ePublishing
ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ
NATIONAL DOCUMENTATION CENTRE

Εκπαίδευση, Δια Βίου Μάθηση, Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη, Καινοτομία και Οικονομία

Τόμ. 2 (2019)

Πρακτικά του 2ου Πανελληνίου Επιστημονικού Συνεδρίου με Διεθνή Συμμετοχή «Ελλάδα-Ευρώπη 2020: Εκπαίδευση, Δια Βίου Μάθηση, Έρευνα, Νέες Τεχνολογίες, Καινοτομία και Οικονομία», Λαμία 28, 29, 30 Σεπτεμβρίου 2018

Η επιχειρηματικότητα μέσα από τα μάτια των νέων: επιλογή δημιουργίας ή επιβίωσης;

Δημητριος Σκιαδας, Νικος Κουτσουπιάς, Σοφία Μπουτσιούκη

doi: 10.12681/elrie.1573

https://epublishing.ekt.gr | **e-Εκδότης:** EKT | **Πρόσβαση:** 06/12/2025 04:44:00

Η επιχειρηματικότητα μέσα από τα μάτια των νέων: επιλογή δημιουργίας ή επιβίωσης;

Σκιαδάς Δημήτριος[1], Κουτσουπιάς Νικόλαος[2], Μπουτσιούκη Σοφία[3]
dskiadas@uom.edu.gr, nk@uom.edu.gr, sofiab@uom.edu.gr
[1]Καθηγητής, Παν. Μακεδονίας, [2]Αναπλ. Καθηγητής, Παν. Μακεδονίας, [3]Λέκτορας, Παν. Μακεδονίας

Περίληψη

Η επιχειρηματικότητα ασκεί δυναμική επίδραση στη μακροπρόθεσμη αναπτυξιακή προοπτική των κρατών. Η εργασία αποσκοπεί στην αρχική αποτίμηση της επιχειρηματικής δυναμικής των νέων και στην ανάδειξη παρεμβάσεων με δυνατότητα περαιτέρω ενδυνάμωσής της. Η προσέγγιση πραγματοποιείται μέσα από την ανάλυση των ευρημάτων έρευνας μεταξύ φοιτητών ελληνικού πανεπιστημίου. Βασικοί στόχοι της εργασίας είναι, αφενός, η διερεύνηση των αντιλήψεων, των στάσεων και των κινήτρων των φοιτητών αναφορικά με την επιχειρηματικότητα και, αφετέρου, ο προσδιορισμός του βαθμού της επιθυμίας, αλλά και της πιθανότητας μελλοντικής επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Ως εργαλείο για τη διεξαγωγή της έρευνας χρησιμοποιήθηκε ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο, ενώ για την περιγραφική στατιστική και τους ελέγχους αξιοπιστίας χρησιμοποιήθηκε το λογισμικό SPSS έκδοση 25. Η ανάλυση των δεδομένων ανέδειξε τη θετική στάση των φοιτητών έναντι της επιχειρηματικότητας, καθώς και τη βεβαιότητά τους ότι διαθέτουν το κατάλληλο συνδυαστικό πλαίσιο γνώσεων, ικανοτήτων, κινήτρων και πεποιθήσεων αναφορικά με μία πιθανή επιχειρηματική ενεργοποίηση.

Λέξεις κλειδιά: Επιχειρηματικότητα, Νέοι, Πανεπιστήμιο.

Abstract

Entrepreneurship exercises a dynamic influence on the countries' long-term developmental prospects. The paper aims at evaluating youth entrepreneurial dynamics and at designating interventions that enable their further enhancement. The approach involves the analysis of the findings of a survey contacted among university students. The primary objectives of the paper are, on one hand, to investigate the attitudes, the perceptions and the motives of students regarding entrepreneurship, and, on the other hand, to define the levels of the willingness to and the feasibility of a future entrepreneurial engagement. The survey was conducted with the use of an online questionnaire, while SPSS version 25 was used for descriptive statistics and reliability analysis. The data analysis showed the students' positive attitude regarding entrepreneurship, as well as their conviction that they combine the appropriate knowledge, skills, motivation and self-confidence, thus being prepared for a potential entrepreneurial involvement.

Keywords: Entrepreneurship, Multivariate Analysis, Youth, University.

1. Εισαγωγή

Αν και οι νέοι αποτελούν μία ιδιαίτερα δυναμική ομάδα του πληθυσμού, κατά τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα μετά την πρόσφατη οικονομική κρίση αντιμετωπίζουν αυξημένο κίνδυνο επαγγελματικής και συνακόλουθα κοινωνικής περιθωριοποίησης, καθώς και αποστέρησης ευκαιριών αξιοποίησης του ανθρωπίνου κεφαλαίου τους σε προσωπικό, οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο. Οι νέοι συνδυάζουν τον παραγωγικό δυναμισμό και την τεχνολογική προσαρμοστικότητα με το ισχυρό γνωστικό υπόβαθρο και τη δυνατότητα για καινοτομία. Εντός ενός δυσμενούς για αυτούς περιβάλλοντος καθίσταται αναγκαία η ανάληψη πρωτοβουλιών που να μπορούν να τους ενεργοποιήσουν και να τους προσανατολίσουν προς εναλλακτικές επαγγελματικές επιλογές. Μεγάλη έμφαση αποδίδεται στην επιχειρηματικότητα, η οποία έχει συνδεθεί με την μακροοικονομική ανάπτυξη των κρατών και προβάλλεται ως μία ιδιαίτερα ελκυστική και με

θετικές προοπτικές επιλογή για αυτούς. Για το λόγο αυτό η νεανική επιχειρηματικότητα καταλαμβάνει σταθερά καίρια θέση τόσο στην εστίαση των ερευνητών όσο και στην ατζέντα των αρμοδίων για τη χάραξη πολιτικής.

Η εργασία επιχειρεί μέσω μίας έρευνας που πραγματοποιήθηκε μεταξύ φοιτητών ελληνικού πανεπιστημίου να διερευνήσει την επιχειρηματική δυναμική των νέων και να αναδείξει παρεμβάσεις που έχουν τη δυνατότητα περαιτέρω ενδυνάμωσής της. Πιο συγκεκριμένα, αφενός προσεγγίζονται ερευνητικά οι αντιλήψεις, οι στάσεις και τα κίνητρα των φοιτητών αναφορικά με την επιχειρηματικότητα και, αφετέρου επιδιώκεται να αποτιμηθούν ο βαθμός της επιθυμίας, αλλά και η πιθανότητα μελλοντικής επιχειρηματικής δραστηριοποίησής τους. Οι φοιτητές αποτελούν μία διακριτή ομάδα μεταξύ των νέων, οι οποίοι βρίσκονται σε φάση μετάβασης προς την αγορά εργασίας ή ακόμη και εξέλιξής τους μέσα σε αυτήν. Για το λόγο αυτό παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον να διερευνηθεί η διασύνδεσή τους με την επιχειρηματικότητα και με την προοπτική να την καταστήσουν δική τους επαγγελματική επιλογή.

2. Σώμα

2.1. Βιβλιογραφική ανασκόπηση

Τα σύγχρονα κράτη επιδεικνύουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την προώθηση της επιχειρηματικότητας θεωρώντας ότι η τελευταία δύναται να ασκήσει καθοριστικό ρόλο στην οικονομική τους ανάπτυξη και στη δημιουργία θέσεων εργασίας μέσα στις ανταγωνιστικές συνθήκες του διεθνούς περιβάλλοντος (Lee, et al., 2006· Spencer, et al., 2008· Teixeira & Davey, 2008). Επιπλέον, η επιχειρηματικότητα διαμορφώνει ευνοϊκές συνθήκες για τεχνολογική ανάπτυξη και προώθηση της δημιουργικότητας και της καινοτομίας (Amorós & Bosma, 2014˙ Teixeira & Davey, 2008˙ Teixeira & Forte, 2008˙ Tilley & Young, 2009), στις οποίες η συμβολή ειδικά των νέων ανθρώπων μπορεί να είναι πολύτιμη.

Το ενδιαφέρον λοιπόν για την ενίσχυση της συμμετοχής των νέων σε εγχειρήματα επιχειρηματικότητας συνδέεται κυρίως με την βούληση για αποτελεσματική υποστήριξή τους, ώστε να έχουν πρόσβαση σε ευκαιρίες αξιοποίησης των ικανοτήτων και της δημιουργικότητάς τους. Παράλληλα, μέσω της επιχειρηματικής δραστηριοποίησής τους περιορίζεται ο κίνδυνος να περιέλθουν σε κατάσταση ανεργίας, να αντιμετωπίσουν αναντιστοιχίες ή απώλεια προσόντων ή να έλθουν αντιμέτωποι με την πιθανότητα φτώχειας και κοινωνικού αποκλεισμού (Abraham, et al., 2013˙ ILO, 2014˙ Kroft, et al., 2013˙ Nichols, et al., 2013˙ Quintini, 2011). Επίσης, δεν πρέπει να παραβλέπεται το γεγονός ότι οι χώρες μέσω αυτής μπορούν να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα και τις προοπτικές για οικονομική ανάπτυξη, αλλά και για μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα των κοινωνικών συστημάτων τους (Ahn, et al., 2004), τα οποία διαφορετικά τίθενται σε κίνδυνο από μία πιθανή απώλεια του ανθρωπίνου κεφαλαίου των νέων.

Η βιβλιογραφική διερεύνηση αποκαλύπτει ενδιαφέρουσες διασυνδέσεις μεταξύ των κινήτρων που σχετίζονται με την πρόθεση και με την τελική επιλογή των φοιτητών να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση. Παράγοντες που κατά κύριο λόγο συνδέονται με τα στοιχεία της προσωπικότητας, με τις ικανότητες και με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ατόμων σίγουρα διαδραματίζουν ρόλο σε έναν τέτοιο προσανατολισμό. Επίσης, οι συνθήκες που επικρατούν στο κοινωνικό, οικονομικό και πολιτισμικό περιβάλλον (συν)διαμορφώνουν ισχυρές αντιλήψεις και στάσεις στους νέους αναφορικά με την επιχειρηματικότητα, επηρεάζοντας καθοριστικά τις αποφάσεις τους στην περίπτωση που διασφαλίζουν θετικές προοπτικές (De Martino & Barbato, 2002˙ OECD, 2012, 2014˙ Scott & Twomey, 1988˙ Shane, 2000˙ Singer, et al., 2015˙ Wennekers & Thurik, 1999). Επιπλέον, οι δυσκολίες της μετάβασης των νέων στην αγορά εργασίας συντελούν στην προβολή

της επιχειρηματικότητας ως ελκυστικής επαγγελματικής επιλογής (Kolvereid & Moen, 1997˙ Kumar, 2007˙ Rodrigues, et al., 2010).

Την απόφαση για συμμετοχή σε επιχειρηματικά εγχειρήματα φαίνεται να διευκολύνουν οι γνώσεις και οι δεξιότητες σχετικά με την οργάνωση και τη λειτουργία μίας επιχείρησης, οι οποίες αποκτώνται μέσα από την παρακολούθηση μαθησιακών δραστηριοτήτων είτε στο πλαίσιο του προγράμματος σπουδών είτε στο πλαίσιο προγραμμάτων συνεχιζόμενης κατάρτισης, καθώς και η επιρροή από πρότυπα ή μέντορες από το χώρο των επιχειρήσεων. Αυτοί οι παράγοντες συμβάλλουν στη διαμόρφωση θετικών αντιλήψεων και προβάλλουν την επιχειρηματικότητα ως εγχείρημα εφικτό και κατάλληλο (Awang, et al., 2013˙ Gerry, et al., 2008˙ Kew, et al., 2013˙ Lüthje & Franke, 2003˙ Schøtt, et al., 2015˙ Sullivan, 2000˙ Teixeira & Davey, 2008˙ Veciana, et al., 2005). Η περίπτωση των φοιτητών ενέχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Η παρακολούθηση εξειδικευμένων σεμιναρίων ή μαθημάτων σχετικών με την επιχειρηματικότητα ενδυναμώνουν την επιθυμία τους να γίνουν επιχειρηματίες και ενισχύουν την πιθανότητα επιτυχών αποτελεσμάτων για τα εγχειρήματά τους (De Jorge-Moreno, et al., 2012˙ Dickson, et al., 2008˙ Edwards & Muir, 2012˙ Kunday & Çakir, 2014). Αντίθετα, οι περιορισμένες γνώσεις και η ελλιπής προετοιμασία σχετικά με την επιχειρηματικότητα υπονομεύουν αυτήν την επιθυμία (De Martino & Barbato, 2002˙ Kolvereid & Moen, 1997˙ Teixeira & Davey, 2008˙ Venesaar, et al., 2007). Για το λόγο αυτό δίδεται έμφαση στην εισαγωγή δραστηριοτήτων κατάρτισης, οι οποίες βοηθούν τους πιθανούς μελλοντικούς επιχειρηματίες να διαμορφώσουν το απαραίτητο γνωστικό υπόβαθρο και πλαίσιο δεξιοτήτων, ώστε να αντιμετωπίζουν θετικά μία τέτοια προοπτική (Bird, 2002˙ Eurydice, 2012˙ Rodrigues, et al., 2010˙ Shepherd & De Tienne, 2005).

Οι αποφάσεις των νέων δεν μένουν ανεπηρέαστες από παράγοντες αποθαρρυντικούς προς την επιχειρηματική πρόθεση. Οι περιορισμένοι οικονομικοί πόροι και η απουσία εναλλακτικών χρηματοδοτικών ευκαιριών, η αυξημένη γραφειοκρατία και ο έντονος ανταγωνισμός στο εθνικό και το διεθνές περιβάλλον φαίνεται να λειτουργούν αποτρεπτικά, ενώ παράλληλα ενισχύουν το φόβο πιθανής αποτυχίας και υπονομεύουν την επιδίωξη δημιουργίας επιχειρήσεων (De Martino & Barbato, 2002˙ Kew, et al., 2013˙ Kolvereid & Moen, 1997˙ Teixeira & Davey, 2008˙ Schøtt, et al., 2015˙ Venesaar, et al., 2007). Αντίθετα, η εδραίωση επιχειρηματικών δικτύων με σκοπό την παροχή πληροφοριών, συμβουλευτικής και καθοδήγησης, αλλά και τη δυνατότητα πρόσβασης σε πιθανούς χρηματοδότες, προμηθευτές, πελάτες ή εταίρους μπορεί να διαδραματίσει θετική επιρροή στην ανάληψη επιχειρηματικού ρίσκου από νέα άτομα (Awang, et al., 2013˙ Gerry, et al., 2008˙ Greve & Salaff, 2003˙ Lüthje & Franke, 2003˙ Teixeira & Davey, 2008). Τα ευρήματα των ερευνών αναδεικνύουν, επίσης, την αξιοσημείωτη επίδραση που ασκείται στην επιχειρηματική πρόθεση από την ύπαρξη ενός μακροπρόθεσμου οράματος, το οποίο επιτρέπει στα άτομα να αναγνωρίζουν τις ευκαιρίες, να αναλαμβάνουν το απαραίτητο ρίσκο και να δημιουργούν επιχειρήσεις αξιοποιώντας τους υπάρχοντες πόρους και τις ικανότητές τους (De Martino & Barbato, 2002˙ Shepherd & De Tienne, 2005˙ Veciana, et al., 2005˙ Venesaar, et al., 2007).

Τέλος, το φύλο φαίνεται να επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό την πρόθεση των ατόμων να εκκινήσουν μία νέα ή να συμμετάσχουν σε μία ήδη εδραιωμένη επιχειρηματική δραστηριότητα. Τόσο στις ανεπτυγμένες όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες οι γυναίκες εκδηλώνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον θεωρώντας την επιχειρηματικότητα ως μέσο υπέρβασης των διακρίσεων φύλου που συχνά υφίστανται στις διαδικασίες προσλήψεων. Παράλληλα, η επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα επαγγελματικό πλαίσιο, που τους επιτρέπει να αξιοποιήσουν πλήρως τις ικανότητες και τη δημιουργικότητά τους, ενώ ταυτόχρονα διαφυλάσσουν την ανεξαρτησία τους και την ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής (Kelley, et al., 2013). Επιπρόσθετα, αποτελεί χαρακτηριστικό και των δύο φύλων το ότι αναγνωρίζουν τη δημιουργικότητα, την καινοτομία και τις οργανωτικές ικανότητες ως θεμελιώδεις ιδιότητες που διακρίνουν τον επιτυχημένο επιχειρηματία. Οι γυναίκες, όμως, αποδίδουν ιδιαίτερη σημασία στη δυνατότητα κάποιου να επιδεικνύει υπευθυνότητα και επικοινωνιακή επιδεξιότητα, ενώ παράλληλα αναλαμβάνει ρίσκα,

στοιχεία που μάλλον συνδέονται περισσότερο με το λειτουργικό πλαίσιο μίας επιχείρησης. Οι άνδρες πάλι αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία σε χαρακτηριστικά που αφορούν κυρίως το όραμα και τη μακροπρόθεσμη προοπτική επιτυχίας, όπως είναι η οικονομική δυνατότητα και η ικανότητα δικτύωσης (Brush, 2002˙ Gupta, et al., 2009˙ Skiadas & Boutsiouki, 2016).

