκτημα αποτελεί η δυσκολία της συνεταιριστικής επιχειρηματικότητας να κλιμακωθεί και να ανταγωνιστεί τις παραδοσιακές επιχειρήσεις. Οι συνεταιριστικές επιχειρήσεις ενδέχεται να μην έχουν την ίδια πρόσβαση σε οικονομίες κλίμακας ή κανάλια μάρκετινγκ και διανομής με τις μεγαλύτερες εταιρείες. Αυτό μπορεί να περιορίσει την ικανότητά τους να αναπτύσσονται και να επεκτείνονται και μπορεί να δυσκολέψει τον ανταγωνισμό σε τιμή ή ποιότητα. Ωστόσο, ορισμένες συνεταιριστικές επιχειρήσεις έχουν βρει τρόπους να ξεπεράσουν αυτές τις προκλήσεις συνεργαζόμενοι με άλλους συνεταιρισμούς ή σχηματίζοντας δίκτυα και συμμαχίες.

Ένα επιτυχημένο παράδειγμα συνεταιριστικής συμμαχίας είναι η [Mondragon Corporation](#), η οποία είναι μια ομοσπονδία εργατικών συνεταιρισμών με έδρα τη χώρα των Βάσκων της Ισπανίας. Η Mondragon Corporation ιδρύθηκε το 1956 και έχει εξελιχθεί σε έναν από τους μεγαλύτερους και πιο επιτυχημένους συνεταιρισμούς στον κόσμο. Η Mondragon αποτελείται από περισσότερες από 250 εταιρείες που ανήκουν και διοικούνται από τους υπαλλήλους τους. Ο συνεταιρισμός απασχολεί περισσότερα από 80.000 άτομα και έχει ετήσια έσοδα άνω των 12 δισεκατομμυρίων ευρώ. Οι εταιρείες εντός του συνεταιρισμού δραστηριοποιούνται σε ένα ευρύ φάσμα βιομηχανιών, συμπεριλαμβανομένης της μεταποίησης, των χρηματοοικονομικών, της εκπαίδευσης και του λιανικού εμπορίου. Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της Mondragon είναι η δέσμευσή της στη δημοκρατική λήψη αποφάσεων.

Κάθε εταιρεία εντός του συνεταιρισμού διοικείται από ένα συμβούλιο εργαζομένων, το οποίο είναι υπεύθυνο για τη λήψη σημαντικών αποφάσεων σχετικά με την κατεύθυνση και τη στρατηγική της εταιρείας. Τα συμβούλια εκλέγονται από τους εργαζόμενους και λειτουργούν με βάση ένα μέλος, μια ψήφος. Συνολικά, η Mondragon Corporation χρησιμεύει ως ισχυρό παράδειγμα του πώς οι συνεταιρισμοί μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση της οικονομικής δημοκρατίας, της κοινωνικής ευθύνης και της βιώσιμης ανάπτυξης. Ενδυναμώνοντας τους εργαζόμενους να κατέχουν και να διαχειρίζονται τις δικές τους επιχειρήσεις, η Mondragon έχει δημιουργήσει ένα τεράστιο δίκτυο εταιρειών που ωφελεί τόσο τα μέλη της όσο και την ευρύτερη κοινωνία.

1.10 Ακαδημαϊκή Επιχειρηματικότητα

Η ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία δημιουργίας νέων επιχειρήσεων εισαγωγής καινοτόμων προϊόντων ή υπηρεσιών στην αγορά μέσω της μόχλευσης της πνευματικής ιδιοκτησίας και της έρευνας που παράγεται σε ακαδημαϊκά ιδρύματα (Hallam, C. et al., 2017). Περιλαμβάνει την εμπορευματοποίηση της ακαδημαϊκής έρευνας, τη μεταφορά τεχνολογίας και την ανάπτυξη νέων εγχειρημάτων από ακαδημαϊκούς φοιτητές και αποφοίτους.

Η ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα έχει αποκτήσει εξέχουσα θέση τα τελευταία χρόνια καθώς τα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά ιδρύματα επιδιώκουν να προωθήσουν την καινοτομία και την οικονομική ανάπτυξη. Αντιπροσωπεύει μια μοναδική ευκαιρία για τους ακαδημαϊκούς να μεταφέρουν την έρευνά τους σε πρακτικές εφαρμογές, να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας και να συμβάλουν στην οικονομική ανάπτυξη. Μερικά από τα πλεονεκτήματα της ακαδημαϊκής επιχειρηματικότητας είναι η πρόσβαση στην πνευματική ιδιοκτησία. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει κατοχυρωμένες τεχνολογίες, ιδιόκτητο λογισμικό και άλλες μορφές πνευματικής ιδιοκτησίας που μπορούν να αξιοποιηθούν για τη δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών (Hallam, C. et al., 2017).

Ένα άλλο πλεονέκτημα είναι η πρόσβαση στη χρηματοδότηση (Hallam, C. et al., 2017). Οι ακαδημαϊκοί επιχειρηματίες μπορεί να έχουν πρόσβαση σε χρηματοδότηση από διάφορες πηγές, συμπεριλαμβανομένων κρατικών επιχορηγήσεων, εταιρειών επιχειρηματικού κεφαλαίου και ιδιωτικών επενδυτών. Αυτή η χρηματοδότηση μπορεί να είναι κρίσιμη για να βοηθήσει στην έναρξη νέων εγχειρημάτων και στην κυκλοφορία καινοτόμων προϊόντων στην αγορά. Επιπλέον οι ακαδημαϊκοί επιχειρηματίες μπορεί να έχουν πρόσβαση σε ένα δίκτυο ειδικών στον τομέα τους, συμπεριλαμβανομένων άλλων ερευνητών, μελών ΔΕΠ και φοιτητών. Αυτό μπορεί να προσφέρει ευκαιρίες για συνεργασία, καθοδήγηση και ανταλλαγή γνώσεων που μπορούν να βοηθήσουν στην επιτάχυνση της ανάπτυξης νέων εγχειρημάτων. Τέλος η ακαδημαϊκή φήμη μπορεί να προσδώσει αξιοπιστία και νομιμότητα στις επιχειρήσεις τους.

Αντιθέτως, μερικά από τα μειονεκτήματα της ακαδημαϊκής επιχειρηματικότητας αποτελούν οι χρονικοί περιορισμοί, τα πολύπλοκα νομικά και κανονιστικά περιβάλλοντα καθώς και η έλλειψη επιχειρηματικής τεχνογνωσίας (Hallam, C. et al., 2017).

