

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΞΕΡΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

Γιώργος Νεοφώτιστος, Ph.D.

Εντεταλμένος Επίκουρος Καθηγητής
Τμήματος Φυσικής Πανεπιστημίου Κρήτης
&

Συντονιστής του Προγράμματος *Επιχειρηματικότητα*
του Πανεπιστημίου Κρήτης (Πρόγραμμα ΥΠΕΠΘ/ΕΠΕΑΕΚ)

Για ελεύθερη χρήση από τις σχολικές κοινότητες

Ηράκλειο 2006

ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

A. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

- Γιατί είναι σημαντικές οι εταιρίες.
- Η αξία των εταιριών στον κόσμο και στην Ελλάδα.
- Η επιχειρηματική αποτυχία και η σημασία των εταιριών περιορισμένης ευθύνης (ΑΕ, ΕΠΕ, ΕΕ) στον περιορισμό των επιπτώσεων μιας αποτυχίας.

B. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ

Οι εταιρίες συμβάλλουν στην καθημερινή ζωή του πολίτη με ένα πολύ σημαντικό τρόπο: παράγουν και διανέμουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που χρησιμοποιούμε στη ζωή μας και στη δουλειά μας καθημερινά.

Ο επιχειρηματίας προβλέπει τις ανάγκες του «πελάτη» και δημιουργεί προϊόντα και υπηρεσίες που ικανοποιούν τις ανάγκες του «πελάτη». Ο «πελάτης» μπορεί να είστε εσείς ή ένας άλλος πολίτης-καταναλωτής (φυσικό πρόσωπο), μια άλλη επιχείρηση (νομικό πρόσωπο), ή και το ίδιος το κράτος (δηλαδή μια υπηρεσία ή ένας οργανισμός του Δημοσίου).

Ανάλογα με το ποιος είναι «πελάτης», η επιχειρηματική δραστηριότητα της εταιρίας χαρακτηρίζεται ως:

- B2C: Από την Επιχείρηση προς τον Πολίτη-Καταναλωτή (Business-to-Consumer)
- B2B: Από την Επιχείρηση προς μια άλλη Επιχείρηση (Business-to-Business ή B2B)
- B2G: Από την Επιχείρηση προς το Κράτος (Business-to-Government ή B2G).

Ο επιχειρηματίας εντοπίζει ανάγκες και επιθυμίες των πελατών τις οποίες και «ταιριάζει» με τεχνολογικές λύσεις (που θα ικανοποιούν τον πελάτη) τον και επιχειρηματικά μοντέλα (τρόπους με τους οποίους ο πελάτης θα είναι διατεθειμένος – και «ευχαριστημένος»- να πληρώσει για το προσφερόμενο προϊόν ή υπηρεσία). Ο επιχειρηματίας είναι ένας δημιουργός «αξίας» τόσο για τους άλλους (τους πελάτες του και την κοινωνία γενικότερα) όσο και για τον ίδιο.

Πόσο μεγάλη μπορεί να είναι η αξία μιας εταιρίας;

Πόσα «πολλά» μπορεί να κερδίσει ένας επιχειρηματίας; Τι «αξία» έχουν οι εταιρίες σήμερα, τόσο στην Ελλάδα όσο και στον υπόλοιπο κόσμο;

Ένας τρόπος μέτρησης της αξίας των εταιριών είναι η χρηματιστηριακή τους αξία, δηλαδή την αξία των μετοχών τους που διαπραγματεύονται στο χρηματιστήριο. Τις τιμές αυτές μπορεί κάποιος να τις δει κάθε στιγμή στο Διαδίκτυο ή να τις διαβάσει στις εφημερίδες. Η χρηματιστηριακή αξία εκφράζει την αξία που είναι διατεθειμένος να πληρώσει κάποιος για να αγοράσει την εταιρία, δηλαδή το πόσο «καλή» είναι η εταιρία. Στο τέλος του 2003 (21 Δεκεμβρίου 2003), οι εταιρίες με την μεγαλύτερη χρηματιστηριακή αξία, παγκοσμίως, ήταν οι ακόλουθες:

A/A	ΟΝΟΜΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ	ΚΩΔΙΚΟΣ	ΧΡΗΜ. ΑΞΙΑ (σε δις. δολάρια)
1	China Life Insurance	LFC	459
2	General Electric	GE	309
3	Microsoft	MSFT	296
4	Pfizer	PFE	262
5	Exxon Mobil	XOM	260
6	Citigroup	C	247
7	Wal-Mart Stores	WMT	229
8	Intel	INTC	201
9	BP	BP	179
10	American International Group	AIG	169
11	Vodafone Group	VOD	167
12	Cisco Systems	CSCO	166
13	International Business Machines	IBM	159
14	Johnson & Johnson	JNJ	148
15	HSBC Holdings	HBC	146
16	GlaxoSmithKline	GSK	137
17	Procter & Gamble	PG	128
18	Berkshire Hathaway	BRKA	127
19	Coca-Cola Co (Coke)	KO	122
20	Bank of America	BAC	117
21	Toyota Motor	TM	117

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1: Οι 20 μεγαλύτερες εταιρίες στον κόσμο σύμφωνα με την χρηματιστηριακή τους αξία την 23^η Δεκεμβρίου 2003 (λόγω ίσου μεγέθους με την 20^η εταιρία, η Toyota, που καταλαμβάνει την 21^η θέση, έχει συμπεριληφθεί στον Πίνακα)

Όπως βλέπετε στον Πίνακα 1.1, τέσσερις (4) εταιρίες πληροφορικής (η Microsoft, η Intel, η Cisco, και η IBM) είναι μέσα στις 20 πλουσιότερες. Η Microsoft είναι η μεγαλύτερη από αυτές, με χρηματιστηριακή αξία περί τα 300 δισεκατομμύρια δολάρια, κάνοντας τον ιδρυτή της, Bill Gates, να είναι από τους πλουσιότερους ανθρώπους του κόσμου (κατέχει σήμερα το 5% των μετοχών της εταιρίας).

Προσέξτε πως η εταιρία με την μεγαλύτερη χρηματιστηριακή αξία στις 23 Δεκεμβρίου 2003 ήταν η China Life Insurance (η οποία εισήχθη στο αμερικανικό χρηματιστήριο στα μέσα Δεκεμβρίου), η μεγαλύτερη ασφαλιστική εταιρία της Κίνας.

Πόσα πολλά μπορεί να χάσει ένας επιχειρηματίας;

Όπως όλοι οι επιχειρηματίες έτσι και ο επιχειρηματίας μπορεί να μην πάει καλά και η εταιρία του να μην μπορέσει να συνεχίσει την λειτουργία της. Σε μια τέτοια περίπτωση υπάρχουν δύο ενδεχόμενα:

A) κάποιος άλλος επιχειρηματίας μπορεί να αγοράσει την εταιρία (και να προσπαθήσει να την κάνει βιώσιμη και κερδοφόρα),

B) η εταιρία να «κλείσει» (να πτωχεύσει).

Στο χειρότερο ενδεχόμενο, δηλαδή αυτό της πτώχευσης, αν η εταιρία είναι ΑΕ, ΕΠΕ ή ΕΕ, ο επιχειρηματίας δεν έχει επιπτώσεις στην προσωπική του περιουσία (δηλαδή στην κινητή και ακίνητη περιουσία που είναι προσωπική του ιδιοκτησία) αλλά μόνο στα περιουσιακά στοιχεία της εταιρίας.

Μπορεί ο επιχειρηματίας να «χάνει» την εταιρία του αλλά δεν τα χάνει όλα! Μπορεί να ξεκινήσει μια καινούργια επιχειρηματική προσπάθεια και να πάει καλύτερα. Για τον λόγο αυτό οι κοινωνίες έχουν «ανακαλύψει» την ιδέα της εταιρίας περιορισμένης ευθύνης (ΑΕ, ΕΠΕ ή ΕΕ). Για να μπορεί ο επιχειρηματίας να απελευθερώνει το «επιχειρηματικό δαιμόνιο» χωρίς την δαμόκλειο σπάθη πως μια επιχειρηματική αποτυχία θα σημάνει το τέλος της επαγγελματικής του ζωής. Η αποτυχία είναι αναπόσπαστο στοιχείο της επιχειρηματικής προσπάθειας και δεν πρέπει να φοβόμαστε την αποτυχία.

Όμως μια αποτυχία δεν είναι ποτέ κάτι το ευχάριστο και ο επιχειρηματίας αγωνίζεται σκληρά ενάντια σε ένα τέτοιο ενδεχόμενο. Επειδή όμως μια αποτυχία μπορεί να συμβεί, ο επιχειρηματίας πρέπει να είναι προσεκτικός στο «είδος» (ΑΕ, ΕΠΕ, ΟΕ ή ΕΕ) της εταιρίας που θα συστήσει αν δεν επιθυμεί να έχει επιπτώσεις στην προσωπική του περιουσία.

Ο φόβος της αποτυχίας

(Μελέτη για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, IOBE, 2004)

Όσον αφορά στα χαρακτηριστικά του πολιτισμικού και κοινωνικού περιβάλλοντος της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, η εικόνα εμφανίζεται εξαιρετικά αντιφατική.

Οι Έλληνες χαρακτηρίζονται από πολύ μεγάλη αυτοπεποίθηση σχετικά με τις επιχειρηματικές τους ικανότητες και, ταυτόχρονα, από μεγάλο φόβο για μια ενδεχόμενη αποτυχία (τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι οι Έλληνες φοβούνται την αποτυχία περισσότερο από οποιονδήποτε άλλο λαό).

