

1

Μικρές επιχειρήσεις: Η μεγάλη εικόνα

Συνοπτικός πίνακας περιχομένων

1.1	Η σημασία της αβεβαιότητας	40
1.2	Αβεβαιότητα που οφείλεται στην αγορά, στους πελάτες και στις φιλοδοξίες	42
1.3	Τρόποι περιορισμού της αβεβαιότητας	46
1.4	Μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις: Οι βασικές διαφορές	48
	Περύληψη	54
	Ερώτηση για συζήτηση	55

Κύριοι διδακτικοί στόχοι

Ολοκληρώνοντας αυτό το κεφάλαιο, θα πρέπει:

- Να έχετε κατανοήσει τις έννοιες του ρίσκου και της αβεβαιότητας.
- Να έχετε εκτιμήσει τη σημασία της αβεβαιότητας που οφείλεται στην αγορά, στους πελάτες και στις φιλοδοξίες.
- Να μπορείτε να διακρίνετε τις βασικές διαφορές ανάμεσα στις μικρές και στις μεγάλες επιχειρήσεις.

Υπάρχουν τα γνωστά-γνωστά. Πράγματα που ξέρουμε ότι τα ξέρουμε. Υπάρχουν τα γνωστά-άγνωστα. Δηλαδή πράγματα που ξέρουμε ότι δεν τα ξέρουμε. Όπως υπάρχουν και τα άγνωστα-άγνωστα. Πράγματα που δεν ξέρουμε ότι δεν τα ξέρουμε.

Donald Rumsfeld, τέως Υπουργός Άμυνας των ΗΠΑ (2002)

1.1 Η σημασία της αβεβαιότητας

Σε αντίθεση με την παραπάνω γνωστή αλλά περίπλοκη διατύπωση, θα ήταν πιο εύκολο να κατανοήσουμε σε τι διαφέρει το ρίσκο από την αβεβαιότητα χρησιμοποιώντας το παράδειγμα δύο κλειστών κουτιών. Έστω ότι το ένα κουτί περιέχει 100 μπαλάκια, από τα οποία 60 είναι κόκκινα και 40 μαύρα. Αυτό σημαίνει ότι η γνωστή κατανομή είναι τρία κόκκινα μπαλάκια για κάθε δύο κόκκινα. Το άλλο κουτί περιέχει και αυτό 100 μπαλάκια που *πιθανόν* να είναι ή όλα μαύρα ή κανένα. Τώρα σκεφτείτε ότι ζητούν από κάποιους να στοιχηματίσουν. Κερδίζει όποιος τραβήξει μαύρο μπαλάκι. Τίθεται λοιπόν το ερώτημα, ποιο από τα δύο κουτιά να διαλέξουν; Το πρώτο με τη γνωστή, αλλά και πάλι με ρίσκο, αναλογία; Ή το δεύτερο με την αβέβαιη αναλογία;

Σε γενικές γραμμές, στο κεφάλαιο αυτό θα δούμε ότι το ρίσκο που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες και οι μικρές επιχειρήσεις είναι πολύ μεγαλύτερο από εκείνο των μεγάλων επιχειρήσεων. Και τις περισσότερες φορές πολύ διαφορετικής φύσης. Μια μεγάλη επιχείρηση έχει περισσότερες πιθανότητες να αντιμετωπίσει πρόβλημα

«εσωτερικής» αβεβαιότητας απ' ό,τι μια μικρή. Αυτό σημαίνει ότι τα άτομα που βρίσκονται στην κορυφή της διοίκησης οφείλουν να βεβαιώνονται ότι οι «στρατηγικές» τους επιλογές εφαρμόζονται σωστά από τα στελέχη του μεσαίου διοικητικού κλιμακίου και τους εργαζομένους. Κάτι που μπορεί να έχει καταστροφικές συνέπειες – διαβάστε παρακάτω το παράδειγμα του Τερματικού Σταθμού 5 στο αεροδρόμιο του Heathrow.

Αυτό δεν ισχύει τόσο πολύ στην περίπτωση των μικρών επιχειρήσεων. Σε αυτές, ο ιδιοκτήτης μπορεί εύκολα να διοικεί με επιτόπου έλεγχο των εργαζομένων στην επιχείρησή του. Είναι πιθανό ότι με την επιτόπου παρακολούθηση και έλεγχο των εργαζομένων θα αναθεωρήσει τις αποφάσεις του, κάτι που ίσως τον κάνει να ανατρέξει στις απόψεις μεγαλύτερου αριθμού υπαλλήλων την επόμενη φορά.

Στις μεγάλες επιχειρήσεις μια τόσο εκτεταμένη λήψη απόψεων των εργαζομένων είναι πολύ δύσκολη, πράγμα που σημαίνει ότι οι αποφάσεις που λαμβάνονται στην κορυφή είναι πιθανό να εφαρμόζονται με πιο άνισο, και άρα αβέβαιο, τρόπο απ' ό,τι στις μικρές επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, οι Forth κ.ά. (2006) αναφέρουν ότι το 69% των εργαζομένων σε μικρές επιχειρήσεις συμφωνούν πως «αυτοί που βρίσκονται στα πιο υψηλά κλιμάκια είναι οι πλέον κατάλληλοι να παίρνουν αποφάσεις για αυτή την επιχείρηση», ενώ την ίδια άποψη είχε μόνο το 46% εκείνων που εργάζονταν σε μεγάλες επιχειρήσεις. Κατά ένα μέρος, αυτό μπορεί να οφείλεται στο ότι το άτομο που βρίσκεται στην κορυφή ενός μεγάλου επιχειρηματικού οργανισμού δεν έχει πραγμα-

Παράδειγμα Η έναρξη του Τερματικού Σταθμού 5

Ο Σταθμός 5, τερματικός σταθμός επιβατών του αεροδρομίου London Heathrow, ο οποίος κόστισε 4,3 δις λίρες, εγκαινιάστηκε το 2008. Πριν ανοίξει, ο Willie Walsh, Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου της British Airways, έκανε την εξής δήλωση: «Ο Τερματικός Σταθμός 5 διαθέτει εξαιρετικές εγκαταστάσεις και πιστεύουμε σ' αλήθεια ότι οι πελάτες μας θα απολαύσουν τους χώρους, την άνεση και τις ευκολίες που παρέχονται». Τις πρώτες μέρες της λειτουργίας του, εκατοντάδες πτήσεις ακυρώθηκαν και περίπου 15.000 αποσκευές χάθηκαν όταν κατέρρευσε το σύστημα διαχείρισης αποσκευών. Ο Willie Walsh υποχρεώθηκε να προβεί σε δημόσια απολογία: «Και πάλι ήθελα να ζητήσω συγγνώμη από τους πελάτες που είχαν προβλήματα στις πτήσεις τους ή καθυστερήσεις στην παραλαβή των αποσκευών». Διάφορες δικαιολογίες δόθηκαν για το φιάσκο: η ελλιπής κατάρτιση του προσωπικού, το μέγεθος του σταθμού, το νέο σύστημα διαχείρισης των αποσκευών και το κακό μάντζμεντ. Μολονότι ο Willie Walsh δεν παραιτήθηκε, οι γενικοί διευθυντές των επιχειρησιακών λειτουργιών και οι διευθυντές των υπηρεσιών εξυπηρέτησης πελατών υπέβαλαν την παραίτησή τους. Τελικά αποδείχθηκε ότι καμία από αυτές τις εξελίξεις δεν είναι εύκολα προβλέψιμη. Τα ανώτερα διοικητικά στελέχη της British Airways δυσκολεύτηκαν πραγματικά προσπαθώντας να επικοινωνήσουν τη στρατηγική τους στους εργαζομένους. Το αποτέλεσμα ήταν ότι κάποιοι από αυτούς έχασαν τη δουλειά τους.

τική επίγνωση της κατάστασης. Οι Harris και Ogborn (2009) υποστηρίζουν ότι στις μεγάλες επιχειρήσεις οι υπάλληλοι που έρχονται σε επαφή με τους πελάτες δεν κοινοποιούν τα παράπονα των τελευταίων· αλλά ακόμα και όσα περνούν από τη «λογοκρισία» των υπαλλήλων συνήθως αποσιωπούνται από τους ανώτερους υπαλλήλους. Αυτή η απόκρυψη συμβαίνει πολύ πιο δύσκολα σε μια μικρή επιχείρηση.

Ωστόσο, αυτά τα πλεονεκτήματα συμπεριφοράς δεν προφυλάσσουν τις μικρές επιχειρήσεις από την «εξωτερική» αβεβαιότητα. Σε αυτό το κεφάλαιο μας απασχολούν τρία είδη εξωτερικής αβεβαιότητας: αυτή που οφείλεται στην αγορά, αυτή που οφείλεται στους πελάτες και εκείνη που οφείλεται στις φιλοδοξίες. Στη συνέχεια θα δούμε τι μπορούν να κάνουν οι μικρές επιχειρήσεις και οι επιχειρηματίες για να περιορίσουν αυτή την αβεβαιότητα και θα εξετάσουμε τις βασικές διαφορές μεταξύ μεγάλων και μικρών επιχειρήσεων.

1.2 Αβεβαιότητα που οφείλεται στην αγορά, στους πελάτες και στις φιλοδοξίες

Η εξωτερική αβεβαιότητα έχει τρεις συνιστώσες. Την αβεβαιότητα που οφείλεται στην αγορά, την αβεβαιότητα που οφείλεται στους πελάτες και εκείνη που οφείλεται στις φιλοδοξίες. Θα τις εξετάσουμε διαδοχικά.

Αβεβαιότητα που οφείλεται στην αγορά

Μια βασική διαφορά των μικρών από τις μεγάλες επιχειρήσεις είναι η ισχύς στην αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται. Οι μεγάλες επιχειρήσεις, είτε ανεξάρτητα είτε σε συνδυασμό με άλλες, συχνά έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν τις τιμές μιας αγοράς κάνοντας παρακράτηση των προμηθειών. Χάρη σε αυτή τη δύναμη επιρροής, η μεγάλη επιχείρηση μπορεί να γίνει διαμορφωτής τιμών. Αντίθετα, η μικρή επιχείρηση δεν έχει παρόμοια ισχύ στην αγορά και έτσι πρέπει να δεχτεί αναγκαστικά ότι η τιμή των προϊόντων ή των υπηρεσιών που παρέχει βρίσκεται εκτός του ελέγχου της. Για αυτόν το λόγο λέμε ότι η μικρή επιχείρηση είναι αποδέκτης τιμών.

Ένα παράδειγμα αυτής της απουσίας ανταγωνιστικής ισχύος αποτελούν πολλές μικρές επιχειρήσεις οι οποίες εξαρτώνται υπερβολικά από έναν και μόνο πελάτη ή από έναν ιδιαίτερα στενό κύκλο πελατών. Αυτή η κατάσταση έχει αλλάξει λίγο με τα χρόνια. Ήδη από το 1971, η Έκθεση Bolton έδειξε ότι περισσότεροι από το ένα τρίτο των μικρών βιοτεχνών πραγματοποίησαν το ένα τέταρτο των πωλήσεών τους, ή και παραπάνω, σε έναν μόνο πελάτη. Πιο πρόσφατα, οι Kitson και Wilkinson (2000) βρήκαν ότι το 37% των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) βασιζόνταν σε έναν μόνο πελάτη για πάνω από το ένα τέταρτο των πωλήσεών τους. Μεγαλύτερη έκπληξη, ίσως, προκαλεί το γεγονός ότι το 20% των επιχειρήσεων με 1-9 υπαλλήλους (πολύ μικρές επιχειρήσεις) πραγματοποίησαν *τουλάχιστον* τις μισές πωλήσεις τους σε έναν μόνο πελάτη. Αυτό δείχνει ότι όσο μικρότερη είναι η επιχείρηση τόσο πιθανότερο είναι να εξαρτάται από έναν μόνο πελάτη.

Επιπλέον οι μικρές επιχειρήσεις έχουν την τάση να συγκεντρώνονται σε αγορές όπου δεν υπάρχουν πολλά **εμπόδια εισόδου**, όπως για παράδειγμα υψηλά κεφάλαια εκκίνησης (δηλαδή τα εμπόδια εισόδου είναι μικρά). Με την ίδια λογική, τείνουν να επιλέγουν αγορές όπου η επέκταση των δραστηριοτήτων δεν προσφέρει μεγάλα πλεονεκτήματα κόστους (δηλαδή οι **οικονομίες κλίμακας** είναι περιορισμένες). Τέτοια παραδείγματα είναι οι κομμωτές, οι καθαριστές τζαμιών και οι οδηγοί ταξί, αλλά και ένας διαρκώς αυξανόμενος αριθμός μικρών επιχειρήσεων στους τομείς της Τεχνολογίας Πληροφοριών (IT) και των υπηρεσιών προς επιχειρήσεις. Συνεπώς, εκεί όπου η είσοδος γίνεται εύκολα, υπάρχει συνήθως αμελικτός ανταγωνισμός και μεγάλη αβεβαιότητα για την ανεξάρτητη επιχείρηση.

Οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να αντεπεξέλθουν στην αβεβαιότητα που οφείλεται στην αγορά με ανταγωνιστικές τιμές, μειώνοντας το κόστος τους σε κάθε ευκαιρία. Ωστόσο, δεδομένου ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν συνήθως πολύ μικρότερα κόσθη λόγω οικονομιών κλίμακας, αυτή η τακτική μπορεί να αποβεί προβληματική. Πράγματι, οι Saridakis κ.ά. (2008) έδειξαν ότι όσες νέες επιχειρήσεις αναφέρουν ως βασικό τους ανταγωνιστικό πλεονέκτημα την τιμή έχουν πολύ λιγότερες πιθανότητες βραχυπρόθεσμης επιβίωσης σε σχέση με άλλες νέες επιχειρήσεις που εστιάζουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα σε παράγοντες όπως οι υπηρεσίες προς τους πελάτες ή η καινοτομία.

Μια δεύτερη προσέγγιση αποτελεί η προσπάθεια εντοπισμού κάποιας **εξειδικευμένης αγοράς** («φωλιά» αγοράς). Η εξειδικευμένη αγορά είναι μια μικρή, περιορισμένη αγορά όπου μπορούν να πραγματοποιηθούν κέρδη άνω του μέσου όρου χάρη στην προσφορά κάποιου εξειδικευμένου προϊόντος ή υπηρεσίας. Η εξειδίκευση μπορεί να είναι γεωγραφική (π.χ. το μοναδικό κατάστημα στην περιοχή), να αφορά την παροχή κάποιας εξειδικευμένης υπηρεσίας (π.χ. εικοσιτετράωρη τηλεφωνική υπηρεσία) ή την ικανότητα του ιδιοκτήτη να αντιλαμβάνεται τις ανάγκες των πελατών του καλύτερα από τους ανταγωνιστές του. Δυστυχώς, οι εξειδικευμένες αγορές των μικρών επιχειρήσεων τείνουν να είναι προσωρινές: αν παράγονται κέρδη άνω του μέσου όρου και τα εμπόδια εισόδου είναι χαμηλά, τότε είναι πιθανό να εισέλθουν στην εξειδικευμένη αγορά ανταγωνιστές, αμβλύνοντας τα περιθώριά κέρδους.

Οι συνέπειες ή οι παράπλευρες απώλειες που προκαλούνται από μια λάθος απόφαση μπορεί να είναι πολύ σοβαρές. Όπως θα δούμε στα κεφάλαια 9 και 10, περίπου το 30-40% των επιχειρήσεων που ιδρύονται σήμερα δεν θα υφίστανται σε τρία χρόνια.

