

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ
ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΤΟΥ ΕΟΜΕΧΧ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ:
ΣΤΑΣΙΝΟΥ ΟΛΓΑ - ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ
ΤΣΟΥΚΑΛΑ - ΚΟΥΛΑ ΕΛΕΝΗ**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ:
ΑΛΕΞΟΠΟΥΛΟΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ**

ΠΑΤΡΑ 2011

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΜΕΡΟΣ Α

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1.1 Εισαγωγή στο εξεταζόμενο ζήτημα	8
1.2 Ερωτήματα προς διερεύνηση	9
1.3 Σύντομη περιγραφή μεθοδολογίας	9

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1 Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη	11
2.2 Επιχειρηματικότητα και Απασχόληση	12
2.3 Ο Ρόλος του Κράτους στην Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας	13
2.4 Επιχειρηματικότητα και νέοι	14
2.5 Δεξιότητες & Προσωπικά χαρακτηριστικά	15
2.6 Ο ρόλος της παιδείας στην επιχειρηματικότητα	16
2.7 Κοινωνικές επιχειρήσεις και νεανική επιχειρηματικότητα	17

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ

3.1 Τι συμβαίνει με την Επιχειρηματικότητα σε Διεθνές Επίπεδο	22
3.2. Τα Βασικά συμπεράσματα μελετών για την Διεθνή	23
3.3. Διεθνής επιχειρηματική κουλτούρα	28
3.4 Ο Προσανατολισμός των Επιχειρήσεων στη Διεθνή Αγορά	29
3.5. Ο Ρόλος της Καινοτομίας στο Διεθνές Επιχειρηματικό Πλαίσιο	29

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΝΕΩΝ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ** –

4.1 Μύθοι και προκαταλήψεις για την επιχειρηματικότητα	32
4.2 Το τοπίο της σύγχρονης επιχειρηματικότητας	35
4.3 Ο επαγγελματικός προσανατολισμός	36
4.4 Τι σημαίνει ‘επιχειρηματικότητα’	36
4.5 Η επιχειρηματικότητα ως επαγγελματική επιλογή των νέων στη χώρα μας	38

4.6 Καλές Πρακτικές & Προγράμματα για την ανάπτυξη της νεανικής επιχειρηματικότητας και τη σύνδεση σχολείου-επιχειρήσεων	39
4.7 Επιχειρηματικότητα στον Κόσμο	40
4.7.1 Βρετανία	41
4.7.2 Γερμανία	41
4.7.3 Φιλανδία	41
4.7.4 Δανία	42
4.7.5. Ολλανδία	42
4.7.6. Γαλλία	42
4.7.7. Βέλγιο	43
4.7.8. Σουηδία	43
4.7.9. Πορτογαλία	43
4.7.10. Στην Αμερική	43
4.7.11. Στην Σκωτία	45

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ - ΦΟΡΕΙΣ - ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΒΟΗΘΟΥΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

5.1. Γενικά για τα προγράμματα και τους φορείς	48
5.2. Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας	49
5.3. Σκοποί και Στόχοι των Θυρίδων Ν.Ε.	50
5.4 Παρατηρητήριο επιχειρηματικότητας	51
5.5 Ανάπτυξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας και της προσαρμοστικότητας των νέων	52
5.6 Προγράμματα επιχειρηματικότητας στην ανώτατη εκπαίδευση	52
5.7 Επιχειρησιακό πρόγραμμα ανταγωνιστικότητας	53
5.8 Πρόγραμμα ενίσχυσης νεανικής επιχειρηματικότητας (δράση 2.8.1)	55
5.9. Ελληνικός Οργανισμός Μικρομεσαίων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (Ε .Ο.Μ.Μ.Ε .Χ .)	55

ΜΕΡΟΣ Β

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑΤΙ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1. ΓΙΑΤΙ ΝΕΑ ΜΕΛΕΤΗ	59
2. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑΣ	59
3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	62
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	83
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	87
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	89
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	100

ΠΙΝΑΚΑΣ ΓΡΑΦΙΚΩΝ

Γράφημα 1.. (φύλο έρευνας) σελ. 62

Γράφημα 2.. (Ηλικία έρευνας) σελ. 62

Γράφημα 3.. (Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσής σας (σπουδές που έχετε ολοκληρώσει);) σελ. 63

Γράφημα 4.. (Κατάσταση απασχόλησης) σελ. 64

Γράφημα 5.. Ποιες είναι οι γνώμη σας για το μέλλον. (ταξινομήστε τις απαντήσεις σύμφωνα με την γνώμη σας) σελ. 65

Γράφημα 6.. Ποσό σας απασχολεί το φάσμα της ανεργίας σελ. 66

Γράφημα 7.. Ποιο μέσο ενημέρωσης εμπιστεύεστε ποιο πολύ για την ενημέρωσή σας σελ. 67

Γράφημα 8.. Ποιους από τους παρακάτω θεσμούς εμπιστεύεστε ; σελ. 67

Γράφημα 9.. Κατά τη γνώμη σας ποιο είναι το πιο σημαντικό πρόβλημα στην χώρα μας σήμερα. Σελ. 72

Γράφημα 10.. Κατά τη γνώμη σας πόσο σημαντικά είναι τα ακόλουθα χαρακτηριστικά για την επιτυχία ενός επιχειρηματία; Σελ. 73

Γράφημα 11.. Τελικά θα αποφασίζατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά; Σελ. 77

Γράφημα 12.. Θεωρείτε ότι οι σπουδές σας σας παρέχουν αρκετά εφόδια για τη δημιουργία μιας επιχείρησης; Σελ. 80

Γράφημα 13.. Στο στενό οικογενειακό σας περιβάλλον υπάρχουν επιχειρηματίες; Σελ. 80

Γράφημα 14.. Ποια είναι η γνώμη σας για το πρόγραμμα νεανικής επιχειρηματικότητας του EOMMEX. Σελ. 82

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.. Έχεις ή είχες κατά τον τελευταίο χρόνο σχέση με τα είδη συλλόγων που θα σου διαβάσω; Τι είδους σχέση . σελ. 68

Πίνακας 2.. Σε ποιες από τις παρακάτω δραστηριότητες θα ήθελες να συμμετάσχεις ως εθελοντής χωρίς αμοιβή; Σελ. 69

Πίνακας 3.. Αξιοπιστία – Δυσπιστία έναντι πολιτικών, κομμάτων, κυβερνήσεων. Σελ. 71

Πίνακας 4.. Για ποιο λόγο θα αποφασίζατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά; Σελ. 74

Πίνακας 5.. Για ποιο λόγο θα διστάζατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά; Τι φοβάστε πιο πολύ; Σελ. 75

Πίνακας 6.. Τι είναι το πιο σημαντικό που θα θέλατε να σας προσφέρει το επάγγελμα σου; Τι το δεύτερο πιο σημαντικό; Σελ. 76

Πίνακας 7.. Ποια η στάση του περιβάλλοντός σας σε σχέση με την επιχειρηματικότητα και ιδιαίτερα στο ενδεχόμενο δημιουργίας μιας επιχείρησης από εσάς; Σελ. 79

Πίνακας 8.. Ποιους από τους φορείς ή θεσμούς γνωρίζεις; Σελ. 81

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η ανά χείρας πτυχιακή αποτελεί το μελέτη σχετικά με την νεανική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και ποιο συγκεκριμένα για την ευρύτερη περιοχή του νομού Αχαΐας και αποσκοπεί στην καταγραφή των τάσεων Νεανικής Επιχειρηματικότητας και την προτάσεις για μελλοντικές έρευνες .

Για την δημιουργία της χρειάστηκε να γίνει έρευνα σε νέους και νέες διαφορών ηλικιών , με την βοήθεια των οποίων βγήκαν αρκετά συμπεράσματα για το πώς αντιμετωπίζουν οι νέοι του σήμερα το μέλλον τους.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον η συνεχώς αυξανόμενη ένταση του ανταγωνισμού αποτελεί το κυριότερο και βασικότερο χαρακτηριστικό στοιχείο. Οι ελληνικές επιχειρήσεις βρίσκονται αντιμέτωπες με πολλές προκλήσεις, καθώς θα πρέπει να βελτιώσουν την επιχειρηματικότητα και ανταγωνιστικότητά τους. Η ενιαία πλέον αγορά φέρνει σε άμεση σύγκριση την ποιότητα οργάνωσης, λειτουργίας και προϊόντων-υπηρεσιών των ελληνικών επιχειρήσεων έναντι των εταίρων τους αλλά και των γειτονικών τους χωρών. Σε όλους τους κλάδους παρατηρείται έντονο το φαινόμενο ξένων ανταγωνιστών, με ποιοτικά προϊόντα και ανταγωνιστικές τιμές. Το γεγονός αυτό αποτελεί τη βασικότερη απειλή για τους Έλληνες επιχειρηματίες.

Ζούμε μια μεταβατική εποχή, που καθορίζεται από τις τεράστιες τεχνολογικές εξελίξεις, τη διεθνοποίηση των αγορών και της γνώσης και την ευκολότερη επικοινωνία των κατοίκων ολόκληρης της Γης σε όλους τους τομείς δραστηριοτήτων τους. Όροι, όπως παγκοσμιοποίηση, συγχωνεύσεις εταιριών, αυξομειώσεις στα μεγέθη των επιχειρήσεων, τεχνολογική πρόοδος, περιγράφουν ποικίλες δυνάμεις στην αγορά εργασίας, οι οποίες μεταβάλλουν τους παραδοσιακούς κανόνες που επί χρόνια έχουν ρυθμίσει την επαγγελματική μας ζωή. Τα νέα τεχνολογικά μέσα μεταβάλλουν ριζικά τον τρόπο διάδοσης των επιστημονικών γνώσεων και των πληροφοριών, επηρεάζοντας, έτσι, και την οργάνωση της εκπαίδευσης, της εργασίας, της παραγωγής και γενικότερα την ανάπτυξη των ανθρώπινων πόρων. Όσο πιο περίπλοκα γίνονται τα εργασιακά περιβάλλοντα και τα καθήκοντα των εργαζομένων, τόσο περισσότερα και υψηλότερα προσόντα απαιτούνται για την εκτέλεσή τους. Όμως, η παραγωγή αγαθών, πληροφοριών και υπηρεσιών στηρίζεται όλο και περισσότερο στη γνώση και στη διαχείριση τους από τον άνθρωπο. Το ζητούμενο, λοιπόν, είναι η παραγωγή υψηλού επιπέδου ανθρώπινου δυναμικού, που θα μπορεί να παρακολουθήσει επιτυχώς τις εξελίξεις της τεχνολογίας και της επιστήμης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ****1.1 Εισαγωγή στο εξεταζόμενο ζήτημα**

Κυριότερος στόχος της πτυχιακής μας είναι η πληρέστερη χαρτογράφηση και ανάδειξη των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών, στάσεων, πεποιθήσεων και προβλημάτων της ελληνικής νεολαίας, όπως καταγράφονται στον παρόντα χρόνο καθώς και πως το πρόγραμμα της νεανικής επιχειρηματικότητας του EOMMEX επηρεάζει την τοπική ανάπτυξη. Το βάρος πέφτει εδώ στη μεγαλύτερη κατανόηση και γνώση της νεολαίας ιδίως όσον αφορά παραμέτρους άμεσης προτεραιότητας όπως η συμμετοχή, η ενημέρωση και οι εθελοντικές δραστηριότητες. Κατά δεύτερο λόγο, η βελτίωση της γνώσης για τις ανησυχίες των νέων, μέσα από την κατάλληλη επιστημονική προσέγγιση και την ενδεδειγμένη μεθοδολογία, δεν μπορεί παρά να αποτελεί κατεξοχήν κοινωνική υπηρεσία και πολιτική προτεραιότητα: συμβάλλει στην αυτογνωσία και τον αναστοχασμό της ίδιας της ελληνικής κοινωνίας για ζητήματα και θεματικές που αφορούν ένα από τα πιο δυναμικά κομμάτια της. Τρίτον, η παραγόμενη γνώση στοχεύει στην παροχή εξειδικευμένων και έγκυρων στοιχείων τα οποία αναμένεται να διευκολύνουν το σχεδιασμό ποικίλων παρεμβάσεων εκ μέρους των υπεύθυνων ευρωπαϊκών και εθνικών φορέων (όπως ο EOMMEX) που θα ενισχύουν την ενεργό συμμετοχή και ένταξη των νέων πολιτών στο εθνικό και ευρωπαϊκό γίγνεσθαι.

Η έρευνα σχεδιάστηκε έτσι ώστε, αφενός, να αξιοποιηθούν – σε μια συγκριτική προοπτική – τα αποτελέσματα των προγενέστερων ερευνητικών προγραμμάτων για την ελληνική νεολαία, όπως και οι συναφείς διεθνείς έρευνες. Αφετέρου, για να δοκιμαστούν εναλλακτικές μεθοδολογικές, θεωρητικές και ερμηνευτικές προτάσεις που δεν έχουν άλλοτε εφαρμοσθεί στην κοινωνική έρευνα της ελληνικής νεολαίας. Ειδικότερα, αναπτύχθηκε σε δυο διακριτές αλλά συναφείς διαστάσεις: (1) Ποσοτική-δειγματοληπτική έρευνα (2) Ποιοτική έρευνα . Οι υποθέσεις εργασίας και τα ερευνητικά αποτελέσματα υποστηρίχθηκαν από παλαιότερες αλλά σύγχρονες θεωρήσεις της «νεολαίας» ως έννοιας των κοινωνικών επιστημών αλλά και ως μεταβαλλόμενη κοινωνική πραγματικότητα, η οποία σήμερα εξελίσσεται εντός του πλαισίου της μετα-νεωτερικότητας και «της κοινωνίας της διακινδύνευσης».

1.2 Ερωτήματα προς διερεύνηση

Μέσα από την πτυχιακή αυτή θα προσπαθήσουμε να απαντήσουμε σε μερικά βασικά ερωτήματα που απασχολούν τους νέους σήμερα καθώς και το τι θα ήθελαν να αλλάξει έτσι ώστε να μπορούν ποιο εύκολα να δραστηριοποιηθούν στον επαγγελματικό τομέα και στην δημιουργία δικής τους επιχείρησης

Το βασικό μας ερώτημα που θα προσπαθήσουμε να απαντήσουμε είναι πως το EOMMEX με την δράση του μπορεί να βοηθήσει τους νέους σήμερα να αποκτήσουν μια δική τους επιχείρηση και να μπορέσουν έτσι να κάνουν πράξη όλα αυτά που είχαν σαν στόχους και προσδοκίες όταν ξεκινούσαν την μαθησιακή τους σταδιοδρομία

Όπως θα φανεί και από την έρευνα που έχουμε κάνει οι νέοι σήμερα αντιλαμβάνονται τα πραγματικά διαφορετικά ο καθένας , βασιζόμενη στις αρχές και τα πιστεύω που έχουν καταρχάς πάρει από τις οικογένειες τους αλλά και από δικά τους βιώματα

Επίσης μέσα από συνεντεύξεις που έχουν γίνει με επιχειρηματίες της περιοχής να δούμε ποια είναι η γνώμη τους για το πρόγραμμα του EOMMEX και ποσό θεωρούν ότι μπορεί να βοηθήσει κάποιον που θελει να κάνει μια δική του επιχείρηση.

1.3 Σύντομη περιγραφή της μεθοδολογίας

Στην πρώτη φάση της μελέτης μας ακολουθήθηκε η διεθνώς αποδεκτή για έρευνες αυτού του τύπου εμπειρική μεθοδολογία με την τεχνική του ερωτηματολογίου. Σχεδιάστηκε λοιπόν και έλαβε χώρα ποσοτική-δειγματοληπτική έρευνα σε αντιπροσωπευτικό δείγμα. Η ποσοτική έρευνα κάλυψε το επιχειρήσεις της ευρύτερης περιοχής του Νομού Αχαΐας. Το μέγεθος του δείγματος ανήλθε σε 75 νέους που επιμερίζονται σε τρεις ηλικιακές κατηγορίες: 15-17, 18-24 και 25-29 ετών.

Σε μια δεύτερη φάση διενεργήθηκαν 10 ανοικτές συνεντεύξεις . Η ποιοτική ερευνητική κατεύθυνση καλύπτει σημαντικά την προαναφερθείσα αδυναμία της μεθόδου του ερωτηματολογίου. Η επιλογή ενός αριθμού υποκειμένων (από το αρχικό συνολικό δείγμα) για βαθύτερη ποιοτική διερεύνηση έχει τη δυνατότητα να φέρει στο φως τον ίδιο τον λόγο των ερωτώμενων και να αποτυπώσει έτσι επαρκέστερα τις θεμελιώδεις διεργασίες που υποφώσκουν στα ποσοτικά ευρήματα, αναδεικνύοντας επίσης αντιφάσεις, ανησυχίες και συγκρούσεις, οι οποίες

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ακριβώς επειδή δεν είναι εύκολα προσβάσιμες στη συνείδηση, σπανίως αντανακλώνται στις κλειστές απαντήσεις του ερωτηματολογίου. Ειδικότερα, στις 10 συνεντεύξεις συμμετείχαν άτομα και από τις τρεις διαφορετικές ηλικιακές κατηγορίες και από τα δύο φύλα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ****2.1 Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη**

Είναι κοινός τόπος ότι στη σύγχρονη διεθνή οικονομική πραγματικότητα, η επιχειρηματικότητα αποτελεί το βασικό παράγοντα ανάπτυξης. Η επιχειρηματική δραστηριότητα, που στηρίζεται στις αρχές που περιέγραψα παραπάνω, αποτελεί σήμερα τη μοναδική οδό για βιώσιμη, διατηρήσιμη, και ισόρροπη ανάπτυξη. Στο πρόσφατο παρελθόν, η ιδιωτική επιχειρηματική δραστηριότητα αντιμετώπιζονταν σαν οικονομικό κακό, κυρίως λόγω της ύπαρξης κερδών από τις επιχειρήσεις. Σήμερα, που η έννοια του επιχειρηματικού οφέλους έχει πλέον αποδαιμονοποιηθεί, μπορούμε να διεξαγάγουμε ένα γόνιμο και αποδοτικό διάλογο για την αναπτυξιακή διάσταση της επιχειρηματικότητας.

Όλα τα παραδείγματα των ώριμων και ανεπτυγμένων οικονομιών καταδεικνύουν ότι ο βασικός μοχλός οικονομικής μεγέθυνσης υπήρξε η ιδιωτική επιχειρηματική πρωτοβουλία. Ο ιδιωτικός τομέας της οικονομίας ήταν αυτός που έκανε επενδύσεις και οι ιδιωτικές επιχειρήσεις ήταν, και είναι, αυτές που παρέχουν το μεγαλύτερο μέρος των νέων θέσεων εργασίας.

Είναι κοινά αποδεκτό ότι οι σύγχρονες οικονομίες αναπτύσσονται οικονομικά με τη διενέργεια επενδύσεων. Οι επενδύσεις δημιουργούν αφ' ενός συνθήκες αυξημένης συνολικής ζήτησης και αφ' ετέρου δημιουργούν συνθήκες αύξησης της προσφοράς, ιδιαίτερα όταν είναι προσανατολισμένες στην άνοδο της παραγωγικότητας. Σήμερα, σε μία εποχή που χαρακτηρίζεται από νομισματική σταθερότητα και χαμηλούς ρυθμούς πληθωρισμού, οι επενδύσεις αποδεικνύονται ιδιαίτερα ωφέλιμες και προσοδοφόρες για ολόκληρο το κοινωνικό σύνολο. Σήμερα, θεωρείται αδιανόητο μία επιχείρηση να μην υιοθετεί τις νέες τεχνολογίες προκειμένου να καταστεί λιγότερο κοστοβόρα και περισσότερο ανταγωνιστική. Πριν μερικά χρόνια όμως αυτή η εξέλιξη φάνταζε περίπου σενάριο επιστημονικής φαντασίας.

Κρίσιμο ρόλο σ' αυτήν την εξέλιξη διαδραμάτισε η άνοδος της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης, της επιχειρηματικότητας. Αυτό συνέβη γιατί στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον παρατηρείται μία ραγδαία άνοδος του τομέα των υπηρεσιών. Οι οικονομίες σήμερα χαρακτηρίζονται ώριμες και ανεπτυγμένες όταν ο τομέας των υπηρεσιών

υπερβαίνει το 70% περίπου της οικονομικής δραστηριότητας. Αυτό δε σημαίνει ότι οι ανεπτυγμένες οικονομίες διανύουν περίοδο αποβιομηχάνισης. Αντίθετα, η σύγχρονη βιομηχανία είναι ο τομέας των υπηρεσιών, από το τραπεζικό σύστημα μέχρι τις υπηρεσίες κοινωνικής αρωγής. Το γνωστό outsourcing είναι το πιο διαδεδομένο παράδειγμα της μεταβολής που συντελείται στις σύγχρονες οικονομίες.

2.2 Επιχειρηματικότητα και Απασχόληση

Λόγω του κρίσιμου ρόλου της επιχειρηματικότητας στην οικονομική ανάπτυξη, είναι ευνόητο ότι η επιχειρηματικότητα έχει πρωτεύοντα ρόλο και στην αύξηση της απασχόλησης. Στο σημείο αυτό θα θέλαμε να τονίσουμε ένα ιδιαίτερα σημαντικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας. Συνήθως, όταν γίνεται αναφορά στον όρο επιχειρηματικότητα, ο νους των περισσότερων πηγαίνει στις μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτό είναι λάθος. Η επιχειρηματικότητα αναφέρεται κυρίως στις ΜμΕ. Οι μεγάλες επιχειρήσεις διαθέτουν μόνο ένα από τα τρία χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει μια επιχείρηση. Αντίθετα, οι ΜμΕ διαθέτουν και τα τρία χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας: Την τεχνογνωσία, την καινοτομία, και την ευελιξία. Ιδίως η καινοτομία και η ευελιξία είναι χαρακτηριστικά που μόνο οι ΜμΕ διαθέτουν. Κατά συνέπεια, η τόνωση της επιχειρηματικότητας σημαίνει τόνωση των ΜμΕ.

Το συμπέρασμα αυτό είναι σημαντικό, γιατί οι ΜμΕ είναι ο βασικός παράγοντας της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας. Περίπου το 90% των νέων θέσεων εργασίας δημιουργούνται από τις ΜμΕ. Πιο σημαντικό επίσης είναι το γεγονός ότι αν συνυπολογισθούν όλες οι παράμετροι αμοιβής της εργασίας, οι αμοιβές στις ΜμΕ είναι καλύτερες από αυτές στις μεγάλες επιχειρήσεις, αν και κατά τεκμήριο χαμηλότερες σε ύψος. Κατά συνέπεια, η επιχειρηματικότητα, και ιδίως η ενθάρρυνση της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης των ΜμΕ, αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την άσκηση μιας πραγματικά αναπτυξιακής πολιτικής απασχόλησης.

Πολλές φορές, και σε αρκετές χώρες, διεξάγεται συζήτηση για τις αρνητικές συνέπειες του ανταγωνισμού, του διεθνούς πλέον ανταγωνισμού. Η συζήτηση αυτή τίθεται σε λάθος βάση. Ο ανταγωνισμός ποτέ δεν είναι βλαπτικός, ιδίως όταν σε μία αγορά δραστηριοποιούνται ΜμΕ. Αντίθετα, η ένταση του ανταγωνισμού οδηγεί στην αύξηση της καινοτομίας και της ευελιξίας των επιχειρήσεων, με

τελικό αποτέλεσμα τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων προϊόντων και υπηρεσιών. Η τόνωση της επιχειρηματικότητας καθιστά την λειτουργία των αγορών πιο αποτελεσματική και τη συνολική οικονομική λειτουργία ενός κράτους περισσότερο αποδοτική.

2.3 Ο Ρόλος του Κράτους στην Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας

Σ' αυτά τα πλαίσια, καθίσταται εμφανές ότι ο ρόλος του κράτους είναι πολύ σημαντικός για την τόνωση της επιχειρηματικότητας, και ιδίως των ΜΜΕ. Σε γενικές γραμμές, το κράτος οφείλει να δημιουργεί ανταγωνιστικές συνθήκες λειτουργίας των αγορών, να αίρει τα εμπόδια εισόδου νέων επιχειρήσεων στις αγορές καταλύοντας τα επενδυτικά αντικίνητρα και τις γραφειοκρατικές αγκυλώσεις, και να παρέχει ένα σταθερό μακροοικονομικό περιβάλλον μέσα στο οποίο η ιδιωτική επιχειρηματική δραστηριοποίηση θα προάγεται και δε θα τιμωρείται.

Όπως γνωρίζετε, οι συνθήκες αυτές δεν πληρούνταν μέχρι σήμερα. Όμως, η κυβέρνησή είναι αποφασισμένη να προχωρήσει στην ενδυνάμωση της οικονομικής ανάπτυξης μέσω της τόνωσης της επιχειρηματικότητας και της ουσιαστικής ενίσχυσης των ΜΜΕ. Για την επίτευξη αυτού του σκοπού η κυβέρνησή δίνει ιδιαίτερη έμφαση σε δύο νομοθετικές πρωτοβουλίες, στο νέο φορολογικό νομοσχέδιο και στον νέο αναπτυξιακό νόμο.

Το φορολογικό νομοσχέδιο αποτελεί πολιτική δράση πρώτης γραμμής. Εξορθολογίζει το φορολογικό σύστημα, ενώ ταυτόχρονα αποτελεί βασικό μοχλό άσκησης αναπτυξιακής οικονομικής πολιτικής. Ενισχύεται η επενδυτική δραστηριότητα του ιδιωτικού τομέα και ταυτόχρονα καθίσταται το φορολογικό σύστημα δικαιότερο. Μειώνεται το φορολογικό βάρος για τα φυσικά πρόσωπα και τις επιχειρήσεις για να τονωθεί η οικονομική δραστηριότητα.

Το φορολογικό νομοσχέδιο δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την ενίσχυση νέων επενδυτικών κι επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Προχωρώντας ακόμη πιο πέρα, η Κυβέρνηση αίρει τα αντικίνητρα που προέρχονται από γραφειοκρατικές διαδικασίες. Απλοποιώντας τις ισχύουσες διαδικασίες, δημιουργώντας ένα νέο θεσμικό πλαίσιο για την αδειοδότηση των επιχειρήσεων και συγκροτώντας υπηρεσίες «μιας στάσης» σε νομαρχιακό επίπεδο. Στόχος είναι η μείωση του χρόνου και

του κόστους ίδρυσης των επιχειρήσεων, ο περιορισμός της γραφειοκρατίας, και η πάταξη της διαφθοράς.

Παράλληλα, με τα επενδυτικά κίνητρα στηρίζεται χρηματοδοτικά και λειτουργικά τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις με:

1. Την ενίσχυσή τους από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα με στόχο:

- Την τεχνολογική αναβάθμιση και την εισαγωγή καινοτομιών στην παραγωγική διαδικασία σε αρμονία με το φυσικό περιβάλλον.

- Τη στήριξη της επιχειρηματικής δράσης ειδικών ομάδων πληθυσμού όπως οι νέοι, οι γυναίκες και τα άτομα με ειδικές ανάγκες.

- Την αύξηση της απασχόλησης και την αναβάθμιση των δεξιοτήτων του συνολικού ανθρώπινου δυναμικού.

2. Την ενεργοποίηση του Ταμείου Εγγυοδοσίας μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων.

3. Τη διευρυμένη συμμετοχή τους στα Κοινοτικά Προγράμματα (εμπόριο).

4. Την οργάνωση Ειδικής Υπηρεσίας σε κάθε Επιμελητήριο για τη διεκπεραίωση μίας σειράς συναλλαγών τους με τις δημόσιες υπηρεσίες.

2.4 Επιχειρηματικότητα και νέοι

Η υψηλή ανεργία και οι δυσκολίες που συναντά κανείς στην εύρεση εργασίας οδηγούν πολλούς νέους στη σκέψη ίδρυσης της δικής τους επιχείρησης. Άλλωστε, στις μέρες μας υπάρχουν πολλοί φορείς και πολλά προγράμματα (κυρίως από την Ευρωπαϊκή Ένωση) που ενισχύουν την ιδέα της επιχειρηματικότητας. Η ίδρυση και η επιτυχία μιας επιχείρησης δεν εξαρτάται μόνο από οικονομικούς και νομικούς παράγοντες. Ο άνθρωπος παράγοντας είναι εξίσου σημαντικός. Πρέπει να εξετασθεί αν υπάρχουν τα κατάλληλα:

Τυπικά προσόντα

Το αντικείμενο της επιχείρησης πρέπει να είναι σύμφωνο με το αντικείμενο των σπουδών, της κατάρτισης ή της εργασιακής τους εμπειρίας.

Κίνητρα

Πρέπει να υπάρχει πραγματική και ουσιαστική θέληση να στήσουν τη δική τους επιχείρηση και να κοπιήσουν γι' αυτήν. Το στάδιο της αυτοεπίγνωσης είναι απαραίτητο. Το σχέδιο πρέπει να είναι πραγματικά δικό τους, να το αγαπάνε, να το πιστέψουν και να επιμείνουν σ' αυτό, ακόμη κι αν προκύψουν δυσκολίες.

2.5 Δεξιότητες & Προσωπικά χαρακτηριστικά

Βασική δεξιότητα ενός νέου επιχειρηματία είναι η αυτοβελτίωση και οι δεξιότητες μάθησης, γιατί έτσι μόνο θα βελτιώσει τις αδυναμίες του και θα συνεχίσει να μαθαίνει ότι νέο προκύπτει στον τομέα του ώστε να προοδεύσει στην επιχείρησή του. Ο ίδιος είναι πλέον υπεύθυνος της ιδέας του και της υλοποίησής της και εσωμίζεται το βάρος των ευθυνών. Η υπομονή και η επιμονή είναι χρήσιμα χαρακτηριστικά ώστε να δει την ιδέα του να αναπτύσσεται και να μην τα παρατά στις δυσκολίες που πιθανόν να προκύψουν.

Τέλος, η καινοτομία, η δημιουργικότητα, η ικανότητα συνεργασίας και παρακίνησης ώστε να υπάρχουν καλές συνεργασίες και εποικοδομητικό και ευχάριστο περιβάλλον εργασίας. Οι προσδοκίες όμως των νέων και οι αντιλήψεις συχνά απέχουν από την πραγματικότητα. Υπάρχουν προκαταλήψεις που αποτρέπουν τους νέους από το επιχειρείν αλλά και κίνδυνοι λόγω λανθασμένων επιλογών ή εγκλωβισμού σε οριακές δραστηριότητες χωρίς προοπτικές απογείωσης. Η παιδεία δημιουργεί θετική στάση απέναντι στην επιχειρηματικότητα. Η εκπαιδευτική διαδικασία συμβάλλει στην ενίσχυση της αντίληψης του «επιχειρείν» ως επιλογής καριέρας, στην απόκτηση γνώσης μέσω επιχειρηματικών αναζητήσεων, στην ανάπτυξη σχετικών ικανοτήτων και δεξιοτήτων. Κατευθύνει τους νέους προς τομείς της «νέας» επιχειρηματικότητας, όχι της παραδοσιακής – περίπτερα κλπ. Θα μπορούσε μάλιστα κανείς να ισχυρισθεί ότι η **παιδεία** συμβάλλει στην επιχειρηματικότητα και απο μιά άλλη σημαντική σκοπιά. Μειώνει το ποσοστό των αποτυχιών των επιχειρηματικών δράσεων, άρα και την σπατάλη πόρων στην οικονομία.