Στα κεφάλαια που ακολουθούν θα παρουσιασθούν τα βασικά θέματα της επιχειρηματικότητας, όπως ο εντοπισμός των επιχειρηματικών ευκαιριών, η αντιμετώπιση της αβεβαιότητας και των κινδύνων, η καινοτομία, το επιχειρηματικό πλεονέκτημα, ο σχεδιασμός και οι δυσκολίες της επιχειρηματικής δράσης, για να γίνουν καλύτερα κατανοητές οι διαστάσεις της επιχειρηματικότητας στα πεδία των νέων τεχνολογιών τόσο για όσους διαλέξουν (κάποια στιγμή) να γίνουν επιχειρηματίες όσο και για όλους μας.

ΑΣΚΗΣΕΙΣ

Απαντήστε συνοπτικά στις παρακάτω ερωτήσεις:

1. Γιατί είναι σημαντικές οι εταιρίες;
2. Αναφέρατε τρεις από τις θεωρούμενες ως επικρατέστερες τάσεις του 21ου αιώνα στις επιστήμες και την τεχνολογία.

Ασκήσεις με χρήση Διαδικτυακών τόπων (ιστοσελίδων)

3. Επισκεφθείτε το Διαδίκτυο και απαντήστε στα ερωτήματα που ακολουθούν:
 - Ποια είναι η εταιρία με την μεγαλύτερη χρηματιστηριακή αξία *σήμερα* στον κόσμο;
 - Ποια είναι η εταιρία πληροφορικής με την μεγαλύτερη χρηματιστηριακή αξία *σήμερα* στον κόσμο;
 - Ποια είναι η εταιρία βιοτεχνολογίας με την μεγαλύτερη χρηματιστηριακή αξία *σήμερα* στον κόσμο;
4. Επιλέξτε και διαβάστε μια ελληνική οικονομική εφημερίδα σήμερα (ή το οικονομικό ένθετο μιας οποιασδήποτε εφημερίδας) για να απαντήσετε στα ερωτήματα που ακολουθούν:
 - Ποια είναι η ελληνική εταιρία πληροφορικής με την μεγαλύτερη χρηματιστηριακή αξία *σήμερα* στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών (ΧΑΑ);
 - Ποια είναι η χρηματιστηριακή αξία των 10 μεγαλύτερων ελληνικών εταιριών πληροφορικής, σήμερα;

ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

A. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

- Τι είναι η «επιχειρηματική ευκαιρία».
- Πως εντοπίζεται μια επιχειρηματική ευκαιρία.
- Συνοπτικές παρουσιάσεις εταιριών που εντόπισαν επιχειρηματικές ευκαιρίες

B. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ

2.1 Τι είναι η «επιχειρηματική ευκαιρία»;

Επιχειρηματική ευκαιρία είναι ο εντοπισμός και η προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών για να καλυφθεί μια ανάγκη ή μια επιθυμία της «αγοράς», δηλαδή όσων πελατών θα ενδιαφέρονταν (και θα μπορούσαν) να αγοράσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες αυτές.

2.2 Το «μυστικό» για τον εντοπισμό των επιχειρηματικών ευκαιριών

Πολλές φορές τόσο οι ανάγκες / επιθυμίες όσο και οι τεχνολογικές λύσεις έχουν ήδη διαφανεί (φανερωθεί). Αυτό που μένει στον επιχειρηματία να κάνει είναι να τις «δει» καθαρά και να τις συνταιριάξει, δηλαδή να τις «παντρέψει» και να δημιουργήσει την επιχειρηματική ευκαιρία.

Για τον Γιώργο Γεράρδο, ιδρυτή και πρόεδρο της εταιρίας Πλαίσιο Computers, ο παράγοντας άνθρωπος έχει τεράστια σημασία για μια επιχείρηση. Όπως επισημαίνει: «ως επιχειρηματίας πρέπει να έχεις διαίσθηση, οι ενέργειές σου να εκτελούνται συνδυαστικά, πρέπει να έχεις ανοικτά μάτια και αυτιά, να ακούς πολύ, να μιλάς λίγο, και να γνωρίζεις καλά την αγορά σου. Δεν χρειάζεται να είσαι διάνοια. Δεν χρειάζεται να είσαι μαθητής του 20, ούτε άριστος σε ένα μάθημα και μετεξεταστέος σε άλλο, αλλά να είσαι παντού καλός».

Το να «έχεις ανοικτά μάτια και αυτιά» και να ξέρεις την αγορά στην οποία θα δραστηριοποιηθείς αποτελούν τα βασικά στοιχεία για τον εντοπισμό των επιχειρηματικών ευκαιριών. Ο Jeff Bezos πρόσεξε, το 1994, πως το Internet αποτελούσε το πεδίο εκείνο που αναπτυσσόταν πιο γρήγορα από κάθε άλλη ανθρώπινη δραστηριότητα: όλο και περισσότεροι άνθρωποι το χρησιμοποιούσαν.

«Βλέποντας» την ευκαιρία, ίδρυσε το ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο Amazon, το μεγαλύτερο στον κόσμο σήμερα.

Ποιο είναι το μυστικό της επιτυχίας του Jeff Bezos και της Amazon; Ο Warren Buffet το περιγράφει καλύτερα από όλους: «έχουμε να κάνουμε με έναν άνθρωπο [Bezos] που πήρε κάτι που είναι μπροστά στα μάτια μας, δηλαδή το να πουλάμε βιβλία, και με την βοήθεια της πληροφορικής έφτιαξε μια από τις μεγαλύτερες εταιρίες στον κόσμο». Η επιτυχία αυτή έχει τα ίδια χαρακτηριστικά με την επιτυχία του Fred Smith, ιδρυτή της μεγαλύτερης εταιρίας courier (δηλαδή εταιρία ταχυ-μεταφορών: αποστολή φακέλου σήμερα και παραλαβή του αύριο σε σχεδόν όποιο μέρος του κόσμου και αν βρίσκεται ο παραλήπτης), της Federal Express: «όλοι γνωρίζαμε και για το ταχυδρομείο και για τα αεροπλάνα, χρειάστηκε όμως η επιχειρηματική ιδέα του Fred Smith να τα 'παντρέψει' και να δημιουργήσει την μεγαλύτερη εταιρία ταχυ-μεταφορών στον κόσμο».

Κάθε επιχειρηματική ευκαιρία δεν γίνεται αντιληπτή από όλους τους ανθρώπους είτε γιατί δεν έχουν όλοι την ίδια πληροφόρηση είτε την γνώση της αγοράς που χρειάζεται για να αναγνωρίσουν την ευκαιρία. Στην αναγνώριση των επιχειρηματικών ευκαιριών βοηθά και η «προηγούμενη γνώση» των αγορών, των τρόπων εξυπηρέτησης των αγορών και των πελατών, δηλαδή η προηγούμενη επαγγελματική σας εμπειρία και ενασχόληση ή η γνώση που σας έχει «μεταδοθεί» από συγγενείς, φίλους κ.ά.

Ο Πάνος Γερμανός, ιδρυτής της ομώνυμης εταιρίας, ασχολήθηκε για πρώτη φορά με τις μπαταρίες το 1977. Προσλαμβάνεται στην μεγάλη εταιρία ως στέλεχος πωλήσεων και μάρκετινγκ. Σύντομα συνειδητοποιεί πως η Ελλάδα τότε έμπαινε σε μια νέα εποχή. «Τα καταναλωτικά ηλεκτρονικά είδη έρχονταν σε κάθε σπίτι. Η αγορά ζητούσε νέου τύπου μπαταρίες για τις δεκάδες νέες συσκευές που αποκτούσαν τα νοικοκυριά. Υπήρχε ανάγκη για εξειδίκευση στην μπαταρία. Ήταν ολοφάνερο...» θυμάται ο ίδιος. Αξιοποιώντας την θητεία του στη μεγάλη εταιρία, το 1980 αποφάσισε να ανοίξει το δικό του κατάστημα με μπαταρίες και ηλεκτρονικά είδη της εποχής.

Το 1993-1994, τη χρονιά της εισαγωγής της κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα, συνειδητοποίησε τις νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες και πόσο μικρή ήταν, πλέον, για την επιχείρησή του η αγορά της μπαταρίας. Εισέρχεται επιχειρηματικά στις υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας. Σήμερα, στο δίκτυο της εταιρίας του, ο καταναλωτής μπορεί να καλύψει ολόκληρο το φάσμα των τηλεπικοινωνιακών αναγκών του (κινητής και σταθερής τηλεφωνίας και Internet.

Ενδείξεις για νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες μπορούμε να έχουμε τόσο από το άμεσο περιβάλλον (π.χ. φίλους) όσο και από το περιβάλλον της δουλειάς μας (προμηθευτές, πελάτες) που θα μας πουν τι είναι καλύτερο γι αυτούς και τι νομίζουν πως θα ήταν καλύτερο για τους άλλους.

Ακόμα και η απλή ανάγνωση εφημερίδων μπορεί να φανερώσει επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες φανερώνονται καλύτερα και με ερωτήσεις που κάνουμε στους υποψήφιους πελάτες. Συνήθως οι ερωτήσεις αυτές γίνονται με τη μορφή ερωτηματολογίων ή συνεντεύξεων. Σε περιπτώσεις που ένας ερευνητής έχει κάνει ήδη την έρευνά του μπορούμε να βρούμε και να αξιοποιήσουμε τα αποτελέσματα της μελέτης του.

2.3 Οι έρευνες αγοράς

Για να πετύχουμε γνώση των αγορών θα πρέπει να έχουμε «ανοικτά τα μάτια μας και τα αυτιά μας» σε οτιδήποτε μπορεί να μας πει κάτι για τους μελλοντικούς μας πελάτες (εφημερίδες, περιοδικά, έρευνες και μελέτες, οι φίλοι μας, άλλοι πελάτες). Μπορούμε όμως και να «ρωτήσουμε» τους μελλοντικούς μας πελάτες κάνοντας μια έρευνα αγοράς.

