



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΠΑΤΡΩΝ  
UNIVERSITY OF PATRAS

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

*ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΝΕΩΝ  
ΑΝΘΡΩΠΩΝ*

*Πάτρα 2020*

*Σπουδαστές:*

Μπουρνάζου Ναταλία  
Κωσταρά Γκέκα Αλεξάνδρα Χρυσάνθη

*Επιβλέπωντας Καθηγητής:  
Ραφαηλίδης Απόστολος*

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η επιχειρηματικότητα αλλά και η καινοτομία, έχουν αναγνωριστεί τα τελευταία χρόνια ως οι πιο σημαντικοί παράγοντες για την ανάπτυξη μιας οικονομίας καθώς δημιουργούν επιπλέον θέσεις εργασίας.

Επίσης η επιχειρηματικότητα έχει αναδειχθεί ως ένας πού σημαντικός αναπτυξιακός παράγοντας. Η επιχειρηματική επίτευξη όμως είναι αποτέλεσμα κυρίως της κατάλληλης προετοιμασίας, ενεργειών, προγραμματισμού και στρατηγικών. Η ίδια αποτελεί φυσικό επακόλουθο του διεθνούς ανταγωνισμού. Οι συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες παραγωγής και οι αλλαγές στα καταναλωτικά πρότυπα καθιστούν σήμερα την καινοτομία, τον πιο σημαντικό παράγοντα της οικονομικής ανάπτυξης, αλλά και προϋπόθεση για το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας επιχείρησης.

Η εκπαίδευση έχει ως στόχο την προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος των νέων και αποτελεί έναν τομέα της εκπαίδευσης, ο οποίος έχει επεκταθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Η ανάπτυξη της επιχειρηματικής εκπαίδευσης αρχικά στις ΗΠΑ και στη συνέχεια στην Ευρώπη καθώς και σε άλλες χώρες, οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην αναγνώριση της θετικής σχέσης μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της οικονομικής ανάπτυξης και της συμβολής της στην αντιμετώπιση του προβλήματος της ανεργίας. Οι παράγοντες χάραξης της πολιτικής στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αναγνωρίζοντας ολοένα και περισσότερο το ρόλο της επιχειρηματικότητας στη μείωση της ανεργίας και στην επίτευξη υψηλότερων επιπέδων οικονομικής ανάπτυξης και καινοτομίας, τονίζουν ιδιαίτερα τη σημασία της εκπαίδευσης για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και δίνουν έμφαση στην αναγκαιότητά της.

Συμπεραίνουμε, ότι θα πρέπει να δοθούν σημαντικά κίνητρα και μεγάλη ώθηση σχετικά με τη διευκόλυνση των νέων σε στρατηγικές επιχειρηματικότητας.

**Λέξεις-Κλειδιά:** επιχειρηματικότητα, καινοτομία, εκπαίδευση, στρατηγικές επιχειρηματικότητας

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	i
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Βασικές Έννοιες Επιχειρηματικότητας .....	2
1.1 Ορισμός επιχειρηματικότητας .....	2
1.2 Είδη Επιχειρηματικότητας.....	7
1.3 Επιχειρηματικότητα και καινοτομία.....	12
1.4 Κίνητρα επιχειρηματικότητας .....	14
1.5 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα επιχειρηματικότητας .....	16
1.6 Δείκτες μέτρησης της επιχειρηματικότητας .....	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Επιχειρηματικοί παράγοντες.....	20
2.1 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα .....	20
2.2 Εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα .....	23
2.3 Σχέση της δημιουργικότητας με άλλους παράγοντες.....	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Επιχειρηματικότητα και Εκπαίδευση στην Ελλάδα .....	34
3.1 Η επιχειρηματικότητα ως ξεχωριστό μάθημα .....	34
3.2 Εκπαιδευτικό Οικοσύστημα και Επιχειρηματικότητα .....	38
3.3 Η επιχειρηματικότητα στην Ανώτατη Εκπαίδευση.....	43
3.4 Διαχρονική εξέλιξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.....	47
3.5 Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα .....	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 Μέθοδος και Υλικό.....	60
4.1 Σκοπός και στόχος της έρευνας.....	60
4.2 Η δομή του ερωτηματολογίου .....	60
4.3 Το δείγμα της έρευνας .....	61
4.4 Στατιστικά εργαλεία .....	61
4.5 Περιορισμοί έρευνας .....	62
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 Αποτελέσματα.....	63
5.1 Περιγραφική ανάλυση .....	63
5.2 Έλεγχος $\chi^2$ .....	75
Συμπεράσματα.....	81
Παράρτημα.....	83
Βιβλιογραφία.....	91

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην παρούσα εργασία, επιχειρείται κατά σειρά, η διατύπωση των προβληματισμών σχετικά με την επιχειρηματικότητα και την συμβολή της στην διερεύνηση της οικονομία καθώς και του ρόλου της εκπαίδευσης στην ανάπτυξη της.

Αρχικά γίνεται μια σύντομη επισκόπηση της σύγχρονης βιβλιογραφίας αναφορικά με τα παραπάνω και αναδεικνύεται η αναγκαιότητα της σύνδεσης της εκπαίδευσης με την επιχειρηματικότητα και την νεανική καινοτομία.

Το ανθρώπινο δυναμικό, καθώς και η εκπαίδευση αυτού, είναι στοιχεία που επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την επαγγελματική επιλογή και τα επαγγελματικά πρότυπα της χώρας μας, καθώς επίσης και την εργασιακή απόδοση και επιχειρηματική πρόοδο που εμπερικλείει την αύξηση του επιχειρηματικού κέρδους.

Η εκπαίδευση, αυξάνει τις προσωπικές δεξιότητες, οδηγώντας με αυτόν τον τρόπο σε περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες και δημιουργώντας συνθήκες οικονομικής ανάπτυξης.

Μέσα από προσωπική έρευνα καταλήγουμε στο πόσο συνδέονται και προετοιμάζονται οι νέοι με το «επιχειρείν» στην χώρα μας.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Βασικές Έννοιες Επιχειρηματικότητας

## 1.1 Ορισμός επιχειρηματικότητας

Η έννοια της επιχειρηματικότητας μπορεί να αποδοθεί και να αναλυθεί από αρκετούς ορισμούς. Αυτό σημαίνει ότι αποτελεί μια πολυμορφική έννοια που αποσκοπεί σε μία προσπάθεια μετατροπής μιας πρωτοβουλίας σε κάποιο αποτέλεσμα, με την δημιουργία ενός οικονομικού κέρδους.

Ο Πλάτωνας αντιμετώπισε την επιχειρηματικότητα με επιφυλακτικότητα, ενώ ο Δημοσθένης και ο Ξενοφώντας θεώρησαν την ανακάλυψη και την αξιοποίηση ευκαιριών κέρδους ως προϋπόθεση μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι Ρωμαίοι συγγραφείς δεν συνεισέφεραν σημαντικά στον προσδιορισμό της έννοιας, ωστόσο επηρέασαν έμμεσα την επιχειρηματικότητα και, γενικότερα, την οικονομία με το σύστημα δικαίου που εισήγαγαν. Η χριστιανική θεολογία προσέγγισε αρχικά με κριτικό πνεύμα τις κάθε λογής επιχειρηματικές πράξεις που θα μπορούσαν να έχουν επιπτώσεις ηθικής τάξεως, ωστόσο σταδιακά αναγνώρισε τη συμβολή της επιχειρηματικότητας στην ανάπτυξη μιας κοινωνίας.

Κατά τον 18<sup>ο</sup> αιώνα, η επιχειρηματικότητα είχε αμιγώς οικονομική χροιά και συνδεόταν με τον κίνδυνο που ενείχε η αγορά πρώτων υλών, προϊόντων, κ.ά. σε τιμές καθορισμένες και η πώληση τους σε τιμές απροσδιόριστες. Η έννοια διευρύνθηκε τους επόμενους αιώνες, όταν συμπεριέλαβε τη διαχείριση των παραγωγικών συντελεστών. Μόλις στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα, η επιχειρηματικότητα εμπλουτίστηκε εννοιολογικά με τη διάσταση της καινοτομίας, τη διαχείριση της δυναμικής και της αβεβαιότητας της αγοράς και την άσκηση επιρροής και ελέγχου, ενώ τις τελευταίες δεκαετίες ταυτίστηκε με την αναγνώριση ευκαιριών, τη δημιουργική αξιοποίηση πόρων, την ίδρυση νέων επιχειρήσεων και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Σύμφωνα, δε, με μια πιο σύγχρονη αντίληψη, η επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία και τρόπος ζωής, είναι η κινητήρια δύναμη που ωθεί τα άτομα να διαφοροποιηθούν, να χαράξουν νέους δρόμους και να προκαλέσουν εξελίξεις νωρίτερα από την εποχή τους ή ταχύτερα από τους υπόλοιπους ανθρώπους, ανεξαρτήτως αποτελέσματος.

Η έννοια της *επιχειρηματικότητας* στο σύγχρονο κόσμο είναι συνυφασμένη με την ατομική πρωτοβουλία και την ανάληψη καινοτόμων δράσεων από ανθρώπους που τολμούν και είναι διατεθειμένοι να ρισκάρουν για την προσωπική τους επιτυχία, με τη δημιουργία της δικής τους επιχείρησης.

Ο ακαδημαϊκός Alfred Marshall το 1980 απέδωσε την σημασία της επιχειρηματικότητας αναφέροντας μέσα στην έρευνα του “Principles of Economics” , ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί την κινητήρια δύναμη οργάνωσης μεταξύ των παραγόντων της παραγωγικής διαδικασίας (γη , εργασία και κεφάλαιο).

Επίσης, αναλύει την επιχειρηματικότητα ως την κινητήρια δύναμη της οργάνωσης και ως τον παραγωγικό συντελεστή που θεμελιώνει την οικονομική σκέψη και συνδυάζει τους τρεις συντελεστές για την διαδικασία της παραγωγής (Welsch H.P , 2004).

Επιπρόσθετα, ο θεμελιωτής του Management Peter Drucker, συνέβαλλε σημαντικά στον καθορισμό της έννοιας της επιχειρηματικότητας, δηλώνοντας ότι η επιχειρηματικότητα είναι η πρακτική στην οποία, η γνώση, αποτελεί το μέσον για την πραγματοποίηση του σκοπού της (Drucker F.P, 2003).

Ένα άρθρο από το Harvard Business School, παρουσιάζει την επιχειρηματικότητα ως την σύλληψη μιας ευκαιρίας , καθώς και τον σκοπό της εκμετάλλευσης αυτής της ευκαιρίας, ανεξάρτητα από τον έλεγχο ή την κατοχή των μέσων προς υλοποίησή της (Timmons, J, A. & Spinelli, S., 2003). Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας – Global Entrepreneurship Monitor (GEM), ως επιχειρηματικότητα ορίζεται κάθε προσπάθεια για δημιουργία νέας επιχείρησης ή νέας δραστηριότητας, όπως το ελεύθερο επάγγελμα, η δημιουργία ενός νέου επιχειρηματικού οργανισμού, ή η επέκταση ήδη υπάρχουσας επιχείρησης, που γίνεται από έναν ιδιώτη, ή από επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν.

Σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας & Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α) *“οι επιχειρηματίες είναι οι φορείς της αλλαγής και της ανάπτυξης της οικονομίας της αγοράς. Είναι εκείνοι που με την δράση τους δημιουργούν, διαχέουν και εφαρμόζουν καινοτόμες ιδέες, δεν επιδιώκουν να αξιοποιήσουν μόνο τις οικονομικές ευκαιρίες, αλλά έλκονται από την ανάληψη κινδύνου και αρέσκονται από την ανάληψη κινδύνου και αρέσκονται να βλέπουν την επιβεβαίωση του προαισθήματος τους”*(<http://www.oecd.org/index.htm>).

Έτσι, από την οικονομική πλευρά, ο επιχειρηματίας είναι το άτομο που αναλαμβάνει τον κίνδυνο παίρνοντας αποφάσεις που επηρεάζουν την κατανομή, τον τύπο, την χρήση των αγαθών, των πόρων ή των επιχειρήσεων.

Λέγεται ότι ο Joseph Alois Schumpeter ήταν ο πρώτος που προσάρμοσε την έννοια της καινοτομίας στον ορισμό της επιχειρηματικότητας, θεωρώντας ότι ο σημαντικότερος σκοπός του επιχειρηματία είναι η δημιουργία, αλλά και η απόκριση σε οικονομικά αδιέξοδα.

Είναι ευρέως γνωστό ότι η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει τη δημιουργία του καινούριου με αξία και αφιέρωση κατάλληλου χρόνου και προσπάθειας, με παράλληλη ανάληψη οικονομικών , ψυχικών και κοινωνικών κινδύνων. Έτσι, καινοτόμος θα μπορούσε

να είναι ένας νέος οργανισμός ή η δημιουργία μιας νέας οικονομικής δραστηριότητας μέσω κάποιου υφισταμένου οργανισμού.

*“Η επιχειρηματικότητα είναι η ικανότητα και η προθυμία των ατόμων, από μόνοι τους ή σε ομάδες, εντός και εκτός υφισταμένων επιχειρήσεων, να αντιληφθούν και να δημιουργήσουν νέες οικονομικές ευκαιρίες (νέα προϊόντα, νέες μεθόδους παραγωγής, νέα οργανωτικά συστήματα και νέους συνδυασμούς προϊόντος-αγοράς), και να εισάγουν τις ιδέες τους στην αγορά, εν όψει της αβεβαιότητας και άλλων εμποδίων, με τη λήψη αποφάσεων σχετικά με την τοποθεσία, τη μορφή και τη χρήση των πόρων και των θεσμικών οργάνων.”* (Papulova & Papulab 2015).

Για να είναι επιτυχής και κερδοφόρα μία επιχειρηματική ιδέα απαιτείται δυνατότητα συνδυασμού της δημιουργικότητας ή/και της καινοτομίας με τη διαχείριση και την ικανότητα προσαρμογής μιας επιχείρησης προκειμένου να βελτιστοποιηθεί η ανάπτυξή της κατά την πορεία όλων των φάσεων του κύκλου ζωής. Αποτελεί για μια διαδικασία που ξεπερνά κατά πολύ την καθημερινή διαχείριση και ξεπερνάει τους στόχους και την στρατηγική μίας κερδοφόρας επιχείρησης.

Στην Οικονομική Θεωρία η επιχειρηματικότητα βρίσκεται στον τέταρτο συντελεστή παραγωγής μετά το κεφάλαιο, την εργασία και το έδαφος. Ο όρος επιχειρηματικότητα προέρχεται από το “επιχειρώ”, δηλαδή κάνω κάτι καινοτόμο χωρίς όμως να είναι από πριν γνωστό το αποτέλεσμα ([www.perba.gr](http://www.perba.gr)).

Η επιχειρηματικότητα είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται ως επί το πλείστο στην καθημερινή γλώσσα, στις πολιτικές δηλώσεις και φυσικά στις ακαδημαϊκές αναλύσεις. Ο κύριος λόγος που συμβαίνει αυτό είναι η ευρέως γνωστή διαπίστωση ότι η οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας είναι συνάρτηση, εξαρτάται και προσδιορίζεται μεταξύ διαφόρων παραγόντων και από την αυτήν. Η ανάληψη επιχειρηματικών καινοτομιών, οι οποίες δε θα επικεντρώνονται μόνο στη δημιουργία των επιχειρήσεων αλλά και στον εκσυγχρονισμό τους, έχει ως αποτέλεσμα για τη χώρα αύξηση του εθνικού πλούτου, παραγωγή τεχνογνωσίας και καινοτομιών, αφθονία και ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών και φυσικά δημιουργία καινούριων θέσεων απασχόλησης.

Έτσι ο όρος “επιχειρηματικότητα” δεν έχει λάβει ένα ακριβές περιεχόμενο ευρέως αποδεκτό. Αυτό σχετίζεται κύρια με το γεγονός ότι ο επιχειρηματίας, ο οποίος κατά κύριο λόγο επιχειρεί, ανάλογα με τον τρόπο που πράττει, το είδος και το μέγεθος της επιχείρησης που ιδρύει και τα “όπλα” που διαθέτει ώστε να ενσωματώνει πολλές και διαφορετικές δραστηριότητες έτσι ώστε να είναι δύσκολο να δοθεί το πλήρες περιεχόμενο του ρόλου του.

Το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας είναι πολυμορφικό, αφού η εκμετάλλευση των ευκαιριών σημαίνει να πράττει ο επιχειρηματίας διαφορετικά από τους άλλους. Σε αυτή τη διαδικασία ο επιχειρηματίας εκτελεί πολύ χρήσιμες και αναντικατάστατες λειτουργίες τόσο για τον εαυτό του όσο και για την επιχείρηση (DruckerP. 1990).

Επίσης, η επιχειρηματικότητα και οι απόψεις της κοινωνίας για αυτήν επηρεάζονται και προσδιορίζονται από το θεσμικό πλαίσιο που περιλαμβάνει τους κοινωνικούς θεσμούς, το κανονιστικό και νομικό πλαίσιο και αντικατοπτρίζεται κατά αυτό τον τρόπο το πολιτισμικό υπόβαθρο μιας κοινωνίας. Επιπρόσθετα το οικονομικό περιβάλλον, το πλαίσιο άσκησης της οικονομικής δραστηριότητας, είναι ένα στοιχείο σημαντικά καθοριστικό στη δημιουργία επιχειρήσεων και της επιχειρηματικής ανάπτυξης.

Η επιχειρηματικότητα αφορά τα άτομα, τις επιλογές τους και τις πράξεις στις οποίες προβαίνουν κατά το ξεκίνημα, εξαγορά ή λειτουργία μιας επιχείρησης ή τη συμμετοχή τους στη διαδικασία λήψης στρατηγικών αποφάσεων μιας επιχείρησης. Ακόμα, οι επιχειρηματίες αποτελούν μια ομάδα χωρίς ομοιότητες μεταξύ τους και προέρχονται από διαφορετικούς χώρους. Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένα παρόμοια χαρακτηριστικά επιχειρηματικής δραστηριότητας ,λαμβάνοντας υπόψη την ετοιμότητα για ανάληψη κινδύνων και της επιθυμίας για ανεξαρτητοποίηση και αυτοπραγμάτωση. Από έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Μεγάλη Βρετανία προκύπτει ότι όσοι σκέπτονται σοβαρά το ενδεχόμενο να ιδρύσουν μία επιχείρηση θεωρούν τους εαυτούς τους πιο δημιουργικούς και διαφορετικούς από τους υπόλοιπους ( Findings from the Household Survey, SBS Performance Analysis, 2002).

Οι πολιτισμικές διαφορές ίσως μπορούν να εξηγήσουν κάποιες από τις διαφοροποιήσεις που υπάρχουν μεταξύ των διαφόρων χωρών σε ότι αφορά την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, Στην έρευνα του Global Entrepreneurship Monitor, που πραγματοποιήθηκε από το London Business School, το Kauffman Foundation και το Babson College το 2002 και επαναλαμβάνεται σε τακτά χρονικά διαστήματα, καταγράφεται ο δείκτης της Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (ΣΕΔ) βασισμένος στο ποσοστό του εργατικού δυναμικού που αρχίζει μία καινοτόμα και κερδοφόρα οργανωτική επιχείρηση μέσα στους τελευταίους 42 μήνες.

Έτσι, η διαφορετικότητα μιας χώρας και η ποικιλομορφία της, καθορίζουν τον δείκτη ΣΕΔ. Καθοριστικό ρόλο βέβαια παίζει ο συνδυασμός αυτών με τον πληθυσμό. Για αυτό το λόγο η Ταϊλάνδη διαθέτει μεγάλο ποσοστό, ενώ οι Ευρωπαϊκές χώρες βρίσκονται σε χαμηλότερη κλίμακα.



**Πίνακας 1 :** Ποσοστά ΣΕΔ σε διάφορες χώρες κατά το έτος 2002

<b>Χώρα</b>	<b>ΣΕΔ%</b>	<b>Χώρα</b>	<b>ΣΕΔ%</b>	<b>Χώρα</b>	<b>ΣΕΔ%</b>
<b>Thailand</b>	19	Norway	9	Netherlands	5
<b>India</b>	18	Australia	9	Finland	5
<b>Chile</b>	16	Switzerland	7	Poland	4
<b>Korea</b>	15	Israel	7	Taipei	4
<b>Argentina</b>	14	Hungary	7	Sweden	4
<b>New Zealand</b>	14	South Africa	7	Croatia	4
<b>Brazil</b>	14	Denmark	7	Hong Kong	3
<b>Mexico</b>	12	Singapore	6	France	3
<b>China</b>	12	Italy	6	Belgium	3
<b>Iceland</b>	11	UK	5	Russia	3
<b>USA</b>	11	Germany	5	Japan	2
<b>Ireland</b>	9	Spain	5		
<b>Canada</b>	9	Slovenia	5		

*Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor, 2002, Παρατηρητήριο Νεανικής Επιχειρηματικότητας της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών.*

Η παραπάνω μελέτη αναγνωρίζει την ύπαρξη δύο κατηγοριών επιχειρηματιών. Η πρώτη περιλαμβάνει εκείνους που εθελοντικά αναλαμβάνουν να εκμεταλλευτούν μία επιχειρηματική ευκαιρία και η δεύτερη εκείνους που εμπλέκονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα λόγω της ανάγκης, λόγω του ότι δεν μπορούν να βρουν εργασία κάπου αλλού. Η αναλογία είναι 60 προς 40. Οι νεότεροι που ψάχνουν εργασία, ειδικά στις αναπτυσσόμενες χώρες, ανήκουν κυρίως στην δεύτερη κατηγορία. Αυτό συμβαίνει γιατί η αναζήτηση εργασίας στους νέους είναι μία δύσκολη υπόθεση, με αποτέλεσμα τα άτομα να ωθούνται στην επιχειρηματικότητα, που συνήθως αφορά την αυτοαπασχόληση και την μικροεπιχειρηματικότητα, για καθαρά βιοποριστικούς λόγους. Η έλλειψη μεγάλων

επιχειρήσεων, οι δυσκολίες για να βρουν εργασία, σε συνδυασμό με το διευρυμένο εργατικό δυναμικό, ωθούν τα άτομα στην επιχειρηματικότητα που καταγράφεται ισχυρή στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες.

Στην Ελλάδα το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που το 2016 είναι σε αρχικά στάδια επιχειρηματικής δραστηριότητας υποχωρεί σημαντικά στο 5,7 % (380 χιλιάδες άτομα) από 6,7 % (450 χιλιάδες άτομα) το 2015. Αξίζει επίσης να αναφερθεί ότι από το 2014, όταν ο σχετικός δείκτης άγγιζε οριακά το 8 %, καταγράφεται μια συνεχής εξασθένιση του σχετικού δείκτη, γεγονός που συνδέεται με την ενίσχυση της αστάθειας της χώρας ([gemconsortium.org/country-profile](http://gemconsortium.org/country-profile)).

Σύμφωνα με την έρευνα Global Entrepreneurship Monitor (GEM) το 7% των νέων επιχειρηματιών δημιουργούν μία σημαντική καινοτόμα εξειδικευμένη αγορά ή οικονομικό τομέα εάν η επιχείρησή τους είναι κερδοφόρα, ενώ το 70 % των νέων επιχειρήσεων παρέχουν προϊόντα ή υπηρεσίες σε προϋπάρχουσες αγορές στις οποίες υφίσταται ήδη σημαντικός ανταγωνισμός και διατίθεται για περισσότερο από ένα έτος η βασική τεχνολογία που χρησιμοποιείται. Αυτό επισημαίνεται γιατί οφείλουμε να αναφερθούμε έστω και περιληπτικά στο νομικό πλαίσιο (Παρατηρητήριο Νεανικής Επιχειρηματικότητας 2008).

## 1.2 Είδη Επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα είναι μια ποικιλόμορφη έννοια και επιδέχεται διαφορετικούς διαχωρισμούς ως την παρουσία και τα είδη στα οποία μπορεί να ταξινομηθεί. Οι μορφές με τις οποίες αυτή χωρίζεται είναι κυρίως αποτέλεσμα της προσπάθειας θεωρητικών και οικονομολόγων να διευκολυνθεί η θεωρητική της μελέτη και η ερμηνεία του φαινομένου του “επιχειρώ”. Ακόμα, η διάκριση των ειδών της επιχειρηματικότητας έγκειται στην έντονη διαφορετικότητα που μπορεί να έχουν κάποιες δράσεις της από τις υπόλοιπες.

Τα είδη της επιχειρηματικότητας είναι :

### 1. Η αμιγής επιχειρηματικότητα

Είναι η επιχειρηματικότητα που ασκείται χωρίς ο επιχειρηματίας να διαθέτει άλλα παραγωγικά μέσα (π.χ. κεφάλαιο, μηχανήματα), παρά μόνο την προσωπική του συμβολή. Περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες του επιχειρηματία οι οποίες χαρακτηρίζονται ως δράσεις υψηλής αποτελεσματικότητας, που εάν διεξάγονταν από άλλους φορείς (π.χ. δημόσιους) ή μισθωτούς υπαλλήλους δεν θα επέφεραν τα ίδια κερδοφόρα αποτελέσματα. Για

το λόγο αυτό η προσωπικότητα του επιχειρηματία διαδραματίζει τον κεντρικό ρόλο, η οποία εκφράζεται με την σύλληψη για αξιοποίηση μιας νέας παραγωγικής ιδέας (Καραγιάννης, Κορρές & Ζαρίφης, 2002).

## 2. Η μικτή επιχειρηματικότητα

Μικτή επιχειρηματικότητα είναι όταν ο επιχειρηματίας δραστηριοποιείται αναλαμβάνοντας και ρόλους που εύκολα μπορούν να υλοποιηθούν από διαφορετικά άτομα ή φορείς της οικονομίας (διοικητικά στελέχη, τραπεζικό σύστημα κ.λπ.).

Η μικτή επιχειρηματικότητα χωρίζεται σε επιχειρηματικότητα εργαζομένων και επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων

- ❖ Η μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων περιλαμβάνει δραστηριότητες οι οποίες πολύ εύκολα θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν από άλλα άτομα (π.χ. ανώτερα διευθυντικά στελέχη ή μισθωτούς υπαλλήλους) χωρίς να μειωθεί η αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Η μορφή αυτή επιχειρηματικότητας εφαρμόζεται στις μέρες μας κυρίως σε περιπτώσεις που ο επιχειρηματίας δημιουργεί μια καινοτόμα επιχείρηση. Σε περασμένες περιόδους (αλλά και σήμερα στις μη αναπτυγμένες χώρες) ο επιχειρηματίας συνήθως αναλάμβανε μια σειρά τέτοιων εργασιών για χάρη του ειδικευμένου εργατικού δυναμικού.

Η μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων τείνει στις μέρες μας να εκλείψει, γιατί:

1. Ο επιχειρηματίας είναι δύσκολο να αποτελεί τέλειο γνώστη διαφόρων ειδικών θεμάτων (λογιστικά, τεχνικά ζητήματα κ.α.)
  2. Το εκπαιδευτικό σύστημα παρέχει αυτές τις γνώσεις σε άτομα πρόθυμα να εργασθούν. Άρα αυτό που απαιτείται είναι η σωστή επιλογή προσωπικού.
  3. Είναι πιο αποδοτικό να αφιερώνει το χρόνο του στην ανακάλυψη μιας νέας ευκαιρίας για κέρδος.
- ❖ Μικτή επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων ασκεί το άτομο που οδηγείται στην αξιοποίηση της επιχειρηματικής καινοτόμας ιδέας του, παρέχοντας κεφάλαια στην ίδρυση της επιχείρησης του. Αυτή η μορφή επιχειρηματικότητας τείνει σήμερα να περιορισθεί γιατί:
    1. Αυξάνονται οι δυνατότητες άντλησης κεφαλαίων από το χρηματοπιστωτικό σύστημα και τα διαφορετικά σχήματα επιχειρηματικής συνεργασίας.
    2. Η διάκριση ρόλων και προτιμήσεων μεταξύ κεφαλαιούχων και επιχειρηματιών - επενδυτών έχει γίνει πιο φανερή.

Οι απόψεις των ερευνητών όσον αφορά τα κριτήρια ή τις κατηγορίες στις οποίες θα πρέπει να διακρίνεται η επιχειρηματική δραστηριότητα έρχονται σε αντίθεση μεταξύ τους. Οι κυριότερες κατηγορίες διαχωρισμού που έχουν διατυπωθεί είναι οι ακόλουθες :

- Η επιχειρηματικότητα που προκύπτει μέσα από μια ήδη υφιστάμενη επιχείρηση και η οποία ονομάζεται “ενδοεπιχειρηματικότητα” και η επιχειρηματικότητα που αφορά τη δημιουργία και την ανάπτυξη μιας καινούριας επιχείρησης από ένα μεμονωμένο άτομο που καλείται επιχειρηματίας και είναι εκείνο το άτομο που δημιουργεί καινούρια αξία.
- Η έννοια του ενδοεπιχειρηματία αναγνωρίστηκε επισήμως το 1992 και ορίζεται ως “το πρόσωπο μέσα σε μια μεγάλη εταιρεία που αναλαμβάνει την απόλυτη ευθύνη για τη μετατροπή μιας ιδέας σε ένα κερδοφόρο τελικό προϊόν, μέσα από την ανάληψη κινδύνου και καινοτομίας”.(Π. Πετράκης (2004))
- Την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα των επιχειρήσεων εκεί όπου ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει το ρίσκο για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής του δραστηριότητας, με σκοπό το κέρδος.
- Την κοινωνική επιχειρηματικότητα όπου οι επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται τη σημαντικότητα της αποτελεσματικής χρήσης όλων των πόρων και των αναγκών που μπορεί να διαθέσει η επιχείρηση, ώστε να ικανοποιηθούν οι προσδοκίες των επενδυτών, ταυτόχρονα όμως εξισορροπώντας τις με τις προσδοκίες του κοινωνικού συνόλου μια βελτίωση της ποιότητας ζωής του και τη δημιουργία θέσεων εργασίας με μια σχετική σταθερότητα (Clamp & Alhamiw (2010)). Η κοινωνική επιχειρηματικότητα επιθυμεί να συνδυάσει τη φιλοσοφία και τον τρόπο σκέψης των επιχειρήσεων με την ικανοποίηση των κοινωνικών πραγματικών αναγκών, διαμέσου της δημιουργίας του ατόμου.
- Η τεχνολογική επιχειρηματικότητα έχει σχέση με την εισαγωγή νέων τεχνολογιών στις αγορές, με τη μορφή νέων προϊόντων ή νέων διαδικασιών παραγωγής των παλιότερων προϊόντων.
- Η γεωγραφική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην μετακίνηση τεχνολογικών επιτευγμάτων από τον έναν τόπο σε κάποιον άλλον. Στην πλειοψηφία των περιπτώσεων αυτών κάτι παρόμοιο σημαίνει τη μετάβαση της τεχνολογίας από τον ανεπτυγμένο κόσμο στις υποανάπτυκτες χώρες.

- Η κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα έχει να κάνει με την εύρεση καινοτόμων τρόπων προώθησης και προβολής των παλιότερων προϊόντων (Thurrow, *The Future of Capitalism*).
- Μια ακόμα διάκριση ως προς τα είδη της επιχειρηματικότητας είναι με βάση το λόγο που οδηγεί στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (*Global Entrepreneurship Monitor*).
- Η επιχειρηματικότητα ανάγκης ορίζεται η ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας εξαιτίας της έλλειψης δυνατοτήτων άλλης ικανοποιητικής απασχόλησης και όχι για την χρησιμοποίηση κάποιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που γίνεται γνωστή στο οικονομικό περιβάλλον.
- Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας αποτελεί η ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας λόγω εύρεσης ευκαιρίας στην αγορά για την οποία υπάρχει η πεποίθηση ότι θα εξασφαλίσει υψηλότερο εισόδημα από οποιαδήποτε άλλη προσβάσιμη επιλογή.