Θα πρέπει όμως να τονίσω ότι αυτό είναι μία ευλογοφανής υπόθεση. Προκύπτει έμμεσα από τα ποσοστά επιβίωσης των επιχειρήσεων τα πρώτα χρόνια από τη δημιουργία τους.

2.6 Ο ρόλος της παιδείας στην επιχειρηματικότητα

Θα πρέπει εδώ να τονισθεί ο σημαντικός ρόλος της παιδείας στην επιχειρηματικότητα. Γενικά το μορφωτικό επίπεδο ενισχύει την επιχειρηματικότητα. Αυτό αποδεικνύεται από όλες τις υπάρχουσες μελέτες και στατιστικές αυτοαπασχόλησης και δημιουργίας επιχειρήσεων σε όσες χώρες υπάρχουν στοιχεία. Τα ποσοστά επιχειρηματικότητας, είναι πολύ μεγαλύτερα σ' αυτούς που έχουν ανώτατη παιδεία.

Ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά εμφανίζονται στους αποφοίτους σχολών με τεχνολογική και διοικητική κατεύθυνση. Αυτό είναι προφανές και για τη χώρα μας εάν αναλογισθεί κανείς την παράδοση των μηχανικών, των λογιστών, των συμβούλων επιχειρήσεων κλπ. Εδώ τα ποσοστά αυτοαπασχόλησης και αυτών που ιδρύουν δικές τους επιχειρήσεις ή αυτοαπασχολούνται είναι γενικά υψηλότερα.

Εν κατακλείδι, προς αυτή την κατεύθυνση το εκπαιδευτικό σύστημα στο σύνολο του μπορεί και πρέπει να προσφέρει τόσο δεξιότητες, όσο και το κατάλληλο περιβάλλον για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Για το λόγο αυτό κρίνεται απαραίτητη η **αναδιοργάνωση του ελληνικού εκπαιδευτικού συστήματος** σε όλες τις βαθμίδες του, το οποίο οφείλει να στοχεύει αφενός στη μεταφορά και τη διάχυση της γνώσης και αφετέρου να συμβάλλει αποφασιστικά στην καλλιέργεια **θετικής στάσης** απέναντι στην εργασία, την επιχειρηματικότητα και την ανταγωνιστικότητα.

Ειδικότερα στο πλαίσιο της **τριτοβάθμιας εκπαίδευσης**, η κατάρτιση σε θέματα επιχειρηματικότητας δεν πρέπει να απευθύνεται μόνο σε φοιτητές σχολών και τμημάτων διοίκησης επιχειρήσεων, αλλά να προσφέρεται σε φοιτητές και άλλων κλάδων. Με τον τρόπο αυτό η εκπαίδευση και η κατάρτιση θα συμβάλλουν στην ενθάρρυνση της νεανικής επιχειρηματικότητας με την ανάπτυξη της κατάλληλης νοοτροπίας αλλά και της ευαισθητοποίησης **όσον αφορά τις επαγγελματικές** ευκαιρίες που προσφέρει η ιδιότητα του επιχειρηματία και των δεξιοτήτων που οφείλει να διαθέτει.

2.7 Κοινωνικές επιχειρήσεις και νεανική επιχειρηματικότητα

Οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις Νέων (ΜΗΚΥΟΝ) συνιστούν ένα δυναμικό φορέα ανάπτυξης της κοινωνικής οικονομίας¹

Η σημασία της κοινωνικής οικονομίας μόνο τα τελευταία χρόνια έχει εμφανισθεί στον αναπτυξιακό χάρτη της χώρας μας, χωρίς όμως προγραμματισμό και συγκεκριμένη πορεία. Η ανάγκη εξεύρεσης μέσων για την οικονομική και κοινωνική ενσωμάτωση των λιγότερο ευνοημένων κοινωνικών ομάδων, της αξιοποίησης των τοπικών φυσικών και παραγωγικών πόρων, του σχεδιασμού νέων μορφών εργασίας, της πρόσβασης του πολίτη σε υπηρεσίες, της συμμετοχής του πολίτη στην παραγωγική διαδικασία, καθώς επίσης και το έλλειμμα των κρατικών μορφών δράσης σε ότι αφορά στην παροχή κοινωνικών υπηρεσιών, καθιστούν την κοινωνική οικονομία συστατικό στοιχείο του αναπτυξιακού σχεδιασμού για το παρόν και το μέλλον της χώρας μας.

Οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις Νέων (ΜΗΚΥΟΝ) συνιστούν ένα δυναμικό φορέα ανάπτυξης της κοινωνικής οικονομίας αφού είναι σε θέση να προσεγγίσουν και να αξιοποιήσουν τη δυναμική που αναπτύσσεται στις τοπικές κοινωνίες, μέσα από την αναγνώριση και την κινητοποίηση των υλικών και των άυλων πόρων που συνθέτουν το κοινωνικό κεφάλαιο σε αυτές. Συγκεκριμένα, αναπτύσσουν εταιρικές σχέσεις με τους φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης, τις επιχειρήσεις, καθώς και άλλες Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ), κινητοποιούν τους νέους ανθρώπους διαμορφώνοντας τοπικές αναπτυξιακές πρωτοβουλίες με τη συμμετοχή τους, μεταφέρουν τεχνογνωσία και είναι σε θέση να επαναφέρουν σε πορεία δημιουργίας κοινωνικές ομάδες που σήμερα ασφυκτιούν και δεν εκπροσωπούνται από τις παραδοσιακές μορφές κοινωνικής συμμετοχής.

Οι εταιρικές σχέσεις και οι Συμπράξεις ανάμεσα στο Δημόσιο, στον Ιδιωτικό και τον Κοινωνικό Τομέα (ΣΔΙΚΤ) πρέπει να αποσκοπούν και στην παροχή κοινωνικών υπηρεσιών στον πολίτη, καθώς και στην αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων αλλά και την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της απασχόλησης. Ο ολοένα και πιο ασφυκτικός κρατικός προϋπολογισμός δεν επιτρέπει την «πολυτέλεια» της αύξησης των δαπανών για την παροχή υπηρεσιών πρωτοβάθμιας κοινωνικής φροντίδας, όπως επίσης και για την ενίσχυση αντίστοιχων προγραμμάτων στο τοπικό επίπεδο (πχ. Βοήθεια στο Σπίτι). Το ίδιο ισχύει και για το

πεδίο της ενίσχυσης τοπικών πρωτοβουλιών απασχόλησης και της αξιοποίησης των πολιτιστικών παραδόσεων και του εθελοντισμού προς όφελος της τοπικής ανάπτυξης.

Οι ΜΗΚΥΟΝ είναι σε θέση να αναβαθμίσουν, ποιοτικά και ποσοτικά, αυτές ακριβώς τις προσπάθειες μέσα από την ενίσχυση και την κινητοποίηση των πόρων που απαιτούνται προς αυτή την κατεύθυνση. Αυτό ακριβώς το μέρος της οικονομίας, των κοινωνικών παροχών που αποτελεί το ζητούμενο για τον απλό πολίτη και την καθημερινότητα του και που ενδεχομένου να χαρακτηρίζεται ως «βάρος» για τον κρατικό προϋπολογισμό και για τις ΜΚΟ, συνιστά τον ακρογωνιαίο λίθο της δράσης και της αξιοποίησης των συγκριτικών τους πλεονεκτημάτων.

Τίθεται η ανάγκη αναγνώρισης και τυποποίησης των υπηρεσιών που πρέπει να παρέχονται ως αποτέλεσμα μιας ολοκληρωμένης δέσμης δράσεων στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας. Την αναγνώριση και την τυποποίηση ακολουθεί η σύσταση και η λειτουργία σύμπραξης που ως σκοπό έχει τη διαχείριση του κοινωνικού προϊόντος σε επίπεδο πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας αυτοδιοίκησης. Στο πλαίσιο αυτής της σύμπραξης οι ΜΚΟ δύνανται να συνιστούν το συνδεδετικό κρίκο με τους υπόλοιπους εταίρους, δηλαδή τους ΟΤΑ, τις τοπικές επιχειρήσεις, τους τοπικούς συλλόγους, άλλους φορείς παροχής κοινωνικών υπηρεσιών όπως τα ΚΑΠΗ, τους πολιτιστικούς συλλόγους, τους φορείς παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών και περισσότερο τους ίδιους τους δικαιούχους, των οποίων η συμβολή στην επιτυχία του εγχειρήματος είναι σημαντική.

Ως οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, οι ΜΚΟ συνιστούν, πλέον, και στη χώρα μας ένα δυναμικό και υπολογίσιμο μέρος της κοινωνικής οικονομίας. Σε κάθε περίπτωση, την τελευταία τουλάχιστον πενταετία, μέσα από μια ιδιαίτερα δυναμική παρουσία και έντονη δραστηριοποίηση αποτελούν αντικείμενο μελέτης και ανάλυσης. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι προδιαγραφόμενες πολιτικές απασχόλησης λαμβάνουν πολύ σοβαρά υπόψη το ρόλο και τη σημασία των ΜΚΟ. Σκοπός της σύντομης αυτής παρουσίασης είναι η καταγραφή εκείνων των συστατικών στοιχείων που προσδιορίζουν την παρουσία τους, καθώς και τον ουσιαστικό ρόλο που έχουν στην αύξηση της απασχόλησης και της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας.

Συνοπτικά, οι παράμετροι που συνθέτουν ένα ιδιαίτερα στέρεο υπόβαθρο για τη σχέση ΜΚΟ-επιχειρηματικότητας-απασχόλησης είναι οι παρακάτω:

- Η ποσοτική αύξηση των ΜΚΟ. Στοιχεία και έρευνες έχουν καταγράψει 32.000 μη κυβερνητικούς φορείς στη χώρα μας. Χωρίς αυτή η ποσοτική διάσταση του φαινομένου να προσδιορίζει απαραίτητα τη δυναμική του χώρου, σε κάθε περίπτωση προσδιορίζει ένα ενεργό φαινόμενο που δεν μπορεί να αγνοηθεί και δεν είναι αμελητέο.
- Η αύξηση των πόρων που διαχειρίζονται οι ελληνικές ΜΚΟ και η ανάπτυξη της αντίστοιχης οικονομίας. Θα πρέπει να υπολογίσουμε την εξεύρεση πόρων από ΜΚΟ, αποτέλεσμα χορηγιών σε χρήμα καθώς και χορηγιών σε είδος, όπως επίσης και άλλων πόρων που είναι σε θέση να κινητοποιήσουν οι ΜΚΟ (εθελοντές, χορηγοί επικοινωνίας, παραχώρηση χώρων). Γίνεται, λοιπόν, αντιληπτή για πρώτη φορά η δυνατότητα που υπάρχει για τη στήριξη των δράσεων και των πρωτοβουλιών των ΜΚΟ στη χώρα μας. Επιπλέον, οι ελληνικές ΜΚΟ μπορούν να διεκδικήσουν, και το κάνουν με σχετική, όμως, επιτυχία, πόρους από την ΕΕ. Μόνο ένα μικρό μέρος των πόρων αυτών απορροφάται από τους αντίστοιχους ελληνικούς. Σίγουρα υπάρχει ακόμη πολύς δρόμος για την αξιοποίηση των πόρων της ΕΕ από τις ελληνικές ΜΚΟ. Αυτός ο δρόμος συνδέεται άμεσα με τη δυνατότητα σχεδιασμού δράσεων, την ανεύρεση ίδιων πόρων και το επίπεδο επαγγελματικής διαχείρισης αυτών. Σε κάθε περίπτωση, οι πόροι της ΕΕ καλύπτουν το σύνολο της καθημερινής μας δραστηριότητας (αναπτυξιακή συνεργασία, υγεία, παιδεία, περιβάλλον, πολιτισμός, κοινωνικές υπηρεσίες, κοκ).
- Το εύρος των δράσεων των ΜΚΟ που καλύπτει το σύνολο της καθημερινότητάς μας (λχ. υγεία, πολιτισμός, περιβάλλον, κοινωνικές υπηρεσίες, αναπτυξιακή συνεργασία, παιδεία). Η δράση των ΜΚΟ είναι πολυτομεακή. Καλύπτει όλες τις εκφάνσεις της ανθρώπινης δραστηριότητας και επηρεάζει τη ζωή χιλιάδων συνανθρώπων μας. Ως εκ τούτου, είναι περισσότερο από απαραίτητη η ανάγκη τόσο για εξειδικευμένα στελέχη, όσο και για ανθρώπους που θα είναι σε θέση να ξεπεράσουν τα στενά όρια μιας τομεακής δράσης, επεκτείνοντας την εμβέλεια της δράσης μιας ΜΚΟ.
- Το ανθρώπινο δυναμικό στις ΜΚΟ και η αγορά εργασίας. Μπορούμε ενδεικτικά να υπολογίσουμε ότι σε ΜΚΟ στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται:
 - ο ενεργά μέλη των συγκεκριμένων φορέων,
 - ο επαγγελματικά στελέχη, ιδιαίτερα νέοι άνθρωποι, απόφοιτοι κοινωνικών επιστημών, τομείς δηλαδή στους οποίους παρατηρούνται ιδιαίτερα αυξημένα ποσοστά ανεργίας,

- ο εθελοντές, κυρίως νέοι άνθρωποι που ενεργοποιούνται σε ΜΚΟ και αντιλαμβάνονται αυτή τη δραστηριοποίηση ως προθάλαμο για την αγορά εργασίας,
- ο θέσεις εργασίας που δημιουργούνται και συντηρούνται μέσα από τον κύκλο εργασιών που πραγματοποιούν οι ΜΚΟ.
- Οι επωφελούμενες κοινωνικές ομάδες. Πάνω από 100.000 άνθρωποι ωφελήθηκαν στην Ελλάδα τη διετία 2005-2006. Αποτέλεσμα της δράσης των ΜΚΟ είναι ένας μεγάλος αριθμός επωφελούμενων, ιδιαίτερα άνθρωποι που ανήκουν στις λιγότερο ευνοημένες κοινωνικές ομάδες: ΑΜεΑ, παλιννοστούντες, τσιγγάνοι, άνεργοι, νέοι, γυναίκες, αλλά και ο ευρύτερος πληθυσμός.

Το παραπάνω πλαίσιο, αν και ενδεικτικό, προσδίδει την ποσοτική και ποιοτική διάσταση της σημασίας και του ρόλου των ΜΚΟ στην Ελλάδα στον τομέα της απασχόλησης. Σε κάθε περίπτωση, η σχέση επιχειρηματικότητας και ΜΚΟ έχει καταστεί και στην Ελλάδα μια σχέση αλληλένδετη και δυναμική.

Η Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς στηρίζει έμπρακτα τη νεανική επιχειρηματικότητα μέσα από μια σειρά συγκεκριμένων δράσεων στις οποίες περιλαμβάνονται:

- Η σύσταση και λειτουργία θυρίδων Νεανικής Επιχειρηματικότητας σε όλη τη χώρα με σκοπό την ευαισθητοποίηση, την πληροφόρηση και την ενημέρωση των νέων μας σχετικά με την ανάπτυξη της αντίστοιχης παιδείας και τις παρεχόμενες ευκαιρίες και δυνατότητες.
- Η σύσταση και λειτουργία Κόμβων του Παρατηρητηρίου Νεανικής Επιχειρηματικότητας σε οικονομικά ή παρεμφερή πανεπιστημιακά τμήματα με σκοπό την καταγραφή των τάσεων νεανικής επιχειρηματικότητας.
- Η σύσταση και λειτουργία εκλεγμένων Τοπικών Συμβουλίων Νέων σε όλους τους δήμους και τις κοινότητες της χώρας, τα οποία μετά τις εκλογικές διαδικασίες του Μαρτίου 2008 θα συνιστούν το βασικό δίαυλο επικοινωνίας της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς με τις τοπικές κοινωνίες.
- Η ανάπτυξη πρωτότυπων δράσεων με σκοπό την ψηφιακή σύγκλιση των νέων μας.
- Η ανάπτυξη ενός ηλεκτρονικού δικτύου παροχής πληροφοριών για νέους, αντί στοιχών των ΚΕΠ.
- Η προώθηση των ανταλλαγών με νέους από χώρες της ΕΕ στο πλαίσιο του προγράμματος «ΝΕΟΛΑΙΑ ΣΕ ΔΡΑΣΗ».

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

- Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η κινητοποίηση του συνόλου των πόρων της τοπικής κοινωνίας, ενώ δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για την ενεργοποίηση και τη δημιουργική αξιοποίηση των νέων ανθρώπων. Οι ΜΗΚΥΟΝ είναι σε θέση να αποτελέσουν τον πραγματικό στυλοβάτη της τοπικής κοινωνικής οικονομίας μέσα από το σχεδιασμό ανάλογων μορφών ΣΔΙΚΤ, με αποκλειστικό σκοπό την παροχή υπηρεσιών στον πολίτη και τη βελτίωση της καθημερινότητάς του!

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ

3.1 Τι συμβαίνει με την Επιχειρηματικότητα σε Διεθνές Επίπεδο

Εάν πριν μία δεκαετία ρωτήσαμε ένα φίλο μας τι σπουδάζει και μας απαντούσε «Επιχειρηματικότητα» θα τον κοιτάζαμε με απορία και στην καλύτερη περίπτωση θα νομίζαμε ότι σπουδάζει «Διοίκηση Επιχειρήσεων». Εάν στην ερώτηση μας σε ένα μαθητή, σχετικά με το μέλλον και τις επαγγελματικές του επιλογές λαμβάναμε την απάντηση «Θέλω να γίνω επιχειρηματίας, θα ανοίξω ένα δικό μου συνεργείο αυτοκινήτων», θα νομίζαμε ότι δεν ξέρει τι λέει.

Όμως τα τελευταία χρόνια το κλίμα έχει αλλάξει. Τόσο η Ευρωπαϊκή Ένωση σε κεντρικό επίπεδο όσο και οι κυβερνήσεις των χωρών μελών της έχουν συνειδητοποιήσει την ανάγκη λήψης μέτρων για την τόνωση της «Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας» ως αντίδοτο στο μεγάλο πρόβλημα της Ανεργίας. Το Υπουργείο Οικονομίας εκτιμά ότι η ανεργία θα φτάσει στην Ελλάδα στο 10% του Εργατικού Δυναμικού το 2009, ενώ στην «Ευρωζώνη» το αντίστοιχο ποσοστό τον Ιούνιο του 2009 ήταν 7,7%. Η πατρίδα μας μάλιστα έχει το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό ανεργίας μετά την Ισπανία (11,5%).

Σήμερα οι όροι «επιχειρηματικότητα» και «διεθνοποίηση» έχουν εισχωρήσει στο σύγχρονο επιχειρηματικό λεξιλόγιο για να περιγράψουν λειτουργίες της σύγχρονης εταιρίας στο εγχώριο ή στο διεθνές περιβάλλον της αγοράς. Ειδικότερα, ο νέος όρος **διεθνής επιχειρηματικότητα** (international entrepreneurship) που σχετίζεται με την επέκταση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης σε διεθνείς αγορές έχει συγκεντρώσει έντονο ενδιαφέρον τόσο από διοικητικά στελέχη όσο και από ερευνητές του χώρου.

Η εταιρία **Logitech** που κατασκευάζει «ποντίκια» για προσωπικούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές ιδρύθηκε το 1982 από έναν Ελβετό και δυο Ιταλούς που είχαν φιλοδοξία για διεθνή παρουσία της επιχείρησης. Είχε δυο κεντρικά γραφεία, ένα στην Καλιφόρνια των ΗΠΑ και ένα στην Ελβετία. Οι δραστηριότητες της παραγωγής και έρευνας & ανάπτυξης έλαβαν χώρα αρχικά τόσο στις δυο αυτές χώρες, όσο και αργότερα στην Ταϊβάν και την Ιρλανδία. Στα πρώτα οκτώ έτη της λειτουργίας της, η

εταιρία είχε έσοδα \$140 εκατομμυρίων ενώ το 30% των εσόδων της προερχόταν από τη διεθνή αγορά. Η Logitech, όπως και τόσες άλλες επιχειρήσεις, διαθέτει χαρακτηριστικά διεθνούς επιχειρηματικότητας.

(Πηγή: Oviatt & McDougall, 1995)

Όμως, παρά το γεγονός ότι το ερευνητικό πεδίο της διεθνούς επιχειρηματικότητας χρήζει ιδιαίτερου ενδιαφέροντος, μόνο ένας μικρός αριθμός μελετών ρίχνει φως στη σημασία και στα χαρακτηριστικά του όρου. Η **McDougall** (1989), σε μια από τις πρώτες μελέτες στο χώρο, αναφέρει ότι η διεθνής επιχειρηματικότητα σχετίζεται με εταιρίες, συνήθως σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας, που από τη σύσταση τους αποκτούν δραστηριότητες στη διεθνή αγορά, όπως η Logitech. Οι εταιρίες αυτής της κατηγορίας ονομάζονται **παγκόσμια γεννημένες**, (born globals). Σύμφωνα με αυτήν την οπτική γωνία, η διεθνής επιχειρηματικότητα είναι συνυφασμένη βασικά με δραστηριότητες στις αγορές του εξωτερικού που αναπτύσσουν οι νέες, μικρομεσαίες εταιρίες που λειτουργούν κυρίως σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας. Αυτές οι εταιρίες εισχωρούν στις διεθνείς αγορές από τη σύσταση τους, αφού η εγχώρια ζήτηση μπορεί να είναι από μικρή έως ανύπαρκτη.

Για παράδειγμα, μια Ελληνική επιχείρηση που παράγει εξειδικευμένα μηχανήματα ιατρικού εξοπλισμού θα «αναγκαστεί» λόγω της μικρής ζήτησης στην Ελλάδα να αναζητήσει πελάτες στις αγορές του εξωτερικού, όπου υπάρχει ζήτηση από πελάτες στην Ευρώπη, στη Βόρειο Αμερική, στην Ιαπωνία κλπ. Η εταιρία αυτή είναι πολύ πιθανό να επιδείξει κάποια χαρακτηριστικά διεθνούς επιχειρηματικότητας που θα αναλύσουμε στο κεφάλαιο αυτό. Παρόλα αυτά, μια σύγχρονη ερευνητική άποψη (π.χ. Young, Dimitratos & Dana, 2003; Zahra & George, 2002) υποστηρίζει ότι η διεθνής επιχειρηματικότητα μπορεί να αναφέρεται σε δραστηριότητες όλων των επιχειρήσεων, ανεξαρτήτως της ηλικίας, του μεγέθους και του βιομηχανικού κλάδου στον οποίο ανήκουν. Την άποψη αυτή υιοθετούμε και στο κεφάλαιο αυτό.

3.2. Τα Βασικά συμπεράσματα μελετών για την Διεθνή Επιχειρηματικότητα

Στα πλαίσια του συγκεκριμένου κεφαλαίου θα παρουσιαστούν στοιχεία από έγκυρες μελέτες για την διεθνή επιχειρηματικότητα. Η διεθνής επιχειρηματικότητα αναφέρεται σε δραστηριότητες που αφορούν όλα τα

ιεραρχικά επίπεδα της εταιρίας, είναι συνδεδεμένη στενά με την οργανωτική κουλτούρα της εταιρίας και αποσκοπεί στη δημιουργία μιας μακροπρόθεσμα υψηλής αξίας, μέσω της αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών στη διεθνή αγορά

Σύμφωνα με αυτό τον ορισμό η διεθνής επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε τέσσερα βασικά χαρακτηριστικά. Πιο συγκεκριμένα:

- Ø Αναφέρεται σε δραστηριότητες σε όλα τα ιεραρχικά επίπεδα
- Ø Συνδέεται με την οργανωτική κουλτούρα της επιχείρησης
- Ø Συμβάλλει στη δημιουργία μιας υψηλής αξίας σε μακροχρόνια κλίμακα
- Ø Εμπεριέχει την αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών στη διεθνή αγορά.

Ο **Ulf Borgström** ήταν διευθυντής σε μια Σουηδική θυγατρική μιας Αμερικανικής εταιρίας παραγωγής μικρο-υπολογιστών. Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 η θυγατρική βρισκόταν στα όρια της χρεοκοπίας εξαιτίας της πώλησης ενός ζημιογόνου προϊόντος. Ο Borgström, αφού δεν μπορούσε να προωθήσει ικανοποιητικά αυτό το προϊόν, έφθασε στο σημείο να αγνοήσει τις εντολές της μητρικής εταιρίας και να προσφέρει κερδοφόρα εξυπηρέτηση σε ανταγωνιστικά προϊόντα. Παρά την αντίθετη γνώμη της μητρικής εταιρίας, ο Borgström επέμεινε και δικαιώθηκε αφού η καινοτόμος επιχειρηματική ιδέα του στάθηκε κρίσιμος παράγοντας στην ανόρθωση της Σουηδικής θυγατρικής εταιρίας. Το 1997, η Αμερικανική μητρική εταιρία εστερνίστηκε τις απόψεις του και η Σουηδική θυγατρική αντιμετωπίστηκε τελικά σαν μια πολύ πετυχημένη περίπτωση.

(Πηγή: Birkinshaw & Hood, 2001)

Το **GEM (Παγκόσμιος Οργανισμός Παρακολούθησης και Ελέγχου της Επιχειρηματικότητας)**, ιδρύθηκε το Σεπτέμβριο του 1997 σαν ερευνητική πρωτοβουλία του Babson College και του London Business School. Βασική του μέριμνα υπήρξε η συγκέντρωση των διεθνώς διακεκριμένων μελετητών της επιχειρηματικότητας, προκειμένου να διερευνήσουν την πολυπλοκότητα της σχέσης ανάμεσα στην επιχειρηματικότητα και την οικονομική ανάπτυξη. Με σκοπό την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης ερευνητικής πρωτοβουλίας, συμμετέχουν διάφορες χώρες από όλο τον κόσμο παρέχοντας στους

ερευνητές ετήσια στοιχεία και μεγέθη για την πορεία της επιχειρηματικότητας στην κάθε χώρα.

Με την συλλογή των στοιχείων από τις χώρες που συμμετέχουν στο πρόγραμμα, το GEM κάθε χρόνο εκδίδει μια ετήσια έρευνα για την πορεία της επιχειρηματικότητας, καθώς επίσης και για την πορεία των μεγεθών της οικονομίας που μεταβάλλονται από την εξέλιξή της. Στα πλαίσια αυτής της έρευνας του GEM, εκδίδονται ετήσιες εκθέσεις που εστιάζουν το ενδιαφέρον τους τόσο στην πορεία της επιχειρηματικότητας στην κάθε χώρα που συμμετέχει ξεχωριστά, όσο και στην σύγκριση των μεγεθών από όλες τις χώρες. Στην συγκεκριμένη έρευνα, εξετάζεται επίσης και το κατά πόσον επηρεάζεται η οικονομική ανάπτυξη της χώρας από την πορεία της επιχειρηματικότητας.

Με την συστηματική έρευνα που συντελείται κάθε χρόνο από το GEM, έχει παρατηρηθεί πως συνήθως οι χώρες στις οποίες προωθείται ανεπαρκώς η επιχειρηματικότητα, πάσχουν ταυτόχρονα και από χαμηλούς ρυθμούς οικονομικής ανάπτυξης. Κάτι τέτοιο βέβαια θα ήταν αναμενόμενο από την στιγμή που λέγοντας χαμηλούς ρυθμούς οικονομικής ανάπτυξης εννοούμε ότι στην συγκεκριμένη χώρα δεν προωθούνται σωστά ένα σύνολο παραγόντων σε σχέση με τις άλλες χώρες που μελετώνται. Τέτοιοι παράγοντες είναι η επενδύσεις, το βιοτικό επίπεδο των πολιτών, τα βασικά λειτουργικά όργανα ενός κράτους (όπως παιδεία, υγεία, υποδομές κτλ), η παραγωγικότητα της οικονομίας κ.α. Σε μία τέτοια οικονομία επομένως, γίνεται σαφές ότι θα υπάρχουν λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες σε σχέση με τις άλλες χώρες.

Το 1999, που ήταν και η πρώτη χρονιά που εκδόθηκαν οι εκθέσεις του GEM, συμμετείχαν στο πρόγραμμα για την συλλογή των στοιχείων 10 χώρες. Το 2000, συμμετείχαν στο πρόγραμμα 21 χώρες, το 2001 συμμετείχαν 24 χώρες, φτάνοντας στην ετήσια έκθεση του 2002 για την έκδοση της οποίας έλαβαν μέρος 37 χώρες. Συγκεκριμένα αναμένεται στην έκθεση του 2003 να πάρουν μέρος περίπου 50 χώρες.

Στον παρακάτω πίνακα μπορείτε να δείτε την πορεία της επιχειρηματικής δραστηριότητας στο σύνολο των χωρών που παίρνουν μέρος στην έρευνα του GEM κατά το έτος 2002. Σύμφωνα με την έρευνα, κατά την διάρκεια του 2002 έχει παρατηρηθεί μια μέση ετήσια μείωση της τάξης των 25% στην επιχειρηματική δραστηριότητα, ανάμεσα στον ενήλικα πληθυσμό, μεταξύ των 28 κρατών που συμμετείχαν στο GEM το 2001 και των ίδιων κρατών κατά το 2002. Ωστόσο, παρά την γενική μείωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας που σημειώθηκε το 2002 από χώρα σε χώρα, οι σχετικοί δείκτες

επιχειρηματικότητα του συνόλου των χωρών που συμμετέχουν στο GEM, παραμένουν αξιοσημείωτα σταθεροί. Κάτι τέτοιο υποδηλώνει ότι ενώ οι μεταβολές στο γενικό ποσοστό της ανάπτυξης μπορεί να έχουν βραχυπρόθεσμη επίδραση στο *Απόλυτο Επίπεδο Επιχειρηματικής Δραστηριότητας* μέσα σε μια χώρα από χρόνο σε χρόνο, τα πιο σταθερά εθνικά χαρακτηριστικά μαζί με τις τοπικές συνθήκες αγοράς έχουν επίδραση στο *Σχετικό Επίπεδο της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας* μεταξύ του γενικού πληθυσμού, όταν το επίπεδο αυτό της επιχειρηματικής δραστηριότητας συγκρίνεται μεταξύ όλων των κρατών του GEM.

Πίνακας 1: Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα των Χωρών του GEM

· Τί είδους κίνητρα πιστεύετε ότι θα μπορούσε να δώσει η κυβέρνηση μιας χώρας για την τόνωση της εγχώριας επιχειρηματικής δραστηριότητας;

Στην Ελλάδα ένα 6,8% του πληθυσμού ηλικίας μεταξύ 18 και 64 δήλωσαν ότι κατά το 2003 είτε βρίσκονταν στη φάση της εκκίνησης ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης) για λογαριασμό δικό τους ή του εργοδότη τους, είτε ήταν ήδη ιδιοκτήτες/χρηματοδότες μιας νέας επιχείρησης που δεν είχε ακόμα κλείσει 42 μήνες ζωής. Με βάση αυτόν τον Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας, η χώρα μας καταλαμβάνει την 16^η θέση ανάμεσα στις 31 χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα το 2003, και βρίσκεται στο ίδιο επίπεδο με μια σειρά άλλων ανεπτυγμένων, κυρίως Ευρωπαϊκών, χωρών.

