

Η επιχειρηματικότητα μέσα από τα μάτια των νέων:



κάτι
αλλάζει



Η ελληνική οικονομία θα επανέλθει στην ανάκαμψη μόνο αν στηρίξει δυναμικά την υγιή επιχειρηματικότητα. Με βάση τη διαπίστωση αυτή, οι τέσσερις οργανισμοί που εκπροσωπούμε αποφάσισαν να διερευνήσουν τις αντιλήψεις των Ελλήνων φοιτητών για την επιχειρηματικότητα, σε μια προσπάθεια να συμβάλουν με τεκμηριωμένα στοιχεία στο δημόσιο διάλογο.

Πιστεύουμε ότι τα ευρήματα της έρευνας είναι εξαιρετικά σημαντικά, καθώς φαίνεται να ανατρέπουν μια σειρά από παγιωμένες αντιλήψεις του παρελθόντος. Η επόμενη γενιά, στη μεγάλη της πλειοψηφία, προβληματίζεται γόνιμα, θέλει να τολμήσει, επιζητά την καινοτομία, ενώ συγχρόνως έχει συνείδηση των αντικειμενικών δυσκολιών αλλά και των προσωπικών ορίων του καθενός. Ζητά περισσότερα ερεθίσματα και πρακτικές δράσεις ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας στα Πανεπιστήμια και στενότερες σχέσεις των σχολών με την επιχειρηματική κοινότητα. Επιθυμεί εντονότερη στήριξη της Πολιτείας, αλλά αποδεχόμενη τα αυστηρά δημοσιονομικά περιθώρια, δίνει έμφαση σε διαρθρωτικές αλλαγές και όχι σε κρατικές ενισχύσεις.

Τα ευρήματα της έρευνας μας οδήγησαν σε μια σειρά από προτάσεις που θεωρούμε ότι θα συμβάλουν στην περαιτέρω βελτίωση αυτής της εικόνας. Τελικό ζητούμενο είναι η επόμενη γενιά να περιλαμβάνει στις τάξεις της, αφενός μια δυναμική ομάδα νέων επιχειρηματιών με όραμα και διάθεση για δημιουργία και, αφετέρου, μια ισχυρή πλειοψηφία που θα αντιμετωπίζει θετικά την επιχειρηματικότητα και θα στηρίζει τις προσπάθειές της.

Η προσπάθειά μας δεν εξαντλείται με αυτήν την έκδοση. Δεσμευόμαστε να εντείνουμε το διάλογο με την Πολιτεία και τους πανεπιστημιακούς φορείς, να εξειδικεύσουμε τις προτάσεις μας και να επαναλάβουμε και να επεκτείνουμε την έρευνα αυτή στο μέλλον.

Η επόμενη γενιά διαθέτει τον προβληματισμό και το όραμα. Δική μας υποχρέωση είναι να της εξασφαλίσουμε τα εφόδια.

Παναγιώτης Ι. Κ. Παπάζογλου
Διευθύνων Σύμβουλος, ΕΥ Ελλάδας

Καθηγητής Κωνσταντίνος Γάτσιος
Πρύτανης, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Χάρης Μακρυνιώτης
Διευθύνων Σύμβουλος, Endeavor Greece

Σίμος Αναστασόπουλος
Πρόεδρος, Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο

Νοέμβριος 2015

«Τα τρία Τ της επιτυχίας:

Ταλέντο, Τόλμη, Τύχη.»

Οδυσσέας Ελύτης, 1911-1996

Περιεχόμενα

Σύνοψη	6
Κεφάλαιο 1 Αντίληψη για την επιχειρηματικότητα	8
Κεφάλαιο 2 Συμμετοχή σε δράσεις επιχειρηματικότητας	14
Κεφάλαιο 3 Πρόθεση για επιχειρηματικότητα	18
Κεφάλαιο 4 Ο ρόλος του κράτους, η υποστήριξη και τα εμπόδια	24
Κεφάλαιο 5 Οι διαφορετικές κατηγορίες φοιτητών όσον αφορά στην επιχειρηματικότητα	28
Κεφάλαιο 6 10+1 προτάσεις για τη στήριξη της επιχειρηματικότητας	36
Ταυτότητα της έρευνας	40
Συνεργάτες & Ευχαριστίες	42

Σύνοψη

Οι μέχρι σήμερα επικρατούσες αντιλήψεις σχετικά με την επιχειρηματικότητα στα Πανεπιστήμια, το προφίλ και τα κίνητρα των επίδοξων επιχειρηματιών, αλλά και τη στήριξη που ζητούν από το κράτος και την κοινωνία, ανατρέπονται πλήρως από τους ίδιους τους φοιτητές. Αυτό προκύπτει από εκτεταμένη έρευνα σε αντιπροσωπευτικό δείγμα **2.222 φοιτητών** που φοιτούν σε περισσότερα από 30 Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα.

Σε ένα περιβάλλον επίμονα υψηλής ανεργίας, οικονομικής στασιμότητας και αβεβαιότητας, εγκαθίσταται στα ελληνικά Πανεπιστήμια ένα εντεινόμενο ρεύμα υποστήριξης της επιχειρηματικότητας.

Οι Έλληνες σπουδαστές εμφανίζονται ιδιαίτερα θετικοί σε σχέση με την επιχειρηματικότητα ως προοπτική, ταυτόχρονα όμως δηλώνουν σκεπτικοί απέναντι στην επικρατούσα τάξη των επιχειρηματιών. Περισσότερο από το 30% των φοιτητών δηλώνουν πρόθεση έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Εστιασμένο στη χρήση της τεχνολογίας, στην καινοτομία και την εξωστρέφεια, και με έμφαση σε τομείς που αξιοποιούν πλεονεκτήματα της χώρας, το προφίλ των πιθανών επιχειρηματιών εγχειρημάτων έρχεται σε αντίθεση με το μέχρι σήμερα εσωστρεφές μοντέλο ανάπτυξης. Η παραδοσιακή κυριαρχία της εστίασης φαίνεται για πρώτη φορά να αμφισβητείται από την επερχόμενη γενιά επιχειρηματιών.

Οι νέοι προβάλλουν τη δημιουργικότητα και τη διάθεση για ανεξαρτησία -και όχι την έλλειψη εναλλακτικών-, ως τα κύρια κίνητρα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Ενώ παραμένει ισχυρός ο φόβος αποτυχίας, θεωρείται πλέον ευκαιρία για μάθηση.

Παρότι συμμετέχουν σε κάποιο βαθμό σε ενημερωτικές εκδηλώσεις και μαθήματα επιχειρηματικότητας, οι φοιτητές θεωρούν ότι το Πανεπιστήμιο δεν τους προετοιμάζει επαρκώς για ένα επιχειρηματικό ξεκίνημα. Ζητούν στενότερη επαφή με την αγορά εργασίας, οργανωμένη πρακτική άσκηση σε εταιρείες ώριμες αλλά και startup, προγράμματα προσομοίωσης επιχειρηματικής δραστηριότητας, συχνότερες συναντήσεις με πραγματικά επιτυχημένους επιχειρηματίες. Στη συντριπτική τους πλειοψηφία, τα αιτήματα των

φοιτητών δε συνεπάγονται οικονομική επιβάρυνση του κράτους, αλλά «άνοιγμα» προς τον κόσμο των υγιών επιχειρηματικών προτύπων. Οι νέοι ζητούν πρακτική γνώση και πραγματική εικόνα της αγοράς, και όχι προγράμματα βασισμένα στη θεωρία.

Και σε ό,τι αφορά στο περιβάλλον: οι Έλληνες σπουδαστές θεωρούν το κράτος εχθρικό προς την επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, σε αντίθεση με τις μέχρι σήμερα επικρατούσες αντιλήψεις, ζητούν από το κράτος έμφαση στις μεταρρυθμίσεις και την εμπέδωση κλίματος σταθερότητας, και λιγότερο άμεσες οικονομικές ενισχύσεις. Σαφώς το χρηματοδοτικό τονίζεται ως το σημαντικότερο εμπόδιο για την έναρξη μιας επιχείρησης, αλλά δεν αναμένεται από το κράτος να είναι ο άμεσος χρηματοδότης (π.χ., μέσω επιδοτήσεων) όπως ίσχυε μέχρι πρόσφατα.

Ταυτόχρονα με τη συνολική τάση που παρατηρείται στα ελληνικά Πανεπιστήμια, εξακολουθούν να ενυπάρχουν διαφορετικές ομάδες εντός της φοιτητικής κοινότητας:

Οι πρεσβευτές της αλλαγής:

10% των φοιτητών δηλώνει πολύ θετικό απέναντι στην επιχειρηματικότητα, συμμετέχει ενεργά σε σχετικές δραστηριότητες, έχει ήδη εκδηλώσει έμπρακτη πρόθεση έναρξης επιχείρησης.

Οι δυνητικοί παίκτες:

19% των φοιτητών είναι επίσης θετικοί απέναντι στην επιχειρηματικότητα, έχουν ξεκινήσει να εμπλέκονται σε κάποιες δράσεις, αν και όχι σε μεγάλο βαθμό, και δηλώνουν υψηλή πρόθεση να γίνουν επιχειρηματίες.

Οι υποστηρικτές:

60% των φοιτητών είναι θετικοί, συμμετέχουν, δείχνουν διάθεση να ακολουθήσουν την ευρύτερη τάση, αλλά όχι να ηγηθούν της αλλαγής. Οι μισοί από αυτούς δεν αποκλείουν την προοπτική του επιχειρηματία κάποια στιγμή στο μέλλον.

Οι σκεπτικιστές:

11% των φοιτητών είναι αρνητικοί, δε συμμετέχουν και δεν προτίθενται να εμπλακούν σε επιχειρηματική δραστηριότητα.

Σε ένα περιβάλλον απουσίας διαθέσιμων πόρων, είναι προφανές ότι ο ρόλος του κράτους και των εμπλεκόμενων φορέων πρέπει να εστιαστεί σε στοχευμένες και πρακτικές παρεμβάσεις που δεν συνεπάγονται οικονομικό βάρος.

Η έρευνα αυτή καταλήγει σε μια σειρά από αναλυτικές προτάσεις οι οποίες κινούνται σε δέκα βασικούς άξονες:

1. Ενίσχυση της επιχειρηματικής αντίληψης στα Πανεπιστήμια
2. Ενθάρρυνση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών των φοιτητών
3. Ενεργή στήριξη νέων επιχειρηματικών σχημάτων από τα Πανεπιστήμια
4. Σύνδεση των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων με την επιχειρηματική κοινότητα
5. Τόνωση της εξωστρέφειας και της διεθνούς δικτύωσης
6. Αξιοποίηση της ακαδημαϊκής έρευνας
7. Καθιέρωση ευέλικτων εταιρικών δομών και διαδικασιών
8. Βελτίωση του χρηματοδοτικού πλαισίου
9. Προώθηση εναλλακτικών μορφών χρηματοδότησης
10. Θέσπιση ευέλικτου φορολογικού πλαισίου

Μία νέα αντίληψη για την επιχειρηματικότητα γεννιέται στα ελληνικά Πανεπιστήμια, προερχόμενη από τους ίδιους τους φοιτητές και υποστηριζόμενη από συγκεκριμένους ακαδημαϊκούς και φορείς. Η νέα αυτή αντίληψη μπορεί να υποστηρίξει στην πράξη τη μετάβαση σε ένα νέο βιώσιμο μοντέλο ανάπτυξης για την Ελλάδα, το οποίο θα αξιοποιεί συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας και θα είναι ικανό να δημιουργεί πολλές ποιοτικές και καλά αμειβόμενες θέσεις εργασίας. Αυτό που λείπει δεν είναι τόσο οι οικονομικές παρεμβάσεις από την πλευρά του κράτους, όσο η στενότερη επαφή φοιτητών και υγιών επιχειρηματιών προσπαθειών εντός και εκτός Πανεπιστημίων, οι στοχευμένες θεσμικές παρεμβάσεις σε θέματα γραφειοκρατίας και διαφθοράς και η εμπέδωση ενός κλίματος σταθερότητας που, αν μη τι άλλο, δε θα αποθαρρύνει την υγιή επιχειρηματική δραστηριότητα.

Αντίληψη για την επιχειρηματικότητα

Κατά τις τελευταίες δεκαετίες, η ελληνική κοινωνία είχε υιοθετήσει μια έντονα επιφυλακτική έως και απαξιακή στάση απέναντι στην επιχειρηματικότητα. Στον αντίποδα, ο δημόσιος τομέας πρόβαλε ως «εγγυητής» της ευημερίας, της οικονομικής ανάπτυξης και της απασχόλησης των νέων που εισέρχονταν στην αγορά εργασίας.

Το κλίμα αυτό ήταν ιδιαίτερα έντονο στα ελληνικά Πανεπιστήμια, όπου η έννοια της επιχειρηματικότητας αντιμετωπιζόταν με δυσπιστία και η συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα θεωρείτο περιττή, αν όχι και επικίνδυνη.

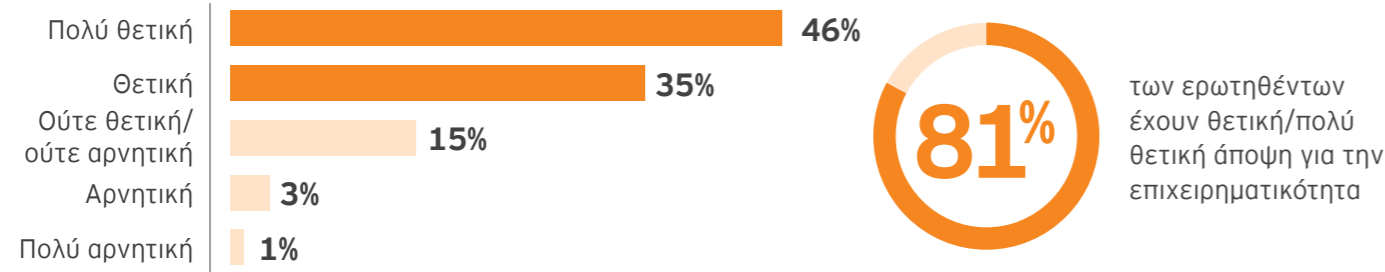
Η έρευνά μας ανατρέπει αυτή την εικόνα. Οι Έλληνες φοιτητές, στη μεγάλη τους πλειοψηφία, φαίνεται να έχουν διαφοροποιηθεί από την παγιωμένη αντίληψη, η οποία απέδιδε σαφώς αρνητικό πρόσημο στην έννοια της επιχειρηματικότητας. Το 81% των φοιτητών του δείγματος έχει θετική ή πολύ θετική άποψη για την επιχειρηματικότητα, έναντι μόλις του 4% που έχει αρνητική ή πολύ αρνητική άποψη. Η αποδαιμονοποίηση αυτή μπορεί να αποδοθεί στην οικονομική κρίση και την ανάγκη για επενδύσεις και νέα επιχειρηματικότητα, καθώς και στην αντίστοιχη απομυθοποίηση του κράτους και των απεριόριστων δυνατοτήτων του.

Οι Έλληνες φοιτητές, στη μεγάλη τους πλειοψηφία, φαίνεται να έχουν διαφοροποιηθεί από την παγιωμένη αντίληψη η οποία απέδιδε σαφώς αρνητικό πρόσημο στην έννοια της επιχειρηματικότητας.

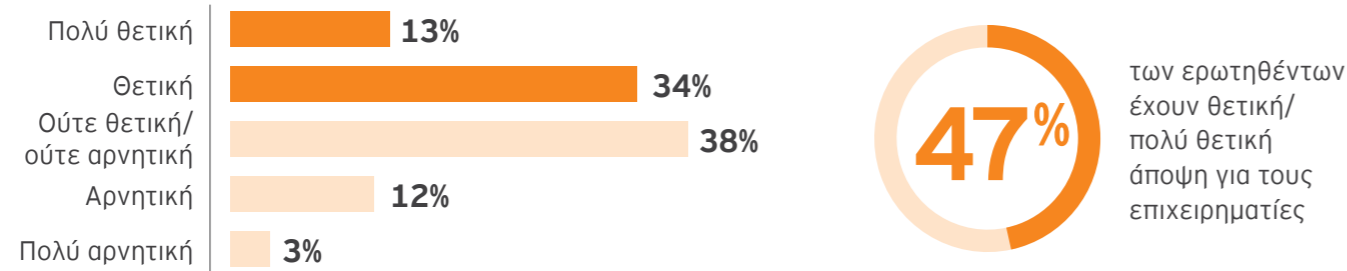
Οι συμμετέχοντες στην έρευνα κλήθηκαν, επίσης, να προσδιορίσουν τα χαρακτηριστικά που αποδίδουν σε έναν επιτυχημένο επιχειρηματία. Οι απαντήσεις ενισχύουν τη θετική εικόνα και την προσμονή για την υγιή επιχειρηματικότητα, καθώς οι φοιτητές επέλεξαν κυρίως θετικά χαρακτηριστικά (όραμα, δημιουργικότητα, ανάληψη ρίσκου, επιμονή, πάθος και ομαδικότητα). Τα αρνητικά στοιχεία (αλαζονεία,

εγωισμός, απουσία ηθικών φραγμών) συγκέντρωσαν αισθητά λιγότερες προτιμήσεις. Είναι πολύ θετικό ότι οι φοιτητές δεν υιοθετούν την «κυνική» αντίληψη, σύμφωνα με την οποία στον επιχειρηματικό στίβο επικρατούν κατ' ανάγκη οι αδίστακτοι, αλλά οι οραματιστές και αυτοί που διαθέτουν ομαδικότητα και το πάθος της δημιουργίας.

Η άποψη σας για την επιχειρηματικότητα



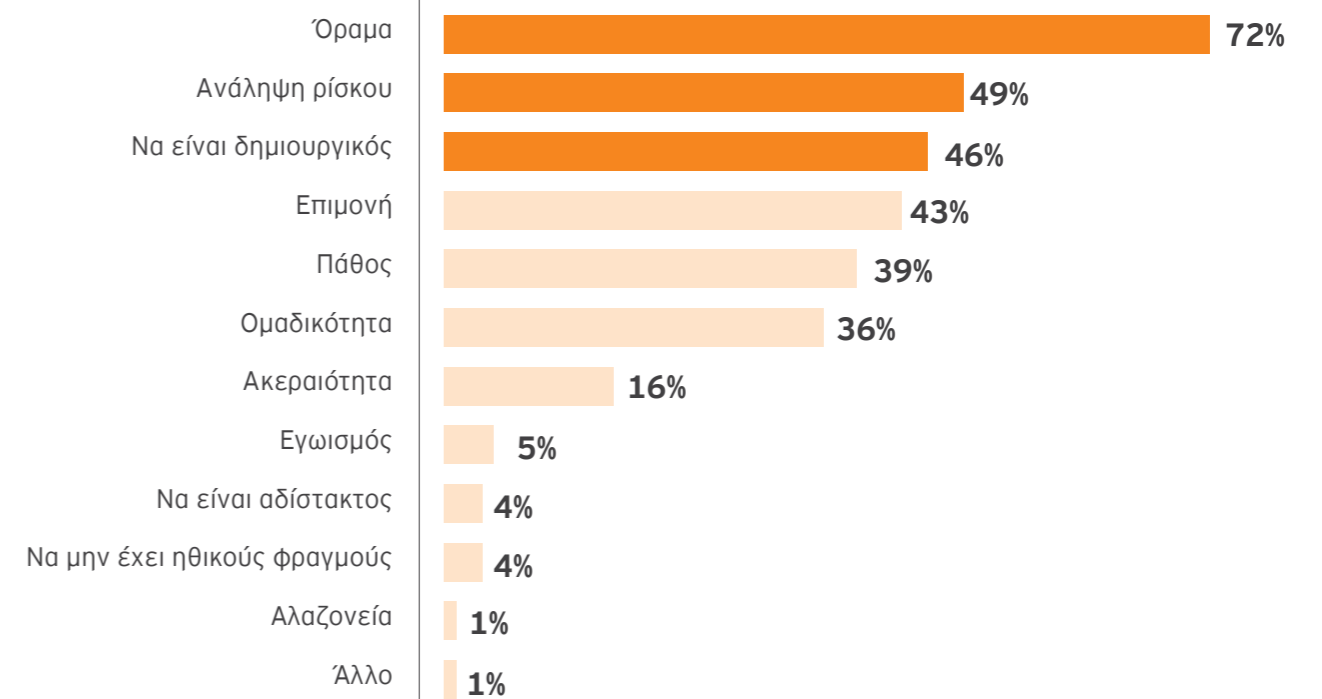
Η άποψη σας για τους επιχειρηματίες



Πιο ισορροπημένη, είναι η αντίστοιχη θεώρηση των φοιτητών για τους επιχειρηματίες. Θετική άποψη εκφράζει το 47% και αρνητική το 15%, ενώ τέσσερις στους δέκα φοιτητές (38%) αποφεύγουν να τοποθετηθούν με μια θετική ή αρνητική άποψη. Η αντιδιαστολή αυτή οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι Έλληνες φοιτητές, ενώ αναγνωρίζουν τη σημασία της επιχειρηματικότητας

στη σημερινή κρίσιμη συγκυρία, δεν έχουν πεισθεί ότι οι Έλληνες επιχειρηματίες έχουν σταθεί, ως σύνολο, στο ύψος των περιστάσεων. Αυτό πιθανώς σχετίζεται με τις περιπτώσεις διαφθοράς και διαπλοκής, καθώς και με τη δημιουργία απλοϊκών επιχειρηματικών μοντέλων που δε συνεπάγονταν σοβαρές επενδύσεις σε καινοτομία και έρευνα.

