

## Γνωρίζουν καλά τι θέλουν οι νέοι επιχειρηματίες

Οι νέοι επιχειρηματίες μας, όχι μόνο γνωρίζουν πολύ καλά ποια στοιχεία τους χρειάζονται «για να οδηγήσουν την οικονομική ανάπτυξη και για να συμβάλουν στην αντιμετώπιση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών θεμάτων», αλλά και τα διεκδικούν από εκείνους που οφείλουν να τους τα παρέχουν και να τους υποστηρίζουν. Δηλαδή από τις κυβερνήσεις, τα εκπαιδευτικά συστήματα, τις επιχειρήσεις, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, τα κοινωνικά δίκτυα και τους επιχειρηματίες, «οι οποίοι πρέπει να ενεργούν ως προτυπα για τους νέους, να μοιράζονται πραγματικές ιστορίες και συμβουλές και να ενθαρρύνουν την επόμενη γενιά των επιχειρηματιών».

Ως πρώτο στοιχείο απαιτούν τη συνεχή ενθάρρυνση για έμπνευση. «Οι νέοι επιχειρηματίες είναι δημιουργικοί. Παράγουν νέα και καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες, όπως και νέους τρόπους διοχέτευσής τους στην αγορά. Για να μεγιστοποιήσουν τη δημιουργικότητά τους χρειάζονται τόνωση και επιβράβευση της περιέργειάς τους μέσα από μια κουλτούρα που να προσφέρει ευκαιρίες για εξερεύνηση». Είναι ένα απόσπασμα από πρόσφατο... «μανιφέστο» -αλλά και μήνυμα αισιοδοξίας-



Οι κυβερνήσεις πρέπει να ενθαρρύνουν περισσότερο τους νέους να σκέπτονται επιχειρηματικά και από «στοχαστές» να γίνονται νέοι της δράσης.

που εξέδωσε η Ομοσπονδία Ελληνικών Συνδέσμων Νέων Επιχειρηματιών (ΟΕΣΥΝΕ) στο πλαίσιο της ενεργού προσπάθειά τους να προωθήσουν τη δικτύωση των νέων επιχειρηματιών στην Ευρώπη και στον κόσμο.

Ο γενικός γραμματέας της κ. Ανδρέας Στεφανίδης επισημαίνει ότι οι σημερινοί γρήγοροι τρόποι επικοινωνίας, η συνεχής βελτίωση των συγκοινωνιών δημιουργούν τις κατάλληλες προϋποθέσεις για τους επιχειρηματίες να ξεκινήσουν και να επιτύχουν σε παγκόσμιο επίπεδο. «Οι χώρες ο-

μως πρέπει να κάνουν πολύ περισσότερο από το να επαναπαύονται στις τάσεις αυτές. Πρέπει να απελευθερώσουν τη δημιουργικότητα των πολιτών τους ώστε να αυξηθεί η δημιουργία επιχειρήσεων» και αυτό μπορεί να επιτευχθεί με τη χρήση δοκιμασμένων εργαλείων, όπως είναι οι εκστρατείες προβολής των επιχειρήσεων, και με πρωτόβουλίες επιμόρφωσης. Κυρίως, όμως, προβάλλεται ως αναγκαία η καλλιέργεια μιας «παγκόσμιας νοοτροπίας» μεταξύ των εκκολαπτόμενων επιχειρηματιών.

Το κεφάλαιο εκκίνησης είναι ασφαλώς από τους σημαντικότερους υλικούς πόρους. «Εξίσου σημαντικοί πόροι όμως είναι και οι συμβουλές σε θέματα τιμολόγησης είτε στρατηγικής προβολής και προώθησης προϊόντων/υπηρεσιών τους». Και οι πόροι αυτοί μπορεί να προέλθουν μέσω κρατικής υποστήριξης, δικτύωσης των ίδιων των επιχειρηματιών και μέσω επιχειρηματικών κεφαλαίων είτε συμβουλών από επιχειρηματικούς μέντορες. Όσο για τις αγορές η ύπαρξή τους και μόνον δεν αρκεί, αν δεν υπάρξουν «διασύνδεση» και δρόμοι προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών. Που σημαίνει διασύνδεση μεταφορών αλλά και διαδικτυακή. «Για τις επιχειρήσεις που ξεκινούν αποτελέει πλέον την πραγματικότητα το όραμα της παγκόσμιας αγοράς και το να αναπτύσσονται σε παγκόσμια κλίμακα».

Η παγκοσμιοποίηση έχει πολλές πτυχές που υποστηρίζουν τους επιχειρηματίες. As δόσουμε προτεραιότητα στους νέους, οι οποίοι επιπρεάζονται όλο και περισσότερο από το συνεχώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον, για να αποκτήσουμε πλεονέκτημα στη δημιουργία πλούτου και κοινωνικού οφέλους. Αυτός είναι ένας από τους καλύτε-

ρους τρόπους. Και ο κ. Στεφανίδης επεξηγεί το γιατί: «Σκέπτονται επιχειρηματικά και θέλουν να γίνουν αφεντικό του εαυτού τους. Σκέφτονται παγκόσμια. Επιθυμούν περισσότερο από τους μεγαλύτερους να ταξιδεύουν και να μένουν αρκετό χρόνο σε διαφορετικές χώρες, χρησιμοποιούν τα

**Πρόσκληση για δράση από την Ομοσπονδία Ελληνικών Συνδέσμων Νέων Επιχειρηματιών με συγκεκριμένους αποδέκτες και τεκμηριωμένες προτάσεις.**

κοινωνικά δίκτυα μέσω του Διαδικτύου». Όμως, αυτά και μόνο δεν είναι αρκετά για να μπορέσουν να αναπτύξουν τις δυνατότητές τους αβόητοι. «Οι κυβερνήσεις πρέπει να ενθαρρύνουν περισσότερους νέους να σκέπτονται επιχειρηματικά και από «στοχαστές» να γίνονται νέοι της δράσης».

Χρ. ΔΑΜ.

(xd@kathimerini.gr)