



## Σημαντικά ευρήματα για τα σχέδια που κάνουν οι έφηβοι για το μέλλον τους, στην πρόσφατη Έρευνα του Young Business Talents!

- Το **42,5%** των εφήβων θα άνοιγαν δική τους επιχείρηση, ή θα επέλεγαν την **αυτοαπασχόληση**, σαν μελλοντική επαγγελματική σταδιοδρομία.
- Με μικρή διαφορά - ποσοστό **42,2%** - οι έφηβοι επιθυμούν να εργασθούν σαν **ιδιωτικοί υπάλληλοι ή στελέχη**, ενώ σε χαμηλό ποσοστό (**15%**) η επιλογή εργασίας στο Δημόσιο Τομέα – ιδιαίτερα χαμηλά στην Αττική (**6,8%**).
- Οι **8 στους 10 εφήβους** στην Ελλάδα, **θα άλλαζαν περιοχή ή ακόμα και χώρα**, για να βρουν δουλειά
- **Λιγότερο αισιόδοξοι** για το μέλλον οι νεαροί Έλληνες, σε σχέση με τους **Ισπανούς, Πορτογάλους και Ιταλούς** συνομηλίκους τους.

Το **Report Young Business Talents 2015** παρουσιάζει τα ευρήματα κοινωνικής Έρευνας που πραγματοποιήθηκε πρόσφατα σε ένα ευρύ δείγμα μαθητών Λυκείων από όλη την Ελλάδα (**1.804 νέοι, ηλικίας 15-18 ετών**) αποκαλύπτοντας τις συμπεριφορές και τάσεις των Ελλήνων εφήβων, για τα πιο σημαντικά θέματα που επηρεάζουν το μέλλον τους και το σύνολο της κοινωνίας.

Η έρευνα, πραγματοποιήθηκε ταυτόχρονα σε **4 χώρες της Νοτίου Ευρώπης, Ελλάδα, Ισπανία, Ιταλία και Πορτογαλία**, ανάμεσα στους μαθητές Λυκείων που πήραν φέτος μέρος στο μαθητικό Διαγωνισμό με Επιχειρηματικό Προσομοιωτή, **Young Business Talents 2015-16** και οι απαντήσεις λήφθηκαν κατά την εγγραφή τους, διαδικτυακά, μέσω δομημένου ερωτηματολογίου 10 ερωτήσεων στο διάστημα Σεπτεμβρίου – Οκτωβρίου 2015. Σε ορισμένα αποτελέσματα παρουσιάζονται συγκρίσεις με τις άλλες χώρες, γεγονός που παρέχει ευρύτερη θεώρηση, και επιτρέπει πιο συγκεκριμένες εκτιμήσεις.

Οι μαθητές που ρωτήθηκαν, **ομαδοποιήθηκαν σε πέντε μεγάλες ελληνικές γεωγραφικές περιφέρειες** ώστε να περιοριστεί το περιθώριο σφάλματος και να εξαχθούν πιο συγκεκριμένα συμπεράσματα.

Οι περιφέρειες ήταν:

1. Αττική,
2. Δυτική Ελλάδα – Κεντρική Ελλάδα και Πελοπόννησος,
3. Μακεδονία,
4. Κρήτη – Ιόνια νησιά – Βόρειο και Νότιο Αιγαίο,
5. Ήπειρος – Θεσσαλία

Η Έρευνα υποστηρίζεται και διεξάγεται στην Ελλάδα – όπως και ο Διαγωνισμός Young Business Talents 2015-16 - από τη **NIVEA, ΔΕΛΤΑ, ΔΕΠΑ** και την **Praxis MMT** σαν μέρος της κοινωνικής τους ευθύνης και



ΕΛΛΑΔΟΣ



ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ





δραστηριότητας, προκειμένου να βοηθήσουν τα νέα παιδιά, και ως εκ τούτου τις οικογένειές τους, να βελτιώσουν και να εξασφαλίσουν το επαγγελματικό τους μέλλον.

Συνοπτικά τα σημαντικότερα ευρήματα του **YBT Report 2015**:

- Σχεδόν **οι μισοί από τους νέους Έλληνες** προ-πανεπιστημιακών σπουδών - το **42,50%** - προτίθενται να αναλάβουν **πρωτοβουλίες επιχειρηματικές ή αυτο-απασχόλησης** σαν μελλοντική επαγγελματική σταδιοδρομία. Το αντίστοιχο ποσοστό το **2014** ήταν **48,3%** και αυτό αντιπροσωπεύει μείωση κατά 12%.
- Αντίστοιχα, σε ποσοστό 42,2%, οι έφηβοι επιθυμούν να εργασθούν σαν **ιδιωτικοί υπάλληλοι ή στελέχη**, ενώ σε χαμηλό ποσοστό (15%) σαν δημόσιοι υπάλληλοι.
- Η στάση απέναντι στην **επιχειρηματικότητα** είναι σημαντικά διαφορετική ανάλογα με την περιοχή προέλευσης των νέων. Οι περιοχές με τους περισσότερους νέους δυνητικούς 'επιχειρηματίες' είναι αυτές της ομάδας περιοχών **Ήπειρο, Δυτική Ελλάδα και Πελοπόννησος** με **47,2%**, ακολουθούν με μικρή διαφορά αυτοί από τα **Νησιά** (46,2%), η **Αττική** (43,8%) και η **Μακεδονία** (42,5%), ενώ αυτοί της **Ηπείρου** και της **Θεσσαλίας** είναι οι λιγότερο 'επιχειρηματικοί' (32,2%).
- Σε σύγκριση με το **βαθμό της επιχειρηματικότητας** στις χώρες της Νότιας Ευρώπης, την **Ισπανία**, την **Ιταλία** και την **Πορτογαλία**, οι αποστάσεις είναι πολύ μεγάλες μεταξύ των νέων. **Οι Έλληνες έφηβοι είναι τρίτοι** σε τάση-προτίμηση για **επιχειρηματικότητα** (42,5%) πίσω από τους νέους της **Πορτογαλίας** (67,3%) και της **Ιταλίας** (45,1%). Η **Ισπανία** ακολουθεί την Ελλάδα, με 41,4%.
- Όταν οι νέοι στην Ελλάδα ρωτήθηκαν για τους παραγωγικούς τομείς όπου θα ήθελαν να εργασθούν, ξεχώρισαν τις **Υπηρεσίες**, με **67%** σε σύγκριση με 61% το 2014. Αυτή η επιλογή είναι διπλάσια του δεύτερου πιο επιθυμητού τομέα, της **Βιομηχανίας** (25,6%), ενώ τελευταία επιλογή για τους νέους αποτελεί η **Γεωργία – Κτηνοτροφία** (7%) η οποία όμως παρουσιάζει αύξηση (28%) σε σχέση με το 2014 που το ποσοστό ήταν 5%.
- Μόλις το **15,3%**, θεωρούν την επιλογή να γίνουν **δημόσιοι υπάλληλοι** ως την καλύτερη για το μέλλον τους. Οι διαφορές είναι σημαντικές μεταξύ περιοχών. Στην περιοχή της **Ηπείρου** και της **Θεσσαλίας**, η προτίμηση για την επιλογή αυτή είναι στο **24,3%**, ενώ στην περιοχή της **Αττικής** είναι **6,8%** - διαφορά της τάξης του 72,2%.
- Αναφορικά με την πρόθεσή τους να απασχοληθούν **σαν δημόσιοι υπάλληλοι**, οι **Έλληνες νέοι έρχονται τρίτοι** σε σύγκριση με τους νέους των χωρών της Νότιας Ευρώπης (με 15,3%). Αντίθετα οι νέοι Ισπανοί είναι αυτοί που περισσότερο θέλουν να γίνουν δημόσιοι υπάλληλοι, σε ποσοστό 26,1%. Από τους νέους Ιταλούς, δημόσιοι υπάλληλοι θέλουν να είναι μόνο το



ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



16,5%, ενώ από τους νέους της Πορτογαλίας επιλέγει αυτή τη μορφή απασχόλησης μόνο το 8,9%.

