



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

**Ανάπτυξη μιας τεχνολογικά υποστηριζόμενης
διδασκτικής προσέγγισης
ανάπτυξης δεξιοτήτων αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών
σε μαθητές Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης**

ΣΤΑΓΙΑΣ Ε. ΙΩΑΝΝΗΣ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2021

.....
Δρ. Στάγιας Ε. Ιωάννης

Στάγιας Ε. Ιωάννης, 2021
Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας εξ' ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς το συγγραφέα.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν το συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Πανεπιστημίου Πειραιώς.

Στην Κατιάννα

Επιβλέπων Μέλος ΔΕΠ

Συμεών Ρετάλης, Καθηγητής, Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων,
Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Μέλη Τριμελούς Επιτροπής

Δημήτριος Σάμψων, Καθηγητής, Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων,
Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Φωτεινή Παρασκευά, Καθηγήτρια, Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων,
Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής:

Συμεών Ρετάλης, Καθηγητής, Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων,
Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Δημήτριος Σάμψων, Καθηγητής, Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων,
Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Φωτεινή Παρασκευά, Καθηγήτρια, Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων,
Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Ιωάννης Ψαρομήλιγκος, Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής

Γεώργιος Κορρές, Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Γρηγόριος Χονδροκούκης, Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Πειραιώς
Κωνσταντίνος Μουρλάς, Αναπληρωτή Καθηγητή, Τμήμα Επικοινωνίας
και Μ.Μ.Ε., Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της διδακτορικής μου διατριβής, μετά από μια μακρά πορεία γνώσης και δημιουργικότητας, σκέφτομαι τους ανθρώπους που στάθηκαν δίπλα μου, καθένας με τον δικό του τρόπο, και θέλω να τους απευθύνω τις από καρδιάς ευχαριστίες μου.

Πρώτα θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα της διατριβής μου και μέντορά μου, Καθηγητή Συμεών Ρετάλη, για την εμπιστοσύνη που έδειξε στο πρόσωπό μου. Θα είμαι πάντα ευγνώμων γιατί με την αμέριστη υποστήριξη και την ενθάρρυνση, με τις πολύτιμες γνώσεις που μου παρείχε καθώς και με τη συνεχή καθοδήγηση και τα εύστοχα και χρήσιμα σχόλια και τις συμβουλές κατά τη διάρκεια της ερευνητικής μου πορείας επηρέασε την επιστημονική μου σκέψη. Ένας εξαιρετικός επιστήμονας και άνθρωπος, στον οποίο οφείλω την ακαδημαϊκή μου ιδιότητα.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες απευθύνω στον καθηγητή Δημήτριο Σάμσων και την καθηγήτρια Φωτεινή Παρασκευά, όχι μόνο για την καθοδήγηση αλλά και για τις πολύτιμες συμβουλές τους ως μελών της τριμελούς επιτροπής εποπτών, οι οποίες συνέβαλαν θετικά στην εξελικτική πορεία και την ολοκλήρωση της παρούσας διατριβής.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες απευθύνω στον Περιφερειακό Διευθυντή Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης Πελοποννήσου, στους Διευθυντές Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης Αργολίδας, Κορινθίας και Αρκαδίας, στους Διευθυντές και στους συναδέλφους εκπαιδευτικούς των Σχολικών Μονάδων και τέλος στους μαθητές που συμμετείχαν στην εφαρμογή των δυο μελετών περίπτωσης. Χωρίς την προθυμία τους και την υποστήριξή τους δεν θα ήταν δυνατή η ολοκλήρωση της έρευνας.

Ιδιαίτερα ευχαριστώ τους φίλους και συνεργάτες συναδέλφους εκπαιδευτικούς καθώς και τους συνεργάτες στο Πανεπιστήμιο Πειραιά, που με σημαντικές πράξεις έδειχναν την συμπαράστασή τους και μου έδιναν βοήθεια όποτε χρειαζόταν.

Τέλος, ευχαριστώ την οικογένειά μου για τη συνεχή υποστήριξη και συμπαράσταση που μου παρείχαν σε κάθε μου απόφαση όλο αυτό το διάστημα που ήμουν απορροφημένος διαβάζοντας και γράφοντας.

.

Ιωάννης Ε. Στάγιας

Φεβρουάριος 2021

Περίληψη

Η παρούσα διδακτορική διατριβή πραγματεύεται το ερευνητικό θέμα της δημιουργίας και αξιολόγησης μιας νέας, τεχνολογικά υποστηριζόμενης διδακτικής προσέγγισης για την ανάπτυξη δεξιοτήτων αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών σε μαθητές Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης.

Η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών είναι μια γνωστική διεργασία που περιλαμβάνει διακριτές διαδικασίες που ακολουθεί κάποιος προκειμένου να εντοπίσει και να αξιολογήσει μια συγκεκριμένη ιδέα ως ευκαιρία για να ξεκινήσει μια επιτυχή επιχείρηση. Πρόκειται για μια δεξιότητα που μπορεί να αναπτυχθεί όπως κάθε άλλη δεξιότητα και ο ιδανικός τρόπος για να επιτευχθεί αυτό είναι μέσω της επιχειρηματικής εκπαίδευσης (Ε.Ε.). Οι απαιτήσεις του ταχέως μεταβαλλόμενου οικονομικού περιβάλλοντος και οι ανάγκες της νέας γενιάς μαθητών διαμορφώνουν το πλαίσιο μέσα στο οποίο η Ε.Ε. καλείται να αναπτύξει σύγχρονες παιδαγωγικές προσεγγίσεις, με έμφαση στην εμπειρική μάθηση και την πρακτική άσκηση. Ένα πρόγραμμα Ε.Ε. στο γυμνάσιο και το λύκειο θα πρέπει να προάγει την ανάπτυξη δεξιοτήτων και συμπεριφορών, με την προσδοκία ότι, ανεξάρτητα από την επιλογή σταδιοδρομίας, οι απόφοιτοι θα τις εξελίσσουν, θα τις αξιολογούν και θα τις αξιοποιούν σε διαφορετικά πλαίσια - ως φοιτητές, εργαζόμενοι ή πολίτες - διαθέτοντας επιχειρηματικό πνεύμα που θα τους παρωθεί να αντιμετωπίζουν τις προκλήσεις ως ευκαιρίες.

Η διδακτική προσέγγιση Ε.Ε. που προτείνεται στη διατριβή (α) αξιοποιεί μέθοδο μέτρησης της επιχειρηματικής ετοιμότητας (readiness) μαθητών Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης για τη δημιουργία εναλλακτικών σεναρίων/ διαδρομών μάθησης, (β) περιλαμβάνει υποστηρικτικό μαθησιακό υλικό για τη βελτίωση του θεωρητικού υπόβαθρου των μαθητών σχετικά με την επιχειρηματικότητα, (γ) παρέχει καθοδηγούμενη πρακτική εξάσκηση αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών μέσω κριτικού αναστοχασμού, (δ) αξιοποιεί εκπαιδευτικές τεχνολογίες και (ε) συσχετίζει κάθε επιμέρους δραστηριότητά της με τα δύο διεθνή πλαίσια αναφοράς επιχειρηματικών ικανοτήτων Επιχειρείν EntreComp και National Content Standards for Entrepreneurship Education (NCSEE).

Η προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση σχεδιάστηκε για τη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση, διότι σε αυτό το στάδιο η Ε.Ε. δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται κυρίως ως μέθοδος εκμάθησης «πώς να ξεκινήσω μια επιχείρηση», που φαίνεται ότι δυσκολεύει

την πλειοψηφία των μαθητών. Η προτεινόμενη προσέγγιση εστιάζει στο πώς οι μαθητές θα αναπτύξουν σταδιακά αυτονομία και υπευθυνότητα (σύμφωνα με το EntreComp), ενώ κατακτούν τη βασική δεξιότητα της αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών παράλληλα με βασικές γνώσεις οικονομίας (σύμφωνα με το NCSEE) και ικανότητες όπως η επίλυση προβλήματος, η εκτίμηση κινδύνου, η δημιουργικότητα. Το αναμενόμενο αποτέλεσμα της Ε.Ε. σε αυτό το στάδιο είναι η παροχή κινήτρων και η ενδυνάμωση των μαθητών με επιχειρηματικό πνεύμα που μπορεί να τους βοηθήσει στη ζωή τους ανεξάρτητα από την πορεία της καριέρας τους.

Η ενορχήστρωση των μαθησιακών δραστηριοτήτων της προτεινόμενης διδακτικής προσέγγισης, μέσα σε ένα τεχνολογικά υποστηριζόμενο μαθησιακό περιβάλλον, παρέχει στους μαθητές τη δυνατότητα, με βάση την αναγνώριση της αρχικής ετοιμότητάς τους, να αποκτήσουν κατάλληλες γνώσεις και δεξιότητες, ώστε να πραγματοποιήσουν στη συνέχεια τέσσερις διακριτές ομάδες δραστηριοτήτων που αφορούν στην αξιολόγηση μιας συγκεκριμένης επιχειρηματικής ιδέας. Οι μαθητές συνδυάζουν έρευνα πεδίου με βιβλιογραφική μελέτη, και προβαίνουν σε ανίχνευση αναγκών και τάσεων της αγοράς σε ένα θεματικό πεδίο, εξετάζουν τις προτάσεις από πιθανούς ανταγωνιστές, αναλύουν στοιχεία σχετικά με την οικονομική βιωσιμότητα της επιχειρηματικής ιδέας και δημιουργούν το επιχειρηματικό της μοντέλο. Εφαρμόζοντας τις αρχές επίλυσης προβλήματος μέσα σε ένα περιβάλλον διερευνητικής και συνεργατικής μάθησης, οι μαθητές καλλιεργούν δεξιότητες αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών.

Η προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση αναπτύχθηκε και ολοκληρώθηκε μέσα από μια συνεχόμενη ερευνητική διαδικασία. Εφαρμόστηκαν δυο μελέτες περίπτωσης σε μεγάλο δείγμα κάθε φορά, σε αυθεντικά σχολικά περιβάλλοντα στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση. Με τις συστηματικές αξιολογήσεις των εφαρμογών αυτών διερευνήθηκε η μαθησιακή αποτελεσματικότητα και αποδεκτικότητα της προσέγγισης. Τα συμπεράσματα που προέκυψαν αξιοποιήθηκαν ώστε να γίνουν μεθοδολογικές βελτιώσεις. Στην τελική της μορφή αποτελεί μια νέα, ολοκληρωμένη, σύγχρονη διδακτική πρόταση Ε.Ε., διαθέσιμη για υλοποίηση σε πραγματικές εκπαιδευτικές συνθήκες, με στόχο την ανάπτυξη δεξιοτήτων αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών σε μαθητές Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης.

Λέξεις-Κλειδιά: αξιολόγηση επιχειρηματικών ιδεών, αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών, επιχειρηματική ετοιμότητα, διδακτική προσέγγιση, επιχειρηματική εκπαίδευση, εκπαιδευτικές τεχνολογίες

Abstract

The purpose of this thesis is to create and validate a new, technologically supported, didactic approach for the development of business opportunity recognition skills in Secondary Education students.

Business opportunity recognition is a cognitive process. It consists of distinct phases that someone follows, to identify and evaluate a particular idea as an opportunity to start a successful business. It is a skill that can be developed like any other skill and entrepreneurial education (E.E.) is the ideal means to achieve it. The demands of the rapidly changing economic environment and the needs of the new generation of students form the framework within which E.E. is called to develop modern pedagogical approaches, with emphasis on experiential learning and practice. An E.E. program for secondary school students should promote the development of skills and attitudes, expecting that regardless of career choice, graduates will develop, evaluate and use them in different contexts, as students, employees or citizens, gaining an entrepreneurial spirit that will enable them to face challenges as opportunities.

This thesis proposes a didactic approach to E.E. that (a) implements a method of measuring the entrepreneurial readiness of Secondary Education students, in order to create alternative scenarios / learning paths, (b) includes supportive learning material to close students' knowledge gaps on entrepreneurship (c) provides guided practice of business opportunity recognition through critical reflection; (d) is supported by educational technologies and (e) associates each of its individual activities with the two international frameworks of entrepreneurial competencies, EntreComp and NCSEE.

The proposed didactic approach is tailored for secondary education, since at this stage E.E. should not be solely viewed as how to start a business, which seems to be a challenging issue for the majority of school children. The approach focuses on how students develop increasing autonomy and responsibility (according EntreComp) while mastering the core entrepreneurial skill of business opportunity recognition, alongside with the basics of economy (according NCSEE) and competencies such as problem-solving, risk assessment, creativity. The special outcome of E.E. at this stage is

motivation and empowerment of students with an entrepreneurial mindset that can serve them regardless of career path.

The orchestration of the learning activities of the proposed didactic approach, in a technologically supported learning environment, enables the students of secondary education, according to their identified initial readiness, to acquire the needed knowledge and skills in order to perform subsequently four distinct groups of activities related to a given business idea. Students combine field research and bibliographic study to detect market needs and trends in a thematic field, investigate about potential competitors, analyze data on the financial viability of the business idea and create its business model. By applying problem-solving principles in an inquiry-based and collaborative learning environment, students develop business opportunity recognition skills.

The proposed didactic approach was implemented in two pilot studies, in a large sample of students, in authentic school environments of Secondary Education. Systematic evaluation was conducted after each implementation, in order to investigate the learning effectiveness and acceptability of the approach. The findings served to make methodological improvements to the didactic approach. Its final form now constitutes a new, modern, complete, validated didactic proposal, available for implementation in real educational settings, aiming at developing business opportunity recognition skills of Secondary Education students.

Keywords: business ideas evaluation, business opportunity recognition, entrepreneurial readiness, didactic approach, entrepreneurial education, educational technologies

Περιεχόμενα

Πίνακας περιεχομένων

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	9
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	10
ABSTRACT	12
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	16
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	18
1.1 Η ΑΝΑΓΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΤΑ ΣΧΟΛΕΙΑ.....	18
1.2 ΚΥΡΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΤΑ ΣΧΟΛΕΙΑ	20
1.3 Η ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ.....	23
1.4 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ	24
1.5 ΣΥΜΒΟΛΗ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ	28
1.6 ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ - ΠΛΑΙΣΙΑ	31
2.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ.....	31
2.2 ΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ NATIONAL CONTENT STANDARDS FOR ENTREPRENEURSHIP EDUCATION (NCSEE) ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ENTRECOMP	34
2.2.1 EntreComp	34
2.2.2. NCSEE.....	38
2.3 Η ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ.....	43
2.4 Η ΔΕΞΙΟΤΗΤΑ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ	45
2.5 ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΖΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑ	46
2.6 ΤΙ ΕΠΕΤΑΙ.....	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Η ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΣΧΟΛΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	52
3.1 Η ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΜΑΘΗΤΩΝ ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ ΚΑΙ ΛΥΚΕΙΟΥ.....	52
3.2 ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΩΝ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΩΝ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΕΕ	56
3.2.1 Διαλέξεις.....	61
3.2.2 Μεταφορά τεχνογνωσίας από έμπειρους επιχειρηματίες.....	61
3.2.3 Ψηφιακά παιχνίδια επιχειρηματικής προσομοίωσης.....	62
3.2.4 Σχεδίαση και λειτουργία μαθητικών επιχειρήσεων.....	63
3.2.5 Σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου	63
3.2.5 Αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών	64
3.3 ΑΝΟΙΧΤΑ ΘΕΜΑΤΑ ΣΤΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΣΧΟΛΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	65
3.4 Η ΑΝΑΓΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ.....	69
3.5 ΤΙ ΕΠΕΤΑΙ.....	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 Η ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΙΔΕΩΝ ΚΑΙ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ	72
4.1 ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ.....	72
4.2 ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ – ΜΑΘΗΤΙΚΟ ΚΟΙΝΟ.....	73
4.3 ΕΝΟΡΧΗΣΤΡΩΣΗ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ	74
4.3.1 Φάση 0: Προκαταρκτικές ενέργειες.....	77
4.3.2 Φάση 1: Ανίχνευση των αναγκών και των τάσεων της αγοράς	81
4.3.3 Φάση 2: Σύγκριση με τον ανταγωνισμό.....	85
4.3.4 Φάση 3: Ανάλυση Μοντέλου Εσόδων - Εξόδων	89
4.3.5 Φάση 4: Ανάλυση δεδομένων και επιχειρηματικό μοντέλο.....	92
4.3.6 Φάση 5: Παρουσίαση Αποτελεσμάτων – Αξιολόγηση	94

4.4 ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΜΟΝΟΠΑΤΙΑ.....	97
4.5 ΜΑΘΗΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΜΕ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ.....	101
4.6 ΆΛΛΑ ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ (ΛΟΓΙΣΜΙΚΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ).....	103
4.7 ΠΟΡΟΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ.....	108
4.8 ΡΟΛΟΣ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΩΝ ΣΤΗ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ.....	109
4.9 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ.....	111
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ – ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ (CASE STUDIES)	116
5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	116
5.2 Η ΕΞΕΛΙΚΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΜΕΣΩ ΕΠΑΝΕΛΙΑΗΜΜΕΝΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΕΩΝ	118
5.3 ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ Ι.....	120
5.3.1 Στόχοι εφαρμογής της μελέτης περίπτωσης Ι	120
5.3.2 Αξιολόγηση μελέτης περίπτωσης Ι	121
5.4. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΙΙ.....	137
5.4.1. Στόχοι εφαρμογής της μελέτης περίπτωσης ΙΙ	137
5.4.2. Αξιολόγηση μελέτης περίπτωσης ΙΙ.....	139
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.....	159
6.1 ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ	159
6.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	166
6.3 ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΠΛΑΝΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	170
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	172
ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	187
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	188
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 - ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΤΑ BLOOM	188
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟ-ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ, ΜΕΤΑ-ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ.....	193
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3 - ΡΟΥΜΠΡΙΚΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ	200
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4 - ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΦΑΣΗΣ 0.....	202
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5 - ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΦΑΣΗΣ 1 - Α ΜΕΡΟΥΣ	206
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 6 - ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΦΑΣΗΣ 1 - Β ΜΕΡΟΥΣ.....	212
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 7 - ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΦΑΣΗΣ 2 - Α ΜΕΡΟΥΣ	222
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 8 - ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΦΑΣΗΣ 2 - Β ΜΕΡΟΥΣ.....	224
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 9 - ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΦΑΣΗΣ 3 - Α ΜΕΡΟΥΣ	234
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 10 - ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΦΑΣΗΣ 3 - Β ΜΕΡΟΥΣ.....	239
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 11 - ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΦΑΣΗΣ 4 - Α ΜΕΡΟΥΣ.....	244
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 12 - ΦΥΛΛΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΦΑΣΗΣ 4 - Β ΜΕΡΟΥΣ.....	249
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 13 - ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΜΕ NCSEE & ENTRECOMP	254
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 14 - ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ Α & Β ΜΕΡΟΥΣ ΜΕ ENTRECOMP.....	262
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 15 - THE NATIONAL CONTENT STANDARDS FOR ENTREPRENEURSHIP EDUCATION - SUMMARY ENTREPRENEURIAL SKILLS	264

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1 Το Ευρωπαϊκό πλαίσιο αναφοράς Ικανότητας του Επιχειρείν EntreComp	35
Πίνακας 2 Δείκτες που σχετίζονται με την Αναγνώριση Επιχειρηματικών Ευκαιριών στο Ευρωπαϊκό πλαίσιο αναφοράς EntreComp	37
Πίνακας 3 Το πλαίσιο αναφοράς National Content Standards for Entrepreneurship Education (NCSEE)	39
Πίνακας 4 Η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών στο πλαίσιο NCSEE	41
Πίνακας 5 Δείκτες απόδοσης επιχειρηματικών ικανοτήτων	42
Πίνακας 6 Συσχέτιση δεικτών αξιολόγησης της ικανότητας αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών των NCSEE & EntreComp με τα χαρακτηριστικά επιχειρηματικής ευκαιρίας	43
Πίνακας 7 Στόχοι εκπαίδευσης στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών	45
Πίνακας 8 Φάση 0: Εισαγωγή	77
Πίνακας 9 Φάση 0: Εισαγωγή	79
Πίνακας 10 Φάση 1: Έρευνα Αγοράς – Πελάτες (Μέρος Α)	81
Πίνακας 11 Φάση 1: Έρευνα Αγοράς – Πελάτες (Μέρος Β)	84
Πίνακας 12 Φάση 2: Έρευνα Αγοράς – Ανταγωνιστές (Μέρος Α)	85
Πίνακας 13 Φάση 2: Έρευνα Αγοράς – Ανταγωνιστές (Μέρος Β)	87
Πίνακας 14 Φάση 3: Έρευνα Αγοράς – Οικονομική Βιωσιμότητα (Μέρος Α)	89
Πίνακας 15 Φάση 3: Έρευνα Αγοράς – Οικονομική Βιωσιμότητα (Μέρος Β)	91
Πίνακας 16 Φάση 4: Επιχειρηματικό Μοντέλο (Μέρος Α)	92
Πίνακας 17 Φάση 4: Επιχειρηματικό Μοντέλο (Μέρος Β)	93
Πίνακας 18 Φάση 5: Αξιολόγηση	94
Πίνακας 19 Χρονοδιάγραμμα και Παραδοτέα	111
Πίνακας 20 Βαθμός συμφωνίας ανάμεσα στον εκπαιδευτικό και το μαθητή (αξιολόγηση τελικού παραδοτέου)	132
Πίνακας 21 Βαθμός συμφωνίας σε επιλεγμένα κριτήρια	133
Πίνακας 22 Επίδοση μαθητών στο ερωτηματολόγιο επιχειρηματικής ετοιμότητας	147
Πίνακας 23 Ομάδες με βάση την επίδοση	147
Πίνακας 24 Συμφωνία μεταξύ βαθμολογιών εκπαιδευτικών και μαθητών	152
Πίνακας 25 Βαθμός συμφωνίας σε επιλεγμένα κριτήρια	153
Πίνακας 26 Αριθμός μαθητών ανάλογα με την επιχειρηματική ετοιμότητα πριν και μετά την παρέμβαση	153
Πίνακας 27 Χαρτογράφηση κατά EntreComp της 1ης εφαρμογής	161
Πίνακας 28 Χαρτογράφηση κατά NCSEE	162
Πίνακας 29 Χαρτογράφηση κατά EntreComp της 2ης εφαρμογής	163
Πίνακας 30 Χαρτογράφηση του ερωτηματολογίου ανίχνευσης ετοιμότητας αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών ως προς τα δύο πλαίσια αναφοράς	164

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1 Πορεία υλοποίησης της έρευνας	25
Εικόνα 2 Ορισμοί της έννοιας “δεξιότητα”	32
Εικόνα 3 Στοιχεία επιχειρηματικών δεξιοτήτων	32
Εικόνα 4 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική ετοιμότητα	48
Εικόνα 5 Η επιχειρηματική ετοιμότητα αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών	50
Εικόνα 6 Λόγοι που καθιστούν σχετική και σημαντική την Επιχειρηματική Εκπαίδευση	54
Εικόνα 7 Προσεγγίσεις διδασκαλίας Επιχειρηματικής Εκπαίδευσης	57
Εικόνα 8 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή εκπαιδευτικής προσέγγισης κατά Bloom	59
Εικόνα 9 Προσεγγίσεις επιχειρηματικής εκπαίδευσης μαθητών γυμνασίου και λυκείου	59
Εικόνα 10 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα προσεγγίσεων επιχειρηματικής εκπαίδευσης μαθητών γυμνασίου και λυκείου	60
Εικόνα 11 Μαθησιακά αποτελέσματα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στην πρωτοβάθμια και υποχρεωτική δευτεροβάθμια εκπαίδευση (Γυμνάσιο), 2014/15	67
Εικόνα 12 Μαθησιακά αποτελέσματα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση (Λύκειο) και Αρχική Επαγγελματική Εκπαίδευση, 2014/15	68
Εικόνα 13 Πλαίσιο διδακτικής προσέγγισης αξιολόγησης ιδεών και αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών	75
Εικόνα 14 Δημιουργία ομάδων	76
Εικόνα 15 Αυτόνομο σενάριο υλοποίησης	98
Εικόνα 16 Ημιαυτόνομο σενάριο υλοποίησης	99
Εικόνα 17 Καθοδηγούμενο σενάριο υλοποίησης	100
Εικόνα 18 Τα δομικά στοιχεία της τεχνολογικά υποστηριζόμενης διδακτικής προσέγγισης ΕΕ	102
Εικόνα 19 Οι μαθησιακοί πόροι της προσέγγισης οργανωμένες σε πλατφόρμα ασύγχρονης μάθησης	102
Εικόνα 20 Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου σε περιβάλλον Stormboard	104
Εικόνα 21 Καταγραφή απαντήσεων στο Canva	105
Εικόνα 22 Δημιουργία comic στο Storyboardthat	106
Εικόνα 23 Εφαρμογή υπολογισμού κόστους παραγωγής προϊόντων	106
Εικόνα 24 Εφαρμογή υπολογισμού δόσης δανείου	107
Εικόνα 25 Διαδικτυακή εφαρμογή δημιουργίας διαδραστικού βίντεο Edpuzzle	108
Εικόνα 26 Πλαίσιο αξιολόγησης εφαρμογής της προτεινόμενης προσέγγισης	117
Εικόνα 27 Ευρήματα πρώτης εφαρμογής της προτεινόμενης προσέγγισης	118
Εικόνα 28 Πλαίσιο αξιολόγησης της εφαρμογής της προτεινόμενης προσέγγισης στην μελέτη περίπτωσης Ι.	122
Εικόνα 29 Πηγές πληροφόρησης, εργαλεία και μέθοδοι επεξεργασίας	124
Εικόνα 30 Χρονοδιάγραμμα εφαρμογής της μελέτης περίπτωσης Ι	127
Εικόνα 31 Αξιολόγηση τελικών παραδοτέων (βαθμολογία %)	131
Εικόνα 32 Αξιολόγηση τελικών παραδοτέων σε κάθε κριτήριο	131
Εικόνα 33 Στάσεις παιδιών σχετικά με την προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση ΕΕ	134
Εικόνα 34 Προτιμήσεις των μαθητών για τις επιμέρους δραστηριότητες της εργασίας και την πληρέστερη απάντηση	135
Εικόνα 35 Πλαίσιο αξιολόγησης της εφαρμογής της προτεινόμενης προσέγγισης στην μελέτη περίπτωσης ΙΙ.	140
Εικόνα 36 Πηγές πληροφόρησης, εργαλεία και μέθοδοι επεξεργασίας	144
Εικόνα 37 Χρονοδιάγραμμα εφαρμογής της μελέτης περίπτωσης ΙΙ	146
Εικόνα 38 Αξιολόγηση τελικών παραδοτέων σε κάθε κριτήριο	150
Εικόνα 39 Αξιολόγηση τελικών παραδοτέων (βαθμολογία %)	151
Εικόνα 40 Απόψεις των μαθητών για την προτεινόμενη προσέγγιση	155
Εικόνα 41 Προτιμήσεις των μαθητών για τις επιμέρους δραστηριότητες της εργασίας και την πληρέστερη απάντηση	156

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Εισαγωγή

Κύρια αντικείμενα κεφαλαίου

- Η ανάγκη επιχειρηματικής εκπαίδευσης στα σχολεία
- Κύρια θέματα έρευνας για την Ε.Ε. στα σχολεία
- Η προτεινόμενη προσέγγιση
- Ερευνητική πορεία της διατριβής
- Συμβολή και καινοτόμα στοιχεία της διδακτορικής διατριβής
- Διάρθρωση της διατριβής

1.1 Η ανάγκη επιχειρηματικής εκπαίδευσης στα σχολεία

Στη σύγχρονη και διαρκώς εξελισσόμενη κοινωνία, όπου τα επιτεύγματα της τεχνολογίας και οι καινοτομίες διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη, η υποστήριξη της επιχειρηματικότητας δεν ήταν ποτέ πιο σημαντική από ό, τι είναι τώρα. Έτσι, η επένδυση στην Ε.Ε. είναι μία από τις υψηλότερες προτεραιότητες που έχουν τα σύγχρονα εκπαιδευτικά συστήματα. Η ενίσχυση της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στα σχολεία, στα πανεπιστήμια, κλπ φαίνεται να έχει θετικό αντίκτυπο στον επιχειρηματικό δυναμισμό των οικονομιών σε διάφορες χώρες. Ιδιαίτερα σε περιόδους κρίσεων, είναι ζωτικής σημασίας, για την επανεκκίνηση και την ανάκαμψη της οικονομίας, να υπάρχουν κατάλληλα καταρτισμένα άτομα που να διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να εντοπίζουν και να αξιολογούν γρήγορα τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που οι ίδιες οι περιστάσεις αποκαλύπτουν, και να τις μετασχηματίζουν σε βιώσιμες επιχειρήσεις, παρέχοντας στους πολίτες μια ενδυναμωμένη και ασφαλή κοινωνία (Terziev et al, 2020; Bacq et al, 2020).

Με τον όρο «επιχειρηματικότητα» αναφερόμαστε στο πεδίο που, μεταξύ άλλων, μελετά τις πηγές και τις διαδικασίες εντοπισμού και αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών μέσω της αξιολόγησης ιδεών από άτομα που διαθέτουν τις κατάλληλες ικανότητες, οι οποίες αποτελούν χαρακτηριστικά γνωρίσματα του επιχειρηματία (Kuckertz et al., 2017; Shane & Venkataraman, 2000).

Επίσης αναφερόμαστε σε μια μαθησιακή διαδικασία που έχει στόχο να βοηθήσει τους ανθρώπους να αποκτήσουν γνώσεις και να αναπτύξουν δεξιότητες και στάσεις που

είναι απαραίτητες για την επίτευξη των στόχων που θέτουν για τον εαυτό τους, για την κοινωνία και το περιβάλλον. Παρόλο που οι απαιτήσεις για κάποιες από τις βασικές ικανότητες στην ανάπτυξη των οποίων στοχεύει η εκπαίδευση, παραμένουν σταθερές, οι ραγδαίες εξελίξεις και αλλαγές στην τεχνολογία, στις επιχειρηματικές συνθήκες, στην αγορά εργασίας και το διεθνοποιημένο περιβάλλον απασχόλησης, καθώς και σε άλλους εξωτερικούς παράγοντες, απαιτούν μια δυναμική Ε.Ε. (European Union, 2018; Lindner, 2020). Καθίσταται έτσι αναγκαία η εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού με επιχειρηματική νοοτροπία, με σκοπό την αξιοποίηση των αναδυόμενων ευκαιριών και την αντιμετώπιση των προκλήσεων. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο οι ικανότητες και τα μαθησιακά αποτελέσματα σε πλαίσιο επιχειρηματικής εκπαίδευσης, όπως το EntreComp της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και το National Content Standards for Entrepreneurship Education, είναι τόσο σημαντικά. Ενσωματώνουν με σαφή τρόπο γνώσεις, δεξιότητες και χαρακτηριστικά, όπως αυτογνωσία και αυτο-αποτελεσματικότητα, σχεδιασμό και επιμονή, αντιμετώπιση της αβεβαιότητας, οικονομικό γραμματισμό και ηθική σκέψη, προάγοντας την επιχειρηματική νοοτροπία. Οι επιχειρηματικές ικανότητες μπορούν να εφαρμοστούν από τους πολίτες σε όλους τους τομείς της ζωής, από την καλλιέργεια της προσωπικής τους ανάπτυξης έως την ενεργό συμμετοχή στην κοινωνία, την είσοδό τους στην αγορά εργασίας ως μισθωτών ή ως αυτοαπασχολούμενων, και στην έναρξη κοινωνικών ή εμπορικών επιχειρήσεων. Η ανάπτυξη μιας ισχυρής επιχειρηματικής κουλτούρας μπορεί να μεγιστοποιήσει την - ατομική και συλλογική - οικονομική και κοινωνική επιτυχία σε τοπική, εθνική και παγκόσμια κλίμακα.

Ως εκ τούτου η ένταξη της Ε.Ε. σε όλες τις βαθμίδες του εκπαιδευτικού συστήματος είναι επιτακτική ανάγκη που απαιτεί την ύπαρξη μιας ευέλικτης, ελκυστικής και εξελικτικής διαδικασίας για τους μαθητές, που θα ξεκινάει από την προσχολική αγωγή και θα καταλήγει στην τριτοβάθμια εκπαίδευση (Lindberg et al., 2017; Eurydice, 2016; Lackéus, 2015). Το περιεχόμενό της θα πρέπει να προσαρμόζεται στις προκλήσεις που δημιουργεί η ταχέως μεταβαλλόμενη παγκόσμια οικονομία και να είναι κατάλληλο για το ηλικιακό φάσμα στο οποίο απευθύνεται, συμβάλλοντας αποτελεσματικά στη προσπάθεια διαμόρφωσης δημιουργικών και καινοτόμων μελλοντικών επιχειρηματιών (Lepuschitz et al., 2018).

Τα τελευταία χρόνια γίνονται προσπάθειες προσαρμογής των εκπαιδευτικών συστημάτων στις νέες προκλήσεις ενσωματώνοντας διδακτικές προσεγγίσεις Ε.Ε. στα

προγράμματά τους. Σε αρκετές χώρες προσφέρονται ευκαιρίες επαφής-αλληλεπίδρασης με την επιχειρηματικότητα στους μαθητές Γυμνασίου και Λυκείου. Η επιχειρηματικότητα ενσωματώνεται σε υφιστάμενα μαθήματα του προγράμματος σπουδών ή ενθαρρύνονται οι μαθητές να συμμετέχουν σε διαγωνισμούς νεανικής επιχειρηματικότητας δημιουργώντας εικονικές επιχειρήσεις. Ακόμη και σε αυτές τις περιπτώσεις όμως, επισημαίνεται ότι οι απόφοιτοι δεν διαθέτουν τις κατάλληλες γνώσεις, δεξιότητες και την καινοτόμο σκέψη για να αντιμετωπίσουν στη συνέχεια τις απαιτήσεις είτε ως φοιτητές είτε ως εργαζόμενοι.

Η Ε.Ε. στο Γυμνάσιο και το Λύκειο αρχικά θα πρέπει να βοηθά τους μαθητές από όλα τα κοινωνικοοικονομικά υπόβαθρα να σκέφτονται “έξω από το κουτί” (think out of the box) και στη συνέχεια να καλλιεργούν μη συμβατικά talέντα και κρίσιμες δεξιότητες ζωής, όπως:

- πώς να συνεργάζονται και να αλληλεπιδρούν με τους άλλους στο πλαίσιο της ομαδικής εργασίας,
- πώς να εντοπίζουν και να προσπαθούν να λύσουν σύνθετα πραγματικά προβλήματα, που δεν έχουν μια συγκεκριμένη λύση, αξιολογώντας ιδέες και εντοπίζοντας επιχειρηματικές ευκαιρίες,
- πώς να συγκεντρώνουν και να αναλύουν δεδομένα,
- πώς να αξιοποιούν τις δυνατότητες των νέων τεχνολογιών ως μέσων υποστήριξης της διαδικασίας αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών,
- πώς να τεκμηριώνουν τις απόψεις τους και να οργανώνουν αποτελεσματικές παρουσιάσεις,
- πώς να χρησιμοποιούν την περιέργεια και τη δημιουργικότητα για να βρίσκουν λύσεις σε δύσκολα προβλήματα.

1.2 Κύρια θέματα έρευνας για την επιχειρηματική εκπαίδευση στα σχολεία

Αρκετοί ερευνητές υποστηρίζουν ότι κάθε προσπάθεια Ε.Ε. που βασίζεται στις παραδοσιακές δασκαλο-κεντρικές παιδαγωγικές προσεγγίσεις, δεν μπορεί πλέον να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις του σύγχρονου και ταχέως μεταβαλλόμενου επιχειρηματικού περιβάλλοντος αλλά και τις ανάγκες της νέας γενιάς μαθητών της

Γενιάς Z [Generation Z also known as Post-Millennials or iGeneration] (Higgins et al., 2019; Olokundun et al., 2018). Η νέα αντίληψη που κυριαρχεί, δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη σημασία της πρακτικής άσκησης (practice/hands-on activities) και της εμπειρικής μάθησης (experiential learning) που απουσιάζει γενικά από την Ε.Ε. αλλά ιδιαίτερα από τα προγράμματα που αφορούν μαθητές γυμνασίου και λυκείου. (Higgins et al., 2019; Mavljutova et al., 2019; Ahmad et al., 2018).

Εκτεταμένη επισκόπηση της βιβλιογραφίας σχετικά με την Ε.Ε. έδειξε ότι για το ηλικιακό φάσμα 12 - 18 ετών όλες οι ερευνητικές προσπάθειες πραγματεύονται ζητήματα όπως:

- η επίδραση της Ε.Ε στην αποτελεσματικότητα και την επιχειρηματική ετοιμότητα των μαθητών,
- οι πρακτικές ενίσχυσης επιχειρηματικών ικανοτήτων,
- η επίδραση της Ε.Ε στην μακροχρόνια επιχειρηματική απόδοση,
- η σημασία της αναγνώρισης ευκαιριών στην επαγγελματική εκπαίδευση,
- η αναγκαιότητα εισαγωγής της επιχειρηματικότητας ως δεξιότητα στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση και
- η ανάπτυξη επιχειρηματικής συμπεριφοράς.

(Ho et al., 2018; Lepuschitz et al., 2018; Elert et al., 2018; Kreuzer et al., 2018; Ovcharuk, 2017; Rachwał et al., 2016; Kirkley, 2017).

Αν και είναι ευρέως αποδεκτό και κυρίως από τα πλαίσια αναφοράς επιχειρηματικών δεξιοτήτων EntreComp και National Content Standards for Entrepreneurship Education, ότι ο εντοπισμός ευκαιριών είναι η αφετηρία κάθε επιχειρηματικής προσπάθειας, σπάνια δίνεται έμφαση στην εξάσκηση των εκπαιδευόμενων στη διαδικασία αναγνώρισής τους, και η ανάπτυξη της συγκεκριμένης δεξιότητας δεν αποτελεί διακριτό μέρος των προγραμμάτων Ε.Ε. (Kreuzer & Weber, 2018; Abuzhuri, & Bint Hashim, 2017; Bint Hashim & Abuzhuri, 2017; Nab & Pilot, 2010). Μέχρι αυτή τη στιγμή γίνεται έμμεσα, κατά τη διαδικασία συγγραφής επιχειρηματικού πλάνου, όταν οι μαθητές στην προσπάθειά τους να δημιουργήσουν εικονικές επιχειρήσεις, βρίσκουν επιχειρηματικές ιδέες, εξερευνούν τις δυνατότητές τους στην αγορά αλλά και μελετούν την οικονομική βιωσιμότητά τους (Mueller & Anderson 2014; Nab & Pilot,

2010). Για αυτό το λόγο σε πολλές έρευνες γίνονται αναφορές στις προκλήσεις που συναντούν και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι εκπαιδευτικοί στην προσπάθεια τους να ενισχύσουν τη δεξιότητα αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών των μαθητών τους (Higgins et al., 2019; Karimi et al., 2016; Nab & Pilot, 2010). Αντίστοιχα, ο αριθμός των εκπαιδευτικών προσεγγίσεων που δίνουν έμφαση στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών, είναι πολύ περιορισμένος και τις περισσότερες φορές γίνεται έμμεσα κατά τη σύνταξη του επιχειρηματικού πλάνου μιας ιδέας. Στις ελάχιστες δημοσιεύσεις που υπάρχουν δύσκολα προσδιορίζεται το παιδαγωγικό μοντέλο και η ενορχήστρωση των μαθησιακών δραστηριοτήτων (DeTienne & Chandler, 2004; Saks & Gaglio, 2002; Kickul, 2006).

Εντοπίζεται, ακόμα έλλειμμα σε έρευνες για εκπαιδευτικές μεθόδους και διδακτικές τεχνικές ανάπτυξης της ικανότητας αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών, ιδιαίτερα σε μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, που να λαμβάνουν υπόψη τις ιδιαιτερότητες και τους περιορισμούς της σχολικής εκπαίδευσης και να έχουν εφαρμοστεί με επιτυχία στη σχολική πράξη (Kuckertz et al., 2017). Δηλαδή, απουσιάζουν έρευνες που να αξιολογούν την επίδραση της εκπαίδευσης στη δημιουργικότητα και στην ικανότητα των μαθητών να αξιολογούν και να επιλέγουν μια κατάλληλη και εφαρμόσιμη ιδέα, που έχει τις προϋποθέσεις να εξελιχθεί σε επιχειρηματική ευκαιρία (Higgins et al., 2019). Για να καλυφθεί το κενό, απαιτείται να δημιουργηθούν επικυρωμένες εκπαιδευτικές μέθοδοι για το συγκεκριμένο ηλικιακό φάσμα, που να μην περιορίζονται μόνο στη μετάδοση θεωρητικών γνώσεων καλύπτοντας πιθανό κενό προηγούμενης γνώσης (Grecu & Denes, 2017; Eurydice, 2016), αλλά να περιλαμβάνουν και πρακτική εξάσκηση (Deale, 2016). Έτσι, οι μαθητές αποκτώντας γνώσεις, δεξιότητες και αυτοεκτίμηση θα είναι ικανοί να εντοπίζουν και να αναγνωρίζουν επιχειρηματικές ευκαιρίες αξιολογώντας ιδέες ώστε στο μέλλον να μπορούν να ανταποκριθούν στις προκλήσεις, είτε ως φοιτητές είτε ως επιχειρηματίες (Lindberg et al. 2017; George et al. 2016).

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, τα τελευταία χρόνια υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον ένταξης της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στο πρόγραμμα σπουδών Γυμνασίου και Λυκείου. Έτσι γίνεται προσπάθεια να δημιουργηθούν μαθήματα στο συγκεκριμένο τομέα με αποτελεσματικές ακολουθίες μαθησιακών δραστηριοτήτων για την υλοποίηση συγκεκριμένων στόχων κατάλληλων για το ηλικιακό φάσμα 12-17 ετών. Η Ε.Ε. παρουσιάζει βελτίωση σε ότι αφορά τα χρησιμοποιούμενα μοντέλα διδασκαλίας, τις

θεωρίες μάθησης και τα μαθησιακά περιβάλλοντα (Mwasalwiba; 2010). Ωστόσο ανοιχτό θέμα συζήτησης παραμένει ο αντίκτυπος της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στη βελτίωση των επιχειρηματικών δεξιοτήτων των μαθητών (Lima et al., 2015). Κατά συνέπεια παραμένει ανοιχτό και το ερώτημα του “πώς μπορούν οι εκπαιδευτικοί να ενδυναμώνουν την προθυμία και το ενδιαφέρον των μαθητών για καλλιέργεια επιχειρηματικών δεξιοτήτων”. Οι Bai et al. (2016) υποστηρίζουν ότι οι Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνίας (ΤΠΕ) μπορούν να βοηθήσουν τους εκπαιδευτικούς, να προωθήσουν τη μάθηση και να βελτιώσουν τα μαθησιακά αποτελέσματα των μαθητών γυμνασίου και λυκείου.

1.3 Η προτεινόμενη προσέγγιση

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανοικτά θέματα στη βελτίωση της διαδικασίας Ε.Ε. στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, δημιουργήθηκε μια τεχνολογικά υποστηριζόμενη διδακτική προσέγγιση Ε.Ε. που εφαρμόζει τις αρχές επίλυσης προβλήματος μέσα σε ένα περιβάλλον διερευνητικής και ομαδοσυνεργατικής μάθησης, αξιοποιώντας το μαθησιακό υλικό και το θεωρητικό υπόβαθρο των μαθητών σχετικά με την επιχειρηματικότητα.

Σημαντική πρωτοτυπία ως προς τον σχεδιασμό της προτεινόμενης προσέγγισης αποτελεί η συσχέτιση της φύσης κάθε επιμέρους δραστηριότητάς της με τα δύο διεθνή πλαίσια αναφοράς επιχειρηματικών ικανοτήτων EntreComp και NCSEE.

