

Εισαγωγή *Υπάρχει λόγος*



Υπάρχει σοβαρός λόγος για να διαβάσεις αυτό το βιβλίο. Πιο συγκεκριμένα, αν έχεις στόχο να αποκτήσεις τη δική σου μικρομεσαία επιχείρηση ή αν είσαι ήδη μικρομεσαίος επιχειρηματίας, το βιβλίο που κρατάς έχει γραφτεί για σένα.

Όπου ακούς μικρομεσαία επιχείρηση, εκεί βρίσκεται το χρήμα! Στην Αμερική, το 51% του φόρου εισοδήματος που αναλογεί σε όλη τη χώρα πληρώνεται από το 5% των φορολογουμένων. Με άλλα λόγια, είναι πολύ λίγοι εκείνοι που πληρώνουν πάρα πολλά! Απ' αυτούς, το 65% αποτελείται από ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων, των οποίων το μέσο κατά κεφαλήν εισόδημα ξεπερνά τα 400.000 δολάρια το χρόνο. Μιλάμε για πολλά λεφτά!

Σύμφωνα με τα επίσημα στατιστικά στοιχεία του κράτους, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στις Η.Π.Α. (μικρομεσαίες ονομάζονται όσες απασχολούν λιγότερους από πεντακόσιους εργαζομένους και μπορεί να είναι είτε ανώνυ-

μες εταιρείες είτε συνεταιρισμοί είτε ατομικές επιχειρήσεις) υπολογίζονται γύρω στα είκοσι πέντε εκατομμύρια. Ο πραγματικός αριθμός τους, όμως, είναι πολύ μεγαλύτερος. Οι παράνομες επιχειρήσεις, για παράδειγμα, δεν έχουν αριθμό μητρώου στην εφορία και για ισολογισμό ούτε λόγος. Σερβιτόροι, ταξιτζήδες, μικροπωλητές, κορίτσια κι αγόρια που μοιράζουν εφημερίδες, μεταφορείς, γκουβερνάντες, ζογκλέρ, ψιλικατζήδες, είναι όλοι τους μικρομεσαίοι. Από τις είκοσι πέντε εκατομμύρια μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι είκοσι εκατομμύρια απασχολούν λιγότερους από πενήντα εργαζομένους, ενώ στις δεκαεπτά εκατομμύρια εργάζονται δυο-τρεις υπάλληλοι μαζί με το αφεντικό. Ο μικρομεσαίος επιχειρηματίας είναι γνωστός και ως ατζέντης, επιχειρηματίας, κεφαλαιούχος, σύμβουλος, επενδυτής, εφευρέτης, έμπορος, συνέταιρος, εργολάβος, χειριστής, χειροπρακτικός, δικηγόρος, καλλιτέχνης, αρχιτέκτονας, τραπεζίτης, ξυλουργός, μηχανικός, μανάβης, κομμώτρια, μπογιατζής, υδραυλικός, εστίατορας.

Ο επιτυχημένος επιχειρηματίας βγαίνει σε πολλά... μεγέθη, σχέδια, χρώματα και διπλώματα. Μπορεί να είναι νέος ή ηλικιωμένος, άντρας ή γυναίκα, της πιάτσας ή από τζάκι. Δουλεύει πολύ, είναι παραγωγικός και βγάζει αρκετά ώστε να καλύπτει δάνεια και δίδακτρα. Σε κάθε περίπτωση, πάντως, είναι κύριος της μοίρας του.

Όπου ακούς μικρομεσαία επιχείρηση, εκεί βρίσκεται το χρήμα· εκεί και το μυαλό. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δημιουργούν όλες τις νέες θέσεις εργασίας κάθε χρόνο στην Αμερική. Οι μικρές επιχειρήσεις βγάζουν δεκατέσσερις φορές περισσότερες πατέντες απ' ό,τι οι επιχειρήσεις-κολοσσοί, οι οποίες ξοδεύουν υπέρογκα ποσά για έρευνα κι ανάπτυξη.