Πολλές από αυτές τις επιχειρήσεις θα κλείσουν χωρίς να εκτεθούν σε κίνδυνο οι ιδιοκτήτες ή οι πιστωτές, αλλά και μόνο το γεγονός ότι κλείνουν δείχνει ότι πολλοί ιδιοκτήτες πήραν τη λάθος απόφαση από την αρχή, όταν αποφάσισαν να τις ξεκινήσουν. Ας μην ξεχνάμε και το γεγονός ότι υπάρχουν και κάποιοι ιδιοκτήτες που αποκτούν μεγάλα χρέη και ο φόβος υπερχρέωσης είναι λογικό να επηρεάζει καθοριστικά την ψυχολογία και τη συμπεριφορά των επιχειρηματιών.

Αβεβαιότητα που οφείλεται στους πελάτες

Μια δεύτερη πηγή αβεβαιότητας για τη μικρή επιχείρηση είναι ο πελάτης ή οι πελάτες

της. Ο Knight (1921) υπέθεσε ότι οι υπάλληλοι μπορούν (συνήθως) να είναι βέβαιοι ότι θα πληρωθούν. Αντιθέτως, οι ιδιοκτήτες αγοράζουν τις εισροές της επιχείρησής τους σε μια *καθορισμένη* τιμή, ενώ πωλούν τις εκροές της σε *ακαθόριστη* τιμή. Με άλλα λόγια, γνωρίζουν τα κόστη των εισροών τους, αλλά είναι αβέβαιοι για το πόσα προϊόντα μπορούν να πουλήσουν και σε ποια τιμή. Επομένως, το εισόδημα του επιχειρηματία το αποτελούν τα *ακαθόριστα* έσοδα πλην του *καθορισμένου* κόστους, ενώ το εισόδημα του υπαλλήλου αντιστοιχεί στον *καθορισμένο* μισθό που αυτός γνωρίζει ότι θα λάβει στο τέλος της εβδομάδας ή του μήνα.

Οι επιπτώσεις αυτής της αβεβαιότητας γίνονται αντιληπτές με πολλούς τρόπους. Για παράδειγμα, αν ο πελάτης της μικρής επιχείρησης είναι μια μεγαλύτερη επιχείρηση, τότε ίσως η πρώτη προσπαθήσει να μειώσει την οφειλόμενη στον πελάτη αβεβαιότητα, με το να καταστεί υπερβολικός του πελάτη. Στο πλαίσιο αυτής της σχέσης ο πελάτης δέχεται, για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα συνήθως, να αγοράζει όλη την εκροή της (μικρής) επιχείρησης ή μεγάλο μέρος της. Αυτό αποτελεί εγγύηση για τη μικρή επιχείρηση, μειώνοντας, επομένως, την αβεβαιότητά της.

Ωστόσο, ενώ υπάρχει μείωση της αβεβαιότητας που αφορά τις πωλήσεις, δεν πρέπει να ξεχνούμε ότι σε μια σχέση υπερβολαβίας ο (μεγάλος) πελάτης συνηθίζει να επιβάλλει πρόσθετες απαιτήσεις στην (μικρή) επιχείρηση. Ο πελάτης μπορεί να απαιτεί η παραγωγή του προϊόντος να γίνεται με ειδικό τρόπο, χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα υλικά. Στις διαπραγματεύσεις του συμβολαίου, η (μικρή) επιχείρηση συχνά αναγκάζεται να αποκαλύψει τα κόστη της, μειώνοντας έτσι τις ευκαιρίες για κερδοσκοπία. Εν ολίγοις, παρόλο που η υπερβολαβία μπορεί να αποτελέσει λύση για την αβεβαιότητα, ενδέχεται να οδηγήσει σε μικρότερα περιθώρια κέρδους. Έτσι, η μείωση της αβεβαιότητας επιτυγχάνεται θυσιάζοντας κέρδη.

Ωστόσο, οι Johnson κ.ά. (1999) βρήκαν ότι η βραχυπρόθεσμη ανάπτυξη μιας μικρής επιχείρησης δείχνει να μη σχετίζεται με την εξάρτησή της από πελάτες. Αυτό το αποδίδουν σε δύο αντικρουόμενες επιδράσεις. Αν ο (μεγάλος) πελάτης αναπτύσσεται, τότε και ο (μικρός) προμηθευτής πιθανότατα θα αναπτυχθεί, αν όμως ο (μεγάλος) πελάτης γνωρίζει ύφεση, τότε θα μειωθεί και το μέγεθος του (μικρού) προμηθευτή. Καθώς και οι δύο αυτές περιπτώσεις είναι πιθανές, δεν είναι εύκολο να προβλέψει κανείς αν οι επιχειρήσεις που εξαρτώνται από μικρότερο αριθμό πελατών αναπτύσσονται πιο γρήγορα ή πιο αργά από όσες έχουν μεγαλύτερη πελατειακή βάση. Πάντως, είναι βέβαιο πως, όταν οι υπόλοιπες παράμετροι είναι ίδιες, η εξαρτώμενη επιχείρηση κινδυνεύει περισσότερο.

Αβεβαιότητα που οφείλεται στις φιλοδοξίες

Ήδη τονίσαμε ότι βασικό χαρακτηριστικό των μικρών επιχειρήσεων είναι η ποικιλομορφία. Ενώ είναι λογικό να υποθέσουμε ότι οι περισσότερες μεγάλες επιχειρήσεις επιδιώκουν αύξηση της μετοχής τους ή μεσοπρόθεσμη μεγιστοποίηση του κέρδους τους, αυτό δεν φαίνεται να ισχύει τόσο για τις μικρότερες επιχειρήσεις. Κάποιες επιχειρήσεις μπορεί να έχουν ως μοναδικό τους σκοπό την εξασφάλιση κάποιου εισοδήματος για απλή διαβίωση του ιδιοκτήτη τους. Συνηθέστερα, οι μικρές επιχειρήσεις

προσφέρουν ενδιαφέρουσα απασχόληση στους ιδιοκτήτες τους, παρόλο που αυτοί θα μπορούσαν να κερδίζουν πολύ περισσότερα ως υπάλληλοι (Hamilton 2000).

Ακόμα, μπορεί να υπάρχουν και διάφοροι άλλοι λόγοι για τους οποίους κάποιος θέλει να ξεκινήσει μια επιχείρηση, όπως: οι ιδιοκτήτες μπορεί να θέλουν να δημιουργήσουν μια επιχείρηση ή να παρατείνουν τη λειτουργία της –έστω με ελάχιστα κέρδη– για να την κληροδοτήσουν στα παιδιά τους. Άλλες φορές, μπορεί να είναι χόμπι που παρεμπιπτόντως να εξασφαλίζει και ένα μικρό εισόδημα. Μια τελευταία κατηγορία ατόμων πιστεύουν ότι μπορούν να πλουτίσουν. Γνωρίζουν ότι μια τέτοια πιθανότητα είναι μικρή, όπως επίσης γνωρίζουν ότι για να συμβεί αυτό θα πρέπει να παραμείνουν εν ενεργεία. Με λίγα λόγια, οι ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων παρακινούνται από διάφορους λόγους και φιλοδοξίες, και θα ήταν αφελές να πιστέψουμε ότι τα κίνητρα αυτά είναι μόνο, ή κυρίως, χρηματικής φύσης (Gimeno κ.ά. 1997). Επιπλέον, ο κάθε ιδιοκτήτης μικρής επιχείρησης μπορεί να αντιδράσει με πολύ διαφορετικό τρόπο στις συνθήκες τις αγοράς και στις εξωτερικές περιστάσεις.

Παρά τη μεγάλη ποικιλία φιλοδοξιών, η επιθυμία για ανάπτυξη της επιχείρησης μάλλον αποτελεί την εξαίρεση παρά τον κανόνα, ειδικά στις πιο μικρές επιχειρήσεις. Αν και το θέμα της ανάπτυξης των επιχειρήσεων θα το εξετάσουμε πιο λεπτομερώς στα κεφάλαια 11-15, έχει σημασία να σταθούμε λίγο στα πορίσματα της Hakim (1989). Αυτή βρήκε ότι από ένα σύνολο περίπου 750.000 βρετανικών επιχειρήσεων που πήραν μέρος στην έρευνα το 55% δεν ανέφερε σχέδια για ανάπτυξη, παρόλο που η βρετανική οικονομία ήταν σε ανάπτυξη. Το πόρισμα αυτό συνδέεται άμεσα με το μέγεθος των επιχειρήσεων, καθώς το 60% των επιχειρήσεων με λιγότερους από 3 υπαλλήλους δεν επιθυμούσε ανάπτυξη, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τις επιχειρήσεις με 25-49 υπαλλήλους ήταν 2%. Άρα, όσο μικρότερο είναι το μέγεθος της επιχείρησης, τόσο μικρότερη είναι η πιθανότητα να επιδιώκει ανάπτυξη της κλίμακάς της.

Ένας παράγοντας που επηρεάζει την ύπαρξη φιλοδοξιών είναι και ο αριθμός των ιδιοκτητών της επιχείρησης. Δεδομένου ότι μια επιχείρηση δεν ανήκει αναγκαστικά σε ένα μόνο άτομο, μπορούμε να υποθέσουμε πως όταν ένα άτομο είναι ιδιοκτήτης πολλών επιχειρήσεων (**επιχειρηματικότητα χαρτοφυλακίου**) ή όταν μια επιχείρηση διοικείται από ομάδα ατόμων, τότε θα υπάρχει ακόμα μεγαλύτερη απόκλιση φιλοδοξιών ανάμεσα στους ιδιοκτήτες ή στα διοικητικά στελέχη των μικρών επιχειρήσεων.

Είναι επίσης πολύ πιθανό να υπάρχει σχέση ανάμεσα στις φιλοδοξίες του ιδιοκτήτη μιας (μικρής) επιχείρησης και στα ατομικά του χαρακτηριστικά. Έτσι, ενώ οι μικρές επιχειρήσεις εμφανίζουν μεγάλη ποικιλομορφία στο σύνολό τους, οι σχετικές έρευνες έχουν καταδείξει την ύπαρξη μιας σχέσης μεταξύ των επιχειρηματικών φιλοδοξιών του ιδιοκτήτη και των στοιχείων της προσωπικότητάς του. Πιο συγκεκριμένα, όπως θα δούμε στην κλασική έρευνα (πιο κάτω), οι Arabsheibani κ.ά. (2000) έδειξαν ότι οι επιχειρηματίες είναι σαφώς πιο αισιόδοξοι όσον αφορά τις προσωπικές τους ικανότητες και προοπτικές από τον γενικότερο πληθυσμό.

Οι ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων συνήθως συνδυάζουν διαφορετικούς στόχους για τη λειτουργία της επιχείρησής τους: εξασφάλιση της βιωσιμότητας της επι-

χείρησης, κάλυψη των οικογενειακών αναγκών, παραγωγή επαρκούς διαθέσιμου εισοδήματος και, μόνο στην περίπτωση ορισμένων ιδιοκτητών, ικανοποίηση των προσωπικών τους φιλοδοξιών για ανάπτυξη. Επομένως, αν υποθέσουμε ότι μια μεγάλη επιχείρηση επιθυμεί τη μεγιστοποίηση του κέρδους της και την αύξηση της αξίας των μετοχών της, η υπόθεση αυτή είναι εντελώς άχρηστη για την περίπτωση των μικρότερων επιχειρήσεων.

Σε αυτή την ενότητα αναγνωρίσαμε τρία είδη εξωτερικής αβεβαιότητας: αυτή που οφείλεται στην αγορά, αυτή που οφείλεται στους πελάτες και εκείνη που οφείλεται στις φιλοδοξίες. Οι μικρές επιχειρήσεις τείνουν να είναι αποδέκτες τιμών, να εξαρτώνται από λίγους πελάτες και να ανήκουν σε άτομα με ευρύ φάσμα φιλοδοξιών.

1.3 Τρόποι περιορισμού της αβεβαιότητας

Μέχρι τώρα θεωρήσαμε δεδομένη την παραδοχή ότι οι περισσότεροι προτιμούν τη βεβαιότητα από την αβεβαιότητα. Μια περίπτωση, ωστόσο, όπου αυτό δεν ισχύει είναι όταν τα πιθανά κέρδη μπορούν να είναι πολύ μεγαλύτερα υπό καθεστώς αβεβαιότητας. Σκεφτείτε το παράδειγμα με τα δύο κουτιά που αναφέραμε στην αρχή του κεφαλαίου. Αν το αβέβαιο κουτί προσφέρει μεγαλύτερα κέρδη (ή μικρότερες ζημιές), τότε έχει πιο πολλές πιθανότητες να επιλεγεί.

Οι μικρές επιχειρήσεις είναι πιθανό να επιδιώξουν αύξηση των κερδών και μείωση των ζημιών ή βελτίωση των πιθανοτήτων τους. Τώρα θα δούμε τέσσερις τρόπους με τους οποίους προσπαθούν να το πετύχουν αυτό οι μικρές επιχειρήσεις.

Αρχικά, ο ιδιοκτήτης μιας μικρής επιχείρησης μπορεί να τη δηλώσει ως ανώνυμη εταιρεία. Αυτό σημαίνει ότι οι ιδιοκτήτες/διευθύνοντες δεν θα ευθύνονται προσωπικά για τα χρέη της επιχείρησης σε περίπτωση που αυτή χρεοκοπήσει, εκτός αν είχαν εμπλακεί σε παράνομες δραστηριότητες. Έτσι μπορεί να περιοριστούν οι παράπλευρες απώλειες για τις οποίες ίσως να θεωρηθούν προσωπικά υπεύθυνοι οι ιδιοκτήτες/διευθύνοντες. Η επιλογή νομικής μορφής εξαρτάται, ακόμα, από θέματα αξιοπιστίας και φορολογίας. Μια νεοσύστατη επιχείρηση ίσως φανεί πιο αξιόπιστη σε πελάτες και οικονομικούς οργανισμούς αν πάρει τη μορφή της ανώνυμης εταιρείας, γιατί τότε θα έχει καταχωρηθεί επισήμως και θα εκδίδει ετήσιες αναφορές προσβάσιμες στο κοινό. Υπό αυτή την έννοια, η επιλογή νομικής μορφής όχι μόνο περιορίζει τις παράπλευρες απώλειες αλλά επίσης ενισχύει τα προσδοκώμενα οφέλη. Ίσως για αυτούς τους λόγους, οι Harhoff κ.ά. (1998) αλλά και οι Schutjens και Wever (2002), από τη Γερμανία και την Ολλανδία αντίστοιχα, διαπίστωσαν ότι η ίδρυση ανώνυμης εταιρείας συνήθως συνοδεύεται από ταχύτερη ανάπτυξη. Η επιλογή μπορεί να επηρεαστεί και από φορολογικούς παράγοντες (βλ. Crawford και Freedman 2008). Τα στοιχεία αυτά θα τα εξετάσουμε πιο λεπτομερώς στα Κεφάλαια 14 και 19.

Ένας δεύτερος τρόπος με τον οποίο οι μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν την αβεβαιότητα είναι να εστιάζουν στη βραχυπρόθεσμη βιωσιμότητα έναντι των μακροπρόθεσμων κερδών. Δεδομένου ότι οι ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων απειλούνται από τον υπαρκτό κίνδυνο να κλείσει η επιχείρησή τους, με πιθανή συνέπεια την προ-

σωπική και οικογενειακή τους χρεοκοπία, είναι επόμενο να λειτουργούν με μικρότερους κατά μέσο όρο χρονικούς ορίζοντες απ' ό,τι θα έκαναν αν είχαν μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Αυτό αντανακλάται και στο είδος των επενδύσεων που πραγματοποιούν. Για παράδειγμα, θα ήταν πιο ορθολογικό για τον ιδιοκτήτη μιας μικρής επιχείρησης να επενδύσει λιγότερα στην κατάρτιση του προσωπικού του απ' ό,τι αν είχε μεγάλη επιχείρηση. Αυτό συμβαίνει επειδή οι θετικές συνέπειες της κατάρτισης γίνονται αισθητές μόνο μεσοπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα, όταν δηλαδή η μικρή επιχείρηση μπορεί να μην υπάρχει πια.

Οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να αντιδράσουν στην αβεβαιότητα και με έναν τρίτο τρόπο, επενδύοντας λιγότερα σε κτιριακές εγκαταστάσεις και εξοπλισμό (π.χ. μηχανήματα) που έχουν πιο περιορισμένο εύρος χρήσεων σε σχέση με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Ο λόγος είναι ότι σε περίπτωση απρόβλεπτων αλλαγών της ζήτησης ο εν λόγω εξοπλισμός θα έμενε άχρηστος. Και επειδή οι μικρές επιχειρήσεις είναι πιο πιθανό να έρθουν αντιμέτωπες με τέτοιες αλλαγές, είναι λογικό εκ μέρους τους να επενδύσουν λιγότερα σε τέτοιου είδους εξοπλισμό, ακόμα και αν αυτό συνεπάγεται υψηλότερο κόστος βάσης.

Ένας τέταρτος τρόπος με τον οποίο οι ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων αντιμετωπίζουν το πρόβλημα της αβεβαιότητας είναι με τη δημιουργία ενός χαρτοφυλακίου επιχειρήσεων, αντί για μία μοναδική επιχείρηση. Έτσι, στην περίπτωση που προ-

Κλασική έρευνα

Arabsheibani, G., de Meza, D., Maloney, J. και Pearson, B. (2000), «And a Vision Appeared unto Them of Great Profit: Evidence of Self-deception Among the Self-employed», *Economics Letters*, 67, 45-41

Χρησιμοποιώντας 20.000 παρατηρήσεις από την Έκθεση της Βρετανικής Επιτροπής Νοικοκυριών 1990-1996, οι Arabsheibani κ.ά. έδειξαν ότι:

- Μεταξύ των αυτοαπασχολούμενων, 4,6 φορές περισσότεροι προέβλεψαν βελτίωση των οικονομικών τους και μετά επιδείνωση σε σχέση με εκείνους που προέβλεψαν επιδείνωση και μετά βελτίωση.
- Η αντίστοιχη αναλογία για τους υπαλλήλους ήταν 2,9.

Αυτό σχετίζεται με τα πορίσματα των Cooper κ.ά. (1988), σύμφωνα με τους οποίους το 68% των επιχειρηματιών πίστευαν ότι η δική τους επιχείρηση είχε μεγαλύτερες πιθανότητες επιτυχίας από τις υπόλοιπες του ίδιου τομέα, ενώ μόνο το 5% πίστευαν το αντίθετο.

Η έρευνα αυτή καταλήγει στο συμπέρασμα ότι, ενώ οι περισσότεροι άνθρωποι είναι γενικά αισιόδοξοι για τα γεγονότα που δεν μπορούν να ελέγξουν, οι επιχειρηματίες της «σπεραιοδόξης» μερίδας είναι δυσανάλογα πολλοί. Με άλλα λόγια, οι επιχειρηματίες είναι σαφώς πιο αισιόδοξοι από τον μέσο όρο.

κύψει κάποια επισφαλής αλλά δυνητικά επικερδής ευκαιρία, ο ιδιοκτήτης της μικρής επιχείρησης μπορεί να επιλέξει να ιδρύσει μια νέα, ανεξάρτητη εταιρεία. Η βασική λογική είναι ότι, με τον τρόπο αυτό, ο επιχειρηματίας «μοιράζει» τα ρίσκα· η επιχείρηση με τα μη ικανοποιητικά αποτελέσματα μπορεί να κλείσει χωρίς να θέσει σε κίνδυνο τα συνολικά συμφέροντα του επιχειρηματία. Έρευνες για την επιχειρηματικότητα χαρτοφυλακίου δείχνουν ότι αυτή η πρακτική είναι πολύ διαδεδομένη. Σύμφωνα με τους Westhead και Wright (1998), το 12% των νέων επιχειρήσεων ιδρύθηκαν από άτομα που ήταν ήδη ιδιοκτήτες άλλων επιχειρήσεων (επιχειρηματίες χαρτοφυλακίου), ενώ το 25% των επιχειρήσεων ανήκαν σε άτομα ήδη δραστηριοποιημένα επαγγελματικά τα οποία όμως δεν ήταν ιδιοκτήτες όταν ξεκίνησαν τις υπάρχουσες επιχειρήσεις τους (**κατά συρροήν επιχειρηματικότητα**). Οι Greene κ.ά. (2008) κατέληξαν και αυτοί σε ανάλογα πορίσματα: βρήκαν ότι το 17% ήταν επιχειρηματίες χαρτοφυλακίου και το 31% κατά συρροήν επιχειρηματίες.

Σε αυτή την ενότητα είδαμε τέσσερις τρόπους με τους οποίους οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να περιορίσουν την αβεβαιότητα: ιδρύοντας ανώνυμες εταιρείες, λειτουργώντας με σύντομους χρονικούς ορίζοντες που έχουν ως βάση τη βιωσιμότητα, περιορίζοντας τις επενδύσεις και με την επιχειρηματικότητα χαρτοφυλακίου. Τις πρακτικές αυτές θα τις δούμε πιο προσεκτικά στη Μελέτη περίπτωσης 1 (Κατανοώντας την επιχειρηματικότητα – Ο ανταγωνισμός στο αποθερωτήριο: Burgess και Υιοί εναντίον Austin's).

1.4 Μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις: Οι βασικές διαφορές

Αντλώντας στοιχεία από την περίπτωση που αναφέραμε προηγουμένως και από τη γενικότερη συζήτηση περί αβεβαιότητας, στον Πίνακα 1.1 συνοψίζονται 17 βασικά σημεία –πέρα από το καθαυτό μέγεθος– στα οποία διαφέρουν οι μικρές από τις μεγάλες επιχειρήσεις. Για καθένα από τα σημεία αυτά, στον Πίνακα 1.1 παρέχονται εμπειρικά στοιχεία.

2

Κατανοώντας την επιχειρηματικότητα

Συνοπτικός πίνακας περιεχομένων

2.1	Εισαγωγή	58
2.2	Επιχειρηματίες: Καλοί ή κακοί; Λίγοι ή του λάθους είδους;	59
2.3	Ορίζοντας τους επιχειρηματίες και την επιχειρηματικότητα	63
2.4	Η οικονομική προσέγγιση	65
2.5	Η οργανωσιακή προσέγγιση	69
	Περίληψη	77
	Ερωτήσεις για συζήτηση	78

Κύριοι διδακτικοί στόχοι

Ολοκληρώνοντας αυτό το κεφάλαιο, θα πρέπει:

- Να μπορείτε να διακρίνετε τις βασικές διαφορές ανάμεσα στην παραγωγική, τη μη παραγωγική και την καταστροφική επιχειρηματικότητα.
- Να έχετε κατανοήσει τα βασικά γνωρίσματα των οικονομικών και οργανωσιακών ορισμών της επιχειρηματικότητας.
- Να γνωρίζετε τα βασικά σημεία της διαμάχης μεταξύ της οικονομικής και οργανωσιακής προσέγγισης.

Κάθε φορά που κάποιος διατυπώνει εικασίες για να εξηγήσει μια ιστορική ύφεση ή ένα τεράστιο άλμα στην οικονομική ανάπτυξη, επικαλείται τη γνωστή ομάδα συνήθων υπόπτων – με πρώτο τον επιχειρηματία. Κάθε φορά που υπάρχει ύφεση της ανάπτυξης, αφήνουν να εννοηθεί ότι αυτή οφείλεται εν μέρει στη μείωση της επιχειρηματικότητας (ίσως επειδή στις μέρες μας έχει σχετικά ατονήσει η «ανάγκη για επιτυχία»). Σε άλλα μέρη και εποχές, όπως μας λένε, η άνθιση της επιχειρηματικότητας οδηγεί σε πρωτοφανή ανάπτυξη.

William Baumol (1990)

2.1 Εισαγωγή

Ας θέσουμε ένα αιρετικό ερώτημα: μπορούμε να είμαστε βέβαιοι ότι οι επιχειρηματίες είναι χρήσιμοι στην κοινωνία; Πρώτος στόχος αυτού του κεφαλαίου είναι να αποτιμήσει την αξία τους. Όπως θα δούμε, η απάντηση εξαρτάται από τους κανόνες και τα κίνητρα. Στη συνέχεια θα εξετάσουμε δύο βασικές προσεγγίσεις που θα μας βοηθήσουν να καταλάβουμε την έννοια του όρου «επιχειρηματία», που ο Casson (1982) ορίζει ως το άτομο το οποίο «ειδικεύεται στη λήψη αποφάσεων κατόπιν περισκεψής για το συντονισμό σπάνιων πόρων» (σελ. 23). Η πρώτη προσέγγιση είναι αυτή των οικονομολόγων. Έπειτα θα δούμε την προσέγγιση της οργανωσιακής θεωρίας.

Τόσο η οικονομική όσο και η οργανωσιακή προσέγγιση τονίζουν ότι η επιχειρηματικότητα εμφανίζεται όταν υπάρχει ελλιπής πληροφόρηση σχετικά με τις υπάρχουσες ευκαιρίες. Το βέβαιο είναι ότι η κατάσταση δημιουργεί νέες ευκαιρίες, καθώς οι επιχειρηματίες μπορούν να εκμεταλλεύονται τη διαφορά ανάμεσα στις τιμές δύο περιοχών (ή ανάμεσα στη σημερινή και τη μελλοντική τιμή). Στο κεφάλαιο αυτό ερευνούμε τα κύρια γνωρίσματα της οικονομικής και της οργανωσιακής προσέγγισης και τονίζουμε τις διαφορές τους. Όπως θα δούμε, η οικονομική προσέγγιση εστιάζει περισσότερο στις επιλογές και στα αποτελέσματα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η οργανωσιακή προσέγγιση δίνει και αυτή βάρος στα συγκεκριμένα γνωρίσματα, όμως προκρίνει τις επιχειρηματικές διαδικασίες και τη γνωστική διαδικασία.

2.2 Επιχειρηματίες: Καλοί ή κακοί; Λίγοι ή του λάθους είδους;

Όταν λέγεται για κάποιον ότι έχει «επιχειρηματικό μυαλό», συνήθως – αν και όχι πάντα – αυτό γίνεται αντιληπτό ως φιλοφρόνηση. Σε έναν δυναμικό κόσμο που συνεχώς αλλάζει, θεωρείται προσόν να έχει κανείς επιχειρηματικά χαρακτηριστικά και ιδιότητες, καθώς είναι κάτι που ταιριάζει με την εικόνα ενός ανθρώπου ο οποίος εντοπίζει τις ευκαιρίες και προτίθεται να τις εκμεταλλευτεί. Ως κλασικά παραδείγματα θα μπορούσαμε να αναφέρουμε τον ιδρυτή της Microsoft, Bill Gates. Άλλα τέτοια παραδείγματα αποτελούν ο μεγαλοτραπεζίτης Mayer Rothschild του 18ου αιώνα, ο πετρελαιοπαραγωγός John Rockefeller του 19ου αιώνα και η Estée Lauder του 20ού αιώνα.

Όμως, όπως συμβαίνει με πολλές λέξεις που χρησιμοποιούμε στο λεξιλόγιό μας, η «επιχειρηματικότητα» ή ο «επιχειρηματίας» συχνά χρησιμοποιούνται με διαφορετικό νόημα από διαφορετικά άτομα. Ο Beaumol (1990), σε ένα άρθρο του που θεωρείται πλέον κλασικό (βλ. Κλασική έρευνα, πιο κάτω), ανέλυσε την αμφιλεγόμενη άποψη που επικρατεί για τους επιχειρηματίες ιστορικά. Το άρθρο θεωρείται κλασικό επειδή κατηγοριοποιεί τους επιχειρηματίες σε τρεις τύπους: τον παραγωγικό, τον μη παραγωγικό και τον καταστροφικό. Ως παράδειγμα παραγωγικού επιχειρηματία θα μπορούσαμε να αναφέρουμε τον Ingvar Kamprad. Αυτός ξεκίνησε την επιχειρηματική του δραστηριότητα σε νεαρή ηλικία, ώσπου ίδρυσε τη σουηδική αλυσίδα πώλησης επίπλων IKEA, που τώρα έχει καταστήματα σε όλο τον κόσμο.

Τους μη παραγωγικούς επιχειρηματίες θα πρέπει να τους αναζητήσουμε σε κάποιου τύπου γραφειοκρατία. Ένα κλασικό παράδειγμα από τη σφαίρα της μυθοπλασίας είναι ο Lionel Hutz, ο δικηγόρος της σειράς κινουμένων σχεδίων Simpsons. Ο Hutz είναι αυτό που ονομάζουμε «κοράκι», επειδή ζει με τις δυστυχίες των άλλων εκπροσωπώντας τους στα δικαστήρια, συνήθως για κάποια περίεργη υπόθεση υγιεινής και ασφάλειας.

Παράδειγμα καταστροφικού επιχειρηματία είναι ο «Νονός», όπως τον παίζει ο Marlon Brando στην ομότιτλη ταινία. Ξεκινώντας φτωχός από τη Σικελία, ο «Νονός» αποκτά εξουσία μέσω της διαφθοράς, των παράνομων παιχνιδιών και της πορνείας. Αυτά όμως δεν συμβαίνουν μόνο στη σφαίρα της φαντασίας. Οι Antonopoulos και Mitra (2009) αναφέρουν ότι η λαθραία εξαγωγή τσιγάρων από την Ελλάδα κοστίζει στον

έλληνα φορολογούμενο πολλά εκατομμύρια ευρώ ετησίως. Ένα δεύτερο, σύγχρονο παράδειγμα μας το παρέχουν οι «σομαλοί πειρατές», που αποκομίζουν τεράστια κέρδη από την πειρατεία πλοίων που διαπλέουν κοντά στις νότιες και δυτικές ακτές της αφρικανικής ηπείρου. Αυτοί οι τύποι συμπεριφοράς είναι καταστροφικοί εξαιτίας των αρνητικών επιπτώσεων στην ευρύτερη κοινωνία.

Στην ουσία, ο Baumol ισχυρίζεται ότι κάποιο άτομο με δεδομένες επιχειρηματικές ικανότητες θα μπορούσε να γίνει εξίσου εύκολα παραγωγικός, μη παραγωγικός ή καταστροφικός επιχειρηματίας. Σύμφωνα με τον Baumol, αυτό που καθορίζει την κατηγορία στην οποία θα ενταχθεί ο επιχειρηματίας είναι οι «κανόνες του παιχνιδιού». Έτσι, το άτομο επιλέγει να γίνει παραγωγικός, μη παραγωγικός ή καταστροφικός επιχειρηματίας ανάλογα με το ποιοι είναι οι κανόνες και πώς επιβάλλονται. Μια ενδεικτική περίπτωση είναι αυτή της Σοβιετικής Ένωσης, όπου οι «κανόνες του παιχνιδιού» ωθούσαν τα άτομα με επιχειρηματικότητα να γίνουν κρατικοί αξιωματούχοι και όχι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων. Όταν οι κανόνες άλλαξαν, τα ίδια άτομα έγιναν πετρελαιοπαραγωγοί.