Έτσι, η προτεινόμενη προσέγγιση δίνει έμφαση:

- I. στη βελτίωση του θεωρητικού υπόβαθρου των μαθητών σχετικά με την επιχειρηματικότητα δίνοντας έμφαση στην αξία: α) της καινοτομικής ιδέας, β) της πολυδιάστατης έννοιας της επιχειρηματικής ευκαιρίας και γ) της μελέτης σκοπιμότητας και των επιμέρους σταδίων της για την αξιολόγηση μιας ιδέας ,
- II. στην καθοδηγούμενη πρακτική εξάσκηση αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών μέσω του κριτικού αναστοχασμού,
- III. στη σε βάθος ανάλυση επιχειρηματικών ιδεών που δίνονται σε μορφή παρουσίασης επιχειρηματικού σχεδίου (business plan slides deck).

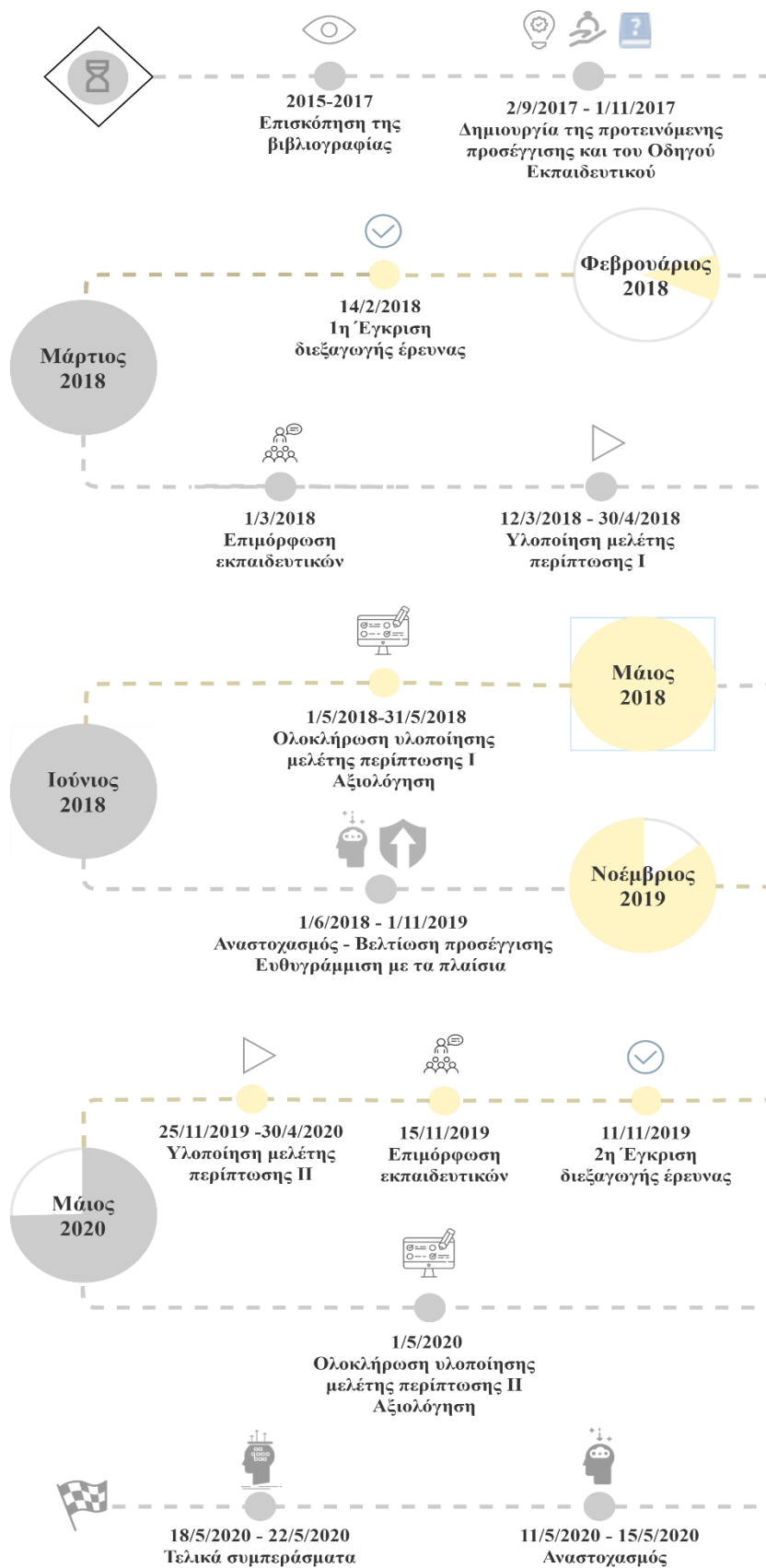
Πιο συγκεκριμένα, οι μαθητές, με βάση τις γνώσεις και δεξιότητες που διαθέτουν ή που αποκτούν αρχικά αν διαπιστωθεί ανάγκη, πραγματοποιούν τέσσερις διακριτές

δραστηριότητες πάνω σε μία επιχειρηματική ιδέα που τους δίνεται, οι οποίες συνδυάζουν έρευνα πεδίου με βιβλιογραφική μελέτη, και προβαίνουν σε ανίχνευση αναγκών και τάσεων της αγοράς σε ένα θεματικό πεδίο, εξετάζουν τις προτάσεις από πιθανούς ανταγωνιστές, αναλύουν στοιχεία σχετικά με την οικονομική βιωσιμότητα της επιχειρηματικής ιδέας και δημιουργούν το επιχειρηματικό της μοντέλο. Στο τέλος παρουσιάζουν τα πορίσματα της έρευνάς τους σε ένα έγγραφο τεκμηρίωσης, ενώ παράλληλα συμπληρώνουν την ημιτελή παρουσίαση του επιχειρηματικού σχεδίου της προτεινόμενης ιδέας.

1.4 Ερευνητική πορεία της διατριβής

Τα βήματα που ακολουθήθηκαν κατά τη διάρκεια της έρευνας (Εικόνα 1) περιλάμβαναν:

- Αναλυτική μελέτη της βιβλιογραφίας, δίνοντας βάρος στις μελέτες σχετικά με Ε.Ε. μαθητών γυμνασίου και λυκείου που δεν περιορίζονται στη μετάδοση θεωρητικών γνώσεων αλλά στην καλλιέργεια επιχειρηματικής κουλτούρας και ιδιαίτερα δεξιοτήτων αξιολόγησης ιδεών και αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών.
- Σχεδίαση της αρχικής διδακτικής προσέγγισης, στόχος της οποίας ήταν οι μαθητές να αναπτύξουν δεξιότητες μέσα από σειρά δραστηριοτήτων που συνδυάζουν έρευνα πεδίου με βιβλιογραφική μελέτη, και προβαίνουν σε αξιολόγηση μιας προτεινόμενης επιχειρηματικής ιδέας ερευνώντας την αγορά, τον ανταγωνισμό και την οικονομική βιωσιμότητά της.
- Δημιουργία ενός βιβλίου οδηγού για εκπαιδευτικούς που επιθυμούν να χρησιμοποιήσουν τη συγκεκριμένη προσέγγιση στις τάξεις τους με τα προτεινόμενα σενάρια, τα φύλλα εργασίας και τη ρουμπρίκα διαβαθμισμένων κριτηρίων για την αξιολόγησή τους.
- Έγκριση της πρώτης έρευνας από το Ινστιτούτο Εκπαιδευτικής Πολιτικής του Υπουργείου Παιδείας Έρευνας και Θρησκευμάτων.
- Επιμόρφωση των εκπαιδευτικών που συμμετείχαν στην εφαρμογή της πρώτης μελέτης περίπτωσης.



Εικόνα 1 Πορεία υλοποίησης της έρευνας

- Εφαρμογή της αρχικής διδακτικής προσέγγισης στην πρώτη μελέτη περίπτωσης, όπου ελέγχθηκε η μαθησιακή αποτελεσματικότητα και η αποδεκτικότητά της με ρουμπρικά διαβαθμισμένων κριτηρίων, ερωτηματολόγια και συνεντεύξεις.
- Έλεγχος ευθυγράμμισης της δομής και του περιεχομένου των δραστηριοτήτων της προτεινόμενης προσέγγισης με τους δείκτες ανάπτυξης επιχειρηματικών ικανοτήτων των διεθνών πλαισίων EntreComp και NCSEE. Έγινε μία ενδελεχής χαρτογράφηση και συσχέτιση, αντιστοιχίζοντας το περιεχόμενο και τα προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματά της κάθε επιμέρους μαθησιακής δραστηριότητας της προσέγγισης με τις επιδιωκόμενες επιχειρηματικές ικανότητες που προτείνονται από τα διεθνή πλαίσια.
- Αξιολόγηση της πρώτης μελέτης περίπτωσης και εξαγωγή συμπερασμάτων. Επιβεβαιώθηκε η ανάγκη για περαιτέρω εμπλουτισμό της αρχικής διδακτικής προσέγγισης ώστε να αποτελέσει μία πιο ολιστική διδακτική προσέγγιση για τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση.
- Εμπλουτισμός της αρχικής διδακτικής προσέγγισης:
 - με μια επιπλέον κύρια δραστηριότητα (δημιουργία επιχειρηματικού μοντέλου),
 - με προ-αξιολόγηση και μετα-αξιολόγηση της επιχειρηματικής ετοιμότητας μέσω ερωτηματολογίου,
 - με εναλλακτικά σενάρια υλοποίησης, ανάλογα με την ετοιμότητα των μαθητών και
 - με υποστηρικτικές δραστηριότητες μελέτης θεωρίας και δραστηριότητες εμπέδωσης για κάθε ένα από τα στάδια αναγνώρισης επιχειρηματικής ευκαιρίας, με αξιοποίηση επιλεγμένου και ελκυστικού μαθησιακού υλικού ώστε οι μαθητές να αποκτήσουν τις απαραίτητες γνώσεις και τις βασικές δεξιότητες.
- Έλεγχος ευθυγράμμισης της δομής και του περιεχομένου των νέων δραστηριοτήτων της προτεινόμενης προσέγγισης, με τους δείκτες ανάπτυξης επιχειρηματικών ικανοτήτων των διεθνών πλαισίων EntreComp και NCSEE.
- Αναπροσαρμογή του βιβλίου - οδηγού για εκπαιδευτικούς στην εμπλουτισμένη μορφή της διδακτικής προσέγγισης.

- Έγκριση επέκτασης της έρευνας από το Ινστιτούτο Εκπαιδευτικής Πολιτικής του Υπουργείου Παιδείας Έρευνας και Θρησκευμάτων.
- Επιμόρφωση των εκπαιδευτικών που συμμετείχαν στην δεύτερη μελέτη περίπτωσης.
- Εφαρμογή της δεύτερης μελέτης περίπτωσης, όπου αξιολογήθηκε η τελική μορφή της προτεινόμενης διδακτικής προσέγγισης με ερωτηματολόγια, ρουμπρίκα διαβαθμισμένων κριτηρίων και συνεντεύξεις.
- Αξιολόγηση της δεύτερης μελέτης περίπτωσης και εξαγωγή συνολικών συμπερασμάτων σχετικά με τη μαθησιακή αποτελεσματικότητα και την αποδεκτικότητα της προσέγγισης μας.

Οι μελέτες περίπτωσης υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο μαθημάτων του σχολικού προγράμματος και συγκεκριμένα στα μαθήματα Πολιτική Παιδεία Α΄ και Β΄ Λυκείου - μέσω του θεσμού των Δημιουργικών Εργασιών - και Τεχνολογία Β΄ και Γ΄ Γυμνασίου.

Η εφαρμογή της προτεινόμενης διδακτικής προσέγγισης έγινε στις ακόλουθες δύο (2) μελέτες περίπτωσης:

Η πρώτη φάση εφαρμογής της προτεινόμενης μεθόδου ξεκίνησε τον Φεβρουάριο του 2018 και ολοκληρώθηκε τον Μάιο του ίδιου έτους. Στην εγκεκριμένη από το Ινστιτούτο Εκπαιδευτικής Πολιτικής του Υπουργείου Παιδείας Έρευνας και Θρησκευμάτων έρευνα συμμετείχαν 124 μαθητές ηλικίας 15-17 ετών (μέση τιμή $M=16$), τεσσάρων (4) τμημάτων της Α΄ τάξης και δυο (2) τμημάτων της Β΄ έξι (6) Γενικών Λυκείων της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Τα αγόρια που συμμετείχαν ήταν 56 (45,16%) ενώ τα κορίτσια ήταν 68 (54,84%). Η επίδοσή τους στα μαθήματα του σχολείου χωρίστηκε σε τρεις κατηγορίες: υψηλή (17,1-20) με 44 μαθητές, μέτρια (13,1-17) με 62 και χαμηλή (13 και κάτω) με 13. Συνολικά δημιουργήθηκαν τριανταμία (31) ομάδες. Η υλοποίηση της εφαρμογής έγινε από έξι (6) εκπαιδευτικούς οι οποίοι ήταν υπεύθυνοι για τη διεξαγωγή της εκπαιδευτικής παρέμβασης, την υποστήριξη των μαθητών και την αξιολόγηση των τελικών παραδοτέων των ομάδων. Επίσης συμμετείχαν 48 μαθητές ηλικίας 13-14 ετών (μέση τιμή $M=13,5$) από δύο Γυμνάσια της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Τα αγόρια που συμμετείχαν ήταν 21 (43,75%) ενώ τα κορίτσια ήταν 27 (56,25%). Η επίδοσή τους στα μαθήματα του σχολείου χωρίστηκε σε τρεις κατηγορίες: υψηλή (17,1-20) με 28 μαθητές, μέτρια (13,1-17) με 12 και χαμηλή

(13 και κάτω) με 8. Συνολικά δημιούργησαν 12 ομάδες. Και σε αυτήν την περίπτωση η υλοποίηση της εφαρμογής έγινε από τέσσερις (4) εκπαιδευτικούς, οι οποίοι ήταν υπεύθυνοι για τη διεξαγωγή της εκπαιδευτικής παρέμβασης και την αξιολόγηση των τελικών παραδοτέων των ομάδων.

Στη δεύτερη φάση, η προτεινόμενη προσέγγιση ΕΕ δοκιμάστηκε σε μια μελέτη περίπτωσης στην οποία συμμετείχαν 168 μαθητές ηλικίας 14-16 ετών (μέση τιμή $M=15$), δύο (2) τμημάτων της Γ' τάξης ενός Γυμνασίου και πέντε (5) τμημάτων της Α' τάξης ενός Γενικού Λυκείου. Τα αγόρια που συμμετείχαν ήταν 72 (42,85%) ενώ τα κορίτσια ήταν 96 (57,15%). Σύμφωνα με τον βαθμό προαγωγής της προηγούμενης τάξης φοίτησης, η επίδοση των συμμετεχόντων μαθητών/τριών χωρίστηκε σε τρεις κατηγορίες: υψηλή (17,1-20) με 76 μαθητές/τριες, μέτρια (13,1-17) με 72 και χαμηλή (13 και κάτω) με 21.

1.5 Συμβολή και καινοτομικά στοιχεία της διδακτορικής διατριβής

Τα στοιχεία στα οποία πρωτοτυπεί η διατριβή και με τα οποία συμβάλλει στην έρευνα, είναι τα ακόλουθα:

- Για πρώτη φορά δημιουργείται τεχνολογικά υποστηριζόμενη προσέγγιση επιχειρηματικής εκπαίδευσης που αφορά την καλλιέργεια δεξιοτήτων αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών. Εφαρμόζει τις αρχές επίλυσης προβλήματος μέσα σε ένα ομαδοσυνεργατικό περιβάλλον διερευνητικής μάθησης. Δίνει έμφαση, i) στη βελτίωση του θεωρητικού υπόβαθρου των μαθητών με υποστηρικτικές δραστηριότητες, ii) στην καθοδηγούμενη πρακτική εξάσκηση αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών μέσω του κριτικού αναστοχασμού και ii) στη σε βάθος ανάλυση επιχειρηματικών ιδεών που δίνονται σε μορφή παρουσίασης επιχειρηματικού σχεδίου (business plan slides deck).
- Είναι από τις ελάχιστες προσεγγίσεις επιχειρηματικής εκπαίδευσης στη σχολική εκπαίδευση η οποία αξιολογήθηκε ως προς την αποτελεσματικότητα και αποδεκτικότητά της μέσα από δύο μελέτες περίπτωσης σε μεγάλο δείγμα σε αυθεντικό σχολικό πλαίσιο εφαρμογής.

- Για πρώτη φορά αξιοποιείται η μέθοδος μέτρησης της επιχειρηματικής ετοιμότητας (readiness) μαθητών Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης για τη δημιουργία εναλλακτικών σεναρίων/διαδρομών μάθησης.

Επίσης, σημαντική συμβολή στον εκμοντερνισμό της επιχειρηματικής εκπαίδευσης μαθητών Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης, αποτελεί η αξιοποίηση εκπαιδευτικών τεχνολογιών. Τέλος θα πρέπει να επισημανθεί ότι η προσέγγιση μπορεί να υποστηριχθεί τεχνολογικά από ποικίλες πλατφόρμες ασύγχρονης μάθησης, αρκεί να διαθέτουν τα κατάλληλα εργαλεία (ρουμπρίκες, ερωτηματολόγια διεξαγωγής ερευνών, διαμοιρασμένο χώρο συνεργασίας, κ.ο.κ).

1.6 Διάρθρωση της διατριβής

Η διατριβή διαρθρώνεται ως εξής:

Στο **Κεφάλαιο 2** αρχικά γίνεται μια εννοιολογική επισκόπηση των επιχειρηματικών δεξιοτήτων. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται τα διεθνώς αναγνωρισμένα πλαίσια αναφοράς επιχειρηματικών δεξιοτήτων EntreComp και NCSEE, προσδιορίζεται η θέση της αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών μέσα στα πλαίσια αυτά καθώς και η σχέση της με την επιχειρηματική ετοιμότητα των μαθητών.

Στο **Κεφάλαιο 3** γίνεται μια αποσαφήνιση των όρων «επιχειρηματικότητα» και «επιχειρηματική εκπαίδευση» και επισημαίνονται οι λόγοι που καθιστούν σημαντική την Ε.Ε. στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση. Ακολουθεί μια επισκόπηση των κυριότερων προσεγγίσεων διδασκαλίας Επιχειρηματικής Εκπαίδευσης. Στη συνέχεια αναφέρονται τα ανοιχτά θέματα στη διδασκαλία της επιχειρηματικότητας σε σχολικό περιβάλλον, όπως προέκυψαν από λεπτομερή επισκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας. Τέλος, αναλύεται η ανάγκη εκπαίδευσης στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών, την οποία έρχεται η παρούσα διατριβή να καλύψει με την προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση.

Στο **Κεφάλαιο 4** παρουσιάζεται αναλυτικά η προτεινόμενη τεχνολογικά υποστηριζόμενη προσέγγιση επιχειρηματικής εκπαίδευσης. Στην αρχή αναφέρονται οι στόχοι, το πεδίο εφαρμογής και οι βασικές ομάδες στόχου. Περιγράφεται αναλυτικά η ενορχήστρωση μαθησιακών δραστηριοτήτων με εκτενή αναφορά σε όλες τις φάσεις της διδακτικής παρέμβασης. Για κάθε επιμέρους δραστηριότητα αναφέρονται οι ειδικοί εκπαιδευτικοί στόχοι που καλύπτει, οι αντίστοιχοι συνοδευτικοί πόροι μαθησιακού

υλικού και τα μαθησιακά εργαλεία, καθώς και τα παραδοτέα που κάθε ομάδα θα πρέπει να παραδώσει. Επίσης, γίνεται σαφής αναφορά στην απαιτούμενη υποδομή για μία πλατφόρμα ασύγχρονης μάθησης και τα εκπαιδευτικά εργαλεία που λειτουργούν υποστηρικτικά στη διαδικασία μάθησης. Τέλος, παρουσιάζεται σε πίνακα η ροή των δραστηριοτήτων, το ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα πραγματοποίησής τους σε ένα σχολικό περιβάλλον, και ο τρόπος αξιολόγησης τόσο της επίδοσης των μαθητών ως προς την προαγωγή των προαναφερόμενων δεξιοτήτων-στόχων όσο και των μαθησιακών εμπειριών από τη συμμετοχή στην εφαρμογή της προσέγγισης.

Στο **Κεφάλαιο 5** παρουσιάζεται αναλυτικά το πλαίσιο αξιολόγησης της μαθησιακής αποτελεσματικότητας και αποδεκτικότητας της προτεινόμενης μεθόδου, το οποίο εφαρμόστηκε με συστηματικό τρόπο με δύο (2) μελέτες περίπτωσης. Αρχικά περιγράφεται η εξελικτική ανάπτυξη της προσέγγισης μέσω των επανειλημμένων εφαρμογών και αξιολογήσεων. Στη συνέχεια παρατίθενται λεπτομέρειες ως προς τους στόχους, το πλαίσιο αξιολόγησης, τις πηγές πληροφόρησης, τα εργαλεία και τις μεθόδους επεξεργασίας δεδομένων, τους συμμετέχοντες, την υλοποίηση, τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα, για κάθε μια από τις μελέτες περίπτωσης.

Η διατριβή ολοκληρώνεται στο **Κεφάλαιο 6**, όπου αρχικά γίνεται επισκόπηση του ερευνητικού αποτελέσματος της διδακτορικής έρευνας. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της χαρτογράφησης και συσχέτισης της δομής και του περιεχομένου των δραστηριοτήτων της προτεινόμενης προσέγγισης, με τους δείκτες ανάπτυξης επιχειρηματικών ικανοτήτων των διεθνών πλαισίων EntreComp και NCSEE. Τέλος, γίνεται καταγραφή των καινοτομικών στοιχείων και παρουσιάζονται προτάσεις για μελλοντική έρευνα ώστε να αξιοποιηθούν τα αποτελέσματα της διατριβής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Επιχειρηματικές Δεξιότητες - Πλαίσια

Κύρια αντικείμενα κεφαλαίου

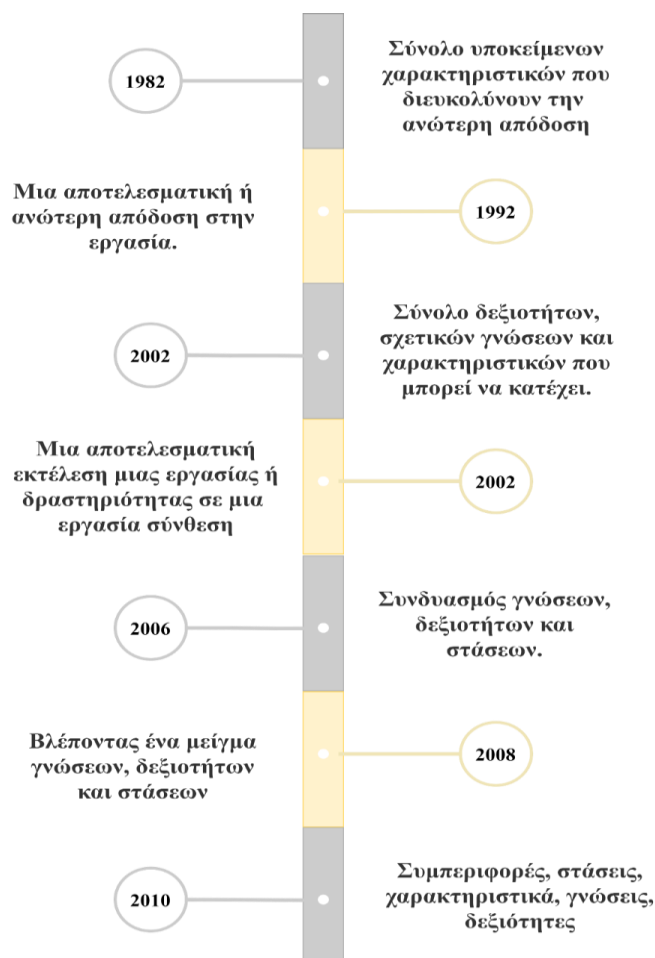
- Επιχειρηματικές δεξιότητες
- Τα πλαίσια αναφοράς επιχειρηματικών δεξιοτήτων National Content Standards for Entrepreneurship Education (NCSEE) και Επιχειρείν EntreComp
- Η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών
- Η δεξιότητα αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών
- Προετοιμάζοντας την επιχειρηματική ετοιμότητα

2.1 Επιχειρηματικές δεξιότητες

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αυξημένο ενδιαφέρον της επιστημονικής κοινότητας στον προσδιορισμό των επιχειρηματικών δεξιοτήτων (Schneider & Alborno, 2018; Peris Bonet et al., 2011).

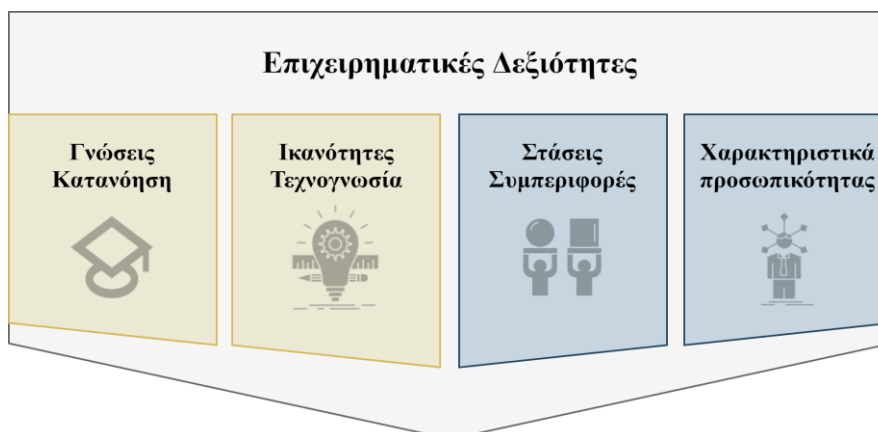
Στη διεθνή βιβλιογραφία ο όρος «επιχειρηματικές δεξιότητες» χρησιμοποιείται συνήθως για να περιγράψει τις δεξιότητες που ένα άτομο χρειάζεται προκειμένου να εξελίξει με επιτυχία μια ιδέα σε ακμάζουσα επιχείρηση (Lackeus, 2016, p. 8; Rasmussen et al., 2011). Η επισκόπηση της βιβλιογραφίας έδειξε ότι διαχρονικά έχουν διατυπωθεί αρκετοί ορισμοί για την έννοια “δεξιότητα” (competency) (Εικόνα 2.). Οι ορισμοί αυτοί διαφέρουν ως προς την έννοια και τις εφαρμογές.

Αρχικά η έννοια ορίστηκε από τον Boyatzis (1982) ως ένα σύνολο υποκείμενων χαρακτηριστικών που διευκολύνουν την ανώτερη απόδοση. Ο όρος ανώτερη απόδοση στην επιχειρηματικότητα αφορά σε μια παρατηρούμενη συμπεριφορά ή δράση που σχετίζεται με τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων καθώς και τη διαχείριση και την ανάπτυξή τους.



Εικόνα 2 Ορισμοί της έννοιας “δεξιότητα”

Τα υποκείμενα χαρακτηριστικά (επιχειρηματικές δεξιότητες) περιλαμβάνουν στοιχεία όπως γνώσεις, στάσεις, κίνητρα, ικανότητες και χαρακτηριστικά της προσωπικότητας που επηρεάζουν την προθυμία και την ικανότητα εκτέλεσης μιας επιχειρηματικής προσπάθειας για τη δημιουργία μιας νέας αξίας (Εικόνα 3.) (Boyatzis, 2008; Rasmussen et al., 2014; Brandstätter, 2011).



Εικόνα 3 Στοιχεία επιχειρηματικών δεξιοτήτων

Η θεωρία των επιχειρηματικών δεξιοτήτων βασίζεται στη μελέτη επιτυχημένων επιχειρηματιών. Αναδεικνύει τις συμπεριφορές, τις στάσεις και τις ικανότητές τους μέσω αποτίμησης της δράσης τους με τη μορφή μετρήσιμων χαρακτηριστικών. Μελετά τρόπους να συνδυάσει αυτά τα στοιχεία για να τα αξιοποιήσει στην εκπαίδευση ατόμων ώστε να είναι ικανοί να επιδείξουν ανώτερη απόδοση (Mitchelmore & Rowley, 2010)

Έρευνες έχουν δείξει ότι νέοι αναπτύσσουν επιχειρηματικές δεξιότητες μέσα από τη διαδικασία της κοινωνικοποίησης, αν οι γονείς είναι επιχειρηματίες, και της εκπαίδευσης (Schøtt et al., 2015, p. 9). Αποτελώντας τη γέφυρα μεταξύ επιχειρηματικότητας και εκπαίδευσης είναι προφανές ότι οι επιχειρηματικές δεξιότητες μπορούν να καλλιεργηθούν μέσω της εκπαίδευσης.

Οι Lans et al. (2008) περιγράφουν τις επιχειρηματικές δεξιότητες ως ένα συνδυασμό βασικών στοιχείων που δεν είναι ανεξάρτητα το ένα από το άλλο και θα πρέπει να αντιμετωπίζονται ως σύνολο. Σύμφωνα με τους Tounés et al. (2014) θα πρέπει να περιλαμβάνουν γνωστική δεξιότητα (*γνώσεις για την επιχειρηματικότητα και κατανόηση της επιχειρηματικότητας*), λειτουργική δεξιότητα (*επιχειρηματικές ικανότητες και τεχνογνωσία*) και συμπεριφορική δεξιότητα (*πώς να συμπεριφέρονται ως επιχειρηματίες*). Αυτά τα τρία στοιχεία δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζονται με διαφορετικό τρόπο στην εκπαίδευση. Έτσι η γνωστική και λειτουργική δεξιότητα μπορεί να εξασκηθεί και να αξιολογηθεί με πιο παραδοσιακό τρόπο, ενώ η συμπεριφορική δεξιότητα χρειάζεται μια προσέγγιση περισσότερο προσανατολισμένη στη διαδικασία, όπου η ανατροφοδότηση παίζει σημαντικό ρόλο.

Η αυξανόμενη τάση εστίασης των εκπαιδευτικών πολιτικών στην ανάπτυξη δεξιοτήτων που οι μαθητές αναμένεται να αναπτύξουν κατά την διάρκεια όλης της εκπαιδευτικής πορείας τους, έκανε αναγκαία τη δημιουργία πλαισίων που να ορίζουν με σαφήνεια τις δεξιότητες αυτές. Ο σαφής προσδιορισμός των επιχειρηματικών δεξιοτήτων είναι απαραίτητος προκειμένου να ενταχθεί η ανάπτυξή τους στην κατάλληλη βαθμίδα εκπαίδευσης και να καθοριστούν συγκεκριμένα μαθησιακά αποτελέσματα. (Lackéus, 2016, p. 8)

2.2 Τα πλαίσια αναφοράς επιχειρηματικών δεξιοτήτων National Content Standards for Entrepreneurship Education (NCSEE) και Επιχειρείν EntreComp

Για την αποτίμηση της αποτελεσματικότητας των προγραμμάτων καλλιέργειας επιχειρηματικών ικανοτήτων (entrepreneurship skills) σε όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης, έχουν αναπτυχθεί δυο διεθνώς αναγνωρισμένα πλαίσια αναφοράς επιχειρηματικών δεξιοτήτων (entrepreneurial competencies). Το National Content Standards for Entrepreneurship Education (NCSEE) δημιουργήθηκε από το Consortium for Entrepreneurship Education (2004) και έχει υιοθετηθεί στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, ενώ το Ευρωπαϊκό πλαίσιο αναφοράς για την Ικανότητα του Επιχειρείν EntreComp δημιουργήθηκε από το Κοινό Κέντρο Ερευνών (Joint Research Centre, JRC εν συντομία) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για λογαριασμό της Γενικής Διεύθυνσης Απασχόλησης, Κοινωνικών Υποθέσεων και Συμπερίληψης (Directorate General for Employment, Social Affairs and Inclusion) (Bacigalupo et al., 2016).

2.2.1 EntreComp

Το Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Αναφοράς για την Ικανότητα του Επιχειρείν (Entrepreneurship Competence Framework), γνωστό και ως EntreComp, παρουσιάζει μια πιο ευρεία αντίληψη της επιχειρηματικότητας ως οριζόντιας δεξιότητας που μπορεί να εφαρμοστεί σε όλες τις σφαίρες της ζωής. Προκειμένου να εξασφαλίσει μια κοινή αντίληψη της ικανότητας του επιχειρείν, το πλαίσιο αυτό καθορίζει τρεις περιοχές ικανοτήτων (competence areas), αναπτύσσει μια λίστα με 15 επιμέρους ικανότητες, καθώς και μαθησιακά αποτελέσματα (learning outcomes) και επίπεδα ικανοτήτων (proficiency levels) στα οποία μπορούν να αναφέρονται οι σχετικές πρωτοβουλίες που αποσκοπούν στο να προωθηθεί στην πράξη η ανάπτυξη της ικανότητας του επιχειρείν σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Το πλαίσιο αναφοράς αναπτύσσεται σε 3 περιοχές ικανοτήτων: i) ιδέες και ευκαιρίες, ii) πηγές και iii) δράση. Κάθε περιοχή περιλαμβάνει 5 επιμέρους ικανότητες, οι οποίες, από κοινού, συγκροτούν τα δομικά στοιχεία της ικανότητας του επιχειρείν. (Πίνακας 1). Το πλαίσιο αναπτύσσει αυτές τις 15 επιμέρους ικανότητες σε ένα μοντέλο 8 κλιμακούμενων επιπέδων. Επίσης, παρέχει μια εκτενή λίστα 442 μαθησιακών αποτελεσμάτων, που μπορεί να αξιοποιηθεί από εκείνους που ασχολούνται με τον σχεδιασμό παρεμβάσεων σε διαφορετικά εκπαιδευτικά πλαίσια και πεδία εφαρμογής.

Πλαίσιο Αναφοράς Ικανότητας του Επιχειρείν - EntreComp

Ιδέες και ευκαιρίες	Εντοπισμός Ευκαιριών
	Δημιουργικότητα
	Όραμα
	Αξιολόγηση ιδεών
	Βιώσιμη και ηθική συλλογιστική
Πόροι	Αυτογνωσία και αυτοπεποίθηση
	Κίνητρα και επιμονή
	Κινητοποίηση πόρων
	Χρηματοπιστωτικός και οικονομικός γραμματισμός
	Κινητοποίηση άλλων
Υλοποίηση	Ανάληψη πρωτοβουλιών
	Σχεδιασμός και διαχείριση
	Διαχείριση αβεβαιότητας, ασάφειας και κινδύνου
	Συνεργασία
	Μάθηση μέσω εμπειρίας

Η απαρίθμηση των ικανοτήτων δεν συνεπάγεται αλληλουχία στη διαδικασία απόκτησης ή αξιολογική κατάταξη. Στην εννοιολογική σύλληψη του πλαισίου EntreComp δεν υπάρχουν βασικές και δευτερεύουσες ικανότητες. Ανάλογα με το πλαίσιο της εφαρμογής, είναι λογικό να επιδιώκεται μεγαλύτερη έμφαση σε κάποιες από τις ικανότητες και λιγότερη σε άλλες. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην επισήμανση των δημιουργών του, που τονίζει ότι το πλαίσιο EntreComp θεωρείται ως σημείο εκκίνησης. Έτσι, προκειμένου να τεθεί σε εφαρμογή, παρέχει τη δυνατότητα προσαρμογής (ευελιξία) κάθε φορά στο πλαίσιο της εκάστοτε χρήσης του.

Το μοντέλο αναπτύσσεται σε τέσσερα κύρια επίπεδα επάρκειας:

- Στο Βασικό επίπεδο η επιπλέον αξία παράγεται με εξωτερική υποστήριξη

- Στο Μεσαίο επίπεδο παράγεται με αυξανόμενη αυτονομία
- Στο Προχωρημένο επίπεδο αναπτύσσεται η υπευθυνότητα για τη μετατροπή των ιδεών σε πράξη
- Στο Εξαιρετικό επίπεδο η παραγόμενη αξία έχει σημαντικό αντίκτυπο στον τομέα που απευθύνεται.

Το κάθε ένα από τα παραπάνω επίπεδα με τη σειρά του χωρίζεται σε δύο υπο-επίπεδα. Αυτά τα επίπεδα επάρκειας παρέχουν στον χρήστη έναν τρόπο να αντιλαμβάνεται τα μαθησιακά αποτελέσματα. Για παράδειγμα το πρώτο μαθησιακό αποτέλεσμα του 8ου επιπέδου ικανότητας είναι: Μπορώ να εντοπίζω και να επωφελομαι άμεσα από μια ευκαιρία. Παρά το γεγονός ότι «ο εντοπισμός και η αξιοποίηση μιας ευκαιρίας» αποτελεί δεξιότητα που οι μαθητές αρχίζουν να αναπτύσσουν σε χαμηλότερα επίπεδα, το επίπεδο 8 τονίζει την ανάγκη να το κάνει κανείς «άμεσα». Το εξαιρετικό επίπεδο, εξ ορισμού, σχετίζεται με ένα επίπεδο εμπειρογνωμοσύνης.

Τα μαθησιακά αποτελέσματα είναι δηλώσεις του τι γνωρίζει, κατανοεί και είναι σε θέση να κάνει ένας μαθητής μετά την ολοκλήρωση της μάθησης (Cedefop, 2009). Οι δηλώσεις αυτές μπορούν να αξιοποιηθούν για τον εκπαιδευτικό σχεδιασμό και την ανάπτυξη προγραμμάτων σπουδών ή για διαφορετικούς τύπους λογοδοσίας, όπως η νομική ή η επαγγελματική λογοδοσία (Prøitz, 2010). Η μάθηση για την επιχειρηματικότητα δύσκολα μπορεί να αποτυπωθεί σε συγκεκριμένες, προκαθορισμένες δηλώσεις μαθησιακών αποτελεσμάτων, δεδομένου ότι ασχολείται με την παραγωγή αξίας που δεν υπάρχει πριν από τη διαδικασία της μάθησης και δεν μπορεί να προβλεφθεί. Εντούτοις, τα μαθησιακά αποτελέσματα είναι ζωτικής σημασίας για τη λειτουργικότητα του πλαισίου. Τα μαθησιακά αποτελέσματα του πλαισίου EntreComp έχουν αναπτυχθεί ως σημεία αναφοράς για διαφορετικούς σκοπούς. Θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν στον τομέα της τυπικής (επίσημης) εκπαίδευσης και κατάρτισης για τον σχεδιασμό των προγραμμάτων σπουδών.

Στο πλαίσιο EntreComp η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών εντάσσεται στην κεντρική περιοχή των ικανοτήτων του επιχειρείν “Ιδέες και ευκαιρίες” και αναλύεται τόσο ως προς τον εντοπισμό όσο και ως προς την αξιολόγηση ιδεών, στα αντίστοιχα επίπεδα επάρκειας και με τους αντίστοιχους περιγραφικούς δείκτες, που φαίνονται στον πίνακα που ακολουθεί.

Πίνακας 2 Δείκτες που σχετίζονται με την Αναγνώριση Επιχειρηματικών Ευκαιριών στο Ευρωπαϊκό πλαίσιο αναφοράς EntreComp

Ικανότητες	Επίπεδα Επάρκειας		
	Βασικό	Μεσαίο	Προχωρημένο
Εντοπισμός Ευκαιριών	Οι μαθητές μπορούν να εντοπίζουν ευκαιρίες ώστε να παράγουν αξία για τους άλλους.	Οι μαθητές μπορούν να αναγνωρίζουν ευκαιρίες ώστε να αντιμετωπίζουν ανάγκες που δεν έχουν ικανοποιηθεί.	Οι μαθητές μπορούν να αξιοποιούν και να διαμορφώνουν ευκαιρίες ώστε να ανταποκρίνονται στις προκλήσεις του περιβάλλοντος και να παράγουν αξία για τους άλλους.
Δημιουργικότητα	Οι μαθητές μπορούν να αναπτύσσουν πολλαπλές ιδέες που παράγουν αξία για τους άλλους.	Οι μαθητές μπορούν να δοκιμάζουν και να τελειοποιούν ιδέες που παράγουν αξία για τους άλλους.	Οι μαθητές μπορούν να μετατρέπουν τις ιδέες σε λύσεις που παράγουν αξία για τους άλλους.
Όραμα	Οι μαθητές μπορούν να οραματίζονται ένα επιθυμητό μέλλον	Οι μαθητές μπορούν να οικοδομούν ένα εμπνευσμένο όραμα που εμπλέκει και άλλους.	Οι μαθητές μπορούν να χρησιμοποιούν το όραμά τους για να καθοδηγούν στρατηγικές λήψεις αποφάσεων.
Αξιολόγηση Ιδεών	Οι μαθητές μπορούν να κατανοούν και να εκτιμούν την αξία των ιδεών.	Οι μαθητές κατανοούν ότι οι ιδέες μπορούν να έχουν αξία διαφορετικής βαρύτητας, που μπορεί να αξιοποιηθεί με διάφορους τρόπους.	Οι μαθητές μπορούν να αναπτύσσουν στρατηγικές ώστε να αξιοποιούν με τον καλύτερο τρόπο την αξία που παράγεται από τις ιδέες.

Βιώσιμη και ηθική συλλογιστική	Οι μαθητές μπορούν να αναγνωρίσουν τον αντίκτυπο των επιλογών και συμπεριφορών τους τόσο στην κοινότητά τους όσο και στο ευρύτερο περιβάλλον τους.	Οι μαθητές καθοδηγούνται από την ηθική και τη βιωσιμότητα των ιδεών πριν τη λήψη αποφάσεων.	Οι μαθητές ενεργούν κατά τέτοιο τρόπο ώστε να διασφαλίζουν ότι εναρμονίζονται οι στόχοι τους με την ηθική και τη βιωσιμότητα.
---------------------------------------	--	---	---

2.2.2. NCSEE

Το NCSEE είναι σαφέστερα προσανατολισμένο στις επιχειρήσεις. Η Κοινοπραξία για την Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα (Consortium for Entrepreneurship Education) που το δημιούργησε, υποστηρίζει ότι η επιχειρηματικότητα είναι μια δια βίου μαθησιακή διαδικασία που έχει τουλάχιστον τρία διακριτά στάδια ανάπτυξης. Αυτό το δια βίου μαθησιακό μοντέλο θεωρεί ότι όλοι στο εκπαιδευτικό σύστημα θα πρέπει να έχουν ευκαιρίες να μάθουν στα αρχικά στάδια, ενώ τα μετέπειτα στάδια στοχεύουν σε αυτούς που μπορεί ειδικά να επιλέξουν να γίνουν επιχειρηματίες. Καθένα από τα πέντε αυτά στάδια μπορεί να διδαχθεί με δραστηριότητες που “εγγέονται” σε άλλες τάξεις ή σε διαφορετικά μαθήματα.

Το πλαίσιο αναφοράς των “Εθνικών Προτύπων Περιεχομένου για την Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα” περιλαμβάνει 15 κύρια πρότυπα (standards) που το κάθε ένα από αυτά υποδιαιρείται σε δείκτες απόδοσης (performance indicators). Τα πρότυπα διαμοιράζονται σε τρεις κύριους τομείς (sectors): τις Επιχειρηματικές Ικανότητες (*Entrepreneurial Skills*), τις Ικανότητες Ετοιμότητας (*Ready Skills*) και τις Επιχειρηματικές Λειτουργίες (*Business Functions*) (Πίνακας 3). Ως Επιχειρηματικές ικανότητες ορίζονται τα μοναδικά χαρακτηριστικά, συμπεριφορές και διαδικασίες που διαφοροποιούν έναν επιχειρηματία από έναν υπάλληλο ή διευθυντή. Οι Ικανότητες ετοιμότητας αναφέρονται στις επιχειρηματικές γνώσεις και ικανότητες που είναι προαπαιτούμενες ή συν-απαιτούμενες για την μελέτη της επιχειρηματικότητας, ενώ οι Επιχειρηματικές λειτουργίες ορίζονται ως οι επιχειρηματικές δραστηριότητες που απαιτούνται για να ξεκινήσει και να λειτουργήσει μια επιχείρηση.

Πίνακας 3 Το πλαίσιο αναφοράς National Content Standards for Entrepreneurship Education (NCSEE)

The National Content Standards for Entrepreneurship Education Εθνικά Πρότυπα Περιεχομένου για την Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα	
Τομείς (Sectors)	Πρότυπα (Standards)
Επιχειρηματικές Ικανότητες	Επιχειρηματικές Διεργασίες
	Επιχειρηματικά χαρακτηριστικά/ Συμπεριφορές
Ικανότητες Ετοιμότητας	Επιχειρηματικές βάσεις
	Επικοινωνία και διαπροσωπικές ικανότητες
	Ψηφιακές ικανότητες
	Οικονομολογικά
	Χρηματοπιστωτικός γραμματισμός
	Επαγγελματική ανάπτυξη
	Χρηματοοικονομική διαχείριση
	Διαχείριση ανθρωπίνων πόρων
	Διαχείριση πληροφοριών
	Διαχείριση Μάρκετινγκ
Επιχειρηματικές Λειτουργίες	Διαχείριση λειτουργιών
	Διαχείριση κινδύνου
	Στρατηγική διαχείριση

Υπερκείμενες των Ικανοτήτων ετοιμότητας και των Επιχειρηματικών λειτουργιών είναι οι Επιχειρηματικές ικανότητες, δηλαδή οι διαδικασίες και τα χαρακτηριστικά-συμπεριφορές που απαιτούνται για νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, που δημιουργούν σε οικονομικές δραστηριότητες, νέες αγορές, νέα προϊόντα, νέες

επιχειρήσεις κ.λπ. Αυτά τα στάδια της επιχειρηματικής διαδικασίας που μπορεί να μην είναι διαδοχικά και συχνά να επικαλύπτονται, είναι:

- Διερεύνηση (Discovery): το στάδιο της επιχειρηματικής διαδικασίας στην οποία ο επιχειρηματίας δημιουργεί ιδέες, αναγνωρίζει ευκαιρίες και καθορίζει το σκοπιμότητα ιδεών, αγορών, επιχειρήσεων κ.λπ.
- Ανάπτυξη (Concept Development): το στάδιο της επιχειρηματικής διαδικασίας στο οποίο ο επιχειρηματίας σχεδιάζει την επιχείρηση, προσδιορίζει τους απαραίτητους πόρους χρησιμοποιώντας ένα επιχειρηματικό σχέδιο, προσδιορίζει στρατηγικές προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας κ.λπ.
- Ανεύρεση πόρων (Resourcing): το στάδιο της επιχειρηματικής διαδικασίας στην οποία ο επιχειρηματίας προσδιορίζει και αποκτά τους οικονομικούς, ανθρώπινους και κεφαλαιακούς πόρους που απαιτούνται για την εκκίνηση επιχειρήσεων κ.λπ.
- Πραγματοποίηση (Actualization): το στάδιο της επιχειρηματικής διαδικασίας στην οποία ο επιχειρηματίας λειτουργεί το εγχείρημα και χρησιμοποιεί τους πόρους για την επίτευξη των στόχων του.
- Συγκομιδή (Harvesting): το στάδιο της επιχειρηματικής διαδικασίας στην οποία ο επιχειρηματίας αποφασίζει για το μέλλον της επιχείρησης (επέκταση, ανάπτυξη, διάλυση).

Αυτά τα πέντε στάδια της επιχειρηματικής διαδικασίας, μαζί με τα ατομικά χαρακτηριστικά και συμπεριφορές που σχετίζονται με τους επιτυχημένους επιχειρηματίες, περιλαμβάνουν το σύνολο των «επιχειρηματικών ικανοτήτων» που αναφέρονται στο NCSEE.

Οι δείκτες απόδοσης στους οποίους υποδιαιρούνται τα πρότυπα του NCSEE, εκφράζουν τα αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα από την εφαρμογή ενός προγράμματος επιχειρηματικής εκπαίδευσης. Από την ανάλυσή τους προκύπτει ότι στο NCSEE η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών θεωρείται πρωταρχική έννοια και διαδικασία, που σχετίζεται με επιτυχημένη επιχειρηματική απόδοση. Οι αντίστοιχες δεξιότητες αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών εντοπίζονται στα στάδια της Διερεύνησης και της Ανάπτυξης. Στον Πίνακα 4 προσδιορίζεται η θέση των

μαθησιακών αποτελεσμάτων που σχετίζονται με την αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών μέσα στο πλαίσιο NCSEE.

Πίνακας 4 Η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών στο πλαίσιο NCSEE

Τομείς	Πρότυπα	Φάσεις	Δείκτες απόδοσης
Επιχειρηματικές Ικανότητες	Επιχειρηματικά χαρακτηριστικά/ Συμπεριφορές	<ul style="list-style-type: none"> Διερεύνηση 	A.01 – A.08
	Επιχειρηματικές βάσεις	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη Ανεύρεση Πόρων Πραγματοποίηση Συγκομιδή 	A.09 –A.16
Επικοινωνία και διαπροσωπικές ικανότητες			
Ικανότητες Ετοιμότητας	Ψηφιακές ικανότητες		
	Οικονομολογικά		
	Χρηματοπιστωτικός γραμματισμός		
	Επαγγελματική ανάπτυξη		
Χρηματοοικονομική διαχείριση			
Επιχειρηματικές Λειτουργίες	Διαχείριση ανθρωπίνων πόρων		
	Διαχείριση πληροφοριών		
	Διαχείριση Μάρκετινγκ		
	Διαχείριση λειτουργιών		

Διαχείριση κινδύνου

Στρατηγική διαχείριση

Οι σχετικοί περιγραφικοί δείκτες απόδοσης (μαθησιακά αποτελέσματα) αναλύονται όπως φαίνεται στον Πίνακα 5.

Πίνακας 5 Δείκτες απόδοσης επιχειρηματικών ικανοτήτων

Πρότυπο	
Επιχειρηματικές Διεργασίες	
Στάδια επιχειρηματικής διαδικασίας	
Διερεύνηση	Ανάπτυξη
A.01 Να εξηγεί την ανάγκη της επιχειρηματικής διερεύνησης	A.09 Να περιγράφει τα θέματα επιχειρηματικού σχεδιασμού.
A.02 Να συζητά τις διαδικασίες επιχειρηματικής διερεύνησης.	A.10 Να εξηγεί τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται από επιχειρηματίες για το σχεδιασμό επιχειρήσεων.
A.03 Να αξιολογεί διεθνείς τάσεις και ευκαιρίες.	A.11 Να αξιολογεί τις απαιτήσεις εκκίνησης.
A.04 Να προσδιορίζει ευκαιρίες για δημιουργία επιχειρήσεων.	A.12 Να αξιολογεί τους κινδύνους που σχετίζονται με την επιχείρηση.
A.05 Να αξιολογεί ευκαιρίες για δημιουργία επιχειρήσεων.	A.13 Να περιγράφει τους εξωτερικούς πόρους που είναι χρήσιμοι για τους επιχειρηματίες κατά την ανάπτυξη της ιδέας.
A.06 Να περιγράφει τις μεθόδους δημιουργίας ιδεών.	A.14 Να αξιολογεί την ανάγκη χρήσης εξωτερικών πόρων για την ανάπτυξη ιδεών.

A.07 Να δημιουργεί ιδέες επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.	A.15 Να περιγράφει τις στρατηγικές για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας.
A.08 Να προσδιορίζει τη σκοπιμότητα των ιδεών.	A.16 Να χρησιμοποιεί στοιχεία ενός επιχειρηματικού σχεδίου για να ορίσει την επιχειρηματική ιδέα.

2.3 Η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών

Μια ιδέα αποτελεί ευκαιρία για να ξεκινήσει μια επιχείρηση, όταν έχει ελκυστικότητα, διατηρησιμότητα, επικαιρότητα και προστιθέμενη αξία (Timmons and Spinelli, 2007). Αυτά τα χαρακτηριστικά καθορίζουν και τους δείκτες της αξιολόγησης της ιδέας προκειμένου να αναγνωριστεί ως επιχειρηματική ευκαιρία, και σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τους δείκτες πλαισίων αναφοράς επιχειρηματικών δεξιοτήτων NCSEE και EntreComp, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα. Με αυτόν τον τρόπο γίνεται αντιληπτή η θέση και αξία που αποδίδεται στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών και στα δύο πλαίσια αναφοράς. Έτσι, αναδύεται και το βασικό ερώτημα, πώς να ενισχυθούν αυτές οι βασικές δεξιότητες (Chen et al., 2020; Baručić & Umihanić, 2016; DeTienne & Chandler, 2004).

Πίνακας 6 Συσχέτιση δεικτών αξιολόγησης της ικανότητας αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών των NCSEE & EntreComp με τα χαρακτηριστικά επιχειρηματικής ευκαιρίας.

Περιγραφή των δεικτών αξιολόγησης της ικανότητας αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών με βάση τα χαρακτηριστικά μιας καλής ευκαιρίας για να ξεκινήσει μια επιχείρηση			
επιχειρηματικών ευκαιριών με βάση τα χαρακτηριστικά μιας καλής ευκαιρίας για να ξεκινήσει μια επιχείρηση	Συσχέτιση με τους δείκτες του EntreComp	Άμεση συσχέτιση με τους δείκτες του NCSEE	Έμμεση συσχέτιση με τους δείκτες του NCSEE
Αξιολόγηση της ελκυστικότητας Αξιολόγηση του συγχρονισμού	Αναγνώριση ευκαιριών	A.11 Αξιολογούν απαιτήσεις μιας νεοφυούς επιχείρησης	A.01 Εξηγούν την ανάγκη για επιχειρηματική ανακάλυψη

επιχειρηματικών ιδεών με τους διαθέσιμους πόρους και το ανθρώπινο δυναμικό	Βρίσκουν ευκαιρίες που να δημιουργούν αξία για άλλους.	A.13 Περιγράφουν τους εξωτερικούς πόρους που είναι χρήσιμοι για τους επιχειρηματίες κατά τη διάρκεια της ανάπτυξης ιδεών	A.02 Συζητούν τις επιχειρηματικές διαδικασίες ανακάλυψης
Αξιολόγηση της διατηρησιμότητας	Αναγνωρίζουν ευκαιρίες που ικανοποιούν ανάγκες που δεν έχουν ακόμη καλυφθεί.	A.14 Αξιολογούν την ανάγκη χρήσης εξωτερικών πόρων για την ανάπτυξη ιδεών	A.06 Περιγράφουν τις μεθόδους δημιουργίας ιδεών
Αξιολόγηση της ικανότητας δημιουργίας οικονομικής απόδοσης, η οποία περιλαμβάνει την ανάλυση της οικονομικής σκοπιμότητας.	Αδράχουν και διαμορφώνουν ευκαιρίες που ανταποκρίνονται σε προκλήσεις και δημιουργούν αξία για άλλους.	A.08 Προσδιορίζουν τη σκοπιμότητα των ιδεών	A.07 Δημιουργούν επιχειρηματικές ιδέες
Αξιολόγηση της επικαιρότητας	Αξιολόγηση Ιδεών	A.12 Αξιολογούν τους κινδύνους που σχετίζονται με την επιχείρηση	A.05 Αξιολογούν ευκαιρίες για δημιουργία επιχειρήσεων
Αναγνώριση του κατάλληλου χρονοδιαγράμματος της εισαγωγής της στην αγορά.	Καταλαβαίνουν και εκτιμούν την αξία των ιδεών.	A.09 Περιγράφουν τα θέματα επιχειρηματικού σχεδιασμού	A.15 Περιγράφουν τις στρατηγικές για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας
Αξιολόγηση της προστιθέμενης αξίας	Καταλαβαίνουν ότι οι ιδέες μπορεί να έχουν διαφορετικούς τύπους αξίας, που μπορεί να χρησιμοποιηθούν με διαφορετικούς τρόπους.	A.10 Εξηγούν τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται από επιχειρηματίες για το σχεδιασμό επιχειρήσεων	A.16 Χρησιμοποιούν στοιχεία ενός επιχειρηματικού σχεδίου για να ορίσουν την επιχειρηματική ιδέα
Αξιολόγηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων ενός προϊόντος ή υπηρεσίας, καθώς και την ικανοποίηση των αγοραστών από ένα τέτοιο προϊόν	Αναπτύσσουν στρατηγικές να αξιοποιούν την αξία που δημιουργείται από ιδέες.	A.03 Αξιολογούν τις παγκόσμιες τάσεις και ευκαιρίες	
		A.04 Προσδιορίζουν ευκαιρίες για δημιουργία επιχειρήσεων	

Με βάση τα παραπάνω είναι προφανές ότι η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών είναι μια γνωστική διεργασία που περιλαμβάνει τον εντοπισμό και την αξιολόγηση από κάποιον καιότι μια συγκεκριμένη ιδέα μπορεί να είναι ευκαιρία για να ξεκινήσει μια επιτυχής επιχείρηση (Olugbola, 2017; Vandor & Franke, 2016). Έτσι η συγκεκριμένη δεξιότητα μπορεί να αναπτυχθεί όπως κάθε άλλη δεξιότητα και ο ιδανικός τρόπος για να επιτευχθεί αυτό, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας των DeTienne and Chandler (2004), είναι η Ε.Ε.. Επίσης, η διασύνδεση μεταξύ των τομέων του NCSEE και μεταξύ των περιοχών του Entrecomp μέσα στο ευρύτερο πλαίσιο της επιχειρηματικότητας έχει ως αποτέλεσμα η ανάπτυξη της δεξιότητας αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών να πλαισιώνεται ταυτόχρονα και από την ανάπτυξη άλλων συνοδών ικανοτήτων.

2.4 Η δεξιότητα αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών

Μια διδακτική προσέγγιση θα πρέπει να έχει στόχο την ανάπτυξη της ικανότητας των μαθητών να αναγνωρίζουν επιχειρηματικές ευκαιρίες μέσα από δραστηριότητες που εναρμονίζονται με τους αντίστοιχους δείκτες και από τα δύο πλαίσια αναφοράς. Έτσι σύμφωνα με την αναθεωρημένη ταξινόμια του Benjamin Bloom (Bloom's Revised Taxonomy) (Armstrong, 2016), θα εξοπλιστούν με γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις που σχετίζονται με την αξιολόγηση της ελκυστικότητας, της διατηρησιμότητας, της επικαιρότητας και της προστιθέμενης αξίας μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας. Στον Πίνακα 7 φαίνεται η συσχέτιση των μαθησιακών στόχων της διδακτικής προσέγγισης με την αξιολόγηση των χαρακτηριστικών μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας. Η κωδικοποίηση των στόχων αναλύεται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.

Πίνακας 7 Συσχέτιση των μαθησιακών στόχων της διδακτικής προσέγγισης με τα χαρακτηριστικά επιχειρηματικής ευκαιρίας.

Χαρακτηριστικά επιχειρηματικής ευκαιρίας	Μαθησιακοί στόχοι				
	Γνώσεις (Γ.Σ.)	Δεξιότητες (Δ.)		Στάσεις (Στ.)	
1. Αξιολόγηση της ελκυστικότητας	5	1	1	2	1
Αξιολόγηση του συγχρονισμού		2	4	3	2
επιχειρηματικών ιδεών με τους διαθέσιμους πόρους και το ανθρώπινο δυναμικό.		4	5		3
		8	6		4
		15			

2. Αξιολόγηση της διατηρησιμότητας	3	16	1
	7	18	4
Αξιολόγηση της ικανότητας δημιουργίας οικονομικής απόδοσης, η οποία περιλαμβάνει την ανάλυση της οικονομικής σκοπιμότητας.	9	196	5
	11	7	6
	17	10	
	19		
3. Αξιολόγηση της επικαιρότητας			1
Αναγνώριση του κατάλληλου χρονοδιαγράμματος της εισαγωγής της στην αγορά.			4
			5
			6
4. Αξιολόγηση της προστιθέμενης αξίας	6		1
	12		4
Αξιολόγηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων ενός προϊόντος ή υπηρεσίας, καθώς και την ικανοποίηση των αγοραστών από ένα τέτοιο προϊόν.	13		5
	14		6

2.5 Προετοιμάζοντας την επιχειρηματική ετοιμότητα

Ο όρος «ετοιμότητα» (readiness) αναφέρεται τόσο στην προθυμία όσο και στην ικανότητα του ατόμου να κάνει κάτι (Matlay et al., 2012).

Στην έννοια «επιχειρηματική ετοιμότητα» (entrepreneurial readiness) έχουν αποδοθεί διάφοροι ορισμοί. Πρότυπο για την διατύπωση τους αποτελεί η θεωρία του ανθρώπινου κεφαλαίου που περιγράφει την ιεραρχία των γνώσεων και των δεξιοτήτων (Ucbasaran et al., 2008). Με βάση αυτή και σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν στην παράγραφο 3.1. οι επιχειρηματίες με υψηλό επίπεδο εισροών (γνώσεων και δεξιοτήτων) μπορούν να παρουσιάσουν ανώτερη απόδοση (Estrin et al., 2016).

Οι Lau et al. (2012) όρισαν την επιχειρηματική ετοιμότητα ως “τα γνωστικά χαρακτηριστικά ενός ατόμου, που σχετίζονται με την ικανότητα και την προθυμία να κατευθύνει τη συμπεριφορά του σε ένα επιχειρηματικό πλαίσιο”.

Σύμφωνα με τους Ruiz et al., (2016) ένα άτομο με επιχειρηματική ετοιμότητα διακρίνεται ως “ιδιαίτερα ικανό να παρατηρεί και να αναλύει το περιβάλλον του διοχετεύοντας το υψηλό δημιουργικό και παραγωγικό δυναμικό του, έτσι ώστε, να

αναπτύξει την ικανότητά του να τολμά και να ικανοποιήσει την ανάγκη του για αυτοπραγμάτωση”.

Στους παραπάνω ορισμούς επισημαίνεται ότι η επιχειρηματική ετοιμότητα του ατόμου εξαρτάται από την ικανότητα ή τη νοοτροπία (προδιάθεση - τάση) για επιχειρηματικές δράσεις όπως η αναγνώριση ευκαιριών, χρησιμοποιώντας τις δυνατότητές του (επιχειρηματικές ικανότητες) με βάση τους διαθέσιμους πόρους και ικανοποιώντας την ανάγκη του για αυτοπραγμάτωση (κίνητρο).

Τροποποιώντας το πλαίσιο ορισμού της επιχειρηματικής ετοιμότητας, από το επιχειρηματικό περιβάλλον στο εκπαιδευτικό, θεωρούμε ότι: «Η επιχειρηματική ετοιμότητα του ατόμου (*μαθητή*) εξαρτάται από την ικανότητα ή τη νοοτροπία (*προδιάθεση - τάση*) για επιχειρηματικές δράσεις (*συμμετοχή σε προγράμματα επιχειρηματικής εκπαίδευσης*), χρησιμοποιώντας αποτελεσματικά τις δυνατότητές του (*πρότερες γνώσεις και εμπειρίες*) με βάση τους διαθέσιμους πόρους (*μαθησιακούς*) και ικανοποιώντας την ανάγκη του για αυτοπραγμάτωση (*κίνητρο συμμετοχής*) (Schillo et al., 2016; Olugbola, 2017).

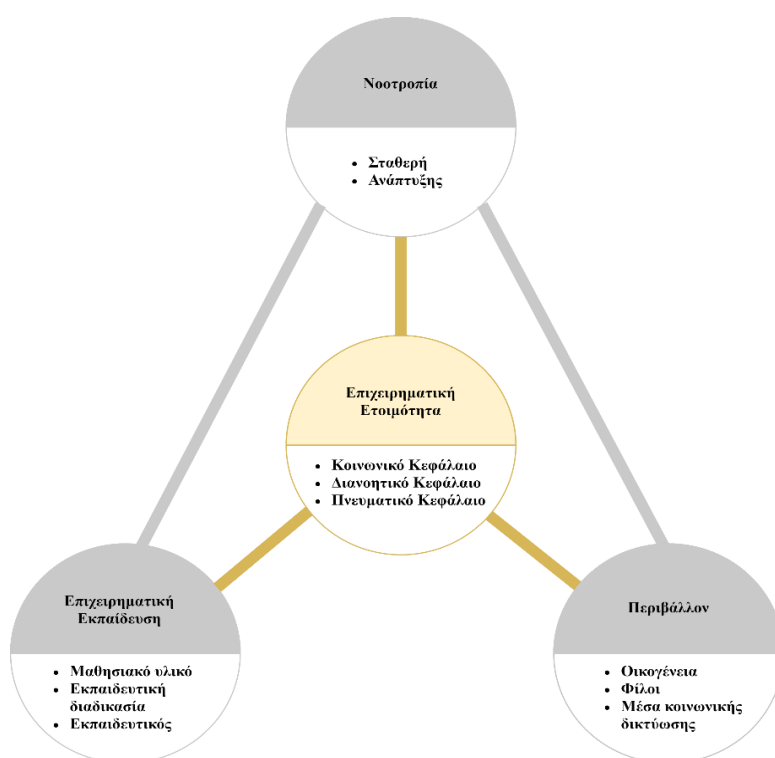
Η επισκόπηση της βιβλιογραφίας έδειξε ότι η επιχειρηματική ετοιμότητα του μαθητή καθορίζεται από ένα ευρύ σύνολο κοινωνιολογικών και ψυχολογικών παραγόντων αλλά και παραγόντων που αφορούν τη δυνατότητα διαχείρισης επιχειρηματικών ζητημάτων (Coduras et al., 2016; Olugbola, 2017). Καθένας από αυτούς παρέχει μετρήσιμες ποιοτικές και ποσοτικές μεταβλητές που συνδέονται με το επιχειρηματικό υπόβαθρο, την προσωπικότητα και την επιχειρηματική συμπεριφορά του μαθητή και οι οποίες μπορεί να περιλαμβάνονται σε κάθε εργαλείο μέτρησης της ετοιμότητάς του, ερευνώντας τις δυνατότητες συμμετοχής σε ένα πρόγραμμα επιχειρηματικής εκπαίδευσης. Έτσι οι Coduras et al., (2016) πρότειναν ένα θεωρητικό μοντέλο μέτρησης της επιχειρηματικής ετοιμότητας ώστε να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο από εκπαιδευτικούς και επιχειρηματίες, με στόχο τη βελτίωση της επιχειρηματικής ετοιμότητας.

Από τη στιγμή που τα προγράμματα επιχειρηματικής εκπαίδευσης εντάσσονται σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης, η μέτρηση της επιχειρηματικής ετοιμότητας του μαθητή, εκτός από δείκτης έλλειψης σε πρότερες γνώσεις και εμπειρίες, θα μπορούσε να γίνει εργαλείο αποτίμησης των μαθησιακών αποτελεσμάτων και δείκτης ανάπτυξης επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων. Με το σκεπτικό αυτό οι Matlay et al.,

(2012) χρησιμοποίησαν σε έρευνά τους την μέτρηση της επιχειρηματικής ετοιμότητας ως δείκτη αποτελεσματικότητας της επιχειρηματικής εκπαίδευσης.

Οι Pardiman et al. (2020) αναφέρουν ότι η επιχειρηματική ετοιμότητα των μαθητών επηρεάζεται από παράγοντες όπως η επιχειρηματική τους εκπαίδευση (Matlay et al., 2012), το περιβάλλον τους (Shane & Nicolaou, 2015) και η νοοτροπία τους (Dweck, 2008). Έτσι, η επιχειρηματική ετοιμότητα αξιολογείται μέσω του κοινωνικού (περιβάλλον), του διανοητικού (επιχειρηματική εκπαίδευση) και του πνευματικού (νοοτροπία) κεφαλαίου του μαθητή (Εικόνα 4).

Το περιβάλλον περιλαμβάνει την οικογένεια, τους φίλους και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Παρέχοντας επιχειρηματικές εμπειρίες ενθαρρύνει τη διαμόρφωση θετικών αντιλήψεων και συμβάλλει στη διαμόρφωση της νοοτροπίας του. Για παράδειγμα, δραστηριότητες ανταλλαγής γνώσεων και εμπειριών μεταξύ εμπλεκόμενων ατόμων επηρεάζουν τη νοοτροπία (Rutter, 2005; Thompson et al., 2007; DeLuca et al., 2019; Kim et al., 2020).



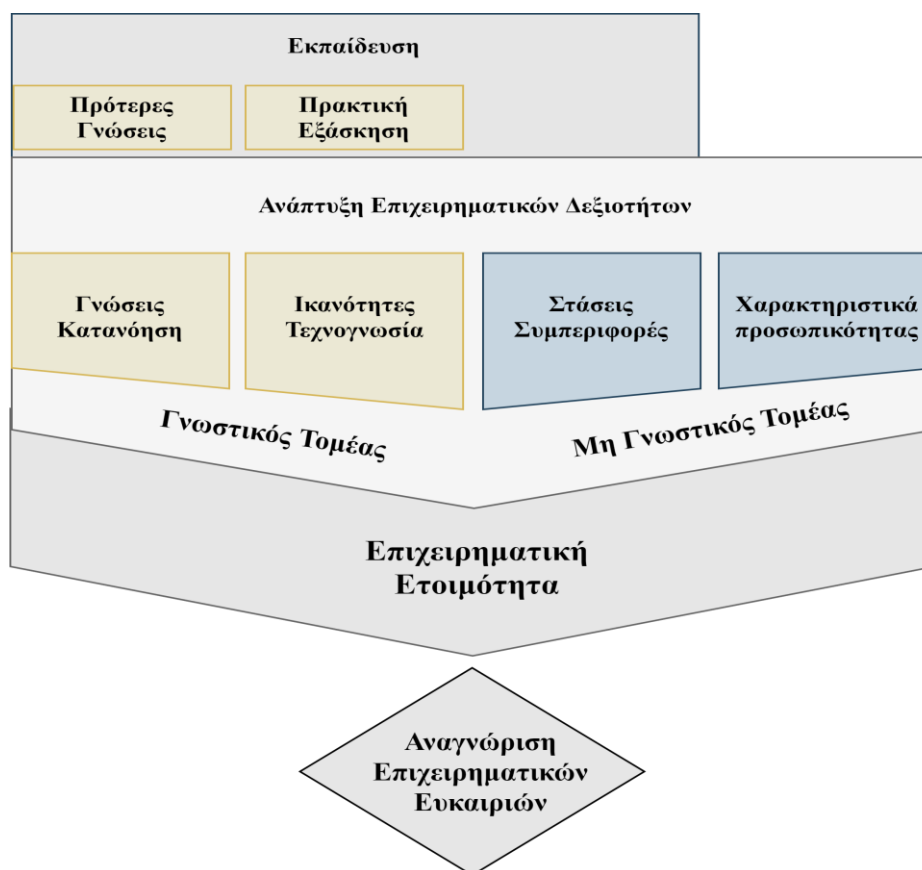
Εικόνα 4 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική ετοιμότητα

Η Ε.Ε. αξιολογείται μέσω της αποτελεσματικότητας του μαθησιακού υλικού και της μεθόδου διδασκαλίας και μάθησης, της παροχής θετικών μαθησιακών εμπειριών και τέλος μέσω της ικανότητας του εκπαιδευτικού. Αρκετοί ερευνητές υποστηρίζουν ότι

τα μαθήματα επιχειρηματικότητας που έχουν στόχο τη μετάδοση θεωρητικών γνώσεων συμβάλλουν θετικά στην επιχειρηματική ετοιμότητα του μαθητή (Iqbal et al., 2012; Liñán et al., 2011; Matlay et al., 2012). Βέβαια τα ευρήματα των Pardiman & Abs (2020) υποστηρίζουν ότι τα μαθήματα επιχειρηματικότητας για να συμβάλουν στην επιχειρηματική ετοιμότητα του μαθητή και να κινητοποιήσουν το ενδιαφέρον του, θα πρέπει να έχουν πρόθεση την παροχή γνώσεων, δεξιοτήτων και στάσεων μέσα από δράσεις πρακτικής εξάσκησης σε πραγματικά επιχειρηματικά ζητήματα.

Τέλος, η νοοτροπία (τρόπος σκέψης) αξιολογείται μέσω της παγιωμένης (σταθερής) νοοτροπίας και της νοοτροπίας ανάπτυξης. Η νοοτροπία είναι ένας συγκεκριμένος τρόπος αντίδρασης σε ένα φαινόμενο ή ένα πρόβλημα, που διαμορφώνεται από τις πεποιθήσεις του ατόμου (Dweck, 2008). Τα άτομα με παγιωμένη νοοτροπία είναι δύσκολο να αποδεχθούν τις απόψεις τρίτων. Τείνουν να κατηγορούν τις αδυναμίες τους, βλέπουν πάντα την αρνητική πλευρά του εαυτού τους, αποθαρρύνονται από τις αποτυχίες, και παραιτούνται χωρίς καμία προθυμία να ξαναπροσπαθήσουν. Τα άτομα με νοοτροπία ανάπτυξης τείνουν να σκέφτονται θετικά, είναι σε θέση να βελτιωθούν εξετάζοντας τις αδυναμίες τους, πιστεύουν ότι η ικανότητα του ανθρώπου είναι δυναμική και βελτιώνεται μέσα από καλές προσπάθειες. Επομένως, μαθαίνουν από λάθη και προσπαθούν ξανά μετά από αποτυχίες.

Στην παρούσα διατριβή η “Επιχειρηματική ετοιμότητα” ορίζεται ως: “Οι προαπαιτούμενες γνώσεις και δεξιότητες (*επιχειρηματική ετοιμότητα*) για την πρακτική εξάσκηση σε δραστηριότητες που αφορούν την σε βάθος ανάλυση επιχειρηματικών ιδεών που δίνονται σε μορφή παρουσίασης ημιδομημένου επιχειρηματικού σχεδίου και την αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών”. Η μέτρηση της ετοιμότητας γίνεται με τη χρήση ερωτηματολογίου που ερευνά τις γνώσεις, τις ικανότητες, τις στάσεις και τα επιχειρηματικά χαρακτηριστικά που διαθέτουν οι μαθητές και που κατανέμονται σε δύο τομείς, τον γνωστικό και τον μη γνωστικό, όπως αποτυπώνεται στην Εικόνα 5. (Coduras et al., 2016; Ruiz et al., 2016).



Εικόνα 5 Η επιχειρηματική ετοιμότητα αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών

Ο λόγος για τον οποίο εισάγεται η έννοια της επιχειρηματικής ετοιμότητας στην Ε.Ε. και η μέτρησής της, είναι διττός. Από τη στιγμή που τα προγράμματα Ε.Ε. εντάσσονται σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης, δημιουργείται η ανάγκη ύπαρξης ενός δείκτη έλλειψης σε πρότερες γνώσεις και εμπειρίες, οπότε η μέτρηση της επιχειρηματικής ετοιμότητας του μαθητή στην αρχή της εκπαιδευτικής διαδικασίας, ως προ-αξιολόγηση, μπορεί να διευκολύνει την ενίσχυση των μαθητών με έλλειμμα πρότερων γνώσεων και εμπειριών, ενώ με την εφαρμογή της στο τέλος, ως μετα-αξιολόγηση, λειτουργεί ως εργαλείο αποτίμησης των μαθησιακών αποτελεσμάτων και δείκτης ανάπτυξης επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών.

2.6 Τι έπεται

Οι επιχειρηματικές δεξιότητες αναγνωρίζονται όλο και περισσότερο ως δεξιότητες για τη ζωή, που σχετίζονται με την προσωπική ανάπτυξη και αυτοπραγμάτωση, την πρόοδο στην απασχόληση, καθώς και την έναρξη νέων επιχειρήσεων. Τα πλαίσια αναφοράς επιχειρηματικών δεξιοτήτων EntreComp και NCSEE διευκολύνουν την

ευθυγράμμιση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων επιχειρηματικότητας με την ανάπτυξη των επιχειρηματικών δεξιοτήτων. Σημαντική είναι η θέση της αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών μέσα στα πλαίσια αυτά καθώς και η σχέση της με την επιχειρηματική ετοιμότητα των μαθητών.

Στο επόμενο κεφάλαιο γίνεται μια αποσαφήνιση των όρων «επιχειρηματικότητα» και «επιχειρηματική εκπαίδευση» και επισημαίνονται οι λόγοι που καθιστούν σημαντική την Ε.Ε. στην Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση. Ακολουθεί μια επισκόπηση των κυριότερων προσεγγίσεων διδασκαλίας Ε.Ε.. Στη συνέχεια αναφέρονται τα ανοιχτά θέματα στη διδασκαλία της επιχειρηματικότητας σε σχολικό περιβάλλον, όπως προέκυψαν από λεπτομερή επισκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας. Τέλος αναλύεται η ανάγκη εκπαίδευσης στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών, την οποία έρχεται η παρούσα διατριβή να καλύψει με την προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η Διδασκαλία στην επιχειρηματικότητα στο σχολικό περιβάλλον

Κύρια αντικείμενα κεφαλαίου

- Η σημαντικότητα της Ε.Ε. μαθητών γυμνασίου και λυκείου
- Επισκόπηση των κυριότερων προσεγγίσεων διδασκαλίας Ε.Ε.
- Μεταφορά τεχνογνωσίας από έμπειρους επιχειρηματίες
- Ψηφιακά παιχνίδια επιχειρηματικής προσομοίωσης
- Σχεδίαση και λειτουργία μαθητικών επιχειρήσεων
- Σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου
- Αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών
- Ανοιχτά θέματα στη διδασκαλία της επιχειρηματικότητας σε σχολικό περιβάλλον
- Η ανάγκη εκπαίδευσης στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών

3.1 Η σημαντικότητα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης μαθητών γυμνασίου και λυκείου

Ο όρος «επιχειρηματικότητα», αναφέρεται στην ικανότητα εκκίνησης μιας νέας επιχείρησης, αλλά και στο να σκεφτόμαστε δημιουργικά και φιλόδοξα. Αν θέλαμε να ορίσουμε την έννοια “επιχειρηματικότητα” θα λέγαμε ότι περιλαμβάνει τρεις βασικές διαστάσεις: *αναζητώντας ευκαιρίες*, *αξιοποιώντας ευκαιρίες* και *δημιουργώντας αξία* (Seikkula-Leino et al., 2010). Ως άμεση ή έμμεση δύναμη πίσω από την οικονομία κάθε χώρας που προωθεί την καινοτομία και την απασχόληση, απαιτεί ανθρώπινο δυναμικό με επιχειρηματικές ικανότητες (γνώση, δεξιότητες και στάσεις) και επιχειρηματική συμπεριφορά (κουλτούρα), για να συνδυάσει και να αναπτύξει αυτές τις τρεις διαστάσεις.

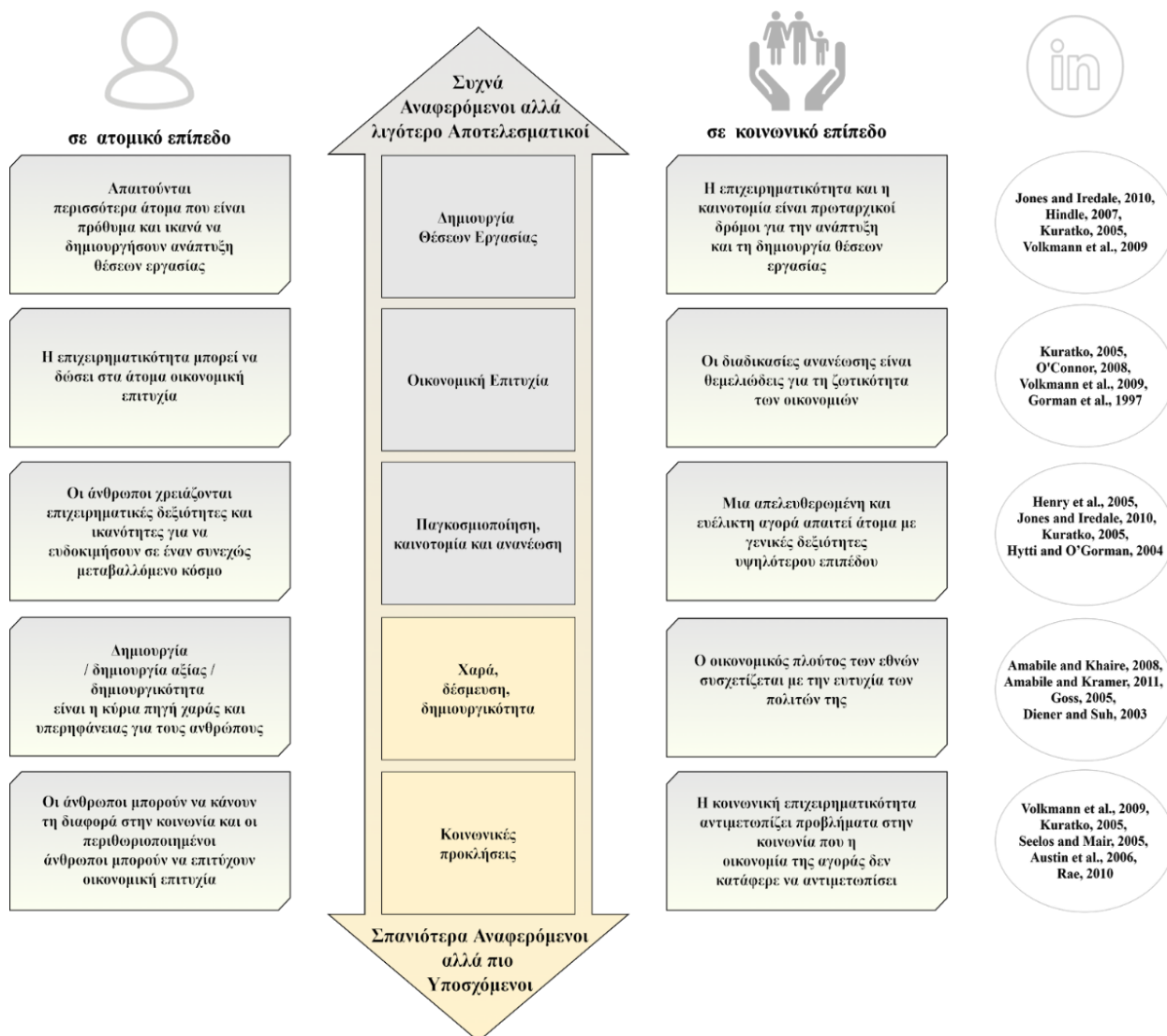
Από τα πρώτα στάδια ανάπτυξης της έννοιας το 1947 στο Harvard Business School, και μετά από αρκετή συζήτηση για το αν μπορεί και πρέπει να διδαχθεί ή όχι, έγινε σαφές ότι η επιχειρηματικότητα μπορεί και πρέπει να διδαχθεί. Άρχισαν να δημιουργούνται προγράμματα σπουδών που αφορούσαν κυρίως ενήλικες, και το

ενδιαφέρον αρκετών ερευνητών άρχισε να μεγαλώνει και να στρέφεται προς την κατεύθυνση του τι και πως πρέπει να διδαχθεί, σε ποιους, για ποιους λόγους και πως να αξιολογηθεί (Kuratko, 2005). Βαθμιαία, λόγω της αυξανόμενης σημασίας της, αναγνωρίστηκε ότι η εκπαίδευση και η κατάρτιση των νέων στον τομέα αυτό θα πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα, να ξεκινά από πολύ νωρίς (προσχολική εκπαίδευση) και ως κάθετη διαδικασία δια βίου μάθησης, να προχωράει σε όλα τα επίπεδα εκπαίδευσης, συμπεριλαμβανομένης και της εκπαίδευσης ενηλίκων (Lyons & Zhang, 2018; Kamovich & Foss, 2017; Lorz et al., 2013).

Το αυξημένο ενδιαφέρον για την εκπαίδευση σε θέματα επιχειρηματικότητας, τόσο από την μεριά των ερευνητών όσο και από τους υπεύθυνους χάραξης εκπαιδευτικής πολιτικής, δικαιολογείται από το γεγονός ότι ευαισθητοποιεί από πολύ νωρίς τους μαθητές σε ζητήματα σταδιοδρομίας και τους εξοπλίζει με τα απαραίτητα εφόδια για τη μετέπειτα επαγγελματική τους απασχόληση. Σε αρκετές ερευνητικές μελέτες γίνεται εκτεταμένη αναφορά στους λόγους που αναδεικνύουν την σημαντικότητά της. Οι λόγοι αυτοί εστιάζουν είτε στο επίπεδο του ατόμου, είτε στο κοινωνικό επίπεδο. Αξιολογώντας την αποτελεσματικότητά τους προκύπτει ότι οι λιγότερο αποτελεσματικοί αναφέρονται συχνά σε αντίθεση με τους σημαντικούς που αναφέρονται σπάνια (Εικόνα 6). Αυτό οφείλεται στην εξέλιξη όχι μόνο της οικονομίας αλλά και της κοινωνίας και ίσως να πρέπει να λαμβάνεται υπόψη στη στοχοθεσία των προγραμμάτων επιχειρηματικής εκπαίδευσης.

Η σημαντικότητα της εκπαίδευσης σε θέματα επιχειρηματικότητας αντικατοπτρίζεται και στην πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στο τέλος του 2006 υιοθέτησε ένα πλαίσιο για τις Βασικές Δεξιότητες της Δια Βίου Μάθησης. Στο πλαίσιο αυτό ορίστηκαν, οι βασικές δεξιότητες που οι πολίτες χρειάζονται για την προσωπική τους ανάπτυξη, την κοινωνική ενσωμάτωση, την ενεργό πολιτότητα και την απασχόληση, στην βασισμένη στη γνώση σύγχρονη κοινωνία (European Communities, 2007). Το πνεύμα πρωτοβουλίας και η ικανότητα του επιχειρείν (Sense of Initiative and Entrepreneurship) ήταν μια από τις οκτώ βασικές δεξιότητες, που ορίστηκαν ως ένας συνδυασμός γνώσεων, ικανοτήτων και στάσεων. Το 2017 έγινε επικαιροποίηση του αρχικού πλαισίου (European Commission, 2017) και δόθηκε έμφαση στο ότι αυτές τις 8 βασικές δεξιότητες θα πρέπει να τις έχουν αποκτήσει «οι νέοι, στο τέλος της υποχρεωτικής εκπαίδευσης και κατάρτισης, προσδίδοντάς τους εφόδια για την ενήλικη

ζωή είτε ως φοιτητές είτε ως εργαζόμενοι και για την περεταίρω απόκτηση γνώσεων και ανάπτυξη ικανοτήτων μέσω της δια βίου μάθησης» (McCallum et al., 2018).



Εικόνα 6 Λόγοι που καθιστούν σχετική και σημαντική την Επιχειρηματική Εκπαίδευση

Έτσι, αφού η επιχειρηματικότητα θεωρείται ως μια από τις 8 βασικές δεξιότητες, η ένταξη της εκπαίδευσης σε θέματα επιχειρηματικότητας στην υποχρεωτική δευτεροβάθμια εκπαίδευση αποκτά ιδιαίτερη σημασία και γίνεται προτεραιότητα στην εκπαιδευτική πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Πρόσφατα η Ατζέντα Νέων Δεξιοτήτων για την Ευρώπη (New Skills Agenda for Europe) διατηρεί στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος την ανάγκη για την προώθηση της εκπαίδευσης για την ικανότητα του επιχειρείν.

Στις μέρες μας η εκπαίδευση σε θέματα επιχειρηματικότητας προσανατολίζεται στην καλλιέργεια δεξιοτήτων και στη διαμόρφωση επιχειρηματικής κουλτούρας. Οι έννοιες, “Επιχειρηματική Εκπαίδευση” (enterprising education) και “Εκπαίδευση στην

Επιχειρηματικότητα” (entrepreneurship education), που χρησιμοποιούνται σε ό,τι αφορά τόσο τις διαστάσεις της επιχειρηματικότητας όσο και της επιχειρηματικής συμπεριφοράς, παρόλο που φαίνεται να μοιάζουν και πολλές φορές χρησιμοποιούνται ως ταυτόσημες, έχουν μια σαφή διαφορά μεταξύ τους (Seikkula-Leino et al., 2010). Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα δίνει έμφαση στη δημιουργία (έναρξη και λειτουργία) μιας επιχείρησης και αφορά κυρίως στην εκπαίδευση ενηλίκων, ενώ η Ε.Ε. ασχολείται με την ανάπτυξη στάσεων, ικανοτήτων και συμπεριφορών για την επιχειρηματική λειτουργία εντός επιχειρηματικών και μη επιχειρηματικών πλαισίων και αφορά και στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση (Crammond, 2019).