Όσον αφορά τους χρονικούς περιορισμούς οι ακαδημαϊκοί ερευνητές ενδέχεται να αντιμετωπίσουν χρονικούς περιορισμούς λόγω των δεσμεύσεών τους στη διαδικασία και την έρευνα, γεγονός που μπορεί να δυσχεραίνει τον απαραίτητο χρόνο και τους πόρους σε επιχειρηματικά εγχειρήματα. Στη συνέχεια, όσον αφορά τα πολύπλοκα νομικά και κανονιστικά περιβάλλοντα, οι ακαδημαϊκοί επιχειρηματίες ενδέχεται να αντιμετωπίσουν περίπλοκα νομικά και ρυθμιστικά περιβάλλοντα όταν επιδιώκουν να εμπορευματοποιήσουν την έρευνά τους. Τέλος οι ακαδημαϊκοί ερευνητές, μπορεί να μην έχουν την απαραίτητη επιχειρηματική τεχνογνωσία για την επιτυχή έναρξη και λειτουργία μιας νέας επιχείρησης. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει δεξιότητες όπως το μάρκετινγκ, γι' αυτό και μιλάμε για έλλειψη επιχειρηματικής τεχνογνωσίας (Hallam, C. et al., 2017).

Ένα παράδειγμα ακαδημαϊκής επιχειρηματικότητας είναι η εταιρεία βιοτεχνολογίας [Moderna](#). Η Moderna ιδρύθηκε το 2010 από μια ομάδα ακαδημαϊκών από το πανεπιστήμιο του Χάρβαρντ και το MIT που ενδιαφέρθηκαν να αναπτύξουν ένα είδος τεχνολογίας εμβολίων. Κατάφεραν να χρησιμοποιήσουν την τεχνογνωσία τους στο αγγελιοφόρο RNA(Mrna) για να δημιουργήσουν ένα είδος εμβολίου που θα μπορούσε να παραχθεί γρήγορα και να προσαρμοστεί εύκολα για να θεραπεύσουν συγκεκριμένες ασθένειες. Η επιτυχία της εταιρείας οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην ικανότητά τους να αξιοποιούν την ακαδημαϊκή έρευνα και την τεχνογνωσία τους για να δημιουργήσουν ένα εξαιρετικά καινοτόμο προϊόν. Κατάφεραν να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση από εταιρείες επιχειρηματικού κεφαλαίου και φαρμακευτικές εταιρείες και έκτοτε ανέπτυξαν μια σειρά από πιθανά προϊόντα που θα μπορούσαν να φέρουν επανάσταση στον τομέα της ιατρικής. Η Moderna ήρθε αντιμέτωπη με αρκετά περίπλοκα νομικά και ρυθμιστικά περιβάλλοντα για να προστατεύσει την πνευματική της ιδιοκτησία και να εξασφαλίσει χρηματοδότηση και να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό από καθιερωμένους επιχειρηματίες στην φαρμακευτική βιομηχανία. Ωστόσο κατά την περίοδο του κορονοϊού η Moderna έφερε την καινοτομία με νέα προϊόντα στην αγορά, όπως το εμβόλιο κατά του covid -19.

1.11 Επιχειρηματικότητα Ανάγκης

Η επιχειρηματικότητα ανάγκης αναφέρεται στη δημιουργία μιας επιχείρησης από ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων λόγω οικονομικής ανάγκης, εξαναγκαστικά ή επείγουσας ανάγκης, και όχι από επιλογή ή πάθος για τη δημιουργία μιας επιχείρησης (Κωνσταντέλου Α., 2013). Συνήθως, οι άνθρωποι που επιλέγουν την επιχειρηματικότητα ανάγκης το κάνουν επειδή δεν έχουν άλλη επιλογή για τη δημιουργία εισοδήματος, όπως οι άνεργοι ή μετανάστες, ή επειδή αναγκάζονται να αντιμετωπίσουν ένα άμεσο οικονομικό πρόβλημα, όπως η απώλεια της δουλειάς ή οικονομική κρίση.

Η ανάγκης μπορεί να είναι μια ευκαιρία για τους επιχειρηματίες να βγουν από τη φτώχεια και να εξασφαλίσουν την επιβίωσή τους, αλλά συνήθως είναι πιο επιρρεπή σε αποτυχία σε σχέση με την επιχειρηματικότητα που γίνεται από επιλογή και πάθος. Τα βασικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας ανάγκης είναι ότι συχνά καθοδηγείται από άμεση οικονομική ανάγκη (Andersen, L. L., et al., 2016).

Τα άτομα που ασχολούνται με αυτό το είδος επιχειρηματικότητας συχνά παρακινούνται από την έλλειψη εναλλακτικών ευκαιριών απασχόλησης, όπως εκείνα που έχουν απολυθεί από προηγούμενη εργασία ή δεν μπορούν να εξασφαλίσουν εργασία λόγω έλλειψης εκπαίδευσης ή κατάρτισης (Bailetti, T., 2012).

Σε πολλές περιπτώσεις, οι επιχειρηματίες αναγκαιότητας μπορεί επίσης να παρακινούνται από την επιθυμία να ξεφύγουν από τη φτώχεια ή τις οικονομικές δυσκολίες και μπορεί να βλέπουν την επιχειρηματικότητα ως έναν τρόπο βελτίωσης των οικονομικών τους προοπτικών. Ένα από τα πλεονεκτήματα της επιχειρηματικότητας της ανάγκης είναι πως οι επιχειρηματίες μπορεί να είναι πιο πρόθυμοι να αναλάβουν ρίσκα και να δοκιμάσουν νέες προσεγγίσεις στις επιχειρήσεις, καθώς έχουν λιγότερους πόρους και μπορεί να είναι πιο πρόθυμοι να πειραματιστούν προκειμένου να βρουν ένα επιτυχημένο επιχειρηματικό μοντέλο. Επίσης, η επιχειρηματικότητα της ανάγκης εμφανίζεται συχνά σε κοινότητες που αντιμετωπίζουν οικονομικές δυσκολίες ή άλλες προκλήσεις. Μπορεί να περιλαμβάνει αγροτικές ή αστικές περιοχές με υψηλά επίπεδα φτώχειας ή ανεργίας, καθώς και κοινότητες που έχουν πληγεί σκληρά από οικονομική ύφεση ή φυσικές καταστροφές. Σε αυτά τα πλαίσια η αναγκαιότητα επιχειρηματικότητας μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη δημιουργία νέων οικονομικών ευκαιριών και στην στήριξη της ανάπτυξης των τοπικών κοινωνιών (Deakins και Mark Freel, 2015).

