



Π.Ε.Πετράκης

Η Επιχειρηματικότητα

Περιεχόμενα

Α' ΜΕΡΟΣ: Οι βασικές Έννοιες

1η Ενότητα: Η Επιχειρηματικότητα

1.1 Τι είναι Επιχειρηματικότητα	20
1.2 Επιχειρηματικότητα, επιχειρηματίας, ιδιοκτήτης επιχείρησης, επιχείρηση, διοίκηση επιχείρησης	23
1.2.1 Ο Επιχειρηματίας ως κεντρικό πρόσωπο της επιχειρηματικότητας	23
1.2.2 Η έννοια της Επιχείρησης	24
1.2.3 Επιχειρηματικότητα & ιδιοκτησία	26
1.3 Ιστορική Εξέλιξη των εννοιών της Επιχειρηματικότητας & του Επιχειρηματία ..	27
1.3.1 Η Επιχειρηματικότητα στην Αρχαία Ελληνική Οικονομική Σκέψη	27
1.3.2 Η Επιχειρηματικότητα από το Μεσαίωνα μέχρι το 18ο αιώνα	29
1.3.3 Από το 19ο αιώνα μέχρι τις μέρες μας	32
1.4 Επιχειρηματικότητα και καθημερινότητα. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα ..	32
1.4.1 Πλεονεκτήματα της Επιχειρηματικότητας	32
1.4.2 Μειονεκτήματα της Επιχειρηματικότητας	33
1.5 Τι είδους γνώσεις απαιτούνται για να γνωρίσει κάποιος την επιχειρηματικότητα	33
1.6 Η διαδικασία του επιχειρείν	34
1.7 Πως διδάσκεται η επιχειρηματικότητα	36
1.8 Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη	37
Συμπεράσματα	38

2η Ενότητα: Αβεβαιότητα, κίνδυνος και απόδοση

2.1 Τι είναι αβεβαιότητα και τι κίνδυνος	40
2.2 Άνθρωπος και κίνδυνος	44
2.3 Τι είναι κέρδος και τι απόδοση	46
2.4 Συσχέτιση κινδύνου και απόδοσης	46
2.5 Η μέτρηση της απόδοσης και του κινδύνου	47
2.6 Πως εμφανίζεται η αβεβαιότητα και ο κίνδυνος σε μία επιχείρηση	57
2.7 Πως αντιμετωπίζεται η αβεβαιότητα και ο κίνδυνος	58
Συμπεράσματα	60

3η Ενότητα: Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα

3.1 Έρευνα και ανάπτυξη: Η δημιουργία καινοτομίας	62
3.2 Η μορφή της αγοράς και η εφαρμογή της καινοτομίας	64
3.2.1 Οι μορφές της αγοράς	64

3.2.2 Στόχοι καινοτομίας	66
3.2.3 Η εφαρμογή της καινοτομίας	66
3.3 Οι μέθοδοι εφαρμογής της καινοτομίας	67
Συμπεράσματα	69

4η Ενότητα: Ο εντοπισμός των επιχειρηματικών ευκαιριών

4.1 Τι είναι η επιχειρηματική ευκαιρία και ποια είναι τα χαρακτηριστικά της	72
4.2 Μορφές και τύποι επιχειρηματικών ευκαιριών	73
4.3 Παράγοντες που επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο αναγνωρίζονται οι επιχειρηματικές ευκαιρίες	75
4.4 Η γνώση και ο εντοπισμός επιχειρηματικών ευκαιριών	77
4.5 Η διαδικασία εντοπισμού μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας	77
4.6 Ο ρόλος των ερευνών αγοράς	80
4.7 Ο διεθνής ορίζοντας της επιχειρηματικότητας	81
Συμπεράσματα	82

5η Ενότητα: Το επιχειρηματικό πλεονέκτημα

5.1 Οι μέθοδοι διαμόρφωσης επιχειρηματικού πλεονεκτήματος	84
5.2 Ο κύκλος ζωής του προϊόντος και το επιχειρηματικό πλεονέκτημα	85
5.2.1 Η έννοια του κύκλου ζωής του προϊόντος	85
5.2.2 Το στάδιο της εισαγωγής του προϊόντος στην αγορά	86
5.2.3 Το στάδιο ταχείας ανάπτυξης του προϊόντος	87
5.2.4 Το στάδιο της ωρίμανσης του προϊόντος	87
5.2.5 Το στάδιο της απόσυρσης του προϊόντος	87
5.2.6 Η κριτική του κύκλου ζωής του προϊόντος	88
5.3 Οι φάσεις ανάπτυξης του προϊόντος	88
5.3.1 Ο χρονικός ορίζοντας εφαρμογής αθλητών στον προϊόν	88
5.3.2 Ο χρόνος εισαγωγής του προϊόντος στην αγορά	89
5.4 Ο χρονικός προγραμματισμός εφαρμογής της τεχνολογίας και το επιχειρησιακό πλεονέκτημα	90
5.5 Η τεχνολογία και το επιχειρηματικό πλεονέκτημα	91
5.6 Το επιχειρηματικό πλεονέκτημα και η απόκτηση τεχνολογίας	91
5.6.1 Οι συμφωνίες ανάληψης κοινών επιχειρηματικών κινδύνων	91
5.6.2 Οι συμφωνίες παραχώρησης προνομίων	92
5.6.3 Οι συμφωνίες συμπαραγωγής	92
5.6.4 Τα κοινά ερευνητικά προγράμματα	93
Συμπεράσματα	94

6η Ενότητα: Διεθνής επιχειρηματικότητα – Διεθνής επιχειρηματική κουλτούρα

6.1 Μια πρώτη προσέγγιση της διεθνούς επιχειρηματικότητας	96
6.2 Η έννοια και τα χαρακτηριστικά της Διεθνούς επιχειρηματικότητας	97
6.2.1 Δραστηριότητες της διεθνούς επιχειρηματικότητας σε όλα τα ιεραρχικά επίπεδα	97
6.2.2 Σύνδεση της διεθνούς επιχειρηματικότητας με την οργανωτική κουλτούρα της επιχείρησης	98
6.2.3 Συμβολή της διεθνούς επιχειρηματικότητας στη δημιουργία μακροπρόθεσμα υψηλής αξίας	98

6.2.4 Η διεθνής επιχειρηματικότητα εμπεριέχει την αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών στη διεθνή αγορά	98
6.3 Οργανωτική Κουλτούρα: Έννοια και σύντομη αναδρομή.....	99
6.4 Διεθνής Επιχειρηματική Κουλτούρα: Ορισμός και Διαστάσεις.....	99
6.4.1 Ο προσανατολισμός στη Διεθνή αγορά	100
6.4.2 Η τάση για μάθηση στη Διεθνή αγορά.....	100
6.4.3 Η κλίση για καινοτομία στη Διεθνή αγορά	101
6.4.4 Η τάση για Ανάληψη Επιχειρηματικού κινδύνου στη Διεθνή αγορά.....	102
6.4.5 Η κλίση για συνεργασία στη Διεθνή αγορά.....	103
6.4.6 Η παρακίνηση για Διεθνοποίηση	104
Συμπεράσματα	105

Β' ΜΕΡΟΣ: Ο Επιχειρηματίας και το Περιβάλλον του

1η Ενότητα: Τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία

1.1 Έχει άραγε ο επιχειρηματίας ειδικά χαρακτηριστικά ως προσωπικότητα;.....	110
1.2 Τα βασικά προσωπικά γνωρίσματα του επιχειρηματία	112
1.2.1 Η ανάγκη για την επίτευξη υψηλών στόχων	112
1.2.2 Η ικανότητα αυτοελέγχου	113
1.2.3 Δημιουργικότητα	115
1.2.4 Ανεξαρτησία.....	116
1.2.5 Η ανάληψη κινδύνου.....	118
1.2.6 Κριτικές των θεωριών των γνωρισμάτων	119
1.3 Παράγοντες οι οποίοι ευνοούν τη στροφή κοινωνικών ομάδων προς την επιχειρηματικότητα	120
1.4 Πως λειτουργεί το μυαλό του επιχειρηματία	122
1.5 Οι βασικές θεωρίες της κοινωνικής γνωσιολογίας.....	123
1.5.1 Επιχειρηματική συμπεριφορά και κοινωνική γνωσιολογία	123
1.5.2 Τα βασικά σημεία της επιστήμης της γνώσης	124
1.5.3 Τα σχήματα	124
1.5.4 Ευρετική.....	128
1.5.5 Προκαταλήψεις – μεροληψίες	130
1.5.6 Κοινωνικό-πολιτιστικές μεταβολές	131
1.5.7 Επιχειρηματική Γνωσιολογία	132
1.5.8 Η γνωστική και η επιχειρηματική οικογένεια	132
Συμπεράσματα	133

2η Ενότητα: Κοινωνία και Επιχειρηματικότητα

2.1 Κοινωνικοί και γεωγραφικοί παράγοντες ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας ...	136
2.2 Πολιτιστικοί παράγοντες ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας.....	142
2.3 Κοινωνικό περιβάλλον και σχήματα	144
2.4 Εξωτερικές οικονομίες του περιβάλλοντος.....	145
2.5 Έχει ο επιχειρηματίας κοινωνική ευθύνη;.....	146
Συμπεράσματα	149

Παράρτημα:

Αξιώματα και αρχές της επιχειρηματικότητας στην Ορθοδοξία

Εισαγωγή.....	150
2. Οι βασικές έννοιες.....	152
2.1 Η Αγορά.....	152
2.1.1 Το είδος της «Ορθοδόξου» επιχειρηματικότητας.....	152
2.2 Ο Ιδιοκτήτης και ο επιχειρηματίας.....	153
2.3 Η Θεολογία περί της θείας ιδιοκτησίας.....	153
2.4 Τα καταπιστεύματα.....	154
2.4.1 Το υποκειμενικό καταπίστευμα: Ο άνθρωπος.....	155
2.4.2 Το αντικειμενικό ή εμπράγματο καταπίστευμα.....	156
2.5 Η σχέση ιδιοκτητή και επιχειρηματία.....	157
2.6 Οι αρχές χρήσεως/διαχειρίσεως του καταπιστεύματος.....	157
2.6.1 «Η πόλη των πλουσίων» (Το κεφάλαιο).....	159
2.6.2 «Η πόλη των πτωχών» (Η εργασία).....	160
2.7 Το κέρδος.....	160
2.8 Η σύνοψη.....	161

3η Ενότητα: Το επιχειρηματικό και οικονομικό περιβάλλον

3.1 Οικονομική θεωρία και επιχειρηματικότητα.....	164
3.2 Οικονομικά συστήματα – Παραγωγικό Κύκλωμα & Επιχειρηματικότητα.....	165
3.3 Η κατάσταση της οικονομίας.....	168
3.4 Η οργάνωση, η λειτουργία και η δομή του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.....	169
3.5 Οικονομική πολιτική και επιχειρηματικότητα.....	175
3.6 Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην οικονομία.....	178
3.6.1 Ορισμός των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	178
3.6.2 Η σπουδαιότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την οικονομία.....	180
3.6.3 Τα δυνατά σημεία των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	182
3.6.4 Τα αδύνατα σημεία των ΜΜΕ.....	183
3.7 Επιχειρηματικότητα και δίκτυα.....	184
3.7.1 Ορισμός του επιχειρηματικού δικτύου.....	184
3.7.2 Οι λειτουργίες του επιχειρηματικού δικτύου.....	188
3.7.3 Ισχυροί και ασθενείς δεσμοί των επιχειρηματικών δικτύων.....	189
3.7.4 Χαρακτηριστικά δικτύων.....	191
3.7.5 Διαφορές σε επίπεδο κρατών ανάμεσα στα επιχειρηματικά δίκτυα.....	194
3.7.6 Πρακτικές συμβουλές αξιοποίησης του προσωπικού μας δικτύου.....	195

Συμπεράσματα.....	196
-------------------	-----

Γ' ΜΕΡΟΣ: Επιχειρηματική Βιωσιμότητα και Ανάπτυξη

1η Ενότητα: Επιχειρηματική βιωσιμότητα και επιχειρηματικός σχεδιασμός

1.1 Η ανάγκη του επιχειρηματικού σχεδιασμού.....	200
1.2 Τι είναι το επιχειρηματικό σχέδιο.....	202
1.3 Η χρησιμότητα του επιχειρηματικού σχεδίου.....	203
1.4 Τα στοιχεία που πρέπει να περιλαμβάνει το επιχειρηματικό σχέδιο.....	204
1.5 Προετοιμάζοντας το επιχειρηματικό σχέδιο.....	205
1.6 Η μορφή και διάρθρωση του Επιχειρηματικού Σχεδίου.....	213

1.7 Ανάλυση των επιμέρους τμημάτων του επιχειρηματικού σχεδίου.....	214
1.7.1 Περιεχόμενα – Περίληψη και συνοπτική περιγραφή	214
1.7.2 Περιγραφή της Επιχείρησης.....	215
1.7.3 Ανάλυση Κλάδου – Αγοράς.....	215
1.7.4 Το σχέδιο Μάρκετινγκ (Marketing Plan).....	215
1.7.5 Διοίκηση & Λειτουργική Διαχείριση (Management Plan)	216
1.7.6 Οικονομικός Σχεδιασμός & Χρηματοοικονομική Κατάσταση.....	216
1.7.7 Παράρτημα.....	221
1.8 Επιχειρηματική Βιωσιμότητα & Επιχειρηματικό Σχέδιο	221
Συμπεράσματα	196