Χαρακτηριστικά ενός επιτυχημένου επιχειρηματία



Ερώτηση πολλαπλών απαντήσεων

Ομαδικότητα Πάθος Ακεραιότητα
Όραμα Ρίσκο
 Εγωισμός
 Επιμονή Δημιουργικότητα

Σημαντικότεροι λόγοι για ίδρυση επιχείρησης

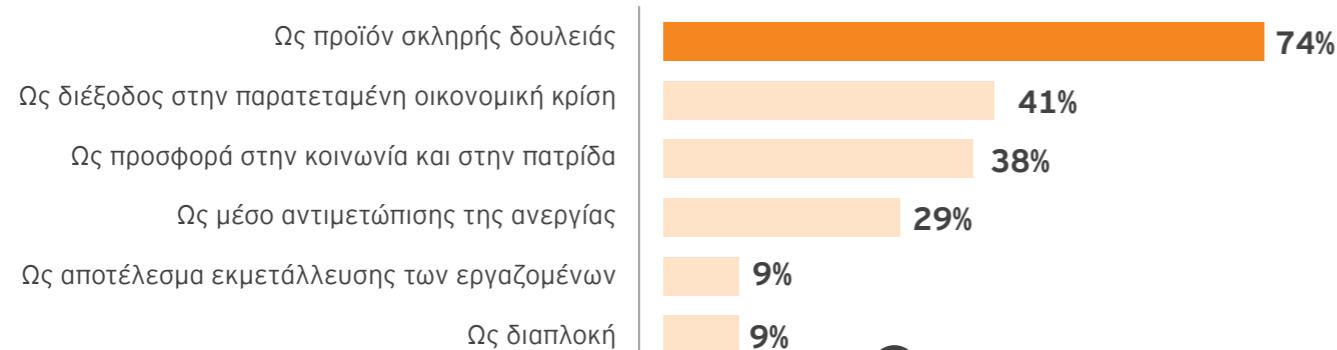


Ερώτηση πολλαπλών απαντήσεων

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι απόψεις των Ελλήνων φοιτητών για την επιχειρηματική επιτυχία. Είναι χαρακτηριστικό ότι τρεις στους τέσσερις φοιτητές πιστεύουν ότι είναι αποτέλεσμα σκληρής δουλειάς. Ένα πολύ σημαντικό ποσοστό αναγνωρίζει ότι αποτελεί προσφορά στην κοινωνία και τη χώρα και συμβάλλει στην αντιμετώπιση της ανεργίας, γεγονός που

σχετίζεται με την παρούσα οικονομική κρίση, παρότι στην προηγούμενη ερώτηση δεν αναγνώρισαν τα στοιχεία αυτά ως κίνητρα των επιχειρηματιών. Τέλος, ένας μικρός αριθμός που δεν ξεπερνά το 10%, συνδέει την επιτυχία με έντονα αρνητικά χαρακτηριστικά όπως τη διαπλοκή και την εκμετάλλευση των εργαζομένων.

Αντιλήψεις για την επιχειρηματική επιτυχία



Ερώτηση πολλαπλών απαντήσεων



Κατά βάση θετικά είναι και τα κίνητρα που αναφέρονται στην ίδρυση μιας επιχείρησης, με τη δυνατότητα για δημιουργία του νέου (προϊόν, υπηρεσία, εγκαταστάσεις, διαδικασίες, οργάνωση κ.λπ.), να συγκεντρώνει τις περισσότερες προτιμήσεις. Οι καθαρά οικονομικοί λόγοι (δημιουργία πλούτου και ευκαιρία αύξησης εισοδήματος) κατατάσσονται αθροιστικά στη δεύτερη θέση, με το θέμα της ανεργίας να είναι ευκρινές και καθόλου αμελητέο, και η επιδίωξη μεγαλύτερης ανεξαρτησίας

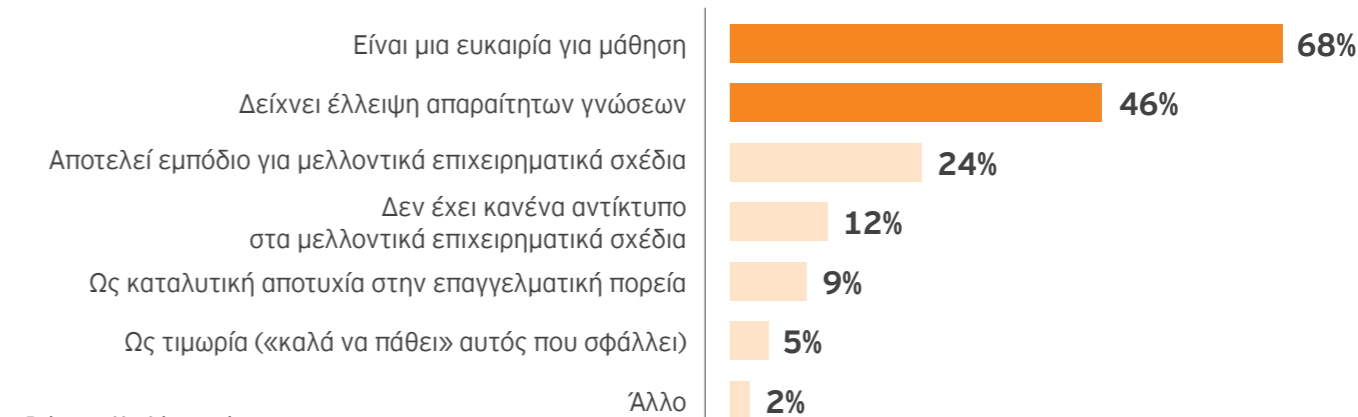
(που συνδέεται με την ιδιοσυγκρασία του Έλληνα) στην τρίτη. Σχετικά λίγοι φοιτητές αναγνωρίζουν αλτρουιστικά κίνητρα στους επιχειρηματίες, ενώ είναι χαρακτηριστικό ότι ελάχιστοι θεωρούν ότι η ιδιότητα του επιχειρηματία προσδίδει κύρος και κοινωνική θέση. Σίγουρα η έρευνα προσδιορίζει για το μέλλον την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και όχι ανάγκης, ανατρέποντας το μέχρι τώρα μοτίβο των νέων ελληνικών επιχειρήσεων.



Με δεδομένη την αυστηρότητα με την οποία αντιμετωπίζεται η επιχειρηματική αποτυχία από την ελληνική νομοθεσία και, σε μεγάλο βαθμό, από την κοινωνία γενικότερα, εξαιρετικό ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι αντιλήψεις των φοιτητών σχετικά με το κρίσιμο αυτό ζήτημα. Ένας πολύ σημαντικός αριθμός φοιτητών την αντιμετωπίζει θετικά, ως ευκαιρία για μάθηση,

κάτι που ισχύει σε όλες τις ανεπτυγμένες χώρες που υποστηρίζουν ουσιαστικά τη νεανική καινοτομία επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, πολλοί την βλέπουν και ως συνέπεια έλλειψης γνώσεων, γεγονός που αναδεικνύει την ανάγκη προσφοράς περισσότερων εξειδικευμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων με έμφαση στην πράξη και τον πειραματισμό. Διχασμένες

Αντιλήψεις για την επιχειρηματική αποτυχία



Ερώτηση πολλαπλών απαντήσεων

είναι οι απαντήσεις ως προς τις συνέπειες μιας αποτυχίας, καθώς περισσότεροι εκτιμούν ότι αποτελεί εμπόδιο για μελλοντικές επιχειρηματικές προσπάθειες, έναντι όσων πιστεύουν ότι δεν έχει αντίκτυπο σε μελλοντικά σχέδια. Γεγονός είναι ότι συναθροζόμενες

οι αναφορές στις έννοιες «καταλυτική αποτυχία», «μελλοντικό εμπόδιο» και «τιμωρία» φανερώνουν ένα σοβαρό προβληματισμό ως προς τις συνέπειες μιας ενδεχόμενης αποτυχίας.

Ο επιχειρηματίας πρότυπο

Ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες στην έρευνα να κατονομάσουν τον επιχειρηματία, Έλληνα ή ξένο, που θεωρούν πρότυπό τους. Οι απαντήσεις φωτίζουν σε μεγάλο βαθμό την αντίληψη των φοιτητών για τον ιδανικό επιχειρηματία.

Στην περίπτωση των διεθνών επιχειρηματιών, φαίνεται να κυριαρχεί ένα βασικό κριτήριο: Επιχειρηματίες με όραμα, οι οποίοι προχώρησαν με επιτυχία στον πλήρη μετασχηματισμό της αγοράς στην οποία δραστηριοποιήθηκαν. Είναι αυτονόητο ότι κυριαρχούν τα μεγάλα ονόματα από το χώρο της πληροφορικής, όπως οι ιδρυτές της Microsoft, της Apple, του Facebook, και της Google. Συνυπάρχουν, όμως, και οι επιχειρηματίες που τάραξαν τα νερά στις αερομεταφορές (Richard Branson-Virgin), το χώρο της ένδυσης (Amancio Ortega-Inditex Group) και της λιανικής πώλησης (Jeff Bezos-Amazon.com), ο Elon Musk, ιδρυτής της Tesla Motors, της PayPal και της SpaceX, αλλά και ο John Bird, εκδότης του Big Issue που εκπροσωπεί την κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Τα κριτήρια επιλογής στην περίπτωση των Ελλήνων επιχειρηματιών είναι πιο σύνθετα, αντανακλώντας σε κάποιο βαθμό ορισμένες από τις αντιφάσεις του ελληνικού επιχειρείν. Σε υψηλές θέσεις στην κατάταξη βρίσκονται ορισμένα από τα εμβληματικά ονόματα της ελληνικής επιχειρηματικής ιστορίας με διεθνή παρουσία, όπως του Α. Ωνάση, του Σ. Νιάρχου, και των οικογενειών Λάτση και Βαρδινογιάννη. Υπάρχουν, επίσης, ονόματα επιτυχημένων επιχειρηματιών των οποίων οι εταιρείες αναπτύχθηκαν δυναμικά, αναδιατάσσοντας συχνά την αγορά τους, όπως οι: οικογένεια Σκλαβενίτη, Ι. Παπαδοπούλου, Γ. Γεράρδος (Πλαίσιο), Α. Βακάκης (Jumbo), Θ. Βασιλάκης (Aegean Airlines), Μ. Βερέμης (Upstream), Γ. Χατζηγεωργίου (skroutz.gr) και Δ. Μασούτης. Επιπλέον, ξεχωρίζουν και επιχειρηματίες με έντονη εξωστρέφεια και επιτυχημένα, πρωτοπόρα brands, όπως οι Γ. Κορρές, Π. Ευμορφίδης (Cocomat), Νίκος & Νίκη Κουτσιανά (Arivita) και Σ. Θεοδωρόπουλος (Chirita). Στην κατάταξη υπάρχουν, επίσης, επιχειρηματίες στους οποίους η κοινωνία αποδίδει ένα έντονο κοινωνικό πρόσημο ή και επιτυχημένες πρακτικές που συχνά αποστασιοποιούνται από τους καθιερωμένους κανόνες του επιχειρείν. Από την κατάταξη δε λείπουν και επιχειρηματίες οι οποίοι αναπτύχθηκαν στη σκιά του δημόσιου τομέα.



Συμμετοχή σε δράσεις επιχειρηματικότητας

Η έρευνα, μέσα από μια σειρά ερωτήσεων, επιχειρεί να εξετάσει το βαθμό στον οποίο τα ελληνικά Πανεπιστήμια προετοιμάζουν τους φοιτητές για τον επιχειρηματικό στίβο, αφενός μέσω μαθημάτων επιχειρηματικότητας, και αφετέρου μέσω παράλληλων δράσεων ανάπτυξης επιχειρηματικού πνεύματος. Παράλληλα εξετάζει σε ποιο βαθμό οι φοιτητές εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες αυτές συμμετέχοντας στις αντίστοιχες δραστηριότητες, καθώς και ποιες δράσεις θεωρούν οι ίδιοι σημαντικές.

Πρέπει να τονισθεί ότι οι φοιτητές του δείγματος προέρχονται από ένα ευρύ φάσμα Πανεπιστημιακών Σχολών και συνεπώς οι απαντήσεις διαφοροποιούνται σημαντικά ανάλογα με τη σχολή φοίτησης.

Ωστόσο, προκύπτουν ορισμένα βασικά σημαντικά συμπεράσματα.

Ως προς την παρακολούθηση μαθημάτων σχετικών με την επιχειρηματικότητα, οι φοιτητές εμφανίζονται μοιρασμένοι. Λίγο περισσότεροι από ένας στους τρεις αναφέρουν ότι παρακολουθούν πολύ ή πάρα πολύ σχετικά μαθήματα, ενώ οριακά περισσότεροι (39%) λίγο ή καθόλου. Η μεγάλη πλειοψηφία των ΑΕΙ/ΑΤΕΙ προσφέρουν μαθήματα για την επιχειρηματικότητα, άρα αρνητικά ποσοστά πιθανόν σχετίζονται με την προσφορά των μαθημάτων αυτών από περιορισμένο αριθμό τμημάτων/σχολών.

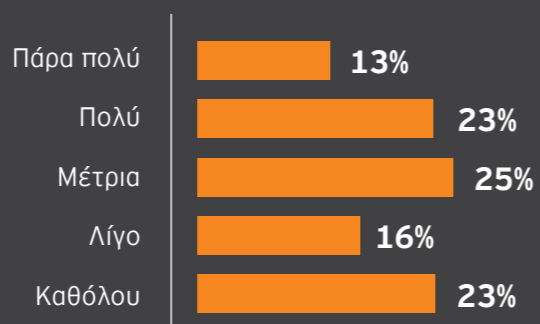
Αντίστοιχα είναι τα ποσοστά των απαντήσεων σχετικά με τη συμμετοχή σε ενημερωτικές εκδηλώσεις που συνδέονται με την επιχειρηματικότητα. Δεδομένου ότι οι ενημερωτικές εκδηλώσεις είναι ανοικτές σε όλους τους φοιτητές, τα ποσοστά των απαντήσεων υποδηλώνουν ότι δε γίνονται αρκετές ή δεν υπάρχει

σωστή και μεθοδική πληροφόρηση και αντίστοιχο ενδιαφέρον από τους φοιτητές.

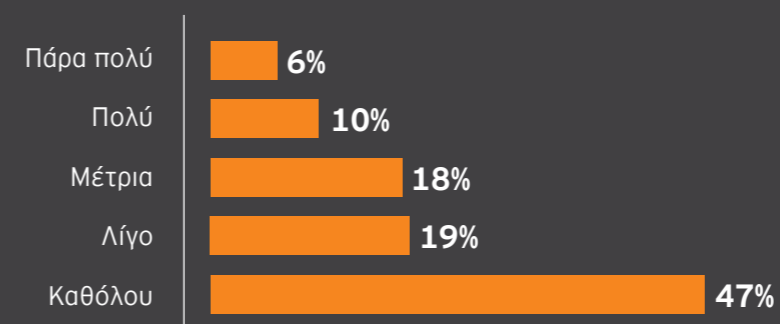
Λιγότερο ενθαρρυντικά είναι τα ευρήματα σε σχέση με τη συμμετοχή σε διαγωνισμούς, όπου μόλις το 16% αναφέρει συστηματική συμμετοχή. Βέβαια, το γεγονός ότι ένας στους δύο έχει συμμετάσχει σε κάποιο διαγωνισμό καταδεικνύει το σημαντικό ρόλο που έχουν παίξει οι ΜΟΚΕ (Μονάδες Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας) των ΑΕΙ/ΑΤΕΙ αλλά και άλλοι φορείς που οργανώνουν φοιτητικούς διαγωνισμούς (π.χ. ennovation).

Εντονότερα αρνητική είναι η εικόνα ως προς τη συμμετοχή σε θερμοκοιτίδες, καθώς μόνο το 8% συμμετέχει συστηματικά, ενώ σχεδόν δύο στους τρεις δε συμμετέχουν καθόλου.

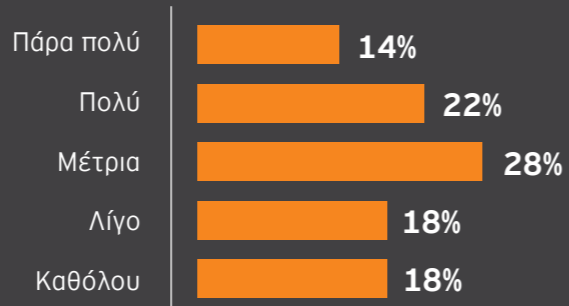
Παρακολούθηση μαθημάτων επιχειρηματικότητας



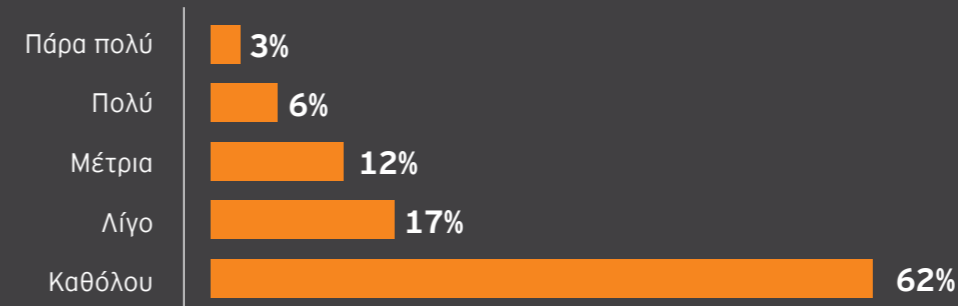
Συμμετοχή σε διαγωνισμούς



Συμμετοχή σε εκδηλώσεις



Συμμετοχή σε θερμοκοιτίδες



Οι φοιτητές κλήθηκαν, επίσης, να αναφέρουν ποιες δράσεις θεωρούν οι ίδιοι ως σημαντικότερες για την ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος στο πλαίσιο του Πανεπιστημίου. Είναι ενδιαφέρον ότι τις περισσότερες προτιμήσεις συγκέντρωσαν δράσεις με έντονο πρακτικό στοιχείο και οι οποίες προϋποθέτουν στενότερη συνεργασία των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων με την επιχειρηματική κοινότητα. Έτσι, πιο δημοφιλής επιλογή ήταν η πρακτική άσκηση, ακολουθούμενη από πρακτικές ασκήσεις προσομοίωσης εικονικών επιχειρήσεων, ενώ αρκετοί ανέδειξαν και την ανάγκη συναντήσεων με επιτυχημένους επιχειρηματίες. Μια

σειρά από απαντήσεις ανέδειξαν επίσης την ανάγκη εξειδικευμένων προγραμμάτων για την οργάνωση μιας επιχείρησης (π.χ. πωλήσεις), για τη σε βάθος γνώση επιμέρους κλάδων (π.χ. ψηφιακή επιχειρηματικότητα, κοινωνική επιχειρηματικότητα κ.λπ.), αλλά και τη σφαιρική γνώση που προσφέρουν ολοκληρωμένα προγράμματα MSc/MBA. Είναι σημαντικό ότι, στην πλειοψηφία τους, οι δράσεις που προτείνονται από τους φοιτητές δεν απαιτούν δαπάνη υλοποίησης, αλλά στηρίζονται στην καλύτερη επικοινωνία ακαδημαϊκής και επιχειρηματικής κοινότητας.