Ωστόσο, σε αντίθεση με τις περισσότερες από αυτές τις χώρες, η Ελλάδα εμφανίζει ένα υψηλό ποσοστό **Επιχειρηματικότητας Ανάγκης**, επιχειρηματική δραστηριότητα δηλαδή που εκδηλώνεται επειδή ο επιχειρηματίας δεν έχει άλλη δυνατότητα βιοπορισμού. Ταυτόχρονα, η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα εμφανίζεται εξαιρετικά «ρηχή», με την έννοια ότι είναι σε πολύ μεγάλο βαθμό προσανατολισμένη σε προϊόντα και υπηρεσίες που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή, παρά σε άλλες επιχειρήσεις.

Από τα εγχειρήματα αυτά μόνο ένα ποσοστό 16,14% μπορεί να χαρακτηριστεί ως **Υψηλών Δυνατοτήτων**, ότι δηλαδή α) συμβάλλει στην επέκταση των αγορών, β) δημιουργεί νέα απασχόληση, γ) εντείνει τον εξαγωγικό προσανατολισμό της οικονομίας. Με βάση την επίδοση αυτή, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 17η θέση στην παγκόσμια κατάταξη.

Μεγαλύτερο πρόβλημα παρουσιάζει η χώρα μας στον τομέα της **Εταιρικής Επιχειρηματικότητας**, τον βαθμό δηλαδή καινοτομικότητας των καθιερωμένων επιχειρήσεων. Εδώ η Ελλάδα καταλαμβάνει μόλις την 33η θέση στην παγκόσμια κατάταξη, ανάμεσα σε 40 χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα τα δύο τελευταία χρόνια (2002 και 2003). Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι, με βάση τα δεδομένα της έρευνας, το έλλειμμα της καινοτομικότητας φαίνεται ότι αφορά κυρίως τις ΜΜΕ. Με άλλα λόγια, **η εταιρική επιχειρηματικότητα φαίνεται ότι αποτελεί στην Ελλάδα χαρακτηριστικό σχετικά μεγάλων επιχειρήσεων.**

Κατά το 2003, περίπου **110 χιλιάδες άνθρωποι** ασχολήθηκαν στην Ελλάδα με την εκκίνηση κάποιου τύπου επιχειρηματικής δραστηριότητας. Αξίζει να σημειωθεί ότι στη χώρα μας **η επιχειρηματική δραστηριότητα αποδεικνύεται ότι αποτελεί σε πολύ μεγάλο βαθμό μια ατομική υπόθεση.** Η έρευνα αποδεικνύει ότι ο μέσος όρος των ιδιοκτητών μιας νέας επιχείρησης είναι μόλις 1,5 άτομα, στοιχείο που τοποθετεί την Ελλάδα στις χαμηλότερες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης. Από την άλλη πλευρά, κάθε εκκίνηση ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος δημιούργησε 2 θέσεις εργασίας κατά μέσον όρο, πέρα από την απασχόληση του ίδιου του επιχειρηματία. Είναι όμως ενδιαφέρον ότι η μεγάλη πλειοψηφία των επίδοξων επιχειρηματιών εκτιμούν ότι η δραστηριότητά τους θα δημιουργήσει σημαντική -για τα ελληνικά δεδομένα- απασχόληση σε βάθος χρόνου.

Η **χρηματοδότηση νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων** τα οποία ξεκίνησαν εντός του 2003 ανήλθε στην Ελλάδα σε περίπου **6 δισεκ. €** Το μεγαλύτερο μέρος αυτών των κεφαλαίων προέρχεται από τη συσσωρευμένη αποταμίευση του ίδιου του επίδοξου επιχειρηματία. Κατά τα άλλα, η πρόσθετη χρηματοδότηση της «μικρής» επιχειρηματικότητας κυριαρχείται στην Ελλάδα **από άτυπες μορφές**, με κυριότερη πηγή χρηματοδότησης την στενή οικογένεια. Η κυριαρχία τέτοιων μορφών είναι ακόμα μεγαλύτερη αν εστιάσουμε σε επιχειρηματικές-χρηματοδοτικές δραστηριότητες: Πάνω από το 70% των κεφαλαίων με τα οποία οι Έλληνες χρηματοδότησαν επιχειρηματικά εγχειρήματα άλλων, κατευθύνθηκαν σε μέλη των ίδιων των οικογενειών τους.

Τα χαρακτηριστικά του **προφίλ του Έλληνα επιχειρηματία παραπέμπουν σε ένα νέο άντρα, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, ο οποίος ήδη εργάζεται.** Η ανάλυση του προφίλ της επιχειρηματικότητας υψηλών δυνατοτήτων όμως διαφοροποιεί την εικόνα σημαντικά. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα αυξάνει (από 36,70% στο 40%), μειώνεται η ηλικία ακόμα περισσότερο (65% στην ηλικιακή ομάδα 18-35 σε σύγκριση με το 51% στην γενική περίπτωση), ενώ αυξάνει και η σημασία

του μορφωτικού επιπέδου (60% με πανεπιστημιακή μόρφωση σε σύγκριση με 28,60% στην γενική περίπτωση).

Όσον αφορά στα χαρακτηριστικά του πολιτισμικού και κοινωνικού περιβάλλοντος της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, η εικόνα εμφανίζεται εξαιρετικά αντιφατική. Οι Έλληνες χαρακτηρίζονται από πολύ μεγάλη αυτοπεποίθηση σχετικά με τις επιχειρηματικές τους ικανότητες και, ταυτόχρονα, από μεγάλο φόβο για μια ενδεχόμενη αποτυχία (τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι οι Έλληνες φοβούνται την αποτυχία περισσότερο από οποιονδήποτε άλλο λαό). Θεωρούν ότι η ελληνική κοινωνία αποδίδει ιδιαίτερη αξία στην ισότητα εισοδημάτων και πλούτου, αλλά ταυτόχρονα εκτιμούν ότι ο επιτυχημένος επιχειρηματίας χαίρει εκτίμησης και σεβασμού.

Αυτή η επιφανειακή αντίφαση φαίνεται ότι αντανακλά μια συγκεκριμένη υποκείμενη αντίληψη για την επιχειρηματικότητα: ότι δηλαδή η ελληνική κοινωνία την αντιμετωπίζει σαν ένα παίγνιο μηδενικού αθροίσματος, όπου αυτός που επιτυγχάνει είναι μεν άξιος θαυμασμού για το γεγονός ότι κατάφερε να οικειοποιηθεί ένα μεγαλύτερο κομμάτι της πίτας, αλλά δεν συνέβαλε στη μεγέθυνση της ίδιας της πίτας. Αν ευσταθεί αυτή η εξήγηση της αντιφατικότητας του πολιτισμικού περιβάλλοντος, αυτό που φαίνεται να μην αναγνωρίζεται από την ελληνική κοινωνία είναι η *δημιουργική* διάσταση της επιχειρηματικότητας, το γεγονός δηλαδή ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα δεν είναι πρωτίστως δραστηριότητα αναδιανομής αλλά δημιουργίας πλούτου.

Τέλος, όσον αφορά στο γενικό πλαίσιο της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, εντοπίζονται προβλήματα κυρίως σε τομείς που σχετίζονται με τον **ρόλο της δημόσιας διοίκησης**, όπως η **ποιότητα του προσωπικού της**, η **γραφειοκρατία** γύρω από τις ρυθμίσεις που αφορούν της ίδρυση μιας επιχείρησης, τη **διαφάνεια των συναλλαγών** με τις δημόσιες υπηρεσίες, κλπ. Ακόμα αξίζει να σημειωθεί η γενικά αρνητική εκτίμηση για τον ρόλο του εκπαιδευτικού συστήματος στην προετοιμασία των νέων για το ενδεχόμενο επιχειρηματικής σταδιοδρομίας.

3.3. Διεθνής επιχειρηματική κουλτούρα

Το μοντέλο της διεθνούς επιχειρηματικής κουλτούρας που εξετάζεται είναι προϊόν συστηματικής μελέτης και ανάλυσης ενός περιεχομένου περίπου 300 εργασιών από τα γνωστικά πεδία της οργανωτικής κουλτούρας, της επιχειρηματικότητας και της διεθνοποίησης των

επιχειρήσεων. Έτσι, προτείνουμε πως η διεθνής επιχειρηματική κουλτούρα αποτελείται από έξι αλληλένδετες διαστάσεις, οι οποίες είναι οι εξής (Dimitratos & Plakoyiannaki, 2003):

- Ø ο προσανατολισμός στη διεθνή αγορά
- Ø η τάση για μάθηση στη διεθνή αγορά
- Ø η κλίση για καινοτομία στη διεθνή αγορά
- Ø η τάση για ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου στη διεθνή αγορά
- Ø η κλίση για συνεργασία στη διεθνή αγορά
- Ø η παρακίνηση για διεθνοποίηση.

Ο προσανατολισμός στη διεθνή αγορά αναφέρεται στην τάση της εταιρίας να προσφέρει αξία στους πελάτες της στις αγορές του εξωτερικού, ικανοποιώντας τις ανάγκες τους. Ο προσανατολισμός στη διεθνή αγορά (international market orientation) συνδέεται με τις αξίες και τα «πιστεύω» της επιχείρησης και συνεπώς αποτελεί χαρακτηριστικό της οργανωτικής της κουλτούρας.

3.4 Ο Προσανατολισμός των Επιχειρήσεων στη Διεθνή Αγορά

Οι επιχειρήσεις που είναι προσανατολισμένες στην διεθνή αγορά δίνουν έμφαση στα εξής τρία χαρακτηριστικά που είναι συνυφασμένα με την οργανωτική κουλτούρα:

- A) Στην απόλυτη ικανοποίηση των αναγκών των πελατών.
- B) «Στο προλαμβάνειν» έναντι των ανταγωνιστών.
- Γ) Στον συντονισμό των επιχειρηματικών

3.5. Ο Ρόλος της Καινοτομίας στο Διεθνές Επιχειρηματικό Πλαίσιο

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Το 1982, ο Dietrich Mateschitz ανακάλυψε κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού του στο Hong-Kong την ύπαρξη των προϊόντων με την ονομασία "τονωτικά ποτά", τα οποία ήταν πολύ δημοφιλή στις χώρες της Ασίας. Έτσι αποφάσισε να λανσάρει το είδος αυτό και εκτός Ασίας, ιδρύοντας τη Red Bull GmbH στην Αυστρία το 1984. Προσδιόρισε με ακρίβεια το προϊόν,

ανέπτυξε μια μοναδική στον κόσμο στρατηγική marketing και άρχισε τις πωλήσεις του Red Bull Energy Drink, από την Αυστρία το 1987. Έτσι γεννιέται το Red Bull και μαζί του δημιουργείται μια καινούρια κατηγορία στην αγορά των μη αλκοολούχων ποτών με την ονομασία "ενεργειακά ποτά". Το προϊόν απογειώθηκε σε χρόνο ρεκόρ και το 1992 έκανε την εμφάνισή του στην Ουγγαρία, την πρώτη ξένη αγορά εκτός Αυστρίας. Σήμερα, το Red Bull δίνει ενέργεια σε περισσότερες από 100 χώρες και είναι το νούμερο ένα ενεργειακό ποτό παγκοσμίως. Στην Ελλάδα το Red Bull κυκλοφόρησε για πρώτη φορά το 1996 μέσω εταιρείας διανομής ενώ η Red Bull Hellas ιδρύθηκε το 1999 και απασχολεί σήμερα 32 εργαζομένους. Οι δραστηριότητές μας εκτείνονται σε ένα ευρύ φάσμα ενεργειών που σπάνια συναντά κανείς σε άλλες εταιρίες. Η μεγάλη επιτυχία μας βασίζεται τόσο στη μοναδική στρατηγική marketing αλλά κυρίως στην εξειδίκευση των στελεχών μας σε κάθε τομέα δραστηριοποίησης όπως sports marketing, entertainment marketing, consumer collecting και communication. Το motto μας "αναζωογονεί σώμα και πνεύμα" βρίσκεται στο επίκεντρο όλων των ενεργειών μας, επιβεβαιώνοντας την ξεχωριστή ταυτότητα του Red Bull Energy Drink.

Η κλίση για καινοτομία στην διεθνή αγορά αναφέρεται στην τάση της εταιρίας να προωθεί και να υιοθετεί νέες και πρωτοποριακές ιδέες, προϊόντα και υπηρεσίες που αποβλέπουν στην καλύτερη εξυπηρέτηση της διεθνούς αγοράς. Η κλίση για καινοτομία στη διεθνή αγορά (international innovation propensity) έχει να κάνει με τη δέσμευση και αφοσίωση της επιχείρησης να αναπτύξει και να υλοποιήσει ριζοσπαστικές ιδέες. Επίσης, πηγάζει από τις αξίες της επιχείρησης και γενικότερα την οργανωτική της κουλτούρα.

Η εταιρία EasyJet εισήγαγε το 1995 μια σχετικά νέα ιδέα στην αερομεταφορική βιομηχανία; αυτή της μεταφοράς επιβατών «χωρίς στολίδια» (no-frills). Όσο πιο νωρίς αγοράσει ο επιβάτης μέσω του τηλεφώνου ή του διαδικτύου το εισιτήριο του (δηλαδή χωρίς τη διαμεσολάβηση ταξιδιωτικών πρακτόρων), τόσο πιο φθηνή θα είναι η τιμή. Για την ελαχιστοποίηση του κόστους, η εταιρία ακόμα δεν παρέχει δωρεάν ποτά ή γεύματα κατά τη διάρκεια των πτήσεων της, προτιμάει τις πτήσεις από και προς τα μικρότερα και λιγότερο κεντρικά αεροδρόμια, απέφυγε την ύπαρξη ακριβών κεντρικών γραφείων κλπ. Η κλίση για καινοτομία και η ριζοσπαστική ιδέα της EasyJet της προσέδωσε ηγετική θέση στο χώρο των αεροπορικών εταιριών «χαμηλού κόστους». Η εταιρία είναι κερδοφόρα, απέκτησε την τέως θυγατρική της British Airways (την Go) και πραγματοποιεί πλήθος αεροπορικών δρομολογίων στην Ευρωπαϊκή ήπειρο.

Η έννοια της καινοτομίας είναι έντονα συνυφασμένη με αυτή της επιχειρηματικότητας. Για παράδειγμα, σε ένα από τα πρώτα έργα στο πεδίο της καινοτομίας ο Schumpeter (1934) αναγνωρίζει πως η κλίση για καινοτομία συμβάλλει στην ανάπτυξη της οικονομίας μιας χώρας και αποτελεί το θεμελιώδη λίθο για την εμφάνιση της επιχειρηματικότητας. Στα πλαίσια της διεθνούς επιχειρηματικότητας, η κλίση για καινοτομία μπορεί να συμβάλλει στη βελτίωση της επίδοσης της επιχείρησης και στη δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος έναντι των ανταγωνιστών της στο διεθνές περιβάλλον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ – ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΝΕΩΝ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

4.1 Μύθοι και προκαταλήψεις για την επιχειρηματικότητα

Σήμερα, υπάρχουν ορισμένες αντιλήψεις και προκαταλήψεις που απωθούν τους νέους που έφθασαν πολύ κοντά στο να κάνουν το αποφασιστικό βήμα προς το «επιχειρείν». Τις προκαταλήψεις αυτές τις ανακαλύπτει κανείς στους νέους όταν συζητά μαζί τους. Υποθετικά, οι ίδιες προκαταλήψεις υπάρχουν και στα στελέχη στην αγορά όταν εξετάζουν σοβαρά το τι δουλειά θα κάνουν και πως θα ξεκινήσουν. Οι αντιλήψεις αυτές είναι συχνά αβάσιμες. Σε μεγάλο βαθμό είναι μύθοι ή μισές αλήθειες που έχουν και αντίλογο. Πέντε είναι οι πιο βασικές:

Πρώτον, λένε, χρειάζομαι μια ιδέα. Εγώ δεν έχω βρει κάτι καλό.

Δεύτερο, δεν έχω ένα επιχειρηματικό σχέδιο, ένα πλάνο που θα με κατευθύνει.

Τρίτο, χρειάζονται πολλές γνώσεις και ικανότητες, εγώ δεν τις έχω.

Τέταρτο, παρόλα αυτά το ρίσκο είναι μεγάλο για μένα.

Πέμπτο, η ελληνική αγορά είναι πολύ μικρή για να στηρίξει κερδοφόρα αυτή την ιδέα.

Σ' αυτά πρέπει να δωθούν απαντήσεις στους νέους μία πιο πραγματιστική,

μία πιο θαρραλέα άποψη. Να βοηθήθουν να ξεπεράσουν τις αναστολές τους και να σκεφθούν πιο ψύχραιμα και ρεαλιστικά.

Το **πρώτο**: *«χρειάζεται μια έξυπνη ιδέα»*. Λίγοι από τους νέους λένε *«θα κάνω αυτή τη δουλειά, γιατί και άλλοι κάνουν την ίδια και τα καταφέρνουν»*. Οι πιο πολλοί θεωρούν ότι για να πετύχουν πρέπει να κάνουν κάτι το διαφορετικό, μια καινοτομία ίσως.

Όμως οι περισσότερες πετυχημένες επιχειρήσεις ξεκίνησαν χωρίς κάποια πρωτότυπη ιδέα. Χωρίς κάτι νέο να τους διαφοροποιεί. Έρευνες στις ΗΠΑ για τις 500 πιο ταχύτερα αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις δείχνουν ότι λίγο-πολύ στην αρχή οι ιδρυτές τους έκαναν ό,τι και οι άλλοι, αλλά καλύτερα και ταχύτερα.

Εξάλλου, η ελληνική αγορά δεν είναι πάντα έτοιμη να δεχθεί κάτι το καινούργιο για να χρειάζεται πολύ καινοτομική ιδέα. Η αγορά θέλει χρόνο για να δεχθεί το καινούργιο.

Το **δεύτερο**: «δεν έχω ένα επιχειρηματικό σχέδιο να με καθοδηγεί». Βέβαια, είναι χρήσιμο να υπάρχει ένα καλό σχέδιο από την αρχή. Δύσκολα μπορεί κανείς να υποτιμήσει την ανάγκη για καλή ανάλυση, για αποτύπωση της πορείας από την αρχή σε ένα χάρτη οδηγό. Όμως, αυτό δεν είναι συχνά εύκολο να γίνει. Δεν υπάρχουν στοιχεία για να στηριχθεί κανείς. Επιπλέον κοστίζει πολύ. Το κυριότερο όμως είναι ότι στους χώρους που ανοίγουν δράση, οι εξελίξεις τρέχουν. Μέχρι να μελετηθεί πλήρως το εγχείρημα, η αγορά θα έχει αλλάξει, η ευκαιρία θα έχει φύγει, ιδιαίτερα σε ορισμένους κλάδους τεχνολογίας και έντονου ανταγωνισμού.

Αναζητώντας σχετικές έρευνες βλέπει κανείς ότι το επιχειρηματικό σχέδιο δεν είναι ο κανόνας. Τέτοιες έρευνες έχουν γίνει κυρίως στις Η.Π.Α. Πράγματι μία έρευνα των start-ups των Η.Π.Α. δείχνει ότι οι εταιρείες που είχαν επιβιώσει τα πρώτα χρόνια λειτουργίας τους δεν ήταν αυτές που έκαναν πολύ σχεδιασμό και μελέτες στο ξεκίνημα. Μιλούμε βέβαια για μικρές επιχειρήσεις.

Ο στρατηγικός σχεδιασμός όμως στις επιχειρήσεις αυτές, φαίνεται να έρχεται μετά το ξεκίνημα. Στο ξεκίνημα χρειάζεται πολύ τόλμη και αυτοσχεδιασμός και αυτό επιβεβαιώνεται και από την πρακτική των μικροεπιχειρήσεων διεθνώς. Οι περισσότεροι επιχειρηματίες που πηγαίνουν για χρηματοδότηση δημιουργούν ένα business plan μόνο και μόνο για να αποσπάσουν πόρους από τους χρηματοδότες, ή για να κάνουν συμφωνίες με τους προμηθευτές. Όχι διότι θέλουν να χαράξουν μία πορεία και τρόπο δράσης μέσω του σχεδίου. .

Το **τρίτο** που λένε οι νέοι: «δεν έχω τις απαραίτητες γνώσεις και ικανότητες». Οι γνώσεις και ικανότητες, το ταλέντο, πράγματι παίζουν ρόλο.

Καλό να έχει κάποιος πολλές τεχνικές και διοικητικές γνώσεις καθώς και ικανότητες και εμπειρία, πριν ξεκινήσει. Ιδανικό θα ήταν να δουλέψει κανείς τρία-πέντε χρόνια μετά την αποφοίτηση, σε ενδιαφέρουσες απασχολήσεις, προτού ξεκινήσει δική του δουλειά. Εκεί θα μάθει, θα δει πως δουλεύουν οι επιχειρήσεις. Θα βρει ιδέες και θα αποκτήσει γνωριμίες. Αλλά πολύ περισσότερος χρόνος εμπειρίας τείνει να είναι επικίνδυνος για το επιχειρείν. Η γνώση δεν σταματά ποτέ, αφού κανείς συνέχεια μαθαίνει. Αν καθυστερήσεις για να αποκτήσεις ευρύτερες και σφαιρικές γνώσεις μπορεί να κολλήσεις στην εξαρτημένη εργασία, να μη μπεις ποτέ στο όχημα «επιχείρηση».

Πολλοί πετυχημένοι επιχειρηματίες ξεκίνησαν με έλλειμμα γνώσεων, χωρίς ιδιαίτερη κατάρτιση και εμπειρία. Απέκτησαν γνώσεις στη συνέχεια, στην αγορά. Επίσης, δε φαίνεται να υπάρχει ένα ιδεώδες προφίλ για τον επιτυχημένο επιχειρηματία.

Το **τέταρτο**: *«παρόλα αυτά το ρίσκο είναι μεγάλο για μένα, πώς να το αναλάβω»*. Αυτό είναι ίσως ένας από τους πιο διαδεδομένους μύθους ότι ο επιχειρηματίας επιζητεί τον κίνδυνο. Ότι του αρέσει να παίζει, να ρισκάρει. Όλοι οι άνθρωποι που έχουν σώας τας φρένας θέλουν να αποφύγουν τον κίνδυνο. Ο επιχειρηματίας είναι ενταγμένος σε ένα πλαίσιο σχέσεων μέσα στο ιδιαίτερο περιβάλλον του και προσπαθεί να περάσει το ρίσκο στους άλλους γύρω του. Λειτουργεί σε ένα δίκτυο πελατών, χρηματοδοτών, εργαζομένων, που μοιράζονται μαζί του τον κίνδυνο. Έχει την ενστικτώδη ικανότητα να μετακυλύει τον κίνδυνο στον πελάτη, κατά κύριο λόγο, ο οποίος θα αγοράσει το προϊόν και θα του δώσει τα χρήματα για να αναπτύξει την επιχείρηση, και κατά δεύτερο λόγο στους άλλους. Το ρίσκο γίνεται όμως πιο σημαντικό μετά. Συχνά προβάλλεται το επιχείρημα ότι οι δυνατότητες της Ελληνικής οικονομίας να δεχθεί πολλές επιχειρηματικές δραστηριότητες είναι περιορισμένες.

Τέλος, το **πέμπτο** ότι *«η ελληνική αγορά είναι πολύ μικρή για να στηρίξει κερδοφόρα την ιδέα μου»*. Η στενή αντίληψη του κόσμου, της αγοράς, όχι πολύ πέρα από το τοπικό ή στην καλύτερη περίπτωση από το εθνικό, συχνά είναι ανασταλτικός παράγοντας για την επιτυχία της επιχείρησης.

Συχνά προβάλλεται το επιχείρημα ότι οι δυνατότητες της Ελληνικής οικονομίας να δεχθεί πολλές επιχειρηματικές δραστηριότητες είναι περιορισμένες. Το μέγεθος της ζήτησης, αν αφαιρέσει κανείς το διαρκώς αυξανόμενο μερίδιο των μεγάλων επιχειρήσεων, δεν αφήνει ικανά περιθώρια για να ανθίσουν πολλές μικρο-επιχειρήσεις. Σε μία χώρα στην περιφέρεια της Ευρώπης, υπάρχουν πραγματικοί, αντικειμενικοί περιορισμοί που θέτουν όρια στη εκδήλωση της επιχειρηματικότητας.

Μήπως αυτό που αναφέρθηκε ως κίνδυνος παραπάνω είναι χαρακτηριστικό της ίδιας της οικονομίας και περιορίζει τις επιχειρηματικές δυνατότητες; Διότι εδώ πρόκειται για μια μικρή οικονομία, με τρία εκατομμύρια νοικοκυριά, με τη δεδομένη της διάρθρωση, με κλάδους που δεν είναι ανοιχτοί στην ατομική πρωτοβουλία.

Όμως το επιχείρημα αυτό δε μπορεί σήμερα να σταθεί εύκολα. Η οικονομία και οι ευκαιρίες στην αγορά δεν είναι το πρόβλημα. Εξάλλου η

επιχειρηματικότητα άνθισε και σε πιά δύσκολες περιόδους της ελληνικής ιστορίας. Υπάρχει η νέα επιχειρηματικότητα, νέοι κλάδοι που αναπτύσσονται, παραδοσιακοί κλάδοι που μετασχηματίζονται, τοπική δημιουργικότητα που οδηγεί σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες. Όλα αυτά δημιουργούν νέες ευκαιρίες, μεγεθυνθούν τους κλάδους και δημιουργούν νέους. Το «προϊόν Ελλάς» δεν έχει δείξει ακόμα το δυναμισμό του λόγω του ότι δεν έχει ακόμα μεταφρασθεί σε επώνυμα προϊόντα ή υπηρεσίες που θα διεκδικήσουν παρουσία σε διαπεριφερειακές ή διεθνείς αγορές. Το διαδίκτυο βοηθά στην κατεύθυνση αυτή.

Ανοίγει πόρτα για μάρκετινγκ παγκόσμιας εμβέλειας. Υπάρχουν παραδείγματα εταιρειών που κινούνται στην κατεύθυνση αυτή. Οι νέοι δεν πρέπει να φοβούνται τη διεθνή σκηνή. Αυτή δίνει περισσότερες ευκαιρίες, νέες ιδέες, εμπειρίες, μάθηση. Είναι πιο εύκολο απο παλαιότερα.

4.2 Το τοπίο της σύγχρονης επιχειρηματικότητας

Στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης οι επιχειρήσεις υπόκεινται σε ανταγωνιστικούς όρους σε διεθνές πλέον επίπεδο. Στη χώρα μας επίσης σημειώνονται μεγάλες και σημαντικές αλλαγές σε οικονομικό και σε κοινωνικό επίπεδο. Η αγορά εργασίας γίνεται πιο σκληρή, ενώ παράλληλα αυξάνονται και οι πιέσεις για πιο υψηλό επίπεδο διαβίωσης. Έτσι, ο μέσος Έλληνας εργαζόμενος, που είναι συγχρόνως παραγωγός και καταναλωτής, επηρεάζεται διττά: από τη μια απολαμβάνει καλύτερα και φθηνότερα προϊόντα και υπηρεσίες και από την άλλη, βλέπει την αγορά εργασίας να «στενεύει», τις εργασιακές απαιτήσεις να αυξάνονται, ενώ τα κεφάλαια και η απασχόληση μεταφέρονται προς άλλες χώρες.

Αφετηρία του προβληματισμού μας αποτελεί η σκέψη πως για να δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας θα πρέπει να έχουμε ανταγωνιστικές επιχειρήσεις. Για να μπορέσουν, δηλαδή, οι επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν τον αυξανόμενο διεθνή ανταγωνισμό, θα πρέπει να βελτιώσουν το επίπεδο έρευνας, επενδύσεων και πρωτοποριακών λειτουργιών, προϊόντων και υπηρεσιών τους. Στο πλαίσιο αυτό, οι άνθρωποι πόροι αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό στοιχείο κάθε επιχειρηματικής δράσης και ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στη διατήρηση και αύξηση μεριδίων της αγοράς. Επομένως, χρειάζονται όχι μόνο οι πρωτοποριακοί επιχειρηματίες αλλά και οι δυναμικοί εργαζόμενοι, κάτι που τονίστηκε ήδη από το 6ο Συνέδριο των Ευρωεπιμελητηρίων με θέμα: «Επιχειρηματικότητα και Κατάρτιση», που πραγματοποιήθηκε στο Derby της Αγγλίας 22-24 Μαρτίου 1998.

4.3 Ο επαγγελματικός προσανατολισμός

Ο επαγγελματικός προσανατολισμός αναφέρεται ως ρόλος «μεσιτείας» ανάμεσα στο άτομο και στον κόσμο, που διευκολύνει την ένταξη των ατόμων (νέων και λιγότερο νέων) στην επαγγελματική δραστηριότητα. Ο στόχος είναι η στήριξη του ατόμου, σε όλα τα επίπεδα, ώστε να αναπτύξει ένα προφίλ δυναμικό, που θα του επιτρέπει να αξιοποιεί συνεχώς τις γνώσεις, τις ικανότητες, τις δεξιότητες, την ειδίκευσή του, μετατρέποντάς τες σε βιοπορισμό κι ανέλιξη. Οι νέοι καλούνται επίμονα σε μια κρίσιμη περίοδο της ζωής τους, στα χρόνια ανάμεσα στη δευτεροβάθμια και στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, έχοντας μικρή γνώση του εαυτού τους και του κόσμου, να κάνουν επιλογές σε σχέση με το μέλλον τους. Εκτός από τις εκπαιδευτικές επιλογές που κάνει ένας νέος, καλείται στη συνέχεια να αποφασίσει, αν θα αναζητήσει μια εργασία σε υπαλληλική βάση ή θα προχωρήσει στη δημιουργία της δικής του επιχείρησης. Στο πλαίσιο του επαγγελματικού τους προσανατολισμού οι νέοι και οι οικογένειές τους θεωρούσαν ως επαγγελματική αποκατάσταση την ανεύρεση μιας θέσης εργασίας.

Σήμερα τονίζεται μια άλλη εναλλακτική απασχόλησης, η υλοποίηση μιας επιχειρηματικής δράσης.