Η επιχειρηματικότητα φαίνεται να μπορεί να διακριθεί και σύμφωνα με το φύλο του ατόμου που την πράττει. Αυτό φαντάζει παράδοξο, καθώς στις σύγχρονες κοινωνίες ισότητας θα ήταν αναμενόμενο τα δύο φύλα να είχαν ίσες ευκαιρίες αξιοποίησης της επιχειρηματικής πράξης. Παρόλα αυτά, ο κοινωνικός ρόλος των δύο φύλων αλλά και οι περιορισμοί που εμφανίζονται σε διάφορους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας, δημιουργούν εμπόδια και ανασταλτικούς ρόλους για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Τα περισσότερα από αυτά τα εμπόδια δημιουργούνται από τα στερεότυπα της μορφής “αντρικά” και “γυναικεία” επαγγέλματα, καθώς και την διαφορετικότητα που θεωρητικά προϋπάρχει στη δημιουργία επιχείρησης και στην συμμετοχή στις οικογενειακές υποχρεώσεις της καθημερινότητας.

Αυτά ακριβώς τα στερεότυπα που προϋπάρχουν και τα οποία αναπαράγονται μέσα στο πέρασμα των χρόνων, δημιουργούν ένα πλαίσιο δυσκολίας για την ανάπτυξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών (Koutsou et al. 2003). Η επιχειρηματική δραστηριότητα που αναπτύσσουν οι γυναίκες έχει και πολιτικές προεκτάσεις μιας και “η διάσταση του φύλου οφείλει να διαπερνά με τρόπο ενεργό και από όλες τις πολιτικές που αφορούν στην απασχόληση και στην επιχειρηματικότητα, όχι επειδή είναι κοινοτική και εθνική επιταγή, αλλά επειδή όντως οι γυναίκες φέρουν το μεγαλύτερο βάρος στη κατανομή της ανεργίας και

αντιμετωπίζουν μεγαλύτερα προβλήματα ένταξης στην αγορά εργασίας” (European Commission 2002).

Σύμφωνα με τον Ο.Ο.Σ.Α (2005) ως γυναικεία επιχειρηματικότητα ορίζεται η δραστηριότητα σε μια επιχείρηση με τους ακόλουθους όρους:

1. Γυναικεία συμμετοχή στο κεφάλαιο σε ποσοστό τουλάχιστον 51%.
2. Όλες οι ενέργειες που αφορούν στρατηγικές και ανάπτυξη της επιχείρησης να λαμβάνονται από την ιδιοκτήτρια της επιχείρησης.

Χωρίς τις ανωτέρω δύο προϋποθέσεις δεν μπορεί να γίνει πραγματική καταγραφή των επιχειρήσεων γυναικείου χαρακτήρα, μιας και είναι τόσο μεγάλος ο αριθμός των επιχειρήσεων που υφίστανται με συνεταίρους διαφορετικών φυλών ή με εταιρείες οικογενειακές, με τη γυναίκα για φορολογικούς λόγους να καθίσταται βασικός μέτοχος, όπου οι άντρες επιχειρηματίες είναι εκείνοι που λαμβάνουν τις αποφάσεις στρατηγικής ουσιαστικά και έχουν την επιχειρηματική ευθύνη. Παρά τα εμφανή εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες όσον αφορά την επιχειρηματικότητα τα τελευταία χρόνια γίνονται προσπάθειες ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας σε όλο τον κόσμο αλλά και στην Ελλάδα από δημόσιους αλλά και ιδιωτικούς φορείς, με αποτέλεσμα η γυναικεία επιχειρηματικότητα να αυξάνεται με γρήγορους ρυθμούς και να αποτελεί σταδιακά ολοένα και μεγαλύτερο τρόπο ανάπτυξης της ελληνική οικονομίας.

Ένα είδος επιχειρηματικής δραστηριότητας το οποίο έχει εμφανής διάκριση από τα υπόλοιπα είναι η πράσινη επιχειρηματικότητα. Με τον όρο πράσινη επιχειρηματικότητα εννοείται ο τύπος οικονομικής δραστηριότητας, που στόχος της στρατηγικής του είναι πρωτίστως η προστασία, ή η μικρότερη δυνατή επιβάρυνση, του περιβάλλοντος. Η πράσινη επιχειρηματικότητα συνδέεται με την διερεύνηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων με μια φιλική προστασία προς το περιβάλλον. Το επιχειρηματικό περιβάλλον αποτελεί μέρος του φυσικού περιβάλλοντος και αξιοποιεί όλους τους διαθέσιμους πόρους, όπως τη γη, τον αέρα και την θάλασσα για να δημιουργεί προϊόντα και υπηρεσίες που τροφοδοτούν την “πραγματική οικονομία”.

Η ανταγωνιστική χρήση των φυσικών πόρων σε ευρεία κλίμακα οδηγεί στην μείωση των αποθεμάτων τους και αποτελεί βασικό εμπόδιο στην βιώσιμη ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Η πράσινη επιχειρηματικότητα καταφέρνει να ενσωματώνει το περιβαλλοντικό κόστος στην οικονομία και στην αγορά και οδηγεί σε ζήτηση νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Η ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος έχει σπάσει την αρνητική διασύνδεση ανάμεσα

στο κόστος προστασίας του περιβάλλοντος και στην οικονομική ανάπτυξη. Το ενδιαφέρον της αγοράς στρέφεται στην ανάπτυξη της “πράσινης” οικονομίας, δημιουργώντας την πράσινη επιχειρηματικότητα, η οποία προκύπτει ως μια νέα μορφή οικονομικής δραστηριότητας.

Πράσινη ορίζεται μια επιχειρηματική δράση με διαφορετικούς περιβαλλοντικούς στόχους αλλά και μια επιχείρηση που σε σχέση με το χρόνο και τους ανταγωνιστές της έχει επιδείξει μία καλύτερη περιβαλλοντική υπευθυνότητα. Ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις επιδιώκουν να συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος και τον περιορισμό της κλιματικής αλλαγής μέσα από επενδύσεις που πραγματοποιούν για την έρευνα και την ανάπτυξη πράσινων τεχνολογιών και πρακτικών. Οι δραστηριότητες των πράσινων επιχειρήσεων καλύπτουν όλο το φάσμα της οικονομικής δραστηριότητας, δηλαδή από τον πρωτογενή τομέα με την παραγωγή βιολογικών προϊόντων, τον δευτερογενή τομέα με την ανακύκλωση και παραγωγή ενέργειας με μεθόδους φιλικούς προς το περιβάλλον, τον τριτογενή με το εμπόριο των πράσινων προϊόντων και τον τεταρτογενή με την πιστοποίηση και την διαφήμιση (Λιούκας, 2013).

Η έννοια της επιχειρηματικότητας δεν είναι στατική, οι ανάγκες και οι δομές της κοινωνίας και κατ’ επέκταση της οικονομίας, μεταλλάσσονται διαρκώς, με αποτέλεσμα ολοένα και περισσότερες νέες μορφές Επιχειρηματικότητας εμφανίζονται στο προσκήνιο.

### **1.3 Επιχειρηματικότητα και καινοτομία**

Η έννοια της καινοτομίας έχει απασχολήσει πολλούς ερευνητές και επιχειρηματίες, ενώ κοινή διαπίστωση αποτελεί ότι η συμβολή της στην ανάπτυξη και την ευημερία μιας επιχείρησης είναι αναμφίβολη. Σύμφωνα με τον ορισμό που δίνεται από τον J. Schmookler για την καινοτομία: «Όταν μία επιχείρηση παράγει ένα αγαθό ή μία υπηρεσία, ή χρησιμοποιεί μέθοδο ή εισροή, που αποτελεί κάτι καινούργιο για την ίδια, τότε προβαίνει σε μία τεχνολογική αλλαγή. Η πρώτη εταιρεία που πραγματοποιεί μία δεδομένη τεχνική αλλαγή είναι καινοτόμος. Η πράξη αυτή αποτελεί καινοτομία». Η καινοτομία μπορεί να δημιουργηθεί μέσω μιας βασικής επιστημονικής έρευνας, μέσα από την οποία προκύπτει ο σχετικός σχεδιασμός και η πειραματική εφαρμογή της. Στη συνέχεια αναπτύσσεται ο μηχανισμός παραγωγής, ενώ με χρήση του κατάλληλου μάρκετινγκ μπορούν να πραγματοποιηθούν οι πρώτες πωλήσεις.

Η καινοτομία συνιστά κάτι περισσότερο από ένα σύστημα νέων διαδικασιών, προϊόντων ή υπηρεσιών. Είναι η επιδίωξη και η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος εκ μέρους μιας επιχείρησης και περιλαμβάνει τρία στάδια:

α) Τη βασική έρευνα: Συνήθως πραγματοποιείται σε ακαδημαϊκά ιδρύματα ή εξειδικευμένα εργαστήρια με σκοπό την εφεύρεση, την παραγωγή μιας νέας ιδέας ή ενός νέου σχεδίου, που μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία ενός καινούριου ή την αναβάθμιση ενός υπάρχοντος προϊόντος.

β) Την εφαρμοσμένη έρευνα: Σε αυτή τη φάση, η εφεύρεση μεταφέρεται σε ένα καινούριο προϊόν ή μια νέα διαδικασία παραγωγής, τα οποία έχουν άμεση σύνδεση με την αγορά. Σε αυτό το στάδιο εντοπίζεται ο πυρήνας της καινοτομίας.

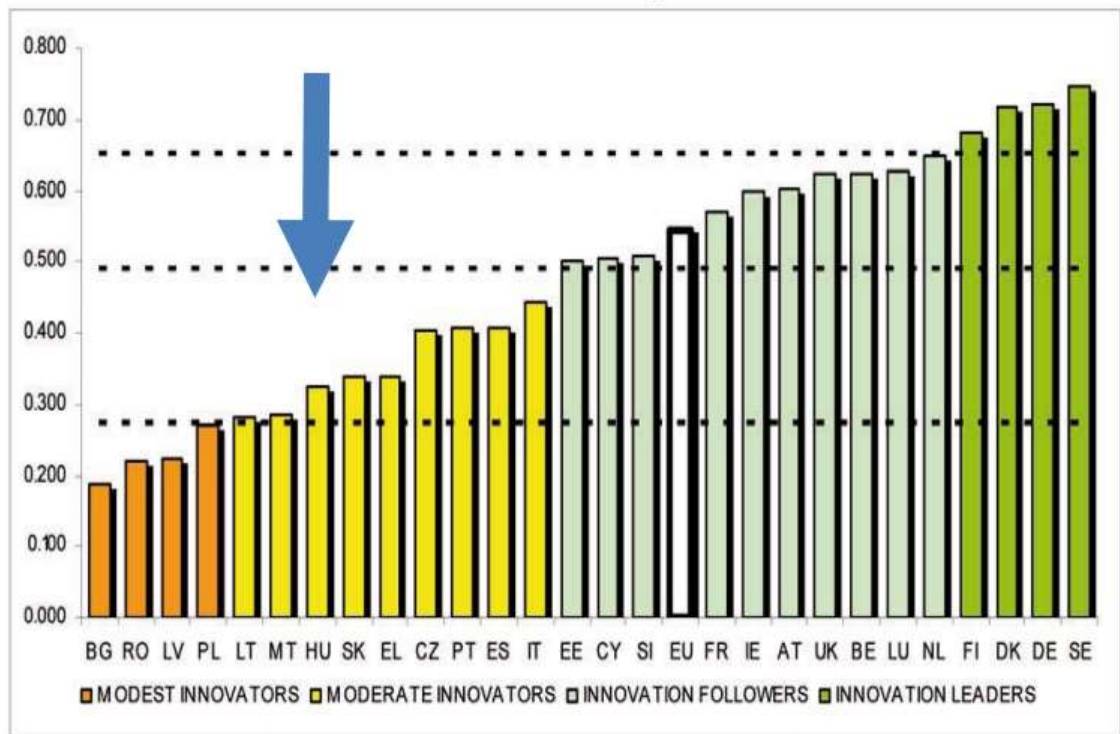
γ) Τη Διάχυση καινοτομίας: Πρόκειται για τη διάχυση της καινοτομίας σε άλλες επιχειρήσεις. Αυτό σημαίνει ότι άλλες επιχειρήσεις υιοθετούν το νέο προϊόν ή τη νέα διαδικασία, αντιγράφοντας τα.

Κάθε στάδιο προϋποθέτει τη μελέτη διαφόρων μεταβλητών, οι οποίες συνδέονται με την αγορά στην οποία εντάσσεται η επιχείρηση. Μερικές από αυτές είναι η δυνατότητα μαζικής παραγωγής του νέου προϊόντος ή μαζικής εφαρμογής της νέας διαδικασίας, η ύπαρξη παρεμφερών ή υποκατάστατων προϊόντων, το μέγεθος της αγοράς, κ.ά.

Στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον, η πρόσβαση στην πληροφορία και η αξιοποίηση της γνώσης αποτελούν όρους για τη διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και της εταιρικής επιτυχίας μιας επιχείρησης. Επιπλέον, με τη διάδοση της ηλεκτρονικής μάθησης (e-learning) και της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας (e-business), ο μετασχηματισμός της πληροφορίας σε γνώση αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την επιβίωση της επιχείρησης.

**Διάγραμμα.** Καινοτομία στην Ελλάδα (2013)





Πηγή: Σημειώσεις Αποστολόπουλος, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

## 1.4 Κίνητρα επιχειρηματικότητας

Οι παράγοντες που επιδρούν στην απόφαση ενός ατόμου να γίνει επιχειρηματίας χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες (Brockhaus 1982)

- τις ψυχολογικές επιδράσεις που έχει δεχθεί το άτομο
- τα αποτελέσματα των εμπειριών του
- τα προσωπικά χαρακτηριστικά του

Οι επιδράσεις αυτές χαρακτηρίζονται ως κίνητρα ανάληψης επιχειρηματικής δράσης και μπορούν να διαχωριστούν σε γενικές γραμμές σε δύο τύπους: στα θετικά κίνητρα ή παράγοντες που προσελκύουν το άτομο στην ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας και στα αρνητικά κίνητρα που αναγκάζουν το άτομο να απομακρυνθεί και να δυσανασχετήσει από άλλες επιλογές και να στραφεί προς την υποαπασχόληση.

Τα βασικότερα από τα θετικά κίνητρα είναι:

- η επιδίωξη κέρδους
- η επιδίωξη ανεξαρτησίας
- η επιδίωξη κοινωνικού κύρους
- η επιθυμία για επιτεύγματα

Κάτι που ενδυναμώνει τα κίνητρα αυτά των ατόμων είναι κατά κάποιο τρόπο αυτό που ανέλυσε ο J. Rotter (1971) και απέδωσε με τον όρο “εμπιστοσύνη στις προσωπικές ικανότητες (internal locus of beliefs)”. Ένας παράγοντας επομένως που επηρεάζει την προσφορά επιχειρηματικότητας είναι η αντίληψη του επίδοξου επιχειρηματία για την δυνατότητα του να καταφέρει, με δικές του ενέργειες και όχι με ενέργειες άλλων, να επιτύχει την επιχείρησή του. Τέλος, όσο εντονότερη διαθέτει το άτομο αυτή την εμπιστοσύνη, τόσο αυξάνεται η δυνατότητά του να προχωρήσει σε ασχολίες των οποίων το αποτέλεσμα παρά την αβεβαιότητα που το χαρακτηρίζει είναι ωστόσο συγκεκριμένο και ανταγωνιστικό με αυτό διαφόρων άλλων ατόμων.

Από την άλλη πλευρά, τα αρνητικά κίνητρα, όπως έχουν αποδοθεί και διερευνηθεί από διάφορους μελετητές, απομακρύνουν κάποιον από άλλες διαφορετικές επιλογές και τον προσανατολίζουν στην ίδρυση δικής του επιχείρησης, και τα οποία μερικές φορές μπορεί να αποδειχθούν ισχυρότερα και από τα θετικά κίνητρα, είναι:

- η αναγκαστική μετανάστευση
- απόλυση από την εργασία ή η ανεργία
- οι προστριβές με τον προϊστάμενο
- η μονοτονία στην εργασία του μισθωτού
- το διαζύγιο

Ένα άλλο κίνητρο που προσελκύει το άτομο στο να ακολουθήσει καριέρα επιχειρηματία είναι η αδυναμία του να προοδεύσει σε διαφορετικές ενασχολήσεις. Η αποτυχία σε μερικές προσπάθειες που θα έδιναν την δυνατότητα στο άτομο να ακολουθήσει κάποια εναλλακτική καριέρα που επιθυμεί, είναι συχνά μία από τις αιτίες που θα μπορούσαν να τον κάνουν να στραφεί τελικά στην ίδρυση επιχείρησης. Δεν σημαίνει βέβαια ότι η αποτυχία σε μια καριέρα θα οδηγήσει σε επιτυχία ή αποτυχία σε κάποια άλλη διαφορετική. Υπάρχουν όμως και κάποιες καταστάσεις, όπως ο παράγοντας “τύχη” και οι περιβαλλοντικές επιδράσεις, που δρουν εξίσου δυναμικά με τα άλλα θετικά ή αρνητικά κίνητρα.

Όμως εκτός από τα παραπάνω κίνητρα που αφορούν το σύνολο των ατόμων που προτίθενται να αναλάβουν επιχειρηματική δράση, υπάρχουν σαφείς συσχετίσεις των κινήτρων με το φύλο, την ηλικία, την καταγωγή όπως επίσης και το μορφωτικό επίπεδο των επιχειρηματιών. Οι άντρες επιχειρηματίες αξιολογούν το κίνητρο κέρδους και ανάγκης, υψηλότερα από τις γυναίκες που θεωρούν σημαντικότερο κίνητρο την “προτίμηση” όπως και τις σπουδές. (Πετράκης, 1996)

Όσον αφορά την ηλικία, παρόλο που το κίνητρο του οφέλους θεωρείται σημαντικό, παρατηρείται ότι στις νεαρότερες ηλικίες το κίνητρο των προσωπικών ικανοτήτων και της ανεξαρτησίας είναι σε υψηλή θέση. Οι νεότεροι επιχειρηματίες θεωρούν ισχυρό κίνητρο τις εξειδικευμένες σπουδές και την συνέχιση της οικογενειακής παράδοσης, σε αντίθεση με τους μεγαλύτερους που αξιολογούν το κίνητρο της ανάγκης ισχυρότερο των ανωτέρων.

Διαφοροποιήσεις στην κατάταξη των κινήτρων εμφανίζονται ακόμα και σε άτομα με διαφορετικό τόπο καταγωγής. Τα άτομα με καταγωγή από πόλεις αξιολογούν το κίνητρο της συνέχισης της οικογενειακής παράδοσης, αλλά και το κίνητρο της πραγματοποίησης των σπουδών τους σε υψηλότερη βαθμίδα από τα άτομα που προέρχονται από χωριά και κωμοπόλεις. Βέβαια στους πρώτους απαντά σε μεγαλύτερο βαθμό το αρνητικό κίνητρο της μη ύπαρξης και δυνατότητας διαφορετικής απασχόλησης.

Το επίπεδο της εκπαίδευσης εμφανίζεται να συσχετίζεται με συγκεκριμένα κίνητρα όπως αυτά των σπουδών, του κοινωνικού κύρους, της διοικητικής ικανότητας και της μη ύπαρξης διαφορετικής απασχόλησης. Οι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης αξιολογούν ως πολύ σημαντικά τα κίνητρα της προτίμησης αξιοποίησης των γνώσεων που αποκτήθηκαν κατά την διάρκεια των σπουδών τους, καθώς και των διοικητικών ικανοτήτων που πιθανόν τους προσφέρουν οι γνώσεις τους. Αντίθετα, οι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης θεωρούν ισχυρότερο κίνητρο αυτό της απόκτησης κέρδους αλλά και κοινωνικού κύρους.

## 1.5 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα επιχειρηματικότητας

Όπως κάθε καινοτόμα κατάσταση, έτσι με το ξεκίνημα μιας επιχειρηματικής ιδέας υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που κάποιος πρέπει να λάβει υπόψη του.

**Πίνακας 2 :** πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα επιχειρηματικότητας

<b>ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ</b>	<b>ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ</b>
ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑ	ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΘΥΣΙΕΣ
ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΕΝΟΣ Startup	ΒΑΡΟΣ ΤΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ	ΜΙΚΡΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΑΘΟΥΣ

**Πηγή:** Lambing A. Peggy, Kuehl R. Charles, “Entrepreneurship”, Upper Saddle River, New Jersey, 2003, p. 30-32

- **Ανεξαρτησία:** Ένα από τα κύρια πλεονεκτήματα είναι η ύπαρξη ανάγκης για ανεξαρτησία και η ελευθερία ως προς την συλλογή αποφάσεων. Το συναίσθημα της μοναδικότητας είναι πολύ ικανοποιητικό για αρκετούς επιχειρηματίες
- **Πρόκληση ενός Startup:** Για ένα μεγάλο ποσοστό επιχειρηματιών, η καινοτομία για την αρχή μιας επιχειρηματικής ιδέας είναι δελεαστική. Η ευκαιρία για δημιουργία ενός σχεδίου σε μια κερδοφόρα καινοτόμα επιχείρηση προσδίδει ένα υπέροχο αίσθημα επιτυχίας και ο επιχειρηματίας γνωρίζει ότι έχει την αποκλειστικότητα αυτής της καινοτόμας ιδέας.
- **Οικονομικός έλεγχος:** Πολλά από αυτά τα startup δεν επιζητούν μεγάλο κεφάλαιο για να ξεκινήσει η πραγματοποίησή τους ή οι δυνητικοί επιχειρηματίες δεν έχουν σκοπό μεγάλα ποσοστά κέρδους, απλά επιθυμούν οι ίδιοι να έχουν τον έλεγχο όσον αφορά τα οικονομικά τους ζητήματα . Οι περισσότεροι από αυτούς δεν θέλουν να συμβιβαστούν με την ιδέα ότι κάποιος άλλος ορίζει τη ζωή τους.
- **Προσωπικές θυσίες:** Ο επιχειρηματίας είναι υπεύθυνος για όλα τα ζητήματα που προκύπτουν και επιβάλλεται να είναι σε θέση να αναλάβει εξ ολοκλήρου το βάρος της ευθύνης σε αντίθεση με το αν υπήρχαν κάποιοι συνέταιροι ή απλώς αν εργαζόταν σε κάποια άλλη διαφορετική επιχείρηση που δεν του ανήκει. Στις συνεργασίες, ο επιχειρηματίας περιβάλλεται κατά κύριο λόγο από άτομα που βρίσκονται στο ίδιο ιεραρχικό επίπεδο και με τις ίδιες ανησυχίες για την πορεία της επιχείρησης. Ωστόσο, ο επιχειρηματίας γνωρίζει ότι βρίσκεται μόνος του στην κορυφή, καθώς υποστηρίζουν ότι κανένας δε μπορεί να συμμεριστεί το άγχος τους και την ευθύνη του για το αν θα τα καταφέρουν πραγματικά.
- **Μικρό περιθώριο λάθους:** Σε μεγάλες συνεργασίες συχνά η λήψη ορισμένων αποφάσεων μπορεί να αποδειχθεί μη κερδοφόρα . Εισάγονται στις αγορές νέα προϊόντα που πολλές φορές δεν είναι κοινώς αποδεκτά ή ανοίγουν μαγαζιά σε μη κερδοφόρες τοποθεσίες.

## 1.6 Δείκτες μέτρησης της επιχειρηματικότητας

Το Global Entrepreneurship Monitor(GEM) είναι ίσως και το μοναδικό πρόγραμμα παγκοσμίως, το οποίο μελετά την επιχειρηματικότητα σε ετήσια βάση και συγκριτικά για συγκεκριμένες χώρες και περιοχές του πλανήτη.

Η Ελλάδα, για πρώτη φορά συμμετείχε σε αυτό το πρόγραμμα το 2003, όταν έγινε μέτρηση της επιχειρηματικότητας σε παγκόσμιο επίπεδο. Η μελέτη είχε πραγματοποιηθεί από το IOBE και χρηματοδοτήθηκε από το Υπουργείο Ανάπτυξης.

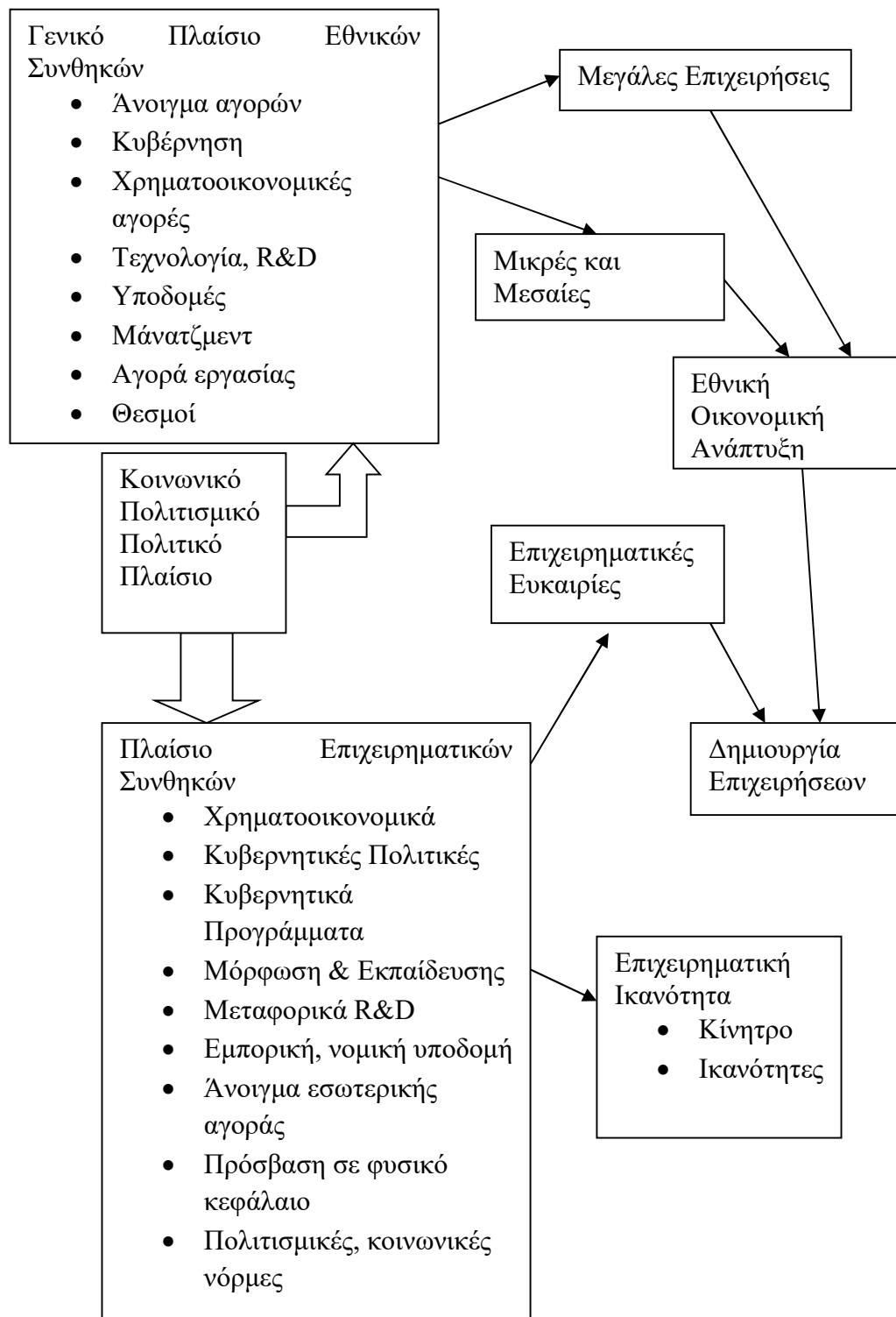
Ο πρώτος δείκτης που παίζει ρόλο στις απαντήσεις της έρευνας, είναι ο ρόλος των μεγάλων επιχειρήσεων που υπάρχουν στη χώρα και στο εξωτερικό εμπόριο. Αυτό γίνεται διότι όταν οι επιχειρήσεις επεκτείνονται σε νέες αγορές, δημιουργούν αύξηση για αγαθά και υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να σηματοδοτούνται και νέες ευκαιρίες στην εγχώρια αγορά για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.

Ο δεύτερος δείκτης, δίνει έμφαση στον ρόλο της δημιουργίας και ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων.

Έτσι συμπεραίνουμε ότι η επιχειρηματικότητα εμφανίζεται κυρίως σε δυναμικά εξελισσόμενες αγορές, επειδή εκεί επιτάσσεται η ευελιξία, η δημιουργικότητα και η καινοτομία.

Το σημαντικό στοιχείο της έρευνας για επιχειρηματικότητα, με το μοντέλο GEM, είναι ότι συσχετίζει την επιχειρηματικότητα με την οικονομική ανάπτυξη της εκάστοτε εξεταζόμενης χώρας και, για αυτό το λόγο, οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα επιδρούν σε σημαντικό βαθμό και στην ανταγωνιστικότητα της οικονομίας της χώρας.

**Πίνακας 2 :**θεωρητικό υπόδειγμα του GEM



**Πηγή:** Παγκόσμια Έκθεση Επιχειρηματικού Παρατηρητηρίου 2013 (Global Entrepreneurship Monitor)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Επιχειρηματικοί παράγοντες

### 2.1 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα τομέα με αξιολογή και σημαντική πολυμορφικότητα. Είναι λοιπόν λογικό να επηρεάζεται από ποικίλους παράγοντες, οι πιο σημαντικοί των οποίων είναι οι κοινωνικοί, οι πολιτιστικοί, οι περιβαλλοντικοί, οι δημοσιογραφικοί και οι οικονομικοί.

Ένα περιβάλλον επιδρά θετικά στη δημιουργικότητα όταν ενθαρρύνει την επικοινωνία, υποστηρίζει την ανάληψη πρωτοβουλίας, αποδέχεται τη διαφορετικότητα και παρατηρεί με προσοχή τις εξαιρέσεις, παρέχει την ελευθερία να υποβάλλονται πρωτότυπες ή ενοχλητικές ερωτήσεις και να παρουσιάζονται ασυνήθιστες και διαφορετικές λύσεις. Αντίθετα, υπάρχει περίπτωση να επιδρά αρνητικά όταν απορρίπτει εντελώς νέες ιδέες χωρίς περιθώρια συζήτησης και ανθρώπους που φαίνονται λιγότερο προβλέψιμοι και που αναλαμβάνουν περισσότερο ρίσκο. Επιπρόσθετα, όταν δεν παρέχει κίνητρα και αποθαρρύνει τη συμμετοχή σε δημιουργικές και πρακτικές διαδικασίες, όταν αρνείται την αλλαγή και απαγορεύει τον πειραματισμό. Ακόμα, υπάρχουν εμπόδια που σχετίζονται με τους φόβους, τα άγχη και τις ανασφάλειες για την παγίωση συνηθειών κλπ.