2.2. Ερευνητική μεθοδολογία

Τον κεντρικό κορμό της εργασίας αποτελεί η ανάλυση των αρχικών ευρημάτων μίας ποσοτικής έρευνας που διενεργήθηκε μεταξύ προπτυχιακών και μεταπτυχιακών φοιτητών του Τμήματος Διεθνών και Ευρωπαϊκών Σπουδών του Πανεπιστημίου Μακεδονίας με πεδίο αναφοράς τις στάσεις, τις αντιλήψεις και τα πιθανά κίνητρά τους σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Το συγκεκριμένο Τμήμα προσφέρει πρόγραμμα σπουδών που συνδυάζει την πολιτική, την οικονομική και την κοινωνική προσέγγιση των σύγχρονων θεμάτων, ενώ προσφέρει στους φοιτητές του ευκαιρίες συμμετοχής σε δράσεις που αποσκοπούν στην εξοικείωσή τους με τον κόσμο των επιχειρήσεων. Το γεγονός αυτό μας επιτρέπει να θεωρήσουμε ότι οι φοιτητές διαθέτουν το αναγκαίο θεωρητικό και γνωστικό πλαίσιο, για να διαμορφώσουν σαφείς αντιλήψεις και στάσεις έναντι της επιχειρηματικότητας, αλλά και να αποτιμήσουν την επίδραση παραγόντων προσέλκυσης ή ώθησης στην πιθανότητα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ηλεκτρονικού (online) ερωτηματολογίου. Η επιλογή αυτού του ερευνητικού μέσου κρίθηκε ως η πλέον κατάλληλη, για να επιτευχθεί ευχερέστερη πρόσβαση σε μεγαλύτερο αριθμό συμμετεχόντων, λαμβανομένου υπόψη του γεγονότος ότι πολλοί από τους φοιτητές διαμένουν μόνιμα σε άλλες περιοχές και παρακολουθούν εξ αποστάσεως τις σπουδές τους. Επιπλέον, με αυτό τον τρόπο διασφαλιζόταν πλήρως η ανωνυμία των συμμετεχόντων, στοιχείο που θεωρήθηκε ότι θα συνέβαλλε στη συμμετοχή περισσότερων ατόμων. Ακόμη, το δικτυακό εργαλείο που αξιοποιήθηκε διαθέτει φιλικές προς το χρήστη λειτουργίες, προσφέροντας τη δυνατότητα για ενσωμάτωση διαφορετικών μορφών ερωτήσεων, καθώς και για ευκολότερη διαχείριση των δεδομένων, χωρίς αυτό να πραγματοποιείται σε βάρος της αξιοπιστίας των ευρημάτων. Επίσης, η χρήση του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου προϋποθέτει βασική γνώση χρήσης υπολογιστή και διαδικτύου (Couper, 2008), κάτι που στην περίπτωση του πληθυσμού της έρευνας ήταν ήδη διασφαλισμένο. Τα επίπεδα ανταπόκρισης σε έρευνες με ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο είναι παρόμοια με εκείνων που χρησιμοποιούν άλλες μεθόδους για να απευθυνθούν στην ομάδα-στόχο (Kaplowitz, et al., 2004˙ Nulty, 2008). Καταβλήθηκε ακόμη προσπάθεια η έκταση του ερωτηματολογίου να διατηρηθεί όσο το δυνατόν πιο περιορισμένη. Έτσι, αυτό υπηρετεί τους ερευνητικούς στόχους, χωρίς να απαιτεί πολύ χρόνο για να συμπληρωθεί (Dillman, 2000), κάτι που ενδεχομένως θα αποθάρρυνε πιθανούς συμμετέχοντες. Πραγματοποιήθηκε δειγματοληψία ευκολίας και η χρήση ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου επέτρεψε την προσέγγιση του συνόλου των φοιτητών τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή χωρίς πρόσθετο κόστος.

Ο σύνδεσμος για το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο στάλθηκε μέσω μηνύματος στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο όλων των προπτυχιακών και μεταπτυχιακών φοιτητών του Τμήματος. Στο ίδιο μήνυμα περιλαμβανόταν μία σύντομη αναφορά στους στόχους της έρευνας και η διαβεβαίωση για την ανωνυμία των απαντήσεών τους με σκοπό να ενισχυθεί το ενδιαφέρον και το αίσθημα ασφάλειας των φοιτητών, που είναι πολύ σημαντικά για αυτούς (Dommeyer, et al., 2002). Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο χρονικό διάστημα Ιουνίου-Αυγούστου 2018. Στο διάστημα αυτό απεστάλησαν δύο μηνύματα υπενθύμισης με σκοπό να ενθαρρυνθεί η συμμετοχή όσο το δυνατόν περισσότερων φοιτητών (Cook, et al., 2000˙ Kittleson, 1995). Συνολικά απεστάλησαν μηνύματα σε 623 ενεργούς φοιτητές (480 προπτυχιακούς και 143 μεταπτυχιακούς και διδακτορικούς φοιτητές) και παρελήφθησαν 221 απαντήσεις, εκ των οποίων οι 146 προέρχονταν από προπτυχιακούς, οι 54 από μεταπτυχιακούς και οι 21 από διδακτορικούς φοιτητές. Το ποσοστό ανταπόκρισης ανήλθε στο 35,5%, το οποίο κρίνεται αρκετά ικανοποιητικό δεδομένου του γεγονότος ότι, αφενός, οι φοιτητές

δεν εμφανίζονται πάντα πρόθυμοι να απαντήσουν σε ερωτηματολόγια και, αφετέρου, πολλοί προπτυχιακοί φοιτητές έχουν χαμηλή συμμετοχή στην εκπαιδευτική διαδικασία, με αποτέλεσμα να μην παρακολουθούν τακτικά τον λογαριασμό ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του πανεπιστημίου και, επομένως, να μην είναι δυνατό να ενημερωθούν σχετικά.

2.3. Ερευνητικά ερωτήματα

Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου έγινε με βάση τα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα:

Ερευνητικό ερώτημα 1: Ποιοι παράγοντες υποκινούν τη συμμετοχή των νέων ατόμων σε επιχειρηματικές δραστηριότητες;

Ερευνητικό ερώτημα 2: Οι παράγοντες που επιδρούν θετικά στον επιχειρηματικό προσανατολισμό των νέων είναι παράγοντες προσέλκυσης (pull factors) ή παράγοντες ώθησης (push factors);

Ερευνητικό ερώτημα 3: Ποιες προκλήσεις αναγνωρίζουν οι νέοι στην πιθανότητα επιχειρηματικής δραστηριοποίησής τους στο σύγχρονο κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο;

Ερευνητικό ερώτημα 4: Ποια είναι τα στοιχεία της προσωπικότητας που πρέπει να διακρίνουν έναν επιχειρηματία;

Ερευνητικό ερώτημα 5: Ποιος είναι ο ρόλος του φύλου στη διαμόρφωση των αντιλήψεων έναντι της επιχειρηματικότητας;

Ερευνητικό ερώτημα 6: Ποια επιτεύγματα αντικατοπτρίζουν την επιτυχία στη ζωή του ατόμου;

2.4. Δομικά χαρακτηριστικά του ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος υπάρχουν 12 ερωτήσεις, με τις οποίες διερευνώνται οι στάσεις και οι αντιλήψεις των φοιτητών σχετικά με την επιχειρηματικότητα, η πρόθεση και η πιθανότητα δημιουργίας επιχείρησης, καθώς και οι παράγοντες που επιδρούν θετικά ή αρνητικά σε μία τέτοια προοπτική. Επιπλέον, στον ερευνητικό σχεδιασμό συμπεριλήφθηκε η διερεύνηση του υποστηρικτικού ρόλου συγκεκριμένων αξιών, ικανοτήτων και θεσμών στην επιτυχία ενός επιχειρηματία. Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνονται 14 ερωτήσεις, με τις οποίες επιχειρείται να σκιαγραφηθεί το δημογραφικό προφίλ των φοιτητών του δείγματος.

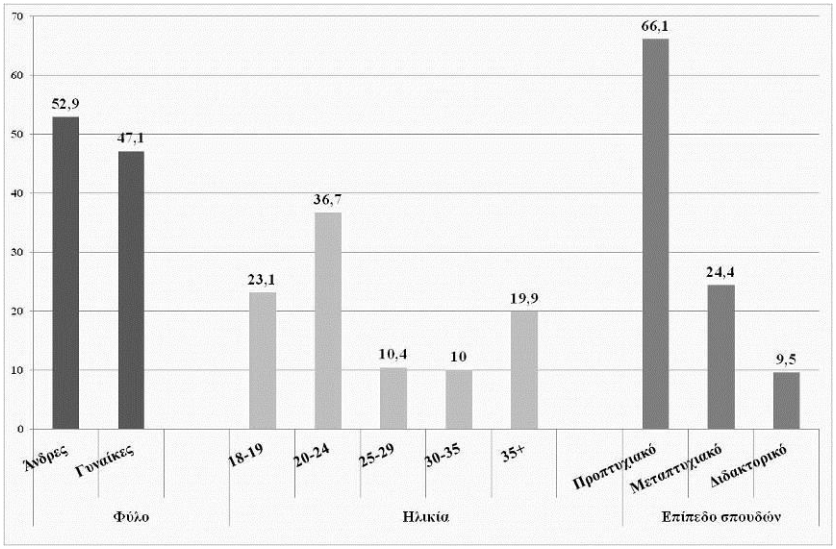
Για τη διερεύνηση των κινήτρων και των προκλήσεων αναφορικά με την επιχειρηματική δραστηριοποίηση και για την αξιολόγηση του ρόλου διαφόρων θεσμών οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να δηλώσουν το επίπεδο συμφωνίας τους με μία σειρά από διατυπωμένες δηλώσεις σε πεντάβαθμη κλίμακα Likert, που εκτεινόταν από το 1–«διαφωνώ απόλυτα» ως το 5–«συμφωνώ απόλυτα». Με παρόμοιο τρόπο, για τη διερεύνηση της επιθυμίας και της πιθανότητας για συμμετοχή σε επιχειρηματικότητα η κλίμακα Likert ορίστηκε από το 1–«καθόλου» έως το 5–«πάρα πολύ».

2.5. Δημογραφικά στοιχεία

2.5.1. Φύλο, ηλικία και επίπεδο σπουδών φοιτητών

Στο δείγμα των 221 φοιτητών που συμμετείχαν στην έρευνα οι γυναίκες έχουν λίγο μεγαλύτερη εκπροσώπηση (117 άτομα – 52,9%) από τους άνδρες (104 – 47,1%). Περισσότερα από τα μισά άτομα του δείγματος (59,8%) ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 18-24 ετών, ενώ τα άτομα με ηλικία πάνω από τα 25 έτη (40,2%) κατανέμονται σε επιμέρους ηλικιακές ομάδες (25-29 ετών: 10,4%, 30-35 ετών: 10%,άνω των 35 ετών: 19,9%) (Σχήμα 1). Σε ό,τι αφορά το επίπεδο σπουδών των φοιτητών του δείγματος, τα ευρήματα δείχνουν ότι η μεγαλύτερη συμμετοχή προήλθε από τους προπτυχιακούς φοιτητές (63,8%) και μάλιστα κυρίως από εκείνους που φοιτούν στα πρώτα έτη, ενώ μικρότερη συμμετοχή είχαν οι μεταπτυχιακοί (24,4%) και διδακτορικοί (9,5%) φοιτητές. Αυτό

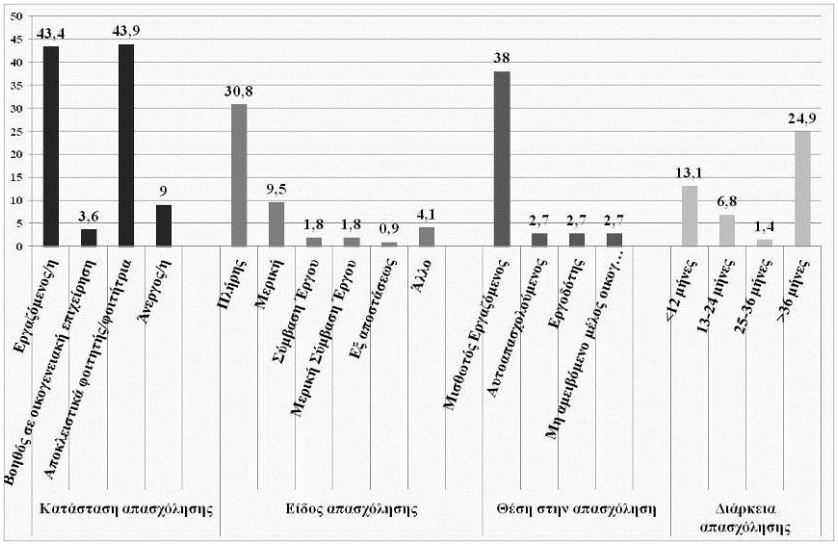
εξηγείται τόσο από τη μικρότερη αναλογία των τελευταίων στο σύνολο του υπό διερεύνηση πληθυσμού, όσο και από την πιθανότητα η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου να μην παρουσίαζε ενδιαφέρον για αυτούς, καθώς συχνά είναι άτομα μεγαλύτερης ηλικίας με ήδη καθορισμένη επαγγελματική κατεύθυνση (Σχήμα 1).



Σχήμα 1: Κατανομή του δείγματος κατά φύλο, ηλικία και επίπεδο σπουδών (%)

2.5.2. Κατάσταση και στοιχεία απασχόλησης φοιτητών

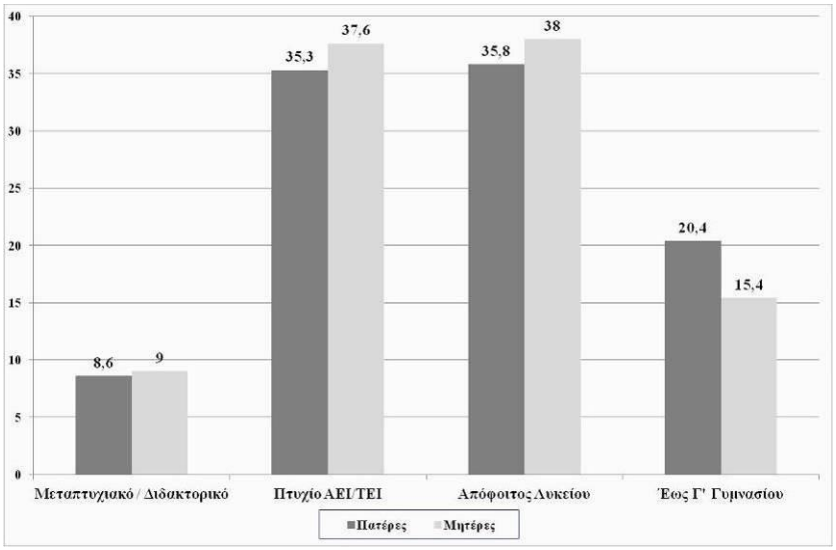
Η κατάσταση απασχόλησης αποτελεί στοιχείο των δημογραφικών πληροφοριών για τους συμμετέχοντες στην έρευνα. Δύο στους πέντε φοιτητές (43,4%) είναι αποκλειστικά αφοσιωμένοι στις σπουδές τους, το 43,9% είναι εργαζόμενοι και το 3,7% βοηθοί σε οικογενειακή επιχείρηση, ενώ το 9% είναι άνεργοι. Από τους εργαζόμενους φοιτητές τρεις στους πέντε (63%) απασχολούνται με πλήρη απασχόληση, ενώ οι υπόλοιποι με διάφορες ευέλικτες μορφές εργασίας, από τις οποίες η σημαντικότερη είναι η μερική απασχόληση (19,4%). Η μεγάλη πλειοψηφία των εργαζόμενων φοιτητών κατέχει θέση μισθωτού εργαζομένου (82,4%), ενώ πολύ λιγότεροι βρίσκονται στη θέση του αυτοαπασχολούμενου (2,7%), του εργοδότη (2,7%) ή του μη αμειβόμενου μέλους οικογενειακής επιχείρησης (2,7%). Η διάρκεια απασχόλησης για περισσότερους από τους μισούς είναι μεγαλύτερη από τρία έτη (53,9%), ενώ ένας στους τρεις απασχολείται για λιγότερο από ένα έτος (28,4%). Μόνο το 8,2% των εργαζόμενων φοιτητών βρίσκονται σε απασχόληση για διάστημα από ένα έως τρία έτη (Σχήμα 2).



Σχήμα 2: Κατάσταση και στοιχεία απασχόλησης φοιτητών (%)

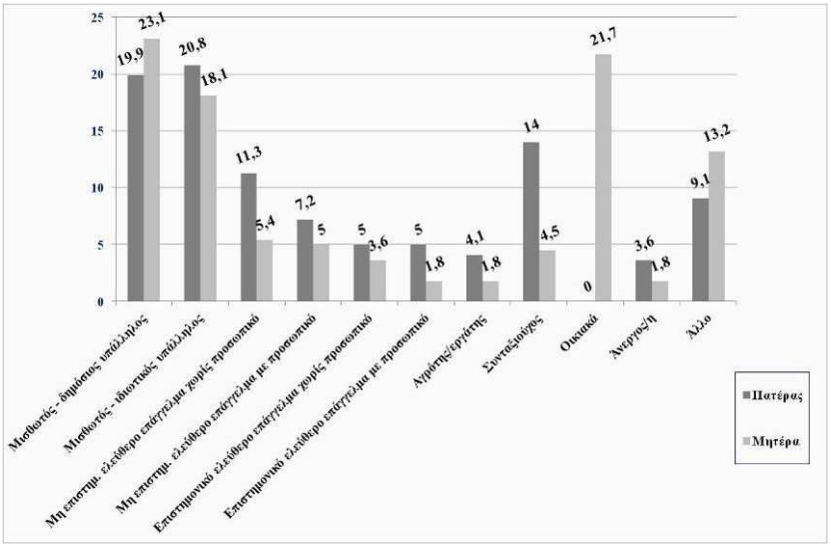
2.5.3. Γονείς: εκπαιδευτικό επίπεδο και κατάσταση απασχόλησης

Από τους φοιτητές ζητήθηκε να δηλώσουν το εκπαιδευτικό και το επαγγελματικό προφίλ των γονέων τους, καθώς αυτά συχνά επηρεάζουν τις επιλογές των παιδιών (Φραγκουδάκη, 1985). Σε ό,τι αφορά το εκπαιδευτικό επίπεδο των γονέων των φοιτητών, παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι πατέρες και μητέρες είναι απόφοιτοι ΑΕΙ (35,3% - 37,6%) ή λυκείου (35,8% - 37,6%). Λίγοι, όμως, διαθέτουν μεταπτυχιακό ή διδακτορικό τίτλο (8,6% - 9%) (Σχήμα 3).



Σχήμα 3: Εκπαιδευτικό επίπεδο γονέων (%)

Η επαγγελματική δραστηριότητα των γονέων συγκεντρώνεται στις κατηγορίες των μισθωτών ιδιωτικών (20,8% - 18,1%) και δημοσίων υπαλλήλων (19,9% - 23,1%), ενώ για τις μητέρες ευρύτατη εμφανίζεται και η κατηγορία των οικιακών (21,7%) (Σχήμα 4).

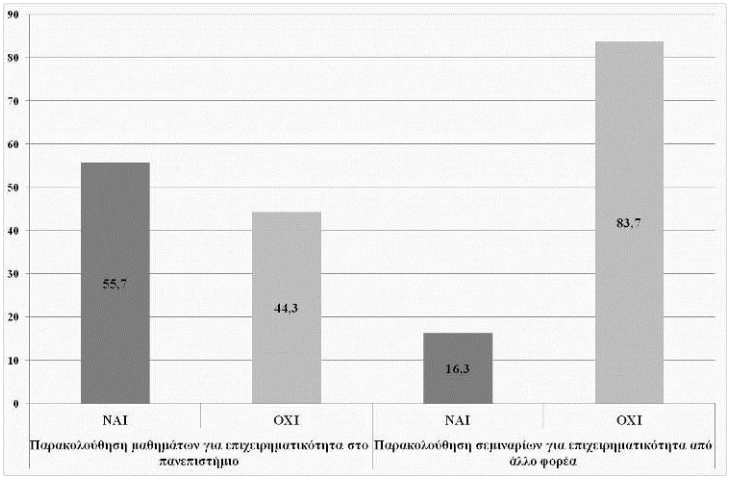


Σχήμα 4: Κατάσταση απασχόλησης γονέων (%)

2.6. Ευρήματα της έρευνας

2.6.1. Συμμετοχή σε μαθήματα ή σεμινάρια σχετικά με την επιχειρηματικότητα

Ένα από τα ερωτήματα που απηύθυνε η έρευνα στους φοιτητές επιδίωκε να διαπιστώσει αν είχαν συμμετάσχει σε μαθησιακές δραστηριότητες που αναφέρονταν στην επιχειρηματικότητα, οι οποίες θεωρούνται ότι μπορούν να ασκήσουν θετική επιρροή σε αντίστοιχες επιλογές. Αν και περισσότεροι από τους μισούς φοιτητές (55,7%) στο σχετικό ερώτημα δήλωσαν ότι έχουν παρακολουθήσει μαθήματα σχετικά με την επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο του πανεπιστημιακού προγράμματος σπουδών, πολύ λίγοι (16,3%) εμφανίζονται να έχουν παρακολουθήσει αντίστοιχα εξειδικευμένα σεμινάρια με δική τους πρωτοβουλία (Σχήμα 5).

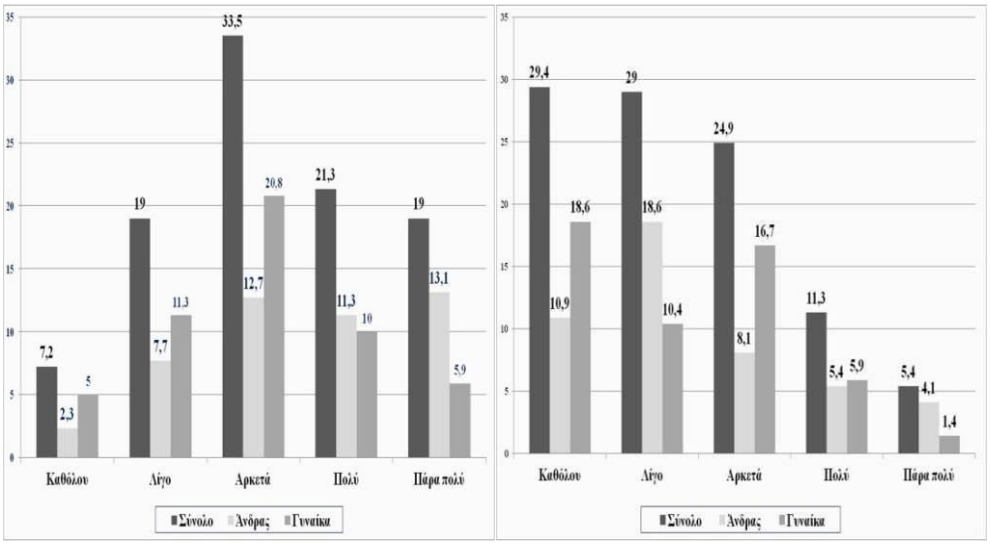


Σχήμα 5: Συμμετοχή σε μαθήματα ή σεμινάρια για την επιχειρηματικότητα (%)

2.6.2. Πρόθεση και πιθανότητα δημιουργίας επιχείρησης

Στην έρευνα επιχειρήθηκε η διερεύνηση της πρόθεσης των φοιτητών να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά στο μέλλον, καθώς και του βαθμού στον οποίο θεωρούν πιθανή τη δημιουργία δικής τους επιχείρησης στα επόμενα 5 χρόνια. Η επιθυμία των φοιτητών προς μία τέτοια

επαγγελματική επιλογή εμφανίζεται ισχυρή (40,3%), αν και ένας στους τρεις αισθάνεται ουδέτερος έναντι αυτής της προοπτικής (33,5%). Το φύλο φαίνεται να επηρεάζει τη στάση των φοιτητών, καθώς οι γυναίκες (15,9%) εμφανίζονται λιγότερο πρόθυμες να δημιουργήσουν επιχείρηση σε σχέση με τους άνδρες συμφοιτητές τους (24,4%) (Σχήμα 6). Από την άλλη, και τα δύο φύλα θεωρούν ότι η πιθανότητα πραγματοποίησης αυτής της επιθυμίας στα επόμενα 5 χρόνια είναι πολύ περιορισμένη (16,7%). Επιπλέον, ένας στους τέσσερις φοιτητές παραμένει αβέβαιος (24,9%), με τις γυναίκες (16,7%) να είναι αναποφάσιστες σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με τους άνδρες (8,1%) (Σχήμα 7).



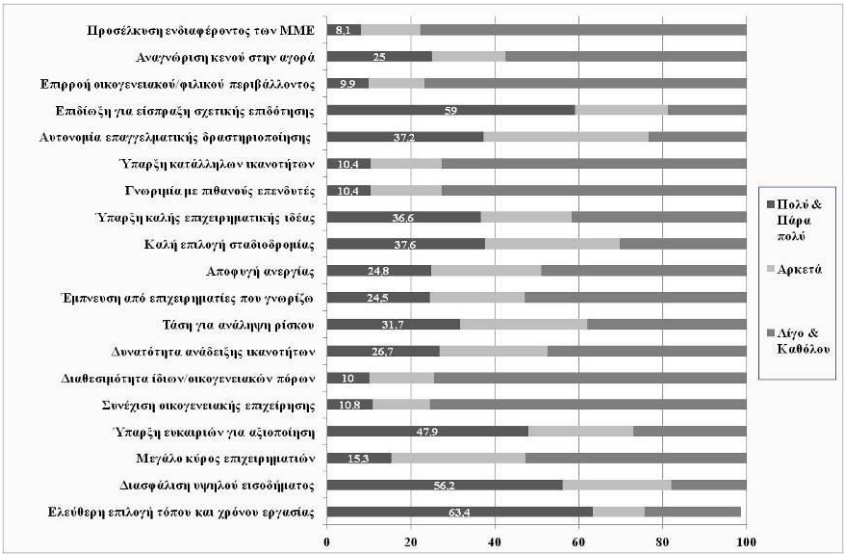
Σχήματα 6-7: Πρόθεση δημιουργίας επιχείρησης – Πιθανότητα δημιουργίας επιχείρησης στα επόμενα 5 χρόνια (%)

2.6.3. Κίνητρα συμμετοχής σε επιχειρηματικότητα

Ένας από τους σημαντικότερους στόχους της έρευνας ήταν η διερεύνηση των κινήτρων, τα οποία επηρεάζουν τον προσανατολισμό των νέων ατόμων προς την επιχειρηματικότητα. Τα ευρήματα καταδεικνύουν την επικράτηση των παραγόντων προσέλκυσης (pull factors) έναντι των παραγόντων ώθησης (push factors) στην απόφαση των φοιτητών για πιθανή συμμετοχή σε επιχειρηματική δραστηριότητα. Τα σημαντικότερα κίνητρα για μία τέτοια δραστηριοποίηση είναι η προοπτική αυτόνομης επιλογής επαγγελματικής δραστηριότητας (37,2%), τόπου και χρόνου εργασίας (63,4%), η διασφάλιση υψηλού εισοδήματος (56,2%), η αξιοποίηση ευκαιριών (47,9%) και χρηματοδοτικών πηγών (59%) στο οικονομικό περιβάλλον και η δυνατότητα ανάληψης ρίσκου (31,7%), ενώ για αρκετούς φοιτητές η επιχειρηματικότητα αποτελεί ενδιαφέρον πεδίο για επαγγελματική σταδιοδρομία (37,6%) και για εφαρμογή μίας καλής επιχειρηματικής ιδέας (36,6%). Αντίθετα, η αποφυγή της ανεργίας (24,8%) και η επιρροή από τρίτους από το οικογενειακό/φιλικό (9,9%) και επιχειρηματικό περιβάλλον (10,4%) ασκούν πολύ μικρότερη επίδραση (Σχήμα 8) (αξιοπιστία, Cronbach's alpha = 0,844).