Αν πραγματικά θέλουμε να προετοιμάσουμε τους μαθητές ώστε η επιχειρηματικότητα να γίνει μέρος του DNA τους και να αντεπεξέλθουν με επιτυχία στις απαιτήσεις της παγκόσμιας οικονομίας του 21ου αιώνα, πρέπει να τους φέρουμε σε επαφή με αυτήν στη νεότερη δυνατή ηλικία. Βέβαια, παρόλο που η κοινωνία προοδεύει με βάση την τεχνολογική εξέλιξη και τις καινοτομίες, η υποχρεωτική εκπαίδευση διαφαίνεται να μην έχει κάνει σημαντικά βήματα προς αυτή την κατεύθυνση. Σε λίγες μόνο χώρες έχουν γίνει προσπάθειες εκσυγχρονισμού των προγραμμάτων σπουδών στα σχολεία και προσαρμογής τους στα νέα δεδομένα, εντάσσοντας κατάλληλες για το συγκεκριμένο ηλικιακό φάσμα θεματικές ενότητες που αφορούν την επιχειρηματικότητα. Όμως, και σε αυτές τις περιπτώσεις επισημαίνεται ότι οι απόφοιτοι συνεχίζοντας τις σπουδές σε επόμενη βαθμίδα είτε δεν διαθέτουν το κατάλληλο υπόβαθρο γνώσεων, δεξιοτήτων και καινοτόμου σκέψης, είτε δεν είναι ικανοί να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τις σύγχρονες προκλήσεις στον χώρο εργασίας χάρη στις γνώσεις και τις δεξιότητες που απέκτησαν. (OECD/EU, 2017, p. 58; 2015, p. 57).

Η Ε.Ε. βοηθάει τους μαθητές από όλα τα κοινωνικοοικονομικά υπόβαθρα να σκέφτονται έξω από το κουτί και να καλλιεργούν μη συμβατικά ταλέντα και δεξιότητες. Δημιουργεί ευκαιρίες, εξασφαλίζει κοινωνική δικαιοσύνη, ενσταλάζει την εμπιστοσύνη και δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την τόνωση της οικονομίας (Din, et al., 2016; Hadi et al., 2015). Έτσι, ένα πρόγραμμα επιχειρηματικής εκπαίδευσης στο πλαίσιο σχολικής δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης θα πρέπει να εστιάζει αφενός στην καλλιέργεια αξιών επιχειρηματικού χαρακτήρα και αφετέρου στη διαμόρφωση των μαθητών σε μελλοντικούς επιχειρηματίες (Samuel & Rahman, 2018). Θα πρέπει να

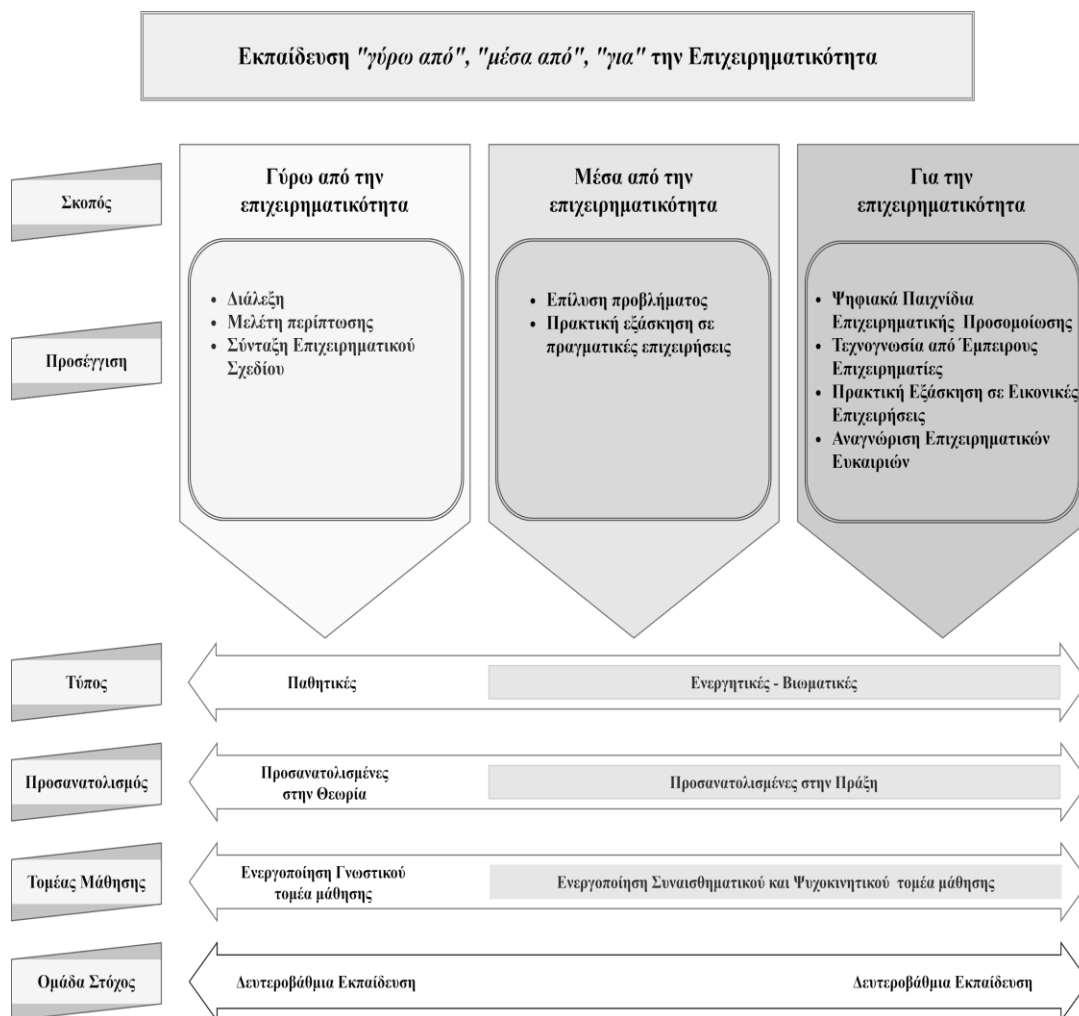
βοηθάει τους μαθητές γυμνασίου και λυκείου να αποκτήσουν γνώσεις και να αναπτύξουν κρίσιμες δεξιότητες που θα τους φανούν χρήσιμες στο μέλλον, όπως:

- συνεργασίας σε μια ομάδα εργασίας,
- επικοινωνίας με τον έξω κόσμο,
- τρόπου σκέψης (πρωτότυπου και δημιουργικού) για την εύρεση καινοτόμων λύσεων σε προβλήματα,
- οργάνωσης και διεξαγωγής ερευνών,
- συλλογής και ανάλυσης δεδομένων,
- προετοιμασίας αποτελεσματικών παρουσιάσεων,
- χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλείων υποστήριξης,
- διαχείρισης λάθους ή αποτυχίας.

3.2 Επισκόπηση των κυριότερων προσεγγίσεων διδασκαλίας ΕΕ

Ένα από τα βασικά στοιχεία του σχεδιασμού προγραμμάτων επιχειρηματικής εκπαίδευσης αφορά τη διδακτική προσέγγιση που ακολουθείται. Το πώς πρέπει να διδάσκονται οι έννοιες της επιχειρηματικότητας και ποιες είναι οι κατάλληλες προσεγγίσεις διδασκαλίας στην ΕΕ παραμένει ανοικτό ζητούμενο έρευνας και διδακτικής πρακτικής. Παρόλο που το κλειδί για την επιτυχία τέτοιων προγραμμάτων είναι η εύρεση ενός αποτελεσματικού τρόπου καλλιέργειας επιχειρηματικών δεξιοτήτων και η σύνδεση ανάμεσα στις ανάγκες των μαθητών με την εκπαιδευτική τεχνική, δεν υπάρχει μια καθολικά αποδεκτή προσέγγιση και δεν υπάρχει ένας καθολικά αποδεκτός οδηγός για το πως να διδάξει κάποιος επιχειρηματικότητα σε μαθητές γυμνασίου και λυκείου (Elert et al., 2018; Bourgeois & Balcon, 2016; Balan, 2014). Ως εκ τούτου, η επιλογή της κατάλληλης προσέγγισης διδασκαλίας και του τρόπου καλλιέργειας γνώσεων, δεξιοτήτων και στάσεων θα πρέπει να είναι συνεπής με τους στόχους και το περιεχόμενο κάθε προγράμματος, και να ευθυγραμμίζεται με τις ανάγκες των μαθητών.

Οι στόχοι των προγραμμάτων επιχειρηματικής εκπαίδευσης αφορούν στην εκπαίδευση “γύρω” (about), “για” (for) και “μέσα από” (through) την επιχειρηματικότητα (Εικόνα 7).



Εικόνα 7 Προσεγγίσεις διδασκαλίας Επιχειρηματικής Εκπαίδευσης

Προγράμματα προσανατολισμένα στη θεωρία διδάσκουν «γύρω» από την επιχειρηματικότητα (Samuel & Rahman, 2018; Piperopoulos & Dimov, 2014) και στοχεύουν στην απόκτηση θεωρητικών γνώσεων σχετικά με την επιχειρηματικότητα (γνωστικός τομέας), ενθαρρύνοντας τους μαθητές να επιλέξουν την επιχειρηματικότητα ως πιθανή επιλογή καριέρας σκεπτόμενοι την αυτοαπασχόληση. Η μαθησιακή διαδικασία ακολουθεί συνήθως την παραδοσιακή - δασκαλοκεντρική προσέγγιση και ο μαθητής είναι παθητικός ακροατής. Συνήθως βασίζεται σε προκαθορισμένο εκπαιδευτικό υλικό, έχει συγκεκριμένη διάρκεια, τρόπο αξιολόγησης και κριτήρια που καθορίζονται από τον εκπαιδευτικό. Οι πιο συνηθισμένες προσεγγίσεις είναι η διάλεξη, η μελέτη περίπτωσης και η σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου.

Προγράμματα προσανατολισμένα στην πρακτική εξάσκηση των μαθητών διδάσκουν «για» την επιχειρηματικότητα και «μέσα από» την επιχειρηματικότητα και στοχεύουν στην ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων. Το περιεχόμενο των προγραμμάτων

«για» την επιχειρηματικότητα έχει στόχο την εκπαίδευση των μαθητών στους μηχανισμούς λειτουργίας μιας επιχείρησης εστιάζοντας στη δημιουργία επιχειρηματικής νοοτροπίας και στην αίσθηση του να είσαι επιχειρηματίας. Πρόκειται για είδος εμπειρικής μάθησης με ενεργή συμμετοχή του μαθητή και επικρατέστερες προσεγγίσεις τα ψηφιακά παιχνίδια επιχειρηματικής προσομοίωσης, την τεχνογνωσία από έμπειρους επιχειρηματίες, την πρακτική εξάσκηση σε εικονικές επιχειρήσεις και την αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι μαθητές δρουν παίζοντας κάποιο ρόλο ή υποκρινόμενοι ότι είναι επιχειρηματίες αντί να είναι πραγματικοί επιχειρηματίες. (Mwasalwiba, 2010; Tasnim & Yahya, 2013).

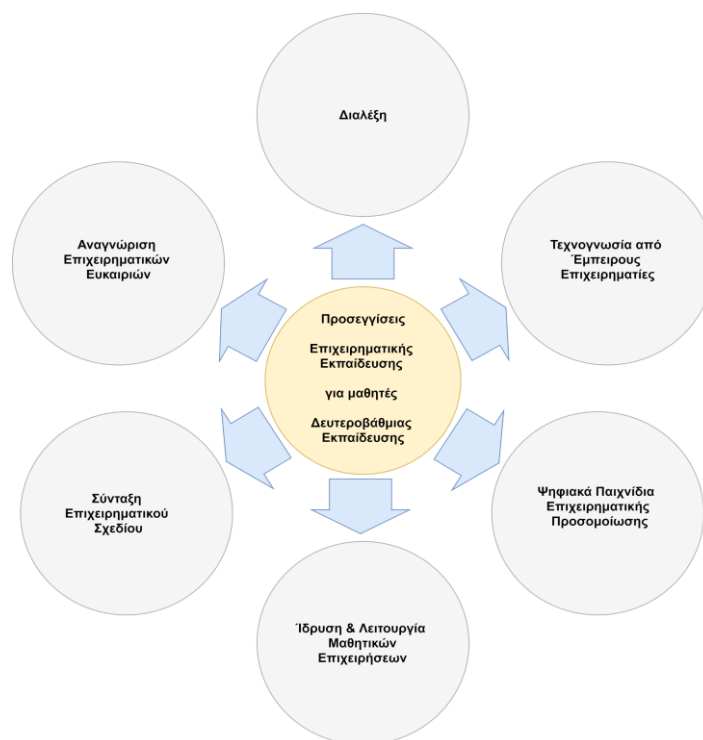
Η χρήση της εκπαιδευτικής τεχνικής “παιχνίδι ρόλων” στις προσεγγίσεις της προηγούμενης περίπτωσης είναι η βασική διαφορά σε σχέση με τα προγράμματα «μέσα από» την επιχειρηματικότητα, όπου η μάθηση προκύπτει μέσα από την εμπλοκή των εκπαιδευόμενων σε πραγματικές επιχειρηματικές δραστηριότητες, όπου ζουν την εμπειρία του να είναι επιχειρηματίες. Τα προγράμματα αυτά είναι δύσκολο να εφαρμοστούν στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση και συνήθως απευθύνονται σε προπτυχιακούς και μεταπτυχιακούς φοιτητές καθώς και σε προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης. Επικρατέστερες προσεγγίσεις είναι η επίλυση προβλήματος και η πρακτική εξάσκηση σε πραγματικές επιχειρήσεις (Panfilova et al, 2019; Chang & Rieple, 2013).

Στο ίδιο ακριβώς συμπέρασμα μπορούμε να καταλήξουμε αν λάβουμε υπόψη την ταξινόμια του Bloom (1956) που χωρίζει τους εκπαιδευτικούς στόχους σε τρεις επικαλυπτόμενους «τομείς»: γνωστικό (γνώσεις), συναισθηματικό (στάσεις) και ψυχοκινητικό (δεξιότητες). Κάθε τομέας ερευνάται ως ιεραρχία, η οποία αναπτύσσεται σε πολυπλοκότητα (Εικόνα 8). Η πλήρης εκτίμηση αυτού του μοντέλου επηρεάζει σαφώς την επιλογή της προσέγγισης επιχειρηματικής εκπαίδευσης που πρέπει να χρησιμοποιηθεί για την υποστήριξη της αποτελεσματικής μάθησης των μαθητών. Για παράδειγμα, για την επίτευξη χαμηλότερων γνωστικών στόχων, όπως η μετάδοση θεωρητικών γνώσεων, οι τεχνικές μαζικής διδασκαλίας (κυρίως παθητική προσέγγιση, όπως οι διαλέξεις) είναι πιο αποτελεσματικές. Για να επιτευχθεί ο στόχος της συναισθηματικής μάθησης, απαιτείται συμμετοχή των μαθητών στη μαθησιακή διαδικασία, η οποία επιτυγχάνεται αποτελεσματικότερα σε καινοτόμες προσεγγίσεις (όπως επιχειρηματικές προσομοιώσεις). Τέλος, προκειμένου να επιτευχθεί η απόκτηση

ανωτέρου επιπέδου δεξιοτήτων, οι βιωματικές προσεγγίσεις είναι οι πιο αποτελεσματικές (όπως η καθοδήγηση και η πρακτική εκπαίδευση).



Εικόνα 8 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή εκπαιδευτικής προσέγγισης κατά Bloom
 Με βάση τη διεθνή βιβλιογραφία, στις Εικόνες 9 και 10 παρουσιάζονται οι κυριότερες προσεγγίσεις επιχειρηματικής εκπαίδευσης που χρησιμοποιούνται συνήθως σε μαθητές γυμνασίου και λυκείου καθώς και μία επισκόπηση των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων τους, οι οποίες θα αναλυθούν παρακάτω.



Εικόνα 9 Προσεγγίσεις επιχειρηματικής εκπαίδευσης μαθητών γυμνασίου και λυκείου

Προσέγγιση	Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα
Διαλέξη	<ul style="list-style-type: none"> • Παρέχει άμεση πληροφόρηση • Ευκολότερη διαχείριση τάξης • Εστίαση σε συγκεκριμένα θέματα • Εύκολη ανανέωση μαθησιακού υλικού • Πρόσωπο με πρόσωπο αλληλεπίδραση 	<ul style="list-style-type: none"> • Περιορισμένη συμμετοχή των μαθητών • Λιγότερο αποτελεσματική για μαθητές που προτιμούν ενεργή μάθηση
Τεχνογνωσία από Έμπειρους Επιχειρηματίες	<ul style="list-style-type: none"> • Μπορεί να παρέχει πρόσφατες πληροφορίες από τον επιχειρηματικό κόσμο • Πληροφόρηση από πρώτο χέρι • Παραδείγματα αληθινά 	<ul style="list-style-type: none"> • Υψηλού κόστους • Μπορεί να μην συνδέει την θεωρία με την πράξη
Ψηφιακά Παιχνίδια Επιχειρηματικής Προσομοίωσης	<ul style="list-style-type: none"> • Παρέχουν εμπειρία ενεργητικής μάθησης • Οι μαθητές μπορούν να δουν το αποτέλεσμα των αποφάσεων • Αποτελεσματικά στην ανάπτυξη δεξιοτήτων ομαδικής εργασίας • Ανάπτυξη πολλαπλών δεξιοτήτων 	<ul style="list-style-type: none"> • Υψηλού κόστους • Έλλειψη ρεαλισμού • Μπορεί να είναι χρονοβόρα
Ίδρυση & Λειτουργία Μαθητικών Επιχειρήσεων	<ul style="list-style-type: none"> • Παρέχουν εμπειρία ενεργητικής μάθησης, ενθουσιασμό, κίνητρα • Οι μαθητές μπορούν να δουν το αποτέλεσμα των αποφάσεων • Αποτελεσματικά στην ανάπτυξη δεξιοτήτων ομαδικής εργασίας • Ανάπτυξη πολλαπλών δεξιοτήτων 	<ul style="list-style-type: none"> • Απροθυμία εκπαιδευτικών, έλλειψη προσόντων • Δυσκολία εύρεσης χρηματοδότησης • Νομικά προβλήματα • Χρονοβόρα διαδικασία • Υψηλές απαιτήσεις για έξτρα εργασία
Σύνταξη Επιχειρηματικού Σχεδίου	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργεί επιχειρηματική στρατηγική • Περιλαμβάνει προετοιμασία και έρευνα • Βελτιώνει τις ικανότητες γραφής 	<ul style="list-style-type: none"> • Δύσκολα οι μαθητές έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες • Οι μαθητές μπορεί να χρειάζονται επιπλέον καθοδήγηση • Απαιτούνται έμπειροι εκπαιδευτικοί
Αναγνώριση Επιχειρηματικών Ευκαιριών	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργεί επιχειρηματική στρατηγική • Περιλαμβάνει προετοιμασία και έρευνα • Αποτελεσματική στην ανάπτυξη δεξιοτήτων ομαδικής εργασίας • Ανάπτυξη πολλαπλών δεξιοτήτων 	<ul style="list-style-type: none"> • Μικρός χρόνος επώασης • Έλλειψη ανατροφοδότησης • Απαιτείται συνδυασμός στρατηγικών • Απαιτούνται έμπειροι εκπαιδευτικοί

Εικόνα 10 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα προσεγγίσεων επιχειρηματικής εκπαίδευσης μαθητών γυμνασίου και λυκείου

3.2.1 Διαλέξεις

Όταν βασική επιδίωξη είναι οι μαθητές να αποκτήσουν γενικές γνώσεις σχετικά με την επιχειρηματικότητα, ο πιο πρόσφορος τρόπος είναι οι διαλέξεις με βάση το περιεχόμενο των σχολικών εγχειριδίων (Nag & Das, 2015). Στη συγκεκριμένη προσέγγιση επιχειρηματικής εκπαίδευσης σε ένα καλά οργανωμένο και ελεγχόμενο μαθησιακό περιβάλλον με ακριβές χρονοδιάγραμμα η/ο εκπαιδευτικός αλληλεπιδρώντας πρόσωπο με πρόσωπο με τους μαθητές τους παρέχει πληροφορίες εστιάζοντας σε συγκεκριμένα ζητήματα (Ahmad et al., 2018). Οι μαθητές, έχοντας συνήθως παθητικό ρόλο, γνωρίζουν τα οφέλη της επιχειρηματικής δραστηριότητας αλλά δεν καλλιεργούν τις δεξιότητες που απαιτούνται για το πώς θα ενεργήσουν ως νέοι επιχειρηματίες (Arasti et al., 2012). Οι εκπαιδευτικοί πόροι που αξιοποιούνται μπορούν να επικαιροποιούνται συχνά μιας και ολοένα και περισσότερα βιβλία γράφονται, σε πολλαπλά μορφότυπα (π.χ. ψηφιακά βιβλία) (Balan, 2014). Όμως ο τρόπος αυτός είναι ο λιγότερο ελκυστικός για τους περισσότερους μαθητές και δεν προσφέρει εμπειρίες βιωματικής μάθησης (Ahmad et al., 2018; Balan, 2014).

3.2.2 Μεταφορά τεχνογνωσίας από έμπειρους επιχειρηματίες

Οι δασκαλοκεντρικές διαλέξεις μπορούν να εμπλουτιστούν με εισηγήσεις και συμβουλές από ακαδημαϊκούς και από έμπειρους επιχειρηματίες που ως προσκεκλημένοι ομιλητές εξηγούν στους μαθητές θέματα σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Οι εισηγητές διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην παρουσίαση της πληροφορίας και στη σύνδεση της θεωρίας με την πράξη (Read & Kleiner, 1996). Επίσης, έμπειροι επιχειρηματίες κάνουν παρουσιάσεις και επίδειξη διαφόρων θεμάτων κατά τη διάρκεια εκπαιδευτικών επισκέψεων σε χώρους εταιριών. Ο συγκεκριμένος τρόπος βασίζεται στο μοντέλο της Γνωστικής Μαθητείας (Cognitive Apprenticeship). Σύμφωνα με το μοντέλο αυτό, η μάθηση είναι ευκολότερο να συμβεί όταν οι μαθητές έρθουν σε επαφή με τη γνώση σε ένα αυθεντικό πλαίσιο και αλληλεπιδράσουν με εισηγητές που είναι συνήθως έμπειροι επιχειρηματίες, οι οποίοι προσπαθούν να τους παρουσιάσουν ενδιαφέροντα θέματα και να μεταλαμπαδεύσουν εμπειρική γνώση. Τα θέματα που παρουσιάζονται αφορούν στη διερεύνηση των αναγκών της αγοράς και τους τρόπους που επιτυγχάνεται η διαφοροποίηση από ανταγωνιστικά προϊόντα ώστε να εξασφαλίζεται οικονομική ευρωστία και ρευστότητα της επιχείρησης (Liñán et al., 2016). Επιπλέον, αφορούν στη σχεδίαση της επιχειρηματικής στρατηγικής για την ίδρυση, τη λειτουργία και τους τρόπους χρηματοδότησης μιας επιχείρησης.

Χρησιμοποιώντας υλικό από μελέτες περίπτωσης οι μαθητές έρχονται σε επαφή με διάφορα πρακτικά επιχειρηματικά ζητήματα, προκλήσεις ή ευκαιρίες (Ahmad et al., 2018), και βιώνουν πραγματικές καταστάσεις στις οποίες δεν θα μπορούσαν διαφορετικά να είχαν άμεση και εύκολη πρόσβαση (Samuel & Rahman, 2018).

3.2.3 Ψηφιακά παιχνίδια επιχειρηματικής προσομοίωσης

Εάν ο στόχος της επιχειρηματικής εκπαίδευσης είναι η ενασχόληση των μαθητών με πρακτικά ζητήματα για να βιώσουν στοιχεία μιας πραγματικής κατάστασης και να χρησιμοποιήσουν τη δημιουργικότητά τους, απαιτείται ενεργή εμπλοκή στην επίλυση προβλημάτων που προσομοιάζουν επιχειρηματικές καταστάσεις σε ελεγχόμενο και καθοδηγούμενο περιβάλλον (Deale, 2016). Αυτό μπορεί να γίνει είτε i) μέσω εξειδικευμένων ψηφιακών παιχνιδιών επιχειρηματικής προσομοίωσης, είτε ii) με τη δημιουργία επιχειρηματικού σχεδίου μιας ιδέας με βάση κάποιο πρότυπο είτε iii) με την αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών.

Η αξιοποίηση της μαθητοκεντρικής προσέγγισης διδασκαλίας επιχειρηματικής εκπαίδευσης βασισμένη σε παιχνίδια επιχειρηματικής προσομοίωσης (games-based learning) είναι διασκεδαστική και οδηγεί σε θετικά μαθησιακά αποτελέσματα (Fox et al., 2018; Fellnhofner, 2018). Τα πιο δημοφιλή παιχνίδια σύμφωνα με τους Fox et al.(2018) είναι το Interpretive Solutions, το Go Venture Word, το Go Venture entrepreneurs, το Sim Venture Classic και το Entrepreneurship Simulation. Οι μαθητές συμμετέχουν ενεργά σε μια διαδικασία εμπειρικής μάθησης, αλληλεπιδρούν με τους συμπαίκτες τους, δέχονται πολλά ερεθίσματα, χρησιμοποιούν τις προϋπάρχουσες γνώσεις και τις εμπλουτίζουν (Fellnhofner, 2018). Τα βασικά εκπαιδευτικά θέματα που καλύπτουν, σχετίζονται με την ίδρυση και τη λειτουργία μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων και είναι ο σχεδιασμός, η στρατηγική, το μάρκετινγκ, ο ανταγωνισμός, η επικοινωνία, η αντιμετώπιση κρίσεων, η τιμολόγηση και, τέλος, οι δαπάνες και τα έσοδα ενώ απουσιάζουν θέματα που να αφορούν την αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών (Ahmad et al., 2018). Αποτελέσματα μελετών δείχνουν ότι οι παιγνιώδεις αυτές δραστηριότητες επιχειρηματικής εκπαίδευσης ωθούν τους μαθητές σε ενεργούς πειραματισμούς προσφέροντας αξιολογες και ελκυστικές μαθησιακές εμπειρίες, και μέσω του μηχανισμού άμεσου ελέγχου του σκορ τούς παρέχουν τη δυνατότητα να αυτο-αξιολογούν άμεσα την επιτυχία ή την αποτυχία των ενεργειών τους (Samuel & Rahman, 2018; Fellnhofner, 2018). Η άμεση ανατροφοδότηση μπορεί να είναι

σημαντική για την απόφαση επιλογής προβλήματος, όμως, τα περισσότερα παιχνίδια δεν ωθούν τον μαθητή σε βαθύτερο κριτικό προβληματισμό που προσφέρουν άλλες μέθοδοι, όπως η σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου και η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών (Fox et al., 2018).

3.2.4 Σχεδίαση και λειτουργία μαθητικών επιχειρήσεων

Αυτή η προσέγγιση που βασίζεται στην υπόθεση ότι ο καλύτερος τρόπος μάθησης για την επιχειρηματικότητα είναι μέσω άμεσης εμπειρίας και πρακτικής, περιλαμβάνει τη σχεδίαση, ίδρυση και λειτουργία πραγματικών ή εικονικών οικονομικών δραστηριοτήτων για εκπαιδευτικό σκοπό (Quesel et al, 2017; Johansen & Schanke, 2014). Στις πραγματικές επιχειρήσεις οι μαθητές αναλαμβάνοντας ρόλους αποφασίζουν το προϊόν ή την υπηρεσία που θα παράξουν, εκπονούν το επιχειρηματικό σχέδιο, εξασφαλίζουν το απαιτούμενο κεφάλαιο, ιδρύουν μικρού μεγέθους επιχείρηση, παράγουν και τιμολογούν το προϊόν, το εμπορεύονται και διαχειρίζονται τα οικονομικά. Στο τέλος της χρονιάς, μετά την ρευστοποίηση της επιχείρησης, γίνεται ο απολογισμός (Eide & Olsvik, 2017).

Στις εικονικές επιχειρήσεις ο τρόπος οργάνωσης και λειτουργίας της επιχείρησης είναι ο ίδιος με αυτόν που αναφέρθηκε στις πραγματικές, χωρίς όμως να παράγονται προϊόντα και να γίνονται συναλλαγές με πραγματικά χρήματα. Ο εκπαιδευτικός, έχοντας ρόλο διευκολυντή, προσφέρει στήριξη και συμβουλές στους μαθητές χωρίς να επιβάλλει τις ιδέες του και να επεμβαίνει στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων (Eide & Olsvik, 2017). Οι μαθητές είναι ελεύθεροι να αναπτύξουν τις ιδέες τους και είναι υπεύθυνοι για τη λειτουργία της επιχείρησής τους και για τα όποια λάθη πιθανόν συμβούν.

3.2.5 Σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου

Η σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου (business plan creation) αποτελεί μια συνεργατική δραστηριότητα επίλυσης προβλήματος (Problem based learning) που αφορά στη σχεδίαση της επιχειρηματικής στρατηγικής μιας εικονικής επιχείρησης (Ruskonaara & Pihkala, 2013). Έχοντας ως στόχο την βαθύτερη κατανόηση επιχειρηματικών εννοιών προάγει τη δημιουργικότητα και την κριτική σκέψη μέσω της πρακτικής άσκησης στη δημιουργία του πλάνου ανάπτυξης μιας εικονικής επιχείρησης (Ahmad et al., 2018; Matlay, 2018). Για το ηλικιακό φάσμα των μαθητών δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης έχει

αποδειχθεί ότι η συγκεκριμένη προσέγγιση δεν είναι ιδιαίτερα αποτελεσματική, αν και βοηθά στην ανάπτυξη της κριτικής σκέψης (Whaeldon & Duval-Couetil, 2014). Αρκετές φορές εμφανίζεται το πρόβλημα οι μαθητές να μην προτείνουν πρωτότυπες ιδέες, που θα αποτελέσουν πρόσφορο θέμα για λεπτομερή μελέτη και καταγραφή θεμάτων όπως ο στρατηγικός σχεδιασμός ανάπτυξης, μάρκετινγκ, ανάλυση ανταγωνισμού κ.α. (Ahmad et al., 2018; Anderson et al., 2017). Επίσης, υπάρχει αδυναμία πρόσβασης των μαθητών σε πραγματικά δεδομένα με βάση τα οποία θα διερευνήσουν την καινοτομία και την επιχειρηματική αξία της ιδέας τους (Anderson et al., 2017).

3.2.5 Αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών

Η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών αποτελεί βασικό συστατικό της επιχειρηματικότητας και θεωρείται το πρώτο στάδιο της επιχειρηματικής διαδικασίας (Kreuzer & Weber, 2018; Kuckertz et al, 2017; Shane και Venkataraman, 2000). Από την επισκόπηση της βιβλιογραφίας δεν εντοπίστηκαν σαφείς στρατηγικές που να εφαρμόζονται στην εκπαίδευση μαθητών δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης στον τομέα της αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών. Παρόλο που η εξάσκηση της δεξιότητας αυτής είναι θεμελιώδης, απουσιάζει από τα προγράμματα επιχειρηματικής εκπαίδευσης αυτής της βαθμίδας και τις περισσότερες φορές γίνεται έμμεσα (Kuckertz et al, 2017; Kreuzer & Weber, 2018). Για παράδειγμα, μια προσέγγιση επιχειρηματικής εκπαίδευσης για την καλλιέργεια αυτών των δεξιοτήτων προτείνει οι μαθητές εργαζόμενοι ομαδικά να εντοπίζουν προβλήματα/ανάγκες, να ερευνούν και να προτείνουν εναλλακτικές λύσεις σε επιμέρους υπο-προβλήματα και να τις αξιολογούν έχοντας πρόσβαση σε πραγματικά ή μη δεδομένα με απώτερο στόχο να συντάξουν το δικό τους επιχειρηματικό σχέδιο (το οποίο δεν είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικό όπως προαναφέρθηκε). Επίσης, αρκετά προγράμματα επιχειρηματικής εκπαίδευσης επικεντρώνονται στην αξιοποίηση υφιστάμενων ευκαιριών και ως εκ τούτου, γίνεται αποδεκτή η υπόθεση ότι η ευκαιρία έχει ήδη προσδιοριστεί (Karimi et al, 2017; Neck & Greene, 2011).

3.3 Ανοιχτά θέματα στη διδασκαλία της επιχειρηματικότητας σε σχολικό περιβάλλον

Λεπτομερής επισκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας έδειξε ότι ο περιορισμένος αριθμός μελετών που να αφορούν την Ε.Ε. μαθητών γυμνασίου και λυκείου, σε συνδυασμό με τον πολυδιάστατο χαρακτήρα του πεδίου, καθιστά δύσκολη την εξαγωγή συμπερασμάτων για ελλείψεις που αφορούν θέματα διδασκαλίας και προσεγγίσεων στη συγκεκριμένη βαθμίδα (Volery et al., 2013). Συγκεκριμένα δεν υπάρχουν μελέτες που:

- να επικεντρώνονται αποκλειστικά στους στόχους των προγραμμάτων ή των μαθημάτων επιχειρηματικής εκπαίδευσης (Baptista and Naia, 2015). Στα περισσότερα προγράμματα ο κύριος στόχος είναι η αύξηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, δηλαδή η παρακίνηση των μαθητών για δημιουργία νέων επιχειρήσεων και όχι η απόκτηση βασικών επιχειρηματικών δεξιοτήτων (Kirkley, 2017; Johansen & Schanke, 2013).
- να διερευνούν τις επιπτώσεις (πιθανά αποτελέσματα) των προγραμμάτων επιχειρηματικής εκπαίδευσης σε μαθητές γυμνασίου και λυκείου. Κάποιες που υπάρχουν αφορούν την τριτοβάθμια εκπαίδευση και επικεντρώνονται στις επιχειρηματικές προθέσεις (τάση εκκίνησης νέας επιχείρησης), στην επιχειρηματική συμπεριφορά (ίδρυση νέων επιχειρήσεων) και στην επιχειρηματική απόδοση (επιτυχημένη εκκίνηση νέας επιχείρησης) (Nabi et al., 2017; Sirelkhatim and Gangi, 2015). Ουσιαστικά σε ό,τι αφορά τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση υπάρχει απουσία κοινού πλαισίου εκτίμησης με ομοιόμορφα κριτήρια για τη μέτρηση των επιπτώσεων στις επιχειρηματικές γνώσεις και τις δεξιότητες που απέκτησαν καθώς και στην επιχειρηματική νοοτροπία (Samuel & Rahman, 2018).
- να εστιάζουν στα χαρακτηριστικά των εκπαιδευόμενων. Υπάρχει έλλειμμα ευρημάτων από μελέτες που ερευνούν το πώς θα πρέπει αντιμετωπίζεται η πιθανότητα παραλλακτικότητας σε επίπεδο επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων των εκπαιδευόμενων μαθητών, τόσο κατά τη σχεδίαση προγραμμάτων επιχειρηματικής εκπαίδευσης όσο και κατά τη φάση υλοποίησης (Zeng & Honig, 2016).

- να αφορούν μεθόδους και εργαλεία μέτρησης των γνώσεων και των εμπειριών των εκπαιδευόμενων πριν τη συμμετοχή τους σε πρόγραμμα επιχειρηματικής εκπαίδευσης ώστε ανάλογα να προσαρμόζεται το περιεχόμενο και η διδακτική προσέγγιση στις ανάγκες και το προφίλ τους (Olugbola, 2017; Ruiz et al., 2016).
- να παρουσιάζουν τα πορίσματα πειραματικών εφαρμογών συγκεκριμένων προσεγγίσεων με διαφορετικά σενάρια υλοποίησης βάσει των διαφορετικών αναγκών των εκπαιδευόμενων (Kirkley, 2017).
- να επιβεβαιώνουν ότι υπάρχουν σαφή κριτήρια αξιολόγησης του περιεχομένου και των διδακτικών προσεγγίσεων σε ένα πρόγραμμα επιχειρηματικότητας για το τι, πότε, πού και πώς λειτουργεί έτσι ώστε να αποφανθούμε αν όντως είναι μια «καλή πρακτική» (Sirelkhatim and Gangi, 2015; Nabi et al., 2017).

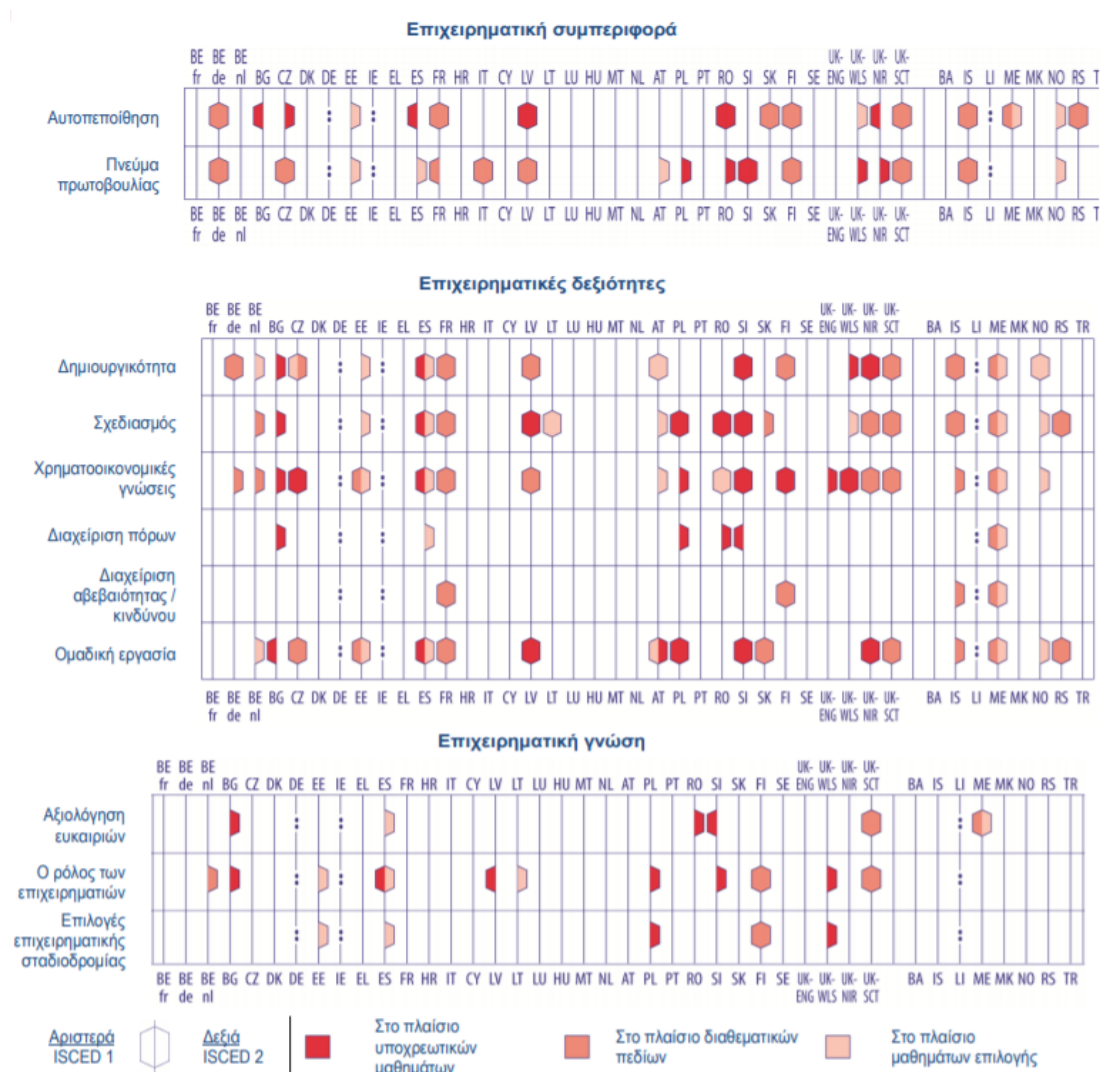
Συγκεκριμένα στοιχεία της επιχειρηματικής εκπαίδευσης που αξίζουν πολύ περισσότερη προσοχή είναι: Ο ρόλος των εξωσχολικών δραστηριοτήτων (Pittaway και Cope, 2007), η εργαστηριακή πρακτική εξάσκηση και η δημιουργία πραγματικών - εικονικών επιχειρήσεων (Bae et al., 2014), και, τέλος, η καθοδήγηση στη διάρκεια της πρακτικής άσκησης (Sirelkhatim και Gangi, 2015).

Σε έρευνες που σε τακτά χρονικά διαστήματα διεξάγονται σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, εκπαιδευτικοί και σύμβουλοι εκπαίδευσης κλήθηκαν να προσδιορίσουν τα μαθησιακά αποτελέσματα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στο γυμνάσιο, το λύκειο και την αρχική επαγγελματική εκπαίδευση, σε τρεις κατηγορίες:

- επιχειρηματικές συμπεριφορές (αυτοπεποίθηση και πνεύμα πρωτοβουλίας),
- επιχειρηματικές δεξιότητες (δημιουργικότητα, σχεδιασμός, χρηματοοικονομικές γνώσεις, διαχείριση πόρων, διαχείριση αβεβαιότητας/κινδύνου, ομαδική εργασία) και
- επιχειρηματικές γνώσεις (τρόπος αξιολόγησης των ευκαιριών, ρόλος των επιχειρηματιών στην κοινωνία και επιλογές επιχειρηματικής σταδιοδρομίας).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των ερευνών αυτών, αναφορά στα μαθησιακά αποτελέσματα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στο γυμνάσιο γίνεται σε περιορισμένο αριθμό χωρών (Εικόνα 11). Τα περισσότερα από αυτά σχετίζονται με την

επιχειρηματική συμπεριφορά, τις δεξιότητες της δημιουργικότητας, τις χρηματοοικονομικές γνώσεις και την ομαδική εργασία. Αντιθέτως, αποτελέσματα που σχετίζονται με τη διαχείριση πόρων, τη διαχείριση της αβεβαιότητας και των κινδύνων, καθώς και εκείνα που σχετίζονται με την επιχειρηματική γνώση, και ιδίως την αξιολόγηση επιχειρηματικών ευκαιριών και επιχειρηματικών επιλογών σταδιοδρομίας, είναι πολύ πιο σπάνια.

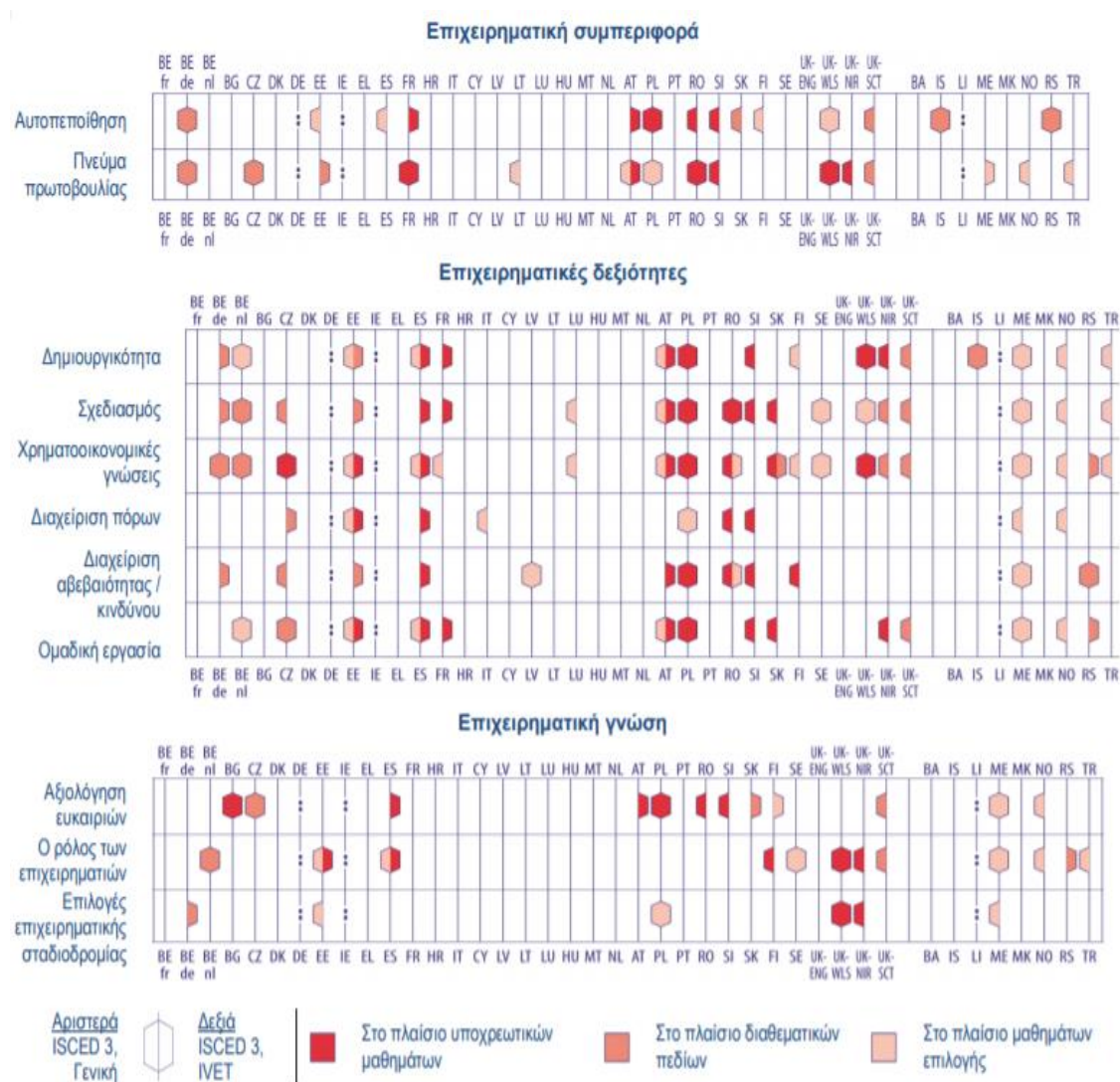


Πηγή: Ευρυδίκη.