Ένα παράδειγμα επιχειρηματικής ανάγκης μπορεί να είναι μια γυναίκα που έχει απολυθεί από τη δουλειά της σε ένα εργοστάσιο παραγωγής λόγω συρρίκνωσης. Με λίγες ευκαιρίες απασχόλησης διαθέσιμες στην περιοχή της, αποφασίζει να ξεκινήσει τη δική της επιχείρηση πουλώντας σπιτικά αρτοσκευάσματα σε μια τοπική αγορά. Το να ξεκινήσει τη δική της επιχείρηση δεν ήταν κάτι που η γυναίκα έχει σκεφτεί ποτέ στο παρελθόν, αλλά πάντα της άρεσε το ψήσιμο και είχε δεχθεί φιλοφρονήσεις από φίλους και συγγενείς για τις σπιτικές λιχουδιές της. Με κάποια ενθάρρυνση από το υποστηρικτικό της κύκλο, αποφάσισε να εκμεταλλευτεί μια ευκαιρία και να ξεκινήσει τη δική της επιχείρηση.

1.12 Επιχειρηματικότητα Ευκαιρίας

Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας αναφέρεται στη δημιουργία ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος που βασίζεται στον εντοπισμό μιας πιθανής ευκαιρίας της αγοράς ή μιας ανεκπλήρωτης ανάγκης των καταναλωτών (Demir, C., Werner, A., Kraus, S., & Jones, P., 2020). Σε αντίθεση με την επιχειρηματικότητα ανάγκης, η οποία καθοδηγείται από την άμεση οικονομική ανάγκη ή την έλλειψη εναλλακτικών ευκαιριών απασχόλησης, χαρακτηρίζεται από εστίαση στην καινοτομία, τη δημιουργικότητα και την προθυμία ανάληψης κινδύνων για την επίδιωξη νέων και δυναμικά προσοδοφόρων επιχειρηματικών ιδεών. Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας ευκαιριών είναι η σημασία του εντοπισμού και της αξιοποίησης των αναδυόμενων τάσεων και των ευκαιριών της αγοράς. Αυτό απαιτεί από τους επιχειρηματίες να παραμένουν ενημερωμένοι για τις αλλαγές στο ευρύτερο οικονομικό τοπίο, συμπεριλαμβανομένων των νέων τεχνολογιών, των προτιμήσεων των καταναλωτών και άλλων παραγόντων που μπορεί να επηρεάσουν τη ζήτηση για διαφορετικά προϊόντα και υπηρεσίες (Demir, C., Werner, A., Kraus, S., & Jones, P., 2020).

Για παράδειγμα, ένας επιχειρηματίας μπορεί να εντοπίσει μια αυξανόμενη ζήτηση για οικολογικά προϊόντα και να αποφασίσει να δημιουργήσει μια σειρά ειδών οικιακής καθαριότητας που παράγονται με βιώσιμο τρόπο. Ή ακόμα μπορεί να παρατηρήσουν μια τάση προς την υγιεινή διατροφή και να αποφασίσουν να ανοίξουν ένα μπαρ με χυμούς ή ένα υγιεινό γρήγορο και χαλαρό εστιατόριο. Και στις 2 περιπτώσεις, ο επιχειρηματίας ανταποκρίνεται σε μια αντιληπτή ευκαιρία στην αγορά και εργάζεται για να δημιουργήσει μια επιχείρηση που ανταποκρίνεται σε μια ανικανοποίητη ανάγκη των καταναλωτών. Η επιτυχημένη επιχειρηματικότητα ευκαιριών απαιτεί επίσης έντονη εστίαση στην καινοτομία και τη δημιουργικότητα. Προκειμένου να δημιουργηθεί μια επιχείρηση που ξεχωρίζει σε μια πολυσύχναστη αγορά, οι επιχειρηματίες πρέπει να είναι σε θέση να εντοπίζουν μοναδικά σημεία πώλησης και να αναπτύσσουν προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρουν μια ξεχωριστή πρόταση αξίας. Ταυτόχρονα, η επιχειρηματικότητα ευκαιριών μπορεί να είναι εξαιρετικά χρονοβόρα και απαιτητική, απαιτώντας από τους επιχειρηματίες να εργάζονται πολλές ώρες και να κάνουν σημαντικές προσωπικές θυσίες προκειμένου να πραγματοποιήσουν τις επιχειρηματικές τους ιδέες. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε εξάντληση, στρες και άλλες αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία και την ευημερία του επιχειρηματία.

1.13 Δημόσια Επιχειρηματικότητα

Η δημόσια επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη χρήση επιχειρηματικών πρακτικών και αρχών στο δημόσιο τομέα (Kearney, C., Hisrich, R., & Roche, F., 2008). Είναι μια προσέγγιση που στοχεύει στην προώθηση της καινοτομίας, της δημιουργικότητας και της αποτελεσματικότητας στους κυβερνητικούς φορείς και οργανισμούς, ενώ ταυτόχρονα αντιμετωπίζει πολύπλοκες κοινωνικές και οικονομικές προκλήσεις.

Τα κύρια πλεονεκτήματα της δημόσιας επιχειρηματικότητας είναι ότι επιτρέπει στις κυβερνήσεις να ανταποκρίνονται περισσότερο στις μεταβαλλόμενες κοινωνικές ανάγκες και απαιτήσεις (Kearney, C., Hisrich, R., & Roche, F., 2008). Αγκαλιάζοντας τις επιχειρηματικές πρακτικές, οι οργανισμοί του δημόσιου τομέα μπορούν να γίνουν πιο ευέλικτοι προσαρμόζοντας γρήγορα τις νέες προκλήσεις και ευκαιρίες. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε καλύτερη παροχή υπηρεσιών και βελτιωμένα αποτελέσματα για τους πολίτες. Επιπλέον, η δημόσια επιχειρηματικότητα μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία ενός πιο καινοτόμου και ανταγωνιστικού περιβάλλοντος στο δημόσιο τομέα, οδηγώντας σε μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και εξοικονόμηση κόστους. Ένα άλλο πλεονέκτημα της δημόσιας επιχειρηματικότητας είναι ότι μπορεί να ενθαρρύνει την συνεργασία και την σύμπραξη μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα (Σαρρή Κ. & Τριχοπούλου Α., 2018).

Με τη συνεργασία, οι κυβερνήσεις και οι επιχειρήσεις μπορούν να αξιοποιήσουν η μία τις δυνάμεις και την τεχνογνωσία της άλλης, οδηγώντας σε πιο αποτελεσματικές λύσεις σε πολύπλοκα προβλήματα. Για παράδειγμα, οι συμπράξεις δημόσιου και ιδιωτικού τομέα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ανάπτυξη και εφαρμογή νέων τεχνολογιών ή για την παροχή υπηρεσιών που διαφορετικά δεν θα ήταν διαθέσιμες.

