



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ**

**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΦΟΙΤΗΤΗ:**

**ΒΛΑΧΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ 6265**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:**

**ΚΛΕΦΤΟΔΗΜΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ - ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ**

**ΚΑΣΤΟΡΙΑ**

**ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2024**

## Περίληψη

Η νεανική επιχειρηματικότητα είναι ένα από τα πιο δημοφιλή θέματα συζήτησης στον σημερινό κόσμο, καθώς βοηθά στην καταπολέμηση της ανεργίας και οδηγεί στην ανάπτυξη της οικονομίας στις νεότερες γενιές. Σκοπός αυτής της έρευνας, είναι να προσδιορίσει τους κύριους παράγοντες τόνωσης της επιχειρηματικότητας νέας γενιάς με αναφορά στο χρηματοοικονομικό κεφάλαιο, το πρότυπο και το επιχειρηματικό περιβάλλον. Η μελέτη εξηγεί επίσης πώς αυτά τα στοιχεία επηρεάζουν την επιχειρηματική διαδικασία των νέων, περισσότερο όταν η οικονομία είναι φτωχή και η πλήρης απασχόληση για αρχάριους είναι σπάνια.

Η ερευνητική μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε σε αυτή τη μελέτη είναι η μικτή μέθοδος που περιλαμβάνει τόσο την ποσοτική όσο και την ποιοτική έρευνα για τη συλλογή δεδομένων από νέους και αρχάριους επιχειρηματίες μέσω της χορήγησης ερωτηματολογίων και της μελέτης της υπάρχουσας βιβλιογραφίας. Έτσι, η έρευνα επικεντρώνεται στα πρότυπα και στις σχέσεις μεταξύ των βιογραφικών χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών, τους λόγους για την παρακίνηση ή μη της έναρξης μιας επιχείρησης και τα ποσοστά επιτυχίας/αποτυχίας. Τέλος, αυτή η έρευνα εξετάζει τις πτυχές της καινοτομίας, της εκπαίδευσης και της προσβασιμότητας στο κεφάλαιο ως παράγοντες που καθορίζουν την επιχειρηματικότητα.

Ορισμένες σημαντικές επιπτώσεις προκύπτουν από τη μελέτη που πραγματοποιήθηκε σε αυτή την έρευνα, όπως οι περιορισμοί που αντιμετωπίζουν οι νέοι επιχειρηματίες κατά την έναρξη της επιχείρησής τους όπως το ζήτημα της πρόσβασης σε επαρκείς κεφαλαιακούς πόρους, η έλλειψη ποιοτικής και αξιόπιστης καθοδήγησης που έχει μια πρόσθετη μεροληψία στην αντιμετώπιση των απαιτητικών πτυχών που διέπουν τη διαχείριση της επιχείρησης κ.α. Τελευταίο αλλά όχι λιγότερο σημαντικό, είναι ότι το κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον, όπως ο πολιτισμός και οι πολιτικές της χώρας, έχουν αντίκτυπο στη νεανική επιχειρηματικότητα.

Από αυτή την άποψη, αυτή η έρευνα βοηθά στη συζήτηση της έννοιας της νεανικής επιχειρηματικότητας και παρέχει προτάσεις πολιτικής που θα υποστηρίξουν τους νέους που είναι πρόθυμοι να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση. Δημιουργεί επίσης ένα στέρεο υπόβαθρο για να προκύψουν περαιτέρω έρευνες για να προχωρήσουμε στην ανάλυση των ιδιαιτεροτήτων της επιχειρηματικότητας.

Λέξεις-κλειδιά: Νέοι Επιχειρηματίες, Υποστήριξη Καινοτομίας, Κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον, Οικονομική υποστήριξη.

## **Abstract**

The youth entrepreneurship is one of the most popular topics in today's world, as it helps fight the unemployment and drives in economic growth in younger generations. The aim of this study is to determine the main factors stimulating new generation entrepreneurship with reference to financial capital, the model and the business environment. The study also explains how these factors affect in the entrepreneurial process of young people, more so when the economy is poor and full-time employment for beginners is rare.

The research method that used in this study is the mixed method which includes both quantitative and qualitative research to collect data from new and novice entrepreneurs through questionnaires and studying existing literature. Besides, the research focuses on the patterns and relationships between entrepreneurs' biographical characteristics, reasons for motivating or not starting a business, and success/failure rates. Finally, this research examines the aspects of innovation, education and access to capital as determinants of entrepreneurship. Some important implications emerge from the study carried out in this research such as the constraints young entrepreneurs face when starting their business such as the issue of access to adequate capital resources, the lack of quality and reliable guidance which has an additional bias in dealing with the demanding aspects that govern the management of the business, etc. Last but not least, the socio-economic environment such as the country's culture and policies have an impact on youth entrepreneurship.

In this regard, this research helps to discuss the concept of youth entrepreneurship and provides policy suggestions that will support young people who are willing to start their own business. It also creates a solid background for further research to emerge to further analyze of the specifics of entrepreneurship.

Keywords: Young Entrepreneurs, Innovation Support, Socio-Economic Environment, Financial Support.

## Ευχαριστίες

Θα ήθελα να απευθύνω θερμές ευχαριστίες στον κ. Γιάννη Νικολαΐδη - Καθηγητή του τμήματος Εφαρμοσμένης Πληροφορικής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, για τη δυνατότητα εντρύφησης και τις γνώσεις που μου πρόσφερε στον τομέα της επιχειρηματικότητας μέσω της πρακτικής άσκησης που πραγματοποίησα στο πρόγραμμα Teen Business School. Επιπλέον θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον κ. Αλέξανδρο Κλεφτοδήμο - Αναπληρωτή Καθηγητή του τμήματος Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας, για την επίβλεψη και την υποστήριξη του στην εκπόνηση της παρούσας πτυχιακής εργασίας.

# Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη.....	1
Abstract .....	2
Ευχαριστίες.....	3
Εισαγωγή.....	6
Κεφάλαιο 1: Η Επιχειρηματικότητα ως Έννοια.....	7
1.1 Ορισμοί και Βασικές Έννοιες.....	7
1.1.1. Τι είναι επιχειρηματικότητα; .....	7
1.1.2 Διακρίσεις μεταξύ διαφορετικών μορφών επιχειρηματικότητας.....	10
1.2 Ιστορική Αναδρομή της Επιχειρηματικότητας .....	11
1.3 Η Σημασία της Επιχειρηματικότητας στην Οικονομία .....	12
Κεφάλαιο 2: Βιβλιογραφική Επισκόπηση.....	13
2.1 Επιχειρηματικότητα στους Νέους: Διεθνής Βιβλιογραφία.....	13
2.2 Παράγοντες που Επηρεάζουν την Επιχειρηματικότητα στους Νέους.....	16
2.2.1 Κοινωνικοί και οικονομικοί παράγοντες .....	16
2.2.2 Εκπαιδευτικό σύστημα και υποστήριξη .....	18
2.2.3 Εκπαίδευση και Επιχειρηματικότητα .....	20
2.3 Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία .....	27
2.3.1 Σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας και καινοτομίας .....	27
2.3.2 Παραδείγματα νεοφυών επιχειρήσεων .....	27
Κεφάλαιο 3: Μεθοδολογία.....	29
3.1 Ερευνητική Προσέγγιση.....	29
3.2 Δειγματοληψία και Συλλογή Δεδομένων.....	29
3.3 Επεξεργασία και Ανάλυση Δεδομένων.....	30
Κεφάλαιο 4: Αποτελέσματα της Έρευνας.....	30
4.1 Φύλο των Ερωτηθέντων.....	30
4.2 Ηλικία των Ερωτηθέντων.....	32
4.3 Πληθυσμιακή Ομάδα Διαμονής.....	33
4.4 Επίπεδο Εκπαίδευσης.....	34
4.5 Χώρα Διαμονής .....	35
4.6 Επίπεδο Εισοδήματος.....	37
4.7 Κίνητρα για την Έναρξη Επιχείρησης.....	39
4.8 Επιχειρηματικότητα στο Περιβάλλον .....	41
4.9 Παρότρυνση από τους Γονείς.....	43
4.10 Σημασία της Εκπαίδευσης.....	45
4.11 Συμμετοχή σε Εκπαιδευτικά Σεμινάρια .....	48

4.12 Ρόλος των Social Media .....	50
4.13 Προσωπικά Επιχειρηματικά Πρότζεκτ.....	52
4.14 Ενδιαφέροντες Επιχειρηματικοί Τομείς.....	54
4.15 Ενημέρωση για Διαδικασίες Έναρξης Επιχείρησης .....	58
4.16 Απαραίτητες Δεξιότητες για Επιτυχή Επιχειρηματικότητα .....	61
4.17 Φόβοι και Ανησυχίες για την Έναρξη Επιχείρησης.....	67
4.18 Στρατηγικές Προώθησης Επιχείρησης.....	72
4.19 Χρήσιμη Επιχειρηματική Υποστήριξη.....	74
Συμπεράσματα.....	79
Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα .....	81
Βιβλιογραφία .....	88
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι .....	92

## Εισαγωγή

Η νεανική επιχειρηματικότητα έχει λάβει μεγάλης προσοχής από την επιστημονική κοινότητα τα τελευταία έτη αφού αποτελεί μία από τις πλέον στρατηγικές ενέργειες του επιχειρηματικού κόσμου για τη δημιουργία απασχόλησης και πλούτου στους νέους, ειδικά σε συνθήκες όπου οι ευκαιρίες απασχόλησης είναι σπάνιες ή μειώνονται. Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να προσδιορίσει τους παράγοντες που οδηγούν στην επιτυχία των νέων επιχειρηματιών με έμφαση στον χρηματοοικονομικό τομέα, την καθοδήγηση και το κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον.

Έτσι, με βάση τους αναφερθέντες παράγοντες, η έρευνα θέλει να συμβάλει στην κατανόηση που θα βοηθήσει στη διαμόρφωση πολιτικών και προγραμμάτων που σχετίζονται με τη νεανική επιχειρηματικότητα. Το σκεπτικό αυτής της μελέτης προέρχεται από τη συνειδητοποίηση ότι η επιχειρηματικότητα μεταξύ των νέων μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την καταπολέμηση της ανεργίας και την προώθηση της οικονομικής βιωσιμότητας.

Αυτός είναι ο λόγος που οι νέοι επιχειρηματίες βρίσκονται συνήθως στην πρώτη γραμμή της καινοτομίας, καθώς είναι σε θέση να βρουν νέες ιδέες που μπορούν να βοηθήσουν στην αλλαγή του επιχειρηματικού κόσμου. Παρόλα αυτά, έχουν παρατηρηθεί επίσης και ορισμένα κρίσιμα προβλήματα όπως η έλλειψη κεφαλαίου, η έλλειψη εμπειρίας και η έλλειψη καθοδήγησης. Αυτοί οι παράγοντες και οι προκλήσεις που σκιαγραφήθηκαν παραπάνω έχουν επιπτώσεις στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας μεταξύ των νέων και για αυτό αξίζει να μελετηθούν προκυμμένους να καταστεί αναγκαία η θέσπιση καλύτερων πολιτικών που υποστηρίζουν τους νέους επιχειρηματίες.

Οι ειδικοί στόχοι αυτής της μελέτης είναι:

**Να γίνει καλύτερη κατανόηση και να κατηγοριοποιήσει τις κύριες αιτίες που κάνουν τους νέους να συμμετέχουν σε νεοφυείς επιχειρήσεις.**

**Να προσδιορίσει το ρόλο των κοινωνικοοικονομικών παραγόντων στο επιχειρηματικό ταξίδι των νέων.**

Η μελέτη καθοδηγείται από τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

- Τι οδηγεί τους νέους να ιδρύσουν τις δικές τους επιχειρήσεις;

- Με ποιους τρόπους επηρεάζεται το επιχειρηματικό αποτέλεσμα των νέων;
- Τι ρόλο διαδραματίζει η καθοδήγηση στη διαμόρφωση νέων επιχειρηματιών;
- Με ποιους τρόπους μπορεί το κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον να επηρεάσει τα επιχειρηματικά εγχειρήματα των νέων;

Αυτά τα ερευνητικά ερωτήματα αναπτύσσονται έτσι ώστε να αποτυπώνουν την πολυπλοκότητα της νεανικής επιχειρηματικότητας καθώς και τους ενδογενείς και εξωγενείς παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την επιτυχία της.

## **Κεφάλαιο 1: Η Επιχειρηματικότητα ως Έννοια**

### **1.1 Ορισμοί και Βασικές Έννοιες**

#### **1.1.1. Τι είναι επιχειρηματικότητα;**

Η επιχειρηματικότητα ορίζεται ως η διαδικασία οργάνωσης, διαχείρισης και λειτουργίας ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος που θα μπορούσε να είναι είτε μικρό είτε μεγάλο σε μέγεθος. Συγκεκριμένα, είναι ο εντοπισμός ευκαιριών, η χρήση πόρων και η επιδίωξη καινοτόμων στρατηγικών με σκοπό τη δημιουργία χρηματικής αξίας και κέρδους.

Αυτά τα άτομα που ξεκινούν μια νέα νεοφυή επιχειρηματική ιδέα είναι συχνά δημιουργικά, επίμονα και τολμηρά. Αυτό συμβαίνει επειδή οι επιχειρηματίες συνήθως απεικονίζονται ως άτομα με την ικανότητα και την προθυμία να αναλάβουν προκλήσεις που άλλοι άνθρωποι θα θεωρούσαν πολύ επικίνδυνες (Welter, 2011).

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να οριστεί επίσης ως η αναγνώριση ευκαιριών και η χρήση πόρων για την αξιοποίηση καινοτόμων ευκαιριών. Αυτή η διαδικασία περιλαμβάνει μια σειρά από στοιχεία όπως όραμα, δημιουργικότητα και επιχειρηματική σκέψη. Για να είναι κανείς επιχειρηματίας, πρέπει να μπορεί να εντοπίζει ευκαιρίες όπου οι άλλοι εντοπίζουν κινδύνους και να διασφαλίζει όλους τους πόρους που απαιτούνται για την εμπορία νέων προϊόντων ή υπηρεσιών (Petridou, Sarri, & Kyrgidou, 2009).

Όπως είναι ευρέως γνωστό, το πιο σημαντικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας είναι η καινοτομία. Αυτό σημαίνει ότι οι επιχειρηματίες συνήθως καινοτομούν δημιουργώντας νέα αγαθά, υπηρεσίες ή τρόπους επιχειρηματικής δραστηριότητας που αλλάζουν τις δομές της αγοράς ή ακόμη και αναπτύσσουν νέες. Καινοτομία σημαίνει απλώς να δημιουργείς κάτι νέο και αυτό μπορεί να είναι με τη



μορφή τεχνολογίας, παροχής υπηρεσιών ή ακόμα και επιχειρηματικού μοντέλου (Timmons & Spinelli, 2009).

Υπάρχει, ωστόσο, μια άλλη σημαντική πτυχή της επιχειρηματικότητας, και αυτή είναι η ανάληψη κινδύνων. Υπάρχει η ανάγκη ανάληψης κινδύνων, που μπορεί να περιλαμβάνει χρήματα, χρόνο ή ακόμα και τη φήμη του επιχειρηματία. Αυτό γίνεται για να δείξει ότι ενώ ο καθένας μπορεί να έχει επιχειρηματικές ιδέες, είναι η προθυμία ανάληψης κινδύνων που κάνει έναν επιχειρηματία διαφορετικό από τους άλλους επιχειρηματίες (Welter, 2011).

Μια άλλη κρίσιμη απαίτηση για έναν επιχειρηματία είναι η ικανότητά του/της να εργάζεται αποτελεσματικά σε συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον αγοράς. Οι αποτελεσματικοί στρατηγικοί επιχειρηματίες όχι μόνο κατανοούν τις ευκαιρίες όπως συζητήσαμε ωρύτερα, αλλά μπορούν επίσης να αναδιατάξουν ή να αλλάξουν γρήγορα τις επιχειρηματικές τους στρατηγικές ως απάντηση σε νέες πληροφορίες, ενέργειες ανταγωνιστών ή αλλαγές στις τάσεις των καταναλωτών. Αυτή η ευαισθησία είναι ιδιαίτερα σημαντική στην τρέχουσα παγκόσμια οικονομία που χαρακτηρίζεται από γρήγορες αλλαγές και όλο και πιο σκληρό ανταγωνισμό, όπου οι εταιρείες πρέπει να αναζητήσουν νέους τρόπους λειτουργίας για να επιβιώσουν (Kuratko, 2005).

Υπάρχουν πολλές κρίσιμες φάσεις της επιχειρηματικής διαδικασίας, μία από αυτές είναι ο προσδιορισμός μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας. Αυτό το στάδιο συνεπάγεται επίσης μια μεγάλη κατανόηση της αγοράς των πιθανών πελατών και των αναγκών τους, του ανταγωνισμού και του γενικότερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος (Timmons & Spinelli, 2009). Οι απαιτήσεις της αγοράς πρέπει να προσδιορίζονται με σαφήνεια, έτσι ώστε οι επιχειρηματίες να μπορούν να προσδιορίζουν πού μπορούν να ενεργήσουν ως μεσάζοντες παρέχοντας προϊόντα ή υπηρεσίες που κανείς άλλος δεν παρέχει ή που είναι ανώτερο από αυτό που είναι διαθέσιμο στην αγορά.

Με τον εντοπισμό μιας ευκαιρίας, το επόμενο βήμα στη διαδικασία είναι η κινητοποίηση πόρων. Μερικοί από τους παράγοντες περιλαμβάνουν την απόκτηση οικονομικού κεφαλαίου, την προμήθεια και την πρόσληψη ταλέντων, την απόκτηση της απαραίτητης τεχνολογίας και τη διαμόρφωση μιας επιχειρηματικής στρατηγικής. Το πιο σημαντικό, η συνολική διαχείριση αυτών των πόρων είναι ένας ουσιαστικός παράγοντας επιτυχίας μεταξύ οποιονδήποτε επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι για να μετατρέψει το όραμα σε πραγματικότητα και περισσότερο, να οδηγήσει τον οργανισμό σε μια δύσκολη πρώτη περίοδο, ο

επιχειρηματίας πρέπει να διαθέτει σημαντική διαπραγματευτική ικανότητα, καθώς και υγιή οικονομικά και ηγετικά ταλέντα.

Το τελευταίο βήμα στην επιχειρηματικότητα είναι η λειτουργία, αυτή είναι η πραγματική εφαρμογή της επιχείρησης. Αυτό περιλαμβάνει την εισαγωγή του προϊόντος ή της υπηρεσίας σε μια συγκεκριμένη αγορά, την έναρξη λειτουργίας, την προώθηση και την πώλησή του και την ανάπτυξη της επιχείρησης. Η διαχείριση γίνεται μια σημαντική πτυχή όταν φτάνει σε αυτό το στάδιο καθώς ένας επιχειρηματίας πρέπει να βεβαιωθεί ότι όλα τα τμήματα της επιχείρησης είναι σε τάξη και ότι η εταιρεία βρίσκεται στη σωστή στρατηγική κατεύθυνση. Αυτό το στάδιο φέρνει επίσης την ανάγκη για τους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων να παρατηρούν συνεχώς το περιβάλλον και να επινοούν μεθόδους που θα τους επιτρέψουν να ανταγωνίζονται καλύτερα (Timmons & Spinelli, 2009 )(Welter, 2011).

Το πιο συγκλονιστικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας είναι η εφεύρεση. Η καινοτομία είναι η δύναμη της επιχειρηματικότητας γιατί βοηθά τους επιχειρηματίες να δημιουργήσουν μια θέση για τον εαυτό τους και να δημιουργήσουν αξία που δεν είχε ξαναδεί στην αγορά. Η δημιουργία νέων προϊόντων, θα μπορούσε να είναι στο επιχειρηματικό μοντέλο όπου υιοθετούνται νέοι τρόποι επιχειρηματικής δραστηριότητας ή θα μπορούσε να είναι σε διαδικασίες όπου εισάγονται νέοι τρόποι επιχειρηματικής δραστηριότητας. Αυτό είναι που κάνει τους επιτυχημένους επιχειρηματίες να ξεχωρίζουν.

Επιπλέον, η καινοτομία στην επιχειρηματικότητα μπορεί να λειτουργήσει σε στάδια όπου ένας επιχειρηματίας δοκιμάζει, βιώνει την αποτυχία και δοκιμάζει πολλές τεχνικές πριν καταλήξει στις σωστές λύσεις. Επομένως, είναι θεμελιώδες για τους επιχειρηματίες να επαναφέρουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους στην αγορά με στόχο να αντιμετωπίσουν έξυπνα τις νέες προκλήσεις της αγοράς (Welter, 2011).

Ωστόσο, ένας από τους πιο σημαντικούς τομείς της επιχειρηματικότητας είναι το ρίσκο. Το περιβάλλον των μικρών επιχειρήσεων είναι εξαιρετικά επικίνδυνο επειδή η πράξη της επιχειρηματικότητας περιλαμβάνει τη λήψη αποφάσεων σε καταστάσεις όπου οι πληροφορίες είναι σπάνιες και οι πιθανότητες επιτυχίας είναι απρόβλεπτες. Η ικανότητα να αγκαλιάζουν ορισμένα επίπεδα κινδύνου είναι αυτό που κάνει τους επιχειρηματίες να μπορούν να ρισκάρουν ενώ κάποιιοι άλλοι να μη μπορούν, αλλά ταυτόχρονα περιλαμβάνει σχέδια και διαχείριση κινδύνων. Οι διευθυντές πρέπει να σταθμίζουν συνεχώς τις ευκαιρίες που τους παρέχονται μαζί με τους κινδύνους που συνοδεύουν αυτές τις ευκαιρίες, με στόχο να λάβουν καλές αποφάσεις που θα

μετατρέψουν τις ευκαιρίες σε πραγματικότητα και θα μειώσουν όσο το δυνατόν περισσότερο τον παράγοντα κινδύνου.

### **1.1.2 Διακρίσεις μεταξύ διαφορετικών μορφών επιχειρηματικότητας**

Υπάρχουν διάφορες μορφές επιχειρηματικότητας που διακρίνονται από ορισμένα χαρακτηριστικά και στόχους. Η γνώση αυτών των διαφόρων τύπων επιχειρηματικότητας καθιστά λιγότερο θολή την εικόνα του ποιος είναι ένας επιχειρηματίας και πώς μπορεί κανείς να φτάσει εκεί (Junior Achievement Greece, 2020).

- **Lifestyle Entrepreneurship:** Οι περισσότεροι από τους επιχειρηματίες του τρόπου ζωής ξεκινούν τις επιχειρήσεις τους με στόχο να έχουν μια ικανοποιητική και βιώσιμη ζωή. Αυτές οι επιχειρήσεις είναι συνήθως μικρές και έχουν στενή σχέση με το πάθος ή το ενδιαφέρον του επιχειρηματία. Δεν είναι πάντα η ανάγκη για κέρδος, αλλά για μια υγιή και ευχάριστη ζωή. Μερικά από τα παραδείγματα είναι: καλλιτέχνες μικρής κλίμακας, ελεύθεροι επαγγελματίες και ιδιοκτήτες μικρών καταστημάτων.
- **Επιχειρηματικότητα με προσανατολισμό στην ανάπτυξη:** Οι επιχειρηματίες που είναι προσανατολισμένοι στην ανάπτυξη έχουν στόχο να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους και έτσι να μεγιστοποιήσουν τα επιχειρηματικά κέρδη. Τα περισσότερα από αυτά στοχεύουν στη χρηματοδότηση, στην αύξηση της πελατειακής βάσης τους και στη δημιουργία μεγάλων επιχειρήσεων που θα ανταγωνίζονται ευνοϊκά στην αγορά. Αυτός ο τύπος επιχειρηματικότητας χαρακτηρίζεται από υψηλές αξίες που αποδίδονται στην καινοτομία, την ανάπτυξη της αγοράς και τις οικονομικές αποδόσεις. Οι περισσότερες από τις νεοφυείς επιχειρήσεις τεχνολογίας είναι παραδείγματα αυτού του τύπου.
- **Κοινωνική Επιχειρηματικότητα:** Είναι άτομα που έχουν πάθος να δημιουργούν θετικές αλλαγές στο κοινωνικό ή περιβαλλοντικό πλαίσιο μέσω της χρήσης στρατηγικών που σχετίζονται με τις επιχειρήσεις. Επομένως, ο στόχος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι η δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου, παρόλο που το χρηματοοικονομικό κεφάλαιο είναι επίσης απαραίτητο. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι επιχειρήσεις που μπορεί να αφορούν τομείς όπως η υγειονομική περίθαλψη, η εκπαίδευση ή το περιβάλλον και οι αποδόσεις που αναμένουν μπορεί να μην είναι μόνο οικονομικές αλλά και κοινωνικές.

## 1.2 Ιστορική Αναδρομή της Επιχειρηματικότητας

Γίνεται λοιπόν σαφές ότι η έννοια της επιχειρηματικότητας είναι από τις παλαιότερες, καθώς υπάρχει εδώ και αιώνες, από τότε που δημιουργήθηκε το πιο απλό εμπόριο και η ανταλλαγή. Όπως φάνηκε και νωρίτερα, η ιστορία της επιχειρηματικότητας είναι ουσιαστικά η ιστορία του εμπορίου, καθώς πάντα συμβαδίζουν από αμνημονεύτων χρόνων. Με τα χρόνια το εμπόριο ήταν ένας σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων και της παγκοσμιοποίησης και έχει βοηθηθεί σε μεγάλο βαθμό από τους πολλούς επιχειρηματίες που έχουν εργαστεί για την ανάπτυξη του εμπορίου (Welter, 2011).

Η ιστορία της επιχειρηματικότητας έχει τις ρίζες της από τις πρώιμες περιόδους της ανθρώπινης ιστορίας, όταν οι άνθρωποι εμπορεύονταν και αντάλλαζαν προϊόντα για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. Με την πολυπλοκότητα των κοινωνιών που προέκυψαν, εδραιώθηκε το πλήθος των λειτουργιών του επιχειρηματία με τους ανθρώπους να καταλαμβάνουν θέσεις εμπόρων και βιοτεχνών. Οι εμπειρίες από τη δημιουργία αγορών και στη συνέχεια οι καινοτομίες στα νομισματικά συστήματα ενίσχυσαν ακόμη και την πρακτική του εμπορίου, δίνοντας τη δυνατότητα στα άτομα να συγκεντρώσουν κεφάλαια και να τα επανεπενδύσουν σε περισσότερες επιχειρήσεις (Aria et al., 2018).

Από όλες τις αλλαγές στον επιχειρηματικό κόσμο κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, η αλλαγή στον κάθε ανερχόμενο μερκαντιλισμό ήταν μνημειώδης. Στην οικονομική αναβάθμιση επιχειρηματίες και αγοραστές συμμετείχαν στη δημιουργία δικτύων εμπορίου και εξ αποστάσεως εμπορίου και δημιουργούσαν εισόδημα μέσω αγοραπωλησιών. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, η επέκταση του παγκόσμιου εμπορίου καθιέρωσε τη σύγχρονη οικονομική αγορά, όπου το επιχειρηματικό πνεύμα καθοδηγούσε την οικονομική αλλαγή.

Μερικά από τα ιστορικά ορόσημα της επιχειρηματικότητας περιλαμβάνουν τη Βιομηχανική Επανάσταση. Αυτή χρονολογείται από τα τέλη του δέκατου όγδοου αιώνα εισάγει εφευρέσεις, τεχνολογίες, βιομηχανίες, ακόμη και πρακτικές στις επιχειρήσεις που άλλαξαν την οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνία. Διάφοροι επιχειρηματίες συνέβαλαν καθοριστικά στην αιχμή του δόρατος της Βιομηχανικής Επανάστασης επειδή επένδυσαν σε εργοστάσια, κατέληξαν σε πιο αποτελεσματικές διαδικασίες παραγωγής και έβαλαν στην αγορά νέες τεχνολογίες που άλλαξαν το πρόσωπο των βιομηχανιών. Αυτοί οι ήρωες της βιομηχανικής επιχειρηματικότητας όπως ο Henry

Ford και ο Andrew Carnegie ξεχώρισαν ως κορυφαίοι οικονομικοί μεγιστάνες της εποχής, για την κεφαλαιοποίησή τους στην καινοτομία και τον κίνδυνο για την οικοδόμηση μεγάλων συστημάτων βιομηχανικής συσσώρευσης (Blackburn & Kovalainen, 2009).

Η σημερινή επιχειρηματικότητα, για παράδειγμα, είναι μια σύνθετη διαδικασία που περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα δράσεων και πρωτοβουλιών. Η παγκοσμιοποίηση και η τεχνολογική ανάπτυξη και οι διευρυμένες και ολοκληρωμένες παγκόσμιες αγορές καθορίζουν τη σύγχρονη φύση και λειτουργία της επιχειρηματικότητας. Οι σημερινοί ιδιοκτήτες επιχειρήσεων εργάζονται σε ένα πολύ ασταθές περιβάλλον, όπου νέες τάσεις και νέες απειλές εμφανίζονται συνεχώς και εντατικά. Υπάρχουν περισσότεροι λόγοι, όπως η εμφάνιση της ψηφιακής οικονομίας μέσω της οποίας το κατώτατο κόστος για τη δημιουργία μιας επιχείρησης έχει μειωθεί σημαντικά.

Η ψηφιακή επανάσταση διέδωσε σημαντικά την επιχειρηματικότητα δίνοντας τη δυνατότητα στην κοινωνία να συμμετάσχει σε αυτή τη διαδικασία. Είναι σαφές ότι μέσω των κοινωνικών δικτύων, των ιστοσελίδων, του ηλεκτρονικού εμπορίου ή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι επιχειρηματίες έχουν νέες ευκαιρίες να πουλήσουν απευθείας σε πελάτες και επενδυτές. Συνεπώς, δεν είναι πλέον συνηθισμένο να παρατηρούνται επιχειρηματικές δραστηριότητες αποκλειστικά σε έναν συγκεκριμένο κλάδο ή γεωγραφική περιοχή, αλλά μάλλον σε παγκόσμιο επίπεδο και σε όλους τους τομείς (Welter, 2011).

Ο γρήγορος ρυθμός ανάπτυξης της τεχνολογίας, το όλο και πιο περίπλοκο περιβάλλον της παγκόσμιας αγοράς και ο ενισχυμένος ανταγωνισμός, προκαλεί τους εκκολαπτόμενους και υπάρχοντες επιχειρηματίες να σκεφτούν και να δράσουν πιο τακτικά και δημιουργικά από ποτέ. Έτσι, μόνο όσοι μπορούν να ανταποκριθούν στις προηγούμενες προκλήσεις και επίσης να χαρτογραφήσουν τρόπους εκμετάλλευσης νέων ευκαιριών, μπορούμε να πούμε ότι ασκούν τη σύγχρονη επιχειρηματικότητα.

### **1.3 Η Σημασία της Επιχειρηματικότητας στην Οικονομία**

Η δημιουργία νέων επιχειρήσεων θεωρείται γενικά ως ένας από τους πιο ζωτικούς παράγοντες που τονώνουν την ανάπτυξη της οικονομίας. Οι επιχειρηματίες που δημιουργούν νέες επιχειρήσεις είναι γνωστό ότι δημιουργούν θέσεις εργασίας και φέρνουν νέες ιδέες. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα σε περιοχές που έχουν χαρακτηριστεί από υψηλά ποσοστά ανεργίας και ανισότητας, όπου η επιχειρηματική ανάπτυξη

παρουσιάζει δυνατότητα βελτίωσης της οικονομικής κατάστασης και της θέσης κάποιου στην κοινωνία (Kuratko, D. F., 2005).

Τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα αποτελούν επίσης επίκεντρο στη λειτουργία της επιχείρησης και σε αυτό το στάδιο. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις, από την άλλη πλευρά, έχουν σχεδιαστεί με πρωταρχικό σκοπό την εξυπηρέτηση της κοινότητας, ενώ ταυτόχρονα είναι οικονομικά βιώσιμες. Τα προβλήματα όπως η φτώχεια, η ανισότητα και η περιβαλλοντική υποβάθμιση επιλύονται από αυτούς τους επιχειρηματίες, οι οποίοι εφαρμόζουν επιχειρηματικές λύσεις για κοινωνικούς σκοπούς. Έτσι, συμμετέχουν στην οικοδόμηση καλύτερης οικονομίας στη βάση στην οποία ο καθένας θα μπορούσε να οικοδομήσει τη δική του οικονομία που θα ήταν κερδοφόρα για όλα τα μέλη της κοινωνίας.

Επιπλέον, η επιχειρηματικότητα προωθεί την καινοτομία. Οι επιχειρηματίες είναι συνήθως οι βασικοί παράγοντες για την εισαγωγή νέας τεχνολογίας ή νέων επιχειρηματικών μοντέλων στην αγορά, τα οποία δημιουργούν δυνατότητες για υψηλότερη απόδοση και οικονομική ανάπτυξη. Οι επιχειρηματίες εμφανίζονται ως μοχλοί ανταγωνισμού μέσω της ανάπτυξης νέων προϊόντων, υπηρεσιών και διαδικασιών εντός των βιομηχανιών. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι αυτή η καινοτομία είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη μιας ισχυρής και ζωντανής οικονομίας (Aria et al., 2018).

Ως εκ τούτου, η επιχειρηματικότητα οδηγεί σε διαφοροποίηση της οικονομίας. Στις περισσότερες οικονομίες, ειδικά σε εκείνες που έχουν πρωτοπαραγωγική οικονομία, η επιχειρηματικότητα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη διάδοση της οικονομικής βάσης.

## **Κεφάλαιο 2: Βιβλιογραφική Επισκόπηση**

### **2.1 Επιχειρηματικότητα στους Νέους: Διεθνής Βιβλιογραφία**

Σήμερα, η νεανική επιχειρηματικότητα τυγχάνει μεγάλης προσοχής από διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένων κυβερνήσεων, μη κυβερνητικών οργανώσεων και ιδρυμάτων μάθησης, δεδομένης της ικανότητάς της να δημιουργεί απασχόληση και να μεταμορφώνει κοινωνίες. Υπάρχει αυξανόμενη ευαισθητοποίηση σε όλο τον κόσμο για την ανάγκη προώθησης της ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων, ιδίως σε περιοχές που έχουν υψηλά επίπεδα ανεργίας των νέων και λίγες επιχειρηματικές ευκαιρίες (DECA, 2020).

Η έρευνα σε διάφορες χώρες έχει αποδείξει πώς η νεανική επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζει ειδικά προβλήματα και προοπτικές. Για παράδειγμα, στις αναπτυσσόμενες χώρες οι νέοι επιχειρηματίες εκτίθενται σε προκλήσεις όπως πολύ κακή χρηματοδότηση, φτωχά συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης και φτωχό δίκτυο. Ωστόσο, οι ίδιες περιοχές έχουν επίσης ορισμένα πλεονεκτήματα: τα άτομα νεαρής ηλικίας είναι πιο ευέλικτα, δημιουργικά και πρόθυμα να πειραματιστούν σε σύγκριση με τον μεγαλύτερο πληθυσμό (Hisrich & Brush, 1986).

Από την άλλη πλευρά, στις ανεπτυγμένες χώρες, η νεανική επιχειρηματικότητα είναι περισσότερο από ευκαιρίες. Οι νέοι επιχειρηματίες σε αυτούς τους τομείς είναι πιθανό να έχουν καλύτερη πρόσβαση σε πόρους και δομές υποστήριξης, από την άλλη πλευρά, αντιμετωπίζουν σκληρό ανταγωνισμό και υψηλά πρότυπα απόδοσης και επέκτασης.

Η νεανική επιχειρηματικότητα έχει λάβει μεγάλη προσοχή από μελετητές, υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και επιχειρηματίες λόγω της ικανότητάς της να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη, να δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης και να ενθαρρύνει την καινοτομία. Επομένως, η νεανική επιχειρηματικότητα κερδίζει μεγάλη προσοχή παγκοσμίως ως αποτελεσματική λύση σε μερικά από τα πιο δύσκολα κοινωνικοοικονομικά ζητήματα, κυρίως σε ορισμένες από τις πιο υπανάπτυκτες περιοχές με υψηλή ανεργία και υποαπασχόληση των νέων.

Η ποικιλομορφία των εμπειριών και του πλαισίου στο οποίο οι νέοι ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα είναι καλά κατανοητή από τη βιβλιογραφία σε ολόκληρο τον κόσμο. Η γενική αντίληψη της νεανικής επιχειρηματικότητας στον ανεπτυγμένο κόσμο συνδέεται με την καινοτομία και την τεχνολογία, όπου οι περισσότεροι νέοι πρωτοστατούν στην ανάπτυξη νέων προϊόντων, υπηρεσιών και επιχειρηματικών μοντέλων. Σε αυτές τις περιοχές οι νέοι έχουν πρόσβαση σε επιχειρηματικά κεφάλαια, εγκαταστάσεις επώασης καθώς και σε μέντορες για να τους βοηθήσουν να ξεπεράσουν ορισμένες προκλήσεις που συνοδεύουν την έναρξη και την επέκταση επιχειρήσεων (DECA, 2020).

Ωστόσο, στις αναπτυσσόμενες χώρες, η χρήση της θεωρίας της νεανικής επιχειρηματικότητας παρουσιάζει περισσότερες ανάγκες σε αντίθεση με τις ευκαιρίες. Οι νέοι σε αυτές τις περιοχές συχνά εμπλέκονται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες ως τρόπο ζωής, έχοντας τα υψηλά επίπεδα ανεργίας και τις περιορισμένες προοπτικές στον επίσημο τομέα απασχόλησης. Οι δυσκολίες στις οποίες λειτουργούν οι νέοι επιχειρηματίες στις αναπτυσσόμενες χώρες είναι γενικά ακόμη πιο έντονες, η χρηματοδότηση παραμένει σπάνια, η εκπαίδευση και η κατάρτισή τους είναι

ανεπαρκής και τα συστήματα υποστήριξης είναι κατώτερα. Αλλά οι νέοι σε αυτές τις περιοχές δείχνουν αποφασιστικότητα και σκληρή δουλειά όταν πρόκειται να ξεκινήσουν τις επιχειρήσεις τους που θα προσφέρουν βασικές υπηρεσίες στην κοινωνία.

Ένας αριθμός μελετών που πραγματοποιήθηκαν σε παγκόσμιο επίπεδο σχετίζονται με συγκεκριμένα προβλήματα και ευκαιρίες που αφορούν τους νέους επιχειρηματίες. Για παράδειγμα, έρευνα στην υποσαχάρια περιοχή δείχνει ότι οι νέοι είναι αποκλεισμένοι από την επιχείρηση από διάφορους παράγοντες όπως το υψηλό κόστος κεφαλαίου, οι χαμηλές δεξιότητες και το δυσμενές επιχειρηματικό περιβάλλον. Αυτά τα ζητήματα επιδεινώνονται περαιτέρω από πολιτιστικούς φραγμούς σε τομείς επιρροής και παρεμβάσεις του φύλου και της οικογένειας, στερώντας έτσι από τη νεολαία κυρίως τις γυναίκες τις ευκαιρίες τους στην κοινωνία. Ωστόσο, η νεανική επιχειρηματικότητα εξακολουθεί να θεωρείται ως αναπτυξιακή στρατηγική για την οικονομική ενδυνάμωση και τη μείωση της φτώχειας σε κάποιο βαθμό της περιοχής και πολλοί νέοι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν την τοπική γνώση και το κοινωνικό κεφάλαιο για να σημειώσουν πολλές εμπορικές επιτυχίες (DECA, 2020).

Η νεανική επιχειρηματικότητα έχει επίσης επικρατήσει στη Λατινική Αμερική ως ένας τρόπος προώθησης της οικονομικής ανάκαμψης, ιδίως μεταξύ των χωρών με υψηλό ποσοστό νέων χωρίς απασχόληση. Η νεολαία σε αυτές τις περιοχές, όπως και άλλες αναπτυσσόμενες περιοχές του κόσμου, αντιμετωπίζει ένα κοκτέιλ παραγόντων που μπορεί να εμποδίσουν την πρόοδό τους στην επιχειρηματικότητα, όπως πολιτικές αστάθειες, οικονομικές ανισότητες που δεν επιτρέπουν επαρκή χρηματοδότηση σε ιδρύματα μάθησης και κατάρτισης. Αν και υπάρχουν προκλήσεις, υπάρχουν τεράστιες ευκαιρίες ειδικά σε βιομηχανίες για παράδειγμα τεχνολογία, τέχνες και κοινωνικές επιχειρήσεις όπου οι νέοι είναι οι φορείς της αλλαγής. Το πρόβλημα της σύλληψης είναι εμφανές από τη βιβλιογραφία σχετικά με την έλλειψη πρόσβασης σε χρηματοδότηση και υπηρεσίες επιχειρηματικής ανάπτυξης σε προγράμματα υποστήριξης νέων επιχειρηματιών στην περιοχή και την ανάγκη σχεδιασμού αυτών των προγραμμάτων λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες και τις συνθήκες των νέων επιχειρηματιών (DECA, 2020).

Στον ανεπτυγμένο κόσμο, η νεανική επιχειρηματικότητα συνδέεται με τομείς που έχουν υψηλές δυνατότητες ανάπτυξης και περιλαμβάνει τέτοιους τομείς της τεχνολογίας, των οικονομικών και των τεχνών. Οι μελλοντικοί ιδιοκτήτες επιχειρήσεων σε αυτές τις περιοχές απολαμβάνουν ισχυρές δομές υποστήριξης όπως



“Venture Capitalists”, “Angels incubation”, και καθοδήγηση νέων ιδιοκτητών επιχειρήσεων. Η βιβλιογραφία υπενθυμίζει στον αναγνώστη την ουσία αυτών των συστημάτων υποστήριξης για την παροχή βοήθειας στους νέους επιχειρηματίες σε θέματα που σχετίζονται με την ίδρυση, τη γεωργία και την ανάπτυξη της επιχείρησης, την πρόσβαση στην αγορά, τη νομική δομή και το ανθρώπινο κεφάλαιο. Ταυτόχρονα, όμως, αυτές οι αγορές είναι επίσης αρκετά προκλητικές, καθώς οι νέοι επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται σε ιδιαίτερα ανταγωνιστικά περιβάλλοντα όπου οι προσδοκίες για ευνοϊκές επιδόσεις και ρυθμούς ανάπτυξης είναι σχετικά υψηλές (DECA, 2020).

## **2.2 Παράγοντες που Επηρεάζουν την Επιχειρηματικότητα στους Νέους**

Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που καθορίζουν την επιτυχία των νέων επιχειρηματιών, όπως τα προσωπικά τους χαρακτηριστικά, οι πόροι που έχουν στη διάθεσή τους και το μακροοικονομικό περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργούν. Για το λόγο αυτό, είναι κρίσιμο να γνωρίζουμε αυτούς τους παράγοντες ώστε να σχεδιάζουμε κατάλληλες παρεμβάσεις για τη νεανική επιχειρηματικότητα.

### **2.2.1 Κοινωνικοί και οικονομικοί παράγοντες**

Είναι σαφές ότι κοινωνικοί και οικονομικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιχειρηματική διαδικασία των νέων. Αυτοί οι παράγοντες περιλαμβάνουν το ιστορικό της οικογένειας, την κοινότητα, την εκπαίδευση και την οικονομική κατάσταση της οικογένειας. Για παράδειγμα, ένας νέος από μια πλούσια οικογένεια μπορεί να αποκτήσει εύκολα κεφάλαια και συνδέσεις, ενώ ένας νέος από μια φτωχή οικογένεια μπορεί να αντιμετωπίσει πολλές προκλήσεις για την ίδρυση και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης (Bosma et al., 2016).

Σημαντικό ρόλο παίζει και η κοινωνική πτυχή, δηλαδή η υποστήριξη και από την κοινότητα. Σε ορισμένες από τις κοινωνίες, υπάρχουν ορισμένοι πολιτιστικοί και κοινωνικοί παράγοντες που προάγουν ή υποβαθμίζουν το πνεύμα της επιχειρηματικότητας. Για παράδειγμα, όπου οι πολιτισμοί αγκαλιάζουν τον ατομικισμό και τη δημιουργικότητα, η νεολαία μπορεί κάλλιστα να επιλέξει επιχειρηματικές ευκαιρίες. Από την άλλη πλευρά, σε κοινωνίες όπου οι άνθρωποι έχουν σταθερή απασχόληση σε οργανισμούς με υψηλή εκτίμηση, οι νέοι μπορεί να αποφύγουν τις αβεβαιότητες των επιχειρήσεων (Aria et al., 2018).

Για παράδειγμα, οι νέες γενιές από εύπορα υπόβαθρα είναι πιθανό να έχουν πρόσβαση σε κεφάλαια, δίκτυα και εκπαίδευση, γεγονός που τις θέτει σε αρκετά καλή

θέση για να προσεγγίσουν και να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Αντίθετα, οι νέοι από το υποβαθμισμένο περιβάλλον θα εξακολουθήσουν να αντιμετωπίζουν πολυάριθμες προκλήσεις που κυμαίνονται από: πρόσβαση σε χρηματοδότηση για την επιχείρηση, έλλειψη δεξιοτήτων στις επιχειρήσεις και σχετικά αδύναμα συστήματα υποστήριξης. Είναι προφανές ότι οι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες επηρεάζουν τους νέους που θέλουν να ξεκινήσουν τις επιχειρήσεις τους. Ως εκ τούτου, αυτό δημιουργεί την ανάγκη για διαμορφώσεις πολιτικών που θα διασφαλίζουν την ίση μεταχείριση όλων των νέων που ενδιαφέρονται να γίνουν επιχειρηματίες (Audretsch & Belitski, 2017).

Αυτός είναι ένας άλλος καθοριστικός παράγοντας που μπορεί να διευκολύνει την επιτυχία των νέων επιχειρηματιών όπου αυτός ή αυτή λαμβάνει υποστήριξη από την κοινότητα. Σε ορισμένες από τις κοινωνίες, υπάρχουν παραδόσεις που ενθαρρύνουν την ιδιοκτησία επιχειρήσεων, πράγμα που σημαίνει ότι ενθαρρύνεται ιδιαίτερα η κατοχή δικής τους επιχείρησης. Σε αυτές τις κοινότητες οι νέοι αναμένουν καθοδήγηση, δίκτυα και υποστήριξη για την ανάληψη κινδύνων και τις νεοφυείς επιχειρήσεις μέσω της επιχειρηματικότητας. Ενώ, σε μέρη όπου οι άνθρωποι δεν είναι πολύ καινοτόμοι, οι νέοι θα αντιμετωπίσουν περισσότερες προκλήσεις στη σύσταση επιχειρήσεων έχοντας λίγες ή καθόλου περιπτώσεις προς μίμηση και μικρή πρόσβαση σε πληροφορίες και κεφάλαιο. Η βιβλιογραφία υπογραμμίζει την ανάγκη να ενθαρρυνθεί η ανάπτυξη επιχειρηματικών οικοσυστημάτων σε κοινοτικό επίπεδο, προτείνοντας αλληλένδετες θεσμικές ρυθμίσεις μεταξύ νέων, άλλων επιχειρηματιών, ιδρυμάτων και κυβερνητικών φορέων (Hisrich & Brush, 1986).

Η αναγνώριση ευκαιριών επηρεάζεται όχι μόνο από τα χαρακτηριστικά του ατόμου και του εγχειρήματος αλλά και από τους σχετικούς με το ίδρυμα συναφείς παράγοντες του ευρύτερου οικονομικού περιβάλλοντος. Αυτοί οι οικονομικοί δείκτες περιλαμβάνουν το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ), το ποσοστό πληθωρισμού, τα ποσοστά ανεργίας και την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στην οικονομία. Όπου υπάρχει μεγαλύτερη οικονομική ανάπτυξη, μπορεί κανείς να ανακαλύψει βελτιωμένες επιχειρηματικές προοπτικές για νέους επιχειρηματίες όσον αφορά τη διαθεσιμότητα επιχειρηματικής επέκτασης και επενδυτικών προοπτικών. Από την άλλη πλευρά, σε ασταθές οικονομικό περιβάλλον, οι νέοι που επιθυμούν να γίνουν εργοδότες ενδέχεται να αντιμετωπίσουν περισσότερες προκλήσεις και κινδύνους για τη βιωσιμότητα και την επέκταση των επιχειρήσεων (Bosma et al., 2016).

Το ρυθμιστικό περιβάλλον είναι επίσης ένας άλλος παράγοντας που εξηγεί εάν η νεανική επιχειρηματικότητα ενθαρρύνεται ή όχι. Ως εκ τούτου, οι σχηματισμοί επιχειρήσεων νέων μπορούν να ενισχυθούν μέσω ενός φιλικού ρυθμιστικού περιβάλλοντος, των εύκολων διαδικασιών εγγραφής επιχειρήσεων, των ευνοϊκών φορολογικών πολιτικών και των δεσμών με πρωτοβουλίες υποστήριξης νέων που χρηματοδοτούνται από την κυβέρνηση. Από την άλλη πλευρά, όπου οι κανονισμοί είναι δυσκίνητοι, πολύ νέοι θα δυσκολευτούν να διεισδύσουν στην αγορά λόγω των διατυπώσεων εγγραφής, του υψηλού κόστους συμμόρφωσης και των νόμων που πρέπει να αντιμετωπίσουν. Μια ανάλυση της βιβλιογραφίας δείχνει ότι υπάρχει ανάγκη να προωθηθεί ένα ευνοϊκό νομικό πλαίσιο που θα επιτρέπει στους νέους επιχειρηματίες να εισέλθουν στην αγορά με ευκολία και να βρουν βιώσιμη επιχειρηματική ιδέα προς εφαρμογή (Aria et al., 2018).

### **2.2.2 Εκπαιδευτικό σύστημα και υποστήριξη**

Η εκπαίδευση των νέων είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Μερικά από τα οφέλη που μπορεί να προσφέρει η επιχειρηματική εκπαίδευση περιλαμβάνουν: χρηματοοικονομική παιδεία, μάρκετινγκ, διαχείριση και καινοτομία για το πώς να ξεκινήσετε και να διευθύνετε μια επιχείρηση. Επιπλέον, η εκπαίδευση μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη του μυαλού του ατόμου και να προσφέρει λύσεις σε διάφορα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν στη διαδικασία της επιχειρηματικότητας.

Ωστόσο, η ποιότητα και η διαθεσιμότητα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης δεν είναι ίδια σε όλες τις περιοχές. Ορισμένες χώρες έχουν συμπεριλάβει την επιχειρηματική εκπαίδευση ως μέρος του επίσημου εκπαιδευτικού τους συστήματος, ενώ σε άλλες χώρες είτε προσφέρεται σε συγκεκριμένα σχολεία είτε είναι εκτός του επίσημου εκπαιδευτικού συστήματος. Επιπλέον, εξακολουθεί να υπάρχει διαμάχη σχετικά με τις καταλληλότερες μεθόδους ενίσχυσης της επιχειρηματικής εκπαίδευσης με ορισμένους μελετητές να λένε ότι πρέπει να είναι πρακτική ενώ άλλοι πιστεύουν ότι θα πρέπει να είναι πιο θεωρητική (Aria et al., 2018).

Μάλιστα, υπάρχουν έρευνες που δείχνουν ότι η επιχειρηματική εκπαίδευση εξακολουθεί να είναι σπάνια και διαφορετική σε ποιότητα ανάλογα με την περιοχή. Η εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα σε ορισμένες χώρες είναι θεσμοθετημένη όπου και διδάσκονται μαθήματα επιχειρηματικότητας τόσο στη δευτεροβάθμια όσο και στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Για να επιτευχθεί αυτό, οι νέοι σε αυτές τις χώρες μπορούν

να εγγραφούν σε δομημένα προγράμματα που τους προετοιμάζουν με γνώσεις και δεξιότητες για την έναρξη μιας επιχείρησης. Σε άλλες χώρες, η επιχειρηματική εκπαίδευση μπορεί να προσφερθεί σε περιορισμένη επιλογή σχολείων ή μπορεί να συμπεριληφθεί σε δραστηριότητες μετά το σχολείο, ώστε πολλοί νέοι να μην έχουν ποτέ την ευκαιρία να λάβουν τέτοιου είδους εκπαίδευση. Η βιβλιογραφία επικεντρώνεται στη σημασία της αύξησης της διαθεσιμότητας μαθημάτων επιχειρηματικότητας και αυτά τα μαθήματα θα πρέπει επίσης να φτάσουν σε κοινότητες όπου υπάρχουν λιγότερες ευκαιρίες για μάθηση. Οι πληροφορίες τονίζουν την ανάγκη να υπάρχουν αυτά τα μαθήματα σχετικά με το επιχειρηματικό περιβάλλον (European Commission, 2016).

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας που ολοκληρώνει τη διαδικασία προετοιμασίας ενός επιχειρηματία είναι η έννοια της καθοδήγησης. Οι μέντορες είναι σημαντικοί στη ζωή των νέων επιχειρηματιών, καθώς είναι σε θέση να προσφέρουν σχετικές συμβουλές και επαφές, καθώς και προγνωστικά για το τι είναι πιθανό να συναντήσει ο νέος επιχειρηματίας στον πραγματικό επιχειρηματικό κόσμο. Η καθοδήγηση στη βιβλιογραφία έχει θεωρηθεί χρήσιμη για να οδηγήσει τους νέους να εργαστούν σκληρά, να κερδίσουν την αυτοπεποίθησή τους καθώς και για το πώς να ξεκινήσουν και να διαχειριστούν τις επιχειρήσεις τους. Μερικά από αυτά περιλαμβάνουν το επίσημο δομημένο πρόγραμμα καθοδήγησης, το peer mentorship και το άτυπο mentorship, δίκτυα που είναι πολύ ζωτικής σημασίας για τους νέους επιχειρηματίες (Bosma et al., 2016).

Εκτός από το θέμα της ακαδημαϊκής γνώσης, άλλα μέσα αυτοεκπαίδευσης, για παράδειγμα, εργαστήρια, boot camp και διαδικτυακά μαθήματα κατέχουν επίσης σημαντική θέση στην ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων. Τα παραπάνω δίνουν στους νέους την ευκαιρία να μάθουν, αλλά με τον δικό τους ρυθμό και επίσης να εκφράσουν ιδέες και επίσης να συναντήσουν άτομα με κοινούς στόχους. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, έχει αξία η χρήση τόσο των τυπικών όσο και των άτυπων μεθόδων εκπαίδευσης των νέων ως προς τη βελτίωση του επιχειρηματικού δυναμικού τους, καθώς αυτό τους επιτρέπει να αποκτήσουν ένα εκτεταμένο ρεπερτόριο γνώσεων και δεξιοτήτων μαζί με επαρκή πρακτική και επαφές.

### 2.2.3 Εκπαίδευση και Επιχειρηματικότητα

Ενώ η παγκόσμια οικονομία μεταμορφώνεται προς μια οικονομία προσανατολισμένη στην καινοτομία, η σημασία της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα έχει αυξηθεί σε πολλά εκπαιδευτικά συστήματα. Χρειάζονται πολλά περισσότερα από το να έχετε απλώς την ιδέα και να δημιουργήσετε την εταιρεία, είναι μια κατάσταση του νου που ενθαρρύνει και παρέχει τρόπους για τη δημιουργία νέων, πολύτιμων και απαραίτητων πραγμάτων. Χαρακτηρίζοντας τις προσεγγίσεις, τα αποτελέσματα και τον αντίκτυπο των διαφορετικών προγραμμάτων εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα στα σχολεία, συμπεριλαμβανομένων εκείνων στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες, αυτό το κεφάλαιο συζητά την εφαρμογή εκπαιδευτικών προγραμμάτων και τις επακόλουθες επιχειρηματικές δεξιότητες που διδάσκονται στους μαθητές (European Commission, 2016).

Η εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα στα σχολεία παρέχει στους μαθητές προετοιμασία για τον δύσκολο κόσμο που είναι γεμάτος νέες ευκαιρίες, προκλήσεις και κινδύνους, καθώς η παραδοσιακή αγορά εργασίας δεν εγγυάται πλέον την επιτυχία. Μέσω της εκπαίδευσης ενσωματώνονται οι αρχές της επιχειρηματικότητας στο σχολείο και οι εκπαιδευτικοί θα εξασφαλίσουν ώστε οι μαθητές να μπορούν να αναζητούν ευκαιρίες απασχόλησης και ανάληψης ρίσκου.

Υπάρχουν στοιχεία για το πώς έχει εξελιχθεί η έννοια της επιχειρηματικότητας στο ελληνικό πλαίσιο τα τελευταία χρόνια, ειδικά όσον αφορά την Επιχειρηματική Εκπαίδευση, καθώς υπάρχει μια συστηματική εξέλιξη ιδιαίτερα μετά την οικονομική κρίση που αποκάλυψε την ανάγκη για νέες πηγές ανάπτυξης και απασχόλησης.

Ωστόσο, το συμπληρωματικό πείραμα της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα στα ελληνικά σχολεία μπορεί να αποδοθεί στις πρωτοβουλίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο πλαίσιο της διαμόρφωσης της επιχειρηματικής κουλτούρας των νέων. Οι διάφορες δράσεις που έχει αναλάβει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, όπως το Σχέδιο Δράσης Επιχειρηματικότητα 2020, έχουν υποστηρίξει την ενσωμάτωση της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα στα σχολεία και άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα σε όλη την Ευρώπη, με την Ελλάδα να μην αποτελεί εξαίρεση.

Ένα από αυτά είναι το Junior Achievement Greece που είναι το παράρτημα του παγκόσμιου οργανισμού Junior Achievement Worldwide. Αυτό το πρόγραμμα επιτρέπει στον σπουδαστή να ιδρύσει τις δικές του εμπορικές εταιρείες για να οργανώσει, να διαχειριστεί, να προωθήσει, ακόμη και να χρηματοδοτήσει τις δικές του επιχειρήσεις. Επίσης περιλαμβάνει εργασίες όπως η σύνταξη επιχειρηματικών

προτάσεων, η αναζήτηση χρηματοδότησης και οι πωλήσεις, τα οποία δίνουν στους μαθητές μια αίσθηση των συνεπειών της πραγματικής ζωής ολόκληρου του εγχειρήματος (Junior Achievement Greece, 2020).

Ωστόσο, υπάρχει μια σειρά από δυσκολίες που συνδέονται με την επιχειρηματική εκπαίδευση στην Ελλάδα. Μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουμε είναι η έλλειψη επαγγελματιών εκπαιδευτικών που έχουν την ικανότητα να διδάξουν την επιχειρηματικότητα. Σήμερα, οι περισσότεροι από τους Έλληνες εκπαιδευτικούς έχουν επαγγελματική κατάρτιση σε θέματα επιχειρηματικότητας ή διοίκησης επιχειρήσεων και αυτό τους έχει φέρει σε συμβιβαστική θέση στη διάδοση της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα. Αυτή η έλλειψη ετοιμότητας των εκπαιδευτικών ενισχύεται από την παραδοσιακή δομή του ελληνικού εκπαιδευτικού συστήματος που ευνοεί τη μάθηση και τη μίμηση μαζί με την επιτυχία στις εξετάσεις, σε αντίθεση με τη δημιουργικότητα και την κριτική σκέψη (European Commission, 2016).

Όπως και λόγω της αυξημένης έμφασης σε καινοτόμους τρόπους δημιουργίας εισοδήματος και ευκαιριών απασχόλησης στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια μετά το χτύπημα της οικονομικής κρίσης, το ίδιο συμβαίνει και με την πρόοδο στην εκπαίδευση για την επιχειρηματική παιδεία. Ωστόσο, η ιδέα της προώθησης της εκπαίδευσης για την επιχειρηματική δραστηριότητα στα ελληνικά σχολεία συνδέεται τόσο με τις δυνατότητες όσο και με τις περισσότερες απειλές (Petridou, E., Sarri, K., & Kyrgidou, L. P., 2009).

Η ένταξη της επιχειρηματικότητας στο ελληνικό σχολικό σύστημα οφείλεται κυρίως στην εφαρμογή των στρατηγικών της Ένωσης που σχετίζονται με την εφαρμογή του επιχειρηματικού προσανατολισμού των νέων. Έτσι, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μέσω των διαφόρων προγραμμάτων της, όπως το Σχέδιο Δράσης για την Επιχειρηματικότητα 2020, έχει υποστηρίξει την ενσωμάτωση της επαγγελματικής εκπαίδευσης στα σχολεία σε όλη την Ευρώπη, συμπεριλαμβανομένης της Ελλάδας.

Ένα πρόγραμμα που βρίσκεται σε λειτουργία στην Ελλάδα ονομάζεται Junior Achievement Greece το οποίο εμπίπτει στο Junior Achievement Worldwide. Μέσω αυτού του προγράμματος, ο φοιτητής είναι σε θέση να ξεκινήσει, να διαχειρίζεται και να λειτουργεί τις δικές του μικροσκοπικές επιχειρήσεις, ώστε να είναι σε θέση να κατανοήσει τις πρακτικές πτυχές του μαθήματος, όπως το μάρκετινγκ και τα οικονομικά. Με την ολοκλήρωση αυτού του προγράμματος, οι μαθητές εμπλέκονται σε δραστηριότητες όπως η σύνταξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, η εύρεση

κεφαλαίων και η πώληση προϊόντων και ως εκ τούτου αποκτούν πραγματικές εμπειρίες σχετικά με τα εγχειρήματα της επιχειρηματικότητας (Junior Achievement Greece, 2020).

Ωστόσο, η ιδέα της εισαγωγής της επιχειρηματικής κουλτούρας στην εκπαίδευση στην Ελλάδα έχει τα μειονεκτήματά της, τα οποία θα συζητηθούν παρακάτω. Ένας από τους περιορισμούς που είναι εμφανείς είναι η έλλειψη καταρτισμένων εκπαιδευτικών που δεν μπορούν να διδάξουν την επιχειρηματικότητα. Όπως έχει παρατηρηθεί, οι περισσότεροι από τους Έλληνες εκπαιδευτικούς δεν είχαν επίσημη κατάρτιση σε θέματα επιχειρηματικότητας ή διοίκησης. Έτσι, η εκμάθηση της παροχής εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα γίνεται μια μεγάλη πρόκληση. Αυτή η έλλειψη ετοιμότητας των δασκάλων επιδεικνύεται περαιτέρω από την παραδοσιακή δομική και γνωσιολογική φύση της εκπαίδευσης στην Ελλάδα, η οποία δίνει έμφαση στη συνηθισμένη απομνημόνευση και παραγωγή, εξέταση και μέτρηση, καθώς και περιορισμένη υποστήριξη για τη δημιουργικότητα και τις δεξιότητες κριτικής σκέψης (Πετρίδου, Σαρρή και Κυρίδου, 2009).

Επιπλέον, το ελληνικό πρόγραμμα σπουδών διαχρονικά ήταν παραδοσιακό και δομημένο και το θέμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας δεν ενσωματώνεται εύκολα στα προγράμματα. Αυτή η ακαμψία τείνει να οδηγεί στην κατάσταση όπου η επιχειρηματική δραστηριότητα είναι περισσότερο μια δραστηριότητα συλλόγου παρά κάτι που είναι ουσιαστικό μέρος της μαθησιακής διαδικασίας. Επομένως, η έννοια και η πρακτική της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα εξακολουθεί να περιορίζεται σε περιορισμένο αριθμό μαθητών που επιλέγονται να συμμετάσχουν σε συγκεκριμένα προγράμματα και όχι σε μεγάλο αριθμό μαθητών που πέρασαν από το εκπαιδευτικό σύστημα της χώρας στην Ελλάδα.

Παρόλα αυτά, έχουν τεθεί σε εφαρμογή πολλά κίνητρα στα ελληνικά σχολεία για την ενίσχυση της διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας. Αυτά τα προγράμματα, παρόλο που είναι σχετικά νέα σε σύγκριση με πιο παραδοσιακά μοντέλα εκπαίδευσης, είναι ενδεικτικά της αυξημένης εκτίμησης της επιχειρηματικότητας όσον αφορά την ικανότητά της να παρέχει οικονομική σταθερότητα και να δημιουργεί κάποια μορφή αξίας.

- Junior Achievement Greece: Στις λεπτομέρειες που έγιναν παραπάνω, έχει φανεί ότι αυτό το πρόγραμμα παίζει μεγάλο ρόλο στην εισαγωγή της προπτυχιακής εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Στοχεύει τόσο τα σχολεία πρωτοβάθμιας όσο και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης,

προσφέροντας στους μαθητές την επιλογή να μάθουν επιχειρήσεις υπό πραγματικές συνθήκες. Η επιτυχία του Junior Achievement στην Ελλάδα έχει τις ρίζες του στους στόχους της εταιρείας που επικεντρώνονται στην άμεση συμμετοχή των μαθητών σε οποιοδήποτε από τα ήδη αναφερόμενα στάδια, ξεκινώντας από την ανάπτυξη προϊόντος και τελειώνοντας με το μάρκετινγκ και τις πωλήσεις, που δίνει μια πραγματική εικόνα της επιχείρησης.

- Το Πρόγραμμα Νεανικής Επιχειρηματικότητας (YES): Υποστηριζόμενο από δημόσιους και ιδιωτικούς οργανισμούς, το YES είναι να παρέχει σε μαθητές γυμνασίου μια γενική επιχειρηματικότητα. Μπορούν να παρακολουθήσουν εργαστήρια και σεμινάρια και μπορούν επίσης να έχουν άμεση αλληλεπίδραση ένας προς έναν με επιτυχημένους επιχειρηματίες. Αυτές οι δραστηριότητες είναι να ενθαρρύνουν τους μαθητές και ταυτόχρονα να τους εξοπλίσουν με τις δεξιότητες που απαιτούνται για να κάνουν τα δικά τους εγχειρήματα. Όπως οι περισσότερες άλλες σχολές επιχειρήσεων, το YES εστιάζει επίσης στις έννοιες της καινοτομίας και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και κάνει τους μαθητές να αναλογιστούν πώς μπορούν να χρησιμοποιήσουν το επιχειρηματικό τους κέφι για να λύσουν προβλήματα (Aria et al., 2018).
- Καινοτομία: Αρχικά ένας διαγωνισμός για φοιτητές και μόνο. Οι μαθητές καλούνται να βρουν καινοτόμες ιδέες στις επιχειρήσεις και το πρόγραμμα τους προσφέρει υποστήριξη με τη μορφή μέντορα, ευκαιρίες δικτύωσης και πρόσβαση σε εγκαταστάσεις επώασης. Εκτός από τη γνώση των βασικών στοιχείων της επιχειρηματικότητας, οι μαθητές που συμμετέχουν στο Ennovation έχουν την ευκαιρία να μεταφέρουν τις ιδέες τους στην αγορά και μπορεί ακόμη και να έχουν επαγγελματίες και επενδυτές να τους βοηθήσουν με αυτό.

Αν και αυτά τα προγράμματα είναι μια τεράστια βελτίωση, εξακολουθούν να μην είναι ευρέως διαδεδομένα. Για ευρύτερη εμβέλεια, είναι αναγκαίο να εισαχθεί η έννοια της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα στο εθνικό πλαίσιο προγράμματος σπουδών και να γίνει διαθέσιμη σε όλους τους μαθητές σε διάφορα σχολεία/κολέγια και σε διαφορετικές περιοχές.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση υπήρξε ένας από τους υποστηρικτές της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα καθώς έχει επισημανθεί ότι η εκπαίδευση είναι ο βασικός παράγοντας που μπορεί να προωθήσει την περαιτέρω ανάπτυξη της επιχειρηματικής



δραστηριότητας και να οδηγήσει σε οικονομική ανάπτυξη και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Από αυτή την άποψη, η πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης προωθεί επίσης τη συνεκτίμηση των αρχών της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα στα προγράμματα σπουδών στα σχολεία της πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης και περαιτέρω, μέχρι το κολέγιο και το πανεπιστήμιο.

Ανάλογα με την εμπειρία τους, διάφορες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν υιοθετήσει διαφορετικές προσεγγίσεις στην εκπαίδευση της επιχειρηματικότητας και ορισμένες χώρες έχουν γίνει ηγέτες σε αυτόν τον τομέα. Αυτές οι χώρες παρουσιάζουν καλά παραδείγματα στη διδασκαλία της επιχειρηματικότητας και πώς αυτή μπορεί να διδαχθεί και να φτάσει σε ακόμα μεγαλύτερα επίπεδα.

- Φινλανδία: Το φινλανδικό εκπαιδευτικό σύστημα αναφέρεται συχνά ως ένα από τα πιο προοδευτικά, όπως και η άποψη της χώρας για την εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα. Η προκαταρκτική ανάλυση δείχνει ότι η επιχειρηματικότητα δεν διδάσκεται ως αυτόνομο μάθημα, αλλά είναι ένα διδακτικό μάθημα όπου κάποιος διδάσκεται πάνω στο θέμα και βλέπει και κατανοεί πώς το μάθημα εφαρμόζεται σε διάφορους τομείς. Οι μαθητές εφαρμόζουν προσέγγιση βάσει έργου, όπου οι εργασίες επιλύονται υπό συνθήκες παρόμοιες με τις συνθήκες μιας επιχείρησης. Οφέλη όπως η κριτική σκέψη, η επίλυση προβλημάτων και η ομαδική εργασία είναι ανεκτίμητα για κάθε επιχειρηματία, όπως επισημαίνεται από τους Ruskonaara et al., (2015).
- Εσθονία: Η εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα έχει θεωρηθεί σημαντική προτεραιότητα χώρας στην Εσθονία. Ορισμένα από τα μέτρα περιλαμβάνουν: επαγγελματική ανάπτυξη εκπαιδευτικών, διδακτέα ύλη και συνεργασίες με την επιχειρηματική κοινότητα. Η Εσθονία εγκαινίασε το Πρόγραμμα Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας Νέων, όπου οι μαθητές αποκτούν πρακτική εμπειρία για να αναλάβουν επιχειρηματικές προσομοιώσεις ή/και επισκέψεις σε εταιρείες. Τέτοιες εμπειρίες δίνουν τη δυνατότητα στους μαθητές να έχουν μια εικόνα του πραγματικού κόσμου κατά τη διαχείριση μιας επιχείρησης και τον αντίκτυπο της καινοτομίας στην αγορά (Ευρυδίκη, 2016).
- Ισπανία: Το *Emprender en Mi Escuela* είναι μία από τις ισπανικές στρατηγικές όπου η έννοια της επιχειρηματικότητας έχει ενσωματωθεί στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Αυτές περιλαμβάνουν τη δημιουργικότητα, τις καινοτόμες λύσεις και την κοινωνική επιχειρηματικότητα, στην οποία

προτείνονται επιχειρηματικές ιδέες για την επίλυση των υπαρχόντων κοινωνικών ζητημάτων. Όπως και στην περίπτωση άλλων χωρών, η εστίαση στην κοινωνική επιχειρηματικότητα επιτρέπει στο πρόγραμμα της Ισπανίας να δείξει στους μαθητές ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να λύσουν κοινωνικά προβλήματα και να δημιουργήσουν έσοδα ταυτόχρονα (Fundación Créate, 2019).

Μελέτες περιπτώσεων αυτών των χωρών δείχνουν ότι οι ιδέες της επιχειρηματικότητας μπορούν να εφαρμοστούν με επιτυχία στα σχολεία, προετοιμάζοντας έτσι τους μαθητές για μια επιτυχημένη λειτουργία στον σύγχρονο κόσμο. Η αυξημένη έμφαση στην ενσωμάτωση μεταξύ προγραμμάτων σπουδών, η κατάρτιση των εκπαιδευτικών και οι δεσμοί με την επιχειρηματική κοινότητα είναι μερικές από τις προσεγγίσεις που δίνονται έμφαση κατά την υιοθέτηση της κουλτούρας της επιχειρηματικότητας.

Ωστόσο, υπάρχουν ζητήματα που σχετίζονται με τη συνεπή παροχή εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα στις περισσότερες χώρες της ΕΕ. Μια βασική επιταγή είναι η απουσία ενός συνεκτικού μοντέλου για τον τρόπο με τον οποίο παρέχεται. Έτσι, η ΕΕ συνεισφέρει μόνο κατευθυντήριες γραμμές και πλαίσια και το τελευταίο εξαρτάται από κάθε χώρα-μέλος, γι' αυτό και η ποιότητα και η διαθεσιμότητα της ΕΕ ποικίλλει πολύ.

Επί του παρόντος, υπάρχουν χώρες που έχουν προωθήσει την εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα ως σημαντικό συστατικό του εθνικού προγράμματος σπουδών και έχουν υποστήριξη τόσο από την κυβέρνηση όσο και από τον ιδιωτικό τομέα. Σε άλλες, είναι ακόμη περισσότερο μια δραστηριότητα εκτός προγράμματος σπουδών που στις περισσότερες περιπτώσεις εκτελείται μέσω των προσπαθειών των σχολείων ή των δασκάλων. Μια τέτοια προσέγγιση δημιουργεί μια ασυνέπεια στην οποία η γεωγραφική θέση ενός μαθητή μπορεί να επηρεάσει σημαντικά τις πιθανότητες του να αποκτήσει αυτές τις γνώσεις.

Δεδομένου του γεγονότος ότι η επιχειρηματικότητα είναι απελπιστικά ριζωμένη στην κουλτούρα των Ηνωμένων Πολιτειών, ρέπει να ειπωθεί ότι ένα τέτοιο μοντέλο ισχύει και για τα εκπαιδευτικά συστήματα των Ηνωμένων Πολιτειών. Η επιχειρηματική εκπαίδευση είναι σχετική και ενσωματωμένη σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης από τα δημοτικά μέχρι τα πανεπιστήμια και εξακολουθεί να είναι δυναμική για να αγκαλιάσει τη νέα οικονομία.

Στις Ηνωμένες Πολιτείες, η διαδικασία της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα ξεκινά από το γυμνάσιο, καθώς διδάσκεται σε μαθήματα Επιχειρήσεων και Οικονομικών ή ως λέσχες για νέους που εγκαταλείπουν το σχολείο. Το DECA και το FBLA είναι τα πιο κοινά μεταξύ τους, προσφέροντας στους μαθητές γνήσια επιχειρηματική μάθηση μέσω διαγωνισμών, συνεδρίων και δραστηριοτήτων έργου. Τέτοια προγράμματα βοηθούν τους μαθητές να αναλύσουν κριτικά τις πιθανές επιχειρηματικές ευκαιρίες, να σχεδιάσουν τα σχέδια μάρκετινγκ και να αποκτήσουν τη γνώση σχετικά με την οικονομική διαχείριση (DECA, 2020).

Εκτός αυτού, υπάρχουν πολλά εθνικά προγράμματα με επίκεντρο την επιχειρηματικότητα και πολλά λύκεια έχουν τις δικές τους ακαδημίες ή προγράμματα μαγνήτη. Αυτά τα προγράμματα επεκτείνουν τις εγκαταστάσεις σε φοιτητές και τις κρατούν σε συνεργασία με τοπικές εταιρείες και προσφέρουν πρακτική άσκηση ή πραγματικά επιχειρηματικά έργα. Για παράδειγμα, η Academy of Finance and Enterprise στη Νέα Υόρκη ενσωματώνει τα μαθήματα για την επιχειρηματικότητα στο υπάρχον ακαδημαϊκό πρόγραμμα και στοχεύει στην προετοιμασία των φοιτητών για το κολέγιο καθώς και για τις θέσεις στον κόσμο των επιχειρήσεων (Association for Career and Technical Education, 2017 ).

Η επιχειρηματική εκπαίδευση σε πανεπιστημιακό επίπεδο στις Ηνωμένες Πολιτείες είναι καλά ανεπτυγμένη και αυξάνεται σε σφρίγος. Υπάρχουν επί του παρόντος πολλά πανεπιστήμια σε όλο τον κόσμο που παρέχουν εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα σε προπτυχιακούς, πτυχιούχους, με πιστοποιητικά και μαθήματα. Μερικά από τα κορυφαία ακαδημαϊκά ιδρύματα των οποίων επικεντρώνονται στην επιχειρηματικότητα περιλαμβάνουν το Babson College, το Πανεπιστήμιο Stanford και το Wharton School του Πανεπιστημίου της Πενσυλβάνια. Τέτοια προγράμματα αποσκοπούν στην ενσωμάτωση παραδοσιακών επιχειρηματικών μαθημάτων με την πρακτική μάθηση, επομένως διαγωνισμούς πρακτικής άσκησης, επώασης εκκίνησης και επιχειρηματικών σχεδίων (Kuratko, 2005).

Για παράδειγμα, στο κολέγιο Babson, ένα από τα καλύτερα σχολεία επιχειρηματικότητας στις Ηνωμένες Πολιτείες, υπάρχει μεγάλη πίεση στη βιωματική μάθηση και στην ανάπτυξη φοιτητικών εγχειρημάτων κατά τη διάρκεια των σπουδών. Το Arthur M. Blank Center for Entrepreneurship στο Babson προσφέρει στους φοιτητές δυνατότητες, όπως μέντορες, κεφάλαια και χώρους για να ξεκινήσουν τις νεοφυείς επιχειρήσεις τους. Όπως πολλά άλλα ιδρύματα, το δ. σχολείο στο Πανεπιστήμιο του Στάνφορντ υιοθετεί τη σχεδιαστική σκέψη στη διδασκαλία της επιχειρηματικότητας

για να κάνει τους μαθητές να βρουν καινοτόμες λύσεις σε προκλήσεις της πραγματικής ζωής.

Το Penn Wharton Entrepreneurship του The Wharton School παρέχει στους μαθητές πολυάριθμες ευκαιρίες, όπως μαθήματα, διαγωνισμούς και πληροφορίες σχετικά με επιτυχημένους επιχειρηματίες αποφοίτους. Στο Wharton, οι μαθητές μπορούν να λάβουν μέρος στον διαγωνισμό επιχειρηματικού σχεδίου Wharton όπου οι μαθητές μπορούν να παρουσιάσουν την ιδέα τους στους επενδυτές και να λάβουν χρηματοδότηση για να πραγματοποιήσουν τα σχέδιά τους.

## **2.3 Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία**

Η καινοτομία είναι βασικός μοχλός της επιχειρηματικής επιτυχίας. Οι επιχειρηματίες που είναι σε θέση να καινοτομούν—είτε αναπτύσσοντας νέα προϊόντα, δημιουργώντας νέα επιχειρηματικά μοντέλα ή βρίσκοντας νέους τρόπους για να ανταποκριθούν στις ανάγκες των πελατών—είναι πιο πιθανό να επιτύχουν στην ανταγωνιστική αγορά.

### **2.3.1 Σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας και καινοτομίας**

Η σχέση μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας είναι καλά τεκμηριωμένη στη βιβλιογραφία. Η καινοτομία θεωρείται συχνά ως η κινητήρια δύναμη της επιχειρηματικής επιτυχίας, παρέχοντας στους επιχειρηματίες ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Ωστόσο, η καινοτομία δεν είναι χωρίς προκλήσεις. Απαιτεί όχι μόνο δημιουργικότητα και τεχνική εξειδίκευση, αλλά και βαθιά κατανόηση των αναγκών της αγοράς και της συμπεριφοράς των πελατών (Aria et al., 2018).

Οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες είναι εκείνοι που μπορούν να εξισορροπήσουν την καινοτομία με τις πρακτικές επιχειρηματικές σκέψεις. Πρέπει να είναι σε θέση να μετατρέπουν τις καινοτόμες ιδέες σε βιώσιμα προϊόντα ή υπηρεσίες, να διαχειρίζονται τους κινδύνους που συνδέονται με την καινοτομία και να εμπορεύονται αποτελεσματικά τις καινοτομίες τους στους πελάτες.

### **2.3.2 Παραδείγματα νεοφυών επιχειρήσεων**

Οι μελέτες περιπτώσεων καινοτόμων νεοφυών επιχειρήσεων παρέχουν πολύτιμες γνώσεις για την επιχειρηματική διαδικασία. Αυτά τα παραδείγματα δείχνουν πώς οι νέοι επιχειρηματίες έχουν αντιμετωπίσει με επιτυχία τις προκλήσεις της καινοτομίας, από την αρχική ανάπτυξη ιδεών έως την κυκλοφορία στην αγορά και την ανάπτυξη.

Υπογραμμίζουν επίσης τη σημασία παραγόντων όπως η καθοδήγηση, η χρηματοοικονομική παιδεία και η πρόσβαση σε πόρους για την υποστήριξη της επιχειρηματικής καινοτομίας.

Για παράδειγμα, μια μελέτη περίπτωσης μιας startup τεχνολογίας που ιδρύθηκε από νέους επιχειρηματίες στο Κέιπ Τάουν της Νότιας Αφρικής, καταδεικνύει τον κρίσιμο ρόλο της χρηματοοικονομικής παιδείας στην επιχειρηματική επιτυχία. Οι ιδρυτές μπόρεσαν να αξιοποιήσουν τις χρηματοοικονομικές τους γνώσεις για να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση, να διαχειριστούν αποτελεσματικά τα οικονομικά τους και να κλιμακώσουν την επιχείρησή τους παρά το γεγονός ότι λειτουργούσαν σε ένα δύσκολο οικονομικό περιβάλλον (Shaw & Sørensen, 2022).

Ένα παράδειγμα μπορεί να θεωρηθεί μια κοινωνική επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην Ινδία, η οποία δημιούργησε ένα νέο και βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο για να προσφέρει οικονομικά προσιτές υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης στους κατοίκους της υπαίθρου. Αυτό σηματοδοτεί μια σημαντική καινοτομία νέων επιχειρηματιών που συνειδητοποίησαν ότι υπήρχε ένα σημαντικό ζήτημα στον τομέα της υγείας, βρήκαν τη λύση που θα κάλυπτε τις ανάγκες των ευάλωτων ομάδων και θα δημιουργήσει επίσης ένα επιχειρηματικό μοντέλο. Τα συμπεράσματα αυτής της υπόθεσης αποκαλύπτουν το ερευνητικό ερώτημα που απέδειξε ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί να φέρει θετικές κοινωνικές αλλαγές και να κάνει θετική καινοτομία στις αναδυόμενες αγορές (Bosma et al., 2016).

Όλες αυτές οι περιπτώσιολογικές μελέτες υπογραμμίζουν την ανάγκη όταν το περιβάλλον είναι ευνοϊκό για τους νέους επιχειρηματίες, να έχουν τη δυνατότητα να εφαρμόζουν τις ιδέες τους. Τονίζουν επίσης τον ρόλο της κυβέρνησης, των σχολείων, των κολεγίων και των πανεπιστημίων και των επιχειρηματικών οργανώσεων στην ανάπτυξη κουλτούρας για την υποστήριξη, τη διατήρηση και την προώθηση της επιχειρηματικότητας και των καινοτομιών. Από αυτά τα παραδείγματα, μπορεί κανείς να προσπαθήσει να εντοπίσει τις προσεγγίσεις για την περαιτέρω υποστήριξη της επόμενης γενιάς καινοτόμων επιχειρηματιών και να αποφύγει τα εμπόδια που αντιμετώπισαν κατά τη διάρκεια της εργασίας τους (Aria et al., 2018).

## Κεφάλαιο 3: Μεθοδολογία

### 3.1 Ερευνητική Προσέγγιση

Αυτή η έρευνα χρησιμοποιεί τόσο ποσοτική όσο και ποιοτική συλλογή δεδομένων και αναλυτικά εργαλεία σε μια προσπάθεια να συλλάβει όλους τους υποκείμενους παράγοντες που μπορούν να αναλύσουν τη νεανική επιχειρηματικότητα. Αυτό ήταν ιδιαίτερα χρήσιμο όταν γινόταν μελέτη στο θέμα της νεανικής επιχειρηματικότητας γιατί επέτρεψε να συνδυαστούν ποιοτικά δεδομένα με τις πραγματικές εμπειρίες από τους συμμετέχοντες της έρευνας.

Το ποσοτικό μέρος της μελέτης συνεπάγεται τη χρήση ερωτηματολογίου κλειστού τύπου για τη λήψη δεδομένων από νέους επιχειρηματίες. Το ερωτηματολόγιο στοχεύει στην παροχή ενός τεράστιου όγκου πληροφοριών στους ερωτηθέντες, όπως οι λόγοι για την ενασχόλησή τους με τις επιχειρήσεις, η οικονομική τους παιδεία, η διαθεσιμότητα προτύπων προς μίμηση και το λειτουργικό τους περιβάλλον. Οι πληροφορίες που προκύπτουν από αυτά τα ερωτηματολόγια υποβλήθηκαν σε στατιστική επεξεργασία με στόχο τη δημιουργία θετικής σχέσης ή συσχέτισης, τάσεων ή προτύπων που μπορεί να σχετίζονται με την επιτυχημένη επιχειρηματικότητα.

Για παράδειγμα, ερωτήσεις όπως " Κατά πόσον πιστεύετε ότι η εκπαίδευση προωθεί σωστά στους νέους την επιχειρηματικότητα;" και " Πιστεύετε ότι τα social media μπορούν να σας βοηθήσουν να αναπτύξετε την επιχειρηματική σας ιδέα;" έχουν σχεδιαστεί για να απαριθμήσουν την επίδραση αυτών των παραγόντων στα επιχειρηματικά αποτελέσματα. Το κύριο στοιχείο αυτής της ανάλυσης θα είναι η ύπαρξη μιας ισχυρής σχέσης μεταξύ αυτών των μεταβλητών, κάτι που θα δώσει μια σαφέστερη εικόνα των κύριων παραγόντων που συμβάλλουν στην επιχειρηματική επιτυχία.

### 3.2 Δειγματοληψία και Συλλογή Δεδομένων

Η συλλογή των δεδομένων της παρούσας έρευνας πραγματοποιήθηκε μέσω δείγματος ευκολίας, δηλαδή με τον διαμοιρασμό των ερωτηματολογίων στους ερωτηθέντες μέσω social media (συγκεκριμένα μέσω της πλατφόρμας Instagram). Ο πληθυσμός-στόχος για την παρούσα έρευνα περιλαμβάνει νέους από διαφορετικές κοινωνικοοικονομικές καταστάσεις, περιοχές και εκπαίδευση. Αυτό βοηθά στη γενίκευση των αποτελεσμάτων σε μεγαλύτερο πληθυσμό νέων επιχειρηματιών, καθώς καλύπτει μια ευρεία δημογραφική εκπροσώπηση. Μερικοί από τους συμμετέχοντες

είναι νέοι από αστικές περιοχές ενώ άλλοι από αγροτικές περιοχές, επομένως η μελέτη καλύπτει όλες τις πτυχές της νεανικής επιχειρηματικότητας. Λόγω της συλλογής άκρως ενημερωτικών δεδομένων, ιδίως εκείνων που μπορούν να επηρεάσουν την ατομική ή οικονομική κατάσταση των εμπλεκόμενων εντολέων, είναι σκόπιμο αυτή η μελέτη να διεξάγεται σύμφωνα με τα εγκεκριμένα πρότυπα δεοντολογίας. Όλοι οι συμμετέχοντες κατανοούν τη φύση της μελέτης, τη χρήση των δεδομένων που συλλέγονται και τα δικαιώματα που έχουν στη διάθεσή τους ως μέλη της μελέτης, όπως το δικαίωμα υπαναχώρησης. Η εργασία τηρεί τις καθολικές αρχές έρευνας, όπως το απόρρητο των χρηστών και των υποκειμένων και η ανώνυμη συλλογή δεδομένων από τους χρήστες.

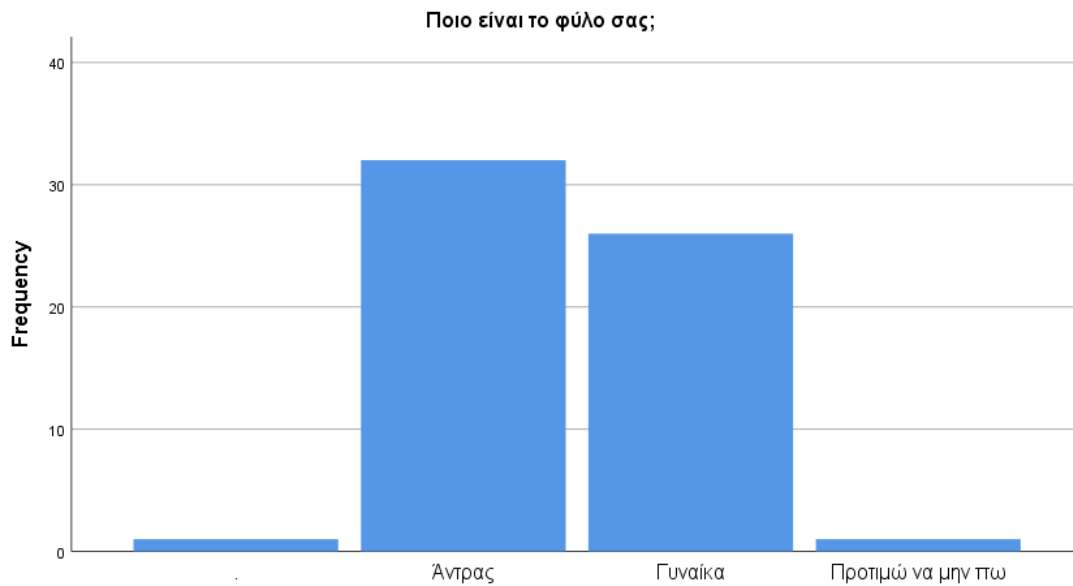
### **3.3 Επεξεργασία και Ανάλυση Δεδομένων**

Σε αυτή τη μελέτη, το SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) χρησιμοποιήθηκε τόσο για τη συλλογή δεδομένων όσο και για την ανάλυση. Το SPSS χρησιμοποιήθηκε για την εισαγωγή, κωδικοποίηση και οργάνωση των δεδομένων συστηματικά, επιτρέποντας την ακριβή και αποτελεσματική επεξεργασία. Το λογισμικό επέτρεψε την εκτέλεση διαφόρων στατιστικών αναλύσεων για την εξέταση προτύπων και σχέσεων εντός των δεδομένων, όπως οι διαφορές μεταξύ των συμμετεχόντων σε αστικές και αγροτικές περιοχές ή ο αντίκτυπος της κοινωνικοοικονομικής κατάστασης στα επιχειρηματικά αποτελέσματα.

## **Κεφάλαιο 4: Αποτελέσματα της Έρευνας**

### **4.1 Φύλο των Ερωτηθέντων**

Σκοπός της ερώτησης είναι να καταγράψει το φύλο των συμμετεχόντων στην έρευνα, επιτρέποντας την ανάλυση των διαφορών στις επιχειρηματικές προτιμήσεις και στρατηγικές μεταξύ ανδρών, γυναικών, και άλλων ταυτοτήτων φύλου. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 1 Ποσοστά απαντήσεων της ερώτησης "Ποιο είναι το φύλο σας;"

Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε, παρατηρήσαμε ότι οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες είναι άνδρες, εκ των οποίων το 53%. Δυστυχώς η αντίδραση ήταν πολύ χαμηλή χορηγώντας μόνο το 3% του συνόλου των συμμετεχόντων. Οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν το 43,3% των ερωτηθέντων ανέφεραν εκεί το φύλο και ένα αμελητέο ποσοστό 1,7% δεν απάντησε στην ενότητα του φύλου. Από αυτή την κατανομή, μπορεί να συναχθεί ότι τα φύλα περιλαμβάνονται καλά στον επιχειρηματικό πληθυσμό στην έρευνα, με το ανδρικό φύλο να είναι ελαφρώς πιο κυρίαρχο από το γυναικείο φύλο.

Το γεγονός της σχετικά ίσης κατανομής ανδρών και γυναικών στην έρευνα καθιστά δυνατή τη σύγκριση των αποτελεσμάτων που λαμβάνονται από άνδρες και γυναίκες εκτοξευτές επιχειρήσεων σχετικά με τις προτιμήσεις και τις ανησυχίες τους καθώς και τις στρατηγικές κατευθύνσεις τους. Συγκρίνοντας αυτούς τους παράγοντες, οι ερευνητές μπορούν να ανακαλύψουν εάν το φύλο παίζει ρόλο σε συγκεκριμένους τομείς της επιχειρηματικότητας, για παράδειγμα στην τάση ανάληψης κινδύνου, στην επιλογή κλάδου και στο είδος της υποστήριξης που λαμβάνουν οι επιχειρηματίες.

Για παράδειγμα, προηγούμενη έρευνα έχει αποδείξει ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες μπορεί να αντιμετωπίσουν τα ακόλουθα εμπόδια, κοινωνικο-πολιτιστικούς περιορισμούς για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, έλλειψη πρόσβασης στη χρηματοδότηση, σύγκρουση εργασίας-οικογένειας, στερεότυπα φύλου και διακρίσεις



σε επιχειρηματικά πλαίσια. Είναι δυνατό να ληφθούν καλύτερα υπόψη αυτές οι συγκεκριμένες απαιτήσεις κατά την ερμηνεία των παραπάνω αποτελεσμάτων της έρευνας και με αυτόν τον τρόπο να ενισχυθεί η προσαρμογή των προγραμμάτων υποστήριξης που προσφέρονται σε γυναίκες επιχειρηματίες.

## 4.2 Ηλικία των Ερωτηθέντων

Σκοπός της ερώτησης είναι να καταγράψει την ηλικία των συμμετεχόντων, καθώς η ηλικία μπορεί να επηρεάσει την επιχειρηματική εμπειρία, τις φιλοδοξίες και τη διάθεση ανάληψης ρίσκων. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 2 Ποσοστά απαντήσεων της ερώτησης "Πόσων ετών είστε; (Συμπληρώστε με αριθμό)"

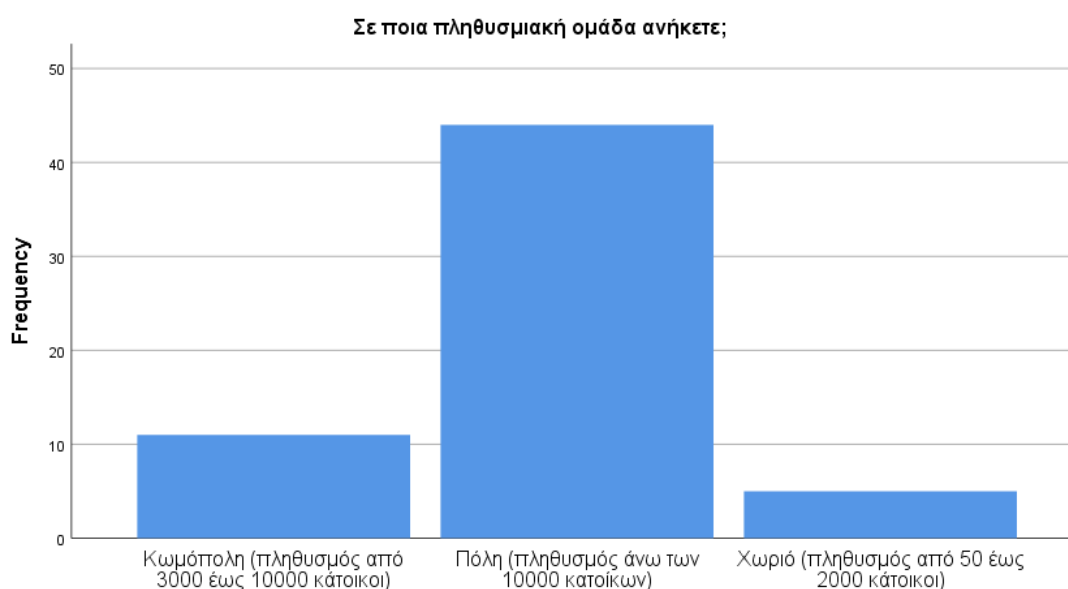
Μια πιο προσεκτική ματιά στα δεδομένα της έρευνας δείχνει ότι οι ερωτηθέντες είναι νέοι κατά βάση στα είκοσι τους με ηλικίες από 18 έως 22 ετών. Ειδικότερα, το 25% των ερωτηθέντων είναι 21 ετών και το 26,7% είναι 22 ετών, γεγονός που δείχνει ότι η επικρατέστερη ηλικία μεταξύ των συμμετεχόντων στη μελέτη ήταν τα 22 έτη. Πιο συγκεκριμένα, το 15% των συμμετεχόντων είναι 20 ετών, αν και υπάρχουν ερωτηθέντες λίγο μεγαλύτερης ηλικίας. Ωστόσο, είναι σημαντικό να παρατηρήσετε ότι μόνο λίγοι συμμετέχοντες είναι στα είκοσι ή τριάντα τους.

Το γεγονός ότι ένας μεγάλος αριθμός ερωτηθέντων βρίσκεται στις αρχές της δεκαετίας του '20 κάνει τη μελέτη να παρουσιάζει συγχρονικά δεδομένα από αρκετά νέους επιχειρηματίες. Αυτή η ηλικιακή ομάδα βρίσκεται συχνά σε ένα νέο επίπεδο της

επιχειρηματικής τους δραστηριότητας, μπορεί να έχει μια επιχειρηματική πρωτοβουλία εκτός από την εκπαίδευση ή μια πρώτη επαγγελματική εμπειρία. Αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν: Πρέπει να έχουν σχετικά σύντομη επαφή με την επίσημη εκπαίδευση, τον τεχνολογικό γραμματισμό και πιθανώς να έχουν την πολυτέλεια να είναι πιο επικίνδυνοι σε σύγκριση με άλλες μεγαλύτερες ηλικίες.

### 4.3 Πληθυσμιακή Ομάδα Διαμονής

Σκοπός της ερώτησης είναι να εξετάσει την πληθυσμιακή ομάδα στην οποία ανήκουν οι ερωτηθέντες, ώστε να αναδειχθούν οι πιθανές διαφορές στις επιχειρηματικές ευκαιρίες και προκλήσεις μεταξύ αστικών, ημιαστικών, και αγροτικών περιοχών. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 3 Ποσοστά απαντήσεων στην ερώτηση "Σε ποια πληθυσμιακή ομάδα ανήκετε;"

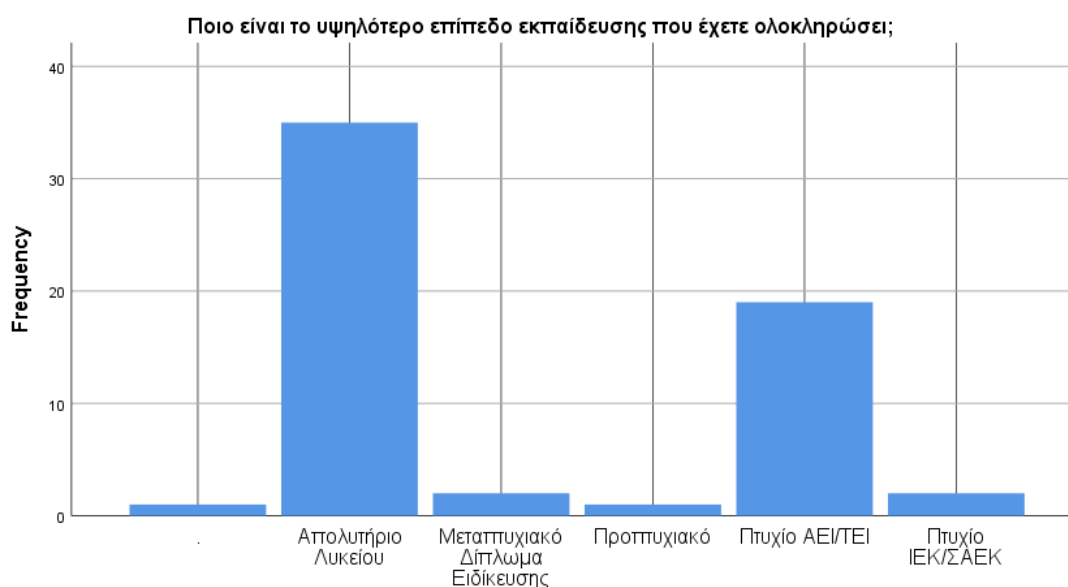
Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες είναι 73,3% και ζουν σε πόλεις με πυκνότητα πληθυσμού άνω των 10.000 ατόμων ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο, επομένως, η έρευνα έχει αντιπροσωπευτικό ποσοστό του αστικού πληθυσμού. Ένα μικρότερο ποσοστό, 18,3% των ανθρώπων ζει σε μικρές πόλεις όπου ο πληθυσμός κυμαίνεται μεταξύ 3000 και 10000,8. Μόνο το 3% των ερωτηθέντων είναι από χωριά με πληθυσμό 50 - 2000 χωρίς να εξαιρεθούν τα άλλα χωριά.

Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες που μπορεί να κάνουν τα ευρήματα γενικεύσιμα είναι από τις αστικές περιοχές, επομένως, οι ερωτηθέντες γνωρίζουν τα περισσότερα από τα οφέλη που αποδίδονται στους ανθρώπους που ζουν σε αστικές

περιοχές, όπως καλύτερες υποδομές, ισχυρότερα δίκτυα και εκπαιδευτικές και οικονομικές εγκαταστάσεις. Οι πόλεις συνήθως επιτρέπουν μεγαλύτερη μεταβλητότητα και συνεχείς αλλαγές στην αγορά και μπορούν να περιέχουν πολλές ευκαιρίες για επιχειρήσεις. Αλλά φέρνουν επίσης σοβαρές προκλήσεις, όπως αυξημένο ανταγωνισμό και υψηλότερο κόστος ζωής, καθώς και για τη διεξαγωγή επιχειρήσεων.

#### 4.4 Επίπεδο Εκπαίδευσης

Σκοπός της ερώτησης είναι να καταγράψει το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων, καθώς η εκπαίδευση συχνά σχετίζεται με την επιχειρηματική ικανότητα και τις γνώσεις που διαθέτουν οι νέοι επιχειρηματίες. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 4 Ποσοστά στην ερώτηση "Ποιο είναι το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει;"

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων 58%. Το 3 τοις εκατό δηλώνει ότι έχει ολοκληρώσει το γυμνάσιο (κάτοχος απολυτηρίου γυμνασίου). Το 7% έχει αποκτήσει πανεπιστημιακή εκπαίδευση (Αναγνωρισμένο πτυχίο πανεπιστημίου, δηλαδή πτυχίο πανεπιστημίου ή τεχνικού ιδρύματος). Ένας σχετικά μικρός αριθμός συμμετεχόντων έχει φτάσει σε ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης, εκ των οποίων το 3,3% κατέχει μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών (Master) και το υπόλοιπο 3,3% κατέχει δίπλωμα επαγγελματικής κατάρτισης από ΙΕΚ/ΣΑΕΚ. Η επαγγελματική κατάρτιση περιλαμβάνει την τεχνική και επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση και προσφέρεται στο ΙΕΚ/ΣΑΕΚ όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα. Ένας από τους

ερωτηθέντες ανέφερε ότι έχει το πτυχίο του ενώ το 1,7% των ερωτηθέντων δεν δήλωσε το μορφωτικό του επίπεδο.

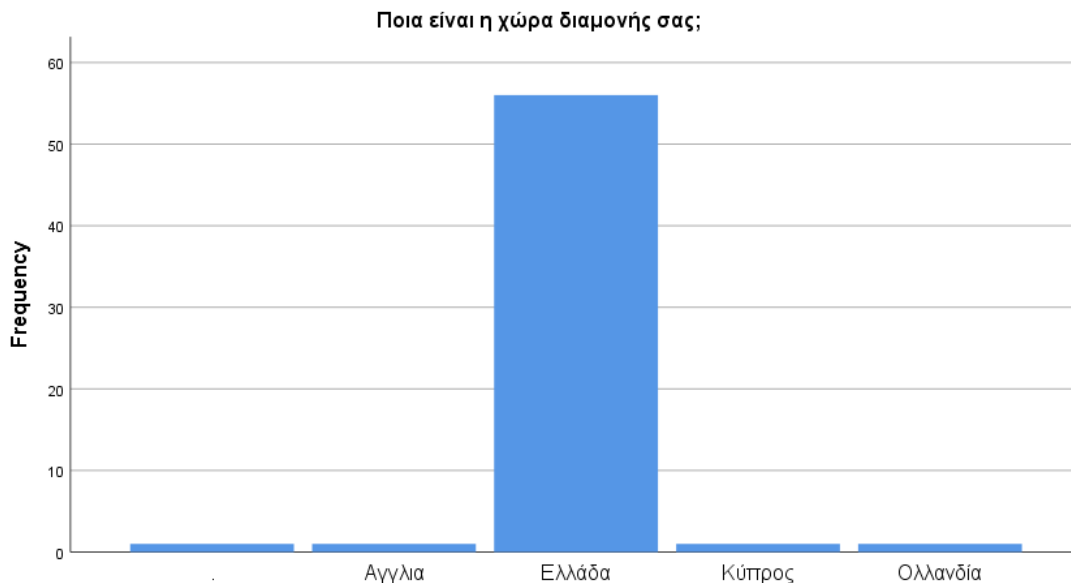
Το υψηλό ποσοστό των ερωτηθέντων που είχαν μόνο απολυτήριο γυμνασίου σημαίνει ότι ορισμένοι από τους νέους άνδρες και γυναίκες που δραστηριοποιούνται στις επιχειρήσεις μπορεί να είχαν περιορισμένη εκπαίδευση για να μπορέσουν να δημιουργήσουν δικές τους επιχειρήσεις. Αυτό θα μπορούσε να σημαίνει μόνο ότι μπορεί να χρειάζονται περισσότερη βοήθεια σε ορισμένους από τους βασικούς κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας που περιλαμβάνουν υψηλότερο επίπεδο επιχειρηματικής διαχείρισης, οικονομικής ικανότητας και στρατηγικής σκέψης που είναι βασικές ικανότητες που αντιμετωπίζονται και αναπτύσσονται σε ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Ίσως τέτοιοι νέοι να επωφεληθούν από συγκεκριμένα μαθήματα και κατάρτιση που στοχεύουν στην προετοιμασία τους με τις απαραίτητες δεξιότητες για τη λειτουργία της επιχείρησής τους.

Από την άλλη πλευρά, το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων αποκάλυψε ότι το 31% ήταν σε πανεπιστημιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο, υποδηλώνοντας έτσι ότι υπάρχει υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης μεταξύ των νέων επιχειρηματιών. Αυτά τα άτομα μπορεί να έχουν ήδη κάποια προηγούμενη γνώση για το πώς να προσεγγίζουν τα προβλήματα και να τα αναλύουν. Θα έχουν επίσης προηγούμενες γνώσεις σε συγκεκριμένους τομείς δραστηριότητας. Ωστόσο, μπορεί να απαιτούν ακόμη τα χρόνια εμπειρίας και καθοδήγησης για να μεταφράσουν την αποκτηθείσα γνώση σε εφαρμόσιμες καταστάσεις σε επιχειρηματικούς οργανισμούς.

Το γεγονός ότι μόνο το 4% των ερωτηθέντων είχε επαγγελματική κατάρτιση υποδηλώνει το γεγονός ότι ορισμένοι νέοι επιχειρηματίες επιχειρούν σε εξειδικευμένους τομείς που μπορεί να χρειάζονται ορισμένες επαγγελματικές δεξιότητες. Αυτά τα άτομα μπορεί να έχουν πλεονέκτημα σε τομείς που είναι πιο διατεθειμένοι να προσλάβουν προσωπικό βάσει προηγούμενης εμπειρίας και ειδικότητας.

#### **4.5 Χώρα Διαμονής**

Σκοπός της ερώτησης είναι να καταγράψει τη χώρα διαμονής των ερωτηθέντων, ώστε να εξεταστούν οι επιπτώσεις της εθνικής και οικονομικής πολιτικής στο επιχειρηματικό περιβάλλον που αντιμετωπίζουν οι νέοι. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 5 "Ποσοστά απαντήσεων στην ερώτηση "Ποια είναι η χώρα διαμονής σας;"

Ένα πολύ υψηλό ποσοστό των ερωτηθέντων, για την ακρίβεια 93%, υποστήριξε την παραπάνω δήλωση. Το 3% βρίσκεται στην Ελλάδα ενώ άλλα σε άλλες χώρες όπως η Αγγλία 1,7% η Κύπρος 1,7% και η Ολλανδία 1,7%. Η κατανομή αυτή υποδηλώνει ότι η έρευνα παρουσιάζει κυρίως τις εμπειρίες της νεανικής επιχειρηματικότητα από το πλαίσιο του ελληνικού οικονομικού και επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Ως εκ τούτου, μπορεί να ειπωθεί ότι τα ευρήματα της έρευνας θα πρέπει να θεωρηθούν ότι αντικατοπτρίζουν συγκεκριμένες εθνικές και οικονομικές συνθήκες στην Ελλάδα, όπου ορισμένοι παράγοντες είναι πιο χαρακτηριστικοί απ' ότι σε άλλες χώρες. Από το σύνολο των ερωτηθέντων το 86% είναι από την Ελλάδα. Σε αυτούς τους παράγοντες μπορεί να περιλαμβάνονται: οι γενικές οικονομικές συνθήκες στην ελληνική χώρα, οι κυβερνητικές πολιτικές για την επιχειρηματικότητα, οι πηγές χρηματοδότησης που πρόκειται να διαμορφωθούν και το γενικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον. Λόγω των οικονομικών συνθηκών που επικράτησαν στην Ελλάδα τα τελευταία δύο χρόνια, οι νέοι επιχειρηματίες είναι πιθανό να αντιμετωπίσουν ορισμένους περιορισμούς στη χώρα, όπως: ανεπαρκή κεφάλαια, διαδικασίες και περιβάλλον όχι τόσο ευνοϊκό όσο αυτό των άλλων χωρών.

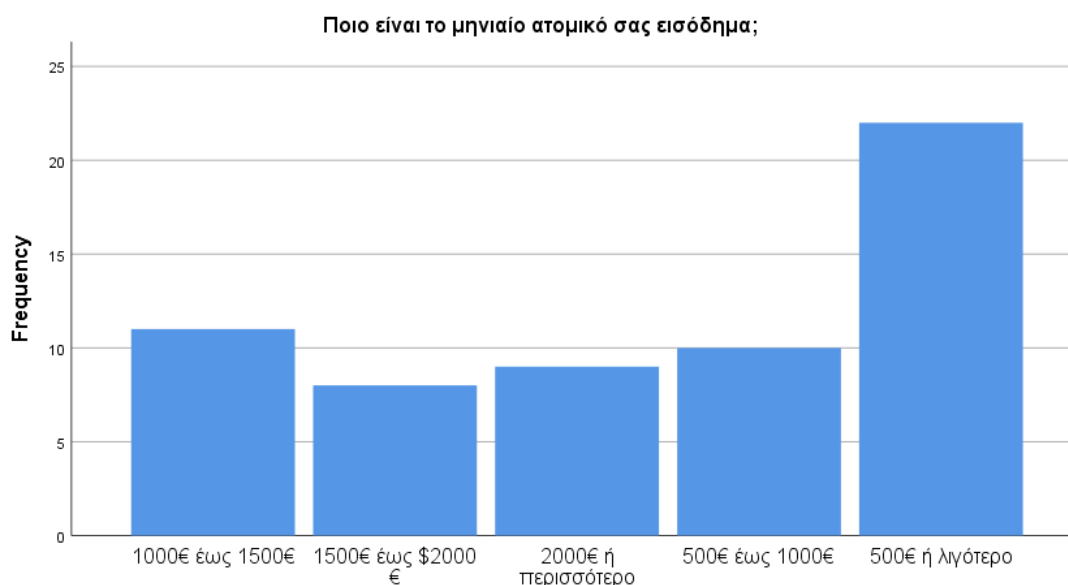
Μόνο το 3% των ερωτηθέντων είναι από άλλες χώρες όπως η Αγγλία, η Κύπρος και η Ολλανδία. Έτσι, θα μπορούσαν να υπάρχουν διαφορές στην επιχειρηματική σκηνή σε όλες τις χώρες λόγω διαφορών στις πολιτικές, την οικονομία και το επίπεδο ανάπτυξης της αγοράς. Αυτά μπορεί με τη σειρά τους να επηρεάσουν την ικανότητά

τους να έχουν πρόσβαση σε πόρους, τις συνθήκες εισόδου και λειτουργίας των επιχειρήσεων και το βέλτιστο και πραγματικό δυναμικό ανάπτυξής τους.

Όταν πρόκειται για τη διαμόρφωση σχεδίων υποστήριξης, είναι πολύ σημαντικό να έχουμε αναλυτική εικόνα των παραγόντων που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα σε αυτά τα έθνη. Στην Ελλάδα, ενδέχεται να συνεπάγονται προσπάθειες αποσαφήνισης των κανόνων των διοικητικών διαδικασιών, της οικονομικής στήριξης και των εκπαιδευτικών προγραμμάτων που θα λαμβάνουν υπόψη το εθνικό ελληνικό περιβάλλον. Σε περιπτώσεις άλλων χωρών, η υποστήριξη μπορεί να πρέπει να είναι για να βοηθηθούν οι ερωτηθέντες να εργαστούν σε διαφορετικούς κανονισμούς ή να τους συνδέσουν με άλλα επιχειρηματικά οικοσυστήματα.

#### 4.6 Επίπεδο Εισοδήματος

Σκοπός της ερώτησης είναι να εξετάσει το μηνιαίο ατομικό εισόδημα των ερωτηθέντων, ώστε να διερευνηθεί η σχέση μεταξύ εισοδήματος και της διάθεσης για επιχειρηματικότητα. Το εισόδημα μπορεί να επηρεάσει την ικανότητα των νέων να χρηματοδοτήσουν τις επιχειρηματικές τους προσπάθειες. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 6 Ποσοστά απαντήσεων στην ερώτηση "Ποιο είναι το μηνιαίο ατομικό σας εισόδημα;"

Η ερμηνεία των δεδομένων που συλλέχθηκαν για το μηνιαίο ατομικό εισόδημα των ερωτηθέντων δίνει μια σαφή εικόνα της οικονομικής κατάστασης των νέων επιχειρηματιών και πώς τους επηρεάζει το επίπεδο εισοδήματος. Η γνώση της

σύνδεσης μεταξύ των πηγών εισοδήματος και της επιχειρηματικότητας είναι ζωτικής σημασίας, καθώς το εισόδημα μπορεί να καθορίσει την ικανότητα χρηματοδότησης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και αντιμετώπισης των σχετικών κινδύνων και απόκτησης πόρων που είναι απαραίτητοι για την ανάπτυξη της επιχείρησης.

Έτσι, μια μάλλον μεγάλη μερίδα των ερωτηθέντων – το 36% – τόσο άνδρες όσο και γυναίκες – ανέφεραν ότι ασκούνταν τακτικά. 7%, παίρνουν μηνιαίο μισθό 500 ευρώ ή λιγότερο, που μιλάει για χαμηλό εισόδημα σε πολλούς νέους επιχειρηματίες. Επιπλέον, 16,7% των ερωτηθέντων ισχυρίστηκαν ότι κερδίζουν μεταξύ 500-1000 ευρώ το μήνα. Με άλλα λόγια, λιγότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες (53,4%) κερδίζουν 1000€ ή και λιγότερα το μήνα. Έτσι, τα μέλη του αγγλόφωνου πληθυσμού μέσης και μεγαλύτερης ηλικίας με εισόδημα στο ανώτερο εύρος της κλίμακας αποτελούν το 18. Το 3% των ερωτηθέντων κερδίζει μεταξύ €1000 - €1500, 13. 1% κερδίζει μεταξύ 700-1500, 3% μεταξύ 1500-2000 και 15 % κερδίζει 2000 € και άνω το μήνα.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι πολλοί νέοι επιχειρηματίες τρέχουν αυτήν τη στιγμή τις επιχειρήσεις τους με λίγα κεφάλαια για να χρηματοδοτήσουν τις ιδέες τους, να αποκτήσουν ζωτικό εξοπλισμό και πόρους ή ακόμα και να προσλάβουν υπαλλήλους. Οι καταναλωτές με χαμηλότερο εισόδημα μπορεί να αντιμετωπίσουν πολλές δυσκολίες όσον αφορά τη χρηματοδότηση, τον έλεγχο των χρημάτων και κυρίως τις απαιτήσεις στα αρχικά στάδια ανάπτυξης της επιχείρησής τους. Αυτός ο χρηματοοικονομικός παράγοντας μπορεί επίσης να διερευνήσει την ικανότητα ανάληψης κινδύνου, καθώς θα είναι οικονομικά λιγότερο προικισμένοι εάν οι επιχειρήσεις τους καταγράψουν κάποια απώλεια.

Στα άτομα των ομάδων υψηλότερου εισοδήματος, η ικανότητα να χρηματοδοτούν τα έργα τους μόνοι τους ή να αναζητούν συμπληρωματική χρηματοδότηση μπορεί να τους προσφέρει περισσότερους ελιγμούς και να προκύψουν ευκαιρίες να επενδύσουν στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων, στη διαφήμιση και στην ανάπτυξη και βελτίωση. Τέτοιοι επιχειρηματίες μπορεί να είναι σε καλύτερη θέση για να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους με ταχύτερους ρυθμούς και να αξιοποιήσουν ευκαιρίες στις αγορές καθώς εξελίσσονται.

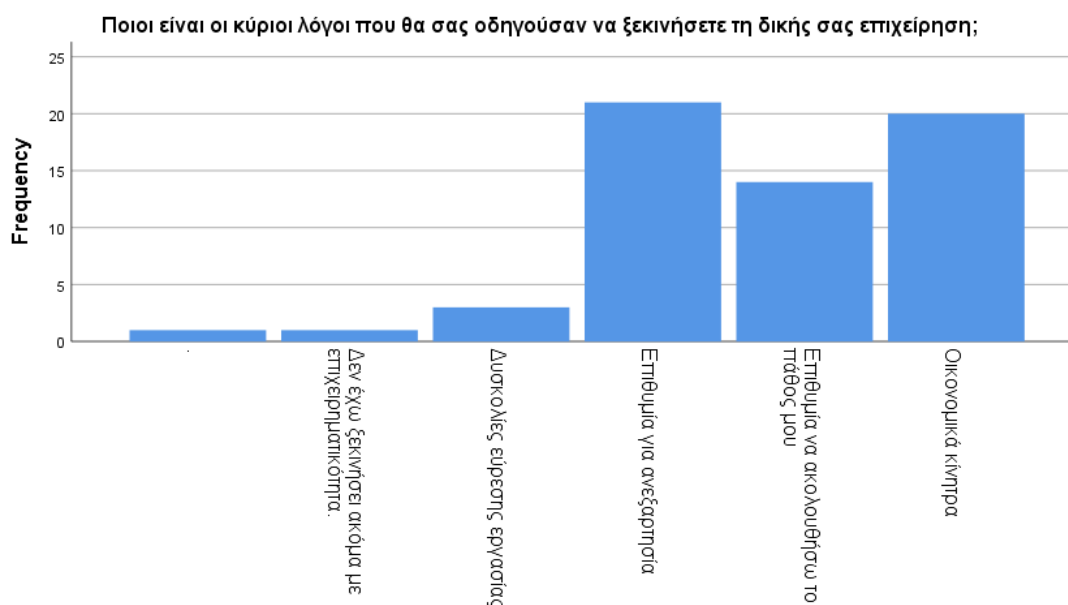
Η διακύμανση στα επίπεδα εισοδήματος στους ερωτηθέντες είναι μια σαφής ένδειξη των διαφορετικών οικονομικών καταστάσεων των νέων επιχειρηματιών σήμερα για την υποστήριξη της ανάπτυξης κατάλληλων προγραμμάτων οικονομικής στήριξης. Έτσι, τα άτομα με χαμηλότερο εισόδημα μπορούν να επωφεληθούν από μικροδάνεια, επιχορηγήσεις σε μετρητά, οικονομικά προγράμματα κατάρτισης μεταξύ άλλων για τη

μείωση των επιπτώσεων των οικονομικών περιορισμών. Επιπλέον, η βασική οικονομική διαχείριση, ο προϋπολογισμός και ο προγραμματισμός μαζί με τα προγράμματα που βελτιώνουν την κατανόηση των διαθέσιμων πόρων μπορεί να βοηθήσουν αυτούς τους επιχειρηματίες να διαχειριστούν τα χρήματα και τους πόρους επαρκώς για την επιχείρησή τους.