Σημαντικότερες δράσεις ανάπτυξης του επιχειρηματικού πνεύματος στο Πανεπιστήμιο

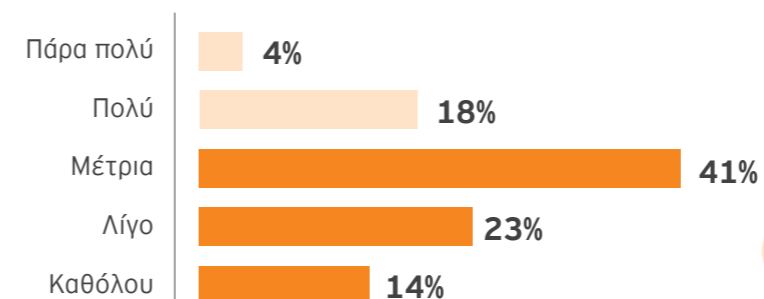


Ερώτηση πολλαπλών απαντήσεων

Στην πλειοψηφία τους, οι φοιτητές δεν εμφανίζονται ικανοποιημένοι ως προς το βαθμό στον οποίο το ελληνικό Πανεπιστήμιο τους δίνει τα εφόδια για μια επιχειρηματική σταδιοδρομία. Περίπου δύο στους δέκα θεωρούν την προετοιμασία ικανοποιητική, ενώ τέσσερις στους δέκα τη θεωρούν μέτρια, και αντίστοιχο ποσοστό τη θεωρεί ανεπαρκή. Άρα παρότι λειτουργούν οι ΜΟΚΕ στην πλειοψηφία των ΑΕΙ/ΑΤΕΙ, θα πρέπει να αναδειχθούν βέλτιστες πρακτικές και να μεταφερθούν με συστηματικό τρόπο από ΑΕΙ που ακολουθούν

ολοκληρωμένη στρατηγική στο θέμα αυτό σε όλη την ακαδημαϊκή κοινότητα, με την αντίστοιχη βέβαια χρηματοδότηση από την Πολιτεία και σε συνεργασία με φορείς που έχουν πρόσβαση σε χρηματοδότηση, επιχειρηματική ανάπτυξη, διεθνή δικτύωση κ.λπ.

Βαθμός στον οποίο η φοίτηση στο Πανεπιστήμιο προετοιμάζει για να γίνει κάποιος επιχειρηματίας



Το ζήτημα της συμμετοχής των φοιτητών στα προγράμματα εκείνα που θεωρείται ότι προετοιμάζουν ένα νέο για επιχειρηματική δράση, αλλά και της διαθεσιμότητας παρόμοιων προγραμμάτων στα Πανεπιστήμια είναι κρίσιμο, διότι συναρτάται άμεσα με την πρόθεση των νέων να ξεκινήσουν μια επιχείρηση, όπως καταγράφεται στο επόμενο κεφάλαιο.

Η έρευνα διαπίστωσε ότι υψηλή συμμετοχή στα προγράμματα αυτά συνδέεται με θετικότερη αντίληψη για την επιχειρηματικότητα και υψηλότερα επίπεδα πρόθεσης δημιουργίας επιχείρησης. Επίσης, διαπιστώθηκε ότι σε σχολές με λιγότερα ερεθίσματα και περιορισμένες πρωτοβουλίες αποτυπώνεται λιγότερο θετική αντίληψη για την επιχειρηματικότητα. Η σχέση αυτή θα μπορούσε να έχει δυο ερμηνείες: Η προφανής εκδοχή είναι ότι μεγαλύτερη έκθεση των φοιτητών σε ένα ευρύ φάσμα προγραμμάτων επιχειρηματικότητας ενισχύει την πρόθεση να τολμήσουν ένα επιχειρηματικό βήμα. Η αντίστροφη εκδοχή, ότι δηλαδή οι

νέοι που έχουν ήδη την προδιάθεση να ασχοληθούν με τις επιχειρήσεις επιλέγουν σχολές με μεγάλη διαθεσιμότητα τέτοιων προγραμμάτων φαίνεται λιγότερο πιστευτή, λαμβάνοντας υπόψη τους πολλαπλούς παράγοντες που υπεισέρχονται κατά την επιλογή σχολής από έναν υποψήφιο (βάσεις, βαθμολογία, ενδιαφέρον για συγκεκριμένο γνωστικό αντικείμενο, απόσταση, οικονομική κατάσταση κ.λπ.). Άρα θα πρέπει να ενισχυθούν δομές νεανικής επιχειρηματικής ανάπτυξης που καλύπτουν όλη την Πανεπιστημιακή κοινότητα, για καλύτερη αξιοποίηση των πόρων και συντονισμό δράσεων. Επίσης θα πρέπει να ενθαρρυνθούν κοινές δράσεις Πανεπιστημίων ή/ και σχολών που προσφέρουν συμπληρωματικές γνώσεις/ δεξιότητες/ τεχνογνωσία, όπως ένα Οικονομικό με ένα Γεωπονικό ΑΕΙ. Τέλος, θα πρέπει να δημιουργηθούν θερμοκοιτίδες/ επιταχυντές σε συνεργασία με επιχειρηματικούς και άλλους φορείς που έχουν πρόσβαση σε επαγγελματικό know-how για χρηματοδότηση, οργάνωση και ανάπτυξη.



Πρόθεση για επιχειρηματικότητα

Η θετική προσέγγιση των φοιτητών απέναντι στην έννοια της επιχειρηματικότητας δεν είναι μόνο θεωρητική. Οι φοιτητές του δείγματος ρωτήθηκαν αν έχουν αντιμετωπίσει σοβαρά τη σκέψη της ίδρυσης μιας δικής τους επιχείρησης. Πάνω από τέσσερις στους δέκα ανέφεραν ότι το έχουν σκεφτεί «πάρα πολύ» ή «αρκετά».

Προχωρώντας ένα βήμα ακόμη, διερευνήθηκε κατά πόσον η σκέψη μεταφράζεται σε πρόθεση. Στο

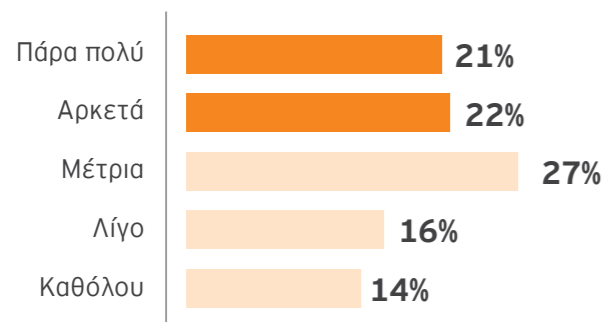
ερώτημα αν έχουν την πρόθεση να ξεκινήσουν μια επιχειρηματική προσπάθεια στο άμεσο μέλλον, οι φοιτητές εμφανίστηκαν πιο συγκρατημένοι, αλλά πάντα θετικοί. Τρεις στους δέκα εμφανίζονται αρκετά έως πάρα πολύ αποφασισμένοι, που σημαίνει ότι έχουν κάνει ήδη μια διερεύνηση τουλάχιστον ως προς το είδος της επιχείρησης και τον κλάδο δραστηριοποίησης.

Τα ευρήματα αυτά είναι εντυπωσιακά, αν ληφθεί υπόψη ότι η έρευνα διεξήχθη σε μια περίοδο ιδιαίτερα φορτισμένη, υπό καθεστώς ελέγχων στην κίνηση κεφαλαίων και με το κοινό να βομβαρδίζεται καθημερινά με αρνητικές ειδήσεις ως προς τις προοπτικές της οικονομίας.

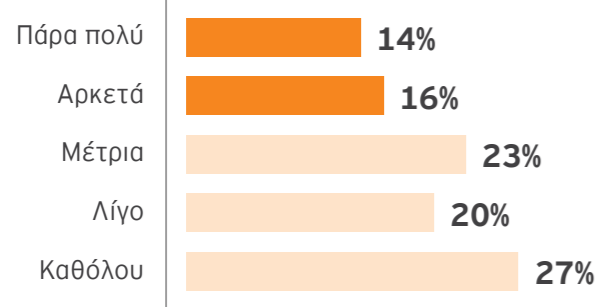
43% των ερωτηθέντων έχουν σκεφτεί σοβαρά να ξεκινήσουν μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια, ενώ το **30%** έχει την πρόθεση να ξεκινήσει μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια στο άμεσο μέλλον

Αυτή η εκδήλωση πρόθεσης φαίνεται να μην είναι ακαδημαϊκή, αλλά αντίθετα προϊόν προβληματισμού και ώριμης σκέψης, όπως προκύπτει από τις απαντήσεις σε μια σειρά ερωτήσεων σχετικά με το χρόνο, τον προσανατολισμό, το αντικείμενο και το μέγεθος της μελλοντικής επιχειρηματικής προσπάθειας.

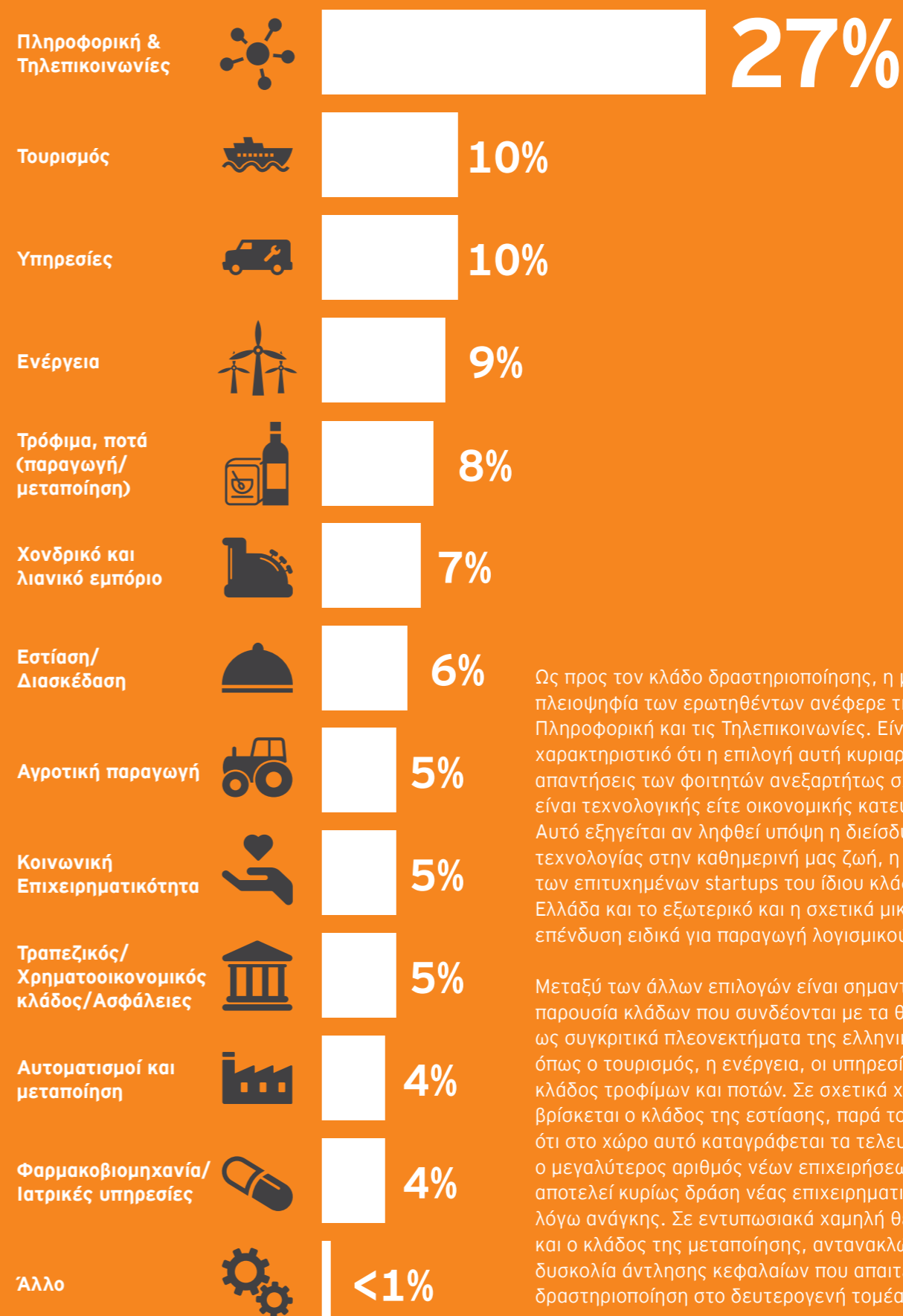
Έχω σκεφτεί πολύ σοβαρά να ξεκινήσω μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια



Έχω την πρόθεση να ξεκινήσω μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια στο άμεσο μέλλον



Κλάδοι δραστηριοποίησης δυνητικών επιχειρηματιών



Ως προς τον κλάδο δραστηριοποίησης, η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων ανέφερε την Πληροφορική και τις Τηλεπικοινωνίες. Είναι δε χαρακτηριστικό ότι η επιλογή αυτή κυριαρχεί στις απαντήσεις των φοιτητών ανεξαρτήτως σχολής, είτε είναι τεχνολογικής είτε οικονομικής κατεύθυνσης. Αυτό εξηγείται αν ληφθεί υπόψη η διείσδυση της τεχνολογίας στην καθημερινή μας ζωή, η δημοσιότητα των επιτυχημένων startups του ίδιου κλάδου στην Ελλάδα και το εξωτερικό και η σχετικά μικρή αρχική επένδυση ειδικά για παραγωγή λογισμικού.

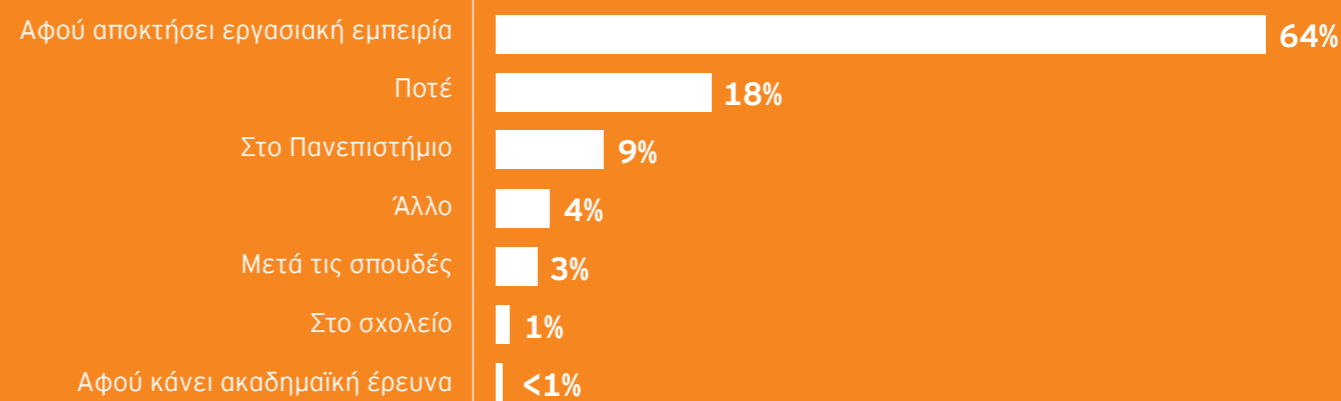
Μεταξύ των άλλων επιλογών είναι σημαντική η παρουσία κλάδων που συνδέονται με τα θεωρούμενα ως συγκριτικά πλεονεκτήματα της ελληνικής οικονομίας, όπως ο τουρισμός, η ενέργεια, οι υπηρεσίες και ο κλάδος τροφίμων και ποτών. Σε σχετικά χαμηλή θέση βρίσκεται ο κλάδος της εστίασης, παρά το γεγονός ότι στο χώρο αυτό καταγράφεται τα τελευταία χρόνια ο μεγαλύτερος αριθμός νέων επιχειρήσεων, που αποτελεί κυρίως δράση νέας επιχειρηματικότητας λόγω ανάγκης. Σε εντυπωσιακά χαμηλή θέση βρίσκεται και ο κλάδος της μεταποίησης, αντανακλώντας τη δυσκολία άντλησης κεφαλαίων που απαιτείται για τη δραστηριοποίηση στο δευτερογενή τομέα.

Διαφωτιστικές είναι οι απαντήσεις των φοιτητών σε σχέση με τον ιδανικό χρόνο εκκίνησης μιας επιχειρηματικής προσπάθειας. Σχεδόν τα δυο τρίτα των ερωτηθέντων, θεωρούν ότι πρέπει να προηγηθεί η απόκτηση εργασιακής εμπειρίας, πράγμα που φανερώνει ότι, παρά τον ενθουσιασμό για το επιχειρηματικό ξεκίνημα, οι νέοι νιώθουν ότι δεν έχουν ακόμη τα απαραίτητα εφόδια για να ξεκινήσουν. Στον αντίποδα, ένα ποσοστό της τάξης του 13% εμφανίζεται να πιστεύει ότι όσο νωρίτερα ξεκινήσει κανείς μια τέτοια προσπάθεια, τόσο το καλύτερο. Με άλλα λόγια, σύμφωνα με αυτή την ομάδα νέων, καλό είναι να ξεκινήσει η επιχειρηματική προσπάθεια είτε μετά τις σπουδές, είτε και νωρίτερα, στο Πανεπιστήμιο ή ακόμη και στο σχολείο. Ένας εξαιρετικά μικρός αριθμός φοιτητών συνδέει την επιχειρηματική προσπάθεια με την ακαδημαϊκή έρευνα, γεγονός απογοητευτικό, δεδομένης της εστίασης των φοιτητών σε τομείς που συνδέονται με την τεχνολογία και την καινοτομία, της ισχυρής ερευνητικής κοινότητας στην Ελλάδα, αλλά και των επιτυχημένων παραδειγμάτων startups που γεννήθηκαν από ερευνητικές προσπάθειες.



Τέλος, ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων (18%) φαίνεται να επιλέγει μια κυνική προσέγγιση στην ερώτηση, απαντώντας «ποτέ».

Πότε είναι καλύτερα να ξεκινήσει κανείς τη δική του επιχείρηση



Ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων (18%) φαίνεται να επιλέγει μια κυνική προσέγγιση στην ερώτηση, απαντώντας «ποτέ».