Οι παράγοντες αυτοί, που αναφέρθηκαν εν συντομία στο πρώτο κεφάλαιο, έχουν μελετηθεί και αναλυθεί από πολλούς ερευνητές, με σκοπό να προσδιοριστούν με ακρίβεια και σαφήνεια οι λόγοι που οδηγούν ένα άτομο στην επιχειρηματική επιτυχία και ευημερία. Από το σύνολο των αναλύσεων, συμπεραίνουμε ότι είναι έξι οι κύριοι παράγοντες που οδηγούν στην επιτυχημένη άσκηση της επιχειρηματικής δράσης.

- **Οικονομικοί παράγοντες.** Οι οικονομικοί παράγοντες είναι ζωτικής σημασίας για την αποτελεσματική άσκηση επιχειρηματικής δράσης, μιας και η επιχειρηματικότητα των ατόμων βασίζεται κυρίως στην οικονομική θεωρία της προσφοράς και της ζήτησης αγαθών και υπηρεσιών. Σύμφωνα με τον Schumpeter, η οικονομική θεωρία και η επιχειρηματικότητα συνδέονται αρκετά στενά μεταξύ τους, μιας και οι οικονομικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα, αφού υφίστανται σε όλη την διάρκεια ζωής της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, οι οικονομικές μεταβλητές που επηρεάζουν καταλυτικά στην επιχειρηματικότητα είναι οι πολιτικές και οι νομισματικές πολιτικές των διαφόρων κρατών, οι εμπορικές πολιτικές, οι παρεμβάσεις των κυβερνήσεων, η φορολογία και το κατά κεφαλήν εισόδημα.(Huisman, 1985)

- **Ψυχολογικοί Παράγοντες.** Οι ψυχολογικοί παράγοντες αναφέρονται στα προσωπικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα που διαθέτει ένα πρόσωπο που ασκεί την επιχειρηματικότητα, δηλαδή ο επιχειρηματίας. Τα χαρακτηριστικά αυτά επηρεάζουν την προβολή της επιχειρηματικότητας.
- **Κοινωνιολογικοί Παράγοντες.** Οι κοινωνιολογικοί παράγοντες αναφέρονται σε εκείνες τις συνισταμένες που επηρεάζουν τον καθημερινό τρόπο ζωής των ανθρώπων. Οι άνθρωποι καθώς και οι προτιμήσεις αυτών διακρίνονται από μια σχέση αλληλεξάρτησης που ασκεί επιρροή στην επιχειρηματική δραστηριότητα, όπως είναι οι καθημερινές καταναλωτικές συνήθειες που έχουν τα άτομα, τα πρότυπα ψυχαγωγίας και διασκέδασης, ο τρόπος που εργάζονται ή ακόμα και η πόλη όπου εργάζονται, κλπ.(Max *Weber*: 1948,)

Με βάση τις θεωρητικές αναλύσεις και τις εμπειρικές έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί, τα επιχειρηματικά κίνητρα διακρίνονται σε αυτά που ελκύουν τον επιχειρηματία να αναλάβει κάποια πρωτοβουλία και ονομάζονται κίνητρα έλξης (pull motives) και σε εκείνα που οδηγούν τον επιχειρηματία να απομακρυνθεί από άλλες μορφές απασχόλησης και να προσανατολισθεί στην ανάληψη κάποιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, τα αρνητικά κίνητρα ή κίνητρα ώθησης (push motives).

Τα κίνητρα έλξης διακρίνονται στα εξής:

- στο κίνητρο του κέρδους ή του υψηλότερου εισοδήματος
- στο κίνητρο της ανεξαρτησίας και του υψηλού βαθμού αυτονομίας
- στο κίνητρο της «αρχηγικής θέσης» ή του κοινωνικού κύρους
- στην επιθυμία επίτευξης των προσδοκιών του
- η αυτοεκτίμηση και η πεποίθηση του επίδοξου επιχειρηματία ότι θα επιτύχει στις νέες του επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.

Τα αρνητικά κίνητρα ή κίνητρα ώθησης αναφέρονται σε αυτά που απωθούν τον υποψήφιο επιχειρηματία από άλλες μορφές εναλλακτικής επαγγελματικής δραστηριότητας και τον ωθούν στην ανάληψη επιχειρηματικού εγχειρήματος. Σύμφωνα με τους Shapiro και Sorol (1982) Brockhauw (1986), τα κίνητρα αυτά μπορεί να είναι τα εξής:

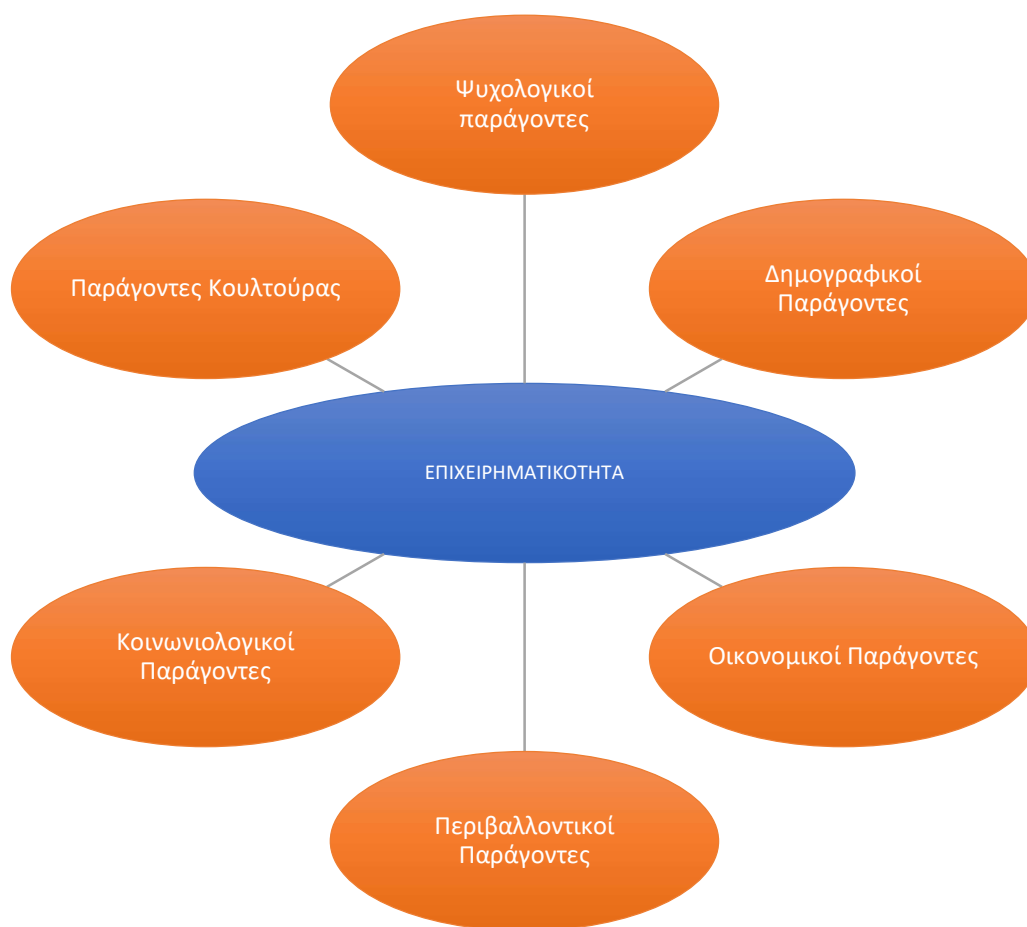
- η ανεργία ή η απόλυση από την εργασία
- η έλλειψη ενδιαφέροντος στο αντικείμενο της εργασίας
- οι προστριβές στον χώρο εργασίας
- η μετανάστευση ως μοναδική αναγκαστική λύση ανεύρεσης εργασίας
- η έκδοση διαζυγίου



Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχουν και οι κίνδυνοι που σχετίζονται με τη φύση της επιχείρησης και χωρίζονται σε μετρήσιμους και μη. Οι πρώτοι είναι δυνατό να υπολογισθούν μαθηματικά με την χρήση των πιθανοτήτων και έτσι είναι εφικτό να υπάρξει κάποια σχετική ασφάλεια, το κόστος της οποίας θα ενταχθεί στο γενικότερο κόστος παραγωγής. Οι άλλοι κίνδυνοι αφορούν το λεγόμενο επιχειρηματικό ρίσκο. Είναι σημαντικό να βρει ο υποψήφιος επιχειρηματίας την ύπαρξη ισχυρού κινήτρου, το οποίο θα χαλυβδώσει την θέλησή του, ενώ σε περίπτωση απουσίας η επιμονή για υπερπήδηση των δυσκολιών θα είναι ισχνή.

Η παραπάνω καταγραφή των εναλλακτικών κινήτρων για ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας δεν είναι πλήρης και δεν είναι εύκολο να αποτιμήσουμε τη επιρροή του κάθε παράγοντα στην ανάληψη παρόμοιας δραστηριότητας. Επιπρόσθετα, η ύπαρξη κάποιων από τους παραπάνω παράγοντες δεν αποτελεί απαραίτητα την ικανή και αναγκαία συνθήκη για να ακολουθήσει κάποιο άτομο επιχειρηματική δράση( Κέντρο ερευνών του πανεπιστημίου Πειραιώς, 2008).

**Εικόνα 3:** Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα



## 2.2 Εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα

Το εκπαιδευτικό σύστημα μιας χώρας είναι αυτό που παρέχει εκείνες τις απαραίτητες συνθήκες για την συνειδητοποίηση των διαθέσιμων επαγγελματικών επιλογών, με το να εξοπλίζει τα άτομα με γνωστικά εργαλεία απαραίτητα για την ανάπτυξη διαφόρων επαγγελματικών δράσεων.

Άρα η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα από τους πιο σημαντικούς παράγοντες προώθησης της επιχειρηματικότητας. Από την άλλη όμως υπάρχει διχογνωμία σχετικά με το βαθμό που οι επιχειρηματικές δεξιότητες μπορούν να εφαρμόζονται σε διάφορα επιχειρηματικά προγράμματα, όπου σε συνάρτηση με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις δεξιότητες που μπορεί να έχει ένα άτομο, προσπαθούν να ολοκληρώσουν το επιχειρηματικό πνεύμα. Δηλαδή δεν παίζει ρόλο μόνο η εκπαίδευση, αλλά και η έμφυτη δεξιότητα του ατόμου για επιχειρείν, αλλά και οι συνολικότερες συνθήκες.

Υπάρχουν προκαταλήψεις που απωθούν τους νέους από το επιχειρείν αλλά και κίνδυνοι λόγω λανθασμένων επιλογών ή εγκλωβισμού σε οριακές δραστηριότητες χωρίς προοπτικές

απογείωσης. Επιβάλλεται να εξετασθεί ο προβληματισμός αυτός στις πρώτες φάσεις της καριέρας του νέου αποφοίτου ή του νέου στελέχους επιχείρησης, την περίοδο που εξετάζει εναλλακτικούς προσανατολισμούς και κάνει σοβαρές επιλογές καριέρας.

Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα, σε αντίθεση με τη γνωστική (συμπεριφοριστική) εκπαίδευση, φαίνεται ότι σε μεγάλο βαθμό βασίζεται στις εμπειρίες. Οι εμπειρίες έχουν τόσο συναισθηματική όσο και βουλητική διάσταση, με την πρώτη να σχετίζεται με τα κίνητρα, τα συναισθήματα και τις επιθυμίες στην αναπτυξιακή διαδικασία και την τελευταία να δημιουργεί την ουσιαστική μάθηση (Gibb, 2000).

Οι πολιτικές εκπαίδευσης στον τομέα της επιχειρηματικότητας συνδέονται στενά με τη συνολική πολιτική για την επιχειρηματικότητα καθώς και με τους στόχους της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης. Πρέπει συνεπώς να αντικατοπτρίζονται στα εθνικά σχέδια ή στις στρατηγικές οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης των χωρών. Πρόκειται για μια διαδικασία δια βίου μάθησης, η οποία αρχίζει ήδη από το δημοτικό σχολείο και συνεχίζεται σε όλα τα επίπεδα εκπαίδευσης συμπεριλαμβανομένης της εκπαίδευσης ενηλίκων. Οι πολιτικές εκπαίδευσης πρέπει να οικοδομήσουν θετικές στάσεις απέναντι στις επιχειρήσεις και να αναπτύξουν επιχειρηματικές δεξιότητες για το σχεδιασμό, το ξεκίνημα και τη διαχείριση μιας επιχείρησης. Για την αποτελεσματική εφαρμογή της εκπαίδευσης στον τομέα της επιχειρηματικότητας, απαιτούνται προσεγγίσεις τόσο προς τα πάνω όσο και προς τα κάτω. Οι προσεγγίσεις από την κορυφή προς τα κάτω απαιτούν τη δέσμευση των ανώτατων υπευθύνων χάραξης πολιτικής. Η οικοδόμηση αυτής της δέσμευσης δεν είναι εύκολη - συχνά η επιχειρηματική εκπαίδευση πρέπει να δομηθεί στο πλαίσιο της συμβολής της στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη για να προσελκύσει την κατάλληλη προσοχή. Οι προσεγγίσεις από κάτω προς τα πάνω 169 απαιτούν υποστηρικτές σε τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο που μπορούν να βοηθήσουν στην προώθηση πρωτοβουλιών στην περιοχή (United Nations, 2010:4). Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα δεν πρέπει να συγχέεται με τις γενικές επιχειρηματικές και οικονομικές σπουδές. Όπως και ο Kuratko (2005:578) ορθώς αναφέρει, η επιχειρηματικότητα είναι κάτι περισσότερο από την απλή δημιουργία μιας επιχείρησης και η επιχειρηματική εκπαίδευση θα πρέπει, ως εκ τούτου, σύμφωνα με τους McMullan & Long (1987) να διαχωρίζεται από την τυπική εκπαίδευση διοίκησης των επιχειρήσεων

Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα θεωρείται ως μία από τις βασικές προκλήσεις των σύγχρονων εκπαιδευτικών συστημάτων για την κοινωνικοοικονομική εξέλιξη και ανάπτυξη. Η εκπαίδευση διαδραματίζει καίριο ρόλο στη διαμόρφωση της επιχειρηματικής νοοτροπίας, των επιχειρηματικών δεξιοτήτων και του επιχειρηματικού πνεύματος. Σύμφωνα

με τον Wong (2005) ο πιο συνηθισμένος λόγος που οι ερευνητές και οι εμπειρογνώμονες προωθούν την επιχειρηματική εκπαίδευση είναι ότι η επιχειρηματικότητα θεωρείται σημαντική κινητήρια δύναμη για την οικονομική ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Η επιχειρηματική εκπαίδευση κατά τον Gibb (2002) συχνά θεωρείται ως η απάντηση στον ολοένα και πιο παγκοσμιοποιημένο, αβέβαιο και πολύπλοκο κόσμο που ζούμε, απαιτώντας απ' όλους τους ανθρώπους και τις οργανώσεις της κοινωνίας να είναι όλο και πιο πολύ εξοπλισμένες με επιχειρηματικές ικανότητες. Εκτός από την οικονομική ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων εργασίας, που δημιουργούν τις αιτίες για την προώθηση της επιχειρηματικής εκπαίδευσης, υπάρχει μία αυξανόμενη έμφαση στα αποτελέσματα, που οι επιχειρηματικές δραστηριότητες μπορούν να επιφέρουν τόσο στους μαθητές όσο και στους εργαζομένους στην εκπαίδευση και στην αγορά εργασίας αντίστοιχα. Επιπλέον, ο Ray (2010) υποστηρίζει ότι ο ρόλος που η επιχειρηματικότητα μπορεί να διαδραματίσει στην ανάληψη σημαντικών κοινωνικών προκλήσεων, έχει καθιερώσει την επιχειρηματική εκπαίδευση ως μέθοδο για την ενδυνάμωση των ανθρώπων και των οργανώσεων ώστε να δημιουργήσουν κοινωνική αξία για το κοινό καλό (Volkmann et al., 2009, Austin et al., 2006, αναφέρεται στον Lackeus, 2015:17).

Οι μέθοδοι για αυτήν την προώθηση που αποσκοπεί στην οργάνωση ευέλικτων μαθησιακών καταστάσεων όπου οι μαθητές επηρεάζουν την κατασκευή του περιεχομένου, είναι σημαντικές. Οι δάσκαλοι αλλάζουν ρόλο, από το να είναι εμπειρογνώμονες του θέματος σε διεπιστημονικούς διαμεσολαβητές και η αξιολόγηση κινείται προς τα μαθησιακά αποτελέσματα με μεθόδους ποιοτικές, υποστηρικτικές και βασιζόμενες κυρίως στη διαδικασία.

Η επιχειρηματική εκπαίδευση μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση της γενικής μορφής της εκπαίδευσης μέσω της έμφυτης ικανότητάς της να προωθήσει την ανάπτυξη των μη γνωστικών δεξιοτήτων που οδηγούν, ίσως περισσότερο από τις γνωστικές ικανότητες, στην αυξημένη ακαδημαϊκή επίδοση.

Η νεανική επιχειρηματικότητα αποτελεί μια ειδικότερη μορφή της σύγχρονης επιχειρηματικότητας, καθώς και έναν από τους πιο σημαντικούς στόχους της σύγχρονης πολιτικής της Ελλάδος. Αυτό συμβαίνει διότι η δημιουργία θέσεων εργασίας μέσω της αυτοαπασχόλησης, της ανάπτυξης του συμμετοχικού αισθήματος στους νέους, καθώς και μέσω της εμφύσησης επιχειρηματικών δεξιοτήτων, είναι απαραίτητες για την προώθηση της καινοτομίας.

Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα συντελείται σε όλα τα επίπεδα της εκπαιδευτικής πορείας, ενώ συνεχίζεται και μετά την ολοκλήρωσή της, μέσα στο πλαίσιο της δια βίου μάθησης.

Σε κάθε εκπαιδευτικό επίπεδο, στην πρωτοβάθμια, στην δευτεροβάθμια, καθώς και στην ανώτερη (μεταδευτεροβάθμια και τριτοβάθμια) εκπαίδευση, αντιστοιχούν και διαφορετικά εκπαιδευτικά προγράμματα με διαφορετικό αντικείμενο. Στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση, ο κύριος στόχος της επιχειρηματικής εκπαίδευσης είναι η συνειδητοποίηση της επιχειρηματικής επιλογής, ως επαγγελματικής επιλογής. Επιπρόσθετα, η γνώση για τον ρόλο που παίζει η επιχειρηματικότητα στον οικονομικό κύκλο δίνει την βάση για την επαγγελματική επιλογή. Στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση ο στόχος της επιχειρηματικής εκπαίδευσης είναι η εμφύσηση συγκεκριμένων επιχειρηματικών δεξιοτήτων και η αντίστοιχη κινητοποίηση μέσω συγκεκριμένων δράσεων. Επιπρόσθετα, υποστηρίζεται ότι στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση πρέπει να δίνεται έμφαση στην αντίληψη των επιχειρηματικών ευκαιριών στα πρώτα τρία χρόνια, ενώ στα υπόλοιπα τρία, στην διδασκαλία συγκεκριμένων διαχειριστικών ικανοτήτων και επιχειρηματικών δεξιοτήτων ( Mulder, 1997). Τέλος στην ανώτερη εκπαίδευση παρέχεται στις μέρες μας η κατάλληλη και εξειδικευμένη επιστημονική γνώση με παράλληλη ανάπτυξη των επαγγελματικών δεξιοτήτων, που έχουν ήδη αποκτηθεί στο προηγούμενο χρονικό διάστημα.

Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα πρέπει πάντα να βασίζεται στην δημιουργία της έννοιας της πολυπλοκότητας για την εφαρμογή των επιχειρηματικών δεξιοτήτων που έχουν αποκτηθεί σε πρακτικό επίπεδο.

Με όλα τα παραπάνω καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ένα σημαντικό στοιχείο στην επιχειρηματική εκπαίδευση, ίσως το σημαντικότερο, είναι ο χρόνος στον οποίο παρέχεται. Θα πρέπει να ξεκινάει σε μικρή ηλικία, ώστε να καθίσταται αποτελεσματική, και να πλαισιώνει συνάμα και την πρακτική κατάρτιση που δίνεται στο ανώτερο επίπεδο της εκπαίδευσης.

Επομένως η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα, βασίζεται σε δύο βασικούς πυλώνες, οι οποίοι συμβαδίζουν με την χρονική ανάπτυξη της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Αυτοί οι πυλώνες είναι:

- η ευαισθητοποίηση
- η ετοιμότητα
- το να εκπαιδευτούμε πως να μαθαίνουμε
- το να εκπαιδευτούμε πως να ενεργούμε
- το να εκπαιδευτούμε πως να ζούμε με τους άλλους

- το να εκπαιδευτούμε πως να υπάρχουμε

Κάθε μάθηση που είναι καλά οργανωμένη θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη της όλα τα ανωτέρω. Με αυτόν τον τρόπο η εκπαίδευση θα παρέχει μία πιο γενική εμπειρία για τη ζωή, η οποία οφείλει να έχει τόσο γνωστικό όσο και πρακτικό χαρακτήρα, να εστιάζεται τόσο στο άτομο όσο και στην κοινωνία και να δίνει έμφαση στην ολοκλήρωση των ατόμων, δηλαδή στην εκπαίδευση που μαθαίνει στον άνθρωπο πως να υπάρχει ως ολοκληρωμένη προσωπικότητα και πως να μαθαίνει συνεχώς.

Με αυτόν τον τρόπο «ο άνθρωπος θα είναι σε θέση να διευρύνει τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις στάσεις του απέναντι στη ζωή και να προσαρμόζεται σε συνεχώς μεταβαλλόμενα, πολύπλοκα και αλληλεξαρτώμενα περιβάλλοντα» (UNESCO:126).

Από τον Sinlarat (2002) προτείνεται (συμπληρωματικά των προηγούμενων πυλώνων) ότι θα πρέπει να διδάσκεται:

1. το να μάθουμε πως να μαθαίνουμε κριτικά
2. το να μάθουμε πως να ενεργούμε δημιουργικά
3. το να μάθουμε πως να ζούμε με τους άλλους εποικοδομητικά
4. το να μάθουμε πως να υπάρχουμε με σοφία

Άρα, κατά τον Sinlarat, η εκπαιδευτική διαδικασία πρώτα από όλα χρειάζεται να θέσει καινοτόμους στόχους για την ανάπτυξη της κριτικής σκέψης και της δημιουργικότητας, ούτως ώστε η εκπαίδευση να έχει πραγματική επίδραση στην κοινωνία.

Η δημιουργία και η εφαρμογή των εκπαιδευτικών προγραμμάτων στην επιχειρηματικότητα βασίζονται σε διάφορες θεωρίες μάθησης και αντίστοιχης διδασκαλίας. Οι βασικές θεωρίες που εντοπίζονται στην βιβλιογραφία είναι η θεωρία της παραγωγικής μάθησης, η μάθηση μέσω της πράξης, η θεωρία των σταδίων της γνωστικής ανάπτυξης και η θεωρία της ταξινόμησης μέσω των γνωστικών μαθησιακών αντικειμένων.

Η θεωρία για την παραγωγική μάθηση στηρίζεται στην υπόθεση πως ο ανθρώπινος εγκέφαλος κατασκευάζει ενεργά σημαντικές σχέσεις ανάμεσα σε άγνωστες έννοιες και σε οικείες γνώσεις και γνωστικές εμπειρίες και με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται μία παραγωγική διαδικασία κατασκευής μνήμης, γνώσης και εμπειρίας (Wittrock, 1974). Επιπρόσθετα, η θεωρία της μάθησης μέσω της πράξης υποστηρίζει πως τα άτομα πρέπει να εμπλέκονται προσωπικά στη μαθησιακή εμπειρία, σε ένα εύρος διαδικασιών που περιλαμβάνει τη λήψη αποφάσεων και την κατάλληλη αντιμετώπιση των επιπτώσεων των αποφάσεων αυτών, μέσα σε ένα πλαίσιο καθημερινής επίλυσης καταστάσεων που αποκτούν προσωπική σημασία (Dewey, 1938).

Ακόμα, η θεωρία της γνωστικής ανάπτυξης αφορά την δημιουργία των γνωστικών ικανοτήτων των ατόμων σε άμεση σχέση με το εξωτερικό τους περιβάλλον, μέσα από την πορεία του ατόμου σε διάφορα γνωστικά στάδια, τα οποία αντιπροσωπεύουν διαφορετικές γνωστικές διαδικασίες (Piaget,1952). Η συγκεκριμένη θεωρία δείχνει πως το εκπαιδευτικό σύστημα μπορεί να δημιουργεί σημαντικά θετικά αποτελέσματα στη λειτουργία της απόκτησης γνώσης, εφόσον το αντίστοιχο πρόγραμμα σπουδών συμβαδίζει με τα μαθησιακά στάδια. Σε μια πιο ειδικευμένη θεωρητική διερεύνηση, προτείνεται ένα θεωρητικό πλαίσιο για την ταξινόμηση των γνωστικών στόχων μέσα στην εκπαιδευτική διαδικασία, το οποίο αποτελείται από συγκεκριμένους γνωστικούς και συμπεριφορικούς στόχους, όπως τη γνώση, την κατανόηση, την εφαρμογή, την ανάλυση, τη σύνθεση και την αξιολόγηση (Bloometal, 1956).

Καθώς η επιχειρηματικότητα συνδέεται άμεσα με την απόκτηση ικανοτήτων και δεξιοτήτων, όπως είναι η δημιουργικότητα, η καινοτομία και η ανεξαρτησία, η επιχειρηματική εκπαίδευση είναι προτιμότερο να διδάσκεται με έναν ενεργό και βιωματικό τρόπο, ο οποίος εμψυχώνει τα άτομα να σκέφτονται και να δρουν επιχειρηματικά. Έτσι η επιχειρηματικότητα μπορεί να διδάσκεται με έμμεσο και άμεσο τρόπο, δηλαδή με την εφαρμογή πρακτικών διαδικασιών παράλληλα με την εκπόνηση και την παρακολούθηση ειδικά σχεδιασμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων. Αποτελεί σημαντικό τα άτομα που ακολουθούν ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα επιχειρηματικότητας να αντιλαμβάνονται τις πραγματικές διαστάσεις σε ένα εμπειρικό πλαίσιο, παρά μέσω συμβατικών μεθόδων. Έτσι οι παιδαγωγικές πρακτικές επιβάλλεται να ενθαρρύνουν τη μάθηση μέσα από την πράξη και την εμπειρία, τη διεύρυνση των υπαρχόντων προτύπων και την αλληλεπίδραση με το κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον (Gibb&Cotton,1198).

Όμως, η επιχειρηματική εκπαίδευση διευκολύνεται σημαντικά από την ανάπτυξη ενός κατάλληλου εκπαιδευτικού περιβάλλοντος, καθώς υπάρχει ένα σύνολο αναγκών και απαιτήσεων, προκειμένου ένα μαθησιακό περιβάλλον να είναι λειτουργικό και αποτελεσματικό (Lodewijks, 1195). Το εκπαιδευτικό περιβάλλον για την εφαρμογή της επιχειρηματικής εκπαίδευσης επιβάλλεται να σχετίζεται με τις ικανότητες ενός ατόμου, ώστε αυτές να επιδέχονται βελτιώσεις, να διεγείρει το αίσθημα της ευθύνης σε απόκριση των μαθησιακών στόχων, να περιλαμβάνει πρότυπα, να αναφέρεται σε καταστάσεις της πραγματικής ζωής με αλληλεπιδράσεις της γνώσης και του εξωτερικού περιβάλλοντος, να προκαλεί τη συμμετοχή διαμέσου κινητοποίησης και διαδραστικότητας και να είναι λειτουργικό αναφορικά με την εφαρμογή της γνώσης. Ένα εκπαιδευτικό περιβάλλον

δομημένο με βάση τις προαναφερθείσες αρχές διευκολύνει τη διαδικασία της επιχειρηματικής εκπαίδευσης και είναι συνεπές με τις αρχές της θεωρίας της παραγωγικής μάθησης και της μάθησης μέσω της εμπειρίας, ενώ σε αντίθεση με τον συμβατικό τρόπο μάθησης, η επιχειρηματική εκπαίδευση είναι πιθανό να καλύπτει όλο το φάσμα των γνωστικών της στοιχείων (Gibb&Cotton,1198 ).

Επιπρόσθετα, οι επιχειρηματικές δεξιότητες στο πλαίσιο της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης μπορούν να διδαχθούν μέσω συμπεριφορικών προσομοιώσεων, μέσω των οποίων συνδέονται οι εκπαιδευτικοί στόχοι με τους ρόλους και τις διαστάσεις της επιχειρηματικότητας. Δηλαδή μέσα από πραγματικές καταστάσεις εκπαιδεύονται οι νέοι στο να επιχειρούν. (Karlan &Valdivia, 2006). Μία από τις αποτελεσματικότερες μεθόδους διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας είναι η δημιουργία εικονικών ή ημι-πραγματικών επιχειρήσεων, μέσα στα όρια της δευτεροβάθμιας και της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Σύμφωνα με την διαδικασία BEST (Επιχειρησιακή Ομάδα για την Απλούστευση του Περιβάλλοντος των Επιχειρήσεων) το 2000, η προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος στους νέους τονίστηκε ιδιαίτερα στην Ελλάδα, που θέσπισε βραβεία για νέους επιχειρηματίες, στο Λουξεμβούργο, που ανέπτυξε κύκλους μαθημάτων για μαθητές της πρωτοβάθμιας και της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, και στην Αυστρία που εισήγαγε στα σχολεία μαθήματα επιχειρηματικότητας και εικονικές επιχειρήσεις.

Στον τομέα της κατάρτισης, τόσο η Σουηδία όσο και η Νορβηγία έχουν καθιερωμένα συστήματα για την ανάπτυξη δεξιοτήτων, όπου περιλαμβάνεται η χρήση ΤΠΕ για μάθηση εξ' αποστάσεως. Το Βέλγιο θέσπισε καινοτόμα μέτρα για την ενίσχυση των επενδύσεων επιχειρηματικού κεφαλαίου, η Γερμανία ωφελείται από ανεπτυγμένες χρηματοοικονομικές αγορές για τις ΜΜΕ, η Ισπανία έχει εφαρμόσει επιτυχημένα φορολογικά μέτρα υπέρ των ΜΜΕ και οι Κάτω Χώρες και το Ηνωμένο Βασίλειο σημείωσαν πρωτοπόρα ανάπτυξη των δραστηριοτήτων «business angels» στην Ευρώπη. Η Γαλλία, η Ιρλανδία και η Φιλανδία έχουν προγράμματα με ικανοποιητική λειτουργία στον τομέα της έρευνας και της καινοτομίας, με ιδιαίτερη έμφαση στην προώθηση της μεταφοράς τεχνολογίας. Η Δανία έχει εξασφαλίσει επιτυχημένο συντονισμό όλων των επιπέδων της διοίκησης, ως μέσο για τη βελτίωση στις ΜΜΕ και η Ιταλία πραγματοποίησε σημαντικά βήματα όσον αφορά την απλούστευση των διοικητικών διαδικασιών.

Η έκθεση BEST αναγνώρισε την ανάγκη προετοιμασίας για μια οικονομία και κοινωνία όπου πολύ περισσότερα άτομα από ότι στο πρόσφατο παρελθόν είτε θα εργάζονται σε μικρές επιχειρήσεις είτε θα ιδρύουν δικές τους επιχειρήσεις. Παρά τις προσπάθειες από όλες τις χώρες, το επιχειρηματικό πνεύμα υστερεί γενικά στο σύνολο της Ευρώπης. Πράγματι,



δημιουργήθηκαν ορισμένα μεγάλης κλίμακας εθνικά προγράμματα για την επιχειρηματικότητα, καθώς και πανεπιστημιακές σπουδές στην επιχειρηματικότητα και εθνικές εκστρατείες για την προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος.