4.4 Τι σημαίνει ‘επιχειρηματικότητα’

Λέγοντας «επιχειρηματικό πνεύμα» εννοούμε τη διάθεση και τις ικανότητες να αξιοποιήσει κανείς τις γνώσεις και τις δεξιότητες που διαθέτει, σύμφωνα με τις εκάστοτε ανάγκες της αγοράς, ώστε να αποφέρουν οικονομικό όφελος (Βενιοπούλου & Ζαννή-Τελιοπούλου,1997). Ως επιχειρηματικότητα θα μπορούσαμε να ορίσουμε *‘το σύνολο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, την εισαγωγή νέων προϊόντων και τεχνολογιών και την αναζήτηση επιχειρηματικών ευκαιριών. Με τον όρο «επιχειρηματικότητα» εννοούμε ακόμα τη δεξιότητα της οργάνωσης, του σχεδιασμού και της υλοποίησης μιας ιδέας, προκειμένου να προσφερθεί στην αγορά ένα προϊόν ή μια υπηρεσία με τρόπο έξυπνο, πρωτότυπο, ανταγωνιστικό και αποτελεσματικό’*.²

Η έννοια της επιχειρηματικότητας έχει τις ρίζες της στις επιστήμες της οικονομικής θεωρίας και της κοινωνιολογίας. Ο σχεδιασμός, η

² ΥΠΕΠΘ- ΠΙ: Βιβλίο ΣΕΠ μαθητή Γ΄ Γυμνασίου «Ετοιμάζομαι για τη ζωή» σ. 151

οργάνωση, η ανάπτυξη και η θεμελίωση μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί αντικείμενο ενδιαφέροντος και μελέτης επιστημόνων, κυρίως από το χώρο του μάνατζμεντ. Στη σύγχρονη εκδοχή της συνδυάζει στοιχεία από την ψυχολογία, τη διοίκηση και τη βιομηχανική γεωγραφία.

Για την ανάληψη μιας επιχειρηματικής δράσης χρειάζεται να μελετηθεί ο εντοπισμός, η αξιοποίηση και η δημιουργία ευκαιριών, το προφίλ των ανθρώπων που αναλαμβάνουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα, όπως και η σημασία του οικονομικού και κοινωνικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο λειτουργούν οι επιχειρήσεις. Ωστόσο, παρατηρείται ότι οι νέοι, μελλοντικοί ελεύθεροι επαγγελματίες που έχουν μια καλή επιχειρηματική ιδέα, συχνά είναι απροετοίμαστοι και είτε παραιτούνται από την ιδέα είτε ξεκινούν χωρίς σωστή προετοιμασία και καθοδήγηση, με αποτέλεσμα να θέτουν σε κίνδυνο την οικονομική τους δραστηριότητα.

Οι κυριότερες περιοχές που σχετίζονται με την ανάπτυξη μιας επιχείρησης, είναι ³ :

Το προφίλ του επιχειρηματία: γεννιέται ή γίνεται;

- Ποια είναι τα χαρακτηριστικά ενός επιχειρηματία και τι είναι αυτό που καθορίζει την ύπαρξη επιχειρηματικής φύσης σε ένα άτομο;
- Ποια είναι τα κίνητρα που δραστηριοποιούν τον επιχειρηματία;

Η διαδικασία δημιουργίας της νέας επιχείρησης

- Αναζήτηση και εκμετάλλευση (νέων) ευκαιριών
- Αξιολόγηση ευκαιριών
- Διαχείριση καινοτομίας
- Σχεδιασμός της νέας επιχείρησης
- Αναζήτηση κεφαλαίων και πόρων
- Στρατηγικές επιβίωσης κι ανάπτυξης της νέας επιχείρησης

Το επιχειρησιακό περιβάλλον, το οποίο περιλαμβάνει:

- Ευκαιρίες
- Κινδύνους
- Οργανωτικά δίκτυα
- Τις ισχύουσες εθνικές πολιτικές
- Την εξεύρεση πόρων

³ πηγή: Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 2001

- Την επίδραση πολιτισμικών στοιχείων στην επιχειρηματική πρωτοβουλία

Η ανάπτυξη της επιχείρησης

- Εμπόδια που μπορεί να αντιμετωπίσει κατά τη διαδικασία ανάπτυξης
- Στρατηγικές ανάπτυξης
- Εύρεση των απαιτούμενων κεφαλαίων

Τα πιθανά οφέλη μιας επιχείρησης

- Χρηματο-οικονομικά
- Κοινωνικο-πολιτισμικά
- Οφέλη από την ανάπτυξη καινοτομιών είναι πάνω απ' όλα η **ατομική πράξη ενός ανθρώπου που αναλαμβάνει ένα επιχειρηματικό ρίσκο**. Ειδικοί του επαγγελματικού προσανατολισμού εκτιμούν πως η επιτυχία ή αποτυχία της επιχειρηματικής δραστηριότητας, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τα στοιχεία της προσωπικότητας του ατόμου. Οι κατεξοχήν **δεξιότητες** που συνδέονται με την ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος, είναι οι ακόλουθες (Σιδηροπούλου-Δημακάκου, 2001):

Ανάληψη κινδύνου

Κατεξοχήν

Υπευθυνότητα επιχειρηματικές δεξιότητες

Ικανότητα λήψης αποφάσεων

Πρωτοβουλία

Δημιουργικότητα

Νεωτερισμός/ καινοτομία

Αντοχή στην πίεση

4.5 Η επιχειρηματικότητα ως επαγγελματική επιλογή των νέων στη χώρα μας

Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της Eurostat ένας στους τρεις νέους κάτω των 25 ετών στην Ελλάδα είναι άνεργος. Οι νέοι, όπως και οι γυναίκες, αποτελούν τις ομάδες που πλήττονται περισσότερο από την ανεργία⁴. Στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων φαίνεται ότι στρέφεται ένα μεγάλο ποσοστό νέων, απαντώντας στα μεγάλα νούμερα της ανεργίας (Αναγνωστάκη, 2000). Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε στη χώρα μας στο διάστημα 1998-1999 από την εταιρεία MRB για λογαριασμό της Λέσχης Επιχειρηματικότητας, από το σύνολο των νέων επιχειρηματιών, ένας στους δύο είναι ηλικίας 24 έως 34 ετών, το 22%

⁴ βλ και: www.statistics.gr

είναι ηλικίας 35 έως 44 ετών, ενώ ένας στους δέκα είναι 18 έως 24 ετών. Επτά στους δέκα νέους επιλέγουν να δημιουργήσουν την επιχείρησή τους, έχοντας ως κίνητρο την οικονομική τους ασφάλεια, αλλά και προσωπικά τους οράματα. Περίπου τέσσερις στους δέκα είναι απόφοιτοι λυκείου και σχεδόν το 77% επιλέγουν να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα χωρίς συνεταιίρο. Έξι στους δέκα νέους δημιουργούν τις δικές τους επιχειρήσεις με επένδυση προσωπικών κεφαλαίων και τρεις στους δέκα με κεφάλαια της οικογένειάς τους. Ένας στους τέσσερις δηλώνει ότι έχει λάβει κεφάλαια από χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ή πρόκειται να το κάνει στο μέλλον.

Εκείνοι που υπερτερούν στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων είναι οι άνδρες με ποσοστό που φτάνει το 59% έναντι 41% των γυναικών. Οι περισσότεροι νέοι επιχειρηματίες αισιοδοξούν για το μέλλον των επιχειρήσεών τους και αποδίδουν την επιτυχία κατά 36,5% στην ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που παρέχουν. Παρά την αισιοδοξία τους για την επιτυχία, οι νέοι επιχειρηματίες κατά την προσπάθειά τους αντιμετωπίζουν ουσιαστικά προβλήματα και μόλις το 15,4% ομολογεί ότι δεν είχε κανένα πρόβλημα. Ένας στους πέντε νέους επιχειρηματίες αντιμετωπίζει πρόβλημα στη συγκέντρωση κεφαλαίων και παραπονιέται για έλλειψη επιχορηγήσεων.

Στις αστικές και ημιαστικές περιοχές, τρεις στους δέκα νέους επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν οικονομικά προβλήματα, που έχουν να κάνουν με τη ρευστότητα και τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης. Στις ημιαστικές περιοχές τα προβλήματα εντοπίζονται στην προσέλκυση νέων πελατών, ενώ 18 στις 100 νέες επιχειρήσεις στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη καλούνται να ξεπεράσουν δυσκολίες, όπως ο αθέμιτος ανταγωνισμός και οι χαμηλές τιμές. Άλλα προβλήματα που καταγράφηκαν στη διάρκεια της έρευνας είναι η έκδοση άδειας λειτουργίας και η μεγάλη γραφειοκρατία (7,7%), η εξεύρεση επαγγελματικού χώρου (6,8%) καθώς και η δυσπιστία που δείχνει ο κοινωνικός περίγυρος απέναντι σε νέους που αναλαμβάνουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα.

4.6 Καλές Πρακτικές & Προγράμματα για την ανάπτυξη της νεανικής επιχειρηματικότητας και τη σύνδεση σχολείου-επιχειρήσεων

Η ετοιμότητα των νέων για επιχειρηματικές δράσεις μπορεί να αναπτυχθεί μέσα από εκπαιδευτικά προγράμματα, που έχουν ως στόχο να φέρουν πιο κοντά το σχολείο με τον κόσμο της εργασίας. Στον ευρωπαϊκό και στο διεθνή εκπαιδευτικό χώρο γίνονται προσπάθειες

σύνδεσης της εκπαιδευτικής κοινότητας με τον χώρο των επιχειρήσεων, με απώτερο σκοπό να ενισχυθεί το επιχειρηματικό πνεύμα των νεαρών μαθητών και να προετοιμαστούν κατάλληλα, ώστε να μπορέσουν με τους καλύτερους δυνατούς όρους να στήσουν τη δική τους επιχείρηση.

Ενδεικτικά, θα αναφέρουμε ορισμένα επιτυχημένα παραδείγματα πρωτοβουλιών και προγραμμάτων για την τόνωση της νεανικής επιχειρηματικότητας, όπως καταγράφονται στον ευρωπαϊκό και στο διεθνή χώρο.

4.7 Επιχειρηματικότητα στον Κόσμο

4.7.1 Βρετανία

Στη **Βρετανία** επιδιώκεται να υπάρξουν στενότεροι δεσμοί μεταξύ επιχειρήσεων και σχολείων, ώστε οι μαθητές να κατανοήσουν το μελλοντικό τους ρόλο και τις ευθύνες τους στην οικονομική κοινότητα.

Στόχος είναι κάθε νέος άνθρωπος να ακούσει και να μάθει τα περί επιχειρήσεων στο σχολείο του, κάθε κολέγιο να ενημερώσει τους μαθητές για τις ευκαιρίες στον τομέα των επιχειρήσεων. Για το λόγο αυτό, υλοποιείται η πρωτοβουλία “*Υιοθετήστε Ένα Σχολείο*”, στα πλαίσια της οποίας επιχειρήσεις συνεταιρίζονται με ένα τοπικό σχολείο με σκοπό την προώθηση της ‘κουλτούρας της επιχείρησης’. Στη χώρα αυτή έχει ξεκινήσει και μια νέα δράση, με στόχο να ενισχύσει την επαγγελματική προετοιμασία των νέων 16 έως 19 ετών και στο πλαίσιο αυτό ζητείται η εθελοντική τους εργασία στις κοινότητες στις οποίες διαμένουν, με σκοπό την καλύτερη προετοιμασία των νέων για την είσοδό τους στην αγορά εργασίας⁵. Για την ολοκληρωμένη προσέγγιση της επιχειρηματικότητας χρειάζεται και η συμβολή των εκπαιδευτικών.

Για το λόγο αυτό εφαρμόζεται το πιλοτικό πρόγραμμα “*Teachers in Industry*”, στο οποίο συμμετέχουν διευθυντές σχολείων, εκπαιδευτικοί και εταιρείες και δίνεται η δυνατότητα στους εκπαιδευτικούς να εργαστούν για 11 ημέρες στην επιχείρηση σε διάστημα δύο ή τριών μηνών. Το πρόγραμμα αυτό δίνει έμφαση στην εμπλοκή των εκπαιδευτικών σε σημαντικές και όχι δευτερεύουσες εργασίες αλλά και στο τι μπορεί να αποκομίσουν οι εκπαιδευτικοί καθώς και οι εταιρείες από μία τέτοιου είδους εμπειρία⁵.

⁵ πηγή: BBC NEWS, 26.06.2001

Τα βρετανικά πανεπιστήμια προβληματίζονται κι αυτά για τους πτυχιούχους που είναι άνεργοι. Στο πανεπιστήμιο του Emory δημιουργήθηκε από τον Οκτώβριο του 2001 μια ειδική μονάδα υποστήριξης τους, το *'Career Catalyst'*. Κύριο αίτιο της δημιουργίας της ήταν το γεγονός ότι πολλοί απόφοιτοι παρέμεναν άνεργοι και ο στόχος είναι να παρέχονται συμβουλές για εύρεση εργασίας, δημιουργία νέας επιχείρησης και βοήθεια προς τους ενδιαφερόμενους να δημιουργήσουν διασυνδέσεις στον επαγγελματικό χώρο που τους ενδιαφέρει.⁶ Παράλληλα, εκπαιδούνται και οι ίδιοι οι πανεπιστημιακοί, ώστε να δίνουν σωστή κατεύθυνση στους φοιτητές τους. Το κέντρο επιχειρηματικότητας της Βρετανίας *'Centre for Enterprise Leicestershire'*⁷ ξεκίνησε ανταλλαγές μεταξύ πανεπιστημιακών και εργαζομένων σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις για κάποιες ημέρες της εβδομάδας. Έτσι αναμένεται ότι οι πανεπιστημιακοί θα αποκτήσουν άμεση εμπειρία προσαρμόζοντας τις γνώσεις τους στα ιδιαίτερα προβλήματα των μικρών επιχειρήσεων, και οι επιχειρηματίες θα μεταφέρουν στους σπουδαστές-καθηγητές την πείρα τους.

4.7.2 Γερμανία

Στη **Γερμανία** λειτουργούν σχολεία με σαφή επαγγελματική κατεύθυνση και προσανατολισμό, τα λεγόμενα *Duale Oberschule - DOS* (Διπλά Γυμνάσια). Σύμφωνα με τις απόψεις των ειδικών πρόκειται για τον τύπο σχολείου που έχει τη δυνατότητα να κλείσει το χάσμα μεταξύ της γενικής και της επαγγελματικής εκπαίδευσης. Οι μαθητές που φοιτούν στα σχολεία αυτά προετοιμάζονται κατά κύριο λόγο για επαγγελματικούς χώρους, όπως η απασχόληση σε βιοτεχνίες, στο χώρο των Κοινωνικών Επιστημών, της Οικονομίας, και της Διοίκησης. Μεταξύ των μαθημάτων τους, μάλιστα, συγκαταλέγεται και η συγγραφή Βιογραφικού Σημειώματος⁸

4.7.3 Φιλανδία

Στη **Φιλανδία**, αλλά και σε άλλα κράτη, όπως η Γερμανία, η Βρετανία και η Γαλλία, οι περιφερειακές αρχές, οι τοπικοί επαγγελματικοί φορείς και οι τράπεζες «υιοθετούν» νέους, υποψήφιους επιχειρηματίες, και τους

⁶ πηγή: Η Καθημερινή, 19.02.2002

⁷ <http://www.centreforenterprise.co.uk>

⁸ πηγή: Sueddeutsche Zeitung, 20.03.2001

δίνουν συμβουλές, υποστήριξη και πληροφόρηση για προγράμματα χρηματοδότησης και πρόσβαση σε δανεισμό, ώστε να ξεκινήσουν την επαγγελματική τους πορεία.

4.7.4 Δανία

Στη **Δανία** ενισχύουν την ανάπτυξη επιχειρηματικής κουλτούρας στα σχολεία, εκπαιδύοντας τους μαθητές για να γίνουν μικρομεσαίοι επιχειρηματίες. Το υπουργείο Παιδείας της Δανίας μέσα σε δύο χρόνια εφάρμοσε 200 προγράμματα κατάρτισης σχετικά με το επιχειρηματικό πνεύμα, στα οποία συμμετείχε το 30%-40% των μαθητών. Σχετική έρευνα έδειξε ότι οι μαθητές που παρακολούθησαν ανάλογα προγράμματα δείχνουν περισσότερο πρόθυμοι πλέον να δημιουργήσουν μία επιχείρηση ή να εργασθούν σε αυτή.

4.7.5. Ολλανδία

Στην **Ολλανδία** γίνεται προσπάθεια προώθησης της επιχείρησης στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, μέσα από τα πανεπιστήμια, τα οποία χρηματοδοτούν τους φοιτητές στη δημιουργία επιχείρησης. Για παράδειγμα, το πανεπιστήμιο Twente⁹ έχει υλοποιήσει το πρόγραμμα 'TOP', μέσω του οποίου υποστηρίζει τους σπουδαστές που δημιουργούν δικές τους επιχειρήσεις, με διευκολύνσεις, συμβουλευτικές υπηρεσίες (mentoring) και άτοκα δάνεια, ενώ στηρίζει την πειραματική εφαρμογή καινοτόμων επιχειρηματικών σχεδίων.

4.7.6. Γαλλία

Στη **Γαλλία** έχει δοθεί έμφαση στις πρακτικές υπηρεσίες υποστήριξης. Έξι εμπορικά και βιομηχανικά επιμελητήρια στη Γαλλία, σε συνεργασία με το 'Εθνικό Κέντρο για τη Διδασκαλία από Απόσταση'¹⁰ βοηθούν τους επιχειρηματίες να υλοποιήσουν το επιχειρηματικό σχέδιο που τους ενδιαφέρει. Για κάθε ενδιαφερόμενο που αναζητά τις υπηρεσίες αυτές καταρτίζεται φάκελος επιχειρησιακού σχεδίου και παρέχονται άμεσες συμβουλευτικές υπηρεσίες από ειδικευμένα στελέχη των επιμελητηρίων.

⁹ <http://www.utwente.nl>

¹⁰ <http://www.cned.fr>

4.7.7. Βέλγιο

Στο **Βέλγιο** η επιχειρηματικότητα φαίνεται να θεωρείται στενά συνδεδεμένη με την οικονομική στήριξη των νέων επιχειρηματιών και λειτουργούν προγράμματα στα οποία οι τράπεζες δίνουν μαθήματα διαπραγματεύσεων στους επιχειρηματίες, ιδιαίτερα στους νέους, ώστε να είναι σε θέση αντεπεξέλθουν στις σύγχρονες οικονομικές απαιτήσεις.

4.7.8. Σουηδία

Η **Σουηδία** χρησιμοποιεί τις νέες τεχνολογίες για κατάρτιση πάνω σε θέματα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας. Το δίκτυο «*Young Enterprise*» προσφέρει στους νέους ηλικίας 16-20 ετών την απαραίτητη προετοιμασία και κατάρτιση για τη σύσταση μιας επιχείρησης. Στο δίκτυο αυτό συμμετέχει το 75% των Γυμνασίων της Σουηδίας.¹¹

4.7.9. Πορτογαλία

Στην **Πορτογαλία** γίνεται προσπάθεια να ενισχυθεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα. Καθώς έχει σημειωθεί ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα δεν αναπτύσσεται ικανοποιητικά γιατί πολύ συχνά οι γυναίκες αντιμετωπίζουν προβλήματα στην πρόσβασή τους σε τραπεζικές πιστώσεις, η πορτογαλική πολιτική στράφηκε προς την παροχή στήριξης και πρακτικών συμβουλών για να αντιμετωπιστεί η συγκεκριμένη δυσκολία.¹² Οι υποψήφιες επιχειρηματίες «δασκαλεύονται» για να μπορούν να παρουσιάσουν αποτελεσματικά το αίτημά τους, ώστε να διεκδικούν επαγγελματικά δάνεια από τράπεζες κατά τη διαπραγμάτευση των επιτοκίων και των όρων της εγγύησης.

4.7.10. Στην Αμερική

Στις **ΗΠΑ**, 'τρέχουν' διάφορα προγράμματα σύνδεσης του σχολείου με τον κόσμο της εργασίας, όπως το "*School-to-Work*", που έχει ως στόχο τη δυνατότητα ενεργού συμμετοχής των μαθητών στην παραγωγή, σε εταιρείες, υπηρεσίες ή ιδρύματα. Από πρόσφατες έρευνες των πανεπιστημίων που συμμετέχουν στην ανάπτυξη της πρωτοβουλίας

¹¹ <http://www.unqforetagsamhet.se>

¹² πηγή: <http://www.enet.gr>

αυτής, ¹³ φαίνεται σαφώς ότι οι μαθητές εμπνέονται και ενθουσιάζονται από τη συμμετοχή τους σε ανάλογες πρωτοβουλίες, ωστόσο δεν υπάρχει ακόμη καμία ένδειξη ότι βελτιώνεται και η επίδοσή τους στο σχολείο.¹⁴

Στη Ν. Υόρκη έχει δημιουργηθεί και λειτουργεί ο μη κερδοσκοπικός φορέας “*Junior Achievement*”,¹⁵ με στόχο την ανάπτυξη και καλλιέργεια επιχειρηματικού πνεύματος στους μαθητές όλων των τάξεων (από το νηπιαγωγείο μέχρι και το λύκειο), μέσω εξειδικευμένου εκπαιδευτικού υλικού αλλά και με τη στήριξη εργαζομένων σε επιχειρήσεις που ανταλλάσσουν τον ρόλο τους με εκείνο του εκπαιδευτικού και εισάγουν τα ειδικά αυτά μαθήματα στην τάξη. Η πρωτοβουλία αυτή έχει ενταχθεί σε εκπαιδευτικά και επιμορφωτικά προγράμματα 60 χωρών, ενώ λειτουργεί πιλοτικά και στη χώρα μας σε συνεργασία με το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο και τον ΣΕΒ.

Στις ΗΠΑ καταγράφονται και μεμονωμένες πρωτοβουλίες για την προετοιμασία των μαθητών για την επιχειρηματική δραστηριοποίηση και σταδιοδρομία, όπως στην περιοχή του Los Angeles όπου ένας εκπαιδευτικός προσπαθεί να δώσει την ευκαιρία σε μαθητές λυκείου να έρθουν σε επαφή με τον επαγγελματικό χώρο. Τον πρώτο χρόνο οι μαθητές ασχολούνται θεωρητικά με το διεθνές εμπόριο, τις αλληλεπιδράσεις στον οικονομικό χώρο και τον τρόπο με τον οποίο η πολιτική επηρεάζει τον επιχειρηματικό χώρο. Τον δεύτερο χρόνο μαθαίνουν να κάνουν αναλύσεις αγοράς, να δημιουργούν τις δικές τους εταιρείες και να κάνουν συναλλαγές. Κάθε μαθητής, μάλιστα, που πετυχαίνει μια καλή πώληση λαμβάνει ως επιβράβευση κάποιο συμβολικό χρηματικό ποσό. Η πρωτοβουλία αυτή είχε τεράστια απήχηση τόσο στην μαθητική όσο και στην τοπική εκπαιδευτική κοινότητα, ώστε καθιερώθηκε ως μάθημα στο εν λόγω σχολείο.¹⁶

Ωστόσο, **αναφέρονται και ορισμένα προβλήματα στη συνεργασία σχολείων και επιχειρήσεων**, η οποία δεν αποδεικνύεται ιδιαίτερα αποδοτική. Το συμπέρασμα αυτό αποτελεί προϊόν έρευνας, που διενεργήθηκε από την εφημερίδα *Times Educational Supplement* σε 150 σχολεία της Αγγλίας και δημοσιεύτηκε τον Ιούλιο του 2001. Τα δεδομένα της έρευνας κατέδειξαν ότι η απόδοση των μαθητών στα σχολεία που συνεργάζονταν με επιχειρήσεις δεν είχε κάποια σημαντική

¹³ Συμμετέχουν το Columbia University με το Institute of Education and the Economy Teachers

College, το Cornell University και το Manpower Demonstration Research Center

¹⁴ πηγή: *Washington Post*, 24.04.2001

¹⁵ <http://www.ja.org>

¹⁶ πηγή: *Los Angeles Times*, 28.03.2001

βελτίωση, ενώ δεν σημειώθηκε αύξηση του ενδιαφέροντός τους για τα μαθήματα. Μόλις 24 σχολεία θεώρησαν ότι οι συνεργασίες αυτές συνέβαλαν στην αναβάθμιση της παρεχόμενης εκπαίδευσης, ενώ μόνο 2 σχολεία θεώρησαν σημαντικά τα οφέλη από τις συνεργασίες αυτές. Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγουν και στις ΗΠΑ, όπου αντίστοιχα προγράμματα ενθαρρύνουν τον συνδυασμό σπουδών με εργασία σε επιχειρήσεις και την παρακολούθηση ειδικών μαθημάτων επιχειρηματικότητας. Πολλοί πιστεύουν ότι η συμμετοχή παιδιών με βασικά μαθησιακά προβλήματα (π.χ. στην ανάγνωση, τη γραφή και τους μαθηματικούς υπολογισμούς) σε προγράμματα εργασίας εκτός σχολείου αποτελεί σχεδόν χάσιμο χρόνου!¹⁷ Κατά ενδιαφέροντα τρόπο, ανάμεσα σε εκείνους που αντιμετωπίζουν με σκεπτικισμό αυτά τα προγράμματα, βρίσκει κανείς και στελέχη μεγάλων επιχειρήσεων, όπως ο διευθυντής της IBM, που δηλώνει ότι η αποστολή του σχολείου δεν μπορεί να περιορίζεται στην ανάπτυξη δεξιοτήτων για την εργασία και την παραγωγή.

Παρόλα αυτά, τα προγράμματα που στοχεύουν στη σύνδεση σχολείου-εργασίας φαίνεται ότι περιορίζουν τον αριθμό των μαθητών που εγκαταλείπουν το λύκειο στις ΗΠΑ, σύμφωνα με έρευνα του Teachers College στο Πανεπιστήμιο Columbia. Αν και δεν φαίνεται να έχουν συμβάλει ιδιαίτερα στη βελτίωση των σχολικών επιδόσεων των μαθητών, έχουν αυξήσει το ενδιαφέρον τους για περαιτέρω σπουδές και έχουν αποτρέψει αρκετούς από το να εγκαταλείψουν το λύκειο.¹⁸

4.7.11. Στην Σκωτία

Η Σκωτία λαμβάνει σοβαρά υπόψη της την προώθηση νέων επιχειρηματιών σε τομείς της αγοράς όπου πιστεύεται πως υπάρχουν δυνατότητες μελλοντικής διεύρυνσης, όπως για παράδειγμα ο χώρος της πληροφορικής. Και έτσι ορθά θεώρησαν στη Σκωτία ότι ο μόνος ίσως τρόπος για να ανταγωνιστούν άλλες μεγαλύτερες χώρες σε τομείς υπηρεσιών και προϊόντων είναι η εξασφάλιση κατάλληλων μέσων στους αποφοίτους των πανεπιστημίων ώστε αυτοί να αξιοποιήσουν τις νέες τους ιδέες και να δημιουργήσουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες για ώριμες, αναδυόμενες ή ακόμη και ανεκμετάλλευτες αγορές.

¹⁷ πηγή: *Washington Post*, 24.04.2001

¹⁸ η έκθεση βρίσκεται και στην ιστοσελίδα: <http://www.tc.columbia.edu/lee>.

Για την επιδίωξη αυτού του στόχου τα πανεπιστήμια της Σκωτίας εξασφαλίζουν με τη βοήθεια του κράτους διάφορα μέσα στους απόφοιτους τους, οι οποίοι βάσιμα πλέον μπορούν να προσβλέπουν στην υποστήριξη των ιδεών τους. Η εν λόγω υποστήριξη εκφράζεται έμπρακτα και καλύπτει αρκετές από τις δυσχέρειες που κάθε νέος επιχειρηματίας συναντά στα πρώτα επαγγελματικά του βήματα. Η υποστήριξη με τη μορφή παροχών κλιμακώνεται ξεκινώντας από ορισμένες στοιχειώδεις παροχές προς τον ελπιδοφόρο επιχειρηματία ως την πλήρη υποστήριξη της καινοτόμου του ιδέας. Σ' ένα αρχικό στάδιο η υποστήριξη περιλαμβάνει μόνο κοινωνικές και επιχειρηματικές διασυνδέσεις με άλλους ήδη επιτυχημένους επιχειρηματίες, οι οποίες εντούτοις είναι σημαντικές γιατί υπάρχει η πιθανότητα μέσω αυτών των συναντήσεων να εξασφαλιστεί κάποια χρηματοδότηση ή μια μορφή συνεργασίας μαζί τους.

Επιπρόσθετα, το πανεπιστήμιο μπορεί ακόμη να εξασφαλίσει δωρεάν για μια πραγματικά καλή ιδέα τις υπηρεσίες ενός μάνατζερ προκειμένου αυτός να συνδράμει τον φιλόδοξο επιχειρηματία στο ξεκίνημα της εταιρίας το. Ως δε τελικό μέσο υποστήριξης, το πανεπιστήμιο μπορεί μάλιστα να προσφέρει ένα μικρό χώρο γραφείου με όλο τον υπολογιστικό εξοπλισμό και γρήγορες συνδέσεις στο διαδίκτυο, πράγματα δηλαδή άκρως απαραίτητα για τα πρώτα

Έτσι ορθά θεώρησαν στη Σκωτία ότι ο μόνος ίσως τρόπος για να ανταγωνιστούν άλλες μεγαλύτερες χώρες σε τομείς υπηρεσιών και προϊόντων είναι η εξασφάλιση κατάλληλων μέσων στους αποφοίτους των πανεπιστημίων στάδια ανάπτυξης της εταιρίας. Έτσι αποφεύγεται το σημαντικό και συχνά δυσβάσταχτο λειτουργικό έξοδο της ενοικίασης ενός χώρου γραφείου και της αγοράς ακριβού εξοπλισμού.

Γι' όλες τις παραπάνω ενδεικτικές παροχές η μόνη δέσμευση από την πλευρά του νέου επιχειρηματία είναι να εκμεταλλευτεί ουσιαστικά αυτές τις υπηρεσίες και ν' «αποφοιτήσει» μέσα σε ορισμένο χρόνο, δηλαδή να μπορεί πλέον αυτόνομα να υποστηρίξει την εταιρία του. Το προαναφερθέν πλήρες πρόγραμμα υποστήριξης ονομάζεται συχνά ως «πρόγραμμα θερμοκοιτίδας», αφού παραλληλίζει την υποστήριξη ενός πρώιμου γεννημένου μωρού με αυτή που χρειάζεται μια νεοσύστατη εταιρεία στα πρώτα στάδια της ύπαρξής της.

Αξίζει να δοθεί έμφαση επίσης στο γεγονός ότι στη Σκωτία παρέχονται παρόμοια «προγράμματα θερμοκοιτίδας» και σε νέους επιχειρηματίες που μπορεί να μην είναι απόφοιτοι κάποιου πανεπιστημίου αλλά έχουν εντούτοις μια ρηξικέλευθη ιδέα. Έτσι, παρέχονται και σ' αυτούς τα ίδια προνόμια (χώροι γραφείου, υπολογιστικός εξοπλισμός, συνδέσεις

διαδικτύου) με πολύ χαμηλές χρεώσεις με την πρόσθετη διαφορά πως όλοι αυτοί οι χώροι συνήθως είναι συγκεντρωμένοι κάτω από μια κοινή στέγη: καινούρια κτιριακά συγκροτήματα γραφείων δεσμεύονται αποκλειστικά για το σκοπό αυτό.