Η έμφαση στους τομείς της τεχνολογίας και την καινοτομία αντικατοπτρίζεται και στις επόμενες ερωτήσεις. Η συντριπτική πλειοψηφία των φοιτητών εκτιμά πως η επιχειρηματική τους προσπάθεια θα πρέπει να βασισθεί στη χρήση της τεχνολογίας «πάρα πολύ» ή «αρκετά». Αντίθετα, ελάχιστοι είναι αυτοί οι οποίοι προσβλέπουν σε επιχειρηματικό σχήμα που

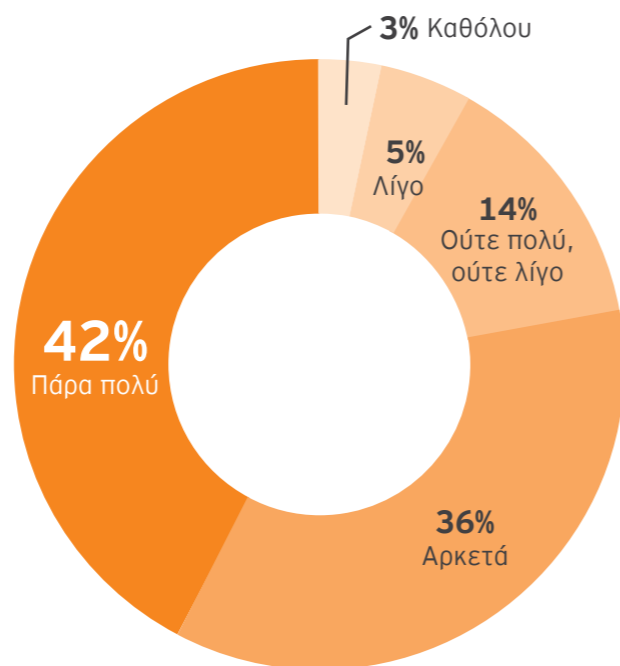
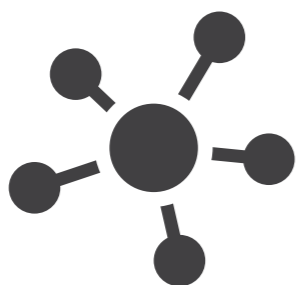
δεν θα βασίζεται στην τεχνολογία. Αντίστοιχες, αλλά ελαφρώς πιο συγκρατημένες, είναι οι απαντήσεις σε ότι αφορά τη στήριξη του εγχειρήματος στην καινοτομία, λόγω και των ιδιαίτερα χαμηλών ποσοστών στην επιχειρηματική δραστηριότητα μετά από ακαδημαϊκή έρευνα.

Αντίστοιχες, αλλά ελαφρώς πιο συγκρατημένες, είναι οι απαντήσεις σε ότι αφορά τη στήριξη του εγχειρήματος στην καινοτομία λόγω και των ιδιαίτερα χαμηλών ποσοστών στην επιχειρηματική δραστηριότητα μετά από ακαδημαϊκή έρευνα.

Βαθμός στον οποίο η επιχειρηματική δραστηριότητα θα βασίζεται στη χρήση τεχνολογίας

78%

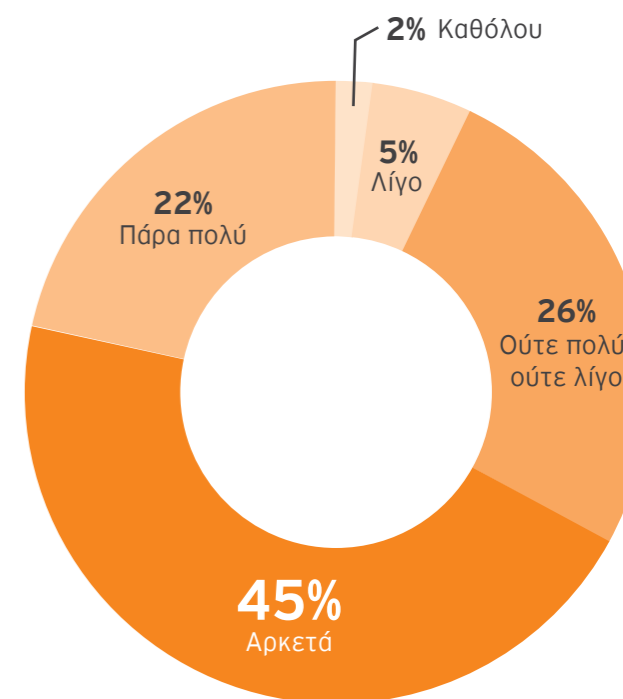
των δυνητικών επιχειρηματιών εκτιμούν πως η επιχειρηματική τους προσπάθεια πρέπει να βασίζεται στη χρήση της τεχνολογίας.



Βαθμός στον οποίο η επιχειρηματική δραστηριότητα θα βασίζεται στην καινοτομία

67%

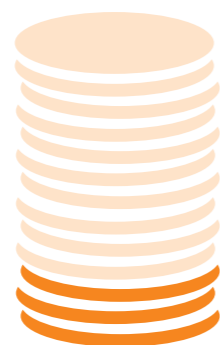
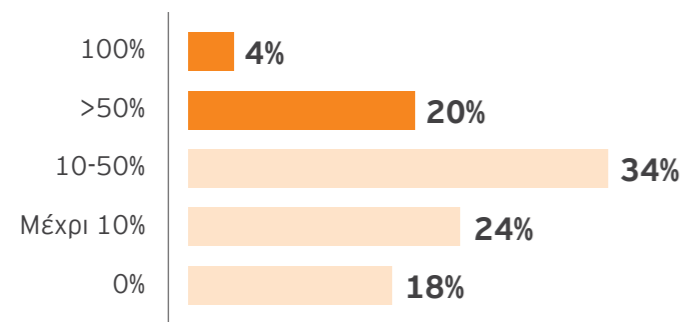
των δυνητικών επιχειρηματιών εκτιμούν πως η επιχειρηματική τους προσπάθεια πρέπει να βασίζεται στην καινοτομία.



Η εσωστρέφεια της ελληνικής οικονομίας υπήρξε μια από τις βασικές παθογένειες που συνέβαλαν καθοριστικά στην κρίση που εκδηλώθηκε το 2009. Οι Έλληνες φοιτητές φαίνεται να συνειδητοποιούν ότι η στροφή προς διεθνώς εμπορεύσιμα προϊόντα και υπηρεσίες αποτελεί προϋπόθεση για την ανάκαμψη της οικονομίας αλλά και για την επιτυχία ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος. Έτσι, λιγότεροι από δυο στους δέκα φοιτητές θεωρούν ότι η μελλοντική τους επιχείρηση θα απευθύνεται αποκλειστικά στην

ελληνική αγορά. Στον αντίποδα, το ίδιο ποσοστό οραματίζεται μια κυρίως εξαγωγική επιχείρηση και θα ήθελε να διοχετεύσει πάνω από το μισό κύκλο εργασιών της επιχείρησης στο εξωτερικό, ενώ η πλειοψηφία των ερωτηθέντων προσδοκά να πετύχει συμμετοχή των εξαγωγών μέχρι και 50%. Οι απαντήσεις αυτές αντανακλούν ένα υγιές μίγμα διάθεσης για εξωστρέφεια και ρεαλισμό, αλλά και ότι υπάρχει ακόμη περιθώριο να εμψυχήσουμε την εξωστρέφεια στους νέους.

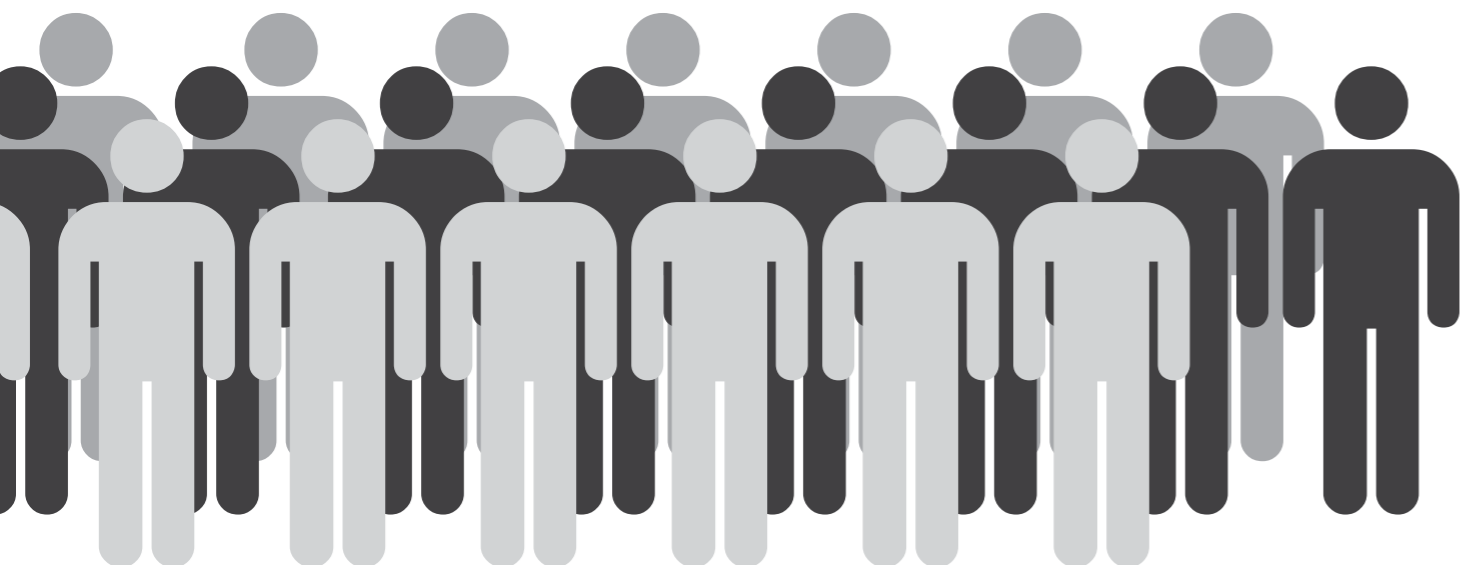
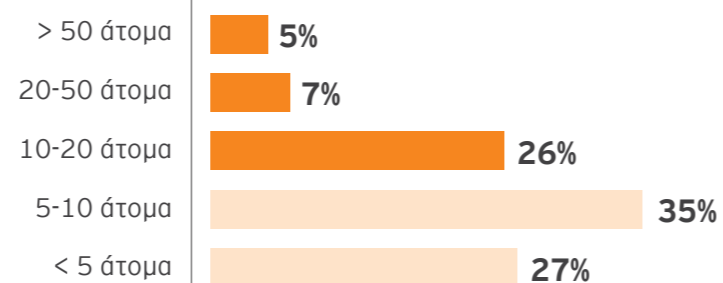
Προσδοκώμενο ποσοστό τζίρου εκτός Ελλάδας



24%
των δυνητικών επιχειρηματιών προσδοκά να πετύχει ποσοστό των εξαγωγών πάνω από 50%

Ο ρεαλισμός που χαρακτηρίζει τις απαντήσεις σχετικά με την εξωστρέφεια της μελλοντικής επιχείρησης αποτυπώνεται και στις απαντήσεις σχετικά με το προσδοκώμενο μέγεθος της μονάδας με βάση το απασχολούμενο προσωπικό. 38% πιστεύουν ότι η επιχείρησή τους μέσα σε μία τριετία μετά από την ίδρυση της θα απασχολεί πάνω από 10 άτομα. Η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων (62%) περιορίζεται σε πιο συντηρητικές προβλέψεις, επιβεβαιώνοντας ότι η παρούσα διάρθρωση της ελληνικής οικονομίας, βασισμένη σε επιχειρήσεις μικρού μεγέθους, δεν αναμένεται να μεταβληθεί σημαντικά στο άμεσο μέλλον.

Προσδοκώμενος αριθμός εργαζομένων σε 3 χρόνια



Οι αποτρεπτικοί παράγοντες

Οι φοιτητές που δήλωσαν ότι δεν έχουν πρόθεση να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση, ρωτήθηκαν για τους βασικούς λόγους που τους οδηγούν σε αυτή την απόφαση. Οι απαντήσεις είναι αρκετά διαφωτιστικές, καθώς αναδεικνύουν μια ισορροπία ανάμεσα σε εξωτερικούς και εσωτερικούς αποτρεπτικούς παράγοντες.

δηλώνουν ότι η επιχειρηματική προσπάθεια ενέχει σημαντικό ρίσκο (48%), μια διαπίστωση που μπορεί να αντανακλά τη δύσκολη σημερινή οικονομική συγκυρία, ή και την αρνητική προδιάθεση των ερωτώμενων απέναντι στην ανάληψη ρίσκου.

Πάνω από τους μισούς φοιτητές (55%) ανέφεραν την έλλειψη χρηματοδότησης και υποστήριξης ως βασικό αποτρεπτικό παράγοντα, ενώ 22% θεωρούν ότι το γενικότερο κλίμα στην κοινωνία είναι εχθρικό. Οι δυο αυτές απαντήσεις στην ουσία αποδίδουν την έλλειψη πρόθεσης σε εξωγενείς παράγοντες, υποδηλώνοντας ενδεχομένως ότι υπό διαφορετικές συνθήκες οι ερωτώμενοι θα ήταν θετικότεροι. Στον αντίποδα, μια σειρά από απαντήσεις που αθροιστικά συγκεντρώνουν πολλές προτιμήσεις φανερώνουν μια αίσθηση των ορίων και δυνατοτήτων των ίδιων των ερωτώμενων (δεν έχω ιδέες, γνώσεις, τεχνογνωσία, συνεργάτες, οικογενειακή παράδοση), ενώ σχετικά λίγες απαντήσεις προδίδουν μια καθαρά αρνητική προδιάθεση (δε με ενδιαφέρει η δημιουργία πλούτου, είναι μια μόδα που θα περάσει). Τέλος, σχεδόν οι μισοί

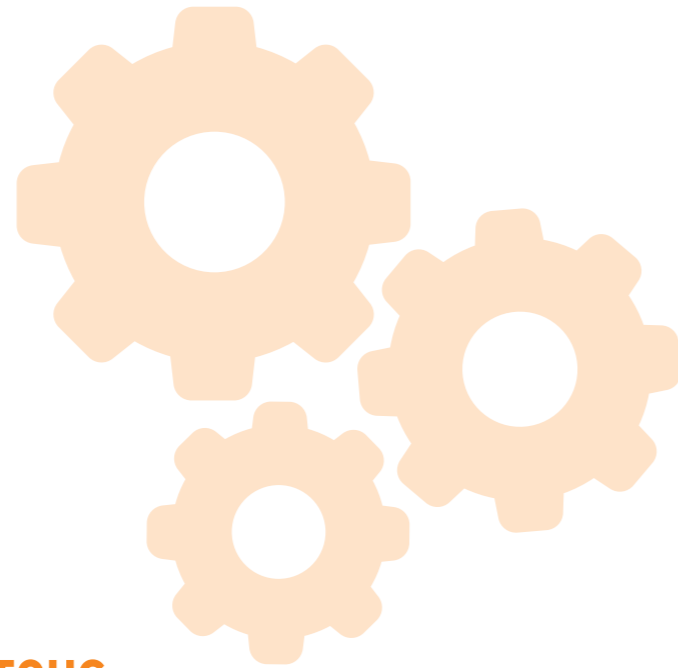


Λόγοι έλλειψης πρόθεσης για τη δημιουργία νέας επιχείρησης



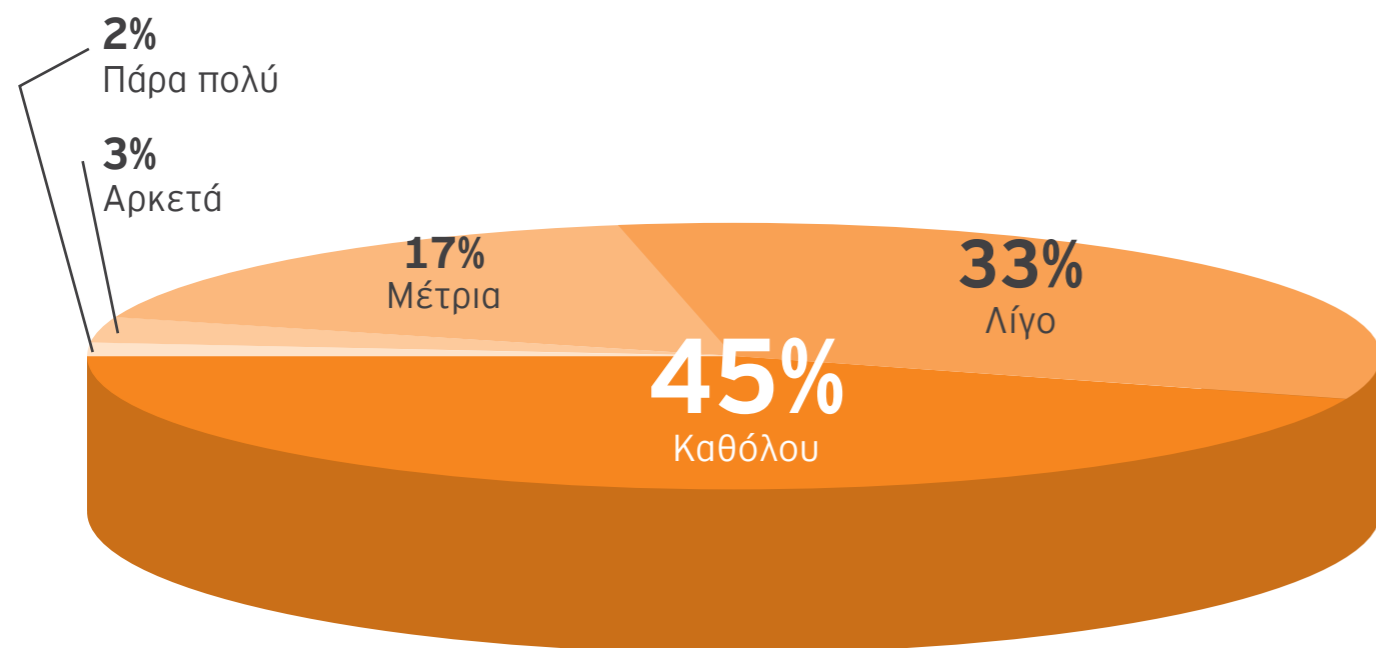
Ερώτηση πολλαπλών απαντήσεων

Ο ρόλος του κράτους, η υποστήριξη και τα εμπόδια



Οι Έλληνες φοιτητές δεν τρέφουν ψευδαισθήσεις ως προς τα εμπόδια που θα συναντήσουν στην επιχειρηματική τους προσπάθεια. Έχουν επίσης τη βεβαιότητα ότι στην προσπάθειά τους δεν θα βρουν αρωγό το κράτος, αφού στη συντριπτική τους πλειοψηφία (78%) οι ερωτηθέντες πιστεύουν ότι το κράτος είναι λίγο ή καθόλου φιλικό προς την επιχειρηματικότητα.