### **2.3 Σχέση της δημιουργικότητας με άλλους παράγοντες**

Δημιουργικότητα είναι αυτό που συμβαίνει όταν ένα άτομο παράγει κάτι που είναι νέο, αλλά και κατάλληλο, παραγωγικό με τη δυνατότητα της άσκησης επιρροής. Αυτά τα κριτήρια αποτελούν διαφορετικά επίπεδα στην ιεραρχία της παραγωγικότητας με την πρωτοτυπία να αποτελεί το χαμηλότερο επίπεδο και την επιρροή το υψηλότερο επίπεδο της δημιουργικότητας. Σύμφωνα με τον ορισμό αυτό, μια ιδέα που είναι καινοτόμα, παραγωγική και ασκεί επιρροή είναι πιο δημιουργική από μια ιδέα που είναι μόνο πρωτότυπη και παραγωγική. Η καινοτομία είναι το πρώτο χαρακτηριστικό που έρχεται αμέσως στο μυαλό μας αν ζητηθεί να ορίσουμε τη δημιουργικότητα.

Η πρωτοτυπία όμως δεν είναι η μόνη βασική ιδιότητα της δημιουργικότητας. Για να επιτευχθεί υψηλότερο επίπεδο στην ιεραρχία δημιουργικότητας, το προϊόν θα πρέπει να είναι νέο και κατάλληλο, αλλά και να οδηγεί στην παραγωγή περισσότερων νέων και κατάλληλων προϊόντων, ιδεών και διαδικασιών.

Αν οτιδήποτε φθάσει στο υψηλότερο επίπεδο της δημιουργικότητας, θα μπορεί να ασκήσει επίσης μεγάλη επιρροή, πράγμα που σημαίνει ότι θα διαμορφώσει τον τρόπο που οι άνθρωποι σκέφτονται ή πράττουν.

Η δημιουργικότητα μπορεί επίσης να οριστεί ως η διαδικασία με την οποία οι ιδέες διαμορφώνονται, συνδέονται και μετατρέπονται σε προϊόντα ή και διαδικασίες που διαθέτουν αξία. Δηλαδή, η δημιουργικότητα είναι η χρήση των ιδεών για την παραγωγή καινοτόμων ιδεών.

Σε αυτή την εννοιολογική διάσταση επιβάλλεται να επισημανθεί ότι η δημιουργικότητα δεν είναι ταυτόσημη με την καινοτομία. Η πρωτοτυπία σημαίνει τη δημιουργία νέων πραγμάτων από το μηδέν ή μέσω αναδιατύπωσης υφιστάμενων γνώσεων.

Από την άλλη πλευρά, η έννοια της καινοτομίας έχει διευρυνθεί πέρα από λειτουργικές, επιστημονικές ή τεχνολογικές προσεγγίσεις, ώστε να περιλαμβάνει επίσης τις αισθητικές ή καλλιτεχνικές αλλαγές.

Η δημιουργικότητα μπορεί να δημιουργήσει οικονομική ανάπτυξη. Πιο συγκεκριμένα υποστηρίζεται ότι, ανεξάρτητα από τον τρόπο με τον οποίο ερμηνεύεται η δημιουργικότητα,

δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι είναι ένα βασικό στοιχείο για τον καθορισμό του πεδίου εφαρμογής των δημιουργικών κλάδων και της δημιουργικής οικονομίας.

Η σοβαρή οικονομική και χρηματοπιστωτική κρίση, θεωρείται μέχρι και στις μέρες μας ότι θα μπορούσε να αντιμετωπιστεί με μία οικονομία βασισμένη στη γνώση. Όμως, υπάρχει μια αυξανόμενη πεποίθηση ότι η κρίση δεν μπορεί να αντιμετωπισθεί χωρίς την υποστήριξη της λεγόμενης δημιουργικής οικονομίας. Ο όρος αυτός χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 2001 από τον Hawkins. Ο Hawkins (Πρόεδρος του ερευνητικού κέντρου John Hawkins για την Δημιουργική Οικονομία, που ξεκίνησε από την Δημοτική κυβέρνηση της Σαγκάης στη Σχολή Δημιουργικότητας της Σαγκάης, στην Ακαδημία Θεάτρου της Σαγκάης) ήταν ο πρώτος που πρόβαλλε τη δημιουργικότητα ως κινητήρια δύναμη της οικονομικής ανάπτυξης.

Η δημιουργικότητα πρέπει να θεωρηθεί ως κάτι πολύ πιο σημαντικό από την μετατροπή ή την προσθήκη αξίας στα προϊόντα, μια ζωτικής σημασίας αναγκαιότητα, ένα συστατικό μιας βιώσιμης οικονομίας, που διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση των μελλοντικών κοινωνιών.

Από οικονομικής απόψεως, η σχέση μεταξύ της δημιουργικότητας και της κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης δεν είναι προφανής, ιδιαίτερα ο βαθμός στον οποίο η δημιουργικότητα συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη. Σε αυτή την περίπτωση, είναι σημαντικό να μετρηθούν όχι μόνο τα οικονομικά αποτελέσματα της δημιουργικότητας, αλλά και ο κύκλος της δημιουργικής δραστηριότητας μέσα στην αλληλεπίδραση των τεσσάρων τύπων του κεφαλαίου - κοινωνικού, πολιτιστικού, ανθρώπινου, θεσμικού - ως καθοριστικών παραγόντων της ανάπτυξης της δημιουργικότητας.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρατίθενται έξι πυλώνες της δημιουργικότητας, (ανθρώπινο κεφάλαιο, εκπαίδευση, τεχνολογία, καινοτομία, θεσμικό περιβάλλον και χρηματοδότηση, το κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον, τη διαφάνεια και την ποικιλομορφία, καθώς επίσης και την απασχόληση), παρουσιάζονται οι διαστάσεις δεικτών της δημιουργικότητας και οι διαστάσεις στις οποίες εστιάζουν.

**Πίνακας 3:** διαστάσεις δεικτών δημιουργικότητας

ΔΕΙΚΤΕΣ <sup>1</sup>	FCI	SV-CCI	F-ECI	HKCI	CZCI	CICE	J-CCI	ECI	BCI	L-CCI	CCI-CCI
ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

<sup>1</sup>FCI-Florida's Creative Index (2002), SV-CCI - Silicon Valley's Creative Community Index, F-ECI- Euro Creativity Index, HKCI-Hong Kong Creative Index, CZCI-Czech Creative Index, CICE-Composite Index of the Creative Economy, J-CCI-Creative City Index, ECI-European Creativity Index, BCI- Baltimore Creativity Index, L-CCI- Landry's Creative City Index, CCI-CCI-Creative City Index, GCI-Global Creative Index.Πηγή :Correia & Costa (2014 : 12)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ												
ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΝΟΧΗ	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ		✓		✓			✓	✓		✓	✓	✓
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚ Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ		✓		✓				✓		✓	✓	✓
ΑΠΟΣΧΟΛΗΣΗ- ΕΚΡΟΕΣ ΚΑΙ ΕΙΣΡΟΕΣ		✓		✓				✓				✓
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤ ΗΤΑ		✓		✓		✓	✓			✓		
ΥΠΟΔΟΜΕΣ				✓						✓	✓	✓
ΒΙΩΣΗΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΕΣ						✓			✓	✓	✓	✓
ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ		✓								✓	✓	✓

Μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι η εκπαίδευση, η διαφάνεια, η διαφορετικότητα και η ανοχή , η τεχνολογία και η καινοτομία, περιλαμβάνονται στην κυρίαρχη πλειονότητα των δεικτών της δημιουργικότητας.

Το αποτέλεσμα της δημιουργικότητας που μπορεί να αναπτυχθεί μέσα από την εκπαίδευση δεν είναι χρήσιμο μόνο για το ίδιο το πρόσωπο που την δημιουργεί, αλλά και για το άμεσο ή έμμεσο κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο συμπεριλαμβάνεται το άτομο αυτό.

Το σίγουρο είναι πως δεν υπάρχουν αποκλειστικοί και προσιτοί κανόνες σχετικά με τις πηγές της δημιουργικότητας. Ακόμα, παρατηρείται σε άτομα με ένα ευρύ φάσμα προσωπικών χαρακτηριστικών και υπόβαθρων, που μεγαλώνουν σε κοινωνικά περιβάλλοντα, που είναι πιο ευνοϊκά για την δημιουργικότητα. Η κοινωνικοποίηση ενός ατόμου τον βοηθάει στο να είναι πιο δημιουργικός.

Η Teresa Amabile (1998) επικεφαλής της Μονάδας Επιχειρηματικής Διαχείρισης στο Harvard Business School, έχει προσφέρει ένα από τα πιο απλά, αλλά και πιο ολοκληρωμένα πλαίσια, για τις πηγές της δημιουργικότητας, λέγοντας ότι προκύπτει από την συμβολή τριών παραγόντων:

1. Γνώση: όλη η σχετική κατανόηση ενός ατόμου, που το οδηγεί σε μια παραγωγική προσπάθεια.
2. Δημιουργική σκέψη: σχετίζεται με τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα προσεγγίζουν τα προβλήματα και καθορίζεται από την προσωπικότητα και τον τρόπο σκέψης τους.
3. Κίνητρα: τα κίνητρα είναι γενικά αποδεκτό ότι αποτελούν το βασικό κλειδί για τη δημιουργική παραγωγή, και τα πιο σημαντικά κίνητρα είναι τα εσωτερικά κίνητρα όπως το πάθος και το ενδιαφέρον για το ίδιο το έργο.

Η δημιουργική σκέψη ορίζεται ως η επίλυση προβλημάτων, στα οποία δεν υπάρχει μόνο μια λύση αλλά πολλές. Έτσι ονομάζεται και παραγωγική σκέψη αλλά και αποκλίνουσα, σε αντίθεση με την συγκλίνουσα σκέψη της οποίας κύριο χαρακτηριστικό είναι η λύση των προβλημάτων με μία μόνο μέθοδο. Τα άτομα με αποκλίνουσα σκέψη, στην εύρεση λύσεως ενός προβλήματος διευρύνουν το πεδίο σκέψης τους, κινούμενα συνήθως σε πολύ πιο μακριά από τα κοινώς αποδεκτά πλαίσια.

Καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι θα έπρεπε να προσφέρεται σε όλα τα επίπεδα της εκπαιδευτικής διαδικασίας η καλλιέργεια της ικανότητας δημιουργικής σκέψης, η άνεση στη διαφωνία με άλλους, η δοκιμή λύσεων που ξεφεύγουν από τις δεδομένες, ο συνδυασμός γνώσεων από διαφορετικά πεδία, η επιμονή σε δύσκολα προβλήματα, η επιστροφή σε μια αποτυχημένη προσπάθεια, με μια νέα προοπτική και προπάντων διδαχή σύνθετης και διορατικής σκέψης. Όταν το άτομο καταφέρνει να συνδυάζει τμήματα σχετικών πληροφοριών με καινοτόμους τρόπους, τότε εμπλέκεται στη δημιουργικότητα και την σύγκριση ιδεών και είναι ικανό να εφαρμόζει δημιουργικές ιδέες, να προτείνει νέους τρόπους και προτάσεις τυχόν βελτιώσεων (Adamak, 2006).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3      **Επιχειρηματικότητα και Εκπαίδευση στην Ελλάδα**

### **3.1 Η επιχειρηματικότητα ως ξεχωριστό μάθημα**

Μετά το 2000 μετά τον συντονισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης αρχίζει ακόμα και στην Ελλάδα η πραγματοποίηση προγραμμάτων, που αφορούν την επιχειρηματική εκπαίδευση. Ξεκίνησε με τον πρόγραμμα ΕΠΕΑΕΚ και αργότερα με το πρόγραμμα ΕΠΕΔΒΜ, διαμέσου των οποίων εμφανίζονται σε αρκετά προγράμματα σπουδών των ΑΕΙ με μαθήματα επιχειρηματικότητας.

Στις μέρες μας, η επιχειρηματικότητα είναι ένα διαφορετικό και υποχρεωτικό μάθημα, που διδάσκεται όμως σε πολύ λίγα τμήματα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Όμως, υπάρχουν και πολλά μαθήματα στα οποία οι Φοιτητές μπορούν να διδαχθούν τον ορισμό της επιχειρηματικότητας, καθώς επίσης και να λάβουν άλλες γνώσεις που είναι απαραίτητες για την ίδρυση μιας επιχείρησης ή την προώθηση προϊόντων ή την λογιστική και διοικητική παρακολούθηση μιας οικονομικής μονάδας.

Τέτοια μαθήματα, τα οποία συναντάμε όλο και περισσότερο, όχι μόνο σε σχολές οικονομικού περιεχομένου, είναι τα: Οικονομική των Επιχειρήσεων, Οργάνωση και Διοίκηση των Επιχειρήσεων, Αρχές Οικονομικής Θεωρίας, Ηλεκτρονικό Επιχειρείν, Επιχειρηματικός Σχεδιασμός και Λήψη Επιχειρηματικών Αποφάσεων.

Εκτός από το μάθημα της επιχειρηματικότητας, διδάσκονται συνδυαστικά και άλλα οικονομικά μαθήματα, όπου με αυτόν τον τρόπο οι Φοιτητές λαμβάνουν γνώσεις για την επιχειρηματικότητα. Ταυτόχρονα λειτουργούν και διάφορες δράσεις που συμβάλλουν προς αυτή την κατεύθυνση, συσχετιζόμενες με υπηρεσίες που παρέχονται από τα γραφεία διασύνδεσης, καθώς και τα γραφεία πρακτικής άσκησης.

Επιπρόσθετα, η οργάνωση σεμιναρίων, διαλέξεων, εκδηλώσεων και διαγωνισμών με θέμα την επιχειρηματικότητα και ιδίως την νεανική επιχειρηματικότητα αποτελούν ενέργειες που εκδηλώνουν το ενδιαφέρον των Πανεπιστημίων για το θέμα της επιχειρηματικότητας.

Οι προαναφερθείσες ενέργειες συντονίζονται κυρίως από δομές των Πανεπιστημίων που έχουν δημιουργηθεί μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος, Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση ( ΕΣΠΑ 2007-2013).

Αυτές οι δομές είναι:

- Οι δομές Απασχόλησης και Σταδιοδρομίας (ΔΑΣΤΑ)
- Οι Μονάδες Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (ΜΚΕ)

Οι Δομές Απασχόλησης και Σταδιοδρομίας είναι δομές των πανεπιστημιακών ιδρυμάτων, με κύρια αποστολή το συντονισμό των ενεργειών και των υπηρεσιών των γραφείων διασύνδεσης των Μονάδων Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας, καθώς επίσης και των γραφείων πρακτικής άσκησης, συμβάλλοντας στην διασύνδεση των Πανεπιστημίων με την εύρεση εργασίας.

Όπως μπορεί να πληροφορηθεί κανείς από τις ιστοσελίδες των δομών αυτών, οι ΔΑΣΤΑ προσφέρουν ένα αισιόδοξο πλαίσιο με στόχο την προώθηση ευκαιριών απασχόλησης και σταδιοδρομίας για τους εν δυνάμει φοιτητές και για τους απόφοιτους, βοηθώντας την επιτυχή πρόσβαση στην αγορά εργασίας.

Στο πλαίσιο λειτουργίας αυτών των δομών, οι προπτυχιακοί και οι μεταπτυχιακοί Φοιτητές έχουν την ευκαιρία να ενημερώνονται για ζητήματα που αφορούν τις σπουδές τους, για υποτροφίες, για μεταπτυχιακά προγράμματα, για πρακτική άσκηση και τους εφοδιάζονται συμβουλές για την επαγγελματική τους σταδιοδρομία.

Ακόμα, διάφοροι εργοδοτικοί φορείς, με την πραγματοποίηση συνεργασιών με τα πανεπιστημιακά ιδρύματα, συμμετέχουν στις δράσεις των ΔΑΣΤΑ, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην άμεση στελέχωση των επιχειρήσεων, μέσω των ενδιαφερόμενων αποφοίτων. Έτσι παίρνουν μέρος και οι επιχειρήσεις σε αντίστοιχα πληροφοριακά συστήματα, δημοσιεύοντας θέσεις εργασίας και λαμβάνοντας γνώση για βιογραφικά αποφοίτων των πανεπιστημίων.

Στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος Εκπαίδευσης και Δια Βίου Μάθηση λειτουργούν οι Μονάδες Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (ΜΚΕ) των ΑΤΕΙ, που έχουν ως κύριο σκοπό τις αλληλεπιδράσεις που καλλιεργούν το πνεύμα της επιχειρηματικότητας στους φοιτητές, συμβάλλοντας στις επαγγελματικές τους εξελίξεις.

Η Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας είναι ένα υποσύστημα της Δομής Απασχόλησης και Σταδιοδρομίας (ΔΑΣΤΑ), έχοντας σαν στόχο την κερδοφόρα διασύνδεση του εκπαιδευτικού συστήματος με την αγορά εργασίας, καλλιεργώντας έτσι το επιχειρηματικό πνεύμα στους σπουδαστές.

Στόχος και των δύο Μονάδων είναι η ενθάρρυνση των φοιτητών να αναλάβουν την επιχειρηματική δράση, με ταυτόχρονη ενημέρωση σχετική με την υλοποίηση μιας επιχειρηματικής ιδέας ή την ίδρυση μιας καινοτόμας επιχείρησης ή την βοήθεια στην δημιουργία των προϋποθέσεων για μια επιτυχημένη ανάληψη επιχειρηματικής δράσης. Παράλληλος στόχος των Μονάδων Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας είναι η στήριξη της συνεργασίας των παραγωγικών φορέων με την ακαδημαϊκή κοινότητα.

Οι μονάδες αυτές υποστηρίζουν τα εκπαιδευτικά προγράμματα των τμημάτων της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, με μαθήματα επιχειρηματικότητας και με άλλες διάφορες δράσεις που δίνουν ενίσχυση την επιχειρηματική κουλτούρα και καινοτομία στους φοιτητές.

Με αυτό τον τρόπο οι εν δυνάμει αυριανοί επιχειρηματίες έχουν την ευκαιρία, μέσα από διάφορα ανοιχτά σεμινάρια, να προσεγγίσουν τις βασικές έννοιες της καινοτομίας και της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, μαθαίνοντας έτσι δημιουργούν ένα επιχειρηματικό σχέδιο, συμμετέχοντας σε διαγωνισμούς και άλλες μορφές δράσεων, που τους ενισχύει το γνωστικό υπόβαθρο με την έννοια του επιχειρείν.

Επιπρόσθετα, οι επισκέψεις σε διάφορους παραγωγικούς φορείς και επιχειρήσεις ή ημερίδες και διαλέξεις με θέμα την επιχειρηματική ιδέα και καινοτομία, υποστηρίζουν τα μαθήματα και αντίστοιχα εργαστήρια για την επιχειρηματικότητα. Σε κάποιες περιπτώσεις στα πλαίσια του στόχου υποστήριξης των Φοιτητών σε θέματα επιχειρηματικότητας, γίνονται συνεχόμενα σεμινάρια καινοτομίας και επιχειρηματικότητας, με ειδική θεματολογία και με μορφή θερινού σχολείου.

Όλα αυτά θεωρούνται πολύ σημαντικές και χρήσιμες δραστηριότητες με τις οποίες οι Φοιτητές και οι απόφοιτοι αποκτούν ουσιαστική επαφή με την επιχειρηματικότητα μέσω της αυτενέργειας της βελτίωσης των ικανοτήτων τους, καθώς και της πρακτικής άσκησης.

Κατά αυτόν τον τρόπο, οι Φοιτητές προσαρμόζονται στην αντιμετώπιση των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, εκπαιδεύονται στις απαιτήσεις των επιχειρηματικών προβλημάτων, καθώς και τις ιδιαιτερότητες ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Ακόμα, με τις παραπάνω δράσεις, οι Φοιτητές έχουν την ευκαιρία να εκπαιδευτούν και σε ζητήματα που αφορούν την έρευνα πηγών χρηματοδότησης επιχειρηματικών σχεδίων, διαδικασιών ίδρυσης των επιχειρήσεων, γνώση του φορολογικού καθεστώτος, καθώς και τρόπων αντιμετώπισης επιχειρηματικών προβλημάτων.

Επιπρόσθετα κύριοι υπεύθυνοι για την διδασκαλία των μαθημάτων επιχειρηματικότητας, κυρίως στα πανεπιστήμια, είναι κατά κύριο λόγο οι Καθηγητές των τμημάτων και τα μέλη ΔΕΠ μέσω διαλέξεων. Τα μαθήματα έχουν την δυνατότητα να διδάσκονται και από έκτακτο προσωπικό (Ν.407/0) καθώς και από εξωτερικούς συνεργάτες των ιδρυμάτων. Κατά την διάρκεια των μαθημάτων, μπορεί να υπάρχει προσκεκλημένος ή προσκεκλημένοι εισηγητές, οι οποίοι είναι εξειδικευμένοι σε θέματα επιχειρηματικότητας ή σε πολλές ακόμα περιπτώσεις, υπάρχουν και ομάδες καθηγητών και συνεργατών, που αναλαμβάνουν την υποστήριξη των φοιτητών για την ανάληψη κάποιας καινοτόμας επιχειρηματικής ιδέας.

Στο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Λισσαβόνας δόθηκε εντολή για τη δημιουργία έκθεσης, με σκοπό τον καθορισμό των μελλοντικών στόχων των εκπαιδευτικών συστημάτων και των συστημάτων κατάρτισης, που αφορούσαν στην εξασφάλιση της ευκαιρίας σε όλους τους ευρωπαϊκούς πολίτες να συμμετάσχουν στη νέα κοινωνία της γνώσης. Οι στόχοι αυτοί, αποφασισμένοι από όλους, αποφασίστηκε να πραγματοποιηθούν με την ανοικτή μέθοδο συντονισμού.

Έτσι, σε έκθεσή της η Επιτροπή, πριν από την προβολή του Συμβουλίου της Παιδείας, είχε καθορίσει συγκεκριμένους στόχους που ήταν:

- η ανύψωση του επιπέδου μάθησης στην Ευρώπη,
- η ευκολότερη και ευρύτερη πρόσβαση στη μάθηση σε όλα τα στάδια της ζωής,
- η αναβάθμιση του ορισμού των βασικών δεξιοτήτων για την κοινωνία της γνώσης
- η προσφορά ανοικτής εκπαίδευσης και κατάρτισης στο τοπικό περιβάλλον, στην Ευρώπη και σε όλον τον κόσμο
- η βέλτιστη χρήση των πόρων και
- η ανάπτυξη μιας νέας εταιρικής σχέσης με τα σχολεία (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2001)

Κατά την πορεία των Συνόδων του Συμβουλίου Παιδείας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τον Ιούνιο και το Νοέμβριο του 2000, το Συμβούλιο έδωσε βάση σε συγκεκριμένους στόχους των εκπαιδευτικών συστημάτων. Το Φεβρουάριο του 2001, το Συμβούλιο Παιδείας έδωσε έγκριση για την έκθεση σχετικά με τους μελλοντικούς στόχους των εκπαιδευτικών συστημάτων, με σαφή προσανατολισμό στην ενίσχυση των δεσμών μεταξύ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και επιχειρήσεων και στην ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος, μέσω των συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης. (Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2001)

Σύμφωνα, λοιπόν, με την έκθεση που προέκυψε, η οποία εγκρίθηκε από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Στοκχόλμης το 2001, αποφασίστηκαν οι τρεις παρακάτω στρατηγικοί στόχοι των συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης για τη δεκαετία 2001-2010:

1. βελτίωση της ποιότητας και της αποτελεσματικότητας των συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ένωση,
2. διασφάλιση της πρόσβασης όλων στα συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης και
3. άνοιγμα των συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης στο ευρύτερο πολιτιστικό, κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον (Σιπητάνου, 2005, Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2001)

Από τον τρίτο στρατηγικό στόχο αντιλαμβανόμαστε ότι υπάρχει η ανάγκη σύνδεσης εκπαιδευτικού και οικονομικού περιβάλλοντος. Εξάλλου και στο Λευκό Βιβλίο για την



εκπαίδευση και την κατάρτιση (1995;) δίνεται το βάρος στην οικονομία, στη διασύνδεση ανάμεσα στην εκπαίδευση και την απασχόληση και τονίζεται η ανάγκη να σκέπτεται και να δρα κανείς σήμερα με οικονομικούς όρους. Όμως, με τη διατύπωση αυτού του συγκεκριμένου στόχου που αφορά τα συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης καθώς και την ανάγκη σύνδεσης εκπαιδευτικού και οικονομικού περιβάλλοντος, καθορίζεται σε μέσο επίτευξης του στόχου για μια ανταγωνιστικότερη κοινωνία της γνώσης, με βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη και με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας.

### **3.2 Εκπαιδευτικό Οικοσύστημα και Επιχειρηματικότητα**

Ένας από τους κύριους παράγοντες επιτυχίας για την εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα είναι η αποτελεσματική ανάπτυξη του επιχειρηματικού οικοσυστήματος, στο οποίο συμμετέχουν πολλοί ενδιαφερόμενοι φορείς παίζοντας σημαντικό ρόλο.

Είναι ένα σύστημα αλληπάλλληλων επωφελών και αυτοσυντηρούμενων διασυνδέσεων που αφορά ιδρύματα, άτομα και διαδικασίες που λειτουργούν μαζί με στόχο τη δημιουργία επιχειρηματικών εγχειρημάτων.

Περιλαμβάνει επιχειρήσεις ( μικρές και μεγάλες καθώς και επιχειρηματίες), πολιτικούς φορείς (σε διεθνές, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο) και την επίσημη εκπαίδευση όλων των βαθμίδων καθώς και τη μη τυπική εκπαίδευση.

Οι ενδιαφερόμενοι συμμετέχουν σε μια σειρά συμβιωτικών δράσεων που περιέχουν την ευαισθητοποίηση και την εμφύθνση, την ανάπτυξη του ανθρωπίνου κεφαλαίου και σημαντικών ταλέντων, ιδιωτικών εταιρικών σχέσεων, πολλαπλών πηγών καινοτομίας, πνευματικής ιδιοκτησίας και χρηματοδότησης.

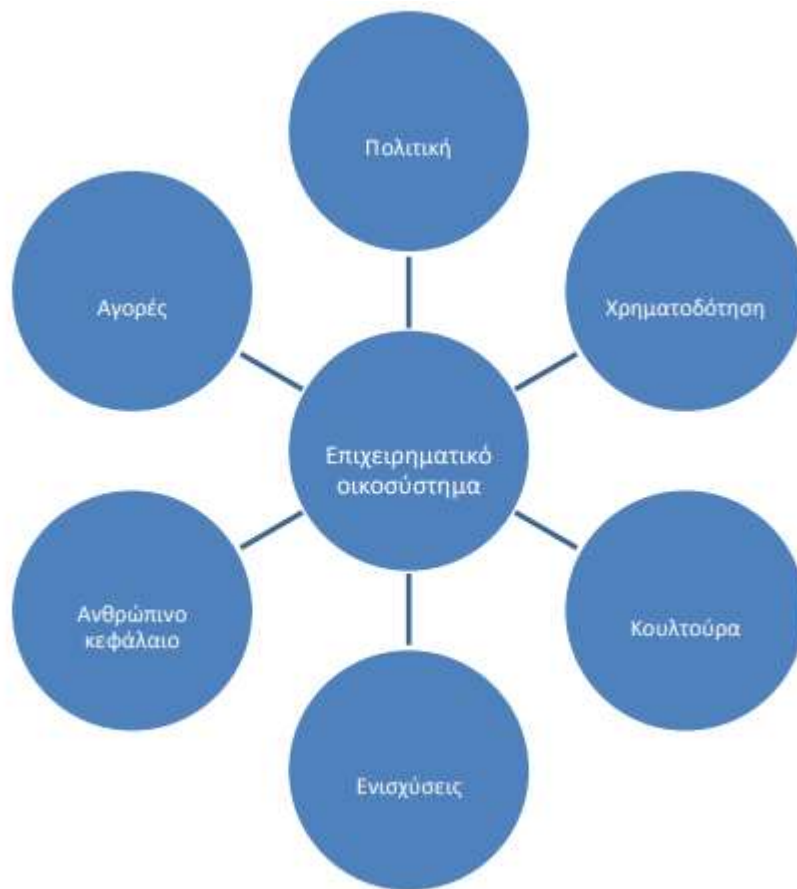
Σε ένα δυναμικό και οικονομικά εξελισσόμενο οικοσύστημα υπάρχει μεγάλος βαθμός αλληλεπίδρασης και συνεργασίας μεταξύ των φορέων για τη διευκόλυνση της επιχειρηματικότητας.

Ο Daniel Isenberg, ορίζει ένα οικοσύστημα επιχειρηματικότητας να είναι ένα σύνολο δικτυωμένων οργάνων, τα οποία έχουν ως στόχο την υποβοήθηση του επιχειρηματία να περάσει από όλα τα στάδια της διαδικασίας των νέων εγχειρημάτων ανάπτυξης. Μπορεί να θεωρηθεί ως ένα δίκτυο υπηρεσιών, όπου ο επιχειρηματίας είναι το επίκεντρο της δράσης και το μέτρο της επιτυχίας». Ο Isenberg παρουσιάζει ένα οικοσύστημα επιχειρηματικότητας, το οποίο):

1. αποτελείται από έξι τομείς (πολιτική, χρηματοδότηση, κουλτούρα, ενισχύσεις, ανθρώπινο κεφάλαιο, αγορές).

2. κάθε οικοσύστημα της επιχειρηματικότητας είναι μοναδικό - αυτός είναι ο λόγος που π.χ. η Silicon Valley δεν μπορεί να αναπαραχθεί.
3. ο καθορισμός των γενικών βασικών αιτιών δημιουργίας του επιχειρηματικού οικοσυστήματος έχει περιορισμένη πρακτική αξία λόγω των πολυδιάστατων σχέσεων αιτίας-αποτελέσματος, που είναι αδύνατο να εντοπίσουμε σε μία ή δύο βασικές ρίζες.
4. τα οικοσυστήματα επιχειρηματικότητας γίνονται (σχετικά) αυτάρκη το συντομότερο και οι έξι τομείς είναι αρκετά ισχυροί.

**Διάγραμμα.** Έξι τομείς του επιχειρηματικού οικοσυστήματος του Isenberg.



Πηγή: Fuerlinger et al., (2015:7)

Όπως παρουσιάζεται στο ακόλουθο διάγραμμα η επιχειρηματικότητα ευδοκimeί σε οικοσυστήματα στα οποία πολλαπλά ενδιαφερόμενα μέρη παίζουν βασικούς ρόλους. Για παράδειγμα, τα ακαδημαϊκά ιδρύματα παίζουν κεντρικό ρόλο στη διαμόρφωση της νοοτροπίας των νέων, των δεξιοτήτων και των συμπεριφορών τους. Ωστόσο, τα άτομα που δρουν εκτός των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων διαδραματίζουν και αυτοί έναν όλο και πιο

κρίσιμο ρόλο συνεργαζόμενοι επίσημα ή ανεπίσημα με διάφορα εκπαιδευτικά προγράμματα, γεγονός που απαιτεί συνέργειες πολλών ενδιαφερομένων. Πρώτα απ' όλα, η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα απαιτεί στενή συνεργασία μεταξύ της πανεπιστημιακής κοινότητας και των επιχειρήσεων.