Όπου ακούς μικρή επιχείρηση, εκεί συμβαίνουν μεγάλα πράγματα. Ο μικρομεσαίος επιχειρηματίας κάνει τόσα σε μία μέρα όσα ο επικεφαλής πολυεθνικής σε ένα μήνα. Σε αντίθεση με τα υψηλόβαθμα στελέχη των μεγάλων εταιρειών, ο μικροεπιχειρηματίας αγοράζει, πουλάει, δανείζεται, χρεώνει, εισπράττει, αποπληρώνει, επενδύει, αλλάζει, ανακαινίζει, μαντεύει, αποφασίζει, ρισκάρει. Κι όλα αυτά σε καθημερινή βάση.

Ο ικανός μικρομεσαίος επιχειρηματίας –άντρας ή γυναίκα– ακόμα και στον ύπνο του ονειρεύεται πώς θα πληρώσει υπαλλήλους, προμηθευτές, τράπεζες, τι λύσεις θα δώσει, πώς θα κερδίσει περισσότερα, πώς θα τα βγάλει πέρα όσο καλύτερα μπορεί. Και κάθε πρωί βρίσκει τρόπο να πετύχει το στόχο του.

Μικρή επιχείρηση με μεγάλα κέρδη γίνεται; Ναι, γίνεται. Και για να παραφράσουμε τον Κάλβιν Κούλιτζ, «επιχείρηση στα αμερικάνικα σημαίνει μικρή επιχείρηση με μεγάλα κέρδη».

• I •

Μια απ' τα ίδια;



Ακούμε πολύ συχνά να λένε: «Μια από τα ίδια: τίποτα καινούργιο...» Συνήθως συμφωνούμε, αν κι η έκφραση αυτή, που υποτιμά την καινοτομία και τον ίδιο τον καινοτόμο, είναι απλώς δικαιολογία για να μη βάλουμε το μυαλό μας να δουλέψει. Είναι πέρα για πέρα λάθος να αφήνεις αυτό το σκεπτικό να σε σταματήσει.

Ολοκαίνουργιες ιδέες σαρώνουν κυριολεκτικά την αγορά κάθε τρεις και λίγο. Ο δρ Τζόνas Σαλκ έκανε πολύ καλά που πίστευε πως μπορούσε να βρει νέο τρόπο να θεραπεύσει την πολυομυελίτιδα, ανακαλύπτοντας έτσι το εμβόλιο κατά της νόσου.

Πολύ καλά κάνουν κι όσοι εξακολουθούν να ψάχνουν τρόπους καταπολέμησης άλλων ασθενειών και των αιτίων τους, όπως για παράδειγμα τα βακτήρια που προκαλούν σταφυλόκοκκο. Γιατί, άραγε, ο Τόμας Τζέφερσον κι ο Τζον Ανταμς δεν αντάλασαν τις ιδέες τους με e-mail ή δεν σήκωναν απλώς το ακουστικό, αντί να περιμένουν βδομάδες ολόκληρες να λάβουν γράμμα; Από πού νομίζεις

πως “δανείζονται” οι στιχουργοί τους στίχους τους κάθε φορά, από το γείτονα; Την επόμενη φορά, λοιπόν, που θέλεις να κλείσεις εισιτήρια με το αεροπλάνο, στείλε σήματα καπνού στον Ίκαρο, να δούμε πότε και πώς θα σου στείλει προσφορά.

Υπάρχουν άπειρα καινούργια προϊόντα, άπειροι νέοι τρόποι να πουλήσεις και να εξυπηρετήσεις τον πελάτη. Ο καφές υπήρχε αιώνες προτού τα Starbucks βρουν τον δικό τους, μοναδικό τρόπο να τον πουλάνε και να τον σερβίρουν. Πόσα και πόσα μπιμπερό δεν έχουν πέσει κάτω, προτού μια μαμά επινοήσει το μπιμπερό με χεράκια; Δημοπρασίες υπάρχουν πολλές, το Ebay, όμως, τις έβαλε on line και κέρδισε, όπως κι εκείνος που έβαλε ροδάκια στις βαλίτσες κι έγινε εκατομμυριούχος. Καθεμία απ’ αυτές τις απλές ιδέες έγινε επιχείρηση.

