



Άλληλον

Τεύχος 3 | Σεπτέμβριος 2021

ISSN 2732-7701

Χτίζοντας το μέλλον



Επιχειρηματικότητα



Impressum

ΕΚΔΟΤΗΣ: ΑΛΛΗΛΟΝnet ΑΜΚΕ

ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ ΕΚΔΟΤΗ:

Άγγελος Παγκράτης

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΗΣ:

Χρήστος Μπεζιρτζόγλου

ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ:

Αρίστη Τέγου, Θεόδωρος

Ματακιάδης, Μανώλης

Δαμίγος, Σοφία Μαστροκούκου,

Σπύρος Δημόπουλος

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ:

Δημήτρης Ηλιόπουλος, Κλεάνθης

Γαβριηλίδης, Όλγα Κοσμίδου

ΟΜΑΔΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:

Αλέξανδρος Παγκράτης

ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ:

[MicroKosmos](#)

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΕΞΩΦΥΛΛΟΥ:

[MYARTIST](#)—Παναγιώτης Πριστούρης

ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

ALLILONnet, οδός Τατοΐου 90,

GR-14451, Μεταμόρφωση, Ελλάς

EMAIL ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:

periodiko@allilonnet.gr

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ: [http://](http://www.allilonnet.gr)

www.allilonnet.gr

LinkedIn: [https://](https://www.linkedin.com/company/allilon/)

www.linkedin.com/company/allilon/

Facebook: [https://](https://www.facebook.com/ALLILONnet)

www.facebook.com/ALLILONnet

Twitter: [https://twitter.com/](https://twitter.com/ALLILONnet)

[ALLILONnet](https://twitter.com/ALLILONnet)

Τα άρθρα εκφράζουν τις απόψεις των συγγραφέων και όχι απαραίτητα του εκδότη και του περιοδικού.

ISSN: 2732-7701

Αγαπητά μέλη, φίλες και φίλοι της ΑΛΛΗΛΟΝ,

Στις χιλιετίες της ιστορίας του ελληνικού έθνους, η ελευθερία του εμπορίου και γενικά της επιχειρηματικότητας προσέφεραν την βάση της ευημερίας και του πολιτισμού στις ελληνικές πόλεις και κοινότητες στον Ελλαδικό χώρο και αλλού. Διαχρονικά οι Έλληνες είναι λάτρεις και διαπρέπουν σε συνθήκες ελευθερίας γενικά, και οικονομικής ελευθερίας ειδικότερα.

Το μοντέρνο ελληνικό κράτος στα 200 χρόνια ανεξαρτησίας του συνάντησε και συνεχίζει να συναντά πολλές προκλήσεις σχετικά. Ταλανίζεται από δαιδαλώδεις διοικητικές και νομικές διαδικασίες, προβληματική φορολογία, πολυνομία, γραφειοκρατία κ.α. που δεν βοηθούν ή και υπονομεύουν την σχεδόν έμφυτη τάση υπέρ των επιστημών και της επιχειρηματικότητας όπου διαχρονικά διαπρέπουν οι Έλληνες παγκοσμίως.

Η ΑΛΛΗΛΟΝ από την δημιουργία της, εδώ και σχεδόν 10 χρόνια, αναγνώρισε σαν έναν κεντρικό στόχο της, να συνεισφέρει στην ριζική αναβάθμιση του επενδυτικού και επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα και στην προώθηση της επιχειρηματικότητας, ιδίως σε τομείς υψηλής τεχνολογίας, άρα και υψηλής προστιθέμενης αξίας, σαν κεντρική επιλογή για την απελευθέρωση των παραγωγικών και δημιουργικών δυνάμεων της νεολαίας μας για την επίτευξη υψηλών ποσοστών βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης, για την απορρόφηση των ανέργων, καθώς και για την δημιουργία ενός ρεύματος επιστροφής νέων Ελλήνων στην Ελλάδα.

Όπως τα πολλά και ενδιαφέροντα άρθρα του παρόντος τεύχους δείχνουν, υπάρχουν πολλές διαστάσεις στον προβληματισμό αυτό. Η χώρα έχει ανάγκη από ένα συνολικά πολύ θετικό και ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον το οποίο να ενθαρρύνει ουσιαστικά την ανάπτυξη όλων των μορφών επιχειρηματικότητας συμπεριλαμβανομένων ιδιαίτερα της νεανικής και της γυναικείας.

Η μετά COVID Ελληνική οικονομία οφείλει να επιδιώξει βαθιές αλλαγές, και η βασισμένη στην καινοτομία επιχειρηματικότητα χρειάζεται να αναβαθμιστεί σε εθνική προτεραιότητα με μεγάλη έμφαση στην υψηλή τεχνολογία και στην κοινωνία της γνώσης σε όλα τα επίπεδα και με την συναίσθηση ότι η μετά COVID διεθνής σκηνή θα χαρακτηρίζεται από ένα βαθύτερο, εντονότερο και σκληρότερο διεθνή ανταγωνισμό όπου η κρατική παρέμβαση στις αγορές, άρα και οι στρεβλώσεις, θα αυξηθούν και όπου ο ανταγωνισμός εμπορικός και οικονομικός θα γίνει πολύ περισσότερο γεωοικονομικός και γεωπολιτικός. Στον κόσμο αυτό, ο στόχος της Ελλάδος πρέπει να είναι να πραγματοποιήσει ένα μεγάλο άλμα προόδου. Η Ελλάδα μπορεί. Απαιτείται βέβαια μεγάλη προσπάθεια, εσωτερική συνοχή και σύνεση πολιτικής.

Από τα άρθρα του τεύχους τούτου μια εξαιρετική μνεία πρώτα για το άρθρο του κυρίου Φραδέλου σχετικά με την Τεχνητή Νοημοσύνη, παιδαγωγικό, κατανοητό και από μη ειδικούς και εξαιρετικό επί της ουσίας. Επίσης το άρθρο στις «νεανικές ματιές» από ένα πολύ νέο μέλος, χρήσιμο σε άλλους νέους και ενημερωτικό για λιγότερο νέους. Τέλος το άρθρο για την HellenicPROM σαν παράδειγμα όπου μια ανάγκη της αγοράς γίνεται επιχειρηματική ιδέα και η υπηρεσία που παράγεται προωθεί έναν βασικό στόχο της ΑΛΛΗΛΟΝ, δηλαδή εξυπηρετεί τους δεσμούς των ανά τον κόσμο Ελλήνων με την πατρίδα.

Επίσης, εγκαινιάσαμε στο τεύχος αυτό, τη στήλη «Βήμα Φοιτητών & Ερευνητών» και εξακολουθούμε με την «Γωνιά των Μεντόρων».

Άγγελος Παγκράτης

Ιδρυτής και Επίτιμος πρόεδρος της ΑΛΛΗΛΟΝ

Πρώην πρέσβης της ΕΕ στην Αργεντινή και στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου

Άγγελος Παγκράτης	2	Μήνυμα εκδότη
Μιχάλης Αργυρούδης	4	Συνηθισμένα λάθη στην επιχειρηματικότητα
Γιάννης Καραμήτσιος & Χρήστος Μπεζιρτζόγλου	7	Επτά αρχές για μια νέα Ελληνική οικονομική πολιτική
Θωμάς Γκίλιας	10	Ταξίδι προς την επιτυχία...ταξίδι αναζήτησης Γαλάζιων Ωκεανών
Παναγιώτης Αλεβαντής	13	Προσωπικά παραδείγματα επιχειρηματικότητας σε οργανισμούς του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα
Georgios Fradelos	16	The field of Artificial Intelligence as a career choice for entrepreneurs
Paraskevi Bessa-Rodrigues	18	Walking the talk of post covid entrepreneurialism in Brazil. A Greek's journey.
Μανώλης Δαμίγος	20	Τι είναι επιχειρηματικότητα; Πώς δημιουργείται και πώς διατηρείται;
Κωνσταντίνος Χαλμούκης	23	HellenicPROM-FileBank: Όταν η ανάγκη της αγοράς γίνεται επιχειρηματική ιδέα
Marilena Maragkou & Aggelos Chamakiotis	25	Youthmakers Hub: From volunteerism to entrepreneurship
Αναστασία Ρωμανού	28	Γυναικεία επιχειρηματικότητα και καινοτομία στην εποχή της κλιματικής κρίσης
Nansy Karali, Nicholas Belesis & Maria Oikonomou	31	<i>Βήμα Φοιτητών & Ερευνητών</i> : The critical contribution of entrepreneurship to financial prosperity and the role of the entrepreneur
Τάκης Καλογεράκος	34	<i>Εμπειρίες Ζωής</i> : Επικοινωνιακά Ψήγματα Σοφίας
Γιώργος Αντωνιάδης	35	<i>Νεανικές Ματιές</i> : Η χρήση των κοινωνικών δικτύων από τους νέους και η επιχειρηματικότητα
	37	Mentor's Corner
Χρήστος Μπεζιρτζόγλου	39	<i>Αντί επιλόγου</i> : Ζώντας στην YOLO εποχή - Ατενίζοντας το μέλλον

Συνηθισμένα λάθη στην επιχειρηματικότητα



Μιχάλης Αργυρούδης

[Μέντορας καριέρας](#) • [LinkedIn](#)

Διευθύνων Σύμβουλος [Numerica](#)

Λέξεις κλειδιά: επενδύσεις, χρηματοδότηση, ανάπτυξη, επιχειρηματικό πλάνο, πελατοκεντρική στρατηγική, νέες τεχνολογίες

Στις μέρες μας ακούμε πολλές φορές φίλους και γνωστούς να συζητούν για κάποιον που προσπάθησε να κάνει κάποια επιχειρηματικά βήματα χωρίς όμως το ανάλογο επιδιωκόμενο αποτέλεσμα.

Από την μια πλευρά η φάση που περνάει αυτή τη στιγμή η χώρα είναι μάλλον αποτρεπτική για κάθε μορφής επιχειρηματική προσπάθεια και από την άλλη είναι μονόδρομος, αν θέλουμε να δούμε την χώρα μας να αντεπεξέρχεται σε αυτές τις δύσκολες οικονομικές συγκυρίες.

Το βαρύ φορολογικό πλαίσιο, η πολύμορφη δημόσια γραφειοκρατία, η πολυνομία, η έλλειψη ουσιαστικής και αποτελεσματικής δημόσιας διοίκησης έχουν δημιουργήσει ένα βαρύ κλίμα για οιαδήποτε ιδιωτική επενδυτική πρωτοβουλία, μεγάλη ή μικρή.

Δυστυχώς, πολλοί αναμένουν τους μεγάλους επενδυτές να έρθουν και να επενδύσουν, θεωρώντας ότι αυτή είναι η πολυπόθητη λύση που αναζητάει η χώρα. Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι όντως αυτή θα ήταν μια εξαιρετική λύση σε μια οικονομία που επειγόντως χρειάζεται στήριξη και νέα κεφάλαια ώστε να αρχίσει ξανά να παράγει.

Πόσο πιθανό είναι όμως αυτό; Ποιος μεγάλος επενδυτής θα έρθει αυτή τη στιγμή στη χώρα μας; Με τις υπάρχουσες αβεβαιότητες, με τον κίνδυνο η επένδυσή του να εξαφανιστεί εν ριπή οφθαλμού

λόγω μιας αψυχολόγητης απόφασης των διοικούντων, που για μικροπολιτικούς λόγους αποφάσισαν ότι η εν λόγω επένδυση δεν μπορεί να προχωρήσει, γιατί θα μειώσει τους πληθυσμούς των αποδημητικών πουλιών στην λίμνη Τριχωνίδα.

Η ανάπτυξη, λοιπόν, δεν θα έρθει, σε αυτή τη φάση τουλάχιστον, από τις μεγάλες επενδύσεις. Η ανάπτυξη θα έρθει από τους νέους και τις νέες που θα επενδύσουν σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες, που θα μπορέσουν να ανταγωνιστούν με αξιώσεις τόσο στην εσωτερική αγορά όσο και στις αγορές του εξωτερικού. Αυτό είναι το μεγάλο κεφάλαιο που διαθέτουμε, μεγάλο μέρος του οποίου έχει ήδη χαθεί, αφού ένα μεγάλο ποσοστό αυτών των νέων έχουν αναζητήσει την τύχη τους στο εξωτερικό.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Γ.Ε.ΜΗ (Γενικό Εμπορικό ΜΗτρώο) τον τελευταίο χρόνο οι ενάρξεις των επιχειρήσεων δεν έχουν παρουσιάσει ιδιαίτερη κάμψη, παρ' όλ' αυτά παρατηρείται το φαινόμενο ο μεγαλύτερος αριθμός αυτών των εταιριών να κλείνει εντός τριετίας από την ίδρυσή τους.

Ποιοι είναι, λοιπόν, οι λόγοι που οδηγούν τις περισσότερες από αυτές τις εταιρίες στην πόρτα της εξόδου από την αγορά;

Λάθος υπηρεσία ή προϊόν:

Σε μια υπέρ-κορεσμένη αγορά δεν είναι πάντα εύκολο να ξεχωρίσεις πού βρίσκεται μια πιθανή

επιχειρηματική ευκαιρία. Πολλοί είναι αυτοί που πιστεύουν ότι η ιδέα τους είναι η καλύτερη μέχρι να αποδειχτεί μετά από κάποια περίοδο ότι μάλλον υπερεκτίμησαν την δυναμική του επιχειρηματικού τους concept.

Πριν, λοιπόν, προχωρήσει κάποιος καλό είναι να εξετάσει πολύ προσεκτικά τι είναι αυτό που θέλει να κάνει και αν η παραγόμενη υπηρεσία ή το προϊόν είναι χρήσιμο και σε ποιον. Αυτό που οι επαγγελματίες της εμπορικής προώθησης (marketing) ονομάζουν αγορά-στόχου (target market). Πάντα πριν την υλοποίηση μιας επιχειρηματικής προσπάθειας ζητήστε την επαγγελματική άποψη ανθρώπων που βρίσκονται στον χώρο και μπορούν να σας βοηθήσουν, συζητήστε την ιδέα σας μαζί τους ακόμα και στην περίπτωση που αυτό θα έχει επιπλέον οικονομικό κόστος για εσάς.

Έλλειψη επιχειρηματικού πλάνου:

Ποτέ μην ξεκινήσετε την υλοποίηση κάποιας επιχειρηματικής ιδέας χωρίς την υποστήριξη ενός ξεκάθαρα επιχειρηματικού πλάνου. Πολλοί πιστεύουν ότι η όλη διαδικασία της σύνταξης ενός πλάνου είναι χάσιμο χρόνου, δεν είναι ακριβώς έτσι, εφόσον το επιχειρηματικό πλάνο:

- Θα σας βοηθήσει να αποτυπώσετε ποιες ακριβώς τακτικές επιχειρηματικές κινήσεις πρέπει να κάνετε για να φτάσετε στον στόχο σας. Αυτό σημαίνει τακτικές και στρατηγικές πωλήσεων, εμπορικής προώθησης, παραγωγής κ.λπ.

- Θα σας υποδείξει το ύψος της επένδυσης που χρειάζεται για να υλοποιήσετε το σύνολο του πλάνου.

- Θα σας βοηθήσει να εξετάσετε ξανά με καλύτερα κριτήρια την βιωσιμότητα της επιχειρηματικής σας ιδέας.

- Μειώνει τις πιθανότητες αποτυχίας εφόσον γίνει με γνώμονα την εξυπηρέτηση της επένδυσης και όχι του ΕΣΠΑ ή παρόμοιων προγραμμάτων χρηματοδότησης.



Λάθος υπολογισμός ύψους αρχικής επένδυσης:

Είναι αρκετά σημαντικό πριν ξεκινήσουμε την επιχειρηματική μας δράση να είμαστε σίγουροι ότι «δεν θα μείνουμε από καύσιμα στη διαδρομή», ήτοι τα χρηματικά διαθέσιμα πρέπει να είναι ικανά για να υποστηρίξουν την υλοποίηση του επιχειρηματικού πλάνου. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις επενδύσεων που δεν κατάφεραν να υλοποιηθούν λόγω της έλλειψης των απαιτούμενων κεφαλαίων.

Πελατοκεντρική στρατηγική:

Είναι σημαντικό να έχουμε πάντα στο μυαλό μας ότι ο πελάτης για να ικανοποιηθεί χρειάζεται να εξυπηρετηθεί. Όχι απλά να λάβει υπηρεσία. Για παράδειγμα η τοπική συγκοινωνία που παρέχουν οι Δήμοι είναι απλά μια υπηρεσία, δεν παρέχει όμως εξυπηρέτηση, εφόσον υπάρχουν λίγα δρομολόγια, αλλά και αυτά που υπάρχουν δεν είναι σταθερά.

Η επιτυχία του μετρώ βασίζεται, ακριβώς, στο

γεγονός ότι ο πελάτης δεν λαμβάνει απλά μια υπηρεσία αλλά εξυπηρετείται, εφόσον λαμβάνει την υπηρεσία εκεί που την χρειάζεται, όταν την χρειάζεται. Να είμαστε σίγουροι ότι η μελλοντική βιωσιμότητα μιας επιχείρησης εξαρτάται από την δυνατότητά της να εξυπηρετεί και όχι απλά να παρέχει υπηρεσίες.

Μη χρησιμοποίηση νέων τεχνολογιών:

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι το διαδίκτυο μάς δίνει την δυνατότητα για άμεση, οικονομική και στοχευμένη επικοινωνία στην αγορά και στον καταναλωτή που μας ενδιαφέρει να εστιάσουμε. Τα εργαλεία που έχουμε στην διάθεσή μας για να επικοινωνήσουμε ένα προϊόν ή υπηρεσία, είναι πολλά και ιδιαίτερα αποτελεσματικά. Η πληθώρα των μικρών επιχειρήσεων, δυστυχώς, αγνοούν την ύπαρξη και την σωστή χρήση των περισσότερων. Το κόστος για την χρήση αυτών των τεχνολογιών είναι πολύ μικρό σε σύγκριση με το κόστος άλλων μέσων επικοινωνίας π.χ. τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπα μέσα. Βέβαια, ο προγραμματισμός μιας καμπάνιας στο διαδίκτυο χρειάζεται την υποστήριξη ενός ειδικού σε θέματα ψηφιακής εμπορικής προώθησης (internet marketing), καθώς το αντικείμενο είναι εξαιρετικά εξειδικευμένο και τις εξελίξεις μπορεί να τις παρακολουθήσει μόνο ένας επαγγελματίας του χώρου.

Οι παραπάνω παρατηρήσεις, σίγουρα, δεν εγγυώνται την επιτυχία, το σίγουρο είναι ότι μειώνουν σημαντικά τις πιθανότητες της αποτυχίας. Πριν, λοιπόν, ξεκινήσουμε οποιοδήποτε εγχείρημα καλό είναι να έχουμε στο μυαλό μας ότι η επιχειρηματικότητα δεν χρειάζεται μόνο χαρισματικό μυαλό αλλά και τη δυνατότητα να μαθαίνεις από τα λάθη των προηγούμενων.

Εξάλλου, αυτή τη στιγμή, όπως είπαμε και παραπάνω, σε αυτή τη χώρα είναι κάτι παραπάνω από απαραίτητη η υγιής και παραγωγική επιχειρηματικότητα.

Καλή τύχη σε όλους τους νέους και τις νέες που θα επιχειρήσουν στο μέλλον ή ήδη το προσπαθούν.

Photo by [Eleventh Wave](#) on [Unsplash](#)

7 **Επτά Αρχές** Για μία Νέα Ελληνική Οικονομική Πολιτική

Γιάννης Καραμίσιος

Μέλος ΑΛΛΗΛΟΝ • [LinkedIn](#)

Πρόεδρος του σωματείου «Θεσσαλονίκη 21ος αιώνας» και υπάλληλος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής



Χρήστος Μπεζιρτζόγλου

Μέντορας Καριέρας • [LinkedIn](#)

Υπάλληλος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής



Λέξεις κλειδιά: βιώσιμη οικονομική πολιτική, κόμβοι επιχειρηματικής αριστείας, οικονομία της γνώσης, πράσινη ανάπτυξη, οικονομική διπλωματία, φορολογία, εξαγωγές

Η οικονομία ανακάμπτει εκ νέου, αλλά είναι επιρρεπής σε ατυχήματα για το μέλλον:

Τόσο η ελληνική όσο και η ευρωπαϊκή οικονομία παρουσιάζουν σημάδια ανάκαμψης μετά την κρίση του ευρώ στις αρχές της δεκαετίας του 2010 και έχουν αρχίσει να δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας. Όλα αυτά είναι ευπρόσδεκτα νέα, αλλά δεν είναι ακόμη σαφές αν αποτελούν μέρος μιας νέας δυναμικής. Η ελληνική σε συνδυασμό με τις ευρωπαϊκές οικονομικές πολιτικές παραμένουν υπερβολικά επικεντρωμένες σε ελάσσονα θέματα. Υπάρχει συνεχής συζήτηση σχετικά με τον τρόπο βελτίωσης ορισμένων δεικτών ή τον τρόπο διατήρησης της ισορροπίας μεταξύ δημοσιονομικής πειθαρχίας και κοινωνικών δαπανών. Είναι, ωστόσο, αυτό για το οποίο πραγματικά πρέπει να μιλήσουμε μακροπρόθεσμα;

Ανησυχούμε για το γεγονός ότι η Ελλάδα ωθείται στο περιθώριο κρίσιμων κατευθύνσεων στις οποίες η παγκόσμια οικονομία και πολιτική θα οδηγηθούν τις επόμενες δεκαετίες. Φαίνεται ότι υπάρχουν πολλά τρένα που αναχωρούν και δεν πιάνουμε κανένα από αυτά.

Έχουμε, λοιπόν, καλούς λόγους να ανησυχούμε,

αλλά όχι να απογοητευτούμε. Η προαναφερθείσα ελπιδοφόρα ανάκαμψη θα μπορούσε να προσφέρει ένα καλό κίνητρο για την επανεξέταση της στρατηγικής μας σε ένα ευρύτερο πλαίσιο. Αυτή είναι ίσως η κατάλληλη στιγμή για την ελληνική κυβέρνηση, τους θεσμούς, τις επιχειρήσεις, τα συνδικάτα και την κοινωνία των πολιτών να πατήσουν το κουμπί επανεκκίνησης και να συμφωνήσουν σε μια σειρά επτά «αρχών» για το οικονομικό μέλλον της Ελλάδας.

I. Ενστερνιζόμαστε την ιδέα **Πρωτιά στην επιχειρηματικότητα**

Ο πλούτος δημιουργείται από τις επιχειρήσεις, περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη πηγή. Οι επιχειρήσεις παράγουν την συντριπτική πλειονότητα των αγαθών, των υπηρεσιών, των θέσεων εργασίας και της φορολογίας που χρειαζόμαστε για να λειτουργήσουμε ως οργανωμένη και πολιτισμένη κοινωνία. Μια χώρα με λίγες ή αδύναμες επιχειρήσεις είναι μια φτωχή χώρα. Ως εκ τούτου, η ιδέα «Πρωτιά στην επιχειρηματικότητα» πρέπει να τοποθετηθεί στην κορυφή όλων των Ελληνικών οικονομικών πολιτικών.

II. Αγκαλιάζουμε την οικονομία της γνώσης

Οι οικονομικές δραστηριότητες πρέπει να ακολουθούν την πρόοδο της επιστήμης και της ανθρώπινης γνώσης. Τα ελληνικά πανεπιστήμια και ερευνητικά ιδρύματα πρέπει να συνεργάζονται αργά με τις επιχειρήσεις και την παραγωγή. Οι δραστηριότητές τους θα πρέπει να επικεντρώνονται τόσο στην θεωρητική έρευνα, όσο και, αν όχι περισσότερο, στις πρακτικές εφαρμογές. Τα εμπορικά επιμελητήρια και οι επιχειρηματικές ενώσεις θα πρέπει να ενημερώνουν ενεργά και να εκπαιδεύουν τα μέλη τους σχετικά με τις τελευταίες δυνατότητες και ευκαιρίες που προέκυψαν λόγω της επιστημονικής προόδου (όπως για την τρισδιάστατη εκτύπωση, την τεχνητή νοημοσύνη ή τις νέες μεθόδους ενεργειακής απόδοσης).

III. Προωθούμε τους επιχειρηματικούς συνεργατικούς σχηματισμούς και κόμβους αριστείας

Οι οικονομικοί τομείς ωφελούνται, συνήθως, περισσότερο εάν οι επιχειρήσεις τους ομαδοποιούνται και αναπτύσσονται στην ίδια γεωγραφική περιοχή. Λειτουργώντας η μια δίπλα στην άλλη, οι επιχειρήσεις αλληλοεπιδρούν με πιο δυναμικό τρόπο και εξελίσσονται μαζί σε κάτι μεγαλύτερο από το άθροισμα των μερών τους. Θα πρέπει να εξετάσουμε αναλυτικά και να εμπνευστούμε από τις περιπτώσεις στις οποίες η ομαδοποίηση έχει λειτουργήσει ευεργετικά: εταιρείες πληροφορικής στην Σίλικον Βάλεϊ της Αμερικής, κινηματογραφικές παραγωγές στο Χόλυγουντ στην Αμερική και στο Μπόλυγουντ στην Ινδία, επιχειρήσεις μόδας στην βόρεια Ιταλία, αυτοκινητοβιομηχανία στην Γερμανία, επιχειρήσεις πληροφορικής στην Βαλτική, χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιρλανδία, βιομηχανία ξύλου και χαρτιού στην Σκανδιναβία, και πολλά άλλα. Αρκετές ελληνικές περιοχές και τομείς θα

μπορούσαν να φιλοξενήσουν κόμβους αριστείας παγκόσμιας κλάσης, όπου θα μπορούσαν να ισχύουν ειδικές ευνοϊκές συνθήκες παραγωγής και επενδύσεων. Από ενεργειακές επενδύσεις μέχρι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, από ναυπηγοεπισκευαστικές ζώνες μέχρι εμπορομεταφορικούς σταθμούς, και από ενεργειακή παραγωγή, από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας μέχρι βιολογικά προϊόντα.

IV. Αναπτύσσουμε την ελληνική οικονομική διπλωματία

Η Ελλάδα μπορεί και πρέπει να γίνει ηγέτης που εξάγει προϊόντα υψηλής αξίας στον υπόλοιπο κόσμο. Αυτή είναι μια ρεαλιστική προοπτική, επειδή σε πολλές χώρες του πλανήτη υψηλού βιοτικού επιπέδου το καλό «όνομα» της Ελλάδας προωθεί την κατανάλωση των υψηλής ποιότητας αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται στην χώρα μας. Και μόνο γι' αυτό τον λόγο, οι ελληνικές δημόσιες αρχές πρέπει να αναπτύξουν μια συνεκτική οικονομική διπλωματία. Θα μπορούσαν έτσι να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην στήριξη των ελληνικών επιχειρήσεων ώστε να διεκδικήσουν, επενδύσουν και εγκατασταθούν σε προσοδοφόρες διεθνείς αγορές μέσω εξειδικευμένων διαδικτυακών πυλών, επιχειρηματικών αποστολών και εμπεριστατωμένων συμβουλών.

V. Εστιάζουμε στην οικολογική ανάπτυξη

Η ελληνική οικονομία πρέπει να εξυπηρετήσει την αυξανόμενη επιθυμία των πολιτών να ζουν με σεβασμό στο περιβάλλον τους. Η οικονομική ανάπτυξη θα πρέπει ταυτόχρονα να έχει οικολογικό πρόσημο. Η κυκλική οικονομία πρέπει να αποτελέσει το θεμέλιο των νέων μοντέλων παραγωγής και κατανάλωσης. Εξάλλου, η κυκλική οικονομία βοηθά τις επιχειρήσεις να εξοικονομήσουν, τελικά, πολλά χρήματα. Οι δημόσιες επενδύσεις και τα επιχειρηματικά

κίνητρα πρέπει να επικεντρώνονται σε μεγάλο βαθμό στην καθαρή ενέργεια και τις μεταφορές. Οι υψηλότεροι φορολογικοί συντελεστές πρέπει να επιβάλλονται στην παραγωγή και την κατανάλωση με το υψηλότερο κόστος για το περιβάλλον και την υγεία.

VI. Εφαρμόζουμε μια απλή και δίκαιη φορολογία

Η φορολογία πρέπει να γίνει απλούστερη και δίκαιη. Ο πλούτος πρέπει να παραμείνει στα χέρια των ανθρώπων που τον παράγουν και θα πρέπει να μπορούν να τον χρησιμοποιούν όπως επιθυμούν. Αυτό αντιλαμβανόμαστε ως δίκαιη φορολογική πολιτική, σύμφωνα με το όραμά μας για μια πιο φιλελεύθερη Ελλάδα. Οι εξαναγκαστικοί συνεταιρισμοί και οι αποκλεισμοί θα πρέπει να απαγορεύονται, διαφορετικά ο ανταγωνισμός θα παραμείνει σε σοβαρό βαθμό στρεβλωμένος. Προτείνεται η θέσπιση μόνο τριών φόρων: ΦΠΑ (φόρος προστιθέμενης αξίας), φόρος εισοδήματος και φόρος εισοδήματος εταιρειών. Οι φορολογικοί συντελεστές πρέπει να είναι προοδευτικοί ανά βάση επιβολής του φόρου, αλλά ποτέ υψηλότεροι από 25 %.

VII. Αγωνιζόμαστε για μια οικονομία προσανατολισμένη στις εξαγωγές

Είναι καλό να προσελκύουμε χρήματα παγκοσμίως στην Ελλάδα μέσω άμεσων ξένων επενδύσεων, αλλά είναι ακόμα καλύτερο να λαμβάνουμε χρήματα μέσω των δραστηριοτήτων εξωστρεφών επιχειρήσεων. Οι Ελληνικές δημόσιες αρχές πρέπει να αναπτύξουν μια εθνική εξαγωγική στρατηγική και να υιοθετήσουν πολιτικές ενδυνάμωσης της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων, διαδραματίζοντας έμπρακτο ρόλο μέσω ειδικών εργαλείων και εξειδικευμένης βοήθειας στην στήριξη των ελληνικών επιχειρήσεων ώστε να εγκαθιδρύσουν και να επενδύσουν στις διεθνείς αγορές.

Δεν υπάρχει χρόνος για εφησυχασμό

Γνωρίζουμε ότι αυτές οι «επτά αρχές» γράφονται ευκολότερα από ό,τι εφαρμόζονται. Ωστόσο, πρέπει πρώτα να διατυπωθούν με σαφή τρόπο και να συμφωνηθούν ως μια νέα συναινετική προσέγγιση από το σύνολο των ελληνικών φορέων, τις επιχειρήσεις και τους υπόλοιπους ενδιαφερόμενους φορείς.

Επιπλέον, γνωρίζουμε ότι η αρχή «προτεραιότητα στις επιχειρήσεις» ή/και η αρχή της «απλής και δίκαιης φορολογίας» θα μπορούσαν να αντιστρατευθούν στα ένστικτα ορισμένων πολιτικών ή ακτιβιστών. Ωστόσο, είναι απαραίτητες για να μετουσιωθεί η Ελλάδα σε μια οικονομικά ισχυρή δύναμη. Ο υπόλοιπος κόσμος γίνεται γρήγορα μεγαλύτερος, πλουσιότερος και εξυπνότερος και η Ελλάδα πρέπει να εγκαταλείψει την ζώνη άνεσής της για να παραμείνει πρωταγωνιστής σχετικά με όποιες εξελίξεις πρόκειται να συμβούν αυτόν τον αιώνα.

Οι «Επτά Αρχές» είναι το προσωπικό όραμα των συγγραφέων για μια απλή, δίκαιη και βιώσιμη ελληνική οικονομική πολιτική.

Ταξίδι προς την **Επιτυχία...** ταξίδι αναζήτησης **Γαλάζιων Ωκεανών**



Θωμάς Γκίλιας

[Young Mentor](#) • [LinkedIn](#)

Διευθύνων Σύμβουλος & Ιδρυτής [MindmeUp](#)

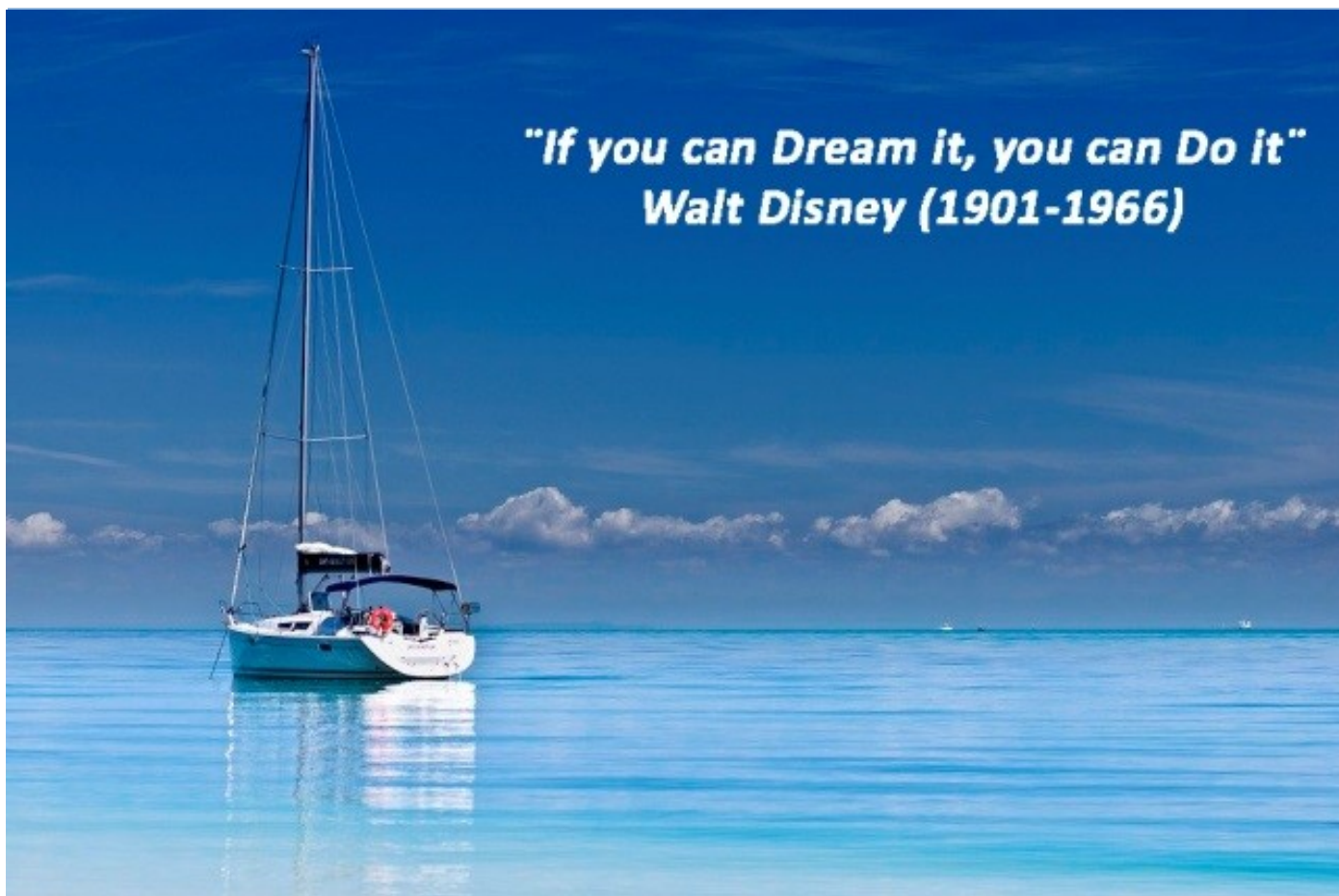
Λέξεις κλειδιά: Ανακάλυψη, γνώσεις, αλλαγές, σύμμαχοι, μεθοδικότητα, προσπάθεια

Ο Paul Hayman έχει πει ότι «*προκειμένου να φτάσεις στην επιτυχία, πρέπει να είσαι έτοιμος να αποτύχεις*». Ο [James Dyson](#) απέτυχε 5.126 φορές μέχρι να φτιάξει το ιδανικό προϊόν καθαρισμού (Dyson Vacuum Cleaner) το οποίο μέσα σε 10 χρόνια, από το 2010 μέχρι το 2020, έχει κατακτήσει το 55% της αγγλικής αγοράς και το 20% της παγκόσμιας αγοράς ηλεκτρικών συσκευών καθαρισμού. Η συγκεκριμένη περίπτωση αποτελεί ένα από τα πολλά παραδείγματα στα οποία οι άνθρωποι που είχαν μια ιδέα δεν σταμάτησαν μέχρι να φτάσουν στο νησί της επιτυχίας, το οποίο βρίσκεται καλά κρυμμένο σε έναν υπέροχο Γαλάζιο Ωκεανό. Έναν Ωκεανό στον οποίο δεν υπάρχει κανένας ανταγωνιστής που να μπορεί να σε ενοχλήσει και απολαμβάνεις φήμη, λεφτά και δόξα. Μέχρι να έρθουν καινούργιοι εξερευνητές και σιγά-σιγά να μειωθεί ο διαθέσιμος ελεύθερος χώρος του Ωκεανού σου και να πρέπει να ξεκινήσεις ξανά για ένα νέο ταξίδι εξερεύνησης. ***Πώς όμως θα βρω τον δικό μου Γαλάζιο Ωκεανό και ακόμη πιο σημαντικό, πώς θα καταλάβω ότι τον έχω βρει;*** Πρώτα από όλα, θα πρέπει να θυμάσαι ότι στο συγκεκριμένο ταξίδι δεν υπάρχει καθορισμένη πορεία και πολλές φορές ο τελικός προορισμός ίσως είναι διαφορετικός από αυτόν που είχες σχεδιάσει. Θα βρεις εμπόδια και δυσκολίες που

θα πρέπει να αντιμετωπίσεις αποτελεσματικά και γρήγορα, πραγματοποιώντας τις απαραίτητες αλλαγές στο πλοίο σου κάθε φορά. Δοκίμασε να αφαιρέσεις μέρη από αυτό ή να προσθέσεις καινούρια στοιχεία και δες με ποιον τρόπο και πώς θα ξεπεράσεις το εκάστοτε εμπόδιο. Μάθε από κάθε αλλαγή και απόκτησε γνώσεις οι οποίες θα σε βοηθήσουν να αποφύγεις τυχόν μελλοντικά προβλήματα χωρίς ζημιές ή επιπτώσεις. Μην τα παρατάς. Σαν καπετάνιος που είσαι φρόντισε να μη βυθιστεί το πλοίο σου. Και αυτό μπορεί να αποφευχθεί μόνο εάν είσαι διατεθειμένος να παλέψεις για αυτό, όσο δύσκολο και επικίνδυνο και εάν είναι.

Στο ταξίδι της ανακάλυψης μην ξεχνάς να σταματήσεις στα διάφορα λιμάνια για να αποκτήσεις τις απαραίτητες πληροφορίες που χρειάζεσαι για το ταξίδι σου. Κάποιες φορές αυτές θα πρέπει να τις αποσπάσεις με τέτοιο τρόπο ώστε να μην σε ανακαλύψουν οι ανταγωνιστές καπετάνιοι, ενώ άλλες φορές θα βρεις ναύτες με πολύ μεγάλη εμπειρία στη θάλασσα, οι οποίοι θα σου δώσουν ανεκτίμητες πληροφορίες. Άκου τι έχουν να σου πούνε, μάθε τις ανάγκες, τις σκέψεις, τους ενδιασμούς τους, κατανόησε τις επιθυμίες τους και τα προβλήματά τους και δες πώς όλα αυτά μπορούν να σε φέρουν πιο κοντά στον Γαλάζιο σου Ωκεανό.

Πάρε προμήθειες μαζί σου, γιατί αρκετές φορές θα περάσει καιρός μέχρι να βρεις το επόμενο



"If you can Dream it, you can Do it"
Walt Disney (1901-1966)

λιμάνι. Θα βρεις τον εαυτό σου να παλεύει με αδίστακτες οντότητες, τα Μαύρα Νερά και τους Κόκκινους Ωκεανούς, οντότητες οι οποίες είναι είτε άμεσοι είτε έμμεσοι ανταγωνιστές σου, τόσο στην τωρινή σου πορεία όσο και στο επικείμενο ταξίδι σου και προκειμένου να τους ξεφύγεις πρέπει να προσφέρεις πολλά λεφτά και να θυσιάσεις αρκετούς πόρους. Μην εγκαταλείψεις το πλοίο σου. Σε στιγμές κρίσιμες όπως αυτή, χρησιμοποίησε τους συμμάχους σου, οι οποίοι θα σου προσφέρουν τα απαραίτητα εφόδια για να νικήσεις την μάχη. Μίλησε μαζί τους, εξήγησε το ταξίδι σου και γιατί όχι, πάρε και κάποιους από αυτούς μαζί σου. Πάρε μόνο όσους πραγματικά αντιλαμβάνονται την σημασία του ταξιδιού και μπορούν μαζί σου να οραματιστούν τον τελικό προορισμό. Η βοήθειά τους σε αρκετές περιπτώσεις είναι καθοριστικής σημασίας καθώς θα παρέχουν τις προμήθειες και τα εφόδια που χρειάζεσαι για να μην σταματήσει η πορεία σου. Μια πορεία η οποία είναι αποτέλεσμα του οράματος και των προσδοκιών σου. Κάποιες

φορές όμως θα πρέπει να λειτουργήσεις τις μηχανές σου πλήρως, ώστε να κάνεις γρήγορες κινήσεις και ελιγμούς, ενώ άλλες φορές να σβήσεις τις μηχανές και απλά να αφήσεις την θάλασσα να σε πάει σε μέρη που δεν είχες σημειώσει καν στον χάρτη σου. Γέμισε τον χάρτη σου με τις διάφορες ανακαλύψεις σου και σημείωσε τις λανθασμένες πορείες που προέκυψαν από το ταξίδι σου καθώς και τυχόν περάσματα τα οποία ξέρεις ότι είναι επικίνδυνα και απαγορευτικά. Φυσικά, θα πρέπει να θυμάσαι πως το κάθε ταξίδι εξερεύνησης είναι διαφορετικό και έχει ξεχωριστές απαιτήσεις σε χρόνο, πόρους, αλλά και τα δικά του εμπόδια/προβλήματα. Δες τον χάρτη που έφτιαξες και μελέτησέ τον με διαφορετική οπτική πλέον, ως αποτέλεσμα της εμπειρίας που απέκτησες μέσα από το ταξίδι της εξερεύνησής σου. Μετά το χρονοβόρο ταξίδι που πραγματοποιήσες έχεις την γνώση και όλες τις απαραίτητες πληροφορίες, ώστε να μπορέσεις να δεις πιο ξεκάθαρα το σημείο που είναι ανεξερεύνητο. Το σημείο που αποτελεί για σένα

Όπως πολύ σωστά κατάλαβες, το πλοίο αποτελεί το προϊόν σου, το οποίο στην αρχική του μορφή είναι απλά μια ιδέα η οποία απορρέει από το όραμά σου. Στην πορεία αυτή η ιδέα σου αρχίζει σιγά-σιγά και αποκτά υλική μορφή, ως αποτέλεσμα των κινήσεων που έχεις πραγματοποιήσει και των γνώσεων που απέκτησες. Θα πρέπει να είσαι διατεθειμένος να πραγματοποιείς τις αναγκαίες αλλαγές, όπου κρίνεται απαραίτητο, αλλιώς κινδυνεύεις να αποτύχεις. Κρίσιμης σημασίας είναι η συνεχής έρευνα του ανταγωνισμού από την μια πλευρά, αλλά και των ενδεικτικών μελλοντικών πελατών από την άλλη, προκειμένου να αποκτήσεις σημαντικές πληροφορίες οι οποίες θα σε βοηθήσουν στην περαιτέρω βελτίωση του προϊόντος σου. Στο ταξίδι αξιοποίησε όλους τους συμμάχους σου, κοντινούς (όπως οικογένεια, συγγενείς και φίλοι) και μακρινούς (όπως επενδυτές, τράπεζες και άλλες επιχειρήσεις), οι οποίοι θα ενδιαφερθούν πραγματικά για το προϊόν σου και θα σε βοηθήσουν να ολοκληρώσεις το ταξίδι σου, προσφέροντάς σου σημαντικές πληροφορίες και οικονομικούς πόρους.

Όπως ο Χριστόφορος Κολόμβος στο πρώτο του ταξίδι το 1492 θεώρησε ότι έφτασε στις Ανατολικές Ινδίες, όμως είχε ανακαλύψει την Αμερική, έτσι και στο δικό σου ταξίδι θα πρέπει να είσαι έτοιμος να ανακαλύψεις νέα τμήματα αγοράς, τα οποία δεν τα είχες σκεφτεί προηγουμένως και αποδεικνύονται περισσότερο προσοδοφόρα και επικερδή. Και να θυμάσαι, μην εστιάζεις στην επιτυχία, αλλά επικεντρώσου στο ταξίδι!!!

Προσωπικά παραδείγματα Επιχειρηματικότητας

Σε οργανισμούς του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα



Παναγιώτης Αλεβαντής

[Μέντορας καριέρας](#) • [LinkedIn](#)

Φυσικός, τέως στέλεχος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Λέξεις κλειδιά: επιχειρηματικότητα, προκλήσεις, ευρηματικότητα, δημιουργικότητα

Π

ολλά έχουν [γραφεί](#) για την επιχειρηματικότητα στο δημόσιο.

Σύμφωνα με έναν [ορισμό](#)

«Επιχειρηματικότητα είναι το αποτέλεσμα της εφαρμογής της δημιουργικότητας και της καινοτομίας μέσω μιας οργανωμένης δομής για την κάλυψη των αναγκών και των ευκαιριών της αγοράς ή και της κοινωνίας. Πρόκειται για έννοια πολυδιάστατη, η οποία συχνά αποτελεί τον 4^ο συντελεστή παραγωγής και η οποία έχει **εφαρμογή τόσο στον ιδιωτικό όσο και στον δημόσιο τομέα**».

Όμως, εδώ δεν θα αναλύσω το ζήτημα θεωρητικά αλλά θα μοιραστώ μαζί σας μερικά πρακτικά προσωπικά παραδείγματα επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο οργανισμών του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα στους οποίους εργάστηκα.

Εγκυκλοπαίδεια Πάπυρος-Larousse-Britannica.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1980 ως βοηθός αρχισυντάκτη για Τεχνολογία και Φυσική ήμουν υπεύθυνος για την χρήση της σωστής ορολογίας αλλά και για την επικαιροποίηση των άρθρων με τις τελευταίες εξελίξεις. Οι μεταφραστές που χρησιμοποιούσαμε έκαναν πολύ καλή δουλειά αλλά έπρεπε να έχουμε τον έλεγχο και από κάποιον ειδικό. Προβλεπόταν, φυσικά, αμοιβή για επιμέλεια αλλά για μικρά σχετικά άρθρα (1-2

σελίδες εγκυκλοπαίδειας) η αμοιβή ήταν μάλλον υποτυπώδης για έναν επαγγελματία μηχανικό ή επιστήμονα.

Έστυψα λίγο το μυαλό μου και πρότεινα την εξής διευθέτηση. Αφού εντόπιζα τον εμπειρογνώμονα που θα μπορούσε να κάνει την επιμέλεια, τον προσέγγιζα επισημαίνοντάς του ότι αντί για μια υποτυπώδη «μίξερη» αμοιβή θα συμμετείχε με την υπογραφή του στην πιο σύγχρονη ελληνική εγκυκλοπαίδεια. Επιπλέον, θα του αφιέρωνα ένα από τα εβδομαδιαία άρθρα μου στο περιοδικό «Επίκαιρα», στο οποίο θα προβαλλόταν το έργο του ή η επιστημονική του εμπειρογνωμοσύνη. Τέλος, τον ενημέρωνα ότι ως συνεργάτης της Εγκυκλοπαίδειας είχε δικαίωμα αγοράς των τόμων με έκπτωση 50%.

Η ανταπόκριση ήταν ενθουσιώδης. Ο επιμελητής αφιέρωνε λίγο από τον χρόνο του και κέρδιζε προβολή και έκπτωση στην αγορά της εγκυκλοπαίδειας. Από την πλευρά της η εγκυκλοπαίδεια εξασφάλιζε άνοδο της ποιότητας χωρίς κόστος, υπογραφή των άρθρων από κάποιον ειδικό στον τομέα, καθώς και έσοδα από την πώληση των τόμων.

Αποφάσεις της Υπηρεσίας Συγχωνεύσεων. Όπως έγραψα και σε [προηγούμενο άρθρο](#) μου, ως υπάλληλος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής είχα

συμμετάσχει στην μελέτη του εκσυγχρονισμού της βάσης νομικών δεδομένων CELEX (σημερινή [Eur-Lex](#)). Αργότερα, στα μέσα της δεκαετίας του 1990, ως υπεύθυνος πληροφόρησης της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού αντιμετώπισα την εξής κατάσταση. Το πλήρες κείμενο των περισσότερων αποφάσεων της Υπηρεσίας Συγχωνεύσεων (Merger Task Force) δεν δημοσιεύονταν στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ήταν οι αποφάσεις που δεν απαιτούσαν ενδελεχή έλεγχο της συγχώνευσης (αυτές δημοσιεύονταν υποχρεωτικά στην ΕΕ), αλλά στηρίζονταν στην εξέταση της αρχικής κοινοποίησης. Ωστόσο, τα δικηγορικά γραφεία συχνά ζητούσαν και αυτές τις μη δημοσιευμένες αποφάσεις προκειμένου να γνωρίζουν το σκεπτικό ώστε να μπορούν να υποστηρίξουν αντίστοιχες δικές τους υποθέσεις στο μέλλον.

Η Υπηρεσία απασχολούσε μία υπάλληλο που φωτοτυπούσε τις εν λόγω αδημοσίευτες αποφάσεις και δύο φορές το χρόνο τις κοινοποιούσε ταχυδρομικά σε όσα δικηγορικά γραφεία περιείχε ο κατάλογος δωρεάν διανομής που είχε καταρτίσει και συντηρούσε. Όμως, η υπάλληλος πλησίαζε στην συνταξιοδότηση και τέθηκε το πρόβλημα τι θα απογίνουν οι αποφάσεις. Πρότεινα, λοιπόν, να τις εισάγουμε στην CELEX (η οποία είχε αρχίσει να διατίθεται δωρεάν στο κοινό), ενώ παράλληλα όσοι ήθελαν θα μπορούσαν να τις παραγγείλουν και σε έντυπη μορφή, αλλά επί πληρωμή, κάτι που ίσχυε επίσης και για την έντυπη μορφή της Επίσημης Εφημερίδας.

Η γραμματέας που δακτυλογραφούσε τις εν λόγω αποφάσεις εκπαιδεύτηκε ώστε να προσθέτει μια απλή σήμανση HTML και να τις διαβιβάζει στην Υπηρεσία Επισήμων Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης που διαχειριζόταν την CELEX αλλά και όλα τα έντυπα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Με την διαδικασία εξοικονομήθηκε το κόστος της υπαλλήλου που φωτοτυπούσε και ταχυδρομούσε

τις αποφάσεις, καθώς και το κόστος των φακέλων και των ταχυδρομικών. Παράλληλα, οι συγκεκριμένες αποφάσεις είχαν συμπεριληφθεί στην βάση νομικών δεδομένων της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ήταν προσβάσιμες σε όλους και όχι μόνο σε μερικούς προνομιούχους συνδρομητές. Και φυσικά, όσοι τις ήθελαν σε έντυπη μορφή έπρεπε να καλύψουν τα έξοδα εκτύπωσης και αποστολής.

Αυτή η ενέργεια σε συνδυασμό με την ιστοσελίδα της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού που άνοιξε μέσω του εξυπηρετητή Europa των Ευρωπαϊκών Θεσμικών Οργάνων άλλαξε το τοπίο της εξειδικευμένης ενημέρωσης των νομικών. Κι ένας συνάδελφος, του οποίου η σύζυγος εργαζόταν σε μεγάλο δικηγορικό γραφείο των Βρυξελλών, με ενημέρωσε ότι πολλά γραφεία αποφάσισαν να επενδύσουν σε εξοπλισμό πληροφορικής και να συνδεθούν με το διαδίκτυο γιατί μπορούσαν πλέον να έχουν καλύτερη και φθηνότερη πληροφόρηση.

Δωρεάν πολύγλωσση διαφήμιση του 112. Το 112, ο κοινός Ευρωπαϊκός αριθμός έκτακτης ανάγκης [θεσπίστηκε το 1991](#) στο πλαίσιο της δημιουργίας της Ενιαίας Αγοράς για να διευκολύνει την ελεύθερη μετακίνηση των πολιτών. Μέχρι το 2002 που στην [Οδηγία για την καθολική υπηρεσία](#) ενσωματώθηκε η ευθύνη των κρατών μελών σχετικά με την ενημέρωση των πολιτών «για την ύπαρξη και την χρήση» του 112, αρμόδια για την εν λόγω ενημέρωση ήταν, θεωρητικά, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Στο πλαίσιο των καθηκόντων μου στην Μονάδα Πολιτικής Προστασίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, μου ανέθεσαν το 1999 και τον φάκελο του 112, σε συνεργασία με την αρμόδια Γενική Διεύθυνση Τηλεπικοινωνιών.

Το 2000 έγινε προφανές από το Ευρωβαρόμετρο ότι μόνο ένας Ευρωπαίος πολίτης στους πέντε (19,2%) θα καλούσε το 112 αν αντιμετώπιζε

έκτακτη ανάγκη σε κάποια άλλη χώρα της ΕΕ εκτός από τη δική του. Κι έτσι μου ανέθεσαν να ενημερώσω τους ευρωπαίους για το 112 και μάλιστα σε όλες τις γλώσσες! Στην ερώτησή μου «Τι προϋπολογισμό έχουμε για κάτι τέτοιο;» η απάντηση του προϊσταμένου ήταν «μηδέν!». Κάποιος άλλος ίσως θα αδιαφορούσε, αλλά εγώ το θεώρησα προσωπική πρόκληση.

Η μελέτη του προβλήματος, η δέσμευση των χρημάτων, η διαδικασία δημόσιας σύμβασης για την επιλογή του ανάδοχου που θα υλοποιούσε μια τόσο μεγάλη ενημερωτική εκστρατεία θα απαιτούσε τουλάχιστον ένα με δύο χρόνια. Επειδή ήμουν φανατικός αναγνώστης (και για μια εποχή και εξωτερικός συνεργάτης της βραχύβιας ελληνικής έκδοσης) του περιοδικού Reader's Digest, αποφάσισα να έλθω σε επαφή μαζί τους. Μια ευγενικότατη Ελληνίδα τρίτης γενιάς, η Ολίβια Μουσσούρη, ήταν συντάκτρια στην Βρετανική έκδοση του περιοδικού και ενθουσιάστηκε με την ιδέα. Το άρθρο γράφτηκε, πήραμε, παρά την κωλυσιεργία του προϊσταμένου, και μια δήλωση της αρμόδιας επιτροπής και τελικά δημοσιεύτηκε στα αγγλικά στο τεύχος του Αυγούστου 2000.

Η Ολίβια μού έστειλε το αγγλικό τεύχος και συνέχιζε να μου στέλνει και τα τεύχη με τις [μεταφράσεις του άρθρου](#). Σλοβακικά, τσεχικά, πολωνικά, φινλανδικά, πορτογαλικά, ισπανικά, ιταλικά, ολλανδικά, γαλλικά και τέλος, η αποθέωση, κινεζικά. Μόνο από αυτές τις εκδόσεις είχαμε πετύχει να ενημερώσουμε, δωρεάν και στη γλώσσα τους, εκατομμύρια πολίτες, οι περισσότεροι από τους οποίους, ως τουρίστες, θα γνώριζαν τι αριθμό να καλέσουν σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Τελευταίες σκέψεις. Θα μπορούσα να γράψω πολύ περισσότερα πράγματα για το πείσμα με το οποίο αγωνίστηκα για την εισαγωγή των ελληνικών χαρακτήρων και της [πολυγλωσσίας](#)



γενικότερα στα συστήματα πληροφορικής της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Ή σχετικά με την πολύχρονη προσπάθεια να ενταχθεί στην νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης η υποχρέωση των κρατών μελών να δημιουργήσουν συστήματα έγκαιρης προειδοποίησης των πολιτών για επερχόμενες και εξελισσόμενες καταστροφές (άρθρο 110 του [Ευρωπαϊκού Κώδικα Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών](#)) το λεγόμενο και «αντίστροφο» 112). Μου αρκεί ότι αυτά όπως και τα παραδείγματα επιχειρηματικότητας που ανέφερα παραπάνω, μου έδωσαν την χαρά της δημιουργίας καλύτερων συνθηκών για την επιχείρηση ή τον οργανισμό που με απασχολούσε, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην επίτευξη των στόχων του με σημαντική εξοικονόμηση πόρων αν όχι και επιπλέον εσόδων.

Οι απόψεις είναι προσωπικές και δεν εκφράζουν κατ' ανάγκη την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. <http://alevantis.blogspot.com>

The field of Artificial Intelligence as a career choice for entrepreneurs



Georgios Fradelos

[Μέντορας Επιχειρηματικότητας](#) • [LinkedIn](#)

Agile Program Director, Founder of [GF-ACCORD A.I](#)

Λέξεις κλειδιά: Artificial Intelligence, entrepreneurship, sustainability, career choice στρατηγική, νέες τεχνολογίες

Artificial Intelligence (AI) is today a household term even though it is not very clear. It brings excitement to finance professionals, entrepreneurs, politicians, armies, filmmakers and more. Why? Because it brings many different stakeholders closer to the solutions they are craving.

It is indeed popular, perceived as futuristic and valuable, but what is AI? It is machines, software and hardware, showing intelligence facing tasks of a level of difficulty judged non-trivial today. By intelligence, it is meant at least one of the advanced human intellectual functions, for example: abstraction, logic, sensing the environment, self-awareness, emotional knowledge, reasoning, planning, creativity, critical thinking, raising questions, receiving and retaining information, using this information to survive or play, solving all forms of problems. We must be careful at this point as on the subject of AI there are two schools of thought. Only according to the first, the machines must mimic human or even better biological intelligence in general but we leave the theoretical study to the academic researchers. What is important to entrepreneurs is that most of the aforementioned qualities are required in all businesses.

AI software is already encountered in numerous products and services, and this offers inspiration and confidence to aspiring entrepreneurs:

1. Digital personal assistants, such as Siri, Alexa

and Cortana

2. Chatbots as seen on company websites, including virtual travel assistants

3. Robotic Vacuum Cleaners

4. Self-driving cars

5. Human-like robots for entertainment integrating many of the other technologies mentioned in this list

6. Agricultural Robots using image recognition to detect crops, soil defects, undesirable plants

7. Strategy games (Chess, Go and video games

8. Medical data analysis, diagnosis and suggested action based on the outcome of the original IBM Watson

9. Drug discovery, allowing the screening of huge amounts of experimental data and speed testing the affinity of factors (impossible to be done by humans at this speed)

10. Online music and film platforms optimizing content suggestions

11. Financial Instrument analysis (quantitative) and stock price evolution. There are AI hedge funds

12. Online marketing and e-commerce (for customer behaviour pattern detection)

13. Military (optimization of strategies and purely instrument focused for missiles etc)

14. Natural language processing, quite possibly the most popular field today

15. User experience (UX)

16. Qualitative business analysis (text and concepts) for private equity, M&A, restructuring as GF-

-
- ACCORD, does, partially replacing human analysts
17. Job applicant selection integrated in the applicant tracking system
 18. Numerical business intelligence and business data analytics in general
 19. Social media culture shift detection via AI employing Big-Data
 20. Companies can build all decision-making processes based on AI as Amazon is doing already; sadly, we cannot know directly about the effectiveness of the AI system.
 21. Document composition assistants improving style and grammar in real time
 22. Luxury concierge services focusing on predicting customer desires
 23. Adjusting of lighting, temperature, ventilation and humidity levels in houses
 24. Automatic advertisement placement and aesthetical optimisation taking the context into account
 25. Auditing of legal contracts
 26. Automatic recognition of customer data in different formats, extraction and placement in databases
 27. Automated business meeting scheduling involving time and place negotiation

An aspiring AI entrepreneur detects a customer need, a pain or any other potential bottleneck and designs a solution to make the client happier. AI is introduced to improve the solution or make it possible in the first place, to accelerate the delivery of value and guarantee the continuous improvement of the product or service. This is thanks to the characteristics of AI as by construction it improves as time passes and more data become available. The task is not easy. Combining existing systems with AI is a great challenge. The cost of the technology must make business sense. The stakeholders need to be able to understand the deliverables and the limitations of the technology. The key ex-

perts who will innovate in the business, technology or at the interface of both must be available and they are hard to find. Before starting a project, the adequate human resources firepower must be secured and of course the IT resources. At this stage a fundamental decision is taken. Will existing AI be used or a new version will be created. This requires auditing of the technologies by experts and is feasible to the extent that information is available. An educated guess is the more frequent scenario. AI is immature in the beginning, this fact being subject matter independent. The deliverable must not be oversold as the business can be prematurely terminated because of this. It must be noted that all AI projects go hand to hand with the continuous education of the stakeholders and the retraining of the employees.

Despite the challenges, the business opportunities are very attractive as it allows bringing the passion for a product or service selected from a sizable pool to the client via the most modern vehicle that is here to stay in its ever-evolving form. AI in business is sustainable as it has the innate characteristic of continuous improvement. It is also positive for the environment and this has financial impact. A study by Inderwildi (Swiss Academy of Science) *et al.* (2020) estimates that AI technologies can contribute towards a 30% carbon abatement. As decarbonisation is a key global target, the treatment of AI entrepreneurs by financial institutions is expected to be better than that of non-AI business people. Lastly, the umbrella field of AI offers the opportunity to transfer skills from one venture to another even if the industry is different.

In summary, AI is a career path to be strongly considered by the new generation of entrepreneurs as it combines sustainability, in demand skills and a candidature to great financial returns. We did not discuss it herein but is well known that several AI start-ups have been acquired for top dollar.

Walking the talk of post-covid entrepreneurialism in Brazil

A Greek's journey.



Paraskevi Bessa-Rodrigues

Μέντορας Επιχειρηματικότητας • LinkedIn

Υπεύθυνη Οικονομικής Ανάπτυξης του δήμου Novo Hamburgo στο Rio Grande do Sul της Βραζιλίας

Λέξεις κλειδιά: footwear and leather industry, entrepreneur, bridges of trust, diversification strategy, open innovation lab

The legendary singer, Frank Sinatra, in one of his songs proclaims that if he can make it in New York he can make it anywhere. I humbly disagree. After more than twenty-five years of living and working in Brazil, I can tell you that the most challenging environment for succeeding, is not New York but rather, here, in Brazil and that is not just me saying, take the [World Bank's word](#) for it, where Brazil is ranked 124th of the list of 190 economies.

You may think that you are not very familiar with Brazil and even more particularly with the city of [Novo Hamburgo](#), where I have the honor of serving as its municipal secretary of economic development for the last five years, but I can guarantee you it's not the case. It is very likely, that the leather shoes you wear or the handbags you carry, or at least, part of their components have been produced in Novo Hamburgo, as the city is one of the largest hubs of the footwear and leather industry in the world. Companies such as [BEIRA RIO](#), produce over 365 thousand pairs of shoes per day, exporting globally, while other brand conglomerates, such as [AREZZO](#), use predominantly the labor force of Novo Hamburgo for their footwear and apparel production. You may also be using chemical products from Novo Hamburgo industries, such as [Killing](#), a partner of the chemical giant Braskem.

Furthermore, it is most likely that the TV programs you are watching on the amazon region, have been produced by [Fish TV](#), the largest producer of independent audiovisual contents in the country, with HQ in Novo Hamburgo and last but not least, for those adept to sports, Alisson Becker, Liverpool's FC goalkeeper and member of the Brazilian soccer team, is a Novo Hamburgo child.

Despite the aforementioned credentials, historically, the tale of the city of Novo Hamburgo, is also the tale of most of the regions that relied heavily upon a single, highly polluting, largely informal production chain with low aggregate value, seeking short term financial returns at the expense of long-term sustainable strategies, facing strong international competition mainly from China, with devastating results. (The irony was that the craftsmen who taught the Chinese the production process, were from Novo Hamburgo. Today, the largest Brazilian community in China is still the one from our city). In the last few years, from almost 80% of the local GDP coming from the footwear and leather industries, today the sector represents a mere 12% in the region. The reasons for this decline are multifold with international competition being only one of the grievances, heavy taxation, bureaucracy, lack of infrastructure, logistics costs, limited access to finance, diminishing attractiveness of the traditional production chains to the younger labor

force, became additional dimensions that had to be addressed along with a culture of resistance to change triggered by bitter memories of a not-so-distant glorious past.

The concept of entrepreneur varies across countries and takes distinct connotations depending on the historical period, the level of economic development and culture among others. As there is no consensus on the precise skills and abilities that make a person an entrepreneur, the term has become more of a self-declaratory statement, you are one if you claim to be so. One common denominator, however, when seeking a definition as to what constitutes an entrepreneur is the presence of risk. An entrepreneur takes risks. These risks can be increased or contained depending on a set of determinants that span from the ability to identify opportunities, plan and implement a strategy, to dealing with constant uncertainty. When the pandemic hit, it put into test the exact nature of entrepreneurship and posed a hard question. How far can you deal with risk? In Brazil, during the last eighteen months, due to the massive unemployment waves, over 14 million of Brazilians who became entrepreneurs will have to reply that question.

This is where, public policies play a crucial role for the containment of risks and the creation of sustainable growth environments. The pandemic, apart from being an enormous challenge, it is also giving the opportunity for the construction of a new relationship between government and the entrepreneurial community based on clear communication, expectations management and technologically supported evidence-based strategies that foster resilience, agility, simplification, inclusiveness and green-oriented solutions, leaving no one behind.

In this process, the level of experience, capacity and agility of the local government as well as the creation of alliances represent major factors for

success. In Novo Hamburgo, even before the pandemic, we have been working for the creation of bridges of trust between the local government and the entrepreneurs, through concrete actions. Today, in partnership with the National Service for the Support of Small and Medium Enterprises we implement the largest economic recovery program of the State of Rio Grande do Sul that includes, online business registration, capacity building, training and education on distinct business segments, orientation on digital strategies, access to credit and support for insertion in new markets. It is during the pandemic that we consolidated our diversification strategy after having created the conditions for receiving investments in the health sector through the construction of three private [hospitals](#) with the possibility of offering over 4 thousand job positions, turning Novo Hamburgo into a health hub in the south of Brazil.

It was also due to the local administration's pre pandemic strategies to transform the city of Novo Hamburgo to an open innovation lab that the Santander Group, decided to centralize its Brazilian remote operations with us, offering over 5 thousand positions in the fintech area as we prepare for our next steps preparing even more opportunities in our Technological Innovation Center.

Brazil is not for beginners, however, if like Frankie, your "vagabond shoes" are also, "longing to stray" I would be happy to receive you in Novo Hamburgo.

Τι είναι επιχειρηματικότητα; Πώς δημιουργείται και πώς διατηρείται;



Δρ. Μανώλης Δαμίγος

[Μέντορας Επιχειρηματικότητας](#) • [LinkedIn](#)

Φυσικοχημικός Βιομηχανικών Διεργασιών, Αξιολογητής Επιχειρήσεων

Λέξεις κλειδιά: επιχειρηματικότητα, συνέχιση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, κίνδυνοι & ευκαιρίες, ποιότητα, επικοινωνία, εμπειρία του πελάτη

Συχνά στην Ελλάδα η επιχειρηματικότητα χάνει την πραγματική της έννοια. Αρκεί κάποιος να επενδύσει λίγα ή και αρκετά χρήματα για να διαχειριστεί μια δραστηριότητα και θεωρείται επιχειρηματίας. Η επιχειρηματικότητα όμως είναι μια πολύπλοκη δραστηριότητα που περιλαμβάνει πολλές αλληλοσυνδεόμενες διεργασίες, και όχι μόνο σχετιζόμενες με τα οικονομικά της επιχείρησης, διεργασίες που πρέπει να εκτελούνται με τουλάχιστον 80% επιτυχία η κάθε μια και να βελτιώνονται άμεσα.

Μια επιχειρηματική δραστηριότητα, μια επιχείρηση, ξεκινά, είτε όταν ο επίδοξος επιχειρηματίας διαπιστώνει μια ανάγκη στην αγορά που η τεχνογνωσία του μπορεί να καλύψει, είτε όταν έχει μια πρωτοπόρα τεχνογνωσία με την οποία μπορεί να αναπτύξει προσδοκίες που δεν έχουν ακόμα εκδηλωθεί στην αγορά και που μπορεί να τις ικανοποιήσει με την επιχειρηματική του δραστηριότητα. Αυτή είναι και η έννοια του Επιχειρηματικού Σχεδίου (που πολλοί στην Ελλάδα ονομάζουν λανθασμένα "επιχειρησιακό"), που είναι όμως κάτι εντελώς διαφορετικό και βραχυπρόθεσμο, ενώ το Επιχειρηματικό είναι μεσο-μακροπρόθεσμο.

Η δημιουργία της επιχείρησης οφείλει να λάβει υπόψη της και μια πρόσθετη παράμετρο: το συμφέρον της εθνικής οικονομίας και το εθνικό

συμφέρον γενικότερα. Για να μπορέσει όμως ο επιχειρηματίας να το λάβει υπόψη του, στον στρατηγικό προγραμματισμό του, θα πρέπει και η κυβέρνηση της χώρας, ο πολιτικός κόσμος γενικότερα (διότι οι κυβερνήσεις αλλάζουν), να έχει την ικανότητα και την θέληση να καταστρώσει μια εθνική παραγωγική στρατηγική, κάτι που οι Έλληνες πολιτικοί έχουν αποδείξει ότι δεν είναι ικανοί να το κάνουν, ακόμα και να κατανοήσουν την σημασία της. Εμφανές παράδειγμα είναι η κρίση στο Αιγαίο. Οι εξ ανατολών γείτονές μας κατέστρωσαν πριν από 40 χρόνια μια πολιτική για την ανάπτυξη της εθνικής τους άμυνας. Άρχισαν να αναπτύσσουν τεχνολογία για επιθετικά όπλα, την κατάλληλη πανεπιστημιακή έρευνα, τούς κατάλληλους μηχανικούς και τα κατάλληλα εργοστάσια. Σήμερα η γειτονική μας χώρα μπορεί να διεξάγει στρατιωτικές επιχειρήσεις με πολύ μικρότερο οικονομικό κόστος, διότι η παραγωγή όπλων προσφέρει, όπως κάθε παραγωγή, ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας, αύξηση της απασχόλησης, αύξηση των εξαγωγών και ενίσχυση χρήσιμων διπλωματικών συμμαχιών με περαιτέρω βελτίωση, όχι μόνο της οικονομίας, αλλά και της γεωπολιτικής ισχύος. Αντίθετα στην Ελλάδα, αγνοήθηκε η αμυντική βιομηχανία, όπως και τα καινοτόμα προϊόντα που αναπτύχθηκαν την δεκαετία του '80, από τις εξαιρετικές προσπάθειες των πολυάριθμων ιδιωτικών βιομηχανιών αμυντικού εξοπλισμού, με συνέπεια η Ελλάδα

σήμερα, να είναι υποχρεωμένη να εισάγει ότι θα μπορούσε να παράγει και να εξάγει. Το ίδιο ισχύει για όλους τούς βιομηχανικούς κλάδους.

Δεν αρκεί όμως να στηθεί μια επιχείρηση, πρέπει να έχει και υψηλές δυνατότητες βιωσιμότητας, για ν' αποσβέσει την αρχική επένδυση, να αποδώσει οικονομικά και να μην δημιουργήσει προβλήματα στους πελάτες της, οι οποίοι βασίζονται στα προϊόντα και/ή τις υπηρεσίες που προμηθεύονται από αυτήν. Η διατήρηση λοιπόν μιας επιχείρησης είναι σημαντική, τόσο για τον ίδιο τον επενδυτή, όσο και για την αγορά.

Η βιωσιμότητα της επιχείρησης εξαρτάται από εσωτερικούς της παράγοντες. Πρέπει, λοιπόν, να εμπνέει εμπιστοσύνη προς τα έξω, προς τούς υφιστάμενους και προς τούς δυνητικούς πελάτες. Είναι σημαντικό οι πελάτες να αισθάνονται ότι η επιχείρηση που τούς προμηθεύει και τούς εξυπηρετεί, θα μπορεί να το κάνει για αρκετά χρόνια αντιμετωπίζοντας τούς πιθανούς κινδύνους ή αποτρέποντας τις συνέπειές τους. Για να αισθάνεται ο πελάτης ασφάλεια για σταθερή παροχή προϊόντων και/ή υπηρεσιών, μια επιχείρηση οφείλει να κατανοήσει και αναλύσει το εξωτερικό περιβάλλον της; να εντοπίσει τούς κινδύνους και τις πιθανές ευκαιρίες και να έχει προετοιμάσει ενέργειες για αντιμετώπιση τών κινδύνων και για αξιοποίηση τών ευκαιριών όταν εμφανιστούν, να έχει, δηλαδή, ένα σύστημα Διαχείρισης για την Συνέχιση τών Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων (Business Continuity Management).

Η σταθερή αξιοπιστία τών προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχει η επιχείρηση, είναι ένας εξίσου σημαντικός παράγοντας διατήρησης της πελατείας. Ο πελάτης χρειάζεται ασφάλεια και σταθερότητα, συνεπώς σταθερή ποιότητα στις υπηρεσίες και στα προϊόντα που προμηθεύεται, ώστε να μπορεί να διασφαλίσει και την ποιότητα τών δικών του προϊόντων.

Η καινοτομία είναι άλλος ένας παράγοντας για την



επιβίωση μιας επιχείρησης και την διατήρηση της επιχειρηματικότητας. Καινοτομία τόσο στο προϊόν, όσο και στις διεργασίες λειτουργίας της επιχείρησης, στον τρόπο διοίκησής της. Η Καινοτομία στο προϊόν θα ικανοποιήσει προσδοκίες της αγοράς που δεν έχουν ακόμα εκδηλωθεί και συνεπώς θα προσελκύσουν πελατεία. Η καινοτομία στον τρόπο διοίκησης θα βελτιστοποιήσει την ικανοποίηση τών εργαζομένων και συνεπώς την συνεργατικότητα, την ελευθερία προώθησης και αξιολόγησης νέων ιδεών (που θα επιφέρουν καινοτομία στο προϊόν, αλλά και στην διεργασία παραγωγής τους). Η επικοινωνία, εσωτερική (με τούς συναδέλφους) και εξωτερική (με τούς πελάτες, τούς προμηθευτές και εξωτερικούς συνεργάτες), είναι μια λεπτή υπόθεση, διότι η ενημέρωση πρέπει να είναι πλήρης, διαφανής, αλλά σωστά δοσμένη στα ενδιαφερόμενα μέρη, ώστε να διασφαλίζει αριστοποιημένες και αποδοτικές συνεργασίες που να ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης.

Η εσωτερική επικοινωνία γίνεται από την κορυφή

προς τα κάτω και από την βάση προς τα πάνω. Στην Ελλάδα έχει επικρατήσει ο όρος "από πάνω προς τα κάτω και από κάτω προς τα πάνω", που είναι λανθασμένος διότι ενέχει κινδύνους. Κατ' αρχήν πρέπει να ορίζεται σαφώς ποίο είναι το πάνω και ποίο το κάτω. Το "πάνω" είναι η ανώτατη Διοίκηση της επιχείρησης και πρέπει να διαχέει πληροφορίες με διαφάνεια και ειλικρίνεια, αλλά και μέχρι το ανάλογο επίπεδο λήψης αποφάσεων. Πληροφορίες στρατηγικής σημασίας ή τακτικής δεν μπορούν να διαχέονται σε όλους, διότι η πιθανότητα διαρροής γίνεται ανεξέλεγκτη. Το "κάτω" είναι η βάση, το κατώτερο τμήμα της ιεραρχίας, το οποίο μπορεί συχνά να έχει υποδείξεις για βελτίωση της παραγωγικής διεργασίας που εκτελεί ή να έχει κάποιο αίτημα. Είναι καλό οι υποδείξεις για βελτίωση ή τα αιτήματα να διευθετούνται κατά το δυνατόν από τους άμεσους προϊστάμενους, ώστε η Διοίκηση να ασχολείται με θέματα στρατηγικής και τακτικής χωρίς να αποσπάται η προσοχή της σε θέματα που μπορούν να λυθούν από πιο άμεσους με το θέμα συναδέλφους. Εάν η υπόδειξη βελτίωσης ή το αίτημα τού εργαζόμενου, δεν λαμβάνει επαρκώς τεκμηριωμένη απάντηση, τότε, μοιραία, θα φτάσει μέχρι το ανώτατο επίπεδο Διοίκησης. Η ειλικρινής, έγκαιρη και αμφίδρομη εσωτερική επικοινωνία για αμοιβαία κατανόηση, είναι ένας παράγοντας ικανοποιημένων και, συνεπώς, αποδοτικών εργαζόμενων. Αρνητικό παράδειγμα αποτελεί η πρόσφατη διένεξη στην εταιρεία e-food, όπου η ανέμπειρη, σίγουρα, Διοίκηση, νόμισε ότι με την αλλαγή τού εργασιακού νόμου μπορεί να εκμεταλλευτεί τούς διανομείς και να τούς επιβάλλει ανασφαλείς θέσεις εργασίας. Η e-food λόγω της αντίδρασης των υπαλλήλων της, αλλά και πελατών της, αναγκάστηκε να δώσει πολλές παροχές για να καταλαγιάσει ο θυμός, με κίνδυνο να φτάσει σε δύσκολη οικονομική κατάσταση, διότι οι παροχές αυτές δεν έχουν συνυπολογιστεί στον στρατηγικό προγραμματισμό της ως έξοδα,

συνεπώς οφείλει, επειγόντως, να βρει λύσεις για εξισορρόπηση τού προϋπολογισμού της.

Η εξωτερική επικοινωνία με τούς πελάτες επιτρέπει την άμεση πληροφόρησή τους για αιτήματά τους ή άλλα θέματα που τούς αφορούν, δημιουργώντας περιβάλλον άμεσης απόκρισης, καλής συνεργασίας και εμπιστοσύνης. Η επικοινωνία με προμηθευτές και άλλους εξωτερικούς συνεργάτες επιτρέπει την κατανόηση των αναγκών της επιχείρησης και την δημιουργία συνεργατικότητας, ώστε ο προμηθευτής και ο εξωτερικός συνεργάτης να λειτουργούν και ως σύμβουλοι.

Ως συμπέρασμα, η επιχειρηματικότητα απαιτεί συνεχείς ενέργειες για την διασφάλιση υψηλής ποιότητας, την προαγωγή καινοτόμων προϊόντων και μεθόδων διοίκησης, την διαφάνεια στην επικοινωνία από την κορυφή προς τα κάτω και από την βάση προς τα πάνω, την διαφάνεια και την άμεση απόκριση στην επικοινωνία με πελάτες και εξωτερικούς συνεργάτες, αντικειμενικότητα, αξιοκρατία (ώστε οι αποτελεσματικότεροι να συμμετέχουν στις αποφάσεις), αμεροληψία και εναρμόνιση με τις εθνικές ανάγκες και φυσικά εντοπισμό των κινδύνων και των ευκαιριών ώστε να προβλέπονται δράσεις συνέχισης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε περιπτώσεις κρίσεων. Η ορθή επιχειρηματικότητα είναι και ο καλύτερος τρόπος διπλωματίας, διότι δημιουργεί σεβασμό τόσο προς τούς δυνητικούς συμμάχους, που θέλουν συνεργασία με τούς ισχυρότερους, όσο και προς τούς αντιπάλους, που καταλαβαίνουν ότι η επιθετικότητά τους δεν είναι εύκολο να έχει το προσδοκώμενο από αυτούς αποτέλεσμα.

Photo by [Diego PH](#) on [Unsplash](#)

Όταν η ανάγκη της αγοράς γίνεται επιχειρηματική ιδέα



Κωνσταντίνος Δ. Χαλμούκης

[LinkedIn](#)

Πολιτικός μηχανικός, Ιδρυτής HellenicPROM-FileBank

Λέξεις κλειδιά: Επιχειρηματική ιδέα, Λύτης προβλημάτων, Καινοτομία, Αγορά Ακινήτων, Περιουσιολόγιο

Η παρατήρηση και ο εντοπισμός των αναγκών της αγοράς δύναται να αποτελέσει το εφαλτήριο μιας επιτυχούς επιχειρηματικής ιδέας, λύτης προβλημάτων.

Στο πλαίσιο αυτό, η συχνή ενασχόληση του ανθρώπου με θέματα ιδιοκτησίας ακινήτων, ανέδειξε εκείνες τις ανάγκες που οδήγησαν στη δημιουργία της [HellenicPROM-FileBank](#) σε μία προσπάθειά της να οργανώσει, διευκολύνει και να προστατέψει το πολύτιμο αγαθό της ιδιοκτησίας.

Οι σύγχρονες ανάγκες της κοινωνίας για έξυπνη διαχείριση του χρόνου αλλά και για εξοικονόμηση χρήματος μας έδειξαν τον δρόμο μιας ολιστικής αντιμετώπισης των θεμάτων της ιδιοκτησίας.

Η HellenicPROM-FileBank, από τις 10/10/2014, δομημένη με τη φιλοσοφία του «One Stop Shop Services», είναι ικανή να προσφέρει υπηρεσίες που ικανοποιούν σφαιρικά το φάσμα των αναγκών των ακινήτων. Στον άξονα αυτό λειτουργούν οι υπηρεσίες μας «FileBank», «Property Check» και «Property Care», με στόχο πάντα την ετοιμότητα του ακινήτου με τον



πιο αξιόπιστο, μεθοδικό, αποτελεσματικό και οικονομικό τρόπο για τον πολίτη.

Το καινοτόμο project «FileBank» αποτελεί τη σύγχρονη πρόταση-απάντηση της HellenicPROM στο πραγματικό πρόβλημα της αγοράς ακινήτων, το χαρτοβασίλειο, ως αποτέλεσμα της πολύπλοκης γραφειοκρατίας όλων των δημόσιων υπηρεσιών που απαιτείται προκειμένου να διεκπεραιωθούν πράξεις σχετικές με θέματα ακινήτων: συμβολαιογραφικές, πολεοδομικές, νομικές, φορολογικές, χρηματοοικονομικές, ακόμη και διαχειριστικές.



www.hellenicprom.gr

Η FileBank αποτελεί τη μοναδική ηλεκτρονική εφαρμογή οργάνωσης Περιουσιολογίου και αφορά όλους τους κατόχους ακίνητης περιουσίας στην Ελλάδα, κάτοικους εντός και εκτός αυτής. Είναι σχεδιασμένη να λειτουργεί αυτόνομα στην υπηρεσία του ιδιοκτήτη, καθώς και υποστηρικτικά της HellenicPROM.

Καλύπτει έναν ευρύ κύκλο εργασιών όπως:

Ψηφιοποίηση τίτλων, σχεδίων, εγγράφων και λοιπών στοιχείων της κάθε ιδιοκτησίας.

Ηλεκτρονική αρχειοθέτηση όλων των στοιχείων στη βάση δεδομένων FileBank με ταυτόχρονη επεξεργασία αυτών, προς παραγωγή συσχετισμών-διασταυρώσεων μεταξύ Τίτλων, Πολεοδομικών στοιχείων, Ε9, στοιχείων Κτηματολογίου και ΟΤΑ.

Προετοιμασία της Ηλεκτρονικής Ταυτότητας οριζοντίων ιδιοκτησιών ή κτιρίων.

Εξαγωγή εκτεταμένων «Εκθέσεων FileBank» με πρόταση Ε9, φύλλα ελέγχων των άνω συσχετισμένων στοιχείων και σχόλια-επισημάνσεις αδυναμιών, αστοχιών και ελλείψεων του φακέλου της κάθε ιδιοκτησίας. Τη θεραπεία και αποκατάσταση αυτών δύναται να αναλάβει ο κύκλος συνεργατών της HellenicPROM, κατόπιν επιθυμίας του πελάτη.

τύπου αδειοδοτήσεων για την εκμετάλλευση των ακινήτων και στην αποκατάσταση της νομιμότητας αυτών, όπου είναι αναγκαίο, αναλαμβάνουν έγκυρα τη δημιουργία φακέλου αγοραπωλησίας για τους Συμβολαιογράφους, καθώς επίσης κάθε τεχνικό έργο που απαιτείται τόσο για την ανοικοδόμηση-εκμετάλλευση, όσο για τη συντήρηση αυτών.

Η επιτυχία της επιχειρηματικής ιδέας μας εξαρτάται από τον βαθμό ικανοποίησης του πελάτη μας. Για τον σκοπό αυτόν, εργαζόμαστε, με αφοσίωση και με απόλυτο σεβασμό στην Προστασία των Προσωπικών Δεδομένων και σύμφωνα με τον σχετικό Γενικό Κανονισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στην κατεύθυνση της **σύγχρονης οργάνωσης των Περιουσιολογίων και της περαιτέρω διευκόλυνσης στην αντιμετώπιση του συνόλου των αναγκών που προκύπτουν αφενός μεν από την ιδιοκτησία ακινήτων, αφετέρου δε από τη διάθεση αξιοποίησης ή απόκτησης αυτών.**

 Συμπερασματικά, το πολυεργαλείο FileBank δεν αποτελεί μόνο τη λύση στο χαρτοβασίλειο των εγγράφων με την οργάνωση, την ασφαλή αποθήκευσή τους και την ευκολία στην πρόσβαση αυτών, αλλά εξασφαλίζει στον ιδιοκτήτη των ακινήτων τη σιγουριά για την πληρότητα του Περιουσιολογίου του και την ετοιμότητά του για την αξιοποίηση αυτού.