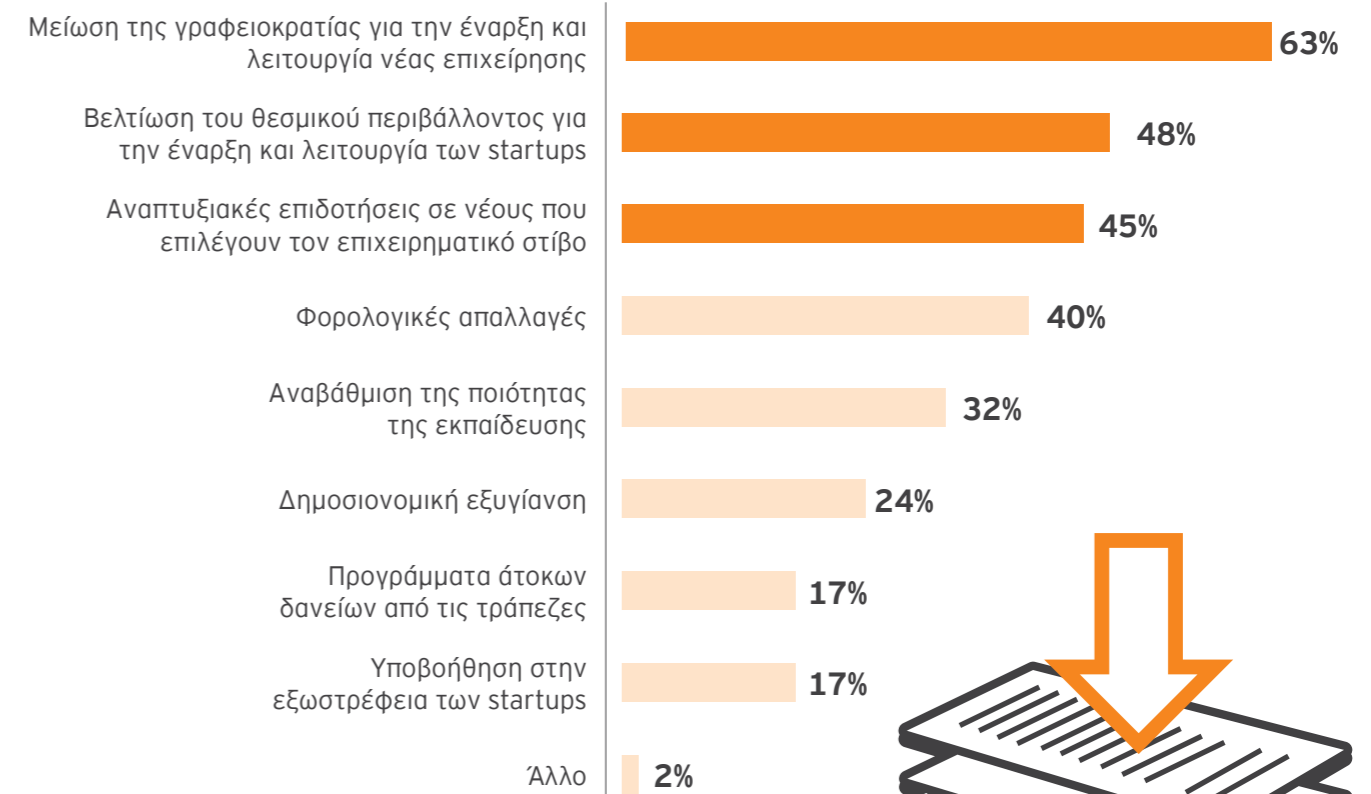
Φιλικότητα ελληνικού κράτους προς την επιχειρηματικότητα



Μεγαλύτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι απόψεις των φοιτητών ως προς τις δράσεις του ελληνικού κράτους που θεωρούν ότι θα βελτίωναν το κλίμα για την επιχειρηματικότητα. Είναι εξαιρετικά ενδιαφέρον το ότι οι δυο δημοφιλέστερες απαντήσεις δε συνδέονται με οικονομικές ενισχύσεις, αλλά με τη μείωση της γραφειοκρατίας (63%) και τη βελτίωση του θεσμικού

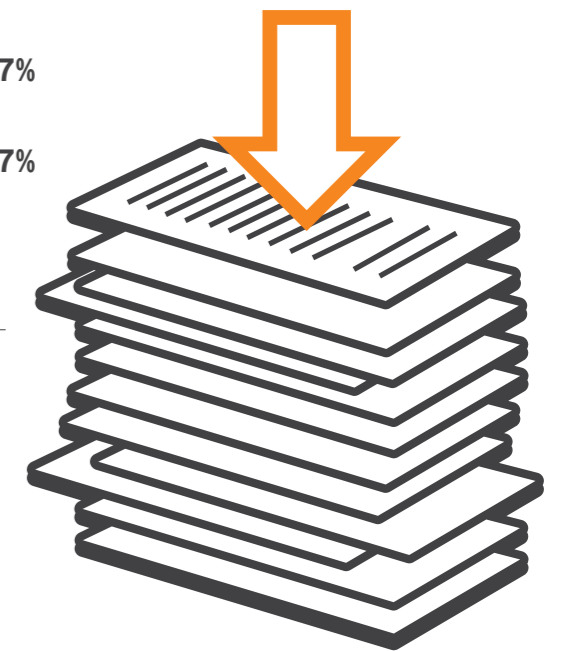
περιβάλλοντος (48%). Στην τρίτη και τέταρτη θέση βρίσκονται προτάσεις «οικονομικού χαρακτήρα», όπως αναπτυξιακές επιδοτήσεις για νέους (45%) και φοροαπαλλαγές (40%), ενώ ακολουθούν δράσεις ευρύτερης εμβέλειας, όπως η αναβάθμιση της εκπαίδευσης και η δημοσιονομική εξυγίανση.

Δράσεις ελληνικού κράτους για τη δημιουργία ευνοϊκότερου κλίματος για την επιχειρηματικότητα



Ερώτηση πολλαπλών απαντήσεων

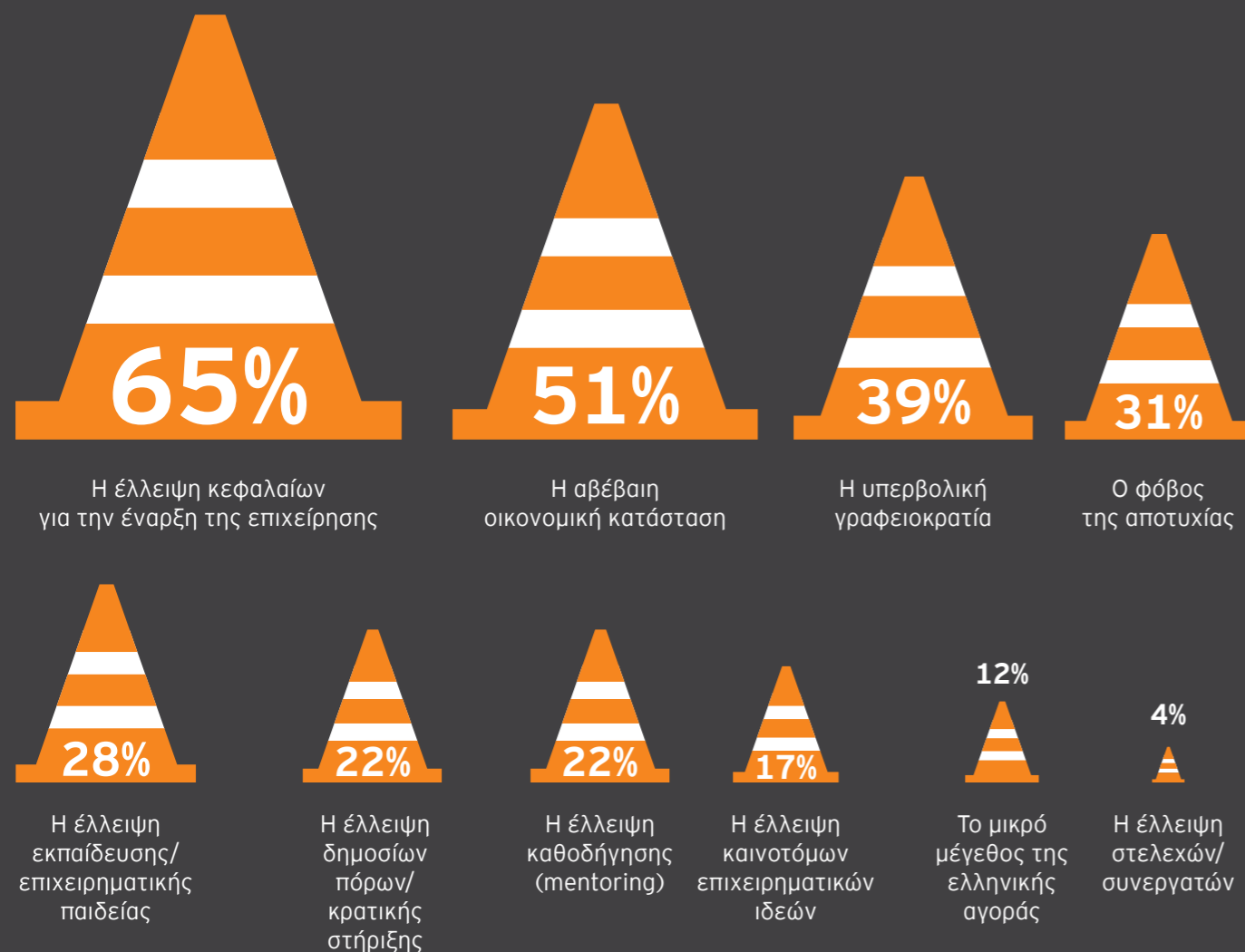
Η επιχειρηματική ωριμότητα των συγκεκριμένων φοιτητών είναι εμφανής με τη σύγκριση προτάσεων που κάνουν επιχειρηματίες και φορείς για το ευνοϊκότερο κλίμα για τη νέα επιχειρηματικότητα.



Εμπόδια στο να γίνει κάποιος επιχειρηματίας

Έντονο προβληματισμό αλλά και ωριμότητα σκέψης φανερώνουν και οι απαντήσεις σχετικά με τα εμπόδια που αντιμετωπίζει ένας μελλοντικός επιχειρηματίας. Δεν αποτελεί έκπληξη το ότι η έλλειψη κεφαλαίων επιλέγεται από δυο στους τρεις φοιτητές, σε ένα περιβάλλον όπου ο τραπεζικός δανεισμός είναι ουσιαστικά μηδενικός και εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης ελάχιστα διαδεδομένες ή μη επαρκείς. Εξίσου εύλογη είναι και η ανησυχία για την αβέβαιη γενικότερη οικονομική κατάσταση (51%), η

οποία επηρεάζει αρνητικά την εμπιστοσύνη πολιτών, επιχειρηματιών και επενδυτών. Οι υπόλοιπες απαντήσεις χαρακτηρίζονται από μια ισορροπία μεταξύ αυτών που συνδέονται με το κράτος, όπως η υπερβολική γραφειοκρατία και η έλλειψη δημοσίων πόρων και στήριξης, αυτών που αναφέρονται στην εκπαίδευση, όπως η έλλειψη επιχειρηματικής παιδείας και καθοδήγησης και, τέλος, οι αναφορές σε προσωπικές ανασφάλειες, όπως ο φόβος της αποτυχίας και η έλλειψη καινοτόμων ιδεών.



Ερώτηση πολλαπλών απαντήσεων



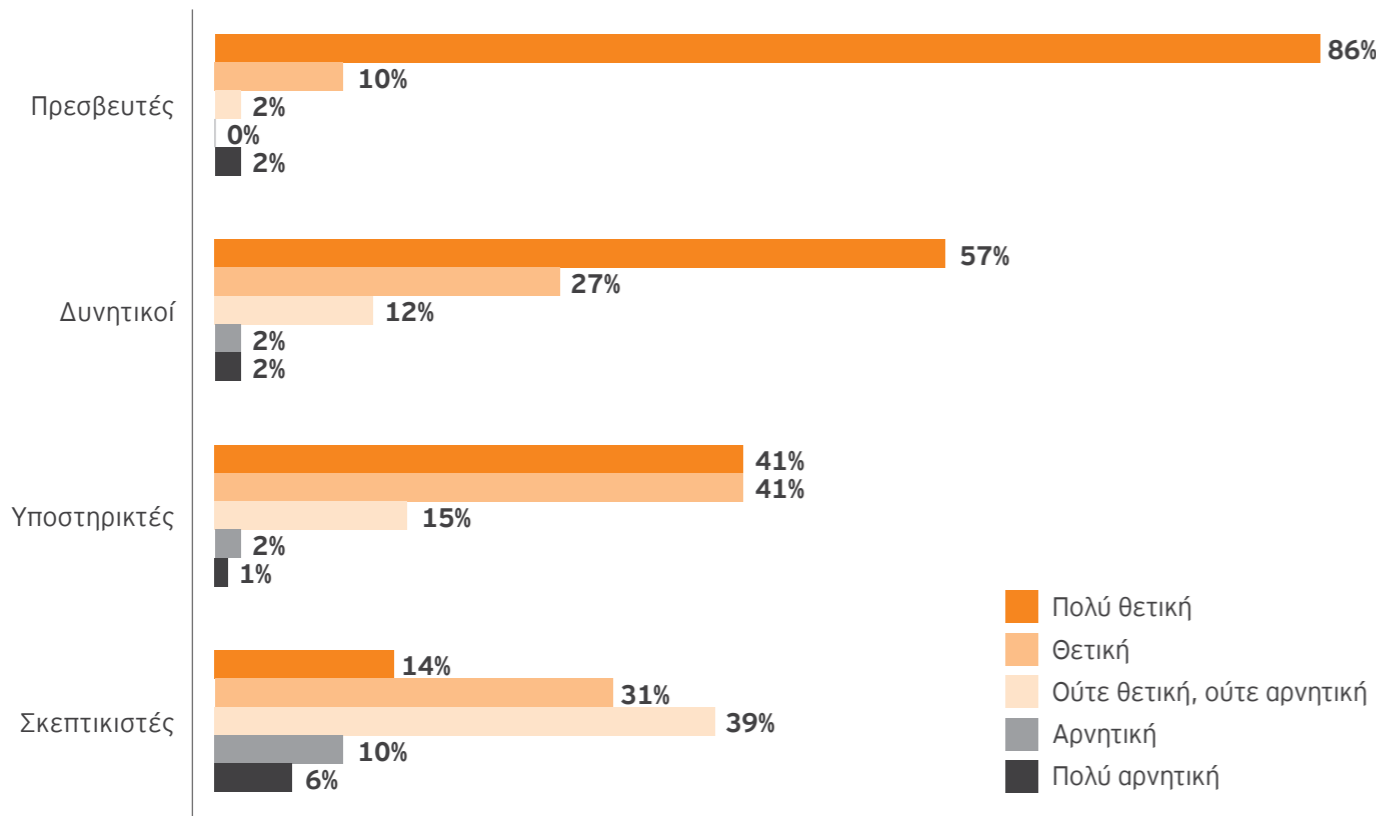
Οι διαφορετικές κατηγορίες φοιτητών όσον αφορά στην επιχειρηματικότητα

Αναλύοντας σε μεγαλύτερο βάθος τα αποτελέσματα της έρευνας, ξεχωρίζουμε τέσσερις ομάδες φοιτητών, με βάση τη γενική

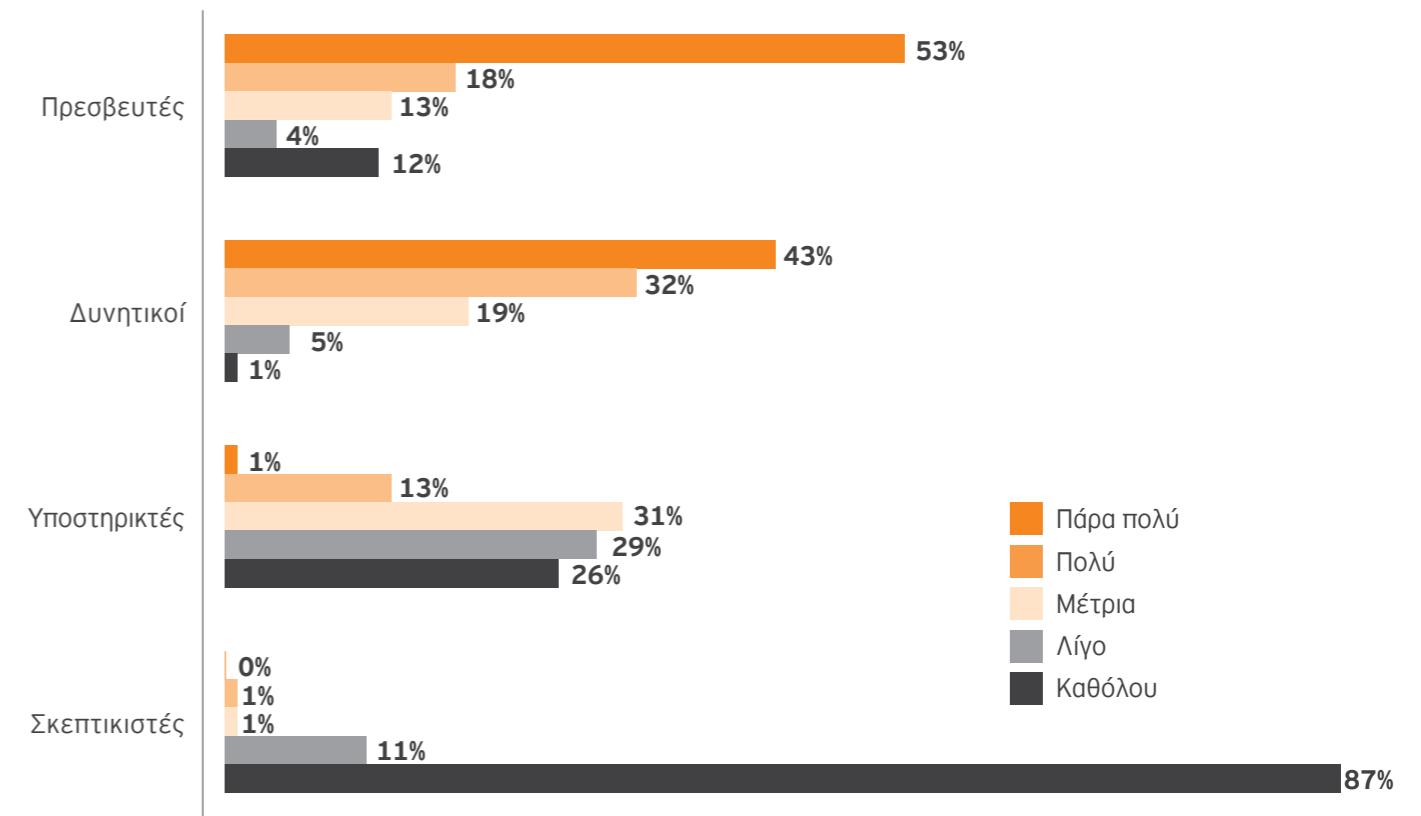
αντίληψη για την επιχειρηματικότητα, τη συμμετοχή σε δράσεις επιχειρηματικότητας και την πρόθεσή τους για έναρξη νέας επιχείρησης:



Η άποψή σας για την επιχειρηματικότητα



Έχω την πρόθεση να ξεκινήσω μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια στο άμεσο μέλλον



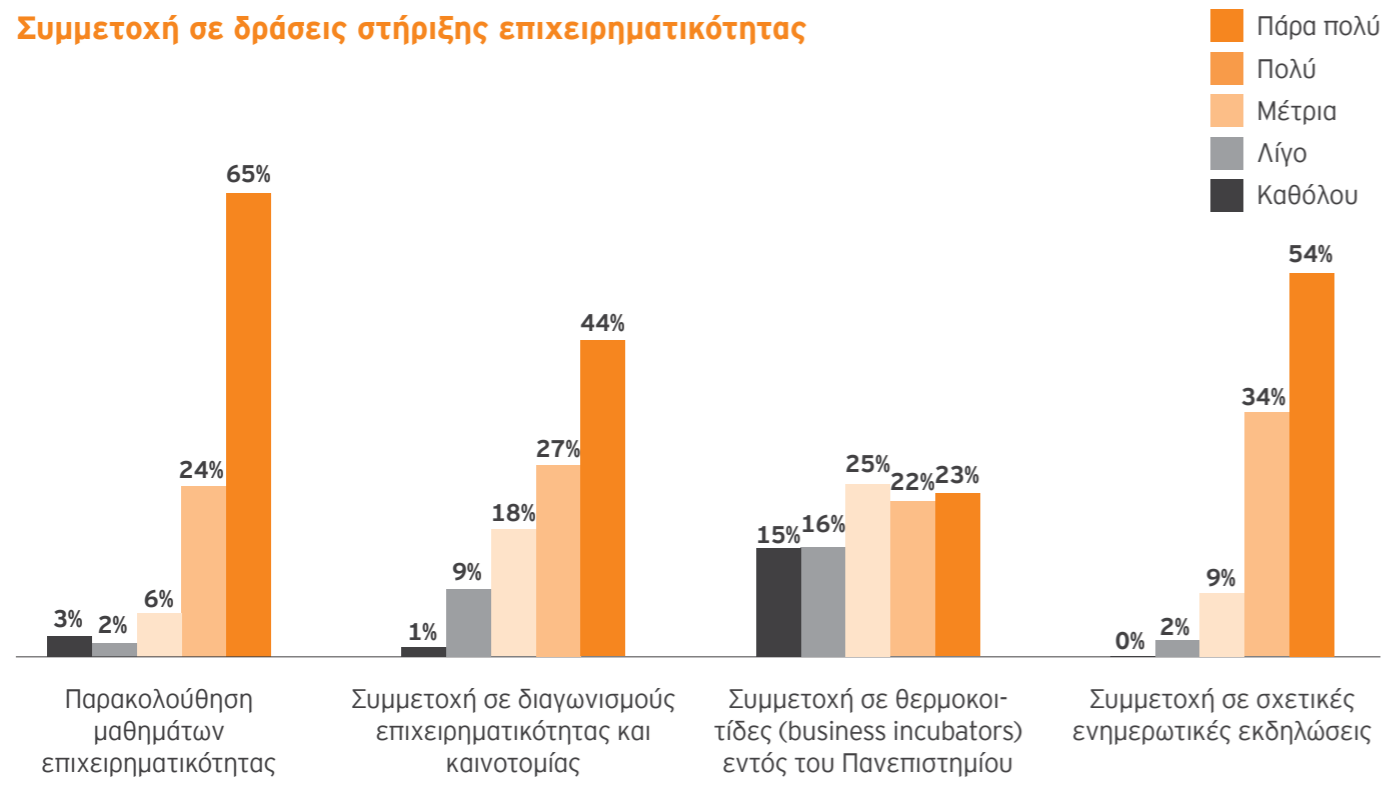
Οι πρεσβευτές της αλλαγής (ambassadors)

Είναι σαφές ότι η σχετικά μικρή ομάδα των πρεσβευτών είναι αυτή που θα ηγηθεί της επόμενης επιχειρηματικής προσπάθειας στη χώρα. Είναι η πιο θετική απέναντι στην επιχειρηματικότητα, δηλώνοντας καθολικά θετική αντίληψη για την έννοια της επιχειρηματικότητας και ποσοστό πάνω από 70% για τους επιχειρηματίες. Σε ποσοστό 72% δηλώνουν ότι έχουν σκεφτεί πολύ σοβαρά να ξεκινήσουν μία νέα επιχειρηματική προσπάθεια στο μέλλον και μάλιστα πάνω από τους

μισούς σκοπεύουν να το πράξουν μέσα στην επόμενη τριετία.