Υπάρχουν εξειδικευμένες ελληνικές (αλλά και διεθνείς) εταιρίες που αναλαμβάνουν να κάνουν την έρευνα αγοράς που θα τους αναθέσετε. Η έρευνα αγοράς συνήθως γίνεται με ερωτηματολόγιο σε στατιστικά σταθμισμένο δείγμα του πληθυσμού των καταναλωτών στους οποίους θα πουλήσετε το προϊόν ή την υπηρεσία σας. Με άλλα λόγια, μια έρευνα αγοράς κάνει συγκεκριμένες ερωτήσεις σε ορισμένα άτομα ώστε να καταγράψει τις ανάγκες και επιθυμίες τους ή την ικανοποίηση τους από ένα προσφερόμενο προϊόν.

2.4 Συνοπτικές παρουσιάσεις εταιριών που εντόπισαν επιχειρηματικές ευκαιρίες

Η εταιρία eBay

Η εταιρία eBay λειτουργεί ως μεσολαβητής που φέρνει «κοντά» αγοραστές και πωλητές, προσφέροντας την υποδομή για ηλεκτρονικές δημοπρασίες ώστε να «βρίσκουν» οι πωλητές προϊόντων και υπηρεσιών τους αγοραστές τους.

Η εταιρία δεν πουλά δικά της προϊόντα! Στη διάρκεια του 2003, η αξία των αγοραπωλησιών που έγιναν μέσω του eBay έφθασαν τα 20 δισεκατομμύρια δολάρια. Αυτό σημαίνει πως προϊόντα αξίας \$700 πωλούνται κάθε δευτερόλεπτο μέσω του «πληροφοριακού» της συστήματος! Η eBay «κρατά» ένα ποσοστό από κάθε αγοραπωλησία, εξασφαλίζοντας έσοδα 2 δις δολαρίων το 2003.

Μπήκε στο χρηματιστήριο το 1998 και η τιμή της μετοχής της σήμερα είναι \$100 (είναι 33 φορές μεγαλύτερη από την τιμή εισαγωγής της στο χρηματιστήριο το 1998). Η χρηματιστηριακή της αξία σήμερα είναι 32 δις δολάρια, μεγαλύτερη τόσο από την αλυσίδα καταστημάτων γρήγορου φαγητού McDonald's όσο και από την εταιρία κατασκευής αεροπλάνων Boeing.

Η eBay «ακούει» συστηματικά τους πελάτες της και καλλιεργεί τις σχέσεις εμπιστοσύνης μαζί τους, δίνοντας έμφαση στην εξυπηρέτηση των πελατών και στην ασφάλεια των συναλλαγών. Από τους 5000 υπαλλήλους, οι 2400 εξυπηρετούν τους πελάτες ενώ 1000 εργάζονται στη διαχείριση των δικτύων και εφαρμογών πληροφορικής. «Ακούγοντας» τις προτιμήσεις των πελατών της, το 2002 η eBay αγόρασε την εταιρία ηλεκτρονικών πληρωμών Paypal. Ιδρυτής της εταιρίας είναι ο Pierre Omidyar που όμως έχει αποσυρθεί από την διοίκηση (management) της εταιρίας αφού προσέλαβε ως γενική διευθύντρια την Meg Whitman, 48 ετών, μητέρα δύο παιδιών.

Τα έσοδα της εταιρίας από το «εξωτερικό» (δηλαδή, εκτός ΗΠΑ) αντιπροσωπεύουν το 31% των συνολικών της εσόδων. Ανταγωνιστές της eBay είναι η Amazon (πωλήσεις μεταχειρισμένων βιβλίων), η Yahoo (που έχει «κερδίσει» την γιαπωνέζικη αγορά στις δημοπρασίες), η AutoTrader (μεταχειρισμένα αυτοκίνητα), η Ticketmaster (εισιτήρια αθλητικών αγώνων και συναυλιών) και η Google (με δημοπρασίες που απευθύνονται στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις).

Η εταιρία Amazon

Η εταιρία Amazon είναι ένα ηλεκτρονικό κατάστημα που πουλάει βιβλία, CDs και παιχνίδια σε όλον τον κόσμο. Ο αγοραστής μπαίνει στο website της εταιρίας, βρίσκει το βιβλίο, το CD ή το παιχνίδι που θέλει, το παραγγέλλει ηλεκτρονικά και το πληρώνει με την πιστωτική του κάρτα, επίσης ηλεκτρονικά. Η ηλεκτρονική παραγγελία του αγοραστή «πηγαίνει» στις αποθήκες της εταιρίας από όπου το προϊόν θα σταλεί στον αγοραστή με courier ή με ταχυδρομείο. Τα έσοδα της ανέρχονται σήμερα στα 4 δισεκατομμύρια δολάρια και αυξάνονται με ρυθμούς 20% τον χρόνο.

Η Amazon «προσέχει» πολύ τους πελάτες της και καλλιεργεί τις σχέσεις εμπιστοσύνης μαζί τους, δίνοντας έμφαση στην εξυπηρέτηση των πελατών. Ο ιδρυτής και γενικός διευθυντής της, ο Jeff Bezos, ρωτάει πάντα για το επίπεδο εξυπηρέτησης των πελατών δεν του αρκεί να του πουν απλά πως «πάει καλά». Θέλει να γνωρίζει πόσες φορές έρχεται σε επαφή με την εταιρία ο πελάτης μέχρι να ολοκληρώσει την παραγγελία του (όσο λιγότερες τόσο καλύτερα), πόσο χρόνο δαπανά ο πελάτης σε κάθε επαφή του με την εταιρία (πάλι, όσο λιγότερο τόσο καλύτερα), και τον τρόπο επικοινωνίας (με e-mail ή τηλεφωνικά).

Η εταιρία ξεκίνησε όταν ο ιδρυτής της, ο Jeff Bezos, πρόσεξε το 1994 πως το Internet αποτελούσε το πεδίο εκείνο που αναπτυσσόταν πιο γρήγορα από κάθε άλλη ανθρώπινη δραστηριότητα: όλο και περισσότεροι άνθρωποι το χρησιμοποιούσαν. «Βλέποντας» τις ευκαιρίες που θα μπορούσαν να υπάρξουν, ίδρυσε το ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο Amazon, προβλέποντας πως οι καταναλωτές θα ήθελαν πολύ να χρησιμοποιούν το Internet για να αγοράζουν βιβλία. Πρόβλεψε σωστά και σήμερα η εταιρία του έχει γίνει πολύ μεγάλη, φθάνοντας σήμερα να έχει 8000 υπαλλήλους.

Η έδρα της Amazon είναι το Seattle των ΗΠΑ (στην ίδια πόλη είναι εγκαταστημένα και τα κεντρικά γραφεία της Microsoft, της Starbucks και πλήθους άλλων εταιριών). Ο λόγος που ο Jeff Bezos διάλεξε το Seattle είναι πως εκεί υπάρχουν πολλοί «πληροφορικόριοι» και πως είναι κοντά στην πολιτεία του Oregon που έχει τις μεγαλύτερες αποθήκες βιβλίων στις ΗΠΑ. Στην αρχή ο Bezos νόμιζε πως το ηλεκτρονικό του βιβλιοπωλείο δεν θα χρειαζόταν δικές του αποθήκες βιβλίων, γρήγορα όμως κατάλαβε πως το μυστικό της επιτυχίας βρίσκεται και στην αποθήκευση των βιβλίων γιατί μόνο αν ελέγχει τις διαδικασίες αποθήκευσης μπορεί να εγγυηθεί την ταχύτητα και την ποιότητα της υπηρεσίας στον πελάτη, από την αρχή ως το τέλος. Επιπλέον, παραγγέλλοντας ένα μεγάλο αριθμό βιβλίων (που θα μπορούσε να αποθηκεύσει) εξασφάλιζε χαμηλές τιμές από τους εκδότες ώστε να προσφέρει τα βιβλία σε χαμηλές τιμές στους πελάτες.

Το να φτιάξει αποθήκες ήταν μια πολύ σημαντική αλλά και δύσκολη απόφαση. Η κατασκευή κάθε αποθήκης στοιχίζει περί τα 50 εκατομμύρια δολάρια (και ακόμα περισσότερα για τη λειτουργία της). Με 8 αποθήκες σήμερα, η Amazon χρειάστηκε να δανειστεί 2 δις δολάρια. Η κάθε αποθήκη είναι ένα θαύμα πληροφορικής. Είναι πλήρως μηχανοργανωμένο. Οι

υπολογιστές στέλνουν μηνύματα -με ασύρματη τεχνολογία- στους δέκτες των υπαλλήλων λέγοντας τους ποια βιβλία να πάρουν από τα ράφια για να φτιάξουν την παραγγελία. Οι υπολογιστές ελέγχουν από το βάρος του βιβλίου (αν είναι κατάλληλο για τη συγκεκριμένη αποστολή) έως το ποιο βιβλίο θα πρέπει οι υπάλληλοι να πάρουν από τα ράφια. Αυτές οι εφαρμογές πληροφορικής (με χρήση του Linux) έχουν κατεβάσει το λειτουργικό κόστος της εταιρίας από 20% σε 10% (ποσοστό επί των εσόδων) και έχουν δώσει την δυνατότητα στην εταιρία να μπορεί να πουλά («αδειάζει») και να «ξαναγεμίζει» το σύνολο των προϊόντων στις αποθήκες της 20 φορές τον χρόνο (όταν στις υπόλοιπες εταιρίες είναι το πολύ 15).

Η «πληροφορική» αποτελεί βασικό στοιχείο της επιτυχίας της Amazon. Η χρήση της πληροφορικής τεχνολογίας έχει χαμηλώσει τόσο πολύ τα κόστη λειτουργίας που ενώ η εταιρία δεν είναι εκδότης βιβλίων, μπορεί να εξασφαλίζει τα ίδια περιθώρια κέρδους με τους εκδότες βιβλίων. Για το λόγο αυτό η εταιρία δεν διστάζει να πουλά από το website της και προϊόντα των εκδοτών με την δική τους εμπορική ταυτότητα (που την πληρώνουν με προμήθεια επί των πωλήσεων).

Μετά την επιτυχία που είχε στις πωλήσεις βιβλίων, CDs και παιχνιδιών, η εταιρία έχει ξεκινήσει να πουλάει ηλεκτρονικά, εργαλεία, είδη κουζίνας και μεταχειρισμένα βιβλία! Οι πωλήσεις μεταχειρισμένων βιβλίων ξεσήκωσαν ανησυχίες στους εκδότες που δεν ήθελαν να πωλούνται δίπλα-δίπλα τα νέα και τα μεταχειρισμένα βιβλία. Όμως η έρευνα αγοράς έδειξε πως όσοι αγοράζουν μεταχειρισμένα βιβλία αγοράζουν και μεγάλο αριθμό νέων βιβλίων: γιατί να δώσει κάποιος \$25 για να αγοράσει ένα βιβλίο συγγραφέα που δεν τον ξέρει και να μην αγοράσει πρώτα σε πολύ χαμηλότερη τιμή ένα άλλο βιβλίο, μεταχειρισμένο, του ίδιου συγγραφέα, ώστε να αξιολογήσει αν όντως του «αρέσει»; Όμως ο Jeff Bezos επέμεινε στην επιχειρηματική του ιδέα, προχώρησε στην υλοποίηση και κέρδισε! Σήμερα οι πωλήσεις των προϊόντων άλλων εταιριών από το website της αποφέρει στην Amazon μεγάλα έσοδα (οι πωλήσεις αυτές αντιπροσωπεύουν το 20% των συνολικών πωλήσεων βιβλίων).

Η εταιρία Πλαίσιο Computers

Παράδειγμα επιτυχημένου έλληνα επιχειρηματία που εντοπίζει επιχειρηματικές ευκαιρίες στο πεδίο του εμπορίου των ειδών πληροφορική αποτελεί ο Γιώργος Γεράρδος, ιδρυτής και πρόεδρος της εταιρίας Πλαίσιο Computers, που στην δεκαετία του '60 διεπίστωσε πως, λόγω της μεγάλης οικοδομικής δραστηριότητας έπρεπε να γίνονται αρχιτεκτονικές μελέτες και σχέδια με αποτέλεσμα να υπάρχει σημαντική ζήτηση για τα είδη σχεδιασμού και τα χαρτικά. Τα είδη αυτά πωλούνταν φθηνότερα στην Θεσσαλονίκη από όπου και τα αγόραζε για να τα πουλήσει στην Αθήνα. Οι πρώτες αγοραπωλησίες ήταν αποδοτικές κι έτσι ξεκίνησε και τις εισαγωγές. Τότε είχαν αρχίσει να έρχονται στην Ελλάδα οι πρώτοι plotters και επειδή η τιμή τους ήταν υψηλή, ξεκίνησε να ψάχνει στην Ευρώπη τον φθηνότερο προμηθευτή. Το 1968, μαζί με 5 φίλους του έβαλαν λεφτά για να εισάγουν σχεδιαστήρια και όργανα σχεδίασης. Σκέφθηκε τότε να ανοίξει ένα γραφείο για να διευκολύνονται οι εισαγωγές. Έτσι τον Οκτώβριο

του 1969, μάζεψε 80.000 δραχμές, δανεικές από φίλους και οικογένεια και έφτιαξε ένα κατάστημα με χαμηλές τιμές και είδη από το εξωτερικό.

Η ουσιαστική ενίσχυση των μεγεθών της εταιρίας αρχίζει το 1986. Τότε είχαν έρθει στην Ελλάδα οι πρώτοι προσωπικοί υπολογιστές, Amstrad, Spectrum, Atari, και η ζήτηση ήταν τεράστια. Καθοριστική για την ανάπτυξη της εταιρίας ήταν η πρωτοποριακή υπηρεσία που προσέφερε στους καταναλωτές, δηλαδή η κατά παραγγελία δημιουργία υπολογιστών, το λεγόμενο built-to-order. Παράλληλα, άρχισε η δημιουργία προγραμμάτων σε υπολογιστές για μηχανικούς. Το 1992 δημιουργήθηκε μεγάλο ιδιόκτητο κατάστημα με το οποίο προστέθηκε μεγαλύτερη γκάμα προϊόντων. Το 1996 ξεκίνησε η διάθεση των καταλόγων με τα προϊόντα της εταιρίας.

Το μοντέλο ανάπτυξης της εταιρίας βασίζεται σε λίγα και μεγάλα καταστήματα. Προτού ξεκινήσει μια νέα υπηρεσία, προηγείται σημαντικό διάστημα δοκιμών: «δεν δημιουργούμε παρθενογένεση. Όσα εφαρμόζουμε είναι δοκιμασμένα από άλλες εταιρίες σε πολύ μεγαλύτερες αγορές. Αυτό που κάνουμε είναι να παίρνουμε το καλύτερο κομμάτι καθενός και να το εφαρμόζουμε στα ελληνικά δεδομένα. Φθάνει να έχεις τους αισθητήρες σου σε πλήρη λειτουργία, τους κατάλληλους ανθρώπους και να πετύχεις την σωστή χρονική στιγμή».

Για τον Γιώργο Γεράρδο μια επιτυχημένη πορεία σημαίνει και θυσίες: «αν δεν σου αρέσει αυτό που κάνεις και δεν το αντιμετωπίζεις σαν ασχολία, πάντοτε θα νομίζεις ότι στερείσαι κάτι» «πάντοτε αντιμετώπιζα τη δουλειά μου ως μεράκι και γιαυτό πέτυχα», «σίγουρα υπάρχει έλλειψη ελεύθερου χρόνου, η πίεση πολλές φορές είναι ιδιαίτερα μεγάλη και μπορεί να σε φέρει σε προστριβή με την οικογένειά σου. Είναι πολύ σημαντικό να σε σπρώχνουν προς τα μπροστά από το σπίτι σου και όχι προς τα πίσω».

Το μυστικό για την επιχειρηματική επιτυχία είναι πως «ο παράγοντας άνθρωπος έχει τεράστια σημασία για μια επιχείρηση. Ως επιχειρηματίας πρέπει να έχεις διαίσθηση, οι ενέργειές σου να εκτελούνται συνδυαστικά, πρέπει να έχεις ανοικτά μάτια και αυτιά, να ακούς πολύ, να μιλάς λίγο, και να γνωρίζεις καλά την αγορά σου. Δεν χρειάζεται να είσαι διάνοια. Δεν χρειάζεται να είσαι μαθητής του 20, ούτε άριστος σε ένα μάθημα και μετεξαστέος σε άλλο, αλλά να είσαι παντού καλός. Επιχείρηση σημαίνει να έχω ένα καλό μυαλό, ψυχή και επιμονή. Πρέπει να είσαι επικοινωνιακός, ανθρώπινος, να μπορείς να καταλαβαίνεις με ποιόν έχεις να κάνεις. Και πάνω από όλα το κέφι. Υπάρχει ένα κινέζικο ρητό που με αντιπροσωπεύει: εάν αγαπήσεις αυτό που κάνεις, δεν θα χρειαστεί να ξαναδουλέψεις ποτέ»

Πηγή: «Ιστορίες Επιτυχίας Ελλήνων Επιχειρηματιών», Τόμος Α', National Communication S.A., Αθήνα, 2003.

ΑΣΚΗΣΕΙΣ

1. Ποια ήταν η επιχειρηματική ευκαιρία που εντόπισε ο Jeff Bezos, ιδρυτής της Amazon; Πως εντόπισε την επιχειρηματική του ευκαιρία;
2. Ποια ήταν η επιχειρηματική ευκαιρία που εντόπισε ο Πάνος Γερμανός, ιδρυτής της ομώνυμης εταιρίας; Πως εντόπισε την επιχειρηματική του ευκαιρία;

ΕΝΟΤΗΤΑ 3:

ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΕΤΑΙΡΙΩΝ «ΝΕΑΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ», ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ, ΚΙΝΔΥΝΟΙ

A. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

- Ποια μορφή παίρνει η αβεβαιότητα και ο κίνδυνος (ενδογενής και εξωγενής κίνδυνος).
- Ποιοι κίνδυνοι μπορούν να εμφανιστούν σε μια επιχείρηση και τι πρέπει να προσέξει ο επιχειρηματίας.
- Πως αντιμετωπίζονται η αβεβαιότητα και ο κίνδυνος.

B. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ

3.1 Ποια μορφή παίρνει η αβεβαιότητα και ο κίνδυνος: ενδογενής και εξωγενής κίνδυνος

Η αβεβαιότητα αναφέρεται σε απρόβλεπτα γεγονότα τα οποία ανατρέπουν την κανονική ροή των πραγμάτων. Κίνδυνος είναι η ζημιά που μπορεί να έχει ο επιχειρηματίας αν η αβεβαιότητα «στραφεί εναντίον» του, δηλαδή εναντίον των θέσεων που έχει πάρει ή των επιλογών, αποφάσεων και υποθέσεων που έχει κάνει.