- Η έρευνα καταγράφει μεγάλη προθυμία των νέων από την Ελλάδα **να αλλάξουν τον τόπο διαμονής τους** προκειμένου να εργαστούν. Το **83,6%** θα έκανε μετακίνηση από το νομό του για μια άλλη περιοχή της Ελλάδας, ενώ το **85,1%** θα έφευγε από τη χώρα. Οι πιο ελκυστικές περιοχές στην Ελλάδα, με αυτή τη σειρά, είναι η **Θεσσαλονίκη** και η **Αττική**. Οι πιο ελκυστικές χώρες του εξωτερικού, είναι οι **Ηνωμένες Πολιτείες** και το **Ηνωμένο Βασίλειο**, ακολουθούν Γερμανία, Ελβετία, Αυστραλία και Γαλλία.
- Οι Έλληνες μαθητές αντιλαμβάνονται σαν ένα πολύ σημαντικό μέρος της εκπαίδευσής τους, την **πρακτική άσκηση** η οποία λαμβάνει χώρα στην αίθουσα διδασκαλίας για να συμπληρώσει τη θεωρία, και εκτιμούν πάρα πολύ τη χρήση των **επιχειρηματικών προσομοιωτών** σε αυτή τη διαδικασία. Σε ποσοστό συνολικά **92,7%** θεωρούν **απαραίτητο, σημαντικό ή αναγκαίο** να κάνουν τη θεωρία πράξη.
- Σε ερώτηση σχετικά με το πώς οι νέοι βλέπουν την κατάσταση της απασχόλησης σε μια περίοδο 5 ετών, οι αντιλήψεις έχουν ως εξής: Το **36,3%** των νέων στην Ελλάδα **βλέπει με αισιοδοξία το μέλλον**, εκφράζοντας τη γνώμη ότι η κατάσταση θα είναι καλύτερη ή πολύ καλύτερη, σε σύγκριση με το **33,1%** που **βλέπει το μέλλον με απαισιοδοξία**. Οι νέοι της Στερεάς & Δυτικής Ελλάδας, μαζί με αυτούς της Πελοποννήσου είναι οι πιο αισιόδοξοι με 45,7% ενώ οι νέοι από την Ήπειρο και τη Θεσσαλία είναι οι λιγότερο αισιόδοξοι με 32,5%.
- Αν συγκρίνουμε με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα, βλέπουμε ότι το **59,2%** των νεαρών **Ισπανών**, το **45,7%** των **Πορτογάλων** και το **42,1%** των **Ιταλών** βλέπουν το μέλλον με αισιοδοξία, στην αντίστοιχη ερώτηση της έρευνας Young Business Talents.
- Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την Έρευνα Young Business Talents, παρακαλούμε απευθυνθείτε: [www.youngbusinesstalents.com/gr](http://www.youngbusinesstalents.com/gr) ή κο Κωνσταντίνο Αρεταίο (email : [careteos@hol.gr](mailto:careteos@hol.gr))

Για περισσότερα σχετικά με τον καινοτόμο Διαγωνισμό YOUNG BUSINESS TALENTS επισκεφθείτε την επίσημη ιστοσελίδα: <http://www.youngbusinesstalents.gr>

Για ερωτήσεις επισκεφθείτε την επίσημη σελίδα του YBT στο Facebook:

<https://www.facebook.com/YoungBusinessTalentsGR>

Εγγραφείτε στο κανάλι του YBT στο You Tube:

<https://www.youtube.com/channel/UCHm7QDO8GNYeH49ReQYep0Q>

\*\*\*\*\*

Γιατί η NIVEA δεσμεύθηκε σαν διοργανωτής στο πρόγραμμα YBT.



ΘΙΑΣΕΝΙΑ



ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ





Η NIVEA εστιάζει την κοινωνική της δέσμευση ειδικά στην φροντίδα των οικογενειών. Αυτό μεταφράζεται στην υπεύθυνη φιλοδοξία να συμβάλει στη βελτίωση των δεξιοτήτων και ικανοτήτων των νεότερων μελών της: των παιδιών και των ανηλίκων. Η αξιοποίηση της μάθησης και της εκπαίδευσης σαν πεδίο για την ανάπτυξη των δυνατοτήτων τους, επιτρέπει ένα καλύτερο ξεκίνημα στη ζωή.

#### **Σχετικά με την Beiersdorf AG ([www.Beiersdorf.gr](http://www.Beiersdorf.gr))**

Η Beiersdorf AG είναι μία από τις ηγέτιδες προμηθεύτριες εταιρίες σε παγκόσμιο επίπεδο, καινοτόμων, υψηλής ποιότητας προϊόντων για την φροντίδα του δέρματος. Με περισσότερα από 130 χρόνια εμπειρίας στην αγορά αυτή, έχει την κεντρική έδρα της στο Αμβούργο και απασχολεί πάνω από 16.500 εργαζόμενους σε όλο τον κόσμο. Οι πωλήσεις της Beiersdorf για το οικονομικό έτος 2013 ανήλθαν στα 6,1δισ € ενώ η μετοχή της περιλαμβάνεται από τον Δεκέμβριο του 2008 στον DAX, τον χρηματιστηριακό δείκτη αναφοράς του γερμανικού χρηματιστηρίου.

Η NIVEA, η No 1 μάρκα παγκοσμίως στην φροντίδα του δέρματος\*, είναι ο ακρογωνιαίος λίθος του επιτυχημένου διεθνούς χαρτοφυλακίου μαρκών της Beiersdorf AG, στο οποίο περιλαμβάνονται επίσης οι ηγετικές μάρκες Eucerin, La Prairie, Labello (στην Ισπανία Liposan) και Hansaplast / Elastoplast. Η θυγατρική της Tesa SE είναι επίσης ένας από τους κορυφαίους κατασκευαστές παγκοσμίως σε αυτοκόλλητα προϊόντα και λύσεις για τη βιομηχανία, το εμπόριο και τους καταναλωτές.