Αυτό που την ξεχωρίζει ιδιαίτερα σε σχέση με τις άλλες ομάδες είναι η πολύ υψηλή συμμετοχή σε όλες τις δράσεις στήριξης της επιχειρηματικότητας, τόσο σε μαθήματα όσο και σε εκδηλώσεις, διαγωνισμούς αλλά και σε θερμοκοιτίδες εντός του Πανεπιστημίου.

Συμμετοχή σε δράσεις στήριξης επιχειρηματικότητας



Απόρροια του υψηλού βαθμού συμμετοχής είναι και η θετική αντίληψή τους για το βαθμό στον οποίο το Πανεπιστήμιο προετοιμάζει κατάλληλα τους φοιτητές να γίνουν μελλοντικοί επιχειρηματίες (36% έναντι μέσου όρου του δείγματος 22%). Δεν είναι τυχαίο ότι το ποσοστό που θεωρεί ότι είναι καλύτερο να ξεκινήσει κανείς τη δική του επιχείρηση ενώ φοιτά ακόμη στο Πανεπιστήμιο (21%) είναι υπερδιπλάσιο του μέσου όρου του δείγματος.

Επίσης, με βάση την πρακτική τους εμπειρία σε δράσεις υποστήριξης, δίνουν πολύ μεγάλη βαρύτητα (43%) στην ύπαρξη θερμοκοιτίδας εντός του Πανεπιστημίου για υποστήριξη της επιχειρηματικότητας.

Είναι επίσης χαρακτηριστικό ότι με βάση το βαθμό στον οποίο μία μελλοντική επιχειρηματική τους προσπάθεια θα βασίζεται στην καινοτομία, δηλώνουν πιο καινοτόμοι από τους υπόλοιπους.

Τέλος, έχοντας πιο τεκμηριωμένη άποψη και ενδεχομένως προσωπική εμπειρία στο επιχειρείν, δηλώνουν πιο αρνητικοί από το σύνολο των φοιτητών αναφορικά με τη φιλικότητα του ελληνικού κράτους προς την επιχειρηματικότητα, με το 54% να δηλώνει ότι το ελληνικό κράτος δεν είναι καθόλου φιλικό και το 30% να το θεωρεί λίγο φιλικό, ενώ ζητούν βελτίωση του θεσμικού περιβάλλοντος για την ίδρυση νέας επιχείρησης.

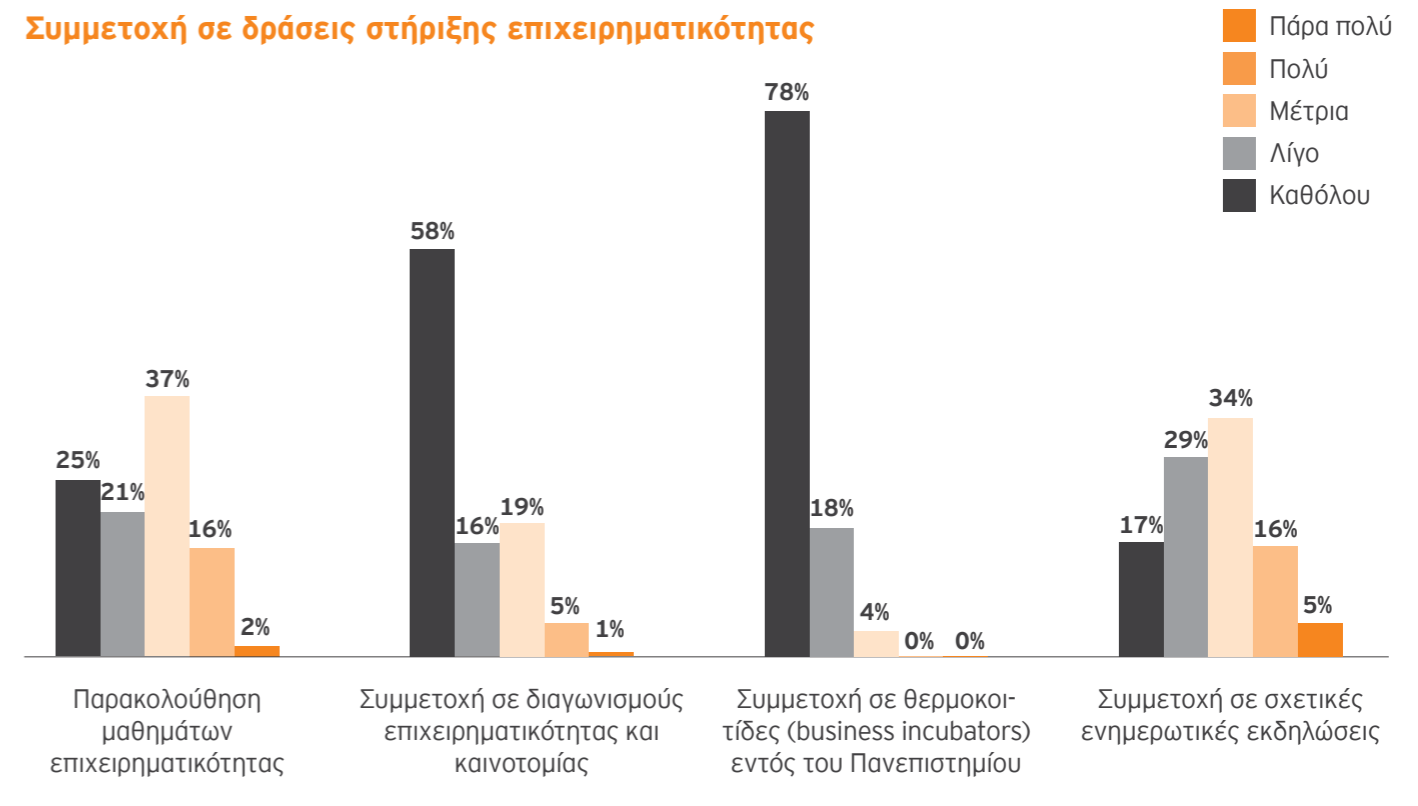
Οι δυνητικοί παίκτες (potential entrepreneurs)

Πρόκειται για τη δεύτερη πολυπληθέστερη ομάδα του δείγματος, αφού περιλαμβάνει το 19% των φοιτητών.

Η ομάδα αυτή εμφανίζεται επίσης θετικά προσκείμενη στην έννοια της επιχειρηματικότητας, αλλά και στους επιχειρηματίες, και δηλώνει υψηλή πρόθεση να ξεκινήσει μία νέα επιχειρηματική προσπάθεια, αν και λιγότερο σθεναρά από τους πρεσβευτές.

Όμως, η ομάδα αυτή διαφοροποιείται από τους πρεσβευτές, κυρίως ως προς τη συμμετοχή της σε δράσεις επιχειρηματικότητας όπου υπολείπεται σημαντικά. Με εξαίρεση την παρακολούθηση κάποιων μαθημάτων επιχειρηματικότητας και ορισμένων εκδηλώσεων σε μέτριο ή μικρό βαθμό, οι φοιτητές της ομάδας αυτής δε φαίνεται να έχουν συμμετοχή σε άλλες δράσεις. Αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό

Συμμετοχή σε δράσεις στήριξης επιχειρηματικότητας



στο γεγονός ότι στην πλειοψηφία τους φοιτούν σε εκπαιδευτικά ιδρύματα που δεν προσφέρουν μεγάλο εύρος επιλογών σε ότι αφορά μαθήματα και δράσεις επιχειρηματικότητας.

Συνεπώς, εξετάζοντας συνδυαστικά τις απαντήσεις τους, προκύπτει το συμπέρασμα ότι οι φοιτητές αυτοί έχουν σχετικά θετική προδιάθεση, εξετάζουν το ενδεχόμενο μιας επιχειρηματικής σταδιοδρομίας, αλλά δεν έχουν πρόσβαση στα ερεθίσματα εκείνα που θα ενισχύσουν τη θετική προδιάθεση, θα τη μετατρέψουν

σε πραγματική πρόθεση και, συγχρόνως, θα τους εξοπλίσουν κατάλληλα για να ανταποκριθούν στις προκλήσεις της επιχειρηματικής προσπάθειας.

Η ομάδα των δυνητικών παικτών είναι εξαιρετικά κρίσιμη, αφενός λόγω του μεγέθους της και αφετέρου διότι, με τις κατάλληλες παρεμβάσεις, μπορεί να αποτελέσει σημαντική δεξαμενή μελλοντικών επιχειρηματιών.

Οι υποστηρικτές (supporters)

Η ομάδα αυτή αποτελεί τη μεγάλη πλειοψηφία των φοιτητών, παρουσιάζοντας μία συνολικά θετική αντίληψη για την επιχειρηματικότητα, αλλά αρκετά μικρότερη πρόθεση να εμπλακεί σε μια επιχειρηματική προσπάθεια σε σύγκριση με τις προηγούμενες δύο ομάδες. Στις αντιλήψεις αυτής της ομάδας αρχίζει να διαφαίνεται και πιο έντονα ο σκεπτικισμός απέναντι στους επιχειρηματίες.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι η ομάδα αυτή, φαίνεται να παρακολουθεί σε έναν ικανοποιητικό βαθμό μαθήματα επιχειρηματικότητας αλλά και σχετικές εκδηλώσεις. Συμμετέχει, ωστόσο, σε πολύ μικρότερο βαθμό σε διαγωνισμούς επιχειρηματικότητας και σχεδόν καθόλου σε θερμοκοιτίδες εντός του Πανεπιστημίου.

Ως προς τους υπόλοιπους δείκτες, η ομάδα αυτή εναρμονίζεται με το σύνολο, με εξαίρεση το χαρακτήρα πιθανής επιχειρηματικής δραστηριότητας. Από τους συμμετέχοντες στην ομάδα αυτή, εκείνοι που δηλώνουν μέτρια ή αρκετά την πρόθεση να εμπλακούν σε μια επιχειρηματική προσπάθεια στο μέλλον,

σκοπεύουν να βασιστούν λιγότερο στην καινοτομία και την τεχνολογία σε σύγκριση με τις προηγούμενες δύο ομάδες, αν και οι άξονες αυτοί εξακολουθούν να είναι σημαντικοί.

Λόγω του μεγέθους της, αλλά και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της, η ομάδα αυτή είναι ίσως η πιο ενδιαφέρουσα, με την έννοια ότι ενδεχόμενες πολιτικές στήριξης της επιχειρηματικότητας θα έχουν ιδιαίτερα υψηλό αντίκτυπο. Όπως και στην περίπτωση των δυνητικών παικτών, αυξημένη πρόσβαση σε ερεθίσματα επιχειρηματικότητας θα οδηγήσει σε ενίσχυση της θετικής προδιάθεσης και, δευτερευόντως, σε αυξημένη πρόθεση επιχειρηματικών προσπαθειών. Είναι προφανές ότι τα μέλη της ομάδας αυτής δεν θα επιδιώξουν όλα μια επιχειρηματική σταδιοδρομία. Ωστόσο, θα είναι αυτοί που θα στηρίξουν ενεργά το θετικό επιχειρηματικό κλίμα τόσο ως πολίτες, όσο και ως στελέχη επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα, αλλά ενδεχομένως και φορέων που περιβάλλουν τις επιχειρήσεις, όπως τράπεζες, δημόσιες υπηρεσίες κ.λπ.

Οι σκεπτικιστές (sceptics)

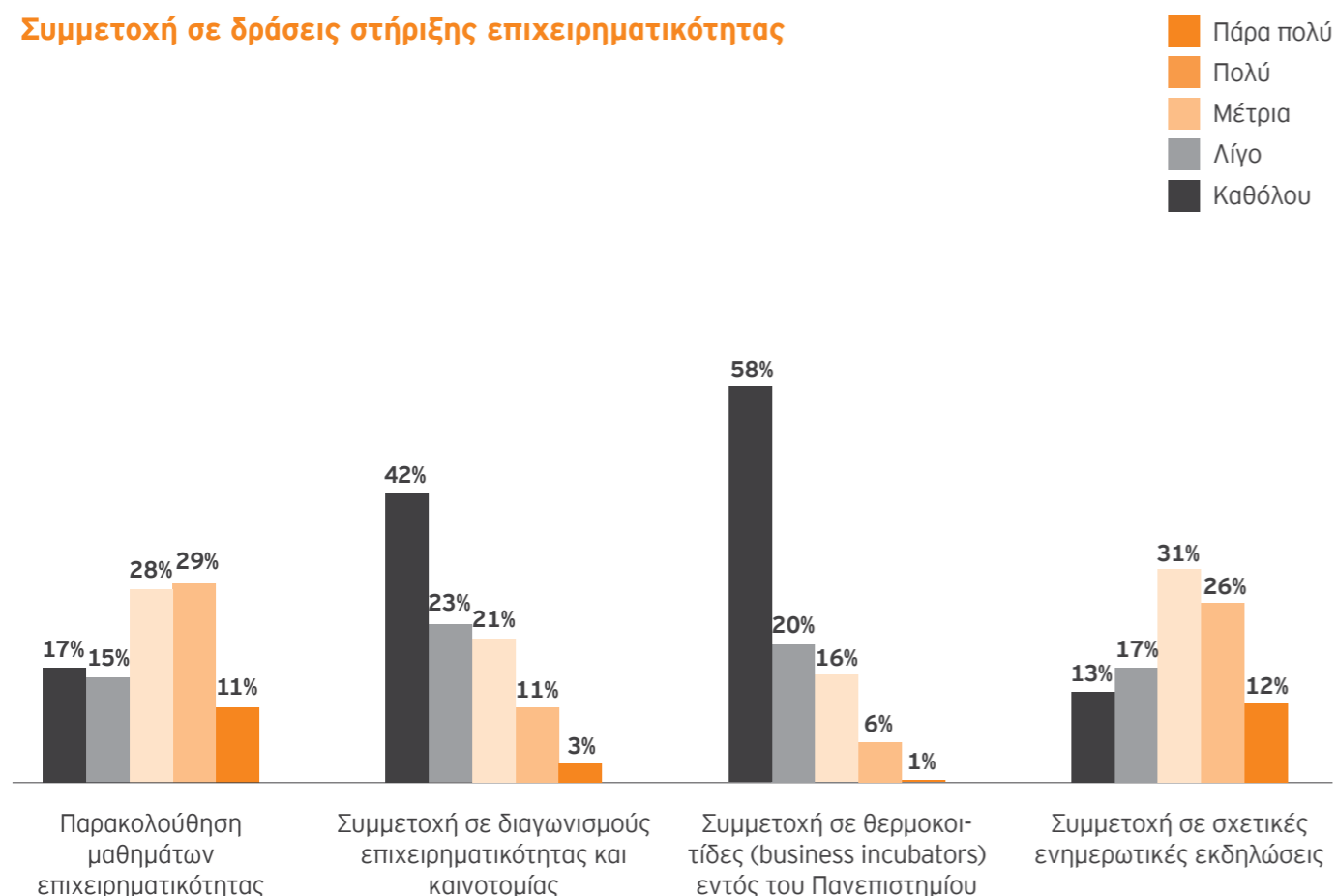
Όταν εξετάζουμε συνδυαστικά την αντίληψη απέναντι στην επιχειρηματικότητα, τη συμμετοχή σε δράσεις επιχειρηματικότητας και την επιχειρηματική πρόθεση, η ομάδα των σκεπτικιστών είναι αυτή που έχει αρνητική θέση σε όλα αυτά σε σύγκριση με το σύνολο. Η ομάδα αυτή έχει τη λιγότερο θετική αντίληψη απέναντι στην επιχειρηματικότητα σε σχέση με όλους τους άλλους, αν και γέρνει προς το θετικό, με το ουδέτερο να είναι το μεγαλύτερο ποσοστό (39%). Αντίστοιχα, η άποψη για τους επιχειρηματίες είναι μοιρασμένη και γέρνει ελαφρώς προς το αρνητικό. Η ομάδα αυτή δε δείχνει σχεδόν καμία διάθεση να εμπλακεί σε κάποια επιχειρηματική προσπάθεια και δε συμμετέχει καθόλου σε δράσεις στήριξης της επιχειρηματικότητας.

Αυτή η αρνητική της στάση δημιουργεί στην ομάδα αυτή μια σκεπτικιστική διάθεση απέναντι σε μια σειρά από συναφή θέματα, όπως το βαθμό στον οποίο το Πανεπιστήμιο προετοιμάζει τους φοιτητές για να γίνουν επιχειρηματίες, όπου η πλειοψηφία έχει αρνητική άποψη.