Οι Εταιρείες και οι Επιχειρηματίες παίζουν σημαντικό ρόλο στην προώθηση της επιχειρηματικής εκπαίδευσης με την παροχή γνώσεων, εμπειρογνωμοσύνης, καθοδήγησης, κοινωνικής μέριμνας και οικονομικής στήριξης. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις, με την επιχειρηματική τους κουλτούρα, συμβάλλουν άμεσα στη διαδικασία της Επιχειρηματικής Εκπαίδευσης, παρέχοντας στους εργαζόμενους την ευκαιρία να καλλιεργούν τις επιχειρηματικές δεξιότητες και ικανότητές τους στην εργασία. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής σε διεθνές, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο παίζουν επίσης σπουδαίο ρόλο, καθορίζοντας τα νομικά και φορολογικά πλαίσια για την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας και την κάλυψη των κενών της αγοράς. Τα Ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης διαδραματίζουν και αυτά καθοριστικό ρόλο ως διανοητικοί κόμβοι σε επιχειρηματικά οικοσυστήματα εξυπηρετώντας ως εκκολαπτήρια την καινοτομία και την έρευνα, και ως εστιακά σημεία για τη συνεργασία μεταξύ ερευνητών, φοιτητών, καθηγητών, εταιρειών και επιχειρηματιών. Οι σημαντικότεροι όμως είναι οι υποστηρικτές (επιχειρηματίες, εκπαιδευτές, εκπαιδευτικοί ή μαθητές) που αξιοποιούν το κοινωνικό τους κεφάλαιο και χρησιμεύουν ως καταλύτες οικοδόμησης του επιχειρηματικού οικοσυστήματος. Ως φαίνεται λοιπόν οι εταιρικές σχέσεις είναι κρίσιμες για την εκπαίδευση και ακόμη περισσότερο για την Επιχειρηματική Εκπαίδευση (World Economic Forum, 2009:15- 16).

**Διάγραμμα.** Το Επιχειρηματικό Οικοσύστημα.

# Επιχειρηματικό Οικοσύστημα



Πηγή: World Economic Forum (2009:16).

Η επιχειρηματική εκπαίδευση υπάρχει πιθανότητα να θεωρηθεί ως ένα υπο-οικοσύστημα της επιχειρηματικότητας. Σε ένα διαφορετικό πλαίσιο, ορισμένα πανεπιστήμια υποκινούν το επιχειρηματικό πνεύμα μέσα στο σύστημα τους.

Αναφερόμαστε σε αυτούς τους οργανισμούς ως επιχειρηματικά πανεπιστήμια, τα οποία διακρίνουν τους εαυτούς τους μέσω της δυνατότητας τους να επικοινωνήσουν με το περιβάλλον τους ( ιδίως στον ιδιωτικό τομέα) και με επιτυχία διαπραγματεύονται τη θέση τους σε καθιερωμένα ή υπό ανάπτυξη δίκτυα. (Mueller & Toutain, 2015)

Όσοι περισσότεροι εσωτερικοί ή εξωτερικοί συμμετέχοντες φορείς ασχολούνται με τη διατήρηση και ανάπτυξη του εκπαιδευτικού επιχειρηματικού οικοσυστήματος, τόσο πιο δυναμική και ελκυστική θα μπορεί να γίνει η εκπαίδευση.

Στην άλλη περίπτωση , το εκπαιδευτικό περιβάλλον, θεωρείται ο τρίτος δάσκαλος (μετά τους γονείς και τους εκπαιδευτικούς) και θα πρέπει να σχεδιάζεται έτσι, ώστε να προωθεί καινοτόμες ευκαιρίες, την εξερεύνηση, την πρωτοβουλία και τη δημιουργικότητα.

Για να δημιουργήσουμε ένα δομημένο πλαίσιο και για να διερευνήσουμε τα εκπαιδευτικά περιβάλλοντα που θα βοηθούσαν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, θα μπορούσαμε να διακρίνουμε πέντε διαστάσεις:

- Το πλαίσιο

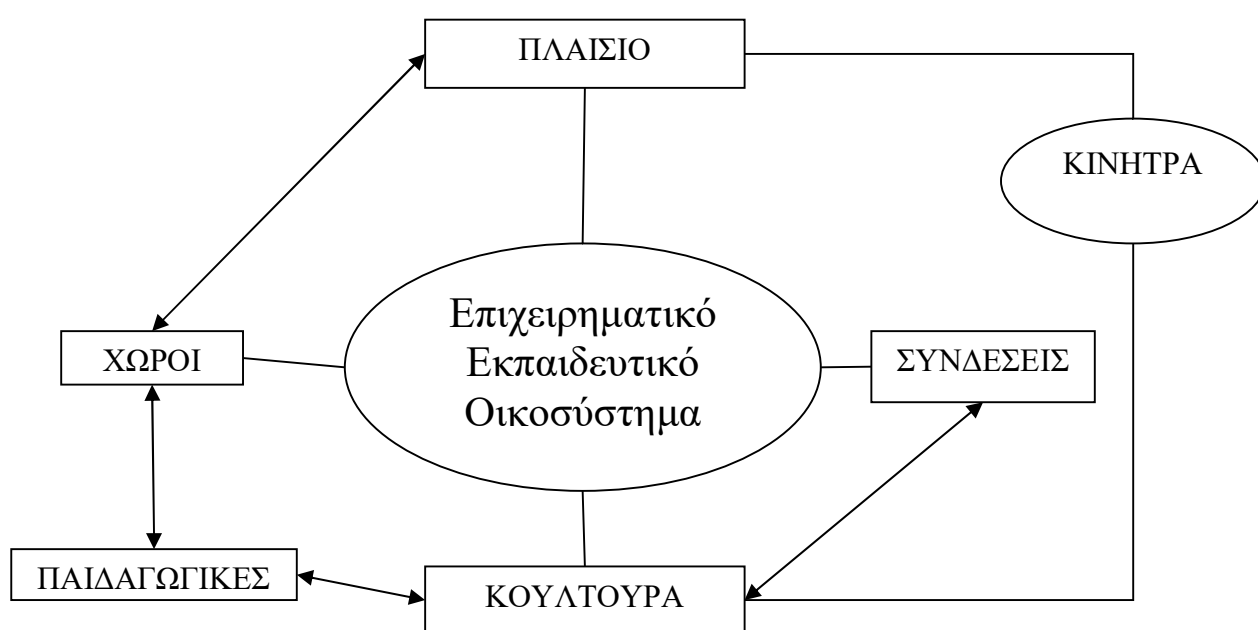
- Οι συνδέσεις
- Η κουλτούρα
- Οι παιδαγωγικές
- Οι χώροι

Κάθε μια από αυτές τις πλευρές που παρουσιάζονται στο παρακάτω σχήμα, θα πρέπει να συνδεθεί με συγκεκριμένους φορείς και αντίστοιχα μέσα. Κάθε επιχειρηματικό εκπαιδευτικό οικοσύστημα, είναι καινοτόμο, δεδομένου ότι θα μπορούσε να περιλαμβάνει διάφορους παράγοντες σε διαφορετικά πλαίσια.

Το σύνολο του οικοσυστήματος της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα δυναμώνει και καθοδηγείται από τα κίνητρα και τα οφέλη των φορέων του, τα οποία μπορεί να είναι τόσο ενδογενή και εξωγενή.

Το ενδογενές κίνητρο προέρχεται από το εσωτερικό του ατόμου και δεν χρειάζεται εξωτερική διέγερση. Το εξωγενές κίνητρο ενός ατόμου είναι το αποτέλεσμα των πράξεων που έχουν δημιουργηθεί και καθοδηγούνται από άλλα άτομα ή τις συνθήκες του πλαισίου.

**Διάγραμμα:** το επιχειρηματικό εκπαιδευτικό σύστημα



Πηγή : Mueller & Toutain (2015:9-10)

Τα εξωγενή και ενδογενή κίνητρα ασκούν επιρροή το ένα στο άλλο. Η κοινωνική αναγνώριση από ένα βραβείο μπορεί να υποκινήσει τους εκπαιδευτικούς για την απόκτηση περισσότερων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Το εγγενές κίνητρο των εκπαιδευτικών και οι προκύπτουσες σημαντικές πρωτοβουλίες, μπορεί να δώσουν έμπνευση τους συναδέλφους τους ( δηλαδή, δημιουργώντας εσωτερικά κίνητρα) ή άλλα εκπαιδευτικά και οργανισμούς δημόσιας πολιτικής για την ανάπτυξη όμοιων δραστηριοτήτων ( δηλαδή, δημιουργώντας εξωγενή κίνητρα).

Σε ένα επιχειρηματικό εκπαιδευτικό οικοσύστημα, οι εκπαιδευτικοί έχουν επίγνωση σχετικά με την επιχειρηματική εκπαίδευση, στοχάζονται επί της επιχειρηματικής εκπαίδευσης και των προσεγγίσεων αυτής, ατομικά καθώς και σε μικρές ομάδες και σχεδιάζουν από κοινού τη διεπιστημονική εκπαίδευση με άλλους καθηγητές.

Οι εκπαιδευτικοί πρέπει να αναπτύσσουν σχέσεις με τους εταίρους στον περιβάλλοντα κόσμο και να ανταλλάσσουν ιδέες με εκπαιδευτικούς από διαφορετικά ιδρύματα επιχειρηματικότητας. Με άλλα λόγια, οι εκπαιδευτικοί επιχειρηματικότητας θα πρέπει να έχουν τον ίδιο καινοτόμο δυναμισμό και την τάση ανάληψης κινδύνων, που αναμένουν από τους σπουδαστές της επιχειρηματικότητας.

Αρα συμπεραίνουμε ότι η επιχειρηματική εκπαίδευση γίνεται κατανοητή ως ένα εναλλακτικό περιβάλλον μάθησης, το οποίο περιλαμβάνει μια φυσική, καθώς και μια διανοητική πλευρά.

### **3.3 Η επιχειρηματικότητα στην Ανώτατη Εκπαίδευση**

Στην Ανώτατη Εκπαίδευση, βασικός σκοπός θα πρέπει να είναι η ανάπτυξη επιχειρηματικών ικανοτήτων και επιχειρηματικής νοοτροπίας. Τα προγράμματα εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα μπορούν να έχουν διάφορους στόχους, όπως είναι

- η ανάπτυξη της επιχειρηματικής ενεργοποίησης στους σπουδαστές μέσω ευαισθητοποίησης και παροχής διάφορων κινήτρων.
- η κατάρτιση των σπουδαστών στις δεξιότητες που απαιτούνται για την ίδρυση μιας επιχείρησης και τη διαχείριση της ανάπτυξής της.
- η ανάπτυξη των επιχειρηματικών ικανοτήτων που απαιτούνται για τον εντοπισμό και την αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών.

Τα εκπαιδευτικά ιδρύματα της τριτοβάθμιας παίζουν σημαντικό ρόλο ως διανοητικοί κόμβοι σε επιχειρηματικά οικοσυστήματα εξυπηρετώντας ως εκκολαπήτριά την καινοτομία και την έρευνα. Ιδρύματα, ΜΚΟ και άλλες διαφορετικές Οργανώσεις έχουν την δυνατότητα να διαδραματίσουν σημαντική διευκόλυνση ή ενδιάμεσους ρόλους, βοηθώντας συχνά να συνδεθούν τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Ο σκοπός του προγράμματος θα πρέπει να καθορίζεται με ακρίβεια, όπως και τα προσδοκώμενα αποτελέσματά του. Στα ήδη υπάρχοντα προγράμματα διοίκησης

επιχειρήσεων και επιχειρηματικότητας πολύ συχνά εξετάζεται μόνο η πτυχή της ίδρυσης νέων επιχειρήσεων, ενώ παραμελούνται οι δεξιότητες και οι γνώσεις που απαιτούνται για τη διαχείριση της φάσης της ανάπτυξης μιας μικρής επιχείρησης. Για το λόγο αυτό δημιουργείται η ανάγκη να υπάρξει μετατόπιση του σημείου επικέντρωσης των προγραμμάτων και μαθημάτων εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα.

Η απουσία συναφούς πείρας και η έλλειψη αυτοπεποίθησης είναι δύο λόγοι που αναφέρονται συχνά για τη μη ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων από τους νέους αποφοίτους λίγο διάστημα μετά την αποφοίτησή τους. Τα προγράμματα σπουδών θα πρέπει να είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις δύο αυτές βασικές ανάγκες. Συνεπώς, κατά τη διάρκεια της διδασκαλίας κρίνεται απαραίτητο να δημιουργηθεί βάθος και εύρος αναφορικά με την ευαισθητοποίηση των νέων, την κατανόηση και την ανάπτυξη ικανοτήτων.

Παρόλο που δεν είναι εύκολο να εφαρμοστεί σε όλες τις περιπτώσεις, η γενική προσέγγιση που θα πρέπει να ακολουθηθεί είναι η ευρεία έκθεση των σχετικών θεμάτων και η παροχή θετικών και υποκινητικών εμπειριών στους φοιτητές στα αρχικά στάδια της πανεπιστημιακής ζωής τους. Με τον τρόπο αυτό δημιουργείται ένα πλαίσιο προετοιμασίας της επιχειρηματικής σταδιοδρομίας κατά την αποφοίτηση από την ανώτατη εκπαίδευση.

Το σημαντικό στοιχείο στην προκειμένη περίπτωση είναι η πρόοδος, όχι μόνο στο πανεπιστήμιο, αλλά και σε ολόκληρο το εκπαιδευτικό σύστημα σε όλα τα επίπεδα. Η ενσωμάτωση της επιχειρηματικότητας στο πρόγραμμα σπουδών πρέπει να αποτελεί όραμα των ιδρυμάτων της Ανώτατης Εκπαίδευσης στο πλαίσιο της ευρύτερης αποστολής τους.

Οι εκπαιδευτές πρέπει να είναι εξοικειωμένοι με το θέμα και να διαθέτουν κατάλληλες δεξιότητες ώστε να ανταποκρίνονται στην ποικιλία των ομάδων σπουδαστών, οι οποίοι προέρχονται από διαφορετικά πολιτιστικά περιβάλλοντα, παρέχοντας παραδείγματα και πρότυπα ρόλων που παραπέμπουν στους χώρους στους οποίους ανήκουν. Πρόσφατα στοιχεία από ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες καταδεικνύουν ότι τα περισσότερα μαθήματα επιχειρηματικότητας προσφέρονται στο πλαίσιο επιχειρησιακών και οικονομικών σπουδών (π.χ., στην Ισπανία και στο Ηνωμένο Βασίλειο). Ωστόσο, είναι αμφισβητήσιμο κατά πόσον οι σχολές διοίκησης επιχειρήσεων είναι ο καταλληλότερος τύπος για τη διδασκαλία της επιχειρηματικότητας: οι καινοτόμοι και βιώσιμες επιχειρηματικές ιδέες έχουν περισσότερες πιθανότητες να αναδειχθούν στο πλαίσιο τεχνολογικών, επιστημονικών και δημιουργικών σπουδών.

*Η Βόρεια Ιρλανδία παρέχει ένα καλό παράδειγμα εξοικείωσης των σπουδαστών θετικών και εφαρμοσμένων επιστημών και τεχνολογίας με την επιχειρηματικότητα. Από την ίδρυσή του το 2000, το Κέντρο Επιχειρηματικότητας της Βόρειας Ιρλανδίας (Northern Ireland Centre for*

*Entrepreneurship, NICENT)*1 έχει παράσχει εκπαίδευση σε θέματα επιχειρηματικότητας σε περισσότερους από 18.000 σπουδαστές σε ολόκληρη τη Βόρεια Ιρλανδία (περίπου 15.800 προπτυχιακοί και 2.200 μεταπτυχιακοί σπουδαστές).

Τα ιδρύματα της Ανώτατης Εκπαίδευσης θα πρέπει να παρέχουν ένα ευρύ φάσμα μαθημάτων και να μην περιορίζονται σε έναν συγκεκριμένο μοντέλο διδασκαλίας.

Κατά την προώθηση της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα θα πρέπει να υπάρχει ένα ευρύ φάσμα παροχών, όπως:

- μαθήματα επιλογής για τους σπουδαστές
- δραστηριότητες εκτός του προγράμματος σπουδών
- διαγωνισμοί κατάρτισης επιχειρηματικών σχεδίων

και άλλες δραστηριότητες οι οποίες εμφανίζουν το πρόσθετο πλεονέκτημα της συμμετοχής της τοπικής επιχειρηματικής κοινότητας στο εκπαιδευτικό περιβάλλον. Οι τελειόφοιτοι και οι μεταπτυχιακοί σπουδαστές έχουν τις περισσότερες πιθανότητες να είναι σε θέση να αξιοποιήσουν ευκαιρίες επιχειρηματικότητας, ενώ οι νέοι προπτυχιακοί σπουδαστές ενδέχεται να επιζητούν μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση/κατανόηση, ιδέες, ευκαιρίες, κίνητρα, αυτοπεποίθηση για να αναλάβουν δράση, καθώς και νέα κοινωνικά δίκτυα. Η ευαισθητοποίηση μπορεί και πρέπει να στοχεύει όλους τους σπουδαστές, ενώ μια επιλεγμένη ομάδα θα ενδιαφερθεί να αποκτήσει τις συγκεκριμένες δεξιότητες που απαιτούνται για τη διαχείριση και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης.

Επομένως, στο πλαίσιο της ποικιλίας των μαθημάτων που μπορούν να παρέχουν τα ιδρύματα της Ανώτατης Εκπαίδευσης, θα πρέπει να καλύπτονται οι ακόλουθες κύριες πτυχές:

- παραγωγή ιδεών και αναγνώριση ευκαιριών
- ίδρυση μιας νέας επιχείρησης/οργάνωσης
- ανάπτυξη μιας νέας επιχείρησης.

Ορισμένες άλλες πτυχές μπορεί να είναι πολύ σημαντικές, όπως: διαχείριση της καινοτομίας, εταιρική επιχειρηματικότητα και ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα, επιχειρηματική διαχείριση· επιχειρηματικό μάρκετινγκ και επιχειρηματική χρηματοδότηση και εταιρική διαδοχή.

Μέσα από κατάλληλες μεθόδους διδασκαλίας, τα προγράμματα σπουδών και τα μαθήματα θα πρέπει να προσανατολίζονται προς την απόκτηση γενικών αλλά και ειδικών δεξιοτήτων. Με τον τρόπο αυτό οι σπουδαστές έχουν την δυνατότητα:

- να γίνουν δημιουργικοί και καινοτόμοι
- να έχουν ισχυρά κίνητρα



- να έχουν όραμα
- να αποκτήσουν αυτογνωσία, αυτοπεποίθηση αλλά και διάθεση να αντιμετωπίζουν τις νέες προκλήσεις που συναντούν.
- να βελτιώσουν τις επικοινωνιακές τους ικανότητες κατά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, στην άσκηση ηγεσίας, στη διαπραγμάτευση, στη δικτύωση, κατά τη διαδικασία επίλυσης προβλημάτων, στην ομαδική εργασία αλλά και στη συστηματική σκέψη.
- να είναι όσο το δυνατόν ανεξάρτητοι.
- να αποφεύγουν τους πιθανούς κινδύνους.
- να μην τους φοβίζει η αβεβαιότητα και να μπορούν να ζουν με αυτή.
- να αποκτήσουν την ικανότητα να αναγνωρίζουν τις ευκαιρίες όταν τους παρουσιάζονται.

Αναφορικά με το εξειδικευμένο περιεχόμενο, τα προγράμματα σπουδών και τα μαθήματα θα πρέπει να είναι προσαρμόσιμα στις διαφορετικές ομάδες που απευθύνονται. Για παράδειγμα, ανά επίπεδο σπουδών: προπτυχιακό, μεταπτυχιακό, διδακτορικό, ανά τομέα σπουδών: οικονομικά, διοίκηση επιχειρήσεων, θετικές επιστήμες, ανθρωπιστικές επιστήμες, καλές τέχνες κλπ.

Όσο ανώτερο είναι το επίπεδο των σπουδών τόσο πιο πολύπλοκο και ρεαλιστικό, σε σχέση με την πραγματική επιχειρηματική ζωή, θα πρέπει να είναι το περιεχόμενο της διδασκαλίας. Κατά τη διαδικασία της διδασκαλίας θα πρέπει να εφαρμόζεται μία διεπιστημονική προσέγγιση, η οποία θα έχει ως στόχο να συνδυάσει σπουδαστές από διαφορετικές σχολές και διαφορετικούς τομείς, οι οποίοι θα κληθούν να συνεργαστούν με σκοπό να αναπτύξουν κοινές δραστηριότητες και σχέδια.

Τα μαθήματα επιχειρηματικότητας αλλά και οι δραστηριότητες που πραγματοποιούνται θα πρέπει να παρέχουν βασικές επιχειρηματικές δεξιότητες στους σπουδαστές αλλά και να καλλιεργούν την ευαισθητοποίησή τους απέναντι στην επιλογή της επιχειρηματικότητας ως ενδεχόμενη μελλοντική σταδιοδρομία. Αυτό δεν αφορά μόνο την περίπτωση της ίδρυσης νέας επιχείρησης αλλά θα πρέπει να περιλαμβάνει την ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα και να ενθαρρύνει τους σπουδαστές που επιθυμούν να αναπτύξουν επιχειρηματική δραστηριότητα σε οποιονδήποτε τομέα.

Τα περισσότερα μαθήματα επιχειρηματικότητας θα πρέπει να αφορούν σπουδαστές από κάθε τομέα σπουδών και όχι μόνο από κάποιο συγκεκριμένο τομέα. Η διδασκαλία της επιχειρηματικότητας όμως θα πρέπει να είναι προσαρμοσμένη στις ειδικές ανάγκες των

διάφορων κατηγοριών και να δίνεται έμφαση σε διάφορες πτυχές ανάλογα με τις ανάγκες των σπουδαστών. Για παράδειγμα:

- Η επιχειρηματικότητα που διδάσκεται στο πλαίσιο των οικονομικών σχολών και των σχολών διοίκησης επιχειρήσεων θα πρέπει να επικεντρώνεται στην ίδρυση των νέων επιχειρήσεων καις τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Οι σπουδαστές των οικονομικών σχολών μαθαίνουν να συνεργάζονται με σπουδαστές από διαφορετικούς τομείς (μηχανολόγους, σπουδές φυσικών και θετικών επιστημών κ.λπ.).
- Η επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο των επιστημονικών και τεχνολογικών σπουδών θα πρέπει να επικεντρώνεται στον τρόπο εκμετάλλευσης της διανοητικής ιδιοκτησίας, τη δημιουργία επιχειρήσεων αλλά και να προσφέρει μαθήματα που θα καλύπτουν θέματα, όπως είναι το μάρκετινγκ, οι τεχνικές διαχείρισης, η διάθεση στην αγορά και πώληση ιδεών, οι οποίες βασίζονται στην τεχνολογία, κατοχύρωση των ιδεών με διπλώματα ευρεσιτεχνίας, προστασία των ιδεών, χρηματοδότηση και διεθνοποίηση επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας.
- Η επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο των ανθρωπιστικών σπουδών θα πρέπει να επικεντρώνεται στην αυτοδιαχείριση και στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, η οποία αποτελεί ανερχόμενο τομέα ανάπτυξης και δίνει ευκαιρίες που συμβάλλουν ουσιαστικά σε κοινωνικά και κοινοτικά πλαίσια.
- Η επιχειρηματικότητα στις καλές τέχνες θα πρέπει επικεντρώνεται στις ευκαιρίες που αναδύονται από τη δημιουργικότητα και τη δημιουργική εργασία, προετοιμάζοντας τους αποφοίτους να εργασθούν ως ανεξάρτητοι επαγγελματίες ή αυτοαπασχολούμενοι ή να ιδρύσουν μικρές επιχειρήσεις και να αναλάβουν άλλα επιχειρηματικά εγχειρήματα. Συνεπώς, στις ανθρωπιστικές σπουδές τα θέματα, όπως: κοινωνική επιχειρηματικότητα, αυτοδιαχείριση, καινοτομία που προσανατολίζεται στο χρήστη, επιχειρηματικότητα μερικής απασχόλησης και αυτοαπασχόλησης αποκτούν ιδιαίτερη σημασία.

### **3.4 Διαχρονική εξέλιξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα**

#### **Μεταπολεμική περίοδος 1950-1960.**

Στις δεκαετίες του 1950 και του 1960 η ροή των Ξένων Άμεσων Επενδύσεων και της επιχειρηματικής δραστηριότητας κατευθυνόταν κυρίως στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ) και στις μικρές βιομηχανίες. Πιο συγκεκριμένα, από τα τέλη της δεκαετίας του 1950

είχε ήδη ξεκινήσει η διαδικασία της εκβιομηχάνισης μέσα από τις τεχνολογικές μεταφορές και την υποκατάσταση εισαγωγών κυρίως στους τομείς της «ελαφράς βιομηχανίας». Ωστόσο, η γενικότερη στασιμότητα της οικονομίας οδήγησε στην παρακμή της συνολικής οικονομίας, σε συνδυασμό με τον σχετικά χαμηλό ρυθμό της τεχνολογικής μεταβολής. Η Ελλάδα αποτελούσε τον καταναλωτή της διεθνούς παραγόμενης έρευνας και ανάπτυξης, αλλά χωρίς η ίδια να μπορεί να παράγει από μόνη της κάποιες από τις τεχνολογικές της απαιτήσεις, με αποτέλεσμα η χώρα να υποφέρει μονίμως από δυσμενή «τεχνολογική ανισορροπία». Οι εγχώριες καινοτομικές δραστηριότητες E&TA ουσιαστικά δεν υπήρχαν κατά το μεγαλύτερο μέρος της περιόδου μετά το 1950, και αυτό είναι ιδιαίτερα εμφανές στη συμμετοχική δράση του ιδιωτικού τομέα. Σε όλη τη μεταπολεμική περίοδο, η δαπάνη για την E&TA υπολογίζεται λιγότερο του 0,2% του ΑΕΠ, συγκρινόμενη με 1% έως 2,5% για τις πιο αναπτυγμένες χώρες, ενώ πάνω από το 85% της δαπάνης για έρευνα και ανάπτυξη προερχόταν από τον δημόσιο τομέα, σε αντίθεση με άλλες χώρες όπου οι βιομηχανικές επιχειρήσεις ήταν υπεύθυνες και συμμετείχαν με πάνω από το 50% των καινοτομικών δραστηριοτήτων. Η υιοθέτηση του νόμου 2687/53 αποτελεί την πρώτη συνειδητή προσπάθεια της Ελλάδας για την προσέλκυση ξένων κεφαλαίων, καθώς ενίσχυσε ιδιαίτερα τις εισροές κεφαλαίων από τον κίνδυνο ανεπιθύμητων μελλοντικών κρατικών παρεμβάσεων. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1960 επεβλήθησαν δύο αναγκαστικοί νόμοι, ο νόμος 89/1967 και ο νόμος 378/1968 για την εγκατάσταση στην Ελλάδα αλλοδαπών εμποροβιομηχανικών εταιρειών.

#### **Η δεκαετία του 1970.**

Στις αρχές και στα μέσα της δεκαετίας του 1970 τέθηκαν σε εφαρμογή οι νόμοι 27/1975 και 814/1978, οι οποίοι περιλάμβαναν κίνητρα για τις παράκτιες (offshore) δραστηριότητες ξένων επιχειρήσεων που είναι εγκατεστημένες στην Ελλάδα. Τη χρονική περίοδο 1960-1974 παρατηρήθηκε αύξηση των οικονομικών και τεχνολογικών ροών από το εξωτερικό, ενώ κατά την περίοδο που ακολούθησε, δηλαδή το χρονικό διάστημα 1974-1981, παρατηρήθηκε μείωση των ξένων επενδύσεων που ακολουθήθηκε από χειροτέρευση στη βιομηχανική παραγωγή και στις καινοτομικές δραστηριότητες.

#### **Η δεκαετία του 1980.**

Η ροή των ξένων επενδύσεων και της επιχειρηματικής δραστηριότητας επανήλθε και αυξήθηκε σταδιακά μαζί με τις καινοτομικές και τεχνολογικές δραστηριότητες. Το μεγαλύτερο μέρος των επενδύσεων κατευθύνθηκε στις «βαριές βιομηχανίες» και στους νέους τεχνολογικούς και ευαίσθητους τομείς έρευνας, όπως για παράδειγμα στις πρώτες ύλες, στα χημικά, πλαστικά και στα υφάσματα. Είναι αξιοσημείωτο ότι με το τέλος της δεκαετίας του 1970 υπήρξε ένας «νέος προσανατολισμός» στην κατανομή των ροών των ξένων

επενδύσεων, που κατευθύνθηκαν προς νέους καταναλωτικούς τομείς, όπως για παράδειγμα στους τομείς τροφίμων και ποτών, που ήταν λιγότερο «ευαίσθητοι» σε θέματα E&TA. Στη δεκαετία του 1980 δημιουργήθηκε μια πιο σαφής τεχνολογική πολιτική, ιδιαίτερα μέσα από τις επιχορηγήσεις, τις φορολογικές ελαφρύνσεις και την υποστήριξη της κυβέρνησης, σε μια προσπάθεια να αναβαθμίσουν και να αναπτύξουν τον τεχνολογικό μηχανισμό και τις υποδομές της χώρας. Η παγκοσμιοποίηση της ελληνικής οικονομίας μετά την είσοδό της στην Ευρωπαϊκή Ένωση στη δεκαετία του 1980 θεωρήθηκε ένας από τους κύριους παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τη χώρα για να βελτιώσει την τεχνολογική της υποδομή. Όπως και στις προηγούμενες χρονικές περιόδους, κατά τη διάρκεια των πρώτων οικονομικών σταδίων οι περισσότερες από τις νέες και σύγχρονες τεχνολογίες ήταν εισαγόμενες και υιοθετήθηκαν κυρίως από τους γεωργικούς και παραδοσιακούς τομείς, όπως για παράδειγμα τα λιπάσματα και χημικά φάρμακα που επηρέασαν θετικά τα επίπεδα παραγωγής και την παραγωγικότητα της χώρας.