*\* Πηγή: Euromonitor International Ltd, NIVEA σύμφωνα με κατάταξη για όνομα μάρκας-ομπρέλα στην κατηγορία Περιποίησης Σώματος, Περιποίησης Προσώπου & Περιποίησης Χεριών. Με βάση πωλήσεις 2012 στη λιανική τιμή.*

#### **Η ΔΕΠΑ στηρίζει το διαγωνισμό ΥΒΤ.**

Στην εποχή μας, μία εταιρία όσο κι επιτυχημένη πορεία να διαγράφει, μόνο όταν συμβάλλει στην ευημερία του κοινωνικού συνόλου μπορεί να ισχυριστεί ότι ανταποκρίνεται πραγματικά στο ρόλο της και ότι στέκεται στο ύψος και στις προκλήσεις και απαιτήσεις των καιρών. Η ΔΕΠΑ επιλέγει να είναι υπεύθυνος εταιρικός πολίτης και αναπτύσσει τη στρατηγική της με γνώμονα το διάλογο και την αλληλεπίδραση με τους συμμετόχους της.

Η ΔΕΠΑ, η εταιρία που επένδυσε και συνετέλεσε στην έλευση του φυσικού αερίου στην Ελλάδα, επιλέγει να καθορίζει τη στρατηγική της λαμβάνοντας πάντα υπόψη τις αξίες και τις αρχές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η στρατηγική ΕΚΕ της εταιρίας κινείται γύρω από τους βασικούς άξονες της αγοράς, του περιβάλλοντος, του ανθρώπινου δυναμικού και της κοινωνίας. Οι παραπάνω άξονες έχουν σχηματιστεί με βάση το διεθνές πρότυπο GRI (Global Reporting Initiative), τις παγκόσμιες τάσεις της Εταιρικής Υπευθυνότητας, την ευρωπαϊκή οδηγία για την ΕΚΕ και τις 10 αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου των Ηνωμένων Εθνών (UN Global Compact). Σε αυτά τα πλαίσια, η ΔΕΠΑ στηρίζει το διαγωνισμό Young Business Talents, καθώς θεωρεί ότι ο διαγωνισμός προωθεί τη νεανική επιχειρηματικότητα η οποία αποτελεί έναν από τους άξονες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που είναι σημαντικοί για την εταιρία.

#### **Το MILKO από τη ΔΕΛΤΑ υποστηρικτής του Καινοτόμου Μαθητικού Διαγωνισμού ΥΒΤ.**

Στη ΔΕΛΤΑ, με σεβασμό στην κοινωνία που δραστηριοποιούμαστε, υλοποιούμε με συνέχεια και συνέπεια επί σειρά ετών, ένα ευρύ πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, στο οποίο περιλαμβάνονται ενέργειες που αφορούν στην εκπαίδευση και στους νέους γενικότερα.

Το MILKO, το αγαπημένο ποτό των νέων, έχει ταυτιστεί με τον τρόπο ζωής τους και τις υψηλές επιδόσεις που αγωνίζονται να πετύχουν. Τα μηνύματά του «ψηλά το κεφάλι» και «πίστεψέ το» αποτελούν πηγή έμπνευσης για τους νέους και έχουν σκοπό να τους παροτρύνουν στο να κυνηγούν τα όνειρά τους.



ΘΙΛΟΣΕΝΙΑ



ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ





Το MILKO έχει στηρίξει και εξακολουθεί να στηρίζει πολλές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και μαθητικούς διαγωνισμούς, πιστεύοντας στην αξία της μάθησης, αλλά και στην πολύτιμη εμπειρία και ωριμότητα που αποκτούν οι μαθητές μέσα από τους καινοτόμους διεθνείς διαγωνισμούς, όπως είναι και αυτός του Young Business Talents.

**Γνωρίστε την PRAXIS MMT ([www.praxismmt.com](http://www.praxismmt.com))**

Η PRAXIS MMT είναι μία από τις ηγετικές επιχειρήσεις παγκοσμίως στην ανάπτυξη προηγμένων προσομοιωτών και μεθοδολογιών εκπαίδευσης. Αναπτύσσει προσομοιωτές τρίτης γενιάς, που αναπαριστούν με πιστότητα τη λειτουργία των επιχειρήσεων σε αγορές με ανταγωνισμό. Η PRAXIS MMT είναι εξειδικευμένη στην υλοποίηση των πιο φημισμένων Business Games (επιχειρηματικών παιχνιδιών) σε διεθνές επίπεδο και προμηθεύει Σχολές Διοίκησης επιχειρήσεων, Πανεπιστήμια, αλλά και εταιρίες που θέλουν να αναπτύξουν τις επιχειρηματικές ικανότητες και δεξιότητες των στελεχών τους μέσα από ένα ρεαλιστικό, βιωματικό παιχνίδι που 'κτίζει' ταυτόχρονα την εταιρική ομάδα.



ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ