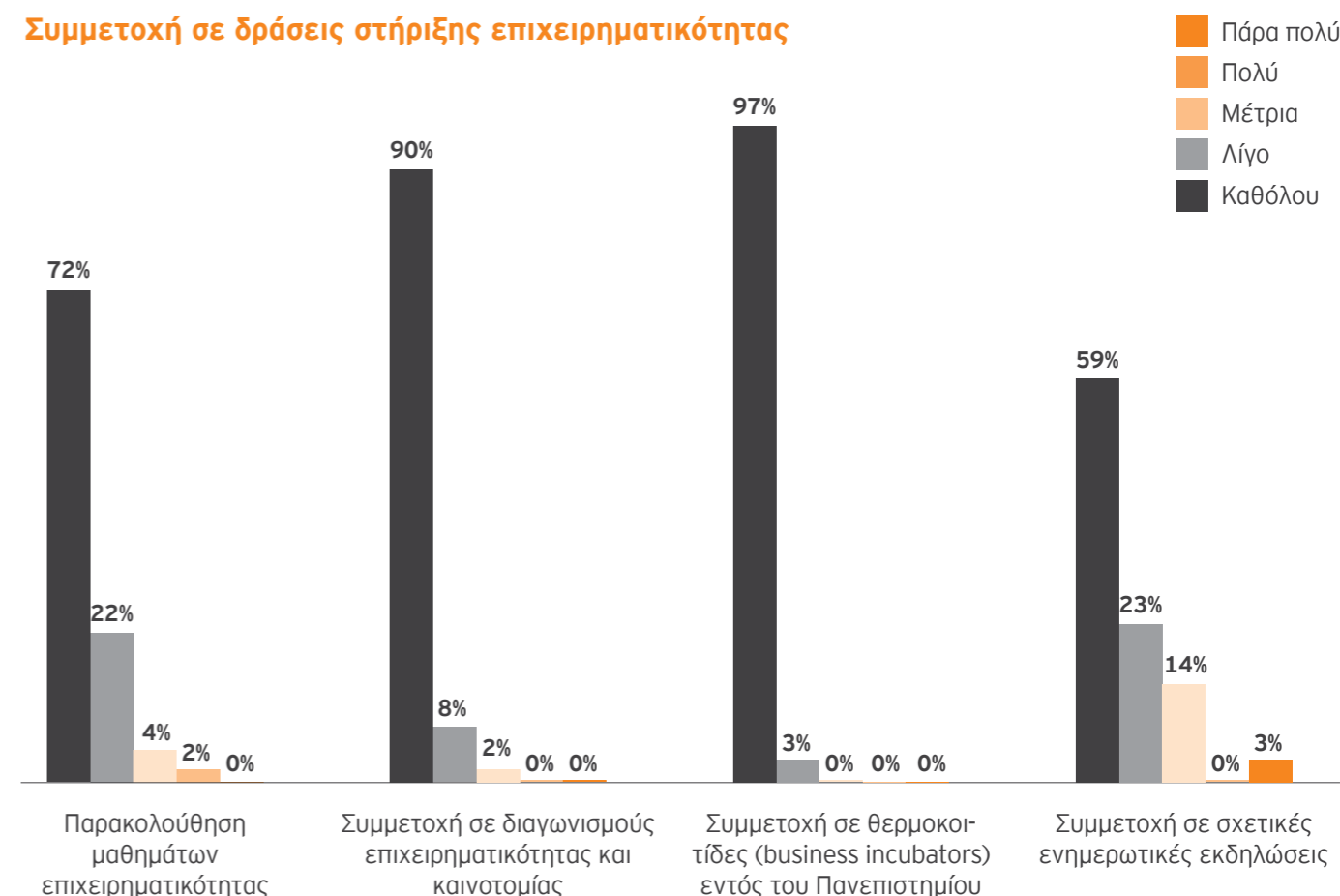
Επίσης, στις απαντήσεις ως προς την επιχειρηματική επιτυχία εμφανίζονται για πρώτη φορά ενισχυμένες οι επιλογές «ως αποτέλεσμα εκμετάλλευσης των εργαζομένων» (18%) και «ως διαπλοκή» (15%) έναντι 9% στο σύνολο του δείγματος και για τις δυο απαντήσεις.

Στο κλίμα αυτό, οι φοιτητές της ομάδας αυτής θεωρούν την επιχειρηματική αποτυχία ως ευκαιρία για μάθηση σε πολύ χαμηλότερο ποσοστό από το σύνολο και αντίστροφα πιστεύουν ότι αποτελεί εμπόδιο για μελλοντικές προσπάθειες σε υψηλότερο ποσοστό.

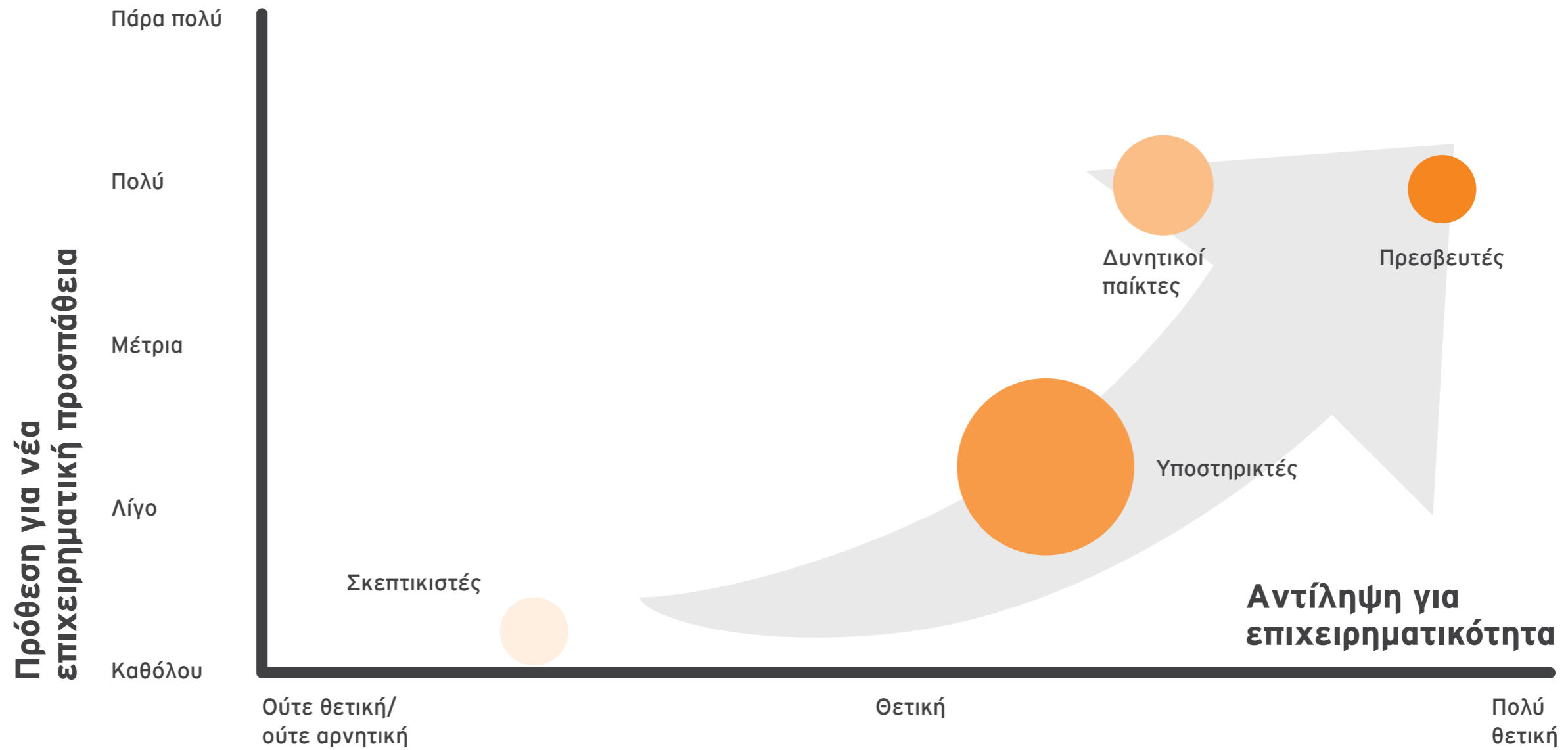
Συμμετοχή σε δράσεις στήριξης επιχειρηματικότητας



Συμμετοχή σε δράσεις στήριξης επιχειρηματικότητας



Οι τέσσερις αυτές ομάδες μπορούν να τοποθετηθούν σχηματικά, με βάση την αντίληψή τους για την επιχειρηματικότητα, τη συμμετοχή τους σε σχετικές δράσεις και την πρόθεση ανάληψης επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, στο παραπάνω διάγραμμα.



Μια κοινωνία η οποία προσδοκά να στηρίξει την οικονομική ανάπτυξη στην επιχειρηματικότητα προϋποθέτει μια σημαντική παρουσία στο πάνω δεξιό τμήμα του διαγράμματος (τα άτομα εκείνα που είναι έτοιμα να δοκιμάσουν την τύχη τους στον επιχειρηματικό στίβο), αλλά και μια ισχυρή ομάδα στο κάτω δεξιό τμήμα (τα άτομα που, αν και δεν είναι έτοιμα να γίνουν οι ίδιοι επιχειρηματίες, θα στηρίξουν στην κοινωνία τις επιχειρηματικές προσπάθειες).

Με βάση το διάγραμμα αυτό, οι πολιτικές που θα στηρίξουν την επιχειρηματικότητα θα πρέπει σχηματικά να έχουν τους ακόλουθους στόχους:

- ▶ Ενίσχυση αριθμητικά της ομάδας των πρεσβευτών, αντλώντας από τις δεξαμενές των δυνητικών παικτών και, δευτερευόντως, των υποστηρικτών.
- ▶ Μετατόπιση της ομάδας των υποστηρικτών προς τα δεξιά, δηλαδή προς μια ακόμη θετικότερη αντίληψη για την επιχειρηματικότητα, αλλά και προς τα πάνω, δηλαδή προς υψηλότερη πρόθεση ανάληψης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.
- ▶ Μετατόπιση της ομάδας των σκεπτικιστών προς τα δεξιά, αποδυναμώνοντας τις αρνητικές παραστάσεις των μελών της ομάδας μέσα από περισσότερα ερεθίσματα επιχειρηματικότητας.

10+1 προτάσεις για τη στήριξη της επιχειρηματικότητας

Στο κεφάλαιο αυτό περιλαμβάνεται μια σειρά από προτάσεις των συντακτών της έκθεσης για την τόνωση της επιχειρηματικότητας των νέων στη χώρα μας. Οι προτάσεις αυτές είναι, στην πλειοψηφία τους, απλές στην εφαρμογή, χαμηλού κόστους και υψηλού αντίκτυπου. Ωστόσο, είναι σημαντικό, εφόσον υιοθετηθούν, να συνδυαστούν με προγράμματα μακροπρόθεσμης παρακολούθησης και αξιολόγησης του αντίκτυπου στην επιχειρηματικότητα.

Με βάση το θετικό κλίμα που κατέγραψε η έρευνα, αλλά και τους προβληματισμούς των φοιτητών ως προς τις δυσκολίες και τα εμπόδια που εκτιμούν ότι θα αντιμετωπίσουν, προκύπτουν δυο βασικές κατευθύνσεις στις οποίες θα πρέπει να κινηθούν οι πρωτοβουλίες για την τόνωση της επιχειρηματικότητας:

- ▶ Αύξηση των ερεθισμάτων, ώστε οι νέοι να εξοικειωθούν περισσότερο και στην πράξη με το επιχειρείν, να προετοιμαστούν αρτιότερα και, ιδανικά, να αυξηθεί ο αριθμός όσων είναι διατεθειμένοι να δοκιμαστούν στον επιχειρηματικό στίβο.
- ▶ Αποτελεσματικότερη ενίσχυση όσων το τολμούν και προσπάθεια άμβλυνσης των εμποδίων που θα συναντούν στην προσπάθειά τους.

Στη συνέχεια διατυπώνονται συγκεκριμένες προτάσεις, ομαδοποιημένες σε δέκα άξονες δράσεων.

1. Ενίσχυση επιχειρηματικής αντίληψης μέσα από στοχευμένες εκπαιδευτικές δράσεις

- ▶ Εισαγωγή μαθημάτων στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση που να ενισχύουν τα συστατικά στοιχεία της επιχειρηματικότητας (δημιουργικότητα, ομαδικό πνεύμα, εργασία βάσει στόχων).
- ▶ Πρακτικά προγράμματα προσομοίωσης δημιουργίας και διαχείρισης μιας επιχείρησης σε μικρές ομάδες φοιτητών με τη χρήση τεχνικών βιωματικής μάθησης και επικέντρωση σε νέες δεξιότητες όπως: δημιουργικότητα, δημιουργία πρωτοτύπου, διαχείριση ομάδας, βιωσιμότητα κ.λπ.
- ▶ Προγράμματα εκπαίδευσης και συνεχιζόμενης κατάρτισης για νέους επιχειρηματίες σε επιλεγμένους κλάδους (π.χ. τεχνολογία, τουρισμός) και αντικείμενα (π.χ. μάρκετινγκ και πωλήσεις, ηλεκτρονικό εμπόριο, διαχείριση ανθρώπινων πόρων, εκπόνηση επιχειρηματικών σχεδίων) με έμφαση στην επιχειρηματική ανάπτυξη.
- ▶ Μεγαλύτερη χρήση τεχνολογίας στην εκπαίδευση και χρήση τεχνικών ηλεκτρονικής μάθησης για δυνατότητα εκπαίδευσης σε απομακρυσμένες περιοχές, αλλά και την απρόσκοπτη συνεργασία μεταξύ διαφορετικών εκπαιδευτικών ιδρυμάτων με συμπληρωματικά γνωστικά αντικείμενα.

2. Ενθάρρυνση των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών από φοιτητές

- ▶ Διενέργεια διαγωνισμών καινοτομίας και επιχειρηματικότητας, τόσο εντός των Πανεπιστημίων, όσο και σε εθνικό επίπεδο, με στόχο την εκπαίδευση των συμμετεχόντων και την παροχή των πρώτων κινήτρων για ανάληψη επιχειρηματικής δράσης.
- ▶ Προώθηση συνεργασίας φοιτητών διαφορετικών Πανεπιστημίων/ σχολών και εκπαιδευτικών κατευθύνσεων, εντός και εκτός Ελλάδας, για την υλοποίηση κοινών επιχειρηματικών δράσεων

(π.χ. μέσω προγραμμάτων match-and-develop, bootcamp επιχειρηματικότητας, hackathons κ.λπ.).

- ▶ Αναμόρφωση των ΜΟΚΕ (Μονάδων Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας) στα ΑΕΙ/ΑΤΕΙ, μέσω της υιοθέτησης επιτυχημένων πρακτικών που ήδη εφαρμόζονται σε ορισμένα ελληνικά και διεθνή ιδρύματα, όπως η κλαδική εξειδίκευση, η συνεργασία με κλαδικούς και κοινωνικούς φορείς, η δικτύωση, η οργάνωση ημερών καριέρας ειδικά για startups.

3. Ενεργή στήριξη νέων επιχειρηματικών σχημάτων από τα Πανεπιστήμια

- ▶ Δημιουργία θερμοκοιτίδων για νέες επιχειρήσεις εντός των Πανεπιστημίων, με κλαδική εξειδίκευση (π.χ. αγροδιατροφικός τομέας, ηλεκτρονικό επιχειρείν κ.λπ.) και σε συνεργασία με κλαδικούς και χρηματοδοτικούς φορείς.
- ▶ Σύσταση κόμβων για μεταφορά τεχνολογίας για κατοχύρωση πατεντών και προστασία πνευματικής ιδιοκτησίας (technology transfer hubs).
- ▶ Δημιουργία εργαστηρίων για πειραματική χρήση νέων τεχνολογιών και εξειδικευμένων εργαλείων (π.χ. internet-of-things, wearables, augmented reality κ.λπ.).

4. Σύνδεση των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων με την επιχειρηματική κοινότητα

- ▶ Υποχρεωτική πρακτική άσκηση για όλους τους φοιτητές και επέκταση του θεσμού σε νεότερες και μικρότερες εταιρείες/startups.
- ▶ Τακτικές συναντήσεις, σεμινάρια και workshops με συμμετοχή επιλεγμένων νέων και καταξιωμένων επιχειρηματιών και φορέων στήριξης της επιχειρηματικότητας.
- ▶ Συνεργασία Πανεπιστημίων/ ερευνητικής κοινότητας και ιδιωτικού τομέα για την οργάνωση εξειδικευμένων μεταπτυχιακών προγραμμάτων,

την επίλυση δύσκολων προβλημάτων από τους ερευνητές, την οργάνωση διπλωματικών εργασιών σε επιχειρήσεις, τη δημιουργία case studies από ελληνικές επιχειρήσεις κ.λπ.

- ▶ Συμμετοχή Πανεπιστημίων στους φορείς και κόμβους επιχειρηματικότητας και αξιοποίηση της εξειδικευμένης γνώσης των ακαδημαϊκών εργαστηρίων για μεταφορά των αναγκών των επιχειρήσεων στις εκπαιδευτικές αίθουσες.
- ▶ Ενθάρρυνση τοπικών πυρήνων επιχειρηματικότητας μέσα από την ενίσχυση θερμοκοιτίδων, επιταχυτών και δικτύων συνεργασίας μεταξύ τοπικών επιχειρηματιών, φορέων και πανεπιστημιακών ιδρυμάτων.

5. Τόνωση της εξωστρέφειας και της διεθνούς δικτύωσης

- ▶ Αξιοποίηση των Ελλήνων της διασποράς (καινοτόμων επιχειρηματιών, διεθνών μάντζερς και ακαδημαϊκών) μέσω ειδικών κινήτρων για τη μεταφορά καινοτόμων δράσεων τους στην Ελλάδα, ή της δημιουργίας δικτύων συνεργασίας με αντίστοιχες συμπληρωματικές πρωτοβουλίες στη χώρα μας.
- ▶ Ενθάρρυνση της διεθνούς κινητικότητας του ανθρώπινου δυναμικού και ενίσχυση προγραμμάτων ανταλλαγής και φιλοξενίας νέων επιχειρηματιών.
- ▶ Διασύνδεση ελληνικών εκπαιδευτικών ιδρυμάτων με αντίστοιχα ιδρύματα και φορείς του εξωτερικού σε θέματα επιχειρηματικότητας.

6. Αξιοποίηση της ακαδημαϊκής έρευνας

- ▶ Ενθάρρυνση εφαρμοσμένης έρευνας στα ελληνικά εκπαιδευτικά ιδρύματα και απλοποίηση του θεσμικού πλαισίου εμπορικής αξιοποίησής της.
- ▶ Επιχειρηματική αξιοποίηση της υπάρχουσας έρευνας που πραγματοποιείται στα ελληνικά Πανεπιστήμια.
- ▶ Ανάδειξη και χρηματοδότηση των ερευνητικών

κέντρων/ εργαστηρίων αριστείας των ελληνικών εκπαιδευτικών ιδρυμάτων.

- ▶ Σύνδεση έρευνας με εθνική στρατηγική ανάπτυξης με συμμετοχή επιχειρήσεων και ερευνητικών κέντρων.

(mentoring) για τη μεγιστοποίηση των προοπτικών επιτυχίας μιας νέας επιχειρηματικής ιδέας.

- ▶ Θέσπιση νέων μορφών χρηματοδοτικών εργαλείων με σταδιακή εκταμίευση και σύνδεση χρηματοδότησης με αποτελέσματα.

7. Καθιέρωση ευέλικτων εταιρικών δομών και διαδικασιών

- ▶ Καθιέρωση νέας μορφής επιχειρηματικής οντότητας αποκλειστικά για φοιτητές/ ερευνητές, ως συνέχεια των ΙΚΕ, με κύριο χαρακτηριστικό το χαμηλό ρίσκο ως προς τις διαδικασίες δημιουργίας, λειτουργίας, παύσης, με στόχο την πρακτική εξοικείωση με την επιχειρηματική δράση σε μαζικό επίπεδο.
- ▶ Βελτιώσεις στο θεσμικό πλαίσιο των ΙΚΕ σχετικά με την έναρξη, λειτουργία και διακοπή λειτουργίας μιας επιχείρησης (π.χ. να μην υπάρχει ανάγκη φυσικού χώρου/ έδρας για την έναρξη, δυνατότητα σχηματισμού Δ.Σ. στις ΙΚΕ, δυνατότητα έκδοσης μετατρέψιμων ομολογιών κ.λπ.).
- ▶ Δημιουργία απλοποιημένου χάρτη με τις βασικές αρχές και κανόνες που πρέπει να διέπουν τη λειτουργία μίας νέας επιχείρησης, ώστε να μην απαιτείται εξειδικευμένος νομικός σύμβουλος ή λογιστής κατά τα πρώτα στάδια λειτουργίας μιας νέας επιχείρησης.
- ▶ Ψηφιοποίηση διαδικασιών και υπηρεσιών του δημοσίου (π.χ. ηλεκτρονικές προμήθειες, ηλεκτρονική τιμολόγηση, ηλεκτρονικό παράβολο κ.λπ.) με τη συμμετοχή νέων, καινοτόμων εταιριών.