Εικόνα 11 Μαθησιακά αποτελέσματα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στην πρωτοβάθμια και υποχρεωτική δευτεροβάθμια εκπαίδευση (Γυμνάσιο), 2014/15

Στην Εικόνα 12 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στο Λύκειο και στην Αρχική Επαγγελματική Εκπαίδευση. Τα προγράμματα σπουδών σε αυτές τις βαθμίδες εκπαίδευσης, χωρίς να περιέχουν περισσότερα μαθησιακά

αποτελέσματα από τα χαμηλότερα επίπεδα, παρουσιάζουν διαφορές στις επιμέρους κατηγορίες.



Πηγή: Ευρυδίκη.

Εικόνα 12 Μαθησιακά αποτελέσματα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση (Λύκειο) και Αρχική Επαγγελματική Εκπαίδευση, 2014/15

Όπως προαναφέρθηκε στην Ενότητα 2.1 η Ε.Ε., ως βασική ικανότητα που πρέπει να διαθέτει κάθε απόφοιτος δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, αποτελεί μέρος μιας διαδικασίας Δια Βίου Μάθησης. Τα παραπάνω αποτελέσματα αφενός προσδιορίζουν τα μαθησιακά αποτελέσματα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στο γυμνάσιο και το λύκειο και αφετέρου καταδεικνύουν τον τρόπο δόμησης εξασφαλίζοντας τη συνέχεια και την εξέλιξη. Κατά συνέπεια, τα μαθησιακά αποτελέσματα πρέπει να είναι οργανωμένα οριζόντια, σε όλο το πρόγραμμα σπουδών, αλλά και κάθετα, ώστε να

εξασφαλίζεται η εξέλιξη σε όλα τα επίπεδα της εκπαίδευσης. Βέβαια, τα μαθησιακά αποτελέσματα που συνδέονται με την Ε.Ε., είναι ακόμη κατακερματισμένα στα περισσότερα εκπαιδευτικά συστήματα. Πρόοδος μπορεί να επιτευχθεί σε μία κατηγορία μαθησιακών αποτελεσμάτων, αλλά όχι σε άλλες. Σε γενικές γραμμές τα προγράμματα σπουδών περιλαμβάνουν στοιχεία επιχειρηματικής μάθησης, αλλά πολύ λίγα δείχνουν μια πιο δομημένη προσέγγιση της Δια Βίου Μάθησης. Η παροχή πρακτικών επιχειρηματικών εμπειριών, όπως με την αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών μέσω της αξιολόγησης ιδεών, μπορεί να είναι ένας καλός τρόπος για να εξασφαλιστεί ότι όλα τα αποτελέσματα της επιχειρηματικής μάθησης καλύπτονται κατά τη διάρκεια της μαθησιακής διαδικασίας. Συνδυάζουν στόχους της επιχειρηματικής μάθησης με μεθοδολογία διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας.

3.4 Η ανάγκη εκπαίδευσης στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών

Η έρευνα για την Ε.Ε. αφορά κυρίως στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και σε κάποιες περιπτώσεις που μελετά τη δυνατότητα μεταφοράς των αποτελεσμάτων της στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση δεν είναι σαφής (Ruskovaara & Pihkala, 2013). Μέχρι τώρα ελάχιστα είναι γνωστά για τη σχέση μεταξύ των αποτελεσματικών τρόπων διδασκαλίας και των θετικών επιπτώσεων τους στην Ε.Ε. μαθητών δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (Fejes et al, 2019; Balan, 2014).

Στις μέρες μας η ανάγκη επιχειρηματικής εκπαίδευσης των μαθητών δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης είναι επιτακτική. Η καλλιέργεια γνώσεων, δεξιοτήτων και θετικών στάσεων σχετικά με την επιχειρηματικότητα στο συγκεκριμένο ηλικιακό φάσμα αποτελεί μια εξελικτική διαδικασία με ιδιαίτερη σημασία (Lindberg et al., 2017). Απώτερος σκοπός της είναι η καλλιέργεια επιχειρηματικής κουλτούρας και ιδιαίτερα δεξιοτήτων αξιολόγησης ιδεών και αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών με δυνατότητες εξέλιξής τους σε βιώσιμες επιχειρήσεις (Kuckertz et al., 2017). Έτσι, τα τελευταία χρόνια γίνεται προσπάθεια να δημιουργούνται προγράμματα σπουδών Ε.Ε. κατάλληλα για μαθητές ηλικίας 12 έως 18 ετών (Eurydice, 2016). Βασικό στοιχείο της αποτελεσματικότητάς τους αποτελεί η επιλογή της κατάλληλης διδακτικής προσέγγισης (Esmi et al., 2015) που θα πρέπει να ταιριάζει με τις ανάγκες των μαθητών αυτής της ηλικίας (Huq & Gilbert, 2017).

Φυσικά, η αποτελεσματικότητα των δασκαλοκεντρικών μοντέλων, που επικεντρώνονται περισσότερο στη μετάδοση θεωρητικών γνώσεων και λιγότερο στην ανάπτυξη ανώτερου επιπέδου ικανοτήτων και δεξιοτήτων επιχειρηματικής σκέψης, είναι περιορισμένη (Fejes et al., 2019; Lindberg et al., 2017). Αρκετοί ερευνητές προτείνουν τα μαθήματα επιχειρηματικότητας για μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης να συνδυάζουν θεωρία και πρακτική άσκηση χωρίς κατ' ανάγκη να επικεντρώνονται στη δημιουργία εικονικών ή μικρής κλίμακας πραγματικών σχολικών επιχειρήσεων (Fejes et al., 2019). Ακόμα, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, είναι πολύ σημαντικό να μπορούν οι μαθητές να κατακτήσουν δεξιότητες όπως η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών (recognition of business opportunities), η οποία αποτελεί κρίσιμο στοιχείο της επιχειρηματικής διαδικασίας αντιπροσωπεύοντας την «πιο διακριτή και θεμελιώδη επιχειρηματική συμπεριφορά» σύμφωνα με τους Kreuzer και Weber (2018). Η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών περιλαμβάνει διακριτές διαδικασίες όπως την ανίχνευση των αναγκών της αγοράς, την ανάλυση στοιχείων που αφορούν στην καινοτομία της επιχειρηματικής ιδέας σε σχέση με τον ανταγωνισμό, τη βιωσιμότητα και τον πιθανό ρυθμό ανάπτυξης με βάση οικονομικά στοιχεία, την επιχειρηματική στρατηγική κ.α. (Kuckertz et al., 2017). Ωστόσο, μελέτες δείχνουν ότι παραμένει θέμα προς διερεύνηση το πώς ή μέσω ποιας διδακτικής προσέγγισης μπορεί να επιτευχθεί σε μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης η καλλιέργεια αυτής της δεξιότητας (Kuckertz et al., 2017).

3.5 Τι έπεται

Η σημασία της επιχειρηματικής εκπαίδευσης έχει αναγνωριστεί παγκόσμια από τους ερευνητές, τα μέλη της εκπαιδευτικής κοινότητας και τους υπεύθυνους χάραξης εκπαιδευτικής και οικονομικής πολιτικής. Βέβαια, στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση σε ό,τι σχετίζεται με την καλλιέργεια της επιχειρηματικότητας και την προσαρμογή στα νέα δεδομένα δεν έχουν γίνει σημαντικά βήματα. Παρά την εκτενή έρευνα σχετικά με το θέμα εξακολουθούν να υπάρχουν αμφιβολίες σχετικά με το ποιες προσεγγίσεις διδασκαλίας, ποιο περιεχόμενο και ποιοι τρόποι αξιολόγησης είναι αποτελεσματικότεροι για την ανάπτυξη δεξιοτήτων και εμπειριών στη συγκεκριμένη σχολική βαθμίδα. Τα περισσότερα προγράμματα σπουδών δεν επικεντρώνονται στην καλλιέργεια της αναγνώρισης των επιχειρηματικών ευκαιριών, που είναι μία από τις θεμελιώδεις ικανότητες των επιχειρηματιών. Ως εκ τούτου, χρειάζεται να βρεθεί με

ποιο τρόπο θα ενταχθεί, με ποια προσέγγιση θα διδαχθεί και πώς θα αξιολογηθεί σε αυθεντικά σχολικά περιβάλλοντα με μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Στο κεφάλαιο αυτό έγινε εκτενής αναφορά στα συγκεκριμένα θέματα.

Συνοψίζοντας, το πλαίσιο ανάπτυξης της διδακτικής προσέγγισης που παρουσιάζεται στο επόμενο κεφάλαιο, βασίζεται στα στοιχεία από τα οποία εξαρτάται η επιχειρηματική ετοιμότητα, προσαρμοσμένα στο εκπαιδευτικό περιβάλλον και την ηλικία των μαθητών. Αυτά τα στοιχεία είναι οι επιχειρηματικές ικανότητες (ετοιμότητα), οι μαθησιακοί πόροι και τα κίνητρα. Οι μαθησιακοί στόχοι της προτεινόμενης διδακτικής προσέγγισης ως προς τις επιχειρηματικές ικανότητες αξιοποιούν τα πλαίσια αναφοράς NCSEE και EntreComp. Η δημιουργία των μαθησιακών πόρων βασίστηκε σε σύγχρονα και κατάλληλα μοντέλα και τεχνικές, που σε συνδυασμό με τον τρόπο εφαρμογής στοχεύουν στη δημιουργία κινήτρων στους μαθητές. Η διδακτική προσέγγιση αφορά στη θεμελιώδη επιχειρηματική ικανότητα της αξιολόγησης ιδεών και αναγνώρισης ευκαιριών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση αξιολόγησης ιδεών και αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών

Κύρια αντικείμενα κεφαλαίου

- Στόχοι της προτεινόμενης προσέγγισης
- Πεδίο Εφαρμογής – Μαθητικό κοινό
- Ενορχήστρωση Μαθησιακών Δραστηριοτήτων
 - Φάση 0: Προκαταρκτικές ενέργειες
 - Φάση 1: Ανίχνευση των αναγκών και των τάσεων της αγοράς
 - Φάση 2: Σύγκριση με τον ανταγωνισμό
 - Φάση 3: Ανάλυση Μοντέλου Εσόδων - Εξόδων
 - Φάση 4: Ανάλυση δεδομένων και επιχειρηματικό μοντέλο
 - Φάση 5: Παρουσίαση Αποτελεσμάτων – Αξιολόγηση
- Μαθησιακά μονοπάτια
- Μαθησιακό περιβάλλον με αξιοποίηση των Διαδικτυακών τεχνολογιών
- Άλλα μαθησιακά εργαλεία (λογισμικά και εφαρμογές)
- Πόροι Μαθησιακού Υλικού
- Ρόλος εμπλεκομένων στη μαθησιακή διαδικασία
- Χρονοδιάγραμμα και Παραδοτέα

4.1 Στόχοι της προτεινόμενης προσέγγισης

Οι στόχοι εφαρμογής της προτεινόμενης προσέγγισης είναι, μέσα από μία συστηματική διαδικασία πρακτικής εξάσκησης στην αξιολόγηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου μιας προτεινόμενης ιδέας, οι μαθητές, έχοντας ρόλο αναλυτών, να αποκτήσουν γνώσεις και να ενισχύσουν συγκεκριμένες πρακτικές δεξιότητες ώστε να σκέφτονται και να ενεργούν με επιχειρηματικό τρόπο σε ό,τι αφορά την αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών. Έτσι, ανεξάρτητα από την επιχειρηματική ετοιμότητα και το επίπεδο προηγούμενων γνώσεων και δεξιοτήτων που διαθέτουν, οι μαθητές μπορούν να αποκτήσουν ποικίλες δεξιότητες και πιο συγκεκριμένα:

- Ευχέρεια και ευελιξία για:
 - Ανίχνευση αναγκών αγοράς,
 - Ανάλυση στοιχείων που αφορούν στην καινοτομία μιας ιδέας σε σχέση με τον ανταγωνισμό,
 - Μελέτη της βιωσιμότητας και του πιθανού ρυθμού ανάπτυξής της,
 - Αποτύπωση του επιχειρηματικού μοντέλου της ιδέας χρησιμοποιώντας τον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου,
 - Τεκμηριωμένη αποτύπωση των πορισμάτων σε κείμενο (executive summary),
- Δημιουργική και εμπειριστατωμένη παρουσίαση του επιχειρηματικού σχεδίου της ιδέας (business plan slides deck)
- Κριτική σκέψη στην εξαγωγή συμπερασμάτων.
- Συνεργατικότητα μεταξύ των μελών της ομάδας.

Οι παραπάνω στόχοι μπορούν να διαχωριστούν/αντιστοιχιστούν στις κατηγορίες των γνώσεων, των δεξιοτήτων και των στάσεων, σύμφωνα με την αναθεωρημένη ταξινόμια του Benjamin Bloom (Bloom's Revised Taxonomy) (Armstrong, 2016), όπως παρουσιάζεται αναλυτικά στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.

Τέλος, μέσα από την εφαρμογή της δράσης αυτής στόχος είναι και η προαγωγή θετικών μαθησιακών εμπειριών.

4.2 Πεδίο Εφαρμογής – Μαθητικό κοινό

Η προτεινόμενη προσέγγιση πρακτικής εξάσκησης στην αξιολόγηση επιχειρηματικών ιδεών απευθύνεται κυρίως σε μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (Γυμνασίου και Λυκείου), ηλικίας 13 έως 18 ετών. Ο τρόπος με τον οποίο σχεδιάστηκε παρέχει τη δυνατότητα ένταξης:

- στο αναλυτικό πρόγραμμα σε μαθήματα οικονομικού περιεχομένου,
- σε διαθεματικά καινοτόμα προγράμματα δραστηριοτήτων (Εργαστήρια δεξιοτήτων Γυμνασίου, Προγράμματα αγωγής σταδιοδρομίας, Ζώνη Δημιουργικών Δραστηριοτήτων, Ερευνητικές Εργασίες),
- σε μαθήματα οικονομικού περιεχομένου όλων των τομέων της Δευτεροβάθμιας Επαγγελματικής Εκπαίδευσης.

Επιθυμητό θεωρείται οι μαθητές να διαθέτουν επιχειρηματική ετοιμότητα (πρότερη γνώση και εμπειρία), που αποτελεί βασικό συστατικό για να ανταποκριθούν σε επιχειρηματικά ζητήματα όπως η αξιολόγηση ιδεών και η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η Ε.Ε. είναι μια εξελικτική διαδικασία που στοχεύει στην ανάπτυξη δεξιοτήτων και θετικών μαθησιακών εμπειριών σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης, συμπεριλαμβανομένης και της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης, η προτεινόμενη προσέγγιση μπορεί να αξιοποιηθεί και σε προπτυχιακούς φοιτητές τμημάτων που στο πρόγραμμα σπουδών τους περιλαμβάνονται μαθήματα επιχειρηματικότητας, ενσωματώνοντας συγκεκριμένο εκπαιδευτικό περιεχόμενο του τομέα στον οποίο ανήκουν.

4.3 Ενορχήστρωση Μαθησιακών Δραστηριοτήτων

Η προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση που παρουσιάζεται παρακάτω, αποτελείται από συνεργατικές δραστηριότητες που υλοποιούνται ακολουθώντας 6 φάσεις (Εικόνα 13).

Πιο συγκεκριμένα το περιεχόμενο κάθε φάσης αφορά:

Φάση 0 Εισαγωγή - Σημασία της έρευνας αγοράς για την αξιολόγηση επιχειρηματικών ιδεών (ενότητα «Πριν μπω στην αγορά, την ερευνώ»)

Φάση 1 Πελάτες - Ανίχνευση αναγκών και τάσεων της αγοράς (ενότητα «Γνωρίζω τους πελάτες μιας επιχειρηματικής ιδέας»)

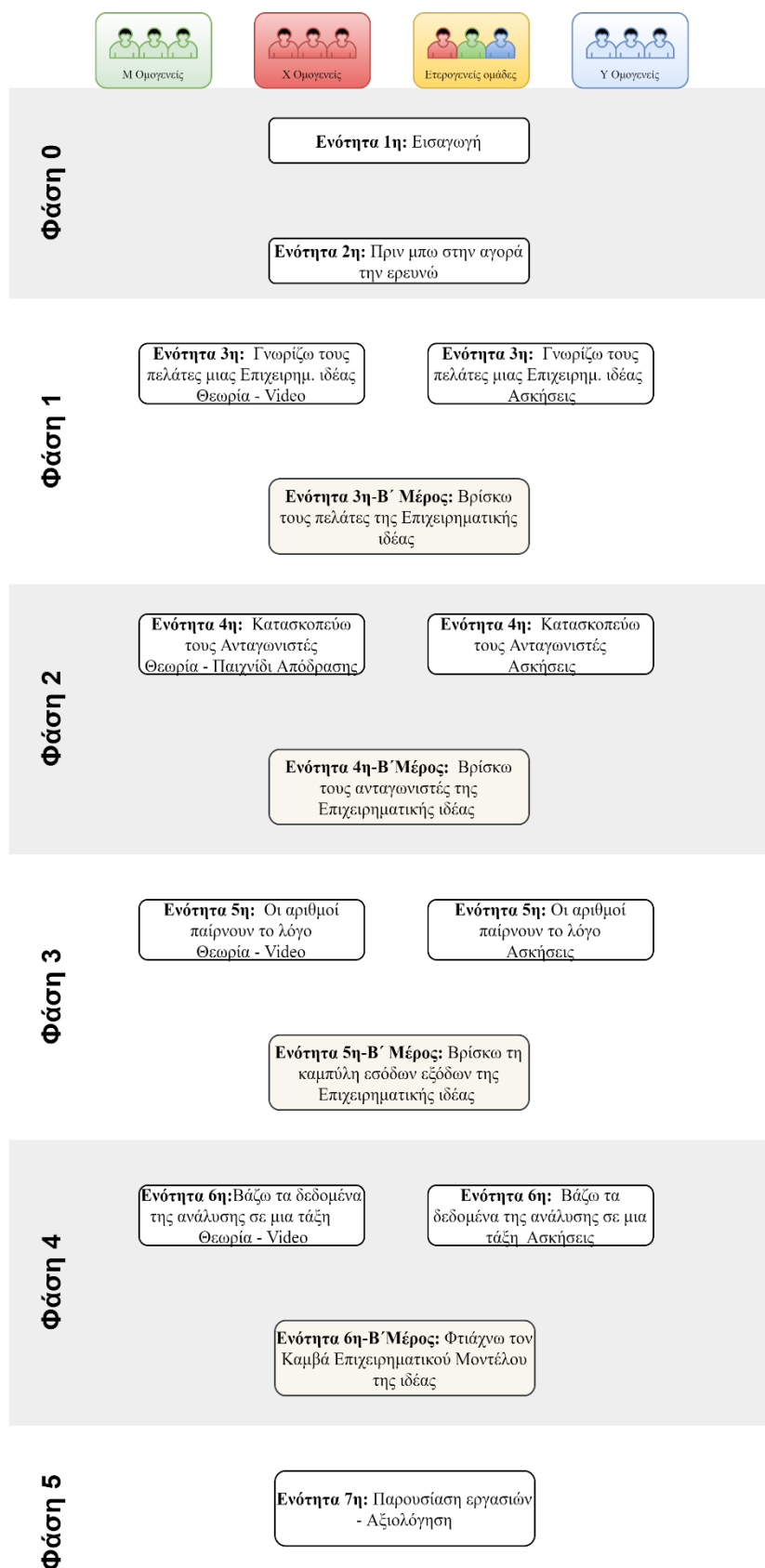
Φάση 2 Ανταγωνιστές (ενότητα «Κατασκοπεύω τους ανταγωνιστές»)

Φάση 3 Οικονομική βιωσιμότητα - Βασικές έννοιες ταμειακών ροών και ρευστότητας (ενότητα «Οι αριθμοί παίρνουν τον λόγο»)

Φάση 4 Καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (ενότητα «Βάζω τα δεδομένα της ανάλυσης σε μια τάξη»)

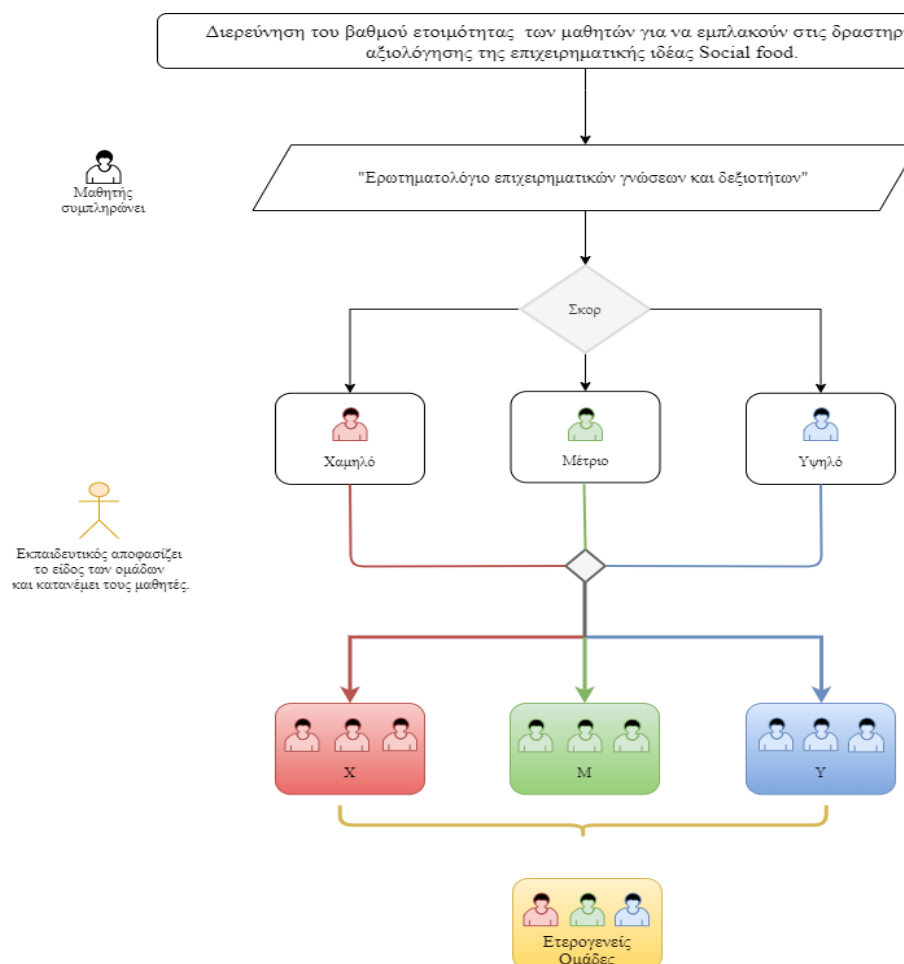
Φάση 5 Παρουσίαση Εργασιών και Αξιολόγηση

Το Α μέρος των φάσεων 1, 2, 3, 4 περιλαμβάνει θεωρητικό υλικό και ασκήσεις εμπέδωσης, ενώ το Β μέρος αφορά στην πρακτική εξάσκηση των γνώσεων και δεξιοτήτων που απέκτησαν, χρησιμοποιώντας ως μελέτη περίπτωσης την προτεινόμενη επιχειρηματική ιδέα, που καλούνται οι μαθητές να αξιολογήσουν και να αποφανθούν αν είναι επιχειρηματική ευκαιρία. Η προτεινόμενη ιδέα προέρχεται από τον χώρο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και προωθεί την έννοια της βιωσιμότητας.



Εικόνα 13 Πλαίσιο διδακτικής προσέγγισης αξιολόγησης ιδεών και αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών

Με δεδομένο ότι οι δράσεις επιχειρηματικότητας είναι από τη φύση τους συνεργατικές δραστηριότητες, η προτεινόμενη προσέγγιση έχει ομαδοσυνεργατικό χαρακτήρα, που, εκτός των άλλων, στοχεύει και στην εξοικείωση των μαθητών με τον ομαδικό τρόπο εργασίας.



Εικόνα 14 Δημιουργία ομάδων

Στην προτεινόμενη τεχνολογικά υποστηριζόμενη ομαδοσυνεργατική διδακτική προσέγγιση η δημιουργία των ομάδων βασίζεται στην επιχειρηματική ετοιμότητα των μαθητών (Students Readiness) να εμπλακούν στην προτεινόμενη προσέγγιση αξιολόγησης μιας επιχειρηματικής ιδέας και να ολοκληρώσουν με επιτυχία τις επιμέρους δραστηριότητες κάθε σταδίου της (Ho et al., 2018; Olugbola, 2017; Schillo et al., 2016).

Η μέτρησή της γίνεται με τη συμπλήρωση από κάθε μαθητή του ερωτηματολογίου “επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων” στην αρχή της εκπαιδευτικής διαδικασίας.

Ανάλογα με την βαθμολογία που συγκεντρώνει κάθε μαθητής μπορεί να έχει υψηλή, μέτρια ή χαμηλή ετοιμότητα. Έτσι, ο εκπαιδευτικός έχει τη δυνατότητα κατανομής των μαθητών σε ομογενείς (homogeneous) ή ετερογενείς (heterogeneous) ως προς την επιχειρηματική ετοιμότητα ομάδες, κάθε μια από τις οποίες μπορεί να προσεγγίσει τον τρόπο αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών ακολουθώντας διαφορετική πορεία, κατάλληλη για το επίπεδο ετοιμότητας στο οποίο ανήκουν τα μέλη της (Εικόνα 14).

Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι φάσεις

- με πίνακες που περιλαμβάνουν τις δραστηριότητες, το εκπαιδευτικό υλικό, τον τύπο της, τα παραδοτέα που καλούνται οι μαθητές να υποβάλουν στο τέλος κάθε μιας καθώς και τους επιδιωκόμενους στόχους όπως αυτοί αναφέρονται στο Παράρτημα 1.
- με αναλυτική περιγραφή των επιμέρους δραστηριοτήτων κάθε ενότητας και αναφορά στους σημαντικότερους στόχους αυτών. Τα φύλλα εργασίας κάθε φάσης παρουσιάζονται σε Παράρτημα.

4.3.1 Φάση 0: Προκαταρκτικές ενέργειες

Πίνακας 8 Φάση 0: Εισαγωγή

Ενότητα 1: “Εισαγωγή”				
Δραστηριότητα	Τύπος Δραστηριότητας Ατομική (Α) Ομαδική (Ο)	Εκπαιδευτικοί Πόροι	Παραδοτέα	Στόχοι
				Γνωστικοί (Γ.Σ.) Δεξιότητες (Δ.) Στάσεις (Στ.) (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1)
Δραστηριότητα 0.1.1				
Μέτρηση Αρχικής Επιχειρηματικής Ετοιμότητας πριν την υλοποίηση της προσέγγισης	A	Υπερσύνδεσμος στο Ερωτηματολόγιο μέτρησης Επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων	Συμπληρωμένο ερωτηματολόγιο μέτρησης Επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων	Δ.7

Δραστηριότητα 0.1.2 Εισαγωγικές πληροφορίες	A	Αρχείο εισαγωγικών πληροφοριών	Δ.7
Δραστηριότητα 0.1.3 Η προτεινόμενη προς αξιολόγηση επιχειρηματική ιδέα	O	Υπερσύνδεσμος Αρχείου Παρουσίασης (ppt) Επιχειρηματικό πλάνο ιδέας (slides deck)	Στ.3, 5
Δραστηριότητα 0.1.4 Έγκριση ή απόρριψη του αιτήματος χρηματοδότησης	A	Υπερσύνδεσμος Δημοσκόπησης	Συμπληρωμένο Ερωτηματολόγιο Δημοσκόπησης Γ.Σ. 1, 2 - Στ. 1
Δραστηριότητα 0.1.5 Κριτήρια Αξιολόγησης της Ομαδικής Εργασίας	O	Υπερσύνδεσμος Ρουμπρίκας Αξιολόγησης	Δ.6, 7 - Στ.6

Δραστηριότητα 0.1.1 Η δραστηριότητα ξεκινάει με τη συμπλήρωση του “Ερωτηματολογίου επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων” (Παράρτημα 2) από κάθε μαθητή ατομικά. Στόχος είναι αφενός οι μαθητές να αναπτύξουν αυτογνωσία και αυτοπεποίθηση, προσδιορίζοντας και αξιολογώντας τα δυνατά και αδύνατα σημεία τους όσον αφορά στις επιχειρηματικές γνώσεις και ικανότητές τους, και αφετέρου ο εκπαιδευτικός να επιλέξει τον/τους τύπο/ους ομάδων που θα δημιουργήσει με βάση τα αποτελέσματα αυτής της αποτίμησης.

Δραστηριότητα 0.1.2 Οι μαθητές ενημερώνονται από τον εκπαιδευτικό για το πρόβλημα που πρέπει να λύσουν (την αξιολόγηση δηλαδή μιας προτεινόμενης επιχειρηματικής ιδέας), για τη δομή και τη διάρκεια των δραστηριοτήτων, για τον ρόλο που αναλαμβάνουν, για τα απαιτούμενα παραδοτέα που θα δημιουργήσουν, και το χρονοδιάγραμμα που πρέπει να τηρήσουν, έτσι ώστε να είναι σε θέση να κατανοήσουν

το πλαίσιο στο οποίο θα εργαστούν. Τέλος, χωρίζονται σε ομάδες με βάση την επίδοσή τους στο “Ερωτηματολόγιο επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων”. Όλες οι παραπάνω πληροφορίες εμπεριέχονται στον οδηγό σπουδών, σε ένα αρχείο μορφής PDF. Η συστηματική αυτή ενημέρωση των μαθητών αποσκοπεί στο να ενισχύσει το ενδιαφέρον και το κίνητρό τους για συμμετοχή.

Δραστηριότητα 0.1.3 Οι μαθητές αναλαμβάνοντας ρόλο αναλυτή επιχειρηματικών ιδεών μελετούν στις ομάδες τους την παρουσίαση (slides deck) του επιχειρηματικού σχεδίου της προτεινόμενης ιδέας.

Δραστηριότητα 0.1.4 Στη συνέχεια οι μαθητές διατυπώνουν την αρχική τους άποψη για το αν η συγκεκριμένη ιδέα είναι επιχειρηματική ευκαιρία ή όχι, ψηφίζοντας ατομικά στη δημοσκόπηση.

Στόχος των δραστηριοτήτων 0.1.3. και 0.1.4. είναι οι μαθητές να γνωρίσουν την επιχειρηματική ιδέα που τους προτείνουμε, να προβληματιστούν για την δυνατότητα μετατροπής της σε προϊόν (εφαρμογή) και να λάβουν τα απαραίτητα κίνητρα ώστε να συμμετέχουν ενεργά στην ανάλυσή της. Επίσης, να προβληματιστούν για την ανάγκη εύρεσης τρόπων αντιμετώπισης υφιστάμενων ή μελλοντικών κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών προβλημάτων που να ευθυγραμμίζονται με τις επικρατούσες συνθήκες και τάσεις της αγοράς.

Δραστηριότητα 0.1.5 Η Ενότητα 1 της Φάσης 0 ολοκληρώνεται με τη μελέτη των κριτηρίων της ρουμπρίκας που θα χρησιμοποιήσουν τόσο ο εκπαιδευτικός όσο και οι ίδιοι οι μαθητές προκειμένου να αξιολογήσουν το τελικό ομαδικό παραδοτέο. (Παράρτημα 3). Στόχος αυτής της ενημέρωσης είναι η υιοθέτηση θετικής στάσης απέναντι στην αυτοαξιολόγηση και την ετεροαξιολόγηση καθώς και η ανάπτυξη της δεξιότητας να αξιολογούν την εργασία τους αλλά και την εργασία των άλλων, βελτιώνοντας την αυτογνωσία και αυτοπεποίθησή τους. Η ρουμπρίκα εμπεριέχεται στον υπερσύνδεσμο “Κριτήρια Αξιολόγησης της Ομαδικής Εργασίας (Ρουμπρίκα)” σε αρχείο pdf.

Πίνακας 9 Φάση 0: Εισαγωγή

Ενότητα 2: “Πριν μπω στην αγορά, την ερευνώ”				
Δραστηριότητα	Τύπος Δραστηριότητας	Εκπαιδευτικοί Πόροι	Παραδοτέα	Στόχοι

Ατομική (Α) Ομαδική (Ο)		Γνωστικοί (Γ.Σ.) Δεξιότητες (Δ.) Στάσεις (Στ.) (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1)		
Δραστηριότητα 0.2.1 Αρχικός προβληματισμός	Ο	Υπερσύνδεσμος φύλλου εργασίας “Η ανάγκη αξιολόγησης ιδεών” Αρχείο PDF	Υποθέσεις αποτυπωμένες σε αρχείο στο stormboard	Γ.Σ. 1, 2 - Δ. 1, 3, 5 - Στ.1
Δραστηριότητα 0.2.2 Αβεβαιότητες του επιχειρείν	Ο	Υπερσύνδεσμος Αρχείου βίντεο	Απαντήσεις σε ερωτήματα του φύλλου εργασίας σε αρχείο word	Γ.Σ. 5, 6, 7, 14, 15 - Δ. 1, 4, 5 - Στ. 3
Δραστηριότητα 0.2.3 Ο επιχειρηματίας	Ο	Υπερσύνδεσμος αρχείου εικόνας (PNG)	Ορισμός της έννοιας «επιχειρηματίας» σε αρχείο word	Γ.Σ. 1, 2, 5 - Δ. 1, 2, 4, 5 - Στ. 3
Δραστηριότητα 0.2.4 Αβεβαιότητες του επιχειρείν	Ο	Απαντήσεις δραστηριοτήτων 0.2.2 και 0.2.3	Απαντήσεις εκ νέου στα ερωτήματα της δραστηριότητας 0.2.1 του φύλλου εργασίας σε αρχείο word	Γ.Σ. 6, 13, 17 - Δ. 1, 3, 4, 5 - Στ. 1, 3
Δραστηριότητα 0.2.5 Αβεβαιότητες του επιχειρείν	Ο	Αρχεία απαντήσεων μαθητών (παρουσίαση στην ολομέλεια – αξιολόγηση)		Γ.Σ. 4, 5, 6, 17 - Δ. 1, 2, 6 - Στ. 1, 3

Στόχος των δραστηριοτήτων της ενότητας 2 είναι, μέσα από τη μελέτη εισαγωγικών μαθησιακών πηγών σχετικά με τη σημασία της έρευνας αγοράς για την αξιολόγηση επιχειρηματικών ιδεών, να διατυπώσουν υποθέσεις με ανάκληση προηγούμενης

γνώσης, να καλλιεργήσουν επιχειρηματική σκέψη και να υιοθετήσουν πρακτικές αξιολόγησης ιδεών και αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών.

Δραστηριότητα 0.2.1 Οι μαθητές σε ομάδες μελετούν το φύλλο εργασίας. Ζητείται να εντοπίσουν τις διαφορετικές ανάγκες - επιθυμίες των ανθρώπων σχετικά με τη χρήση του πλαστικού μέσου συσκευασίας και να εκφράσουν την άποψή τους για την πιθανότητα να αποτελεί επιχειρηματική ευκαιρία μια προτεινόμενη ιδέα. Προσπαθώντας κάθε ομάδα να απαντήσει, κάνει μια αρχική υπόθεση και προβληματίζεται “γιατί η αξιολόγηση επιχειρηματικών ιδεών είναι χρήσιμη”. Για την καταγραφή των απαντήσεων της ενότητας προτείνεται η χρήση του συνεργατικού εργαλείου καταγισμού ιδεών stormboard.

Δραστηριότητα 0.2.2 Αποστολή των μαθητών είναι να ερευνήσουν τις αβεβαιότητες μιας υπό σύσταση νέας επιχείρησης. Παρακολουθούν ένα ολιγόλεπτο βίντεο και κάθε ομάδα προσπαθεί να απαντήσει σε δύο ερωτήματα σχετικά με τις αβεβαιότητες του επιχειρείν.

Δραστηριότητα 0.2.3 Στη δραστηριότητα αυτή οι μαθητές παρατηρώντας μια εικόνα ορίζουν και καταγράφουν την έννοια «επιχειρηματίας».

Δραστηριότητα 0.2.4 Οι μαθητές έχουν τη δυνατότητα τροποποίησης της απάντησης (αρχικής υπόθεσης) στο ερώτημα της δραστηριότητας 0.2.1 με βάση τις απαντήσεις τους στα ερωτήματα των δραστηριοτήτων 0.2.2 και 0.2.3, και σύγκρισης της νέας απάντησης με την αρχική.

Δραστηριότητα 0.2.5 Οι ομάδες στην ολομέλεια της τάξης συζητούν τις απαντήσεις τους με τα μέλη των άλλων ομάδων και τον καθηγητή τους, με σκοπό την επαλήθευση ή όχι της υπόθεσης που έκαναν απαντώντας στην ερώτηση της δραστηριότητας 0.2.1. Κάθε ομάδα και ο εκπαιδευτικός αξιολογεί τα παραδοτέα των ομάδων.

Το φύλλο εργασίας της Φάσης 0 παρουσιάζεται στο Παράρτημα 4.

4.3.2 Φάση 1: Ανίχνευση των αναγκών και των τάσεων της αγοράς

Πίνακας 10 Φάση 1: Έρευνα Αγοράς – Πελάτες (Μέρος Α)

Ενότητα 3: “Γνωρίζω τους πιθανούς πελάτες μιας επιχειρηματικής ιδέας”

Μέρος Α΄: Βασικές έννοιες ανάλυσης πελατών

Δραστηριότητα	Τύπος Δραστηριότητας Ατομική (Α) Ομαδική (Ο)	Εκπαιδευτικοί Πόροι	Παραδοτέα	Στόχοι
				Γνωστικοί (Γ.Σ.) Δεξιότητες (Δ.) Στάσεις (Στ.) (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1)
Δραστηριότητα 1.3.1 Αρχικές υποθέσεις	Ο	Υπερσύνδεσμος φύλλου εργασίας Αρχείο PDF	Συμπληρωμένο φύλλο απαντήσεων 1	Γ.Σ. 1, 2 - Δ. 1, 3
Δραστηριότητα 1.3.2 Εντοπίζω τους πελάτες μιας δικτυακής πύλης	Ο	Υπερσύνδεσμος δικτυακής πύλης	Συμπληρωμένο φύλλο απαντήσεων 2α	Γ.Σ. 5, 14 - Δ. 1, 4, 5 - Στ. 3, 4
Δραστηριότητα 1.3.3 Η ανάγκη επικοινωνίας του επιχειρηματία με τους πελάτες	Ο	Υπερσύνδεσμος βίντεο	Διορθωμένο φύλλο απαντήσεων 1	Γ.Σ. 5, 13, 14, 17 - Δ. 1, 4 - Στ. 1, 3, 4

Δραστηριότητα 1.3.4			Γραφική απεικόνιση των δεδομένων και των πληροφοριών (infographic) 5 απαντήσεων του διορθωμένου φύλλου απαντήσεων 1 στο Canva	
Δημιουργία γραφικής απεικόνισης των δεδομένων και των πληροφοριών	Ο	Διορθωμένο φύλλο απαντήσεων 1		Δ. 1, 3, 4, 5 - Στ. 3, 4

Οι μαθητές υλοποιούν διερευνητικές μαθησιακές δραστηριότητες μέσω ιστοεξερεύνησης για τη σχέση ανάμεσα στον επιχειρηματία και τους πελάτες. Κύριος στόχος των δραστηριοτήτων του Α μέρους της Ενότητας 3 είναι οι μαθητές να μπορούν να διακρίνουν τις διάφορες κατηγορίες πιθανών πελατών μιας επιχειρηματικής ιδέας ανάλογα τις ανάγκες και τις επιθυμίες που τους καλύπτει.

Δραστηριότητα 1.3.1 Οι μαθητές παίρνουν τον ρόλο εν δυνάμει επιχειρηματία που έχει μια επιχειρηματική ιδέα και απαντούν ερωτήματα που αφορούν στους πελάτες μιας επιχειρηματικής ιδέας. Προβληματίζονται και διατυπώνουν αρχικές υποθέσεις.

Δραστηριότητα 1.3.2 Οι μαθητές επισκέπτονται μια δικτυακή πύλη και αναζητούν τους πελάτες της συγκεκριμένης επιχείρησης. Στη συνέχεια απαντούν σε σχετικά ερωτήματα. Προτείνεται η ψηφιακή καταγραφή των απαντήσεων σε υπηρεσία αποθήκευσης και συγχρονισμού αρχείων.

Δραστηριότητα 1.3.3 Οι μαθητές παρακολουθούν ένα ολιγόλεπτο βίντεο για τη σημασία της επικοινωνίας του επιχειρηματία με τους πιθανούς πελάτες μιας επιχειρηματικής ιδέας πριν τη φάση υλοποίησής της. Επανέρχονται στις υποθέσεις της 1ης δραστηριότητας για τυχόν διορθώσεις.

Δραστηριότητα 1.3.4 Αποστολή των ομάδων είναι να δημιουργήσουν μια γραφική απεικόνιση των δεδομένων και των πληροφοριών (infographic) που να περιέχει τις αναθεωρημένες απαντήσεις σε 5 από τα αρχικά ερωτήματα. Προτείνεται η απεικόνιση να γίνει στην εφαρμογή ψηφιακών γραφικών Canva.