#### **Η δεκαετία του 1990.**

Τη δεκαετία του 1990 βασικός στόχος των κυβερνητικών προσπαθειών και ενεργειών ήταν η εναρμόνιση των οικονομικών μεγεθών με εκείνα της E.E. Στο πλαίσιο αυτό υιοθετήθηκαν πολλές πολιτικές απελευθέρωσης του τραπεζικού και πιστωτικού συστήματος, με σημαντικές προσπάθειες στη μείωση τον πληθωρισμού και του δημόσιου χρέους της χώρας. Οι πολιτικές αυτές συνέβαλαν στην αύξηση των εισροών των ετήσιων ξένων επενδύσεων, με βασικούς επενδυτές κυρίως από χώρες της E.E. και ιδιαίτερα τη Γερμανία, τη Γαλλία, το Η.Β., το Λουξεμβούργο, την Ολλανδία και το Βέλγιο. Η παγκοσμιοποίηση της ελληνικής οικονομίας είχε ως αποτέλεσμα το «άνοιγμα» της οικονομίας και την απελευθέρωση των εμποδίων στο εμπόριο και παράλληλα την ενίσχυση του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων, ιδιαίτερα στους τομείς της βιομηχανίας και των υπηρεσιών. Περαιτέρω, στο πλαίσιο αυτό οι σύγχρονες απαιτήσεις, οι νέες τεχνολογίες και η παγκοσμιοποίηση των αγορών διαμόρφωσαν νέες ανάγκες για μεγαλύτερες υποδομές. Πιο συγκεκριμένα, οι σύγχρονες τεχνολογίες δημιουργούν ολοένα νέες ανάγκες για νέες υποδομές, που όμως αποτελούν ταυτόχρονα μεγαλύτερα εμπόδια για τις πιο αδύναμες χώρες. Ο σχεδιασμός της τεχνολογικής στρατηγικής και της πολιτικής στους τομείς E&TA που ακολουθούν οι τεχνολογικά αναπτυγμένες χώρες σκοπό έχει βασικό σκοπό να ενισχύσει την τεχνολογική τους υποδομή και να αυξήσει την ανταγωνιστικότητά τους στις παγκόσμιες αγορές. Αναφορικά με τις λιγότερο ευνοημένες περιοχές της E.E. η φτωχή τεχνολογική υποδομή είναι ένα από τα κύρια εμπόδια ώστε να μπορέσουν να επιταχύνουν τους ρυθμούς ανάπτυξης και να συγκλίνουν στα επίπεδα ανταγωνιστικότητας και παραγωγικότητας με τις

τεχνολογικά αναπτυγμένες χώρες. Γενικά η απελευθέρωση των εμποδίων του εμπορίου και ο διεθνής ανταγωνισμός στην ανάπτυξη των νέων και προηγμένων τεχνολογιών επηρέασαν αρνητικά την ανταγωνιστική θέση της Ελλάδας, η οποία μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1980 επικεντρωνόταν κυρίως στη μεταφορά της τεχνολογίας από το εξωτερικό χωρίς να εκμεταλλεύεται ιδιαίτερα την εγχώρια τεχνολογική υποδομή και τις τοπικά παραγόμενες τεχνολογίες. Η Ελλάδα, συγκριτικά με τα υπόλοιπα κράτη μέλη και ιδιαίτερα με τις λοιπές περιφερειακές οικονομίες της Ε.Ε., υστερεί σημαντικά στην προσέλκυση ξένου κεφαλαίου, με εξαίρεση κάποιων συγκεκριμένων χρονικών περιόδων. Χαρακτηριστικά, την περίοδο 1995-2000, στην Ελλάδα οι άμεσες ξένες επενδύσεις παρουσίασαν άνοδο, αλλά ήταν αρκετά χαμηλότερη συγκριτικά με την αλματώδη επέκταση που καταγράφηκε διεθνώς. Γενικά, η θετική επίδραση της ευρωπαϊκής οικονομικής ενοποίησης στην εισροή των άμεσων ξένων επενδύσεων σε αρκετά κράτη μέλη της Ε.Ε. είναι περιορισμένη, όπως ακριβώς ήταν και στην περίπτωση της Ελλάδας.

#### **Η δεκαετία του 2000.**

Για να μπορέσει να γεφυρώσει το «χάσμα» μεταξύ των κρατών μελών και των περιφερειών της, η Ε.Ε. προσπάθησε να ενισχύσει την τεχνολογική της πολιτική συγκριτικά με τις ΗΠΑ και την Ιαπωνία, έτσι ώστε να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητά της στον διεθνή χώρο. Στο πλαίσιο αυτό, η Ε.Ε. αποφάσισε να αυξήσει τις δαπάνες και τις δραστηριότητες σε θέματα E&TA, καθώς επίσης την ανάπτυξη της συνεργασίας-δικτύωσης και την προσέλκυση νέων επενδύσεων σε θέματα νέων τεχνολογιών. Όμως παρά τα μέτρα αυτά, η Ε.Ε. εξακολουθεί να υστερεί αναφορικά με την Ιαπωνία και τις ΗΠΑ. Στην Ε.Ε. οι πολιτικές απελευθέρωσης των επιμέρους αγορών, οι ιδιωτικοποιήσεις και η ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην προσέλκυση των ξένων άμεσων επενδύσεων, αρχής γενομένης από τη δεκαετία του 2000, και ενθάρρυναν τις ενδοπεριφερειακές ροές των άμεσων ξένων επενδύσεων. Έτσι, οι εισροές των άμεσων ξένων επενδύσεων στην Ε.Ε. αυξήθηκαν με ταχύτερους ρυθμούς τη δεκαετία του 2000, συγκριτικά με τους ρυθμούς αύξησης των αναπτυγμένων και των αναπτυσσόμενων χωρών. Οι περιφερειακές οικονομίες της Ε.Ε., όπως για παράδειγμα, η Ισπανία, η Πορτογαλία και ιδιαίτερα η Ιρλανδία, αποτέλεσαν πόλους έλξης αξιόλογου μεριδίου των παγκόσμιων άμεσων ξένων επενδύσεων στην τελευταία δεκαετία. Το μέγεθος της αγοράς –σε συνδυασμό με τη χαμηλού κόστους βιομηχανική βάση, τις κρατικές επιδοτήσεις και την ύπαρξη εξειδικευμένου προσωπικού, κυρίως στην περίπτωση της Ιρλανδίας– αποτέλεσε βασικό παράγοντα προσέλκυσης άμεσων ξένων επενδύσεων. Επίσης, η διαμόρφωση της «κρίσιμης μάζας» επιχειρήσεων σε επιμέρους κλάδους της Ιρλανδίας συνέβαλε σημαντικά στην περαιτέρω προσέλκυση επενδύσεων.

Τέλος, στην Ισπανία και την Πορτογαλία η ενίσχυση των εισροών επενδύσεων επηρεάστηκε από την ένταξη αυτών των χωρών στην Ε.Ε. και τα κοινοτικά πλαίσια στήριξης για την ενίσχυση των υποδομών (Κορρές Γ., 2015).

### **3.5 Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα**

Παίρνοντας υπόψη με τον Παγκόσμιο Δείκτη Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Index) (Το GEL είναι ένας ετήσιος δείκτης, μετρήματος των οικοσυστημάτων της επιχειρηματικότητας σε κάθε χώρα, όπου κατατάσσει την απόδοση της χώρας αυτής έναντι των άλλων) , η Ελλάδα κατέχει την 47η θέση ανάμεσα σε 130 χώρες. Δεν παίζει ρόλο που στην χώρα μας η αυτοαπασχόληση αποτελούσε παραδοσιακά μια συνεχόμενη επιλογή απασχόλησης, η επιχειρηματικότητα δεν εξελίχθηκε σε συνάρτηση με κάποιες άλλες χώρες της Ευρώπης. Σε επίπεδο καινοτομίας και δημιουργίας νέων επιχειρησιακών μορφών, έχουμε αρκετά σημαντικά μειονεκτήματα και ελλείψεις ως χώρα. Ακόμα, η Ελλάδα δεν έχει ένα εθνικό μηχανισμό καινοτομικής επιχειρηματικής δράσης, επειδή υπάρχει έλλειψη μιας συνεργατικής επιχειρηματικής κουλτούρας.

Σε έρευνα που έγινε τα τελευταία χρόνια σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, διαπιστώνεται ότι οι επιχειρηματίες δεν έχουν θετική στάση απέναντι στο εγχώριο επιχειρηματικό περιβάλλον, το οποίο θεωρείται εξαιρετικά δυσοίωνα για την προβολή της επιχειρηματικότητας, έχοντας ως αποτέλεσμα να μειωθεί ο αριθμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων κατά 68.000 το 2013 σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Επιπρόσθετα, ανάμεσα στις 34 χώρες της έρευνας, η Ελλάδα κατατάσσεται τελευταία στις επιλογές των επιχειρηματιών, σε σχέση με τις εφαρμοζόμενες πολιτικές κατά κύριο λόγο για την οικονομική κρίση. Εκτός από αυτό οι αιτίες της αρνητικής στάσης των Ελλήνων, φαίνονται στα στάδια της ανεπάρκειας των κεφαλαιακών πόρων, στα επίπεδα φόρου εισοδήματος, ακόμα και του ανύπαρκτου υποστηρικτικού περιβάλλοντος της επιχειρηματικότητας.

Ακόμα ένα βασικό χαρακτηριστικό της συγκριτικά μικρής επιχειρηματικής δράσης στην Ελλάδα, είναι το γεγονός ότι υπάρχει τεράστιος ο φόβος της αποτυχίας, δηλωμένος κυρίως από τους νέους επιχειρηματίες.

Οι κυρίαρχες αδυναμίες της ελληνικής οικονομίας καθώς και της βιομηχανικής διάρθρωσης, οι αδυναμίες του ρυθμιστικού , του κανονιστικού και του νομικού πλαισίου, καθώς και η έλλειψη υποστηρικτικών δομών, καθιστούν την άνθιση της επιχειρηματικότητας αρκετά δύσκολη, ιδιαίτερα σε όρους καινοτομίας.

Ακόμα, οι επιρροές που ασκεί η οικονομικής κρίση σε συνδυασμό με όλα τα χαρακτηριστικά που αναφέραμε, δυσκολεύουν περαιτέρω την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δράσης στην Ελλάδα.

Η ιδιόμορφη επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι ένα από ιδιαίτερα γνωρίσματα σε συνάρτηση με την διάρθρωση της εγχώριας οικονομίας, θέτοντας προκλήσεις και προβάλλοντας τις τάσεις για την αναγκαιότητα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης.

Η αδυναμία του ελληνικού παραγωγικού συστήματος να χρησιμοποιήσει τα αποτελέσματα της επιστημονικής έρευνας είναι ένα από αυτά τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που εμποδίζουν την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Ακόμα, οι μικρές επιχειρήσεις, οι χαμηλοί ρυθμοί μεταβολής σε τεχνολογικούς όρους και οι ανεπάρκειες στις διαχειριστικές και διοικητικές διαδικασίες, καθώς επίσης και η περιορισμένη χρήση της τεχνολογίας ή η εκμετάλλευση στην εργασία, είναι κάποια επιπλέον χαρακτηριστικά της χώρας μας.

Επιπρόσθετα, η μειωμένη δυνατότητα των ελληνικών επιχειρήσεων να βελτιστοποιήσουν την ανταγωνιστική τους θέση, μέσω δραστηριοτήτων έρευνας και ανάπτυξης, καθώς και η ανικανότητα εκμετάλλευσης της εξωγενούς τεχνολογίας, έχει ως αποτέλεσμα την ιδιαίτερα χαμηλή καινοτομική αποδοτικότητα, τουλάχιστον σε σχέση με τις ευρωπαϊκές χώρες.

Όλες οι έρευνες δείχνουν ότι τα τελευταία χρόνια είναι περιορισμένη η βάση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Επιπρόσθετα, υπάρχει μια αποστροφή επιδίωξης επιχειρηματικών ευκαιριών έντασης γνώσης, που απαιτούν επενδύσεις σε έρευνα και ανάπτυξη.

Η επιχειρηματικότητα ανθίζει και σε οργανώσεις τέτοιες στις οποίες τα πολλαπλά ενδιαφερόμενα μέρη παίζουν κυρίαρχους ρόλους. Έτσι, για παράδειγμα, τα ακαδημαϊκά ιδρύματα έχουν πολύ κυρίαρχο ρόλο στη διαμόρφωση της αντίληψης των νέων και των συμπεριφορών τους.

Όμως, όσοι τοποθετούνται έξω από τα εκπαιδευτικά συστήματα, παίζουν και αυτοί έναν πολύ σημαντικό ρόλο, γεγονός που απαιτεί συνέργειες πολλών ενδιαφερομένων. Όπως καταλαβαίνουμε στην εκπαίδευση της επιχειρηματικότητας παίζει κυρίαρχο ρόλο η συνεργασία μεταξύ της πανεπιστημιακής κοινότητας και των επιχειρήσεων.

Επίσης, οι οργανισμοί αλλά και οι επιχειρηματίες έχουν κυρίαρχο ρόλο στην προβολή της επιχειρηματικής εκπαίδευσης με την παροχή των γνώσεων, εμπειρογνωμοσύνης, καθοδήγησης, κοινωνικής μέριμνας και οικονομικής στήριξης. Ακόμα, οι επιχειρήσεις με την επιχειρηματική τους κουλτούρα συμβάλλουν άμεσα στην διαδικασία της επιχειρηματικής

εκπαίδευσης, παρέχοντας στους εργαζόμενους την ευκαιρία να καλλιεργούν τις επιχειρηματικές δεξιότητες και ικανότητές τους στην εργασία.

Οι κύριοι αρμόδιοι που ασχολούνται με την πολιτική σε παγκόσμιο, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο παίζουν επίσης βασικό ρόλο στα νομικά και φορολογικά πλαίσια για την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας και τη κάλυψη των κενών της αγοράς.

Από την άλλη πλευρά, οι πιο ισχυροί είναι οι υποστηρικτές ( επιχειρηματίες, εκπαιδευτές, εκπαιδευτικοί και μαθητές) που αξιοποιούν το κοινωνικό τους κεφάλαιο και είναι χρήσιμοι ως καταλύτες οικοδόμησης του επιχειρηματικού οικοσυστήματος.

Αρκετά σημαντικό είναι να τονιστεί ότι η ΕΕ προσεγγίζει την επιχειρηματική εκπαίδευση όχι μόνο ως παροχή γνώσεων με τυπική μορφή, αλλά δίνει βάση στην βιωματική εκπαίδευση και τη δημιουργία μέσω επικοινωνίας μεταξύ των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων αλλά και του επιχειρηματικού κόσμου.

Σύμφωνα με έρευνα του IOBE (Ιωαννίδης Στ.) το 2004 περίπου το 5,8 % του ενεργού πληθυσμού της Ελλάδας (390.000 άτομα περίπου) είχαν επιχειρηματική δραστηριότητα που αφορούσε είτε την ιδιοκτησία και διοίκηση μιας επιχείρησης είτε τις διαδικασίες για την ίδρυση μίας επιχείρησης. Για το ίδιο έτος ο συνολικός αριθμός των νέων επιχειρηματιών υπολογίζεται σε 108.000. Η επένδυση που απαιτείται για το ξεκίνημα μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας στη χώρα μας κυμαίνεται κατά μέσο όρο περί τις 80.000 ευρώ, ποσό υψηλό σε σχέση με άλλες χώρες που βρίσκονται στο ίδιο επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης. Πάνω από το μισό του αρχικού κεφαλαίου για την εκκίνηση προέρχεται από την αποταμίευση του ίδιου του επιχειρηματία ενώ οι τράπεζες παρέχουν το 33,7 της πρόσθετης χρηματοδότησης που απαιτείται και τα κρατικά προγράμματα καλύπτουν το 14,5 %.

Η κυρίαρχη κατηγορία των νέων επιχειρηματιών στην Ελλάδα είναι αυτή των 25-44 ετών, όπως και στις διάφορες άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Παρά τη σχετική αύξηση του επιπέδου της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, η ποιοτική διάστασή της δεν έχει βελτιωθεί. (Μουρδουκούτας Π. 2006)

Ειδικότερα:

- Το 28% των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που εκδηλώθηκαν το 2004 είχαν ως στόχο την ανάγκη ( αδυναμία εξασφάλισης άλλης μορφής απασχόλησης, όταν το αντίστοιχο ποσοστό των άλλων ευρωπαϊκών χωρών δεν ξεπερνά το 18%).
- Παρατηρείται μειωμένη ικανότητα δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, αφού ένα μεγάλο μέρος των νέων επιχειρήσεων συνδέεται με την αυτοαπασχόληση. Διαφορετικά, η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα μας παίρνει τη μορφή μιας κυρίως ατομικής πρωτοβουλίας και προσπάθειας.



- Το 56,8 % του συνόλου των εγχειρημάτων που καταγράφηκαν το 2014 αφορά επιχειρήσεις που παράγουν προϊόντα ή υπηρεσίες κατευθείαν για τον καταναλωτή. Πρόκειται για το υψηλότερο επίπεδο μεταξύ των χωρών της Ευρώπης, μετά την Πορτογαλία. Η μορφή της επιχειρηματικότητας προσελκύει σε αρκετά υψηλό βαθμό την επιχειρηματικότητα ανάγκης και τους αυτοαπασχολούμενους. Από την άλλη πλευρά, η Ελλάδα κατέχει μεταξύ των άλλων ευρωπαϊκών χωρών το μικρότερο ποσοστό επιχειρηματικότητας στον πρωτογενή τομέα (2,31%) και στις υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις (8,6%) ενώ μειώνεται το ποσοστό των επιχειρηματικών πράξεων στον τομέα της διαφοροποίησης.
- Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, δηλαδή η επιχειρηματικότητα που αποτελεί έκφραση επιδίωξης, εξεύρεσης και εκμετάλλευσης κερδοφόρων ευκαιριών, παραμένει στις κατώτερες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης (23η θέση μεταξύ 33 χωρών).
- Από το σύνολο των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που καταγράφηκαν στην Ελλάδα ένα πολύ μικρό ποσοστό είναι εγχειρήματα υψηλών δυνατοτήτων (16,14%) και αυτό την τοποθετεί στην 13η θέση μεταξύ 16 ευρωπαϊκών χωρών στη διετία 2003-4. (Ως επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων, ορίζουμε αυτή που παίζει ρόλο στην επέκταση των αγορών, δημιουργεί θέσεις απασχόλησης και ενισχύει τον εξαγωγικό προσανατολισμό της χώρας).
- Μια άλλη πολύ σημαντική παράμετρος του γενικότερου ελλείμματος επιχειρηματικότητας που εμφανίζει η Ελλάδα είναι η έλλειψη σύγχρονης επιχειρηματικής κουλτούρας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού που δηλώνει ότι ο φόβος του ρίσκου είναι ο σπουδαιότερος παράγοντας που αποτρέπει την ανάληψη επιχειρηματικών προσπαθειών (52% και είναι το υψηλότερο ανάμεσα σε 33 χώρες).

Καταλήγοντας, οι θετικές εξελίξεις που μπορούν να δημιουργήσουν αισιοδοξία, είναι η αυξητική τάση των εγχειρημάτων σε επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες σε επιχειρήσεις, η υιοθέτηση νέας τεχνολογίας κ.α. Από τα παραπάνω προέρχεται η ανάγκη ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας που έχει στόχο την εκμετάλλευση της ευκαιρίας και τη σύλληψη καινοτόμων ιδεών, ενσωματώνει τη νέα τεχνολογία, δημιουργεί θέσεις απασχόλησης και έχει εξαγωγικό προσανατολισμό ( Χασσίδ Ι., Καραγιάννης Α. "Επιχειρηματικότητα στον Ελληνικό Αγροτικό τομέα",2002). Το IOBE διεξάγει από το 2003 την ετήσια έρευνα για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, αξιοποιώντας ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα 2000 ερωτώμενων ατόμων ηλικίας 18-64 ετών, στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος του

Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Monitor, GEM). Η σχετική έκθεση για την περίοδο 2012-2013, εκτός από τους βασικούς δείκτες επιχειρηματικότητας αναλύει τις αντιλήψεις και τα κίνητρα για την επιχειρηματική δραστηριότητα, τα δημογραφικά και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματικών εγχειρημάτων.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έκθεσης, στην Ελλάδα, το ποσοστό του πληθυσμού που βρισκόταν σε φάση εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2012 ήταν 6,5%. Το ποσοστό αυτό είναι σημαντικά χαμηλότερο από το 8% που είχε καταγραφεί το προηγούμενο έτος για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Προφανώς, η πτώση του δείκτη δεν είναι άσχετη από τη δεινή οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκεται η χώρα, καθώς η ύφεση συρρικνώνει τις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που θεωρούνται βιώσιμες. Έτσι, ενώ το 2011 η Ελλάδα κατατασσόταν στην 4η υψηλότερη θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας, το 2012 βρίσκεται στην 12η θέση. Μάλιστα, τα πρώτα στοιχεία από την έρευνα του 2013 καταγράφουν μια περαιτέρω πτώση του δείκτη στο 5,5%. Στην Ελλάδα πάνω από ένα τρίτο (36,32%) των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων προέρχονταν το 2012 από το ηλικιακό κλιμάκιο 25-34 ετών. Πρόκειται για θετικό γεγονός, καθώς μπορεί να υποθεθεί ότι οι νεότερες ηλικίες φέρνουν μαζί τους στον επιχειρηματικό στίβο νέες ιδέες και διάθεση πειραματισμού. Ωστόσο, ακόμα και αν αξιολογήσει κανείς θετικά αυτό το στοιχείο, είναι βέβαιο ότι αυτό που εξηγεί την τάση είναι η μεγάλη ανεργία των νέων στη χώρα μας, που απωθεί όλο και μικρότερες ηλικίες από την ελπίδα της εύρεσης μισθωτής εργασίας και, άρα, τις στρέφει προς κάποιου είδους αυτόνομης επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων είναι ελαφρώς υψηλότερη στην περίπτωση των μεταναστών σε σύγκριση με το ποσοστό που καταγράφεται για τον γηγενή πληθυσμό (6,9% έναντι 6,3%). Πρόκειται βεβαίως για αναμενόμενο εύρημα, καθώς οι μετανάστες αντιμετωπίζουν μεγαλύτερες δυσκολίες στην πρόσβαση σε θέσεις μισθωτής απασχόλησης (σε σύγκριση με τον γηγενή πληθυσμό), με αποτέλεσμα η επιχειρηματική διέξοδος να είναι για αυτούς πιο εύκολα επιλέξιμη. Η ανάλυση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων σε περιφερειακό επίπεδο είναι εξίσου υψηλής σπουδαιότητας καθώς είναι εύλογο να υποθεθεί ότι μεγάλες διαφορές στον συγκεκριμένο δείκτη δεν θα εμφανίζονται μόνο μεταξύ χωρών, αλλά και μεταξύ των περιφερειών εντός της ίδιας χώρας. Τοπικοί πολιτισμικοί παράγοντες, αλλά κυρίως το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης κάθε περιφέρειας, δεν μπορεί παρά να επηρεάζουν την έφεση των ατόμων να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Με βάση τα αποτελέσματα που προέκυψαν ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κυμαίνεται από 11.6% στην Κεντρική Μακεδονία (η υψηλότερη τιμή), σε 1,7% στην Στερεά Ελλάδα (η

χαμηλότερη). Αξίζει να επισημανθεί ότι μόνο σε δύο από τις υπόλοιπες περιφέρειες ο δείκτης υπερβαίνει σημαντικά τον εθνικό μέσο όρο (Δυτ. Μακεδονία 11,1% και Πελοπόννησος 7,9%). Σε ό,τι αφορά τη κλαδική διάρθρωση της επιχειρηματικότητας, στην Ελλάδα, το 2012 πάνω από το 50% των νέων εγχειρημάτων κατευθύνονταν στην διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών στον τελικό καταναλωτή. Ο δείκτης αυτός ήταν διαχρονικά υψηλός στη χώρα μας, αλλά έχει μειωθεί σημαντικά την περίοδο της κρίσης λόγω της μεγάλης κάμψης της καταναλωτικής ζήτησης. Από την άλλη πλευρά, την περίοδο της κρίσης παρατηρείται άνοδος του ποσοστού των νέων εγχειρημάτων που προσφέρουν υπηρεσίες προς επιχειρήσεις. Η κρίση φαίνεται λοιπόν ότι σε κάποιο βαθμό έχει θέσει σε κίνηση διαδικασίες αναδιάρθρωσης, ακόμα και στο επίπεδο της «μικρής επιχειρηματικότητας» που χαρακτηρίζει το ελληνικό επιχειρείν. Αναφορικά με τον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας η Ελλάδα παρουσιάζει την υψηλότερη επίδοση μεταξύ των χωρών καινοτομίας (12,3%). Ωστόσο, είναι σαφώς χαμηλότερο το ποσοστό σε σχέση με το 2011 (15,8%). Το εντυπωσιακό λοιπόν στοιχείο εδώ είναι ότι παρόλο που το 2012 ήταν το χειρότερο έτος της ύφεσης στην οποία βρίσκεται η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, με ό,τι αυτό συνεπάγεται για τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και την ανεργία, η δομή της ελληνικής οικονομίας ως βασιζόμενη στη μικρή επιχείρηση δεν μεταβάλλεται. Μολονότι λοιπόν η κρίση έχει πλήξει δραστικότερα τις ΜΜΕ στην Ελλάδα, η διάρθρωση της οικονομίας δεν έχει επηρεαστεί, καθώς η κυριαρχία τους στην ελληνική οικονομία φαίνεται ότι έχει υποχωρήσει μόλις οριακά.

Η χώρα μας ήταν λοιπόν και παραμένει οικονομία μικροεπιχειρηματιών. Προς την ίδια κατεύθυνση η Ελλάδα καταγράφει την δεύτερη υψηλότερη επίδοση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας στην συνολική επιχειρηματικότητα. Ωστόσο θα πρέπει να επισημανθεί πως για τις χώρες καινοτομίας που καταγράφουν υψηλή συνολική επιχειρηματικότητα, η επίδοσή τους οφείλεται κυρίως στην υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Αντιθέτως, η Ελλάδα αποτελεί εξαίρεση μεταξύ αυτών καθώς η υψηλή επίδοση στο συνολικό δείκτη διαμορφώνεται πρωτίστως από την υψηλή τιμή της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας. Το γεγονός αυτό υποδηλώνει πως η υψηλή συνολική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα δεν αντανακλά τη δυναμική της οικονομίας αλλά περισσότερο μια σχετική αγκύλωση σε παλαιότερες δομές.

Οι αντιλήψεις στην Ελλάδα σχετικά με την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών εντός του επόμενου εξαμήνου καταγράφουν με ποσοστό 12,9% μια από τις χαμηλότερες επιδόσεις παγκοσμίως για το 2012. Η επίπτωση της μακροχρόνιας ύφεσης της ελληνικής οικονομίας στο σχετικό δείκτη είναι βέβαια αναμενόμενη. Ωστόσο, σε σχέση με την περίοδο 2008-2011 παρατηρείται μια σαφής αντιστροφή της πτωτικής τάσης (π.χ. το 2011 ήταν 10,9%). Φαίνεται

λοιπόν ότι καταγράφεται μια τάση ανάκαμψης της οικονομίας, καθώς περισσότερα άτομα από ό,τι στο παρελθόν διαπιστώνουν ότι υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους.

Σε ό,τι αφορά τις αντιλήψεις του πληθυσμού σχετικά με το εάν η επιχειρηματικότητα συνιστά καλή επιλογή σταδιοδρομίας έχει ενδιαφέρον η επίδοση του δείκτη το 2012, όπου το 64,4% του δείγματος απαντά θετικά, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2011 ήταν μόνο 61%. Η αύξηση αυτή υποδηλώνει μια θετικότερη εκτίμηση για τις προοπτικές βιωσιμότητας νέων επιχειρημάτων σε σύγκριση με το παρελθόν, άρα την εκτίμηση ότι οι προοπτικές της οικονομίας αναμένεται να βελτιωθούν. Όσον αφορά τους προσωπικούς παράγοντες, οι Έλληνες εξακολουθούν να καταγράφουν –όπως και όλα τα προηγούμενα έτη- υψηλή επίδοση στον δείκτη που αφορά τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας. Μεγαλύτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο άλλος προσωπικός παράγοντας που αφορά τον φόβο της αποτυχίας καθώς το 2012, περισσότεροι από επτά στους δέκα Έλληνες δήλωναν ότι ο φόβος της αποτυχίας θα τους απέτρεπε να ξεκινήσουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα.

Οι Έλληνες επιχειρηματίες θεωρούν ως σημαντικότερους παράγοντες για την επιτυχία των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων, την εργατικότητα, την τιμιότητα και την κατοχή τεχνικών ικανοτήτων, γνώσεων και εμπειριών, ενώ ικανότητες που έχουν θεωρηθεί διεθνώς ως ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας (ανακάλυψη και εκμετάλλευση νέων επιχειρηματικών ιδεών, οργανωτική ικανότητα κλπ.) θεωρούνται δευτερεύουσες.

Τα ευρήματα αναφορικά με τα κίνητρα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης αναδεικνύουν πως μετά την έναρξη της κρίσης στην Ελλάδα η επιχειρηματικότητα ανάγκης σημείωσε σημαντική αύξηση καθώς 3 στους 10 επιχειρηματίες δηλώνουν πως στράφηκαν στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη. Με άλλα λόγια, η συνεχιζόμενη ύφεση οδηγεί περισσότερους Έλληνες στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη, παρά για λόγους εκμετάλλευσης πραγματικών επιχειρηματικών ευκαιριών.

Σχετικά με τις προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης, από το σύνολο του δείγματος κατά την έρευνα πληθυσμού το 2012, το υψηλότερο ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18 έως 64 ετών δήλωναν ότι δεν προσδοκούν να δημιουργήσουν πάνω από τέσσερις νέες θέσεις απασχόλησης σε βάθος πενταετίας, ενώ μόλις το 0,67% προσδοκούσαν να δημιουργήσουν μεταξύ 5 και 19 νέες θέσεις. Αυτό σημαίνει ότι η νέα επιχειρηματικότητα στη χώρα μας εξακολουθεί να αναπαράγει τη βασική δομή της ελληνικής οικονομίας: μια οικονομία που βασίζεται στην ύπαρξη και λειτουργία πολύ μικρών επιχειρήσεων οι περισσότερες εκ των οποίων δεν αναπτύσσονται και ως εκ τούτου δεν δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας. Ο

σύνθετος δείκτης καινοτομίας και έντασης ανταγωνισμού για την Ελλάδα το 2012 διαμορφώθηκε στο 23%, επίδοση με την οποία η χώρα μας καταλαμβάνει μια σχετικά χαμηλή θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Πρόκειται για μια αντιστροφή της τάσης που είχε διαφανεί την προηγούμενη τριετία, όταν ο δείκτης για την Ελλάδα βρισκόταν στο 32%. Η σαφής πτώση του δείκτη το 2012 ενδεχομένως να σχετίζεται με τη συνεχιζόμενη ύφεση της ελληνικής οικονομίας. Είναι εύλογο σε μια κατάσταση ύφεσης, όπου σοβαρό μέρος του πληθυσμού τείνει να κατευθύνεται στον επιχειρηματικό στίβο για λόγους εξασφάλισης του βιοπορισμού (επιχειρηματικότητα ανάγκης), το θέμα της καινοτομίας να υποβαθμίζεται.

Αναλύοντας τον βαθμό εξωστρέφειας των νέων επιχειρήσεων προκύπτει πως το 2012 το 20,6% των νέων επιχειρηματιών δήλωναν ότι πάνω από το 25% των πελατών τους θα προέρχονται από το εξωτερικό. Το αντίστοιχο ποσοστό το 2011 ήταν μόνο 16,1%. Από την άλλη πλευρά, 51,3% των νέων επιχειρηματιών δήλωναν ότι θα απευθυνθούν αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2011 ήταν 44,8%. Φαίνεται λοιπόν ότι η κρίση έχει ενεργοποιήσει δύο αντιθετικές τάσεις, οι οποίες ενδεχομένως αντανακλούν αφενός τον συντηρητικό προσανατολισμό των εγχειρημάτων που ξεκινούν κυρίως για λόγους ανάγκης, αλλά αφετέρου, και τον περισσότερο αισιόδοξο προσανατολισμό των εγχειρημάτων που έχουν ως κίνητρο την εκμετάλλευση των ευκαιριών που έχει αναδείξει η κρίση.

Δεν είναι υπερβολή να ειπωθεί ότι στην Ελλάδα η επιχειρηματικότητα εξαρτάται αποκλειστικά από την εξεύρεση οικονομικών πόρων. Είναι γεγονός βέβαια, ότι προ απαιτείται η «επένδυση» ενός κεφαλαίου, αλλά ο σύγχρονος επιχειρηματίας πρέπει να εστιάζει κυρίως στη απόδοση αυτού του κεφαλαίου, έτσι ώστε να είναι κατά το δυνατόν μεγαλύτερη.