8. Βελτίωση του χρηματοδοτικού πλαισίου

- ▶ Διευκόλυνση συμμετοχής σε Ευρωπαϊκά προγράμματα, μέσω περισσότερης πληροφόρησης για τα διαθέσιμα προγράμματα, απλοποίησης διαδικασίας αιτήσεων και αύξησης διαθέσιμου ποσού για δαπάνες μισθοδοσίας.
- ▶ Επέκταση της επιτυχημένης χρήσης Venture Capital με συνδυασμό ιδιωτικών και ευρωπαϊκών κεφαλαίων (Jeremie funds) σε άλλους τομείς πλην τεχνολογίας, καθώς και σε περισσότερο πρώιμο στάδιο (seed funding).
- ▶ Κάλυψη τραπεζικού δανεισμού σε startups για να αντιμετωπιστεί η έλλειψη εμπράγματων ασφαλειών/ collaterals.

9. Προώθηση εναλλακτικών μορφών χρηματοδότησης

- ▶ Διαμόρφωση θεσμικού πλαισίου εναλλακτικών τρόπων χρηματοδότησης (π.χ. crowdfunding)
- ▶ Υιοθέτηση βέλτιστων διεθνών πρακτικών για τη συμμετοχή του κράτους (π.χ. Ισραήλ/ Yozma Fund).
- ▶ Σύνδεση της χρηματοδότησης με την καθοδήγηση

10. Θέσπιση ευέλικτου φορολογικού πλαισίου

- ▶ Εισαγωγή φορολογικών κινήτρων για επενδύσεις σε νεοφυείς επιχειρήσεις.
- ▶ Απαλλαγή από ΦΠΑ και εργοδοτικές εισφορές για τους πρώτους 24 μήνες λειτουργίας, ενδεχομένως και σε συνάρτηση με τις θέσεις εργασίας που δημιουργούνται ή τη δαπάνη για έρευνα και ανάπτυξη (R&D).
- ▶ Μείωση επιβάρυνσης για τα σχήματα bonus και stock options για τους πρώτους 24 μήνες λειτουργίας.

Τη δεκαετία του '90 το Ισραήλ δημιούργησε το Yozma I, ένα venture fund το οποίο - μέσα σε μία περίοδο τριών ετών - κατάφερε να δημιουργήσει δέκα επιμέρους funds με συνολικά κεφάλαια πάνω από **200 εκατ. δολάρια**. Από το 1993 μέχρι σήμερα, ακολούθησαν δύο ακόμη Yozma funds τα οποία συνέβαλαν ουσιαστικά στην εξωστρέφεια των ισραηλινών startups, στην άντληση διεθνών κεφαλαίων και στη δικτύωσή τους με τις κορυφαίες εταιρείες των κλάδων τους παγκοσμίως.



+1

Είναι αυτονόητο ότι οι προτάσεις αυτές δεν εξαντλούν το θέμα, ούτε μπορούν από μόνες τους να αναστρέψουν το κλίμα αυθμερόν. Μπορούν όμως να αποτελέσουν τη βάση μιας ευρύτερης συζήτησης στην οποία θα πρέπει να συμβάλουν όλες οι ενδιαφερόμενες πλευρές.

Η κρισιμότερη πρωτοβουλία για τη βελτίωση του επιχειρηματικού κλίματος, είναι η δημιουργία ενός θετικού αφηγήματος γύρω από την ποιοτική, υγιή επιχειρηματικότητα με μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης. Αυτό προϋποθέτει τη συστράτευση Πολιτείας, επιχειρηματικής κοινότητας, εκπαιδευτικών, μέσω ενημέρωσης αλλά και των ίδιων των νέων, σε έναν κοινό στόχο: τη στήριξη και επιβράβευση των επιχειρηματιών με πραγματικό θετικό αντίκτυπο, που μπορούν να λειτουργήσουν ως πρότυπα και πηγή έμπνευσης για τους υπολοίπους, και μέσω αυτών τη μετάβαση σε ένα νέο βιώσιμο μοντέλο ανάπτυξης.

Ταυτότητα της έρευνας

Για τους σκοπούς της έρευνας έλαβε χώρα συλλογή δεδομένων μέσω ενός δομημένου ερωτηματολογίου. Για την ανάπτυξη και επικύρωση του ερωτηματολογίου και τη διεξαγωγή της έρευνας έλαβαν χώρα τα ακόλουθα βήματα:

1. Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας αναφορικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική πρόθεση, με έμφαση σε μελέτες που αφορούν φοιτητές.
2. Επιλογή εκείνων των ερωτήσεων που αποτυπώνουν καλύτερα το πνεύμα και το σκοπό της έρευνας.
3. Σύνθεση του ερωτηματολογίου.
4. Επικύρωση του ερωτηματολογίου από τρεις ακαδημαϊκούς με εμπειρία σε θέματα επιχειρηματικότητας και ποσοτικής ανάλυσης.
5. Πιλοτική εφαρμογή του ερωτηματολογίου σε ένα μικρό δείγμα του πληθυσμού-στόχου. Κατά την πιλοτική εφαρμογή εντοπίστηκαν κάποιες ασάφειες σε κάποιες ερωτήσεις, οι οποίες διορθώθηκαν στην τελική έκδοση του ερωτηματολογίου.
6. Αποστολή του ερωτηματολογίου σε δείγμα του πληθυσμού-στόχου.
7. Συλλογή και επεξεργασία των απαντήσεων.
8. Σύγκριση αποτελεσμάτων του συνολικού δείγματος με δείγμα ελέγχου (control group) για διασφάλιση έλλειψης θετικής μεροληψίας.

Συλλογή των δεδομένων και συμμετοχή στην έρευνα

Ο πληθυσμός-στόχος της έρευνας ήταν οι νέοι, που φοιτούν στα Ανώτατα Εκπαιδευτικά και Ανώτατα Τεχνολογικά Ιδρύματα της χώρας.

Για τη συλλογή των δεδομένων, το ερωτηματολόγιο εστάλη σε διδάσκοντες, και σε ορισμένες περιπτώσεις ακόμη και στους Πρυτάνεις, των Ανώτατων Εκπαιδευτικών και Ανώτατων Τεχνολογικών Ιδρυμάτων, οι οποίοι στη συνέχεια ανέλαβαν τη διάχυση του ερωτηματολογίου στους φοιτητές, είτε σε ηλεκτρονική, είτε σε έντυπη μορφή.

Από το σύνολο των φοιτητών, **2.222 φοιτητές** από τα ακόλουθα **35 Ανώτατα Εκπαιδευτικά και Ανώτατα Τεχνολογικά Ιδρύματα** συμμετείχαν στην έρευνα, την περίοδο Ιουνίου και Σεπτεμβρίου-Οκτωβρίου 2015:

- ▶ Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης
- ▶ Ανωτάτη Σχολή Καλών Τεχνών
- ▶ Ανώτατη Σχολή Παιδαγωγικής και Τεχνολογικής Εκπαίδευσης
- ▶ Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά Τεχνολογικού Τομέα (πρώην ΤΕΙ Πειραιά)
- ▶ Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
- ▶ Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- ▶ Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης
- ▶ Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος
- ▶ Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- ▶ Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο
- ▶ Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
- ▶ Ιόνιο Πανεπιστήμιο
- ▶ Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- ▶ Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- ▶ Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας
- ▶ Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
- ▶ Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων
- ▶ Πανεπιστήμιο Κρήτης
- ▶ Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
- ▶ Πανεπιστήμιο Πατρών
- ▶ Πανεπιστήμιο Πειραιώς
- ▶ Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου
- ▶ Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών
- ▶ Πολυτεχνείο Κρήτης
- ▶ Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Αθήνας
- ▶ Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδας
- ▶ Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Μακεδονίας
- ▶ Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Ηπείρου
- ▶ Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλίας
- ▶ Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Ιονίων Νήσων
- ▶ Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κεντρικής Μακεδονίας
- ▶ Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης
- ▶ Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πελοποννήσου
- ▶ Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Στερεάς Ελλάδας
- ▶ Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Για την εξασφάλιση έλλειψης θετικής μεροληψίας υπέρ της επιχειρηματικότητας από όσους απάντησαν το online ερωτηματολόγιο, το ερωτηματολόγιο δόθηκε σε έντυπη μορφή κατά τη διαδικασία εξέτασης ή παράδοσης μαθημάτων ανεξάρτητων της επιχειρηματικότητας. Το σύνολο των ερωτώμενων που απάντησαν το έντυπο ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκε για τον έλεγχο των αποτελεσμάτων της έρευνας (control group) σε σχέση με το συνολικό πληθυσμό. Συγκεκριμένα, με τη χρήση της στατιστικής μεθόδου two sample t-test έγινε σύγκριση των απαντήσεων μεταξύ των δύο δειγμάτων στις ακόλουθες δύο ερωτήσεις:

1. Η άποψή σας για την επιχειρηματικότητα είναι: (1: πολύ αρνητική έως 5: Πολύ θετική), και
2. Η άποψή σας για τους επιχειρηματίες είναι: (1: πολύ αρνητική έως 5: Πολύ θετική)

προκειμένου να διαπιστωθεί κατά πόσο οι μέσες τιμές των απαντήσεων διαφέρουν στα δύο δείγματα.

Τα αποτελέσματα των αναλύσεων¹ έδειξαν ότι και στις δυο ερωτήσεις, οι μέσες τιμές των απαντήσεων δε διαφέρουν σημαντικά στα δυο δείγματα. Τα αποτελέσματα αυτά υποδηλώνουν ότι δεν υπάρχει θετική μεροληψία υπέρ της επιχειρηματικότητας όσων απάντησαν το online ερωτηματολόγιο και, ως εκ τούτου, οι απαντήσεις τους μπορούν να θεωρηθούν ως αντιπροσωπευτικές του συνόλου του πληθυσμού-στόχου της έρευνας.

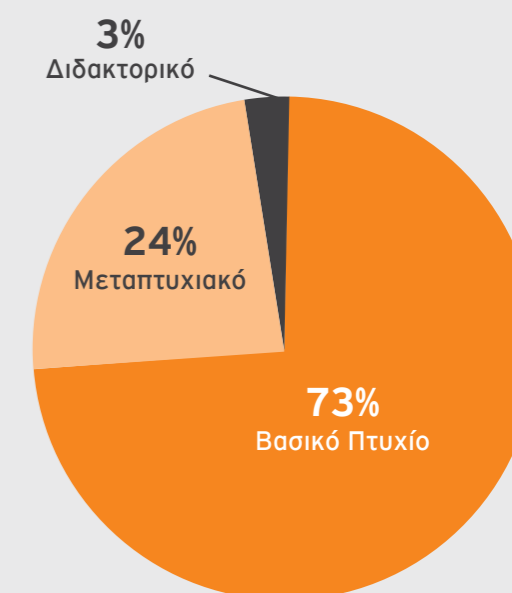
Ακολουθούν τα δημογραφικά στοιχεία όσων συμμετείχαν στην έρευνα, τα οποία φανερώνουν ένα ισορροπημένο δείγμα ως προς τη συμμετοχή των δύο φύλων, την κατεύθυνση σπουδών και το επίπεδο πανεπιστημιακών σπουδών.

1. Ερώτηση (1): $t = -0.4356$, degrees of freedom=2124, p -value=0.6632
Ερώτηση (2): $t = 0.3336$, degrees of freedom =2124, p -value=0.7387

Φύλο



Επίπεδο Πανεπιστημιακών Σπουδών



Κατεύθυνση Σπουδών



Συνεργάτες και Ευχαριστίες

Δημοσθένης Αναγνωστόπουλος

Πρύτανης Καθηγητής, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Νικόλαος Γεωργόπουλος

Πρύτανης Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Έλια Ψυλλάκη

Πρύτανης Καθηγήτρια, Πολυτεχνείο Κρήτης

Θεόδωρος Αποστολόπουλος

Καθηγητής, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Δημήτρης Ασκούνης

Καθηγητής, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο

Κώστας Βερβερίδης

Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Πατρών

Ιωάννης Βλαχάβας

Καθηγητής, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Κοσμήτορας, International Hellenic University

Ιορδάνης Λαδόπουλος

Καθηγητής ΑΣΟΕΕ και διοργανωτής της εκδήλωσης «Πανόραμα Επιχειρηματικότητας & Σταδιοδρομίας»

Σαράντης-Ευάγγελος Γ. Λώλος

Καθηγητής, Πάντειο Πανεπιστήμιο

Νινέτα Πολέμη

Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Ειρήνη Φαφαλιού

Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Γεώργιος Γκωλέτσης

Επίκουρος Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων

Παναγιώτης Κουρουθανάσης

Επίκουρος Καθηγητής, Ιόνιο Πανεπιστήμιο

Αδαμαντία Πατέλη

Επίκουρη Καθηγήτρια, Ιόνιο Πανεπιστήμιο

Μπέττυ Τσακαρέστου

Επίκουρη Καθηγήτρια, Πάντειο Πανεπιστήμιο

Κωνσταντίνος Φούσκας

Επίκουρος Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Επιτροπή Ερευνών

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Γραφείο Μεταφοράς Τεχνολογίας και Γραφείο Διασύνδεσης

ΕΠΙ.ΝΟΩ

Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο

Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (ΜΟΚΕ)

Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (ΜΟΚΕ)

Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Μονάδα Καινοτομίας και Ερευνητικότητας (ΜΟΚΕ)

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Δημήτρης Σκούρτας

Υπεύθυνος διοργάνωσης της εκδήλωσης

«Πανόραμα Επιχειρηματικότητας & Σταδιοδρομίας»

Ερευνητική ομάδα

Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Γεώργιος Δουκίδης

Καθηγητής, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Κατερίνα Πραματάρη

Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Αγγελική Καραγιαννάκη

Διδάκτορας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Εριφίλη Χατζοπούλου

Διδάκτορας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Βασίλης Μάντζιος

Υποψήφιος Διδάκτορας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

ΕΥ

ΕΥ | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

Η ΕΥ κατέχει ηγετική θέση παγκοσμίως στον χώρο των ελεγκτικών, φορολογικών, χρηματοοικονομικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών. Η βαθιά γνώση και η ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχουμε συμβάλλουν στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης στις κεφαλαιαγορές και τις οικονομίες σε ολόκληρο τον κόσμο. Δημιουργούμε ηγετικά στελέχη που συνεργάζονται για να τηρήσουν τις υποσχέσεις μας προς όλους τους εταίρους μας. Με τον τρόπο αυτό συμβάλλουμε σημαντικά στη δημιουργία ενός καλύτερου κόσμου για τους ανθρώπους μας, για τους πελάτες μας και για τις κοινωνίες μας.

Η ΕΥ αναφέρεται στον παγκόσμιο οργανισμό, και μπορεί να αναφέρεται σε μία ή περισσότερες, από τις εταιρείες μέλη της Ernst & Young Global Limited, καθεμία από τις οποίες αποτελεί ξεχωριστή νομική οντότητα.

Για περισσότερες πληροφορίες για τον οργανισμό μας, παρακαλούμε επισκεφθείτε το [ey.com](#)

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΟΠΑ) είναι μεταξύ των πρωτοπόρων πανεπιστημίων στην Ευρώπη στην εκπαίδευση, έρευνα και ενίσχυση της νεανικής επιχειρηματικότητας. Για το ΟΠΑ η στήριξη της επιχειρηματικότητας είναι αναπόσπαστο κομμάτι της στρατηγικής του, στο πλαίσιο επίτευξης αριστείας σε όλα τα επίπεδα και δημιουργίας ενός σύγχρονου πανεπιστημιακού περιβάλλοντος που είναι διασυνδεδεμένο με την κοινωνία και συμβάλλει στην ανάπτυξη. Οι δράσεις συντονίζονται από τη ΜΟΚΕ (Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας) που έχει βραβευθεί ως βέλτιστη εθνική πρακτική σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Το Κέντρο Στήριξης Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας (Athens Center for Entrepreneurship and Innovation – ACEin – [acein.aueb.gr](#)) του ΟΠΑ δημιουργήθηκε με την υποστήριξη του Δήμου Αθηναίων και αποτελεί τη νέα θερμοκοιτίδα (incubator) του Πανεπιστημίου με στόχο την υποστήριξη φοιτητικών και ερευνητικών ομάδων στην ανάπτυξη και υλοποίηση των καινοτόμων επιχειρηματικών τους ιδεών. Μεταξύ άλλων παρέχει υπηρεσίες φιλοξενίας, εκπαίδευσης, υποστήριξης, δικτύωσης και υποστηρίζει διάφορες δράσεις στήριξης της επιχειρηματικότητας του ΟΠΑ, όπως ο φοιτητικός διαγωνισμός [ennovation.eu](#), το Ευρωπαϊκό πρόγραμμα [eucxel.eu](#), το πρόγραμμα επιχειρηματικής καινοτομίας [idea.aueb.gr](#) κ.λπ.

Endeavor Greece

Η Endeavor είναι διεθνής μη κερδοσκοπικός οργανισμός στήριξης της επιχειρηματικότητας. Μέσω των γραφείων της σε 25 χώρες, εντοπίζει τους καλύτερους επιχειρηματίες που ηγούνται καινοτόμων εταιρειών με υψηλό ρυθμό ανάπτυξης, σε διάφορους τομείς και τους βοηθάει να αξιοποιήσουν τις δυνατότητές τους μέσω ενός ασυναγώνιστου δικτύου κορυφαίων επιχειρηματιών και επενδυτών. Τους προσφέρει στρατηγική καθοδήγηση, δικτύωση, πρόσβαση σε αγορές και επαφή με επενδυτές. Οι επιλεγμένοι επιχειρηματίες, με τη στήριξη της Endeavor, εξασφαλίζουν νέες θέσεις εργασίας, συνεισφέρουν στην οικονομική ανάπτυξη και λειτουργούν ως πρότυπα. Από το 1997, οι 1.000+ επιλεγμένοι επιχειρηματίες παγκοσμίως έχουν δημιουργήσει 500.000+ θέσεις εργασίας και κατέγραψαν \$8 δισ. έσοδα το 2014. Η Endeavor Greece ιδρύθηκε το Σεπτέμβριο 2012.

Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο

Το Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο είναι ένας μη-κερδοσκοπικός οργανισμός, που ιδρύθηκε το 1932 με σκοπό την προώθηση των οικονομικών, επιχειρηματικών και επενδυτικών σχέσεων μεταξύ ΗΠΑ και Ελλάδος.

Οι δραστηριότητές του περιλαμβάνουν μεγάλα συνέδρια με ομιλητές διεθνούς κύρους, σεμινάρια και εκδηλώσεις προς τιμήν προσωπικοτήτων από τη διεθνή επιχειρηματική και πολιτική σκηνή. Στο παρελθόν έχουν συμμετάσχει ως επίσημοι προσκεκλημένοι ομιλητές οι Πρόεδροι των ΗΠΑ G. Bush και B. Clinton και ο Πρόεδρος της Ρωσικής Ομοσπονδίας M. Gorbachev.

Το Επιμελητήριο είναι διαπιστευμένο μέλος του Αμερικανικού Επιμελητηρίου στη Washington, D.C., και του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Αμερικανικών Εμπορικών Επιμελητηρίων (ECACC).

Επικοινωνία:

EY

Ευάγγελος-Μάξιμος Σκοπελίτης, Ph.D.
Διευθυντής Marketing
Χειμάρρας 8B, 151 25, Μαρούσι
T 210 2886 419
E evangelos-maximos.scopelitis@gr.ey.com
www.ey.com

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Κατερίνα Πραματάρη
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Athens Center for Entrepreneurship and Innovation
Κεφαλληνίας 46, 112 52, Αθήνα
T 210 8203 829
E k.pramatari@aueb.gr, acein@aueb.gr
www.aueb.gr | acein.aueb.gr

Endeavor Greece

Άννα Ζηλάκου
Communications and Partnerships Manager
Ηροδότου 23, 106 74, Αθήνα
T 210 7400 080
E anna.zilakou@endeavor.org
www.endeavor.org.gr

Ελληνο-Αμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο

Ηλίας Σπυρτούνιας
Γενικός Διευθυντής
Λ. Μεσογείων 109-111, 115 26 Αθήνα
T 210 6993 559 εσωτ.24
E e.spiritounias@amcham.gr
www.amcham.gr