Πίνακας 11 Φάση 1: Έρευνα Αγοράς – Πελάτες (Μέρος Β)

Ενότητα 3: “Γνωρίζω τους πιθανούς πελάτες μιας επιχειρηματικής ιδέας”				
Μέρος Β΄: Εργασία				
Δραστηριότητα 1.3.5				Γ.Σ. 1, 5, 6, 10, 13, 14, 17, 18 - Δ.
Ανάγκες πελατών, συλλογή δεδομένων	Ο	Υπερσύνδεσμος φύλλου εργασίας Αρχείο PDF Ερωτηματολόγια	-	1, 2, 3, 4, 5 - Στ. 1, 2, 3, 4
Δραστηριότητα 1.3.6				Γ.Σ. 1, 3, 4, 5, 6, 10, 13, 14, 17, 18 - Δ.
Ανάγκες πελατών, επεξεργασία δεδομένων	Ο	Συμπληρωμένα Ερωτηματολόγια Υποδείγματα πινάκων, γραφημάτων ανάλυσης αναγκών	Πίνακες – Γραφήματα ανάλυσης αναγκών πελατών	Δ. 1, 2, 3, 4, 5 - Στ. 1, 2, 3, 4
Δραστηριότητα 1.3.7				Γ.Σ. 1, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 13, 14, 17, 18 - Δ. 1, 2, 3, 4, 5 - Στ. 1, 2, 3, 4
Ανάγκες πελατών, Μερίδιο αγοράς	Ο	Συμπληρωμένα Ερωτηματολόγια	Μερίδιο Αγοράς	
Δραστηριότητα 1.3.8				Γ.Σ. 1, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 13, 14, 17, 18 - Δ. 1, 2, 3, 4, 5 - Στ. 1, 2, 3, 4
Ανάγκες πελατών, τελικά αποτελέσματα	Ο	Πίνακες – Γραφήματα ανάλυσης αναγκών πελατών	Συμπεράσματα της έρευνας για τους πελάτες σε κείμενο (αρχείο word) και σε παρουσίαση (αρχείο ppt)	

Σε κάθε ομάδα οι μαθητές αναλαμβάνουν ρόλους: Αναλυτών Αναγκών - Επιθυμιών Προμηθευτών (Suppliers Needs Analysts) και Αναλυτών Αναγκών - Επιθυμιών Καταναλωτών (Consumers Needs Analysts). Στόχος είναι να εντοπίσουν και να προσεγγίσουν τους πιθανούς πελάτες – χρήστες και προμηθευτές που αφορά η Ε.Ι.. Χρησιμοποιώντας έντυπα ή ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια καλούνται να κάνουν δράση στο πεδίο για να μάθουν τις πραγματικές ανάγκες και επιθυμίες των εν δυνάμει

πελατών σχετικά με το αντικείμενο της Ε.Ι., να συλλέξουν συμπληρωμένα τα αντίστοιχα έντυπα ανάλυσης αναγκών και να συγκρίνουν τα ευρήματά τους με όσα ισχυρίζονται οι εμπνευστές της Ε.Ι.. Επίσης, εκτιμούν το μερίδιο της αγοράς (πιθανούς πελάτες) της επιχείρησης υπολογίζοντας το ποσοστό των θετικών απαντήσεων σε ένα ερώτημα στο ερωτηματολόγιο του πελάτη - χρήστη. Τέλος, τα μέλη κάθε ομάδας καταγράφουν τα ευρήματα και τα συμπεράσματά τους. Αναπτύσσουν δεξιότητες συλλογής και ανάλυσης δεδομένων, αξιολόγησης πληροφοριών και εξαγωγής συμπερασμάτων.

Δραστηριότητα 1.3.5 Οι μαθητές, ανάλογα με τον ρόλο που έχουν αναλάβει στην ομάδα, επικοινωνούν με την αντίστοιχη ομάδα πελατών και προσπαθούν να συλλέξουν δεδομένα για τις ανάγκες - επιθυμίες τους. Χρησιμοποιούν, ανάλογα με την περίπτωση, έντυπα ή ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια.

Δραστηριότητα 1.3.6 Κάθε υπο-ομάδα αποδελτιώνει τα απαντημένα ερωτηματολόγια που πήρε ή τα δεδομένα που κατέγραψε, υπολογίζει τα αθροίσματα, συμπληρώνει τους πίνακες ανάλυσης αναγκών προμηθευτών και καταναλωτών αντίστοιχα, και στο τέλος δημιουργεί γραφήματα.

Δραστηριότητα 1.3.7 Κάθε ομάδα, με βάση τις απαντήσεις στα ερωτηματολόγια, υπολογίζει το πιθανό μερίδιο της αγοράς που μπορεί να κερδίσει η προτεινόμενη Ε.Ι, αν γίνει επιχείρηση.

Δραστηριότητα 1.3.8 Κάθε ομάδα γράφει και οπτικοποιεί τα συμπεράσματά της για τις ανάγκες – επιθυμίες της αγοράς σε κείμενο και διαφάνειες. Επίσης, σχολιάζει έναν ισχυρισμό σχετικά με το Μερίδιο Αγοράς της προτεινόμενης Ε.Ι.

Τα φύλλα εργασίας της Φάσης 1 παρουσιάζονται στο Παράρτημα 5 & Παράρτημα 6.

4.3.3 Φάση 2: Σύγκριση με τον ανταγωνισμό

Πίνακας 12 Φάση 2: Έρευνα Αγοράς – Ανταγωνιστές (Μέρος Α)

Ενότητα 4: “Κατασκοπεύω τους ανταγωνιστές”				
Μέρος Α΄: Βασικές έννοιες ανάλυσης ανταγωνισμού				
Δραστηριότητα	Τύπος Δραστηριότητας	Εκπαιδευτικοί Πόροι	Παραδοτέα	Στόχοι

Ατομική (Α) Ομαδική (Ο)		Γνωστικοί (Γ.Σ.) Δεξιότητες (Δ.) Στάσεις (Στ.) (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1)
----------------------------	--	---

Δραστηριότητα

2.4.1 έως 2.4.6

Εισαγωγή,
Εικονικό
δωμάτιο
απόδρασης.

Ο

Υπερσύνδεσμος
σε εικονικό
δωμάτιο
απόδρασης

Γ.Σ. 1, 2, 5, 6,
9, 15 - Δ. 1, 4, 5
- Στ. 3, 4

Δραστηριότητα

2.4.7

Ψηφιακή
αφήγηση της
σημασίας της
ανάλυσης
ανταγωνισμού

Ο

Τρίπτυχο
κόμικ στο
storyboardthat

Γ.Σ. 1, 2, 5, 6,
9, 15 - Δ. 1, 4, 5
- Στ. 3, 4

Οι μαθητές σε ομάδες παίζουν ένα διαδικτυακό παιχνίδι απόδρασης βασισμένο σε μια μελέτη περίπτωσης σχετική με ανταγωνιστές αγοράς και παρουσιάζουν τα συμπεράσματά τους για τη σημασία της ανάλυσης ανταγωνισμού με ψηφιακή αφήγηση. Οι στόχοι της συγκεκριμένης ενότητας επικεντρώνονται στο να κατανοήσουν οι μαθητές την αξία και τη χρησιμότητα της έρευνας αγοράς για την αξιολόγηση ιδεών, να κατανοήσουν ότι η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών έχει σημαντικές επιχειρηματικές συνέπειες και να αναπτύξουν δημιουργική σκέψη.

Δραστηριότητα 2.4.1-2.4.6 Οι μαθητές ξεκινούν από το πρώτο εικονικό δωμάτιο απόδρασης, μελετούν το περιεχόμενο του σεναρίου, ανακαλύπτουν στοιχεία και λύνουν γρίφους σχετικούς με τη σημασία της έννοιας του ανταγωνιστή, με στόχο την απόδραση από αυτό και το ξεκλείδωμα του επόμενου δωματίου. Η ίδια διαδικασία ακολουθείται και στα επόμενα δωμάτια, όπου μαθαίνουν για την ανάλυση ανταγωνισμού, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, τα βασικά στοιχεία που πρέπει να

ερευνήσουν σε μια ανάλυση ανταγωνισμού, και τον τρόπο που θα τα αποτυπώνουν σε πίνακα. Τέλος, ένα δίλημμα τους οδηγεί στη σημασία της ανάλυσης ανταγωνισμού.

Δραστηριότητα 2.4.7 Κάθε ομάδα πρέπει να αποδώσει δημιουργικά με ένα τρίπτυχο κόμικ τη σημασία του εντοπισμού και της ανάλυσης των πιθανών ανταγωνιστών μιας επιχειρηματικής ιδέας, πριν τη φάση υλοποίησής της. Προτείνεται η χρησιμοποίηση της εφαρμογής ψηφιακής απεικόνισης storyboardthat.

Πίνακας 13 Φάση 2: Έρευνα Αγοράς – Ανταγωνιστές (Μέρος Β)

Ενότητα 4: “Κατασκοπεύω τους ανταγωνιστές”				
Μέρος Β΄: Εργασία				
Δραστηριότητα	Τύπος Δραστηριότητας Ατομική (Α) Ομαδική (Ο)	Εκπαιδευτικοί Πόροι	Παραδοτέα	Στόχοι
				Γνωστικοί (Γ.Σ.) Δεξιότητες (Δ.) Στάσεις (Στ.) (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1)
Δραστηριότητα 2.4.8				
Έρευνα για ανταγωνιστές της επιχειρηματικής ιδέας	Ο	Υπερσύνδεσμος φύλλου εργασίας Αρχείο PDF Web Quest		Γ.Σ. 1, 5, 6, 10, 15, 18 - Δ. 1, 2, 3, 4, 5 - Στ. 1, 2, 3, 4

Δραστηριότητα 2.4.9		Πίνακας Ανάλυσης Ανταγωνισμού Συμπεράσματα της έρευνας για τους ανταγωνιστές σε κείμενο (αρχείο word) και σε παρουσίαση (αρχείο ppt)		
Ανάλυση ανταγωνισμού, Παρουσίαση αποτελεσμάτων	Ο	Πληροφορίες για τους κύριους ανταγωνιστές		Γ.Σ. 5, 10, 13, 15, 17 - Δ. 1, 2 ,3, 4, 5 - Στ. 1, 2, 3, 4

Προκειμένου να διερευνήσουν το θέμα του ανταγωνισμού σε βάθος, τα μέλη των ομάδων αναλαμβάνουν τους ρόλους: Αναλυτής Προϊόντων, Αναλυτής, Αναλυτής Αγοράς και Αναλυτής Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος. Οι ομάδες εντοπίζουν τους τρεις σημαντικότερους πιθανούς ανταγωνιστές της επιχειρηματικής ιδέας Social food, συμπληρώνουν το έντυπο ανάλυσης ανταγωνισμού και γράφουν τα συμπεράσματά τους σχετικά με την καινοτομία της προτεινόμενης E.I. Βασικοί στόχοι της συγκεκριμένης ενότητας είναι να μπορούν οι μαθητές να διακρίνουν τους άμεσους και τους έμμεσους ανταγωνιστές μιας επιχειρηματικής ιδέας, αναπτύσσοντας ταυτόχρονα τις δεξιότητες να παρατηρούν, να ερευνούν, να συγκρίνουν, να αναλύουν και να αξιολογούν πληροφορίες.

Δραστηριότητα 2.4.8 Με βάση τις οδηγίες του φύλλου εργασίας οι μαθητές ερευνούν στο διαδίκτυο για παρόμοιες ιδέες – λύσεις, συλλέγουν τις πληροφορίες που τους χρειάζονται καταγράφοντάς τις σε ειδικά έντυπα, για να δουν πού διαφοροποιείται η προτεινόμενη επιχειρηματική ιδέα Social food.

Δραστηριότητα 2.4.9 Κάθε ομάδα, χρησιμοποιώντας τις πληροφορίες που συγκέντρωσε, συμπληρώνει τον πίνακα ανάλυσης ανταγωνισμού, καταγράφει και οπτικοποιεί τα συμπεράσματά της για τους 3 σημαντικότερους ανταγωνιστές της επιχειρηματικής ιδέας (σε κείμενο και διαφάνειες).

Τα φύλλα εργασίας της Φάσης 2 παρουσιάζονται στο Παράρτημα 7 & Παράρτημα 8.

4.3.4 Φάση 3: Ανάλυση Μοντέλου Εσόδων - Εξόδων

Πίνακας 14 Φάση 3: Έρευνα Αγοράς – Οικονομική Βιωσιμότητα (Μέρος Α)

Ενότητα 5: “Οι αριθμοί παίρνουν το λόγο”				
Μέρος Α΄: Βασικές έννοιες ταμειακών ροών και ρευστότητας				
Δραστηριότητα	Τύπος Δραστηριότητας Ατομική (Α) Ομαδική (Ο)	Εκπαιδευτικοί Πόροι	Παραδοτέα	Στόχοι Γνωστικοί (Γ.Σ.) Δεξιότητες (Δ.) Στάσεις (Στ.) (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1)
Δραστηριότητα 3.5.1 Αρχική υπόθεση	Ο	Υπερσύνδεσμος φύλλου εργασίας Αρχείο PDF	Απαντήσεις σε ερωτήματα σε αρχείο google docs	Γ.Σ. 1, 2, 5- Δ. 1, 3, 5 - Στ. 2, 3, 4
Δραστηριότητα 3.5.2 Κατηγορίες Κόστους και Δαπανών	Ο	Υπερσύνδεσμος βίντεο	Πίνακας κατηγοριών κόστους	Γ.Σ. 5, 7, 16 - Δ. 1, 4, 5 - Στ. 3
Δραστηριότητα 3.5.3 Υπολογισμοί	Ο	Υπερσύνδεσμος σε εφαρμογή υπολογισμού κόστους παραγωγής	Πίνακας με έσοδα και δαπάνες δυο επιχειρήσεων	Γ.Σ. 5, 7, 13, 16 - Δ. 1, 4, 5 - Στ. 3, 4
Δραστηριότητα 3.5.4 Καταγραφή κατηγοριών δαπανών	Ο	Υπερσύνδεσμος βίντεο	Απαντήσεις σε ερωτήματα του φύλλου εργασίας σε αρχείο word	Γ.Σ. 5, 7 - Δ. 1, 3, 4, 5 - Στ. 2, 3, 4

Δραστηριότητα**3.5.5**

Χρήσιμες
συμβουλές για
νέους
επιχειρηματίες

Ο

Οδηγός για
υποψήφιους
επιχειρηματίες

Γ.Σ. 1, 3, 5, 7 -
Δ. 1, 3, 4, 5 -
Σ.τ. 1, 2, 3, 4

Δραστηριότητα**3.5.6**

Συζήτηση

Ο

Γ.Σ. 5, 7, 9, 16 -
Δ. 1, 3, 4 - Στ.
2, 3, 4

Με μία αρχική υπόθεση και χρησιμοποιώντας πηγές βίντεο και μια διαδικτυακή εφαρμογή υπολογισμού κόστους, οι μαθητές μαθαίνουν για το κόστος, τις δαπάνες και τη ρευστότητα. Βασικοί στόχοι των δραστηριοτήτων της ενότητας αυτής είναι οι μαθητές να κατανοήσουν την πολυπλοκότητα της λειτουργίας της αγοράς, την αξία και τη χρησιμότητα της έρευνας της οικονομικής βιωσιμότητας για την αξιολόγηση ιδεών και τον ρόλο του επιχειρηματία, αναπτύσσοντας ταυτόχρονα επιχειρηματική σκέψη.

Δραστηριότητα 3.5.1 Οι μαθητές μελετούν ένα σύντομο κείμενο, διαβάζουν το αρχικό ερώτημα, το συζητούν, καταλήγουν και καταγράφουν την απάντηση - υπόθεση σε συνεργατικό εργαλείο δημιουργίας αρχείου κειμένου πχ. Google docs.

Δραστηριότητα 3.5.2 Οι μαθητές παρακολουθούν ένα βίντεο και στη συνέχεια δημιουργούν πίνακα με τις κατηγορίες κόστους και τις επιμέρους δαπάνες σε κάθε μια από αυτές.

Δραστηριότητα 3.5.3 Αποστολή των μαθητών είναι να καταχωρήσουν σε εφαρμογή υπολογισμού κόστους παραγωγής δύο παραδείγματα με διαφορετικές δαπάνες, να υπολογίσουν τα κέρδη τους, να τα συγκρίνουν και να τα σχολιάσουν.

Δραστηριότητα 3.5.4 Για να κατανοήσουν οι μαθητές την έννοια της ρευστότητας παρακολουθούν βίντεο και στη συνέχεια απαντούν σε σχετικό ερώτημα.

Δραστηριότητα 3.5.5 Οι μαθητές δημιουργούν ένα σύντομο κείμενο με συμβουλές για μελλοντικούς επιχειρηματίες σχετικά με το κόστος παραγωγής και τη ρευστότητα.

Δραστηριότητα 3.5.6 Κάθε ομάδα παρουσιάζει ένα σημαντικό μέρος της εργασίας της και ακολουθεί συζήτηση.

Πίνακας 15 Φάση 3: Έρευνα Αγοράς – Οικονομική Βιωσιμότητα (Μέρος Β)

Ενότητα 5: “Οι αριθμοί παίρνουν το λόγο”				
Μέρος Β΄: Εργασία				
Δραστηριότητα	Τύπος Δραστηριότητας Ατομική (Α) Ομαδική (Ο)	Εκπαιδευτικοί Πόροι	Παραδοτέα	Στόχοι Γνωστικοί (Γ.Σ.) Δεξιότητες (Δ.) Στάσεις (Στ.) (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1)

Δραστηριότητα 3.5.7

Ανάλυση οικονομικής βιωσιμότητας της επιχειρηματικής ιδέας	Ο	Υπερσύνδεσμος φύλλου εργασίας Αρχείο PDF		Γ.Σ. 1, 3, 5, 7, 10, 11, 13, 18 - Δ. 1, 2, 3, 4, 5 - Στ. 1, 2, 3, 4
--	---	---	--	---

Δραστηριότητα 3.5.8

Συμπεράσματα και παρουσίαση αποτελεσμάτων	Ο	Πίνακας εσόδων εξόδων της επιχειρηματικής ιδέας	Καμπύλη εσόδων-εξόδων Συμπεράσματα της έρευνας σε κείμενο (αρχείο word) και σε παρουσίαση (αρχείο ppt)	Γ.Σ. 1, 3, 5, 7, 10, 11, 13, 18 - Δ. 1, 2, 3, 4, 5 - Στ. 1, 2, 3, 4
---	---	---	---	---

Τα μέλη της ομάδας αναλαμβάνουν ρόλους: Τραπεζίτη- Επενδυτή, Λογιστή Α΄, Λογιστή Β΄ και Λογιστή Γ΄. Υπολογίζουν τα έσοδα και τις δαπάνες της επιχείρησης για ένα χρονικό διάστημα πέντε ετών και συντάσσουν κατάσταση ταμειακών. Τέλος, γράφουν τα συμπεράσματά τους σχετικά με την παρουσίαση των οικονομικών στοιχείων για την ανάπτυξη και βιωσιμότητα της Ε.Ι. Βασικός στόχος των δραστηριοτήτων της ενότητας αυτής είναι οι μαθητές να αναπτύξουν επιχειρηματική

συμπεριφορά ερευνώντας σε πραγματικές συνθήκες την οικονομική βιωσιμότητα μιας επιχειρηματικής ιδέας.

Δραστηριότητα 3.5.7 Οι μαθητές χωρίζονται στις ίδιες ομάδες αναλαμβάνοντας ξεχωριστούς ρόλους. Αποστολή τους είναι να ερευνήσουν την οικονομική βιωσιμότητα της επιχειρηματικής ιδέας Social food για τα πρώτα πέντε χρόνια λειτουργίας. Με βάση το σενάριο πωλήσεων και εξόδων που τους δίνεται και έχοντας ξεχωριστούς ρόλους, υπολογίζουν τις δόσεις των δανείων, συντάσσουν την κατάσταση ταμειακών ροών με βάση το μερίδιο της αγοράς που υπολόγισαν στη δεύτερη ενότητα, και δημιουργούν την καμπύλη εσόδων και εξόδων.

Δραστηριότητα 3.5.8 Κάθε ομάδα ερμηνεύει την καμπύλη εσόδων και εξόδων, καταγράφει και οπτικοποιεί σε κείμενο και διαφάνειες τα συμπεράσματα της για τα κέρδη ή τις ζημιές της επιχειρηματικής ιδέας Social food τα πρώτα 5 χρόνια λειτουργίας.

Τα φύλλα εργασίας της Φάσης 3 παρουσιάζονται στο Παράρτημα 9 & Παράρτημα 10.

4.3.5 Φάση 4: Ανάλυση δεδομένων και επιχειρηματικό μοντέλο

Πίνακας 16 Φάση 4: Επιχειρηματικό Μοντέλο (Μέρος Α)

Ενότητα 6: “Βάζω τα δεδομένα της ανάλυσης σε μια τάξη”				
Μέρος Α΄: Βασικές έννοιες για το επιχειρηματικό μοντέλο				
Δραστηριότητα	Τύπος Δραστηριότητας Ατομική (Α) Ομαδική (Ο)	Εκπαιδευτικοί Πόροι	Παραδοτέα	Στόχοι
				Γνωστικοί (Γ.Σ.) Δεξιότητες (Δ.) Στάσεις (Στ.) (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1)

Δραστηριότητα 4.6.1 έως 4.6.9		Υπερσύνδεσμος φύλλου εργασίας		
Εισαγωγή, καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου	Ο	Αρχείο PDF Υπερσύνδεσμος σε διαδραστικό βίντεο Υπερσύνδεσμος στο stormboard	Αρχείο απαντήσεων στο stormboard	Γ.Σ. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 19 - Δ. 1, 2, 3, 4, 5 - Στ. 1, 2, 3, 4

Ένα διαδραστικό βίντεο καθοδηγεί τους μαθητές στη δημιουργία του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου της επιχείρησης μιας μελέτης περίπτωσης.

Δραστηριότητα 4.6.1- 4.6.9 Οι μαθητές στις ομάδες τους παρακολουθούν το βίντεο και σε κάθε σημείο που σταματά, ακολουθούν τις οδηγίες που τους δίνονται και καταγράφουν τις απαντήσεις τους στο κατάλληλο μπλοκ του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου. Για την καταγραφή των απαντήσεων προτείνεται η χρησιμοποίηση του ψηφιακού πίνακα stormboard, που διαθέτει ενσωματωμένο το πρότυπο του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου.

Στόχος της δραστηριότητας αυτής είναι οι μαθητές να κατανοήσουν την αξία και τη χρησιμότητα της δημιουργίας του επιχειρηματικού πλάνου

Πίνακας 17 Φάση 4: Επιχειρηματικό Μοντέλο (Μέρος Β)

Ενότητα 6: “Βάζω τα δεδομένα της ανάλυσης σε μια τάξη”				
Μέρος Β΄: Εργασία				
Δραστηριότητα	Τύπος Δραστηριότητας Ατομική (Α) Ομαδική (Ο)	Εκπαιδευτικοί Πόροι	Παραδοτέα	Στόχοι Γνωστικοί (Γ.Σ.) Δεξιότητες (Δ.) Στάσεις (Στ.) (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1)
Δραστηριότητα 4.6.10 Επιχειρηματικό Μοντέλο Ιδέας	Ο	Υπερσύνδεσμος στο Πρότυπο του Καμβά Επιχειρηματικού	Αρχείο με συμπληρωμένο το επιχειρηματικό μοντέλο της	Γ.Σ. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19 - Δ. 1, 3,

Μοντέλου στο stormboard	ιδέας στο πρότυπο του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου στο stormboard	4, 5 - Στ. 1, 2, 3, 4
----------------------------	--	--------------------------

Οι μαθητές δημιουργούν τον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου της δεδομένης Επιχειρηματικής Ιδέας με βάση τα στοιχεία που έχουν συλλέξει. Έτσι, δίνουν μια γενική εικόνα που εμπεριέχει τη στρατηγική που επιβεβαιώνει τη δυνατότητα της μετατροπής μιας επιχειρηματικής ιδέας σε κερδοφόρα επιχειρηματική ευκαιρία. Βασικοί στόχοι των δραστηριοτήτων της συγκεκριμένης ενότητας είναι οι μαθητές να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν, να δημιουργήσουν το επιχειρηματικό πλάνο μιας ιδέας και την παρουσίασή του σε μορφή πλατφόρμας διαφανειών (slides deck), αναλαμβάνοντας πρωτοβουλίες, αναπτύσσοντας τη δημιουργική επιχειρηματική σκέψη, καλλιεργώντας ταυτόχρονα επιχειρηματική κουλτούρα.

Δραστηριότητα 4.6.10 Στην τελευταία φάση, που αφορά στην "επικύρωση της προτεινόμενης επιχειρηματικής ιδέας" (Business Idea Validation), οι μαθητές θα πρέπει να δημιουργήσουν το Επιχειρηματικό Πλάνο (Business plan) της Social food. Στο φύλλο εργασίας (Πόρος 33) δίνονται οδηγίες με βάση τα δεδομένα που συνέλεξαν και τα συμπεράσματα στα οποία κατέληξαν, με τη βοήθεια του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου - Business Model Canvas (BMC). Είναι πολύ σημαντικό να δημιουργήσουν μια συνολική εικόνα που θα αποτυπώνει την επιχειρηματική λογική και στρατηγική επιβεβαιώνοντας τη δυνατότητα μετατροπής της επιχειρηματικής ιδέας σε αξιόπιστη επιχειρηματική πρόταση.

Τα φύλλα εργασίας της Φάσης 4 παρουσιάζονται στο Παράρτημα 11 & Παράρτημα 12

4.3.6 Φάση 5: Παρουσίαση Αποτελεσμάτων – Αξιολόγηση

Πίνακας 18 Φάση 5: Αξιολόγηση

Ενότητα 7: “Παρουσίαση Αποτελεσμάτων - Αξιολόγηση”

Δραστηριότητα	Τύπος Δραστηριότητας Ατομική (Α) Ομαδική (Ο)	Εκπαιδευτικοί Πόροι	Παραδοτέα	Στόχοι
				Γνωστικοί (Γ.Σ.) Δεξιότητες (Δ.) Στάσεις (Στ.) (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1)
Δραστηριότητα 5.7.1 Παρουσίαση των τελικών παραδοτέων στην ολομέλεια της τάξης	Ο		Τελική έκδοση των συμπερασμάτων της έρευνας σε κείμενο (αρχείο word) και της παρουσίασης (αρχείο ppt) του επιχειρηματικού πλάνου της ιδέας	Δ 1, 3, 6 Στ. 2, 3, 4
Δραστηριότητα 5.7.2 Αξιολόγηση Τελικού Παραδοτέου (Αυτό-αξιολόγηση Ετερο-αξιολόγηση Εκπαιδευτικός)	Ο	Υπερσύνδεσμος σε Workshop του Moodle που περιλαμβάνει τη Ρουμπρίκα	Συμπληρωμένη ρουμπρίκα	Δ 1, 3, 6 Στ. 2, 3, 4
Δραστηριότητα 5.7.3 Συμπλήρωση ερωτηματολογίου ταξινόμησης	Ο	Υπερσύνδεσμος στο ερωτηματολόγιο ταξινόμησης	Συμπληρωμένο ερωτηματολόγιο ταξινόμησης	Δ 1, 3, 6 Στ. 2, 3, 4

Δραστηριότητα 5.7.4 Αξιολόγηση Δράσης	A	Υπερσύνδεσμος Ερωτηματολογίου Αποτίμησης της Μαθησιακής Εμπειρίας	Συμπληρωμένο ερωτηματολόγιο Αποτίμησης της Μαθησιακής Εμπειρίας	Δ 1, 3, 6 Στ. 2, 3, 4
Δραστηριότητα 5.7.5 Μέτρηση τελικής Επιχειρηματικής Ετοιμότητας μετά την υλοποίηση της προσέγγισης	A	Υπερσύνδεσμος στο Ερωτηματολόγιο μέτρησης Επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων	Συμπληρωμένο ερωτηματολόγιο μέτρησης Επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων	Δ.7

Κάθε ομάδα παρουσιάζει στην ολομέλεια τα πορίσματά της, συζητούνται και γίνεται σύγκριση με τις αρχικές πεποιθήσεις τους, όπως αυτές αποτυπώνονται στο αποτέλεσμα της ψηφοφορίας στη δημοσκόπηση. Κάθε ομάδα λαμβάνει σχόλια ανατροφοδότησης από τον εκπαιδευτικό με βάση την αξιολόγηση του παραδοτέου της. Η δράση ολοκληρώνεται με την αξιολόγηση του παραδοτέου κάθε ομάδας από τα μέλη της (αυτο-αξιολόγηση) και από τα μέλη των άλλων ομάδων (ετερο-αξιολόγηση), τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου αποτίμησης της μαθησιακής εμπειρίας καθώς και το ερωτηματολόγιο επιχειρηματικής ετοιμότητας.

Δραστηριότητα 5.7.1 Κάθε ομάδα δηλώνει αν εγκρίνει ή απορρίπτει το αίτημα χρηματοδότησης της επιχειρηματικής ιδέας Social food τεκμηριώνοντας την απόφασή της με τα δεδομένα της μελέτης σκοπιμότητας που είναι αποτυπωμένα στον καμβά επιχειρηματικού μοντέλου.

Δραστηριότητα 5.7.2 Κάθε ομάδα αξιολογεί την εργασία της ομάδας που παρουσιάζει συμπληρώνοντας τη ρουμπρίκα (ετεροαξιολόγηση). Το ίδιο κάνει και για τη δική της εργασία (αυτοαξιολόγηση).

Δραστηριότητα 5.7.3 Κάθε ομάδα συμπληρώνει το ερωτηματολόγιο ταξινόμησης διατυπώνοντας την άποψή της σχετικά με το κομμάτι εκείνο της εργασίας στο οποίο πιστεύει ότι είχε την καλύτερη επίδοση.

Δραστηριότητα 5.7.4 Κάθε μαθητής/ μαθήτρια αξιολογεί τη Δράση συμπληρώνοντας ατομικά το δομημένο ερωτηματολόγιο Αποτίμησης της Μαθησιακής Εμπειρίας, το

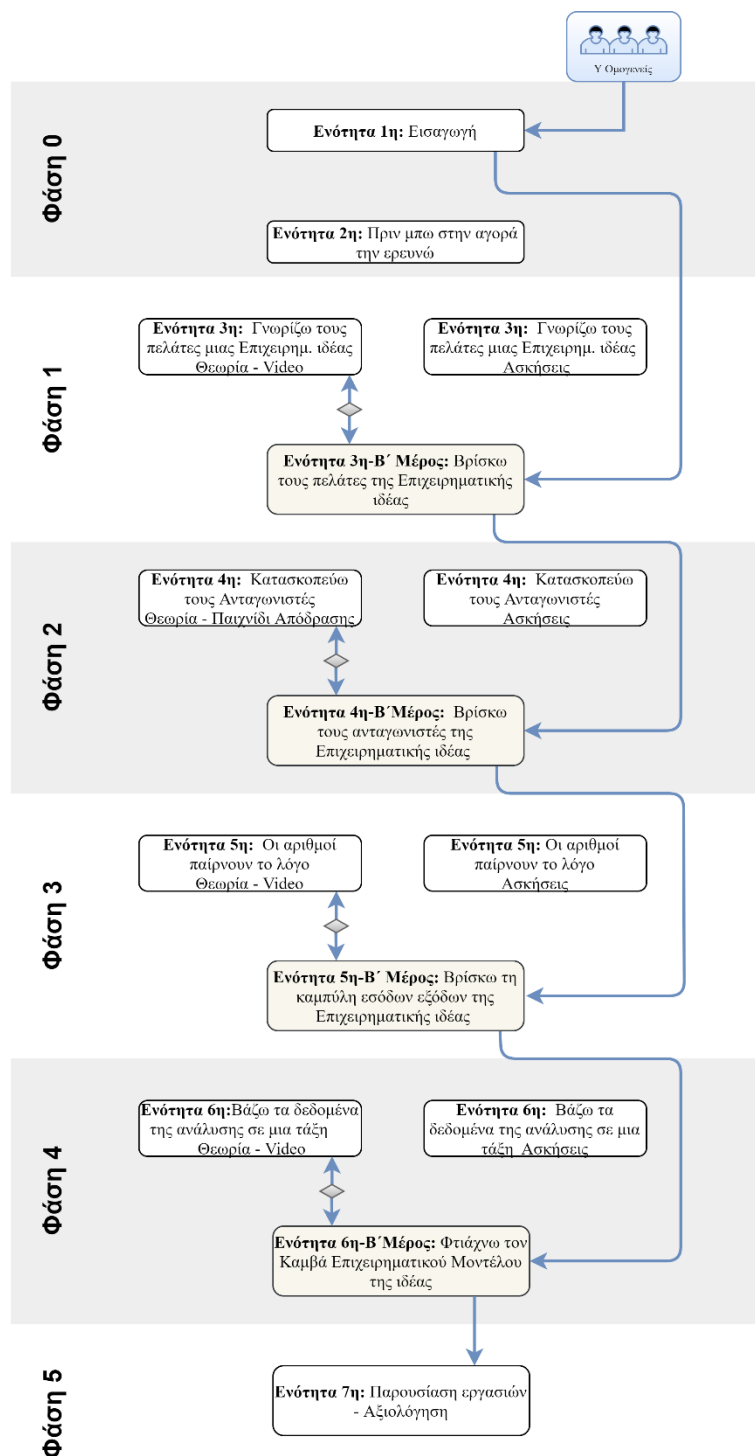
οποίο δημιουργήθηκε από αντίστοιχα ερωτηματολόγια στη βιβλιογραφία σε έξι (6) άξονες: 1. Θετικά Συναισθήματα, 2. Στάσεις και Αντιλήψεις για την αξιολόγηση επιχειρηματικών ιδεών, 3. Επίπεδο αποδεκτικότητας, 4. Σκέψεις για τη διαχείριση χρόνου, 5. Συνεργατικότητα/Ομαδικότητα & 6. Γενικά Σχόλια.

Δραστηριότητα 5.7.5 Κάθε μαθητής/ μαθήτρια συμπληρώνει ατομικά το ερωτηματολόγιο μέτρησης Επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων προκειμένου να γίνει μέτρηση της τελικής Επιχειρηματικής Ετοιμότητας, μετά την υλοποίηση της προσέγγισης.

4.4 Μαθησιακά μονοπάτια

Η δομή της πορείας υλοποίησης της προτεινόμενης προσέγγισης παρέχει τη δυνατότητα στον εκπαιδευτικό να υποστηρίξει ομάδες μαθητών με διαφορετικές ανάγκες με τρόπους που θα υποβοηθήσουν την ενδυνάμωσή τους. Με βάση την επίδοση στο ερωτηματολόγιο μέτρησης επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων ο εκπαιδευτικός μπορεί να δημιουργήσει ταυτόχρονα τέσσερις (4) κατηγορίες ομάδων. Στις ομογενείς ομάδες μπορούν να δημιουργηθούν τρεις κατηγορίες ισοδύναμων ομάδων X, M, Y χαμηλού, μέτριου, και υψηλού επιπέδου ετοιμότητας αντίστοιχα. Κάθε μια από τις X, M, Y έχει τη δυνατότητα να προσεγγίσει τον τρόπο αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών ακολουθώντας διαφορετική πορεία δραστηριοτήτων. Στις ετερογενείς ομάδες, που είναι όλες ίδιες, ακολουθώντας όλες κοινή πορεία δραστηριοτήτων ίδια με την ομογενή ομάδα χαμηλού επιπέδου ετοιμότητας μέσω της συνεργασίας μεταξύ των μελών, μπορεί να υπάρχουν αμοιβαία οφέλη.

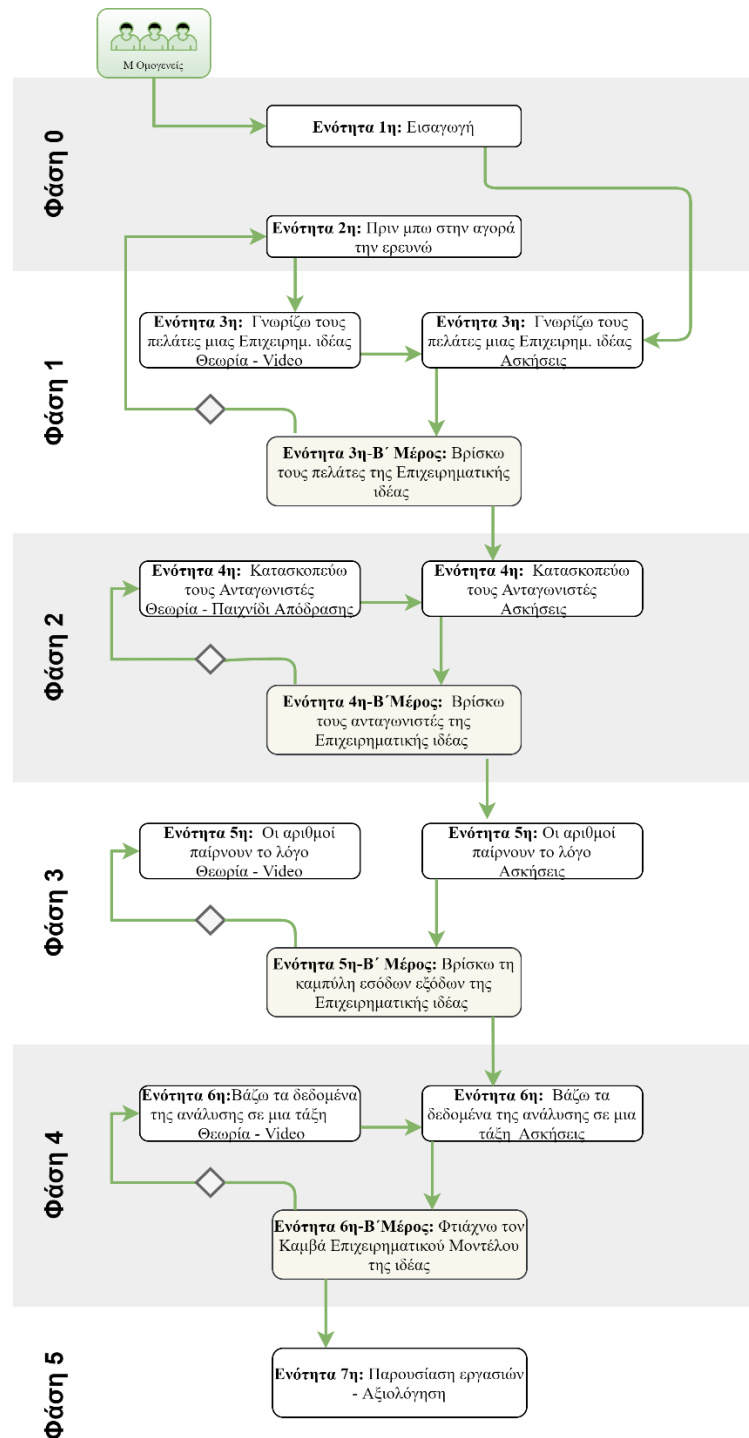
Τα μέλη όλων των ομάδων, ανεξάρτητα από την πορεία εκτέλεσης της εργασίας που θα ακολουθήσουν, αναλαμβάνοντας ρόλο αναλυτή επιχειρηματικών ιδεών, μελετούν την εισαγωγική ενότητα και μαθαίνουν πληροφορίες για την υλοποίηση της καθώς και για τη σημασία της έρευνας αγοράς για την αξιολόγηση ιδεών.



Εικόνα 15 Αυτόνομο σενάριο υλοποίησης

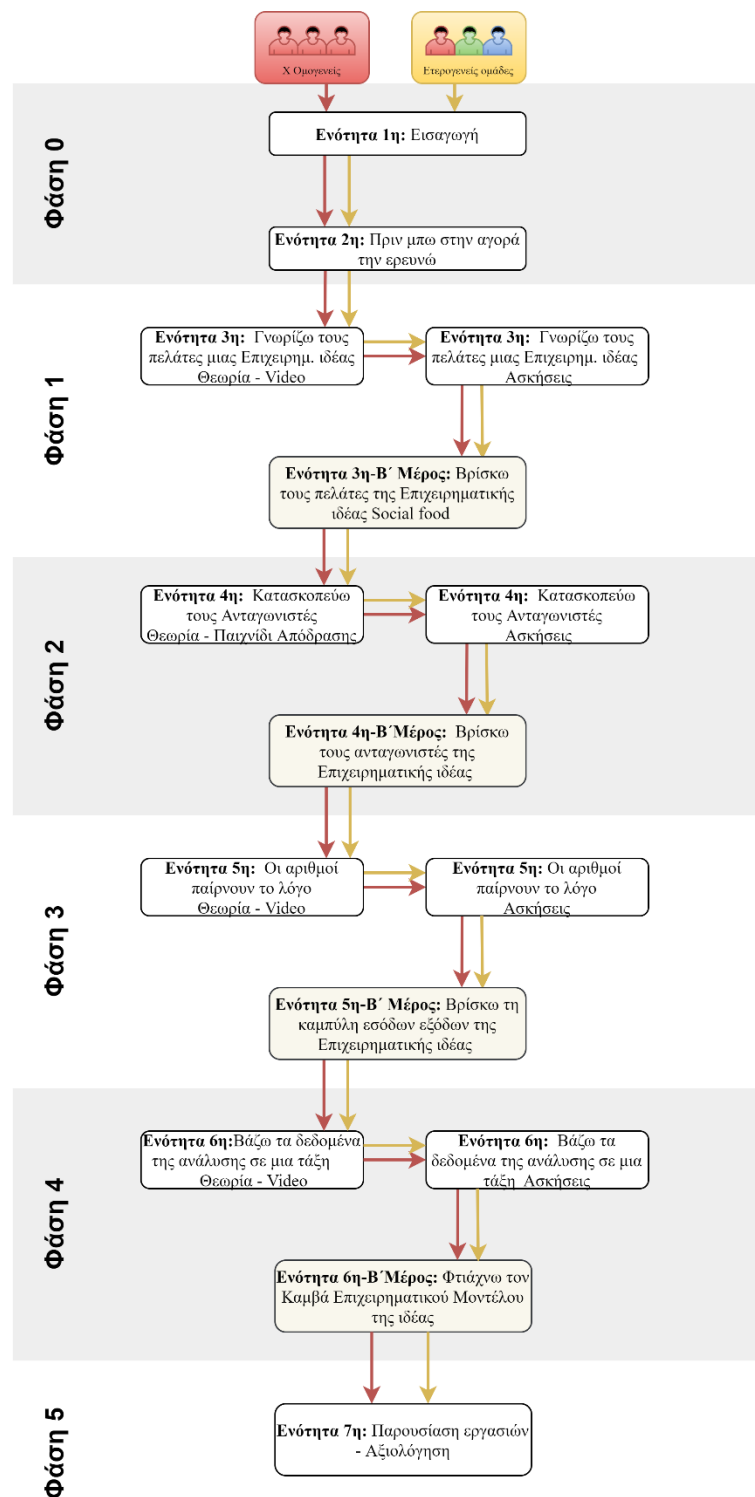
Στη συνέχεια οι ομογενείς ομάδες υψηλού επιπέδου ετοιμότητας που ακολουθούν το αυτόνομο σενάριο, υλοποιούν μόνο τα εφαρμοσμένα στάδια των ενότητων. Σε περίπτωση που τα μέλη τους αντιληφθούν ότι χρειάζονται ενίσχυση στο γνωστικό

αντικείμενο, έχουν την ευχέρεια επιλογής και μελέτης του θεωρητικού υλικού που οι ίδιοι θεωρούν κατάλληλο να ικανοποιήσει τις ανάγκες τους.



Εικόνα 16 Ημιαυτόνομο σενάριο υλοποίησης

Στο ημι-αυτόνομο σενάριο οι ομάδες υλοποιούν το πρακτικό μέρος και τα εφαρμοσμένα στάδια των ενοτήτων, με υποχρεωτική, όμως, την υλοποίηση και του θεωρητικού και του πρακτικού μέρους του υποστηρικτικού υλικού του συγκεκριμένου σταδίου, στην περίπτωση που αντιμετωπίσουν γνωστικό κενό.



Εικόνα 17 Καθοδηγούμενο σενάριο υλοποίησης

Τέλος στο καθοδηγούμενο σενάριο οι μαθητές υλοποιούν όλα τα στάδια κάθε ενότητας. Το θεωρητικό και πρακτικό στάδιο παρέχουν τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες στους μαθητές προκειμένου να υλοποιήσουν το εφαρμοσμένο στάδιο.