Από την άλλη πλευρά, οι κοινοί στόχοι για την ομάδα υψηλότερου εισοδήματος των επιχειρηματιών θα μπορούσαν να είναι περισσότερα οφέλη από την καλύτερη οικονομική παρατήρηση, περισσότερες επενδυτικές προσφορές και άλλες στρατηγικές επιχειρηματικής ανάπτυξης. Η παροχή μιας ευκαιρίας σε αυτούς να παρέχουν οικονομικές συμβουλές από ειδικούς και να αλληλεπιδρούν με πιθανούς επενδυτές θα τους βοηθούσε επίσης να οικοδομήσουν και να διατηρήσουν καλύτερα τις επιχειρήσεις τους.

#### 4.7 Κίνητρα για την Έναρξη Επιχείρησης

Σκοπός της ερώτησης είναι να διερευνήσει τους βασικούς λόγους που ωθούν τους νέους να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση. Η κατανόηση των κινήτρων αυτών είναι κρίσιμη για την ανάπτυξη προγραμμάτων που υποστηρίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 7 Ποσοστά στην ερώτηση “ Ποιοι είναι οι κύριοι λόγοι που θα σας οδηγούσαν να ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση;”



Με βάση τα δεδομένα που αναλύθηκαν, είναι δυνατό να παρατηρηθεί ότι η επιδίωξη της ανεξαρτησίας είναι το πιο σημαντικό κίνητρο. Το 35% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι προτιμά αυτόν τον παράγοντα. Αυτό υποδηλώνει ότι οι νέοι έχουν κατεύθυνση να αποκτήσουν ανεξαρτησία στους χώρους εργασίας στους οποίους βρίσκονται. Η επιθυμία για αυτοαπασχόληση μπορεί να είναι αποτέλεσμα της ανάγκης να επιλέξει κάποιος τη δική του επαγγελματική πορεία, να είναι εργοδότης και όχι εργαζόμενος και να λαμβάνουν αποφάσεις απαλλαγμένες από την επιρροή των ανωτέρων. Αυτό το εύρημα υποδηλώνει ότι υπάρχει ανάγκη να ενθαρρυνθεί αυτή η επιθυμία για αυτονομία μέσω πρωτοβουλιών δημιουργίας επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, συμπεριλαμβανομένης της κατάρτισης για την επιχειρηματικότητα και της καθοδήγησης.

Το δεύτερο είναι η επιθυμία για οικονομικά κέρδη με μέση ανταπόκριση 33,3% των απαντήσεων. Αυτό ανοίγει την πιθανότητα ότι ένας μεγάλος αριθμός νέων θεωρούν την επιχειρηματικότητα ως τρόπο για να αποκτήσουν επιχειρηματική θέση ή ευημερία. Αυτό μπορεί σε μεγάλο βαθμό να σχετίζεται με χρηματικά κίνητρα, καθώς η προτιμώμενη σταδιοδρομία, η αυτοαπασχόληση, πιστεύεται ότι προσφέρει καλύτερη επανάληψη των αριθμών σε σύγκριση με την απασχόληση προσωπικού. Αυτό δείχνει τη σημασία της ύπαρξης μέτρων πολιτικής που προσφέρουν χρηματοδότηση με τη μορφή επιχορηγήσεων, δανειακών κεφαλαίων καθώς και πιστώσεων φόρου στους νέους, καθώς οι περισσότεροι από αυτούς είναι οικονομικά περιορισμένοι στο αρχικό στάδιο της επιχειρηματικότητάς τους, προκειμένου να βελτιστοποιηθούν οι πιθανότητες δημιουργίας θέσεων εργασίας και κερδίζοντας εισόδημα.

Στη δεύτερη θέση βρίσκεται το κίνητρο να κάνει κανείς αυτό που αγαπά το οποίο αναφέρθηκε από το 23,3% των ερωτηθέντων. Αυτά τα ευρήματα δείχνουν ότι ένα σημαντικό μέρος των νέων έχει αρκετά εγγενή κίνητρα. Για παράδειγμα, πολλοί νέοι παρακινούνται να έχουν μια δουλειά που τους ενδιαφέρει ή να έχουν μια δουλειά με βάση κάποιο συγκεκριμένο ενδιαφέρον. Σε σχέση με το πάθος, το οποίο μπορεί να οριστεί ως φλεγόμενο πάθος στην επιχειρηματικότητα συνδέεται σημαντικά με υψηλότερη ικανοποίηση και δέσμευση - οι άνθρωποι είναι πρόθυμοι να ξεπεράσουν πολλά εμπόδια όταν τους αρέσει αυτό που κάνουν. Η επιχειρηματικότητα που βασίζεται στο πάθος θα μπορούσε να συνεπάγεται τη δημιουργία πλατφόρμων στους νέους ώστε να μπορούν να βιώσουν διαφορετικά πράγματα για τα οποία μπορεί να είναι παθιασμένοι, θα μπορούσε επίσης να συνεπάγεται την αξιοποίηση πόρων που επιτρέπουν στους νέους να μετατρέψουν τα πάθη τους σε επιχείρηση.

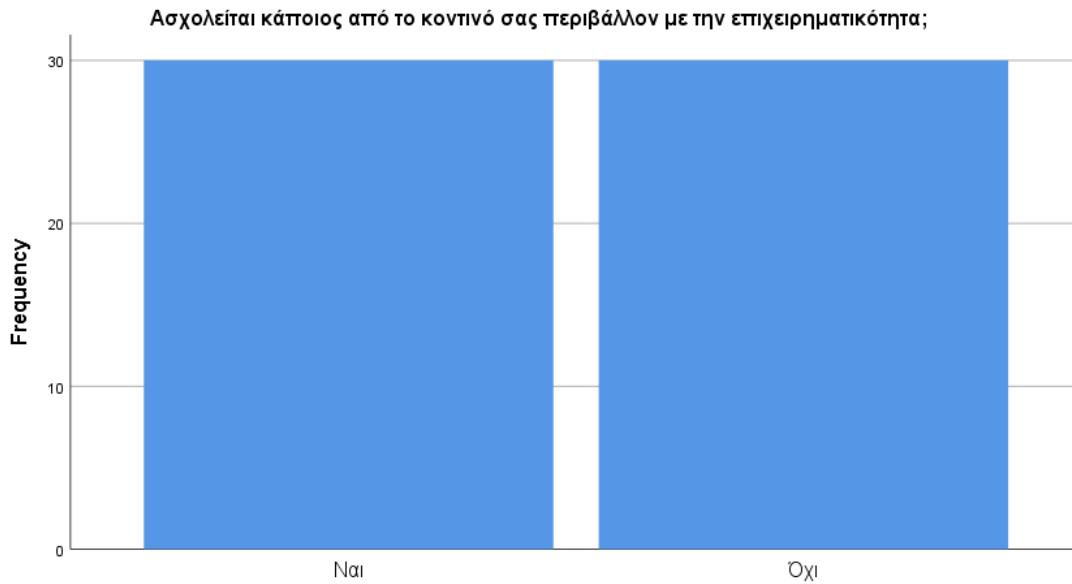
Ωστόσο, όπως τονίστηκε παραπάνω, μόνο το 5% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι η έλλειψη ευκαιριών απασχόλησης είχε επιρροή στην απόφασή τους να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα. Αυτό σημαίνει ότι, αντίθετα με την άποψη πολλών ανθρώπων, η ανεργία δεν είναι ο κύριος παράγοντας που οδηγεί τους ανθρώπους να ξεκινήσουν τις δικές τους επιχειρήσεις. Υπάρχει μια πρόταση για αυτό το γεγονός ότι, τουλάχιστον στο πλαίσιο αυτής της μελέτης, υπάρχει μια πιο αισιόδοξη άποψη επιλογής για την επιχειρηματικότητα αντί της μοιρολατρικής θεώρησης αυτής γιατί δεν έχει άλλη επιλογή. Αυτή είναι μια μεγάλη διαφορά, η οποία δίνει έμφαση στον ενεργό ρόλο αυτών των νέων επιχειρηματιών και στην επιθυμία και επιδίωξή τους σε αντίθεση με τους περιορισμούς.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι μόνο το 1,7 % των ερωτηθέντων ισχυρίστηκε ότι δεν είχε εφαρμόσει κανενός είδους επιχειρηματικές προσεγγίσεις. Αυτό θα μπορούσε να ερμηνευθεί είτε ως αναποφασιστικότητα είτε ως έλλειψη προθυμίας να επιχειρήσει σε μια τέτοια πορεία, κάτι που μπορεί να υποδηλώνει μια κατεύθυνση ότι αυτή η ομάδα θα μπορούσε να ωθηθεί ή να ωθηθεί περισσότερο για να αναλάβει τη μετάβαση στην επιχειρηματική δραστηριότητα.

Ωστόσο, το αποτέλεσμα αυτής της έρευνας δείχνει ότι, οι νέοι ξεκινούν την επιχειρηματικότητα με στόχο να αποκτήσουν ανεξαρτησία, να αμείβονται καλά και να ασχολούνται με κάτι για το οποίο είναι παθιασμένοι. Αυτή η γνώση είναι επίσης υψίστης σημασίας για την ταχεία θέσπιση παρεμβατικών μέτρων που θα ήταν επωφελής για τους νέους επιχειρηματίες. Η προετοιμασία των νέων μυαλών με την εκπαίδευση στον χρηματοοικονομικό αλφαριθμητισμό, τη διαθεσιμότητα κεφαλαίων και την καθοδήγηση θα μπορούσε να βοηθήσει πολύ στην καλλιέργεια αυτών των κινήτρων και στη διασφάλιση ότι οι νέοι ξεκινούν και διατηρούν τις επιχειρήσεις τους. Όταν λοιπόν διαπιστωθούν οι ανάγκες και τα κίνητρα των νέων ανθρώπων, τότε θα υπάρξει τροφή για τη νεολαία να αναλάβει επιχειρηματικές δραστηριότητες.

#### **4.8 Επιχειρηματικότητα στο Περιβάλλον**

Σκοπός της ερώτησης είναι να καταγράψει την ύπαρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στο κοντινό περιβάλλον των νέων, γεγονός που μπορεί να επηρεάσει την απόφασή τους να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



*Γράφημα 8 Ποσοστά στην ερώτηση "Ασχολείται κάποιος από το κοντινό σας περιβάλλον με την επιχειρηματικότητα;"*

Η εξέταση των γεγονότων που αφορούν την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών στο στενό περιβάλλον των νέων είναι χρήσιμη για να κατανοηθεί ένας από τους παράγοντες που μπορεί να εξηγήσουν την απόφασή τους να γίνουν επιχειρηματίες. Τα δεδομένα σχετικά με αυτή τη δήλωση δείχνουν ότι το 50% των συμμετεχόντων έχουν δει ή βιώσει κάποιον στο στενό τους περιβάλλον να εμπλέκεται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες, ενώ το 50% από αυτούς δεν έχουν δει ή δεν έχουν βιώσει τέτοιες επιρροές.

Αυτή η ίση κατανομή δείχνει ότι η έκθεση στην επιχειρηματικότητα θα μπορούσε να είναι ένας σπουδαίος, αλλά όχι πολύ κυρίαρχος παράγοντας που επηρεάζει τους νέους στις αποφάσεις τους σε περίπτωση που θέλουν να εμπλακούν στην επιχείρηση. Μπορεί να φανεί ότι για τους μισούς από τους ερωτηθέντες, που ανέφεραν ότι έχουν ένα επιχειρηματικό πρότυπο ή επιρροή στο στενό τους περιβάλλον, αυτή η έκθεση μπορεί να είναι κρίσιμης σημασίας όσον αφορά τη διαμόρφωση των φιλοδοξιών των ερωτηθέντων, καθώς και απαραίτητες γνώσεις και αυτοπεποίθηση για να ξεκινήσουν με το επιχειρείν. Τέτοιοι άνθρωποι μπορούν να επωφεληθούν πολύ από την παρακολούθηση και τα αποτελέσματα αυτού του τύπου προγραμμάτων, κάνοντας την επιχειρηματική τους ιδέα να είναι λιγότερο αφηρημένη και επομένως εφικτή.

Από την άλλη πλευρά, τα αποτελέσματα της έρευνας που προέκυψαν έδειξαν ότι το 50% των ερωτηθέντων δεν έχουν συγγενείς που ασχολούνται με τις επιχειρήσεις, επομένως δεν έχουν άμεση έκθεση σε επιχειρήσεις, αλλά αυτό σημαίνει ότι η έλλειψη άμεσης έκθεσης δεν εμποδίζει τους νέους να συμμετέχουν σε επιχειρηματικές

δραστηριότητες. Αυτή η ανακάλυψη υπογραμμίζει το ρόλο των κοινωνικο-πολιτιστικών και εκπαιδευτικών παραγόντων για την εμφάνιση της επιχειρηματικότητας και τη δυνατότητα χρήσης άλλων λιγότερο διερευνημένων ερεθισμάτων, συμπεριλαμβανομένων προγραμμάτων για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων.

Η ίση κατανομή των απαντήσεων δείχνει επίσης ότι υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τρόποι μέσω των οποίων οι νέοι μπορούν να μετατραπούν σε επιχειρηματίες. Όσο μερικοί από αυτούς μπορεί να παρακινούνται από μέλη της οικογένειας ή φίλους που είναι επιχειρηματίες, αλλά μπορεί να παρακινούνται με διαφορετικούς τρόπους. Αυτή η ποικιλομορφία δείχνει ότι υπάρχει ανάγκη να ενθαρρύνονται οι νέοι να γίνουν επιχειρηματίες με άλλα μέσα εκτός από την υποστήριξη δικτύων επιχειρηματικότητας που βασίζονται στην οικογένεια ή της τοπικής κοινωνίας.

Έτσι, μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα στο κοντινό περιβάλλον επηρεάζει αλλά δεν αποτελεί βασικό μοχλό για την επιχειρηματική επιλογή των νέων.

#### 4.9 Παρότρυνση από τους Γονείς

Σκοπός της ερώτησης είναι να εξετάσει σε ποιο βαθμό οι γονείς ενθαρρύνουν τους νέους να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα. Αυτή η ενθάρρυνση μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην απόφαση των νέων να ξεκινήσουν δική τους επιχείρηση. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 9 Ποσοστά στην ερώτηση "Σας έχουν παροτρύνει οι γονείς σας να ασχοληθείτε με την επιχειρηματικότητα;"

Η εξέταση των δεδομένων σχετικά με το πόσο συχνά οι γονείς πιέζουν τα παιδιά τους να ακολουθήσουν την επιχειρηματικότητα παρέχει σημαντικές πληροφορίες για μια από τις πτυχές που μπορούν να επηρεάσουν θετικά την απόφαση των νέων να ασχοληθούν με την αυτοαπασχόληση. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι τα άτομα έλαβαν ένα ορισμένο επίπεδο ενθάρρυνσης από τους γονείς που κυμαίνονταν από λιγότερη ενθάρρυνση έως πολύ ενθαρρυντικό επίπεδο.

Συγκεκριμένα, 31,7% των ερωτηθέντων είπε ότι οι γονείς τους δεν τους ενθάρρυναν ποτέ να γίνουν επιχειρηματίες. Αυτό το μεγάλο ποσοστό δείχνει ότι πιθανώς, ένα μεγάλο ποσοστό των νέων που φιλοδοξούν να γίνουν επιχειρηματίες μπορεί να μην έχουν την υποστήριξη των γονιών τους. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε διαφορά κουλτούρας ή ηλικίας, όπου οι γονείς μπορεί να προτιμούν τα παιδιά τους να αναλαμβάνουν τυπικές δουλειές σε σύγκριση με το ρίσκο να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.

Μόνο το 33,3% των ερωτηθέντων είπε ότι οι γονείς τους τους ενθάρρυναν να ασχοληθούν με αυτό το θέμα σε μέτριο βαθμό. Αυτή η ομάδα είναι η μεγαλύτερη και σύμφωνα με αυτούς οι γονείς τους είναι χλιαροί για τις προοπτικές της επιχειρηματικότητας. Αυτό το είδος ενθάρρυνσης μπορεί να είναι αρκετό για να δημιουργήσει το πρώτο κίνητρο και να δημιουργήσει μια θεμελιώδη βάση για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, εάν υποστηριχθεί περαιτέρω από εξωτερικά ερεθίσματα όπως μια εκπαίδευση και ένας μέντορας.

Συγκεκριμένα, το 20% των ερωτηθέντων παραδέχτηκε ότι οι γονείς τους τους υποστήριζαν μέτρια ώστε να γίνουν επιχειρηματίες. Αυτό σημαίνει μια συντηρητική ή αραιωμένη υποστήριξη, η οποία μπορεί να προέρχεται από αμφιβολίες ή έλλειψη εμπιστοσύνης στο επιχειρηματικό επάγγελμα. Αυτή η ενθάρρυνση, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, μπορεί να μην είναι αρκετή για να ενισχύσει από μόνη της ισχυρές επιχειρηματικές προθέσεις, αλλά μπορεί κάλλιστα να είναι ένας παράγοντας που συμβάλλει όταν τίθενται σε εφαρμογή πολλά κίνητρα. Το 7%, είπε ότι υπάρχει σημαντική ενθάρρυνση από τους γονείς προς τα παιδιά τους να ακολουθήσουν την επιθυμητή πορεία.

Αυτή η ομάδα έχει πιθανώς γονική υποστήριξη στο σπίτι, η οποία μπορεί να βοηθήσει πολύ στην υπερνίκηση όλων των σχετιζόμενων με την επιχειρηματικότητα, άλλωστε οι γονείς που υποστηρίζουν την πτυχή της επιχειρηματικότητας μπορεί επίσης να προσφέρουν κάποιες μορφές υποστήριξης, βοήθειας και επαφών που μπορεί να αυξήσουν τις πιθανότητες επιτυχίας των νέων επιχειρηματιών.

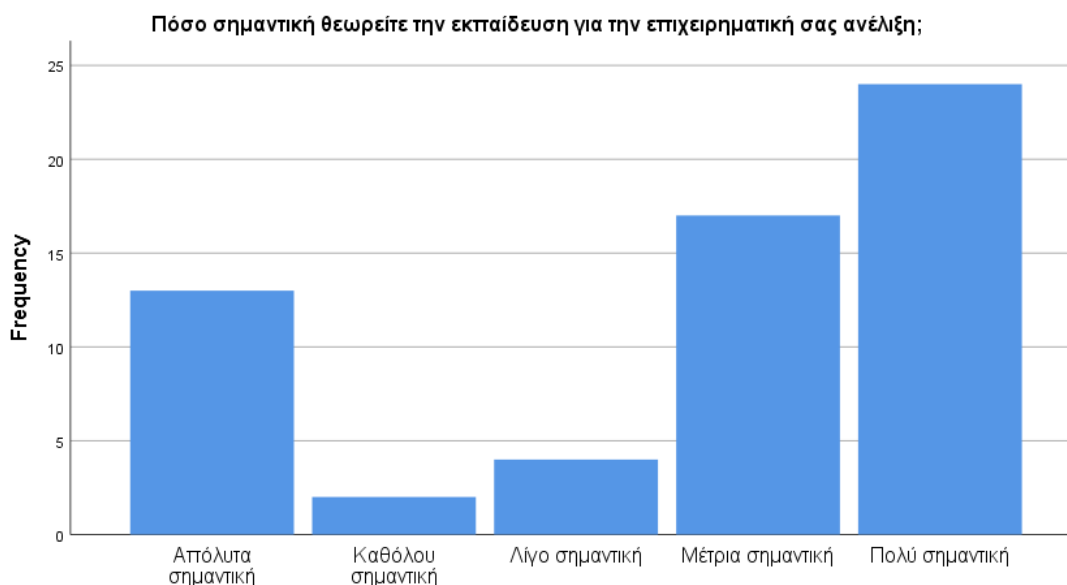
Τέλος, ένας πολύ μικρός αριθμός (3,3%) των ερωτηθέντων έχουν γονείς που τους υποστήριζαν «πάρα πολύ» για να δημιουργήσουν την δική τους επιχείρηση. Αυτή η ομάδα, ωστόσο, είναι η ελάχιστη με ένδειξη ότι μειώνει την υψηλότερη γονική υποστήριξη. Είναι πιθανό αυτή η έντονη ενθάρρυνση να είναι ο βασικός παράγοντας για την ανάπτυξη των προθέσεων και των ενεργειών ενός επιχειρηματία και σε συνθήκες που είναι ευνοϊκές για την ανάπτυξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Συμπερασματικά, μπορεί να ειπωθεί ότι τα αποτελέσματα της έρευνας υπογραμμίζουν το πλήρες φάσμα της επίδρασης των γονέων στην επιλογή των νέων να γίνουν επιχειρηματίες: έλλειψη ενθάρρυνσης για ισχυρή υποστήριξη. Η μέτρια διακύμανση στην ενθάρρυνση δείχνει ότι μπορεί να υπάρχουν και άλλοι στοιχειώδεις καθοριστικοί παράγοντες της επιχειρηματικής πρόθεσης εκτός από τη γονική επιρροή, αν και έδειξαν υψηλό επίπεδο ενθάρρυνσης. Παρόλο που παρέχεται ελάχιστη ή καθόλου ενθάρρυνση, άλλα ερεθίσματα που μπορεί να περιλαμβάνουν εκπαιδευτικές πρωτοβουλίες, όπως το Teen Business School που είναι ένα πρόγραμμα νεανικής επιχειρηματικότητας του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, μπορούν να δώσουν ένα πολύ θετικό κίνητρο.

Συγκεκριμένα, η θετική ενθάρρυνση και υποστήριξη είναι τα πιο σημαντικά για άτομα με μικρή ή καθόλου ενθάρρυνση για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητάς τους. Από την άλλη πλευρά, όσοι ενθαρρύνονται μέτρια ή πολύ λαμβάνουν έγκριση από τους γονείς που διαμορφώνει και ενισχύει την επιχειρηματική τους πορεία. Είναι σημαντικό για την ανάπτυξη συγκεκριμένων παρεμβάσεων με τους νέους, οι οποίες θα τους επιτρέψουν να τους δοθεί η ευκαιρία να σκεφτούν και να επιτύχουν στον τομέα της επιχειρηματικότητας, ακόμη και αν δεν έχουν γονική υποστήριξη.

#### **4.10 Σημασία της Εκπαίδευσης**

Σκοπός της ερώτησης είναι να διερευνήσει πόσο σημαντική θεωρείται η εκπαίδευση για την επιχειρηματική ανέλιξη των νέων. Η αντίληψη της σημασίας της εκπαίδευσης μπορεί να επηρεάσει την επιχειρηματική τους επιτυχία. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 10 "Ποσοστά στην ερώτηση "Πόσο σημαντική θεωρείτε την εκπαίδευση για την επιχειρηματική σας ανέλιξη; "

Όταν πρόκειται για την αντίληψη του ρόλου της εκπαίδευσης για τη συνολική επιχειρηματική ανάπτυξη, το 40% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι η εκπαίδευση είναι «πολύ σημαντική». Αυτό σημαίνει ότι ένα μεγάλο ποσοστό των νέων εκτιμά το γεγονός ότι η επίσημη εκπαίδευση παρέχει προοπτικές για απόκτηση των σχετικών γνώσεων και δεξιοτήτων για την επιχειρηματική δραστηριότητα. Αυτή η ομάδα πιθανώς έχει επίγνωση του γεγονότος ότι η εκπαίδευση αποτελεί μέρος αυτών των δεξιοτήτων επιχειρηματικής δραστηριότητας, λογιστικής, μάρκετινγκ και άλλων σχετικών επιχειρηματικών πληροφοριών. Η εστίαση στην εκπαίδευση μπορεί να εξηγηθεί από το ότι γνωρίζει και θέλει να σκεφτεί πώς μια σωστή εκπαίδευση θα τον/την κάνει να ξεπεράσει τις προκλήσεις που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα και ως εκ τούτου την πιθανότητα επιτυχίας.

Συνολικά το 28,3% των ερωτηθέντων βαθμολόγησαν την εκπαίδευση ως «μέτρια σημαντική». Αυτή η ομάδα ανθρώπων κατανοεί τη σημασία της απόκτησης εκπαίδευσης, αλλά μπορεί να πιστεύει ότι άλλοι παράγοντες όπως η εμπειρία μπορεί επίσης να είναι χρήσιμοι στην επιχειρηματικότητα. Για αυτούς τους ανθρώπους, η εκπαίδευση είναι ένα όπλο, αλλά δεν βασίζονται σε αυτήν για να αποφασίσουν για την τύχη της επιχείρησης. Αυτή η αντίληψη μπορεί να υποδηλώνει την ανάγκη ενσωμάτωσης της ακαδημαϊκής γνώσης με την πρακτική εμπειρία, την επαγγελματική καθοδήγηση και τα επιχειρηματικά δίκτυα.

Είναι ενδιαφέρον ότι 21,7% των ερωτηθέντων αξιολόγησε την εκπαίδευση ως «απολύτως σημαντική» για την επιχειρηματική τους πρόοδο. Αυτή η ομάδα κατέχει την εκπαίδευση ως το πιο πολύτιμο αγαθό, δείχνοντας την πεποίθηση για το γεγονός ότι χωρίς το κατάλληλο εκπαιδευτικό υπόβαθρο οι επιχειρηματικές πρωτοβουλίες τους δεν μπορούν να αποφέρουν τα μέγιστα αποτελέσματα. Τέτοιοι άνθρωποι μπορούν επομένως να ακολουθήσουν τριτοβάθμια εκπαίδευση και κατάρτιση, καθώς το θεωρούν κλειδί για την επιτυχία τους.

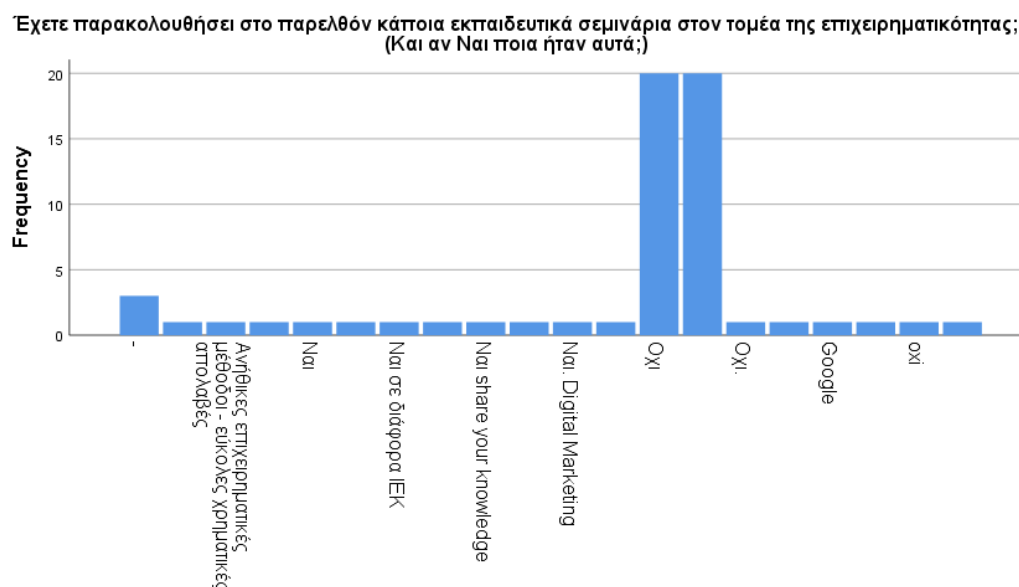
Το 7% είπε ότι η εκπαίδευση εξακολουθεί να είναι ένας μικρός παράγοντας που επηρεάζει την επιχειρηματική πρόοδο, όπου την έχουν αξιολογήσει μόνο ως «κάπως σημαντική». Από αυτούς τους ερωτηθέντες, το 3% είπε ότι «δεν είναι καθόλου σημαντικό». Αυτά μπορεί να επικεντρωθούν σε άλλους παράγοντες όπως η εμπειρία ή η ικανότητα ή οτιδήποτε άλλο εκτός από την εκπαιδευτική αρένα όταν πρόκειται για επιχειρηματικές δραστηριότητες. Αυτή η άποψη έχει επιπτώσεις στη σκέψη ότι η επιχειρηματικότητα ή το να είσαι επιχειρηματίας δεν έχει καμία σχέση με την απόκτηση κολεγιακής εκπαίδευσης. Υπονοεί επίσης το γεγονός ότι ίσως αυτή η ομάδα να επιλέξει την επιχειρηματικότητα εκτός από το επίσημο εκπαιδευτικό σύστημα.

Συνολικά, σύμφωνα με τις πληροφορίες που παρέχονται στην εργασία, οι νέοι επιδεικνύουν υψηλά επίπεδα συνειδητοποίησης της σημασίας της εκπαίδευσης στη μετέπειτα επιχειρηματική τους πρόοδο, ωστόσο, είναι μάλλον διαφοροποιημένοι στις αντιλήψεις τους για αυτόν τον παράγοντα. Η μεγαλύτερη ομάδα επιβεβαιώνει έντονα τη σημασία της εκπαίδευσης επιβεβαιώνοντας τη μεγάλη της σημασία για την απόκτηση των απαραίτητων επιχειρηματικών δεξιοτήτων. Ωστόσο, υπάρχει επίσης περίπου το 35% των ερωτηθέντων για τους οποίους η εκπαίδευση θεωρείται μέτρια σημαντική και ένα πενήντο 5% που θεωρεί την εκπαίδευση λιγότερο σημαντική. Με βάση αυτά τα ευρήματα, η ύπαρξη διαφορετικών μαθητών στην εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα μπορούν να επωφεληθούν από προσαρμοσμένα εκπαιδευτικά προγράμματα, ανάλογα με την προτίμησή τους για εκπαίδευση ή εμπειρία. Η εισαγωγή εκπαιδευτικών παρεμβάσεων που επικεντρώνονται σε αυτές τις διαφορές μπορεί να βοηθήσει στην κατάρτιση όλων των νέων που ξεκινούν τις επιχειρήσεις με επιθυμητές δεξιότητες απόδοσης στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες χωρίς να χρειάζεται να φοιτήσουν στο σχολείο.



## 4.11 Συμμετοχή σε Εκπαιδευτικά Σεμινάρια

Σκοπός της ερώτησης είναι να καταγράψει τη συμμετοχή των νέων σε εκπαιδευτικά σεμινάρια στον τομέα της επιχειρηματικότητας, γεγονός που μπορεί να ενισχύσει τις γνώσεις και τις δεξιότητές τους. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 11 Ποσοστά στην ερώτηση "Έχετε παρακολουθήσει στο παρελθόν κάποια εκπαιδευτικά σεμινάρια στον τομέα της επιχειρηματικότητας; (Και αν Ναι ποια ήταν αυτά;)"

Η συμμετοχή των νέων στα εκπαιδευτικά σεμινάρια αφιερωμένα στο θέμα της επιχειρηματικότητας επιτρέπει να εστιάσουν στις ευκαιρίες για την ενίσχυση των δεξιοτήτων και των γνώσεων σε αυτόν τον τομέα. Τα αποτελέσματα δείχνουν μια πολύ ευρεία κατανομή της εμπειρίας των ερωτηθέντων, αν και σημαντικό μέρος των συμμετεχόντων ανέφερε ότι δεν έχει παρακολουθήσει ποτέ τέτοια σεμινάρια.

Τα στοιχεία της έρευνας δείχνουν ότι ένας αρκετά μεγάλος αριθμός των ερωτηθέντων (66,7%) δήλωσε ότι δεν έχει παρακολουθήσει κανένα σεμινάριο σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Αυτή η πλειοψηφία συνεπάγεται μια πιθανότητα έλλειψης πρόσβασης ή πληροφοριών σχετικά με τη βελτίωση της αυτοεκπαίδευσής τους για να γίνουν καλύτεροι επιχειρηματίες. Αυτό μπορεί επίσης να σημαίνει ότι δεν υπάρχει αντιληπτή αξία τέτοιων σεμιναρίων και δείχνει ότι δεν υπάρχει αρκετή προώθηση των πλεονεκτημάτων όταν πρόκειται για εκπαιδευτικές ευκαιρίες. Αυτή η ιδέα σχετίζεται με μια άλλη αντίληψη που αφορά την ανάγκη επέκτασης και διάδοσης των εννοιών της επιχειρηματικότητας στους νέους, ίσως μέσω της παροχής πιο ενδιαφέροντος υλικού και στυλ, καθώς και μέσω της ενσωμάτωσης στο κανονικό πρόγραμμα σπουδών.

Από την άλλη πλευρά, οι υπόλοιποι δήλωσαν ότι έχουν παρακολουθήσει ένα ή περισσότερα σεμινάρια σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Όσον αφορά τα σεμινάρια που έχουν παρακολουθήσει οι συμμετέχοντες συμμετείχαν σε μια σειρά από διαφορετικούς τύπους σεμιναρίων. Πράγματι, ορισμένοι ερωτηθέντες επεσήμαναν τους ακριβείς τομείς ενδιαφέροντος όπως το «Ψηφιακό Μάρκετινγκ», «Μάρκετινγκ» και «Google», τονίζοντας ότι αυτά τα νεαρά άτομα αναζήτησαν τις ακριβείς πληροφορίες που θα μπορούσαν να τους φανούν χρήσιμες ως επιχειρηματίες. Κατά συνέπεια, η στοχευμένη προσέγγιση συνεπάγεται επίσης ότι, ενώ οι νέοι μπορούν να παρακολουθούν εκπαιδευτικά σεμινάρια, αυτό δεν είναι συνηθισμένο, καθώς επικεντρώνονται σε θέματα που θα αποδειχθούν χρήσιμα στο εγγύς μέλλον όταν δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά.

Μερικοί από τους ερωτηθέντες ανέφεραν επίσης παρακολούθηση σεμιναρίων σε διαφορετικά ιδρύματα όπως το «IEK» που είναι ακρωνύμιο του επαγγελματικού ιδρυτού ή μέσω άλλων οργανωμένων διαδικασιών όπως το «Teen Business School». Τέτοιες παρατηρήσεις αποκαλύπτουν ότι άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα, επίσημα και μη, μπορεί να προσφέρουν στους νέους μία επιχειρηματική εκπαίδευση. Ωστόσο, αυτά τα προγράμματα μπορεί να μην προσφέρονται συχνά ή να μην διαφημίζονται ευρέως, με αποτέλεσμα να μειωθούν οι πιθανότητες συμμετοχής ατόμων σε τέτοιες ασκήσεις.

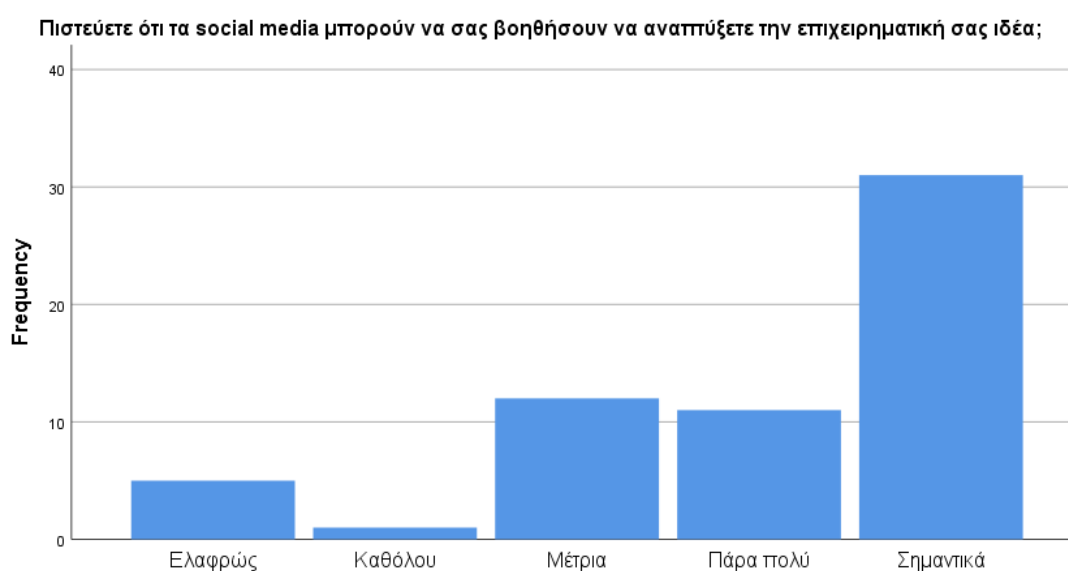
Τα δεδομένα περιλαμβάνουν επίσης περιγραφές λιγότερο τυπικών ή δυνητικά ακόμη και ανήθικων επιχειρηματικών σεμιναρίων, όπως αυτό που ονομάζεται "Ανήθικες επιχειρηματικές τεχνικές για σκοτεινούς τρόπους για να βγάλετε πολλά χρήματα." Αυτό απαιτούσε έντονο έλεγχο όταν πρόκειται να επιλέξετε τι είδους εκπαίδευση πρέπει να επιλέξουν οι νέοι επιχειρηματίες ώστε να διασφαλιστεί ότι τα μυαλά των νέων τυγχάνουν θετικών και ηθικών επιχειρηματικών πρακτικών.

Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι έτσι υπάρχει κάποιο ενδιαφέρον για εκπαιδευτικά σεμινάρια για την επιχειρηματικότητα μεταξύ των νέων, ωστόσο, το μέρος των ερωτηθέντων που δεν έχουν λάβει επαρκή συμμετοχή σε αυτές τις ευκαιρίες είναι αρκετά μεγάλο. Αυτό το κενό σημαίνει ότι υπάρχει ανάγκη για προώθηση της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα και ιδιαίτερα σε μορφές που είναι ελκυστικές για τους νέους. Μπορεί να είναι χρήσιμο η δημοσιοποίηση τέτοιων σεμιναρίων σε νέους με τρόπο που να εγγυάται τη συνάφεια, τη διαθεσιμότητα και τα ηθικά τους πρότυπα για τη βέλτιστη καλλιέργεια του επιχειρηματικού δυναμικού τους, μπορεί να βοηθήσει τους νέους να αντέξουν τη δοκιμασία στις επιχειρηματικές τους

δραστηριότητες. Επιπλέον τα σχολεία, τα κολέγια και οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής μπορούν να σκεφτούν να προσφέρουν αυξημένες και πιο δομημένες δράσεις επιχειρηματικότητας εντός του προγράμματος σπουδών ή να ενθαρρύνουν ένα πιο εμφανές σύστημα μέσω του οποίου οι νέοι μπορούν να έχουν πρόσβαση σε τέτοιους πόρους έξω από την τάξη.

## 4.12 Ρόλος των Social Media

Σκοπός της ερώτησης είναι να εξετάσει την άποψη των νέων για τη χρήση των social media ως εργαλείο ανάπτυξης επιχειρηματικής ιδέας. Η αποδοχή των social media ως επιχειρηματικό εργαλείο μπορεί να είναι κρίσιμη για τη στρατηγική τους. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 12 Ποσοστά στην ερώτηση "Πιστεύετε ότι τα social media μπορούν να σας βοηθήσουν να αναπτύξετε την επιχειρηματική σας ιδέα;"

Έτσι, η κατανόηση των δεδομένων σχετικά με τις αντιλήψεις των νέων για τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την ανάπτυξη των επιχειρηματικών τους ιδεών είναι κρίσιμη για την κατανόηση του ρόλου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη σύγχρονη επιχειρηματικότητα. Σύμφωνα με τις απαντήσεις, υπάρχει μια αρκετά μεγάλη εμπιστοσύνη στην αναγνώριση του ρόλου του SM στην επιχειρηματική ανάπτυξη που οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες ήταν πρόθυμοι να αναγνωρίσουν. Πάνω από το ήμισυ των ερωτηθέντων 51,7% αυτών πιστεύει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να τον βοηθήσουν στις επιχειρηματικές τους επιδιώξεις με «πολύ αποτελεσματικό» τρόπο. Αυτό σημαίνει ότι οι περισσότεροι νέοι

κατανοούν τη σημασία των κοινωνικών πλατφορμών για τη διάδοση του όρου στον ευρύτερο πληθυσμό, τη δημιουργία ευαισθητοποίησης και την προσέλκυση πιθανών πελατών. Για αυτήν την ομάδα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να θεωρηθούν μόνο ως ένα ουσιαστικό όπλο στο οπλοστάσιό τους, καθώς μπορούν να καλύψουν το κόστος μάρκετινγκ και να απολαύσουν άμεση σύνδεση με τους καταναλωτές. Αυτό το ποσοστό δείχνει το γεγονός ότι, για πολλούς από τους νέους επιχειρηματίες, η αποτελεσματική διαχείριση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης θεωρείται θεμελιώδης για τη λειτουργία οποιασδήποτε επιχείρησης.

Περίπου το 18,3% των ερωτηθέντων είπε ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να τους βοηθήσουν σε «πολύ» μεγάλο βαθμό στην υλοποίηση των επιχειρηματικών τους ιδεών. Αυτή η ομάδα είναι ελαφρώς μικρότερη, αλλά έχει μια πολύ παρόμοια γνώμη σχετικά με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία μπορεί να θεωρηθούν όχι μόνο ως εργαλείο μάρκετινγκ, αλλά ως δικτύωση, συνεργασία και ακόμη και ως πηγή καταϊγισμού ιδεών και πλατφόρμα επικύρωσης ιδεών. Η απάντηση στην ερώτηση σχετικά με το ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην επιτυχία της επιχειρηματικής νοοτροπίας μεταξύ των σημερινών νέων ανήλθε σε 70 τοις εκατό με το 27 τοις εκατό να αξιολογεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως πολύ επιδραστικά και το 43 τοις εκατό ως σημαντικά.

Από την άλλη πλευρά, το 20% των ερωτηθέντων που είδαν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παίζουν τον ρόλο της μέτριας σημασίας στη διαμόρφωση επιχειρηματικών ιδεών. Αυτή η ομάδα μπορεί να έχει θετική στάση απέναντι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά δεν τα βλέπει ως το μοναδικό ή το πιο σημαντικό εργαλείο στο επιχειρηματικό τους οπλοστάσιο. Μπορούν να το συμπληρώσουν με άλλες προσεγγίσεις που περιλαμβάνουν τη συμβατική διαφήμιση, την αυτοπροώθηση ή την απευθείας πώληση σε άτομα πρόσωπο με πρόσωπο. Αυτή η γραμμή σκέψης συνεπάγεται μια ευρύτερη στρατηγική επιχειρηματικής ανάπτυξης, σύμφωνα με την οποία τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα εργαλείο που είναι ωφέλιμο αλλά όχι το πρωταρχικό.

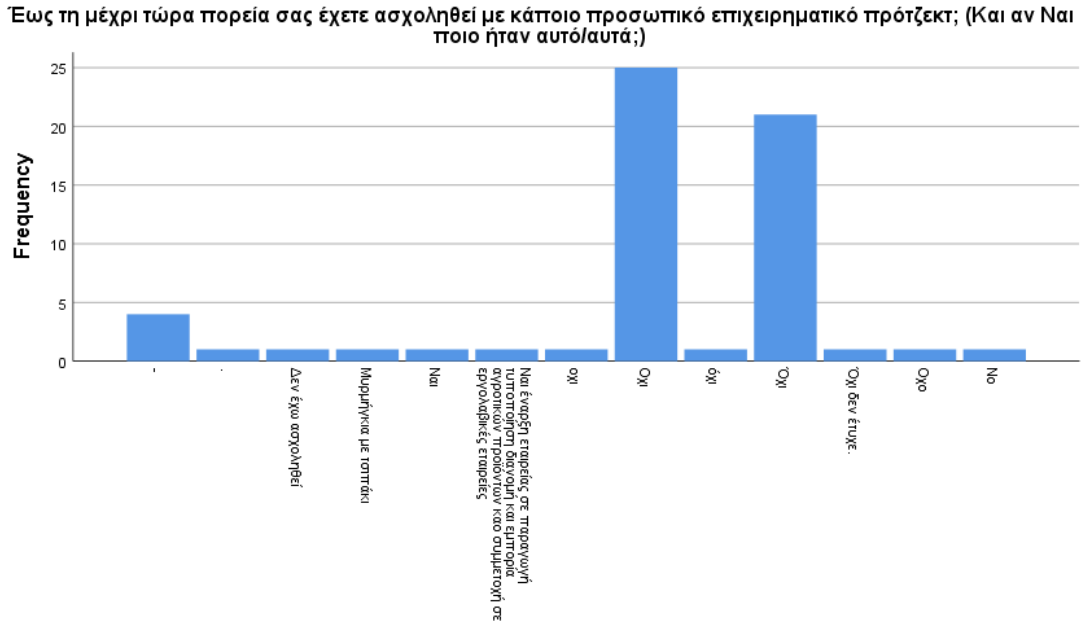
Το 3%, πιστεύει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα τους ωφελούσαν στις επιχειρηματικές τους προσπάθειες σε βαθμό «λίγο». Το 7% είπε ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν θα τους ωφελούσαν. Τέτοιες απαντήσεις υποδηλώνουν ότι ορισμένοι νέοι είτε αποτυγχάνουν να κατανοήσουν τις ευκαιρίες που υπάρχουν στις επιχειρήσεις και τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είτε δραστηριοποιούνται σε κλάδους όπου η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ασήμαντη. Αυτό θα μπορούσε

επίσης να οφείλεται στην κλίση ορισμένων οργανισμών προς πιο συμβατικές προσεγγίσεις για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων ή στη χαμηλή αυτοπεποίθηση για την καλή χρήση των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης.

Έτσι, τα ερευνητικά στοιχεία υποστηρίζουν την υποτιθέμενη δυνατότητα εφαρμογής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως βασικού παράγοντα για την ανάπτυξη των επιχειρηματικών αντιλήψεων των νέων, καθώς το 70% των συμμετεχόντων θεώρησε τη σημασία τους ως σημαντική ή πολύ σημαντική. Αυτό είναι μια άλλη απόδειξη γιατί οι νέοι επιχειρηματίες χρειάζονται δεξιότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να αγκαλιάσουν το κυνήγι της κοινωνίας. Οι διαφορές παρουσιάζουν επίσης ένα γεγονός ότι, αν και τα social media είναι σημαντικά, δεν θεωρούνται από όλους ότι είναι το κλειδί για την επιχειρηματική επιτυχία. Έτσι, καθίσταται πολύ σημαντικό να παρέχουμε στους νέους επιχειρηματίες ένα ευρύ φάσμα εκπαιδευτικού υλικού και βοήθειας για να συνδυάσουν αποτελεσματικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με άλλες μορφές διαχείρισης μέσων μέσα σε ένα συνολικό επιχειρηματικό σχέδιο.

#### **4.13 Προσωπικά Επιχειρηματικά Πρότζεκτ**

Σκοπός της ερώτησης είναι να καταγράψει αν οι νέοι έχουν ασχοληθεί με προσωπικά επιχειρηματικά πρότζεκτ, στοιχείο που μπορεί να αποτελεί δείκτη επιχειρηματικού πνεύματος και εμπειρίας. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 13 Ποσοστά στην ερώτηση "Έως τη μέχρι τώρα πορεία σας έχετε ασχοληθεί με κάποιο προσωπικό επιχειρηματικό πρότζεκτ; (Και αν Ναι ποιο ήταν αυτό/αυτά;)"

Η πλειονότητα των νέων δεν έχει μνηθεί ποτέ στον επιχειρηματικό κόσμο με το 58,3% να είτε, «όχι» ή λόγια για το σκοπό αυτό. Αυτό υποδηλώνει ότι αρκετοί νέοι δεν είχαν την ευκαιρία ή το κίνητρο να επιχειρήσουν μέχρι τώρα. Μια σχετικά μικρή ομάδα (περίπου 13,3%) συμμετείχε σε οποιοδήποτε έργο, όπως η είσοδος σε οποιαδήποτε επιχείρηση, όπως η ίδρυση μιας εταιρείας ή η συμμετοχή σε οποιοδήποτε είδος γεωργικής ή εργολαβικής επιχείρησης. Αυτή η παρατήρηση μπορεί να σημαίνει ότι μπορεί να υπάρχουν περιορισμένες πιθανότητες ή πόροι για την ανάπτυξη των επιχειρηματικών εγχειρημάτων.

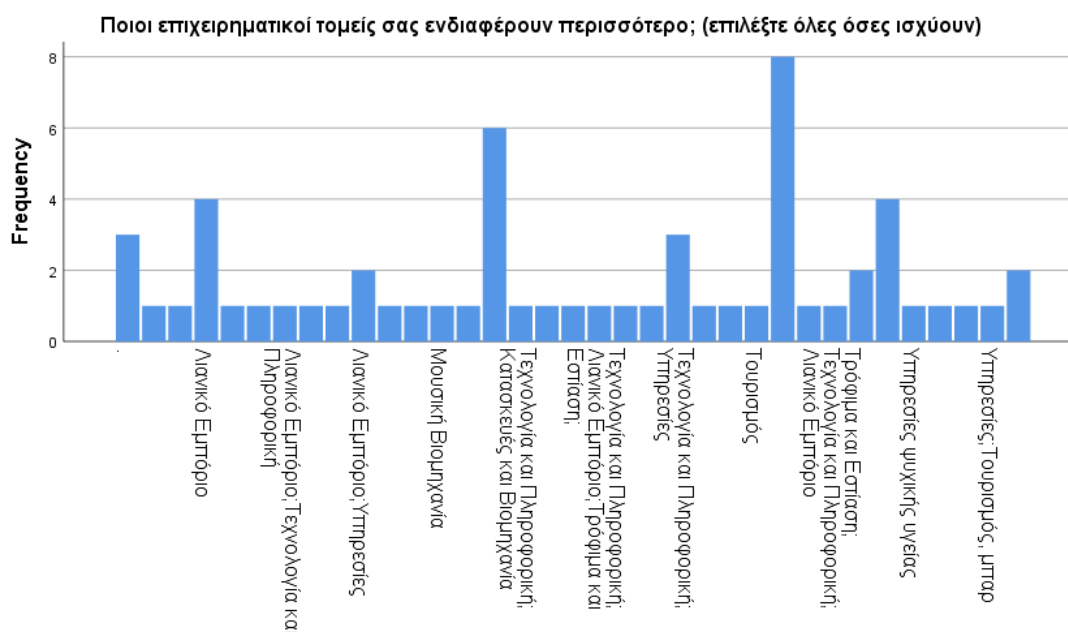
Ειδικότερα, ότι ένα τόσο μικρό μέρος της νεολαίας έχει εμπειρία στην ιδιοκτησία προσωπικών επιχειρήσεων υποδηλώνει την έλλειψη επιχειρηματικής δραστηριότητας σε αυτόν τον τομέα παρά τις φιλοδοξίες για ανάπτυξη του. Αυτό υποδεικνύει την ανάγκη για διερεύνηση περισσότερων εκπαιδευτικών πρωτοβουλιών και την κατάρτιση προγραμμάτων υποστήριξης που θα προωθήσουν την απόκτηση επιχειρηματικών χαρακτηριστικών για τους νέους και θα τους δώσουν ευκαιρίες να πειραματιστούν με βιώσιμα επιχειρηματικά μοντέλα.

Οι απαντήσεις υποδηλώνουν επίσης ότι μπορεί να υπάρχουν χαμηλά επίπεδα συνειδητοποίησης ή ακόμη και εμπειρίας σχετικά με την επιχειρηματικότητα ως επιλογή σταδιοδρομίας. Ίσως θα μπορούσε να καλυφθεί προσφέροντας πιο αποτελεσματική εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα στο σχολικό σύστημα και

αφιερώνοντας περισσότερο χρόνο και προσπάθεια για να προσφέρουμε στους μαθητές την ευκαιρία, τις συμβουλές και τα εργαλεία να ξεκινήσουν τις επιχειρήσεις τους. Επιπλέον, η δημιουργία και η προώθηση της επιχειρηματικής συνείδησης από την παιδική ηλικία θα μπορούσε να βοηθήσει στην οικοδόμηση μιας σωστής γενιάς με γνώμονα την οικονομία που προετοιμάζεται να αποτελέσει τη δύναμη της εξέλιξης μέσω νέων εγχειρημάτων. Συνολικά, όσον αφορά τα στοιχεία που παρέχονται, υπάρχουν προφανείς εκκλήσεις για ενίσχυση της αποτελεσματικότητας του πλαισίου για την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας των νέων.

#### 4.14 Ενδιαφέροντες Επιχειρηματικοί Τομείς

Σκοπός της ερώτησης είναι να αναδείξει τους επιχειρηματικούς τομείς που προσελκύουν περισσότερο το ενδιαφέρον των νέων. Η γνώση των προτιμήσεων αυτών μπορεί να βοηθήσει στη διαμόρφωση στοχευμένων προγραμμάτων υποστήριξης. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 14 Ποσοστά στην ερώτηση "Ποιοι επιχειρηματικοί τομείς σας ενδιαφέρουν περισσότερο; (επιλέξτε όλες όσες ισχύουν)"

Κατανοώντας τα δεδομένα που συλλέγονται για τους τομείς που οι νέοι θεωρούν σημαντικούς σε επιχειρήσεις, αποκτά κανείς μια σαφή εικόνα για το πού συγκεντρώνουν τις επιχειρηματικές τους προσπάθειες. Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τέτοιες προτιμήσεις για να δημιουργήσουμε επαρκώς προγράμματα υποστήριξης που θα ανταποκρίνονται στις επιθυμίες και τους στόχους των νέων

επιχειρηματιών. Μερικά από τα πιο δημοφιλή ενδιαφέροντα είναι εμφανή από τις απαντήσεις, ενώ άλλοι τομείς φαίνεται να είναι οι πιο ευνοϊκοί για αυτό το δημογραφικό.

Ως προς τα αποτελέσματα, μπορεί κανείς να επισημάνει ένα αρκετά υψηλό επίπεδο ενδιαφέροντος στον τομέα της Τεχνολογίας και της Πληροφορικής (IT). Τώρα, αυτός ο τομέας έλαβε πολύ μεγάλη προσοχή με το 10% των συμμετεχόντων να τονίζει αυτό ως τον κύριο τομέα ενδιαφέροντος τους. Ομοίως, πολλές άλλες απαντήσεις συνδύασαν την Τεχνολογία ή την Πληροφορική μαζί με άλλα πεδία που ενίσχυσαν την ευελιξία και την εφαρμογή της σε διαφορετικούς τομείς. Αυτή η τάση είναι σύμφωνη με την κυριαρχία της πληροφορικής στη σύγχρονη οικονομία όπου οι επιχειρηματίες υιοθετούν την τεχνολογία ως επιχειρηματικό εργαλείο που δημιουργεί νέες ιδέες που βοηθούν στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στις επιχειρήσεις. Αυτό μπορεί να αποδοθεί στο γεγονός ότι οι περισσότερες βιομηχανίες έχουν ενσωματώσει τεχνολογία στις δραστηριότητές τους σε συνδυασμό με τη διαθεσιμότητα διαδικτυακών πλατφορμών και τις δυνατότητες που προσφέρουν οι καινοτόμες τεχνολογίες, όπως η τεχνητή νοημοσύνη, η αλυσίδα μπλοκ και το διαδίκτυο των πραγμάτων, μεταξύ άλλων. Για τη νέα γενιά, η τεχνολογία είναι η καλύτερη επιλογή για επιχειρηματική δραστηριότητα, επειδή όχι μόνο ο κλάδος έχει υψηλές αποδόσεις, αλλά επιβεβαιώνει επίσης την κατανόηση της ψηφιακής τεχνολογίας από τους νέους.

Συγκεκριμένα, τα Τρόφιμα και Ποτά αναδείχθηκαν επίσης σε μία από τις κορυφαίες κατηγορίες ή τομείς ενδιαφέροντος με 13,3% των ερωτηθέντων. Ο παραπάνω τομέας μπορεί να είναι δημοφιλής λόγω της μεγάλης ζήτησης για προϊόντα και υπηρεσίες τροφίμων και ποτών, εξ ου και του αριθμού και της ποικιλίας των δυνατοτήτων συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών τροφίμων, της παραγωγής και της πώλησης. Κάποιος μπορεί επίσης να βάλει τη δημοτικότητά του στην παγκόσμια αλλαγή στις δίαιτες, στους ανθρώπους που αγκαλιάζουν πιο υγιεινά γεύματα, τα βιολογικά τρόφιμα και έχουν μεγαλύτερη επίγνωση της βιωσιμότητάς τους. Επιπλέον, η βιομηχανία τροφίμων και ποτών είναι μια ανοιχτή γραμμή για νεοσύστατες επιχειρήσεις, καθώς μπορεί να δημιουργηθεί σε μικρή κλίμακα για μια τοπική αγορά και μπορεί επίσης να προωθηθεί σε μεγαλύτερη κλίμακα για μια σύνθετη επιχείρηση για όσους έχουν πάθος και κεφάλαιο για αυτήν .

Ο τομέας του λιανικού εμπορίου, συμπεριλαμβανομένου του ηλεκτρονικού εμπορίου, ήταν ένα άλλο πολλά υποσχόμενο θέμα ενδιαφέροντος. Το λιανικό εμπόριο συνέχισε να είναι σημαντικό για την οικονομία σε ολόκληρη τη χώρα και σε όλο τον



κόσμο και η νέα εποχή του e-tailing έχει απλώς ανοίξει νέες δυνατότητες για τον τομέα του λιανικού εμπορίου. Αυτό οφείλεται ίσως στο ότι οι επιχειρήσεις λιανικής και ηλεκτρονικού εμπορίου μπορούν εύκολα να ξεκινήσουν, καθώς απαιτούν λίγα κεφάλαια, μπορούν να έχουν πρόσβαση στις παγκόσμιες αγορές και έχουν ευελιξία στα λειτουργικά τους μοντέλα. Η πρόσφατη κίνηση προς το ψηφιακό εμπόριο, που έγινε πιο αισθητή λόγω της πανδημίας COVID-19, ενίσχυσε μόνο την ανάγκη για κυρίαρχες διαδικτυακές παρουσίες, γεγονός που καθιστά το λιανικό ένα μάλλον ελκυστικό επιχειρηματικό μοντέλο για όσους επιδιώκουν να εκμεταλλευτούν τις καταναλωτικές τάσεις και τις νέες τεχνολογίες.

Ο τομέας των Υπηρεσιών προσέλκυσε επίσης μεγάλη προσοχή. Σε αυτόν τον τομέα μόνο το 7% των ερωτηθέντων ανέφερε την προτίμησή του. Οι υπηρεσίες νοούνται με μια πολύ ευρεία έννοια ως δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών, αυτές είναι επαγγελματικές υπηρεσίες, συμβουλευτικές υπηρεσίες, φιλοξενία και πολλά άλλα. Η δύναμη αυτού του τομέα είναι η γενικευμένη φύση του καθώς και η δυνατότητα να βρει νέους τρόπους δημιουργίας αξίας για τους καταναλωτές. Πολλοί νέοι, επομένως, προτιμούν να ξεκινήσουν επιχειρήσεις που βασίζονται σε υπηρεσίες, δεδομένου ότι αυτού του είδους οι επιχειρήσεις είναι συγκριτικά φθηνότερες για να εμπλακούν σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις που βασίζονται σε προϊόντα. Περιλαμβάνει άμεση επαφή με τους πελάτες και παρέχει ευέλικτες υπηρεσίες με μοναδικό τμήμα, αυτό θα είναι πιο προτιμότερο από εκείνους τους ανθρώπους που προσπαθούν να οικοδομήσουν ισχυρές σχέσεις με τους πελάτες και που θα ήθελαν να προσφέρουν συγκεκριμένες λύσεις.

Ωστόσο, υπήρξαν 6 ερωτηθέντες που έδειξαν ενδιαφέρον για τομείς που σχετίζονται κάπως και συνδυάζουν διάφορους τομείς ενδιαφέροντος, για παράδειγμα Τεχνολογία & Πληροφορική & Λιανικό εμπόριο ή Τρόφιμα & Ποτά & Τεχνολογία & IT. Αυτοί οι συνδυασμοί δείχνουν τη συνειδητοποίηση των σχέσεων που υπάρχουν μεταξύ των διαφόρων βιομηχανιών στο σημερινό επιχειρηματικό περιβάλλον. Για παράδειγμα, η χρήση της τεχνολογίας στον τομέα του λιανικού εμπορίου μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, του ψηφιακού μάρκετινγκ καθώς και της αλυσίδας εφοδιασμού αυξάνεται γρήγορα. Με τον ίδιο τρόπο βλέπουμε αναστάτωση σε όλη την αλυσίδα αξίας στη βιομηχανία τροφίμων και ποτών, ειδικά με εταιρείες όπως οι διαδικτυακές υπηρεσίες παράδοσης φαγητού και οι startup εταιρείες τεχνολογίας τροφίμων που δίνουν έμφαση στη βιωσιμότητα και την υγεία. Αυτή η προθυμία που επιδεικνύεται από τα νεαρά μυαλά να τολμήσουν σε τέτοιους τομείς δείχνει ότι είναι ανοιχτόμυαλοι και

συνειδητοποιούν τα οφέλη που θα μπορούσαν να προκύψουν από τη συγχώνευση ιδεών από διαφορετικούς τομείς.

Ένα από τα άλλα προφανή πεδία που έχουν εντοπιστεί από τα δεδομένα είναι η Κατασκευή και η Βιομηχανία. Η εικοστή επιλογή εξακολουθεί να χρωματίζεται από λίγους ερωτηθέντες και όσους πιστεύουν στην ανάπτυξη αυτών των συμβατικών τομέων της οικονομίας όπως η τεχνολογία και τα τρόφιμα και τα ποτά. Αποδεικνύεται ότι οι κατασκευές και η βιομηχανία είναι τα δομικά στοιχεία της οικονομικής ανάπτυξης και έχουν πολλές προοπτικές ανάπτυξης, ιδίως εστιάζοντας σε πιο πράσινες κατασκευαστικές τεχνικές, έξυπνες δομές και σύγχρονες τεχνολογίες παραγωγής. Όσοι νέοι ενδιαφέρονται για αυτόν τον τομέα μπορεί να ωθούνται από την επιθυμία να συμμετάσχουν σε «μεγάλα έργα», να παράγουν προϊόντα μακράς διάρκειας με θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία ή να αναλάβουν δραστηριότητες που υποστηρίζουν την πρόοδο των υποδομών.

Το θέμα περιελάμβανε επίσης τομείς εξειδικευμένου ενδιαφέροντος, όπως η Μουσική Βιομηχανία, οι Υπηρεσίες Ψυχικής Υγείας και η Περιβαλλοντική Αειφορία μεταξύ άλλων. Οι άνθρωποι αυτών των τομέων δεν είναι τόσο πολυάριθμοι και αντιπροσωπεύουν την επιχειρηματική δραστηριότητα στους τομείς που έχουν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα ή ανάγκες σε μια δεδομένη κοινωνία. Για παράδειγμα, ο τομέας της μουσικής παρέχει την ευκαιρία να κάνει κανείς τις επιχειρήσεις από το πάθος του, ενώ οι ευκαιρίες για υπηρεσίες ψυχικής υγείας δείχνουν την εκτίμηση της αξίας της ψυχικής υγείας καθώς και την ανάγκη για προσιτές ποιοτικές υπηρεσίες. Η περιβαλλοντική βιωσιμότητα κερδίζει σταδιακά ιδιαίτερη προσοχή για τον οργανισμό καθώς οι οντότητες πελατών και επενδυτών γίνονται πράσινες. Οι επιχειρηματίες σε αυτόν τον τομέα μπορεί πιθανότατα να παρακινούνται από το πάθος να λύσουν περιβαλλοντικά ζητήματα και να επιτύχουν επιτεύγματα στην επιχείρηση που οικοδομούν.

Συνοψίζοντας, η προτίμηση των τομέων από τα νεαρά άτομα όσον αφορά την επιχειρηματικότητα είναι μάλλον ευρεία: η τεχνολογία και η πληροφορική, το F&B, τα περιβάλλοντα λιανικής και οι υπηρεσίες παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον για νέους εκκολαπτόμενους επιχειρηματίες. Αυτά τα γεγονότα δείχνουν μόνο την ανάγκη παροχής κατάλληλης βοήθειας και διευκολύνσεων που είναι κατάλληλες για νέους που διευθύνουν επιχειρήσεις της επιλογής τους σε διαφορετικούς τομείς. Επικεντρωμένη στον κλάδο κατάρτιση, συμβουλές και εταιρικές συνδέσεις που συνήθως προσφέρονται μέσω των προγραμμάτων επιχειρηματικότητας θα μπορούσαν να είναι ζωτικής

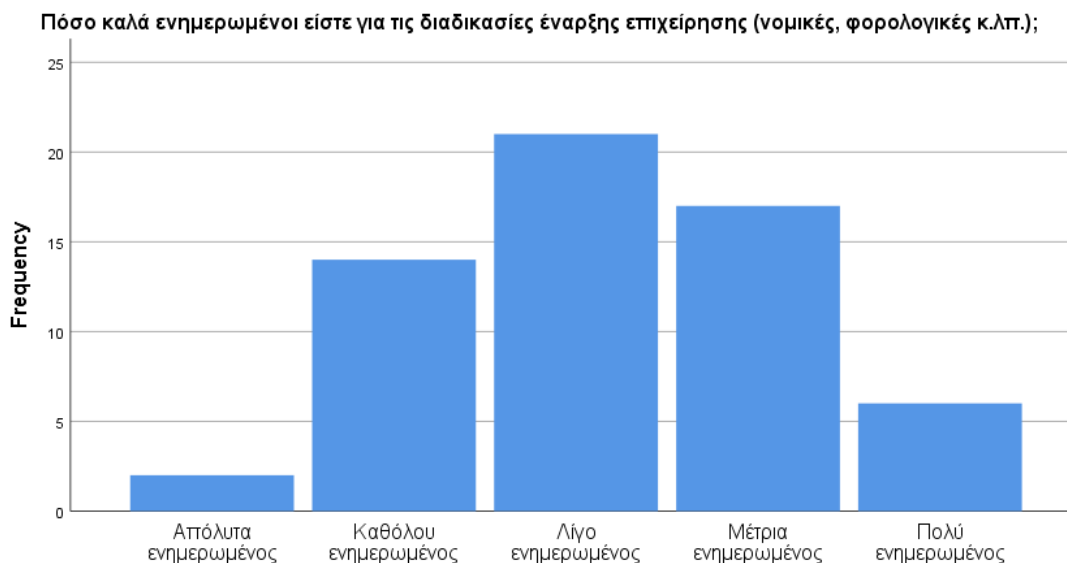
σημασίας για να βοηθήσουν τη νέα επιχειρηματικότητα να αποκτήσει την απαιτούμενη εμπειρία που χρειάζεται για να διαχειριστεί καλά τις νεοφυείς εταιρείες τους στους τομείς εξειδίκευσής τους.

Επιπλέον, τα αποτελέσματα αποκαλύπτουν ότι οι μικροεπιχειρήσεις των νέων δεν συνδέονται μόνο με τους συμβατικούς τομείς των επιχειρήσεων, αλλά υπάρχουν νέες συνεργασίες με τους τομείς που μπορούν να θεωρηθούν συνδεδεμένοι αλλά διαφορετικοί, για παράδειγμα, η τεχνολογία με τα τρόφιμα ή τον κλάδο λιανικής. Αυτή η τάση υπογραμμίζει την ανάγκη να υποστηριχθεί η διατομεακή προσέγγιση σχετικά με τη στροφή προς την εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα και την περαιτέρω δημιουργία ευρέως διαδεδομένων αντιλήψεων σχετικά με τις πιθανές ικανότητες των νέων να δημιουργήσουν νέες επιχειρηματικές λύσεις.

Ως εκ τούτου, τα συμπεράσματα που προτείνονται εδώ θα χρησιμεύσουν ως βάση γνώσεων που θα καθοδηγούν μελλοντικές προσπάθειες για το σχεδιασμό και την εφαρμογή στοχευμένων προγραμμάτων που απευθύνονται σε νέους καινοτόμους για να τους βοηθήσουν να επιτύχουν τα όνειρα και τα οράματά τους για την επίτευξη επιτυχίας στα επαγγέλματα που έχουν επιλέξει. Δίνοντας προσοχή στις ανάγκες και τις επιθυμίες αυτών των νέων επιχειρηματιών, είναι δυνατό να καταλήξουμε σε ένα περιβάλλον που να ενθαρρύνει την ανάπτυξη των επιχειρηματιών και των προγραμματιστών επόμενης γενιάς.

#### **4.15 Ενημέρωση για Διαδικασίες Έναρξης Επιχείρησης**

Σκοπός της ερώτησης είναι να εξετάσει πόσο ενημερωμένοι είναι οι νέοι για τις νομικές και φορολογικές διαδικασίες έναρξης επιχείρησης, γνώση που είναι κρίσιμη για την επιτυχή εκκίνηση της επιχείρησής τους. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 15 Ποσοστά στην ερώτηση "Πόσο καλά ενημερωμένοι είστε για τις διαδικασίες έναρξης επιχείρησης (νομικές, φορολογικές κ.λπ.);"

Η ανάλυση των διαθέσιμων δεδομένων σχετικά με τους νέους στις νομικές και φορολογικές διαδικασίες για να ανοίξουν τη δική τους επιχείρηση είναι επίσης πολύ κατατοπιστική για την αξιολόγηση του επιπέδου ετοιμότητάς τους για επιχειρηματικότητα. Αυτού του είδους η πληροφόρηση είναι σημαντική αφού η γνώση τέτοιων διαδικασιών είναι ζωτικής σημασίας για την ίδρυση και τη λειτουργία μιας επιχείρησης.

Αυτές οι πληροφορίες δείχνουν ξεκάθαρα ότι όσοι νέοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο αισθάνονται πολύ καλύτερα ενημερωμένοι για αυτές τις σημαντικές διαδικασίες. Μόνο ένα κλάσμα του συνολικού ποσοστού που είναι περίπου το 3% της συνολικής δύναμης των μαθητών επωφελείται από την απαλλαγή από αυτό το σύστημα. Το 3 τοις εκατό ισχυρίστηκε ότι ήταν «απόλυτα ενημερωμένο» για τις νομικές και φορολογικές απαιτήσεις που απαιτούνται στο επιχειρηματικό εγχείρημα. Αυτή η μειοψηφία υποδηλώνει ότι μόνο λίγοι νέοι που ασχολούνται με τις επιχειρήσεις είναι απόλυτα σίγουροι για τη γνώση της γραφειοκρατίας που συνδέεται με τη δημιουργία επιχειρήσεων. Αυτά τα άτομα μπορούν να υποθέσουμε ότι έχουν συναντήσει ορισμένους πόρους, εκπαίδευση ή καθοδήγηση που τους έχουν εξοπλίσει με επαρκή γνώση αυτών των διαδικασιών, και έτσι τους έχουν τοποθετήσει καλά για να ανταποκριθούν στις προκλήσεις της εκκίνησης επιχειρήσεων.

Ωστόσο, μια πιο ανησυχητική τάση είναι ότι ένα επιπλέον 23,3% δήλωσε ότι «δεν ήταν καθόλου ενημερωμένο» για αυτές τις διαδικασίες. Ένα τόσο μεγάλο ποσοστό

σημαίνει ότι υπάρχουν πολλοί άνθρωποι που με τον ένα ή τον άλλο τρόπο στερούνται σημαντικές πληροφορίες που θα αποτελέσουν πιθανό εμπόδιο στη δημιουργία μιας επιχείρησης. Σε αυτούς τους ανθρώπους, οι διατυπώσεις των νόμων και των φόρων μπορεί να φαίνονται περίπλοκες και μπορεί να καταλήξουν να τους αποθαρρύνουν από το να ξεκινήσουν μια επιχείρηση. Αυτή η έλλειψη πληροφοριών θα μπορούσε να αποδοθεί σε μια σειρά ζητημάτων, συμπεριλαμβανομένης της έλλειψης γνώσης επί του θέματος, της έλλειψης βιβλιογραφίας ή βιβλιογραφίας που είναι δύσκολο να βρεθεί ή η καθαρή αντίληψη ότι οι διαδικασίες εγγραφής μιας επιχειρηματικής οντότητας είναι περίπλοκες.

Επιπλέον, το 35% των ερωτηθέντων αυτοκατηγοριοποιήθηκε ως «λίγο ενημερωμένοι» για τις διαδικασίες ενώ το 28% ως «μέτρια ενημερωμένο». Σε συνδυασμό, αυτές οι δύο ομάδες κυριάρχησαν στις απαντήσεις και επισήμαναν ότι ακόμα κι αν υπάρχουν νέοι με κάποια ιδέα για το τι αναμένεται από αυτούς, είναι απίθανο να έχουν επαρκείς πληροφορίες για να είναι πλήρως προετοιμασμένοι για τις εμπλεκόμενες διαδικασίες. Αυτοί οι άνθρωποι μπορεί να έχουν κάποια ιδέα για το τι έπεται. Για παράδειγμα, μπορεί να γνωρίζουν πώς να εγγράφουν μια επιχείρηση, να γνωρίζουν τις φορολογικές τους υποχρεώσεις ή τις νομικές απαιτήσεις, αλλά δεν γνωρίζουν τις λεπτομέρειες ή τις δυσκολίες που μπορεί να προκύψουν. Τέτοιες πληροφορίες μπορεί να είναι επαρκείς για την αρχή, αλλά αν αντιμετωπίσουν βαθύτερα νομικά ή φορολογικά προβλήματα στο μέλλον, θα βρεθούν αντιμέτωποι με ένα μεγάλο ταρακούνημα.

Τέλος, το 10% των ερωτηθέντων απάντησε ότι είναι «πολύ ενημερωμένο» για τις νομικές και φορολογικές διαδικασίες. Παρά το γεγονός ότι αυτός ο αριθμός δεν είναι τόσο υψηλός όσο οι μέτρια ή ελαφρώς ενημερωμένοι ερωτηθέντες, αυτή η ομάδα αποδεικνύει την υπόθεσή μας ότι οι νέοι επιχειρηματίες αισθάνονται αισιόδοξοι για τις γνώσεις τους για αυτές τις διαδικασίες. Αυτή η εμπιστοσύνη μπορεί να αποδοθεί στη διδασκαλία από προηγούμενη εμπειρία, περαιτέρω σπουδές ή προσωπική έρευνα και μάθηση από κάποιον που είχε προηγούμενη εμπειρία στην επιχείρηση, για παράδειγμα, σε συνεργασία με μια οικογενειακή επιχείρηση.

Ως εκ τούτου, είναι δυνατόν να συμπεράνουμε ότι, παρόλο που υπάρχουν νέοι άνθρωποι που αισθάνονται ενημερωμένοι σχετικά με τις νομικές και φορολογικές διαδικασίες των startups, η πλειοψηφία της ομάδας δεν έχει επαρκή πληροφόρηση, ή απλώς τη βασική, αυτών των σημαντικών διαδικασιών. Αυτή η έλλειψη γνώσης είναι ωστόσο προβληματική και θα μπορούσε να εμποδίσει σε μεγάλο βαθμό τις



Η εξέταση των δεδομένων σχετικά με τις δεξιότητες που θεωρούν οι νέοι κατάλληλες για την οργανωτική και λειτουργική έναρξη μιας επιχείρησης δείχνει την κατανόηση της πολυπλοκότητας του επιχειρηματικού εγχειρήματος. Είναι σημαντικό ότι αυτή η κατανόηση είναι σχετική για τους εκπαιδευτικούς, τις κυβερνητικές αρχές και άλλους που θέλουν να δημιουργήσουν ουσιαστικά προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης και υποστήριξης. Από τα προαναφερθέντα εξειδικευμένα δεδομένα, αυτοί οι παίκτες του κλάδου μπορούν να είναι σε θέση να επινοήσουν στρατηγικές για το πώς να έχουν υψηλότερο ποσοστό επιτυχίας προσανατολισμένο στους νέους επιχειρηματίες.

Από τις απαντήσεις που ελήφθησαν στη μελέτη, ο νέος εκτιμά ένα σύνολο δεξιοτήτων στην επιχειρηματικότητα με τη διαχείριση χρόνου, τη χρηματοοικονομική διαχείριση, τις πωλήσεις, το μάρκετινγκ, την ηγεσία, τη διαχείριση ομάδας, την καινοτομία και τη δημιουργικότητα ως τις πιο συχνά αναφερόμενες. Υπονοεί επίσης ότι οι νέοι γνωρίζουν ότι για να κάνει κάποιος επιχείρηση πρέπει να έχει τις τεχνικές δεξιότητες, τις διοικητικές δεξιότητες και τη δημιουργικότητα για την εκκίνηση στα διάφορα στάδια που περνά η επιχείρηση στον κύκλο της ανάπτυξής της.

Έτσι, η ικανότητα διαχείρισης χρόνου καταλαμβάνει την ηγετική θέση που έχει αναφερθεί είτε μεμονωμένα είτε μαζί με τις άλλες δεξιότητες από την πλειοψηφία των ερωτηθέντων. Αυτή η ανησυχία για τη διαχείριση του χρόνου βασίζεται στη γνώση ότι οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες πρέπει να μάθουν πώς να δίνουν προτεραιότητες, πώς να προγραμματίζουν την εργασία τους και πώς να χειρίζονται περισσότερες από μία δεσμεύσεις. Ακόμη περισσότερο, οι νέοι που διευθύνουν τις επιχειρήσεις παράλληλα με τις σπουδές τους ή άλλη απασχόληση είναι πρόθυμοι να κατακτήσουν τον τρόπο διαχείρισης του χρόνου. Τους επιτρέπει να αυξάνουν την αποτελεσματικότητά τους, να διασφαλίζουν ότι εκπληρώνουν έγκαιρα τις δεσμεύσεις τους και να αποφεύγουν την εξάντληση, όλα αυτά είναι βασικά για τη διατήρηση μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Αυτό γίνεται και μέσω προγραμματισμού που είναι σημαντικό στοιχείο διαχείρισης χρόνου. Οι προκλήσεις επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα επειδή οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων αναγκάζονται να αφιερώνουν μέρος του χρόνου τους σε μακροπρόθεσμα ζητήματα όπως ο σχεδιασμός, η έρευνα και η πώληση, ενώ ταυτόχρονα χειρίζονται καταστάσεις έκτακτης ανάγκης. Οι προσφορές μαθημάτων που στοχεύουν άμεσα σε προσεγγίσεις διαχείρισης χρόνου, συμπεριλαμβανομένης της ιεράρχησης, των μηχανισμών παρακολούθησης χρόνου καθώς και της έκδοσης δευτερευουσών

εργασιών, εξοπλίζουν τους νέους επιχειρηματίες με τις πρακτικές δεξιότητες που απαιτούνται για τη λειτουργία της επιχείρησής τους κερδοφόρα και αποτελεσματικά.

Μια άλλη δεξιότητα που προβάλλει στις λίστες των ερωτηθέντων είναι η οικονομική διαχείριση, η οποία μπορεί επίσης να τη συνδυάσει με άλλες δεξιότητες όπως πωλήσεις και μάρκετινγκ ή ηγετικές ικανότητες. Αυτό το εύρημα υποστηρίζει επομένως την ανάγκη για χρηματοοικονομική παιδεία στην επιχειρηματικότητα. Η οικονομική διαχείριση περιλαμβάνει τον προϋπολογισμό, την εκτίμηση, τον έλεγχο των ταμειακών ροών, το σχεδιασμό και την ερμηνεία των οικονομικών καταστάσεων και τον υγιή οικονομικό προγραμματισμό. Είναι ζωτικής σημασίας για τους νέους επιχειρηματίες – ειδικά εκείνους που είναι ακόμα νέοι στον επιχειρηματικό κόσμο και δεν έχουν κατακτήσει μεγάλο μέρος των οικονομικών γνώσεων – για τη διατήρηση της λειτουργίας της επιχείρησης και της μακροπρόθεσμης σταθερότητάς της.

Η εστίαση στα χρηματοοικονομικά εγείρει επίσης το ζήτημα του διδακτικού προγράμματος διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας που στοχεύει να προετοιμάσει τη νέα γενιά για τον επιχειρηματικό κόσμο με επαρκείς χρηματοοικονομικές γνώσεις. Αυτό περιλαμβάνει εκπαίδευση για το πώς να προετοιμάζεται, να κινητοποιεί πόρους και πώς να αντιμετωπίζει τους φόρους και την αξιολόγηση κινδύνων. Ομοίως, μια τέτοια εκπαίδευση θα πρέπει να περιλαμβάνει και σύγχρονα χρηματοοικονομικά μέσα που, λόγω της ανάπτυξης της ψηφιακής τεχνολογίας, μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους νέους επιχειρηματίες, όπως λύσεις διαδικτυακών πληρωμών, ψηφιακά νομίσματα ή fintech.

Οι δεξιότητες αυτοπροβολής και επικοινωνίας προέκυψαν ως ικανότητες, που αναφέρθηκαν τις περισσότερες φορές, και αυτό μπορεί να αποδοθεί στο γεγονός ότι οι δραστηριότητες που επηρεάζουν άμεσα την απόδοση στα τμήματα πωλήσεων και μάρκετινγκ είναι καθοριστικές για την ανάπτυξη οποιουδήποτε οργανισμού. Το μάρκετινγκ είναι απαραίτητο για τη δημιουργία ευαισθητοποίησης και έλξης των καταναλωτών καθώς και για την προώθηση των πωλήσεων, ενώ οι δεξιότητες και τα talenta πωλήσεων είναι ζωτικής σημασίας για τη μετατροπή των προοπτικών σε πελάτες και τη διατήρηση ευνοϊκών επιχειρηματικών σχέσεων. Ισχύει ιδιαίτερα για τέτοιες επιχειρήσεις που διευθύνονται από νέους και λειτουργούν σε άκρως ανταγωνιστικές θέσεις, όπου οι εξαιρετικές επιδόσεις πωλήσεων και μάρκετινγκ μπορούν να συνεπάγονται σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Ισχύει ιδιαίτερα δεδομένου ότι οι πωλήσεις και το μάρκετινγκ διαδραματίζουν ακόμη πιο κρίσιμο ρόλο με την αυξανόμενη στροφή προς πολυάριθμες διαδικτυακές



και εκτός σύνδεσης πλατφόρμες. Αυτό απαιτεί πληροφορίες σχετικά με τις τρέχουσες και τις επερχόμενες τάσεις στις στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ, συμπεριλαμβανομένου του κοινωνικού μάρκετινγκ, του μάρκετινγκ περιεχομένου, του SEO και του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ και των συμβατικών στρατηγικών μάρκετινγκ. Μάρκετινγκ και πωλήσεις, όπως το ψηφιακό και επί του παρόντος συμβατικό μάρκετινγκ, εκτός από τις διοχετεύσεις διαπραγμάτευσης και πωλήσεων μαζί με τη διαχείριση CRM, θεωρείται ότι παρέχουν τις απαραίτητες δεξιότητες στους νέους επιχειρηματίες στις επερχόμενες επιχειρήσεις τους.

Οι δεξιότητες διαχείρισης και ηγεσίας θεωρήθηκαν επίσης από πολλούς από τους ερωτηθέντες ως σχετικές δεξιότητες. Η διαχείριση από την άλλη πλευρά είναι μια πολύ σημαντική πτυχή, καθώς συνεπάγεται μια δομημένη προσέγγιση για τον συντονισμό των υποθέσεων της επιχείρησης και επίσης τη διασφάλιση ότι τα σωστά άτομα παρακινούνται και τοποθετούνται στις σωστές θέσεις εντός της επιχείρησης. Σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον, οι ηγετικές δεξιότητες είναι σημαντικές λαμβάνοντας υπόψη ότι οι νέοι επιχειρηματίες μπορεί μερικές φορές να ξεκινήσουν την επιχείρησή τους με λίγους υπαλλήλους, επομένως, κάθε εργαζόμενος έχει καθοριστική σημασία για την απόδοση της επιχείρησης.

Η διαχείριση της ομάδας, η οποία περιλαμβάνει επίσης τομείς όπως η επικοινωνία, η επίλυση συγκρούσεων και η ανάθεση, είναι επίσης σημαντική. Οι επιχειρηματίες πρέπει να μάθουν πώς να αντιμετωπίζουν διαφορετικούς ανθρώπους με διαφορετικό υπόβαθρο και συμπεριφορές σε έναν χώρο εργασίας και να βεβαιωθούν ότι όλοι κινούνται προς την ίδια κατεύθυνση προς τους στόχους της επιχείρησης. Όσον αφορά την επέκταση των εταιρειών, η διαχείριση ανθρώπινων πόρων γίνεται βασικός παράγοντας, επειδή οι οργανισμοί αντιμετωπίζουν την ανάγκη να συναλλάσσονται με μεγαλύτερο αριθμό εργαζομένων.

Κατά συνέπεια, η σημασία των soft skills σημαίνει ότι οι νέοι επιχειρηματίες συμφωνούν με την ιδέα της εστίασης στις ηγετικές δεξιότητες εντός των ομάδων διαχείρισης. Η εκπαίδευση αναγκαστικής ηγεσίας, η ομαδοποίηση, τα μαθήματα ανάπτυξης διαχείρισης και η κατάρτιση είναι ακριβείς τομείς εκπαίδευσης που μπορούν να βοηθήσουν στην ενθάρρυνση των παραπάνω ικανοτήτων στους επίδοξους επιχειρηματίες. Επιπλέον, υπάρχει πάντα η δυνατότητα να λάβετε την κατάλληλη εκπαίδευση και καθοδήγηση από το ανώτερο επίπεδο εμπειρών επιχειρηματιών και τα προγράμματα καθοδήγησης για νέους επιχειρηματίες είναι πάντα ένα καλό παράδειγμα.

Οι δεξιότητες αυτοαπασχόλησης που αναφέρθηκαν συχνά περιλαμβάνουν: καινοτομία και δημιουργικότητα, αυτό ήταν μια ένδειξη της σημασίας αυτών των ικανοτήτων στο σημερινό επιχειρηματικό περιβάλλον. Ένα σίγουρα αναγνωρίσιμο χαρακτηριστικό αυτού του περιβάλλοντος είναι η δυνατότητα καινοτομίας ως η διαδικασία δημιουργίας νέων προϊόντων/υπηρεσιών ή εύρεσης καλύτερων τρόπων επίλυσης προβλημάτων. Το στοιχείο της δημιουργικότητας που γεννά την καινοτομία είναι εξίσου σημαντικό ώστε να ενδυναμώσει το πνεύμα της καινοτομίας μεταξύ των προσωπικοτήτων που προσανατολίζονται στις επιχειρήσεις και να χαράξει μια μοναδική ταυτότητα για τις επιχειρήσεις τους στις ανταγωνιστικές αγορές.

Για τους νέους, είναι καινούργιοι στην αγορά, η καινοτομία και η δημιουργικότητα είναι μερικοί από τους καλύτερους τρόπους επιβίωσης στην αγορά. Σύμφωνα με τις παραπάνω εξηγήσεις, είναι σαφές ότι η καινοτομία και η δημιουργικότητα μπορούν να παίξουν σημαντικό ρόλο μεταξύ των νέων, ιδίως στις βιομηχανίες που είναι ήδη υπερπληθείς. Ανεξάρτητα από το εάν εφαρμόζουν τις πιο πρόσφατες διαθέσιμες τεχνολογίες ή καταλήξουν σε ένα ξεχωριστό επιχειρηματικό μοντέλο ή μια εφευρετική ιδέα μάρκετινγκ, αυτές οι δεξιότητες μπορούν να τους βοηθήσουν ή να τους ξεχωρίσουν από τον ανταγωνισμό.

Ως εκ τούτου, τα εκπαιδευτικά προγράμματα που προάγουν τη δημιουργικότητα και την καινοτομία συνοδεύουν την αύξηση της σημασίας αυτών των δεξιοτήτων. Μερικά από αυτά τα προγράμματα μπορεί να περιλαμβάνουν μαθήματα σχεδιαστικής σκέψης και διαχείρισης καινοτομίας, μαθήματα δημιουργικού μάρκετινγκ, ακόμη και μαθήματα όπου οι μαθητές καλούνται να δημιουργήσουν νέα επιχειρηματικά μοντέλα. Επίσης, είναι σκόπιμο να ενθαρρυνθεί η κουλτούρα καινοτομίας εντός των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων όπου οι άνθρωποι αισθάνονται ελεύθεροι να πειραματιστούν και να αναλάβουν κινδύνους για να αναπτύξουν αυτές τις δεξιότητες.

Από τα δεδομένα, φαίνεται ότι οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες δεν αντιμετώπισαν αυτές τις δεξιότητες ως επιμέρους συστατικά, αλλά αντιλήφθηκαν την ανάγκη για ενσωμάτωση αυτών των δεξιοτήτων. Για παράδειγμα, πολλοί από τους συμμετέχοντες επεσήμαναν την ανάγκη διαχείρισης του χρόνου/οικονομικούς πόρους/πωλήσεις/μάρκετινγκ/ηγεσία/καινοτομία. Μια συστημική προσέγγιση για την απόκτηση δεξιοτήτων υποδηλώνει την εκτίμηση του γεγονότος ότι η αποτελεσματική επιχειρηματικότητα απαιτεί ένα ολοκληρωμένο σύνολο δεξιοτήτων που είναι καλά ενσωματωμένες.

Ως εκ τούτου, θα μπορούσαμε να αντλήσουμε σημαντικές επιπτώσεις σχετικά με το σχεδιασμό των προγραμμάτων επιχειρηματικής εκπαίδευσης. Αντί για μεμονωμένες τάξεις που επικεντρώνονται σε ορισμένες ικανότητες, υπάρχει ανάγκη για συνδυασμένες διαδικασίες μάθησης που μοιάζουν με τις καθημερινές λειτουργίες διαχείρισης. Για παράδειγμα, τα προβλήματα που περιλαμβάνουν τη χρήση αναλυτικών δεξιοτήτων και δεξιοτήτων λήψης αποφάσεων σε δεξιότητες οικονομικής διαχείρισης, μάρκετινγκ και ηγεσίας είναι πιθανό να είναι πιο ρεαλιστικά και πρακτικά σε σύγκριση με τα προβλήματα που αφορούν μόνο έναν τομέα της επιχείρησης. Ομοίως, τα παιχνίδια που απαιτούν από τους μαθητές να χειριστούν όλες τις οργανωτικές λειτουργίες, όπως τα οικονομικά, τις στρατηγικές μάρκετινγκ, ακόμη και τις ομάδες, θα βοηθήσουν τους μαθητές να εκτιμήσουν πώς αλληλεπιδρούν οι δεξιότητες σε πραγματικούς οργανισμούς.

Αυτά τα ευρήματα καθιστούν σαφές πόσο σημαντική είναι η εκπαίδευση και η κατάρτιση στην προετοιμασία των νέων επιχειρηματιών για τις επιχειρήσεις και τις μελλοντικές προσπάθειες. Αυτά τα προγράμματα θα πρέπει να ταιριάζουν με τις δεξιότητες που αναφέρουν οι ερωτηθέντες.

Έτσι, τα περιβάλλοντα μάθησης πρέπει να επιτρέπουν ένα επίπεδο εξατομίκευσης, το οποίο θα επιτρέψει στους μαθητές να επικεντρωθούν σε τομείς όπου χρειάζονται τη μεγαλύτερη βελτίωση με βάση την επιχειρηματική τους εμπειρία. Για παράδειγμα, οι εκπαιδευόμενοι που έχουν μεγάλο ενδιαφέρον για τις νεοφυείς επιχειρήσεις τεχνολογίας απαιτούν να επικεντρωθούν στην καινοτομία, τη δημιουργικότητα και τη διαχείριση των οικονομικών σε σύγκριση με τους μαθητές που σκοπεύουν να ιδρύσουν μια επιχείρηση λιανικής, μπορεί να απαιτούν να δίνουν έμφαση στις πωλήσεις, το μάρκετινγκ, τις σχέσεις με τους πελάτες και τη διαχείριση χρόνου.

Υπάρχουν προγράμματα που περιλαμβάνουν επίσης την αντιστοίχιση νεαρών επιχειρηματιών με καθιερωμένες επιχειρηματικές προσωπικότητες και αυτά μπορεί πραγματικά να είναι χρήσιμα. Τέτοια προγράμματα δίνουν ευκαιρίες στους νέους να ακούσουν από εκείνους που αντιμετώπισαν ορισμένες δυσκολίες κατά τη δημιουργία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης, από τους οποίους μπορούν να μάθουν λαμβάνοντας συμβουλές, σχόλια και ηθική υποστήριξη. Οι βιομηχανικές εκθέσεις, τα εργαστήρια και τα διαδικτυακά φόρουμ βοηθούν επίσης τους νέους επιχειρηματίες να αλληλεπιδράσουν με τους συνομηλίκους τους, να αποκτήσουν την ιδέα του έξω κόσμου και να βρουν άτομα για να εργαστούν ή πηγές χρηματοδότησης

Η σύγκριση πραγματικών δεξιοτήτων που οι νέοι αναγνωρίζουν ως ζωτικής σημασίας για την επιτυχημένη επιχειρηματικότητα υπογραμμίζει την αναγκαιότητα μιας κατανοητής και συνεκτικής στρατηγικής εκπαίδευσης και κατάρτισης. Μέσω της επίγνωσης και της χρήσης πολλαπλών δεξιοτήτων όπως διαχείριση χρόνου, οικονομική διαχείριση, ηγετικές ικανότητες, αναλυτικές δεξιότητες, δημιουργικότητα και δεξιότητες μάρκετινγκ, οι νέοι επιχειρηματίες δείχνουν ότι εκτιμούν πλήρως τους απαιτητικούς παράγοντες που συνεπάγεται η διαχείριση μιας επιχείρησης. Αυτές οι μορφές εκπαίδευσης που λαμβάνουν υπόψη ένα τέτοια παραδείγματα, προσφέρουν στους φοιτητές απρόσκοπτα μαθήματα που είναι ολοκληρωμένα, διαδραστικά, διαπιστευμένα, εξατομικευμένα και θα επιτρέψουν στη νεότερη γενιά επιχειρηματιών να πετύχει.

Τέλος, τα ευρήματα που προέκυψαν ως μέρος αυτής της έρευνας θα βοηθούσαν στη δημιουργία συγκεκριμένων προγραμμάτων που θα αποθαρρύνουν τους νέους να ακολουθήσουν τα όνειρά τους και να τα μετατρέψουν σε βιώσιμες επιχειρήσεις. Υπό αυτή την έννοια, προσδιορίζοντας ορισμένες προσεγγίσεις και θεματοποιώντας τις ως προτιμήσεις και τάσεις των νέων επιχειρηματιών μπορεί κανείς να βοηθήσει τους εκπαιδευτικούς, τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και τις επιχειρήσεις να βελτιώσουν το περιβάλλον για την καλλιέργεια της επερχόμενης γενιάς καινοτόμων πνευμάτων και ταλαντούχων επιχειρηματιών.

#### **4.17 Φόβοι και Ανησυχίες για την Έναρξη Επιχείρησης**

Σκοπός της ερώτησης είναι να διερευνήσει τους κύριους φόβους και ανησυχίες που έχουν οι νέοι σχετικά με την έναρξη δικής τους επιχείρησης, γεγονός που μπορεί να επηρεάσει την επιχειρηματική τους απόφαση. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



## 1. Οικονομική Αποτυχία

Ο πιο συχνά αναφερόμενος τομέας ανησυχίας είναι η οικονομική κατάρρευση. Ένα μεγάλο ποσοστό συμμετεχόντων ανησυχεί για ζημιές ή αποτυχία επιχειρήσεων. Ως εκ τούτου, είναι φυσικό να ανησυχεί κανείς όταν σκέφτεται τις οικονομικές εισροές που απαιτούνται κατά την έναρξη μιας επιχείρησης, δεδομένου ότι πρόκειται για μια μεγάλη επένδυση από μόνη της. Αυτοί είναι νέοι άνθρωποι που ξεκινούν τις επιχειρήσεις τους και μπορεί να μην έχουν καθόλου κεφάλαια για χρήση, εξ ου και το άγχος της απώλειας αυτού του κεφαλαίου ή της μη δημιουργίας του απαιτούμενου ποσού εισοδήματος.

Η ανησυχία μιας οικονομικής αποτυχίας μπορεί εύκολα να αποθαρρύνει ένα επιχειρηματικό πνεύμα από την αρχή ακόμη και της διαδικασίας δημιουργίας επιχείρησης. Ως εκ τούτου, για να αντιμετωπιστεί αυτό το πρόβλημα είναι απαραίτητο να διδαχθούν οι νέοι επιχειρηματίες σχετικά με τον χρηματοοικονομικό γραμματισμό, τις ευκαιρίες χρηματοδότησης και τον μετριασμό του κινδύνου. Για να μειωθούν αυτοί οι φόβοι, το πρόγραμμα σπουδών στα σχολεία και τα κολλέγια θα πρέπει να ενσωματώνει μαθήματα χρηματοοικονομικού σχεδιασμού, προϋπολογισμού και επενδύσεων, έτσι ώστε κάθε φορά που οι μαθητές αντιμετωπίζουν τέτοιες περιστάσεις να είναι καλά εξοπλισμένοι για να τις χειριστούν. Μια άλλη μορφή υποστήριξης είναι η μορφή καθοδήγησης όπου νέοι και εκκολαπτόμενοι επιχειρηματίες και γυναίκες τοποθετούνται με πρότυπα που έχουν αποτολμήσει στην επιχείρηση και έχουν ξεπεράσει ή αντιμετωπίζουν τις προαναφερθείσες οικονομικές δυσκολίες.

## 2. Έλλειψη εμπειρίας

Το άλλο ζήτημα που τίθεται σχεδόν πάντα σε συνδυασμό με την οικονομική αποτυχία είναι η έλλειψη εμπειρίας. Σήμερα οι νέοι πιστεύουν ότι δεν είναι έτοιμοι ή εξοπλισμένοι με τις κατάλληλες δεξιότητες, επαρκείς γνώσεις ή πραγματική εμπειρία για να ξεκινήσουν ένα επιχειρηματικό σχέδιο. Αυτός ο φόβος είναι αρκετά κατανοητός, καθώς η είσοδος στον κόσμο της επιχειρηματικότητας συχνά σημαίνει ότι πρέπει να «φοράτε όλα τα καπέλα» ξεκινώντας από τα οικονομικά και τελειώνοντας με το μάρκετινγκ και την ηγεσία καθώς και την ανάπτυξη στρατηγικής.

Προκειμένου να αντιμετωπιστεί αυτό το ζήτημα, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και οι οργανισμοί υποστήριξης θα πρέπει να διασφαλίσουν ότι προσφέρουν εκτεταμένη κατάρτιση για επιχειρηματικές δεξιότητες, η οποία περιλαμβάνει τις δεξιότητες που απαιτούνται για την καθημερινή λειτουργία μιας επιχείρησης. Αυτά θα πρέπει να

αποτελούνται από θεωρητική γνώση και επίδειξη πραγματικών εμπειριών πεδίου που κάνουν τους νέους να συνειδητοποιήσουν την πραγματική εφαρμογή της εκπαίδευσης που έλαβαν. Από όλες τις προσεγγίσεις, η πρακτική άσκηση, οι προσομοιώσεις επιχειρήσεων και τα επιχειρηματικά εργαστήρια είναι ιδιαίτερα χρήσιμα για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης και της ικανότητας των επίδοξων επιχειρηματιών.

Επιπλέον, είναι επίσης σημαντικό να ενθαρρυνθούν οι νέοι να ασκήσουν μικρής κλίμακας επιχειρηματική δραστηριότητα ή αυτοαπασχολούμενη εργασία σε ορισμένες από τις επιχειρηματικές δραστηριότητες που μπορεί να τους βοηθήσουν να αποκτήσουν την απαραίτητη εμπειρία και δεξιότητες χωρίς μεγάλο κίνδυνο, ώστε να αναλάβουν μια μεγάλη επιχείρηση από την αρχή.

### 3. Δυσκολία στην εύρεση πελατών

Μια άλλη πρόκληση που παρατηρείται συνεχώς είναι το πρόβλημα της απόκτησης πελατών. Η απόκτηση και η διατήρηση πελατών είναι καθοριστικοί παράγοντες που καθορίζουν την επιτυχία κάθε επιχείρησης και η προοπτική να μην είναι δυνατή η διασφάλισή τους θα μπορούσε να λειτουργήσει ως σοβαρό εμπόδιο για την έναρξη μιας επιχείρησης.

Για να μπορέσει να αντιμετωπίσει αυτόν τον φόβο, η ηγεσία της εταιρείας πρέπει να επικεντρωθεί στην εκπαίδευση μάρκετινγκ και πωλήσεων. Έχει παρατηρηθεί ότι οι νέοι επιχειρηματίες δεν ξέρουν πώς να διαθέσουν στην αγορά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους στα διαφορετικά τμήματα πελατών, καθώς και άλλα συναφή ζητήματα. Αυτό σημαίνει ότι η γνώση στους τομείς του ψηφιακού μάρκετινγκ, της διαχείρισης σχέσεων με τους πελάτες (CRM) και της εκπαίδευσης πωλήσεων μπορεί να βοηθήσει τους νέους επιχειρηματίες να αποκτήσουν σχετική τεχνογνωσία για να απευθυνθούν με επιτυχία στους πελάτες.

Τρίτον, η ουσιαστική υποστήριξη για νέους επιχειρηματίες μπορεί να περιλαμβάνει την προσφορά εργαλείων όπως έρευνα αγοράς, δικτύωση με άλλες επιχειρήσεις, πελάτες, παροχή σχολίων για τις ανάγκες των πελατών.

### 4. Νομικές και Φορολογικές Υποχρεώσεις

Οι νομικές και φορολογικές απαιτήσεις είναι επίσης ένας άλλος λόγος που ανησυχεί τις περισσότερες επιχειρηματικές δραστηριότητες των νέων. Εάν κάποιος είναι νέος σε αυτόν τον τομέα, το ερώτημα σχετικά με το πώς να δημιουργήσει μια επιχείρηση, οι φόροι που πρέπει να πληρωθούν και άλλοι νόμοι για την απασχόληση που πρέπει να

τηρηθούν μπορεί να είναι πολύ μπερδεμένοι. Για να μειωθούν αυτοί οι φόβοι, υπάρχει ανάγκη να διαδοθούν απλές πληροφορίες σχετικά με τα νομικά και φορολογικά καθεστώτα για την ίδρυση μιας επιχείρησης.

Ως εκ τούτου, η εισαγωγή νομικών και φορολογικών γνώσεων ως μέρος της κατάρτισης για επίδοξους επιχειρηματίες είναι σημαντική, καθώς αυτό θα μειώσει το κάλυμμα της αβεβαιότητάς τους κάθε φορά που συναντούν τα δύο αυτά προβλήματα στην επιχείρησή τους.

#### 5. Ισορροπία επαγγελματικής και προσωπικής ζωής

Ένα άλλο ζήτημα που αναφέρθηκε από τους ερωτηθέντες είναι η ικανότητα ή μάλλον η έλλειψη ικανότητας εξισορρόπησης εργασίας και οικογένειας. Η ανησυχία ότι με την έναρξη μιας επιχείρησης μπορεί κανείς να παγιδευτεί σε έναν κύκλο επιχειρηματικών υποθέσεων που καταλαμβάνει μονοπωλιακά όλο τον χρόνο και την προσωπική του παραγωγικότητα είναι βάσιμη ειδικά για νέους επιχειρηματίες που μπορεί επίσης να φοιτούν στο πανεπιστήμιο, να βρουν σύζυγο ή ακόμα και να φροντίζουν τα δικά τους παιδιά.

Η εξισορρόπηση των ωρών εργασίας με τον ελεύθερο χρόνο είναι πολύ σημαντική για τη διατήρηση της σταθερότητας των επιχειρήσεων και της υγείας των εργαζομένων μακροπρόθεσμα. Ως απάντηση σε αυτό το ζήτημα, οι νέοι επιχειρηματίες πρέπει να λάβουν συμβουλές για το πώς να διαχειρίζονται καλύτερα τον χρόνο τους και να αποτρέπουν την τάση της «ατελείωτης εργασίας». Ορισμένες από αυτές τις εκπαιδεύσεις περιλαμβάνουν διαχείριση χρόνου, ανάθεση και διαχείριση του άγχους, έτσι ώστε ένα νέο άτομο να είναι σε θέση να βρει μια ισορροπία μεταξύ εργασίας και άλλων δραστηριοτήτων.

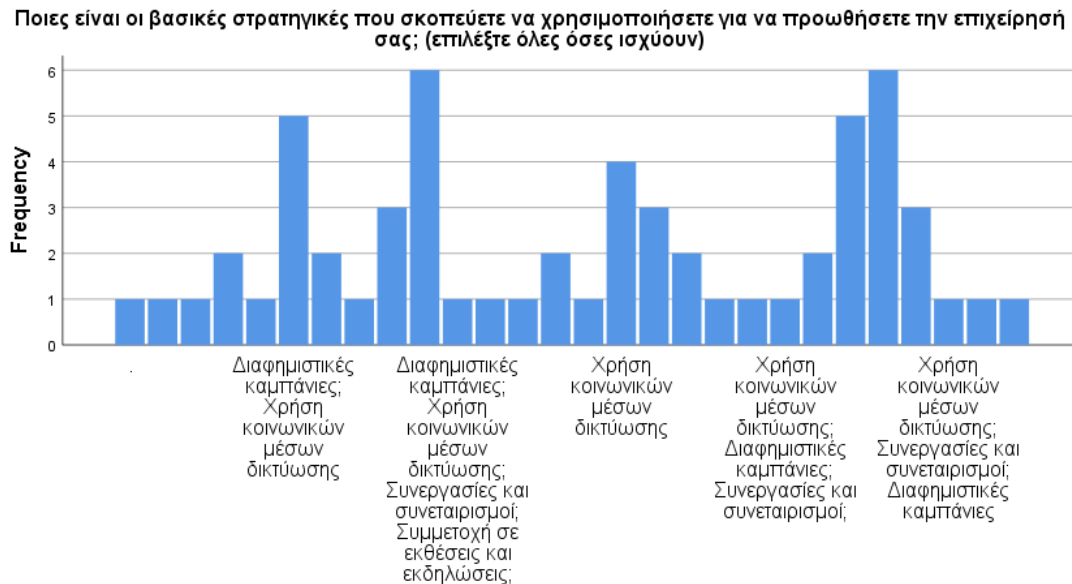
Επιπλέον, η κοινή αντίληψη ότι άλλες σημαντικές πτυχές της ζωής, όπως η οικογένεια, μπορούν να μείνουν πίσω όταν κάποιος γίνει επιχειρηματίας, πρέπει να αντιμετωπιστεί αποτελεσματικότερα με την παρουσίαση παραδειγμάτων επιτυχημένων επιχειρηματιών που απολαμβάνουν πραγματικά ισορροπημένη ζωή.

Οι κύριοι φόβοι και ανησυχίες που αναλύονται σε αυτό το έγγραφο δείχνουν ότι υπάρχει μεγάλη ανάγκη για ένα ολιστικό πλαίσιο υποστήριξης για τους νέους επιχειρηματίες ώστε να καλύψουν τις διάφορες ανάγκες τους. Αυτό το σύστημα υποστήριξης πρέπει να περιλαμβάνει: Εκπαιδευτικά Προγράμματα, Καθοδήγηση και Δικτύωση, Οικονομική Υποστήριξη, Νομική και Φορολογική Βοήθεια, Πόρους ισορροπίας μεταξύ εργασίας και προσωπικής ζωής.



## 4.18 Στρατηγικές Προώθησης Επιχείρησης

Σκοπός της ερώτησης είναι να εξετάσει τις στρατηγικές που σκοπεύουν να χρησιμοποιήσουν οι νέοι για να προωθήσουν την επιχείρησή τους, κάτι που μπορεί να καθορίσει την επιτυχία τους στην αγορά. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).



Γράφημα 18 Ποσοστά απαντήσεως της ερώτησης "Ποιες είναι οι βασικές στρατηγικές που σκοπεύετε να χρησιμοποιήσετε για να προωθήσετε την επιχείρησή σας; (επιλέξτε όλες όσες ισχύουν)"

Η κατανόηση των λεπτομερειών των τεχνικών διαφήμισης και προώθησης που έχουν στο μυαλό τους οι νέοι καθώς προσπαθούν να ξεκινήσουν τις επιχειρήσεις τους είναι σημαντική για την αποκρυπτογράφηση των στρατηγικών μάρκετινγκ και των πιθανών επιπτώσεών τους στην αγορά. Είναι σημαντικό για έναν νέο επιχειρηματία και για εκείνους που αναπτύσσουν πολιτικές ή χορηγούν ιδρύματα να κατανοήσουν αυτές τις στρατηγικές σε μια προσπάθεια να επιτρέψουν στους νέους επιχειρηματίες να αναπτύξουν κατάλληλα σχέδια μάρκετινγκ που θα ενίσχυαν την επίτευξη των επιχειρηματικών τους στόχων.

Τα κρίσιμα σημεία που παρουσιάζονται παρακάτω αναφέρουν βασικά ευρήματα μαζί με επιπτώσεις που σχετίζονται με την παρούσα μελέτη από την αναγνωρισμένη βιβλιογραφία.

Έχοντας υπόψη τους στόχους της παρούσας μελέτης, τα αποτελέσματα υποδηλώνουν διάφορες προωθητικές δραστηριότητες που είναι πρόθυμοι να

εφαρμόσουν οι νέοι επιχειρηματίες, με έμφαση στις τεχνικές διαδικτυακού μάρκετινγκ, ιδιαίτερα σε διαφημίσεις μέσω κοινωνικής δικτύωσης, συνεργασίες και εκθέσεις. Αυτές οι στρατηγικές είναι γνώσεις σχετικά με το σημερινό περιβάλλον μάρκετινγκ όπου τα ψηφιακά μέσα κυριαρχούν τόσο στον προσδιορισμό στόχων όσο και στην επικοινωνία.

### 1. Χρήση των Social Media

Από όλες αυτές τις αναφερόμενες τεχνικές προώθησης, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης φαίνεται να είναι η πιο δημοφιλής τεχνική, καθώς ένας αρκετά μεγάλος αριθμός ερωτηθέντων δήλωσε ότι σκοπεύει να χρησιμοποιήσει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση της επιχείρησής τους. Υπό το πρίσμα αυτό, μπορεί κανείς να εκτιμήσει τον ρόλο και τη σημασία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στο μείγμα μάρκετινγκ των ιδιοκτητών επιχειρήσεων νέας γενιάς. Μερικές από τις πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης που είναι αποτελεσματικές για τις επιχειρήσεις περιλαμβάνουν: το FACEBOOK, το INSTAGRAM, το X και το LINKEDIN. Δίνουν έτσι στην επιχείρηση την ευκαιρία να δημιουργήσει μεγάλη επισκεψιμότητα και αλληλεπίδραση με τους πελάτες και να δημοσιεύσει σχετικό περιεχόμενο.

### 2. Διαφημιστικές Καμπάνιες

Μια άλλη σημαντική πηγή πληροφοριών είναι οι διαφημιστικές καμπάνιες, οι οποίες αναφέρονται μαζί με τη χρήση των κοινωνικών δικτύων ως τα πιο διάσημα είδη προώθησης. Αυτή η προσέγγιση δικαιολογείται από τη συνειδητοποίηση που απαιτεί μια πιο στοχευμένη στρατηγική και καλύτερα καθορισμένη προσέγγιση μάρκετινγκ. Η διαφήμιση μπορεί να είναι διαδικτυακή (π.χ. Google Adwords, διαφήμιση μέσω κοινωνικής δικτύωσης) και εκτός σύνδεσης, συμπεριλαμβανομένων εφημερίδων, ραδιοφώνου και τηλεόρασης. Τέτοιες καμπάνιες λειτουργούν για να δημιουργήσουν αναγνωρισιμότητα, επισκεψιμότητα και δυνητικούς πελάτες για τις εταιρείες που στοχεύουν όλες στο branding. Σε σύγκριση με άλλες μεθόδους διαφήμισης, είναι πιο αποδεκτή από τους νέους επιχειρηματίες, επειδή έχει τη δυνατότητα να αναπτυχθεί με την επιχείρηση.

### 3. Συνεργασίες και Συνεργασίες

Μια άλλη στρατηγική που είναι κοινή μεταξύ πολλών νέων επιχειρήσεων είναι ο σχηματισμός εταιρικών σχέσεων, κοινών επιχειρήσεων και συμμαχιών, οι οποίες αντιπροσωπεύουν την άποψη ότι οι σχέσεις και τα δίκτυα είναι ζωτικής σημασίας στις

επιχειρήσεις μάρκετινγκ. Η συνεργασία με άλλες εταιρείες, κοινωνικά εικονίδια ή οποιονδήποτε οργανισμό μπορεί να επεκτείνει το εύρος ζώνης των επίδοξων επιχειρηματιών για πρόσβαση σε άλλες αγορές και πόρους, εκτός από την οικοδόμηση αξιοπιστίας στην αγορά.

#### 4. Έκθεση και εκδηλώσεις όπου συμμετέχει το προϊόν ή το εμπορικό σήμα ενός οργανισμού

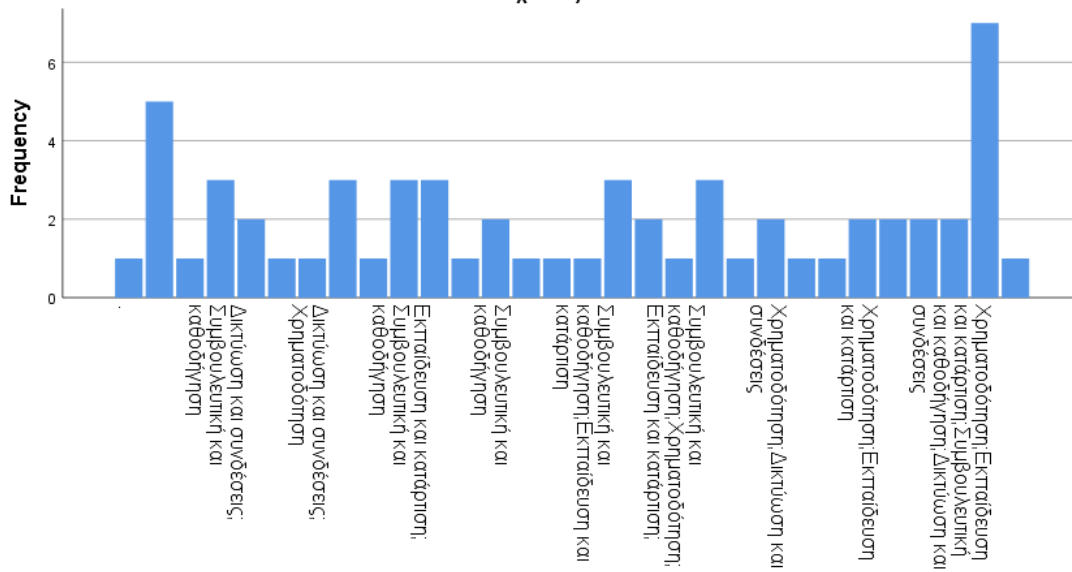
Μια άλλη τεχνική μάρκετινγκ που έχουν επισημάνει οι νέοι επιχειρηματίες ως μέρος των επιχειρηματικών στρατηγικών τους είναι η συμμετοχή σε εκθέσεις καθώς και σε άλλες εκδηλώσεις. Μια τέτοια προσέγγιση βασίζεται στην αναγνώριση των πλεονεκτημάτων της άμεσης επικοινωνίας και στην ανάγκη εύρεσης προσώπων επαφής με τους πιθανούς πελάτες, συνεργάτες και επενδυτές.

Τέτοιες εκδηλώσεις όπως εμπορικές εκθέσεις και άλλες εκδηλώσεις μπορούν να βοηθήσουν έναν επιχειρηματία να παρουσιάσει τι πουλά ή τι θέλει να πουλήσει, να λάβει σχόλια και να δημιουργήσει δυνητικούς πελάτες. Αυτές οι εκδηλώσεις μπορεί επίσης να είναι σημαντικές για τους νέους επιχειρηματίες για να πάρουν ιδέες για την αγορά που τους ενδιαφέρει, να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τις τάσεις και να κάνουν επαφές.

### **4.19 Χρήσιμη Επιχειρηματική Υποστήριξη**

Σκοπός της ερώτησης είναι να προσδιορίσει τον τύπο επιχειρηματικής υποστήριξης που θεωρούν οι νέοι ως πιο χρήσιμη για την επιτυχία τους, ώστε να διαμορφωθούν κατάλληλες πολιτικές υποστήριξης. Παρακάτω εμφανίζεται το διάγραμμα που απεικονίζει τις απαντήσεις (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).

Τι είδους επιχειρηματική υποστήριξη θα σας ήταν πιο χρήσιμη για εσάς αυτή τη στιγμή; (επιλέξτε όλες όσες ισχύουν)



Γράφημα 19 "Ποσοστά απαντήσεων της ερώτησης "Τι είδους επιχειρηματική υποστήριξη θα σας ήταν πιο χρήσιμη για εσάς αυτή τη στιγμή; (επιλέξτε όλες όσες ισχύουν)"

Τα αποτελέσματα της αξιολόγησης των τύπων επιχειρηματικής υποστήριξης που οι νέοι βρίσκουν πιο σημαντικούς για τις μελλοντικές τους επιτυχίες, προσφέρουν πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με τις επιθυμίες και τις ανάγκες των πιθανών ευεργετών. Η συνειδητοποίηση αυτών των αναγκών μπορεί να βοηθήσει σε μεγάλο βαθμό στην ενημέρωση αναπτυξιακών καθώς και συμβιωτικών πολιτικών και δομών υποστήριξης που θα συμπλήρωναν τους αγώνες που αντιμετωπίζουν οι νέοι καθώς αναζητούν μέσα για να ξεκινήσουν και να διαχειριστούν τις επιχειρήσεις τους.

Σε συνδυασμό, αυτές οι μελέτες δείχνουν τη σημασία της εξέτασης του οργανωτικού πλαισίου στην παροχή εκπαίδευσης επαγγελματιών και προτείνουν ότι συγκεκριμένα χαρακτηριστικά αυτού του πλαισίου αναμένεται να ασκήσουν σημαντική επιρροή στο περιεχόμενο και την παροχή της πρακτικής εκπαίδευσης στο μέλλον.

Οι απαντήσεις δείχνουν μια γενική επίγνωση των διαφόρων ειδών επιχειρηματικής υποστήριξης που θεωρείται χρήσιμη από τους νέους επιχειρηματίες. Οι πιο συχνά αναφερόμενες μορφές υποστήριξης περιλαμβάνουν επαφές και παραπομπές, πληροφορίες και μαθήματα, συμβουλές, καθοδήγηση και χρηματοδότηση. Τέτοια συμπεράσματα δίνουν μεγαλύτερη προσοχή στην ανάγκη προσφοράς συνδυασμού υποστήριξης για τις επιχειρηματικές ανάγκες των νέων μέσω προγραμμάτων που μπορούν να τους καλύψουν καθώς περνούν από τα διάφορα στάδια της επιχειρηματικότητάς τους.

## 1. Δικτύωση και Συνδέσεις

Εξαιρετικά σημαντική ήταν η δικτύωση και οι συνδέσεις με το βασικό μέλημα ότι το 35% των ερωτηθέντων το έθεσαν ως πολύ σημαντικό και το 45% ως αρκετά σημαντικό. Η δικτύωση είναι πολύ σημαντική για τους επιχειρηματίες, καθώς δημιουργεί μια πλατφόρμα μέσω της οποίας οι επιχειρηματίες έχουν την ευκαιρία να αλληλεπιδράσουν με πιθανούς πελάτες, συνεργάτες, προπονητές και επενδυτές. Αυτά μπορούν στη συνέχεια να οδηγήσουν σε δεσμούς που ίσως καταλήξουν σε συνεργασία ή πρόσβαση σε πόρους που μπορεί να μην είναι εύκολο να βρεθούν.

Η δικτύωση μπορεί να είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για τους νέους επιχειρηματίες λόγω της απειρίας τους και όταν εισέρχονται σε κλάδους στους οποίους δεν ανήκουν, ίσως χρειαστεί να επικεντρωθούν στο να κερδίσουν την εμπιστοσύνη των ανθρώπων. Η επιχειρηματική λειτουργία και τα συνέδρια που σχετίζονται με τις επιχειρήσεις είναι άλλοι τομείς όπου οι νέοι επιχειρηματίες μπορούν να αλληλοεπιδράσουν με άτομα που μπορεί να τους βοηθήσουν στην επέκταση της επιχείρησής τους.

Η αύξηση της δικτύωσης δείχνει ότι τα προγράμματα υποστήριξης θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι παρέχονται στους νέους επιχειρηματίες ευκαιρίες δικτύωσης. Τέτοιες υπηρεσίες θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν τη δημιουργία συνεδριών δικτύωσης, τη διευθέτηση συνεδριών γνωριμίας με βασικούς επαγγελματίες του κλάδου και ακόμη και την συμμετοχή σε διαδικτυακά φόρουμ δικτύωσης. Επίσης, υπάρχει ανάγκη να αναπτυχθεί μια κουλτούρα συνεργασίας μεταξύ των επιχειρηματικών ομάδων, καθώς αυτό θα επιτρέψει στους νέους επιχειρηματίες να αξιοποιήσουν τη συλλογική σοφία της κοινότητας.

## 2. Εκπαίδευση και Κατάρτιση

Η υποστήριξη περιλάμβανε επίσης πτυχές της εκπαίδευσης/κατάρτισης, οι οποίες αποτυπώθηκαν ως πολύ σημαντικές από τους περισσότερους από τους ερωτηθέντες. Αυτό έχει μια λογική στην κατανόηση ότι η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει μια σειρά από ικανότητες που κυμαίνονται από τη διαχείριση, τα οικονομικά, το μάρκετινγκ έως την ηγεσία. Οι περισσότεροι νέοι επιχειρηματίες, σπάνια έχουν επίσημη επαγγελματική εκπαίδευση ή εργασιακή εμπειρία και η απόκτηση προγραμμάτων κατάρτισης καλής ποιότητας είναι το μυστικό για την απόκτηση των απαραίτητων γνώσεων και δεξιοτήτων.

Τέτοια εκπαιδευτικά εκπαιδευτικά προγράμματα είναι πραγματικά σημαντικά και πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη έμφαση σε αυτά που παρέχουν πρακτική και περιστασιακή

κατάρτιση. Τέτοια προγράμματα μπορεί να περιλαμβάνουν διάφορους τομείς, όπως σχέδια επιχειρηματικής ανάπτυξης, προϋπολογισμό ή δαπάνες, μάρκετινγκ μέσω νέων τεχνολογιών, προσεγγίσεις πωλήσεων και νομικά ζητήματα. Επιπλέον, όταν δημιουργούν επιχειρήσεις, οι νέοι χρειάζονται ενημερώσεις που μπορούν να ληφθούν από εκπαιδεύσεις που τους υποκινούν σε συγκεκριμένο κλάδο ή τάσεις στην αγορά.

### 3. Καθοδήγηση και Συμβουλευτική

Ένας άλλος τύπος υποστήριξης που επίσης εκτιμάται είναι αυτός της εκπαίδευσης και της συμβουλευτικής. Σε κάθε επιχείρηση, ένας νέος και άπειρος μπορεί να ωφεληθεί πολύ από την παρουσία έμπειρων προσώπων για να μπορέσει να απευθυνθεί σε αυτούς για συμβουλές, προσωπική εμπειρία και σχόλια αντίστοιχα. Μερικά από τα οφέλη της αναζήτησης βοήθειας ενός μέντορα περιλαμβάνουν: την καθοδήγηση του επιχειρηματία, τη γνώση για το πώς να αποφύγει πιθανές παγίδες και πώς θα παίρνει σωστές αποφάσεις.

Το γεγονός ότι η καθοδήγηση διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο σημαίνει ότι οι πρωτοβουλίες υποστήριξης θα πρέπει να περιλαμβάνουν στοιχεία που συνδέουν τους νέους στην επιχείρηση με μεγαλύτερους και έμπειρους επιχειρηματίες. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει επίσημες υπηρεσίες καθοδήγησης, παροχή πρόσβασης σε βάση δεδομένων, δίκτυα μεντόρων, παροχή οργανωτικών ή ανεπίσημων ευκαιριών για καθοδήγηση, όπως μέσω εκδηλώσεων ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης.

### 4. Οικονομική Βοήθεια

Η χρηματική υποστήριξη είναι ένα άλλο σημαντικό είδος βοήθειας που, σύμφωνα με ορισμένους νέους επιχειρηματίες, είναι απαραίτητη για τους νεοεισερχόμενους στις επιχειρήσεις. Το κεφάλαιο είναι ένας άλλος τομέας που οι περισσότεροι επιχειρηματίες δυσκολεύονται να βρουν, ειδικά για νέες επιχειρήσεις. Οι νέοι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων μπορεί να περιλαμβάνουν νέα σε ηλικία άτομα και αυτό δημιουργεί προκλήσεις όσον αφορά την εύρεση κεφαλαίων που μπορεί να περιλαμβάνουν: την απουσία πιστωτικού ιστορικού, καμία εγγύηση ασφάλειας ή πρόκληση για να πειστούν οι χρηματοδότες για τη σκοπιμότητα μιας επιχειρηματικής επιχείρησης.

Οι τύποι ενίσχυσης που μπορούν να ληφθούν είναι δάνεια, επιχειρηματικά κεφάλαια και πληθοχρηματοδότηση μεταξύ άλλων. Όλες αυτές οι προσεγγίσεις έχουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους, και ως εκ τούτου η απόφαση για το ποια θα χρησιμοποιηθεί λαμβάνεται καλύτερα με βάση τις συνθήκες του επιχειρηματία και του εγχειρήματος.

Στην έλλειψη υποδομών προστίθεται η ανάγκη εξεύρεσης χρηματοδότησης λόγω της απουσίας προγραμμάτων οικονομικής βοήθειας για τη νέα γενιά που θα την κατευθύνει σε πηγές κεφαλαίων. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη χορήγηση μειωμένων επιτοκίων στους τόκους, τη χρήση αρχικού κεφαλαίου για νέους επιχειρηματίες, την ανάπτυξη κεφαλαίων με προσανατολισμό τη νεολαία ή τη διασφάλιση κατάλληλων δεσμών της αγοράς με εγκαταστάσεις crowdfunding. Ομοίως, ο χρηματοοικονομικός γραμματισμός που ενημερώνει την επιχείρηση σχετικά με τα διάφορα μοντέλα χρηματοδότησης που είναι στη διάθεσή της και τους τρόπους σωστής αντιμετώπισης των οικονομικών τους, είναι κρίσιμη.

##### 5. Ολοκληρωμένα Συστήματα Υποστήριξης

Παρατηρείται επίσης από τα δεδομένα ότι οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες είναι πρόθυμοι να βρουν κάποια αξία σε όλους αυτούς τους τύπους υποστήριξης, αλλά όχι συγκεκριμένα σε κάποιον από αυτούς. Αυτό σημαίνει ότι οι νέοι επιχειρηματίες αναγνωρίζουν τις προκλήσεις της δημιουργίας και διαχείρισης νέων επιχειρήσεων και την ανάγκη για πολιτικές που παρεμβαίνουν ταυτόχρονα στις διάφορες πτυχές της επιχειρηματικότητας.

Για παράδειγμα, η δικτύωση μαζί με την εκπαίδευση, την καθοδήγηση και τη χρηματοδότηση είναι μερικές από τις σημαντικές δομές υποστήριξης που θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως ισχυροί πυλώνες των νέων επιχειρηματιών. Η δικτύωση τους δίνει τη δυνατότητα να δημιουργήσουν σχέσεις και συνδέσεις ενώ η εκπαίδευση και η κατάρτιση τους προετοιμάζουν σε όλες τις πτυχές. Η καθοδήγηση τους βοηθά να ξεπεράσουν τα εμπόδια ενώ η πρόσβαση στο κεφάλαιο τους βοηθά στη χρηματοδότηση των σχεδίων τους.

Προκειμένου να ανταποκριθούν σε αυτές τις περίπλοκες απαιτήσεις, τα προγράμματα υποστήριξης θα πρέπει να παρέχουν σύνθετες υπηρεσίες που θα αντιστοιχούν στα διαφορετικά προβλήματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι νέοι επιχειρηματίες. Αυτό θα μπορούσε να συνεπάγεται την ανάπτυξη εγκαταστάσεων επιχειρηματικής ανάπτυξης «one-stop shopping» που προσφέρουν παράθυρα δικτύων, μάθησης, καθοδήγησης και χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Επιπλέον, υπάρχουν πάντα σελίδες στο Διαδίκτυο που προσφέρουν πολυάριθμο υλικό και πλεονεκτήματα και συνδέουν τους νέους με τους σχετικούς πόρους σε διάφορες φάσεις της δραστηριότητάς τους.

## Συμπεράσματα

Τα τελευταία χρόνια, έχει δοθεί αυξανόμενη έμφαση στη νεανική επιχειρηματικότητα λόγω του ρόλου που μπορεί να διαδραματίσει αυτός ο παράγοντας στην επίλυση πολλών από τα τρέχοντα κοινωνικο-οικονομικά προβλήματα των κοινωνιών σε όλο τον κόσμο. Θέματα όπως το υψηλό ποσοστό ανεργίας, ειδικά μεταξύ των νέων, η άδικη κατανομή του πλούτου και το ζήτημα της εξεύρεσης βέλτιστων λύσεων που ταιριάζουν στη δυναμική αγορά. Έτσι, η έννοια της νεανικής επιχειρηματικότητας θεωρείται ως η αντίληψη της οικονομικής ανάπτυξης καθώς και ως εργαλείο δημιουργίας θέσεων εργασίας και κοινωνικών πρωτοβουλιών. Για το σκοπό αυτό, οι νέοι στις κοινωνίες θα οδηγηθούν να εκμεταλλευτούν το καινοτόμο πνεύμα και τις δεξιότητές τους για την ίδρυση και την ανάπτυξη των επιχειρήσεών τους, και κατ' επέκταση, την οικονομική και κοινωνική πρόοδο.

Η σημασία της συμμετοχής των νέων στην επιχειρηματικότητα αυξάνεται ιδιαίτερα όταν υπάρχει αλλαγή των οικονομικών συστημάτων. Θα μπορούσε να οφείλεται σε τεχνολογικές εξελίξεις, αλλαγή στη βάση ισχύος των οικονομιών ή κοινωνικό μετασχηματισμό. Πράγματι, σε τέτοιες συνθήκες, οι συμβατικές αγορές εργασίας είναι ανίκανες να παρέχουν στους νέους εργαζόμενους ευκαιρίες απασχόλησης και, στη συνέχεια, το ποσοστό ανεργίας των νέων αυξάνεται. Η αυτοαπασχόληση είναι επομένως ένα άλλο βιώσιμο μοντέλο, καθώς δίνει τη δυνατότητα στους νέους να αναζητούν και να χαράσσουν τις ευκαιρίες τους αντί να περιμένουν τις ευκαιρίες απασχόλησης που παρέχονται από τους εργοδότες. Αυτή η ανεξαρτησία ωφελεί επίσης όλα τα εμπλεκόμενα μέρη ενώ ταυτόχρονα συμβάλλει στη συνολική οικονομική σταθερότητα και ανάπτυξη.

Ένας άλλος βασικός τομέας ενδιαφέροντος σε αυτό το ερευνητικό έργο είναι το κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον που έχει οριστεί παραπάνω. Η γνώση σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο η δομή και το πλαίσιο επηρέασαν την επιχειρηματικότητα των νέων, για παράδειγμα την εκπαίδευση, τον τύπο της οικογένειας, την κοινοτική υποστήριξη και την οικονομική κατάσταση είναι ζωτικής σημασίας για τον υπεύθυνο χάραξης πολιτικής. Οι περισσότεροι από αυτούς τους νέους αντιμετωπίζουν αμέτρητες προκλήσεις που προκύπτουν από την κοινωνικοοικονομική τους θέση στην κοινωνία, όπως η ανεπαρκής εκπαίδευση, το κεφάλαιο και οι πολιτικές. Αυτή η μελέτη ανέλυσε λεπτομερώς αυτές τις προκλήσεις και ανέδειξε στρατηγικές για την αντιμετώπισή τους



με αναφορά στα κοινοτικά προγράμματα στήριξης, τη σύμπραξη δημόσιου-ιδιωτικού τομέα και την εκπαιδευτική κινητοποίηση για νέους για επιχειρηματικούς σκοπούς.

Είναι σημαντικό να μελετηθούν οι δημογραφικές μεταβλητές των νέων επιχειρηματιών που περιλαμβάνουν το φύλο, την ηλικία, το επίπεδο εκπαίδευσης και το οικογενειακό εισόδημα, προκειμένου να ανακαλύψουμε πώς αυτές οι μεταβλητές επηρεάζουν ή συσχετίζονται με τις εμπειρίες, τις προθέσεις και τα εμπόδια για την έξοδο από την επιχείρηση μεταξύ των νέων επιχειρηματιών. Αυτή η λεπτομερής ανάλυση δείχνει πώς αυτά τα στοιχεία επηρεάζουν τη λειτουργία του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και παρέχει πληροφορίες σχετικά με το πώς είναι δυνατή η προσαρμογή των μηχανισμών διαρθρωτικής υποστήριξης σύμφωνα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του δημογραφικού αναγνωριστικού.

Οι παράγοντες ώθησης και έλξης που επηρεάζουν τους νέους να συμμετάσχουν σε επιχειρηματικές δραστηριότητες περιλαμβάνουν: παράγοντες αυτοκινητοποίησης όπως η ανεξαρτησία και η ανάγκη για προσωπικές ροές εισοδήματος και εξωτερικούς παράγοντες που περιλαμβάνουν την κατάσταση της οικονομίας, τον τεχνολογικό παράγοντα και τις πολιτιστικές πεποιθήσεις της κοινωνίας προς την ιδιοκτησία της επιχείρησης. Η εκπαίδευση είναι επίσης ένας παράγοντας σε αυτήν την περίπτωση όπου τα μαθήματα επιχειρηματικότητας σε σχολεία και κολέγια προετοιμάζουν τους ανθρώπους με τις σωστές πληροφορίες που θα τους επέτρεπαν να εμπλακούν σε επιχειρήσεις. Επίσης, οι φίλοι, η οικογένεια και τα δίκτυα που αποκτά κάποιος εκθέτουν και ενθαρρύνουν τους νέους να μπουν στον επιχειρηματικό κόσμο για να γίνουν επιχειρηματίες.

Για τα απρόοπτα που ισχύουν για νέους επιχειρηματίες, αυτά τα ευρήματα υπογραμμίζουν το γεγονός ότι, η επιτυχία ή η αποτυχία των νέων επιχειρηματιών ευθυγραμμίζεται με έναν αριθμό παραγόντων, οι οποίοι μπορεί να αφορούν περισσότερο τη διαθεσιμότητα πόρων, τη χρηματοδότηση και την υποστήριξη από το οικονομικό και ρυθμιστικό περιβάλλον, τους μέντορες, την εκπαίδευση ιδρύματα και κοινωνικά δίκτυα. Επιπλέον, η ευελιξία και η ικανότητα ενσωμάτωσης γρήγορων αλλαγών και εισαγωγής καινοτομιών μαζί με την αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης θεωρούνται ζωτικής σημασίας για την επιτυχία. Άλλοι παράγοντες που είναι εν μέρει καθοριστικοί για την επιτυχία ή την αποτυχία ενός νέου εγχειρήματος περιλαμβάνουν ψυχολογικούς παράγοντες, όπως η ανθεκτικότητα και η ανοχή στον κίνδυνο μεταξύ των νέων.

Το mentoring είναι ένα σημαντικό «φάρμακο» για την ανάπτυξη νέων ταλέντων, δημιουργώντας ζήτηση για αυτά και προσφέροντάς τους δεξιότητες που είναι σημαντικές για τους νέους επιχειρηματίες όταν αναλαμβάνουν ένα επιχειρηματικό εγχείρημα και όταν προσπαθούν να το επεκτείνουν. Οι μέντορες παρέχουν επίσης καθοδήγηση με βάση τις προηγούμενες εμπειρίες τους, οι οποίες θα επέτρεπαν στους νέους επιχειρηματίες να αποφύγουν ορισμένα λάθη και να λάβουν σωστές αποφάσεις. Η καθοδήγηση μπορεί επίσης να βοηθήσει τους νέους επιχειρηματίες να είναι σίγουροι στις προσπάθειές τους, επομένως μπορούν να καταφύγουν σε πιο ριψοκίνδυνες επιχειρήσεις στις οποίες διαφορετικά δεν θα επιχειρούσαν. Στις περισσότερες περιπτώσεις, έχει αποδειχθεί ότι η ηγεσία της επιχείρησης ενός νέου επιχειρηματία μπορεί να ενισχυθεί από τις υπηρεσίες ενός μέντορα.

Η μελέτη έδειξε επίσης ότι το κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον είχε επίδραση στις επιχειρηματικές δραστηριότητες των νέων. Επομένως, στοιχεία όπως η απόκτηση κεφαλαίου, η εκπαίδευση και οι κοινωνικές διασυνδέσεις ενισχύουν ή περιορίζουν την προώθηση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Σημαίνει ότι οι νέοι που ζουν σε πιο ευημερούσες και δημοφιλείς περιοχές μπορεί να έχουν περισσότερη χρηματοδότηση και πιο έμπειρους μέντορες. Από την άλλη πλευρά, σε λιγότερο προνομιούχες περιοχές που έχουν λιγότερη πρόσβαση σε πόρους και υποστήριξη μπορεί να γίνει πρόκληση για την έναρξη μιας νέας επιχείρησης. Επιπλέον, η πολιτιστική αντίληψη για την επιχειρηματικότητα, η παρουσία των υφιστάμενων επιτυχημένων επιχειρηματικών εικόνων και το νομικό πλαίσιο μέσα στο οποίο οι νέοι θα επιθυμούσαν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση θα είναι είτε υποστηρικτικά είτε μη. Υπάρχουν επίσης μακροοικονομικοί παράγοντες όπως η οικονομική κατάσταση μιας χώρας, όπως το ποσοστό ανεργίας και η οικονομική σταθερότητα καθορίζουν τη σκοπιμότητα και τη βιωσιμότητα νέων εγχειρημάτων για τους νέους.

## **Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα**

### 1. Επιχειρηματικό φύλο: Ζήτημα και στοιχείο επιτυχίας για άνδρες και γυναίκες επιχειρηματίες

Συνιστάται η διεξαγωγή περαιτέρω μελετών στον τομέα των διαφορετικών προτύπων ανδρών/γυναικών επιχειρηματικών εγχειρημάτων και της δημιουργίας

κατάλληλων θέσεων εργασίας. Αν και έχουμε συζητήσει εν συντομία τα ζητήματα της ισότητας των φύλων στην εκπροσώπηση των φύλων, είναι μάλλον σημαντικό να διεξαχθεί μια βαθύτερη ανάλυση των λόγων των διαφορών των φύλων στον τομέα της επιχειρηματικότητας. Θα μπορούσε επίσης να διερευνηθεί έμφυλα πρότυπα κοινωνικών κανόνων και διαθεσιμότητας πόρων για άνδρες και γυναίκες επιχειρηματίες και πώς επηρεάζουν τα αποτελέσματα στη δημιουργία επιχειρήσεων.

Για παράδειγμα, οι ερευνητικές προτάσεις θα μπορούσαν να εξετάσουν τις επιπτώσεις της καθοδήγησης με ευαισθησία ως προς το φύλο στα αποτελέσματα των επιχειρηματιών ή την επίδραση του φύλου στη χρηματοδότηση και τις επενδύσεις. Θα ήταν ενδιαφέρον να σημειωθεί αυτή η δυναμική για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των προγραμμάτων υποστήριξης που στοχεύουν στην αύξηση της συμμετοχής των γυναικών στη σφαίρα της επιχειρηματικότητας.

## 2. Παράγοντες που σχετίζονται με την ηλικία και η επιρροή της στις ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ και στην ΑΠΟΔΟΣΗ

Έτσι, η μετέπειτα έρευνα θα πρέπει να συνεχίσει να διερευνά τους τρόπους με τους οποίους η ηλικία επηρεάζει συγκεκριμένες πορείες δράσης και τη συνολική απόδοση της επένδυσης. Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν από την έρευνα έδειξαν ότι οι περισσότεροι νέοι επιχειρηματίες ήταν γύρω στα είκοσι, αλλά θα ήταν χρήσιμο να κατανοήσουμε πόσο διαφορετικά προσεγγίζουν οι νέοι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων τις επιχειρήσεις τους σε διαφορετικές ηλικίες. Η μελέτη της εμπειρίας της ανάπτυξης σε κλίμακα και του κύκλου ζωής των επιχειρηματιών που ακολουθείται με συνέπεια με την πάροδο του χρόνου θα μπορούσε να δώσει γνώσεις σχετικά με την αλλαγή των στρατηγικών, την αποστροφή κινδύνου και την επιχειρηματική απόδοση αυτών των ιδιοκτητών επιχειρήσεων.

Θα μπορούσε επίσης να εξετάσει το ρόλο της ηλικίας στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την έναρξη μιας επιχείρησης λόγω ευθυνών όπως η οικογένεια και η καριέρα, η οικονομική σταθερότητα και η πρόοδος στις προοπτικές σταδιοδρομίας. Η γνώση αυτών των παραγόντων μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη των στοχευμένων προγραμμάτων υποστήριξης που είναι απαραίτητα για τους επιχειρηματίες σε διαφορετικές περιόδους ζωής και σταδιοδρομίας.

## 3. Ο ρόλος της εκπαίδευσης στην ανάπτυξη νοοτροπίας του επιχειρηματικού πνεύματος

Η μελλοντική έρευνα θα πρέπει να επεκταθεί στις παρουσιαζόμενες πληροφορίες και να αναλύσει λεπτομερώς πώς τα διαφορετικά επίπεδα και οι τύποι εκπαίδευσης διαμορφώνουν τις νοοτροπίες και τις δράσεις των νέων επιχειρηματιών. Η έρευνα θα μπορούσε επίσης να αναλύσει τη διαφορά μεταξύ των ιδιοκτητών επιχειρήσεων πρώτης γενιάς με επίσημη εκπαίδευση και εκείνων που απέκτησαν την εμπειρία τους μέσω της επαγγελματικής κατάρτισης. Η επίγνωση αυτών των διαφορών μπορεί να έχει επιπτώσεις όσον αφορά την ανάπτυξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων που θα ενίσχυαν τις δυνατότητες ανάπτυξης επιχειρηματικών δεξιοτήτων.

Επιπλέον, η έρευνα θα μπορούσε να διερευνήσει την ατομική εκπαίδευση με στόχο την κατανόηση της σχέσης μεταξύ της επαγγελματικής εκπαίδευσης, των εξειδικευμένων μαθημάτων του κλάδου και της αποτελεσματικότητας στις επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, τα ερευνητικά ερωτήματα θα μπορούσαν να επικεντρωθούν στον τρόπο με τον οποίο οι τεχνικές επαγγελματικές δεξιότητες ενισχύουν την επιχειρηματική απόδοση σε συγκεκριμένους τομείς ή πώς τα πτυχία MBA επηρεάζουν τη στρατηγική διαχείριση.

#### 4. Οικονομικά Εμπόδια στην Επιχειρηματικότητα

Έτσι, οι επόμενες μελέτες θα πρέπει να εξετάσουν τους οικονομικούς περιορισμούς στην επιχειρηματικότητα και τις στρατηγικές αντιμετώπισης αυτών των περιορισμών λαμβάνοντας υπόψη τις ουσιαστικές διαφορές στο εισόδημα μεταξύ των ερωτηθέντων. Αυτή η έρευνα θα μπορούσε επίσης να επικεντρωθεί στον τρόπο με τον οποίο οι νέοι επιχειρηματίες είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα των οικονομικών περιορισμών και αυτό μπορεί να γίνει με τη μελέτη της ικανότητας διαφορετικών μορφών μικροχρηματοδότησης, συμπεριλαμβανομένων μικροδανείων, επιχορηγήσεων και επιχειρηματικών κεφαλαίων. Επιπλέον, μπορεί να γίνει περισσότερη έρευνα διερευνώντας τους παράγοντες που θα επηρέαζαν την ικανότητα των επιχειρηματιών να εφαρμόζουν σωστές οικονομικές αποφάσεις στη διαχείριση των πόρων τους.

Οι οικονομικοί περιορισμοί θα μπορούσαν επίσης να αναλυθούν με βάση την περίοδο της επιχείρησης σε σχέση με την ίδρυση, την ανάπτυξη και την επέκταση. Για παράδειγμα, θα μπορούσε να διεξαχθεί έρευνα σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο οι εμβρυϊκοί οργανισμοί υγειονομικής περίθαλψης μπορούν να αξιοποιήσουν μικρά ποσά για να καινοτομήσουν ή να επεκτείνουν την παροχή υπηρεσιών τους ή για το πώς οι εταιρείες υγειονομικής περίθαλψης πρώιμου σταδίου μπορούν να έχουν πρόσβαση σε

περισσότερα τμήματα πελατών για να προσφέρουν υπηρεσίες. Θα μπορούσε να βοηθήσει στο σχεδιασμό προγραμμάτων οικονομικής υποστήριξης πολύ καλύτερα προσαρμοσμένων στις ανάγκες των επιχειρηματιών στα διάφορα στάδια της επιχειρηματικής ανάπτυξης.

#### 5. Ευκαιρίες Επιχειρηματικότητας και Διαφορετικότητα Κινδύνων σε Γεωγραφικές Τοποθεσίες

Μελλοντικές μελέτες θα πρέπει να διερευνήσουν τις πιο συγκεκριμένες περιφερειακές διαφορές σχετικά με τη διαθεσιμότητα ευκαιριών και απειλών για την επιχειρηματικότητα. Συζητήσαμε εάν υπάρχει διάκριση μεταξύ αστικών, ημιαστικών και αγροτικών επιχειρηματιών, αλλά περισσότερο για το πώς η τοποθεσία είναι ένας παράγοντας που καθορίζει την πρόσβαση σε αγορές, πόρους και δίκτυα απαιτεί μια πιο προσεκτική ματιά. Αυτή η έρευνα θα μπορούσε να βοηθήσει στη διαμόρφωση προγραμμάτων υποστήριξης προσαρμοσμένων για μεμονωμένες περιφέρειες, δεδομένων των δημογραφικών χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών σε τέτοιου είδους περιβάλλοντα.

Για παράδειγμα, οι ερευνητικές προτάσεις θα μπορούσαν να σχετίζονται με τον αντίκτυπο που έχει η διαθεσιμότητα ψηφιακής φυσικής υποδομής στις αγροτικές περιοχές, στις ευκαιρίες για ηλεκτρονικό εμπόριο ή πώς η πυκνότητα των αγορών στις αστικές περιοχές βοηθά την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Η εξέταση αυτών των γεωγραφικών θεμάτων θα μπορούσε να επιτρέψει στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και στους υποστηρικτικούς οργανισμούς να δημιουργήσουν καλύτερα μέσα για την αντιμετώπιση των αναγκών των επιχειρηματιών σε αυτές τις περιοχές.

#### 6. Οικονομικές Ενδείξεις και Επίδρασή τους στις Μελέτες Επιχειρηματικών Δράσεων

Γι' αυτό θα ήταν ωφέλιμο για μελλοντικές μελέτες να συγκρίνουν τα αποτελέσματα της έρευνας με το οικονομικό κλίμα των χωρών όπου βρίσκονται οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες, στην περίπτωση που αυτή η έρευνα εκτελείται στην Ελλάδα. Η συγχρονική έρευνα μπορεί να είναι χρήσιμη για τη σύγκριση του επιπέδου των επιχειρηματικών δράσεων σε χώρες με διαφορετικές οικονομικές συνθήκες για να κατανοηθεί πώς η οικονομική σταθερότητα, οι κυβερνητικές πολιτικές και η χρηματοδότηση επηρεάζουν τα επίπεδα της επιχειρηματικότητας. Αυτή η έρευνα μπορεί επίσης να εξετάσει πώς οι άνδρες και οι γυναίκες σε επιχειρήσεις

αντιμετωπίζουν τις οικονομικές προκλήσεις στα αντίστοιχα έθνη και πώς αλλάζουν τους τρόπους της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας για να είναι αποτελεσματικοί.

Για παράδειγμα, τα ερευνητικά ερωτήματα θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν: τι είδους στρατηγικές εφαρμόζει ο επιχειρηματίας σε χώρες με ασταθή διακυβέρνηση αλλάζοντας τις ρυθμιστικές πολιτικές ή τις επιπτώσεις της αλλαγής της αστάθειας του νομίσματος ή/και της ταλάντωσης της αγοράς; Αυτές είναι προκλήσεις που, εάν κατανοηθούν, θα μπορούσαν να είναι χρήσιμες για τη δημιουργία φόρουμ υποστήριξης για άτομα στην επιχείρηση με στόχο την ενίσχυση των μηχανισμών αντιμετώπισης τους σε σχέση με την υπάρχουσα ή αναδυόμενη οικονομική πραγματικότητα.

7. Η επιχειρηματικότητα αναφέρεται ευρέως ως η διαδικασία δημιουργίας νέων εγχειρημάτων και επιχειρήσεων μέσω του εντοπισμού νέων επιχειρηματικών ευκαιριών και της αξιοποίησής τους μέσω της ίδρυσης νέων επιχειρήσεων.

Έτσι λοιπόν η μελλοντική έρευνα θα αξιολογούσε τον αντίκτυπο των ολοκληρωμένων μοντέλων υποστήριξης της επιχειρηματικότητας που θα προσφέρουν μια σειρά από υπηρεσίες που περιλαμβάνουν: επιχειρηματική δικτύωση, επιχειρηματική εκπαίδευση, καθοδήγηση επιχειρήσεων και χρηματοδότηση επιχειρήσεων. Τέτοια έρευνα θα μπορούσε να περιλαμβάνει συγχρονικές έρευνες διαφόρων αποτελεσματικών προγραμμάτων υποστήριξης και να αξιολογήσει τον αντίκτυπο των διαφόρων κατάλληλων υποστηρικτικών μέσων λαμβάνοντας υπόψη τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα της επιχειρηματικής υποστήριξης. Τα ευρήματα αυτής της μελέτης θα βοηθούσαν στην ανάπτυξη καλύτερων μηχανισμών υποστήριξης που ανταποκρίνονται στις ποικίλες ανάγκες των επιχειρηματιών.

Για παράδειγμα, η έρευνα θα μπορούσε να επικεντρωθεί στον τρόπο με τον οποίο τα ολοκληρωμένα προγράμματα υποστήριξης επιτρέπουν στους επιχειρηματίες να λύσουν ορισμένα ζητήματα, όπως η πρόσβαση στην αγορά, η επέκταση ή η χρηματοδότηση κινδύνου. Μπορεί να είναι επωφελές να κατανοήσουμε καλύτερα τα αποτελέσματα τέτοιων προγραμμάτων προκειμένου να βελτιωθεί η προσέγγιση και κατά συνέπεια να βελτιωθούν οι συνθήκες για όσους συμμετέχουν στην επιχειρηματική διαδικασία.

8. Σκοπός: Ο σκοπός αυτής της βιβλιογραφικής ανασκόπησης δεν παρέχει μια βασισμένη στη βιβλιογραφία ανάπτυξη μιας διαχρονικής βάσης δεδομένων που αντιστοιχούν σε διαφορετικές φάσεις ανάπτυξης και ανάπτυξης νέων επιχειρηματιών.

Απαιτείται περισσότερη διαχρονική έρευνα προκειμένου να διερευνηθεί η προσωπική ανάπτυξη των επιχειρήσεων καθώς περνούν από διαφορετικά στάδια της ανάπτυξής τους. Τέτοιες μελέτες θα μπορούσαν να βοηθήσουν στον εντοπισμό του τι οδηγεί σε μακροχρόνια επιχειρηματικότητα, τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ιδιοκτήτες σε διαφορετικά επίπεδα και τις συνέπειες τέτοιων μέτρων στήριξης. Αυτή η έρευνα θα μπορούσε επίσης να διερευνήσει πώς αλλάζει διάφορους στόχους και κίνητρα, ο επιχειρηματίας με την πάροδο του χρόνου και με την επιλογή διαφόρων ορόσημων.

Για παράδειγμα, για να καλυφθεί αυτό το κενό, η διαχρονική έρευνα μπορεί να εξετάσει πώς η αρχική καθοδήγηση ή το κεφάλαιο επηρεάζουν τα επιχειρηματικά αποτελέσματα στο μέλλον ή πώς αυτά δύναται να διαφοροποιηθούν. Η γνώση τέτοιων τάσεων μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη προγραμμάτων υποστήριξης που ανταποκρίνονται στις βιώσιμες ανάγκες των συμμετεχόντων.

#### 9. Ο ρόλος των τεχνολογικών παραγόντων στην ανάπτυξη στρατηγικών που χρησιμοποιούν στις επιχειρήσεις

Οι ερευνητές θα πρέπει να δώσουν προσοχή στον τρόπο με τον οποίο οι τεχνολογικές εξελίξεις επηρεάζουν τις επιχειρηματικές διαδικασίες και δραστηριότητες. Με τα χρόνια, η τεχνολογία έχει γίνει ένα ζωτικό εργαλείο για την υποστήριξη δραστηριοτήτων μάρκετινγκ, ανάπτυξης προϊόντων και τις περισσότερες από τις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Αυτό θα μπορούσε να διερευνήσει πώς οι νέες επιχειρήσεις ενσωματώνουν την τεχνολογία για την αλλαγή, την πρόσβαση στην αγορά και την ανάπτυξη των προϊόντων τους. Επιπλέον, άλλα ερευνητικά θέματα που θα μπορούσαν να είναι παράγοντες που εμποδίζουν την εφαρμογή νέων τεχνολογιών και τα μέτρα που μπορούν να ληφθούν για τον μετριασμό των παραγόντων.

Για παράδειγμα, οι μελέτες θα μπορούσαν να διερευνήσουν πώς όσοι είναι ιδιοκτήτες χρησιμοποιούν την τεχνολογία για να αυξήσουν την παραγωγικότητα, να επιφέρουν περικοπές κόστους ή ακόμα καλύτερα, να διαχειριστούν τρόπους για να προσελκύσουν τους πελάτες τους πιο αποτελεσματικά. Η γνώση των επιπτώσεων της τεχνολογίας στην επιχειρηματικότητα θα μπορούσε να βοηθήσει στη διαμόρφωση προγραμμάτων που θα υποστηρίξουν τη διαδικασία ολοκλήρωσης της τεχνολογίας σύμφωνα με τους επιχειρηματικούς στόχους.

## 10. Η ανάλυση της ομοιότητας και των διαφορών της επιχειρηματικής συμπεριφοράς μεταξύ των πολιτισμών

Τέλος, οι μελλοντικοί ερευνητές πρέπει να συγκρίνουν την επιχειρηματική συμπεριφορά μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών, προκειμένου να εξετάσουν τη σύνδεση του πολιτισμού με τις κοινωνίες. Θα πρέπει να είναι δυνατό για αυτήν την έρευνα να διερευνήσει πώς η επιχειρηματική κλίση, ο αντιληπτός κίνδυνος και η οικονομική διαχείριση ποικίλλουν μεταξύ του ενός πολιτισμικού περιβάλλοντος και του άλλου. Η γνώση αυτών των πολιτισμικών διαφορών μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως βάση για το σχεδιασμό και την εφαρμογή των προγραμμάτων υποστήριξης που είναι κατάλληλα για διάφορα μέρη του κόσμου.

Για παράδειγμα, η έρευνα θα μπορούσε να εξετάσει πώς οι πολιτισμικές αντιλήψεις του κινδύνου ή/και της απορίας επηρεάζουν τις επιχειρηματικές αποφάσεις ή πώς οι πολιτισμικές προσδοκίες σχετικά με την επιχειρηματική συμπεριφορά και τη συμπεριφορά των πελατών επηρεάζουν τις επιχειρήσεις σε μια συγκεκριμένη κουλτούρα. Αυτές οι γνώσεις θα μπορούσαν επομένως να βοηθήσουν τους οργανισμούς να κατανοήσουν καλύτερα τους κοινωνικούς πολιτισμούς και έτσι να προσαρμόσουν τα προγράμματά τους, έτσι ώστε να ενισχυθεί η αποτελεσματικότητα.



## Βιβλιογραφία

- Aria, M., Cuccurullo, C., & Spano, R. (2018). Evolutionary paths of sustainable development in entrepreneurial ecosystems: A bibliometric analysis. *Journal of Cleaner Production*, 170, 1280-1293.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.09.189>
- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2017). Entrepreneurial ecosystems in cities: Establishing the framework conditions. *Journal of Technology Transfer*, 42(5), 1030-1051.  
<https://doi.org/10.1007/s10961-016-9473-8>
- Blackburn, R. A., & Kovalainen, A. (2009). Researching small firms and entrepreneurship: Past, present and future. *International Journal of Management Reviews*, 11(2), 127-148.  
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2008.00254.x>
- Bosma, N., Schøtt, T., Terjesen, S., & Kew, P. (2016). Global Entrepreneurship Monitor 2015 to 2016: Special Topic Report on Youth Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Research Association.  
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14008.14084>
- Bruton, G. D., Ketchen Jr, D. J., & Ireland, R. D. (2013). Entrepreneurship as a solution to poverty. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 683-689.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.05.002>
- Calic, G., & Mosakowski, E. (2016). Kicking off social entrepreneurship: How a sustainability orientation influences crowdfunding success. *Journal of Management Studies*, 53(5), 738-767.  
<https://doi.org/10.1111/joms.12201>
- Carlsson, B., Braunerhjelm, P., McKelvey, M., Olofsson, C., Persson, L., & Ylinenpää, H. (2013). The evolving domain of entrepreneurship research. *Small Business Economics*, 41(4), 913-930.  
<https://doi.org/10.1007/s11187-013-9503-y>
- Ciampi, F., Marzi, G., & Falcone, P. M. (2020). How do environmental, social, and governance (ESG) factors impact firms' economic performance? *Journal of Cleaner Production*, 259, 120971.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120971>
- Cohen, B., & Winn, M. I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 29-49.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.12.001>
- Colombo, M. G., & Grilli, L. (2005). Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view. *Research Policy*, 34(6), 795-816.  
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.03.010>
- De Massis, A., & Kotlar, J. (2014). The case study method in family business research: Guidelines for qualitative scholarship. *Journal of Family Business Strategy*, 5(1), 15-29.  
<https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2014.01.007>
- Drori, I., Honig, B., & Wright, M. (2009). Transnational entrepreneurship: An emergent field of study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(5), 1001-1022.  
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00331.x>
- Eesley, C. E., & Wang, Y. (2017). Social influence in career choice: Evidence from a randomized field experiment on entrepreneurial mentorship. *Research Policy*, 46(3), 636-650.  
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.01.010>

- Evans, D. S., & Jovanovic, B. (1989). An estimated model of entrepreneurial choice under liquidity constraints. *Journal of Political Economy*, 97(4), 808-827.  
<https://doi.org/10.1086/261629>
- Gartner, W. B. (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.  
<https://doi.org/10.1177/104225878801200401>
- Gilbert, B. A., McDougall, P. P., & Audretsch, D. B. (2008). Clusters, knowledge spillovers and new venture performance: An empirical examination. *Journal of Business Venturing*, 23(4), 405-422.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2007.04.003>
- Hisrich, R. D., & Brush, C. G. (1986). Characteristics of the minority entrepreneur. *Journal of Small Business Management*, 24(4), 1-8.  
<https://www.jstor.org/stable/40474103>
- Hoang, H., & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 165-187.  
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00081-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00081-2)
- Jack, S. L., & Anderson, A. R. (2002). The effects of embeddedness on the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 17(5), 467-487.  
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00076-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00076-3)
- Kalnins, A., & Williams, M. (2014). When do female-owned businesses out-survive male-owned businesses? A disaggregated approach by industry and geography. *Journal of Business Venturing*, 29(6), 822-835.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.12.001>
- Kassicieh, S. K., Kirchhoff, B. A., Walsh, S. T., & McWhorter, P. J. (2002). The role of small firms in the transfer of disruptive technologies. *Technovation*, 22(11), 667-674. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(01\)00083-4](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(01)00083-4)
- Kautonen, T., Down, S., & Minniti, M. (2014). Ageing and entrepreneurial preferences. *Journal of Small Business Management*, 52(3), 604-626.  
<https://doi.org/10.1111/jsbm.12042>
- Keh, H. T., Foo, M. D., & Lim, B. C. (2002). Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 125-148.  
<https://doi.org/10.1111/1540-8520.00003>
- Kor, Y. Y., & Mahoney, J. T. (2005). How dynamics, management, and governance of resource deployments influence firm-level performance. *Strategic Management Journal*, 26(5), 489-496.  
<https://doi.org/10.1002/smj.459>
- Kortum, S., & Lerner, J. (2000). Assessing the contribution of venture capital to innovation. *RAND Journal of Economics*, 31(4), 674-692.  
<https://doi.org/10.2307/2696354>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.  
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-)
- Lichtenstein, B. B., & Brush, C. G. (2001). How do “resource bundles” develop and change in new ventures? A dynamic model and longitudinal exploration. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(3), 37-58.  
<https://doi.org/10.1177/104225870102500303>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.  
<https://doi.org/10.2307/258632>
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132-152.

- <https://doi.org/10.5465/amr.2006.19379628>
- Mian, S. A., Lamine, W., & Fayolle, A. (2016). Technology business incubation: An overview of the state of knowledge. *Technovation*, 50-51, 1-12.  
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2016.01.004>
  - Minniti, M., & Bygrave, W. (1999). The microfoundations of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(4), 41-52.  
<https://doi.org/10.1177/104225879902300404>
  - Mowery, D. C., Nelson, R. R., & Martin, B. R. (2010). Technology, economics, and the politics of climate change. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 28(2), 263-280.  
<https://doi.org/10.1068/c0916>
  - Ozgen, E., & Baron, R. A. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 174-192. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.12.001>
  - Pinho, J. C., & Soares, A. M. (2011). Examining the technology acceptance model in the adoption of social networks. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 5(2/3), 116-129.  
<https://doi.org/10.1108/17505931111187767>
  - Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761-787.  
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x>
  - Reynolds, P. D. (1997). Who starts new firms? Preliminary explorations of firms-in-gestation. *Small Business Economics*, 9(5), 449-462.  
<https://doi.org/10.1023/A:1007995504567>
  - Robinson, K. C., & Sexton, E. A. (1994). The effect of education and experience on self-employment success. *Journal of Business Venturing*, 9(2), 141-156.  
[https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)90006-X](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90006-X)
  - Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.  
<https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
  - Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 137-163.  
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00426.x>
  - Short, J. C., Ketchen Jr, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2010). The concept of “opportunity” in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. *Journal of Management*, 36(1), 40-65.  
<https://doi.org/10.1177/0149206309342746>
  - Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72.  
<https://doi.org/10.1111/etap.12167>
  - Stam, E., & Spigel, B. (2016). Entrepreneurial ecosystems. *Handbook of Entrepreneurship and Regional Development*, 407-421.  
<https://doi.org/10.4337/9781783475174.00032>
  - Steffens, P., Davidsson, P., & Fitzsimmons, J. (2009). Performance configurations over time: Implications for growth-and profit-oriented strategies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 125-148.  
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00283.x>
  - Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2009). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. McGraw-Hill/Irwin.  
<https://doi.org/10.1036/0078029112>

- Urbano, D., Aparicio, S., & Audretsch, D. (2019). Twenty-five years of research on institutions, entrepreneurship, and economic growth: What has been learned? *Small Business Economics*, 53(1), 21-49.  
<https://doi.org/10.1007/s11187-018-0038-0>
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3, 119-138.  
[https://doi.org/10.1016/S1074-7540\(97\)03003-7](https://doi.org/10.1016/S1074-7540(97)03003-7)
- Wang, C. L., Tee, D., & Ahmed, P. K. (2012). Entrepreneurial leadership and context in Chinese firms: A tale of two Chinese private enterprises. *Asia Pacific Business Review*, 18(4), 505-530.  
<https://doi.org/10.1080/13602381.2012.694728>
- Welter, F. (2011). Contextualizing entrepreneurship—conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165-184.  
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00427.x>
- Wright, M., & Zahra, S. A. (2011). The other side of paradise: Examining the dark side of entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 25(3), 77-91.  
<https://doi.org/10.5465/amp.25.3.77>
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes, and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>
- Association for Career and Technical Education. (2017). "Entrepreneurship in American Schools."
- DECA. (2020). "About DECA."
- European Commission. (2013). "Entrepreneurship 2020 Action Plan."
- European Commission. (2016). "Entrepreneurship Education: A Road to Success."
- Eurydice. (2016). "Entrepreneurship Education at School in Europe."
- Faria, A. J., Hutchinson, D., & Wellington, W. J. (2009). "Developments in Business Simulation & Experiential Exercises."
- Fundación Créate. (2019). "Emprender en Mi Escuela."
- Gibb, A. A. (2002). "In Pursuit of a New 'Enterprise' and 'Entrepreneurship' Paradigm for Learning: Creative Destruction, New Values, New Ways of Doing Things and New Combinations of Knowledge." *International Journal of Management Reviews*, 4(3).
- Hollands, F. M., & Tirthali, D. (2014). "MOOCs: Expectations and Reality."
- Johnson, L., Adams Becker, S., Estrada, V., & Freeman, A. (2016). "NMC Horizon Report: 2016 Higher Education Edition."
- Junior Achievement Greece. (2020). "About Us."
- Kuratko, D. F. (2005). "The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5).
- Petridou, E., Sarri, K., & Kyrgidou, L. P. (2009). "Entrepreneurship Education in Higher Educational Institutions in Greece: The Case of TEI of Thessaloniki."
- Ruskovaara, E., Pihkala, T., Seikkula-Leino, J., & Järvinen, M. R. (2015). "Broadening the Resource Base for Entrepreneurship Education through Teachers' Networking Activities." *Teaching and Teacher Education*, 47.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

*Πίνακας 1 Ποσοστά απαντήσεων της ερώτησης "Ποιο είναι το φύλο σας;"*

		**	***	****	*****
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
* Valid	.	1	1,7	1,7	1,7
	Άντρας	32	53,3	53,3	55,0
	Γυναίκα	26	43,3	43,3	98,3
	Προτιμώ να μην πω	1	1,7	1,7	100,0
Total		60	100,0	100,0	

*Πίνακας 2 Ποσοστά απαντήσεων της ερώτησης "Πόσων ετών είστε; (Συμπληρώστε με αριθμό)"*

		**	***	****	*****
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
* Valid	.	1	1,7	1,7	1,7
	18	3	5,0	5,0	6,7
	19	3	5,0	5,0	11,7
	20	9	15,0	15,0	26,7
	21	15	25,0	25,0	51,7
	22	16	26,7	26,7	78,3
	23	4	6,7	6,7	85,0
	24	2	3,3	3,3	88,3
	25	1	1,7	1,7	90,0
	27	2	3,3	3,3	93,3
	28	1	1,7	1,7	95,0
	33	1	1,7	1,7	96,7
	35	2	3,3	3,3	100,0
	Total		60	100,0	100,0

*Πίνακας 3 Ποσοστά απαντήσεων στην ερώτηση "Σε ποια πληθυσμιακή ομάδα ανήκετε;"*

		**	***	****	*****
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
* Valid	Κωμόπολη (πληθυσμός από 3000 έως 10000 κάτοικοι)	11	18,3	18,3	18,3

	Πόλη (πληθυσμός άνω των 10000 κατοίκων)	44	73,3	73,3	91,7
	Χωριό (πληθυσμός από 50 έως 2000 κάτοικοι)	5	8,3	8,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 4 Ποσοστά στην ερώτηση "Ποιο είναι το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει;"

		**	***	****	*****	
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
*	.	1	1,7	1,7	1,7	
	Valid	Απολυτήριο Λυκείου	35	58,3	58,3	60,0
		Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδικευσης	2	3,3	3,3	63,3
		Προπτυχιακό	1	1,7	1,7	65,0
		Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ	19	31,7	31,7	96,7
		Πτυχίο ΙΕΚ/ΣΑΕΚ	2	3,3	3,3	100,0
		Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 5 "Ποσοστά απαντήσεων στην ερώτηση "Ποια είναι η χώρα διαμονής σας;"

		**	***	****	*****	
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
*	.	1	1,7	1,7	1,7	
	Valid	Αγγλία	1	1,7	1,7	3,3
		Ελλάδα	56	93,3	93,3	96,7
		Κύπρος	1	1,7	1,7	98,3
		Ολλανδία	1	1,7	1,7	100,0
		Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 6 Ποσοστά απαντήσεων στην ερώτηση "Ποιο είναι το μηνιαίο ατομικό σας εισόδημα;"

		**	***	****	*****	
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
*	Valid	1000€ έως 1500€	11	18,3	18,3	18,3
		1500€ έως \$2000€	8	13,3	13,3	31,7
		2000€ ή περισσότερο	9	15,0	15,0	46,7
		500€ έως 1000€	10	16,7	16,7	63,3
		500€ ή λιγότερο	22	36,7	36,7	100,0
		Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 7 Ποσοστά στην ερώτηση " Ποιοι είναι οι κύριοι λόγοι που θα σας οδηγούσαν να ξεκινήσετε τη δικής σας επιχείρηση; "

		** Frequency	*** Percent	**** Valid Percent	***** Cumulative Percent
* Valid	.	1	1,7	1,7	1,7
	Δεν έχω ξεκινήσει ακόμα με επιχειρηματικότητα.	1	1,7	1,7	3,3
	Δυσκολίες εύρεσης εργασίας	3	5,0	5,0	8,3
	Επιθυμία για ανεξαρτησία	21	35,0	35,0	43,3
	Επιθυμία να ακολουθήσω το πάθος μου	14	23,3	23,3	66,7
	Οικονομικά κίνητρα	20	33,3	33,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 8 Ποσοστά στην ερώτηση "Ασχολείται κάποιος από το κοντινό σας περιβάλλον με την επιχειρηματικότητα; "

		** Frequency	*** Percent	**** Valid Percent	***** Cumulative Percent
* Valid	Ναι	30	50,0	50,0	50,0
	Όχι	30	50,0	50,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 9 Ποσοστά στην ερώτηση "Σας έχουν παροτρύνει οι γονείς σας να ασχοληθείτε με την επιχειρηματικότητα; "

		** Frequency	*** Percent	**** Valid Percent	***** Cumulative Percent
* Valid	Ελαφρώς	12	20,0	20,0	20,0
	Καθόλου	19	31,7	31,7	51,7
	Μέτρια	20	33,3	33,3	85,0
	Πάρα πολύ	2	3,3	3,3	88,3
	Σημαντικά	7	11,7	11,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 10 "Ποσοστά στην ερώτηση "Πόσο σημαντική θεωρείτε την εκπαίδευση για την επιχειρηματική σας ανέλιξη; "

		** Frequency	*** Percent	**** Valid Percent	***** Cumulative Percent
--	--	-----------------	----------------	-----------------------	--------------------------------

* Valid	Απόλυτα σημαντική	13	21,7	21,7	21,7
	Καθόλου σημαντική	2	3,3	3,3	25,0
	Λίγο σημαντική	4	6,7	6,7	31,7
	Μέτρια σημαντική	17	28,3	28,3	60,0
	Πολύ σημαντική	24	40,0	40,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

*Πίνακας 11 Ποσοστά στην ερώτηση "Έχετε παρακολουθήσει στο παρελθόν κάποια εκπαιδευτικά σεμινάρια στον τομέα της επιχειρηματικότητας; (Και αν Ναι ποια ήταν αυτά;)"*

		**	***	****	*****
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
* Valid	-	3	5,0	5,0	5,0
	.	1	1,7	1,7	6,7
	Ανήθικες επιχειρηματικές μέθοδοι - εύκολες χρηματικές απολαβές	1	1,7	1,7	8,3
	Δεν έχω παρακολουθήσει σεμινάρια παρά μόνο σχετικά μαθήματα της σχολής μου που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα	1	1,7	1,7	10,0
	Ναι	1	1,7	1,7	11,7
	Ναι Μάρκετινγκ	1	1,7	1,7	13,3
	Ναι σε διάφορα ΙΕΚ	1	1,7	1,7	15,0
	Ναι σε μια μεταπτυχιακή παρουσίαση	1	1,7	1,7	16,7
	Ναι share your knowledge	1	1,7	1,7	18,3
	Ναι!	1	1,7	1,7	20,0
	Ναι. Digital Marketing	1	1,7	1,7	21,7
	οχι	1	1,7	1,7	23,3
	Οχι	20	33,3	33,3	56,7
	Όχι	20	33,3	33,3	90,0
	Οχι.	1	1,7	1,7	91,7
	Το ψηφιακό Μάρκετινγκ του ΟΕΕ	1	1,7	1,7	93,3
	Google	1	1,7	1,7	95,0
	No	1	1,7	1,7	96,7
	oxi	1	1,7	1,7	98,3
	Teen business school	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0		



Πίνακας 12 Ποσοστά στην ερώτηση "Πιστεύετε ότι τα social media μπορούν να σας βοηθήσουν να αναπτύξετε την επιχειρηματική σας ιδέα;"

		**	***	****	*****
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
* Valid	Ελαφρώς	5	8,3	8,3	8,3
	Καθόλου	1	1,7	1,7	10,0
	Μέτρια	12	20,0	20,0	30,0
	Πάρα πολύ	11	18,3	18,3	48,3
	Σημαντικά	31	51,7	51,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 13 Ποσοστά στην ερώτηση "Έως τη μέχρι τώρα πορεία σας έχετε ασχοληθεί με κάποιο προσωπικό επιχειρηματικό πρότζεκτ; (Και αν Ναι ποιο ήταν αυτό/αυτά;)"

		**	***	****	*****
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
* Valid	-	4	6,7	6,7	6,7
	.	1	1,7	1,7	8,3
	Δεν έχω ασχοληθεί	1	1,7	1,7	10,0
	Μυρμήγκια με τσιπάκι	1	1,7	1,7	11,7
	Ναι	1	1,7	1,7	13,3
	Ναι έναρξη εταιρείας σε παραγωγή τυποποίηση διανομή και εμπορία αγροτικών προϊόντων και συμμετοχή σε εργολαβικές εταιρείες	1	1,7	1,7	15,0
	οχι	1	1,7	1,7	16,7
	Όχι	25	41,7	41,7	58,3
	όχι	1	1,7	1,7	60,0
	Όχι	21	35,0	35,0	95,0
	Όχι δεν έτυχε.	1	1,7	1,7	96,7
	Όχο	1	1,7	1,7	98,3
	No	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 14 Ποσοστά στην ερώτηση "Ποιοι επιχειρηματικοί τομείς σας ενδιαφέρουν περισσότερο; (επιλέξτε όλες όσες ισχύουν)"

		**	***	****	*****
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
* Valid	.	3	5,0	5,0	5,0
	Κατασκευές και Βιομηχανία; Τεχνολογία και Πληροφορική	1	1,7	1,7	6,7

Κατασκευές και Βιομηχανία; Τρόφιμα και Εστίαση	1	1,7	1,7	8,3
Λιανικό Εμπόριο	4	6,7	6,7	15,0
Λιανικό Εμπόριο;	1	1,7	1,7	16,7
Λιανικό Εμπόριο; Κατασκευές και Βιομηχανία; Τρόφιμα και Εστίαση	1	1,7	1,7	18,3
Λιανικό Εμπόριο; Τεχνολογία και Πληροφορική	1	1,7	1,7	20,0
Λιανικό Εμπόριο; Τεχνολογία και Πληροφορική;	1	1,7	1,7	21,7
Λιανικό Εμπόριο; Τρόφιμα και Εστίαση; Τεχνολογία και Πληροφορική;	1	1,7	1,7	23,3
Λιανικό Εμπόριο; Υπηρεσίες	2	3,3	3,3	26,7
Λιανικό Εμπόριο; Υπηρεσίες; Κατασκευές και Βιομηχανία; Τεχνολογία και Πληροφορική	1	1,7	1,7	28,3
Λιανικό Εμπόριο; Υπηρεσίες; Κατασκευές και Βιομηχανία; Τρόφιμα και Εστίαση	1	1,7	1,7	30,0
Μουσική Βιομηχανία	1	1,7	1,7	31,7
Περιβάλλον και Δειφορία;	1	1,7	1,7	33,3
Τεχνολογία και Πληροφορική	6	10,0	10,0	43,3
Τεχνολογία και Πληροφορική; Κατασκευές και Βιομηχανία	1	1,7	1,7	45,0
Τεχνολογία και Πληροφορική; Λιανικό Εμπόριο	1	1,7	1,7	46,7
Τεχνολογία και Πληροφορική; Λιανικό Εμπόριο; Κατασκευές και Βιομηχανία; Υπηρεσίες	1	1,7	1,7	48,3
Τεχνολογία και Πληροφορική; Λιανικό Εμπόριο; Τρόφιμα και Εστίαση;	1	1,7	1,7	50,0
Τεχνολογία και Πληροφορική; Τρόφιμα και Εστίαση; Κατασκευές και Βιομηχανία	1	1,7	1,7	51,7

Τεχνολογία και Πληροφορική; Τρόφιμα και Εστίαση; Υπηρεσίες; Κατασκευές και Βιομηχανία	1	1,7	1,7	53,3
Τεχνολογία και Πληροφορική; Υπηρεσίες	3	5,0	5,0	58,3
Τεχνολογία και Πληροφορική; Υπηρεσίες ;	1	1,7	1,7	60,0
Τεχνολογία και Πληροφορική; Υπηρεσίες ; Λιανικό Εμπόριο; Τρόφιμα και Εστίαση;	1	1,7	1,7	61,7
Τουρισμός	1	1,7	1,7	63,3
Τρόφιμα και Εστίαση	8	13,3	13,3	76,7
Τρόφιμα και Εστίαση;	1	1,7	1,7	78,3
Τρόφιμα και Εστίαση; Τεχνολογία και Πληροφορική; Λιανικό Εμπόριο	1	1,7	1,7	80,0
Τρόφιμα και Εστίαση; Υπηρεσίες	2	3,3	3,3	83,3
Υπηρεσίες	4	6,7	6,7	90,0
Υπηρεσίες ψυχικής υγείας	1	1,7	1,7	91,7
Υπηρεσίες;	1	1,7	1,7	93,3
Υπηρεσίες; Λιανικό Εμπόριο; Τρόφιμα και Εστίαση	1	1,7	1,7	95,0
Υπηρεσίες; Τουρισμός, μπαρ	1	1,7	1,7	96,7
Υπηρεσίες; Τρόφιμα και Εστίαση	2	3,3	3,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 15 Ποσοστά στην ερώτηση "Πόσο καλά ενημερωμένοι είστε για τις διαδικασίες έναρξης επιχείρησης (νομικές, φορολογικές κ.λπ.);"

		**	***	****	*****
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
* Valid	Απόλυτα ενημερωμένος	2	3,3	3,3	3,3
	Καθόλου ενημερωμένος	14	23,3	23,3	26,7
	Λίγο ενημερωμένος	21	35,0	35,0	61,7
	Μέτρια ενημερωμένος	17	28,3	28,3	90,0
	Πολύ ενημερωμένος	6	10,0	10,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 16 Ποσοστά στην ερώτηση "Ποιες δεξιότητες θεωρείτε ότι είναι απαραίτητες για την επιτυχή έναρξη και λειτουργία της επιχείρησής σας; (επιλέξτε όλες όσες ισχύουν)"

		**	***	****	*****
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
* Valid	.	1	1,7	1,7	1,7
	Διαχείριση χρόνου;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Καινοτομία και δημιουργικότητα	1	1,7	1,7	3,3
	Διαχείριση χρόνου;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Καινοτομία και δημιουργικότητα;Πωλήσεις και μάρκετινγκ	1	1,7	1,7	5,0
	Διαχείριση χρόνου;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;	1	1,7	1,7	6,7
	Διαχείριση χρόνου;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Καινοτομία και δημιουργικότητα	1	1,7	1,7	8,3
	Διαχείριση χρόνου;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Καινοτομία και δημιουργικότητα	1	1,7	1,7	10,0
	Διαχείριση χρόνου;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Χρηματοοικονομική διαχείριση	1	1,7	1,7	11,7
	Διαχείριση χρόνου;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Χρηματοοικονομική διαχείριση;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;	1	1,7	1,7	13,3
	Διαχείριση χρόνου;Χρηματοοικονομική διαχείριση;Καινοτομία και δημιουργικότητα	1	1,7	1,7	15,0
	Διαχείριση χρόνου;Χρηματοοικονομική	1	1,7	1,7	16,7

διαχείριση;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας				
Διαχείριση χρόνου;Χρηματοοικονομική διαχείριση;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Καινοτομία και δημιουργικότητα	10	16,7	16,7	33,3
Διαχείριση χρόνου;Χρηματοοικονομική διαχείριση;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Καινοτομία και δημιουργικότητα;	1	1,7	1,7	35,0
Διαχείριση χρόνου;Χρηματοοικονομική διαχείριση;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Καινοτομία και δημιουργικότητα;Ελλειψη συναισθημάτων	1	1,7	1,7	36,7
Διαχείριση χρόνου;Χρηματοοικονομική διαχείριση;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Καινοτομία και δημιουργικότητα;	1	1,7	1,7	38,3
Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Καινοτομία και δημιουργικότητα;Χρηματοοικονομική διαχείριση	1	1,7	1,7	40,0
Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Καινοτομία και δημιουργικότητα	2	3,3	3,3	43,3
Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Πωλήσεις και	1	1,7	1,7	45,0

μάρκετινγκ;Καινοτομία και δημιουργικότητα;Χρηματοοικονομική διαχείριση				
Καινοτομία και δημιουργικότητα	1	1,7	1,7	46,7
Καινοτομία και δημιουργικότητα;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Πωλήσεις και μάρκετινγκ	2	3,3	3,3	50,0
Καινοτομία και δημιουργικότητα;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Χρηματοοικονομική διαχείριση;Διαχείριση χρόνου	2	3,3	3,3	53,3
Καινοτομία και δημιουργικότητα;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Χρηματοοικονομική διαχείριση	1	1,7	1,7	55,0
Καινοτομία και δημιουργικότητα;Πωλήσεις και μάρκετινγκ	1	1,7	1,7	56,7
Καινοτομία και δημιουργικότητα;Χρηματοοικονομική διαχείριση	1	1,7	1,7	58,3
Καινοτομία και δημιουργικότητα;Χρηματοοικονομική διαχείριση;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Διαχείριση χρόνου	1	1,7	1,7	60,0
Πωλήσεις και μάρκετινγκ	3	5,0	5,0	65,0
Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Διαχείριση χρόνου	1	1,7	1,7	66,7
Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Διαχείριση χρόνου;Χρηματοοικονομική διαχείριση;Καινοτομία και δημιουργικότητα;Ηγεσία	1	1,7	1,7	68,3

σία και διαχείριση ομάδας				
Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Καινοτομία και δημιουργικότητα	1	1,7	1,7	70,0
Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Χρηματοοικονομική διαχείριση;	1	1,7	1,7	71,7
Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Χρηματοοικονομική διαχείριση;	1	1,7	1,7	73,3
Χρηματοοικονομική διαχείριση	1	1,7	1,7	75,0
Χρηματοοικονομική διαχείριση;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Καινοτομία και δημιουργικότητα	1	1,7	1,7	76,7
Χρηματοοικονομική διαχείριση;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Καινοτομία και δημιουργικότητα;Πωλήσεις και μάρκετινγκ	1	1,7	1,7	78,3
Χρηματοοικονομική διαχείριση;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Διαχείριση χρόνου;	1	1,7	1,7	80,0
Χρηματοοικονομική διαχείριση;Καινοτομία και δημιουργικότητα;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Διαχείριση χρόνου	1	1,7	1,7	81,7
Χρηματοοικονομική διαχείριση;Πωλήσεις και μάρκετινγκ	2	3,3	3,3	85,0
Χρηματοοικονομική διαχείριση;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Καινοτομία και δημιουργικότητα	3	5,0	5,0	90,0

	Χρηματοοικονομική διαχείριση;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Καινοτομία και δημιουργικότητα;	1	1,7	1,7	91,7
	Χρηματοοικονομική διαχείριση;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Καινοτομία και δημιουργικότητα	3	5,0	5,0	96,7
	Χρηματοοικονομική διαχείριση;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Καινοτομία και δημιουργικότητα;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας	1	1,7	1,7	98,3
	Χρηματοοικονομική διαχείριση;Πωλήσεις και μάρκετινγκ;Καινοτομία και δημιουργικότητα;Ηγεσία και διαχείριση ομάδας;Διαχείριση χρόνου;	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 17 Ποσοστά στην ερώτηση "Ποιοι είναι οι κύριοι φόβοι ή ανησυχίες σας σχετικά με την έναρξη της δικής σας επιχείρησης; (επιλέξτε όλες όσες ισχύουν)"

		**	***	****	*****
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
*	.	1	1,7	1,7	1,7
Valid	Δεν θεωρώ πως υπάρχει κάποιος φόβος	1	1,7	1,7	3,3
	Δυσκολία στην εύρεση πελατών	1	1,7	1,7	5,0
	Δυσκολία στην εύρεση πελατών;Οικονομική αποτυχία	2	3,3	3,3	8,3
	Έλλειψη εμπειρίας	2	3,3	3,3	11,7
	Έλλειψη εμπειρίας;Δυσκολία στην εύρεση πελατών	2	3,3	3,3	15,0
	Έλλειψη εμπειρίας;Δυσκολία στην εύρεση	1	1,7	1,7	16,7



πελατών;Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις				
Έλλειψη εμπειρίας;Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής	2	3,3	3,3	20,0
Έλλειψη εμπειρίας;Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής;	1	1,7	1,7	21,7
Έλλειψη εμπειρίας;Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις	1	1,7	1,7	23,3
Έλλειψη εμπειρίας;Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις;	1	1,7	1,7	25,0
Έλλειψη εμπειρίας;Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις;Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής;Άγχος	1	1,7	1,7	26,7
Έλλειψη εμπειρίας;Οικονομική αποτυχία	2	3,3	3,3	30,0
Έλλειψη εμπειρίας;Οικονομική αποτυχία;	1	1,7	1,7	31,7
Έλλειψη εμπειρίας;Οικονομική αποτυχία;Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής	1	1,7	1,7	33,3
Έλλειψη εμπειρίας;Οικονομική αποτυχία;Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις;Δυσκολία στην εύρεση πελατών	1	1,7	1,7	35,0
Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής	1	1,7	1,7	36,7
Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής;Οικονομική αποτυχία;Έλλειψη εμπειρίας;Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις	1	1,7	1,7	38,3

Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις	2	3,3	3,3	41,7
Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις; Δυσκολία στην εύρεση πελατών	2	3,3	3,3	45,0
Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις; Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής	1	1,7	1,7	46,7
Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις; Οικονομική αποτυχία	1	1,7	1,7	48,3
Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις; Οικονομική αποτυχία; Έλλειψη εμπειρίας	1	1,7	1,7	50,0
Οικονομική αποτυχία	4	6,7	6,7	56,7
Οικονομική αποτυχία; Δυσκολία στην εύρεση πελατών	4	6,7	6,7	63,3
Οικονομική αποτυχία; Δυσκολία στην εύρεση πελατών;	1	1,7	1,7	65,0
Οικονομική αποτυχία; Δυσκολία στην εύρεση πελατών; Έλλειψη εμπειρίας; Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις	1	1,7	1,7	66,7
Οικονομική αποτυχία; Δυσκολία στην εύρεση πελατών; Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής	1	1,7	1,7	68,3
Οικονομική αποτυχία; Δυσκολία στην εύρεση πελατών; Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής;	1	1,7	1,7	70,0
Οικονομική αποτυχία; Δυσκολία στην εύρεση πελατών; Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις	1	1,7	1,7	71,7

Οικονομική αποτυχία; Έλλειψη εμπειρίας	4	6,7	6,7	78,3
Οικονομική αποτυχία; Έλλειψη εμπειρίας; Δυσκολία στην εύρεση πελατών	4	6,7	6,7	85,0
Οικονομική αποτυχία; Έλλειψη εμπειρίας; Δυσκολία στην εύρεση πελατών; Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις	1	1,7	1,7	86,7
Οικονομική αποτυχία; Έλλειψη εμπειρίας; Δυσκολία στην εύρεση πελατών; Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις; Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής	1	1,7	1,7	88,3
Οικονομική αποτυχία; Έλλειψη εμπειρίας; Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις	1	1,7	1,7	90,0
Οικονομική αποτυχία; Έλλειψη εμπειρίας; Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις; Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής; Δυσκολία στην εύρεση πελατών;	1	1,7	1,7	91,7
Οικονομική αποτυχία; Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις	2	3,3	3,3	95,0
Οικονομική αποτυχία; Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις;	1	1,7	1,7	96,7
Οικονομική αποτυχία; Νομικές και φορολογικές υποχρεώσεις; Ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής; Έλλειψη εμπειρίας;	2	3,3	3,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 18 Ποσοστά απαντήσεως της ερώτησης "Ποιες είναι οι βασικές στρατηγικές που σκοπεύετε να χρησιμοποιήσετε για να προωθήσετε την επιχείρησή σας; (επιλέξτε όλες όσες ισχύουν)"

		**	***	****	*****
		Fre que ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumul ative Percent
* Valid	.	1	1,7	1,7	1,7
	Διαφημιστικές καμπάνιες;	1	1,7	1,7	3,3
	Διαφημιστικές καμπάνιες;Συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις	1	1,7	1,7	5,0
	Διαφημιστικές καμπάνιες;Συνεργασίες και συνεταιρισμοί	2	3,3	3,3	8,3
	Διαφημιστικές καμπάνιες;Συνεργασίες και συνεταιρισμοί;Συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις;Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης	1	1,7	1,7	10,0
	Διαφημιστικές καμπάνιες;Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης	5	8,3	8,3	18,3
	Διαφημιστικές καμπάνιες;Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης;Συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις	2	3,3	3,3	21,7
	Διαφημιστικές καμπάνιες;Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης;Συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις;	1	1,7	1,7	23,3
	Διαφημιστικές καμπάνιες;Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης;Συνεργασίες και συνεταιρισμοί	3	5,0	5,0	28,3
	Διαφημιστικές καμπάνιες;Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης;Συνεργασίες και συνεταιρισμοί;Συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις	6	10,0	10,0	38,3
	Διαφημιστικές καμπάνιες;Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης;Συνεργασίες και συνεταιρισμοί;Συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις;	1	1,7	1,7	40,0
	Συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις;Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης	1	1,7	1,7	41,7
	Συνεργασίες και συνεταιρισμοί	1	1,7	1,7	43,3
	Συνεργασίες και συνεταιρισμοί;Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης	2	3,3	3,3	46,7
	Συνεργασίες και συνεταιρισμοί;Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης;Διαφημιστικές καμπάνιες	1	1,7	1,7	48,3
	Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης	4	6,7	6,7	55,0
Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης;Διαφημιστικές καμπάνιες	3	5,0	5,0	60,0	
Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης;Διαφημιστικές καμπάνιες;	2	3,3	3,3	63,3	
Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης;Διαφημιστικές	1	1,7	1,7	65,0	

καμπάνιες; Συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις				
Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης; Διαφημιστικές καμπάνιες; Συνεργασίες και συνεταιρισμοί	1	1,7	1,7	66,7
Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης; Διαφημιστικές καμπάνιες; Συνεργασίες και συνεταιρισμοί;	1	1,7	1,7	68,3
Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης; Διαφημιστικές καμπάνιες; Συνεργασίες και συνεταιρισμοί; Συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις	2	3,3	3,3	71,7
Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης; Συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις	5	8,3	8,3	80,0
Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης; Συνεργασίες και συνεταιρισμοί	6	10,0	10,0	90,0
Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης; Συνεργασίες και συνεταιρισμοί;	3	5,0	5,0	95,0
Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης; Συνεργασίες και συνεταιρισμοί; Διαφημιστικές καμπάνιες	1	1,7	1,7	96,7
Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης; Συνεργασίες και συνεταιρισμοί; Συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις	1	1,7	1,7	98,3
Χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης; Συνεργασίες και συνεταιρισμοί; Συμμετοχή σε εκθέσεις και εκδηλώσεις; Διαφημιστικές καμπάνιες	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Πίνακας 19 "Ποσοστά απαντήσεων της ερώτησης "Τι είδους επιχειρηματική υποστήριξη θα σας ήταν πιο χρήσιμη για εσάς αυτή τη στιγμή; (επιλέξτε όλες όσες ισχύουν)"

		**	***	****	*****
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
*	.	1	1,7	1,7	1,7
	Δικτύωση και συνδέσεις	5	8,3	8,3	10,0
	Δικτύωση και συνδέσεις; Εκπαίδευση και κατάρτιση; Συμβουλευτική και καθοδήγηση; Χρηματοδότηση	1	1,7	1,7	11,7
	Δικτύωση και συνδέσεις; Συμβουλευτική και καθοδήγηση	3	5,0	5,0	16,7
	Δικτύωση και συνδέσεις; Συμβουλευτική και καθοδήγηση;	2	3,3	3,3	20,0

Δικτύωση και συνδέσεις; Συμβουλευτική και καθοδήγηση; Εκπαίδευση και κατάρτιση	1	1,7	1,7	21,7
Δικτύωση και συνδέσεις; Χρηματοδότηση	1	1,7	1,7	23,3
Εκπαίδευση και κατάρτιση	3	5,0	5,0	28,3
Εκπαίδευση και κατάρτιση; Δικτύωση και συνδέσεις; Συμβουλευτική και καθοδήγηση; Χρηματοδότηση	1	1,7	1,7	30,0
Εκπαίδευση και κατάρτιση; Συμβουλευτική και καθοδήγηση	3	5,0	5,0	35,0
Εκπαίδευση και κατάρτιση; Συμβουλευτική και καθοδήγηση; Δικτύωση και συνδέσεις; Χρηματοδότηση	3	5,0	5,0	40,0
Εκπαίδευση και κατάρτιση; Χρηματοδότηση;	1	1,7	1,7	41,7
Συμβουλευτική και καθοδήγηση	2	3,3	3,3	45,0
Συμβουλευτική και καθοδήγηση; Δικτύωση και συνδέσεις	1	1,7	1,7	46,7
Συμβουλευτική και καθοδήγηση; Δικτύωση και συνδέσεις; Χρηματοδότηση; Εκπαίδευση και κατάρτιση	1	1,7	1,7	48,3
Συμβουλευτική και καθοδήγηση; Εκπαίδευση και κατάρτιση	1	1,7	1,7	50,0
Συμβουλευτική και καθοδήγηση; Χρηματοδότηση	3	5,0	5,0	55,0
Συμβουλευτική και καθοδήγηση; Χρηματοδότηση; Δικτύωση και συνδέσεις; Εκπαίδευση και κατάρτιση	2	3,3	3,3	58,3
Συμβουλευτική και καθοδήγηση; Χρηματοδότηση; Εκπαίδευση και κατάρτιση;	1	1,7	1,7	60,0
Χρηματοδότηση	3	5,0	5,0	65,0
Χρηματοδότηση;	1	1,7	1,7	66,7
Χρηματοδότηση; Δικτύωση και συνδέσεις	2	3,3	3,3	70,0
Χρηματοδότηση; Δικτύωση και συνδέσεις; Συμβουλευτική και καθοδήγηση; Εκπαίδευση και κατάρτιση	1	1,7	1,7	71,7
Χρηματοδότηση; Δικτύωση και συνδέσεις; Συμβουλευτική και καθοδήγηση; Εκπαίδευση και κατάρτιση;	1	1,7	1,7	73,3

Χρηματοδότηση;Εκπαίδευση και κατάρτιση	2	3,3	3,3	76,7
Χρηματοδότηση;Εκπαίδευση και κατάρτιση;	2	3,3	3,3	80,0
Χρηματοδότηση;Εκπαίδευση και κατάρτιση;Συμβουλευτική και καθοδήγηση	2	3,3	3,3	83,3
Χρηματοδότηση;Εκπαίδευση και κατάρτιση;Συμβουλευτική και καθοδήγηση;Δικτύωση και συνδέσεις	2	3,3	3,3	86,7
Χρηματοδότηση;Συμβουλευτική και καθοδήγηση	7	11,7	11,7	98,3
Χρηματοδότηση;Συμβουλευτική και καθοδήγηση;Δικτύωση και συνδέσεις;	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

\*Valid: Οι έγκυρες τιμές

\*\*Frequency: Η συχνότητα

\*\*\*Percent: Η σχετική συχνότητα ως ποσοστό

\*\*\*\*Valid Percent: Το ποσοστό των περιπτώσεων για τις οποίες έχουμε έγκυρες τιμές

\*\*\*\*\*Cumulative Percent: Η αθροιστική σχετική συχνότητα