Για κάποιους, η έρευνα του Baumol είναι πολύ αμφιλεγόμενη (βλ. Κλασική έρευνα, πιο κάτω). Ο Baumol ισχυρίζεται πως αν κάποια κοινωνία δεν διαθέτει αρκετά άτομα που δρουν ως επιχειρηματίες, τότε ίσως νιώσει την πρόκληση να καλλιεργήσει μια περισσότερο επιχειρηματική διάθεση μεταξύ των πολιτών της. Ωστόσο, ο Baumol θεωρεί ότι κάτι τέτοιο δεν θα ήταν αποτελεσματικό για δύο λόγους. Κατ' αρχάς, είναι κάθε άλλο παρά βέβαιο ότι μπορεί να καλλιεργηθεί «επιχειρηματική νοοτροπία» σε όλες τις κοινωνίες. Κατά δεύτερον, ακόμα και αν κάτι τέτοιο ήταν εφικτό, οι προσπάθειες αυτές θα ήταν ανώφελες, καθώς οι περισσότερες κοινωνίες βρίθουν από άτομα επιχειρηματικής νοοτροπίας. Αν κάποια κοινωνία φαίνεται να μην έχει αρκετούς επιχειρηματίες, είναι επειδή τα άτομα αυτά χρησιμοποιούν τις ικανότητές τους με μη παραγωγικό ή καταστροφικό τρόπο και όχι παραγωγικά.

Κλασική έρευνα

Baumol, W. J. (1990), «Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive», *Journal of Political Economy*, 98(5), 893-921.

Ο Baumol είναι της άποψης ότι σε όλες τις κοινωνίες – τόσο τις παλαιότερες όσο και τις σημερινές– υπάρχουν τρία είδη επιχειρηματικότητας:

- Η παραγωγική επιχειρηματικότητα συνίσταται σε καινοτομία η οποία οδηγεί στην παραγωγή πλούτου και στην οικονομική ανάπτυξη, εξελίσσοντας όχι μόνο το άτομο αλλά και την ευρύτερη κοινωνία. Ο Baumol αναφέρει το ιστορικό παράδειγμα των Κιστερκιανών μοναχών του Μεσαίωνα. Αυτοί οι μοναχοί αγόραζαν γη, έκαναν επενδύσεις σε κοπάδια, έχτιζαν και συντηρούσαν μύλους.
- Η μη παραγωγική επιχειρηματικότητα είναι ένα είδος γραφειοκρατίας που συνήθως ωφελεί ένα άτομο αλλά όχι απαραίτητα και την κοινωνία. Ο Baumol χρησιμοποιεί το παράδειγμα των ιαπώνων και αμερικανών δικηγόρων. Όπως μας λέει, αναλογικά με

τις ΗΠΑ, στην Ιαπωνία υπάρχουν λιγότεροι δικηγόροι και οι υποθέσεις οικονομικής φύσης που καταλήγουν στα δικαστήρια είναι και αυτές λιγότερες. Συμπεραίνει λοιπόν ότι στην Ιαπωνία είναι πιο λίγες οι ευκαιρίες για τέτοιου είδους «οικονομικό παρασιτισμό». Ένα άλλο παράδειγμα (στο οποίο δεν αναφέρεται ο Baumol) είναι αυτό της Stella Liebeck, η οποία μίνυσε επιτυχώς τα McDonald's στις ΗΠΑ. Ενώ επέβαινε σε ένα αυτοκίνητο, η Liebeck έχυσε καφέ στα πόδια της. Λόγω των εγκαυμάτων, της κατέβαλαν αποζημίωση 2,7 εκατομμυρίων δολαρίων. Μπορούμε να υποθέσουμε ότι η «μη παραγωγική» υπεράσπισή της θα πληρώθηκε αμέτρητες φορές καλύτερα από τον «παραγωγικό» υπάλληλο που έφτιαξε τον καφέ.

- Η καταστροφική επιχειρηματικότητα επίσης ωφελεί περισσότερο το άτομο παρά την κοινωνία. Ο Baumol ισχυρίζεται ότι τόσο στην αρχαία Ρώμη όσο και στη μεσαιωνική Κίνα ένας από τους «αποδεκτούς» τρόπους πλουτισμού ήταν μέσω «πολιτικών εξαγορών». Η δωροδοκία και η διαφθορά αποτελούν και σήμερα κεντρικό πρόβλημα σε πολλές κοινωνίες. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Παγκόσμιας Τράπεζας (2004), τα ποσά που πληρώνονται σε δωροδοκίες ανέρχονται σε 1 τρισεκατομμύριο δολάρια ετησίως, ποσό που αντιστοιχεί στο 3% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος όλων των κρατών του πλανήτη.

Ο Baumol πιστεύει ότι επιχειρηματίες υπάρχουν σε όλες τις κοινωνίες. Οι «κανόνες του παιχνιδιού» της κάθε κοινωνίας πρέπει να είναι τέτοιοι ώστε τα ατομικά οφέλη να είναι μεγαλύτερα για τους παραγωγικούς απ' ό,τι για τους μη παραγωγικούς ή καταστροφικούς επιχειρηματίες. Ίσως λοιπόν σε κάποιες χώρες οι εκ φύσεως επιχειρηματίες να εισχωρούν στη μυστική αστυνομία και στη γραφειοκρατία ή να ιδρύουν συνδικάτα του εγκλήματος, ενώ σε άλλες χώρες δημιουργούν νόμιμες επιχειρήσεις και επωνυμίες με παγκόσμια απήχηση.

Συμπέρασμα

Δεν χρειάζεται να προσπαθούμε να μεταβάλλουμε τον αριθμό των επιχειρηματιών που διαθέτει μια κοινωνία, καθώς τέτοιου είδους άνθρωποι θα υπάρχουν πάντα και παντού. Το μόνο που χρειάζεται να αλλάξει είναι οι δομές και τα κίνητρα, δηλαδή οι «κανόνες του παιχνιδιού». Τέτοια κίνητρα μπορεί να είναι η αλλαγή των ποσοστών φορολόγησης και οι διευκολύνσεις σε ό,τι αφορά την ίδρυση και τη λειτουργία νέων επιχειρήσεων ή να γίνει πιο ασύμφορη η μη παραγωγική και καταστροφική επιχειρηματικότητα.

Ένα από τα συμπεράσματα της προσέγγισης του Baumol είναι ότι μια κοινωνία δεν πρέπει να προσπαθεί να αλλάξει τη νοοτροπία των πολιτών της. Αντιθέτως, οφείλει να κατευθύνει τα άτομα αυτά προς παραγωγικές, και όχι καταστροφικές/μη παραγωγικές, δραστηριότητες. Η ανάλυση του De Soto (1989) μας παρέχει ένα κλασικό παράδειγμα. Η έρευνά του έδειξε ότι πάρα πολλοί αγρότες στο Περού δεν ήταν ιδιοκτήτες της γης τους. Μην έχοντας νόμιμους τίτλους ιδιοκτησίας, δυσκολεύονταν να εξασφαλίσουν εξωτερική χρηματοδότηση. Επίσης τους ήταν αδύνατο να βρουν πρό-

θυμούς ασφαλιστές, με την εξαίρεση εκείνων που τους παρείχαν «προστασία». Με τη μεταρρύθμιση της νομοθεσίας χάρη στην οποία οι αγρότες απέκτησαν τίτλους ιδιοκτησίας, το Περού μπόρεσε να ξεκινήσει τη διαδικασία μεταστροφής των πολιτών από τις μη παραγωγικές ή καταστροφικές προς τις παραγωγικές επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Η έρευνα αυτή εστιάζει στο γεγονός ότι η επιχειρηματικότητα αναφέρεται σε επιλογές δραστηριοποίησης των ατόμων που βασίζονται σε ελλιπή πληροφόρηση. Αν ως επιχειρηματία θεωρήσουμε εκείνον που δημιουργεί τη δική του επιχείρηση, τότε τα άτομα μπορούν να επιλέξουν μεταξύ της δημιουργίας μιας επιχείρησης και άλλων μορφών δραστηριοτήτων, όπως συνήθως τη μισθωτή εργασία, αλλά κάποιες φορές και το έγκλημα, την ανεργία ή τη σύνταξη. Φυσικά, παρόλο που χρησιμοποιούμε τη λέξη «επιλογή» σε αυτό το πλαίσιο, δεν εξυπακούεται ότι είναι μια πλήρως συνειδητή επιλογή – οι γνώσεις του ατόμου όσον αφορά τις προσωπικές του επιχειρηματικές ικανότητες μπορεί να είναι πολύ ανακριβείς. Κατά δεύτερον, η επιχειρηματικότητα μπορεί να είναι «καλή» ή «κακή». Αυτό σημαίνει ότι οφείλουμε να είμαστε πολύ σαφείς για το τι ακριβώς εννοούμε με τη λέξη επιχειρηματικότητα, αν θέλουμε να τη μετρήσουμε ή να την εκφράσουμε ποσοτικά. Μόνο έτσι θα μπορέσουμε, για παράδειγμα, να καταλάβουμε αν η επιχειρηματικότητα συνδέεται κάπως με την οικονομική και κοινωνική ευημερία και, αν ναι, πώς γίνεται να το μετρήσουμε αυτό.

Πριν προχωρήσουμε στο θέμα του ορισμού της επιχειρηματικότητας, σας ζητούμε να δοκιμάσετε την παρακάτω άσκηση. Θα πρέπει να κάνετε τα εξής πράγματα. Πρώτον, να αποφασίσετε σε τι είδους δραστηριότητες επιδίδονται οι «επιχειρηματίες». Μετά σας ζητούμε να σκεφτείτε μερικές αρνητικές/θετικές λέξεις που συνδέετε με την έννοια «επιχειρηματίας». Τέλος, να αποφασίσετε αν ο κοινωνικός ρόλος των επιχειρηματιών είναι περισσότερο θετικός ή αρνητικός. Σκεφτείτε ποιες από αυτές τις έννοιες σας φαίνονται σωστότερες και, κυρίως, γιατί το πιστεύετε αυτό.

Ερωτήσεις

1 Επιχειρηματίας είναι:

- Κάποιος που ξεκινά μια καινούρια επιχείρηση;
- Κάποιος που διευθύνει τη δική του επιχείρηση;
- Κάποιος που διευθύνει μια επιτυχημένη επιχείρηση;
- Κάποιος που αναλαμβάνει μια (αποτυχημένη) επιχείρηση και την εξυγιαίνει;
- Κάποιος που διευθύνει μια «άτυπη»/εγκληματική επιχείρηση;

Γιατί πιστεύετε ότι κάποια (ή περισσότερες) από αυτές τις δραστηριότητες περιγράφει καλύτερα τον επιχειρηματία; Έχει να κάνει αυτό με τη γενικότερη γνώμη σας για τους επιχειρηματίες;

2 Ποιες αρνητικές λέξεις συνδέετε με τους επιχειρηματίες;

3 Ποιες θετικές λέξεις συνδέετε με τους επιχειρηματίες;

4 Γενικά, πιστεύετε ότι ο κοινωνικός ρόλος των επιχειρηματιών είναι περισσότερο θετικός ή αρνητικός;

2.3 Ορίζοντας τους επιχειρηματίες και την επιχειρηματικότητα

Όπως είπε κάποτε η οικονομολόγος Edith Penrose (1959), «Η επιχειρηματικότητα είναι μια ιδιαίτερα δυσδιάκριτη έννοια... δύσκολα χωράει στο πλαίσιο μιας τυποποιημένης έρευνας, επειδή συνδέεται στενά με την ιδιοσυγκρασία και τα προσωπικά χαρακτηριστικά του κάθε ατόμου».

Παρά τις δυσκολίες, διάφοροι ερευνητές προσπάθησαν να συλλάβουν αυτή την αδιευκρίνιστη έννοια διατυπώνοντας δικούς τους ορισμούς και προσεγγίσεις. Ο Davidsson (2004), για παράδειγμα, παρέχει μια αρκετά πλήρη και ενδιαφέρουσα επισκόπηση του θέματος, συνδέοντάς το εύστοχα με τις πιο πρόσφατες έρευνες. Η δική μας προσέγγιση υιοθετεί τη διάκριση ανάμεσα:

- 1 στην οικονομική προσέγγιση και
- 2 στην προσέγγιση της οργανωσιακής θεωρίας.

Κοινή και στις δύο προσεγγίσεις είναι η θέση ότι οι επιχειρηματίες δεν μπορούν να υπάρξουν εκεί όπου ισχύει η απόλυτη βεβαιότητα για το μέλλον – εκεί, δηλαδή, όπου όλοι έχουν την ίδια άποψη (βλ. Κεφάλαιο 1).

Εκεί όμως όπου η βεβαιότητα δεν είναι απόλυτη, οι συνθήκες είναι πρόσφορες για την εμφάνιση επιχειρηματιών. Στην πιο απλή μορφή της, η επιχειρηματικότητα μπορεί δυνητικά να υπάρξει όταν ένα άτομο παρατηρεί διαφορές ανάμεσα στις τιμές των προϊόντων/υπηρεσιών μεταξύ δύο αγορών και κρίνει ότι μπορεί να εκμεταλλευτεί τη διαφορά τιμών για να πραγματοποιήσει κέρδη.

Ακολουθούν δύο παραδείγματα. Πρώτον, σκεφτείτε ότι η τιμή ενός προϊόντος είναι χαμηλότερη σε μια πόλη απ' ό,τι σε μια άλλη. Αν τα προϊόντα μπορούν να αγοραστούν φθηνά στην πρώτη και να πουληθούν ακριβά στη δεύτερη, τότε αυτό θεωρείται, πλην εξαιρέσεων, επιχειρηματική ευκαιρία. Ο Ingvar Kamprad, ιδρυτής της αλυσίδας ΙΚΕΑ, ξεκίνησε την επιχειρηματική του καριέρα εκμεταλλευόμενος μια τέτοια απόκλιση τιμών. Ο νεαρός Kamprad ανακάλυψε ότι μπορούσε να αγοράζει σπύρτα σε μεγάλες ποσότητες από τη σουηδική πρωτεύουσα Στοκχόλμη και να τα μεταπωλεί, σε μικρές ποσότητες αλλά με σημαντικό κέρδος, στους ανθρώπους του χωριού του.

Δεύτερον, φανταστείτε ότι κάποιος θεωρεί πως η τιμή ενός προϊόντος πρόκειται να αυξηθεί μελλοντικά. Θα μπορούσε να κερδοσκοπήσει, αγοράζοντας σήμερα και πουλώντας αργότερα όταν η τιμή θα έχει ανεβεί. Λέγεται, για παράδειγμα, ότι ο δισεκατομμυριούχος επενδυτής George Soros πραγματοποίησε σημαντικά κέρδη αγοράζοντας μετοχές της γαλλικής τράπεζας Société Générale λίγο πριν από την εξαγορά της, και ύστερα κέρδισε από τον αναδιπλασιασμό της τιμής της μετοχής. Παρόλο που ο Soros αρνήθηκε τις κατηγορίες, τα γαλλικά δικαστήρια του υπέβαλαν πρόστιμο επειδή υποτίθεται ότι είχε πρόσβαση σε εμπιστευτικές πληροφορίες, από τις οποίες ενημερώθηκε για τα σχέδια εξαγοράς της τράπεζας.

Οι τακτικές αυτές είναι γνωστές ως κερδοσκοπία που βασίζεται στην εξίσωση των τιμών (**arbitrage**). Στην πρώτη περίπτωση έχουμε εκδήλωση προσπάθειας κερδοσκοπίας που εκμεταλλεύεται τη διαφοροποίηση των τιμών σε δύο διαφορετικές γεωγρα-

φικά περιοχές (**arbitrage λόγω διαφοροποίησης των τιμών χωροταξικά**), ενώ στη δεύτερη έχουμε εκδήλωση προσπάθειας κέρδους που εκμεταλλεύεται τη διαφορά των τιμών που προκύπτουν λόγω διαφορετικού χρόνου εμπορίας των μετοχών (**arbitrage λόγω ετεροχρονισμού των εμπορευόμενων προϊόντων**). Κοινή και στις δύο περιπτώσεις είναι η έννοια της ελλιπούς πληροφόρησης. Όσον αφορά την κερδοσκοπία λόγω ετεροχρονισμού των εμπορευόμενων προϊόντων, ο επιχειρηματίας δεν μπορεί να είναι βέβαιος για το μέλλον και έτσι καλείται να προβλέψει αν οι τιμές θα αυξηθούν αρκετά ώστε να έχει κέρδος. Η επιχειρηματικότητα προϋποθέτει «ελλιπή πληροφόρηση» όσο και «κρίση».