Αναφορικά με τα προβλήματα της επιχειρηματικότητας που παρατηρούνται στην Ελλάδα έχουμε:

- Γραφειοκρατία
- Χρονοβόρα διαδικασία
- Έλλειψη διαφάνειας
- Διαφθορά
- Μεγάλα κόστη
- Φορολογία
- Έλλειψη υποστηρικτικής υποδομής
- Έλλειψη χρηματοδοτικών κεφαλαίων
- Μικρή αγορά
- Έλλειψη κατάλληλης παιδείας και κουλτούρας

➤ Αποστροφή επιχειρηματικού κινδύνου

Στο πλαίσιο αυτό αναπτύχθηκαν μία σειρά μηχανισμών για την αντιμετώπιση αυτών των προβλημάτων, που λειτουργούν επικουρικά στους πολίτες, προσπαθώντας να δημιουργήσουν κατά το δυνατό ίσες ευκαιρίες για όλους.

Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της ανταγωνιστικότητας αποτελεί μία προτεραιότητα στην Ελλάδα, εκφραζόμενη με την υλοποίηση μίας σειράς ενισχυτικών πρωτοβουλιών. Κοινός παρονομαστής αυτών των πρωτοβουλιών είναι η αξιολόγηση των επιχειρηματικών σχεδίων και η επιλογή αυτών που θα ενισχυθούν, βάσει του καινοτόμου χαρακτήρα τους. Οι πρωτοβουλίες αυτές εκφράζονται μέσα από τις δράσεις του ΕΣΠΑ, αλλά και μέσω άλλων θεσμών, όπως ο Επενδυτικός Νόμος, ο ΟΑΕΔ και το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας «Αλέξανδρος Μπαλατατζής». Επίσης σημαντική είναι και η συμβολή του τραπεζικού τομέα στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας μέσω προϊόντων δανεισμού ή άλλων επιμέρους δραστηριοτήτων.

Άλλες σημαντικές δυνατότητες ενισχύσεων περιλαμβάνονται σε εγχώριες θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων ή σε διαγωνισμούς επιχειρηματικών ιδεών, που υλοποιούνται από διάφορους φορείς, όπως Πανεπιστήμια, Επιμελητήρια, Σωματεία, Ινστιτούτα και Επιχειρήσεις. Σημαντικό και ιδιαίτερα ενδιαφέρον αποτελεί το εργαλείο χρηματοδότησης Crowdfunding, όπου μπορεί να παρουσιάσει κανείς την επιχειρηματική του ιδέα και να αναμένει την αξιολόγησή της και τη χρηματοδότησή της από το κοινωνικό σύνολο.

Τα θετικά λοιπόν αναφορικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, είναι:

- Η ύπαρξη μεγάλου αριθμού υψηλά καταρτισμένων επιστημόνων και μηχανικών, το οποίο αποτελεί ένα πολύτιμο και αναγκαίο προσόν για ελπιδοφόρα και βιώσιμη επιχειρηματικότητα.
- Η ύπαρξη σημαντικού αριθμού νέων και υπαρχουσών επιχειρήσεων που βασίζονται στην καινοτομία και ακολουθούν πορεία διεθνούς ανάπτυξης, όπως είναι η Lambda και η Pharmathen.
- Η ύπαρξη δημόσιων και ιδιωτικών πρωτοβουλιών για την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας.
  - One-stop shop για την δημιουργία νέων επιχειρήσεων
  - Νέα εταιρική μορφή IKE
  - StartUpGreece
  - Moneypedia.gr

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 Μέθοδος και Υλικό

### 4.1 Σκοπός και στόχος της έρευνας

Η παρούσα μελέτη αποσκοπεί να διερευνήσει και να αποτυπώσει τις αντιλήψεις νέων ανθρώπων στην Ελλάδα σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Για την διεξαγωγή της έρευνας τίθενται κάποιοι επιμέρους στόχοι:

- να αποτυπωθούν οι απόψεις νέων ανθρώπων σχετικά με την επιχειρηματικότητα
- να παρουσιαστούν τα κίνητρα που ωθούν τους νέους στην ανάληψη επιχειρηματικών δράσεων
- να αναδειχθούν οι λόγοι για τους οποίους οι νέοι διστάζουν να προβούν στην ανάληψη επιχειρηματικών δράσεων
- να διερευνηθεί ο βαθμός που το ελληνικό εκπαιδευτικό σύστημα είναι προσανατολισμένο στην επιχειρηματική εκπαίδευση.

### 4.2 Η δομή του ερωτηματολογίου

Για την διερεύνηση των απόψεων των νέων σχετικά με την επιχειρηματικότητα και τον ρόλο της εκπαίδευσης σε αυτή, δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο 15 ερωτήσεων κλειστού τύπου με απαντήσεις πολλαπλής επιλογής, διττής κλίμακας Ναι και Όχι και πενταβάθμιας κλίμακας Likert, όπου ο ερωτώμενος καλείται να δηλώσει το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας με μια σειρά προτάσεων. Πιο συγκεκριμένα, χρησιμοποιήθηκε μια τυποποιημένη κλίμακα μέτρησης Likert, με ακραίες απαντήσεις 1 = Διαφωνώ απόλυτα και 5 = Συμφωνώ απόλυτα.

Στην πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου αναφέρονται τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος, όπως είναι το φύλο, η ηλικία, το αντικείμενο των σπουδών τους, η επαγγελματική κατάσταση των γονέων τους και η περιοχή διαμονής τους.

Η δεύτερη ενότητα αποτυπώνει τις απόψεις του δείγματος για την επιχειρηματικότητα, τον επιχειρηματία και την ίδρυση επιχείρησης. Συγκεκριμένα περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με τα χαρακτηριστικά που θα έπρεπε να έχει ένας επιχειρηματίας, τους λόγους της πιθανής επιχειρηματικής τους δραστηριοποίησης στα επόμενα 5 χρόνια, αλλά και τους κατασταλτικούς παράγοντες στην μη ανάληψη επιχειρηματικών δράσεων.

Η τρίτη ενότητα αναφέρεται στην αποτύπωση των απόψεων των ερωτηθέντων για την εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα, εστιάζοντας στο εύρος απόκτησης επιχειρηματικών γνώσεων στη δευτεροβάθμια και στην τριτοβάθμια εκπαίδευση.

Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε με τη βοήθεια της φόρμας Google, η οποία είναι μια υπηρεσία που παρέχεται από την Google για την κατασκευή επαγγελματικών και εμφανίσιμων ερωτηματολογίων. Η σχεδίαση του ερωτηματολογίου έγινε με τέτοιο τρόπο, ώστε οι συμμετέχοντες στην έρευνα να μη χρειαστεί να αφιερώσουν αρκετό χρόνο στην συμπλήρωσή του και οι ερωτήσεις να είναι σαφείς και να γίνονται κατανοητές. Στη συνέχεια αποστάλθηκε ο σύνδεσμος του ερωτηματολογίου στα άτομα που αποτέλεσαν το δείγμα της έρευνας.

### **4.3 Το δείγμα της έρευνας**

Η δειγματοληψία διακρίνεται σε δύο είδη: την δειγματοληψία με πιθανότητα και την δειγματοληψία χωρίς πιθανότητα. Η δειγματοληψία με πιθανότητα είναι ελεγχόμενη ως προς τις παραμέτρους της και δίνει τη δυνατότητα να γενικευτούν τα συμπεράσματα που εξάγονται από ένα δείγμα. Η δειγματοληψία χωρίς πιθανότητα γίνεται σε περιπτώσεις που δεν είναι εφικτή η δειγματοληψία με πιθανότητα ή όταν μας ενδιαφέρει να γίνει γρήγορα μια εφαρμογή της έρευνας (Baker, 1988).

Καθώς: (α) αντικείμενο της πτυχιακής είναι η διερεύνηση των αντιλήψεων νέων ανθρώπων για την επιχειρηματικότητα, (β) οι Φοιτητές είναι νέοι άνθρωποι που έχουν άμεση σχέση με Ιδρύματα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (που αναφέρθηκε ότι μπορούν να παίζουν σημαντικό ρόλο στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας) και (γ) οι Φοιτητές ενός Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων είναι μάλλον πιο πιθανό να έχουν μεγαλύτερη εξοικείωση με θέματα επιχειρηματικότητας, αποφασίστηκε το δείγμα να αποτελείται κυρίως από Φοιτητές του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων Πάτρας του (πρώην) ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, αλλά και άλλα Τμήματα της περιοχής. Το δείγμα των φοιτητών ανέρχεται στο συνολικό αριθμό των 95 παρατηρήσεων και αποτελεί ένα τυχαίο δείγμα.

### **4.4 Στατιστικά εργαλεία**

Για την διερεύνηση των ερευνητικών στόχων της μελέτης χρησιμοποιήθηκαν εργαλεία περιγραφικής στατιστικής και επαγωγικής στατιστικής. Πιο συγκεκριμένα, για την παράθεση των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκαν διαγραμματικές απεικονίσεις, πίνακες κατανομής συχνοτήτων και ο έλεγχος ανεξαρτησίας  $X^2$ , για τη διερεύνηση στατιστικά σημαντικής ή μη συσχέτισης μεταξύ ονομαστικών μεταβλητών. Ας σημειωθεί ότι το σύνηθες επίπεδο σημαντικότητας για την διενέργεια του ελέγχου είναι το  $\alpha=0,05$ , ενώ η στατιστική επεξεργασία των δεδομένων της έρευνας έγινε με τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS.



## 4.5 Περιορισμοί έρευνας

Η παρούσα μελέτη χαρακτηρίζεται από μία σειρά περιορισμών και για το λόγο αυτό τα ευρήματα και τα αντίστοιχα συμπεράσματα, θα πρέπει να εξετάζονται με προσοχή. Αρχικά, σε ερευνητικό επίπεδο ένας περιορισμός της έρευνας είναι ότι το ερευνητικό δείγμα περιορίστηκε σε φοιτητές ηλικίας 18-26 ετών με κατοικία τη Πάτρα και την Αθήνα και συγκεκριμένα φοιτητών, οι οποίοι έχουν κυρίως ως αντικείμενο σπουδών την οικονομία/ διοίκηση των επιχειρήσεων οπότε δεν έχουν καταγραφεί γενικά οι απόψεις φοιτητών περισσότερων αντικειμένων.

Ακόμη, ένας άλλος περιορισμός μπορεί να θεωρηθεί και το γεγονός ότι η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο παρόν οικονομικά υφεσιακό περιβάλλον και για το λόγο αυτό είναι πιθανόν τα αντίστοιχα συμπεράσματα να έχουν επηρεαστεί.

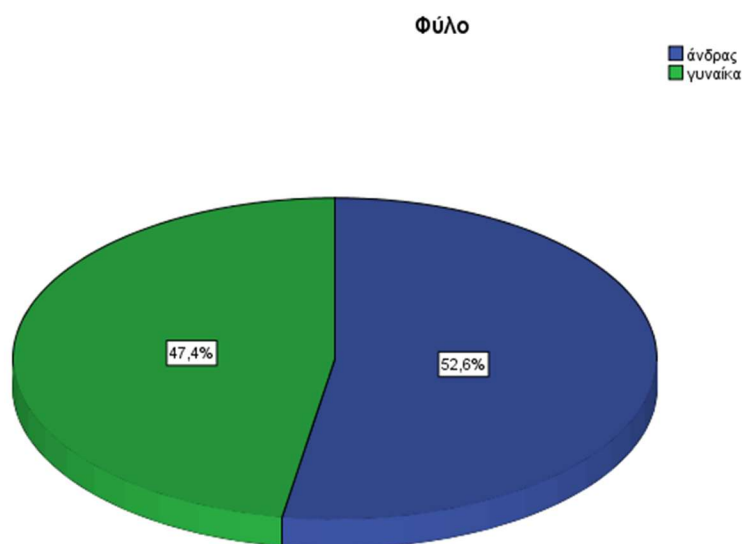
## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 Αποτελέσματα

### 5.1 Περιγραφική ανάλυση

Στην ενότητα αυτή θα παρουσιαστούν κάποια περιγραφικά στοιχεία για τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, τα οποία θα απεικονιστούν είτε σε γραφήματα είτε σε πίνακες.

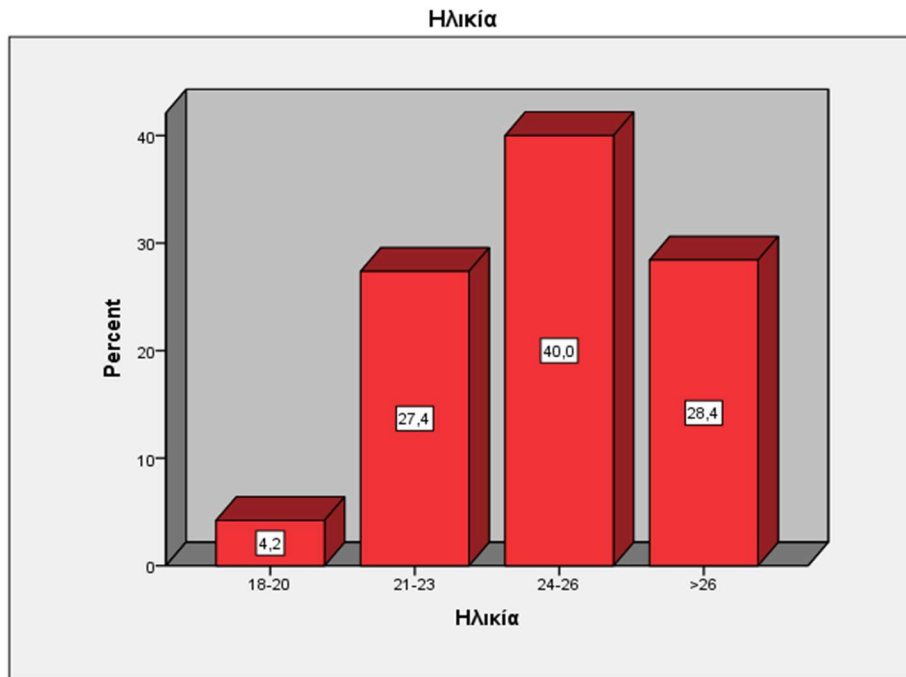
Αρχικά μελετώνται κάποια δημογραφικά στοιχεία που αφορούν τους ερωτώμενων που συμμετείχαν στην έρευνα. Στη συγκεκριμένη έρευνα που έγινε μεταξύ των νέων τα ποσοστά ανδρών και γυναικών είναι 52,6% (n=50) και 47,4% (n=45) αντίστοιχα.

**Διάγραμμα 1** Κατανομή του δείγματος ως προς το φύλο



Αναφορικά με την ηλικία των ερωτώμενων που συμμετείχαν στην έρευνα το 4,2% (n=4) ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 18 έως 20 ετών, 27,4% (n=26) ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 21 έως 23 ετών, το 40,0% (n=38) στην ηλικιακή ομάδα 23-26 ετών και το 28,4% (n=27) στην ηλικιακή ομάδα άνω των 26 ετών.

**Διάγραμμα 2** Κατανομή του δείγματος ως προς την ηλικία



**Πίνακας 1** Πίνακας συχνοτήτων για το αντικείμενο σπουδών

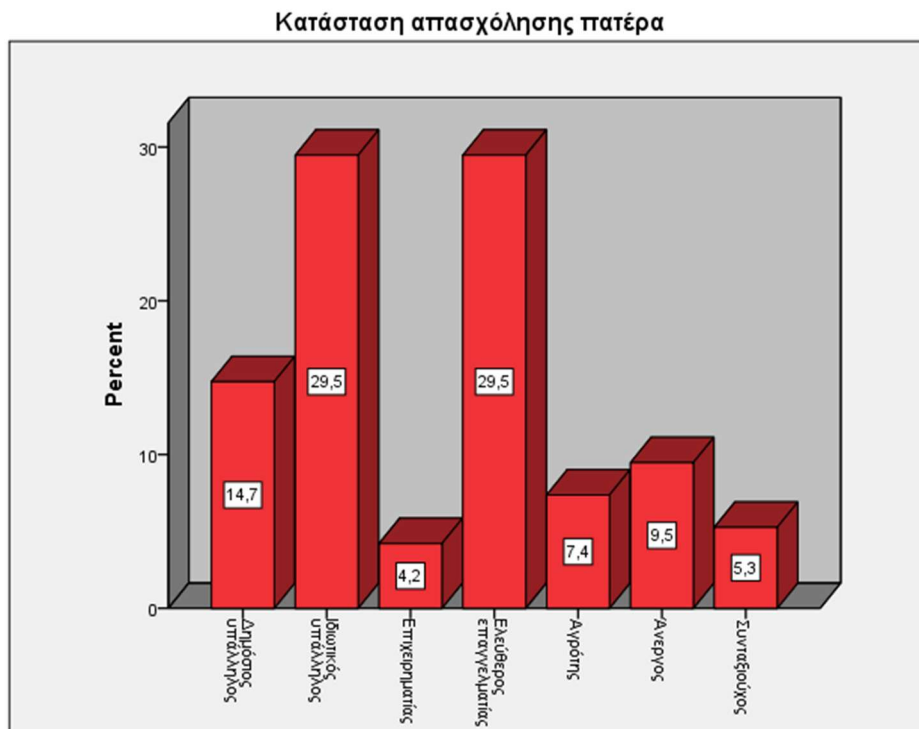
	Συχνότητα	Ποσοστό
Πολυτεχνείο	11	11,6
Πληροφορική	9	9,5
Οικονομία- Διοίκηση Επιχειρήσεων	44	46,3
Ανθρωπιστικές επιστήμες	9	9,5
Θετικές επιστήμες	5	5,3
Ιατρική	5	5,3
Τέχνη-Πολιτισμός-	3	3,2

<b>MME</b>		
<b>Κομμωτική- Αισθητική</b>	3	3,2
<b>Ναυτιλιακά</b>	1	1,1
<b>Εστίαση</b>	1	1,1
<b>Τίποτα</b>	3	3,2
<b>Αθλητισμός</b>	1	1,1

Σχετικά με το αντικείμενο σπουδών των νέων που συμμετείχαν στην έρευνα, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών, 46,3% (v=44) έχει σπουδάσει ή σπουδάζει Οικονομία/Διοίκηση Επιχειρήσεων, ενώ ακολουθεί με ποσοστό 11,6% (v=9) το Πολυτεχνείο και με 9,5% (v=9) η Πληροφορική και οι Ανθρωπιστικές Επιστήμες.

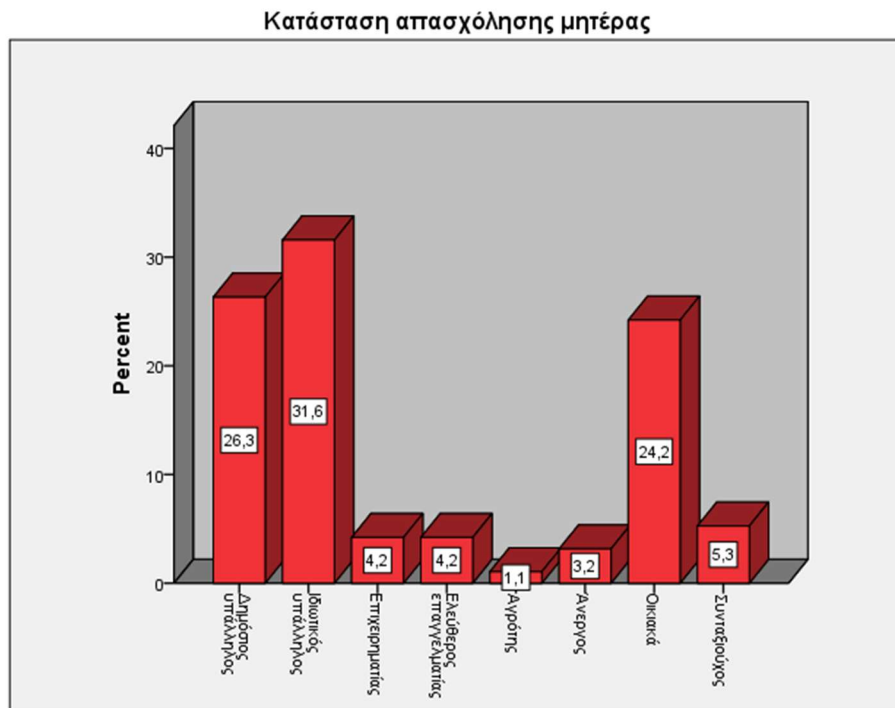
Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα παρατηρούμε ότι η κατάσταση απασχόλησης του **πατέρα** για το 14,7% (v=14) είναι δημόσιος υπάλληλος, για το 29,5% (v=28) είναι ιδιωτικός υπάλληλος, για το 4,2% (v=4) επιχειρηματίας, για το 29,5% (v=28) είναι ελεύθερος επαγγελματίας, για το 7,4% (v=7) είναι αγρότης, για το 9,5% (v=9) είναι άνεργος, και για το 5,3% (v=5) είναι συνταξιούχος.

**Διάγραμμα 3** Κατανομή του δείγματος ως προς την κατάσταση απασχόλησης του πατέρα



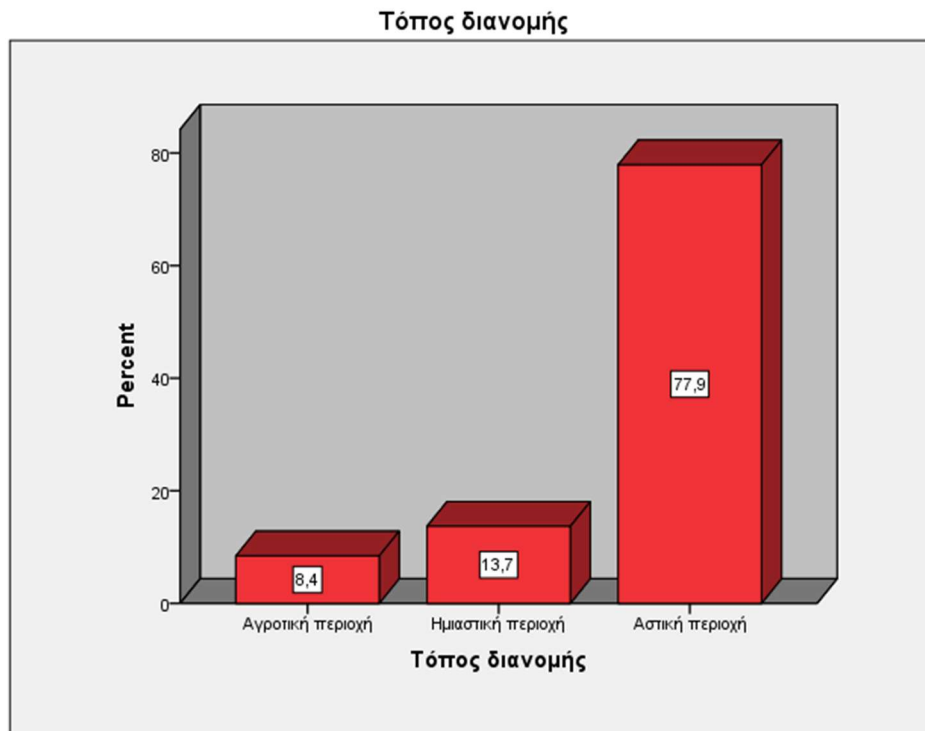
Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα παρατηρούμε ότι η κατάσταση απασχόλησης της **μητέρας** για το 26,3% (n=25) είναι δημόσιος υπάλληλος, για το 31,6% (n=30) είναι ιδιωτικός υπάλληλος, για το 4,2% (n=4) επιχειρηματίας, για το 4,2% (n=4) είναι ελεύθερος επαγγελματίας, για το 1,1% (n=1) είναι αγρότης, για το 3,2% (n=3) είναι άνεργος, για το 24,2% (n=23) ασχολείται με τα οικιακά και για το 5,3% (n=5) είναι συνταξιούχος.

**Διάγραμμα 4** Κατανομή του δείγματος ως προς την κατάσταση απασχόλησης της μητέρας.



Αναφορικά με τον τόπο διανομής, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα, το μεγαλύτερο ποσοστό των νέων που συμμετείχαν στην παρούσα έρευνα 77,9% (n=74) κατοικεί σε αστική περιοχή, το 13,7% (n=13) κατοικεί σε ημιαστική περιοχή και το 8,4% (n=8) κατοικεί σε αγροτική περιοχή.

**Διάγραμμα 5** Κατανομή δείγματος ως προς τον τόπο διανομής



**Πίνακας 2** Πίνακας συχνοτήτων για την ερώτηση q7.

	Συχνότητα	Ποσοστό
<b>Πολύ απίθανο</b>	19	20,0
<b>Μάλλον απίθανο</b>	14	14,7
<b>Ουδέτερο</b>	22	23,2
<b>Μάλλον πιθανό</b>	18	18,9
<b>Πολύ πιθανό</b>	22	23,2

Σύμφωνα με τον παραπάνω Πίνακα 2, στην ερώτηση πόσο πιθανό είναι να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά τα επόμενα 5 χρόνια (q7), το 20,0% (v=19) το θεωρεί πολύ απίθανο, το 14,7% (v=14) το θεωρεί μάλλον απίθανο, το 23,2% (v=22) διατηρεί ουδέτερη στάση, το 18,9% (v=18) το θεωρεί μάλλον πιθανό και το 23,2% (v=22) το θεωρεί πολύ πιθανό να γίνει.

**Πίνακας 3** Πίνακας συχνοτήτων για την ερώτηση q8

	<b>Καθόλου</b>	<b>Λίγο</b>	<b>Αρκετά</b>	<b>Πολύ</b>	<b>Πάρα πολύ</b>
<b>Όραμα</b>	1,1% (1)	3,2% (3)	14,7% (14)	29,5% (28)	51,6% (49)
<b>Δημιουργικότητα</b>	0,0% (0)	2,1% (2)	12,6% (12)	28,4% (27)	56,8% (54)
<b>Ανάληψη ρίσκου</b>	0,0% (0)	7,4% (7)	21,1% (20)	38,9% (37)	32,6% (31)
<b>Δυναμικότητα</b>	0,0% (0)	3,2% (3)	20,0% (19)	32,6% (31)	44,2% (42)
<b>Διορατικότητα</b>	1,1% (1)	3,2% (3)	16,8% (16)	36,8% (35)	42,1% (40)
<b>Ευελιξία</b>	0,0% (0)	5,3% (5)	14,7% (14)	38,9% (37)	41,1% (39)
<b>Καινοτομία</b>	1,1% (1)	6,3% (6)	16,8% (16)	31,6% (30)	44,2% (42)

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του παραπάνω πίνακα το πιο σημαντικό στοιχείο για έναν επιχειρηματία (q8) θεωρείται η δημιουργικότητα (85,2%), δεύτερο πιο σημαντικό το όραμα (81,1%), ακολουθεί η ευελιξία (80,0%), η διορατικότητα (78,9%) και η δυναμικότητα, καινοτομία και ανάληψη ρίσκου με ποσοστά 76,8%, 75,8% και 71,5% αντίστοιχα.

**Πίνακας 4** Πίνακας συχνοτήτων για την ερώτηση q12

	<b>Συχνότητα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Ναι</b>	11	11,6
<b>Όχι</b>	84	88,4

Στην ερώτηση σχετικά με την απόκτηση γνώσεων πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας κατά τη διάρκεια του Γυμνασίου/Λυκείου (q12), το 88,4% (v=84) απάντησε αρνητικά, ενώ μόλις το 11,6% (v=11) απάντησε θετικά στο γεγονός ότι είχε αποκτήσει αρκετές γνώσεις.

**Πίνακας 5** Πίνακας συχνοτήτων για την ερώτηση q13

	<b>Συχνότητα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Ναι</b>	54	56,8
<b>Όχι</b>	41	43,2

Το 56,8% (v=54) δηλώνει ότι κατά την διάρκεια των σπουδών του στην τριτοβάθμια εκπαίδευση απέκτησε αρκετές γνώσεις πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας (q13), ενώ το 43,2% (v=41) απάντησε αρνητικά στην ερώτηση αυτή.



**Πίνακας 6** Πίνακας συχνοτήτων για την ερώτηση q14

	<b>Συχνότητα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Ναι</b>	36	37,9
<b>Όχι</b>	59	62,1

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του παραπάνω Πίνακα 6, το 37,9% (v=36) των ερωτώμενων που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσε ότι έχει παρακολουθήσει κάποιο πρόγραμμα επιχειρηματικότητας (q14), ενώ το 62,1% (v=59) απάντησε αρνητικά στη θέση αυτή.

Στον Πίνακα 7 που ακολουθεί, διερευνώνται μέσω 7 ερωτήσεων, οι απόψεις των νέων σχετικά με την επιχειρηματικότητα (q9).

**Πίνακας 7 Πίνακας σχετικών συχνοτήτων για την ερώτηση q9**

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ Ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Θεωρώ ότι η ιδιότητα του επιχειρηματία συνεπάγεται περισσότερα πλεονεκτήματα παρά μειονεκτήματα	2,1%	17,9%	51,6%	16,8%	11,6%
Θεωρώ την καριέρα του επιχειρηματία ελκυστική	1,1%	13,7%	40,0%	33,7%	11,6%
Αν είχα τη δυνατότητα και τους πόρους θα ήθελα να ξεκινήσω μία επιχείρηση	4,2%	9,5%	14,7%	35,8%	35,8%
Θα λάβω μεγάλη ικανοποίηση εάν γίνω επιχειρηματίας	5,3%	18,9%	29,5%	26,3%	20,0%
Ο επαγγελματικός μου στόχος είναι να γίνω επιχειρηματίας	13,7%	25,3%	28,4%	17,9%	14,7%
Το οικογενειακό/φιλικό μου περιβάλλον θα δεχθεί την απόφασή μου να κάνω την δική μου επιχείρηση	1,1%	5,3%	18,9%	34,7%	40,0%
Το κοινωνικό μου περιβάλλον θα δεχθεί την απόφασή μου να κάνω την δική μου επιχείρηση	1,1%	3,2%	27,4%	34,7%	33,7%

Σύμφωνα λοιπόν με τα παραπάνω αποτελέσματα, παρατηρείται ότι το 16,8% συμφωνεί και το 11,6% συμφωνεί απόλυτα με τη θέση ότι ένας επιχειρηματίας απολαμβάνει περισσότερα πλεονεκτήματα παρά μειονεκτήματα. Αντίστοιχα, το 35,8% και το 35,8% των ερωτώμενων φαίνεται να υποστηρίζουν ότι εάν είχαν την δυνατότητα και τους πόρους θα επιθυμούσαν να ξεκινήσουν μία επιχείρηση. Όσον αφορά την άποψη ότι η καριέρα ενός επιχειρηματία είναι ελκυστική, φαίνεται να συμφωνεί το 33,7% και να συμφωνεί απόλυτα το 11,6%. Αρκετό ποσοστό 25,3% και 13,7% των ερωτώμενων διαφωνεί και διαφωνεί απόλυτα με τη θέση ότι ο επαγγελματικός του στόχος είναι να γίνει επιχειρηματίας. Επίσης, αναφορικά με την στήριξη από το οικογενειακό και κοινωνικό περιβάλλον είναι σημαντικά τα ποσοστά των ερωτώμενων που συμφωνούν πως θα υπάρχει στήριξη στην απόφαση να δημιουργήσουν δική τους επιχείρηση.

Στον παρακάτω πίνακα ανιχνεύονται οι κυριότεροι λόγοι που θα μπορούσαν να ωθήσουν τους νέους στην μη ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (q10).