2η Ενότητα: Τα πρώτα βήματα μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας

2.1 Εισαγωγή.....	224
2.2 Ποιος είναι ο τρόπος που θα οργανωθεί η επιχείρηση.....	225
2.3 Η επιλογή του κατάλληλου τύπου	227
2.4 Η επιλογή της κατάλληλης νομικής μορφής και οι διαδικασίες σύστασης της επιχείρησης	228
2.5 Η νομική μορφή της Ατομικής Επιχείρησης	229
2.5.1 Ορισμός και βασικά χαρακτηριστικά	229
2.5.2 Διαδικασίες Ίδρυσης Ατομικής Επιχείρησης	229
2.6 Η Νομική Μορφή της Εταιρείας	230
2.6.1 Ορισμός.....	230
2.6.2 Χαρακτηριστικά των εταιρειών.....	230
2.6.3 Προσωπικές και κεφαλαιουχικές εμπορικές εταιρείες	232
2.7 Ομόρρυθμη εταιρεία (Ο.Ε.)	232
2.8 Ετερόρρυθμη εταιρεία (Ε.Ε.).....	233
2.8.1 Ορισμός και Βασικά Χαρακτηριστικά.....	233
2.8.2 Διαδικασίες Ίδρυσης Ομόρρυθμης & Ετερόρρυθμης Εταιρείας	234
2.9 Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.)	235
2.9.1 Ορισμός και βασικά χαρακτηριστικά	235
2.9.2 Διαδικασία Ίδρυσης Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.)	237
2.10 Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.)	238
2.10.1 Ορισμός και βασικά χαρακτηριστικά	238
2.10.2 Διαδικασία Ίδρυσης Ανώνυμης Εταιρείας (Α.Ε.)	241
2.11 Σύγκριση Ατομικών Επιχειρήσεων και Εταιρειών	243
2.12 Η επιλογή του κατάλληλου χρόνου	243
Συμπεράσματα	244

3η Ενότητα: Οι Επιχειρηματικές Δυσκολίες

3.1 Τι σημαίνει επιχειρηματική αποτυχία;.....	246
3.2 Τα ποσοστά αποτυχίας των μικρών επιχειρήσεων	247
3.3 Οι αιτίες των αποτυχιών των νέων επιχειρήσεων	248
3.3.1 Εξωγενείς παράγοντες.....	248
3.3.2 Ενδογενείς παράγοντες	248
3.4 Τα συμπτώματα της αποτυχίας των νέων επιχειρήσεων	251
3.4.1 Άνοδος στα χρέη της επιχείρησης για την κάλυψη τρεχουσών αναγκών	251
3.4.2 Υψηλά αποθέματα προϊόντων στις αποθήκες.....	251

3.4.3 Πτώση στο ρυθμό είσπραξης των λογαριασμών των πελατών	251
3.5 Τα μέτρα αντιμετώπισης των κρίσεων.....	252
Συμπεράσματα	254

4η Ενότητα: Η Επιτυχημένη Επιχειρηματικότητα

4.1 Εισαγωγή	256
4.2 Ηγεσία	256
4.3 Ανάλυση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης	260
4.4 Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα	262
4.4.1 Πηγές ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων	262
4.4.2 Δημιουργία ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων	263
4.4.3 Διατήρηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων	264
4.5 Η στρατηγική της μακροχρόνιας ανάπτυξης της επιχείρησης	264
4.5.1 Ο πίνακας στρατηγικών επιλογών του Ansoff.....	264
4.5.2 Υπάρχουσα αγορά, υπάρχον προϊόν	264
4.5.3 Υπάρχουσα αγορά, νέο προϊόν	265
4.5.4 Νέα αγορά, υπάρχον προϊόν.....	265
4.5.5 Νέα αγορά, νέο προϊόν.....	265
4.5.6 Υπόδειγμα χαρτοφυλακίου της Boston Consulting Group	266
Συμπεράσματα	267

Δ' ΜΕΡΟΣ: Η Διοίκηση της Επιχείρησης

1η Ενότητα: Διοίκηση και Διαχείριση των Πόρων της Επιχείρησης

1.1 Εισαγωγή.....	272
1.1.1 Το χρηματοδοτικό σχήμα της επιχείρησης	272
1.1.2 Η έννοια της επένδυσης	274
1.1.3 Η αξιολόγηση μιας επένδυσης	275
1.1.4 Διαχείριση Κεφαλαίου Κίνησης.....	280
1.2 Τρόποι χρηματοδότησης.....	281
1.2.1 Αυτοχρηματοδότηση.....	281
1.2.2 Φίλοι και συγγενείς	282
1.2.3 Επενδυτές και Μέτοχοι	283
1.2.4 Δανειακά Κεφάλαια	283
1.2.5 Άλλες πηγές χρηματοδότησης	285
1.3 Ο ανθρώπινος παράγοντας	292
1.4 Τα αποθέματα	294
1.4.1 Η έννοια του αποθέματος.....	294
1.4.2 Τεχνικές αποτελεσματικής διαχείρισης αποθεμάτων.....	294
Συμπεράσματα	299

2η Ενότητα: Λογιστική και Κοστολόγηση

2.1 Εισαγωγή.....	302
2.2 Η χρησιμότητα της λογιστικής ανάλυσης	302
2.3 Οι μορφές των ιδιωτικών επιχειρήσεων	303
2.4 Οι βασικές αρχές της λογιστικής ανάλυσης	304
2.5 Οι λογιστικές καταστάσεις της επιχείρησης	306
2.5.1 Ο Ισολογισμός.....	306

2.5.2 Η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης	308
2.6 Διαστρωματική και διαχρονική ανάλυση λογιστικών καταστάσεων	309
2.7 Η χρήση αριθμοδεικτών στη λογιστική ανάλυση.....	309
2.7.1 Οι Αριθμοδείκτες Ρευστότητας	310
2.7.2 Οι Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας.....	311
2.7.3 Οι Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας.....	313
2.7.4 Οι Αριθμοδείκτες Δαπανών Λειτουργίας.....	313
2.8 Η έννοια της Κοστολόγησης	314
Συμπεράσματα	316

3η Ενότητα: Προώθηση Πωλήσεων και Τιμολόγηση

3.1 Εισαγωγή.....	318
3.2 Η έννοια και η χρησιμότητα του Μάρκετινγκ	318
3.2.1 Η επιστήμη του Μάρκετινγκ	318
3.2.2 Οι καταναλωτές ως δέκτες των μηνυμάτων του Μάρκετινγκ	319
3.2.3 Η έννοια της τμηματοποίησης της αγοράς.....	320
3.3 Η έννοια του σχεδίου Μάρκετινγκ.....	321
3.4 Η έννοια του μείγματος Μάρκετινγκ	322
3.4.1 Το προϊόν	323
3.4.2 Η διανομή του προϊόντος.....	325
3.4.3 Η τιμολόγηση του προϊόντος.....	326
3.4.4 Η προώθηση του προϊόντος	328
3.5 Οι εξωγενείς μεταβλητές του μείγματος Μάρκετινγκ.....	329
Συμπεράσματα	330

4η Ενότητα: Ποιότητα Προϊόντος

4.1 Εισαγωγή.....	332
4.2 Η έννοια της ποιότητας.....	332
4.3 Ιστορική αναδρομή	334
4.4 Η ΔΟΠ και οι αρχές της	334
4.5 Η συμβολή της ποιότητας στην επιχείρηση	337
4.6 Τα πιστοποιητικά διασφάλισης ποιότητας.....	338
4.6.1 Πληροεκτήματα προτύπων διασφάλισης ποιότητας.....	338
4.6.2 Μειονεκτήματα προτύπων διασφάλισης ποιότητας	338
4.7 Το κόστος της ποιότητας	339
4.8 ΔΟΠ και Κριτική Θεωρία	340
Συμπεράσματα	340

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	342
---------------------------	-----



Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΕΝΟΤΗΤΑ 1

Εισαγωγή

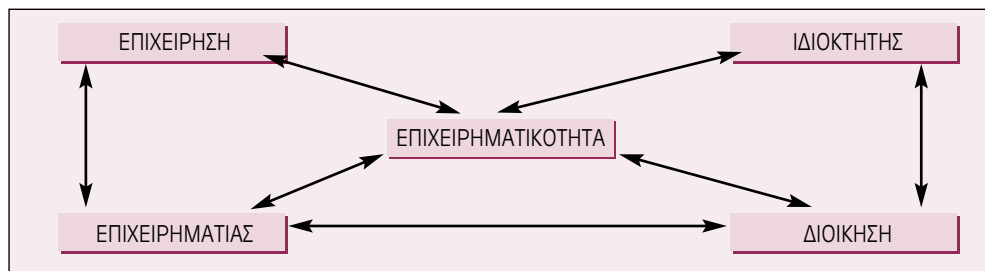
Στη συγκεκριμένη ενότητα μελετάται σε γενικές γραμμές η έννοια της επιχειρηματικότητας. Συγκεκριμένα, γίνεται μία ιστορική αναδρομή όσον αφορά την εξέλιξη της έννοιας αυτής. Κατόπιν, αναλύονται οι όροι επιχειρηματικότητα, επιχειρηματίας, ιδιοκτήτης επιχείρησης, επιχείρηση και διοίκηση επιχείρησης. Θα αναφερθούν, επίσης, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της επιχειρηματικότητας στην καθημερινή ζωή και οι γνώσεις που απαιτούνται για να γνωρίσει κάποιος την επιχειρηματικότητα. Στο τέλος θα δούμε τη διαδικασία του επιχειρείν και την ανάπτυξη.

1.1 Τι είναι επιχειρηματικότητα

Όπως ήξει ένα παλιό ρητό, ένα ταξίδι χιλίων χιλιομέτρων αρχίζει με το πρώτο βήμα. Το ίδιο συμβαίνει με ένα καινούργιο επιχειρηματικό εγχείρημα, με την απόφαση στροφής προς την αυτοαπασχόληση, τη δημιουργία μίας καινούργιας επιχείρησης. Όλα αυτά αποτελούν εκφάνσεις αυτού που αποκαλούμε «επιχειρηματικότητα».

Για να μπορέσουμε να κατανοήσουμε την έννοια της επιχειρηματικότητας, θα πρέπει να κάνουμε το πρώτο βήμα δίνοντας τον ορισμό της. Στη συνέχεια, θα πρέπει να εξηγήσουμε την έννοια της επιχείρησης και του επιχειρηματία και τη σχέση τους με την επιχειρηματικότητα. Επίσης, θα πρέπει να διαχωρίσουμε την έννοια της «Διοίκησης Επιχειρήσεων» από την «επιχειρηματικότητα», αλλιώς και από την «ιδιοκτησία» της επιχείρησης.

Σχήμα 1.1: Οι Πέντε Έννοιες του Επιχειρείν



Οι πέντε αυτές έννοιες, όπως θα δούμε, αλληλοσυνδέονται και αποτελούν το παζλ του «επιχειρείν».

Η μελέτη της «επιχειρηματικότητας», της συμπεριφοράς του επιχειρηματία και της επιχείρησης απασχολεί επιστήμονες, ερευνητές και ανθρώπους της αγοράς σε όλο τον κόσμο.

Στις μέρες μας έχει διαμορφωθεί ένας σημαντικός επιστημονικός τομέας για τη μελέτη της επιχειρηματικότητας, ο οποίος περιλαμβάνει ποικίλες πτυχές για τη μελέτη της συμπεριφοράς του επιχειρηματία. Η Επιχειρηματικότητα και ο Επιχειρηματίας προσεγγίζονται όχι μόνο από τη σκοπιά της Οικονομικής θεωρίας και της Διοίκησης Επιχειρήσεων, αλλιώς και από τη σκοπιά της Κοινωνιολογίας, της Ψυχολογίας και άλλων επιστημών.

Το γεγονός αυτό, κατά πρώτη άποψη, είναι θετικό, αν και, όπως έχει ειπωθεί, «πιθανώς το μεγαλύτερο εμπόδιο στη δημιουργία ενός πρωταρχικού εννοιολογικού σκελετού για το πεδίο της επιχειρηματικότητας είναι ο ίδιος ο ορισμός της» (Shane and Venkataraman 2000) (Σέιν & Βενκαταράμάν). Παρόλο, δηλαδή, που οι περισσότεροι από εμάς έχουμε δει τι σημαίνει «επιχειρηματικότητα» στην καθημερινή γλώσσα, δεν έχουμε ωστόσο εξετάσει την έννοια αυτή χρησιμοποιώντας επιστημονική ορολογία.

Οι Braseal and Herbert (1999) (Μπράζεελ & Χέρμπερτ), στην προσπάθειά τους να συμπύκνουν τους ορισμούς για την επιχειρηματικότητα, παρομοιάζουν παραστατικά τη μελέτη της έννοιας με μία παλιά ιστορία για έξι τυφλούς Ινδιάνους που προσπαθούν να περιγράψουν

τι είναι ένας ελέφαντας. Για τον ένα είναι ένας τοίχος (το μέγεθος), για τον άλλο είναι ένα δόρυ (ο καυλιόδοντας), για τον τρίτο ένα φίδι (η προβοσκίδα) κ.ο.κ. Στην προκειμένη περίπτωση, προσπαθούμε να δούμε ολόκληρο τον ελέφαντα.