Με τον τρόπο αυτό οι μάνατζερ που παρευρίσκονται εκεί μπορούν εύκολα να παρακολουθούν από κοντά και να συμβουλεύουν τις νεοσύστατες εταιρίες, ενώ παράλληλα ευνοούνται πολύ οι γνωριμίες, η ανταλλαγή απόψεων και η άμιλλα με άλλους φιλόδοξους νέους επιχειρηματίες που βρίσκονται στην ίδια θέση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ - ΦΟΡΕΙΣ - ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΒΟΗΘΟΥΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

5.1. Γενικά για τα προγράμματα και τους φορείς

Η ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας συμβάλλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Η ενίσχυση του επιχειρηματικού πνεύματος θεωρείται σαν ένας από τους τέσσερις πυλώνες ανάπτυξης της ευρωπαϊκής πολιτικής για τη βελτίωση της απασχόλησης.

Για να ενθαρρυνθεί ο επιχειρηματικός δυναμισμός πρέπει:

- A) Να παρακινηθούν τα φυσικά πρόσωπα να γίνουν επιχειρηματίες, αφού θα έχουν συνειδητοποιήσει την έννοια της επιχειρηματικότητας.
- B) Να υπάρχει κατάλληλο πλαίσιο στήριξης, προκειμένου τα επιχειρηματικά σχέδια να εξελίσσονται σε υγιείς επιχειρήσεις.

Σήμερα, οι νέοι που ενδιαφέρονται να ανοίξουν την δική τους επιχείρηση βοηθούνται από φορείς και προγράμματα που παρέχουν υπηρεσίες και χρηματοδοτήσεις σε νέους επιχειρηματίες.

Οι φορείς είναι:

- 1) Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας του Υπουργείου Παιδείας
- 2) Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας
- 3) Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Εκπαίδευσης και Αρχικής

Επαγγελματικής Κατάρτισης (Ε.Π.Ε.Α.Ε.Κ.) του Υπουργείου Παιδείας

- 4) Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανάπτυξης (Ε.Π.Α.Ν.) του Υπουργείου Ανάπτυξης

5) Ελληνικός Οργανισμός Μικρομεσαίων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας

5.2. Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας

Η **επιχειρηματικότητα**, δηλαδή η προσπάθεια για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, προωθεί την τοπική και εθνική οικονομική ανάπτυξη, δημιουργεί θέσεις εργασίας, και βοηθά τις μη προνομιούχες ομάδες, ειδικότερα τους νέους και τις νέες, να βρουν απασχόληση, συμβάλλοντας έτσι στην άρση της περιθωριοποίησης και στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής.

Πάνω από όλα όμως, **η δημιουργία μιας επιχείρησης** είναι η ατομική πράξη ενός ανθρώπου που αναλαμβάνει το ρίσκο, ενός ανθρώπου που συχνά είναι απροετοίμαστος. Η επιτυχία ή η αποτυχία της επιχειρηματικής του δραστηριότητας εξαρτάται κατά κύριο λόγο από τα στοιχεία της προσωπικότητας του, τις δεξιότητες που έχει και τις ικανότητες που αναπτύσσει, τη μεθοδικότητα, την επιμονή, την αισιοδοξία, τη διάθεση για προσωπική δέσμευση και ανάληψη κινδύνων, τη σωστή πληροφόρηση και την καλή γνώση του αντικειμένου. Σε αυτό το σημείο έρχεται να καλύψει το κενό η Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς με τη δημιουργία των Θυρίδων Νεανικής Επιχειρηματικότητας, οι οποίες μπορούν να παρέχουν πολύτιμες υπηρεσίες και να σταθούν αρωγοί πλάι σε κάθε νέο επιχειρηματικό ξεκίνημα.

Με τον όρο **Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας** ορίζονται οι δομές στήριξης των νέων εν δυνάμει επιχειρηματιών. Πρόκειται για δομές πληροφόρησης και παροχής βοήθειας, βασικής και ολοκληρωμένης μορφής, προς όλους τους ενδιαφερόμενους νέους που θέλουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά ή να επεκτείνουν την επιχείρησή τους.

Που απευθύνονται...

Οι Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας απευθύνονται σε φοιτητές, σπουδαστές, αποφοίτους της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, των δημοσίων Ι.Ε.Κ. και των λοιπών σχολών αρχικής επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης, καθώς και σε μαθητές και αποφοίτους των Τ.Ε.Ε.. Που επιθυμούν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση, αλλά και σε ήδη υφιστάμενες (νέες) επιχειρήσεις, οι οποίες χρήζουν υποστήριξης. Τέλος,

απευθύνονται σε εν δυνάμει επιχειρηματίες καθώς και σε επιχειρήσεις νέων που βρίσκονται στο αρχικό τους στάδιο. Συγκεκριμένα, **οι Θυρίδες απευθύνονται σε τρεις ομάδες - στόχους:**

A. Νέες και νέοι, ανεξαρτήτως μορφωτικού επιπέδου, οι οποίοι στα πλαίσια της αυτοαπασχόλησης ενδιαφέρονται και επιθυμούν να προχωρήσουν στην έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας, σε όλους τους τομείς της οικονομίας (πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή).

B. Νέες και νέοι επιχειρηματίες, οι οποίοι ήδη λειτουργούν τη δική τους επιχείρηση και αντιμετωπίζουν προβλήματα που εμπίπτουν στο πεδίο λειτουργίας των Θυρίδων ή απλά επιθυμούν την αναδιοργάνωση της επιχείρησής τους, με στόχο την υγιή ανάπτυξη αυτής.

Γ. Σπουδαστές Τ.Ε.Ε., φοιτητές Τ.Ε.Ι. – Πανεπιστημίων, οι οποίοι εκδηλώνουν ενδιαφέρον ως προς την αυτοαπασχόληση και επιθυμούν να αναπτύξουν επιχειρηματικό πνεύμα και μια ολοκληρωμένη άποψη για το επιχειρηματικό γίγνεσθαι.

Οι Θυρίδες απευθύνονται στην κάθε ομάδα - στόχο, παρέχοντας **πακέτο υπηρεσιών με βάση τις συγκεκριμένες ανάγκες της**, έχοντας αναπτύξει συγκεκριμένες πολιτικές και έχοντας διαμορφώσει εργαλεία εξειδικευμένα για την κάθε ομάδα.

5.3. Σκοποί και Στόχοι των Θυρίδων Ν.Ε.

Οι Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας αποτελούν ένα δίκτυο δομών παροχής **συμβουλευτικών υπηρεσιών** και υποστήριξης για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Η «δυναμική» παρέμβαση των Θυρίδων αρχίζει με την καλλιέργεια του επιχειρηματικού πνεύματος των νέων και ολοκληρώνεται με την υποστήριξη και καθοδήγηση των νέων που έχουν τη διάθεση και τη δύναμη να ξεκινήσουν τη δική τους επιχειρηματική δραστηριότητα.

Οι Θυρίδες **στοχεύουν** στην εδραίωσή τους στην ελληνική πραγματικότητα ως ο Θεσμός της Νεανικής Επιχειρηματικότητας, παρέχοντας υπηρεσίες «One stop shop» σε κομβικά σημεία σε όλη την Ελλάδα, στα οποία μπορεί να απευθύνεται ο κάθε νέος ή νέα που αναζητά ολοκληρωμένη πληροφόρηση και υποστήριξη στην ανάπτυξη ή εξέλιξη της επιχειρηματικής τους ιδέας.

Βασικοί στόχοι των Θυρίδων Νεανικής Επιχειρηματικότητας είναι:

1. Η δημιουργία επιχειρηματικής κουλτούρας στους νέους μέσα από διαδικασίες ενημέρωσης και παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών.
2. Η ενθάρρυνση των νέων να στραφούν προς την επιχειρηματικότητα και την αυτοαπασχόληση.

5.4 Παρατηρητήριο επιχειρηματικότητας

Ο ρόλος του Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας συνίσταται στην συλλογή, έρευνα και ανάλυση μικροοικονομικών και μακροοικονομικών μεγεθών και στοιχείων που σχετίζονται με τη προώθηση της επιχειρηματικότητας και στην παροχή επεξεργασμένων και τυποποιημένων πληροφοριών σε κάθε ενδιαφερόμενο. Το **Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας** στοχεύει στη δικτύωση των Θυρίδων Νεανικής Επιχειρηματικότητας με τους φορείς άσκησης πολιτικής στον τομέα της απασχόλησης και της επιχειρηματικότητας. Για την συγκέντρωση και διάχυση όλων των διαθέσιμων πληροφοριών, το Παρατηρητήριο στοχεύει στην ανάπτυξη αμφίδρομων σχέσεων επικοινωνίας με φορείς οι οποίοι έχουν άμεση σχέση με την επιχειρηματικότητα, όπως:

- Ø Επαγγελματικές ενώσεις
- Ø Επιμελητήρια
- Ø Επαγγελματικούς φορείς και
- Ø Εκπαιδευτικά Ιδρύματα

Αποτέλεσμα είναι η δημιουργία ενός εκτεταμένου δικτύου άντλησης πληροφοριών και η έγκυρη διάχυση των πληροφοριών σχετικών με θέματα επιχειρηματικότητας, προς κάθε ενδιαφερόμενο. Μεταξύ των **δραστηριοτήτων** του Παρατηρητηρίου συγκαταλέγονται:

1. Ο **συντονισμός** και **παρακολούθηση** του έργου των Θυρίδων Ν.Ε, καθώς και ο έλεγχος της λειτουργίας τους.
2. Η **συγκέντρωση, αξιολόγηση και επεξεργασία πληροφοριών** προκειμένου να αναδιανεμηθούν δομημένα σε κάθε ενδιαφερόμενο.
3. Η δημιουργία **Τράπεζας Πληροφοριών** επιχειρηματικών στοιχείων κ.ά.

5.5 Ανάπτυξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας και της προσαρμοστικότητας των νέων

Ο Άξονας Προτεραιότητας 3, που ταυτίζεται με το 4ο πεδίο πολιτικής του ΕΚΤ, στόχο έχει να αναπτύξει στα μελλοντικά στελέχη τις γνώσεις και τις δεξιότητες εκείνες που ενισχύουν και προωθούν την επιχειρηματικότητα και αυξάνουν την προσαρμοστικότητα των νέων στις μετεξελίξεις της αγοράς εργασίας. Ανάμεσα στις δεξιότητες που επιχειρείται να αναπτυχθούν είναι ο εκσυγχρονισμός των διοικητικών διαδικασιών, η ανάπτυξη επιχειρηματικού πνεύματος και η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού σε θέματα έρευνας και τεχνολογίας.

Στον Άξονα Προτεραιότητας 3 εντάσσεται ένα μόνο Μέτρο, που αφορά την ενθάρρυνση της επιχειρηματικής δράσης και των καινοτομικών εφαρμογών. Το Μέτρο αυτό στοχεύει στην κατάλληλη αρχική προετοιμασία ή και στη συμπληρωματική εκπαίδευση των νέων, ώστε να μπορούν να εργαστούν σε μικρές επιχειρήσεις ή να αναπτύξουν ατομικές επαγγελματικές δραστηριότητες (αυτο-απασχόληση). Τα εκπαιδευτικά προγράμματα που υποστηρίζονται, πρέπει να καλλιεργούν την καινοτόμο επιχειρηματική σκέψη και δράση, ώστε όσοι αποφοιτούν από αυτά να είναι σε θέση να συμβάλουν, ως εργαζόμενοι, στην ενίσχυση της αποτελεσματικότητας και της ανταγωνιστικότητας των φορέων που θα τους προσλάβουν ή να είναι σε θέση να ξεκινήσουν τη δική τους δουλειά.

5.6 Προγράμματα επιχειρηματικότητας στην ανώτατη εκπαίδευση

Η Ενέργεια υποστηρίζει την ίδρυση και λειτουργία ενός Παρατηρητηρίου- μηχανισμού παρακολούθησης και αποτίμησης του επιχειρηματικού τοπίου, ο οποίος συγκεντρώνει, επεξεργάζεται και στη συνέχεια διαχέει όλα εκείνα τα στοιχεία που βοηθούν και προωθούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

Στο πλαίσιο της Ενέργειας περιλαμβάνονται επίσης η ενθάρρυνση των επιχειρηματικών δράσεων και των καινοτομικών εφαρμογών των φοιτητών μέσα από την ένταξη μαθημάτων επιλογής για την επιχειρηματικότητα, την υποστήριξη προς υλοποίηση επιχειρηματικά ολοκληρωμένων προτάσεων, καθώς και μέσα από την οργάνωση ετήσιου πανελλήνιου διαγωνισμού για την ανάπτυξη καινοτόμων και πρωτοπόρων επιχειρηματικών σχεδίων. Εκτιμάται ότι περίπου **35.000**

σπουδαστές και φοιτητές θα επωφεληθούν από τις παραπάνω ενέργειες. Το έργο αφορά συγκεκριμένες πληθυσμιακές ομάδες, στις ανάγκες των οποίων σκοπεύει να ανταποκριθεί μέσω της υλοποίησης των έργων το Ε.Π.Ε.Α.Ε.Κ.. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν οι εκπαιδευτικοί, οι μαθητές, οι φοιτητές, οι γονείς τους, οι σπουδαστές σε Ι.Ε.Κ., το σύνολο της ακαδημαϊκής κοινότητας, οι ενήλικες καταρτιζόμενοι, κλπ.

Από την άλλη μεριά τα μέλη της ακαδημαϊκής κοινότητας ενημερώνονται για χρηματοδοτούμενα έργα που εστιάζουν στην αναβάθμιση των εκπαιδευτικών υπηρεσιών που προσφέρουν τα Α.Ε.Ι. και Τ.Ε.Ι. της χώρας μας την οποία ενισχύουν οι επενδύσεις σε υποδομές και εξοπλισμούς, τα καινοτόμα προγράμματα σπουδών σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο, τα προγράμματα κινητικότητας και η ενίσχυση της έρευνας. Οι φοιτητές και οι σπουδαστές ενημερώνονται για έργα που αφορούν στην πρακτική τους άσκηση και σε υποτροφίες.

Οι **βασικοί στόχοι** του άξονα είναι:

- Ø Η ενθάρρυνση της επιχειρηματικής δράσης και των καινοτόμων εφαρμογών.
- Ø Η προετοιμασία και η εκπαίδευση των νέων για απασχόληση σε μικρές επιχειρήσεις και η δημιουργία ατομικών επιχειρήσεων (αυτοαπασχόληση).
- Ø Η δημιουργία εκπαιδευτικών προγραμμάτων που ενθαρρύνουν την καινοτόμο επιχειρηματική σκέψη και δράση.

5.7 Επιχειρησιακό πρόγραμμα ανταγωνιστικότητας

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "**Ανταγωνιστικότητα**" (Ε.Π.ΑΝ.) του Υπουργείου Ανάπτυξης εντάσσεται στο Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (Γ' Κ.Π.Σ.) 2000-2006 και περιλαμβάνει μια δέσμη δράσεων και ενισχύσεων που έχουν ως στρατηγικό στόχο τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας και την επίτευξη της κοινωνικής και οικονομικής σύγκλισης της χώρας μας με τις άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το **Ε.Π.ΑΝ.** ενισχύει την επιχειρηματικότητα σε τομείς όπως οι νέες τεχνολογίες, η απελευθερωμένη αγορά ενέργειας, το περιβάλλον, ο τουρισμός, σε ειδικές κατηγορίες πληθυσμού όπως **οι νέοι**, οι γυναίκες και τα άτομα με ειδικές ανάγκες αλλά και η χρηματοδότηση δράσεων

εκσυγχρονισμού των επιχειρήσεων και ιδιαίτερα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη μεταποίηση, στον τουρισμό και στις υπηρεσίες. Σε κάθε τομέα δράσης ενισχύονται και διαφορετικοί ωφελούμενοι.

Εν δυνάμει ενδιαφερόμενοι για τις δράσεις και τις ενισχύσεις του **Ε.Π.ΑΝ.** είναι: επιχειρήσεις διαφόρων κλάδων και τομέων ανεξαρτήτως αριθμού απασχολούμενων σε αυτές – ιδίως μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ερευνητικοί και τεχνολογικοί φορείς, νέοι, γυναίκες, άτομα με αναπηρίες, νέοι επιστήμονες, νέοι επενδυτές, μεταποιητικές, εμπορικές, τουριστικές επιχειρήσεις, χρήστες του τουριστικού προϊόντος, εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις, καταναλωτές.

Στο επίκεντρο των δράσεων του **Ε.Π.ΑΝ.** βρίσκεται η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας σε τομείς όπως οι νέες τεχνολογίες, η απελευθερωμένη αγορά ενέργειας, το περιβάλλον, ο τουρισμός, σε ειδικές κατηγορίες πληθυσμού όπως οι νέοι, οι γυναίκες και τα άτομα με ειδικές ανάγκες, αλλά και η χρηματοδότηση δράσεων εκσυγχρονισμού των επιχειρήσεων και ιδιαίτερα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη μεταποίηση, στον τουρισμό και στις υπηρεσίες.

Α. ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ Ε.Π.ΑΝ. ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ:

A1. Ευκαιρίες Χρηματοδότησης Επιχειρήσεων Διαφόρων Τομέων Δραστηριότητας Ανεξαρτήτως Αριθμού Απασχολούμενων.

A2. Ευκαιρίες Χρηματοδότησης Υφιστάμενων Επιχειρήσεων που Απασχολούν έως 250 άτομα.

A3. Ευκαιρίες Χρηματοδότησης Υφιστάμενων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων που απασχολούν έως 50 άτομα.

A4. Ευκαιρίες Χρηματοδότησης Τουριστικών Επιχειρήσεων.

A5. Ευκαιρίες Χρηματοδότησης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Επιλεγμένων Ομάδων Πληθυσμού. [Επιχειρηματικότητα νεών (Δράση 2.8.1)].

A6. Επιχειρήσεις με Ερευνητικές Δραστηριότητες.

5.8 Πρόγραμμα ενίσχυσης νεανικής επιχειρηματικότητας (δράση 2.8.1)

Οι διατάξεις του παρόντος κανονισμού διέπουν την υλοποίηση του Δ' Κύκλου του προγράμματος «**Ενίσχυση Νεανικής Επιχειρηματικότητας**», του Μέτρου 2.8 του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» (Ε.Π.ΑΝ.) που εγκρίθηκε με την απόφαση της ΕΕ C(2001)-550 της 14/3/2001.

Η Δημόσια Δαπάνη του προγράμματος συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) κατά 65% και από το Ελληνικό Δημόσιο κατά 35%.

Σκοπός του Προγράμματος είναι η ανάπτυξη, υποστήριξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας των νέων ηλικίας από 21 έως 39 ετών, στους οποίους πρέπει να ανήκει τουλάχιστον το 75% του μετοχικού κεφαλαίου και η διεύθυνση της επιχείρησης, μέσω χρηματοδοτικών ενισχύσεων για τη δημιουργία νέων και βιώσιμων μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Οι χρηματοδοτικές ενισχύσεις χορηγούνται για την υλοποίηση συγκεκριμένων επιχειρηματικών σχεδίων στους κλάδους της μεταποίησης ή σε κλάδους παροχής υπηρεσιών που συνδέονται άμεσα με τη μεταποίηση, όπως επίσης στο εμπόριο, στις υπηρεσίες και στον τουρισμό. Τα επιχειρηματικά σχέδια περιλαμβάνουν αγορά του απαραίτητου παραγωγικού εξοπλισμού, μελετητικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες, μεταφορά τεχνογνωσίας, ενέργειες μάρκετινγκ, ενέργειες κατάρτισης κ.π.λ. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην προώθηση σύγχρονων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων με στόχο τη δημιουργία δυναμικών, εξελιζόμενων και ανταγωνιστικών επιχειρήσεων

5.9. Ελληνικός Οργανισμός Μικρομεσαίων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (Ε .Ο.Μ.Μ.Ε .Χ .)

Ο **Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ.** όλα αυτά τα χρόνια λειτούργησε αποδοτικά ως δημόσιος Οργανισμός και πρόσφερε σημαντικό αναπτυξιακό έργο. Μετά την ολοκλήρωση της οικονομικής εξυγίανσης και της επιχειρούμενης συστηματικής λειτουργικής αναδιάρθρωσης, θα μπορέσει να συνεχίσει να είναι ένας Οργανισμός εργαλείο ανάπτυξης στα χέρια της Πολιτείας, ένας Φορέας ουσιαστικής στήριξης των Μ.Μ.Ε..

Στόχοι του Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ. Α.Ε.

Ο Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ., με την πολυετή εμπειρία του, έχει αποκτήσει συνθετική αντίληψη και ειδική γνώση των προβλημάτων και των αναγκών των Μ.Μ.Ε., διαθέτει ισχυρό δίκτυο συνεργασιών, σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, κατέχει σημαντική τεχνογνωσία στο σχεδιασμό, στην υλοποίηση και στη διαχείριση αναπτυξιακών προγραμμάτων και έχει καθιερωθεί στη συνείδησή των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Ο Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ., λαμβάνοντας υπόψη τις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται διεθνώς, με τη συνεργασία και υπό την εποπτεία του Υπουργείου Ανάπτυξης, έχει εκπονήσει ένα ολοκληρωμένο 5-ετές στρατηγικό 25 και επιχειρησιακό σχέδιο, για την περίοδο 2008 έως 2013, το οποίο προσδιορίζει το όραμα και την αποστολή του Οργανισμού, τις δράσεις και τα μέσα υλοποίησης τους, με σαφείς στόχους και συγκεκριμένα αποτελέσματα.

Ο Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ. στο πλαίσιο της αποστολής του, προσαρμόζει τις λειτουργίες και τις δομές του με τρόπο ώστε να είναι σε θέση να δρα με όρους αποτελεσματικότητας, για την επίτευξη των στόχων της πολιτικής που έχει χαράξει το Υ.Π.Α.Ν.. Επιπλέον αξιοποιεί όλες τις δυνατότητες που παρέχει η πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης, υπέρ των Μ.Μ.Ε..

Ο Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ., θα συνεχίσει να μελετά, να σχεδιάζει και να εφαρμόζει καινοτόμα προγράμματα και ειδικές δράσεις, με στόχο τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, την ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος και της επιχειρηματικότητας και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των μικρών επιχειρήσεων, συμβάλλοντας ενεργητικά στην υλοποίηση των στόχων της εθνικής πολιτικής.

Ο Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ., κατά πάγια τακτική, στηρίζει παρεμφερείς με το αντικείμενό του, Οργανισμούς, για αποτελεσματικότερη παροχή βοήθειας στις Μ.Μ.Ε. και συνεργάζεται με όλους τους δημόσιους, ημι-δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς, περιλαμβανομένης και της ακαδημαϊκής κοινότητας, εις τρόπον ώστε, μέσα από τη συνεργασία και τη συνέργια να προκύπτει το καλλίτερο δυνατό αποτέλεσμα προς όφελος των Μ.Μ.Ε.

Η χρηματοδότηση προέρχεται κυρίως από πόρους Δημόσιας δαπάνης, ενώ και ο Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ. συμμετέχει με ιδίους πόρους, όσο αυτό είναι

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

δυνατό, για τον πλήρη εκσυγχρονισμό του και τη βελτίωση της λειτουργίας του.

ΜΕΡΟΣ Β

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑΤΙ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**1. ΓΙΑΤΙ ΝΕΑ ΜΕΛΕΤΗ**

Μέσα από την νέα αυτή έρευνα μας θα προσπαθήσουμε να δείξουμε το πώς αντιλαμβάνονται οι νέοι σήμερα τον όρο επιχειρηματικότητα και πως θα επιθυμούσαν να έχουν μια επαγγελματική και οικονομική υποστήριξη στα πρώτα τους επιχειρηματικά σχέδια.

Επίσης σκοπός μας είναι να αναδείξουμε το πρόβλημα που αντιμετωπίζουν σήμερα στο να πάρουν την απόφαση να ξεκινήσουν μια νέα επιχείρηση και ποιες θα πρέπει να είναι τελικά οι απαιτούμενες ενέργειες που πρέπει να κάνει η Ελληνική πολιτεία για να έχουμε πολλές νέες αλλά και βιώσιμες επιχειρήσεις

2. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑΣ

Στην πρώτη φάση της μελέτης μας ακολουθήθηκε η διεθνώς αποδεκτή για έρευνες αυτού του τύπου εμπειρική μεθοδολογία με την τεχνική του ερωτηματολογίου. Σχεδιάστηκε λοιπόν και έλαβε χώρα ποσοτική-δειγματοληπτική έρευνα σε αντιπροσωπευτικό δείγμα. Η ποσοτική έρευνα κάλυψε την ευρύτερη περιοχή του Νομού Αχαΐας και ποιο συγκεκριμένα νέους και νέες που βρίσκονται σε διαφορετική ηλικία και με διαφορετικές ανησυχίες και ενδιαφέροντα. Το μέγεθος του δείγματος ανήλθε σε 75 νέους που επιμερίζονται σε τρεις ηλικιακές κατηγορίες: 15-17, 18-24 και 25-29 ετών.

Εκτός από τις ερωτήσεις που αναφέρονται στα κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος (συμπεριλαμβανομένων του φύλου, της ηλικίας, της μόρφωσης, της περιφέρειας κατοικίας, της οικογενειακής κατάστασης, του επαγγέλματος, της χρήσης νέων τεχνολογιών, της τηλεθέασης, και της συχνότητας εκκλησιασμού), το ερωτηματολόγιο περιέλαβε ερωτήσεις που κινήθηκαν θεματικά στους εξής μη ιεραρχημένους άξονες:

- Προβληματισμοί-αξίες των νέων και στάσεις απέναντι στους θεσμούς (δημόσια και προσωπική ημερήσια διάταξη – σημαντικότερα προβλήματα, προσδοκίες ζωής και πρόσληψη του μέλλοντος – δείκτης απελπισίας (Beck), κοινωνικό κεφάλαιο – δείκτης διαπροσωπικής εμπιστοσύνης, εμπιστοσύνη σε θεσμούς).
- Κοινωνική και οικονομική ένταξη των νέων (συμμετοχή σε οργανώσεις, εθελοντισμός, πιθανά πεδία εθελοντικής προσφοράς, προσδοκίες από την επαγγελματική ζωή).
- Πολιτική συμμετοχή (στάση απέναντι στην πολιτική, δείκτης πολιτικής δυσαρέσκειας, πολιτική αυτο-τοποθέτηση (δεξιά-αριστερά),

εθνικό συναίσθημα – εθνική ταυτότητα, λόγοι εθνικής υπερηφάνειας, ευρωπαϊκός προσανατολισμός).

- Γνώση νέων προγραμμάτων : (γνώση του προγράμματος νεανικής επιχειρηματικότητας του EOMMEX , γνώση των επιδοτούμενων προγραμμάτων του ΟΑΕΔ)

Η ποσοτική μέθοδος επελέγη, παρά τα γνωστά επιστημολογικά όριά της, λόγω της σχετικής δυνατότητάς της να οδηγεί σε γενικεύσιμα δεδομένα. Από την άλλη, το μειονέκτημά της είναι ότι –εξαιτίας του πλήθους των ερωτήσεων και του κλειστού συνήθως τύπου απαντήσεων, αλλά και εξαιτίας της αδυναμίας να καταγράψει ασυνείδητες διεργασίες που πολλές φορές παραμένουν απρόσιτες και στα ίδια τα υποκείμενα–, τα δεδομένα αυτά παραμένουν εν πολλοίς στην επιφάνεια και είναι εύαλωτα σε στερεοτυπίες και «κλισέ».

Για το λόγο αυτό, σε μια δεύτερη φάση διενεργήθηκαν 10 ανοικτές συνεντεύξεις . Η *ποιοτική* ερευνητική κατεύθυνση καλύπτει σημαντικά την προαναφερθείσα αδυναμία της μεθόδου του ερωτηματολογίου. Η επιλογή ενός αριθμού υποκειμένων (από το αρχικό συνολικό δείγμα) για βαθύτερη ποιοτική διερεύνηση έχει τη δυνατότητα να φέρει στο φως τον ίδιο τον λόγο των ερωτώμενων και να αποτυπώσει έτσι επαρκέστερα τις θεμελιώδεις διεργασίες που υποφώσκουν στα ποσοτικά ευρήματα, αναδεικνύοντας επίσης αντιφάσεις, ανησυχίες και συγκρούσεις, οι οποίες ακριβώς επειδή δεν είναι εύκολα προσβάσιμες στη συνείδηση, σπανίως αντανακλώνται στις κλειστές απαντήσεις του ερωτηματολογίου. Ειδικότερα, στις 10 συνεντεύξεις συμμετείχαν άτομα και από τις τρεις διαφορετικές ηλικιακές κατηγορίες και από τα δύο φύλα.

Οι κύριες *θεματικές ενότητες* της ποιοτικής έρευνας προέκυψαν από τους βασικούς άξονες του ερωτηματολογίου. Τα θέματα που προκύπτουν από αυτούς τους βασικούς άξονες παραπέμπουν στην ευρύτερη βιωμένη κουλτούρα και στις πρακτικές των νέων σήμερα, όπως αντανακλώνται στον ρέοντα λόγο τους. Για τη διεξοδική διερεύνηση του λόγου αυτού χρησιμοποιήθηκε η τεχνική της *ημι-δομημένης συνέντευξης*. Οι συμμετέχοντες ενθαρρύνθηκαν να μιλήσουν για την εμπειρία και τα βιώματά τους έτσι ώστε να αναδειχθούν τα προβλήματα και οι ανάγκες τους, όπως οι ίδιοι τα εκφράζουν μέσα από την αφήγηση της εμπειρίας τους, και να ανιχνευθούν οι καταλληλότεροι τρόποι με τους οποίους μπορούν να απαντήσουν σε αυτά, θεσμικοί φορείς της πολιτείας όπως ο EOMMEX. Από την αφήγηση της καθημερινής εμπειρίας, οι συνεντεύξεις πέρασαν στο επίπεδο των βασικών αξιών και των στάσεων προς τη ζωή, και ολοκληρώθηκαν με την εστίαση στο πρόγραμμα της νεανικής επιχειρηματικότητας του EOMMEX και την αξιολόγησή του

από τους νέους. Ειδικότερα οι συνεντεύξεις βάθους εστιάστηκαν στις εξής θεματικές ενότητες:

- Αναπαραστάσεις του κόσμου και πεποιθήσεις (εικόνες του σύγχρονου κόσμου, η πρόσληψη της ελληνικής κοινωνίας, αναπαραστάσεις του καθημερινού περιβάλλοντος, ευκαιρίες και προκλήσεις του μέλλοντος, στάσεις απέναντι στην πολιτική, τη θρησκεία, την παιδεία, την οικογένεια).
- Συγκεκριμένες πρακτικές και «τρόπος ζωής» (διαπροσωπικές σχέσεις, ψυχαγωγία, εργασία, κοινωνική συμμετοχή).
- Προσδοκίες και απόψεις για την κοινωνική πολιτική σχετικά με τα ζητήματα των νέων (συμπεριλαμβανομένης της αναγνωσιμότητας , των απόψεων και των προσδοκιών από την δράση του EOMMEX)

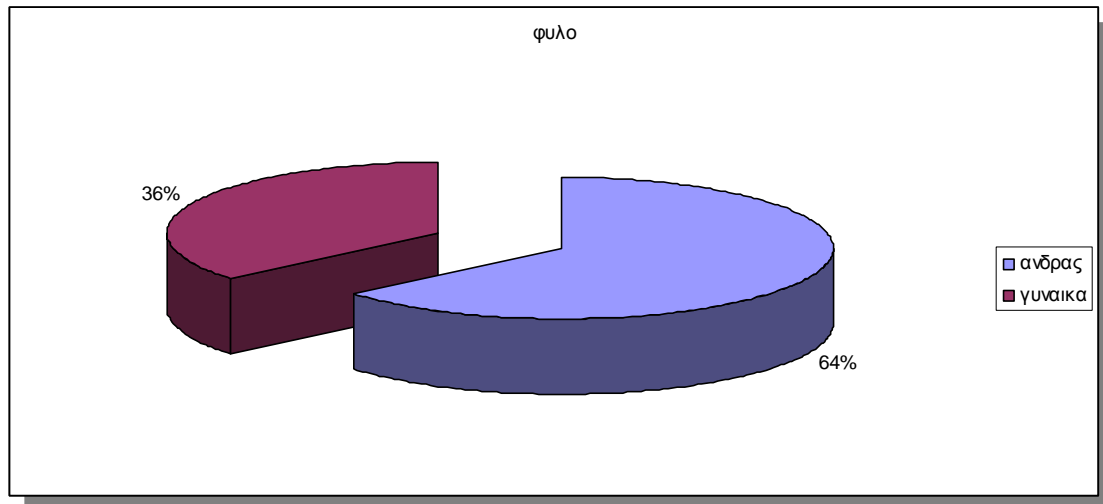
Τα ευρήματα του ποσοτικού και του ποιοτικού τμήματος της έρευνας συναναλύθηκαν και παρουσιάζονται μέσα από την μελέτη μας.