Αν νομίζεις πως βρήκες καλύτερο τρόπο να δώσεις στον πελάτη αυτό που θέλει, τότε πιθανώς έχεις δίκιο. Μην ακούς σχόλια του τύπου «κάτι μου θυμίζει αυτό» ή «περσινά ξινά σταφύλια». Κάτι τέτοια σκοτώνουν την καινοτομία. Εσύ μη δίνεις σημασία.

Για καινούργια πράγματα, νέες ιδέες και μεθόδους καιγονται –με σειρά προτεραιότητας– οι εξής: πελάτες, επιχειρηματίες, υπάλληλοι, προμηθευτές, εισοδηματίες, φορολογούμενοι, κοινωνία.

Τίποτα δεν είναι «μια απ’ τα ίδια». Μια ιδέα σου μπορεί να γίνει ολόκληρη μικρομεσαία επιχείρηση. Προχώρα, λοιπόν. Βάλ’ τη σε εφαρμογή. Τώρα, αν μπορείς! Και μετά τίποτα δεν θα ’ναι «μια απ’ τα ίδια» –για σένα τουλάχιστον.

• Π •

Η διαφορά ανάμεσα στο «όχι» και στο «ναι»



Η διαφορά βρίσκεται στο νόημα που έχουν αυτές οι μικρές λέξεις για τον μικρομεσαίο επιχειρηματία και για το μεγαλοκαρχαρία. Ο μικρομεσαίος με το «ναι» καταλαβαίνει εντάξει, υπέροχα, φύγαμε. Ο μεγαλοεπιχειρηματίας με το «όχι» καταλαβαίνει άσ' το καλύτερα, κάποια άλλη φορά, ξέχνα το. Η διαμετρικά αντίθετη επίδραση που ασκούν δύο τόσο μικρές λέξεις στον μικρομεσαίο επιχειρηματία και το μεγαλοεπιχειρηματία είναι καθοριστικής σημασίας.

Το “κεφάλι” της επιχείρησης μπορεί να ακούσει εκατό φορές «ναι», μία φορά «όχι» και να κάνει πίσω. Ο μικρομεσαίος, αντιθέτως, αν ακούσει εκατό «όχι» κι ένα «ναι», προχωράει ακάθεκτος.

Πολλές καλές ιδέες κυκλοφορούν συνήθως στους διαδρόμους των μεγάλων εταιρειών. Να ψάχνεις για ιδέες που οι μεγάλοι είτε απορρίπτουν είτε αγνοούν είτε, πολλές φορές, ούτε καν θέλουν να σκεφτούν. Τη δεκαετία του '70,

ένας μεγαλοεισαγωγέας αρνήθηκε να εισάγει στις Η.Π.Α. εμφιαλωμένο νερό. «Ποιος θα πει νερό από μπουκάλι, ενώ μπορεί να πει από τη βρύση; Και μάλιστα, νερό με φυσαλλίδες!» είπε κερδίζοντας μια θέση στην ιστορία ως ο χαζός που είπε όχι στο Perrier, το Evian και το Pellegrino. Ο μικρομεσαίος επιχειρηματίας, από την άλλη, που έλαβε υπόψη την τεράστια κατανάλωση που είχαν ανάλογα προϊόντα στην Ευρώπη, καθώς και τις ευρωπαϊκές ρίζες πολλών Αμερικανών, έπιασε την καλή κι έγινε μεγάλος και τρανάς.

Ο Τόμας Γκολιζάνο, ιδρυτής της Paychex, μιας άκρως επιτυχημένης εταιρείας μισθοδοσίας και λογιστικής που προσφέρει υπηρεσίες σε επιχειρήσεις με προσωπικό κάτω των πενήντα ατόμων, παρουσίασε αρχικά την ιδέα στους εργοδότες του, αλλά σκόνταψε στην άρνησή τους. «Δεν βρίσκω και τόσο καλή την ιδέα σου», ήταν η απάντηση του διευθυντή. Σήμερα η Paychex εμφανίζει ετήσιο τζίρο σε πωλήσεις πάνω από ένα δισεκατομμύριο δολάρια και τα κέρδη της αυξάνονται συνεχώς.