Παρά τα οφέλη αυτά, υπάρχουν επίσης ορισμένα μειονεκτήματα στη δημόσια επιχειρηματικότητα (Σαρρή Κ. & Τριχοπούλου Α., 2018). Ένα πιθανό ζήτημα είναι η ένταση μεταξύ των επιχειρηματικών πρακτικών και των παραδοσιακών γραφειοκρατικών διαδικασιών. Οι επιχειρηματικές προσεγγίσεις μπορεί να έρχονται σε σύγκρουση με καθιερωμένες διαδικασίες και συστήματα, οδηγώντας σε αντίσταση ή απώθηση από τους υπαλλήλους και τα ενδιαφερόμενα μέλη.

Ωστόσο υπάρχει κίνδυνος οι επιχειρηματικές πρωτοβουλίες να οδηγούνται περισσότερο από πολιτικούς λόγους παρά από πραγματικές κοινωνικές ανάγκες ή απαιτήσεις.

Μία άλλη πρόκληση της δημόσιας επιχειρηματικότητας είναι η πιθανότητα αποτυχιών και οπισθοδρομήσεων (Κωνσταντέλου Α., 2013). Ενώ η επιχειρηματικότητα μπορεί να οδηγήσει σε νέες και καινοτόμες λύσεις, μπορεί επίσης να είναι επικίνδυνη και απρόβλεπτη. Οι οργανισμοί του δημόσιου τομέα ενδέχεται να αντιμετωπίσουν σημαντικές προκλήσεις κατά την εφαρμογή νέων ιδεών και πρωτοβουλιών και οι αποτυχίες μπορεί να είναι δαπανηρές και πολιτικά επιζήμιες.

Σε μια εποχή ραγδαίων τεχνολογικών αλλαγών και μεταβαλλόμενων κοινωνικών αναγκών, οι κυβερνήσεις πρέπει να είναι σε θέση να προσαρμόζονται και να καινοτομούν προκειμένου να παραμείνουν αποτελεσματικές. Η δημόσια επιχειρηματικότητα μπορεί να συμβάλει στην προώθηση αυτής της καινοτομίας και στη δημιουργία πιο αποτελεσματικών οργανισμών του δημόσιου τομέα (Σαρρή Κ. & Τριχοπούλου Α., 2018)..

Υπάρχουν διάφορες στρατηγικές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση της δημόσιας επιχειρηματικότητας (Andersen, L. L., et al., 2016). Μια στρατηγική είναι η δημιουργία συνεργασιών με τον ιδιωτικό τομέα. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την συνεργασία με επιχειρήσεις για την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών ή την αποτελεσματικότερη παροχή υπηρεσιών, καθώς και την αξιοποίηση της τεχνογνωσίας του ιδιωτικού τομέα για την αντιμετώπιση πολύπλοκων κοινωνικών προκλήσεων. Επίσης, οι κυβερνήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν εργαλεία πολιτικής για την προώθηση της δημόσιας επιχειρηματικότητας. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την παροχή χρηματοδότησης και υποστήριξης για επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, καθώς και τη δημιουργία ρυθμιστικών πλαισίων που ενθαρρύνουν την καινοτομία και την συνεργασία μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα.

Ένα παράδειγμα δημόσιας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι το [Athens Digital Lab](#). Το ADL είναι μια πρωτοβουλία του δήμου Αθηναίων και της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος, με στόχο την προώθηση της καινοτομίας και του ψηφιακού μετασχηματισμού στο δημόσιο τομέα. Το ADL προσκαλεί start-ups, εταιρείες και ιδιώτες να υποβάλλουν καινοτόμες ιδέες για την βελτίωση των δημόσιων υπηρεσιών και υποδομών στην Αθήνα. Οι προτάσεις αξιολογούνται από μια επιτροπή ειδικών και οι πιο υποσχόμενες λαμβάνουν χρηματοδότηση, τεχνική υποστήριξη και πρόσβαση στα δεδομένα και τους πόρους της πόλης. Από την έναρξή του το 2018, το Athens Digital Lab έχει υποστηρίξει πολλά καινοτόμα έργα, όπως η ανάπτυξη ενός έξυπνου συστήματος στάθμευσης, μιας ψηφιακής πλατφόρμας για τη συμμετοχή των πολιτών και μιας εφαρμογής για κινητά που αναφέρεται στην παρακολούθηση περιβαλλοντικών ζητημάτων.

1.14 Νεανική Επιχειρηματικότητα

Η νεανική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη πρακτική έναρξης και λειτουργίας μιας επιχείρησης από ένα άτομο ή μια ομάδα νέων (Spinelli, S., et al., 2015). Αυτό έχει γίνει όλο και πιο δημοφιλές τα τελευταία χρόνια, καθώς όλο και περισσότεροι νέοι επιλέγουν να πάρουν τον έλεγχο του μέλλοντος τους και να κυνηγήσουν τα όνειρα τους μέσω της επιχειρηματικότητας. Υπάρχουν πολλά οφέλη για την νεανική επιχειρηματικότητα. Αρχικά, επιτρέπει στους νέους να αναλαμβάνουν τον έλεγχο της καριέρας τους και να κυνηγήσουν τα πάθη τους. Παρέχει επίσης ευκαιρίες στους νέους να αποκτήσουν πολύτιμη εμπειρία και δεξιότητες, καθώς και να αναπτύξουν ένα αίσθημα ευθύνης και ανεξαρτησίας. Ωστόσο, η έναρξη μιας επιχείρησης από ένα νέο μπορεί να θεωρηθεί προκλητική. Οι νέοι επιχειρηματίες μπορεί να αντιμετωπίσουν εμπόδια όπως περιορισμένους πόρους, έλλειψη εμπειρίας και δυσκολία στην εξασφάλιση χρηματοδότησης.

Παρά αυτές τις δυσκολίες αρκετοί είναι οι νέοι που έχουν καταφέρει να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες αυτές και να δημιουργήσουν μια επιτυχημένη επιχείρηση. Ένα παράδειγμα επιτυχημένου νεαρού επιχειρηματία είναι ο [Mark Zuckerberg](#), ο οποίος ίδρυσε το [Facebook](#) σε ηλικία 19 ετών. Το επιχειρηματικό του πνεύμα και το όραμα του για έναν νέο τρόπο σύνδεσης και επικοινωνίας των ανθρώπων στο διαδίκτυο, οδήγησαν στη δημιουργία μιας από τις πιο δημοφιλείς και πιο σημαντικές πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης σε όλο τον κόσμο.