Ο κίνδυνος μπορεί να προέλθει από

- τις αποφάσεις του ίδιου του επιχειρηματία (**ενδογενής κίνδυνος**)
- γεγονότα του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης [και επομένως δεν εξαρτάται άμεσα από τις αποφάσεις του επιχειρηματία] (**εξωγενής κίνδυνος**).

Ενδογενής κίνδυνος: Απροσεξία στην προστασία των προσωπικών δεδομένων των πελατών

«Καμπάνες» για παραβίαση ιατρικού απορρήτου

(απόσπασμα από την εφημερίδα Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 18 Φεβρουαρίου 2004)

ΟΠΟΙΑΔΗΠΟΤΕ επεξεργασία ευαίσθητων δεδομένων που αφορούν στην υγεία, ακόμη κι αν γίνεται ύστερα από εισαγγελική παραγγελία, απαγορεύεται ρητά.

Αυτό αποφάνθηκε η Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα και επέβαλε πρόστιμο 30.000 ευρώ σε διαγνωστικό κέντρο που διαβίβασε ιατρικά στοιχεία ασθενούς και 20.000 ευρώ στην ασφαλιστική εταιρεία, που τα καταχώρησε σε αρχείο της.

Στην Αρχή Προστασίας είχε προσφύγει ασφαλισμένη, καταγγέλλοντας ότι μετά τη διαβίβαση από διαγνωστικό κέντρο, υπερηχογραφήματός της, χωρίς τη συγκατάθεσή της, η ασφαλιστική εταιρεία διέκοψε τη σύμβαση που είχε συνάψει μαζί της (ασφαλιστήριο ζωής με πρόσθετες καλύψεις).

Ακόμα, η Αρχή υποχρέωσε την ασφαλιστική εταιρεία να καταστρέψει το υπερηχογράφημα (να το επιστρέψει στην ενδιαφερόμενη).

3.2 Πως εμφανίζεται η αβεβαιότητα και ο κίνδυνος σε μια επιχείρηση

Η αβεβαιότητα και ο κίνδυνος σε μια επιχείρηση εμφανίζονται όταν καλούμαστε να λάβουμε αποφάσεις και υπάρχει πληθώρα εναλλακτικών επιλογών. Ο επιχειρηματίας βρίσκεται σε τέτοιες καταστάσεις όταν πρέπει να αποφασίσει για:

- ποια προϊόντα ή υπηρεσίες θα προσφέρει η επιχείρηση,
- ποια τεχνολογία θα χρησιμοποιήσει για την παραγωγή τους,
- σε ποια τιμή θα τα προσφέρει,
- ποια είναι τα πλέον κατάλληλα κανάλια προώθησης και διανομής των προϊόντων και υπηρεσιών της εταιρίας,
- ποια είναι η κατάλληλη διαφήμιση,
- πως θα αντιδράσουν οι ανταγωνιστές.

Κίνδυνος και αβεβαιότητα εμφανίζονται όταν ο επιχειρηματίας πρέπει να επιλέξει τους συνεργάτες του, τους πελάτες, και το ύψος της χρηματοδότησης (δανείων).

Περισσότεροι κίνδυνοι ...

- Ο νομικός κίνδυνος.
- Ο κίνδυνος του γενικότερου οικονομικού και θεσμικού περιβάλλοντος.
- Ο χρηματο-οικονομικός κίνδυνος:
 - Καθυστέρηση εισπράξεων (εσόδων)
Προσοχή: Η Ελλάδα μαζί με την Ιταλία και την Ισπανία εμφανίζονται ως οι χώρες με τις μεγαλύτερες καθυστερήσεις στις πληρωμές (που μπορούν να φθάσουν τις 45-90 μέρες, είτε από το δημόσιο προς μια επιχείρηση είτε από μια επιχείρηση προς μια άλλη επιχείρηση), σημαντικό ποσοστό των οποίων είναι εσκεμμένο [βλέπε στοιχεία στην ηλεκτρονική διεύθυνση: http://europa.eu.int/comm/enterprise/regulation/late_payments/implementation.htm]
 - Υπερβολικός δανεισμός και αδυναμία της επιχείρησης να είναι συνεπής στις δανειακές υποχρεώσεις της.
- Ο κίνδυνος που πηγάζει από προβλήματα της λειτουργίας της επιχείρησης.
- Ο κίνδυνος της «αγοράς».

3.3 Πως αντιμετωπίζεται η αβεβαιότητα και ο κίνδυνος

Ο επιχειρηματίας δεν πρέπει να ξεχνάει πως η αβεβαιότητα, οι κίνδυνοι και η αντιμετώπισή τους αποτελούν βασικό μέρος της δουλειάς του. Πρέπει είναι σε ετοιμότητα και να γνωρίζει όσο το δυνατόν καλύτερα από πού μπορεί να προέλθουν οι κάθε λογής κίνδυνοι. Ο επιχειρηματίας πρέπει να είναι πάντα ενημερωμένος και δεν πρέπει να διστάζει να ρωτάει συνέχεια τους φίλους, τους συναδέλφους και τους ειδικούς ώστε να μαθαίνει αυτά που δεν ξέρει.

Βασικά σημεία

Όσον αφορά τους ενδογενείς και εξωγενείς κινδύνους, ο επιχειρηματίας πρέπει να προσέξει τα εξής βασικά σημεία:

1. Να σκεφθεί προσεκτικά τα πρώτα βήματα της επιχειρηματικής δραστηριότητάς του:

- ποια τεχνολογία θα «επιλέξει», ποια προϊόντα και ποιες υπηρεσίες θα παρέχει, σε ποια ποσότητα, σε ποιες τιμές, σε ποιους πελάτες,
- πόσα χρήματα είναι σε θέση να επενδύσει (και μέσα σε ποιο χρονικό διάστημα) και πόσα είναι σε θέση να δανεισθεί, και
- αν διαθέτει ή μπορεί να βρει τα κατάλληλα στελέχη και τους υπαλλήλους για την επιχείρησή του.

2. Στο επιχειρηματικό σχέδιο (business plan) να υπάρχουν σενάρια αντιμετώπισης των πιθανών κινδύνων.

3. Να ενημερωθεί για το θεσμικό πλαίσιο, δηλαδή για τα βασικά νομικά θέματα της επιχειρηματικής του δραστηριότητάς. Σε περίπτωση που υπάρχει οποιαδήποτε αμφιβολία για τα νομικά θέματα, να απευθυνθεί στους συλλογικούς φορείς (π.χ., επιμελητήρια ή επαγγελματικές ενώσεις) ή σε εξειδικευμένους νομικούς συμβούλους για να λάβει τις κατάλληλες απαντήσεις.

Η αντιμετώπιση των εξωγενών κινδύνων αντιμετωπίζεται με την διασπορά του κινδύνου, την αγορά ασφάλειας (από ασφαλιστική εταιρία) ή τη χρήση χρηματοοικονομικών εργαλείων, καθώς και με το να σκεφθεί εναλλακτικά σενάρια.

ΕΝΟΤΗΤΑ 4:

Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

A. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

- Την κοινωνική ευθύνη των εταιριών.
- Τις βασικές αρχές ενός κώδικα δεοντολογίας που πρέπει να τηρούν οι επιχειρήσεις απέναντι στην κοινωνία.
- Τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας ενός επιχειρηματία

B. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ

4.1 Η κοινωνική ευθύνη μιας επιχείρησης: Πως οι εταιρίες μπορούν να βοηθήσουν την ανάπτυξη της ελληνικής κοινωνίας και οικονομίας.

Οι εταιρίες «νέων τεχνολογιών» είναι πολύτιμοι βοηθοί της ανάπτυξης της χώρας. Οι εταιρίες «νέων τεχνολογιών» πρέπει να είναι ανταγωνιστικές, καινοτόμες και έτοιμες να προσφέρουν τις καλύτερες των υπηρεσιών και τα καλύτερα των προϊόντων στον κάθε πολίτη-καταναλωτή (Έλληνα, Ευρωπαϊό ή άλλο), την κάθε εταιρία (ελληνική, ευρωπαϊκή ή άλλη), το ελληνικό δημόσιο, οδηγώντας την Ελλάδα στις πρώτες χώρες του κόσμου.

Σύμφωνα με τον *Αναπτυξιακό Δεκάλογο* των Επιμελητηρίων της χώρας (όπως συντάχθηκε από την Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος, 2004):

«η ιδιωτική επιχείρηση αποτελεί τον κύριο μοχλό της αναπτυξιακής διαδικασίας. Το νόμιμο κέρδος συνιστά την δίκαιη ανταμοιβή των φορέων της για την ανάληψη επιχειρηματικών κινδύνων»

Ο διάλογος και η συνεργασία των επιχειρήσεων με το κράτος αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επιχειρηματική ανάπτυξη της χώρας. Σύμφωνα με τον *Αναπτυξιακό Δεκάλογο* των Επιμελητηρίων:

«βασική προτεραιότητα του κράτους είναι η διαμόρφωση σταθερών, ευέλικτων και αντιγραφειοκρατικών κανόνων, στα πλαίσια των οποίων θα ασκείται η επιχειρηματική δραστηριότητα και ο αυστηρός έλεγχος της πιστής τήρησής τους από όλους», και

«ο επιχειρηματικός κόσμος πρέπει να γνωρίζει με ακρίβεια τα πραγματικά ποσοτικά δεδομένα της οικονομικής εξέλιξης της χώρας (πληθωρισμός, ανεργία κ.ά) για να μπορεί να προγραμματίζει υπεύθυνα την επιχειρηματική του δραστηριότητα. Κάθε προσπάθεια ωραιοποίησης της οικονομικής κατάστασης της χώρας, με εξωπραγματικές προβλέψεις και ανεδαφικές παραδοχές, επηρεάζει, τελικά, αρνητικά την όλη αναπτυξιακή προσπάθεια»