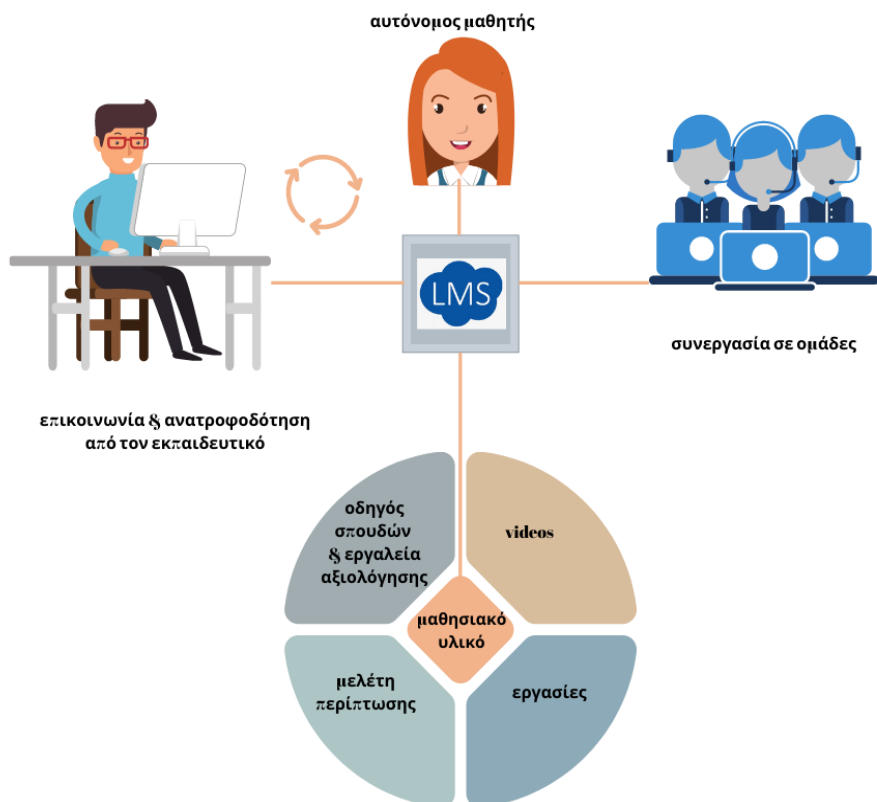
4.5 Μαθησιακό περιβάλλον με αξιοποίηση των Διαδικτυακών τεχνολογιών

Για την υποστήριξη των μαθησιακών δραστηριοτήτων, την παροχή του εκπαιδευτικού υλικού και την πληροφόρηση κατά τη διάρκεια των εκπαιδευτικών συνεδριών μπορεί να αξιοποιηθεί ένα διαδικτυακό περιβάλλον διαχείρισης ασύγχρονης μάθησης (LMS/VLE) όπως Moodle, e-class, e-me, κοκ. Οι πλατφόρμες αυτές βοηθούν στην ομαλή διεξαγωγή της αξιολόγησης ετοιμότητας, στην εύκολη ρύθμιση της ροής των μαθησιακών δραστηριοτήτων, δημιουργώντας ταυτόχρονα τις κατάλληλες συνθήκες για επικοινωνία και συνεργασία μεταξύ εκπαιδευτικού και μαθητών (Pet'ko et al., 2020; Tuzlukova & Heckadon, 2020).

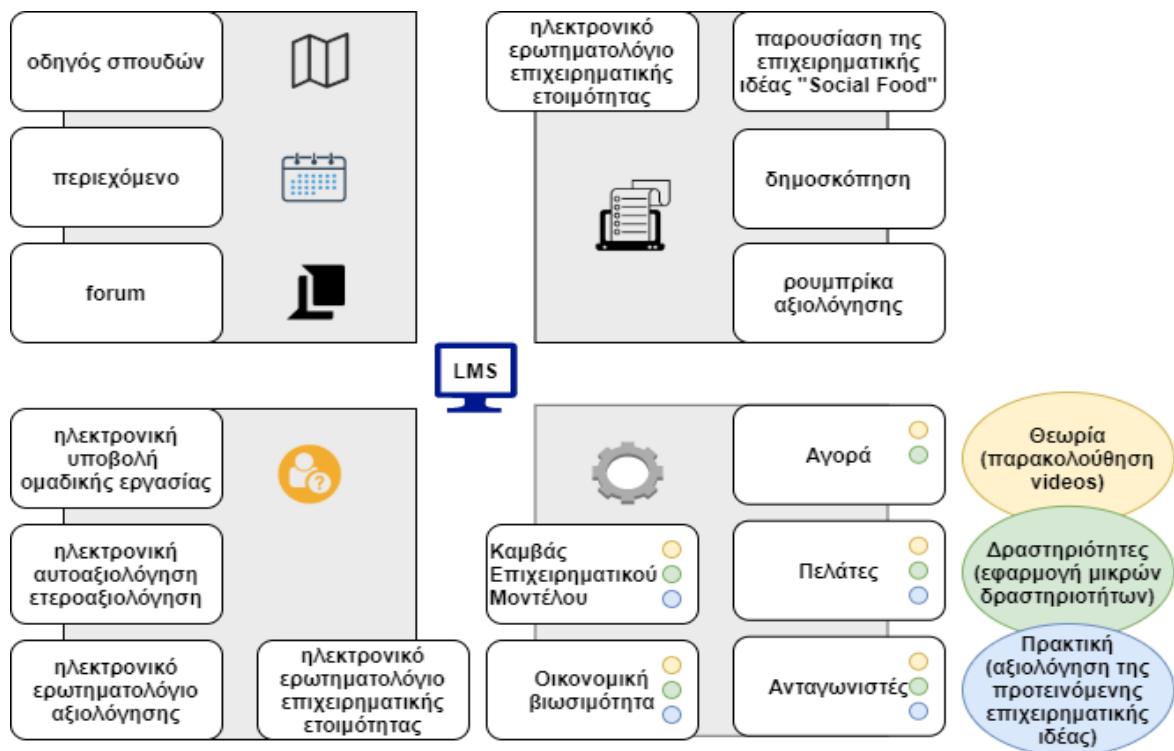
Οι πλατφόρμες ασύγχρονης μάθησης υποστηρίζουν την εφαρμογή στρατηγικών συνεργατικής μάθησης. Στη βάση της διάδρασης, της ενίσχυσης και ανατροφοδότησης, της επιχειρηματολογίας και της συνεργατικής δημιουργίας, οι μαθητές ενθαρρύνονται να διατυπώνουν ερωτήματα είτε με σύγχρονο ή με ασύγχρονο τρόπο, να εξηγούν και να τεκμηριώνουν απόψεις, να στοιχειοθετούν επιχειρήματα, με τον εκπαιδευτικό να διατηρεί ένα ρόλο ξεκάθαρα υποστηρικτικό καθ' όλη τη διάρκεια της εκπαιδευτικής διαδικασίας (Cabero-Almenara et al., 2019).

Τα δομικά στοιχεία του μαθησιακού περιβάλλοντος της προτεινόμενης τεχνολογικά υποστηριζόμενης διδακτικής προσέγγισης Ε.Ε. με την αξιοποίηση πλατφόρμας ασύγχρονης μάθησης, απεικονίζονται γραφικά στην Εικόνα 18.

Στην πλατφόρμα ασύγχρονη μάθησης (LMS) οι μαθησιακοί πόροι και όλοι οι πόροι με πληροφοριακό υλικό οργανώνονται σε ξεχωριστές ενότητες/τμήματα, ανάλογα με τον σκοπό που εξυπηρετούν να ενεργοποιήσω κανόνες ανάλογα με τις ομάδες χρηστών που έχουμε (Εικόνα 19).



Εικόνα 18 Τα δομικά στοιχεία της τεχνολογικά υποστηριζόμενης διδακτικής προσέγγιση ΕΕ



Εικόνα 19 Οι μαθησιακοί πόροι της προσέγγισης οργανωμένες σε πλατφόρμα ασύγχρονης μάθησης

Οι γενικές πληροφορίες για τις δραστηριότητες, ο οδηγός για την εκπόνηση της εργασίας, το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης και το φόρουμ συνθέτουν το πρώτο τμήμα. Το ερωτηματολόγιο ανίχνευσης της επιχειρηματικής ετοιμότητας κάθε μαθητή, η παρουσίαση με την υπό αξιολόγηση επιχειρηματική ιδέα, η δημοσκόπηση και τα κριτήρια αξιολόγησης (ρουμπρίκα) της ομαδικής εργασίας που πρέπει να υποβάλει κάθε ομάδα στο τέλος της εργασίας, αποτελούν το δεύτερο τμήμα - εισαγωγή. Η παροχή γνώσεων στην αξιολόγηση ιδεών και την απόκτηση δεξιοτήτων στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών, οργανώνεται στο τρίτο τμήμα, σε πέντε ενότητες αποτελούμενες από θεωρητικό και παραδειγματικό μέρος με μικρές δραστηριότητες καθώς και μέρος πρακτικής εξάσκησης για την αξιολόγηση της προτεινόμενης επιχειρηματικής ιδέας με τους μαθητές σε ρόλο αναλυτή. Το τελευταίο τμήμα αποτελείται από οδηγίες και εργαλείο για την ηλεκτρονική υποβολή της εργασίας των μαθητών στο εργαστήριο (workshop), την αυτό-αξιολόγηση της εργασίας τους αλλά και την ετερο-αξιολόγηση της εργασίας των άλλων ομάδων με τη χρήση ρουμπρίκας καθώς επίσης και τα ερωτηματολόγια αποτίμησης της εργασίας αλλά και των γνώσεων και των δεξιοτήτων που απέκτησαν.

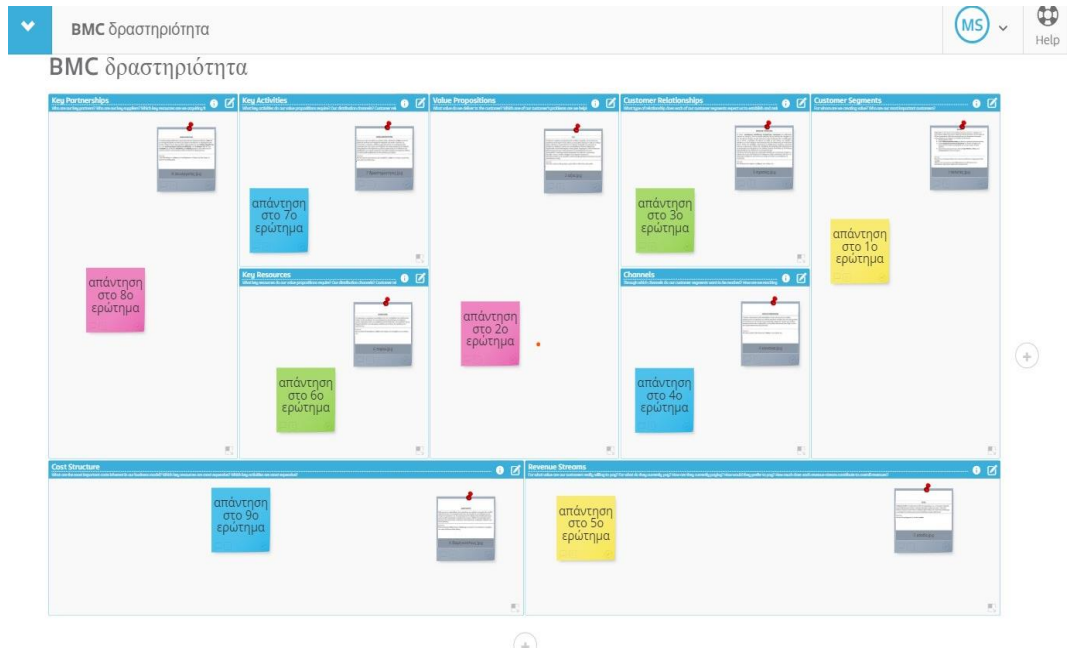
Ως προς τις λειτουργίες του περιβάλλοντος ασύγχρονης μάθησης – που προτείνεται να είναι το Moodle - θα πρέπει να ενεργοποιηθούν:

- οι πόροι: αρχεία, σελίδες, διευθύνσεις url (για οδηγίες, φύλλα εργασίας, βίντεο)
- και τα αρθρώματα δραστηριοτήτων:
 - φόρουμ (για ασύγχρονες συζητήσεις),
 - ερωτηματολόγια (για τις έρευνες),
 - εργαστήρια (για την αξιολόγηση των τελικών παραδοτέων),
 - επιλογές (για τη δημοσκόπηση),
 - ανατροφοδοτήσεις (για τα ερωτηματολόγια),
 - αναθέσεις εργασιών (για την υποβολή των παραδοτέων).

4.6 Άλλα μαθησιακά εργαλεία (λογισμικά και εφαρμογές)

Τα εργαλεία υποστήριξης (λογισμικά) που απαιτούνται για την υλοποίηση του προτεινόμενου πλαισίου είναι:

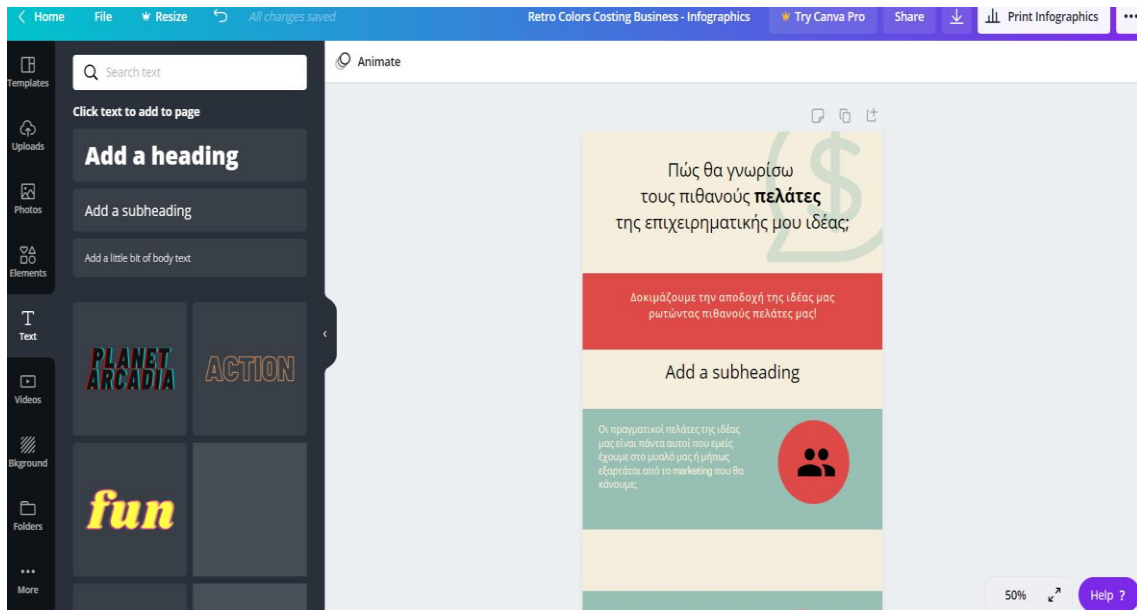
- **Stormboard:** Πρόκειται για μια διαδικτυακή εφαρμογή παροχής ψηφιακών συνεργατικών πινάκων (<https://stormboard.com/>). Θεωρείται εργαλείο ηλεκτρονικής ανταλλαγής ιδεών και συνεργασίας.



Εικόνα 20 Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου σε περιβάλλον Stormboard

Παρέχει στους μαθητές τη δυνατότητα ψηφιακής καταγραφής απαντήσεων στα ερωτήματα που τίθενται στη δραστηριότητα 0.2.1, ενώ για την ολοκλήρωση των δραστηριοτήτων 4.6.1 και 4.6.2 παρέχει πρότυπο (template) καμβά επιχειρηματικού μοντέλου.

- **Canva:** Πρόκειται για μια online πλατφόρμα (<https://www.canva.com/>) όπου ο χρήστης μπορεί να οπτικοποιήσει με εντυπωσιακό τρόπο πληροφορίες και δεδομένα χωρίς να έχει εξειδικευμένες γνώσεις. Θεωρείται εργαλείο δημιουργικότητας και βασίζεται στη φιλοσοφία cloud. Παρέχει στους μαθητές τη δυνατότητα γραφικής απεικόνισης των απαντήσεων στα ερωτήματα της δραστηριότητας 1.3.4.



Εικόνα 21 Καταγραφή απαντήσεων στο Canva

- Google Sites και Google forms :** Τα Google Sites είναι δομημένο wiki και εργαλείο δημιουργίας ιστοσελίδων που παρέχεται από τη Google. Το Google forms είναι ένα διαδικτυακό εργαλείο δημιουργίας ερωτηματολογίων που περιλαμβάνεται στη σουίτα λογισμικού διαχειριστών Google (Google Docs Editors software suite) και επιτρέπει τη συλλογή πληροφοριών από χρήστες μέσω δημοσκοπήσεων. Με το συνδυασμό αυτών των δύο εργαλείων σχεδιάστηκε ένα ψηφιακό παιχνίδι με εικονικά δωμάτια απόδρασης (digital escape game) <https://sites.google.com/view/micro-3/home> που παρέχει στους μαθητές το θεωρητικό μέρος της ανάλυσης ανταγωνισμού στη δραστηριότητα 2.4.1 μέσω παιχνιδοποιημένης μάθησης.
- Storyboardthat:** πρόκειται για λογισμικό δημιουργίας σεναρίων κόμικ με γραφικά (<https://www.storyboardthat.com/>), που δίνει στους μαθητές τη δυνατότητα δημιουργικής ψηφιακής αφήγησης στην δραστηριότητα 2.4.2 για αναστοχασμό της σημασίας της ανάλυσης ανταγωνισμού.



Εικόνα 22 Δημιουργία comic στο Storyboardthat

- **Εφαρμογή υπολογισμού κόστους παραγωγής προϊόντων:** Πρόκειται για διαδικτυακή εφαρμογή του Ινστιτούτου Γεωργικών Εφαρμογών του Υπουργείου Γεωργίας, Αγροτικής Ανάπτυξης και Περιβάλλοντος της Κύπρου (<http://news.ari.gov.cy/pages/ariapp.html>). Παρέχει στους μαθητές τη δυνατότητα, εισάγοντας στοιχεία δαπανών, να υπολογίζουν το κόστος παραγωγής προϊόντων στο πλαίσιο της δραστηριότητας 3.5.3. (<http://news.ari.gov.cy/apps/pricing-tool.html>)

Είδος Δαπάνης	Ευρώ (€)	Υπολογιστής 1	Υπολογιστής 2
Ενοίκιο εδάφους	0	Κόστος παραγωγής, Κέρδος, Περιθώριο κέρδους	Κόστος παραγωγής, Κέρδος, Τιμή πώλησης
Αμοιβή μόνιμων υπαλλήλων (ακαθάριστες απολαβές)	0	Παραγωγή (κιλά, τόνοι, δέσμες, κεφαλές)	0
Αμοιβή εποχικών υπαλλήλων (ακαθάριστες απολαβές)	0	Κόστος παραγωγής προϊόντος (ευρώ ανά κιλό ή τόνο ή δέσμη ή κεφαλή)	€ 0
Σπόροι/Φυτά	0	Τιμή Πώλησης (ευρώ ανά κιλό ή τόνο ή δέσμη ή κεφαλή)	€ 0
Λιπάσματα/κοπριά	0	Κέρδος (ευρώ ανά κιλό ή τόνο ή δέσμη ή κεφαλή)	€ 0
Φυτοφάρμακα	0	Κέρδος (%)	0 %
Καύσιμα και λιπαντικά	0	Περιθώριο κέρδους (%)	0 %
Αμοιβή ξένων μηχανημάτων	0	Αποτέλεσμα	Επαναφορά
Συντήρηση ιδίων μηχανημάτων	0		
Ασφάλιστρα μηχανημάτων	0		
Ασφάλιστρα καλλιέργειας (π.χ. Οργανισμός Γεωργικής Ασφάλισης)	0		
Κτηνίατρος	0		
Φάρμακα/Βιταμίνες για ζώα	0		
Αγοραζόμενες ζωοτροφές	0		
Σπερματέγχυση	0		
Ηλεκτρική ενέργεια (ρεύμα)	0		
Τέλη ύδρευσης ζώων	0		
Αρδευτικά τέλη	0		
Δαπάνες πιστοποίησης (π.χ. EuserGAP/GlobalGAP)	0		
Υλικά συσκευασίας	0		
Δαπάνες εμπορίας/μάρκετινγκ	0		
Άλλες δαπάνες	0		
Συνολικές δαπάνες	€ 0		

ΟΔΗΓΙΕΣ

Επεξηγήσεις/διευκρινίσεις

- Απλό προϊόν: κλάδος παραγωγής με ένα μόνο προϊόν, π.χ. ντοματοκαλλιέργεια, μύσχοι κρεατοπαραγωγής.
- Αμοιβή ξένων μηχανημάτων: είναι η μηχανική εργασία, δηλ. η πληρωμή σε τρίτους για τη χρήση μηχανημάτων, π.χ. γεωργικού ελκυστήρα.
- Ζωοτροφές: δε συμπεριλαμβάνονται οι ιδιοπαραγόμενες.
- Κόστος παραγωγής προϊόντος: εάν ο παραγωγός πουλά στην τιμή αυτή δε θα

Υπολογιστής 1
Υπολογιστής 2

Εικόνα 23 Εφαρμογή υπολογισμού κόστους παραγωγής προϊόντων

- **Εφαρμογή υπολογισμού δόσης δανείων:** Πρόκειται για online λογιστικό φύλλο υπολογισμού τόκων και δόσεων δανείων

(<https://www.helppost.gr/ypologismos/dosi-danio/>), που επιτρέπει στους μαθητές να ολοκληρώσουν τη δραστηριότητα 3.5.7.

Υπολογισμός δόσης δανείου online (μήνα, τρίμηνο, εξάμηνο, έτος)

Υπολογίστε on line τις τοκοχρεολυτικές δόσεις για ένα δάνειο με την συμπλήρωση μόνο 3 πεδίων.

Οι δόσεις αυτόματα υπολογίζονται σε μηνιαίες, τριμηνιαίες, εξαμηνιαίες, ετήσιες , επίσης υπολογίζονται οι συνολικοί τόκοι και η συνολική επιβάρυνση .

Δεδομένα Δανείου				
Επιτόκιο	<input type="text" value="8,00%"/>			
Ποσό Δανείου	<input type="text" value="15.000,00"/>			
Διάρκεια Δανείου σε έτη	<input type="text" value="12"/>			

Αποτελέσματα - Δόσεις & Τόκοι				
	Μήνας	Τρίμηνο	Εξάμηνο	Έτος
Αριθ. δόσεων	0	0	0	0
Ποσό δόσης	0	0	0	0
Ετήσιες δόσεις	0	0	0	0
Δόσεις σύνολο	0	0	0	0
Σύνολο τόκων	0	0	0	0
Δόση ανά ημέρα	0			

Εικόνα 24 Εφαρμογή υπολογισμού δόσης δανείου

- **Edpuzzle:** Πρόκειται για μια διαδικτυακή υπηρεσία που επιτρέπει τη μετατροπή ενός βίντεο σε διαδραστικό μάθημα (<https://edpuzzle.com/>) με την προσθήκη ερωτημάτων. Παρέχει τη δυνατότητα στους μαθητές να αξιοποιήσουν σταδιακά το θεωρητικό μέρος από το βίντεο, που σχετίζεται με τη δομή του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου, προκειμένου να ολοκληρώσουν τη δραστηριότητα 4.6.1. (<https://edpuzzle.com/media/5e93726609a5063f1f226852>)

ανεξάρτητες ομάδες με συγκεκριμένες συμπεριφορές, ανάγκες και επιθυμίες.

να τους προσφέρουμε το προϊόν που θα τους ικανοποιήσει.

Πελάτες

NOTE

Δραστηριότητα 1

Επισκεφθείτε το σύνδεσμο [εδώ](#) στο τμήμα "πελάτες" και προσπαθήστε να δημιουργήσετε τον πρώτο σας καμβά.

Rewatch Skip Continue

04:04 07:33

Εικόνα 25 Διαδικτυακή εφαρμογή δημιουργίας διαδραστικού βίντεο Edpuzzle

4.7 Πόροι Μαθησιακού Υλικού

Ο καθορισμός της απαραίτητης διδακτέας ύλης για την εισαγωγή στην Αξιολόγηση Επιχειρηματικών Ιδεών αποτέλεσε θέμα διερεύνησης κατά τη σχεδίαση της παρούσας διδακτικής προσέγγισης. Το τι πρέπει να περιλαμβάνει ένα εισαγωγικό μάθημα επιχειρηματικής εκπαίδευσης μαθητών γυμνασίου και λυκείου που θα βασίζεται στη φιλοσοφία της ενεργητικής μάθησης, της πρακτικής εξάσκησης στην αξιολόγηση ιδεών, καθώς και η ένταξη αρκετών θεμάτων σε λίγο χρόνο, είναι ένα θέμα που στις μέρες μας απασχολεί αρκετούς ερευνητές (Esmi et al., 2015; Huq & Gilbert, 2017). Βασικό στόχο της δημιουργίας πόρων μαθησιακού υλικού αποτέλεσε η απόκτηση από τους μαθητές επιχειρηματικής κουλτούρας αναγνώρισης ευκαιριών, δηλαδή η εκπαίδευση στις βασικές αρχές αξιολόγησης ιδεών μέσω του παραδείγματος στη μελέτη περίπτωσης. Ακόμα, η προτεινόμενη προσέγγιση αξιοποιεί τη διάρθρωση των μαθησιακών στόχων που προτείνονται στα διεθνώς αναγνωρισμένα πλαίσια αναφοράς επιχειρηματικών δεξιοτήτων (entrepreneurial competencies), National Content Standards for Entrepreneurship Education (NCEE) και EntreComp, τα οποία μελετήθηκαν προκειμένου να αναπτυχθούν οι πόροι μαθησιακού υλικού που θα τους υποστηρίζουν μέσα στη διδακτική προσέγγιση.

Έτσι, αναπτύχθηκαν πόροι μαθησιακού υλικού που οργανώθηκαν ως μικρές μελέτες περίπτωσης (case studies) γύρω από τις θεμελιώδεις έννοιες και αρχές της αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών, επιβεβαιώνοντας έτσι τη φιλοσοφία της ενεργητικής μάθησης

της προτεινόμενης προσέγγισης. Η διαμόρφωσή του παρέχει σαφήνεια ως προς τους μαθησιακούς στόχους και κίνητρα για εφαρμογή και εμβάθυνση στις βασικές έννοιες κάθε διδακτικής ενότητας. Επίσης, προσφέρει στοιχεία ώστε οι μαθητές να αλληλεπιδρούν με το θεματικό αντικείμενο που μελετούν, και να έχουν πρόσβαση σε παραδείγματα που θα τους βοηθήσουν στη συνέχεια να υλοποιήσουν τις δραστηριότητες αξιολόγησης της προτεινόμενης επιχειρηματικής ιδέας.

Οι διδακτικές ενότητες του μαθησιακού υλικού περιλαμβάνουν αυθεντικά παραδείγματα από τον πραγματικό κόσμο σε μορφή σεναρίου ή βίντεο. Στην αρχή κάθε διδακτικής ενότητας του Μέρους Α' παρουσιάζονται τα θέματα που καλύπτει, οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες που οι εκπαιδευόμενοι καλούνται να πραγματοποιήσουν, διατυπώνονται οι διδακτικοί της στόχοι και τα προσδοκώμενα αποτελέσματα. Σε κάθε ενότητα, επίσης, υπάρχει φύλλο εργασίας που παρέχει οδηγίες για το πώς πρέπει να μελετηθεί το υλικό.

Το μαθησιακό υλικό που συνοδεύει την προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση, έχει ενοποιηθεί σε “πακέτα” ανα φάση. Έτσι, είναι δυνατή η επαναχρησιμοποίησή του (reusability) για την υποστήριξη μαθημάτων αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών και η ενσωμάτωσή του σε LMSs.

4.8 Ρόλος εμπλεκομένων στη μαθησιακή διαδικασία

Οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες του παρόντος δημιουργικού εργαστηρίου επιδιώκουν την ανακάλυψη και τη σύνθεση της γνώσης από τους ίδιους τους μαθητές (μαθαίνω πώς να μαθαίνω, μεταγνωστικές δεξιότητες). Ο εκπαιδευτικός δεν θα λειτουργήσει ως αυθεντία (δασκαλοκεντρικό πρότυπο) αλλά ως το μέσο για να οδηγηθούν οι εκπαιδευόμενοι στην κατάκτηση της γνώσης. Έτσι, ο ρόλος του εκπαιδευτικού αλλά και του μαθητή στην παρούσα εκπαιδευτική παρέμβαση εστιάζει στα ακόλουθα:

- Εκπαιδευτικός
 - Να δομεί ένα ασφαλές πλαίσιο επικοινωνίας, μέσα στο οποίο τα παιδιά να νιώθουν ελεύθερα να εκφράζονται.
 - Να δημιουργεί τις κατάλληλες συνθήκες, οι οποίες να μπορούν να εμπνεύσουν τα παιδιά, με στόχο να αναπτύξουν τη δημιουργικότητα και τη φαντασία τους.
 - Να καλλιεργεί κλίμα αναγνώρισης, αποδοχής και αμοιβαίου σεβασμού

μεταξύ όλων των παιδιών.

- Να παρουσιάζει και να αναθέτει το υλικό στους μαθητές.
 - Να δίνει σημασία όχι μόνο στο περιεχόμενο, δηλαδή στο τι θα μάθουν τα παιδιά, αλλά και στο πώς θα μάθουν.
 - Να διαμορφώνει τις κατάλληλες συνθήκες, ώστε να είναι εφικτή η ομαδική εργασία.
 - Να μην προσφέρει στα παιδιά αβίαστα την σωστή απάντηση σε τυχόν προβλήματα, αλλά να τα παροτρύνει με κατάλληλες ερωτήσεις να εμπλέκονται στην αναζήτηση της.
 - Να παρακινεί τους μαθητές να συμμετέχουν ενεργά στην εκπαιδευτική διαδικασία και να διατυπώνουν ερωτήσεις σχετικές με τυχόν απορίες ή παρανοήσεις που πιθανόν να υπάρχουν.
- Μαθητής ως μονάδα
 - Να συμμετέχει ενεργά στις δραστηριότητες.
 - Να διατυπώνει απορίες.
 - Να αναζητεί περαιτέρω πληροφορίες.
 - Να είναι συνεπής σε αυτά που τους έχουν ανατεθεί από τον εκπαιδευτή.
 - Μαθητές ως μέλη μιας ομάδας
 - Να επιδεικνύουν συνέπεια και υπευθυνότητα τόσο ως μονάδες μέσα στην τάξη όσο και ως μέλη μιας ομάδας.
 - Να διατυπώνουν απόψεις.
 - Να συμμετέχουν ενεργά.
 - Να συλλέγουν υλικό και να το μοιράζονται με τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας.
 - Να βοηθούν τα μέλη της ομάδας στην κατανόηση ενός θέματος ή στην επίλυση κάποιας απορίας.
 - Να μελετούν προσεκτικά το υλικό που τους έχει δοθεί από τον εκπαιδευτή.
 - Να είναι σε θέση να αξιολογήσουν τόσο την προσωπική τους επίδοση όσο και τη συλλογική προσπάθεια της ομάδας τους, αλλά και την

εργασία των άλλων ομάδων.

- Να συνεργάζονται και να επικοινωνούν με τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας καλλιεργώντας τον εποικοδομητικό διάλογο και τον πλουραλισμό.

4.9 Χρονοδιάγραμμα και Παραδοτέα

Ο χρόνος που απαιτείται για την ολοκλήρωση των δραστηριοτήτων της διδακτικής προσέγγισης είναι τουλάχιστον 16 διδακτικές ώρες και εξαρτάται από την αρχική ετοιμότητα των εμπλεκόμενων μαθητών καθώς και από την οργάνωση της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Ο εκπαιδευτικός έχει την ευχέρεια και την ευελιξία να προσαρμόσει ανάλογα τη διάρκεια της παρέμβασης, σύμφωνα με τις δεδομένες συνθήκες της τάξης του.

Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται ενδεικτικό πλαίσιο δράσης σε επίπεδο χρονοδιαγράμματος και ωρών υλοποίησης του προτεινόμενου πλαισίου.

Πίνακας 19 Χρονοδιάγραμμα και Παραδοτέα

Φάση	Δραστηριότητα	Παραδοτέα Μαθητών	Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα	Διδακτικές ώρες (45 λεπτών) ανά φάση
0	0.1.1 Μέτρηση Αρχικής Επιχειρηματικής Ετοιμότητας πριν την υλοποίηση της προσέγγισης	Συμπληρωμένο ερωτηματολόγιο μέτρησης Επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων	10 λεπτά	3
	0.1.2 Εισαγωγικές πληροφορίες	-	10 λεπτά	
	0.1.3 Η προτεινόμενη προς αξιολόγηση επιχειρηματική ιδέα	-	10 λεπτά	
	0.1.3 Έγκριση ή απόρριψη του αιτήματος χρηματοδότησης	Συμπληρωμένο Ερωτηματολόγιο Δημοσκόπησης	5 λεπτά	
	0.1.4 Μελέτη των κριτηρίων της Ρουμπρίκας Αξιολόγησης	-	10 λεπτά	
	0.2.1. Αρχικός προβληματισμός	Υποθέσεις αποτυπωμένες σε αρχείο στο stormboard	15 λεπτά	
	0.2.2 Αβεβαιότητες του επιχειρείν	Απαντήσεις σε ερωτήματα του φύλλου εργασίας σε αρχείο word	15 λεπτά	

Φάση	Δραστηριότητα	Παραδοτέα Μαθητών	Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα	Διδακτικές ώρες (45 λεπτών) ανά φάση
1	0.2.3 Ο επιχειρηματίας	Ορισμός της έννοιας επιχειρηματίας σε αρχείο word	15 λεπτά	3
	0.2.4 Αβεβαιότητες του επιχειρείν	Απαντήσεις εκ νέου στα ερωτήματα της δραστηριότητας 0.2.1 του φύλλου εργασίας σε αρχείο word	15 λεπτά	
	0.2.5 Αβεβαιότητες του επιχειρείν	-	30 λεπτά	
	1.3.1 Αρχικές υποθέσεις	Συμπληρωμένο φύλλο απαντήσεων 1	15 λεπτά	
	1.3.2 Εντοπίζω τους πελάτες μιας δικτυακής πύλης	Συμπληρωμένο φύλλο απαντήσεων 2α	15 λεπτά	
	1.3.3 Η ανάγκη επικοινωνίας του επιχειρηματία με τους πελάτες	Διορθωμένο φύλλο απαντήσεων 1	15 λεπτά	
	1.3.4 Δημιουργία γραφικής απεικόνισης των δεδομένων και των πληροφοριών	Γραφική απεικόνιση των δεδομένων και των πληροφοριών (infographic) 5 απαντήσεων του διορθωμένου φύλλου απαντήσεων 1 στο Canva	15 λεπτά	
	1.3.5 Ανάγκες πελατών, συλλογή δεδομένων		Εργασία εκτός σχολικού προγράμματος	
2	1.3.6 Ανάγκες πελατών, επεξεργασία δεδομένων	Πίνακες – Γραφήματα ανάλυσης αναγκών πελατών	1 διδ. ώρα και εργασία εκτός σχολικού προγράμματος	2
	1.3.7 Ανάγκες πελατών, Μερίδιο αγοράς	Μερίδιο Αγοράς	15 λεπτά	
	1.3.8 Ανάγκες πελατών, τελικά αποτελέσματα	Συμπεράσματα της έρευνας για τους πελάτες σε κείμενο (αρχείο word) και σε παρουσίαση (αρχείο ppt)	15 λεπτά	
	2.4.1 Εισαγωγή, Εικονικό δωμάτιο απόδρασης.	-	30 λεπτά	

Φάση	Δραστηριότητα	Παραδοτέα Μαθητών	Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα	Διδακτικές ώρες (45 λεπτών) ανά φάση
3	2.4.2 Ψηφιακή αφήγηση της σημασίας της ανάλυσης ανταγωνισμού	Τρίπτυχο κόμικ στο storyboardthat	15 λεπτά	3 20'
	2.4.3 Έρευνα για ανταγωνιστές της επιχειρηματικής ιδέας		25 λεπτά	
	2.4.4 Ανάλυση ανταγωνισμού, Παρουσίαση αποτελεσμάτων	Πίνακας Ανάλυσης Ανταγωνισμού Συμπεράσματα της έρευνας για τους ανταγωνιστές σε κείμενο (αρχείο word) και σε παρουσίαση (αρχείο ppt)	20 λεπτά	
	3.5.1 Αρχική υπόθεση	Απαντήσεις σε ερωτήματα σε αρχείο google docs	15 λεπτά	
	3.5.2 Κατηγορίες Κόστους και Δαπανών	Πίνακας κατηγοριών κόστους	15 λεπτά	
	3.5.3 Υπολογισμοί	Πίνακας με έσοδα και δαπάνες δυο επιχειρήσεων	30 λεπτά	
	3.5.4 Καταγραφή κατηγοριών δαπανών	Απαντήσεις σε ερωτήματα του φύλλου εργασίας σε αρχείο word	15 λεπτά	
	3.5.5 Χρήσιμες συμβουλές για νέους επιχειρηματίες	Οδηγός για υποψήφιους επιχειρηματίες	15 λεπτά	
4	3.5.6 Συζήτηση	-	20 λεπτά	2
	3.5.7 Ανάλυση οικονομικής βιωσιμότητας της ιδέας Social food	-	30 λεπτά	
	3.5.8 Συμπεράσματα και παρουσίαση αποτελεσμάτων	Καμπύλη εσόδων-εξόδων Συμπεράσματα της έρευνας σε κείμενο (αρχείο word) και σε παρουσίαση (αρχείο ppt)	15 λεπτά	
4	4.6.1 Εισαγωγή, καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου	Αρχείο απαντήσεων στο stormboard	1 διδ. ώρα	2
	4.6.2 Επιχειρηματικό Μοντέλο Ιδέας	Αρχείο με συμπληρωμένο το επιχειρηματικό μοντέλο της ιδέας στο πρότυπο του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου στο stormboard	1 διδ. ώρα	

Φάση	Δραστηριότητα	Παραδοτέα Μαθητών	Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα	Διδακτικές ώρες (45 λεπτών) ανά φάση
5	5.7.1 Παρουσίαση των τελικών παραδοτέων στην ολομέλεια της τάξης	Τελική έκδοση των συμπερασμάτων της έρευνας σε κείμενο (αρχείο word) και της παρουσίασης (αρχείο ppt) του επιχειρηματικού πλάνου της ιδέας	1 διδ. ώρα	3
	5.7.2 Αξιολόγηση Τελικού Παραδοτέου (Αυτό-αξιολόγηση Ετερο-αξιολόγηση Εκπαιδευτικός)	Συμπληρωμένη ρουμπρίκα	1 διδ. ώρα	
	5.7.3 Συμπλήρωση ερωτηματολογίου ταξινόμησης	Συμπληρωμένο ερωτηματολόγιο ταξινόμησης	15	
	5.7.4 Αξιολόγηση Δράσης	Συμπληρωμένο ερωτηματολόγιο Αποτίμησης της Μαθησιακής Εμπειρίας	15	
	5.7.5 Μέτρηση τελικής Επιχειρηματικής Ετοιμότητας μετά την υλοποίηση της προσέγγισης	Συμπληρωμένο ερωτηματολόγιο μέτρησης Επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων	15	

4.10 Τι έπεται

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάστηκε αναλυτικά η προτεινόμενη τεχνολογικά υποστηριζόμενη προσέγγιση ΕΕ. Πιο συγκεκριμένα, στην αρχή παρουσιάστηκαν οι στόχοι, το πεδίο εφαρμογής και οι βασικές ομάδες στόχου. Παρουσιάστηκε αναλυτικά η ενορχήστρωση μαθησιακών δραστηριοτήτων με εκτενή αναφορά σε όλες τις φάσεις της διδακτικής παρέμβασης. Για κάθε επιμέρους δραστηριότητα αναφέρθηκαν οι ειδικοί εκπαιδευτικοί στόχοι που καλύπτει, οι αντίστοιχοι συνοδευτικοί πόροι μαθησιακού υλικού και τα μαθησιακά εργαλεία, τα παραδοτέα που κάθε ομάδα θα πρέπει να παραδώσει. Επίσης, έγινε σαφής αναφορά στην απαιτούμενη υποδομή για μία πλατφόρμα ασύγχρονης μάθησης και τα εκπαιδευτικά εργαλεία που λειτουργούν υποστηρικτικά στη διαδικασία μάθησης. Τέλος, δόθηκε σε πίνακα η ροή των δραστηριοτήτων, το ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα πραγματοποίησής τους σε ένα σχολικό περιβάλλον, ο τρόπος αξιολόγησης της επίδοσης των μαθητών ως προς την

προαγωγή των προαναφερόμενων δεξιοτήτων-στόχων (αξιολόγηση τελικού παραδοτέου με τη χρήση ρουμπρίκας, συμπλήρωση ερωτηματολογίου ποιότητας δεικτών τελικού παραδοτέου, μετα-αξιολόγηση της επιχειρηματικής ετοιμότητας) καθώς και των μαθησιακών εμπειριών από τη συμμετοχή στην εφαρμογή της προσέγγισης (ερωτηματολόγιο αποτίμησης της μαθησιακής εμπειρίας).

Στο επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζεται αναλυτικά το πλαίσιο αξιολόγησης της μαθησιακής αποτελεσματικότητας και αποδεκτικότητας της προτεινόμενης μεθόδου, το οποίο εφαρμόστηκε με συστηματικό τρόπο με δύο (2) μελέτες περίπτωσης, των οποίων τα αποτελέσματα δίνονται με λεπτομέρεια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Εφαρμογή και Αξιολόγηση της Προτεινόμενης Διδακτικής Προσέγγισης – Μελέτες Περίπτωσης (Case Studies)

Κύρια αντικείμενα κεφαλαίου

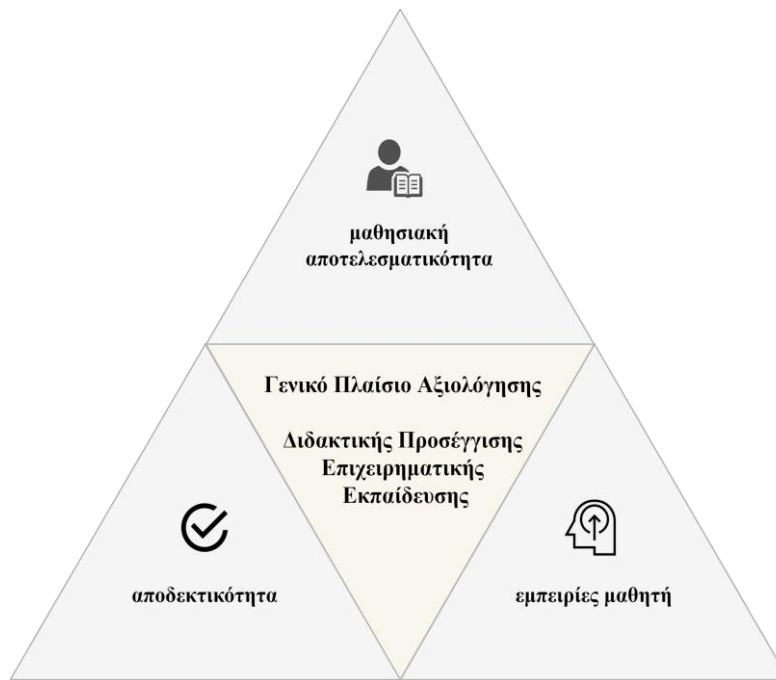
- Πιλοτικές εφαρμογές αξιολόγησης του βαθμού αποτελεσματικότητας και αποδοχής της προτεινόμενης προσέγγισης αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών σε μαθητές Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης
- Πορίσματα πιλοτικών εφαρμογών

5.1 Εισαγωγή

Προκειμένου να αξιολογηθεί η προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση, διεξήχθησαν δύο εμπειρικές έρευνες με ερευνητικό εργαλείο τη μελέτη περίπτωσης (case study), κατά τις οποίες εφαρμόστηκε σε αυθεντικά περιβάλλοντα δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Στόχος της εφαρμογής και της αξιολόγησης της προτεινόμενης εκπαιδευτικής προσέγγισης ήταν να ελεγχθεί:

- η βελτίωση των γνώσεων και των δεξιοτήτων αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών των μαθητών,
- η απόκτηση θετικών μαθησιακών εμπειριών,
- η δυνατότητα επιτυχούς εφαρμογής της προσέγγισης σε αυθεντικά εκπαιδευτικά περιβάλλοντα,
- η παροχή αξιόπιστων εργαλείων αποτίμησης της επίδοσης.

Το γενικό πλαίσιο αξιολόγησης της προτεινόμενης προσέγγισης βασίστηκε στη στρατηγική της τριγωνοποίησης και παρουσιάζεται στην Εικόνα 26, όπου φαίνονται η στρατηγική και οι στόχοι της. Χρησιμοποιήθηκε συνδυασμός ποιοτικών και ποσοτικών μεθόδων συλλογής, ανάλυσης και παρουσίασης δεδομένων, με αξιοποίηση πολλαπλών πηγών πληροφοριών που παρουσιάζονται αναλυτικά στις επόμενες ενότητες.