Οι μεγάλες εταιρείες βρίθουν από ανθρώπους που σκοντάφουν σε «όχι». Στις μεγάλες εταιρείες ακούς πολλά για καινοτομίες, αλλά λίγα γίνονται. Αν εργάζεσαι σε μια τέτοια επιχείρηση, έχει τα μάτια σου δεκατέσσερα. Κυκλοφορούν πολλές ιδέες που θα έκαναν μια μικρομεσαία επιχείρηση να ανθίσει.

• III •

Αυτό το είχες σκεφτεί;



Παρακάτω θα βρεις αρκετές ιδέες για να αρχίσεις, καθώς και ευκαιρίες που θα μπορούσαν να αποδειχτούν χρήσιμες για σένα και την επιχείρησή σου.

1. Κοιτάξου στον καθρέφτη. Τι κάνεις καλά; Από 'κει θα ξεκινήσεις για να βγάλεις λεφτά.
2. Επιστροφή στις ρίζες. Μπορείς να αναλάβεις την οικογενειακή επιχείρηση;
Ή, ακόμα, να δουλέψεις σ' αυτή, να μάθεις ό,τι μπορείς και κατόπιν να δημιουργήσεις κάτι δικό σου;
3. Τι γίνεται με την εταιρεία στην οποία εργάζεσαι; Υπάρχουν ανάγκες στην αγορά που δεν καλύπτει κι αν ναι, μπορείς να στήσεις μια επιχείρηση γύρω απ' αυτές;
4. Δίνε σημασία στις ιδέες που απορρίπτονται στην εταιρεία όπου δουλεύεις. Πολύ συχνά γίνονται μαγιά για μια μικρομεσαία επιχείρηση.
5. Να ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στο χώρο του franchise. Γίνε μέλος μιας αλυσίδας franchise ή

δημιούργησε μια εταιρεία σε κάποιον ραγδαία αναπτυσσόμενο τομέα της αγοράς –για παράδειγμα, γυμναστήρια για κυρίες άνω των 30 ετών. Με το franchise σου δίνονται πάμπολλες ευκαιρίες.

6. Τα έθνικα προϊόντα είναι πολύ στη μόδα. Βρες τι χρειάζονται οι μετανάστες της περιοχής σου.

Τι ψωνίζουν στην πατρίδα τους που δεν υπάρχει στη δική σου; Ψάξ' το, βρες το, μάθε τη γλώσσα τους και πούλησέ το.

7. Οι υπηρεσίες υγείας γίνονται απαραίτητες και εξελίσσονται, καθώς ανεβαίνει το όριο ηλικίας.

8. Να παρακολουθείς στην τηλεόραση εκπομπές επαγγελματικού προσανατολισμού, π.χ. για μαστορέματα, διακόσμηση ή κηπουρική. Τέτοιες εκπομπές δείχνουν τις πιο δημοφιλείς τάσεις, παρουσιάζοντας συχνά πολλές και καλές ιδέες: «αναλαμβάνουμε να τακτοποιήσουμε την αποθήκη ή το γκαράζ σας» και «τη διαμόρφωση του κήπου σας on line», «διευθετούμε τις καθημερινές σας υποχρεώσεις προς το δημόσιο, τις τράπεζες, τους οργανισμούς, αν είστε πολυάσχολοι ή ταξιδεύετε συχνά» ή, ακόμα, και «οργανώνουμε τη ζωή σας».

9. Γίνε ιδιοκτήτης της επιχείρησης στην οποία εργάζεσαι. Μπορείς είτε να εξαγοράσεις κεφάλαια είτε να αναλάβεις τη διοίκηση.

10. Λογιστές, νομικοί, χρηματοοικονομικοί αναλυτές, σύμβουλοι, καθώς κι οι μικρές αγγελίες προσφέρουν πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με επιχειρήσεις που πωλούνται.

11. Βλέπεις εκείνη την επιχείρηση; Μπορείς εσύ να

στήσεις μια παρόμοια, αλλά καλύτερη; Ή, πάλι, εκείνη η επιχείρηση που πρόσεξες στο εξωτερικό, υπάρχει στην πατρίδα σου; Κι αν όχι, πόσο θα “πουλούσε” κάτι ανάλογο στη χώρα σου;

12. Υλοποίησε μια παλιά σου ιδέα, κάτι που γυριζει στο μυαλό σου εδώ και καιρό, από τότε που πήγαίνες σχολείο.