Οι εταιρίες συνεισφέρουν το 44% των φόρων στην άμεση φορολογία εισοδήματος (σύμφωνα με τις φορολογικές δηλώσεις 2003) φυσικών και νομικών προσώπων. Όπως θα δούμε πιο αναλυτικά στο επόμενο κεφάλαιο η οικονομική σύγκλιση της χώρας μας με τις οικονομίες των προηγμένων χωρών απαιτεί την ίδρυση πολλών ακόμα εταιριών. Όμως, κανένας δεν εγγυάται στις εταιρίες πως θα επιβιώσουν. Η επιχειρηματική αποτυχία είναι τμήμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Η τόλμη (και το να μη φοβάται κάποιος την αποτυχία) αποτελεί βασικό γνώρισμα του επιχειρηματία. Σκοπός του επιχειρηματία είναι να προσφέρει προϊόντα και υπηρεσίες ποιότητας στον πελάτη του. Αν κάνει καλά τη «δουλειά του», η οικονομική επιτυχία θα ακολουθήσει. Η επιχειρηματικότητα δεν έχει να κάνει με τον στόχο του «εύκολου και γρήγορου χρήματος» (έστω και αν αυτό μπορεί να προέλθει «εύκολα και γρήγορα» σε κάποιες περιπτώσεις). Σήμερα στον κόσμο υπάρχει μια τάση για την ανάδειξη της κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησης. Υπάρχουν εταιρίες των οποίων η επιχειρηματική δραστηριότητα εστιάζει στην εξυπηρέτηση των κοινωνικών αναγκών, και ιδιαίτερα των μειονεκτούντων κοινωνικών ομάδων (π.χ., απόμακρες νησιώτικες κοινωνίες, νέοι). Στο υποκεφάλαιο που ακολουθεί θα παρουσιασθούν ορισμένες πλευρές αυτής της «κοινωνικής» επιχειρηματικότητας.

4.2 Κοινωνική επιχειρηματικότητα (Social entrepreneurship)

Επιχειρήσεις που προσπαθούν να βρουν επιχειρηματικές καινοτομίες για να λύσουν κοινωνικά προβλήματα που δεν είναι σε θέση να επιλυθούν από το δημόσιο ή από άλλες επιχειρήσεις. Κάθε χρόνο, γίνεται ένας παγκόσμιος διαγωνισμός για το Καλύτερο Επιχειρηματικό Σχέδιο των «Κοινωνικών» Επιχειρήσεων (μπορείτε να δείτε την προκήρυξη του διαγωνισμού αυτού και τους νικητές των προηγούμενων χρόνων στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.socialvc.net).

4.3 Βασικά προσωπικά στοιχεία του επιχειρηματία

Τα βασικά προσωπικά γνωρίσματα του επιχειρηματία είναι:

1. Η ανάγκη για την επίτευξη υψηλών στόχων
 - Αναλαμβάνει προσωπική ευθύνη για τις αποφάσεις του
 - Αναλαμβάνει ένα επίπεδο κινδύνου και βασίζεται στην ικανότητά του να τον διαχειριστεί και όχι στην τύχη
 - Εφαρμόζει καινοτομίες (είναι δημιουργικός)
 - Προβλέπει τις μελλοντικές ευκαιρίες
2. Η ικανότητα αυτοελέγχου
3. Η δημιουργικότητα
4. Το αίσθημα της ανεξαρτησίας
5. Η τάση για ανάληψη κινδύνων

4.4 Ο κοινωνικός κώδικας δεοντολογίας για τον επιχειρηματία.

Οι βασικές αρχές του κώδικα (που προσδιορίζει και την ευθύνη που έχει ο επιχειρηματίας απέναντι στο κοινωνικό σύνολο) αποτυπώνονται στα εξής σημεία:

1. Σεβασμός στους νόμους του κράτους και της πολιτείας
2. Υπευθυνότητα απέναντι σε όσους χρηματοδοτούν την εταιρία (είτε με τη μορφή χορήγησης κεφαλαίων είτε με τη μορφή δανείων)
3. Υπευθυνότητα απέναντι στους εργαζομένους στην επιχείρηση
4. Υπευθυνότητα για την υγεία, ευημερία, ποιότητα ζωής και εξυπηρέτηση των καταναλωτών
5. Αποφυγή της αισχροκέρδειας και της εκμετάλλευσης μιας συγκυρίας
6. Θεμιτός ανταγωνισμός μέσα στα πλαίσια της αγοράς
7. Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
8. Συμβολή στα πολιτιστικά δρώμενα μέσω των χορηγιών

4.5 Γίνε Επιχειρηματίας !!! [ή μήπως όχι, καλύτερα;;;]

Διαβάστε την παρουσίαση (σε MS-Powerpoint που βρίσκεται στην ιστοσελίδα του μαθήματος) της ομιλίας που έδωσε στην ημερίδα «Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία» του Πανεπιστημίου Κρήτης, ο κ. Δημήτρης Τσίγκος, από τους ιδρυτές της εταιρίας Virtual Trip (που στεγάζεται στο Επιστημονικό και Τεχνολογικό Πάρκο Κρήτης).

ΑΣΚΗΣΕΙΣ

1. Αξιολογήστε (και αξιολογηθείτε) τα διαγνωστικά τεστ “Am I an Entrepreneur?” Self-Assessment Quiz (προσβάσιμα στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.bdc.ca/en/business_tools/entrepreneurial_self-Assessment/Entrepreneurial_self_assessment.htm?cookie%5Ftest=1 και <http://www.yesmontreal.ca/yes.php?section=entrepreneurship/quiz>

ΕΝΟΤΗΤΑ 5:

ΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

A. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

- Παράγοντες που επηρεάζουν την δυναμική της ελληνικής επιχειρηματικότητας, τρέχουσα κατάσταση στα μεγέθη των ελληνικών εταιριών και μελλοντικές προοπτικές.

B. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ

5.1 Η τρέχουσα ελληνική επιχειρηματικότητα και οι προοπτικές

Η επίδραση οικονομικών και κοινωνικών παραγόντων παίζει ιδιαίτερο ρόλο στο κατά πόσο θα ξεκινήσει κανείς τη δική του επιχείρηση και πόσο επιτυχημένη θα είναι η προσπάθειά του. Στην Ελλάδα σήμερα, οι οικονομικοί και κοινωνικοί παράγοντες αντιμετωπίζουν θετικά την επιχειρηματικότητα και δημιουργούν ένα επιχειρηματικό περιβάλλον, που παρά τα προβλήματα που υπάρχουν, καλλιεργεί την δημιουργία εταιριών. Στο Παράρτημα I παρουσιάζεται η πρόσφατη μελέτη του IOBE για την ελληνική επιχειρηματικότητα, ενώ στο Παράρτημα II παρουσιάζεται η περίπτωση του Ισραήλ, οι εταιρίες «νέων τεχνολογιών» αποτελούν τον 4^ο (σε μέγεθος) πόλο προσέλκυσης κεφαλαίων VC στον κόσμο.

Σημαντική στιγμή στην εξέλιξη της ελληνικής οικονομίας απετέλεσε η ένταξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ). Η Ελλάδα έγινε μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης το 1981, ενώ από το 2001 έγινε μέλος και της ζώνης του Ευρώ (των ευρωπαϊκών δηλαδή χωρών που έχουν ως κοινό νόμισμα το Ευρώ). Η ελληνική οικονομία βρίσκεται σε πορεία σύγκλισης με τις οικονομίες των προηγμένων οικονομικά χωρών της Ευρώπης και το γεγονός αυτό επηρεάζει θετικά το επιχειρηματικό περιβάλλον.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα πρόσφατης μελέτης του Πανεπιστημίου Κρήτης, ο αριθμός των ελληνικών εταιριών αυξάνεται χρόνο με τον χρόνο: η ελληνική οικονομία αριθμούσε 163.320 εταιρίες το 2000, 169.435 εταιρίες το 2001, και 173.531 εταιρίες το 2002. Ο αριθμός των ελληνικών εταιριών παρουσιάζεται με λεπτομέρεια στον Πίνακα 7.1, και περιλαμβάνει το σύνολο των «νομικών προσώπων»: ανώνυμες (ΑΕ), ομόρρυθμες (ΟΕ) και ετερόρρυθμες (ΕΕ) εταιρίες, καθώς και εταιρίες

περιορισμένης ευθύνης (ΕΠΕ). Ο Πίνακας 5.1 δεν περιλαμβάνει τους ελεύθερους επαγγελματίες (ο συνολικός αριθμός των οποίων ήταν 301.464 -για το 2001).

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1. Αριθμός Ελληνικών εταιριών, κύκλος εργασιών (τζίρος) και φορολογητέα κέρδη (σε δισεκατομμύρια Ευρώ), για τα χρόνια 2000, 2001, και 2002.