Ένα άλλο παράδειγμα είναι η [Kylie Jenner](#), η οποία ξεκίνησε την δικιά της εταιρεία με προϊόντα μακιγιάζ σε ηλικία 18 ετών. Πάρα την κριτική που δέχτηκε από αρκετούς, η επιχείρηση της αναπτύχθηκε γρήγορα και έχει γίνει μια από τις νεότερες αυτοδημιούργητες δισεκατομμυριούχους στην ιστορία. Αυτά τα παραδείγματα δείχνουν ότι η ηλικία δεν πρέπει να είναι περιοριστικός παράγοντας για την επιχειρηματικότητα. Με πάθος, αποφασιστικότητα και σκληρή δουλειά, οι νέοι μπορούν να επιτύχουν μεγάλη επιτυχία στον κόσμο των επιχειρήσεων. Επιπροσθέτως, ένας βασικός παράγοντας που συνέβαλε στην άνοδο της νεανικής επιχειρηματικότητας είναι η αυξανόμενη διαθεσιμότητα πόρων και υποστήριξης για νέους επιχειρηματίες. Οργανισμοί όπως το [Junior Achievement](#) και το [National Youth Entrepreneurship Challenge](#) παρέχουν πόρους και προγράμματα για να βοηθήσουν τους νέους να αναπτύξουν τις δεξιότητες και τις γνώσεις που χρειάζονται για να επιτύχουν ως επιχειρηματίες. Επιπλέον, το διαδίκτυο έχει διευκολύνει πολύ τους νέους να ξεκινήσουν και να προωθήσουν τις δικές τους επιχειρήσεις. Οι διαδικτυακές αγορές όπως το [etsy](#) και το [spotify](#) παρέχουν πλατφόρμες για νέους επιχειρηματίες για να πουλήσουν τα προϊόντα τους και να προσεγγίσουν πελάτες σε όλο τον κόσμο. Ωστόσο και σε αυτό το είδος επιχειρηματικότητας ένα από μεγάλα εμπόδια είναι η χρηματοδότηση αλλά και η έλλειψη εμπειρίας που εντοπίζεται στην τόσο νεαρή ηλικία.

1.15 Νεοφυής Επιχειρηματικότητα

Η νεοφυής επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη διαδικασία δημιουργίας ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος, συχνά με μια νέα ιδέα ή τεχνολογία (Κωνσταντέλου Α., 2013). Περιλαμβάνει τον εντοπισμό μιας ανάγκης ή ενός προβλήματος στην αγορά και την ανάπτυξη μιας λύσης που μπορεί να το αντιμετωπίσει. Οι νεοσύστατοι επιχειρηματίες συχνά οδηγούνται από την επιθυμία να καινοτομήσουν και να δημιουργήσουν αξία για τους πελάτες τους. Η νεοφυής επιχειρηματικότητα διαφέρει από την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα στο ότι εστιάζει στη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης από την αρχή, αντί στην αγορά ή ανάληψη μιας υπάρχουσας επιχείρησης. Χαρακτηρίζεται από υψηλά επίπεδα αβεβαιότητας, κινδύνου και καινοτομίας (Srinelli, S., et al., 2015).

Οι νεοσύστατοι επιχειρηματίες έχουν συχνά περιορισμένους πόρους, επομένως πρέπει να είναι δημιουργικοί, ευρηματικοί και ευέλικτοι για να πετύχουν. Η νεοφυής επιχειρηματικότητα προσφέρει πολλά οφέλη που την καθιστούν ελκυστική επιλογή καριέρας για πολλούς ανθρώπους. Ο **έλεγχος**, η **ευελιξία**, η **δημιουργικότητα**, οι **οικονομικές ανταμοιβές** και ο **αντίκτυπος** αποτελούν μερικά από τα οφέλη της νεοφυής επιχειρηματικότητας (Τσακανίκας, Α. et al, 2019).

Για παράδειγμα η έναρξη μιας επιχείρησης δίνει τον έλεγχο της ζωής και της καριέρας. Μπορεί οποιοσδήποτε να αποφασίζει πώς θα διευθύνεται η επιχείρησή του ποια προϊόντα ή υπηρεσίες θα προσφέρει και με ποιον θα συνεργάζεται. Επιπροσθέτως, η έναρξη μιας επιχείρησης δίνει τη δυνατότητα της δημιουργίας και της καινοτομίας. Μπορεί δηλαδή να βρεθούν νέες ιδέες και προϊόντα καθώς και υπηρεσίες που να είναι ικανά να αλλάξουν τον κόσμο και να κάνουν διαφορετική τη ζωή των ανθρώπων.

Επίσης, οι επιτυχημένοι νέοι επιχειρηματίες μπορούν να αποκομίσουν σημαντικά οικονομικά οφέλη. Εάν η επιχείρησή τους απογειωθεί, μπορούν να κερδίσουν πολλά χρήματα και να επιτύχουν οικονομική ελευθερία.

Δεν απαρτίζεται ωστόσο μόνο από οφέλη, αλλά και αρκετά μειονεκτήματα όπως είναι η **αβεβαιότητα**, ο **κίνδυνος**, οι **περιορισμένοι πόροι**, ο **ανταγωνισμός** και η **μοναξιά**. (Τσακανίκας, Α. et al, 2019). Η νεοφυής επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζεται από αβεβαιότητα. Δεν υπάρχει καμία εγγύηση ότι η επιχείρηση θα πέτυχει και θα μπορεί να αντιμετωπίσει αποτυχίες στην πορεία. Παράλληλα, τέτοιου είδους επιχειρήσεων αντιμετωπίζουν συχνά έντονο ανταγωνισμό από άλλες επιχειρήσεις στον κλάδο τους. Είναι σημαντικό λοιπόν να βρουν τρόπους ώστε να διαφοροποιηθεί το προϊόν τους ή η υπηρεσία και να ξεχωρίσει από το πλήθος. Ακόμα οι περιορισμένοι πόροι που κατέχουν οι νεοφυείς επιχειρηματίες καθιστούν δύσκολη την άντληση χρηματικών πόρων που είναι σημαντικοί για το ξεκίνημα μιας επιχείρησης (Τσακανίκας, Α. et al, 2019).

Ένα παράδειγμα νεοφυής επιχείρησης αποτελεί η εταιρία [Impossible Foods](#). Η Impossible Foods ιδρύθηκε το 2011 από τον Patrick Brown, που είχε σκοπό να βρει λύση για τα περιβαλλοντικά προβλήματα που προκαλεί η κτηνοτροφία. Η Impossible Foods ανέπτυξε μια τεχνολογία που μπορεί να δημιουργήσει μια μίξη από φυτικά πρωτεΐνες, λιπαρά και άλλα συστατικά για να δημιουργήσει ένα υποκατάστατο κρέατος που μοιάζει, μυρίζει και γεύεται σαν κρέας. Η εταιρία έλαβε χρηματοδότηση από επενδυτές και βιομηχανίες τροφίμων και ξεκίνησε να προσφέρει τα προϊόντα της σε εστιατόρια και καταστήματα τροφίμων. Το Impossible burger ένα από τα πιο δημοφιλή προϊόντα της εταιρίας, είναι τώρα διαθέσιμο σε

περισσότερες από 17.000 τοποθεσίες σε όλο τον κόσμο. Η Impossible Foods είναι παράδειγμα μιας νεοφυούς επιχείρησης που κατάφερε να ανατρέψει τον τομέα των τροφίμων.