Πάντα στον άξονα της ολιστικής προσέγγισης και με τον άρτιο συντονισμό και την υποστήριξη έμπειρων συνεργατών μηχανικών, συμβολαιογράφων, νομικών, φοροτεχνικών και εκτιμητών, οι υπηρεσίες «Property Check» και «Property Care» απευθύνονται σε υφιστάμενες ιδιοκτησίες, κληρονομούμενα ακίνητα, ακίνητα προς αξιοποίηση και ακίνητα προς πώληση ή αγορά. Αφού πρώτα προβούν στην έκδοση κάθε

Youthmakers Hub:

From volunteerism to entrepreneurship



Marilena Marangou

[LinkedIn](#)

Co-founder [Youthmakers Hub](#)

Aggelos Chamakiotis

[LinkedIn](#)

Project Manager [Youthmakers Hub](#)



Λέξεις κλειδιά: Youth, 21st-century skills, education, personal growth, empowering individuals, robust collaborations, effective entrepreneurship

W

hat is *Youthmakers Hub* all about?

Youthmakers Hub is the Hub, which shapes and is shaped by youth. This would not be a reality if we hadn't embraced the entrepreneurial spirit, which we are now actively trying to pass on to the Greek Youth. The organization essentially came as a result of a transition from volunteering to business. This may have seemed frightening or tough at times with ups and downs, yet we feel nothing but gratitude as such a path has been full of great people, ideas and constant innovations.

Youthmakers Hub is a Civil Society Organization (CSO) with the vision to make young people be the change they want to see in the world and the mission to empower and equip them with the necessary tools and skills for the future. The organization offers a variety of services to Higher Education Institutions, CSOs & individuals with the main aims: to provide education & mobility opportunities to the Youth & support them to become change agents of tomorrow; to empower Youth with the 21st-century skills & prepare them for the future, educating them on entrepreneurship, soft skills & the digital revolution; to promote & use non-formal education as a methodology to alternative learning; to create the active citizens of tomorrow and democratize participation for the common



good of our European society. The activities of the organization lie on three pillars: Africa, Education & Culture.

Our journey until today

Many times they keep asking the exact same question "How did you start *Youthmakers Hub*?". As a Ugandan colleague says "The only way to start is to start". Why keep postponing a new start? At times there is a lack of courage and confidence, and people care too much about what other people will say, instead of embracing a new initiative. They feel afraid in front of the upcoming challenges, obstacles, and the unknown. The truth is that you do not know if you will succeed if you do not take the

not know if you will succeed if you do not take the risk and try.

So let's get it started! It was around the end of 2018 when we realized that *Youthmakers Hub* was the risk to take, the new boat to sail. Until that moment, we have been working on several projects either on a professional or a voluntary basis. During our stay in Africa back in 2018, while implementing the project [WE AfriHug](#), we realized that we needed to follow our passion, focus on that and the only way was to build something on our own. The single way to sustain ourselves financially and to take advantage of our momentum was to create something on our own. So we did. By the end of January 2019, we established our organization, *Youthmakers Hub*. A Hub created by youth, empowering individuals and communities at a global scale inspired by our initiative, WE AfriHug, which has strengthened the capacity of thousands of African Youth in 10 African countries.

The *Youthmakers Hub* team

Youthmakers Hub is all about young people giving back to the Youth. And one thing can be said for sure: throughout this short, yet intense trip, there's nothing that we are prouder of than our team. Our team consists of 10 members, from Greece and abroad, with an average of 25 years old.

Joining *Youthmakers Hub* is not about who has the most competitive CV! It's all about connection, collaboration, and willingness to become better. In other words, striving to "be the change you want to see in the world" as we often say in the office. Before implementing any project and empowering individuals, we take into consideration our personal growth. We are looking for ways to keep our team -and ourselves - motivated, educated, and productive. We believe safeguarding the workplace should be a top priority for any entrepreneur, as the relationships among the team members will always leave marks, both positive and negative upon a final product or service. We pay special atten-

tion to the collaboration within the team and with external partners, building bridges among people and continents [this is what stays in the end]!

By now most of us know how beneficial sustainability can be whether it comes to the environment, for example, or the economy. But have you ever tried being sustainable with your partnerships as well? Why fix something that's not broken? Reevaluate all the partnerships you had in the past, choose what has worked for you, and do it again. When it comes to teams and synergies, you don't have to be or think the same with your partner. Creating a common communication code, sharing a mindset regarding ethics and efficiency, and getting clear what each of the team players' roles is, and you are on the right path towards your goals. This has helped us a lot to express our gratitude and build robust collaborations, which become more efficient every time.

Promoting the entrepreneurial mindset

Seeing how effective entrepreneurship can be as a means to realize our dreams, we devote a substantial part of our endeavors to endorsing the business mindset, and especially to the Youth, as they are the future. Unfortunately, when in school, it is really rare to listen to educators promoting entrepreneurship, risks, and even different forms and lifestyles for working. The youth doesn't get a chance to hear different stories or someone saying: "Hey, it's possible. If I did it, you can also choose this path." We detect a strong need to let the young ones know that they have a choice to create something from scratch and build on their ideas and dreams.

That's the reason why most of the trainings we provide aspire to either facilitate one's dreams of entering the business or follow a more unconventional path if that's what suits them best. From customer service and project management to digital and communication skills, our goal is to equip young people with the toolkit necessary to navi-

gate in the 21st century. Sometimes we focus so much on hard skills or theoretical knowledge that we tend to forget that people need to practice what they have to do. For example, recently we facilitated a 48h Hackathon concerning Sustainable Development Goals and sustainability. The teams that participated had to practically get involved in the finding of the solution. They estimated the budget, researched their project, wrote down an action plan, and found their customers/beneficiaries.

Mainly utilizing European grants we organize several trainings, based on non-formal education techniques. We strongly believe that interactive activities and fun additions are the key to success, especially now, when training has become digital, and people suffer from “Zoom” fatigue.

Lessons Learnt

If we had to give any advice to future entrepreneurs, the first would be to excessively study! One should become aware of the market’s needs and gaps and decide which is the position they want within it. As the objectives of the business progressively become clearer and the idea begins to take form, this is when you need to start doubting yourself as well. And from this point forward, you should never stop, as this is the only way you can ensure quality and continuous development.

Actively searching for new things to learn can only propel your enterprise forward. The point, however, is not to try to be the best at everything! On the contrary, business owners need to form a strong team of talented people with a variety of skills when it comes to the fields of expertise. The next step is of course to keep investing in this team. The more you give to your team, the more is going to give back to you. That’s why it is of utmost importance for the entrepreneur to establish strong connections between the team members.

From a more practical point of view, many of us would do ourselves a great favor if we just em-

braced technology. From manager to trainer, whatever your profession, you can always make it more effective or appealing, using contemporary digital tools. Thankfully, if we absolutely had to choose one good thing that came as a result of the pandemic, it is that people have started to realize how helpful technology has become. Still, there is a long way from a digitally educated world.

Γυναικεία επιχειρηματικότητα και καινοτομία

στην εποχή της κλιματικής κρίσης



Αναστασία Ρωμανού

Μέντορας • [LinkedIn](#)

Ερευνήτρια στο Ινστιτούτο Goddard της NASA στη Νέα Υόρκη και συμβεβλημένη καθηγήτρια στο Παν. Κολούμπια

Λέξεις κλειδιά: κοινωνική καινοτομία, ρόλος της γυναίκας, βιώσιμα καταναλωτικά πρότυπα, κλιματική αλλαγή

Η μαζική είσοδος των γυναικών στο εργατικό δυναμικό των οικονομιών του δυτικού κόσμου ξεκίνησε στα τέλη του 19^{ου} αιώνα ως αποτέλεσμα της ανάγκης περισσότερων εργατικών χεριών στην διαδικασία της εκβιομηχάνισης και της αλματώδους ανάπτυξης που ακολούθησε. Και ενώ αυτό είχε ως αποτέλεσμα σε βάθος χρόνου την αναβάθμιση του ρόλου των γυναικών στην κοινωνία και την ολοένα ευκολότερη πρόσβαση για εκείνες στην εκπαίδευση και την υγεία, η επαγγελματική τους ανέλιξη άργησε (και αργεί ακόμα) να συντελεστεί πλήρως και ισότιμα με εκείνη των συναδέλφων τους του άλλου φύλου.

Ταυτόχρονα, όμως, η βιομηχανική επανάσταση επέβαλε και την εκθετική χρήση ορυκτών καυσίμων και οδήγησε στην αύξηση του βιοτικού επιπέδου, την διόγκωση των οικονομιών και στην εκθετική αύξηση της παραγωγικότητας και της κατανάλωσης που καταβροχθίζουν ολοένα και περισσότερους πολύτιμους φυσικούς πόρους και υποβαθμίζουν το περιβάλλον. Στα τέλη του 19^{ου} αιώνα ξεκίνησε και η μεγαλύτερη περιβαλλοντική καταστροφή που αντιμετωπίζει η ανθρωπότητα σήμερα: η κλιματική κρίση.

Η αντιμετώπιση της κλιματικής κρίσης επιβάλλει την ταχύτατη ανάληψη ευθυνών σε πολιτικό επίπεδο με διακρατικές συμφωνίες ισχύος ώστε να περάσουμε σε ένα νέο μετα-βιομηχανικό και μετα-ανθρακικό στάδιο ανάπτυξης. Ανάπτυξης βιώσιμης, ισοβαρούς και κοινωνικά δίκαιης τόσο της παγκόσμιας οικονομίας όσο και του ενεργειακού και καταναλωτικού μοντέλου των σύγχρονων κοινωνιών. Και πάλι ο ρόλος της γυναίκας εδώ μπορεί και πρέπει να είναι καθοριστικός.

Σήμερα, με την μεγαλύτερη από ποτέ εκπροσώπηση και συμμετοχή των γυναικών στις ανώτερες βαθμίδες της τεχνολογίας, της βιομηχανίας, του εμπορίου και της επιχειρηματικότητας, είναι μια μεγάλη ευκαιρία να επεκταθεί η κοινωνική ποικιλομορφία και η συμπεριληπτικότητα στους χώρους εργασίας και παραγωγής, η επέκτασή τους και η αναδιαμόρφωσή τους προς περισσότερο συμμετοχικούς και κοινωνικά ευαίσθητους άξονες.

Κάτι τέτοιο γίνεται ιδιαίτερα αναγκαίο, καθώς είναι πλέον σαφές ότι οι κοινωνίες του αναπτυσσόμενου κόσμου, κοινωνίες στις οποίες η θέση των γυναικών, οι ελευθερίες τους, η

εκπαίδευσή τους και η συμμετοχή τους στα κοινά δεν είναι δεδομένη, θα πρέπει να επιταχύνουν τους ρυθμούς σύγκλισης με τον υπόλοιπο κόσμο. Αυτό όχι μόνο στην βάση των τεχνολογικών και ενεργειακών λύσεων που θα αποτρέψουν την κλιματική κρίση αλλά και στην βάση της συμπερίληψης των γυναικών στους τομείς ανάπτυξης και εκσυγχρονισμού και στην βάση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και της κοινωνικής δικαιοσύνης.

Η πρόκληση αυτή είναι απόρροια αφενός των στρεβλώσεων της παγκοσμιοποίησης του 20^{ου} αιώνα, που οδήγησαν στην ανισοβαρή ανάπτυξη και την άνιση συσσώρευση πόρων και αγαθών σε κάποιους πολιτικούς, οικονομικούς και γεωγραφικούς χώρους και αφετέρου της συνειδητοποίησης ότι οι λύσεις αντιμετώπισης της κλιματικής κρίσης μπορούν μόνο να προέλθουν από τοπικές, συλλογικές και συμμετοχικές διαδικασίες και από αποφάσεις που θα συνδιαμορφώσουν τις πολιτικές και κοινωνικές συνθήκες σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ο ρόλος εδώ της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι κομβικής σημασίας. Ολοένα και περισσότερες [μελέτες](#) αλλά και η καθημερινή εμπειρία δείχνουν ότι η συμμετοχή περισσότερων γυναικών στο πλαίσιο της τεχνολογικής καινοτομίας υπόσχεται και εγγυάται μεγαλύτερη παραγωγικότητα και καλύτερα αποτελέσματα.

Μέσα από την συστηματική έρευνα αποδεικνύεται ότι γυναίκες σε θέσεις ισχύος στα κέντρα λήψης αποφάσεων τείνουν να παίρνουν περισσότερο δίκαιες αποφάσεις, με μεγαλύτερη ενσυναίσθηση και συνεπώς δίνουν περισσότερο αποτελεσματικές λύσεις. Ως εκ τούτου, είναι αναγκαίο να εισέλθουν περισσότερες γυναίκες στα τεχνολογικά/επιστημονικά πεδία που οδηγούν σε καριέρες στον χώρο της αντιμετώπισης της κλιματικής αλλαγής και της ενημέρωσης/εκπαίδευσης σε συναφή θέματα. Είναι, επίσης, αναγκαίο να συμμετέχουν περισσότερες γυναίκες στα

διοικητικά συμβούλια μεγάλων εταιριών, σε κρατικά ιδρύματα και στα κέντρα λήψης αποφάσεων γενικότερα για την εξεύρεση λύσεων μακριά από πατριαρχικά πρότυπα και στερεότυπα, λύσεων, συνεπώς, που θα διακρίνονται από μεγαλύτερη κοινωνική ευαισθησία και δικαιοσύνη.

Είναι χαρακτηριστικό ότι τομείς που αφορούν κατά μεγάλο μέρος στις γυναίκες, όπως λόγου χάριν η ένδυση και υπόδηση αλλά και η διατροφή, είναι οι τομείς στους οποίους παραδοσιακά οι γυναίκες έχουν και την μεγαλύτερη παρουσία στα ανώτερα κλιμάκια των διοικητικών τους οργάνων. Είναι όμως και τομείς με μεγάλο αποτύπωμα άνθρακα και επιπτώσεις στην φύση, τομείς με σημαντική επιβάρυνση των υδάτινων πόρων αλλά και με σημαντικές εκλύσεις αερίων του θερμοκηπίου όπως το διοξείδιο το άνθρακα, το μεθάνιο και τα οξείδια του αζώτου. Πρόκειται, επίσης, για τομείς που επιβαρύνουν ιδιαίτερα το φυσικό περιβάλλον με μόλυνση από τοξικές ουσίες και βαρέα μέταλλα. Οι γυναίκες μπορούν, λοιπόν, εδώ να έχουν ουσιαστική συμβολή με την συνειδητή και μαζική στροφή προς βιώσιμα καταναλωτικά πρότυπα και υλικά και τον επαναπροσανατολισμό των τομέων αυτών προς περισσότερο φιλικές λύσεις για τον πλανήτη.

Κάτι τέτοιο όμως μπορεί να επιτευχθεί μόνο αν επιταχύνουμε τους ρυθμούς ενημέρωσης και εκπαίδευσης του πληθυσμού σε θέματα κλιματικής αλλαγής και οικολογικής ισορροπίας, τεχνολογίας και οικονομικής θεωρίας της κατανάλωσης. Κρίσιμος είναι και ο ρόλος της εκπαίδευσης σε θέματα οικογενειακού προγραμματισμού, σε συνδυασμό με την διασφάλιση της σεξουαλικής και αναπαραγωγικής υγείας, ώστε να συγκρατηθούν οι ρυθμοί αύξησης του πληθυσμού της γης στα επίπεδα εκείνα που θα περιορίσουν ευκολότερα την υπέρμετρη

κατανάλωση πόρων και αγαθών. Είναι γεγονός ότι, έτσι, μεγάλες γυναικείες ομάδες με επισφαλείς συνθήκες διαβίωσης, όπως γυναίκες σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες της υποσαχάριας Αφρικής και της νοτιο-ανατολικής Ασίας μπορούν να παίξουν καθοριστικό ρόλο στην μετάβαση στην μετα-λιγνιτική εποχή και τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Αντίστοιχα και οι γυναίκες της υπαίθρου, οι απασχολούμενες στον αγροδιατροφικό τομέα, οι οποίες πλήττονται ιδιαίτερα από τη [κλιματική αλλαγή](#), μπορούν να βρεθούν στην πρώτη γραμμή αντιμετώπισης της κλιματικής κρίσης στις κοινωνίες τους αλλά και να συμβάλλουν στην επιτάχυνση της ανόδου του βιοτικού τους επιπέδου. Για τον λόγο αυτό, χρειαζόμαστε περισσότερες λύσεις κοινωνικής καινοτομίας με στόχο τις γυναίκες, τόσο στις αναπτυγμένες όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες.

Ο νέος αυτός κομβικός ρόλος της γυναίκας σήμερα στους χώρους εργασίας, κοινωνικής αλληλεπίδρασης και στην οικογένεια εγγυάται την δίκαιη και απρόσκοπτη μετάβαση στο κοινωνικό-οικονομικό μοντέλο διαχείρισης των πλουτοπαραγωγικών πηγών του πλανήτη με σεβασμό στην φύση. Λόγοι κοινωνικοί —και λιγότερο γραφειοκρατικοί— όμως δημιουργούν πολλές φορές περισσότερα εμπόδια, που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι γυναίκες, σχετικά με την αδειοδότηση ή την δανειοδότηση και γενικότερα την υποστήριξη της επιχειρηματικότητάς τους. Δεν είναι προς το συμφέρον της κοινωνίας οι μεγάλες και ζωτικής σημασίας γυναικείες δυνάμεις να μένουν στην αφάνεια και να μην υποστηρίζονται.

Ενώ η αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής μπορεί να γίνει μόνο σε διακυβερνητικό και παγκόσμιο επίπεδο, η προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή μπορεί να γίνει άμεσα και γρήγορα πρώτα

σε τοπικό επίπεδο. Στην κλίμακα αυτή ο ρόλος των γυναικών και της γυναικείας επιχειρηματικότητας αποδεικνύεται κομβικής σημασίας για την εξεύρεση λύσεων αλλά και την εφαρμογή τους. Αν θέλουμε να εξασφαλίσουμε την βιώσιμη και κοινωνικά δίκαιη λύση της κλιματικής αλλαγής θα πρέπει να εξασφαλίσουμε την ισότιμη συμμετοχή των γυναικών στην λήψη αποφάσεων και την διαχείριση των κρίσεων.

Κοινωνική καινοτομία —και όχι μόνο τεχνολογική καινοτομία— είναι αναγκαία για την ριζική αντιμετώπιση της κλιματικής κρίσης και των επιπτώσεών της. Δηλαδή, νέοι θεσμοί, νέες πρακτικές και μέθοδοι χρήσης των νέων τεχνολογιών. Η κοινωνική καινοτομία περιλαμβάνει συνεργατικά σχήματα στον αγροδιατροφικό τομέα, την παραγωγή ενέργειας, τις μεταφορές, την κατοικία, την διαχείριση των απορριμμάτων και την κυκλική οικονομία. Τομείς στους οποίους η γυναικεία επιχειρηματικότητα, ευρηματικότητα και καινοτομία παραδοσιακά ανθούν και υπερτερούν.

Βήμα Φοιτητών & Ερευνητών

The critical contribution of entrepreneurship to financial prosperity and the role of the entrepreneur

Photo by John Schnobrich on Unsplash



Athanasia (Nansy) Karali

[LinkedIn](#)

Adjunct Lecturer at Department of Economics, University of Piraeus



Nicholas Belesis

[LinkedIn](#)

Adjunct Lecturer at Department of Business Administration, University of Piraeus



Maria Oikonomou

[LinkedIn](#)

PhD Candidate at Department of Business Administration, University of Piraeus

Λέξεις κλειδιά: culture of entrepreneurship, entrepreneur, value creation, prosperity, economic growth

The rapid globalization of markets, the increasing technological complexity, and the variability of the environment are the key features of our time and call on businesses to adapt to the ever-changing environment to ensure their survival. The flourishing of corporate entrepreneurship is the pillar of survival and economic growth in the face of the rapid globalization of markets and the stormy technological and environmental developments. Entrepreneurship is considered to contribute to prosperity, to economic growth and development, in the creation of new enterprises, in the development of innovation in existing enterprises, in the formation or development of national identity, in competitiveness and growth and the creation of new businesses and jobs.

Entrepreneurship is considered as completely connected with the role of the entrepreneur. The cul-

ture of entrepreneurship is not only about the development of businesses but also the development of individuals, and that is why today it is the most important factor that is considered necessary to be cultivated by states, societies, and companies.

Entrepreneurship Definitions

Entrepreneur is the person who engages in business crisis in conditions of uncertainty and tries to take advantage of the price difference between buying and selling goods with uncertainty (Richard Cantillon, French economist).

Entrepreneurship is a factor of imbalance because it renews and overturns the conditions of production, organization, and operational activity in order to find innovations, new production technologies and ways of selling existing or new products in existing or new markets. (Joseph Shumpeter, Austrian economist) who combined the ideas of Marx, Weber, and Walras and others). This approach has shaped, to a large extent, the modern conception

of entrepreneurship, which includes the idea that wealth is created when innovative actions lead to new demand from the market. In this sense, the role of entrepreneurship is to strategically and regularly combine material financial and human resources in an innovative way so they can create value for end customers and financial benefit for the business.

The prevailing views of entrepreneurship include the creation of new products and/or the development of innovative processes, entry into new markets, economic expansion, and creating new business activities. However, beyond its individual manifestations, entrepreneurship is perceived as a single phenomenon that develops and evolves at the point of contact of individuals with the wider systems, where personal initiatives and actions affect the activities performed and the results.

Shane & Venkataraman state that entrepreneurship is a response to the opportunities presented and is related to opportunity search techniques, the methodology used to identify, evaluate and exploit opportunities to create new products and services, as well as and with the people who undertake to manage them. In addition to the above, the existing literature places particular emphasis on the dimension of the results that can result from the exploitation of business opportunities. Other conceptual approaches to entrepreneurship include considering it as an effort of individuals or groups, which can upset the balance in business. Lamprianidis states that entrepreneurship, in addition to the development of existing companies, also concerns the undertaking of new ventures through the regulation and coordination of production factors and the network of contacts with other business and economic actors. In any case, entrepreneurship depends on the ability and willingness of those involved to understand and create new financial opportunities (e.g. products, production methods, and organizational plans) and to imple-

ment their ideas to deal with uncertainty and existing obstacles.

Entrepreneurship is a process of value creation, which through the accumulation of resources, aims to seize an opportunity. He argues that entrepreneurship is the method by which individuals and groups create value by accumulating different inputs of resources to take advantage of opportunities that exist in their environment. Entrepreneurship can appear in any organizational context and lead to various results, such as new business endeavors, goods, technologies, markets, and processes. According to Baron & Shane, entrepreneurship is a field that seeks to understand how opportunities are created to develop new products or services, which are discovered by specific individuals with the ultimate goal of exploiting them. Particular emphasis was placed on environmental opportunities by Butler, who defined entrepreneurship as a process of generating added value through the combined application of resources, to exploit an opportunity. In this process, the dominant element is the production of increasing wealth, which is guided by individuals (entrepreneurs) willing to take some form of risk. Timmons defines entrepreneurship as the process of building and creating a vision from scratch, by developing a strategy based on the entrepreneur's willingness and ability to take risks, create a management team and organize the necessary resources.

However, the concept of entrepreneurship can refer to the search and exploitation of opportunities without emphasizing the existing resources and capabilities of the organization. By taking into account or ignoring the constraints on available resources, organizations are called upon to put their ideas into practice, considering, detecting and cultivating a new venture and limiting uncertainty. As a practice, entrepreneurship is based on knowledge and is a way of behaving in which changes in the

economy and society are perceived as normal. Individuals or collectives take advantage of new opportunities in a state of uncertainty by introducing their ideas to the market and making various decisions (e.g. about the location and use of the product). Overall, business is affected by the socio-economic environment and subsequently, it affects economic growth and human well-being.

Entrepreneurship and the role of the entrepreneur

The main object of study of many researchers in the international literature was the role of the entrepreneur and his importance for the phenomenon of entrepreneurship. Cantillon was the first to highlight the contribution of the entrepreneur to economic growth, presenting him as a person who operates in a state of instability and uncertainty in order to engage in profitable transactions. Entrepreneurs are considered as inventive and imaginative individuals who receive constant information and identify beneficial opportunities. The main difference in the aforementioned approaches lies in the view of the entrepreneur as a person who "perceives" (Kirzner) or "imagines" (Shackle) the opportunities to be exploited.

In terms of the skills and characteristics of entrepreneurs, their existing literature attributes the intention to take risks, to find and exploit opportunities in the business environment, the possibility of transforming opportunities into uncertain outcome projects and critical decision-making on rare resource management decisions that require judgment and benefits from the profit as compensation for the uncertainty and the risk that is shouldered. Innovation, creativity, desire for recognition, independence, success and self-realization, experience and autonomy, are the driving forces of those who "operate", to create value in the form of products/services or business units and aim to make a profit by taking advantage of environmental opportunities

Leadership ability, adaptability and confidence are additional skills attributed to entrepreneurs, The entrepreneur as the protagonist in achieving growth and economic change, who by selling the product on the market, pays the factors of production and makes a profit. In the same vein, Marshall presented the entrepreneur as a change agent and organizer of financial resources and production. Earlier, in his work "Wealth of Nations," Adam Smith argued that the entrepreneur creates an organization for commercial purposes and must be protected from competition. In contrast to the aforementioned economic considerations, the dimension of innovation, as a characteristic of the entrepreneur, was introduced later.

Conclusions

The role of the entrepreneur seems to have a positive effect on the development of entrepreneurship in the current conditions of business environment. Particular importance is attached to the role that the entrepreneur can play in cultivating entrepreneurship both in the internal and external environment of their business.

Overall, despite the rich and potentially conflicting existing literature on the concept of entrepreneur, several scientific findings establish the success of the entrepreneur in the circumstances surrounding him, in their knowledge, skills, and personal characteristics. The existing literature has comparatively examined the extent to which the entrepreneur is influenced by their inherent characteristics or external environmental factors.

Entrepreneurship is one of the pillars of development and prosperity of societies, and the role of the entrepreneur is irrevocably the most important in the development and adoption of entrepreneurship. The importance of a socially efficient entrepreneurship and the role of the entrepreneur is imperative to be passed on to local communities, schools, international markets, and all businesses.

Εμπειρίες Ζωής

Επικοινωνιακά Ψήγματα Σοφίας



Photo by Aaron Burden on Unsplash



Τάκης Καλογεράκος

[Μέντορας καριέρας](#) • [LinkedIn](#)

Marine Underwriter

Λέξεις κλειδιά: αυτο-αποκάλυψη, κανόνας αμοιβαιότητας, ανάπτυξη σχέσεων

Nα είστε πάντα πρόθυμοι να μοιραστείτε κάτι για τον εαυτό σας. Υπάρχει μια κρίσιμη στιγμή για την ανάπτυξη των σχέσεων είτε πρόκειται για την γνωριμία στον εργασιακό χώρο, τους συναδέλφους είτε για τον γείτονα, τον φίλο, τον/την σύντροφο.

Είναι η στιγμή που αποφασίζετε να μοιραστείτε κάτι πιο προσωπικό για τον εαυτό σας, όλη αυτή η αυτο-αποκάλυψη, είναι ένα βασικό βήμα στην ανάπτυξη των σχέσεων.

Οι ειδικοί στην επικοινωνία το αποκαλούν: **«το ξεφλούδισμα ενός κρεμμυδιού».**

Κάθε φορά που ένα άτομο μοιράζεται κάτι σημαντικό για τον εαυτό του, ένα στρώμα ξεφλουδίζεται, εκθέτοντας κάτι βαθύτερο και πιο σημαντικό, έως ότου τελικά φτάσει στον πυρήνα. Χρειάζεται χρόνος για να φτάσουμε στις πιο οικείες λεπτομέρειες με ένα άλλο άτομο.

Η έκθεση ενός μέρους του εσωτερικού σας εαυτού — ακόμη και του πρώτου στρώματος — μπορεί να οδηγήσει σε καλύτερες, πιο ουσιαστικές συζητήσεις. Και θα ενθαρρύνει τους συνεργάτες σας να είναι επίσης αφοσιωμένοι, χάρη στον λεγόμενο «κανόνα αμοιβαιότητας».

Πρόκειται για έναν ισχυρό κοινωνικό κανόνα, ο οποίος λέει ότι, όταν ένα άτομο μοιράζεται κάτι προσωπικό, το άλλο θα αισθάνεται υποχρεωμένο να κάνει το ίδιο σε αντάλλαγμα — προκειμένου να διατηρήσει μια αίσθηση ισότητας και ισορροπίας.

Η αυτο-αποκάλυψη είναι ένα μεγάλο πράγμα που βοηθά τους ανθρώπους να αισθάνονται κοντά ο

ένας στον άλλο.

Όταν αποκαλύπτεστε σε κάποιο άτομο, ενθαρρύνετε ομοίως το άλλο άτομο να σας αποκαλυφθεί. Η αμοιβαία κλιμακωτή αυτο-αποκάλυψη είναι αυτό που οδηγεί στην αίσθηση της εγγύτητας.

Εάν αυτό φαίνεται λίγο τρομακτικό, θυμηθείτε ότι δεν χρειάζεται να μεταβείτε στον πυρήνα του κρεμμυδιού αμέσως — ή και ποτέ.

Η αυτο-αποκάλυψη μπορεί να περιλαμβάνει την κοινή χρήση ενός αρκετά μικρού μέρους του εαυτού σας.

Πρέπει να αναγνωρίσετε ότι είναι μια γενναία χειρονομία.

Θα έλεγα, τολμήστε να πάτε στο επόμενο επίπεδο σε μια συνομιλία.

Ίσως το πιο απλό πράγμα, να επικεντρωθείς στις υπάρχουσες σχέσεις σου, είναι να είσαι γενναίος/-α και να μοιράζεσαι κάτι για τον εαυτό σου...

Θα μπορούσε να είναι ένας φόβος, θα μπορούσε να είναι ένας στόχος, θα μπορούσε να είναι μια αξία ή μια πεποίθηση.

Θα μπορούσε να είναι κάτι που σας συνέβη στο παρελθόν και φοβόσασταν να αποκαλύψετε.

Νομίζω ότι μια τέτοια εμπειρία θα διευκολύνει κατά πολύ στις σχέσεις σας, σε όλα τα επίπεδα της κοινωνικότητάς σας.

Και αν μου επιτραπεί μια τοποθέτηση εμπειρίας, μην αφήνεται ποτέ μια σκιά να καλύπτει την προσωπικότητά σας. Άλλωστε, το σίγουρο είναι ότι δάκρυα προκαλούν δύο πράγματα, η Ζωή και το καθάρισμα ενός κρεμμυδιού. Προσπαθήστε ακόμα και τα δάκρυά σας να είναι απολαυστικά.

Νεανικές Ματιές

Η χρήση των κοινωνικών δικτύων από τους νέους και η επιχειρηματικότητα

Photo by [Devin Avery](#) on [Unsplash](#)



Γιώργος Κωνσταντίνος Αντωνιάδης

Ομάδα Επικοινωνίας ΑΛΛΗΛΟΝ • [LinkedIn](#)

Φοιτητής πληροφορικής και blogger

Λέξεις κλειδιά: γενιά Z, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εργαλεία ανάλυσης, επιχειρηματικότητα, καινοτομία

Εν έτη 2021 εκατομμύρια νέοι στην Ελλάδα και τον κόσμο, ασχολούνται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Περνούν μεγάλο χρόνο της ημέρας τους δημοσιεύοντας κείμενα, κάνοντας χιουμοριστικές αναρτήσεις και ανεβάζοντας τα λεγόμενα «stories». Οι πλατφόρμες όπως το Facebook, Twitter, YouTube και TikTok έχουν κατακλύσει την λεγόμενη γενιά Z (ή iGeneration ή Μετά-Millennials), η οποία φαίνεται ότι θα θέσει τα θεμέλια μιας μεγάλης αλλαγής στα επόμενα χρόνια.

Ωστόσο, πώς οι νέοι περνούν την ώρα τους στα προαναφερθέντα κοινωνικά δίκτυα; Μήπως, σχεδιάζουν project που μπορούν να τους κάνουν τους ανερχόμενους «Bill Gates» ή «Mark Zuckerberg»; Μήπως καινοτομούν στον τομέα των επιστημών, της υγείας και της ευεξίας, προσφέροντας λύσεις σε επίκαιρα θέματα της εποχής; Ή μήπως παράγουν παραγωγικό θέαμα, ψυχαγωγώντας τις μάζες των «απλών» και «θνητών» θεατών;

Η αλήθεια είναι ότι η νέα γενιά δεν αξιοποιεί τα κοινωνικά δίκτυα στο έπακρο. Στην πραγματικότητα, δεν τα αξιοποιεί καθόλου. Αφήνει ανεκμετάλλευτη μια πολύ μεγάλη ευκαιρία, η οποία καθιστά δυνατή την αλλαγή και την βελτίωση της κοινωνίας. Υπερπηδώντας τα γεωγραφικά μήκη και πλάτη, το διαδίκτυο μπορεί να ενώσει εκατομμύρια ανθρώπους σε ελάχιστο

χρονικό διάστημα. Το ίδιο ακριβώς μπορούν να κάνουν και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Όμως, πώς η νέα γενιά προτιμά να περνά το χρόνο της σε αυτά;

Μα φυσικά, καταναλώνοντας και παράγοντας υλικό, το οποίο δεν έχει να προσφέρει καμιά ουσία στον μέσο άνθρωπο των ημερών μας. Το περισσότερο υλικό είναι ψυχαγωγικού χαρακτήρα, μπορείς να το δεις εύκολα και δεν χρειάζεται ιδιαίτερη σκέψη και ανάλυση. Συχνά δεν έχει καμιά ηθική αρετή, δεν μεταλαμπαδεύει τις αξίες της εποχής μας και δεν μορφώνει τον μέσο έφηβο θεατή. Διότι η μέση ηλικία των περισσότερων μεγάλων κοινωνικών δικτύων είναι η εφηβική ηλικία. Υπάρχουν, φυσικά, και οι εξαιρέσεις, οι οποίες πολλές φορές κάνουν πάταγο και διαχωρίζονται από το μέσο υλικό. Ωστόσο, δεν είναι πολλές.

Και φτάνουμε στο ερώτημα: «Ωραία, οι νέοι δεν αξιοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα προς όφελος της καριέρας τους, της εκπαίδευσης και της επαγγελματικής τους αποκατάστασης. Πώς μπορούν να το κάνουν, χωρίς να χάσουν τα παιδικά και εφηβικά τους χρόνια;» Μια απάντηση στο ερώτημα αυτό μπορεί να δοθεί με μία μόνο λέξη: «Επιχειρηματικότητα». Η

επιχειρηματικότητα μπορεί να συνδέεται άρρηκτα με τα κοινωνικά δίκτυα και να αποτελεί το σωσίβιο κάποιου που θέλει να αναπτυχθεί και να βελτιώσει την οικονομική, πνευματική και

σωματική του κατάσταση.