Το άλλο κοινό αυτών των δύο παραδειγμάτων είναι ότι περιγράφουν καταστάσεις αμιγούς arbitrage (διαφοράς ανάμεσα σε δύο τιμές). Αυτή είναι μια απαραίτητη αλλά όχι επαρκής προϋπόθεση της επιχειρηματικότητας, για τέσσερις λόγους. Κατ' αρχάς, ο επιχειρηματίας μπορεί να έχει δαπάνες οι οποίες θα ακυρώσουν τα κέρδη του. Στην περίπτωση του arbitrage λόγω διαφοροποίησης των τιμών χωροταξικά μπορεί, για παράδειγμα, να υπάρχουν μεταφορικά έξοδα λόγω της μετακίνησης των προϊόντων από τη μια πόλη στην άλλη. Στο παράδειγμα του arbitrage λόγω ετεροχρονισμού των εμπορευόμενων προϊόντων, οι δαπάνες μπορεί να προκύπτουν από την αποθήκευση των προϊόντων όσο ο επιχειρηματίας περιμένει να ανέβουν οι τιμές. Δεύτερον, κάποιες επιχειρηματικές ευκαιρίες απαιτούν χρηματοδότηση ή κεφάλαιο, π.χ. για την αγορά ή την αποθήκευση προϊόντων. Η διαθεσιμότητα κεφαλαίου σε σχετικά καλή τιμή είναι πολύ σημαντική προϋπόθεση για την εκμετάλλευση πολλών ευκαιριών.

Ένας τρίτος λόγος είναι ότι, ακόμα και όταν υπάρχει διαφορά τιμών, δεν τη γνωρίζουν όλοι. Η γνώση μπορεί να περιορίζεται σε πολύ λίγα άτομα, που μόνο εκείνα μπορούν να εκμεταλλευτούν την ευκαιρία. Τέταρτον, ακόμα και από εκείνους που γνωρίζουν την επιχειρηματική ευκαιρία, δεν αποφασίζουν όλοι να την εκμεταλλευτούν. Αυτό μπορεί να οφείλεται στη διαφορετική στάση των ατόμων απέναντι στο ρίσκο. Άλλους τους έλκει το ρίσκο, κάποιιοι το φοβούνται, ενώ άλλοι πάλι είναι ουδέτεροι. Κατά κανόνα, θα περιμέναμε ότι όσοι αγαπούν το ρίσκο είναι πιο πιθανό να εκμεταλλεύονται επιχειρηματικές ευκαιρίες σε σχέση με εκείνους που το φοβούνται. Μπορεί όμως τελικά να μην παίρνουν την απόφαση επειδή κρίνουν ότι η συγκεκριμένη ευκαιρία είναι λιγότερο επικερδής από άλλες πηγές εσόδων, ή επειδή μπορεί να βαρύνονται ή να προτιμούν να διαθέτουν το χρόνο τους αλλιώς.

Τώρα θα εξετάσουμε πιο προσεκτικά τη λήψη τέτοιων αποφάσεων, σε συνάρτηση με την οικονομική και την οργανωσιακή προσέγγιση της επιχειρηματικότητας. Και οι δύο προσεγγίσεις βασίζονται στην υπόθεση ότι τα άτομα παίρνουν αποφάσεις υπό καθεστώς αβεβαιότητας. Όμως, διαφέρουν ως προς ένα σημείο. Οι οικονομολόγοι δίνουν έμφαση στις επιλογές και στην επεξεργασία της πληροφορίας. Οι υποστηρικτές της οργανωσιακής προσέγγισης τείνουν να τονίζουν περισσότερο τις γνωστικές διαδικασίες.

2.4 Η οικονομική προσέγγιση

Οι οικονομολόγοι ακόμη διαφωνούν για τη σημασία της επιχειρηματικότητας. Οι βασικοί άξονες της διαφωνίας τους περιστρέφονται γύρω από τους κινδύνους, την καινοτομία και τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας. Ήδη όμως από τον 18ο αιώνα, με πρώτο τον οικονομολόγο Cantillon, αναγνώρισαν τη σημαντική διάκριση ανάμεσα σε επιχειρηματίες και υπαλλήλους. Αυτή η ξεκάθαρη διάκριση ακόμα και σήμερα συνεχίζει να αποτελεί τον πυρήνα κάθε οικονομικής προσέγγισης της επιχειρηματικότητας. Η κεντρική θέση είναι πως οι υπάλληλοι μπορούν να είναι σίγουροι για το μισθό τους, ενώ οι επιχειρηματίες δεν εισπράττουν το εισόδημά τους –ή το κέρδος τους– παρά μόνο αν η κρίση τους αποδειχθεί σωστή. Με λίγα λόγια, το εισόδημα του επιχειρηματία είναι αβέβαιο, ενώ εκείνο του υπαλλήλου όχι.

Έχει σημασία το γεγονός ότι οι επιχειρηματίες παίρνουν τις αποφάσεις τους με γνώμονα τη μεγιστοποίηση της **χρησιμότητας**. Συχνά αυτό ερμηνεύεται βάσει της υπόθεσης ότι οι επιχειρηματίες επιδιώκουν αύξηση του εισοδήματός (κέρδους) τους. Όμως, δεν βλέπουν όλοι οι οικονομολόγοι την αύξηση της καμπύλης χρησιμότητας των επιχειρηματιών αποκλειστικά και μόνο σε όρους εισοδήματος. Οι Morton και Rodolny (2002) έδειξαν πως οι οινοπαραγωγοί της Καλιφόρνια είναι συχνά άτομα που προσπάθησαν συνειδητά να ξεφύγουν από τον αδυσώπητο τεχνολογικό ανταγωνισμό. Ο Hamilton (2000) αναφέρει ότι όσοι εργάζονται μόνοι τους (αυτοαπασχολούμενοι) θα μπορούσαν κατά μέσο όρο να κερδίζουν 35% περισσότερα ως υπάλληλοι, πράγμα που σημαίνει ότι τα μη χρηματικά οφέλη της επιχειρηματικότητας δεν είναι αμελητέα και ότι μια υπερβολική έμφαση στα οικονομικά κέρδη μπορεί εύκολα να οδηγήσει σε λάθος συμπεράσματα.

Ένα συνεχιζόμενο πεδίο αντιπαράθεσεων μεταξύ των διάφορων οικονομολόγων είναι αυτό του ρίσκου και της αβεβαιότητας. Στο Κεφάλαιο 1 προβάλαμε τον ισχυρισμό ότι το ρίσκο είναι μετρήσιμο υπό την έννοια ότι, ενώ η έκβαση μιας συγκεκριμένης κατάστασης δεν μπορεί να είναι βέβαιη, αν αυτή επαναληφθεί (πολλές φορές), τότε είναι δυνατό να αρχίσουμε να εκτιμούμε τα πιθανά αποτελέσματά της. Αυτό όμως δεν ισχύει στην περίπτωση της αβεβαιότητας επειδή «...η εκάστοτε κατάσταση είναι σε μεγάλο βαθμό μοναδική» (Knight 1921).

Ας πάρουμε το παράδειγμα των τροχαίων ατυχημάτων. Για όλους μας υπάρχει το ενδεχόμενο να επιβαρυνθούμε με έξοδα προκαλώντας ζημιές στο δικό μας ή σε άλλα αυτοκίνητα. Ωστόσο, ενώ σε ατομικό επίπεδο δεν είμαστε βέβαιοι για το αν πρόκειται να μας συμβεί ένα ατύχημα στο μέλλον, οι ασφαλιστικές εταιρείες υπολογίζουν την πιθανότητα να συμβεί κάτι ανάλογο. Και όντως, η ικανότητά τους να κερδοσκοπήσουν εξαρτάται από το πόσο ικανοί είναι να εκτιμήσουν τον κίνδυνο (δηλαδή την πιθανότητα και το κόστος) των τροχαίων ατυχημάτων. Πρέπει να γνωρίζουν την προδιάθεση συγκεκριμένων ομάδων στα ατυχήματα, αλλά και ποιο πρέπει να είναι το ασφάλιστρο για τις ομάδες αυτές.

Οι διαφορετικές στάσεις απέναντι στο ρίσκο είναι μια διάσταση της επιχειρηματικότητας που αναπτύχθηκε από τους οικονομολόγους. Αυτό προσπαθούμε να δείξου-

Πίνακας 2.1 Οικονομικές θεωρίες της επιχειρηματικότητας

Λειτουργίες – Χαρακτηριστικά	Συγγραφείς	Συζήτηση
Εκμεταλλεύεται τη διαφοροποίηση των τιμών με επιδίωξη το κέρδος (arbitrageur)	Όλοι	Το arbitrage αποτελεί τη βάση όλων των συζητήσεων που αφορούν τον επιχειρηματία.
Αναλαμβάνει ρίσκα	ΝΑΙ: Kihlstrom και Laffont (1979) ΟΧΙ: Schumpeter (1934, 1942)	Τα κέρδη του επιχειρηματία είναι η επιβράβευση για τα ρίσκα που αναλαμβάνει. Το πόσο επικερδής είναι η ανάληψη ρίσκου αντανακλά την κατοχή κεφαλαίου και όχι την επιχειρηματικότητα.
Λαμβάνει αποφάσεις υπό καθεστώς αβεβαιότητας	ΝΑΙ: Knight (1921)	Το εισόδημα που προέρχεται από την επιχειρηματικότητα είναι αβέβαιο, και κάποια άτομα μπορεί να είναι περισσότερο ικανά από άλλα. Ακόμα και έτσι, κάποιος θα στραφεί από τη μισθωτή εργασία στην επιχειρηματικότητα μόνο αν τα οφέλη που προκύπτουν από την ανάληψη ρίσκου είναι μεγαλύτερα. Τελικά, ο καθένας μπορεί να γίνει επιχειρηματίας αν υπάρχει το κατάλληλο αντίκρισμα.
Έχει ξεχωριστές ιδέες ή ικανότητες	ΝΑΙ: Blanchflower και Oswald (1998) ΝΑΙ: Schumpeter (1934, 1942) ΟΧΙ: Kihlstrom και Laffont (1979)	Μόνο μια συγκεκριμένη μερίδα του πληθυσμού έχει «επιχειρηματικό όραμα». Μόνο αυτή η κατηγορία ατόμων παράγει επιχειρηματίες. Οι επιχειρηματίες είναι ιδιαίτερα άτομα που διακρίνουν ευκαιρίες τις οποίες δεν βλέπουν οι άλλοι. Όλοι διακρίνουν και έχουν πρόσβαση στις ίδιες ευκαιρίες, αλλά μόνο τα άτομα με μειωμένη αποστροφή ρίσκου επιδιώκουν να τις εκμεταλλευτούν.
Τον ελκύει το ρίσκο	ΝΑΙ: Kihlstrom και Laffont (1979) ΟΧΙ: Knight (1921)	Οι επιχειρηματίες είναι άτομα με μειωμένη αποστροφή ρίσκου. Αλλιώς, θα ήταν μισθωτοί υπάλληλοι. Δηλαδή αυτό που διαχωρίζει τους επιχειρηματίες από τους μισθωτούς είναι η στάση απέναντι στο ρίσκο. Η στάση απέναντι στο ρίσκο δεν αποτελεί στοιχείο διάκρισης των επιχειρηματιών από τους υπαλλήλους.
Είναι καινοτόμος	Schumpeter (1934, 1942)	Ο βασικός ρόλος του επιχειρηματία είναι να καινοτομεί, όχι να αναλαμβάνει ρίσκο.

Πίνακας 2.1 – Συνέχεια

Δημιουργεί ανισορροπία	Schumpeter (1934, 1942)	Η καινοτομία δημιουργεί νέες συνθήκες στην αγορά, και επομένως δημιουργεί ανισορροπία.
Δημιουργεί ισορροπία	Kirzner (1973)	Η επιχειρηματική ευκαιρία γεννιέται από την ανισορροπία της αγοράς – άρα ο επιχειρηματίας ωθεί πάλι την αγορά προς την ισορροπία.
Είναι διαχειριστής, συντονιστής, εργοδότης και διοργανωτής	Casson (1982)	Ο κύριος ρόλος του επιχειρηματία είναι να παίρνει αποφάσεις κατόπιν περίσκεψης για το συντονισμό σπάνιων πόρων.

Πηγή: Ripsas (1998), Hebert και Link (1989).

με στον Πίνακα 2.1, μαζί με κάποια άλλα βασικά θέματα που ανέπτυξαν οι οικονομολόγοι ερευνώντας την επιχειρηματικότητα. Παρόλο που η έννοια του arbitrage φαίνεται αρχικά να είναι κοινή σε όλες σχεδόν τις οικονομικές αναλύσεις, στον Πίνακα 2.1 φαίνεται ότι η έμφαση που δίνουν οι διάφοροι θεωρητικοί διαφέρει αισθητά σε τουλάχιστον τέσσερα σημεία.

Το πρώτο σημείο έχει να κάνει με το ρίσκο. Οι Kihlstrom και Laffont (1979) πιστεύουν ότι μια από τις κύριες λειτουργίες του επιχειρηματία είναι η ανάληψη ρίσκου και η διατήρηση των κερδών που ίσως προκύψουν στη συνέχεια. Αυτόν το ρόλο τον παίζουν κυρίως οργανισμοί οι οποίοι προσφέρουν κεφάλαιο, αλλά δεν αναλαμβάνουν οι ίδιοι την υλοποίηση της επιχειρηματικής ενέργειας. Αυτή η άποψη αντιφάσκει με εκείνη του Schumpeter (1934), ο οποίος πίστευε ότι τα κέρδη που γεννιούνται από τον κίνδυνο έχουν να κάνουν περισσότερο με την ιδιοκτησία παρά με την επιχειρηματικότητα.

Το δεύτερο σημείο διαφωνιών αφορά το ερώτημα αν οι επιχειρηματίες είναι «ιδιαιτέρως άνθρωποι». Οι απόψεις των οικονομολόγων, για άλλη μια φορά, αποκλίνουν. Οι Blanchflower και Oswald (1988) υποστηρίζουν πως μόνο μια ορισμένη μερίδα του πληθυσμού διαθέτει τα απαραίτητα προσόντα ενός επιχειρηματία – στοιχεία όπως προνοητικότητα, πληροφοριακή γνώση ή επιμονή. Από την άλλη, ο Knight (1921) πιστεύει ότι, παρόλο που τα άτομα διαφέρουν σε ό,τι αφορά τις επιχειρηματικές τους ικανότητες, υπάρχει ένα επίπεδο εισοδήματος πάνω από το οποίο ο καθένας θα γινόταν επιχειρηματίας. Με άλλα λόγια, αν τα οφέλη από την επιχειρηματικότητα υπερέβαιναν τόσο πολύ εκείνα της μισθωτής εργασίας, τότε όλοι θα επέλεγαν να γίνουν επιχειρηματίες.