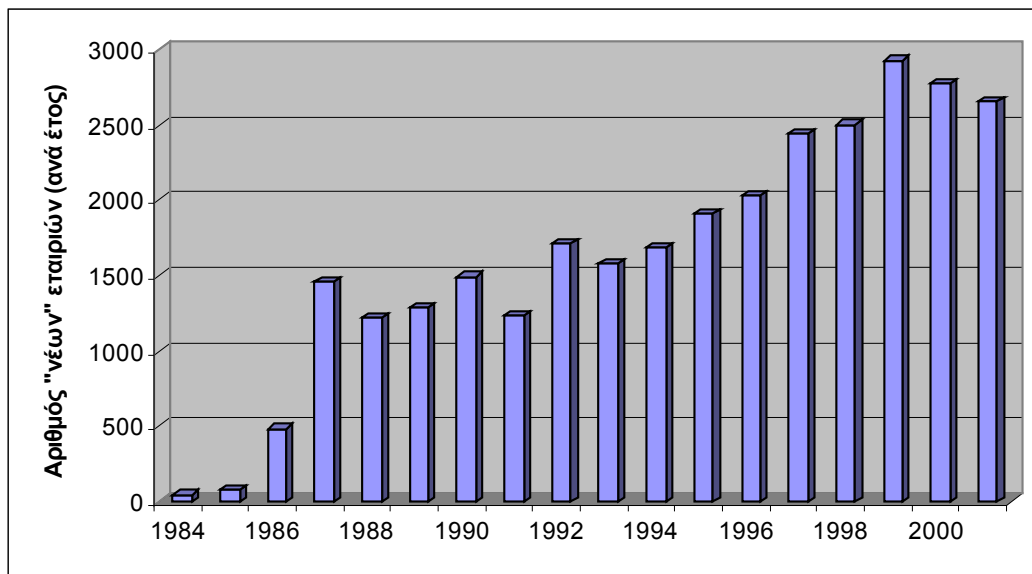
2000			
Νομική Μορφή	Αριθμός Εταιριών	Κύκλος Εργασιών (Τζίρος)	Φορολογητέα Κέρδη
ΑΕ	35055	147,10	9,30
ΕΠΕ	20395	10,90	0,46
ΟΕ και ΕΕ	107870	25,75	1,58
Σύνολο	163320	182,75	11,34

2001			
Νομική Μορφή	Αριθμός Εταιριών	Κύκλος Εργασιών (Τζίρος)	Φορολογητέα Κέρδη
ΑΕ	37797	150,91	9,48
ΕΠΕ	20035	12,92	0,50
ΟΕ και ΕΕ	111603	34,66	1,77
Σύνολο	169435	198,49	11,75

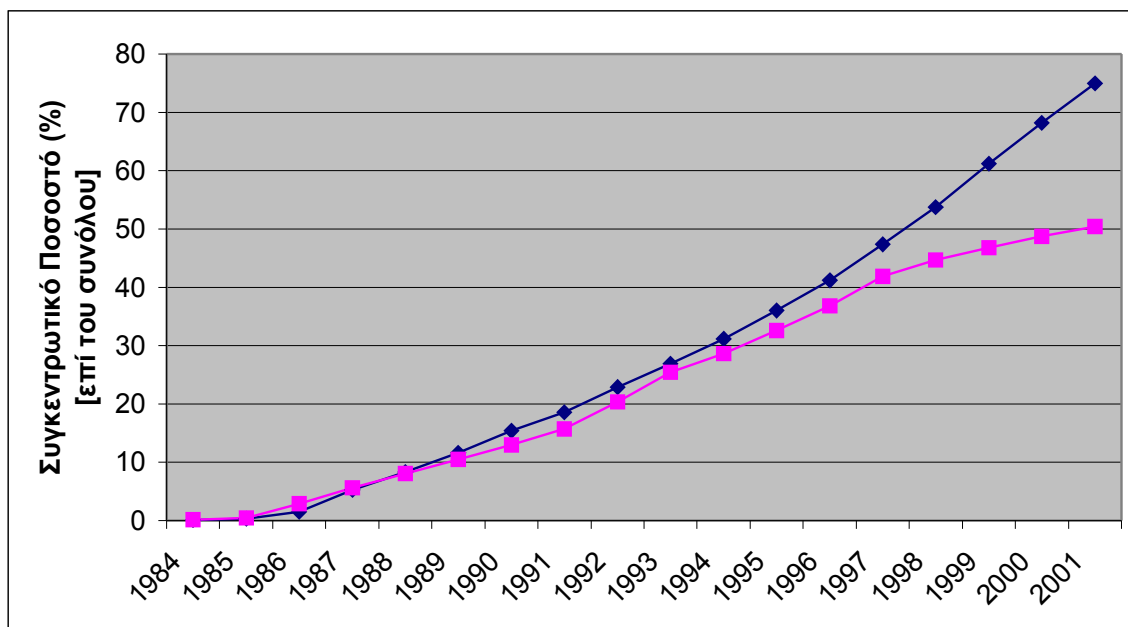
2002			
Νομική Μορφή	Αριθμός Εταιριών	Κύκλος Εργασιών (Τζίρος)	Φορολογητέα Κέρδη
ΑΕ	39395	157,03	10,31
ΕΠΕ	20074	12,21	0,51
ΟΕ και ΕΕ	114062	32,74	2,13
Σύνολο	173531	201,99	12,95

Οι υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης της ελληνική επιχειρηματικότητας δεν είναι φαινόμενο των τελευταίων χρόνων. Ο αριθμός των ελληνικών εταιριών όχι μόνο αυξάνεται συστηματικά από το 1986 και μετά (Γράφημα 5.1), αλλά, επιπλέον, οι «νέες» αυτές εταιρίες έχουν καταφέρει να «επιζήσουν» και να συνεισφέρουν περισσότερο από το 50% του συνολικού εισοδήματος (κύκλου εργασιών) των ελληνικών εταιριών (Γράφημα 5.2) [τα ποσοστά αυτά ξεπερνούν το 75% για τις ΕΠΕ και τις ΟΕ και ΕΕ].

ΓΡΑΦΗΜΑ 5.1. Αριθμός Ελληνικών Ανώνυμων Εταιριών (ΑΕ) ως προς το έτος ίδρυσής τους (στοιχεία φορολογικού έτους 2003).



ΓΡΑΦΗΜΑ 5.2. Συγκεντρωτικά ποσοστά α) του αριθμού (ρόμβοι στο γράφημα), και β) του κύκλου εργασιών (τετράγωνα στο γράφημα) των Ανώνυμων Εταιριών (ΑΕ) που ιδρύθηκαν στην Ελλάδα από το 1984 μέχρι και το 2001, ως προς το σύνολο των ΑΕ. Οι «νέες» αυτές Α.Ε. αποτελούν πάνω από το 75% του συνολικού αριθμού και συνεισφέρουν πάνω από το 50% στο συνολικό κύκλο εργασιών.



Σύμφωνα με αυτά τα δεδομένα, τι πρέπει να περιμένουμε, μελλοντικά, για τους ρυθμούς ανάπτυξης της ελληνικής επιχειρηματικότητας;

Την απάντηση στο ερώτημα αυτό προσφέρει η σύγκριση με οικονομίες προηγμένων χωρών όπως, π.χ., οι ΗΠΑ, με 22,6 εκατομμύρια εταιρίες και ελεύθερους επαγγελματίες σε πληθυσμό 115 εκατομμύρια εργαζομένων, ή η Γαλλία με 2,5 εκατομμύρια εταιρίες και 14,4 εργαζομένους. Στον Πίνακα 5.2 παρουσιάζονται συγκριτικά οι συνολικοί αριθμοί εταιριών και εργαζομένων και ο λόγος τους ώστε να προσδιοριστεί το ποσοστό εταιριών και ελεύθερων επαγγελματιών ανά 100 εργαζομένους, στην Ελλάδα, στην Γαλλία και στις ΗΠΑ. Η Ελλάδα έχει κατά 30% λιγότερες εταιρίες και ελεύθερους επαγγελματίες σε σύγκριση με τις χώρες αυτές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2: Συγκριτική παρουσίαση του αριθμού των εταιριών και των ελευθέρων επαγγελματιών, ανά 100 απασχολούμενους, στην Ελλάδα, Γαλλία και ΗΠΑ, το 2001.

Συνολικός αριθμός (στοιχεία 2001)	Ελλάδα	Γαλλία	ΗΠΑ
Εταιρίες και ελεύθεροι επαγγελματίες (Ε&ΕΕ)	470.899	2.540.000*	22.637.272
Απασχολούμενοι (Α)	3.960.000	14.400.000*	115.061.000
Ποσοστό (Ε&ΕΕ/Α)	11.9%	17.6%	19.7%

*Δεν περιλαμβάνεται ο τραπεζικός και ο ευρύτερος χρηματο-οικονομικός τομέας

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα αυτά, η σύγκριση της ελληνικής οικονομίας με αυτές των προηγμένων οικονομιών «απαιτεί» περισσότερες από 200.000 εταιρίες, δηλαδή την ίδρυση και βιωσιμότητα περισσότερων από 30.000 εταιρίες (από όσες έχουμε σήμερα), ώστε ο συνολικός πληθυσμός τους να φθάσει το σημείο επιχειρηματικής «ισορροπίας» της ελληνικής οικονομίας.

ΕΝΟΤΗΤΑ 6: Η ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

A. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

- Προσδιοριστικοί παράγοντες της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας: παράγοντες επιτυχίας αλλά και παράγοντες που οδηγούν μια εταιρία σε κρίση.

B. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ

6.1 Οι παράγοντες της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας

Η επιτυχημένη επιχειρηματικότητα βασίζεται τόσο στην αξιοποίηση των επιχειρηματικών ευκαιριών και στην εξυπηρέτηση του πελάτη όσο και στην αντιμετώπιση των δύσκολων στιγμών που θα συμβούν ή ακόμα και στην αντιμετώπιση πιθανών κρίσεων.

Για τους λόγους αυτούς ο επιχειρηματίας που θέλει να πετύχει στην δραστηριότητά του πρέπει να έχει υπ' όψη του τόσο τους παράγοντες που οδηγούν σε κρίση όσο και τους παράγοντες επιτυχίας.