1.16 Καθιερωμένη Επιχειρηματικότητα

Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη διαδικασία δημιουργίας και διαχείρισης μιας υπάρχουσας επιχείρησης με σκοπό την αύξηση των κερδών (Κωνσταντέλου Α., 2013). Στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα, ο επιχειρηματίας έχει ιδρύσει και λειτουργεί μια επιχείρηση. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη διερεύνηση μιας υπάρχουσας επιχείρησης, την απόκτηση μιας νέας επιχείρησης ή την ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας.

Οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες έχουν εμπειρία και γνώση στην αγορά και στον τομέα τους (Κωνσταντέλου Α., 2013). Έχουν ήδη αντιμετωπίσει πολλές από τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι νέοι επιχειρηματίες, όπως η ασφάλεια της χρηματοδότησης, η εγκαθίδρυση μιας βάσης πελατών και δημιουργία μιας ομάδας. Μερικά από τα χαρακτηριστικά της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας είναι η εστίαση στην ανάπτυξη. Οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες αναζητούν πάντα ευκαιρίες για να αναπτύξουν την επιχείρησή τους. Επενδύουν στην έρευνα και ανάπτυξη, το μάρκετινγκ και την ανάπτυξη νέων προϊόντων. Αναζητούν συνεχώς τρόπους να αυξήσουν το μερίδιο αγοράς τους και να προσεγγίσουν νέους πελάτες. Ένα άλλο χαρακτηριστικό είναι η ικανότητα διαχείρισης κινδύνου. Οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες αναλαμβάνουν κινδύνους, αλλά έχουν επίσης εμπειρία στη διαχείριση του κινδύνου. Έχουν μια σταθερή κατανόηση της αγοράς και των επιχειρήσεών τους, γεγονός που τους επιτρέπει να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις. Η εμπειρία και η γνώση, οι ισχυρές ηγετικές δεξιότητες είναι επίσης βασικά χαρακτηριστικά της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας.

Αντιθέτως, μερικά από τα μειονεκτήματα της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας είναι ο ανταγωνισμός, η καινοτομία, η χρηματοοικονομική διαχείριση, η ηγετική μεταβίβαση και οι ευκαιρίες (Κωνσταντέλου Α., 2013).

Μια σημαντική ευκαιρία που παρουσιάζεται στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα είναι οι στρατηγικές συνεργασίες (Κωνσταντέλου Α., 2013). Αναφέρεται ουσιαστικά στην συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς δίνοντάς τους έτσι το πλεονέκτημα να έχουν πρόσβαση σε νέες αγορές καθώς και να μοιράζονται πόρους και να αξιοποιούν την τεχνογνωσία.

Ένα παράδειγμα καθιερωμένης επιχειρηματικότητας είναι η εταιρεία [coca-cola](#), η οποία ιδρύθηκε το 1886 και είχε εξελιχθεί σε μια από τις πιο γνωστές μάρκες του κόσμου. Με τα χρόνια, η coca-cola είχε επεκτείνει τη σειρά προϊόντων της για να περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα ποτών, συμπεριλαμβανομένων αναψυκτικών, χυμών, αθλητικών ποτών και πολλά άλλα. Ως καθιερωμένη εταιρεία, η coca-cola έχει ισχυρή παρουσία στην παγκόσμια αγορά, με δραστηριότητες σε περισσότερες από 200 χώρες. Η εταιρεία έχει επίσης διαφοροποιήσει

τα επιχειρηματικά της συμφέροντα, συμπεριλαμβανομένων των επενδύσεων σε άλλες εταιρείες ποτών και στις επέκταση σε νέες αγορές.

1.17 Υβριδική Επιχειρηματικότητα

Η υβριδική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην επιδίωξη τόσο οικονομικών όσο και κοινωνικών ή περιβαλλοντικών στόχων μέσω επιχειρηματικών εγχειρημάτων (Demir, C. et al., 2020). Η υβριδική επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζεται από εστίαση τόσο στο οικονομικό κέρδος όσο και στον κοινωνικό ή περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Αυτό σημαίνει ότι τα άτομα που επιδιώκουν τέτοιου είδους επιχειρηματικότητα δεν υποκινούνται μόνο από το κέρδος, αλλά και από την επιθυμία να κάνουν μια θετική διαφορά στον κόσμο. Οι υβριδικοί επιχειρηματίες δημιουργούν συνήθως επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν συγκεκριμένα κοινωνικά ή περιβαλλοντικά προβλήματα, όπως η φτώχεια, η κλιματική αλλαγή ή η ανισότητα. Παράλληλα η υβριδική επιχειρηματικότητα ενσωματώνει τις κοινωνικές ή περιβαλλοντικές επιπτώσεις στο βασικό επιχειρηματικό μοντέλο. Αυτό σημαίνει ότι η κοινωνική περιβαλλοντική αποστολή της επιχείρησης δεν είναι απλώς ένα πρόσθετο, αλλά είναι πλήρως ενσωματωμένη στην επιχειρηματική στρατηγική και τις λειτουργίες της (Demir, C. et al., 2020).

Για παράδειγμα, ένας υβριδικός επιχειρηματίας που δημιουργεί μια επιχείρηση που παρέχει καθαρό πόσιμο νερό στις αναπτυσσόμενες χώρες θα εστιάσει στη διασφάλιση ότι η διαδικασία καθαρισμού του νερού είναι βιώσιμη και φιλική προς το περιβάλλον, διασφαλίζοντας παράλληλα ότι η επιχείρηση παράγει αρκετά έσοδα για να είναι οικονομικά βιώσιμη.

Ένα από τα πλεονεκτήματα της υβριδικής επιχειρηματικότητας είναι η ικανότητα δημιουργίας θετικών κοινωνικών ή περιβαλλοντικών επιπτώσεων, ενώ παράλληλα δημιουργεί κέρδος (Demir, C. et al., 2020). Αυτό επιτρέπει στους επιχειρηματίες να επιτύχουν τόσο προσωπικούς όσο και κοινωνικούς στόχους και μπορεί να είναι ιδιαίτερα ελκυστικό για άτομα που παρακινούνται από την επιθυμία να κάνουν τη διαφορά στον κόσμο.