Το τρίτο σημείο αναφέρεται στο ερώτημα αν οι επιχειρηματίες είναι απλώς άτομα που δεν φοβούνται το ρίσκο – στην ορολογία των οικονομολόγων, άτομα με «μειωμένη αποστροφή του ρίσκου». Και πάλι, ο Knight θα έλεγε ότι, αν και υπάρχουν διαφορετικές στάσεις απέναντι στο ρίσκο, αυτό δεν αποτελεί βασική παράμετρο της επιχειρηματικής απόφασης. Για τον Knight, πρόκειται για μια απλή επιλογή ανάμεσα στο αβέβαιο εισόδημα του επιχειρηματία και τον βέβαιο και εγγυημένο μισθό του υπαλλή-

λου. Οι Kihlstrom και Laffont, πάντως, τονίζουν πως τα αναμενόμενα κέρδη από την εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας ενθαρρύνουν κάποια άτομα να στραφούν από τη μισθωτή εργασία στην επιχειρηματικότητα, ενώ άλλοι δεν πραγματοποιούν αυτή τη μετάβαση. Η θεωρία ότι υπάρχουν διαφορετικές στάσεις απέναντι στο ρίσκο βασίζεται στη σκέψη ότι κάποιοι άνθρωποι φοβούνται λιγότερο το ρίσκο όσο αυξάνονται τα κέρδη.

Επίσης, ο Πίνακας 2.1 απηχεί τις διαφωνίες που υπάρχουν γύρω από το ρόλο της καινοτομίας και τη σχέση της με την επιχειρηματικότητα. Αυτό το θέμα θα το δούμε πιο λεπτομερώς στο Κεφάλαιο 5. Βασικά, κάποιοι οικονομολόγοι πιστεύουν ότι η καινοτομία συνδέεται ποικιλοτρόπως με την επιχειρηματικότητα. Ο Schumpeter (1934, 1942) –ο οποίος διαμόρφωσε πολλές από τις αρχικές θεωρίες περί καινοτομίας– πίστευε ότι ο επιχειρηματίας είναι κάποιος που καινοτομεί (και όχι κάποιος που αναλαμβάνει το ρίσκο της καινοτομίας) και διαταράσσει την αγορά με το να δημιουργεί νέες συνθήκες. Ένας επιχειρηματίας (καινοτόμος) επινοεί και αναπτύσσει νέους τρόπους για να γίνονται τα πράγματα. Λόγου χάρη, νεαροί επιχειρηματίες, όπως οι Jerry Yang και David Filo (Yahoo!) ή ο Mark Zuckerberg (Facebook), κατάφεραν να επινοήσουν νέους τρόπους εκμετάλλευσης του δυναμικού που διαθέτει το διαδίκτυο.

Άλλοι οικονομολόγοι περιγράφουν την επιχειρηματικότητα με πιο αναμενόμενους όρους. Ο Kirzner (1973) υποστηρίζει ότι βασικός ρόλος των επιχειρηματιών είναι να *αποκαταστήσουν* την ισορροπία των αγορών. Επιστρέφουμε για λίγο στο παράδειγμα των δύο πόλεων, όπου παρατηρείται διαφορά τιμών σε ένα προϊόν (ανισορροπία της αγοράς). Έστω ότι ο επιχειρηματίας μεταφέρει το προϊόν από την πόλη Α, με τη χαμηλή τιμή, στην πόλη Β, με την υψηλή τιμή. Αυτή η κίνηση θα γεννήσει πιέσεις για χαμηλότερες τιμές στην πόλη Β, έτσι ώστε να επέλθει σύγκλιση των τιμών στις δύο πόλεις, κάτι που θα αμβλύνει ή θα ακυρώσει την ανισορροπία.

Ωστόσο, αυτή η θεωρία «προσαρμογής της αγοράς» έχει τους επικριτές της. Κάποιους δεν τους ικανοποιεί επειδή δεν εξηγεί ούτε το γιατί ούτε το πώς εκτυλίσσεται αυτή η *διαδικασία*. Δεν εξηγεί γιατί κάποια άτομα επιδίδονται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες, ενώ κάποια άλλα όχι. Και, το κυριότερο, θεωρεί ότι η ύπαρξη μιας ευκαιρίας αρκεί για να παρακινήσει το άτομο σε δράση, ότι, δηλαδή, η ευκαιρία προϋπάρχει της επιχειρηματικής ενέργειας και την προκαλεί. Κάτι τέτοιο δεν συμβαδίζει με την αντίληψη των επιχειρηματιών ως ατόμων που υλοποιούν επιχειρηματικές ευκαιρίες. Είναι περισσότερο πιθανό η δράση των επιχειρηματιών να είναι εκείνη που δημιουργεί τις ευκαιρίες στην αγορά, και όχι το αντίθετο.

Τέλος, στον Πίνακα 2.1 παρουσιάζεται η άποψη του Casson (1982) για τον επιχειρηματία. Ο Casson όρισε τον επιχειρηματία ως εκείνον που «ειδικεύεται στη λήψη αποφάσεων κατόπιν περίσκεψης για το συντονισμό σπάνιων πόρων».

Στις μεταγενέστερες μελέτες του, ο Casson (1999) υποστηρίζει ότι βασικός ρόλος του επιχειρηματία είναι να επεξεργάζεται πληροφορίες, οι οποίες είναι ταυτόχρονα δαπανηρές και ευμετάβλητες. Σύμφωνα με τον Casson, το οικονομικό περιβάλλον συνεχώς διαταράσσεται από εξωτερικά γεγονότα, μόνιμα ή προσωρινά. Ο επιχειρηματίας που διοικεί μια επιχείρηση οφείλει να αντιδρά σε αυτά τα συμβάντα ή τις διαταραχές παίρνοντας αποφάσεις – επενδύοντας, για παράδειγμα, σε νέες εγκαταστάσεις ή μηχανήματα, αναπτύσσοντας νέα προϊόντα ή υπηρεσίες ή απολύο-

ντας προσωπικό. Για να πάρει αυτές τις αποφάσεις, ο επιχειρηματίας υποτίθεται ότι χρειάζεται πληροφορίες οι οποίες κοστίζουν ακριβά.

Ο Casson πιστεύει ότι δεν αποφασίζουν όλοι οι επιχειρηματίες να συλλέξουν την ίδια ποσότητα πληροφοριών. Ούτε η διαδικασία λήψης των αποφάσεων είναι ομοιόμορφη για όλους. Ο Casson ισχυρίζεται πως όσοι είναι ικανότεροι στο να συλλέγουν και να επεξεργάζονται πληροφορίες έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να γίνουν καλοί επιχειρηματίες.

Γενικά, είναι πολύ διαφορετικοί οι τρόποι με τους οποίους οι οικονομολόγοι προσεγγίζουν την επιχειρηματικότητα. Σχεδόν όλοι τους, ωστόσο, συμφωνούν ως προς τα τέσσερα αυτά σημεία:

- 1 Το άτομο *επιλέγει* μεταξύ του να γίνει επιχειρηματίας ή μισθωτός, και έχει τη δυνατότητα να μεταπηδά από τη μια εναλλακτική στην άλλη.
- 2 Η επιλογή της μεταπήδησης στην άλλη εναλλακτική εξαρτάται από τη χρησιμότητα της κάθε «κατάστασης».
- 3 Το εισόδημα του επιχειρηματία είναι πολύ πιο επισφαλές από εκείνο του υπαλλήλου.
- 4 Η επιλογή επηρεάζεται και από τις διαφορετικές επιχειρηματικές ικανότητες των ατόμων, αλλά και από τη διαφορετική στάση που αυτά επιδεικνύουν απέναντι στο ρίσκο.

2.5 Η οργανωσιακή προσέγγιση

Όπως και οι οικονομολόγοι, οι επιστήμονες της οργανωσιακής θεωρίας παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλία στις απόψεις τους για τους επιχειρηματίες. Θα εξετάσουμε τις απόψεις τους και θα δούμε ότι η βασική διαφωνία των οργανωσιακών θεωρητικών με τους οικονομολόγους έγκειται στο ότι οι πρώτοι τονίζουν πιο πολύ τη σημασία της γνωστικής διαδικασίας και των συμπεριφορών.

Στον Πίνακα 2.2 συγκεντρώνονται έντεκα διαφορετικοί οργανωσιακοί ορισμοί της επιχειρηματικότητας, από τους οποίους έχουμε αναφέρει μόνο δύο (του Schumpeter και του Kirzner) στον Πίνακα 2.1. Όπως και στην περίπτωση των οικονομικών προσεγγίσεων, υπάρχουν πεδία διαφορετικών ερμηνειών. Για παράδειγμα, ο Timmons (1997) εστιάζει στο άτομο και βλέπει την επιχειρηματικότητα ως τρόπο σκέψης και δράσης απέναντι στις ευκαιρίες. Από την άλλη, ο Morris (1998) μιλάει για άτομα και ομάδες από διαφορετικά περιβάλλοντα, τα οποία ενώνουν τις δυνάμεις τους για να παράγουν «αξία». Για τους Stevenson *κ.ά.* (1989), η επιχειρηματικότητα είναι μια διαδικασία μέσω της οποίας τα άτομα κυνηγούν ευκαιρίες, αδιαφορώντας για ικανότητες ή διαθέσιμους πόρους. Επίσης, ο Drucker (1985) υπογραμμίζει τη σχέση της επιχειρηματικότητας με την «πράξη της καινοτομίας».

Πολλοί ερευνητές, όπως οι Low και MacMillan (1988), Gartner (1988), Rumelt (1987) και Sharma και Chrisman (1999), τονίζουν πως αυτή η καινοτομία αφορά εν πολλοίς τη δημιουργία της νέας επιχείρησης.

Πίνακας 2.2 Επιλεγμένοι ορισμοί της επιχειρηματικότητας

Συγγραφέας	Ορισμός
Drucker (1985)	Η επιχειρηματικότητα είναι μια καινοτομική πράξη που ενισχύει με νέο δυναμικό τους ήδη υπάρχοντες πόρους.
Stevenson κ.ά. (1989)	Επιχειρηματικότητα είναι η επιδίωξη μιας ευκαιρίας χωρίς να δίνεται σημασία στους υπάρχοντες πόρους και δυνατότητες.
Rumelt (1987)	Επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία νέων επιχειρήσεων, νέων υπό την έννοια ότι δεν αποτελούν πιστή αντιγραφή κάποιας προϋπάρχουσας επιχείρησης, αλλά εμπεριέχουν κάποιο στοιχείο νεωτερισμού.
Low και MacMillan (1988)	Επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία μιας νέας επιχείρησης.
Gartner (1988)	Επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία επιχειρήσεων, η διαδικασία με την οποία γεννιούνται νέες επιχειρήσεις.
Timmons (1997)	Η επιχειρηματικότητα είναι μια λογική, ένας τρόπος σκέψης και δράσης εστιασμένος στην εκμετάλλευση ευκαιριών, ολιστικός στην προσέγγισή του και ο οποίος εξισορροπείται μέσω της άσκησης ηγεσίας.
Venkataraman (1997)	Οι έρευνες με θέμα την επιχειρηματικότητα προσπαθούν να κατανοήσουν από ποιους, με ποιον τρόπο και με τι συνέπειες εντοπίζονται, δημιουργούνται και αξιοποιούνται οι ευκαιρίες δημιουργίας νέων προϊόντων και υπηρεσιών.
Morris (1998)	Η επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία μέσω της οποίας τα άτομα και οι ομάδες παράγουν αξία συγκεντρώνοντας διαφορετικές εισροές πόρων για να εκμεταλλευτούν ευκαιρίες που υπάρχουν στο περιβάλλον τους. Μπορεί να εκδηλωθεί σε οποιοδήποτε οργανωτικό πλαίσιο και να έχει ποικίλα αποτελέσματα, όπως νέες επιχειρηματικές προσπάθειες, προϊόντα, υπηρεσίες, διαδικασίες, αγορές και τεχνολογίες.
Sharma και Chrisman (1999)	Η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει πράξεις οργανωσιακής δημιουργίας, ανανέωσης ή καινοτομίας που λαμβάνουν χώρα εντός ή εκτός ενός προϋπάρχοντος οργανισμού.

Πηγή: Meyer κ.ά. (2002).

Αυτή η έμφαση στη νέα επιχείρηση ως μονάδα ανάλυσης φέρνει άλλα προβλήματα. Κατ' αρχάς, αυτοί που δρουν επιχειρηματικά είναι τα μεμονωμένα άτομα ή οι ομάδες ατόμων και όχι οι επιχειρήσεις. Υπό αυτή την έννοια, υπάρχουν σαφείς διαφορές ανάμεσα στα προφίλ των ατόμων που επιλέγουν να ιδρύσουν μια νέα επιχείρηση. Για παράδειγμα, κάποιιοι το επιχειρούν πρώτη φορά (επίδοξοι επιχειρηματίες), άλλοι έχουν προηγούμενη πείρα (κατά συρροήν επιχειρηματίες), ενώ άλλοι ήδη διαχειρίζονται μία ή περισσότερες επιχειρήσεις (επιχειρηματίες χαρτοφυλακίου).

Έπειτα, οι νέες επιχειρήσεις δεν είναι όλες ίδιες μεταξύ τους. Κάποιες αποτελούν νέα **επιχειρηματικά εγχειρήματα**. Άλλες εξαγοράζονται από τα υπάρχοντα διοικητικά στελέχη (**εξαγορά από τη διοίκηση**). Ένα άλλο μοντέλο είναι εκείνο των **κοινωνικών επιχειρήσεων** (επιχειρήσεις με κοινωνική δράση) ή των «κλωνοποιημένων» επιχειρήσεων που τους έχει παραχωρήσει δικαιώματα **δικαιοχρησίας** (franchise) κάποια προϋπάρχουσα επιχείρηση (π.χ. τα McDonald's λειτουργούν κυρίως με βάση τη δικαιοχρησία). Αυτές οι μορφές διαφέρουν μεταξύ τους, όλες τους όμως δυνητικά θα μπορούσαν να ανήκουν σε νέες επιχειρήσεις.

Από εκεί και πέρα, οι ερευνητές αναρωτήθηκαν αν μπορεί να υπάρξει μια αυστηρά καθορισμένη οργανωσιακή προσέγγιση για τη μελέτη ή κατανόηση της επιχειρηματικότητας. Οι Shane και Venkataraman (2000: 217) ισχυρίζονται ότι:

Η επιχειρηματικότητα κατέληξε να είναι μια ευρεία έννοια η οποία στεγάζει ένα συνονθύλευμα από έρευνες. Στις μέρες μας, η έρευνα για την επιχειρηματικότητα φαίνεται να εστιάζει σε συγκεκριμένες όψεις του πλαισίου, αντί να αποτελεί ενιαίο εννοιολογικό πεδίο.

Κλασική έρευνα

Shane, S. και Venkataraman, S. (2000), «The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research», *Academy of Management Review*, 25(1), 217-26.

Για τους Shane και Venkataraman, τρία είναι τα σημαντικά πλεονεκτήματα της επιχειρηματικότητας. Πρώτον, είναι ο μηχανισμός με τον οποίο η κοινωνία πληροφορείται για την ύπαρξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Δεύτερον, συντελεί στην αποκατάσταση των δυσλειτουργιών των τιμών στο χώρο και το χρόνο. Τέλος, είναι ένας από τους βασικούς μοχλούς της ευρύτερης κοινωνικής και οικονομικής αλλαγής. Αν και δέχονται τη σημασία της επιχειρηματικότητας, δεν καταλήγουν σε κάποιον ενιαίο ορισμό της. Από την πλευρά της οργανωσιακής θεωρίας, πιστεύουν ότι πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή σε τρεις ομάδες ερευνητικών ερωτημάτων για την επιχειρηματικότητα:

- (i) Γιατί, πότε και πώς γεννιούνται οι ευκαιρίες για τη δημιουργία αγαθών και υπηρεσιών;
- (ii) Γιατί, πότε και πώς κάποιιοι άνθρωποι, και όχι άλλοι, εντοπίζουν και εκμεταλλεύονται αυτές τις ευκαιρίες;

(iii) Γιατί, πότε και πώς χρησιμοποιούνται διαφορετικοί τρόποι δράσης για την εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών;

Οι εν λόγω ερευνητές εξετάζουν τα ερωτήματα αυτά υιοθετώντας μια προσέγγιση της επιχειρηματικότητας που βασίζεται στην ανισορροπία και θεωρούν ότι η έννοια της επιχειρηματικότητας είναι πιο ευρεία από την απλή δημιουργία μιας επιχείρησης.

Οι Shane και Venkataraman εστιάζουν στο φαινόμενο της συνύπαρξης επικερδών ευκαιριών και επιχειρηματικών ατόμων. Στη συνέχεια υποστηρίζουν ότι το πεδίο της επιχειρηματικότητας είναι:

«Η σχολαστική αναζήτηση απαντήσεων στα ερωτήματα: πώς, από ποιον και με τι αποτελέσματα ανακαλύπτονται, αξιολογούνται και αξιοποιούνται οι ευκαιρίες για τη δημιουργία μελλοντικών αγαθών και υπηρεσιών» (σελ. 218).

Σε αυτή την προσέγγιση, κεντρική θέση κατέχουν τέσσερις βασικές υποθέσεις:

- 1 Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες υπάρχουν – όμως τις γνωρίζουν μόνο μερικοί.
- 2 Δεν έχουν όλοι οι άνθρωποι την ίδια αντίληψη για την αξία (χρηματική ή μη) μιας ευκαιρίας.
- 3 Ορισμένοι άνθρωποι επιλέγουν να «κυνηγήσουν» αυτές τις ευκαιρίες.
- 4 Η ανάληψη δράσης αναφορικά με αυτές τις ευκαιρίες μπορεί να επιφέρει διαφορετικά αποτελέσματα, επικερδή και μη.

Οι Shane και Venkataraman υποστηρίζουν μια εναλλακτική προσέγγιση της επιχειρηματικότητας. Η παρακάτω «κλασική» έρευνα μπορεί να θεωρηθεί μια αρχετυπική – και η οποία συχνά αναφέρεται στη βιβλιογραφία – έκφραση των οργανωσιακών θεωριών που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα.

Εκ πρώτης όψεως, οι θέσεις των Shane και Venkataraman δεν αποκλίνουν από την οπτική των οικονομικών προσεγγίσεων. Ένα σημείο, ωστόσο, στο οποίο διαφοροποιούνται οι οικονομικές από τις οργανωσιακές θεωρίες είναι ότι οι οικονομολόγοι τείνουν να δίνουν μεγαλύτερη σημασία στις επιλογές των ατόμων και στην επεξεργασία των πληροφοριών. Οι επιστήμονες της οργανωσιακής θεωρίας αρχικά τόνιζαν περισσότερο τα γνωρίσματα ή τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία. Δηλαδή, τους ενδιέφερε «ποιος» είναι ο επιχειρηματίας και «πώς» έγινε τέτοιος. Οι οργανωσιακοί θεωρητικοί προχώρησαν στη μελέτη των γνωστικών διαδικασιών με τις οποίες τα άτομα συλλέγουν, επεξεργάζονται και αξιολογούν πληροφορίες στο πλαίσιο της επιχειρηματικότητας. Τους οικονομολόγους, από την άλλη, συνήθως δεν τους ενδιαφέρει τόσο το «γιατί». Πιστεύουν ότι η απάντηση είναι ήδη γνωστή: η επιχείρηση προσφέρει μεγαλύτερη «χρησιμότητα» από άλλες «καταστάσεις» της αγοράς εργασίας.

Τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία

Όπως και σε ορισμένες οικονομικές προσεγγίσεις, σε πολλές οργανωσιακές θεωρίες υπάρχει η έντονη επιθυμία να διαπιστωθεί κατά πόσο οι επιχειρηματίες είναι «ιδιαιτέρως άνθρωποι». Υπάρχει άραγε ένα μόνο χαρακτηριστικό ή μια σειρά από γνωρίσματα που θα μας επέτρεπαν να ξεχωρίσουμε μια επιχειρηματική προσωπικότητα; Η Chell (2008) πιστεύει ότι τρία είναι τα σημαντικότερα επιχειρηματικά γνωρίσματα – είτε από μόνα τους είτε σε συνδυασμό.

Το πρώτο από αυτά είναι η **ανάγκη για επιτυχία**. Ο McClelland (1961) ισχυρίζεται πως οι άνθρωποι με αυξημένη ανάγκη για επιτυχία διαθέτουν κίνητρα, αποτολμούν σχετικά δύσκολες ενέργειες, επιδιώκουν μόνοι τους να αναλαμβάνουν ευθύνες και επιθυμούν να δέχονται ενημέρωση (feedback) για τις πράξεις τους. Αυτό φαίνεται να απηχεί κάποια από τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας. Σε σχέση με τη μισθωτή εργασία, η επιχειρηματική δραστηριότητα είναι πολύ πιο επισφαλής. Επίσης, απαιτεί μεγαλύτερο βαθμό ατομικής ευθύνης αλλά, σε αντάλλαγμα, προσφέρει υψηλότερα επίπεδα επαγγελματικής ικανοποίησης (βλ. Κεφάλαιο 4).

Ένα δεύτερο γνώρισμα που συνήθως συνδέεται με την επιχειρηματικότητα είναι το **επίκεντρο ελέγχου**. Ο όρος προέρχεται από τη θεωρία κοινωνικής μάθησης του Rotter (1966). Ο Rotter υπέθεσε ότι κάποιοι άνθρωποι έχουν *εσωτερικό* επίκεντρο ελέγχου. Αυτοί οι άνθρωποι πιστεύουν ότι η επίτευξη ενός στόχου εξαρτάται από τις δικές τους πράξεις. Αντίθετα, όσοι έχουν *εξωτερικό* επίκεντρο ελέγχου πιστεύουν ότι η «μοίρα» και τα εξωτερικά γεγονότα είναι αυτά που καθορίζουν τις πιθανότητές τους να πετύχουν το στόχο τους. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι όσοι έχουν εσωτερικό επίκεντρο ελέγχου είναι πιο πιθανό να γίνουν επιχειρηματίες επειδή θεωρούν ότι καθορίζουν οι ίδιοι το μέλλον τους.

Τέλος, το τρίτο γνώρισμα είναι η **τάση για ανάληψη ρίσκου**. Το επιχείρημα έχει ως εξής: αφού η ανάληψη ρίσκου είναι τόσο σημαντικό μέρος της επιχειρηματικότητας, εννοείται πως οι επιχειρηματίες είναι άτομα με πιο ανεπτυγμένη ικανότητα εκτίμησης του ρίσκου. Σύμφωνα με μια κάπως πιο σύνθετη άποψη, οι επιχειρηματίες είναι περισσότερο ικανοί να εκτιμήσουν το ρίσκο. Επιπλέον, ο McClelland (1961) υποστηρίζει πως όσοι χαρακτηρίζονται από ανάγκη για επιτυχία έχουν πιο πολλές πιθανότητες να αναλάβουν υπολογισμένα ρίσκα, ειδικά όταν κρίνουν ότι η κατάσταση θα φέρει θετικά αποτελέσματα (Kahneman κ.ά. 1982).

Υπάρχει μια σειρά από πιθανά γνωρίσματα τα οποία ίσως διαθέτει κάποιος επιχειρηματίας. Οι επιχειρηματίες μπορεί να διακατέχονται από εντονότερη **επιθυμία αυτονομίας** (εννοώντας ότι δίνουν μεγαλύτερη αξία στην ελευθερία και την ανεξαρτησία). Αναφορικά με τα επίκεντρα ελέγχου που αναφέραμε πιο πριν, οι επιχειρηματίες ενδέχεται να είναι **υπερραισιόδοξοι** σε ό,τι αφορά τις πιθανότητές τους να επιτύχουν (βλ. Κεφάλαιο 1). Παρομοίως, παράλληλα με την όποια πιθανή τάση για ανάληψη ρίσκου, οι επιχειρηματίες ίσως είναι ικανότεροι να τα βγάλουν πέρα σε καταστάσεις όπου οι πληροφορίες είναι περιορισμένες και τα γεγονότα αβέβαια (**ανοχή στην αμφιβολία**).

Ωστόσο, παρά τις πολυάριθμες σχετικές έρευνες, τα στοιχεία που απαντούν στο ερώτημα αν, και γιατί, οι επιχειρηματίες είναι «ιδιαιτέρως άνθρωποι» παραμένουν ανε-

παρκή. Σύμφωνα με τη Chell (2008), οι ερευνητές έχουν καταβάλει μεγάλες προσπάθειες για να καταλάβουν αν η επιχειρηματική «προσωπικότητα» μπορεί να εξηγηθεί βάσει ενός μεμονωμένου γνωρίσματος ή συνδυασμού χαρακτηριστικών. Η μελέτη του Gartner (1998) αμφισβητεί με τη σειρά της έντονα την αξία των ερευνών που εστιάζουν στα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών. Ο εν λόγω ερευνητής θεωρεί ότι όλες οι θεωρίες που βασίζονται στα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία ξεκινούν από την παραδοχή ότι οι επιχειρηματίες έχουν έναν σταθερό και αναγνωρίσιμο τύπο προσωπικότητας. Η ιδέα αυτή αγνοεί τη μεγάλη ανομοιογένεια που παρουσιάζει το σύνολο των επιχειρηματιών. Για παράδειγμα, ο Henley (2004), χρησιμοποιώντας τα δεδομένα από την Έκθεση της Βρετανικής Επιτροπής Νοικοκυριών για τα έτη 1991-1999, βρήκε ότι μόνο το 78 με 85% εκείνων που αυτοαπασχολούνταν στη διάρκεια ενός από αυτά τα έτη ήταν αυτοαπασχολούμενοι και το προηγούμενο έτος.

Ο Gartner κατέληξε σε αυτό το συμπέρασμα εξετάζοντας ένα ευρύ φάσμα από μελέτες και χρησιμοποιώντας διάφορους ορισμούς του «επιχειρηματία». Παρά το εύρος της οπτικής του, βρήκε ότι «το ψυχολογικό προφίλ» του επιχειρηματία, όπως διαφαίνεται μέσω αυτών των μελετών, είναι αυτό ενός ανθρώπου πάνω από τα συνηθισμένα, γεμάτου αντιφάσεις και αντιθέσεις, δηλαδή ενός ατόμου που λίγο ή πολύ διαθέτει κάθε είδους ανθρώπινο χαρακτηριστικό» (σελ. 57).

Αυτή, βέβαια, η έρευνα δεν «έκλεισε» το θέμα διερεύνησης των χαρακτηριστικών του επιχειρηματία. Οι Nicolaou κ.ά. (2008) ερεύνησαν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες και αντιλήψεις 870 ζευγαριών μονοζυγωτικών διδύμων και 857 ζευγαριών διδύμων του ίδιου φύλου. Δεδομένου ότι τα 870 ζευγάρια μονοζυγωτικών διδύμων μοιράζονταν το ίδιο γενετικό υλικό και τα 857 ζευγάρια διδύμων του ίδιου φύλου μοιράζονταν, κατά μέσο όρο, το μισό τους γενετικό υλικό, συμπεραίνουμε ότι οι όποιες διαφορές επιχειρηματικότητας μεταξύ των ζευγών θα οφείλονται σε γενετικούς παράγοντες. Οι Nicolaou κ.ά. (2008) βρήκαν ότι αυτό όντως ισχύει. Έτσι, το 48% της διακύμανσης της πιθανότητας που έχουν κάποιοι να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι αποδόθηκε σε παράγοντες γενετικού χαρακτήρα. Το πρόβλημα με τη μελέτη των Nicolaou κ.ά. (2008) είναι ότι δεν μπόρεσαν να καταλάβουν ακριβώς ποιοι γενετικοί παράγοντες ευθύνονται για τα αποτελέσματά τους.

Συνοπτικά, ένα συνηθισμένο πρόβλημα από το οποίο πάσχουν οι χαρακτηρισολογικές προσεγγίσεις της έννοιας του επιχειρηματία είναι η αδυναμία τους να ανιχνεύσουν με ακρίβεια τα χαρακτηριστικά της «επιχειρηματικής προσωπικότητας». Ακόμα και αν είχαν τρόπο να το πετύχουν, θα έπρεπε να αναρωτηθούμε ποια από όλα τα στοιχεία της «επιχειρηματικής προσωπικότητας» είναι εκείνα που προκαλούν την επιχειρηματική συμπεριφορά. Ένας θεωρητικός της οργανωσιακής προσέγγισης όπως ο Aldrich (1999) θα απαντούσε ότι τέτοιου είδους αναζητήσεις δεν έχουν ιδιαίτερο νόημα. Ο ίδιος καταλήγει: «Η έρευνα σχετικά με τα γνωρίσματα του χαρακτήρα φαίνεται να έχει περιέλθει σε εμπειρικό αδιέξοδο» (σελ. 76).

Γνωστικές προσεγγίσεις

Αντί να εστιάζουν στα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, από την άλλη, ορισμένοι οργανωσιακοί θεωρητικοί προσπάθησαν να καταλάβουν τους τρόπους με τους

οποίους τα άτομα σκέφτονται και δρουν κάτω από διαφορετικές συνθήκες. Αυτή η προσέγγιση προέκυψε από τη διαπίστωση ότι οι άνθρωποι δεν ακολουθούν ορθολογικές επιλογές ή τους «νόμους των πιθανοτήτων» όταν παίρνουν αποφάσεις υπό καθυστάτως αβεβαιότητας. Σκεφτείτε ένα παράδειγμα. Έστω ότι σας δίνουν την ευκαιρία να διαλέξετε ανάμεσα σε ένα βέβαιο έπαθλο 500 ευρώ και σε ένα ποσό 1.000 ευρώ, το οποίο όμως έχετε μόνο 50% πιθανότητες να κερδίσετε. Ποιο από τα δύο θα επιλέγατε; Οι περισσότεροι θα διάλεγαν τα σίγουρα 500 ευρώ.

Τώρα, σκεφτείτε ότι έχετε να διαλέξετε ανάμεσα σε μια πιθανότητα 50% να χάσετε 1.000 ευρώ και σε μια σίγουρη ζημία των 500 ευρώ. Αυτή τη φορά τι θα διαλέγατε; Οι περισσότεροι θα επέλεγαν να ρισκάρουν παρά να αποδεχτούν τη σίγουρη ζημία.

Μια εξήγηση για αυτές τις επιλογές είναι ότι η ορθολογική σκέψη του ανθρώπου έχει περιορισμούς: όλοι έχουμε όρια στο πόση προσοχή, μνήμη ή «διανοητική ισχύ» μπορούμε να διαθέσουμε στην κάθε μας ενέργεια (Simon 1957). Οι Kahneman κ.ά. (1982) υποστηρίζουν ότι όταν οι άνθρωποι παίρνουν αποφάσεις κάτω από αβέβαιες συνθήκες –π.χ. επιχειρηματικές αποφάσεις– χρησιμοποιούν κάποιες από τις γνωστικές ευρετικές μεθόδους (heuristics) (κάποιες από τις κλασικές διερευνητικές μεθόδους σκέψης). Υπάρχουν τρεις βασικοί τύποι ευρετικών μεθόδων: η ευρετική μέθοδος της αντιπροσωπευτικότητας (representative heuristic), η ευρετική μέθοδος της διαθεσιμότητας (availability heuristic) και η ευρετική μέθοδος της πρόσδεσης/αγκίστρωσης και προσαρμογής (anchoring and adjustment heuristic).

Σύμφωνα με την **ευρετική μέθοδο της αντιπροσωπευτικότητας**, μια ενέργεια ή ένα γεγονός μπορεί να κατηγοριοποιηθεί και να γίνει κατανοητό βάσει ομοιοτήτων με άλλες καταστάσεις – «ίδια με ίδια». Στα Κεφάλαια 8 και 9 θα δούμε ότι ένα από τα πιο συνηθισμένα «συμβάντα» με τα οποία έρχονται αντιμέτωπες οι μικρές επιχειρήσεις είναι το κλείσιμο. Οι επιχειρηματίες, όμως, μπορούν να επιλέξουν να αγνοήσουν το ενδεχόμενο ενός τέτοιου συμβάντος. Παρομοίως, κάποιο άτομο μπορεί να ξεκινήσει μια επιχείρηση με ελάχιστες γνώσεις και πληροφορίες, που όμως θα κρίνει ότι είναι αντιπροσωπευτικές της κατάστασης. Ίσως ακόμα να θεωρήσει ότι ένα «φυσιολογικό» συμβάν είναι, στην πραγματικότητα, «σπάνιο» ή απίθανο να συμβεί στον ίδιο. Για παράδειγμα, φανταστείτε ότι στην παρέα του υποψήφιου επιχειρηματία υπάρχει ένα άτομο του οποίου η επιχείρηση χρεοκοπεί. Και πάλι, ο υποψήφιος επιχειρηματίας μπορεί να αποφασίσει ότι κάτι τέτοιο σπάνια συμβαίνει.

Ένα άλλο είδος «νοητικής συντόμευσης» που απαντάται συχνά είναι να βασίζεται κανείς σε διαθέσιμες πληροφορίες (**ευρετική μέθοδος της διαθεσιμότητας**), καθώς αυτές ανασύρονται και ανακαλούνται εύκολα. Για παράδειγμα, η απόφαση δημιουργίας μιας επιχείρησης μπορεί να βασίζεται σε βραχυπρόθεσμη ή μερική ανάλυση των τάσεων της αγοράς, επειδή ο επιχειρηματίας στερείται χρόνου, ικανοτήτων ή ενδιαφέροντος για να ερευνήσει πλήρως την αγορά.

Τέλος, οι άνθρωποι έχουν την τάση να χρησιμοποιούν την **ευρετική μέθοδο πρόσδεσης/αγκίστρωσης και προσαρμογής**. Έστω ότι υπάρχουν δύο άτομα τα οποία ενδιαφέρονται να αγοράσουν το ίδιο δικαίωμα δικαιοχρησίας εντός των επόμενων δώδεκα μηνών. Το πρώτο άτομο μαθαίνει ότι η τρέχουσα τιμή του δικαιώματος είναι 600.000 ευρώ, ενώ το δεύτερο άτομο μαθαίνει ότι η τρέχουσα τιμή είναι 1,2 εκατομμύρια ευ-

ρώ. Πόσο μπορούν οι διαφορές ανάμεσα σε αυτά τα σημεία «αγκίστρωσης» ή αναφοράς να επηρεάσουν την τελική τιμή αγοράς του δικαιώματος δικαιοχρησίας; Κατά μέσο όρο, το πρώτο άτομο που έχει ως σημείο αγκίστρωσης τα 600.000 ευρώ θα πληρώσει λιγότερα από εκείνο που έχει ως σημείο αγκίστρωσης τα 1,2 εκατομμύρια ευρώ. Και τα δύο θα προσπαθήσουν ανεπιτυχώς να προσαρμοστούν: έτσι, ίσως το πρώτο άτομο τελικά να πληρώσει 850.000 ευρώ και το δεύτερο 1 εκατομμύριο ευρώ.

Η χρήση αυτών των μεθόδων κρίσης και λήψης αποφάσεων είναι ιδιαίτερα εμφανής σε επιχειρηματικά περιβάλλοντα. Εκτός από τις πιθανές προκαταλήψεις που αναφέραμε προηγουμένως, οι επιχειρηματίες ενδέχεται να είναι επιρρεπείς και σε άλλες προκαταλήψεις, όπως η **ψευδαίσθηση του ελέγχου** (υπερεκτιμημένη προσωπική επιρροή στα γεγονότα), η **πλάνη σχεδιασμού** (να πιστεύει ότι το σχέδιό του μπορεί να εφαρμοστεί γρηγορότερα απ' όσο είναι εφικτό) ή η πίστη ότι μπορεί να **διαχειριστεί εντυπώσεις** (όπως ένας πολιτικός που «μαγειρεύει» τα γεγονότα, ο επιχειρηματίας μπορεί να πιστέψει ότι η επιχείρησή του απέτυχε εξαιτίας των άλλων ή λόγω εξωτερικών συμβάντων).

Επομένως, παρόλο που το επιχειρηματικό περιβάλλον (π.χ. διαθεσιμότητα χρηματοδότησης, ποιότητα δικτύων υποστήριξης, προηγούμενη εμπειρία) παραμένει σημαντικό, ορισμένοι υποστηρικτές της οργανωσιακής θεωρίας, όπως οι Shane και Venkataraman (2000), πιστεύουν ότι οι γνωστικές αντιλήψεις σχετικά με το πώς διαμορφώνονται οι κίνδυνοι και οι ευκαιρίες είναι πάντα επίκαιρες.

Κατά διαστήματα, έχουν χρησιμοποιηθεί τρεις γνωστικές έννοιες για να εξηγηθεί ο τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι αξιολογούν τις ευκαιρίες και τους κινδύνους με τους οποίους έρχονται αντιμέτωποι (Delmar 2000). Ο πρώτος είναι η **αυτοαποτελεσματικότητα/αυτοπεποίθηση** (self-efficacy). Αυτή μπορεί να οριστεί ως «...η πίστη κάποιου στην ικανότητά του να οργανώνει και να εκτελεί τα σχέδια δράσης που απαιτούνται για τη διαχείριση ενδεχόμενων καταστάσεων» (Bandura 1997: 2). Ο ορισμός αυτός ίσως φέρνει στο νου το επίκεντρο ελέγχου (locus of control) που αναφέραμε προηγουμένως, υπό την έννοια ότι η αυτοαποτελεσματικότητα κάποιων ατόμων μπορεί να συνδέεται με το πόσο πιστεύουν ότι μπορούν να καθορίζουν το μέλλον τους. Η αυτοαποτελεσματικότητα διαφοροποιείται στο ότι λειτουργεί κατά περίπτωση: μπορεί κάποιο άτομο να πιστεύει ότι είναι ικανό σε έναν τομέα της ζωής του αλλά όχι απαραίτητως και αλλού. Συνεπάγεται ότι οι άνθρωποι με υψηλά επίπεδα αυτοαποτελεσματικότητας έχουν πιο πολλές πιθανότητες να αντιμετωπίσουν θετικά τα επιχειρηματικά περιβάλλοντα. Όσοι πετυχαίνουν σε τέτοια επιχειρηματικά περιβάλλοντα, έχουν την τάση να πιστεύουν ότι θα συνεχίσουν να έχουν επιτυχίες. Η επιτυχία φέρνει επιτυχία, ενώ η αποτυχία γεννά αποτυχία. Γνωστικές έννοιες όπως η αυτοαποτελεσματικότητα δεν σημαίνουν ότι τα αποτελέσματα αυτά είναι προκαθορισμένα ή αμετάβλητα. Οι άνθρωποι μπορούν να μάθουν πώς να αλλάζουν τις απόψεις τους για μια συγκεκριμένη συμπεριφορά προκαλώντας άλλα αποτελέσματα.

Μια δεύτερη δημοφιλής έννοια είναι αυτή της **εσωτερικής παρακίνησης** (intrinsic motivation). Τα άτομα που ενεργούν για δικό τους λογαριασμό έχουν την τάση να έχουν ισχυρότερο κίνητρο από εκείνα που τους παρακινεί κάποιο εξωγενές στοιχείο. Για παράδειγμα, είναι λογικό ένας επιχειρηματίας να εισπράττει υψηλότερα επί-

πεδα εγγενούς ικανοποίησης από τη δουλειά του σε σχέση με έναν υπάλληλο, του οποίου η μοναδική ικανοποίηση προέρχεται από το μισθό του. Όπως και στην περίπτωση της αυτοαποτελεσματικότητας, συμπεραίνουμε πως η επιχείρηση έχει μεγαλύτερες πιθανότητες να επιτύχει όταν η εσωτερική παρακίνηση συμπίπτει με στόχους που έχουν να κάνουν με την επιτυχία της επιχείρησης.

Τέλος, υπάρχει η έννοια της **πρόθεσης** (intentionality), η οποία υπαγορεύει ότι κάποιος έχει πιο πολλές πιθανότητες να ξεκινήσει μια επιχείρηση αν αυτή είναι η επιδίωξή του. Πράγμα που, με τη σειρά του, εξαρτάται από υποκειμενικές αντιλήψεις (subjective perceptions), κοινωνικές νόρμες (social norms) (π.χ. αν οι φίλοι και συγγενείς του επιχειρηματία το βλέπουν σαν κάτι «θετικό») και από το αν η ιδέα αυτή είναι επιθυμητή και εφικτή (αυτοαποτελεσματικότητα/self-efficacy) (Krueger 2000).

Το σημαντικότερο πρόβλημα με τέτοιου είδους γνωστικές προσεγγίσεις είναι ότι η παραδοχή των εννοιών της αυτοαποτελεσματικότητας, των εσωτερικών κινήτρων και της πρόθεσης απέχει πολύ από τον τρόπο με τον οποίο αυτές μεταφράζονται σε επιχειρηματική δράση. Επιπλέον, οι γνωστικές προσεγγίσεις παραμένουν σχετικά ελλιπείς από άποψη έρευνας (Delmar και Davidsson 2006).

Ανακεφαλαίωση των δύο προσεγγίσεων

Από μια άποψη, τόσο τους οικονομολόγους όσο και τους επιστήμονες της οργανωσιακής θεωρίας τούς απασχολούν παρόμοια ερωτήματα, που αφορούν τους τρόπους με τους οποίους τα άτομα αξιολογούν και εκμεταλλεύονται επιχειρηματικές ευκαιρίες. Στην ουσία, η βασική διαφορά των δύο προσεγγίσεων είναι ότι οι οικονομολόγοι συνήθως ενδιαφέρονται περισσότερο για το ρόλο της πληροφόρησης σχετικά με τις τιμές και για την «έκβαση» της οικονομικής δραστηριότητας (π.χ. τη δημιουργία ή την ανάπτυξη μιας επιχείρησης). Είναι αλήθεια ότι αυτές οι δύο διαστάσεις της επιχειρηματικότητας ενδιαφέρουν και τους οργανωσιακούς θεωρητικούς, επειδή συντελούν στη διαμόρφωση των επιχειρηματικών ευκαιριών. Ωστόσο, οι επιστήμονες της οργανωσιακής θεωρίας είναι πιο πιθανό να εστιάσουν στον *τρόπο* με τον οποίο επιτυγχάνονται τα αποτελέσματα, καθώς και στα γνωστικά ή ψυχολογικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία. Με τον κίνδυνο να υπεραπλουστεύσουμε, θα λέγαμε ότι ο οικονομολόγος θεωρεί το ερώτημα της «διαδικασίας» εύκολο να απαντηθεί και άνευ ενδιαφέροντος. Τα άτομα μεταβαίνουν από τη μια «κατάσταση» στην άλλη ανάλογα με την αναμενόμενη χρησιμότητα. Ο οικονομολόγος δίνει μεγαλύτερη σημασία στο ποιος μετακινείται και πότε. Θα απαντούσαν στο «πώς» λέγοντας: «επειδή έτσι πιστεύουν ότι είναι καλύτερα για αυτούς».

Περίληψη

Ξεκινήσαμε αυτό το κεφάλαιο εισάγοντας το αιρετικό ερώτημα της αξίας του επιχειρηματία. Ο Baumol (1990) ισχυρίζεται ότι η επιχειρηματικότητα μπορεί να είναι παραγωγική, μη παραγωγική ή καταστροφική. Επίσης, υποστηρίζει ότι είναι ανώφελο να προσπαθούμε να αλλάξουμε τη «νοοτροπία» των ατόμων γιατί πάντα θα υπάρχουν επιχειρηματίες. Σημασία

έχουν οι «κανόνες» κάτω από τους οποίους εκδηλώνεται η επιχειρηματικότητα. Εννοείται εμμέσως ότι οι κοινωνίες που παρέχουν κίνητρα ευνοϊκά για την παραγωγική επιχειρηματικότητα έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να παράγουν επιχειρηματίες οι οποίοι θα είναι χρήσιμοι στην κοινωνία.

Επίσης, στο κεφάλαιο αυτό διακρίναμε δύο προσεγγίσεις για την κατανόηση της επιχειρηματικότητας. Και οι δύο προσεγγίσεις συμφωνούν ότι η επιχειρηματικότητα εκδηλώνεται σε καταστάσεις ελλιπούς πληροφόρησης, όταν κάποια άτομα είναι σε θέση να εντοπίσουν, να αξιολογήσουν και να εκμεταλλευτούν ευκαιρίες για κερδοσκοπία που βασίζεται στην εξίσωση των τιμών (arbitrage), η οποία εκμεταλλεύεται είτε τη διαφοροποίηση των τιμών σε δύο διαφορετικές γεωγραφικά περιοχές είτε τη διαφορά των τιμών που προκύπτουν λόγω διαφορετικού χρόνου εμπορίας των μετοχών. Ο Casson (1982) ορίζει τον επιχειρηματία ως το άτομο που «ειδικεύεται στη λήψη αποφάσεων κατόπιν περίσκεψης για το συντονισμό σπάνιων πόρων». Η διαφορά των οικονομικών από τις οργανωσιακές προσεγγίσεις έγκειται στο ότι οι πρώτες βλέπουν συνήθως την επιχειρηματικότητα ως μία επιλογή μεταξύ άλλων στην αγορά εργασίας. Οι οργανωσιακές θεωρίες δίνουν πολύ μεγαλύτερη σημασία στους παράγοντες που επηρεάζουν τη λήψη των επιχειρηματικών αποφάσεων και προσπαθούν να κατονομάσουν τους γνωστικούς παράγοντες που επηρεάζουν αυτές τις επιλογές.

Ερωτήσεις για συζήτηση

- 1 Είναι πάντοτε επιθυμητή η επιχειρηματικότητα;
- 2 Κάτω από ποιες συνθήκες μπορεί να μην υπάρχουν «αρκετοί» επιχειρηματίες;
- 3 Αν θέλουμε να τονώσουμε την επιχειρηματικότητα, θα πρέπει να αλλάξουμε τις νοοτροπίες ή τους «κανόνες του παιχνιδιού»;
- 4 Δώστε παραδείγματα παραγωγικής, μη παραγωγικής και καταστροφικής επιχειρηματικότητας. Πώς θα μπορούσαν να ενισχύσουν την παραγωγική επιχειρηματικότητα οι υπεύθυνοι για τη χάραξη της οικονομικής πολιτικής;
- 5 Σε ποια σημεία διαφέρει η οργανωσιακή από την οικονομική προσέγγιση;
- 6 Έχουν οι επιχειρηματίες χαρακτηριστικά ή γνωστικές προκαταλήψεις που τους διαφοροποιούν από τους υπόλοιπους ανθρώπους;
- 7 Μπορούν να επιμορφωθούν άτομα για να γίνουν επιχειρηματίες;
- 9 Ποια είναι η καλύτερη προσέγγιση για την ερμηνεία της επιχειρηματικότητας – η οικονομική ή η οργανωσιακή;