6.2 Ποιοι παράγοντες οδηγούν σε κρίση και πρέπει να προσεχθούν

Οι αιτίες που μπορούν να οδηγήσουν μια εταιρία σε κρίση είναι οι εξής:

- Τα έσοδα της εταιρίας δεν εισρέουν με τρόπο που να καλύπτουν τα έξοδα (έλλειψη ικανοποιητικής ταμειακής ροής)
- Η εταιρία δεν καταφέρνει να «αλλάξει» και να βρίσκει καινούργιες επιχειρηματικές δραστηριότητες (στασιμότητα)
- Η εταιρία δεν καταφέρνει να προσελκύσει καινούργιους πελάτες (αποτυχία να επεκταθεί η πελατειακή βάση)
- Αδυναμία της εταιρίας να βρίσκεται μπροστά από τους ανταγωνιστές (υποεκτίμηση του ανταγωνισμού)
- Έλλειψη επαρκούς χρηματοδότησης (είτε για να ξεπεράσει οικονομικές δυσκολίες είτε να κάνει αναγκαίες επενδύσεις)

- Κακή διαχείριση (λάθη στις αποφάσεις και στη διοίκηση)
- Έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού (αδυναμία να «δει» τις μελλοντικές εξελίξεις)
- Εγωισμός (αδυναμία του επιχειρηματία να «ακούσει» συμβουλές πελατών και συνεργατών του, αδυναμία του επιχειρηματία να δεχθεί πως δεν είναι τέλειος και πως χρειάζεται να αλλάξει)
- Λανθασμένη αντιμετώπιση της αγοράς (λάθος εκτίμηση του τι θέλει ο πελάτης)

Τα συμπτώματα που προειδοποιούν για επερχόμενη κρίση είναι:

- Μείωση εσόδων και άνοδος στα χρέη της επιχείρησης
- Αύξηση δαπανών
- Αδυναμία να προσφέρει νέα προϊόντα και υπηρεσίες που να ικανοποιούν τους ήδη πελάτες ή να προσελκύουν νέους πελάτες
- Μείωση του αριθμού των βασικών πελατών
- Αδυναμία να ανταγωνιστεί τους ανταγωνιστές
- «Χάσιμο» επιχειρηματικών ευκαιριών
- Συγκρούσεις μεταξύ των στελεχών και απογοήτευση (χαμηλό ηθικό) του προσωπικού
- Υψηλά αποθέματα προϊόντων στις αποθήκες
- Πτώση στο ρυθμό είσπραξης των λογαριασμών των πελατών

Ο επιτυχημένος επιχειρηματίας πρέπει να είναι ιδιαίτερα ανήσυχος όταν αντιμετωπίζει συμπτώματα όπως αυτά και πρέπει αμέσως να αναλαμβάνει δράσεις για να τα αντιμετωπίσει.

6.3 Παράγοντες επιχειρηματικής επιτυχίας

Στο προηγούμενο υποκεφάλαιο αναφέρθηκαν οι παράγοντες που μπορούν να οδηγήσουν μια εταιρία σε κρίση. Στη συνέχεια του κεφαλαίου αυτού θα παρουσιασθούν οι βασικοί παράγοντες που οδηγούν στην επιτυχημένη επιχειρηματικότητα, που είναι οι εξής:

- Επαρκής χρηματοδότηση και ικανοποιητικά έσοδα
- Καινοτομία και ανταγωνιστικότητα
- Προσέλκυση νέων πελατών
- Σωστή εκτίμηση του τι θέλει ο πελάτης
- Μέτρηση της συνολικής απόδοσης της εταιρίας και «στρατηγική ανανέωση».

6.4 Η καινοτομία ως παράγοντας επιχειρηματικής επιτυχίας

Μια επιχείρηση πρέπει να καταφέρνει να καινοτομεί, να «αλλάζει» και να βρίσκει καινούργιες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Με τον τρόπο αυτό, η εταιρία θα έχει τη δυνατότητα να βρίσκεται πάντα μπροστά από τους ανταγωνιστές της.

Η τεχνολογική εξέλιξη δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την προσφορά νέων, καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών. Παράδειγμα επιχειρηματικής καινοτομίας που αξιοποιεί τις εξελίξεις της τεχνολογίας (**τεχνολογική καινοτομία**) αποτελεί η εταιρία Apple, που όχι μόνο δημιούργησε, ως προϊόν, τον προσωπικό υπολογιστή (PC) στην δεκαετία του 70, αλλά ακόμα και σήμερα συνεχίζει να καινοτομεί δημιουργώντας νέα προϊόντα και νέες αγορές.

Όπως επισημαίνει ο Steve Jobs, συν-ιδρυτής και γενικός διευθυντής της εταιρίας, καθώς και συν-ιδρυτής και γενικός διευθυντής της εταιρίας Pixar (που παράγει τις πολύ επιτυχημένες ταινίες κινουμένων σχεδίων της Walt Disney Co), για τις πρόσφατες επιχειρηματικές της δραστηριότητες: «Μαθαίνοντας για νέες τεχνολογίες και για νέες αγορές είναι η ευχαρίστησή μας. Πριν από 5 χρόνια δεν γνωρίζαμε τίποτε για video editing. Τώρα κάθε υπολογιστής Mac είναι εφοδιασμένος με video editing software. Πριν από χρόνια δεν γνωρίζαμε τίποτε για τους MP3 players αλλά κοιτάξαμε τι υπήρχε τότε στον τομέα και το συνδυάσαμε με αυτά που ήδη ξέραμε καλά δηλαδή το design, τα user interfaces, τα υλικά (materials), και τα ψηφιακά

ηλεκτρονικά (digital electronics). Με αυτόν τον τρόπο προέκυψε το iPod» (Πηγή: Business 2.0, τεύχος Δεκεμβρίου 2003)

Η καινοτομία δεν χρειάζεται να είναι μόνο τεχνολογική. Μπορεί να είναι **επιχειρησιακή καινοτομία** που εστιάζει σε αποτελεσματικότερες δομές και διαδικασίες στην παραγωγή και διανομή του προϊόντος. Η εταιρία Dell δεν επενδύει τόσο πολύ στην παραγωγή τεχνολογικής καινοτομίας όπως οι εταιρίες IBM και η HP, οι οποίες επενδύουν περίπου 6% από τα έσοδά τους στην έρευνα και την ανάπτυξη. Η Dell δεν πάει να φτιάξει τον «υπολογιστή-θαύμα» αλλά να φτιάξει έναν «κανονικό» υπολογιστή καλύτερα, γρηγορότερα και φθηνότερα. Οι επικριτές της λένε πως με την λογική αυτή δεν θα μπορέσει να «μπει» έγκαιρα σε πολλά υποσχόμενες αγορές του μέλλοντος όπως η ψηφιακή απεικόνιση (digital imaging).

Στα προϊόντα που απαιτούν τεχνολογική έρευνα και ανάπτυξη η Dell συνεργάζεται με άλλες εταιρίες. Για παράδειγμα, στους εκτυπωτές συνεργάζεται με την εταιρία Lexmark και στις μονάδες αποθήκευσης (storage) με την εταιρία EMC, στα προϊόντα των οποίων βάζει το δικό της όνομα.

Όμως η Dell επικεντρώνεται στο να κάνει πιο αποτελεσματική την παραγωγή και διανομή των υπολογιστών. Έχει 550 πατέντες για τις επιχειρησιακές διαδικασίες που χρησιμοποιεί (όπως η χρήση ασύρματων δικτύων στα εργοστάσιά της ή η διαδικασία συναρμολόγησης υπολογιστών που χρησιμοποιεί και που κάνει τέσσερις φορές ταχύτερη την παραγωγή ενός υπολογιστή).

ΑΣΚΗΣΕΙΣ

Απαντήστε συνοπτικά στις παρακάτω ερωτήσεις:

1. Πως αντιμετωπίζει η εταιρία Apple την καινοτομία;
2. Πως αντιμετωπίζει η εταιρία Dell την καινοτομία;
3. Πως αντιμετώπισε η εταιρία Dell το πρόβλημα των «μελανιών» για τους εκτυπωτές της;
4. Ποιοι είναι οι παράγοντες επιχειρηματικής επιτυχίας;

ΕΝΟΤΗΤΑ 7: ΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ

A. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

- Ποια είναι τα σημεία που πρέπει να προσέξει ο νέος επιχειρηματίας κατά τον σχεδιασμό (δηλαδή κατά την προετοιμασία του επιχειρηματικού σχεδίου) της εταιρίας.
- Το περιεχόμενο ενός επιχειρηματικού σχεδίου.

B. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ

Το επιχειρηματικό σχέδιο

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι το σημείο από το οποίο ξεκινά ο (μελλοντικός) επιχειρηματίας το ταξίδι του στον κόσμο των εταιριών. Χαρτογραφεί την πορεία προς την επιχειρηματική επιτυχία. Εντοπίζει τα σημεία που πρέπει να προσεχθούν (προϊόν, ανάλυση αγοράς, έσοδα, έξοδα), βοηθά να καταγραφούν οι σημαντικότεροι κίνδυνοι και να ληφθούν υπ' όψη οι ιδιαιτερότητες του συγκεκριμένου πεδίου στο οποίο ο επιχειρηματίας θα δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά (όπως π.χ. ηλεκτρονικό εμπόριο, συστήματα Η/Υ, δίκτυα, βιοτεχνολογία).

Τι πρέπει να προσέξουμε στην επιχειρηματική ιδέα

Στους τομείς των νέων τεχνολογιών υπάρχουν κάποια σημαντικά σημεία που δεν υπάρχουν σε άλλους, πιο «παραδοσιακούς» επιχειρηματικούς τομείς. Τα σημεία αυτά θα πρέπει να σκεφθείτε προτού δώσετε απαντήσεις στα ερωτήματα του επιχειρηματικού σχεδίου.

Τα σημεία αυτά παρουσιάζονται αναλυτικά στο online (ελεύθερα προσβάσιμο) βιβλίο «Τι πρέπει να ξέρουμε για τα Επιχειρηματικά Σχέδια».