Μία πληθώρα πρόσφατων άρθρων προσπάθησε να παρουσιάσει μερικούς περιεκτικούς και λειτουργικούς ορισμούς. Ένας πρόσφατος σημαντικός ορισμός (Stevenson and Jarillo, 1990) (Στήβενσον & Τζαρίλο) αναφέρει ότι η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει την υλοποίηση ευκαιριών, ακόμη και αν αυτές αρχικά δεν φαίνεται να διαθέτουν όλους τους αναγκαίους πόρους προς εκμετάλλευση.

Οι Braseal and Herbert (1999) (Μηράζεη & Χέρμπερτ) συνηθίζουν να υιοθετήσουμε μοντέλο για την επιχειρηματικότητα, τέτοιο ώστε να επικεντρώνεται στη μεταβολή, τη δημιουργικότητα, την καινοτομία και τους ανθρώπους που δημιουργούν αυτά τα στοιχεία, ανεξάρτητα από το αν αυτό συμβαίνει σε μία νεοσύστατη επιχείρηση ή σε έναν ήδη καθιερωμένο οργανισμό.

Οι Shane and Venkataraman (2000) (Σέιν & Βενκαταραμάν) συσχετίζουν την επιχειρηματικότητα με τις επιχειρηματικές ευκαιρίες. Εστιάζουν, επίσης, στις ευκαιρίες, θέτοντας τρεις βασικές ερωτήσεις:

1. Γιατί, τότε και πώς εμφανίζονται οι ευκαιρίες για τη δημιουργία νέων αγαθών και υπηρεσιών;
2. Γιατί, τότε και πώς κάποιοι άνθρωποι, και όχι κάποιοι άλλοι, ανακαλύπτουν και εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες αυτές;
3. Γιατί, τότε και πώς διαφορετικοί τρόποι δράσης χρησιμοποιούνται για την εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών;

Γενικότερα, προκειμένου να διατυπώσουμε έναν ορισμό ικανό να ανταποκρίνεται στην πραγματική έννοια της Επιχειρηματικότητας και του ποιος είναι Επιχειρηματίας, αλλιώς και τι κάνει, θα πρέπει να ακολουθήσουμε μία προσέγγιση η οποία θα εξετάζει θέματα όπως είναι οι δημιουργικές ευκαιρίες, η οξύνοια και η ικανότητα αντίληψης (των ευκαιριών) και τα περιθώρια δράσης.

Η «επιχειρηματικότητα» προέρχεται από το ρήμα «επιχειρώ» που σημαίνει ενεργώ με συγκεκριμένο στόχο. Ο στόχος είναι η δημιουργία και διάθεση μελλοντικών προϊόντων και υπηρεσιών χωρίς να υπάρχει βεβαιότητα για το τελικό αποτέλεσμα της προσπάθειας. Επιτυγχάνεται με την κινητοποίηση όλων των απαραίτητων διαθέσιμων πόρων. Επιχειρηματικότητα είναι η προσεκτική ανάλυση (πως, από ποιον και με τι επιπτώσεις) της διαδικασίας ανακάλυψης ευκαιριών, της αξιοθώγησης και αξιοποίησης τους.

*Για να υπάρχει επιχειρηματικότητα θα πρέπει να υπάρχουν πρώτα απ' όλα **επιχειρηματικές ευκαιρίες**. Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες είναι οι καταστάσεις όπου τα προϊόντα, υπηρεσίες, πρώτες ύλες και μέθοδοι παραγωγής συνδυάζονται αρμονικά, εισάγονται στην αγορά και πωλούνται αποφέροντας περισσότερα έσοδα από το κόστος παραγωγής τους. Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες, οι οποίες θα αναλυθούν σε ξεχωριστό κεφάλαιο, δεν αφορούν μόνο τη δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών αλλά και την καλύτερη αξιοποίηση και συνδυασμό των υπάρχοντων πόρων για να παραχθεί ένα καλύτερο προϊόν από αυτό που καλύπτει μια δεδομένη ανάγκη της αγοράς.*

*Η ύπαρξη **αβεβαιότητας** ως προς τη τελική έκβαση της προσπάθειας για την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας εισάγει στην ανάλυσή μας και τον **κίνδυνο** αποτυχίας. Οι στόχοι ενεργοποίησης του επιχειρηματία μπορεί να είναι αρκετοί. Ο σημαντικότερος από αυτούς είναι ο στόχος της μεγιστοποίησης των κερδών του από την επιχειρηματική προσπάθεια. Υπάρχουν όμως και άλλοι στόχοι που μπορεί να έχει ένας επιχειρηματίας όπως η δημιουργία, η κοινωνική προβολή, η εξασφάλιση εργασίας κ.λπ.*

*Θα πρέπει να εξηγήσουμε για είναι σημαντικόι οι «**πόροι**» στην υλοποίηση μιας επιχειρημα-*

τικής ευκαιρίας. Είναι λοιπόν κάτι τόσο σημαντικό που, εάν δεν το έχουμε, δεν μπορούμε να «επιχειρήσουμε» κάτι νέο, κάτι που θα αποτελέσει μία νέα δουλειά; «Πόροι» είναι τα μέσα που απαιτείται να χρησιμοποιηθούν, ώστε η επιχειρηματική μας ιδέα να μη μείνει μόνο σκέψη αληθιά να γίνει και πράξη.

Πολλοί ταυτίζουν τους «**πόρους**» με τους «**συντελεστές παραγωγής**», δηλαδή τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών.

Πιο συγκεκριμένα, ως «**συντελεστές παραγωγής**» θεωρούνται:

- Το **έδαφος** (γη): Ο συντελεστής «έδαφος (γη)» περιλαμβάνει όλους τους φυσικούς πόρους οι οποίοι είναι διαθέσιμοι στην επιφάνεια ή το υπέδαφος της Γης (π.χ. αέρας, νερό, πετρέλαιο κλπ).

Η γη στην οποία έχει εγκατασταθεί μία βιομηχανική μονάδα ή η καθημερινή γη αποτελούν παραδείγματα του συντελεστή «έδαφος».

- Την **εργασία**: Ο συντελεστής «εργασία» περιλαμβάνει την καταβολή της ανθρώπινης δραστηριότητας, σωματικής και πνευματικής, για την παραγωγή ενός προϊόντος. Η εργασία περιλαμβάνει όλες τις μορφές αυτής της προσπάθειας - πλήρη απασχόληση, μερική απασχόληση, διοίκηση.

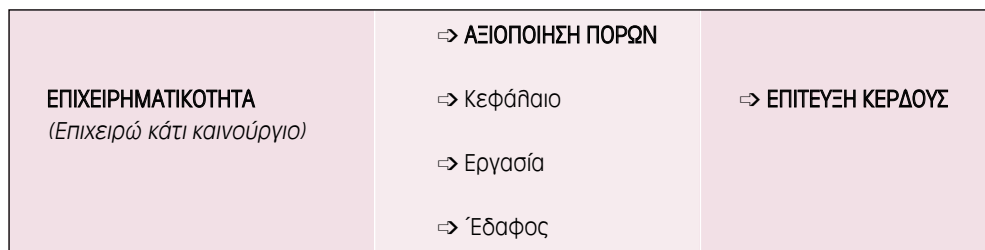
Ο κτίστης που χτίζει μία οικοδομή ή ο δάσκαλος που διδάσκει τους μαθητές του προσφέρουν εργασία στην παραγωγική διαδικασία της οικοδόμησης ενός κτιρίου και της εκπαίδευσης αντίστοιχα.

- Το **κεφάλαιο**: Ο συντελεστής «κεφάλαιο» περιλαμβάνει αφ' ενός όλα εκείνα τα αγαθά (μηχανήματα, εξοπλισμό, εργαλεία και άλλα προϊόντα) που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή άλλων προϊόντων, αφ' ετέρου τα χρήματα που είναι απαραίτητα για την κάλυψη των εξόδων που απαιτούνται για την παραγωγή τους.

Τα γεωργικά μηχανήματα που χρησιμοποιούνται στη γεωργική παραγωγή, τα μηχανήματα ενός εργοστασίου, τα κεφάλαια που απαιτούνται για να χρηματοδοτηθεί η αγορά πρώτων υλών, αποτελούν παραδείγματα του συντελεστή «κεφάλαιο».

Ο όρος «**πόροι**» είναι ευρύτερος από τον όρο «**παραγωγικοί συντελεστές**». Οι παραγωγικοί συντελεστές είναι ταυτισμένοι με την παραγωγή του αγαθού ή της υπηρεσίας. Ο όρος «πόροι» περιλαμβάνει και την αξιοποίηση του παραγόμενου αποτελέσματος

Σχήμα 1.2: Επιχειρηματικότητα & Πόροι



Το **Κέρδος ή επιχειρηματική αμοιβή** προκύπτει εάν από τα συνοδικά έσοδα από την πώληση του προϊόντος ή της υπηρεσίας αφαιρέσουμε τα συνοδικά έξοδα.

Ο Νίκος Χ, μετά από πολλή χρόνια εργασίας ως βοηθός λογιστή στην Αθήνα, αποφασίζει να επιχειρήσει κάτι νέο, μία δική του δουλειά., ένα λογιστικό γραφείο στην πατρίδα του, την Καρδίτσα. Δεν χρειάστηκε να νοικιάσει γραφείο, διότι έχει εκεί δικό του διαμέρισμα, το οποίο του παραχώρησαν οι γονείς του. Χρειάστηκε ένα κεφάλαιο 5.000 ευρώ για την αγορά ηλεκτρονικού υπολογιστή και λογιστικών προγραμμάτων, 2000 ευρώ για την αγορά επίπλων γραφείου και 1000 ευρώ για γραφική ύλη και διάφορα άλλα έξοδα γραφείου. Προσέλαβε, επίσης, μία γραμματέα, στην οποία καταβάλλει 650 ευρώ τον μήνα. Επειδή δεν προσέλαβε άλλο λογιστή και κάνει όλες τις δουλειές μόνος του, υπολογίζει και ένα μισθό για τον εαυτό του ο οποίος φτάνει τα 1500 ευρώ το μήνα.

Μετά τον πρώτο μήνα δουλειάς, κάνει τον πρώτο απολογισμό της πορείας της δουλειάς του:

Έσοδα από πελάτες:	4.000 €
Έξοδα Γραφείου:	150 €
ΔΕΗ - ΟΤΕ - ΕΥΔΑΠ:	300 €
Μισθός Γραμματέας	650 €
Μισθός Νίκου	1.500 €

Το σύνολο των εξόδων είναι 2.600 €, ενώ το σύνολο των εσόδων είναι 4.000 €. Συνεπώς, το κέρδος του Νίκου είναι:

Συνοδικά Έσοδα - Συνοδικά Έξοδα = 4.000 € - 2.600 € = 1.400 €

Για πολλούς ερευνητές η επιχειρηματικότητα θεωρείται ως ο τέταρτος συντελεστής παραγωγής, μετά το κεφάλαιο, την εργασία και το έδαφος. Για άλλους αποτελεί την ικανότητα αποτελεσματικού συνδυασμού των παραγωγικών συντελεστών για την αξιοποίηση των νέων επιχειρηματικών ευκαιριών.

Για να έχουμε μία συνοδική εικόνα, θα πρέπει να τονίσουμε, λοιπόν, ότι μελέτη της επιχειρηματικότητας περιλαμβάνει:

- ▶ τους λόγους που ωθούν ένα άτομο να ασχοληθεί με την επιχειρηματικότητα ως επαγγελματική επιλογή
- ▶ τις προϋποθέσεις για την επιβίωση και γρήγορη μεγέθυνση των νέων επιχειρηματικών προσπαθειών
- ▶ τις πολιτικές που οδηγούν στην ανάπτυξη και τόνωσή της.

1.2 Επιχειρηματικότητα, επιχειρηματίας, ιδιοκτήτης επιχείρησης, επιχείρηση, διοίκηση επιχείρησης

1.2.1 Ο επιχειρηματίας ως κεντρικό πρόσωπο της επιχειρηματικότητας

Ο άνθρωπος που κινητοποιεί τους απαραίτητους πόρους και τους εκμεταλλεύεται παραγωγικά για την υλοποίηση μίας επιχειρηματικής ευκαιρίας με σκοπό την επίτευξη κέρδους ονομάζεται **«Επιχειρηματίας»**

Η λέξη επιχειρηματίας αποτελεί δάνειο από τους Γάλλους το 15ο αιώνα, για να περιγράψει έναν στρατιωτικό διοικητή ο οποίος οδηγεί τα στρατεύματά του στη μάχη.

Ο Επιχειρηματίας «επιχειρεί» κάτι καινούργιο, χωρίς να είναι βέβαιος ότι θα επιτύχει τον στόχο του. Εξασφαλίζει τους παραγωγικούς συντελεστές σε μία δεδομένη τιμή και προσπαθεί να πουλήσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παράγονται, χωρίς να είναι βέβαιος ότι θα το επιτύχει.

Ο Νίκος Χ, ο βιομηχανικός του προηγούμενου παραδείγματος, άφησε μία σίγουρη δουλειά που είχε και που του εξασφάλιζε ένα σταθερό εισόδημα, για να φτιάξει το δικό του βιομηχανικό γραφείο. Το τι θα του κόστιζαν οι παραγωγικοί συντελεστές το γνώριζε. Αυτό για το οποίο δεν ήταν σίγουρος ήταν για το εάν θα είχε πελάτες που θα του έφερναν έσοδα.

Ο επιχειρηματίας κινείται σε ένα χώρο όπου αγοράζονται και πωλούνται παραγωγικοί συντελεστές (δηλαδή τα «μέσα» για να δημιουργηθούν προϊόντα και υπηρεσίες), ενώ επίσης αγοράζονται και πωλούνται τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που δημιουργούνται από τις επιχειρηματικές προσπάθειες. Ο χώρος αυτός ονομάζεται **«αγορά»**

Ο Επιχειρηματίας, λοιπόν, μέσα από το πλέγμα δράσεων και αποφάσεων στα πλαίσια της αγοράς, προβαίνει στις εξής ενέργειες:

- (α) Παίρνει αποφάσεις και αναλαμβάνει κινδύνους
- (β) Οργανώνει τους συντελεστές παραγωγής με τον πλέον αποτελεσματικό τρόπο για να επιτευχθεί το μέγιστο δυνατό αποτέλεσμα
- (γ) Χρησιμοποιεί τις Καινοτομίες και παρακολουθεί πρωτοποριακές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες ώστε να αντλεί ιδέες
- (δ) Αναζητά ευκαιρίες κέρδους και υιοθετεί έξυπνες στρατηγικές.

Επιχειρηματίας δεν είναι, λοιπόν, μόνον ο Βιομήχανος, ο Εφοπλιστής ή ο Ιδιοκτήτης εταιρίας πετρελαιοειδών, αλλά και ο Υδραυλικός με το μαγαζί του, ο Περιπτεράς, ο Ιδιοκτήτης συνεργείου αυτοκινήτων κλπ.

Θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι η επιχειρηματικότητα η οποία υλοποιείται μέσα στην επιχείρηση δεν προκύπτει μόνο από τον επιχειρηματία. Μπορεί και ένα διοικητικό στέλεχος ή ένας εργαζόμενος να ενισχύσει την επιχειρηματικότητα, προτείνοντας νέες ιδέες και μεθόδους που να βελτιώσουν τα παραγόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες της επιχείρησης, δημιουργώντας καινοτομίες και νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες. Η μορφή αυτή της επιχειρηματικότητας καλείται **«ενδοεπιχειρηματικότητα»**.

1.2.2 Η έννοια της επιχείρησης

Για να υλοποιηθεί το νέο επιχειρηματικό εγχείρημα, θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα χώρο όπου θα:

1. Λαμβάνονται αποφάσεις από τον επιχειρηματία και τους συνεργάτες του για το τι, πώς και πόσο θα παραχθεί, πώς θα πουληθεί κ.λπ.
2. Πραγματοποιείται η παραγωγή των προϊόντων ή η παροχή των υπηρεσιών
3. Δημιουργούνται νέες ιδέες σχετικά με προϊόντα και υπηρεσίες ή με μεθόδους παραγωγής που να αποτελούν κάτι εντελώς καινούργιο, δηλαδή «καινοτομία».

Ο «χώρος» αυτός ονομάζεται επιχείρηση και αποτελεί σημαντικότατο παράγοντα για την άσκηση της επιχειρηματικότητας από τον επιχειρηματία.

Η Επιχείρηση είναι ένας οργανισμός λήψης αποφάσεων σχετικών με την οργάνωση της παραγωγικής διαδικασίας. Στα πλαίσια των αποφάσεων αυτών, στην επιχείρηση δαπανώνται πόροι για την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών, ενώ ο επιχειρηματίας αποζημιώνεται για τις δαπάνες της από την πώληση των προϊόντων και υπηρεσιών που παρήχθησαν. Βασικός σκοπός της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους.

Η επιχείρηση νοείται και ως δράση ανθρώπων που δεν προέρχονται αμιγώς από τον κόσμο της αγοράς. Πολιτικοί, καλλιτέχνες, ακαδημαϊκοί, ακόμη και λάτρεις της περιπέτειας, όλοι μπορούν να επιδείξουν επιχειρηματική δράση.

Οι επιχειρήσεις ταξινομούνται σε τομείς και κλάδους ανάλογα με τη φύση των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγουν και προσφέρουν.

Οι τομείς παραγωγής είναι τρεις:

- ο πρωτογενής,
- ο δευτερογενής και
- ο τριτογενής

Στον **Πρωτογενή Τομέα Παραγωγής** ανήκουν οι επιχειρήσεις των οποίων το αντικείμενο παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων σχετίζεται με τη φύση (έδαφος, υπέδαφος). Οι πιο σημαντικές επιχειρήσεις του τομέα αυτού είναι οι γεωργικές, οι κτηνοτροφικές, οι αλιευτικές, οι δασοκομικές, οι μεταλλευτικές και διάφορες άλλες, όπως οι μελισσοκομικές.

Στο **Δευτερογενή Τομέα Παραγωγής** ανήκουν επιχειρήσεις που ασχολούνται με τη μεταποίηση. Σε αυτόν ανήκουν, δηλαδή, όλες οι βιοτεχνικές και βιομηχανικές μονάδες παραγωγής. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται επιχειρήσεις που κατασκευάζουν βιομηχανικά προϊόντα που χρησιμοποιούνται ως πρώτες ύλες για άλλες βιομηχανίες (ενδιάμεσα προϊόντα), καθώς και προϊόντα που φτάνουν απ' ευθείας στον καταναλωτή (τελικά προϊόντα).

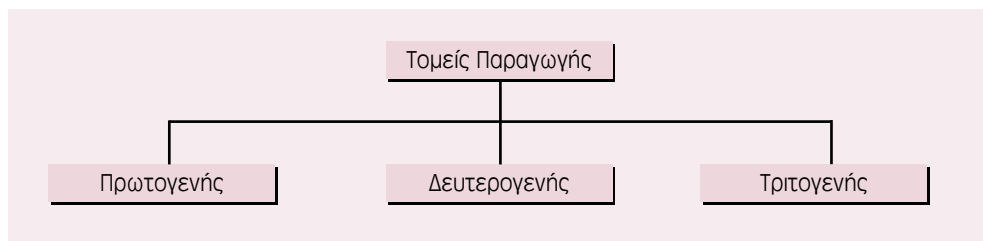
Στον **Τριτογενή Τομέα Παραγωγής** περιλαμβάνονται όλες τις επιχειρήσεις και οργανισμοί του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα που παρέχουν υπηρεσίες.

Οι επιχειρήσεις που ανήκουν στον τομέα αυτό ασχολούνται με:

- το **εμπόριο** (λιανικό ή χονδρικό εμπόριο, εισαγωγικό ή εξαγωγικό εμπόριο)
- **μεταφορές** (ναυτιλιακές επιχειρήσεις), **επικοινωνίες** (Υπουργείο Τύπου και ΜΜΕ, ΕΛΤΑ), συγκοινωνίες (Οργανισμός Αστικών Συγκοινωνιών Θεσσαλονίκης, ΚΤΕΛ στους κατά τόπους νομούς, ΟΣΕ)
- **τραπεζικές και ασφαλιστικές υπηρεσίες** (όλες οι τράπεζες, τα χρηματοοικονομικά ιδρύματα, οι ασφαλιστικές εταιρίες, το Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών)
- **υπηρεσίες υγείας** (Υπουργείο Υγείας, Πρόνοιας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων, τα νοσοκομεία, οι ιδιωτικές κλινικές και τα ιατρεία)
- **υπηρεσίες εκπαίδευσης** (δημόσια και ιδιωτικά σχολεία, τεχνικές σχολές, σχολές ΟΑΕΔ, ΚΕΚ)
- **υπηρεσίες θέαματος** (θέατρα, κινηματογράφος, νυχτερινά κέντρα διασκέδασης)
- τον **τουρισμό** (ξενοδοχειακές μονάδες, γραφεία τουρισμού)
- **συμβουλευτικές υπηρεσίες** (σύμβουλοι επιχειρήσεων παροχής νομικών και οικονομοτεχνικών υπηρεσιών).

Εκτός από τους τομείς παραγωγής, μία άλλη διάκριση των επιχειρήσεων είναι κατά κλάδο παραγωγής. Ο κλάδος παραγωγής καθορίζεται από το ίδιο το προϊόν. Έτσι, έχουμε τον κλάδο οινοποιίας, υποδηματοποιίας, μεταλλουργίας, υαλουργίας, κλωστοϋφαντουργίας, τροφίμων και ποτών κ.ά.

Σχήμα 1.3: Τομείς Παραγωγής



1.2.3 Επιχειρηματικότητα & Ιδιοκτησία

Ο Επιχειρηματίας είναι, συνθήτως, και **ιδιοκτήτης** της επιχείρησης. Με άλλα λόγια, η επιχείρηση του ανήκει, διότι του ανήκουν τα περιουσιακά στοιχεία της και έχει δαπανήσει πόρους για να αποκτήσει τους παραγωγικούς συντελεστές που θα του επιτρέψουν να υλοποιήσει την επιχειρηματική του ιδέα.

Η πιο διαδεδομένη μορφή επιχείρησης όπου ο επιχειρηματίας είναι και απόλυτος ιδιοκτήτης είναι η **Ατομική Επιχείρηση**.

Ατομική επιχείρηση είναι αυτή που ο επιχειρηματίας είναι ο ιδρυτής, ο ιδιοκτήτης και το μόνο άτομο που ασκεί μία επαγγελματική δραστηριότητα και έχει την ευθύνη όλων των αποφάσεων και των συνεπειών τους. Η ατομική επιχείρηση συνδέεται στενά με το πρόσωπο του ιδιοκτήτη-επιχειρηματία και, εάν δεν μεταβιβαστεί σε κάποιο άλλο πρόσωπο, παύει να υπάρχει με τη συνταξιοδότηση ή το θάνατό του.

Σε πολλές όμως περιπτώσεις, επειδή οι πόροι που διαθέτει ο επιχειρηματίας δεν επαρκούν για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης, βρίσκει και άλλους ανθρώπους οι οποίοι να πιστεύουν στην επιχειρηματική του ιδέα και να είναι διατεθειμένοι να προσφέρουν κεφάλαια. Σε αντάλλαγμα, τους παραχωρεί ένα κομμάτι από την ιδιοκτησία της επιχείρησης και ένα μερίδιο από τα κέρδη. Κατά συνέπεια, τους κάνει συμμετόχους ή **«μέτοχους»** της επιχείρησης.

Στην περίπτωση αυτή μιλάμε για εταιρικές επιχειρήσεις, δηλαδή οικονομικές μονάδες που προέρχονται από τη σύμπραξη δύο τουλάχιστον ατόμων.

Οι εταιρικές επιχειρήσεις χωρίζονται σε **«προσωπικές»** και **«κεφαλαιουχικές»**. Ονομάζονται προσωπικές οι εταιρίες που στηρίζονται κυρίως στην προσωπικότητα του επιχειρηματία και των υπόλοιπων εταίρων, οι οποίοι, εκτός από το κεφάλαιο, προσφέρουν και την προσωπική τους εργασία, τις εμπειρίες, τις γνώσεις και τις γνωριμίες τους. Τέτοιες επιχειρήσεις είναι οι **Ομόρρυθμες** και οι **Ετερόρρυθμες**.

Ο επιχειρηματίας και οι υπόλοιποι συμμετόχοι είναι υπεύθυνοι για τις υποχρεώσεις της επιχείρησης πέρα από τα κεφάλαια που έχουν συνεισφέρει. Εξάρτηση αποτελεί ο ετερόρρυθμος εταίρος, ο οποίος είναι υπεύθυνος μέχρι το ποσό που έχει εισφέρει.

Οι **Κεφαλαιουχικές Εταιρίες** είναι μεγάλες επιχειρήσεις και θεωρούνται απρόσωπες εταιρίες, διότι ο σπουδαιότερος παράγοντας γι' αυτές είναι τα κεφάλαια και όχι τα πρόσωπα. Αρκετές από αυτές ξεκίνησαν ως μικρές ατομικές επιχειρήσεις και εξελίχθηκαν με ραγδαίο ρυθμό. Οι Κεφαλαιουχικές Εταιρίες είναι η **Ανώνυμη Εταιρία** και η **Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης**.

Η **ιδιοκτησία** του επιχειρηματία και των υπόλοιπων οι οποίοι έχουν συνεισφέρει κεφάλαια αποτυπώνεται στις μετοχές, για την **Α.Ε.**, και στα μερίδια, για την **Ε.Π.Ε.**

Το συνολικό κεφάλαιο της επιχείρησης με τη μορφή της Ανώνυμης Εταιρείας διαιρείται σε μετοχές, οι οποίες αποτελούν τίτλους ιδιοκτησίας Αν, για παράδειγμα, το κεφάλαιο μίας εταιρίας διαιρείται σε 1.000 μετοχές και ο βασικός επιχειρηματίας είναι κάτοχος 500 μετοχών, διαθέτει την ιδιοκτησία του 50% της συνολικής περιουσίας της. Οι μεγάλες Ανώνυμες Εταιρίες επιδιώκουν, συνθήτως, την εισαγωγή τους στο Χρηματιστήριο, προκειμένου να αυξήσουν το κεφάλαιό τους και την τιμή της μετοχής. Τα κέρδη των μετόχων προέρχονται από δύο πηγές: α) από τα κέρδη της Α.Ε. από τα οποία εισπράττουν μέρος και β) από την αύξηση της χρηματιστηριακής τιμής της μετοχής.

Στην **Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης** το συνολικό κεφάλαιο αποτελείται από ίσα εταιρικά μερίδια, τα οποία μοιράζονται στον επιχειρηματία και τους υπόλοιπους εταίρους σύμφωνα με το ποσό που έχουν προσφέρει. Τα μερίδια αυτά δεν μετατρέπονται σε μετοχές, αλλά μπορούν να μεταβιβασθούν μέσω πώλησης, κληροδοτήματος ή δωρεάς με συμβολαιογραφική πράξη.