Στην αντίθετη πλευρά ένα από τα μειονεκτήματα που παρουσιάζει η υβριδική επιχειρηματικότητα είναι η δυσκολία εξισορρόπησης οικονομικών και κοινωνικών ή περιβαλλοντικών στόχων (Demir, C. et al., 2020). Αυτό μπορεί να είναι δύσκολο, καθώς η επιδίωξη κοινωνικών ή περιβαλλοντικών επιπτώσεων μπορεί να μην ευθυγραμμίζεται πάντα με την επιδίωξη κέρδους. Οι υβριδικοί επιχειρηματίες πρέπει επομένως να είναι ικανοί να διαχειρίζονται ανταγωνιστικές προτεραιότητες και να βρίσκουν δημιουργικές λύσεις που τους επιτρέπουν να επιτύχουν τόσο οικονομικούς όσο και κοινωνικούς ή περιβαλλοντικούς στόχους. Ωστόσο, τέτοιο είδους επιχειρήσεις δεν αρκούνται μόνο στις οικονομικές μετρήσεις αλλά έχουν ανάγκη και από μετρήσεις κοινωνικών ή περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Οι επιχειρηματίες πρέπει επομένως να αναπτύξουν αποτελεσματικές μεθόδους μέτρησης και αξιολόγησης για να εξασφαλίσουν το επιτυγχάνουν τους κοινωνικούς ή περιβαλλοντικούς τους στόχους (Demir, C. et al., 2020).

Ένα παράδειγμα υβριδικής επιχειρηματικότητας είναι η εταιρία [Patagonia](#). Η Patagonia είναι μια αμερικάνικη εταιρεία που κατασκευάζει εξοπλισμό και ρούχα για αναρρίχηση, σκι, τρέξιμο και άλλες δραστηριότητες στη φύση. Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1973 από τον Υνον Chouinard και έχει αποκτήσει φήμη για την προσήλωσή της στη βιωσιμότητα και την κοινωνική ευθύνη. Η Patagonia είναι ένα παράδειγμα υβριδικής επιχειρηματικότητας καθώς συνδυάζει στοιχεία της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και της παραδοσιακής. Η εταιρεία προσφέρει υψηλής ποιότητας προϊόντα, ενώ παράλληλα επιδιώκει να μειώσει την αρνητική επίδραση στο περιβάλλον και να προωθήσει την αειφορία.

Δραστηριότητα 1

Περιγραφή: Επισκεφτείτε το παρακάτω link που αφορά μελέτη του IOBE που αφορά την Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2021-2022: Υποχώρηση της νέας επιχειρηματικότητας μέσα στη πανδημική κρίση και μελετήστε την ενότητα 2.4 σχετικά με την γυναικεία επιχειρηματικότητα και συνοψίστε τα βασικά χαρακτηριστικών των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα σε σύγκριση με τις υπόλοιπες διαθέσιμες χώρες

http://iobe.gr/docs/research/RES_02_11052023_REP_GR.pdf

Χρόνος: 15 λεπτά

Στόχος: Να εντοπίσετε τα βασικά χαρακτηριστικά και τις δυσκολίες των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα αλλά και τις διαφορές τους με τα αντίστοιχα χαρακτηριστικά και δυσκολίες παγκοσμίως

Δραστηριότητα 2

Περιγραφή: Επισκεφτείτε το παρακάτω link που αφορά την Καινοτόμο/Νεοφυή επιχειρηματικότητα: Από το διεθνές περιβάλλον στις ελληνικές Περιφέρειες και μελετήστε τις ενότητες 3, 4, 5 και 6 ώστε να συνοψίσετε τις ιδιαιτερότητες και τις ευκαιρίες που έχει η ανάπτυξη νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

https://regionalpolicymonitor.org/wp-content/uploads/2023/01/PolicyPaper_Pepelasi_final.pdf

Χρόνος: 20 λεπτά

Στόχος: Να εντοπίσετε τις ιδιαιτερότητες και τις ευκαιρίες που έχει η ανάπτυξη νεοφυούς επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

Σύνοψη

Η οικογενειακή επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη δημιουργία, λειτουργία και ανάπτυξη μιας επιχείρησης από μια οικογένεια, με τα μέλη της οικογένειας να συμμετέχουν και να συνεργάζονται για την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη δημιουργία και λειτουργία επιχειρήσεων με σκοπό την

επίλυση κοινωνικών προβλημάτων και την παραγωγή θετικών κοινωνικών αλλαγών συνδυάζοντας τους στόχους της κερδοσκοπικής επιχειρηματικότητας. Η ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην πρακτική της ανάπτυξης και προώθησης της επιχειρηματικότητας μέσα στο πλαίσιο μιας υπάρχουσας οργανωτικής δομής ή εταιρείας. Στόχος της ενδοεταιρικής επιχειρηματικότητας είναι η προώθηση της καινοτομίας και της ανταγωνιστικότητας εντός της εταιρείας. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη δημιουργία, λειτουργία και ανάπτυξη επιχειρήσεων από γυναίκες. Πρόκειται για τη συμμετοχή των γυναικών στον επιχειρηματικό χώρο, όπου αναλαμβάνουν ρόλους ιδιοκτητών, επιχειρηματιών ή επικεφαλής επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Η ψηφιακή επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών και του διαδικτύου για τη δημιουργία, λειτουργία και ανάπτυξη επιχειρήσεων. Αυτές οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν ψηφιακά εργαλεία, όπως ιστοσελίδες, κοινωνικά δίκτυα, ανάλυση δεδομένων, αυτοματοποίηση και ηλεκτρονικό εμπόριο, για την παροχή προϊόντων ή υπηρεσιών, την αγορά και πώληση, την επικοινωνία με πελάτες και τη διαχείριση των επιχειρηματικών διαδικασιών. Η πράσινη επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη δημιουργία, λειτουργία και ανάπτυξη επιχειρήσεων με στόχο την επίτευξη οικολογικής βιωσιμότητας και τη μείωση του αρνητικού περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Οι πράσινες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε τομείς όπως η ανανεώσιμη ενέργεια, η αποκατάσταση του περιβάλλοντος, η αειφορία, η ανακύκλωση και η παραγωγή οικολογικών προϊόντων και υπηρεσιών. Η εθνοτική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη δημιουργία, λειτουργία και ανάπτυξη επιχειρήσεων από άτομα με καταγωγή ή προέλευση από συγκεκριμένες εθνοτικές ή φυλετικές ομάδες. Η τεχνολογική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη διαδικασία δημιουργίας, ανάπτυξης και εκμετάλλευσης νέων τεχνολογικών ιδεών και καινοτομιών για την δημιουργία και λειτουργία μιας επιχείρησης. Η συνεργατική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην πρακτική της συνεργασίας μεταξύ διαφορετικών φορέων ή εταιρειών για την κοινή δημιουργία, ανάπτυξη και επιτυχή πραγματοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών. Η ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη διαδικασία δημιουργίας και ανάπτυξης επιχειρηματικών ευκαιριών που βασίζονται σε ακαδημαϊκή έρευνα και τεχνογνωσία. Σε απλά λόγια, αποσκοπεί στη μεταφορά των επιστημονικών αποτελεσμάτων και των ιδεών που προκύπτουν από το ακαδημαϊκό περιβάλλον σε εμπορικές δραστηριότητες. Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας πρόκειται για τη διαδικασία εντοπισμού μιας ανάγκης ή ενός προβλήματος στην αγορά και την ανάπτυξη μιας επιχειρηματικής ιδέας ή καινοτόμου λύσης που θα καλύπτει αυτήν την ανάγκη. Η επιχειρηματικότητα ανάγκης είναι η διέξοδος ανθρώπων έναντι της ανεργίας ως εργασιακή διέξοδος. Η δημόσια επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην δημιουργία και λειτουργία επιχειρήσεων με κύριο σκοπό την παροχή προϊόντων ή υπηρεσιών που ικανοποιούν ανάγκες και συμβάλλουν στην ευημερία του δημόσιου τομέα. Η νεανική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη δημιουργία, λειτουργία και ανάπτυξη επιχειρήσεων από νέους ανθρώπους, συνήθως σε ηλικίες μεταξύ 18 και 35 ετών. Η νεοφυής επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη δημιουργία και ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων ή επιχειρηματικών ιδεών με στόχο την καινοτομία, την ανατροπή των παραδοσιακών μοντέλων και την αξιοποίηση νέων τεχνολογιών. Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα αναφέρεται στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε ήδη υπάρχουσες αγορές και ακολουθούν καθιερωμένες πρακτικές και στρατηγικές. Η υβριδική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη δημιουργία και λειτουργία επιχειρήσεων που συνδυάζουν στοιχεία από διάφορα μοντέλα επιχειρηματικότητας. Αυτές οι επιχειρήσεις

συνδυάζουν συχνά την παραγωγή και πώληση αγαθών ή υπηρεσιών με κοινωνικό ή περιβαλλοντικό αντίκτυπο.

Ασκήσεις αυτό-αξιολόγησης

1. Να εντοπίσετε τις ομοιότητες και τις διαφορές που εμφανίζουν στην υλοποίησή τους η επιχειρηματικότητα ανάγκης σε σχέση με την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας;
2. Έστω ότι έχετε αναπτύξει μια καινοτόμα εφαρμογή κινητών τηλεφώνων και επιθυμείτε να την αξιοποιήσετε επιχειρηματικά. Ποια μορφή επιχειρηματικότητας πιστεύετε πως θα πρέπει να ακολουθήσετε και ποια τα οφέλη που θα αποκομίσετε από αυτή τη μορφή;
3. Υποθέστε ότι είστε μέλος μιας οικογενειακής επιχείρησης που εμπορεύεται φρούτα όμως βρίσκετε δυσκολίες (κυρίως οικονομικές) στην ανάπτυξη οικογενειακής επιχειρηματικότητας. Ποια μορφή επιχειρηματικότητας θα σκεφτόσασταν να υιοθετήσετε σε σχέση με την εμπειρία σας στην εμπορία φρούτων ώστε να βοηθήσετε την ανάπτυξη της επιχείρησής σας και για ποιο λόγο θα επιλέγατε την συγκεκριμένη μορφή;

Αναφορές

Andersen, L. L., Gawell, M., & Spear, R. (Eds.). (2016). *Social entrepreneurship and social enterprises: Nordic perspectives*. New York: Routledge.

Bailetti, T. (2012). Technology Entrepreneurship: Overview, Definition, and Distinctive Aspects. *Technology Innovation Management Review*, 2(2), 5-12.

Bettinelli, C., Fayolle, A., & Randerson, K. (2014). Family entrepreneurship: a developing field. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 10(3), 161-236.

Deakins και Mark Freel. (2015). *Επιχειρηματικότητα και μικρές επιχειρήσεις, Νεοφυείς επιχειρήσεις/Μια δυναμική απάντηση των νέων στην ανεργία*. Επιστημονική επιμέλεια: Βικτώρια Πέκκα - Οικονόμου, Ιωάννης Χατζηδημητρίου. Εκδόσεις Rosili.

Demir, C., Werner, A., Kraus, S., & Jones, P. (2020). Hybrid entrepreneurship: a systematic literature review. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1-24.

Hallam, C., Novick, D., Gilbert, D.J., Frankwick, G.L., Wenker, O., & Zanella, G. (2017). Academic entrepreneurship and the entrepreneurial ecosystem: The UT transform project. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(1), 77-90.

Kearney, C., Hisrich, R., & Roche, F. (2008). A conceptual model of public sector corporate entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 295-313.

Smith, B.R., & Stevens, C.E. (2010). Different types of social entrepreneurship: The role of geography and embeddedness on the measurement and scaling of social value. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(6), 575-598.

Spinelli, S., Jr., Adams Robert, Παπαδάκης Βασίλειος (2015), *Δημιουργία νεοφυών επιχειρήσεων, Επιχειρηματικότητα για τον 21^ο αιώνα*, Αθήνα: Εκδόσεις Utopia

Τσακανίκας, Ά., Γιωτόπουλος, Γ., Βαλαβανιώτη, Ε., & Σταυράκη, Σ. (2019). *Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2018-2019: Η νέα επιχειρηματικότητα ενισχύεται*. Αθήνα: Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE).

Κρητικίδης, Γ., (2004). Νέα Γυναίκα και απασχόληση. *Ενημέρωση ΙΝΕ-ΓΣΕΕ*, τ.103. Ιούνιος

Κωνσταντέλου Α. (2013), *Εισαγωγή στην Επιχειρηματικότητα*, Πάτρα: Εκδόσεις ΕΑΠ.

Σαρρή Α. & Τριχοπούλου Α. (2012). *Γυναικεία επιχειρηματικότητα. Προσέγγιση της Ελληνικής Πραγματικότητας*, εκδ. Rosili.

Σαρρή Κ. & Τριχοπούλου Α. (2018). *Η επιχειρηματικότητα και κοινωνική οικονομία. Η οπτική του φύλου*. Εκδόσεις Τζιόλα.

Χρηματοδότηση

Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό (κείμενο, εικόνες, διαγράμματα, κλπ.) έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο της Πράξης «Υποστήριξη Δράσεων Στήριξης της ς, 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, Ιωάννα Γιαννούκου, 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.

Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων

Το Έργο αυτό δεν κάνει χρήση έργων τρίτων.