Η σύγκριση των δύο φύλων δείχνει ότι γενικά δεν παρουσιάζουν μεγάλες διαφορές στις αντιλήψεις για τους παράγοντες που θα τους υποκινούσαν αποφασιστικότερα σε μία επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Παρατηρείται, όμως, ότι οι άνδρες αναγνωρίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό από τις γυναίκες την ύπαρξη ευκαιριών στο σύγχρονο περιβάλλον για την ανάπτυξη επιχειρήσεων και την ανάδειξη μέσα από μία τέτοια δραστηριότητα των ικανοτήτων τους. Οι γυναίκες πάλι θεωρούν την επιχειρηματικότητα ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας και αποδέχονται το ρίσκο που τη συνοδεύει, κάτι που περιορίζει την πιθανότητα ανεργίας. Αντιλαμβάνονται με μεγαλύτερη ένταση ως ισχυρά

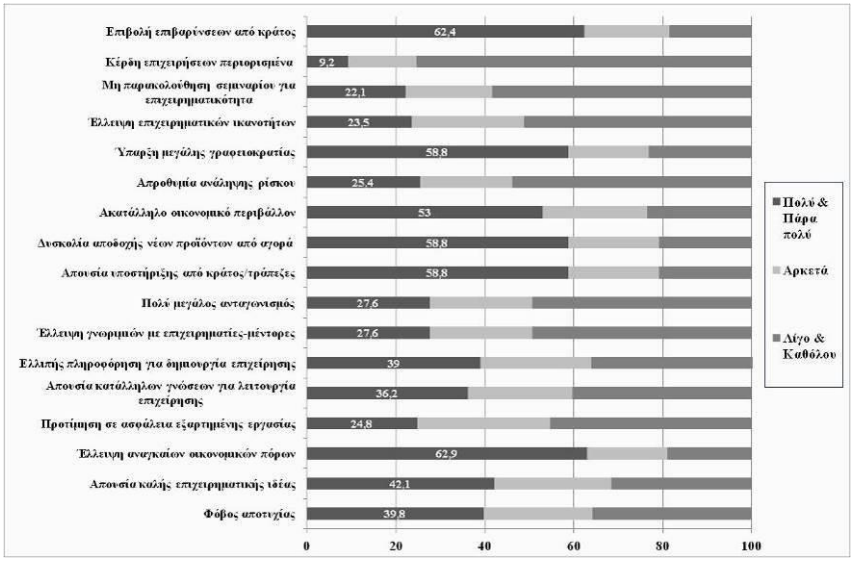
κίνητρα την προσφερόμενη αυτονομία στο περιεχόμενο και τις συνθήκες της επαγγελματικής ζωής, την εξασφάλιση υψηλού εισοδήματος και την πρόσβαση σε οικονομικές ενισχύσεις .



Σχήμα 8: Κίνητρα συμμετοχής σε επιχειρηματικότητα

2.6.4. Παράγοντες αποθάρρυνσης της συμμετοχής σε επιχειρηματικότητα

Σε ό,τι αφορά τις προκλήσεις οι οποίες θα μπορούσαν να αποθαρρύνουν την ενδεχόμενη συμμετοχή των φοιτητών σε επιχειρηματικότητα, τα ευρήματα καταδεικνύουν ότι οι φοιτητές επηρεάζονται ιδιαίτερα από τις αντίξοες συνθήκες (53%) και τη μεγάλη γραφειοκρατία (58,8%) που επικρατούν στο οικονομικό περιβάλλον, τις οποίες μάλιστα αντιλαμβάνονται ότι αδυνατούν να επηρεάσουν οι ίδιοι. Επίσης, η έλλειψη επαρκών οικονομικών πόρων για τη χρηματοδότηση των επιχειρηματικών εγχειρημάτων τόσο από τους ίδιους τους ενδιαφερόμενους (62,9%) όσο και από το κράτος και τις τράπεζες (58,8%), οι υπέρογκες κρατικές επιβαρύνσεις (62,4%) και η δυσκολία διείσδυσης νέων προϊόντων στην αγορά (58,8%) θεωρούνται ισχυρά αντικίνητρα, τα οποία μάλιστα φαίνεται να πυροδοτούν και έντονο φόβο για ενδεχόμενη αποτυχία (39,8%). Ακολουθούν, έστω και με μικρότερη επιρροή, οι ελλιπείς γνώσεις (36,2%) και πληροφορίες (39%) σχετικά με τη δημιουργία και τη λειτουργία επιχειρήσεων, η απουσία μίας καλής επιχειρηματικής ιδέας (42,1%), η ανεπαρκής δικτύωση με επιχειρηματίες (27,6%) και η απροθυμία να αναλάβουν το σχετικό ρίσκο (25,4%) μέσα σε ένα πολύ ανταγωνιστικό και δυσμενές περιβάλλον (27,6%) (Σχήμα 9) (ικανοποιητική αξιοπιστία, Cronbach’s alpha = 0.923).

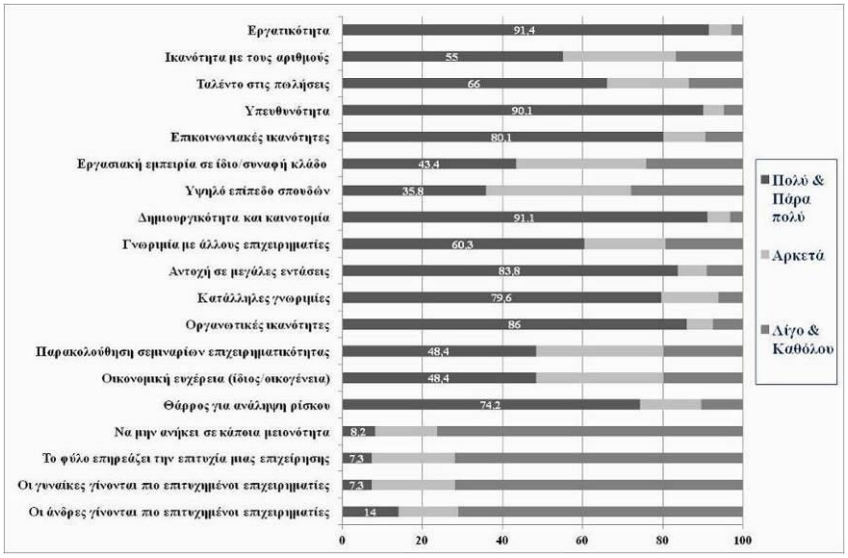


Σχήμα 9: Παράγοντες αποθάρρυνσης της συμμετοχής σε επιχειρηματικότητα (%)

Η ανάλυση των ευρημάτων κατά φύλο δείχνει ότι οι γυναίκες αντιλαμβάνονται την επίδραση των παραγόντων αποθάρρυνσης με μεγαλύτερη ένταση από τους άνδρες συμφοιτητές τους. Ειδικότερα, εκφράζουν μεγάλο φόβο για πιθανή αποτυχία ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος και απροθυμία να αναλάβουν το σχετικό ρίσκο. Αυτά συνδυάζονται με την αμφιβολία ότι διαθέτουν τις αναγκαίες ικανότητες, τις γνώσεις, τις πληροφορίες και την καινοτόμο ιδέα που θα υποστήριζαν τις θετικές προοπτικές μίας τέτοιας προσπάθειας. Ακόμη, αντιλαμβάνονται πιο έντονα από τους άνδρες τις εξωγενείς δυσκολίες, όπως η ακαταλληλότητα του οικονομικού και διοικητικού περιβάλλοντος, η έλλειψη οικονομικών πόρων και η δυσκολία δικτύωσης με τον επιχειρηματικό κόσμο με σκοπό την εξασφάλιση υποστήριξης και καθοδήγησης.

2.6.5. Ιδιότητες του επιτυχημένου επιχειρηματία

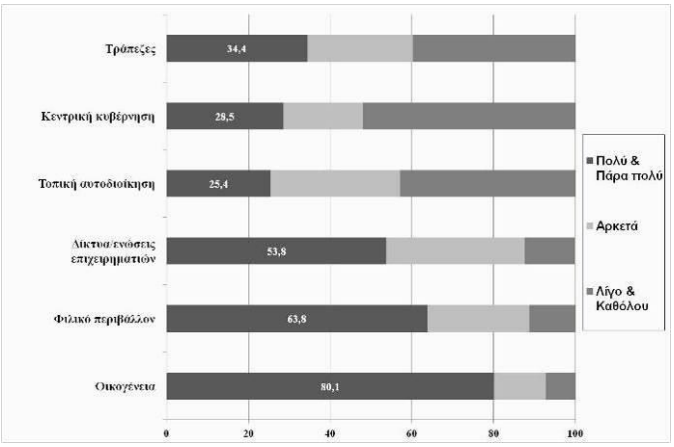
Από τους φοιτητές ζητήθηκε να αναδείξουν τις πέντε σημαντικότερες ιδιότητες, οι οποίες κατά την άποψή τους διακρίνουν τον επιτυχημένο επιχειρηματία. Τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά του επιτυχημένου επιχειρηματία που αναγνώρισαν οι συμμετέχοντες στην έρευνα είναι η δημιουργικότητα και καινοτομία (91,1%), η εργατικότητα (91,4%), η υπευθυνότητα (90,1%), οι οργανωτικές ικανότητες (86%) και η δυνατότητα να αντέχει κάποιος σε μεγάλες εντάσεις (83,8%). Επιπρόσθετα, αναγνωρίζουν τη σημασία που έχουν για την πορεία ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος οι επικοινωνιακές δεξιότητες (80,1%), η δυνατότητα να αναλαμβάνει κάποιος ρίσκα (74,2%) και η συμμετοχή στα κατάλληλα δίκτυα, επιχειρηματικά (60,3%) ή άλλα (79,6%). Αντίθετα, αποδίδουν πολύ μικρότερη σημασία στην ύπαρξη προηγούμενης επαγγελματικής εμπειρίας (43,4%), αλλά και στο εκπαιδευτικό (35,8%) ή οικονομικό (48,4%) υπόβαθρο των ατόμων. Αντίθετα, το φύλο (7,3% - 7,3% - 14%) και το να ανήκει το άτομο σε μειονοτική ομάδα (8,2%) δε θεωρούνται στοιχεία που μπορούν να επηρεάσουν την επιτυχημένη πορεία ενός επιχειρηματία (Σχήμα 10) (ικανοποιητική αξιοπιστία, Cronbach's alpha = 0.837).



Σχήμα 10: Ιδιότητες επιτυχημένου επιχειρηματία (%)

2.6.6. Φορείς με υποστηρικτικό ρόλο προς την επιχειρηματικότητα

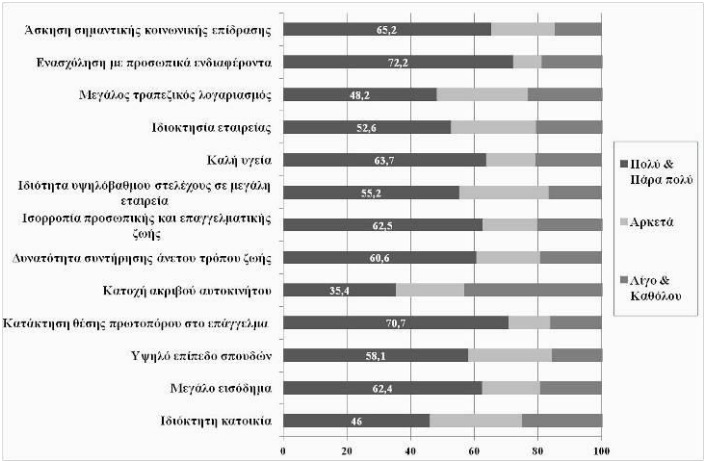
Οι θετικές προοπτικές της επιχειρηματικότητας συνδέονται στενά με την ύπαρξη φορέων ικανών να παράσχουν την απαραίτητη υποστήριξη είτε με τη μορφή τεχνογνωσίας είτε με την παροχή οικονομικών πόρων. Η έρευνα επιχείρησε να καθορίσει τους φορείς που δύνανται να παράσχουν υποστήριξη σε πιθανούς επιχειρηματίες και να αποτιμήσει την έκταση της συμβολής τους. Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι οι φοιτητές προκρίνουν την καθοριστική συμβολή του οικογενειακού (80,1%) και του φιλικού περιβάλλοντος (63,8%) στην πρόθεση δημιουργίας επιχείρησης. Με την τοποθέτησή τους ουσιαστικά αναγνωρίζουν την προθυμία των μελών της οικογένειας ή του φιλικού περιβάλλοντος να προσφέρουν τόσο ηθική υποστήριξη και χρήσιμη πληροφόρηση όσο και οικονομική ενίσχυση, προκειμένου να συμβάλουν σε ένα ενδεχόμενο επιχειρηματικό εγχείρημά τους. Αρκετά θετικά αξιολογούνται, επίσης, τα δίκτυα και οι ενώσεις επιχειρηματιών (53,8%), που συμβάλλουν στη διάχυση πληροφοριών και στην παροχή καθοδήγησης στους νέους επιχειρηματίες. Αντίθετα, οι τράπεζες (34,4%) και οι κρατικές (28,5%) ή τοπικές αρχές (25,4%) θεωρούνται περιορισμένης δυναμικότητας πηγές υποστήριξης προς την επιχειρηματικότητα (Σχήμα 11) (με οριακή αξιοπιστία Cronbach's alpha = 0,666).



Σχήμα 11: Φορείς με υποστηρικτικό ρόλο προς την επιχειρηματικότητα (%)

2.6.7. Ενδείξεις επιτυχίας και ευημερίας

Από τους φοιτητές ζητήθηκε ακόμη να καθορίσουν τις καταστάσεις που θεωρούν ένδειξη επιτυχίας σε προσωπικό και κοινωνικό ή οικονομικό επίπεδο. Οι απαντήσεις στο σχετικό ερώτημα υποδηλώνουν ότι προσεγγίζουν την έννοια της επιτυχίας ως ένα συνδυασμό στοιχείων που συνδέονται με το προσωπικό ενδιαφέρον, το επαγγελματικό (και το οικονομικό) γόητρο και την κοινωνική επιρροή. Πιο συγκεκριμένα, εκτός από την ενασχόληση με τα προσωπικά ενδιαφέροντα (72,2%) και την καλή υγεία (63,7%),η δυνατότητα άσκησης κοινωνικής επίδρασης(65,2%) και η κατάκτηση πρωτοπόρου θέσης στον επαγγελματικό χώρο (70,7%) είναι οι σημαντικότερες ενδείξεις επιτυχίας και ευημερίας για τους φοιτητές. Αναγνωρίζεται, ακόμη, ο θετικός ρόλος της εξασφάλισης ισορροπίας μεταξύ προσωπικής και επαγγελματικής ζωής (62,5%) και μεγάλης οικονομικής δυνατότητας (62,4%), αλλά και η δυνατότητα εξασφάλισης καλού βιοτικού επιπέδου (60,6%) ή ολοκλήρωσης σπουδών υψηλού επιπέδου (58,1%) (Σχήμα 12) (ικανοποιητική αξιοπιστία, Cronbach's alpha 0,867).



Σχήμα 12: Ενδείξεις επιτυχίας και ευημερίας (%)

3. Συμπεράσματα

Η εργασία παρουσίασε τα κυριότερα αρχικά ευρήματα μίας έρευνας που πραγματοποιήθηκε μεταξύ φοιτητών με αντικείμενο τη διερεύνηση των αντιλήψεων, των στάσεων και των κινήτρων τους αναφορικά με την επιχειρηματικότητα. Επίσης, η έρευνα επιχείρησε να αποτιμήσει την πρόθεση των φοιτητών για μία τέτοια δραστηριοποίηση, αλλά και την πιθανότητα αυτή να τεθεί σε εφαρμογή, ενώ ανέδειξε τα κυριότερα εμπόδια σε μία τέτοια επιλογή.

Τα άτομα του δείγματος φαίνεται κυρίως να προσελκύονται παρά να ωθούνται στην επιχειρηματικότητα, γεγονός που συνδέεται με τη δυνατότητά τους να συνδέουν το ισχυρό γνωστικό υπόβαθρο με την ιδεολογική δέσμευση προς μία τέτοια δραστηριότητα. Η αυτονομία στη λήψη αποφάσεων και στην ανάληψη δράσης σε συνδυασμό με τις ικανοποιητικές οικονομικές απολαβές προσελκύουν τους φοιτητές στην επιχειρηματικότητα, η οποία μάλιστα αναγνωρίζεται ως πηγή ευκαιριών προς αξιοποίηση.

Παρ' όλο που οι φοιτητές αναγνωρίζουν τις θετικές διαστάσεις της επιχειρηματική δράσης και εκδηλώνουν αξιοσημείωτη πρόθεση προς αυτή, έχουν σαφή αντίληψη των σοβαρών προκλήσεων που τη συνοδεύουν. Αυτές συνδέονται κατά κύριο λόγο με εξωγενείς παράγοντες, όπως η γραφειοκρατία και το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον, και λιγότερο με την έλλειψη από τα νέα άτομα της ικανότητας να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Γι'

αυτό και η πρόθεση συμμετοχής τους σε ένα επιχειρηματικό εγχείρημα περιορίζεται από την αβεβαιότητά τους ότι θα μπορούσαν να αντεπεξέλθουν στις δυσκολίες με επιτυχία.

Η έρευνα καταδεικνύει την ανάγκη για δυναμικότερη και στοχευμένη προώθηση παρεμβάσεων για την ενίσχυση της επιχειρηματικής ενεργοποίησης των νέων. Στο επίκεντρο αυτής της προσπάθειας πρέπει να βρίσκεται η έγκαιρη διαμόρφωση επιχειρηματικής κουλτούρας, καθώς και η παροχή εκπαίδευσης και κατάρτισης, καθοδήγησης και αποτελεσματικής υποστήριξης στο επίπεδο της ανάπτυξης μίας δημιουργικής ιδέας και της λειτουργίας και χρηματοδότησης των επιχειρήσεων. Προς αυτή την κατεύθυνση ο ρόλος που καλούνται να αναλάβουν τα πανεπιστήμια και το ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Αλλά και ευρύτερα η ερευνητική δραστηριότητα και ο προσεκτικός σχεδιασμός από τους φορείς εξουσίας μπορούν να καθορίσουν με ακρίβεια το πλαίσιο, το είδος και την προτεραιοποίηση των υποστηρικτικών παρεμβάσεων.

Βιβλιογραφία

Abraham, M., Auspurg, K., Bähr, S., Frodermann, C., Gundert, S., & Hinz, T. (2013). Unemployment and willingness to accept job offers: Results of a factorial survey experiment. *Journal of Labour Market Res, 46*, 283–305. DOI: 10.1007/s12651-013-0142-1.

Ahn, N., García, J.R., & Jimeno, J.F. (2004). *The impact of unemployment on individual well being in the EU*. ENEPRI Working Paper No. 29.

Amorós, J.H., & Bosma, N. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM). 2013 Global Report. Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe*. Babson College, Universidad del Desarrollo, Universiti Tun Abdul Razak and London Business School.

Awang, A., Ibrahim, I.I., & Ayub, S.A. (2013). Determinants of entrepreneurial career: Experience of Polytechnic students. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics, 2*(1), 21–40.

Bird, B. (2002). Learning entrepreneurship competencies: The self-directed learning approach. *International Journal of Entrepreneurship Education, 1*, 203–227.

Brush, C. (2002). A gendered perspective on organizational creation. *Entrepreneurship Theory and Practice, 26*(3), 41–65.

Cook, C., Heath, F., & Thompson, R.L. (2000). A metaanalysis of response rates in web or internet based surveys. *Educational and Psychological Measurement, 60*(6), 821–836.

Couper, M. (2008). *Designing effective web surveys.* New York: Cambridge University Press.

De Jorge-Moreno, J., Castillo, L.L., & Triguero, M.S. (2012). The effect of business and economics education programs on students' entrepreneurial intention. *European Journal of Training and Development, 36*(4), 409–425.

De Martino, R., & Barbato, R.J. (2002). An analysis of the motivational factors of intending entrepreneurs. *Journal of Small Business Strategy, 12*(2), 26–36.

Dickson, P.H., Solomon, G.T., & Weaver, K.M. (2008). Entrepreneurial selection and success: Does education matter? *Journal of Small Business and Enterprise Development, 15*(2), 239–258. DOI: 10.1108/14626000810871655.

Dillman, D.A. (2000). *Mail and internet surveys: the tailored design method.* Brisbane: Wiley.

Dommeyer, C.J., Baum, P., & Hanna, R.W. (2002). College students' attitudes toward methods of collecting teaching evaluation: in-class versus online. *Journal of Education for Business, 78*(2), 11–15.

Edwards, L.J., & Muir, E.J. (2012). Evaluating enterprise education: why do it? *Education & Training, 54*(4), 278–290. DOI: 10.1108/00400911211236136.

Eurydice (2012). *Entrepreneurship education at school in Europe. National strategies, curricula and learning outcomes*. Education, Audiovisual and Culture Executive Agency.

Gerry, C., Marques, C.S., & Nogueira, F. (2008). Tracking student entrepreneurial potential: Personal attributes and the propensity for business startups after graduation in a Portuguese university. *Problems and Perspectives in Management, 6*(4), 46–54.

Greve, A., & Salaff, J.W. (2003). Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice, 28*(1), 1–22.

Gupta, V.K., Turban, D.B., Wasti, S.A., & Sikdar, A. (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice, 33*(2), 397–417.

ILO/International Labour Organization (2014). *Skills mismatch in Europe. Statistics Brief*. International Labour Organization.

Kaplowitz, M., Hadlock, T., & Levine, R. (2004). A comparison of web and mail survey response rates. *Public Opinion Quarterly, 68*(1), 94–101.

Kelley, D.J., Brush, C.G., Greene, P.G., & Litovsky, Y. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor 2012 Women's Report*. Babson College, Universidad del Desarrollo, Universiti Tun Abdul Razak and London Business School.

Kew, J., Herrington, M., Litovsky, Y, & Gale, H (2013). *Generation entrepreneur? The state of global youth entrepreneurship. Understanding the entrepreneurial attitudes, aspirations and activities of young people*. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and The Prince's Youth Business International (YBI).

Kittleson, M. (1995). Determining effective follow-up of e-mail surveys. *American Journal of Health Behavior, 21*(3), 193–196.

Kolvereid, L., & Moen, O. (1997). Entrepreneurship among business graduates: Does a major in entrepreneurship make a difference? *Journal of European Industrial Training, 21*(4), 154–160.

Kroft, K., Lange, F., & Notowidigdo, M.J. (2013). Duration dependence and labor market conditions: Evidence from a field experiment. *The Quarterly Journal of Economics* (Published online 16.04.2013). DOI: 10.1093/qje/qjt015.

Kumar, M. (2007). Explaining entrepreneurial success: A conceptual model. *Academy of Entrepreneurship Journal, 13*(1), 57–77.

Kunday, Ö., & Çakir, C. (2014). The moderating role of entrepreneurship education and family tradition on the relationship between self-esteem and entrepreneurial intention. *Journal of Humanities and Social Science, 4*(9[1]), 25–34.

Lee, S., Lim, S., Pathak, R., Chang, D., & Li. W. (2006). Influences on attitudes toward entrepreneurship: A multi-country study. *Entrepreneurship Management, 2*, 351–366.

Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management, 33*(2), 135–147.

Naudé, W.A. (2011). *Entrepreneurship and economic development*. Palgrave Macmillan.

Nichols, A., Mitchell, J., & Lindner, S. (2013). *Consequences of long-term unemployment*. The Urban Institute.

Nulty, D. (2008). The adequacy of response rates to online and paper surveys: what can be done? *Assessment & Evaluation in Higher Education, 33*(3), 301–314.

OECD/Organization for Economic Co-operation and Development (2012). Culture: Entrepreneurial perceptions and attitudes. In OECD, *Entrepreneurship at a Glance*. OECD Publishing.

OECD/Organization for Economic Co-operation and Development (2014). *Entrepreneurship at a Glance 2014*. OECD Publishing.

Quintini, G. (2011). *Over-qualified or under-skilled: A review of existing literature*. OECD Social, Employment and Migration Working Papers No 121. Paris: OECD Publishing.

Rodrigues, R.G., Raposo, M., Ferreira, J., & Paço, A. (2010). Entrepreneurship education and business creation propensity: Testing a structural model. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 9*(1), 58–73.

Schøtt, Th., Kew, P., & Cheraghi, M. (2015). *Future potential. A GEM perspective on youth entrepreneurship*. Global Entrepreneurship Monitor.

Scott, M.G., & Twomey, D.F. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: Students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management, 26*(4), 5-13.

Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science, 11*, 448-469.

Shepherd, D.A. & De Tienne, D.R. (2005). Prior knowledge, potential financial rewards and opportunity identification. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 29*(1), 91–112.

Singer, S., Amorós, J.E., & Moska, D. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM). 2014 Global Report*. Babson College, Universidad del Desarrollo, Universiti Tun Abdul Razak and Tecnológico de Monterrey.

Skiadas, D., & Boutsiouki, S. (2016). Inclination of university students towards entrepreneurship: a Greek case study. *Journal of Basic and Applied Research International, 16* (4), 247–264.

Spencer, A.S., Kirchhoff, B.A., & White, C. (2008). Entrepreneurship, innovation and wealth creation. *International Small Business Journal, 26*(1), 9–26.

Sullivan, R. (2000). Entrepreneurial learning and mentoring. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 6*(3), 160–175.

Teixeira, A.A.C., & Davey, T. (2008). *Attitudes of higher education students to new venture creation: A preliminary approach to the Portuguese case*. FEP Working Papers No 298.Universidade do Porto, Faculdade de Economia do Porto.

Teixeira, A.A.C., & Forte, R.P. (2008). *Unbounding entrepreneurial intents of university students: A multidisciplinary perspective*. FEP Working Papers No 322. Universidade do Porto, Faculdade de Economia do Porto.

Tilley, F., & Young, W. (2009). Sustainability entrepreneurs - could they be the true wealth generators of the future? *Greener Management International, 55*, 79–92.

Veciana, J.M., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison. *The International Entrepreneurship and Management Journal, 1*(2), 165–182.

Venesaar, U., Kolbre, E., & Piliste, T. (2007). *Students' attitudes and intentions toward entrepreneurship at Tallinn University of Technology*. Working Papers No 154.Tallinn School of Economics and Business Administration, Tallinn University of Technology.

Wennekers, A.R.M., & Thurik, A.R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics, 13*(1), 27–55.

Φραγκουδάκη, Α. (1985). *Κοινωνιολογία της εκπαίδευσης. Θεωρίες για την κοινωνική ανισότητα στο σχολείο*. Αθήνα: Παπαζήσης.