Μέσω των κοινωνικών δικτύων, μας δίνεται η δυνατότητα αρχικά να αναλύσουμε τα trends – τις λεγόμενες τάσεις της εποχής. Ακόμα και αν δεν κρατούν για πολλές μέρες, μπορούμε να καταλάβουμε τι αρέσει και τι όχι στον κόσμο, και ιδιαίτερα στους νέους. Με διάφορα εργαλεία ανάλυσης (Analytics), μπορούμε να μετρήσουμε την απήχηση του υλικού στους νέους, και να το κατηγοριοποιήσουμε σε ηλικιακές ομάδες. Έτσι, θα έχουμε μια ξεκάθαρη εικόνα των τάσεων.

Στη συνέχεια, με οδηγό τις τάσεις, την επιχειρηματικότητα, την καινοτομία και το μεράκι, μπορούμε να χτίσουμε μια ιστοσελίδα, μια εφαρμογή, ένα κανάλι ή ένα profile σε μια δημοφιλή πλατφόρμα, και, γιατί όχι, να φτιάξουμε μια δική μας. Δίνοντας βάση στις τάσεις, μπορούμε να αποκτήσουμε δεδομένα που θα μας φανούν χρήσιμα στις επόμενες κινήσεις μας.

Έτσι, σε πρωταρχικό επίπεδο, ο νέος θα καταφέρει να αναλύσει τις τάσεις και να φτιάξει κάτι δικό του, πατώντας πάνω σε αυτές. Εδώ, βέβαια, χρειάζεται προσοχή καθώς το εγχείρημα του νέου δεν θα είναι εξολοκλήρου δομημένο πάνω στις τάσεις, αλλά αντίθετα, θα τις χρησιμοποιεί με κριτική σκέψη μόνο για να ξεκινήσει κάτι δικό του. Όλοι γνωρίζουμε ότι οι τάσεις είναι σαν τα πυροτεχνήματα. Ανεβαίνουν στον ουρανό, σκάνε και μετά χάνονται στον χρόνο. Έτσι, οι προβολές και η απήχηση αυξάνονται ραγδαία, μένουν για ένα διάστημα στα ύψη και μετά παίρνουν την κατιούσα, μέχρι να χαθούν πλήρως στην λήθη του χρόνου.

Έπειτα, με επιχειρηματικότητα και καινοτομία, ο νέος θα χτίσει το brand του και σιγά σιγά θα αρχίσει να δημοσιεύει υλικό, που αρχικά θα συνάδει με τις τάσεις. Αυτό θα το κάνει μέχρις ότου καταφέρει να διαφοροποιηθεί από το απόλυτο μηδέν και να αρχίσει να αποκτά προσοχή. Στην συνέχεια, θα μπορέσει να δημοσιεύει διαφοροποιούμενο υλικό, που να του προσδίδει τα χαρακτηριστικά που θα κλειδώσουν την παρουσία του. Με άλλα λόγια, αυτά που θα

τον διαφοροποιήσουν τελείως από τους υπόλοιπους.

Αφού κυλίσει ο χρόνος, ο νέος θα καταφέρει να αυξήσει την απήχηση του στα κοινωνικά δίκτυα και εν τέλει να αποκτήσει ένα σεβαστό κοινό. Όμως, ποιο θα είναι το όφελος της ιστορίας; Η δημοσιότητα και ο ντόρος που θα επικρατούν για το όνομα του;

Όχι, καμία σχέση. Είναι γνωστό ότι, όταν κάποιος έχει ακολούθους, μπορεί να επηρεάσει και εν τέλει να διαμορφώσει την άποψη της κοινής γνώμης. Με προσοχή, ηθική και καλосύννη είναι δυνατό να προβάλλει μηνύματα προς τις μάζες, που θα έχουν ως στόχο να ενισχύσουν την εκπαίδευση, την καριέρα και τη μόρφωση των πολιτών. Διότι η μόρφωση είναι ο βασικός παράγοντας που καθορίζει την τύχη μας.

Φτάνουμε, λοιπόν, στην αλληλουχία στην οποία ο νέος έχει καταφέρει να ξεκινήσει κάτι δικό του μέσω των κοινωνικών δικτύων, έχει διαφοροποιηθεί και εν τέλει έχει καταφέρει να πραγματοποιήσει αυτό που συζητούσαμε στην αρχή, να χρησιμοποιήσει τα κοινωνικά δίκτυα για το όφελος της κοινωνίας αλλά και το δικό του. Κλείνοντας, θα ήθελα να ζητήσω την προσοχή των γονέων και των εκπαιδευτικών, όσον αφορά τα κοινωνικά δίκτυα και τους νέους. Θα ήθελα να ζητήσω, ιδιαίτερα, να εκπαιδευτούν στον τομέα της τεχνολογίας, όσο αυτό είναι δυνατό, ώστε να μην προβάλλονται λανθασμένες και παραποιημένες εικόνες στις νεότερες γενιές. Από μόνα τους τα κοινωνικά δίκτυα δεν βλάπτουν τις νεότερες γενιές. Ίσα ίσα, είναι δυνατό να διαμορφώσουν την κοινή γνώμη να κλείνει προς μια θετικότερη μεριά, και να βελτιώσουν την ποιότητα της ζωής μας. Οι πραγματικά επικίνδυνες πτυχές τους απορρέουν από εσφαλμένη ανθρώπινη χρήση, η οποία αν δεν διακατέχεται από αξίες, αρχές, πνεύμα επιχειρηματικότητας και κριτική ματιά, μπορεί να γίνει άκρως εθιστική και να φέρει αρνητικά αποτελέσματα.

Μέντορες

• Επιχειρηματικότητας

Παναγιώτης Σκλιαμής

- ⇒ Συμβουλευτικό στέλεχος σε στρατηγική και ανάπτυξη εταιρειών τεχνολογίας (FinTech, RegTech).
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση στην τεχνολογία, τη δημιουργία Στρατηγικών συνεργασιών και τις διαπραγματεύσεις.
- ⇒ Λονδίνο, Αγγλία.
- ⇒ Προφίλ και Βίντεο μέντορα [εδώ](#).



Κωνσταντίνος Καλέντης

- ⇒ Κάτοχος άνω των 15 χρόνων εμπειρία πάνω στην πληροφορική και το εμπόριο.
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση στην πληροφορική και τη διοίκηση επιχειρήσεων.
- ⇒ Αθήνα, Ελλάδα και Βρυξέλλες, Βέλγιο.
- ⇒ Προφίλ και Βίντεο μέντορα [εδώ](#).



Μανώλης Δαμίγος

- ⇒ Κάτοχος 10 χρόνων εμπειρίας πάνω στη διδασκαλία της μηχανικής.
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση στην υγεία και την ασφάλεια, και στη διοργάνωση εκδηλώσεων.
- ⇒ Βέλγιο, Γαλλία και Ελλάδα.
- ⇒ Προφίλ και Βίντεο μέντορα [εδώ](#).



Παντελής Λαμπριανίδης

- ⇒ Νομικός - Υπάλληλος Ευρωπαϊκής Επιτροπής Γενικής Διεύθυνσης Μεταφορών.
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση στις ευρωπαϊκές πολιτικές και τις μεταλλάδα.
- ⇒ Βρυξέλλες, Βέλγιο.
- ⇒ Προφίλ μέντορα [εδώ](#).



• Σπουδών & Καριέρας

Δημήτρης Ηλιόπουλος

- ⇒ Πρέσβυς ε.τ
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση σε θέματα του Υπουργείου Εξωτερικών.
- ⇒ Αθήνα, Ελλάδα.
- ⇒ Προφίλ και Βίντεο μέντορα [εδώ](#).



Κατερίνα Μούγιου

- ⇒ Κάτοχος διπλώματος στη διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού.
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση στο HR, Recruiting και σε όσους επιθυμούν να σπουδάσουν στη Γαλλία
- ⇒ Αθήνα, Ελλάδα.
- ⇒ Προφίλ μέντορα [εδώ](#).



Χάρης Μυλωνάς

- ⇒ Κάτοχος διδακτορικού διπλώματος πάνω στις πολιτικές επιστήμες.
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση στις πολιτικές επιστήμες/
- ⇒ Ουάσιγκτον, Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής.
- ⇒ Προφίλ και Βίντεο μέντορα [εδώ](#).



Ελισάβετ Λυκογιάννη

- ⇒ Κάτοχος διδακτορικού διπλώματος στα εφαρμοσμένα οικονομικά.
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση στην επιλογή σπουδών και στην αλλαγή καριέρας.
- ⇒ Ιρλανδία και Βέλγιο
- ⇒ Προφίλ μέντορα [εδώ](#).



• Καριέρας

Δημήτριος Αγγελής

- ⇒ Κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος στο Ευρωπαϊκό δίκαιο.
- ⇒ Πιστεύει ότι μπορεί να προσθέσει αξία σε νεαρούς επαγγελματίες που θα ήθελαν να ασχοληθούν με το Ευρωπαϊκό δίκαιο.
- ⇒ Βρυξέλες, Βέλγιο.
- ⇒ Προφίλ και Βίντεο μέντορα [εδώ](#).



Παναγιώτης Νομικός

- ⇒ Πτυχιούχος φυσικής και κάτοχος διδακτορικού διπλώματος στην επιστήμη της πληροφορικής.
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση σε όσους επιθυμούν να ακολουθήσουν μια παρόμοια καριέρα σε ναυτιλιακές ΤΠΕ (Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών).
- ⇒ Πειραιάς, Ελλάδα.
- ⇒ Προφίλ και Βίντεο μέντορα [εδώ](#).



Σιώπη Βικτώρια

- ⇒ Χημικός μηχανικός με έντονη παρουσία Soft Skill.
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση σε όσους επιθυμούν να ακολουθήσουν μία παρόμοια καριέρα ή να εργαστούν ως μηχανικοί στη Γερμανία ή την Ελβετία.
- ⇒ Θεσσαλονίκη, Ελλάδα.
- ⇒ Προφίλ και Βίντεο μέντορα [εδώ](#).



Πάννη Τριφυλλή

- ⇒ Κάτοχος διδακτορικού διπλώματος στη Μοριακή Βιολογία και Γενετική.
- ⇒ Εμπειρία 22 χρόνων σε βιοφαρμακευτική εταιρεία.
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση σε όσους επιθυμούν να ακολουθήσουν σπουδές στη βιολογία ή καριέρα σε βιοφαρμακευτική εταιρεία.
- ⇒ Νέα Ιερσέη, Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής.
- ⇒ Προφίλ και Βίντεο μέντορα [εδώ](#).



• Young Mentors

Ευάγγελος Δελικωνσταντής

- ⇒ Κάτοχος διπλώματος στη χημεία.
- ⇒ Παρέχει συμβουλές και καθοδήγηση σε αυτούς που επιθυμούν να ακολουθήσουν τη καριέρα του μεταπτυχιακού/διδακτορικού φοιτητή.
- ⇒ Λέβεν, Βέλγιο.
- ⇒ Προφίλ και Βίντεο μέντορα [εδώ](#).



Κέμος Ευάγγελος

- ⇒ Κάτοχος διπλώματος πολιτικών επιστημών.
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση σε φοιτητές που ενδιαφέρονται για τα κολλέγια.
- ⇒ Βρυξέλες, Βέλγιο.
- ⇒ Προφίλ και Βίντεο μέντορα [εδώ](#).



Κυριάκος Κωσταρέλος

- ⇒ Πτυχιούχος πολιτικής επιστήμης και δημόσιας διοίκησης.
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση σε ενδιαφερόμενους για το επάγγελμα του φορολογικού συμβούλου σε Ευρώπη και ΗΠΑ
- ⇒ Δουβλίνο, Ιρλανδία.
- ⇒ Προφίλ και Βίντεο μέντορα [εδώ](#).



Διαμαντόπουλος Σταύρος

- ⇒ Junior Professional στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Γενική Διεύθυνση Επικοινωνίας).
- ⇒ Προσφέρει καθοδήγηση σε αυτούς που επιθυμούν να ασχοληθούν με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.
- ⇒ Βέλγιο, Βρυξέλες.
- ⇒ Προφίλ μέντορα [εδώ](#).



Αντί Επιλόγου

Ζώντας στην YOLO εποχή

Τρίπτυχο I: Οικονομικές κρίσεις – Πανδημίες (π.χ. COVID19) – Νέες τεχνολογίες και μορφές οργάνωσης (π.χ το διαδίκτυο/κινητά τηλέφωνα και η τηλεργασία/τηλεκπαίδευση)

Τρίπτυχο II: Ανάγκη για αλλαγή και περιπέτεια – Έλλειψη νοήματος στην ζωή – Ένδεια ποιοτικού χρόνου στο πλαίσιο της ισορροπίας οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής.

Μήπως όμως υπάρχει κάποιου είδους σύνδεση μεταξύ των ανωτέρω δύο τριπτύχων;

Ήταν οι περιβαλλοντικές συνθήκες (βλέπε τρίπτυχο I) που επηρέασαν καταλυτικά (βλέπε τρίπτυχο II) τους εργαζομένους, επιφέροντας ένα σοκ σταδιοδρομίας (stop and think moment) και δημιουργώντας την νέα τάση YOLO (You Only Live Once). Όταν οι εργαζόμενοι – και ιδιαίτερα οι υπάλληλοι γραφείου (white-collar workers) – ανακαλύπτουν ότι «η ζωή είναι μικρή» και αποφασίζουν να κατέβουν από τον αέναο τροχό της καθημερινής ρουτίνας – ορίζοντας ότι δεν θέλουν να μοιάζουν με ένα μικρό ποντικάκι στο κλουβί του αλλά να πραγματώσουν τα κρυφά τους όνειρα.

Μετά την YOLO επιφοίτηση, κάποιοι αποφάσισαν ότι «Ζωή είναι αυτά που πραγματοποιείς με αυτή» (Life is what you make of it) και ότι ο μισθός είναι απλώς ένα εργαλείο για να ζεις και όχι αυτοσκοπός (Wage as a mean to live and not as purpose), με αποτέλεσμα να πραγματοποιήσουν τις κατωτέρω ενέργειες:

1. Ανάληψη προσωπικού οικονομικού και επαγγελματικού ρίσκου για μια επιχειρηματική δραστηριότητα που έχει νόημα (π.χ. από ναυτικός έγινε αμπελοκαλλιεργητής σε ένα νησί του Αιγαίου)



Image by [RebecaT](#) from [Pixabay](#)

2. Εξισορρόπηση Επαγγελματικής και Προσωπικής Ζωής (work life balance) με λιγότερο μισθό αλλά ανθρώπινες συνθήκες εργασίας (π.χ. από τεχνοκράτης σε πρωτεύουσα του εξωτερικού σε ψηφιακό νομάδα στο μικρό χωριό του στην Ήπειρο)
3. Συμμετοχή στα κοινωνικά και πολιτικά δρώμενα με προσφορά εθελοντικής εργασίας ώστε να απολαύσει ο άνθρωπος την ικανοποίηση μέσω της προσφοράς (π.χ. συμμετοχή σε δράσεις καθαρισμού των παραλιών και δασοπροστασίας) ή των προσωπικών φιλοδοξιών και ενδιαφερόντων (π.χ. συγγραφή ενός βιβλίου)

Τα τελευταία χρόνια η τριπλή πρόκληση της επιχειρηματικότητας είναι: πως γιγαντώνεται η υγιής ανάπτυξη της οικονομίας έχοντας ταυτόχρονα την βέλτιστη κοινωνική και

περιβαλλοντική συμπεριφορά. Με άλλα λόγια, η ισόρροπη/αειφόρος ανάπτυξη είναι το νέο ζητούμενο.

Περνάμε από το μοντέλο του σταθερού (υψηλού ή/και εξασφαλισμένου) μισθού και τις κρατικοδίαιτες επιχειρήσεις, σε ένα νέο, ευέλικτο, δυναμικό και καινοτόμο οικονομικό μοντέλο με μεγαλύτερο άμεσο ρίσκο (μισθός και ασφάλεια εργασίας), αλλά ποιοτικότερες έμμεσες αποδόσεις (ζωή σε αρμονία με το περιβάλλον και ολική ποιότητα ζωής) .

Ειδικότερα, όταν αυτές οι ανάγκες και ιδέες μετουσιώνονται σε νέες μορφές επιχειρηματικής δραστηριότητας (κοινωνική, γυναικεία, νεοφυής, νεανική), ο ενθουσιασμός γίνεται ευκαιρία καριέρας και επαγγελματικής ανέλιξης.

Η επιχειρηματικότητα γίνεται το εθνικό μας πλεονέκτημα. Η βιώσιμη επιχειρηματικότητα – αυτή που βασίζεται σε βαθύτερες ολιστικές αρχές

και αξίες – έχει την δυνατότητα βελτίωσης όχι μόνο του ατομικού αλλά και του γενικού βιοτικού επιπέδου της χώρας, αξιοποιώντας το εγχώριο ανθρώπινο δυναμικό και δημιουργώντας παράλληλα προϋποθέσεις επαναπατριsmού του ξενιτεμένου ανθρώπινου δυναμικού (brain gain).

Ατενίζοντας το μέλλον: From YOLO to WwW

Μήπως όμως η εποχή YOLO (You Only Live Once – Ζούμε Μόνο Μια Φορά), είναι ο προπομπός του WwW (World without Work – του Κόσμου χωρίς Εργασία) και της Age of Leasure (Εποχή της Αναψυχής).

Χρήστος Μπεζιρτζόγλου
Αρχισυντάκτης



Illustration by Nathalie Lees

PASSION LED US HERE

Το μεγαλύτερο
ρίσκο είναι να
μην παίρνεις
κανένα ρίσκο

Mark Zuckerberg

#ΑΛΛΗΛΟΝ