Κοινός τόπος των κεφαλαιουχικών επιχειρήσεων είναι ότι οι ιδιοκτήτες-επιχειρηματίες έχουν ευθύνη και εκτίθενται σε κίνδυνο μέχρι του κεφαλαίου που έχουν εισφέρει. Σε επόμενη διδακτική ενότητα θα παρουσιασθούν αναλυτικά οι μορφές επιχειρήσεων. Η αναφορά που έγινε ήταν για να διευκρινισθεί η σχέση ιδιοκτησίας - επιχειρηματία.

Δεν θα πρέπει να μπερδέσουμε τη **«Διοίκηση Επιχειρήσεων»** και την **«Επιχειρηματικότητα»**. Η Διοίκηση της Επιχείρησης αφορά αμιγώς την οργάνωση, τον έλεγχο και τη διοίκηση μίας υφιστάμενης επιχείρησης, από στελέχη που λαμβάνουν αποφάσεις για τα επιμέρους τμήματά της και δίνουν λόγο στους μετόχους-ιδιοκτήτες και τον επιχειρηματία. Η επιχειρηματικότητα εστιάζει την προσοχή της στον επιχειρηματία, ο οποίος δημιουργεί και αναπτύσσει την επιχείρησή του, το περιβάλλον όπου πραγματοποιείται η παραπάνω δραστηριότητα, καθώς και στα ευρύτερα οφέλη και πλεονεκτήματα που διοχετεύονται στην οικονομία μέσω της δράσης του.

Ας δούμε, όμως, πώς διαμορφώθηκε ιστορικά η έννοια της επιχειρηματικότητας και του επιχειρηματία και πώς συνδέονται τόσο με την έννοια της ιδιοκτησίας, όσο και με την αποτελεσματική διαχείριση των πόρων για την αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών.

1.3 Ιστορική Εξέλιξη των εννοιών της Επιχειρηματικότητας & του Επιχειρηματία

Αναφορές για την έννοια της επιχειρηματικότητας, καθώς και για το ρόλο και τη δράση του επιχειρηματία, συναντάμε σε πολλά κείμενα από την αρχαιότητα μέχρι τις ημέρες μας. Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι στα πλαίσια αυτών των κειμένων οι έννοιες «επιχειρηματικότητα» και «επιχειρηματίας» είναι αλληληλένδετες.

1.3.1 Η «Επιχειρηματικότητα» στη Αρχαία Ελληνική Οικονομική Σκέψη

Στα κείμενα που διασώζονται, οι αρχαίοι Έλληνες αποδέχονται το ρόλο του Επιχειρηματία και τη χρησιμότητά του στην οικονομική ζωή της πόλης όπου ζει. Τόνισαν με σαφήνεια ότι το κυνήγι του κέρδους, όταν γίνεται σε ηθικά και νόμιμα πλαίσια, έχει θετικά αποτελέσματα για την οικονομική ανάπτυξη της πόλης, οδηγεί σε ανάπτυξη των τεχνών και του πολιτισμού και επιτυγχάνει ισορροπία μεταξύ αγοράς και ζήτησης

Ο θεός Ερμής προστάτης των «επιχειρηματιών»

Για τους αρχαίους Έλληνες ο θεός Ερμής, εκτός των άλλων ιδιοτήτων του, ήταν προστάτης των εμπόρων και των επιχειρηματιών της εποχής. Σύμφωνα με το μύθο, ο Ερμής έφτιαξε μία λύρα από καβούκι χελώνας, την οποία και αντάλλαξε με ένα κοπάδι βόδια που είχε κλέψει από το θεό Απόλλωνα. Κατανοώντας την αξία που είχε η λύρα για το θεό Απόλλωνα, ο Ερμής πέτυχε πολύ σημαντικό οικονομικό κέρδος μέσα από την ανταλλαγή. Ο θεός Ερμής προστάτευε από τους κινδύνους, τους εμπόρους που πραγματοποιούσαν μεγάλα ταξίδια και μετέφεραν εμπορεύματα στους πελάτες τους, γι' αυτό και είναι γνωστός ως «Κερδώς Ερμής».

Θα πρέπει να διευκρινίσουμε ότι στα κείμενα των αρχαίων Ελλήνων φιλοσόφων και συγγραφέων η **επιχειρηματικότητα** εμφανιζόταν κατά κύριο λόγο στο εμπόριο μέσω της θάλασσας. Παρά

ταύτα, η έννοια της επιχειρηματικότητας εντοπιζόταν σε δύο σημαντικούς άξονες:

1. Την ανακάλυψη και, κυρίως, την υλοποίηση κερδοφόρων ευκαιριών.
2. Τη σύλληψη της καινούργιας ιδέας για την πραγματοποίηση μίας καινούργιας επιχείρησης.

Ας δούμε ένα παράδειγμα εντοπισμού, σύλληψης και υλοποίησης κερδοφόρας ευκαιρίας. Είναι η περίφημη ιστορία του Θαλή του Μιλήσιου (624-545 π.Χ.), ο οποίος, χρησιμοποιώντας τις ικανότητές του, δημιούργησε μία επιχειρηματική διαδικασία - σταθμό για τα παγκόσμια χρονικά και σημείο αναφοράς στη σύγχρονη επιχειρηματική λογική. Πρόκειται για την περίφημη **Υπόθεση του Θαλή (Thales Case)**.

Ο Θαλής κατείχε ιδιαίτερες ικανότητες και δεξιότητες στο γνωστικό τομέα της αστρολογίας. Χρησιμοποιώντας αυτές τις ικανότητες και δεξιότητες, πρόβλεψε ότι το επόμενο φθινόπωρο η σοδειά της ελιάς θα ήταν εξαιρετικά αυξημένη σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο. Βασιζόμενος σε αυτή την πρόβλεψη, ο Θαλής προχώρησε σε συμφωνίες με τους ιδιοκτήτες των ελαιотριβείων της περιοχής, καταθέτοντας τα λιγιστά του χρήματα ως εγγύηση για την αποκλειστική χρήση των ελαιотριβείων κατά την περίοδο της συγκομιδής. Ο Θαλής διαπραγματεύτηκε με επιτυχία πολύ χαμηλές τιμές, δεδομένης της μεγάλης προσφοράς και της πολύ μικρής ζήτησης (έλλειψη ανταγωνισμού), όπως επίσης και της αβεβαιότητας που επικρατούσε μεταξύ των ιδιοκτητών ελαιотριβείων για τη μελλοντική σοδειά.

Οι ιδιοκτήτες των ελαιотριβείων προτίμησαν, λόγω της αβεβαιότητας, να προχωρήσουν σε συμφωνία, για να εξασφαλίσουν έστω και μικρό σχετικά εισόδημα στην περίπτωση μικρής μελλοντικής παραγωγής. Τελικά, ο Θαλής δικαιώθηκε για την πρόβλεψή του. Κατά την εποχή του φθινοπώρου η συγκομιδή ήταν τεράστια, με αποτέλεσμα η ζήτηση για τα ελαιотριβεία να φτάσει στο αποκορύφωμά της. Το γεγονός αυτό έδωσε στο Θαλή τη δυνατότητα να ενοικιάσει τα ελαιотριβεία σε πολύ μεγαλύτερες τιμές από αυτές που ο ίδιος είχε αρχικά πληρώσει.

Έτσι ο Θαλής, ο οποίος αρχικά δεχόταν άσχημη κριτική για την έλλειψη πλούτου που τον διακατείχε, μιας και σύμφωνα με τους επικριτές του: «Η φιλοσοφία ήταν άχρηστη και χωρίς καμία πρακτική αξία», δημιούργησε τεράστια περιουσία, αποδεικνύοντας ότι οι φιλόσοφοι μπορούν να πλουτίσουν, αλλά οι αναζητήσεις τους είναι πνευματικές και όχι υλικές.

Ο Πλάτων, για παράδειγμα, ήταν ιδιαίτερα επιφυλακτικός απέναντι στην «επιχειρηματικότητα» και την επίδρασή της στην καθημερινή ζωή του ανθρώπου.

Για την Πλατωνική Σχολή, το να είναι κανείς εύπορος ήταν αποδεκτό και αξιόπαινο, στο βαθμό που εξασφάλιζε τα προς το ζην. Ωστόσο, αυτό που σήμερα ονομάζουμε επιχειρηματικότητα αντιμετωπιζόταν με επιφυλακτικότητα και ορισμένες φορές με εχθρότητα. Ο Πλάτων, συγκεκριμένα, έβλεπε τη συσσώρευση πλούτου και ιδιωτικής περιουσίας με καχυποψία. Δίδαξε, επίσης, ότι η εξύψωση της δημιουργίας πλούτου σε πρώτη προτεραιότητα αποσπούσε το άτομο από την κατάκτηση απώτερων στόχων, όπως η τελειοποίηση των ατομικών, πνευματικών και φυσικών του ικανοτήτων.

Η ανακάλυψη και αξιοποίηση ευκαιριών κέρδους ως βάση της Επιχειρηματικής Διαδικασίας εντοπίζεται και στο έργο άλλων συγγραφέων, όπως ο **Δημοσθένης** και ο **Ξενοφών**. Ο τελευταίος στο έργο του «Οικονομικός» και ο Δημοσθένης στους λόγους του σημειώνουν ότι ο ρόλος του εμπόρου-επιχειρηματία είναι να προσπαθεί να ανακαλύψει την ύπαρξη διαφορετικών τιμών για το ίδιο προϊόν στις διάφορες αγορές και να αξιοποιήσει για δικό του όφελος τις υπάρχουσες χαμηλές τιμές.

Ο **Αριστοτέλης** υπήρξε σταθερός υποστηρικτής του ατομικού συμφέροντος, της ιδιωτικής περιουσίας και των οικογενειακών συνεταιρισμών. Υποστήριξε ότι υπάρχουν κυρίως δύο τρόποι για να πλουτίσει κανείς: η παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών και η ανταλλαγή τους, που είναι η φυσική μέθοδος, και η κερδοσκοπία, το εμπόριο, ο έντοκος δανεισμός και το μονοπώλιο, που αποτελούν «αφύσικες μεθόδους». Η υποστήριξη της «επιχειρηματικότητας», αλλιά και του «επιχειρηματία», προκύπτει από τα εξής σημεία:

- ▶ Τάσσεται υπέρ του θεσμού της ατομικής ιδιοκτησίας και εναντίον της «κοινοκτημοσύνης» που πρεσβεύει ο Πλάτων
- ▶ Θεωρεί ότι το χρήμα, εκτός από την ανταλλακτική αξία, έχει και την ιδιότητα της συσσώρευσης και μπορεί να χρησιμοποιηθεί για δανεισμό
- ▶ Στο έργο του «Πολιτικά» σημειώνει με παραδείγματα ότι οι έξυπνες επιχειρηματικές ιδέες είναι η βασική πηγή των μεγάλων κερδών.

Ο Ξενοφών στο έργο του αναφέρει το παράδειγμα ενός Αθηναίου επιχειρηματία, ο οποίος αγόραζε εγκαταλεηθιμένα χωράφια, βελτιώνει με την τεχνονγνωσία της εποχής την παραγωγικότητά τους και τα μεταπωλούσε σε υψηλότερη τιμή.

Εκτός από τα παραπάνω θέματα, οι αρχαίοι Έλληνες συγγραφείς αναγνώρισαν ότι ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει τον κίνδυνο να μην ολοκληρώσει τη δουλειά που έχει αναλάβει να οργανώσει και να φέρει εις πέρας, γι' αυτό θα πρέπει να εισπράττει μία αμοιβή για να αντασφαλισθεί απέναντι σε κινδύνους που δεν μπορεί να αντιμετωπίσει.

1.3.2 Η Επιχειρηματικότητα από το Μεσαίωνα μέχρι το 18ο αιώνα.

Είναι γεγονός, ότι από την εποχή των αρχαίων Ελλήνων μέχρι το 18ο αιώνα ελάχιστα σημαντικές αναφορές για την επιχειρηματικότητα συναντάμε σε κείμενα της εποχής.

Οι Ρωμαίοι συγγραφείς υιοθετούν κυρίως τις απόψεις των Ελλήνων συγγραφέων, ενώ η «συμπάθειά» τους στρέφεται κυρίως στη γεωργία και όχι στο «εμπόριο». Άλλωστε, η συνεισφορά των Ρωμαίων στην Οικονομική Ανάπτυξη δεν ήταν σημαντική. Ο χώρος όπου πραγματικά διέπρεψαν και επηρέασαν μεταγενέστερα την Οικονομία και την Επιχειρηματικότητα ήταν το σύστημα δικαίου που κληροδότησαν στην ανθρωπότητα.

Για παράδειγμα, οι Ρωμαίοι θεωρούσαν ότι η τιμή και η αξία των αγαθών που ανταλλάσσονται στα πλαίσια των εμπορικών διαδικασιών δεν πρέπει να καθορίζονται από την εκτίμηση ενός μεμονωμένου ατόμου ή τη χρησιμότητα του αγαθού για το άτομο, αλλιά με βάση την «κοινή εκτίμηση». Υπάρχουν, όμως, διαφορές στην τιμή των αγαθών, ανάλογα με το χώρο, το χρόνο και τον τόπο της εμπορικής συναλλαγής. Δεν θεωρούσαν, για παράδειγμα, ίδια την τιμή του λαδιού στη Ρώμη και στην Ισπανία, ούτε ότι το ελαιόλαδο έχει την ίδια αξία σε καιρούς παρατεταμένης ανομβρίας και σε καιρούς άφθονης συγκομιδής.