3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ερώτηση 1

ΦΥΛΟ (γράφημα 1)

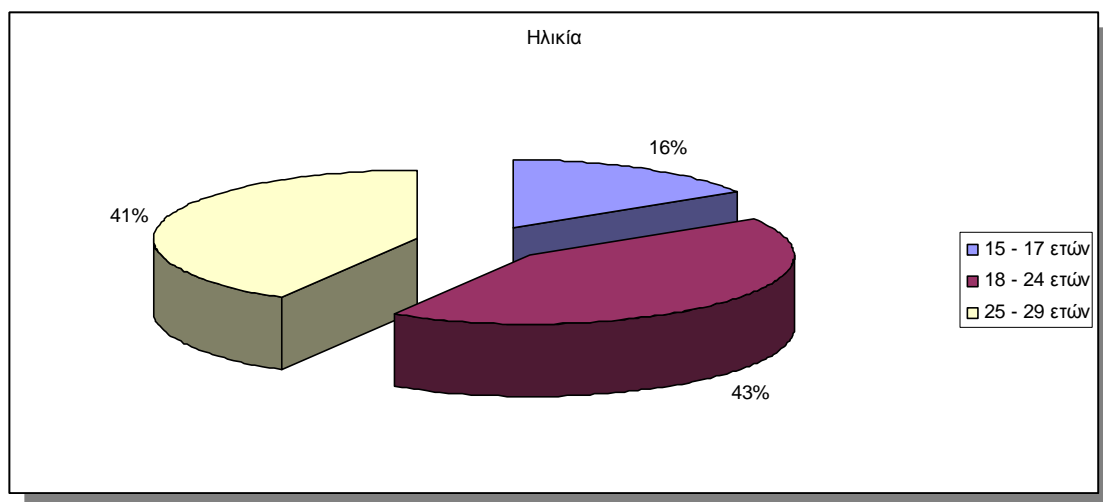
Η κατανομή του δείγματος ως προς το φύλο ήταν η εξής :



Η επιλογή περισσότερων ανδρών σε σχέση με τις γυναίκες ήταν συνειδητή μιας και περισσότεροι νέοι ξεκινούν μια επιχείρηση από ότι νέες.

Ερώτηση 2

Ηλικία (γράφημα 2)

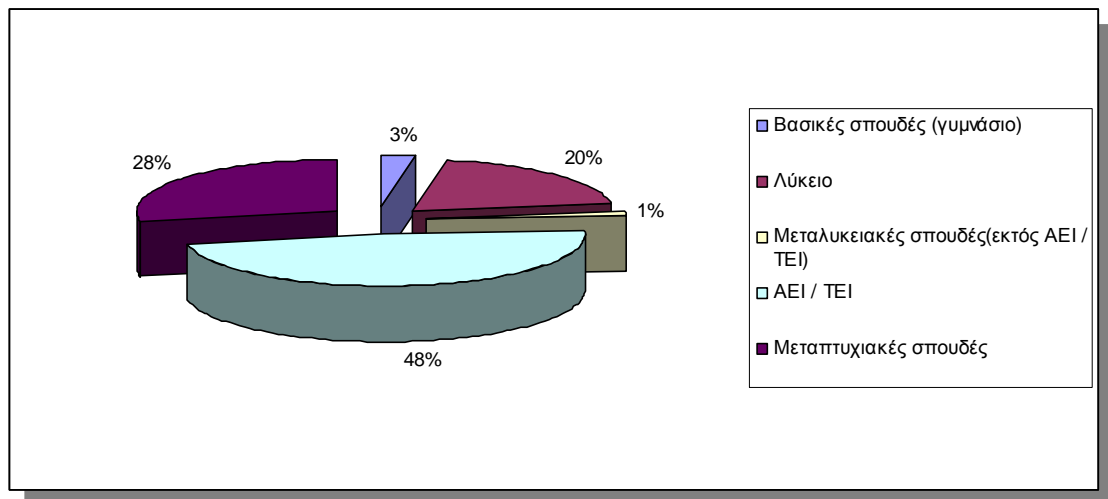


Προσπαθήσαμε να έχουμε περισσότερες απαντήσεις από νέους που είναι πιο κοντά στον προβληματισμό τι θα κάνω μετά από τις σπουδές

μου , και τι κάνω τώρα που έχω τελειώσει και πρέπει να κάνω κάτι επαγγελματικά.

Ερώτηση 3

Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσής σας (σπουδές που έχετε ολοκληρώσει); (γράφημα 3)

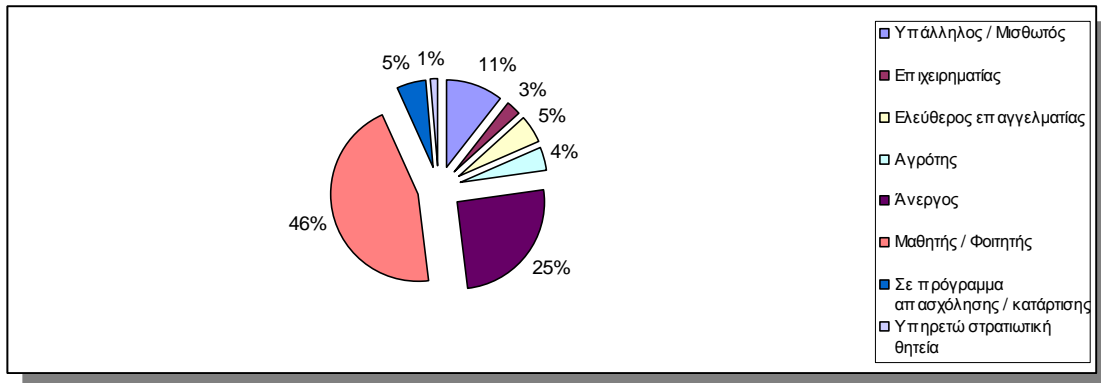


Όπως φαίνεται και από το δείγμα των απαντήσεων μας υπάρχουν ακόμα και σήμερα νέοι οι οποίοι έχουν τελειώσει μόνο την υποχρεωτική εκπαίδευση και αρκετοί (ποσοστό 20%) που έχουν τελειώσει το λύκειο.

Επίσης από το δείγμα μας μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το 48% των ερωτηθέντων έχουν πτυχίο ΑΤΕΙ – ΑΕΙ που δείχνει ποσό πολύ απαραίτητο είναι στις ημέρες μας , καθώς και ότι οι μισοί σχεδόν από αυτούς «αναγκάζονται» να κάνουν και επιπλέον σπουδές για να μπορέσουν έτσι να χτίσουν ένα ποιο ολοκληρωμένο βιογραφικό σημείωμα μεγαλώνοντας έτσι τι πιθανότητες να βρουν δουλειά.

Ερώτηση 4

Κατάσταση απασχόλησης (γράφημα 4)



Σε κάθε περίπτωση φαίνεται πολύ έντονα αν και το δείγμα μας είναι πολύ μικρό ότι το ποσοστό των ανέργων νέων είναι πολύ μεγάλο και είναι αυτό που προβληματίζει και ποιο πολύ τους περισσότερους.

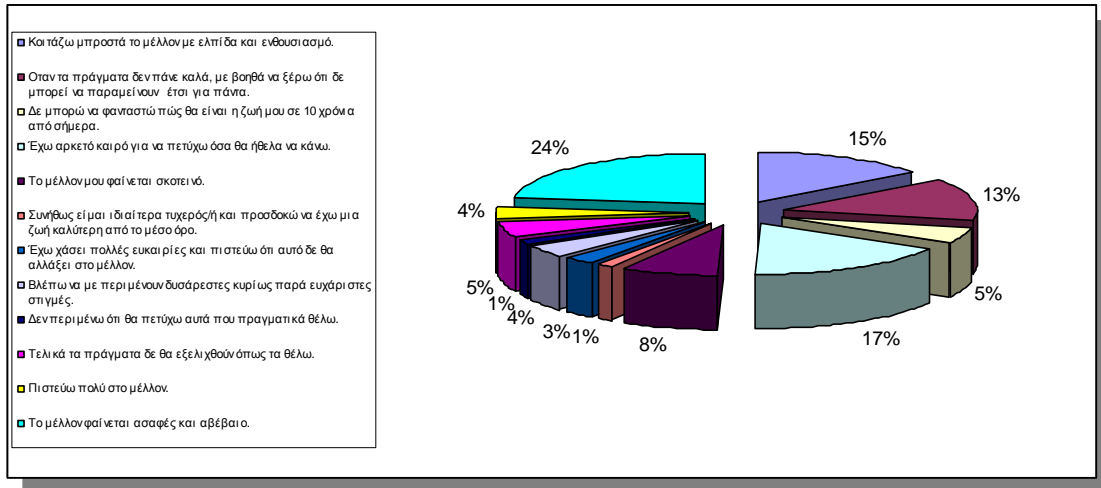
Επίσης μόνο 2 από τους 75 που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο έχουν δική τους επιχείρηση και από αυτούς μόνο ο ένας ξεκίνησε κάτι νέο μόνος του.

Τέλος αξίζει να σημειωθεί ότι οι νέοι που είναι ελεύθεροι επαγγελματίες ασχολούνται ποιο πολύ με τον τομέα των οικονομικών επιστήμων.

B. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Ερώτηση 1

Ποιες είναι οι γνώμη σας για το μέλλον. (ταξινομήστε τις απαντήσεις σύμφωνα με την γνώμη σας) (γράφημα 5)

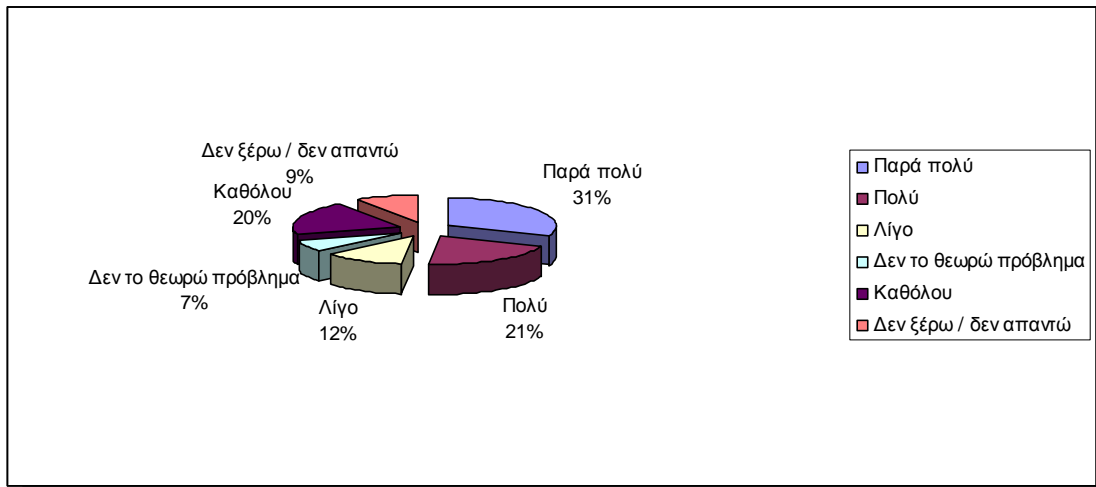


Τα πράγματα γίνονται περισσότερο ενδιαφέροντα όταν περνά κανείς από τα γενικά αυτά δημογραφικά χαρακτηριστικά στις βιωμένες συνθήκες ζωής της νεολαίας. Σχεδόν όλοι ανεξαιρέτως οι ερωτώμενοι (ιδίως όμως οι μαθητές) περιέγραψαν μια απαιτητική καθημερινότητα, φορτωμένη σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό από υποχρεώσεις, καθήκοντα και ρόλους στους οποίους οφείλουν να ανταποκριθούν, η οποία όμως απαλύνεται από τα –έστω και ελάχιστα– διαλείμματα συνεύρεσης με τους φίλους. Παρατηρείται εδώ ένας διχασμός ανάμεσα στις έξωθεν απαιτήσεις και τις οικείες ανάγκες, και οι νέοι μοιάζουν να είναι τρόπον τινά «καταδικασμένοι» να διαπραγματεύονται συνεχώς αυτή την αντίθεση, κυριαρχούμενοι συχνά από αισθήματα αλλοτρίωσης και αποξένωσης. **Η διαλεκτική αυτή ανάμεσα σε καθήκοντα/υποχρεώσεις και επιθυμίες, προκλήσεις και ευκαιρίες, αδιέξοδα και διεξόδους, χαρακτηρίζει την εμπειρία της νέας γενιάς.**

Από τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου γενικά μπορεί να συμπεράνει κανείς ότι οι νέοι σήμερα είναι αρκετά μπερδεμένοι. Ποιο συγκεκριμένα το 49% των απαντήσεων δείχνει ότι οι νέοι πιστεύουν στο μέλλον και ότι προσδοκούν καλύτερες ημέρες από αυτές που βιώνουν σήμερα, ενώ το 51% θεωρεί το μέλλον αβέβαιο, σκοτεινό και με πολλές δυσκολίες.

Ερώτηση 2

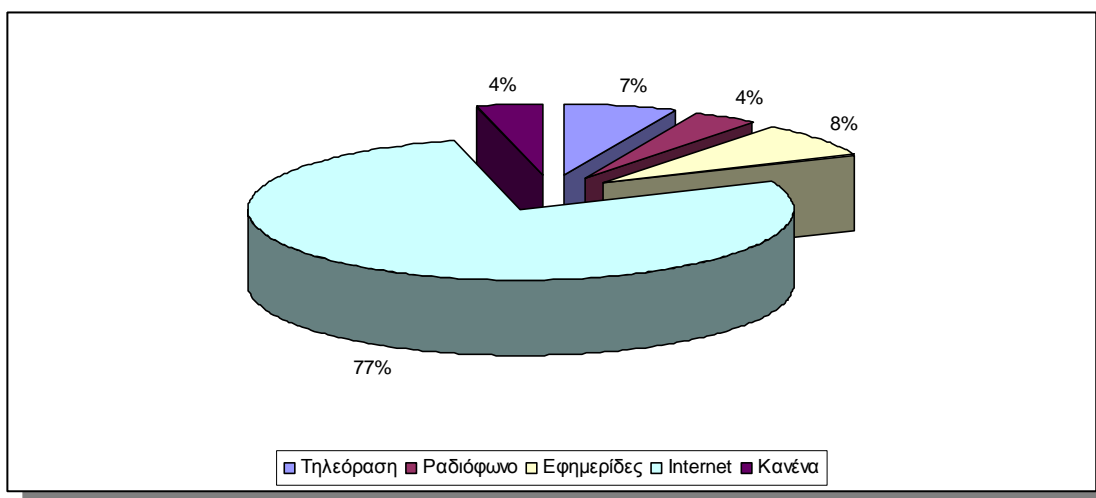
Ποσό σας απασχολεί το φάσμα της ανεργίας (γράφημα 6)



Η ανεργία για μια φορά ακόμα είναι το μεγάλο πρόβλημα για τους νέους σήμερα. Το 52% των απαντήσεων θεωρούν την ανεργία πολύ ή παρά πολύ σοβαρό πρόβλημα κάτι που φαίνεται και από το τι κάνουν οι νέοι σήμερα μετά τις σπουδές τους.

Ερώτηση 3

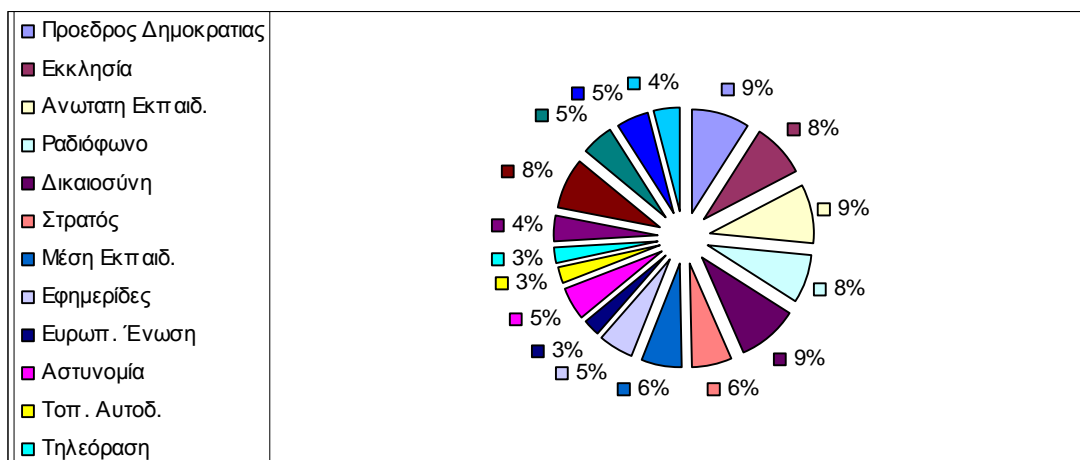
Ποιο μέσο ενημέρωσης εμπιστεύεστε πιο πολύ για την ενημέρωσή σας (γράφημα 7)



Η παραπάνω ερώτηση δείχνει ξεκάθαρα ότι οι νέοι σήμερα δεν εμπιστεύονται την τηλεόραση ή το ραδιόφωνο για την ενημέρωσή τους (ποσοστό 11%) θεωρώντας ίσως ότι με αυτόν τον τρόπο ενημέρωσης οδηγούνται σε καταστάσεις που εξυπηρετούν την πολιτεία και τους αποπροσανατολίζουν. Θεωρούν ότι μέσα από το internet μπορούν να έχουν μια πιο αντικειμενική παρουσίαση των θεμάτων που τους απασχολούν .

Ερώτηση 4

Ποιους από τους παρακάτω θεσμούς εμπιστεύεστε ; (γράφημα 8)



Μέσα σε αυτό το πλαίσιο δυσπιστίας και επιφυλακτικότητας είναι αναμενόμενη και η έκφραση δυσπιστίας απέναντι σε συγκεκριμένους θεσμούς της ελληνικής κοινωνίας . Στην κλίμακα εμπιστοσύνης με άριστα το «10» οι νέοι περιβάλλουν με αρκετή εμπιστοσύνη κοινωνικούς θεσμούς με συνολική-ενοποιητική αναφορά, ενώ απέναντι σε πολιτικούς θεσμούς με χωριστική-επιμεριστική λειτουργία (όπως λ.χ. τα κόμματα και τα συνδικάτα) επιδεικνύουν αρκετή δυσπιστία. Αναλυτικά, η εμπιστοσύνη στον Πρόεδρο της Δημοκρατίας αποτιμάται με 7, στην εκκλησία με 6.5, στην ανώτατη εκπαίδευση με 7, στο ραδιόφωνο με 6.0, στη δικαιοσύνη 7 , το στρατό με 5, στην μέση εκπαίδευση με 5.0, στην Ευρωπαϊκή Ένωση με 2, στην αστυνομία με 4, στην τοπική αυτοδιοίκηση με 2, και στην τηλεόραση με 2. Ακολουθούν κυβέρνηση με 3, βουλή 6 και συνδικάτα 4, δημόσια διοίκηση 4 και τα πολιτικά κόμματα με 3.0. Το χαμηλό επίπεδο εμπιστοσύνης απέναντι στους πολιτικούς κυρίως θεσμούς δεν μπορεί να αποσυσχετιστεί από τη διάχυτη και δεσπόζουσα

εκπεφρασμένη άποψη των νέων ότι υπάρχει *διαφθορά* στη δημόσια ζωή και την ελληνική κοινωνία .

Ερώτηση 5

Έχεις ή είχες κατά τον τελευταίο χρόνο σχέση με τα είδη συλλόγων που θα σου διαβάσω; Τι είδους σχέση; (πίνακας 1)

	Ναι	Απλό μέλος	Συμμετοχή σε δράσεις	Εισφορά σε χρήμα	Εθελοντική εργασία
Πολιτιστικοί σύλλογοι	12,5	6,5	8,5	3,5	4,2
Θρησκευτικές-εκκλησιαστικές οργανώσεις	1,9	0,9	1,5	0,5	1,2
Αθλητικοί σύλλογοι	20,5	12,5	11,7	4,3	2,1
Φοιτητικές / μαθητικές παρατάξεις και πολιτικά κόμματα	11	8,5	3,9	1,2	1,7
Εθελοντικές οργανώσεις	5	1,8	2,7	1,3	2,2
Σύλλογοι νέων	3,8	2,4	1,5	0,9	1,4
Συνδικάτα, επαγγελματικά σωματεία	2,8	1,4	1,1	0,3	0,1
Επιστημονικοί σύλλογοι	2,4	1,7	1,1	0,6	0,3
Δεν είχα ούτε έχω σχέση	57,3				

Όσο για τα ποσοστά συμμετοχής σε εθελοντικές οργανώσεις στην Ελλάδα (5,0 %), αυτά παραμένουν πάρα πολύ χαμηλά σε σύγκριση με εκείνα άλλων ευρωπαϊκών χωρών. Πάντως, ακόμα και αν η συμμετοχή της νέας γενιάς σε εθελοντικές δραστηριότητες εμφανίζεται ακόμα περιορισμένη, αυτό δεν αποκλείει την πιθανότητα να υφίσταται ένα υποφώσκον δυναμικό για τη μεταβολή αυτής της εικόνας, ένα δυναμικό που με την κατάλληλη ενθάρρυνση θα μπορούσε να ενεργοποιηθεί, αρκεί βεβαίως να μη περιέλθει σε ηθικολογική φιλανθρωπία. Πόσο μάλλον που στην **αναπαράσταση** των νέων για τον «εθελοντισμό» δεσπόζουν θετικές κατηγοριοποιήσεις του τύπου «προσφορά», «αγάπη», «βοήθεια», «ανιδιοτέλεια» (χωρίς όμως να λείπουν και αρνητικές όπως π.χ. η «κοροϊδία» και η «εκμετάλλευση»).

Ερώτηση 6

Σε ποιες από τις παρακάτω δραστηριότητες θα ήθελες να συμμετάσχεις ως εθελοντής χωρίς αμοιβή; (πίνακας 2)

Προστασία των δασών	27
Προστασία της θάλασσας	24,4
Αιμοδοσία	45,2
Αθλητικές εκδηλώσεις	24
Βοήθεια σε μετανάστες και πρόσφυγες	8,4
Αντιμετώπιση φυσικών καταστροφών (σεισμοί, πλημμύρες κ.λπ.)	25,2
Βοήθεια σε αστέγους	34,5
Πολιτιστικές εκδηλώσεις	12,5
Καταπολέμηση του AIDS	37,4
Καταπολέμηση ναρκωτικών	52,2
Προστασία των ζώων	32,1
Προστασία του καταναλωτή	8,9
Βοήθεια σε ψυχικά πάσχοντες	16,5
Βοήθεια σε ηλικιωμένους	21,4
Βοήθεια σε αναπτυσσόμενες χώρες (στην Αφρική κ.λπ.)	18,5
Βοήθεια σε κακοποιημένες γυναίκες	26
Βοήθεια σε παιδιά	49
Σε καμιά από αυτές	6,2
ΔΞ/ΔΑ	1,2

Όσον αφορά το ιδιαίτερο πεδίο εθελοντικής προσφοράς, προηγείται η καταπολέμηση των ναρκωτικών με 52,2%, προσφορά βοήθειας σε παιδιά (49%), η εθελοντική αιμοδοσία (45,2%), και η εθελοντική συμμετοχή σε φορείς του AIDS (37.4%), ενώ στο τέλος συναντά κανείς την βοήθεια σε ψυχικά πάσχοντες (16,5%), την προστασία του καταναλωτή (8,9%) και, τέλος, τη βοήθεια σε μετανάστες και πρόσφυγες (8.4%). Φαίνεται λοιπόν πως το στίγμα της ψυχικής ασθένειας, αλλά και η ενδεχόμενη ξενοφοβική πρόσληψη της φιγούρας του πρόσφυγα και του μετανάστη εμποδίζουν τους νέους να εκδηλώσουν υψηλότερη διαθεσιμότητα εθελοντικής κινητοποίησης στα πεδία αυτά, εύρημα που θα πρέπει να προβληματίσει και να γίνει αντικείμενο ενδελεχέστερης ανάλυσης και των κατάλληλων πολιτικών παρεμβάσεων.

Υπάρχει ωστόσο πάντοτε μια απόσταση ανάμεσα στο τι δηλώνει ότι θα ήθελε ή τι θα μπορούσε να κάνει κανείς και στο τι όντως πράττει. Στην περίπτωση του εθελοντισμού αυτό φάνηκε καθαρά από τα σχόλια εκείνων που συμμετείχαν στις συνεντεύξεις βάθους. Έτσι, τα παραπάνω

ποσοτικά ευρήματα αποκτούν διαφορετικές διαστάσεις αν συνδυαστούν και με τα ποιοτικά στοιχεία της έρευνας. Οι νέοι συμμετέχοντες στο τμήμα αυτό επίσης ανέφεραν ότι υπάρχουν συγκεκριμένα θέματα για τα οποία θα ήταν ικανοί να «στρατευθούν» και να προσφέρουν εθελοντική εργασία. Σε γενικές γραμμές όμως η συνολική αίσθηση των απαντήσεών τους στο συγκεκριμένο ζήτημα δεν ήταν αρκετά πειστική ως προς το αν οι δηλώσεις τους θα μπορούσαν ποτέ να γίνουν πράξη. Χρησιμοποιώντας ως δικαιολογία την έλλειψη χρόνου, σχεδόν κανείς δεν άφησε την εντύπωση ότι πραγματικά είχε την επιθυμία ή την πρόθεση εθελοντικής εμπλοκής σε κάποια από τις δραστηριότητες που αναφέρθηκαν. Θα έλεγε κανείς πως «έπρεπε» (με βάση κάποιο είδος «πολιτικής ορθότητας») να δηλώνουν ότι τους ενδιαφέρει ο εθελοντισμός και ότι θα στρατεύονταν, χωρίς όμως να φαίνονται καθόλου έτοιμοι ή διατεθειμένοι να περάσουν στην πράξη. **Συμπερασματικά, το μέλλον του νεανικού εθελοντισμού παραμένει αβέβαιο στη χώρα μας, παρά την «αναλαμπή» των Ολυμπιακών αγώνων.**

Ερώτηση 7

7. Αξιοπιστία – Δυσπιστία έναντι πολιτικών, κομμάτων, κυβερνήσεων(πίνακας 3)

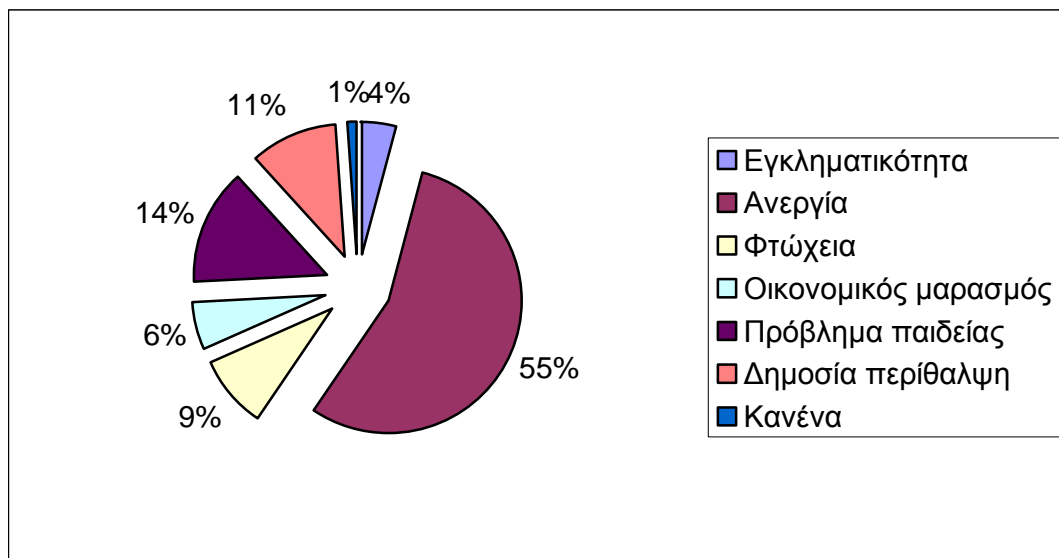
(% απαντήσεων= Σ.Α: Συμφωνώ απόλυτα, Μ.Σ: Μάλλον συμφωνώ, Σ/Δ: ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ, Μ.Δ: Μάλλον διαφωνώ, Δ.Α: Διαφωνώ απόλυτα, Δ.Γ.:Δεν γνωρίζω)

Θέση	Σ.Α	Μ.Σ	Σ/Δ	Μ.Δ	Δ.Α	Δ.Γ
Δεν ενδιαφέρει τους πολιτικούς τι σκέφτονται άνθρωποι σαν και εμένα	55,4	26,1	8,8	6,5	1,5	1,7
Τα κόμματα ενδιαφέρονται για την ψήφο των πολιτών και όχι για τη γνώμη και τα προβλήματα τους	53,5	24,4	12,5	7,1	1,4	1,1
Οι κυβερνήσεις της χώρας δεν φροντίζουν για το γενικό καλό, αλλά για ορισμένα μεγάλα συμφέροντα	48,5	27,9	12,9	7,5	1,4	1,8
Οι πολιτικοί στη χώρα μας υπηρετούν τις ίδιες βασικές αξίες στις οποίες πιστεύεις κι εσύ	1,9	5,2	14,4	32,5	40,6	5,4
Υπάρχει διαφθορά στη δημόσια ζωή /ελληνική κοινωνία	63,1	21,4	10,1	1,4	0,5	3,5

Είναι αλήθεια πως η δυσπιστία έναντι του πολιτικού συστήματος και των πολιτικών αποτελεί μια σταθερά που σηματοδοτεί πλέον τη θέση των νέων έναντι της πολιτικής και της λειτουργίας της στο σύνολο των χωρών της Ευρώπης. Στην παρούσα έρευνα, είναι πάντως εντυπωσιακή η διαπίστωση ότι, στις τρεις αρνητικά φορτισμένες ερωτήσεις για τους πολιτικούς, τα πολιτικά κόμματα και τις κυβερνήσεις της χώρας, οι τρεις στους τέσσερις νέους έχουν απόλυτα αρνητική ή μάλλον αρνητική άποψη, με την απόλυτα αρνητική να συγκεντρώνει σταθερά ποσοστά άνω του 50%. Με τη θέση μάλιστα ότι υπάρχει διαφθορά στη δημόσια ζωή συντάσσονται απόλυτα ή σχεδόν απόλυτα περίπου οι εννέα στους δέκα νέους (84,5%).

Ερώτηση 8

Κατά τη γνώμη σας ποιο είναι το πιο σημαντικό πρόβλημα στην χώρα μας σήμερα. (γράφημα 9)



Η έρευνα διερεύνησε με ποικίλους τρόπους την **αιτιολογία** αυτής της γενικής εικόνας. Κατ αρχάς, μεγάλο ειδικό βάρος κατέχει στη διερεύνηση αυτή η καταγραφή της δημόσιας και προσωπικής θεματολογίας, τα ζητήματα, δηλαδή, που οι νέοι προσλαμβάνουν ως τα

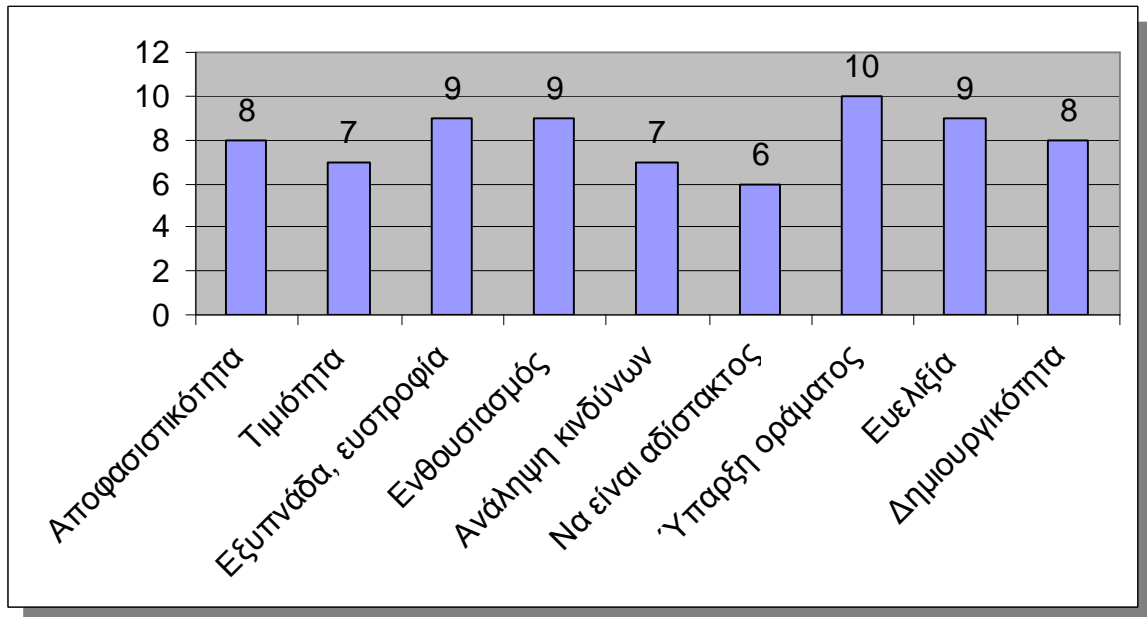
ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

σοβαρότερα που αντιμετωπίζει η χώρα σήμερα, καθώς και εκείνα τα οποία οι ίδιοι αντιμετωπίζουν. Συγκεκριμένα, εκείνο που προκύπτει από τις απαντήσεις των νέων ως σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει η χώρα είναι **η ανεργία**, η οποία και συγκεντρώνει 55% των απαντήσεων, ενώ ακολουθούν σε μεγάλη απόσταση το πρόβλημα παιδείας με 14% η δημοσία περίθαλψη με 11% , η φτώχεια με 9% , ο οικονομικός μαρασμός με 6% , και τέλος η εγκληματικότητα με 4% .

Γ. Ο επιχειρηματίας

Ερώτηση 1

Κατά τη γνώμη σας πόσο σημαντικά είναι τα ακόλουθα χαρακτηριστικά για την επιτυχία ενός επιχειρηματία; (γράφημα 10)



Όπως φαίνεται από τις απαντήσεις των νέων με άριστα το 10 κατατάσσουν την ύπαρξη οράματος σαν το πιο σημαντικό χαρακτηριστικό και αμέσως μετά την ευελιξία των ενθουσιασμό και την εξυπνάδα. Αυτό που θεωρούν σαν το πιο ασήμαντο είναι το να είναι κάποιος αδίστακτος κα το βαθμολογήσαν με 6 από τα δέκα.

Ερώτηση 2

Για ποιο λόγο θα αποφασίζατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά; (πίνακας 4)

	Διαφωνώ	Διαφωνώ Λίγο	Ούτε συμφωνώ / ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ απόλυτα	Δεν ξέρω/ δεν απαντώ
Η επιχείρηση θα μου προσφέρει υψηλό εισόδημα	12	15	5	48	20	0
Η επιχείρηση θα μου προσφέρει σταθερό εισόδημα	14	17	4	35	29	1
Η επιχείρηση θα μου προσφέρει κοινωνική καταξίωση	19	17	8	38	18	0
Με την επιχείρηση θα αποδείξω την αξία μου	4	9	7	42	38	0
Είναι σημαντικό να έχω εγώ τον έλεγχο της δουλειάς μου	7	4	11	37	41	0
Με την επιχείρηση θα κάνω αυτό που απολαμβάνω	1	3	6	47	43	0
Με την επιχείρηση θα εφαρμόσω τις ιδέες μου	18	12	18	35	17	0
Με την επιχείρηση θα είμαι πιο ευέλικτος/η - θα ρυθμίζω τις ώρες και τις συνθήκες εργασίας μου	2	3	5	54	36	0
Με την επιχείρηση θα αξιοποιήσω τα προσόντα μου	7	6	7	48	32	0

Σε όλες τις απαντήσεις αυτό που μπορεί να συμπεράνει κανείς είναι ότι οι νέοι θεωρούν ότι μια δική τους επιχείρηση μπορεί να τους δώσει όλα αυτά που θα ήθελαν από μια δουλειά και την δυνατότητα να εκφράσουν αυτά που επιθυμούσαν κατά την διάρκεια των σπουδών τους., Ποιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι απαντήσεις που δοθήκαν στις δυο τελευταίες ερωτήσεις όπου φαίνεται ότι οι νέοι σήμερα είναι καταπιεσμένοι από τις συνθήκες δουλειάς και τις ώρες εργασίας που δουλεύουν και ότι δεν τους δίνεται η δυνατότητα να δείξουν ποιες είναι οι πραγματικές τους δυνατότητες.

Στην πρώτη ερώτηση «Η επιχείρηση θα μου προσφέρει υψηλό εισόδημα» οι νέοι με ποσοστό 68% δείχνουν ότι η δική τους επιχείρηση θα τους δίνει υψηλό εισόδημα κάτι που στις σημερινές ημέρες είναι σημαντικό και απαραίτητο.

Στην δεύτερη ερώτηση «Η επιχείρηση θα μου προσφέρει σταθερό εισόδημα» οι νέοι με ποσοστό 64% δείχνουν ότι μια δική τους

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

επιχείρηση θα τους έδινε σταθερό εισόδημα αρά θεωρούν ότι θα μπορούσαν να έχουν μια βιώσιμη επιχείρηση.

Τέλος αξίζει να πούμε ότι οι νέοι με ποσοστό 90% δείχνουν ότι επιθυμούν μια εργασιακή ελευθερία και ευελιξία κάτι που φαίνεται από τις απαντήσεις που έδωσαν στην ερώτηση «Με την επιχείρηση θα κάνω αυτό που απολαμβάνω».

Ερώτηση 3

**Για ποιο λόγο θα διστάζατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά;
Τι φοβάστε πιο πολύ; (πίνακας 5)**

	Διαφωνώ	Διαφωνώ Λίγο	Ούτε συμφωνώ / ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ απόλυτα	Δεν ξέρω/ δεν απαντώ
Θα χρειαστώ (πρόσβαση σε) μεγάλα κεφάλαια	21	17	14	31	17	0
Θα πρέπει να δουλεύω πολύ	22	42	8	17	11	0
Φοβάμαι το κοινωνικό στιγματισμό στην περίπτωση αποτυχίας	34	19	6	18	23	0
Δεν επιθυμώ την ανάληψη ρίσκου	17	16	7	31	29	0
Φοβάμαι την αποτυχία - δεν επιθυμώ να χάσω χρήματα	18	27	4	28	23	0
Δεν έχω τις απαιτούμενες ικανότητες (οργανωτικές - διοικητικές-άλλες)	34	22	1	25	18	0
Θα πρέπει να αντιμετωπίσω τους ανταγωνιστές	16	17	3	45	19	0
Θα πρέπει να αντιμετωπίσω τη γραφειοκρατία	43	33	4	12	8	0
Το οικονομικό περιβάλλον είναι ασταθές	7	8	7	54	24	0

Στην συγκεκριμένη ερώτηση τα αποτελέσματα δείχνουν τους νέους να έχουν επηρεασθεί από την σημερινή οικονομική κατάσταση και να δείχνουν διστακτικοί να ξεκινήσουν μια δική τους επιχείρηση.

Ποιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι απαντήσεις που δοθήκαν στην ερώτηση ένα θεωρούν το οικονομικό περιβάλλον ασταθές όπου με ποσοστό 78% δείχνουν ότι κάτι τέτοιο είναι ορατό.

Ερώτηση 4

Τι είναι το πιο σημαντικό που θα θέλατε να σας προσφέρει το επάγγελμά σου; Τι το δεύτερο πιο σημαντικό; (πίνακας 6)

Προσδοκίες από την επαγγελματική ζωή		
	1 ^η επιλογ ή	2 ^η επιλογ ή
Ασφάλεια	25.3	17.4
Δημιουργικότητα	17.1	14.2
Χρήμα	38.9	31.4
Κοινωνική Αναγνώριση	8.3	15.9
Δυνατότητα Κοινωνικής Προσφοράς	4.4	5.9
Ελεύθερο Χρόνο	6.0	15.1

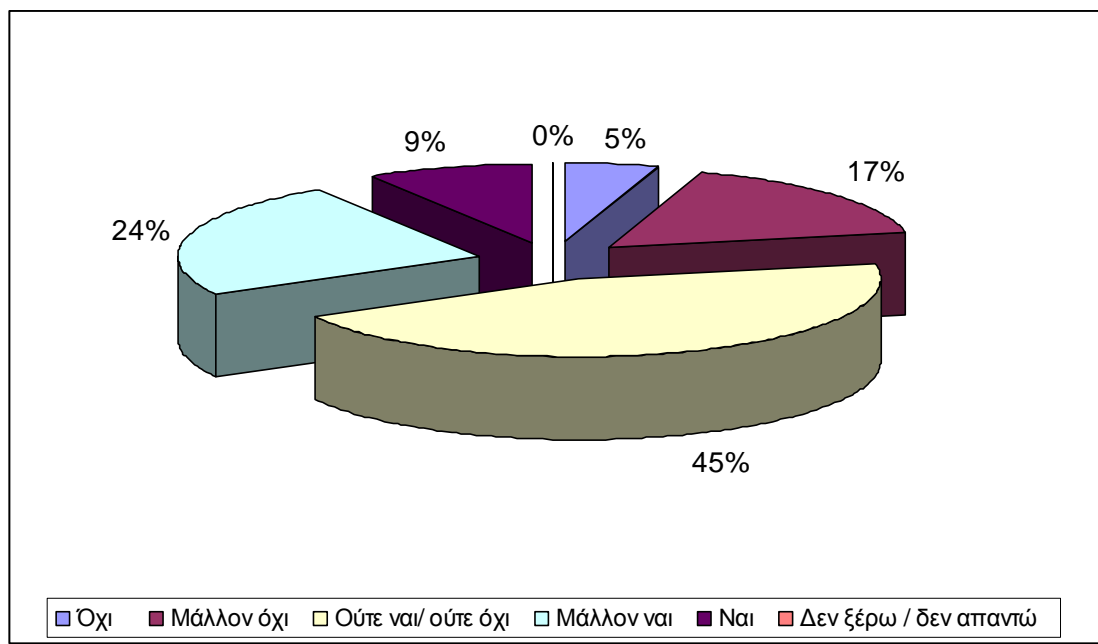
Στην πρώτη θέση των απαντήσεων συναντούμε το χρήμα (38.9%), πράγμα εξάλλου αναμενόμενο σε μια οικονομία της αγοράς και σε εποχή υψηλής ανεργίας, ιδίως ανάμεσα στους νέους.

Ακολουθεί η ασφάλεια (25.3%), που δικαιολογεί την προτίμηση πολλών νέων για εργασία στον δημόσιο τομέα και επίσης αντανακλά ψυχολογικά το φάσμα της ανεργίας. Το εργασιακό περιβάλλον γίνεται αντιληπτό ως απόλυτα ανταγωνιστικό και οποιαδήποτε χαλάρωση από το στόχο της επαγγελματικής εξασφάλισης και καταξίωσης, είναι δυνατόν να οδηγήσει στην ανεργία. Επομένως, η ανάγκη για επαγγελματική «τακτοποίηση» δεν είναι τόσο μια εγγενής και πραγματικά θεληματική, όσο μια αντίδραση στην εργασιακή ανασφάλεια, που επικρατεί στο ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο καλείται να κινηθεί ο νέος στην Ελλάδα σήμερα. Έτσι λοιπόν, παρατηρούμε με βάση έναν σχετικό αριθμό απαντήσεων των μικρότερης ηλικίας συμμετεχόντων στην έρευνα, ότι οι επαγγελματικές επιλογές και οι προσανατολισμοί, όντας

επηρεασμένοι από το κλίμα της ανασφάλειας, στρέφονται περισσότερο προς την αναζήτηση ασφαλών, μόνιμων, σταθερών και διαρκών εργασιακών δομών – ακόμη και αν αυτές έχουν τη μορφή της «άκαμπτης» ιεραρχίας των Ενόπλων Δυνάμεων ή των Σωματίων Ασφαλείας.

Ερώτηση 5

**Τελικά θα αποφασίζατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά;
(γράφημα 11)**



Στην ίσως πιο σημαντική ερώτηση ολοκλήρου του ερωτηματολογίου τα πράγματα δείχνουν την γενικότερη εικόνα που επικρατεί στην ελληνική κοινωνία.

Ο ένας στους δυο νέους (ποσοστό 45%)δεν μπορεί να ξεκαθαρίσει μέσα του τι είναι αυτό που πραγματικά θέλει να κάνει στον επαγγελματικό του τομέα. Δεν είναι ακόμα ώριμος να κρίνει και να πάρει τα ρίσκα που απαιτούνται για το ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Πάντως θα πρέπει να δούμε και το γεγονός ότι ένας στους 4 (ποσοστό 24%) μάλλον θα ξεκινούσε μια δική του επιχείρηση προσπαθώντας έτσι να καλύψει όλα τα θέλω του , κάτι που εμφανίζεται και από τις απαντήσεις που έχουν δοθεί στις προηγούμενες ερωτήσεις τις ίδιας ενότητας.

Δ. Το Περιβάλλον

Ερώτηση 1

Ποια η στάση του περιβάλλοντός σας σε σχέση με την επιχειρηματικότητα και ιδιαίτερα στο ενδεχόμενο δημιουργίας μιας επιχείρησης από εσάς; (πίνακας 7)

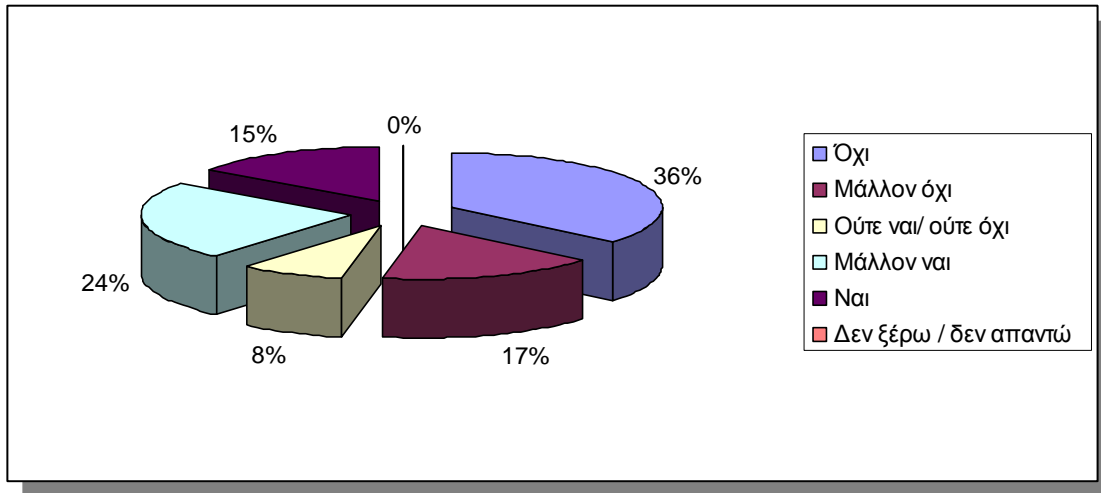
	Αρνητική	Μάλλον αρνητική	Ούτε θετική / ούτε αρνητική	Μάλλον θετική	Θετική	Δεν ξέρω/ δεν απαντώ
Οικογένεια	28	14	9	27	22	0
Φίλοι - γνωστοί	8	12	15	35	30	0
Ακαδημαϊκό περιβάλλον (πανεπιστήμιο, καθηγητές, .)	12	21	3	31	32	0

Από τις απαντήσεις φαίνεται ότι οι οικογένεια δεν δίνει σαφή η προσανατολισμό στους νέους σχετικά με την δημιουργία μιας δικής τους επιχείρησης. Με ποσοστό 42% η οικογένεια λέει όχι στην δημιουργία μιας νέας επιχείρησης ενώ με ποσοστό 49% παροτρύνουν τους νέους για το δικό τους ξεκίνημα.

Αυτοί που δίνουν την ώθηση για την δημιουργία μιας επιχείρησης είναι οι φίλοι και οι γνωστοί με ποσοστό 65% που βέβαια όμως σε μια πιθανή αποτυχία δεν θα αντιμετωπίσουν αυτοί κάποιο πρόβλημα , και οι καθηγητές των νέων με ποσοστό 63% δείχνοντας έτσι μια σωστή και μελετημένη στάση.

Ερώτηση 2

Θεωρείτε ότι οι σπουδές σας σας παρέχουν αρκετά εφόδια για τη δημιουργία μιας επιχείρησης; (γράφημα 12)

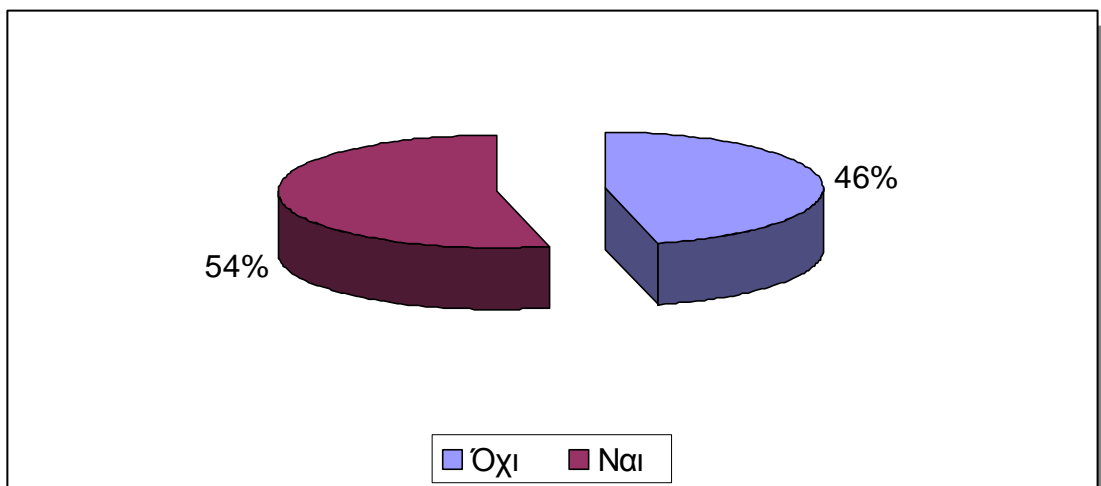


Σαν βασικό συμπέρασμα από τις απαντήσεις των νέων φαίνεται ότι οι νέοι σήμερα δεν εμπιστεύονται τις σπουδές τους σαν εφόδιο στον επαγγελματικό τους στίβο μιας και με ποσοστό 53% απαντούν όχι ή μάλλον όχι.

Οι απαντήσεις που πιστεύουν στο ότι οι σπουδές είναι σημαντικό εφόδιο για την επαγγελματική εξέλιξη είναι με ποσοστό 39%.

Ερώτηση 3

**Στο στενό οικογενειακό σας περιβάλλον υπάρχουν επιχειρηματίες;
(γράφημα 13)**



Η ερώτηση αυτή στοχεύει να διερευνήσει στο κατά πόσο το οικογενειακό περιβάλλον ασκεί επίδραση στην επιλογή των φοιτητών σχετικά με την επαγγελματική τους απασχόληση. Από την κατανομή των απαντήσεων

δεν φαίνεται αξιόλογη συσχέτιση μεταξύ της απόφασης για ανάπτυξη ελεύθερου επαγγέλματος ή ατομικής επιχείρησης και της ύπαρξης επιχειρηματιών στο άμεσο οικογενειακό περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα, το 54% των νέων έχουν επιχειρηματίες ανθρώπους στην οικογένεια τους και το 46% δεν έχουν.

Ερώτηση 4

Ποιους από τους φορείς ή θεσμούς γνωρίζεις; (πίνακας 8)

Φορείς	%
Κέντρα Πληροφόρησης Νέων	75
Γενική Γραμματεία Αθλητισμού	89
Νομαρχιακά – Δημοτικά Συμβούλια Νεολαίας	58
Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς	81
Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας	46
Γενική Γραμματεία Ισότητας	67
Πρόγραμμα νεανικής επιχειρηματικότητας EOMMEX	36
Νεανικό παρατηρητήριο	24
ΔΞ/ΔΑ	2

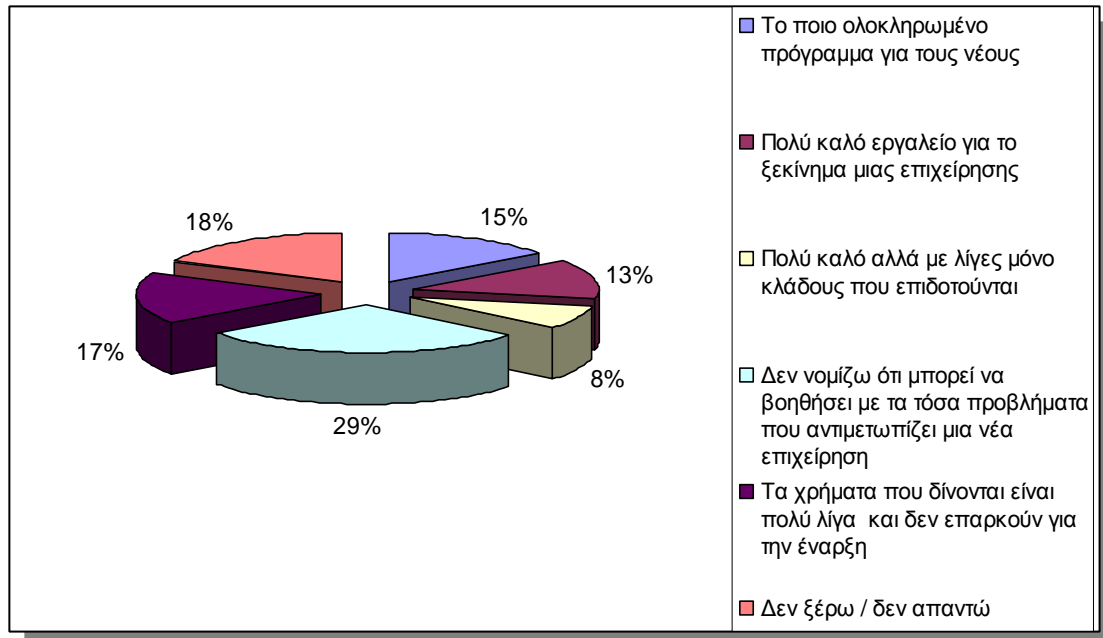
Στην συγκεκριμένη ερώτηση φαίνεται ότι οι περισσότεροι νέοι έχουν επαφή με τους φορείς που δραστηριοποιούνται στην ελληνική κοινωνία με διαφορετική αναγνωρισιμότητα όμως για τον καθένα.

Στην πρώτη θέση έρχεται η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού με ποσοστό 89% μιας και οι περισσότεροι νέοι ασχολούνται με τον αθλητισμό άμεσα ή και έμμεσα , ακολουθεί η Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς με ποσοστό 81% και τα κέντρα πληροφόρησης νέων με ποσοστό 75%.

Το πρόγραμμα νεανικής επιχειρηματικότητας EOMMEX που είναι και αυτό που μας ενδιαφέρει στην συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία είναι γνωστό στους νέους με ποσοστό μόλις 36% που σε σχέση με τις δυνατότητες που δίνει είναι πολύ χαμηλό. Το γεγονός ότι δεν είναι και πολύ γνωστό ίσως δικαιολογεί και το γεγονός ότι πολύ νέοι δεν επιθυμούν να έχουν μια δική τους επιχείρηση διότι δεν έχουν τα απαραίτητα χρήματα.

Ερώτηση 5

Ποια είναι η γνώμη σας για το πρόγραμμα νεανικής επιχειρηματικότητας του ΕΟΜΜΕΧ(γράφημα 14)



Σε γενικές γραμμές οι νέοι θεωρούν ότι το πρόγραμμα νεανικής επιχειρηματικότητας του ΕΟΜΜΕΧ μπορεί να τους βοηθήσει στο ξεκίνημα της επιχείρησής τους εν μέρει χωρίς να δίνει όλα αυτά που πρέπει να υπάρχουν.

Ποιο συγκεκριμένα το 29% θεωρεί ότι δεν μπορεί να βοηθήσει με τα τόσα προβλήματα που αντιμετωπίζει μια νέα επιχείρηση και το 17% θεωρεί ότι τα χρήματα που δίνονται είναι πολύ λίγα για να μπορέσει μια εταιρεία να είναι ανταγωνιστική. Μόνο το 15% των νέων θεωρεί το πρόγραμμα ολοκληρωμένο και σημαντικό για το ξεκίνημα μιας επιχείρησης.

Πολύ σημαντικό όμως στοιχείο είναι και το γεγονός ότι το 18% των νέων δεν γνωρίζουν καθόλου ή ελάχιστα πράγματα για το πρόγραμμα της νεανικής επιχειρηματικότητας του ΕΟΜΜΕΧ, κάτι που δείχνει ότι με καλύτερη ενημέρωση και διαφήμιση θα μπορούσε να αποτελέσει ένα σημαντικό όπλο για τους νέους.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Τα αποτελέσματα της έρευνας δεν είναι και τόσο ενθαρυντικά για την νεανική επιχειρηματικότητα και πως την αντιλαμβάνονται οι νέοι σήμερα.

Μόνο 2 από τους 75 που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο έχουν δική τους επιχείρηση και από αυτούς μόνο ο ένας ξεκίνησε κάτι νέο μόνος του.

Σχεδόν όλοι ανεξαιρέτως οι ερωτώμενοι (ιδίως όμως οι μαθητές) περιέγραψαν μια απαιτητική καθημερινότητα, φορτωμένη σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό από υποχρεώσεις, καθήκοντα και ρόλους στους οποίους οφείλουν να ανταποκριθούν, η οποία όμως απαλύνεται από τα –έστω και ελάχιστα– διαλείμματα συνεύρεσης με τους φίλους. Παρατηρείται εδώ ένας διχασμός ανάμεσα στις έξωθεν απαιτήσεις και τις οικείες ανάγκες, και οι νέοι μοιάζουν να είναι τρόπον τινά «καταδικασμένοι» να διαπραγματεύονται συνεχώς αυτή την αντίθεση, κυριαρχούμενοι συχνά από αισθήματα αλλοτρίωσης και αποξένωσης.

Από τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου γενικά μπορεί να συμπεράνει κανείς ότι οι νέοι σήμερα είναι αρκετά μπερδεμένοι. Ποιο συγκεκριμένα το 49% των απαντήσεων δείχνει ότι οι νέοι πιστεύουν στο μέλλον και ότι προσδοκούν καλύτερες ημέρες από αυτές που βιώνουν σήμερα, ενώ το 51% θεωρεί το μέλλον αβέβαιο, σκοτεινό και με πολλές δυσκολίες.

Εκείνο που προκύπτει από τις απαντήσεις των νέων ως σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει η χώρα είναι η **ανεργία**, η οποία και συγκεντρώνει 55% των απαντήσεων, ενώ ακολουθούν σε μεγάλη απόσταση το πρόβλημα παιδείας με 14% η δημοσία περίθαλψη με 11%, η φτώχεια με 9%, ο οικονομικός μαρασμός με 6%, και τέλος η εγκληματικότητα με 4%.

Στην παρούσα έρευνα, είναι πάντως εντυπωσιακή η διαπίστωση ότι, στις τρεις αρνητικά φορτισμένες ερωτήσεις για τους πολιτικούς, τα πολιτικά κόμματα και τις κυβερνήσεις της χώρας, οι τρεις στους τέσσερις νέους έχουν απόλυτα αρνητική ή μάλλον αρνητική άποψη, με την απόλυτα αρνητική να συγκεντρώνει σταθερά ποσοστά άνω του 50%. Με τη θέση μάλιστα ότι υπάρχει διαφθορά στη δημόσια ζωή συντάσσονται απόλυτα ή σχεδόν απόλυτα περίπου οι εννέα στους δέκα νέους (84,5%).

Αξίζει να πούμε ότι οι νέοι με ποσοστό 90% δείχνουν ότι επιθυμούν μια εργασιακή ελευθερία και ευελιξία κάτι που φαίνεται από τις απαντήσεις που έδωσαν στην ερώτηση «Με την επιχείρηση θα κάνω αυτό που απολαμβάνω».

Οι νέοι σήμερα δεν επιθυμούν το ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης μιας και είναι οι απαντήσεις που δοθήκαν στην ερώτηση ένα θεωρούν το οικονομικό περιβάλλον ασταθές, με ποσοστό 78% δείχνουν ότι κάτι τέτοιο είναι ορατό.

Ο ένας στους δυο νέους (ποσοστό 45%)δεν μπορεί να ξεκαθαρίσει μέσα του τι είναι αυτό που πραγματικά θέλει να κάνει στον επαγγελματικό του τομέα. Δεν είναι ακόμα ώριμος να κρίνει και να πάρει τα ρίσκα που απαιτούνται για το ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης

Πάντως θα πρέπει να δούμε και το γεγονός ότι ένας στους 4 (ποσοστό 24%) μάλλον θα ξεκινούσε μια δική του επιχείρηση προσπαθώντας έτσι να καλύψει όλα τα θέλω του , κάτι που εμφανίζεται και από τις απαντήσεις που έχουν δοθεί στις προηγούμενες ερωτήσεις τις ίδιας ενότητας.

Σε γενικές γραμμές οι νέοι θεωρούν ότι το πρόγραμμα νεανικής επιχειρηματικότητας του EOMMEX μπορεί να τους βοηθήσει στο ξεκίνημα της επιχείρησης τους εν μέρει χωρίς να δίνει όλα αυτά που πρέπει να υπάρχουν.

Ποιο συγκεκριμένα το 29% θεωρεί ότι δεν μπορεί να βοηθήσει με τα τόσα προβλήματα που αντιμετωπίζει μια νέα επιχείρηση και το 17% θεωρεί ότι τα χρήματα που δίνονται είναι πολύ λίγα για να μπορέσει μια εταιρεία να είναι ανταγωνιστικοί. Μόνο το 15% των νέων θεωρεί το πρόγραμμα ολοκληρωμένο και σημαντικό για το ξεκίνημα μιας επιχείρησης.

Πολύ σημαντικό όμως στοιχείο είναι και το γεγονός ότι το 18% των νέων δεν γνωρίζουν καθόλου η ελάχιστα πράγματα για το πρόγραμμα της νεανικής επιχειρηματικότητας του EOMMEX, κάτι που δείχνει ότι με καλύτερη ενημέρωση και διαφήμιση θα μπορούσε να αποτελέσει ένα σημαντικό όπλο για τους νέους.

ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα «προγράμματα θερμοκοιτίδας» βρίσκονται στην Ελλάδα ακόμη σε εμβρυακή μορφή, (τα τελευταία έτη έχουν κάνει δειλά-δειλά την εμφάνισή τους σε περιορισμένα πανεπιστημιακά τμήματα και ερευνητικά κέντρα).

Επίσης, η επιχειρηματική κουλτούρα δεν διδάσκεται συνήθως στα ελληνικά πανεπιστήμια, ενώ οι περισσότεροι φοιτητές φαίνεται να ενδιαφέρονται μόνο για το πώς θα πάρουν με τον πλέον άκοπο τρόπο το πτυχίο τους μέσα σ' ένα χαοτικό πανεπιστημιακό σύστημα. Συνακόλουθα, η ελλιπής υποστήριξη και η νοοτροπία του «δημοσίου» τείνουν να αποθαρρύνουν και να καταβάλλουν νέους απόφοιτους με καινοτόμες ιδέες, οι οποίοι ενδεχομένως θα μπορούσαν να δημιουργήσουν καινούριες εταιρίες, προϊόντα, υπηρεσίες, ακόμη και νέες αγορές στη χώρα μας στο άμεσο μέλλον.

Σαν ένα τελικό μέσο υποστήριξης, το πανεπιστήμιο μπορεί μάλιστα να προσφέρει ένα μικρό χώρο γραφείου με όλο τον υπολογιστικό εξοπλισμό και γρήγορες συνδέσεις στο διαδίκτυο. Η ελλιπής υποστήριξη και η νοοτροπία του «δημοσίου» τείνουν να αποθαρρύνουν και να καταβάλλουν νέους απόφοιτους με καινοτόμες ιδέες. Η ελληνική κοινωνία φαίνεται συνεπώς να μην έχει αντιληφθεί τη σημασία της αξιοποίησης του νέου δυναμικού της χώρας.¹⁹

Αν ακολουθούσαμε και μόνο το παράδειγμα της Σκωτίας, μιας χώρας με μισό πληθυσμό από αυτό της Ελλάδας αλλά περισσότερο προηγμένη σε τομείς τεχνολογίας και βαριάς βιομηχανίας ως μέλος του Ηνωμένου Βασιλείου, η πρόοδος θα ήταν μεσοπρόθεσμα εμφανής.

Υπάρχουν βέβαια και στη χώρα μας προγράμματα υποστήριξης τόσο για νέες εταιρίες όσο και για υφιστάμενες επιχειρήσεις που (συγ)χρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση μέσα στα πλαίσια της πολιτικής για την ανάπτυξη και την αξιοποίηση νέων επιχειρήσεων στα κράτημέλη της. Το μειονέκτημα ωστόσο έγκειται στην ελλιπή ενημέρωση καθώς δεν υπάρχει ένας επίσημος και ενιαίος φορέας παροχής πληροφοριών γι' αυτά, ενώ οι σχετικές ιστοσελίδες παρουσιάζουν στοιχεία και πληροφορίες συχνά με πολύπλοκη και δυσνόητη μορφή.

Συνεπώς επαφίεται στην αδιάκοπη θέληση του επίδοξου επιχειρηματία να συλλέξει και να αποκωδικοποιήσει τις πληροφορίες που χρειάζεται για την επιχείρησή του, εκτός και αν αποφασίσει να προσεγγίσει εταιρίες συμβούλων, στις οποίες βέβαια θα πρέπει να πληρώσει σημαντική προμήθεια για τις υπηρεσίες τους. Έτσι, δεν θα πρέπει να προκαλεί απορία το γεγονός αυτό που συχνά-πυκνά καταγράφεται στον ημερήσιο τύπο, δηλαδή ότι μεγάλο μέρος των εν λόγω κεφαλαίων επιστρέφεται στην Ευρωπαϊκή Ένωση, σαν να μην υπάρχει καμία ανάγκη υποστήριξης των νέων επιχειρηματικών ιδεών στη χώρα μας.

Ο νέος επιχειρηματίας στην Ελλάδα πρέπει ν' αναζητήσει μόνος του βοήθεια για την επιχείρησή του και επίσης να είναι εξαιρετικά αποφασισμένος για την επιχειρηματική του ιδέα ώστε να είναι σε θέση να πείσει τρίτους να τη χρηματοδοτήσουν. Από την άλλη πλευρά όμως είναι άκρως απαραίτητη μια περισσότερο οργανωμένη θεσμική υποστήριξη

¹⁹ βλ. εισήγηση *Λευτέρη Παπαγιαννάκη, Διάρθρωση και Εξέλιξη της Ελληνικής Βιομηχανίας, «Ελληνική Βιομηχανία: Προς την Οικονομία της Γνώσης», Συνέδριο ΤΕΕ, 3-5 Ιουλίου 2006, όπου ανάμεσα στ' άλλα παρουσιάζονται στατιστικά στοιχεία που αποδεικνύουν ότι 25% των Ελλήνων ηλικίας 25-35 ετών σήμερα είναι απόφοιτοι ΑΕΙ.*

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

από την ελληνική πολιτεία, η οποία θα προσφέρει ακριβώς τη δυνατότητα στο νέο επιχειρηματία να κινήσει ρεαλιστικά το όνειρό του.

Επίλογος

Δύο φοιτητές, ξεκινώντας από ένα γκαράζ λίγα χρόνια πριν, κατάφεραν να αλλάξουν τον τρόπο με τον οποίο αποκτούμε πρόσβαση σε οποιαδήποτε πληροφορία γύρω μας.

Εν ολίγοις, άλλαξαν τον κόσμο.

Είναι οι Larry Page και Sergey Brin, και το Google.

Ένας άλλος φοιτητής, στα 23 του, έχει ήδη δημιουργήσει εταιρεία με αποτίμηση ίση με αυτή της Ford.

Αναφερόμαστε στον Mark Zuckerberg και το Facebook.

Χιλιάδες, μάλλον εκατομμύρια νέοι, παγκοσμίως, ακολουθούν το άστρο τους και εργάζονται μανιωδώς για να κάνουν μια ιδέα τους πράξη, το όνειρό τους πραγματικότητα.

Κάποιοι είναι καταδικασμένοι να πετύχουν.

Σήμερα έχουμε την τύχη να βιώνουμε καιρούς μοναδικούς, συναρπαστικούς, όπου κανείς μπορεί για παράδειγμα να απευθύνει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του σε οποιαδήποτε γωνιά του πλανήτη.

Βρισκόμαστε όλοι μας πιο κοντά από ποτέ, συγκάτοικοι στο παγκόσμιο χωριό, με απόσταση ίση μόλις με το e-mail μας.

Η τεχνολογία αφομοιώνεται, με ρυθμούς ραγδαίους, και αλλάζει τη ζωή μας, οι επαναστάσεις είναι καθημερινές, συμβαίνουν παντού γύρω μας.

Σε αυτή την εποχή δεν μπορεί εμείς να αρκούμαστε στον χαρακτηρισμό ως γενιάς των 700 ευρώ, ούτε ως γενιάς της ανεργίας και του ΑΣΕΠ.

Έχουμε την δική μας επιλογή.

Έχουμε δρόμο διαφυγής προς τα εμπρός, δρόμος υγιής στα κίνητρα και τους στόχους του, με σημαντικό μεσοπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο αντίκτυπο, δρόμος εν τέλει ικανός να προκαλέσει την αλλαγή στην ελληνική κοινωνία.

Ναι, υπάρχει μία μάζα ανθρώπων που πιστεύουν στην αλλαγή, σε κάτι διαφορετικό, για τους πολλούς ανέφικτο. Ναι, το αναφέρει σε κάθε ομιλία του και ο Barack Obama, η αλλαγή έρχεται from the bottom-up, από κάτω προς τα πάνω.

Εκεί ακριβώς έγκειται και η προοπτική. Μπορεί να βιώνουμε σε μία κοινωνία με λειτουργίες υπο-βέλτιστες, που μας ωθούν καθημερινά στην αναζήτηση εναλλακτικών διαδρομών για την επίτευξη των στόχων μας.

Αυτό ωστόσο, με διαφορετική ανάγνωση, καλείται καινοτομία.

Ας αρχίσουμε λοιπόν να βλέπουμε τα πράγματα διαφορετικά. Τις δυσκολίες ως προκλήσεις. Τους κινδύνους ως ευκαιρίες. Και ας συγκεντρωθούμε, ας δημιουργήσουμε ένα δυναμικό οικοσύστημα ανθρώπων και δράσεων περί start-up, 'η ισχύς εν τη ενώσει'.

Τα αδύνατα ανήκουν στο παρελθόν. Η επόμενη ευκαιρία ίσως να είναι δική μας. Και, αν δεν καταφέρουμε να αλλάξουμε τον κόσμο με αυτή, είμαστε σίγουροι πως θα αλλάξουμε εαυτούς και την κοινωνία γύρω μας.

Προς το καλύτερο.

Ο ερχομός ενός νέου αιώνα έφερε μαζί του καινούργια πρότυπα εργασίας, διευρυμένες οικονομικές πολιτικές, νέες κοινωνικές συγκρούσεις αλλά πάνω από όλα μια διαφορετική αντίληψη των πραγμάτων. Κοινή πλέον είναι η διαπίστωση των βασικών αλλαγών που έχουν επέλθει και στην αγορά εργασίας. Η ενίσχυση του επιχειρηματικού πνεύματος σημειώνεται σε επίπεδο ευρωπαϊκής πολιτικής ως ένας από τους βασικούς πυλώνες για την βελτίωση της απασχόλησης. Η σύνδεση της εκπαίδευσης με τον χώρο των επιχειρήσεων θεωρείται ένας από τους παράγοντες ενίσχυσης και ενθάρρυνσης της επιχειρηματικότητας.

Στο πλαίσιο της Επαγγελματικής Συμβουλευτικής ένας από τους βασικότερους στόχους είναι η ομαλή ένταξη ενός νέου στον κόσμο των ενηλίκων και ειδικότερα στην επαγγελματική ζωή (Isaacson & Brown, 1997). Η εξέλιξη της ενεργού επαγγελματικής ζωής προϋποθέτει τη διάθεση και τις ικανότητες να αξιοποιήσει κανείς τις γνώσεις και τις δεξιότητες που διαθέτει, σύμφωνα με τις εκάστοτε ανάγκες της αγοράς, ώστε να αποφέρουν οικονομικό όφελος (Κεδράκα, 2000). Η απόκτηση γνώσεων-γενικών και εξειδικευμένων- καθώς και δεξιοτήτων αποτελούν τα κατεξοχήν στοιχεία που διευκολύνουν την επαγγελματική αποκατάσταση του ατόμου. Εξίσου σημαντική, όμως, είναι η ανάπτυξη επιχειρηματικού πνεύματος και η δημιουργία θετικής στάσης απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση και την ανταγωνιστικότητα, οπτική η οποία δεν είναι ξένη με την εθνική μας ιδιοσυγκρασία αλλά χρειάζεται να καλλιεργηθεί και μέσα από τα συστήματα εκπαίδευσης, κατάρτισης και επαγγελματικού προσανατολισμού.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΨΗΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Σημείωση: Ένας απλός ορισμός του επιχειρηματία είναι ο ακόλουθος:
Επιχειρηματίας είναι αυτός που αναγνωρίζει ευκαιρίες, έχει ιδέες και τις εφαρμόζει για τη δημιουργία μιας επιχείρησης.

Α. Ταξινόμηση ερωτώμενου

1. Φύλο

Άνδρας Γυναίκα

2. Ηλικία

15 – 17 ετών 18 – 24 ετών 25 – 29 ετών

3. Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσής σας (σπουδές που έχετε ολοκληρώσει);

Βασικές σπουδές (γυμνάσιο)

Λύκειο

Μεταλυκειακές σπουδές(εκτός ΑΕΙ / ΤΕΙ)

ΑΕΙ / ΤΕΙ

Μεταπτυχιακές σπουδές

4. Κατάσταση απασχόλησης

Υπάλληλος / Μισθωτός

Επιχειρηματίας

Ελεύθερος επαγγελματίας

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Αγρότης

Άνεργος

Μαθητής / Φοιτητής

Σε πρόγραμμα απασχόλησης / κατάρτισης

Υπηρετώ στρατιωτική θητεία

Άλλο Αναφέρατε το είδος της ασχολίας σας

B. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. Ποιες είναι οι γνώμη σας για το μέλλον. (ταξινομήστε τις απαντήσεις σύμφωνα με την γνώμη σας).

1	Κοιτάζω μπροστά το μέλλον με ελπίδα και ενθουσιασμό.	
2	Όταν τα πράγματα δεν πάνε καλά, με βοηθά να ξέρω ότι δε μπορεί να παραμείνουν έτσι για πάντα.	
3	Δε μπορώ να φανταστώ πώς θα είναι η ζωή μου σε 10 χρόνια από σήμερα.	
4	Έχω αρκετό καιρό για να πετύχω όσα θα ήθελα να κάνω.	
5	Το μέλλον μου φαίνεται σκοτεινό.	
6	Συνήθως είμαι ιδιαίτερα τυχερός/ή και προσδοκώ να έχω μια ζωή καλύτερη από το μέσο όρο.	
7	Έχω χάσει πολλές ευκαιρίες και πιστεύω ότι αυτό δε θα αλλάξει στο μέλλον.	
8	Βλέπω να με περιμένουν δυσάρεστες κυρίως παρά ευχάριστες στιγμές.	
9	Δεν περιμένω ότι θα πετύχω αυτά που πραγματικά θέλω.	
10	Τελικά τα πράγματα δε θα εξελιχθούν όπως τα θέλω.	
11	Πιστεύω πολύ στο μέλλον.	
12	Το μέλλον φαίνεται ασαφές και αβέβαιο.	

2. Ποσό σας απασχολεί το φάσμα της ανεργίας

Παρά πολύ

Πολύ

Λίγο

Δεν το θεωρώ πρόβλημα

Καθόλου

Δεν ξέρω / δεν απαντώ

3. Ποιο μέσο ενημέρωσης εμπιστεύεστε ποιο πολύ για την ενημέρωσή σας

Τηλεόραση

Ραδιόφωνο

Εφημερίδες

Internet

Κανένα

4. Ποιους από τους παρακάτω θεσμούς εμπιστεύεστε ;

Προεδρος Δημοκρατίας	<input type="checkbox"/>
Εκκλησία	<input type="checkbox"/>
Ανώτατη Εκπαιδ.	<input type="checkbox"/>
Ραδιόφωνο	<input type="checkbox"/>
Δικαιοσύνη	<input type="checkbox"/>
Στρατός	<input type="checkbox"/>
Μέση Εκπαιδ.	<input type="checkbox"/>
Εφημερίδες	<input type="checkbox"/>
Ευρωπ. Ένωση	<input type="checkbox"/>
Αστυνομία	<input type="checkbox"/>
Τοπ. Αυτοδ.	<input type="checkbox"/>
Τηλεόραση	<input type="checkbox"/>
Κυβέρνηση	<input type="checkbox"/>
Βουλή	<input type="checkbox"/>
Συνδικάτα	<input type="checkbox"/>
Δημ. Διοίκηση	<input type="checkbox"/>
Κόμματα	<input type="checkbox"/>

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

5. Έχεις ή είχες κατά τον τελευταίο χρόνο σχέση με τα είδη συλλόγων που θα σου διαβάσω;

Τι είδους σχέση;

	Ναι	Απλό Μέλος	Συμμετοχή σε δράσεις	Εισφορά σε χρήμα	Εθελοντική εργασία
Πολιτιστικοί σύλλογοι					
Θρησκευτικές-εκκλησιαστικές οργανώσεις					
Αθλητικοί σύλλογοι					
Φοιτητικές / μαθητικές παρατάξεις και πολιτικά κόμματα					
Εθελοντικές οργανώσεις					
Σύλλογοι νέων					
Συνδικάτα, επαγγελματικά σωματεία					
Επιστημονικοί σύλλογοι					
Δεν είχα ούτε έχω σχέση					

6. Σε ποιες από τις παρακάτω δραστηριότητες θα ήθελες να συμμετάσχεις ως εθελοντής χωρίς αμοιβή;

Προστασία των δασών	
Προστασία της θάλασσας	
Αιμοδοσία	
Αθλητικές εκδηλώσεις	
Βοήθεια σε μετανάστες και πρόσφυγες	
Αντιμετώπιση φυσικών καταστροφών (σεισμοί, πλημμύρες κ.λπ.)	
Βοήθεια σε αστέγους	
Πολιτιστικές εκδηλώσεις	
Καταπολέμηση του AIDS	
Καταπολέμηση ναρκωτικών	
Προστασία των ζώων	
Προστασία του καταναλωτή	
Βοήθεια σε ψυχικά πάσχοντες	
Βοήθεια σε ηλικιωμένους	
Βοήθεια σε αναπτυσσόμενες χώρες (στην Αφρική κ.λπ.)	

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Βοήθεια σε κακοποιημένες γυναίκες	
Βοήθεια σε παιδιά	
Σε καμιά από αυτές	
ΔΞ/ΔΑ	

7. Αξιοπιστία – Δυσπιστία έναντι πολιτικών, κομμάτων, κυβερνήσεων

(% απαντήσεων= Σ.Α: Συμφωνώ απόλυτα, Μ.Σ: Μάλλον συμφωνώ, Σ/Δ: ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ, Μ.Δ: Μάλλον διαφωνώ, Δ.Α: Διαφωνώ απόλυτα, Δ.Γ.: Δεν γνωρίζω)

<i>Δεν ενδιαφέρει τους πολιτικούς τι σκέφτονται άνθρωποι σαν και εμένα</i>	
<i>Τα κόμματα ενδιαφέρονται για την ψήφο των πολιτών και όχι για τη γνώμη και τα προβλήματά τους</i>	
<i>Οι κυβερνήσεις της χώρας δεν φροντίζουν για το γενικό καλό, αλλά για ορισμένα μεγάλα συμφέροντα</i>	
<i>Οι πολιτικοί στη χώρα μας υπηρετούν τις ίδιες βασικές αξίες στις οποίες πιστεύεις κι εσύ</i>	
<i>Υπάρχει διαφθορά στη δημόσια ζωή /ελληνική κοινωνία</i>	

8. Κατά τη γνώμη σας ποιο είναι το πιο σημαντικό πρόβλημα στην χώρα μας σήμερα.

Εγκληματικότητα

Ανεργία

Φτώχεια

Οικονομικός μαρασμός

Πρόβλημα παιδείας

Δημοσία περίθαλψη

Κανένα

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Γ. Ο επιχειρηματίας

1. Κατά τη γνώμη σας πόσο σημαντικά είναι τα ακόλουθα χαρακτηριστικά για την επιτυχία ενός επιχειρηματία;

Αποφασιστικότητα

Τιμιότητα

Εξυπνάδα, ευστροφία

Ενθουσιασμός

Ανάληψη κινδύνων

Να είναι αδίστακτος

Ύπαρξη οράματος

Ευελιξία

Δημιουργικότητα

2. Για ποιο λόγο θα αποφασίζατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά;

	Διαφωνώ	Διαφωνώ Λίγο	Ούτε συμφωνώ / ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ απόλυτα	Δεν ξέρω/ δεν απαντώ
Η επιχείρηση θα μου προσφέρει υψηλό εισόδημα						
Η επιχείρηση θα μου προσφέρει σταθερό εισόδημα						
Η επιχείρηση θα μου προσφέρει κοινωνική καταξίωση						
Με την επιχείρηση θα αποδείξω την αξία μου						
Είναι σημαντικό να έχω εγώ τον έλεγχο της δουλειάς μου						
Με την επιχείρηση θα κάνω αυτό που απολαμβάνω						

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Με την επιχείρηση θα εφαρμόσω τις ιδέες μου						
Με την επιχείρηση θα είμαι πιο ευέλικτος/η - θα ρυθμίζω τις ώρες και τις συνθήκες εργασίας μου						
Με την επιχείρηση θα αξιοποιήσω τα προσόντα μου						

3. Για ποιο λόγο θα διστάζατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά; Τι φοβάστε πιο πολύ;

	Διαφωνώ	Διαφωνώ Λίγο	Ούτε συμφωνώ / ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ απόλυτα	Δεν ξέρω/ δεν απαντώ
Θα χρειαστώ (πρόσβαση σε) μεγάλα κεφάλαια						
Θα πρέπει να δουλεύω πολύ						
Φοβάμαι το κοινωνικό στιγματισμό στην περίπτωση αποτυχίας						
Δεν επιθυμώ την ανάληψη ρίσκου						
Φοβάμαι την αποτυχία - δεν επιθυμώ να χάσω χρήματα						
Δεν έχω τις απαιτούμενες ικανότητες (οργανωτικές - διοικητικές-άλλες)						
Θα πρέπει να αντιμετωπίσω τους ανταγωνιστές						
Θα πρέπει να αντιμετωπίσω τη γραφειοκρατία						
Το οικονομικό περιβάλλον είναι ασταθές						

4. Τι είναι το πιο σημαντικό που θα θέλατε να σας προσφέρει το επάγγελμά σου; Τι το δεύτερο πιο σημαντικό;

Προσδοκίες από την επαγγελματική ζωή		
Τι είναι το πιο σημαντικό που θα θέλατε να σας προσφέρει το επάγγελμά σου; Τι το δεύτερο πιο σημαντικό;	1 ^η επιλογή	2 ^η επιλογή
Ασφάλεια		
Δημιουργικότητα		
Χρήμα		
Κοινωνική Αναγνώριση		
Δυνατότητα Κοινωνικής Προσφοράς		
Ελεύθερο Χρόνο		

5. Τελικά θα αποφασίζατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά;

Όχι

Μάλλον όχι

Ούτε ναι/ ούτε όχι

Μάλλον ναι

Ναι

Δεν ξέρω / δεν απαντώ

Δ. Το Περιβάλλον

1. Ποια η στάση του περιβάλλοντός σας σε σχέση με την επιχειρηματικότητα και ιδιαίτερα στο ενδεχόμενο δημιουργίας μιας επιχείρησης από εσάς;

	Αρνητική	Μάλλον αρνητική	Ούτε θετική / ούτε αρνητική	Μάλλον θετική	Θετική	Δεν ξέρω/ δεν απαντώ
Οικογένεια						
Φίλοι - γνωστοί						
Ακαδημαϊκό περιβάλλον (πανεπιστήμιο, καθηγητές, .)						

2. Θεωρείτε ότι οι σπουδές σας σας παρέχουν αρκετά εφόδια για τη δημιουργία μιας επιχείρησης;

- Όχι
- Μάλλον όχι
- Ούτε ναι/ ούτε όχι
- Μάλλον ναι
- Ναι
- Δεν ξέρω / δεν απαντώ

3. Στο στενό οικογενειακό σας περιβάλλον υπάρχουν επιχειρηματίες;

- Όχι
- Ναι

4. Ποιους από τους φορείς ή θεσμούς γνωρίζεις;

Κέντρα Πληροφόρησης Νέων	
Γενική Γραμματεία Αθλητισμού	
Νομαρχιακά – Δημοτικά Συμβούλια Νεολαίας	
Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς	
Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας	
Γενική Γραμματεία Ισότητας	
Πρόγραμμα νεανικής επιχειρηματικότητας EOMMEX	
Νεανικό παρατηρητήριο	
ΔΞ/ΔΑ	

ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

5. Ποια είναι η γνώμη σας για το πρόγραμμα νεανικής επιχειρηματικότητας του ΕΟΜΜΕΧ

- Το ποιο ολοκληρωμένο πρόγραμμα για τους νέους
- Πολύ καλό εργαλείο για το ξεκίνημα μιας επιχείρησης
- Πολύ καλό αλλά με λίγες μόνο κλάδους που επιδοτούνται
- Δεν νομίζω ότι μπορεί να βοηθήσει με τα τόσα προβλήματα που αντιμετωπίζει μια νέα επιχείρηση
- Τα χρήματα που δίνονται είναι πολύ λίγα και δεν επαρκούν για την έναρξη
- Δεν ξέρω / δεν απαντώ

6. Πως το πρόγραμμα νεανικής επιχειρηματικότητας μπορεί να βοηθήσει στην δημιουργία της επιχείρησης σου. (απαντήστε με ΝΑΙ/ΟΧΙ)

Δίνοντας μέρος των χρημάτων που απαιτούνται	
Μειώνοντας την γραφειοκρατία για την ίδρυση μιας νέας επιχ.	
Προσφέροντας νέες και ποιο σύγχρονες ειδικότητες	
Προσφέροντας υποστήριξη στην λειτουργία της	
ΔΞ/ΔΑ	

7. Θα σε ενδιέφερε ή όχι κάθε ένα από τα παρακάτω;

Επαναφορά της κάρτας νέων που προσφέρει εκπτώσεις σε πολιτιστικά δρώμενα, μουσεία, εισιτήρια μέσω μαζικής μεταφοράς αλλά και καταστήματα	
Δημιουργία κύκλου σεμιναρίων πρακτικών γνώσεων για την προετοιμασία και διευκόλυνση των νέων προκειμένου να μπουν στην αγορά εργασίας	
Δημιουργία επιχειρηματικού δικτύου νέων	
Συμβουλευτική υποστήριξη και καθοδήγηση των νέων ώστε να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση	
Δημιουργία ειδικού φορέα εθελοντισμού ώστε να αξιοποιηθεί η διάθεση των νέων για προσφορά	
Δημιουργία προγραμμάτων για ανάμιξη των νέων στον μαζικό αθλητισμό.	

Βιβλιογραφικές πηγές

R.Immink & B. O' Kane, «ΞΕΚΙΝΩΝΤΑΣ ΤΗΝ ΔΙΚΗ ΣΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ», Εκδόσεις Σφακιανάκη, Θεσσαλονίκη 2004.

Ιωάννου Κ., «Ο ΟΔΗΓΟΣ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ», Εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα 2001.

Κανελλόπουλου Χ., «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ», Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

Λιούκα Σ., « Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΡΡΙΕΡΑΣ», Γραφείο Διασύνδεσης Πανεπιστημίου Αθηνών.

Παπαδοπούλου Δ., «ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ», Εκδόσεις Παρατηρητής, Θεσσαλονίκη.

Τσακλάγκανου Α., «ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ», Εκδόσεις Αφοί Κυριακίδη, Θεσσαλονίκη.

Τσακλάγκανου Α., «ΘΕΜΑΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ II» (Κεφάλαιο 4), Εκδόσεις Αφοί Κυριακίδη, Θεσσαλονίκη.

Σιρόπολη Ν., «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ», Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

ΕΒΕΑ: «Επιχειρηματικότητα και Κατάρτιση». Αθήνα: 1998.

Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος. *Απασχόληση – ανεργία – αμοιβή εργασίας. Έτος 198. Ειδική ενημερωτική έκδοση.* Αθήνα: 1999.

Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο, (2001). *Ανάλυση Επιχειρηματικότητας.* Αθήνα.

Ευρωπαϊκές Κοινότητες, (2000). ΕΓΓΡΑΦΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ SEC(2000) 1832. 'Υπόμνημα σχετικά με την εκπαίδευση καθόλη τη διάρκεια της ζωής'. Βρυξέλλες, 30/10/2000. Στο: <http://europa.eu.int/comm/education/life/index.html>

Καδδά. Δ., (2002). 'Μαθήματα για το επιχειρείν'. *ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ*, 13/01/2002. Στο: <http://www.enet.gr>. 26/2/2002.

Κεδράκα, Κ., (2002). «Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και οι επαγγελματικές προοπτικές των νέων». *Οικονομικός Ταχυδρόμος*, 34(2520), 59-65. Αθήνα: 24.08.2002.

Κεδράκα, Κ., (2000). 'Η Εργασία και οι Επαγγελματικές Αξίες στον Σύγχρονο Κόσμο'. *Νέα Παιδεία*, 95, 155-163.

Κεδράκα, Κ., (1998). 'Το τέλος μιας εποχής και η αρχή μιας νέας: περιγραφή της τρέχουσας κοινωνικο-οικονομικής κατάστασης στο κατώφλι του 21ου αιώνα'. *Τα Εκπαιδευτικά*, 46, 72-83. 14. Παιδαγωγικό Ινστιτούτο – Τομέας ΣΕΠ (2001). *Νέο Πρόγραμμα Σπουδών: Ο Σχολικός Επαγγελματικός Προσανατολισμός (ΣΕΠ) στην Εκπαίδευση*.

intellectum | 2007, τεύχος 2

Εφημερίδες

'The Economist' της εφημερίδας «Η Καθημερινή» (4/2008).

Ιστοσελίδες:

www.antagonistikotita.gr

www.epeaek.gr

www.eommex.gr

www.paratiritirio.gr

www.thirides.gr

<http://www.enet.gr>.

<http://sep.pi-schools.gr>.

<http://www.centreforenterprise.co.uk>

<http://www.cned.fr>

<http://www.edunews.gr>

<http://www.ja.org>

<http://www.neagenia.gr>

<http://www.statistics.gr>

<http://www.tc.columbia.edu/iee>

<http://www.ungforetagsamhet.se>

<http://www.utwente.nl>