• IV •

Η συνταγή της επιτυχίας για τον μικρομεσαίο επιχειρηματία



Αρχικά, και για να 'χεις σίγουρη την επιτυχία, πρέπει:

1. Να γράφεις σε μια σελίδα τους λόγους για τους οποίους πιστεύεις ότι η επιχείρησή σου θα είναι πετυχημένη. Διάβασέ τους σε άτομα ηλικίας από 5 έως 85 ετών κι αν πιάσουν το νόημα, τότε θα πιάσεις κι εσύ την καλή. (Δες το μοντέλο που περιγράφεται στο κεφάλαιο XLIV)
2. Να έχεις λίγο-πολύ εξασφαλίσει πελατεία.
3. Να υπολογίσεις με ποιο τρόπο τα έσοδα θα καλύψουν το κόστος λειτουργίας. (Κεφάλαια XLV και XLVI)
4. Να κάνεις έρευνα αγοράς. (Κεφάλαιο XLVII)
5. Να βρεις ποιος είναι ο μικρότερος αριθμός πελατών που μπορείς να έχεις ή το κατώτερο όριο των εσόδων που θα σου αφήσουν κέρδος.
6. Να βρεις τον τρόπο με τον οποίο θα εντοπίσεις, θα προσελκύσεις, θα κερδίσεις και θα κρατήσεις τον πελάτη.

7. Να ψάξεις (στην τσέπη σου) να βρεις πόσο κεφάλαιο χρειάζεσαι για να αρχίσεις και για να συνεχίσεις.
8. Να μάθεις από πριν τους λόγους για τους οποίους κάποιος θα θελήσει να σε χρηματοδοτήσει.
9. Να γνωρίζεις σε τι διαφέρει αυτό που πουλάς απ' οτιδήποτε ανάλογο κυκλοφορεί στην αγορά, φροντίζοντας να το μάθουν κι οι πελάτες σου.
10. Να μάθεις καλά πώς θα παρέχεις την υπηρεσία ή το προϊόν σου.
11. Να ξέρεις τι ανθρώπους θα χρειαστείς και να οργανώσεις την πρόσληψή τους.
12. Να βρεις πού θα στήσεις την επιχείρησή σου.
13. Να επιλέξεις επωνυμία που να της ταιριάζει.
14. Να ανασκουμπωθείς και να ανοίξεις πανιά για την... αγορά.
15. Και, το πιο σημαντικό, να γίνεις, αν δεν είσαι ήδη, “βροχοποιός” της επιχείρησής σου. Άρχισε να πουλάς και μη σταματάς με τίποτα.

• V •

Ουδέν παραγωγικότερον του ταλέντου



Αν κάποιος πασχίζει να κατασκευάσουν μια μηχανή του γκαζόν η οποία να δουλεύει με ηλιακή ενέργεια, είναι ενδεικτικό πως υπάρχει ζήτηση. Αν είναι πολλοί εκείνοι που προσπαθούν να μπουν στη Νομική ή να φτιάξουν λογισμικό σημαίνει πως υπάρχει αντίστοιχη αγορά. Αν κάτι, λοιπόν, έχει ζήτηση κι εσένα σου βγαίνει φυσικά κι αβίαστα, σου είναι εύκολο ενώ οι άλλοι δυσκολεύονται, τότε κάν' το και μην το σκέφτεσαι. Θα βγάλεις λεφτά κι αυτό επειδή θα καλύψεις την ανάγκη του πελάτη σου, πλεονεκτώντας έναντι των ανταγωνιστών σου. Για παράδειγμα, αν είσαι καλός κειμενογράφος, θα μπορούσες να φτιάξεις διαφημιστική εταιρεία ή να προσφέρεις τις υπηρεσίες σου ως ελεύθερος επαγγελματίας έναντι αδρής αμοιβής. Αν το ταλέντο σου είναι να ξετρυπώνεις... λαγούς (με ή χωρίς πετραχήλια), μπορείς να προσφέρεις τις υπηρεσίες σου σε κυνηγούς. Αν είσαι ιδιαίτερα οργανωτικός τύπος, θα έκανες θαύματα στη διοργάνωση δεξιώσεων ή στη διεύθυνση