Μεταξύ του 2ου μ.Χ. αιώνα και της περιόδου του Ευρωπαϊκού Διαφωτισμού, η Χριστιανική θεολογία προκάλεσε ποικίλες αντιπαραθέσεις σε σχέση με τον τρόπο που πρέπει να ερμηνεύουμε την επιχειρηματική συμπεριφορά. Κύριο μέλημα της Εκκλησίας ήταν η άσκηση κριτικής σε θέματα όπου οι οικονομικές πράξεις είχαν επιπτώσεις ηθικής φύσεως.

Πολλοί από τους Πατέρες της Εκκλησίας, στα κείμενά τους, θεωρούν απαγορευτική την τοκογλυφία, που την εννοούν ως χρέωση τόκων μέσω δανείων. Από τη στιγμή που η διάθεση του κεφαλαίου και η δημιουργία επιχειρήσεων συνιστά προσπάθεια αύξησης του πλούτου, πράγμα το

οποίο δεν ήταν σύμφωνο με τα κηρύγματα της Εκκλησίας, υπήρχαν ηθικά αντικίνητρα που απέτρεπαν κάποιον να ασχοληθεί με επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Παρ' όλα αυτά, ακόμη και στην πολύ πρωίμη φάση της, η Εκκλησία αμφιταλαντεύεται ανάμεσα στην ανάγκη του ανθρώπου να εργάζεται προκειμένου να δίνει τροφή στη ψυχή του (και να συγκεντρώνει εισόδημα το οποίο θα διαθέσει σε φιλανθρωπικούς σκοπούς) και στους κινδύνους που ελλοχεύουν στο κυνήγι του χρήματος, που γεννά το φθόνο και την απληστία.

Τα ηθικά προστάγματα, η καχυποψία απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα και η δυσπιστία επηρέασαν σημαντικά την εικόνα του επιχειρηματία ως δήληστου και ανέντιμου ανθρώπου, με συνέπεια, ακόμη και σήμερα, σε ορισμένες χώρες της Ευρώπης οι φορείς της επιχειρηματικότητας να αμφισβητούνται ως προς τις προθέσεις τους.

Στα νέα Πανεπιστήμια που δημιουργήθηκαν από το 12ο μέχρι το 16ο αιώνα, πολλοί ιερείς και μοναχοί εργάστηκαν πάνω στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι επιχειρήσεις και η οικονομία θα έπρεπε να αντιμετωπίζονται, μιλώντας πάντοτε υπό το πρίσμα της ηθικής. Στοιχεία για την έρευνά τους άντλησαν όχι μόνον από κείμενα της Εκκλησίας, αλλά και από τα γραπτά του Αριστοτέλη, έτσι ώστε να συνδυάσουν την περιορισμένη εκτίμηση που είχε ο Αριστοτέλης για το εμπόριο και τη δυσπιστία της Εκκλησίας. Σταδιακά, και για περισσότερο από 400 χρόνια, πέτυχαν την ευρύτερη αποδοχή της οικονομικής και επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Ο Θωμάς Ακινάτης (1220-1279), ενώ υποστήριζε ότι υπήρχε κάτι το «φτηνό» (*quandam turpitudinem*) σε σχέση με τις εμπορικές συναλλαγές, συμφωνούσε με την Αριστοτέλεια άποψη ότι η επιδίωξη να αποκτήσει κανείς περιουσία και να ικανοποιήσει το ατομικό του συμφέρον αναγκάζει τον άνθρωπο να δουλέψει σκληρότερα.

Ο Ακινάτης αναγνώριζε έξι τρόπους για να δικαιολογήσει την εμπλοκή κάποιου σε επιχειρηματικές ή εμπορικές συναλλαγές. Αυτοί συνοψίζονται στα εξής σημεία:

1. στην ανάγκη του ανθρώπου να εξασφαλίσει τα προς το ζην,
2. στην επιθυμία συσσώρευσης χρήματος με σκοπό τη φιλανθρωπική τους διάθεση
3. στην παραχώρηση του πλούτου που συσσωρεύεται για τη δημιουργία δημόσιων κοινωφελών έργων
4. στην προστιθέμενη αξία που προσκομίζουμε μέσα από τη βελτίωση των αγαθών
5. στις διακυμάνσεις της αξίας ενός αγαθού που προέρχονται από χρονικές ή γεωγραφικές διαφορές
6. στην ανάληψη κινδύνου από τον επιχειρηματία, η οποία αντισταθμίζεται με κάποια αμοιβή που θα μπορούσε να θεωρηθεί ως επιχειρηματικό κέρδος.

Η Εικόνα του Επιχειρηματία αηλάζει

Αξίζει εδώ να προσέξουμε ότι σταδιακά το κλίμα για τον επιχειρηματία αηλάζει.

Ο Ακινάτης αναγνωρίζει το ρόλο του επιχειρηματία:

1. στο να προσθέτει αξία στα αγαθά και
2. στο να τα επαναπροσδιορίζει χρονικά και χωρικά, εκεί όπου η προσφορά είναι δυσεύρετη.
3. Αναγνωρίζει, επίσης, το γεγονός ότι η ανάληψη κινδύνου προϋποθέτει κάποια μελλοντική χρηματική απόδοση.
4. Ο επιχειρηματίας αρχίζει πηδόν να νοείται σαν οντότητα χρήσιμη στην κοινωνία και την οικονομία.

Έναν αιώνα αργότερα από τον Ακινάτη, ο Nicole Oresme (1320-1380), επίσκοπος της Lisieux, έγραψε ότι το βασικό μέλημα των Αρχόντων θα έπρεπε να είναι η προστασία της

χρηματικής αξίας, με τρόπο τέτοιο που να επιτρέπει τη σωστή διεξαγωγή του εμπορίου. Ο Oresme θεώρησε ότι ο **επιχειρηματίας κατέχει σημαντική θέση στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.**

Ύστερα πάλι από εκατό χρόνια, ο Άγιος Αντώνιος της Φλωρεντίας (1389-1459), προχώρησε σε περαιτέρω έρευνα. Διαφώνησε με τον Αριστοτέλη στο ότι το χρήμα έχει μόνο εσωτερική και ανταλλακτική αξία και υποστήριξε ότι ένα μέρος της αξίας του οφείλεται στο ρόλο που του αποδίδεται ως απαραίτητη προϋπόθεση της δημιουργίας της επιχείρησης. **Αυτό δείχνει ότι ο δανεισμός κεφαλαίων για επιχειρηματικούς σκοπούς είχε αρχίσει να νομιμοποιείται.**

Στα μέσα του 17ου αιώνα, με τη γέννηση των σύγχρονων οικονομικών, πραγματοποιείται μία σοβαρότερη προσέγγιση της έννοιας του επιχειρηματία. Για περισσότερα από 150 χρόνια, οι λίγες μελέτες που δημοσιεύθηκαν αφορούσαν αμιγώς τον επιχειρηματία, αλλιώς τον έβλεπαν μόνον από τη σκοπιά της οικονομικής επιστήμης και της επίτευξης των στόχων μίας επιχείρησης στα όρια μίας αγοράς

Από τα πιο σημαντικά έργα του 18ου αιώνα, με μεγάλη επίδραση στην εξέλιξη της επιχειρηματικότητας, ήταν η μελέτη του **Cantillon** (Richard Cantillon 1680-1734). Ο Cantillon, στο βιβλίο του «Δοκίμιο για τη φύση του Εμπορίου Γενικά», χρησιμοποιεί για πρώτη φορά τον όρο «επιχειρηματίας»

Κατά τον **Cantillon**, πηγή του πλούτου είναι η γη, από τα προϊόντα της οποίας συντηρούνται και πλουτίζουν και οι τρεις κοινωνικές τάξεις τις οποίες διακρίνει και οι οποίες είναι οι εξής:

1. Ο Ηγεμόνας και οι γαιοκτήμονες
2. Οι γεωργοί
3. Οι τεχνίτες και οι επιχειρηματίες.

Η τρίτη κατηγορία, που μας ενδιαφέρει περισσότερο, ασχολείται με την κυκλοφορία και ανταλλαγή των αγαθών και μάλιστα με δικό τους κίνδυνο. Ο Cantillon θεωρεί ότι οι επιχειρηματίες συντηρούνται εν μέρει από τους γεωργούς και εν μέρει από τους γαιοκτήμονες, οι οποίοι έρχονται στην αγορά για να προμηθευθούν τα προϊόντα της γης που πουλάνε οι επιχειρηματίες. Επιχειρηματίας μπορεί να είναι ο γεωργός που αποφασίζει ο ίδιος να πουλήσει το κομμάτι της παραγωγής που του αναλογεί, ο καταστηματούχος, ο χονδρέμπορος, και γενικά όποιος διαθέτει κεφάλαιο και εργάζεται σε καθεστώς αβεβαιότητας ως προς την τιμή που θα εξασφαλίσει και το κέρδος που θα επιτύχει.

Στα επόμενα χρόνια εγκαταλείπεται η διασύνδεση γης - επιχειρηματία και στο έργο των κλασικών (**Adam Smith, J. B. Say**) παρουσιάζεται ο επιχειρηματίας ως εκείνο το πρόσωπο που, κατέχοντας ή έχοντας πρόσβαση σε διαφορετικούς συντελεστές παραγωγής, προχωρεί στην οργάνωσή τους, επιδιώκοντας την ελαχιστοποίηση του κόστους παραγωγής και τη μεγιστοποίηση του κέρδους. Στη συνέχεια αναλαμβάνει τη διοίκηση και την εποπτεία της επιχείρησης, αλλιώς και τους διάφορους κινδύνους που την απειλούν.

«Δεν είναι από την καλή διάθεση του κρεοπώλη και του φούρναρη που περιμένουμε να δειπνήσουμε, αλλά από το ενδιαφέρον τους για το δικό τους συμφέρον. Δεν απευθυνόμαστε στον ανθρωπισμό τους, αλλά στον επιχειρηματικό τους εγωισμό, δεν τους μιλάμε για τις δικές μας ανάγκες, αλλά για το δικό τους όφελος.»

Adam Smith, «Ο Πλούτος των Εθνών», 1776, σελ. 13

1.3.3 Από το 19ο αιώνα μέχρι τις ημέρες μας

Από το 19ο αιώνα μέχρι τις ημέρες μας υπήρξαν σημαντικές επιστημονικές προσεγγίσεις και απόψεις για την επιχειρηματικότητα και το ρόλο του επιχειρηματία. Πρόκειται για απόψεις που πολλές φορές έρχονταν σε σύγκρουση μεταξύ τους.

Οι ριζοσπάστες, με κύριο εκπρόσωπο το **Μαρξ**, στράφηκαν εναντίον της λειτουργίας του κεφαλαίου-επιχειρηματία, υποστηρίζοντας ότι στηρίζεται στη δύναμη των κεφαλαίων που διαθέτει, ενοικιάζοντας την εργατική δύναμη ώστε να παράγει προϊόντα μεγαλύτερης αξίας από αυτήν που πλήρωσε για την εργασία, και συνεπώς το επιχειρηματικό κέρδος δεν αποτελεί ανταμοιβή για κάποια παραγωγική δραστηριότητα. Το επιχειρηματικό κέρδος αποτελεί, κατά τους ριζοσπάστες, το αποτέλεσμα της εκμετάλλευσης των παραγωγικών σχέσεων που έχει επιβληθεί από το καπιταλιστικό σύστημα.

Ένα άλλο σημαντικό οικονομικό ρεύμα που επηρέασε, σε μεγάλο βαθμό, την προσέγγιση της έννοιας της επιχειρηματικότητας ήταν η Νεοκλασική Σχολή. Σύμφωνα με τις αντιλήψεις των εκπροσώπων της, ο «επιχειρηματίας» λαμβάνει αποφάσεις καθαρά «ωφελιμιστικά». Με άλλα λόγια, επιθυμεί να μεγιστοποιήσει το επιχειρηματικό του κέρδος με το χαμηλότερο δυνατό κόστος. Παράλληλα, οι εκπρόσωποι της Νεοκλασικής Σχολής μελέτησαν διεξοδικά τη σύνδεση της επιχειρηματικότητας με την οικονομική ανάπτυξη.

Ο κύριος εκπρόσωπος της σχολής αυτής ήταν ο **Alfred Marshall** (1842-1924), ο οποίος επισήμα-νε τρεις βασικές λειτουργίες ενός επιχειρηματία, οι οποίες είναι:

- να συγκεντρώνει τα απαραίτητα κεφάλαια και το εργατικό δυναμικό που απαιτούνται για την ολοκλήρωση της παραγωγικής διαδικασίας
- να οργανώνει το γενικό πλάνο οργάνωσης και λειτουργίας της επιχείρησης
- να επιβλέπει την πορεία της, εξετάζοντας τα πάντα με λεπτομέρεια.

Ο **Marshall** είναι ένας από τους λίγους οικονομολόγους που επισκεπτόταν συχνά διάφορες επιχειρήσεις, μάθαινε για τις προόδους που σημείωναν και ερχόταν σε επαφή με τους ιδιοκτήτες και τους διευθυντές τους, ώστε να μαθαίνει από πρώτο χέρι τα προβλήματά τους.