**Πίνακας 8** Πίνακας σχετικών συχνοτήτων για την ερώτηση q10

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ Ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
<b>Δεν επιθυμώ την ανάληψη ρίσκου</b>	14,7%	23,2%	36,8%	17,9%	7,4%
<b>Απαιτούνται μεγάλα κεφάλαια</b>	3,2%	4,2%	26,3%	42,1%	24,2%
<b>Δεν έχω τις απαιτούμενες γνώσεις και ικανότητες</b>	15,8%	28,4%	28,4%	17,9%	9,5%
<b>Δεν έχω το απαιτούμενο δίκτυο επαφών</b>	12,6%	17,9%	30,5%	27,4%	11,6%
<b>Υπάρχει περισσότερη εργασιακή ανασφάλεια συγκριτικά με την εργασία ως μισθωτού σε μια επιχείρηση</b>	5,3%	6,3%	31,6%	36,8%	20,0%
<b>Θα πρέπει να αντιμετωπίσω τον ανταγωνισμό</b>	8,4%	5,3%	23,2%	30,5%	32,6%
<b>Θα πρέπει να αντιμετωπίσω την γραφειοκρατία</b>	5,3%	4,2%	22,1%	33,7%	34,7%
<b>Το σημερινό οικονομικό περιβάλλον είναι ασταθές</b>	1,1%	3,2%	14,7%	30,5%	50,5%

Όπως παρατηρείται ένας σημαντικός λόγος δισταγμού για την ανάληψη επιχειρηματικών δράσεων είναι η αστάθεια του σημερινού οικονομικού περιβάλλοντος, με ποσοστό των ερωτώμενων να συμφωνούν και να συμφωνούν απόλυτα με την θέση αυτή της τάξης 30,5% και

50,5%. Επιπλέον, δεν φαίνεται να είναι ιδιαίτερα σημαντικός λόγος η ανάληψη ρίσκου καθώς με την θέση αυτή συμφωνεί μόνο το 24,8%. Το 66,3% των ερωτώμενων θεωρεί ότι χρειάζονται μεγάλα κεφάλαια για να μπορέσει κάποιος να ξεκινήσει τη δική του επιχείρηση και αυτό είναι κάτι που τους αποθαρρύνει. Η θέση ότι δεν υπάρχουν οι απαιτούμενες γνώσεις και ικανότητες δεν φαίνεται να αποτελεί ιδιαίτερο λόγο δισταγμού γιατί βρίσκει σύμφωνο μόλις το 27,4%. Το 39% θεωρεί ότι δεν έχει το απαιτούμενο δίκτυο επαφών, ενώ το 56,8% θεωρεί ότι η ανασφάλεια συγκριτικά με την εργασία ως μισθωτός είναι μεγαλύτερη. Μεγάλο ποσοστό της τάξης του 68,4% και 63,1% φαίνεται να συμφωνεί ότι η γραφειοκρατία και ο ανταγωνισμός αντίστοιχα είναι λόγοι για την μη ανάληψη επιχειρηματικών δράσεων.

**Πίνακας 9** Πίνακας σχετικών συχνοτήτων για την ερώτηση q11

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ Ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
<b>Η επιχείρηση θα μου προσφέρει υψηλό εισόδημα</b>	2,1%	8,4%	48,4%	31,6%	9,5%
<b>Η επιχείρηση θα μου προσφέρει κοινωνική καταξίωση</b>	3,2%	15,8%	33,7%	35,8%	11,6%
<b>Επιθυμώ να δουλεύω για τον εαυτό μου και όχι για κάποιον εργοδότη</b>	3,2%	4,2%	31,6%	27,4%	33,7%
<b>Η επιχείρηση θα με βοηθήσει να αξιοποιήσω τα προσόντα μου</b>	0,0%	6,3%	23,2%	34,7%	35,8%
<b>Η επιχείρηση θα μου προσφέρει την ευκαιρία για εφαρμογή νέων ιδεών</b>	0,0%	5,3%	15,8%	37,9%	41,1%
<b>Η οικονομική κρίση δε βοηθά να εργαστώ ως υπάλληλος</b>	10,5%	23,2%	30,5%	25,3%	10,5%

<b>Με την επιχείρηση θα έχω τον έλεγχο της δουλειάς μου</b>	2,1%	5,3%	20,0%	41,1%	31,6%
<b>Η επιχείρηση θα μου προσφέρει την δυνατότητα να εφαρμόσω νέες καινοτομίες</b>	0,0%	4,2%	23,2%	41,1%	31,6%

Στον παραπάνω πίνακα εμφανίζονται τα κίνητρα των νέων για την ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (q11). Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα το 9,5% και το 31,6% συμφωνεί απόλυτα και συμφωνεί με την θέση ότι η επιχείρηση θα του προσφέρει υψηλό εισόδημα. Υψηλότερο ποσοστό φαίνεται να συμφωνεί με την θέση της κοινωνικής καταξίωσης. Ένα σημαντικό κίνητρο για την ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων είναι η θέση ότι επιθυμώ να δουλεύω για τον εαυτό μου και όχι για κάποιον εργοδότη, καθώς με την θέση αυτή συμφωνεί το 27,4% και συμφωνεί απόλυτα το 33,7%. Επίσης, σημαντικό κίνητρο είναι το γεγονός ότι η επιχείρηση θα με βοηθήσει να αξιοποιήσω τα προσόντα μου με ποσοστό συμφωνίας των ερωτώμενων της τάξης του 34,7% και 35,8%. Αντίστοιχα, παρατηρείται ότι το 37,9% και το 41,1% συμφωνεί και συμφωνεί απόλυτα με τη θέση ότι η επιχείρηση θα προσφέρει την ευκαιρία για εφαρμογή νέων ιδεών. Η οικονομική κρίση δε βοηθά να εργαστώ ως υπάλληλος. Με την θέση αυτή φαίνεται να συμφωνεί και να συμφωνεί απόλυτα το 25,3% και 10,5%. Δύο επίσης αρκετά σημαντικά κίνητρα που φαίνεται να επηρεάζουν τους νέους στην απόφαση τους να ξεκινήσουν κάποια επιχειρηματική δραστηριότητα είναι ο έλεγχος της δικής τους δουλειάς (41,1% και 31,6%) και η δυνατότητα εφαρμογής νέων καινοτομιών (41,1% και 31,6%).

Στη συνέχεια, ανιχνεύοντας τις απόψεις των νέων από την εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα (q15) προκύπτουν τα ακόλουθα αποτελέσματα.

**Πίνακας 10** Πίνακας σχετικών συχνοτήτων για την ερώτηση q15

	<b>Ναι</b>	<b>Όχι</b>	<b>Δεν ξέρω</b>
<b>Στην εκπαίδευση πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας στο σχολείο θα πρέπει να συμμετέχουν και επιχειρηματίες</b>	76,8%	8,4%	14,7%
<b>Στην εκπαίδευση πάνω σε θέματα</b>	89,5%	2,1%	8,4%

<b>επιχειρηματικότητας στην τριτοβάθμια εκπαίδευση θα πρέπει να συμμετέχουν και επιχειρηματίες</b>			
<b>Οι σπουδές μου στην τριτοβάθμια εκπαίδευση μου παρέχουν αρκετά εφόδια για τη δημιουργία επιχείρησης</b>	23,2%	63,2%	13,7%
<b>Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα αυξάνει την πιθανότητα για αυτοαπασχόληση</b>	73,7%	11,6%	14,7%
<b>Στην σχολή υπάρχει μία καλή υποδομή για την υποστήριξη των νέων επιχειρήσεων για τους φοιτητές</b>	23,2%	46,3%	30,5%

Όσον αφορά την συμμετοχή επιχειρηματιών στην εκπαίδευση πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας στο σχολείο, παρατηρείται ότι το 76,8% των νέων συμφωνούν με την άποψη αυτή, ενώ το 8,4% διαφωνεί. Επίσης, το ποσοστό των ερωτώμενων που θεωρούν ότι στη διαδικασία εκπαίδευσης για θέματα επιχειρηματικότητας που διεξάγεται στην τριτοβάθμια εκπαίδευση πρέπει να συμμετέχουν και επιχειρηματίες είναι 89,5%. Αντίθετα, το 63,2% των ερωτώμενων διαφωνεί με την άποψη ότι οι σπουδές στην τριτοβάθμια εκπαίδευση μπορούν να τους παρέχουν αρκετά εφόδια έτσι ώστε να μπορέσουν να δημιουργήσουν μία επιχείρηση. Μεγάλο είναι το ποσοστό των νέων που θεωρούν ότι η πιθανότητα για αυτοαπασχόληση μπορεί να αυξηθεί μέσω της διαδικασίας εκπαίδευσης σε θέματα επιχειρηματικότητας. Αναφορικά με τις υποδομές που υπάρχουν στην σχολή με σκοπό την υποστήριξη των νέων επιχειρήσεων για τους φοιτητές, μικρό είναι το ποσοστό, της τάξης του 23,2%, το οποίο συμφωνεί με την άποψη πως υπάρχουν τέτοιες υποδομές. Αντίθετα, το 43,6% διαφωνεί με την θέση αυτή, ενώ αρκετοί είναι και εκείνοι, οι οποίοι δεν είναι ενήμεροι σχετικά (30,5%). Επίσης, παρατηρούμε ότι ο μέσος όρος των φοιτητών που φοιτούν στη Διοίκηση Επιχειρήσεων αναφορικά με την δήλωση «Οι σπουδές μου στην τριτοβάθμια εκπαίδευση μου παρέχουν αρκετά εφόδια για τη δημιουργία επιχείρησης» είναι 1,84, ενώ ο μέσος όρος του δείγματος είναι 1,91.

## 5.2 Έλεγχος $\chi^2$

Στην ενότητα αυτή θα προχωρήσουμε σε έλεγχο ανεξαρτησίας, μέσω της στατιστικής  $\chi^2$ , των απαντήσεων των ερωτώμενων στην έρευνα για την πιθανότητα να ιδρύσουν δική τους επιχείρηση μέσα στα επόμενα 5 χρόνια, με βάση εάν κατά τη διάρκεια της δευτεροβάθμιας και

τριτοβάθμιας εκπαίδευσης απέκτησαν αρκετές γνώσεις επάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας και με βάση εάν έχουν παρακολουθήσει κάποιο πρόγραμμα επιχειρηματικότητας.

**Πίνακας 11** Πίνακας συσχετίσεων για ερωτήσεις q7 και q12

			Πόσο πιθανό είναι να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά τα επόμενα 5 χρόνια;				
			Πολύ απίθανο	Μάλλον απίθανο	Ουδέτερο	Μάλλον πιθανό	Πολύ πιθανό
Κατά τη διάρκεια του Γυμνασίου/Λυκείου απέκτησα αρκετές γνώσεις πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας.	Ναι	Πλήθος	3	2	3	1	2

		% within Κατά τη διάρκεια του Γυμνασίου/Λυκείου απέκτησα αρκετές γνώσεις πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας.	27,3%	18,2%	27,3%	9,1%	18,2%
	Όχι	Πλήθος	16	12	19	17	20
		% within Κατά τη διάρκεια του Γυμνασίου/Λυκείου απέκτησα αρκετές γνώσεις πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας.	19,0%	14,3%	22,6%	20,2%	23,8%

Το 27,3% που απέκτησε γνώσεις κατά τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση θεωρεί μάλλον έως πολύ πιθανό να ιδρύσει τη δική του επιχείρηση τα επόμενα 5 χρόνια, ενώ τη ίδια άποψη έχει το 44,0% των ερωτώμενων που θεωρούν ότι οι γνώσεις που απέκτησαν στο γυμνάσιο και στο λύκειο δεν είναι επαρκείς με το p-value του ελέγχου να είναι 0,863, γεγονός που δεν καθιστά την διαφοροποίηση σημαντική. Το αποτέλεσμα αυτό δεν είναι το αναμενόμενο, γεγονός το οποίο μπορεί να οφείλεται στο ότι το ποσοστό των ερωτώμενων που θεωρούν ότι δεν απέκτησαν επαρκείς γνώσεις στο γυμνάσιο και λύκειο βρήκαν άλλους τρόπους για να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με την επιχειρηματικότητα.

**Πίνακας 12** Πίνακας συσχετίσεων για ερωτήσεις q7 και q13

			Πόσο πιθανό είναι να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά τα επόμενα 5 χρόνια;				
			Πολύ απίθανο	Μάλλον απίθανο	Ουδέτερο	Μάλλον πιθανό	Πολύ πιθανό



Κατά τη διάρκεια των σπουδών μου στην τριτοβάθμια εκπαίδευση απέκτησα αρκετές γνώσεις πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας.	Ναι	Πλήθος	13	9	10	11	11
		% within Κατά τη διάρκεια των σπουδών μου στην τριτοβάθμια εκπαίδευση απέκτησα αρκετές γνώσεις πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας.	24,1%	16,7%	18,5%	20,4%	20,4%
	Όχι	Πλήθος	6	5	12	7	11
		% within Κατά τη διάρκεια των σπουδών μου στην τριτοβάθμια εκπαίδευση απέκτησα αρκετές γνώσεις πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας.	14,6%	12,2%	29,3%	17,1%	26,8%

Το 40,8% των ερωτώμενων που θεωρούν ότι απέκτησαν αρκετές γνώσεις κατά την διάρκεια των σπουδών τους στην τριτοβάθμια εκπαίδευση πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας θεωρούν ότι η πιθανότητα να ιδρύσουν δική τους επιχείρηση τα επόμενα 5 χρόνια είναι πολύ μεγάλη. Την ίδια άποψη έχει και το 43,9% που θεωρεί ότι δεν απέκτησε αρκετές γνώσεις επάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας κατά την διάρκεια των σπουδών του στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Το p-value του ελέγχου είναι 0,546, γεγονός που δεν καθιστά σημαντική την διαφοροποίηση. Το αποτέλεσμα αυτό δεν είναι το αναμενόμενο, γεγονός το οποίο μπορεί να οφείλεται στο ότι το ποσοστό των ερωτώμενων που θεωρούν ότι δεν

απέκτησαν επαρκείς γνώσεις στην τριτοβάθμια εκπαίδευση βρήκαν άλλους τρόπους για να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με την επιχειρηματικότητα.

**Πίνακας 13** Πίνακας συσχετίσεων για ερωτήσεις q7 και q14

			Πόσο πιθανό είναι να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά τα επόμενα 5 χρόνια;				
			Πολύ απίθανο	Μάλλον απίθανο	Ουδέτερο	Μάλλον πιθανό	Πολύ πιθανό

Έχετε παρακολουθήσει κάποιο πρόγραμμα επιχειρηματικότητας;	Ναι	Πλήθος	8	5	6	7	10
		% within Έχετε παρακολουθήσει κάποιο πρόγραμμα επιχειρηματικότητας;	22,2%	13,9%	16,7%	19,4%	27,8%
	Όχι	Πλήθος	11	9	16	11	12
		% within Έχετε παρακολουθήσει κάποιο πρόγραμμα επιχειρηματικότητας;	18,6%	15,3%	27,1%	18,6%	20,3%

Το 47,2% των ερωτώμενων που έχει παρακολουθήσει κάποιο πρόγραμμα επιχειρηματικότητας θεωρεί ότι είναι μάλλον έως πολύ πιθανό να ιδρύσει μία δική του επιχείρηση τα επόμενα 5 χρόνια. Ενώ την ίδια άποψη φαίνεται να έχει και το 38,9% αυτών που δεν έχουν παρακολουθήσει κάποιο πρόγραμμα επιχειρηματικότητας. Το p-value του ελέγχου είναι 0,778, γεγονός που δεν καθιστά την διαφοροποίηση ιδιαίτερα σημαντική.

## Συμπεράσματα

Αρχικά σε ότι αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος, το μεγαλύτερο ποσοστό φοιτά είτε σε πεδίο οικονομίας – διοίκησης επιχειρήσεων είτε σε πολυτεχνικές σχολές. Διασπορά καταγράφηκε σε ότι αφορά την επαγγελματική κατάσταση των γονέων των φοιτητών, με σημαντικά ποσοστά να καταγράφονται στο επάγγελμα του ιδιωτικού υπάλληλου και του ελεύθερου επαγγελματία για τον πατέρα, ενώ σημαντικά ποσοστά για την μητέρα εμφανίστηκαν στο επάγγελμα του δημόσιου και ιδιωτικού υπαλλήλου αλλά και των οικιακών.

Εξετάζοντας τα κίνητρα των φοιτητών για την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης, ως σημαντικότερα αναδείχθηκαν η ευκαιρία για εφαρμογή νέων ιδεών, η δυνατότητα εφαρμογής νέων καινοτομιών και η ανάγκη να είναι κάποιος «αφεντικό του εαυτού του». Τα κίνητρα αυτά επαληθεύονται και την υπάρχουσα ερευνητική βιβλιογραφία, η οποία τα αναδεικνύει ως κρίσιμης σημασίας κίνητρα (Douglas&Shepherd, 2002, Hughes, 2003). Αναφορικά με τα πιο σημαντικά κίνητρα που θα πρέπει να διαθέτει ένας επιχειρηματίας αναδεικνύονται η δημιουργικότητα και το όραμα, ενώ ως λιγότερο σημαντικό θεωρείται η ανάληψη ρίσκου.

Όσον αφορά τα αντιληπτά εμπόδια για την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης, ως τέτοια αναδείχθηκαν η αστάθεια του σημερινού οικονομικού περιβάλλοντος και τα μεγάλα κεφάλαια που απαιτούνται για την ίδρυση μίας επιχείρησης. Λιγότερο σημαντικοί λόγοι αποδεικνύονται ο κύκλος γνωριμιών και επαφών καθώς επίσης και οι απαιτούμενες γνώσεις. Τα αποτελέσματα αυτά συνάδουν με τα ευρήματα της ήδη υπάρχουσας βιβλιογραφίας, καθώς τα οικονομικά εμπόδια, η χρηματοδότηση και η έλλειψη κατάλληλων συμβουλευτικών υποδομών θεωρούνται ως τα κυριότερα ανασταλτικά κίνητρα.

Αναφορικά με τις απόψεις για τη συμμετοχή σε εκπαιδευτικά προγράμματα επιχειρηματικότητας, το μεγαλύτερο ποσοστό των φοιτητών θεωρεί ότι δεν έχει λάβει τις απαραίτητες γνώσεις επάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας ούτε κατά τη διάρκεια του Γυμνασίου/Λυκείου, ούτε κατά τη διάρκεια της Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Επίσης μεγάλο ποσοστό θεωρεί ότι στην εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα θα πρέπει να συμμετέχουν και επιχειρηματίες είτε αυτή είναι κατά την δευτεροβάθμια είτε κατά την τριτοβάθμια εκπαίδευση. Σημαντικό φαίνεται να θεωρείται το γεγονός ότι η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα αυξάνει την πιθανότητα για αυτοαπασχόληση. Οι φοιτητές δεν φαίνεται να είναι ενήμεροι σχετικά με κατάλληλες υποδομές σχετικά με την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αλλά είναι αρκετοί και αυτοί που δεν έχουν παρακολουθήσει κάποιο πρόγραμμα επιχειρηματικότητας. Επίσης, αξίζει να σημειωθεί ότι οι γνώσεις περί

επιχειρηματικότητας από την δευτεροβάθμια και τριτοβάθμια εκπαίδευση δεν φαίνεται να παίζουν στατιστικά σημαντικό ρόλο στις αποφάσεις που λαμβάνουν οι νέοι.

Τέλος, είναι αρκετά μεγάλο το ποσοστό που δηλώνει πως αν είχε τα απαραίτητα κεφάλαια και πόρους θα προχωρούσε στην ίδρυση της δικής τους εταιρείας, ενώ σημαντικό ποσοστό πιστεύει ότι τόσο το οικογενειακό/ φιλικό αλλά τόσο και το κοινωνικό του περιβάλλον θα δεχθεί την απόφασή του να δημιουργήσει την δική του επιχείρηση.

## Παράρτημα

### Ερωτηματολόγιο

#### ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ

Παρακαλούμε όπως απαντήσετε με ειλικρίνεια σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις. Οι απαντήσεις σας είναι ανώνυμες και αυστηρά εμπιστευτικές στο πλαίσιο της τήρησης των κανόνων ηθικής και δεοντολογίας που διέπουν τις κοινωνικές έρευνες.

Σας ευχαριστούμε πολύ για το χρόνο και τη συνεργασία σας!

### Ενότητα 1: Δημογραφικά στοιχεία

Q1. Φύλο: Άνδρας  Γυναίκα

Q2. Ηλικία: 18-20  21-23  24-26  άνω των 26

Q3. Αντικείμενο Σπουδών:

Πολυτεχνείο	
Πληροφορική	
Οικονομία-Διοίκηση Επιχειρήσεων	
Ανθρωπιστικές Επιστήμες	
Θετικές Επιστήμες	
Νομική	
Ιατρική	
Τέχνη-Πολιτισμός-MME	
Άλλο.....	

**Q4. Κατάσταση απασχόλησης πατέρα:**

Δημόσιος Υπάλληλος	
Ιδιωτικός Υπάλληλος	
Επιχειρηματίας	
Ελεύθερος Επαγγελματίας	
Αγρότης	
Άνεργος	
Οικιακά	
Άλλο.....	

**Q5. Κατάσταση απασχόλησης μητέρας:**

Δημόσιος Υπάλληλος	
Ιδιωτικός Υπάλληλος	
Επιχειρηματίας	
Ελεύθερος Επαγγελματίας	
Αγρότης	
Άνεργος	
Οικιακά	
Άλλο.....	

**Q6. Τόπος διανομής:**

- Αγροτική περιοχή (<2.000 κατοίκους)
- Ημιαστική περιοχή (2.000-10.000 κατοίκους)
- Αστική περιοχή (>10.000 κατοίκους)

**Ενότητα 2: Αντιλήψεις για την επιχειρηματικότητα**

**Q7. Πόσο πιθανό είναι να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά τα επόμενα 5 χρόνια;**

Πολύ απίθανο  Μάλλον απίθανο  Ουδέτερο  Μάλλον πιθανό  Πολύ πιθανό

**Q8. Πόσο σημαντικά θεωρείτε τα παρακάτω στοιχεία για έναν επιχειρηματία;**

**Παρακαλώ σημειώστε το βαθμό σημαντικότητας κυκλώνοντας τον αντίστοιχο αριθμό (1 – Καθόλου, 2 – Λίγο , 3 – Αρκετά, 4 – Πολύ, 5 – Πάρα πολύ):**

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Όραμα	1	2	3	4	5
Δημιουργικότητα	1	2	3	4	5
Ανάληψη ρίσκου	1	2	3	4	5
Δυναμικότητα	1	2	3	4	5
Διορατικότητα	1	2	3	4	5
Ευελιξία	1	2	3	4	5
Καινοτομία	1	2	3	4	5

**Q9. Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις ακόλουθες προτάσεις;**

**(1 – Διαφωνώ απόλυτα, 2 – Διαφωνώ , 3 – Ούτε συμφωνώ Ούτε διαφωνώ, 4 – Συμφωνώ, 5 – Συμφωνώ απόλυτα):**



	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ Ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Θεωρώ ότι η ιδιότητα του επιχειρηματία συνεπάγεται περισσότερα πλεονεκτήματα παρά μειονεκτήματα	1	2	3	4	5
Θεωρώ την καριέρα του επιχειρηματία ελκυστική	1	2	3	4	5
Αν είχα τη δυνατότητα και τους πόρους θα ήθελα να ξεκινήσω μία επιχείρηση	1	2	3	4	5
Θα λάβω μεγάλη ικανοποίηση εάν γίνω επιχειρηματίας	1	2	3	4	5
Ο επαγγελματικός μου στόχος είναι να γίνω επιχειρηματίας	1	2	3	4	5
Το οικογενειακό/φιλικό μου περιβάλλον θα δεχθεί την απόφασή μου να κάνω την δική μου επιχείρηση	1	2	3	4	5
Το κοινωνικό μου περιβάλλον θα δεχθεί την απόφασή μου να κάνω την δική μου επιχείρηση	1	2	3	4	5

**Q10. Για ποιο λόγο θα διστάζατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά;**

**Παρακαλώ σημειώστε το βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας κυκλώνοντας τον αντίστοιχο αριθμό (1 – Διαφωνώ απόλυτα, 2 – Διαφωνώ , 3 – Ούτε συμφωνώ Ούτε διαφωνώ, 4 – Συμφωνώ, 5 – Συμφωνώ απόλυτα):**

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ Ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Δεν επιθυμώ την	1	2	3	4	5

ανάληψη ρίσκου					
Απαιτούνται μεγάλα κεφάλαια	1	2	3	4	5
Δεν έχω τις απαιτούμενες γνώσεις και ικανότητες	1	2	3	4	5
Δεν έχω το απαιτούμενο δίκτυο επαφών	1	2	3	4	5
Υπάρχει περισσότερη εργασιακή ανασφάλεια συγκριτικά με την εργασία ως μισθωτού σε μια επιχείρηση	1	2	3	4	5
Θα πρέπει να αντιμετωπίσω τον ανταγωνισμό	1	2	3	4	5
Θα πρέπει να αντιμετωπίσω την γραφειοκρατία	1	2	3	4	5
Το σημερινό οικονομικό περιβάλλον είναι ασταθές	1	2	3	4	5

**Q11. Για ποιο λόγο θα σκεφτόσασταν να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά;**

**Παρακαλώ σημειώστε το βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας κυκλώνοντας τον αντίστοιχο αριθμό (1 – Διαφωνώ απόλυτα, 2 – Διαφωνώ, 3 – Ούτε συμφωνώ Ούτε διαφωνώ, 4 – Συμφωνώ, 5 – Συμφωνώ απόλυτα):**

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ Ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Η επιχείρηση θα μου προσφέρει υψηλό εισόδημα	1	2	3	4	5

Η επιχείρηση θα μου προσφέρει κοινωνική καταξίωση	1	2	3	4	5
Επιθυμώ να δουλεύω για τον εαυτό μου και όχι για κάποιον εργοδότη	1	2	3	4	5
Η επιχείρηση θα με βοηθήσει να αξιοποιήσω τα προσόντα μου	1	2	3	4	5
Η επιχείρηση θα μου προσφέρει την ευκαιρία για εφαρμογή νέων ιδεών	1	2	3	4	5
Η οικονομική κρίση δε βοηθά να εργαστώ ως υπάλληλος	1	2	3	4	5
Με την επιχείρηση θα έχω τον έλεγχο της δουλειάς μου	1	2	3	4	5
Η επιχείρηση θα μου προσφέρει την δυνατότητα να εφαρμόσω νέες καινοτομίες	1	2	3	4	5

### Ενότητα 3: Επιχειρηματικότητα και εκπαίδευση

**Q12. Κατά τη διάρκεια του Γυμνασίου/Λυκείου απέκτησα αρκετές γνώσεις πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας.**

Ναι  Όχι

**Q13. Κατά τη διάρκεια των σπουδών μου στην τριτοβάθμια εκπαίδευση απέκτησα αρκετές γνώσεις πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας.**

Ναι  Όχι

**Q14. Έχετε παρακολουθήσει κάποιο πρόγραμμα επιχειρηματικότητας;**

Ναι  Όχι

**Q15. Παρακαλώ να σημειώσετε την άποψή σας για τις παρακάτω προτάσεις:**

	Ναι	Όχι	Δεν ξέρω
--	-----	-----	----------

Στην εκπαίδευση πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας στο σχολείο θα πρέπει να συμμετέχουν και επιχειρηματίες			
Στην εκπαίδευση πάνω σε θέματα επιχειρηματικότητας στην τριτοβάθμια εκπαίδευση θα πρέπει να συμμετέχουν και επιχειρηματίες			
Οι σπουδές μου στην τριτοβάθμια εκπαίδευση μου παρέχουν αρκετά εφόδια για τη δημιουργία επιχείρησης			
Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα αυξάνει την πιθανότητα για αυτοαπασχόληση			
Στην σχολή υπάρχει μία καλή υποδομή για την υποστήριξη των νέων επιχειρήσεων για τους φοιτητές			

## Βιβλιογραφία

- Adams, K. (2006). The sources of innovation and creativity: a paper commissioned by the National Center on Education and the Economy for the New Commission on the Skills of the American Workforce. *Washington DC: National Centre on Education and the Economy*.
- Bloom et al, 1956 , Taxonomy of educational objectives , p. 4
- Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of the entrepreneur. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 39-57.
- Clamp, C. A., & Alhamis, I. (2010). Social entrepreneurship in the Mondragon Co-operative Corporation and the challenges of successful replication. *The Journal of Entrepreneurship*, 19(2), 149-177.
- Dewey, J. (1986, September). Experience and education. In *The Educational Forum* (Vol. 50, No. 3, pp. 241-252). Taylor & Francis Group.
- Drucker, P. F. (2002). The discipline of innovation. *Harvard business review*, 80, 95-104.
- European Opinion Research Group, European Commission. Environment Directorate-General, European Commission. Directorate-General Press, & Communication. (2002). *the attitudes of Europeans towards the environment* (Vol. 58). European Opinon Research Group.
- Gibb & Cotton, 1198 Hakluyt Society, Cambridge
- Global Entrepreneurship Monitor, GEM, What is GEM? Available at <https://gemconsortium.org/>
- Hajidimitriou, Y., & Mourdoukoutas, P. (2002). Window of opportunity in Asia: economic turmoil offers a second chance to EU companies. *European Business Review*, 99(2), 68-79.
- Huisman, J. M. (1985). The Scinaia assemblage (Galaxauraceae, Rhodophyta): a re-appraisal. *Phycologia*, 24(4), 403-418.
- Lodewijks, 1195 "Integration of real-time traffic management and train 1195-1200
- Marks, C. B., Doctorow, M. J., & Wittrock, M. C. (1974). Word frequency and reading comprehension<sup>1</sup>. *The Journal of Educational Research*, 67(6), 259-262.
- Mueller & Toutain, Exploring the Concept of an Entrepreneurship Edycation Ecosystem, 2015
- OECD Better Policies for Better Lives, available at [www.oecd.org](http://www.oecd.org)

- Petrakis, P. E. (2004). Entrepreneurship and risk premium. *Small Business Economics*, 23(2), 85-98.
- Piaget, J. (1952). *The origins of intelligence in children* (M. Cook, Trans.). New York, NY, US.
- Thurow, L. C. (1998). *The future of capitalism: how today's economic forces shape tomorrow's world*. Penguin Books.
- Sipitanou, A., "The development of Continuing, 2005, σελ 224
- Teresa Amabile, *The Social Psychology of Creativity*, 1983
- Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2004). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (Vol. 6). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Valdivia, M., & Karlan, D. (2006). *Teaching Entrepreneurship: Impact of Business Training on Microfinance Clients and Institutions* (No. 941).
- Weber, M. (1958). *Essays in sociology*. A Galaxy Book.
- Welsch, H. P. (Ed.). (2004). *Entrepreneurship: the way ahead*. Psychology Press.
- Ελληνική Δημοκρατία, Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού, ΕΣΠΑ 2007-2013, προσπελάσιμο από <https://2007-2013.espa.gr/>
- Κέντρο ερευνών του πανεπιστημίου Πειραιώς, 2008, προσπελάσιμο από: <http://www.kep.unipi.gr/>
- Λιούκας, Σ. (2013). Καινοτομώ Επιχειρώ. *Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (ΜΚΕ) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, Εκδόσεις ΟΠΑ*.
- Μπουραντάς, Δ. και Παπαλεξανδρή Ν.(2003). *Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων*. σελ 70
- Πονηράκη, Ε. (2017). *Η οικογενειακή επιχειρηματικότητα και το ηλεκτρονικό επιχειρείν* (Master's thesis, Πανεπιστήμιο Πειραιώς).
- Χασσίδ, Ι. (2002). Επιχειρηματικότητα στον ελληνικό Αγροτικό τομέα. *ΤΑΣΕΙΣ, ειδική ετήσια έκδοση*.