Υπήρξαν προσεγγίσεις που έδωσαν ιδιαίτερη έμφαση στο ρόλο του επιχειρηματία ως φορέα της καινοτομίας και της αλληλεγγύης. Για το **Schumpeter**, ο επιχειρηματίας είναι ο «φορέας των αλλαγών, ο συντελεστής που εισάγει τις καινοτομίες (νέα προϊόντα, νέες μέθοδοι παραγωγής, νέες τεχνικές πωλήσεων, νέοι τύποι εξοπλισμού). Ο επιχειρηματίας οραματίζεται το μέλλον.»

1.4 Επιχειρηματικότητα και καθημερινότητα. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα

Η επιχειρηματικότητα σήμερα εστιάζει την προσοχή της στον επιχειρηματία που δημιουργεί και αναπτύσσει καθημερινά την επιχείρησή του, το περιβάλλον όπου πραγματοποιείται η παραπάνω δραστηριότητα, καθώς και στα ευρύτερα οφέλη και πλεονεκτήματα που διοχετεύονται στην οικονομία μέσω της επιχειρηματικότητας. Επειδή, λοιπόν, αυτό που μας ενδιαφέρει είναι να κατανοήσετε γιατί θα πρέπει να ασχοληθείτε ενεργά με το μάθημα, θα σας παραθέσουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του να φτιάξετε τη δική σας επιχείρηση.

1.4.1 Πλεονεκτήματα της «Επιχειρηματικότητας»

Πολλοί άνθρωποι, κυρίως επιχειρηματίες, εντοπίζουν μία σειρά σημαντικών πλεονεκτημάτων στο να έχεις και να λειτουργείς τη δική σου επιχείρηση. Τα πιο σημαντικά είναι τα εξής:

1. **Οι Επιχειρηματίες είναι αφεντικά του εαυτού τους.** Κανένας μέσα στην επιχείρηση δεν δίνει εντολές στον επιχειρηματία. Ο Επιχειρηματίας είναι κύριος του περωμένου του.

2. **Οι Επιχειρηματίες ασχολούνται με δουλειές που τους αρέσουν.** Οι Επιχειρηματίες δημιουργούν επιχειρήσεις και δουλεύουν σε πεδία που τους ενδιαφέρουν άμεσα. Πολλοί συνδυάζουν το χόμπι με τη δουλειά, συνεπώς χαρά και εργασία.
3. **Οι Επιχειρηματίες είναι δημιουργικοί και καινοτόμοι.** Οι Επιχειρηματίες έχουν τη δυνατότητα να εφαρμόζουν καινοτόμες ιδέες σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες, με πολύ μεγαλύτερη ευκολία από μία επιχείρηση στην οποία αυτός που έχει την καινοτομία είναι απλή στέληχος ή υπάλληλος.
4. **Οι Επιχειρηματίες μπορεί να κερδίσουν πολλά.** Η Επιχειρηματικότητα ενέχει υψηλό ποσοστό κινδύνου. Υψηλός κίνδυνος σημαίνει, όμως, και πολύ υψηλή απόδοση, στην περίπτωση που η επιχείρηση πετύχει το στόχο της.

1.4.2 Μειονεκτήματα της Επιχειρηματικότητας

Υπάρχει, βέβαια, και μία σειρά από μειονεκτήματα τα οποία θα πρέπει να παραθέσουμε και τα οποία λειτουργούν αποθαρρυντικά για τον υποψήφιο επιχειρηματία. Τα κυριότερα από αυτά είναι τα εξής:

1. **Η Επιχειρηματικότητα έχει υψηλό κίνδυνο.** Όπως λέει ο λαός μας, δεν πρέπει να βλέπουμε μόνο το «τυρί», αλλά και τη «φάκα». Όλες οι μικρές επιχειρήσεις τα δύο πρώτα χρόνια της λειτουργίας τους κινδυνεύουν να πέσουν έξω, δηλαδή να «πτωχεύσουν» ή να «κλείσουν» και ο επίδοξος επιχειρηματίας να χάσει τα λεφτά του.
2. **Οι Επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν αβεβαιότητα στην επίτευξη εσόδων, αλήθια και στην «κανονικότητα είσπραξής τους.** Οι επιχειρηματίες μπορεί τον ένα μήνα να κερδίσουν πολλά και τον επόμενο μήνα να χάσουν τα πάντα. Πολλοί επιχειρηματίες, προκειμένου να κερδίσουν πελάτες, πουλάνε επί πιστώσει. Έτσι, πολλές φορές δεν έχουν ρευστότητα να αντιμετωπίσουν τρέχοντα έξοδα, διότι αναμένεται να εισπράξουν ζεστό χρήμα μήνες μετά.
3. **Οι Επιχειρηματίες εργάζονται πολλές ώρες.** Ο Επιχειρηματίας δεν είναι σαν τον υπάλληλο, που τελειώνει το ωράριο του και φεύγει, ή το στέληχος, που ολοκληρώνει τις προγραμματισμένες εργασίες του και αποχωρεί. Ο Επιχειρηματίας ποτέ δεν «τελειώνει» τη δουλειά του. Δουλεύει πολύ, έχει ακανόνιστες ώρες, βράδια και σαββατοκύριακα, δεν πληρώνεται υπερωρίες και δεν παίρνει άδειες.
4. **Οι Επιχειρηματίες λαμβάνουν όλες τις κρίσιμες αποφάσεις μόνοι τους.** Οι επιχειρηματίες, εάν δεν έχουν συνεργάτες ή μέτοχους στις επιχειρήσεις, λαμβάνουν τις αποφάσεις εντελώς μόνοι τους.

1.5 Τι είδους γνώσεις απαιτούνται για να γνωρίσει κάποιος την επιχειρηματικότητα

Η επιχειρηματικότητα δεν είναι διοίκηση επιχειρήσεων. Με άλλα λόγια, δεν μας ενδιαφέρει απλά να μάθουμε πώς φτιάχνεται ένα επιχειρηματικό σχέδιο προκειμένου να υλοποιηθεί με επιτυχία μία επιχειρηματική ιδέα. Οι γνώσεις που απαιτούνται για να κατανοήσει κανείς την επιχειρηματικότητα καταλαμβάνουν πολλά επιστημονικά πεδία, που καλύπτουν τέσσερις μεγάλους χώρους:

1ον Πώς οι επιχειρηματίες ανακαλύπτουν οικονομικά συμφέρουσες ευκαιρίες που οι άλλοι αγνοούν

Για να δοθεί απάντηση σε αυτό το ερώτημα, μπορούμε να βοηθηθούμε από γνώσεις που προέρχονται από την επιστήμη των Αποφάσεων και των Οικονομικών της Πληροφορίας. Οι επιστήμες αυτές πραγματεύονται πώς λαμβάνονται αποφάσεις και ποια είναι η οικονομική ση-

μασία της πληροφορίας. Είναι λογικό ότι ο επίδοξος επιχειρηματίας καλείται να επιλέξει μεταξύ πολλών εναλλακτικών αποφάσεων και η πρόσβαση στις σωστές πληροφορίες μπορεί να αποβεί καθοριστική για την επιτυχία του σχεδίου του. Η επιχειρηματική πληροφορία αντιμετωπίζεται ως αγαθό, που έχει τιμή και αξία. Καθένας, όμως, που κάνει χρήση των πληροφοριών και του τρόπου που λαμβάνονται οι απαραίτητες πληροφορίες δεν σημαίνει ότι πρέπει να γνωρίζει και τις αντίστοιχες επιστήμες. Πολλές φορές κάνουμε χρήση των αποτελεσμάτων της ανάπτυξης των επιστημών, χωρίς να είναι απαραίτητο να γνωρίζουμε τις ίδιες τις επιστήμες. Αν θέλουμε να μάθουμε ένα τηλέφωνο παίρνουμε το 131. Δεν είναι δηλαδή απαραίτητο να γνωρίζουμε πώς λειτουργεί η υπηρεσία του ΟΤΕ.

2ον Πώς οι επιχειρηματίες ορίζουν και επιλέγουν τους πιο ελκυστικούς κλάδους για να δραστηριοποιηθούν

Για την απάντηση σε αυτό το θέμα μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε γνώσεις που αφορούν την οργάνωση του κλάδου (βιομηχανική οργάνωση) και τη μελέτη της συμπεριφοράς των ανταγωνιστών. Δηλαδή, πρέπει να κατανοήσουμε πώς λειτουργεί ο συγκεκριμένος κλάδος της Οικονομίας, πώς συμπεριφέρονται οι ανταγωνιστικές οικονομικές δυνάμεις και πώς αντιδρούν οι παίκτες-ανταγωνιστές στις κινήσεις των αντιπάλων, είτε εντός της αγοράς, είτε εντός του κλάδου όπου δραστηριοποιείται η συγκεκριμένη επιχείρηση.

3ον Πώς ο επιχειρηματίας συνθέτει τους απαραίτητους πόρους για να λειτουργήσει μία εντελώς καινούργια επιχείρηση

Στο θέμα αυτό θα χρειαστούμε γνώσεις από διαφορετικούς επιστημονικούς χώρους, στους οποίους αναλύεται η σχέση του επιχειρηματία με τους προμηθευτές του, η σχέση του επιχειρηματία με τους χρηματοδότες κ.λπ.

4ον Πώς οι επιχειρηματίες δημιουργούν και διατηρούν επιχειρηματικά πλεονεκτήματα

Επιχειρηματικό πλεονέκτημα είναι αυτό το κάτι παραπάνω που έχει ένα προϊόν, ώστε να το προτιμούν οι πελάτες σε σχέση με τα προϊόντα των άλλων επιχειρήσεων που είναι ανταγωνίστριες του επιχειρηματία. Αυτό μπορεί να είναι μία καλύτερη τιμή για το προϊόν ή μία καλύτερη ποιότητα (π.χ. τρόποι προώθησης προϊόντος, νέες ιδέες).

Το ερώτημα που τίθεται αφορά το πώς δημιουργείται αυτό το επιχειρηματικό πλεονέκτημα. Δυστυχώς, κάθε επιχειρηματικό πλεονέκτημα που δημιουργείται από τον επιχειρηματία έχει προσωρινό χαρακτήρα, διότι οι ανταγωνιστές θα προσπαθήσουν να δημιουργήσουν νέο επιχειρηματικό πλεονέκτημα. Άρα, πρέπει να μάθουμε και πώς διατηρείται αυτό το επιχειρηματικό πλεονέκτημα.

1.6 Η διαδικασία του επιχειρείν

Η υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας και το ξεκίνημα μίας νέας επιχείρησης περιλαμβάνουν πέντε σημεία-κλειδιά, που αποτελούν τη διαδικασία του επιχειρείν. Αυτά είναι:

1. το επιχειρηματικό περιβάλλον
2. η επιχειρηματική ευκαιρία
3. ο σχεδιασμός της νέας επιχείρησης
4. η εξασφάλιση των απαραίτητων πόρων και
5. η λειτουργία της νέας επιχείρησης.

Κλειδί No. 1: Το Περιβάλλον

Το περιβάλλον μίας καινούργιας επιχείρησης περιλαμβάνει όλες αυτές τις μεταβλητές που επηρεάζουν άμεσα τη λειτουργία και επιβίωσή της και δεν μπορούν να ελεγχθούν άμεσα από τον επιχειρηματία. Γενικά, υπάρχουν τέσσερις κατηγορίες «περιβαλλοντικών» μεταβλητών που επιδρούν στην ικανότητα μίας επιχείρησης να δραστηριοποιηθεί και να αναπτυχθεί:

1. Η φύση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, το κατά πόσον υπάρχει υψηλή αβεβαιότητα και κίνδυνος, το αν υπάρχει σταθερότητα και υψηλό επίπεδο ανταγωνισμού κ.ά.
2. Η διαθεσιμότητα των απαραίτητων πόρων που χρειάζεται για να ξεκινήσει η επιχείρηση, όπως εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό, επιχειρηματικά κεφάλαια, ανεπτυγμένη τεχνολογική υποδομή κ.ά.
3. Η Κυβερνητική πολιτική που ακολουθείται για την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας, ιδιαίτερα στον τομέα της στήριξης νέων επιχειρήσεων.
4. Η διεθνής οικονομική και πολιτική συγκυρία. Ένας πόλεμος, για παράδειγμα, ο οποίος επηρεάζει τις τιμές βασικών παραγωγικών συντελεστών, επιδρά αρνητικά στις εξαγωγές και στην προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών, και αποτελεί παράγοντα που δεν μπορεί να ελεγχθεί από τον επιχειρηματία.

Κλειδί No. 2: Η Επιχειρηματική Ευκαιρία

Μία «ευκαιρία» είναι μία καλή ιδέα με **εμπορική αξία**. Μία ιδέα για ένα καινούργιο προϊόν έχει ενδιαφέρον μόνον εάν υπάρχουν καταναλωτές που θέλουν να το αγοράσουν. Μία καλή ιδέα και μία σίγουρη αγορά συνιστούν μία επιχειρηματική ευκαιρία.

ΚΑΛΗ ΙΔΕΑ + ΣΙΓΟΥΡΗ ΑΓΟΡΑ = ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ

Καινούργιες Επιχειρήσεις δημιουργούνται όταν οι εμπνευστές τους αναγνωρίζουν νέες ευκαιρίες στο περιβάλλον. Σε επόμενο κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με το πώς ανακαλύπτουμε επιχειρηματικές ευκαιρίες, δηλαδή με την αναζήτηση νέων ευκαιριών ή την εξέταση των ήδη υπάρχουσών ευκαιριών, καθώς και τη μεθοδολογία αξιολόγησης των ευκαιριών

Κλειδί No. 3: Ο Σχεδιασμός της Νέας Επιχείρησης

Από τη στιγμή κατά την οποία ο επίδοξος επιχειρηματίας θα αποφασίσει να ξεκινήσει τη δική του επιχείρηση, θα πρέπει, πριν ξεκινήσει την υλοποίησή της, να κάνει έναν απλό, σωστό και ρεαλιστικό σχεδιασμό. Ο σχεδιασμός αυτός περιλαμβάνει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που θα παράγει η νέα επιχείρηση, καθώς και την τιμολόγησή τους, το κόστος για τη δημιουργία της επιχείρησης, μία ανάλυση της αγοράς όπου θα κινηθεί η νέα επιχείρηση, στοιχειώδεις προϋπολογισμούς και προβλέψεις για την πορεία της επιχείρησης και ανάλυση των πηγών χρηματοδότησης. Όλες αυτές οι σκέψεις οργάνωσης και σχεδιασμού μπορούν να καταγραφούν στο χαρτί και να αποτελέσουν για μας ένα χάρτη πορείας, που ονομάζεται **business plan**, δηλαδή **επιχειρηματικό σχέδιο**.

Κλειδί No. 4: Η εξασφάλιση των απαραίτητων πόρων

Αφού έχει ολοκληρωθεί ο επιχειρηματικός σχεδιασμός και πριν ξεκινήσουν οι διαδικασίες δημιουργίας της επιχείρησης, ο επίδοξος επιχειρηματίας θα πρέπει να βεβαιωθεί ότι οι διαθέσιμοι πόροι επαρκούν, υπάρχουν και δεν βρίσκονται μόνο στα χαρτιά και σε υποσχέσεις γενικές και αόριστες. Οι πόροι αυτοί είναι οι εξής:

- Χρηματοδοτικά κεφάλαια έναρξης
- Νομική κάλυψη

- Συμβουλευτικές Υπηρεσίες σε θέματα Διοίκησης
- Εξοπλισμός
- Τεχνική και Πληροφοριακή Υποστήριξη
- Αρχικό Πελατολόγιο.

Κλειδί Νο. 5: Η λειτουργία της νέας επιχείρησης

Στο συγκεκριμένο στάδιο, η επιχείρηση έχει ξεκινήσει τη δραστηριοποίησή της και αντιμετωπίζει μία σειρά θεμάτων, όπως, για παράδειγμα, την επιβίωση, εμπόδια στην εύρυθμη καθημερινή λειτουργία, την προοπτική μεγέθυνσης κ.ά.

Το μεγαλύτερο δίλημμα που αντιμετωπίζει ο επιχειρηματίας, όταν η νέα επιχείρηση ξεπεράσει το κρίσιμο στάδιο της επιβίωσης, είναι εάν θα επεκταθεί ή όχι.

1.7 Πώς διδάσκεται η επιχειρηματικότητα

Όπως και στους υπόλοιπους ακαδημαϊκούς τομείς, ένα μεγάλο εύρος πανεπιστημιακών ιδρυμάτων έχει αναλάβει τη διεκπαιρέωση της διδασκαλίας και την έρευνα σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Τα αποτελέσματα των ερευνών παρουσιάζονται σε συνέδρια και δημοσιεύονται σε βιβλία, ακαδημαϊκές εκδόσεις και περιοδικά.

Στις ΗΠΑ, τα περισσότερα Πανεπιστημιακά Ιδρύματα προσφέρουν προγράμματα εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα. Ιδιαίτερα δημοφιλή είναι τα MBAs in Entrepreneurship, δηλαδή μεταπτυχιακά προγράμματα στη διοίκηση Επιχειρήσεων με έμφαση στην Επιχειρηματικότητα. Ο στόχος αυτών των εκπαιδευτικών προγραμμάτων είναι διπλός:

α) Από τη μία πλευρά, αξιοποιείται η επιχειρηματική κουλτούρα που διαπνέει την Αμερικανική Οικονομία και δικαιολογεί την ύπαρξη μεγάλου αριθμού Start-Up επιχειρήσεων κάθε χρόνο.

β) Από την άλλη πλευρά, τονώνεται αυτό που ονομάζουμε ενδοεπιχειρηματικότητα (intrapreneurship), δηλαδή επιχειρηματικότητα που μπορεί να προκύψει από τα διοικητικά στελέχη μίας επιχείρησης τα οποία δείχνουν αυξημένο ενδιαφέρον και παράγουν καινοτομίες για τη βελτίωση των προϊόντων και υπηρεσιών της επιχείρησης, εφαρμόζουν πρωτοποριακές μεθόδους στην προσέγγιση των υφισταμένων προκειμένου να τους εμφυσήσουν το όραμα της επιχείρησης.

Το κύριο Συνέδριο του τομέα είναι το ετήσιο συνέδριο Babson Kaufmann. Εργασίες από τα συνέδρια δημοσιεύονται ως "Frontiers of Entrepreneurship Research".

Για να έχουμε μία ολοκληρωμένη εικόνα, ας κοιτάξουμε λίγο τις «καλές πρακτικές» ξένων κρατών που ανήκουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Παρουσιάζονται ενδεικτικά τέσσερις χώρες, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν εφαρμόζονται και σε άλλα κράτη τέτοιες πρακτικές:

1) Στη Δανία, το 1996, το Υπουργείο Παιδείας δημιούργησε ένα πρόγραμμα για την προώθηση της επιχειρηματικότητας στην εκπαίδευση. Σε μία περίοδο δύο ετών, το 30%-40% των νέων κατάρτιστηκαν στην επιχειρηματικότητα, καλύπτοντας το φάσμα από την πρωτοβάθμια και τις πρώτες τάξεις της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ως τα επίπεδα του πανεπιστημίου και της επαγγελματικής εκπαίδευσης. Υλοποιήθηκαν περίπου 200 σχέδια, τα οποία είχαν ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη εγκαταστάσεων και εκπαιδευτικού υλικού για το σύνολο του εκπαιδευτικού συστήματος. Οι διδάσκαλοι, επίσης, έλαβαν ειδική κατάρτιση στην επιχειρηματικότητα. Μία αξιολόγηση του προγράμματος δείχνει ότι, μετά την κατάρτιση, οι μαθητές και οι σπουδαστές ήταν πολύ πιο πρόθυμοι να ιδρύσουν δική τους επιχείρηση ή να εργασθούν σε μία ΜΜΕ. Πολλά σχολεία συνεχίζουν να εστιάζουν το πρόγραμμά τους στο πνεύμα της επιχειρηματικότητας.

2) Στην Ισπανία άρχισε η εισαγωγή εκπαίδευσης για την προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος σε σχολεία της μέσης και της ανώτερης εκπαίδευσης, ενώ μία υποχρεωτική ενότητα στο

πρόγραμμα Ειδικής Επαγγελματικής Κατάρτισης προσφέρει πρακτική εξάσκηση σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον.

3) Στην Ιρλανδία δημιουργήθηκε το 1991 το «Young Entrepreneurs Scheme» (YES), με στόχο την ανάπτυξη των επιχειρηματικών ικανοτήτων, την τόνωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας και την ενθάρρυνση της πρωτοβουλίας στους νέους. Σπουδαστές, είτε σε ατομική βάση, είτε σε ομάδες (με 5 ή λιγότερους σπουδαστές), δημιουργούν δικές τους πραγματικές μίνι-επιχειρήσεις και εξασφαλίζουν τη λειτουργία τους. Απονέμονται βραβεία σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.

4) Στην Αυστρία οι αρχές, για να ενθαρρύνουν το επιχειρηματικό πνεύμα, αυξάνοντας έτσι τον αριθμό των βιώσιμων νέων επιχειρήσεων, κατάρτισαν κατά τα τελευταία έτη ένα φάσμα σχεδίων σε σχολεία και πανεπιστήμια. Το Κέντρο Εκπαίδευσης Επιχειρηματικότητας «innovate», το οποίο δημιουργήθηκε στη Βιέννη το 1998, είχε οργανικό ρόλο στην πρακτική εφαρμογή της έννοιας της επιχειρηματικότητας στα σχολεία επαγγελματικής εκπαίδευσης.

Στο επίπεδο της Πανεπιστημιακής Εκπαίδευσης, αρκετά Πανεπιστήμια έχουν δημιουργήσει προγράμματα επιχειρηματικότητας, τόσο σε προπτυχιακό, όσο και σε μεταπτυχιακό επίπεδο. Επίσης, υπάρχουν οργανισμοί οι οποίοι προσπαθούν να ενισχύσουν ενεργά τις σπουδές σε θέματα επιχειρηματικότητας. Κλασικό παράδειγμα αποτελεί το Center Consortium of Entrepreneurship του Πανεπιστημίου του Stirling της Σκωτίας.

1.8 Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη

Τις τελευταίες δεκαετίες ακούμε συχνά τον όρο «ανάπτυξη». Για μία μεγάλη χρονική περίοδο, ο όρος «ανάπτυξη» χρησιμοποιήθηκε ως συνώνυμος του όρου «μεγέθυνση». Ο όρος **«οικονομική μεγέθυνση»** αναφέρεται στην αύξηση του προϊόντος, η οποία προκαλείται από την αύξηση της ποσότητας και της αποδοτικότητας των παραγωγικών συντελεστών (εισροών) που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή.

Αντίθετα, με τον όρο **«οικονομική ανάπτυξη»** υπονοείται όχι μόνο η μεγέθυνση του ΑΕΠ (Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν), αλλά και οι διαρθρωτικές μεταβολές του παραγόμενου προϊόντος, η βελτίωση της τεχνολογίας, καθώς και οι αλλαγές του θεσμικού πλαισίου που προσδιορίζει τον τρόπο παραγωγής και διανομής του προϊόντος, το νομικό πλαίσιο, το πολιτιστικό επίπεδο, το βιοτικό επίπεδο και την ποιότητα ζωής της συγκεκριμένης κοινωνίας.

Με βάση αυτήν την προσέγγιση, ο όρος «οικονομική ανάπτυξη» είναι ευρύτερος από τον όρο «οικονομική μεγέθυνση». Βέβαια, δεν μπορούμε να υποστηρίξουμε την ύπαρξη οικονομικής ανάπτυξης χωρίς ταυτόχρονη αύξηση του προϊόντος. Αντίθετα, μεγέθυνση δεν σημαίνει ταυτόχρονα και οικονομική ανάπτυξη πέρα από την αύξηση του προϊόντος.

Για παράδειγμα, η αύξηση της παραγωγής πετρελαίου μπορεί να αυξήσει το Εθνικό Προϊόν μίας χώρας, αυτό όμως δεν σημαίνει ότι η πραγματοποίηση αυτής της μεγέθυνσης έχει ως αποτέλεσμα την αναδιάρθρωση της παραγωγικής διαδικασίας, της τεχνολογίας, της διανομής και σύνθεσης του προϊόντος, του κοινωνικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.

Ο σχεδιασμός και η επίτευξη της οικονομικής μεγέθυνσης μπορούν να πραγματοποιηθούν πάρα πολύ σύντομα (π.χ. σε ένα μήνα ή ένα χρόνο). Αντίθετα, για να πραγματοποιηθεί οικονομική ανάπτυξη απαιτούνται μεγάλα χρονικά διαστήματα, ώστε να επιτευχθούν διαρθρωτικές αλλαγές.

Ο όρος «ανάπτυξη» αναφέρεται σε διαρθρωτικές αλλαγές που ξεπερνούν τα στενά όρια της οικονομικής σφαίρας και συμπεριλαμβάνουν μεταβολές που αφορούν το κοινωνικό, πολιτικό, πολιτιστικό και οικολογικό περιβάλλον.

Βασικοί στόχοι της ανάπτυξης είναι, για παράδειγμα, η καταπολέμηση της φτώχειας, η προστασία του περιβάλλοντος, η διαφύλαξη των μη ανανεώσιμων φυσικών πόρων, η αναβάθμιση της γυναίκας και διαφόρων πληθυσμιακών ομάδων (γερόντων, παιδιών, ανθρώπων με ειδικές ικανότητες), η διεύρυνση της συμμετοχής του πληθυσμού στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων ανεξάρτητα από χρώμα και θρησκεία, η καλλιέργεια και πρόοδος πολιτιστικών-πολιτισμικών αξιών.

Η **επιχειρηματικότητα** είναι συνδεδεμένη με την **ανάπτυξη**. Η ανάπτυξη οδηγεί σε αύξηση των παραγωγικών δυνατοτήτων της οικονομίας. Συνεπώς, παράγονται περισσότερα αγαθά και υπηρεσίες, αυξάνονται οι διαθέσιμοι παραγωγικοί συντελεστές και βελτιώνεται η ποιότητά τους. Συνακόλουθα, σε συνδυασμό με το οικονομικό κλίμα, αυξάνονται οι πιθανότητες υλοποίησης νέων επιχειρηματικών ευκαιριών, τονώνεται δηλαδή η επιχειρηματικότητα και η αυτοαπασχόληση.

Συμπεράσματα

Με την ολοκλήρωση της ενότητας αυτής, γνωρίσατε:

- το περιεχόμενο του όρου «επιχειρηματικότητα»
- τις έννοιες της επιχείρησης και του επιχειρηματία
- την εξέλιξη της επιχειρηματικότητας μέσα στην Ιστορία
- τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της επιχειρηματικότητας στην καθημερινή ζωή
- τη διαδικασία του επιχειρείν
- τα οφέλη από την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης, τόσο σε ατομικό, όσο και σε κοινωνικό επίπεδο
- τη συμβολή της επιχειρηματικότητας στην οικονομική ανάπτυξη.