Εικόνα 26 Πλαίσιο αξιολόγησης εφαρμογής της προτεινόμενης προσέγγισης

Με τον όρο «τριγωνοποίηση» αναφερόμαστε στη μέθοδο διασταυρούμενου ελέγχου δεδομένων από πολλές πηγές για αναζήτηση σχέσεων κανονικότητας στα ερευνητικά δεδομένα ή για την εξήγηση μιας σύνθετης κατάστασης (O'Donoghue & Punch, 2003). Αξιοποιώντας πολλαπλές μεθόδους, όπως τον συνδυασμό ποσοτικών και ποιοτικών προσεγγίσεων, έχουμε τη δυνατότητα να απαντήσουμε διαφορετικά ή συμπληρωματικά ερωτήματα, ή ακόμη να ενισχύσουμε τις δυνατότητες ερμηνείας τους.

Από τους τέσσερις βασικούς τύπους τριγωνοποίησης στην παρούσα μελέτη ακολουθήθηκαν:

- Η τριγωνοποίηση με χρήση πολλαπλών πηγών δεδομένων (data triangulation)
 - Συλλογή δεδομένων σε διαφορετικές χρονικές στιγμές και από διαφορετικές πηγές.
- Μεθοδολογική τριγωνοποίηση - Χρησιμοποίηση πολλαπλών μεθόδων συλλογής στοιχείων.
 - Εντός της μεθόδου (Within method) - χρήση διαφορετικών τύπων της ίδιας μεθόδου.
 - Μεταξύ των μεθόδων (Between methods) - χρησιμοποίηση διαφόρων μεθόδων με σκοπό να επιτευχθεί συγκλίνουσα εγκυρότητα και να

αντισταθμιστούν τα όποια αδύνατα σημεία κάθε μεθόδου όταν χρησιμοποιείται μόνο μία απ' αυτές (Abdalla et al., 2018; Heale & Forbes, 2013).

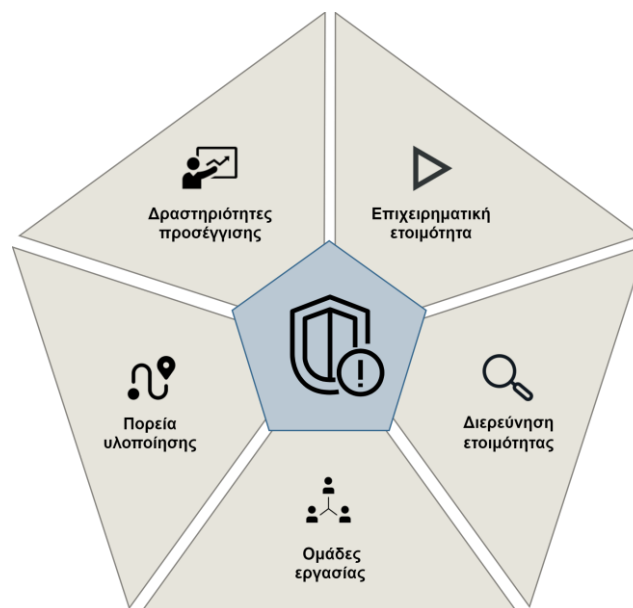
5.2 Η εξελικτική ανάπτυξη της προσέγγισης μέσω επανειλημμένων εφαρμογών και αξιολογήσεων

Στις ενότητες 5.3. και 5.4. περιγράφονται αναλυτικά οι δύο εφαρμογές της προτεινόμενης διδακτικής προσέγγισης.

Στην πρώτη εφαρμογή (Ενότητα 5.3. Μελέτη περίπτωσης Ι) στόχος ήταν να αξιολογηθεί:

- η μαθησιακή αποτελεσματικότητα του εκπαιδευτικού υλικού των τριών δραστηριοτήτων αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών και των πόρων από τους οποίους αποτελείται,
- η αποδοχή του τρόπου διεξαγωγής της (on-line μαθησιακό περιβάλλον),
- η αξιοποίηση των μαθησιακών εργαλείων και
- αν η συμμετοχή στις δραστηριότητες προσέφερε θετικές μαθησιακές εμπειρίες.

Η έρευνα αυτή απέφερε σημαντικά ευρήματα (Εικόνα 27) για την περαιτέρω βελτίωση και ενίσχυση της προτεινόμενης εκπαιδευτικής προσέγγισης αξιολόγησης ιδεών.



Εικόνα 27 Ευρήματα πρώτης εφαρμογής της προτεινόμενης προσέγγισης

Συγκεκριμένα διαπιστώθηκαν τα παρακάτω:

- οι μαθητές, για να είναι σε θέση να συμμετέχουν σε μια εκπαιδευτική δράση αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών και να ολοκληρώσουν με επιτυχία κάθε βήμα της, πρέπει να έχουν πρότερες γνώσεις και εμπειρίες σε επιχειρηματικά ζητήματα (επιχειρηματική ετοιμότητα),
- ο εκπαιδευτικός πρέπει να έχει τη δυνατότητα να διερευνήσει την επιχειρηματική ετοιμότητα κάθε μαθητή (πρότερες επιχειρηματικές γνώσεις και εμπειρίες),
- ο εκπαιδευτικός πρέπει να έχει τη δυνατότητα κατανομής των μαθητών σε ομάδες ανάλογα με το επίπεδο ετοιμότητας στο οποίο βρίσκονται,
- η πορεία υλοποίησης μιας διδακτικής προσέγγισης εκπαίδευσης στην αξιολόγηση επιχειρηματικών ιδεών θα πρέπει να εξαρτάται από το επίπεδο επιχειρηματικής ετοιμότητας και κατά συνέπεια από τον τύπο της ομάδας και, τέλος,
- μια διδακτική προσέγγιση αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών θα πρέπει να καταλήγει στη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης επιχειρηματικής πρότασης.

Με βάση τα παραπάνω για τη βελτίωση της διδακτικής προσέγγισης αποφασίστηκε να:

- δημιουργηθεί εκπαιδευτικό υλικό με αυθεντικές μελέτες περίπτωσης που θα συμβάλουν θετικά στη κάλυψη πιθανών κενών προηγούμενης γνώσης και εμπειρίας που μπορεί να έχει κάθε μαθητής,
- δημιουργηθεί ένα εργαλείο που θα παρέχει στον εκπαιδευτικό τη δυνατότητα να μετρήσει τις επιχειρηματικές γνώσεις και εμπειρίες κάθε μαθητή,
- δημιουργηθούν διαφορετικοί τύπων ομάδων,
- δημιουργηθούν εναλλακτικά σενάρια έτσι ώστε κάθε τύπος ομάδας να μπορεί να προσεγγίσει τον τρόπο αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών ακολουθώντας διαφορετική πορεία, κατάλληλη για το επίπεδο ετοιμότητας στο οποίο βρίσκονται τα μέλη της,
- προστεθεί μια επιπλέον δραστηριότητα που θα αφορά στην απεικόνιση των συστατικών στοιχείων του επιχειρηματικού σχεδίου της αξιολογούμενης επιχειρηματικής ιδέας στον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου (Business Model Canvas).

Στη δεύτερη εφαρμογή (Ενότητα 5.4. Μελέτη περίπτωσης II) στόχος ήταν να αξιολογηθεί:

- η μαθησιακή αποτελεσματικότητα του εκπαιδευτικού υλικού με αυθεντικές μελέτες περίπτωσης που είχε στόχο να καλύψει πιθανά κενά προηγούμενης γνώσης και των πόρων από τους οποίους αποτελείται,
- η μαθησιακή αποτελεσματικότητα της δραστηριότητας που προστέθηκε και αφορά στη δημιουργία του επιχειρηματικού σχεδίου της αξιολογούμενης επιχειρηματικής ιδέας και των πόρων από τους οποίους αποτελείται,
- η αποδοχή του τρόπου διεξαγωγής της (on-line μαθησιακό περιβάλλον),
- η αξιοποίηση των μαθησιακών εργαλείων και, τέλος,
- αν η συμμετοχή στις δραστηριότητες προσέφερε θετικές μαθησιακές εμπειρίες.

5.3 Μελέτη περίπτωσης I

5.3.1 Στόχοι εφαρμογής της μελέτης περίπτωσης I

Ο βασικός σκοπός της μελέτης περίπτωσης ήταν να εκπαιδύσουμε τους μαθητές να γίνουν καλοί στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών μέσω της ανάλυσης - αξιολόγησης επιχειρηματικών σχεδίων ενισχύοντας όχι μόνο τις συγκεκριμένες πρακτικές δεξιότητές τους αλλά και τις ικανότητες δημιουργίας ολοκληρωμένων παρουσιάσεων επιχειρηματικών σχεδίων (Spinuzzi et al, 2015). Επίσης, να αποκτήσουν επιχειρηματική αυτοεκτίμηση έχοντας πίστη στις ικανότητές τους να εκτελούν καθήκοντα και ρόλους που στοχεύουν σε επιχειρηματικά αποτελέσματα. Έτσι, προσπαθήσαμε να εντοπίσουμε αν απέκτησαν ικανότητες σχετικές με την ανίχνευση των αναγκών της αγοράς, την ανάλυση στοιχείων που αφορούν στην καινοτομία της επιχειρηματικής ιδέας σε σχέση με τον ανταγωνισμό, τη βιωσιμότητα και τον πιθανό ρυθμό ανάπτυξης με βάση οικονομικά στοιχεία εργαζόμενοι σε ομάδες, την παραγωγή συμπερασμάτων σκεπτόμενοι κριτικά και την παρουσίασή τους με πρωτότυπο και ευφάνταστο τρόπο, ώστε να προκαλεί το ενδιαφέρον του κάθε ενδιαφερόμενου. Επίσης, αξιολογήσαμε την αποδοχή της διαδικασίας από τους συμμετέχοντες εκπαιδευτικούς και μαθητές.

5.3.2 Αξιολόγηση μελέτης περίπτωσης I

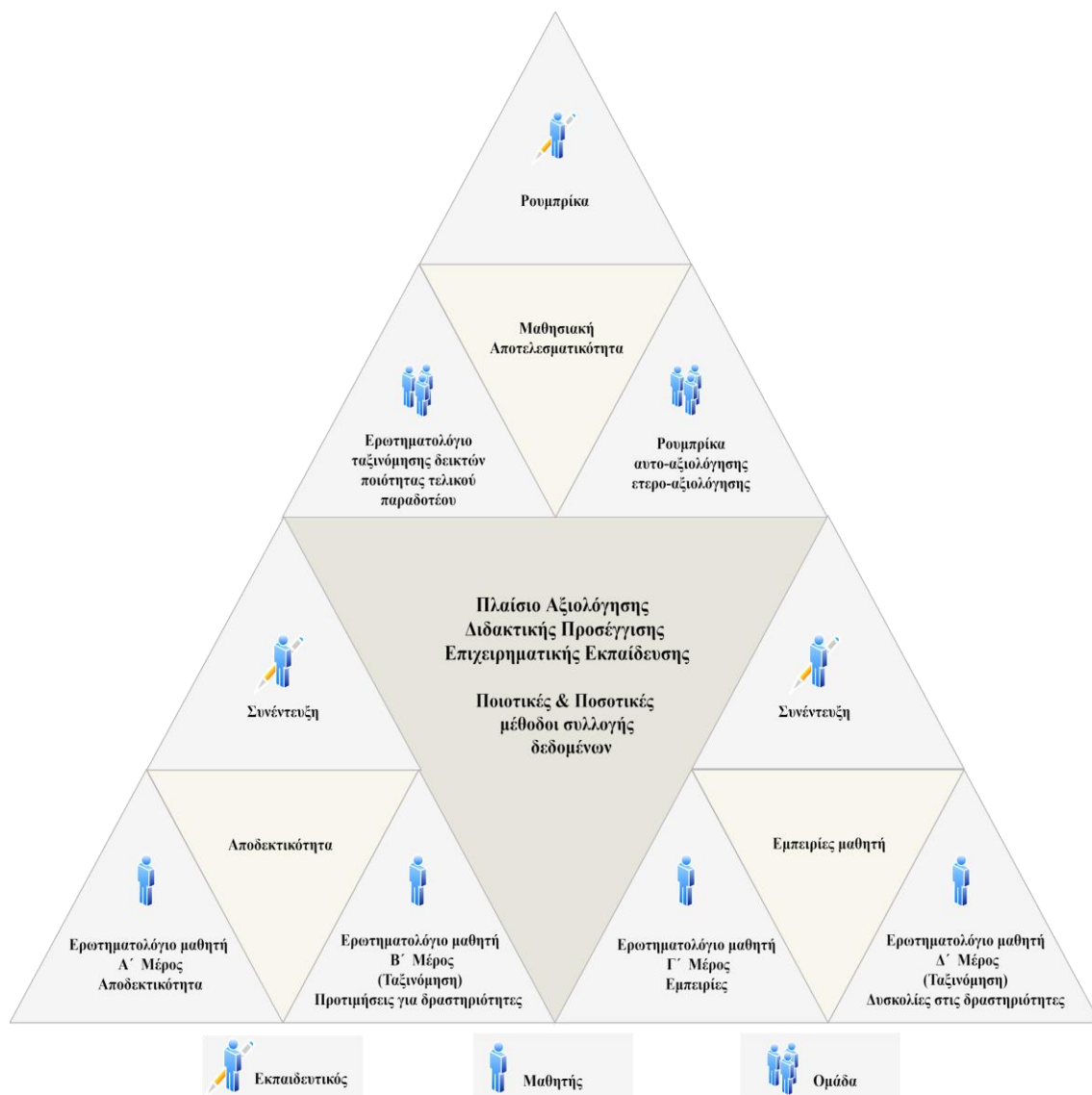
Για τη διερεύνηση της επίτευξης των παραπάνω στόχων κατά την εφαρμογή της μελέτης περίπτωσης I χρησιμοποιήθηκε συνδυασμός ποιοτικών και ποσοτικών μεθόδων συλλογής, ανάλυσης και παρουσίασης δεδομένων, αξιοποιώντας πολλαπλές πηγές πληροφόρησης, εργαλεία και μεθόδους επεξεργασίας.

5.3.2.1 Πλαίσιο αξιολόγησης

Η μαθησιακή αποτελεσματικότητα της διδακτικής προσέγγισης, δηλαδή η απόκτηση γνώσεων και η ανάπτυξη δεξιοτήτων αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών από τους μαθητές (Εικόνα 28), διερευνήθηκε με σύγκριση των συμπερασμάτων που προέκυψαν από την αξιολόγηση του τελικού παραδοτέου κάθε ομάδας - από τον εκπαιδευτικό, την ίδια την ομάδα (αυτο-αξιολόγηση), αλλά και τις άλλες ομάδες (ετερο-αξιολόγηση) με τη χρήση της ρουμπρίκας - και των συμπερασμάτων που προέκυψαν από την ταξινόμηση των δεικτών ποιότητας του τελικού παραδοτέου με τη χρήση του ερωτηματολογίου από κάθε ομάδα (τριγωνοποίηση μεθόδων). Επίσης, έγινε σύγκριση της βαθμολογίας που έλαβε κάθε παραδοτέο από τους τρεις αξιολογητές (εκπαιδευτικό, ομάδα/αυτο-αξιολόγηση, άλλες ομάδες/ετερο-αξιολόγηση) με τη χρήση της ρουμπρίκας (τριγωνοποίηση εντός της μεθόδου).

Η αποδεκτικότητα αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό της εφαρμογής μιας μελέτης περίπτωσης που τίθεται σε διερεύνηση αποδοχής για να διαπιστώσουμε αν ικανοποιεί τις προσδοκίες των συμμετεχόντων. Στην εφαρμογή της μελέτης περίπτωσης I, για να διαπιστώσουμε αν η υλοποίησή της ικανοποίησε τις προσδοκίες των μαθητών και των εκπαιδευτικών που συμμετείχαν, έγινε σύγκριση των συμπερασμάτων που προέκυψαν από ερωτήματα που αφορούσαν στην αποδεκτικότητα, στο ερωτηματολόγιο μαθητή Μέρος Α' (Αποδεκτικότητα) και Μέρος Β' [Ταξινόμηση (Δυσκολίες στις δραστηριότητες)] (Εικόνα 28) και στη συνέντευξη των εκπαιδευτικών.

Τέλος, για να διαπιστώσουμε αν η εφαρμογή της μελέτης περίπτωσης I προσέφερε θετικές μαθησιακές εμπειρίες στους μαθητές, έγινε σύγκριση των συμπερασμάτων που προέκυψαν από ερωτήματα που αφορούσαν στις μαθησιακές εμπειρίες των μαθητών, στο ερωτηματολόγιο μαθητή Μέρος Γ' (Εμπειρίες) και στο ερωτηματολόγιο μαθητή Μέρος Δ' [Ταξινόμηση (Προτιμήσεις για δραστηριότητες)] και στη συνέντευξη των εκπαιδευτικών (Εικόνα 28).



Εικόνα 28 Πλαίσιο αξιολόγησης της εφαρμογής της προτεινόμενης προσέγγισης στη μελέτη περίπτωσης Ι.

Τόσο η σύγκριση όσο και η σύνθεση των αποτελεσμάτων από διαφορετικές μεθόδους μας βοήθησε στο να καταλήξουμε σε ασφαλή συμπεράσματα και να επικυρώσουμε ή να απορρίψουμε τις ερευνητικές μας υποθέσεις. Χρησιμοποιήσαμε τα ποσοτικά δεδομένα κυρίως για να αναδείξουμε τάσεις και στη συνέχεια με τη βοήθεια των ποιοτικών δεδομένων τις αξιολογήσαμε και τις ερμηνεύσαμε.

Για να επιτευχθούν οι παραπάνω στόχοι, διατυπώσαμε τα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα:

RQ1. Υπάρχει κάποια ένδειξη ότι οι εκπαιδευόμενοι βελτίωσαν πρακτικές δεξιότητες αξιολόγησης E.I., ικανότητες εντοπισμού επιχειρηματικών ευκαιριών και προβολής των πορισμάτων τους στην παρουσίαση του επιχειρηματικού σχεδίου;

Ο εκπαιδευτικός κάθε σχολείου που συμμετείχε στην δοκιμή της προτεινόμενης προσέγγισης, αξιολόγησε στη συμπληρωμένη παρουσίαση που υπέβαλε κάθε ομάδα μαθητών, την οργάνωση, το περιεχόμενο και τον τρόπο εμφάνισης των αποτελεσμάτων στην παρουσίαση του σχεδίου της E.I., το περιεχόμενο του εγγράφου στο οποίο με επιχειρήματα τεκμηριώναν αν η ιδέα αποτελεί ή όχι επιχειρηματική ευκαιρία, και τη διαδικασία με την οποία εργάστηκαν.

Υποθέσαμε ότι οι μαθητές θα βελτίωναν τις δεξιότητες αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών αν έβρισκαν τους κατάλληλους χρήστες και ανταγωνιστές της E.I και αν ανίχνευαν τις πραγματικές ανάγκες της αγοράς και τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την E.I ως καινοτόμα και οικονομικά βιώσιμη (κριτήρια 2,4,6). Επίσης, αν η αποτύπωση των αποτελεσμάτων στην παρουσίαση του επιχειρηματικού σχεδίου γινόταν με οργανωμένο και οπτικά εντυπωσιακό τρόπο, θα βελτίωναν τις ικανότητες προβολής της αξίας μια επιχειρηματικής ιδέας.

RQ2. Υπάρχει κάποια ένδειξη ότι οι προτεινόμενες δραστηριότητες προάγουν την επιχειρηματική και κριτική σκέψη των μαθητών;

Οι εκπαιδευόμενοι αξιολόγησαν το παραδοτέο της ομάδας τους (αυτό-αξιολόγηση) με τη χρήση ρουμπρίκας και του παραδοτέου των άλλων ομάδων (ετερο-αξιολόγηση) με τη χρήση ερωτηματολογίου. Υποθέσαμε ότι αν οι βαθμολογίες των μαθητών είχαν μεγαλύτερη συνάφεια με τις βαθμολογίες των εκπαιδευτικών, αυτό θα αποτελούσε δείκτη βελτίωσης δεξιοτήτων επιχειρηματικής και κριτικής σκέψης.

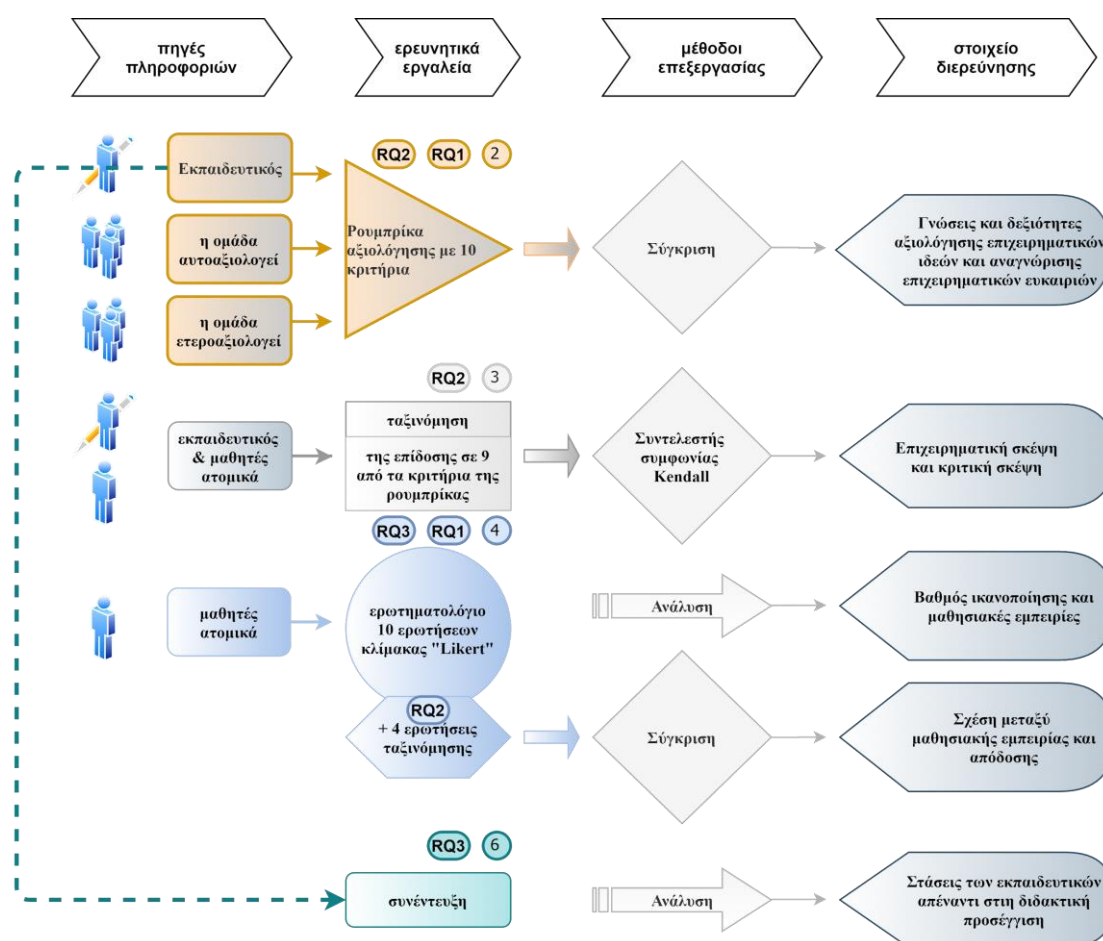
RQ3. Υπάρχει κάποια ένδειξη ότι η υλοποίηση των δραστηριοτήτων ανάλυσης/αξιολόγησης της E.I. έγινε με ευχάριστο και αποτελεσματικό τρόπο από τους μαθητές;

Οι μαθητές στο τέλος της διαδικασίας απάντησαν σε ένα ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο με ερωτήσεις κλειστού τύπου που εξέτασε τον βαθμό ικανοποίησής τους από τη συμμετοχή τους στη δοκιμή της προτεινόμενης προσέγγισης. Υποθέσαμε ότι αν οι απαντήσεις σε κάποια ερωτήματα του ερωτηματολογίου αποτίμησης της μαθησιακής εμπειρίας ταυτίζονταν με τις απαντήσεις σε αντίστοιχα ερωτήματα στη ρουμπρίκα αυτό-αξιολόγησης, θα αποτελούσαν δείκτες αποδεκτικότητας και

αποτελεσματικότητας της προτεινόμενης μεθόδου για την Ε.Ε. αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών σε μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

5.3.2.2 Πηγές πληροφόρησης, εργαλεία και μέθοδοι επεξεργασίας δεδομένων

Οι πηγές πληροφόρησης, τα εργαλεία και οι μέθοδοι επεξεργασίας που χρησιμοποιήθηκαν για την αξιολόγηση της εφαρμογής της μελέτης περίπτωσης Ι, παρουσιάζονται στην Εικόνα 29.



Εικόνα 29 Πηγές πληροφόρησης, εργαλεία και μέθοδοι επεξεργασίας

α. Ρουμπρίκα αξιολόγησης τελικού παραδοτέου

Η αξιολόγηση των τελικών παραδοτέων από τον εκπαιδευτικό αλλά και από τους μαθητές (αυτο-αξιολόγηση και ετερο-αξιολόγηση) έγινε με τη χρήση της ρουμπρίκας Παράρτημα Ι. Τα κριτήρια αφορούσαν στην ποιότητα συνεργασίας των μελών της ομάδας, την διαδικασία υλοποίησης των τριών δραστηριοτήτων της μελέτης περίπτωσης, στην ποιότητα και στην πληρότητα του περιεχομένου των απαντήσεων

στο έγγραφο τεκμηρίωσης και, τέλος, στην ποιότητα των διαφανειών της παρουσίασης ως προς την οργάνωση, το περιεχόμενο και την αποτύπωση των πληροφοριών.

Η δημιουργία της ρουμπρίκας βασίστηκε στα κριτήρια των εργαλείων που αναπτύχθηκαν στα παραδοτέα του Ευρωπαϊκού έργου «Assessment Tools and Indicators for Entrepreneurship Education» από τους Moberg et al. (2014) για την αξιολόγηση των επιπτώσεων της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στις γνώσεις, τις δεξιότητες και τη συμπεριφορά των μαθητών. Τα κριτήρια της ρουμπρίκας προσαρμόστηκαν στις απαιτήσεις της συγκεκριμένης προσέγγισης, αναδεικνύοντας ότι μια εκπαιδευτική αλληλεπίδραση στην επιχειρηματικότητα σε μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης θα πρέπει να επικεντρώνεται στην απόκτηση επιχειρηματικής ετοιμότητας μέσω της ενίσχυσης των γνώσεων και της πρακτικής εξάσκησης, και όχι τόσο στη θέση υλοποίησής της (σχολείο, χώρος εργασίας) ή στη μορφή με την οποία προσφέρεται (διάλεξη, project).

Τα κριτήρια αναλύθηκαν σε επίπεδα ποιότητας - «Λίγο», «Μέτρια» και «Πολύ καλά» - με λεπτομερή και διακριτή περιγραφή. Οι μαθητές ενημερώθηκαν ότι η υψηλή επίδοση «Πολύ καλά» βαθμολογείται με 2 μονάδες, η «Μέτρια» επίδοση με 1 μονάδα και η χαμηλή επίδοση «Λίγο» δεν βαθμολογείται. Έτσι, η συνολική βαθμολογία ενός παραδοτέου θα μπορούσε να κυμαίνεται από μηδέν (0) έως και είκοσι (20).

β. Ερωτηματολόγιο ταξινόμησης δεικτών ποιότητας τελικού παραδοτέου

Σε κάθε ομάδα τα μέλη της ατομικά και ο εκπαιδευτικός ταξινόμησαν την επίδοση σε 9 από τα 10 κριτήρια της ρουμπρίκας, με σειρά προτεραιότητας από 1 έως 9, ξεκινώντας από την καλύτερη. Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου βασίστηκαν στην περιγραφή των κριτηρίων της ρουμπρίκας. Η επεξεργασία των δεδομένων βασίστηκε στον Συντελεστή Συμφωνίας W του Kendall, ο οποίος είναι ένας συντελεστής συμφωνίας που μετρά τη συμφωνία μεταξύ τιμών (Kendall, 1938).

γ. Ερωτηματολόγιο μαθητή

Με την ολοκλήρωση της αξιολόγησης και τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ταξινόμησης των δεικτών ποιότητας του τελικού παραδοτέου οι μαθητές συμπλήρωσαν ανώνυμα το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο. Το Μέρος Α' και το Μέρος Γ' περιείχε δέκα ερωτήσεις κλειστού τύπου - που αφορούσαν στην αποδεκτικότητα της προσέγγισης και στις εμπειρίες των μαθητών, στις οποίες οι απαντήσεις δίνονταν σε κλίμακα διαβαθμιστικής επιλογής τύπου Likert πέντε διαβαθμίσεων: «καθόλου», «ελάχιστα»,

«μέτρια», «αρκετά» και «πολύ» - δύο ανοικτού τύπου και δυο ταξινόμησης. Επίσης, υπήρχαν δύο ερωτήματα ταξινόμησης. Στο πρώτο, στο Μέρος Β', που αφορούσε στις προτιμήσεις τους για τις δραστηριότητες, έπρεπε να ταξινομήσουν με σειρά προτεραιότητας 1,2,3,4 ποια από αυτές τους άρεσε περισσότερο. Στο δεύτερο, στο Μέρος Δ', που αφορούσε στις δυσκολίες που αντιμετώπισαν στις δραστηριότητες, έπρεπε να ταξινομήσουν με σειρά προτεραιότητας 1,2,3,4 την πληρότητα του περιεχομένου των απαντήσεων που έδωσαν στα βασικά ερωτήματα της εργασίας. Στο τέλος του ερωτηματολογίου συλλέξαμε και αναλύσαμε τις αντιλήψεις τους σχετικά με την λειτουργικότητα της προτεινόμενης μεθόδου και ζητήσαμε να μας κάνουν προτάσεις για τη βελτίωση της διαδικασίας και τον τρόπο εφαρμογής.

δ. Συνέντευξη

Προκειμένου να αποτυπωθούν οι στάσεις των εκπαιδευτικών σχετικά με την προτεινόμενη προσέγγιση ΕΕ, χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος των ατομικών ημιδομημένων συνεντεύξεων. Οι βασικοί άξονες συνέντευξης ήταν: η ανταπόκριση των μαθητών στην εκπαιδευτική παρέμβαση, η καταλληλότητά της σε σχέση με την ηλικία των μαθητών, η επίτευξη των στόχων της παρέμβασης.

5.3.2.3 Συμμετέχοντες

Η προτεινόμενη προσέγγιση ΕΕ δοκιμάστηκε σε μια μελέτη περίπτωσης σε μαθητές Γυμνασίου και Λυκείου.

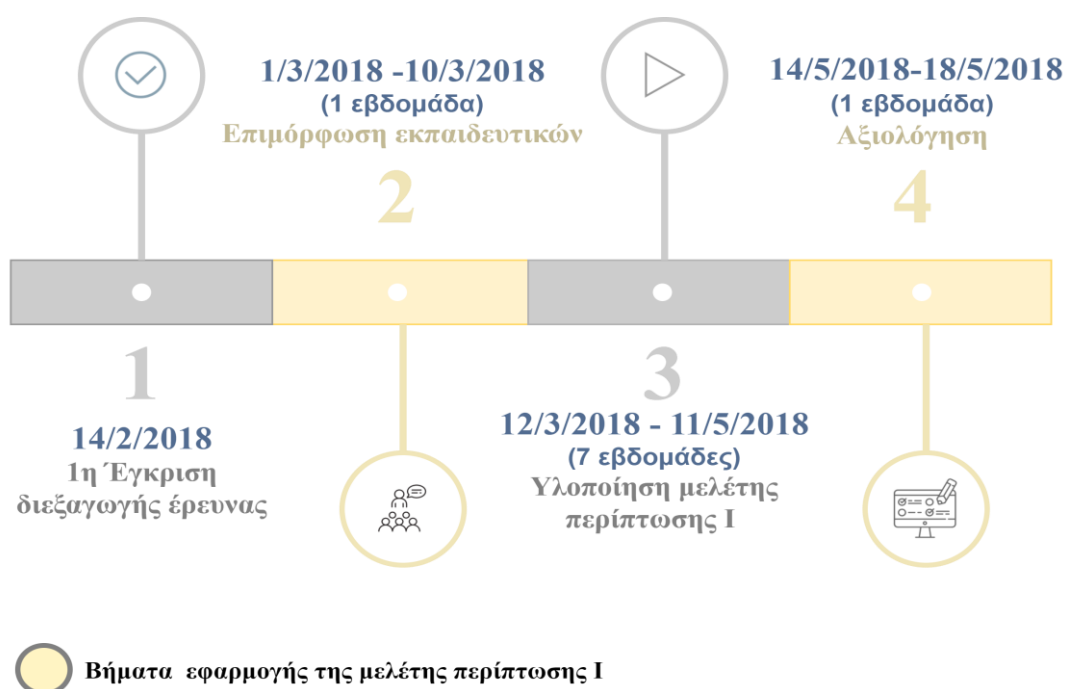
Πιο συγκεκριμένα συμμετείχαν 124 μαθητές ηλικίας 15-17 ετών (μέση τιμή $M=16$), τεσσάρων (4) τμημάτων της Α' τάξης και δυο (2) τμημάτων της Β' έξι (6) γενικών λυκείων της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Τα αγόρια που συμμετείχαν ήταν 56 (45,16%) ενώ τα κορίτσια ήταν 68 (54,84%). Η επίδοσή τους στα μαθήματα του σχολείου χωρίστηκε σε τρεις κατηγορίες: υψηλή (17,1-20) με 44 μαθητές, μέτρια (13,1-17) με 62 και χαμηλή (13 και κάτω) με 13. Συνολικά δημιουργήθηκαν τριανταμία (31) ομάδες. Επίσης, συμμετείχαν έξι (6) εκπαιδευτικοί, οι οποίοι ήταν υπεύθυνοι για τη διεξαγωγή της εκπαιδευτικής παρέμβασης, την υποστήριξη των μαθητών και την αξιολόγηση των τελικών παραδοτέων των ομάδων.

Επίσης, συμμετείχαν 48 μαθητές ηλικίας 13-14 ετών (μέση τιμή $M=13,5$) από δύο Γυμνάσια της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Τα αγόρια που συμμετείχαν ήταν 21 (43,75%) ενώ τα κορίτσια ήταν 27 (56,25%). Η επίδοσή τους στα μαθήματα του

σχολείου χωρίστηκε σε τρεις κατηγορίες: υψηλή (17,1-20) με 28 μαθητές, μέτρια (13,1-17) με 12 και χαμηλή (13 και κάτω) με 8. Συνολικά δημιουργήθηκαν 12 ομάδες. Επίσης, συμμετείχαν τέσσερις (4) εκπαιδευτικοί, οι οποίοι ήταν υπεύθυνοι για τη διεξαγωγή της εκπαιδευτικής παρέμβασης και την αξιολόγηση των τελικών παραδοτέων των ομάδων.

5.3.2.4 Υλοποίηση της εφαρμογής

Η εφαρμογή της μελέτης περίπτωσης I πραγματοποιήθηκε με την ακολουθία τεσσάρων βημάτων που διήρκεσαν 9 εβδομάδες (Εικόνα 30).



Εικόνα 30 Χρονοδιάγραμμα εφαρμογής της μελέτης περίπτωσης I

Στις 14/2/2018 με την με αριθμό πρωτοκόλλου 25538/Δ2 απόφαση του Υ.ΠΑΙ.Θ εγκρίθηκε το αίτημα διεξαγωγής έρευνας σε συγκεκριμένες σχολικές μονάδες δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης της Περιφέρειας Πελοποννήσου (Βήμα 1).

Στις 1/3/2018 ξεκίνησε η επιμόρφωση των εκπαιδευτικών που συμμετείχαν στην έρευνα (Βήμα 2). Για το σκοπό αυτό οργανώθηκε επιμορφωτικό σεμινάριο στο Περιφερειακό Επιμορφωτικό Κέντρο Τρίπολης διάρκειας 15 ωρών κατανεμημένων σε 5 ημέρες με στόχο την ενημέρωση και την πρακτική εξάσκηση των εκπαιδευτικών στην προτεινόμενη προσέγγιση επιχειρηματικής εκπαίδευσης

Την εβδομάδα 12/3/2018 - 16/3/2018 ξεκίνησε σε όλες τις σχολικές μονάδες που συμμετείχαν στην έρευνα η διαδικασία υλοποίησης της μελέτης περίπτωσης (Βήμα 3).

Με ομαδοσυνεργατικές δραστηριότητες, που πραγματοποιήθηκαν σε τέσσερις (4) φάσεις, ολοκληρώθηκε μέσα σε δέκα (10) διδακτικές ώρες.

Φάση 0: Εισαγωγή. Οι εκπαιδευτικοί ενημέρωσαν τους μαθητές για τους στόχους, τη δομή και τη διάρκεια της εργασίας αλλά και για τον τρόπο και τα κριτήρια αξιολόγησης. Στη συνέχεια τους χώρισαν τυχαία, ανεξάρτητα από τη σχολική επίδοση και το φύλο, σε ομάδες τεσσάρων ατόμων. Τέλος τους ενημέρωσαν ότι πρέπει να προβούν σε αρχική εκτίμηση της δυνατότητας εξέλιξης της Ε.Ι. σε επιχειρηματική ευκαιρία και να διατυπώσουν την άποψή τους μέσω της δημοσκόπησης πριν ξεκινήσουν τις δραστηριότητες της έρευνας. Στη συνέχεια οι μαθητές στις ομάδες τους έκαναν πρακτική άσκηση στη χρήση της πλατφόρμας ασύγχρονης εκπαίδευσης Moodle και στα εργαλεία αξιολόγησης.

Φάση 1: Ανίχνευση αναγκών και τάσεων της αγοράς. Οι μαθητές στις ομάδες τους ακολουθώντας τις οδηγίες του φύλλου εργασίας στην αρχή μελέτησαν την παρουσίαση του σχεδίου της επιχειρηματικής ιδέας και ατομικά ψήφισαν θετικά ή αρνητικά στη δημοσκόπηση έγκρισης ή απόρριψης της χρηματοδότησής της, ώστε να καταγραφεί η αρχική τους άποψη για το αν η Ε.Ι. αποτελεί ή δεν αποτελεί επιχειρηματική ευκαιρία. Στη συνέχεια τα μέλη κάθε ομάδας έφτιαξαν δυο υποομάδες και κάθε μια ανέλαβε ρόλο: Αναλυτών Αναγκών - Επιθυμιών Προμηθευτών (Suppliers Needs Analysts) και Αναλυτών Αναγκών - Επιθυμιών Καταναλωτών (Consumers Needs Analysts) αντίστοιχα. Στόχος ήταν να εντοπίσουν και να προσεγγίσουν τους πιθανούς πελάτες – χρήστες και προμηθευτές που αφορά η Ε.Ι.. Χρησιμοποιώντας έντυπα ή ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια έκαναν δράση στο πεδίο για να μάθουν τις πραγματικές ανάγκες και επιθυμίες των εν δυνάμει πελατών σχετικά με το αντικείμενο της Ε.Ι., να συλλέξουν συμπληρωμένα τα αντίστοιχα έντυπα ανάλυσης αναγκών και να συγκρίνουν τα ευρήματά τους με όσα ισχυρίζονται οι εμπνευστές της Ε.Ι.. Επίσης, εκτίμησαν το μερίδιο της αγοράς (πιθανούς πελάτες) της επιχείρησης υπολογίζοντας το ποσοστό των θετικών απαντήσεων σε ένα ερώτημα στο ερωτηματολόγιο του πελάτη - χρήστη. Τέλος, τα μέλη κάθε ομάδας κατέγραψαν τα ευρήματα και τα συμπεράσματά τους.

Φάση 2: Σύγκριση με τον Ανταγωνισμό. Οι μαθητές στις ομάδες τους ακολουθώντας τις ηλεκτρονικές διευθύνσεις ιστοτόπων που τους δόθηκαν στο φύλλο εργασίας, επισκέφθηκαν τους ιστότοπους των πιθανών ανταγωνιστών της επιχειρηματικής ιδέας που αξιολογούσαν. Αφού εντόπισαν τους τρεις σημαντικότερους, αναλαμβάνοντας και

πάλι ρόλους, διερεύνησαν το θέμα του ανταγωνισμού σε βάθος. Στη συνέχεια όλοι μαζί συμπλήρωσαν το έντυπο ανάλυσης ανταγωνισμού και έγραψαν τα συμπεράσματα τους σχετικά με την καινοτομία της προτεινόμενης Ε.Ι. Οι ρόλοι των μελών κάθε ομάδας ήταν: Αναλυτής Προϊόντων, Αναλυτής, Αναλυτής Αγοράς και Αναλυτής Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος.

Φάση 3: Ανάλυση Μοντέλου Εσόδων - Εξόδων. Τα μέλη της ομάδας ακολουθώντας τις οδηγίες του φύλλου εργασίας ανέλαβαν ρόλους: Τραπεζίτη- Επενδυτή, Λογιστή Α', Λογιστή Β' και Λογιστή Γ'. Σύμφωνα με το σενάριο που τους είχε δοθεί, υπολόγισαν τα έσοδα και τις δαπάνες της επιχείρησης για ένα χρονικό διάστημα πέντε ετών και συνέταξαν κατάσταση ταμειακών. Τέλος, έγραψαν τα συμπεράσματά τους σχετικά με την παρουσίαση των οικονομικών στοιχείων για την ανάπτυξη και βιωσιμότητα της Ε.Ι.

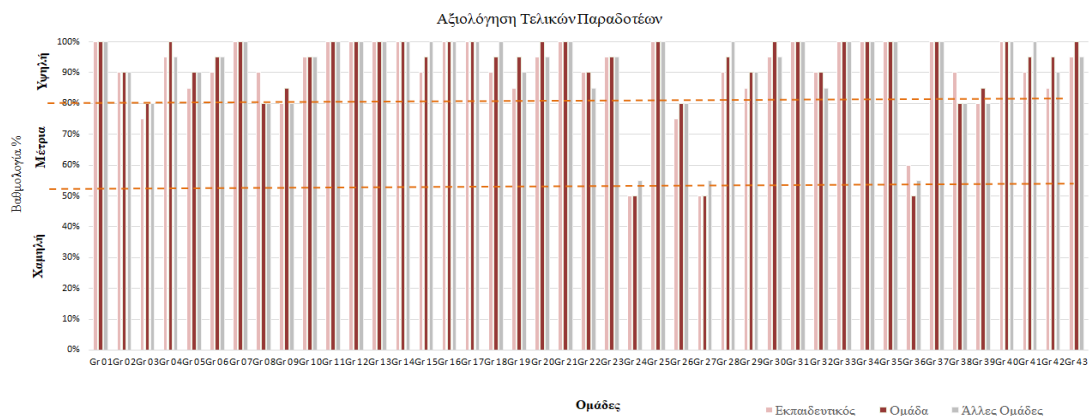
Μετά την ολοκλήρωση όλων των παραπάνω δραστηριοτήτων οι ομάδες υπέβαλαν ηλεκτρονικά το ολοκληρωμένο έγγραφο τεκμηρίωσης και την εμπλουτισμένη παρουσίαση του σχεδίου της Ε.Ι. (Βήμα 4). Στη συνέχεια στην ολομέλεια της τάξης παρουσιάστηκαν και συζητήθηκαν τα πορίσματα κάθε ομάδας και έγινε σύγκριση με τις αρχικές πεποιθήσεις τους, όπως αυτές είχαν αποτυπωθεί στο αποτέλεσμα της ψηφοφορίας στη δημοσκόπηση. Κάθε ομάδα έλαβε σχόλια ανατροφοδότησης από τον εκπαιδευτικό με βάση την αξιολόγηση του παραδοτέου της. Η δράση ολοκληρώθηκε με την αξιολόγηση του παραδοτέου κάθε ομάδας από τα μέλη της (αυτό-αξιολόγηση) και από τα μέλη των άλλων ομάδων (ετερό-αξιολόγηση) και τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου αποτίμησης της μαθησιακής εμπειρίας.

Η υλοποίηση της δράσης υποστηρίχθηκε από την πλατφόρμα ασύγχρονης μάθησης Moodle. Λειτουργήσε υποστηρικτικά ως μέσο παροχής του εκπαιδευτικού και πληροφοριακού υλικού στους μαθητές και για την επικοινωνία μεταξύ των μελών της ομάδας αλλά και με τον εκπαιδευτικό. Επίσης, χρησιμοποιήθηκε για την υποβολή του παραδοτέου και, τέλος, για την βαθμολόγηση τόσο του παραδοτέου από τον εκπαιδευτικό με βάση τη ρουμπρίκα όσο και της συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων αποτίμησης της μαθησιακής εμπειρίας.

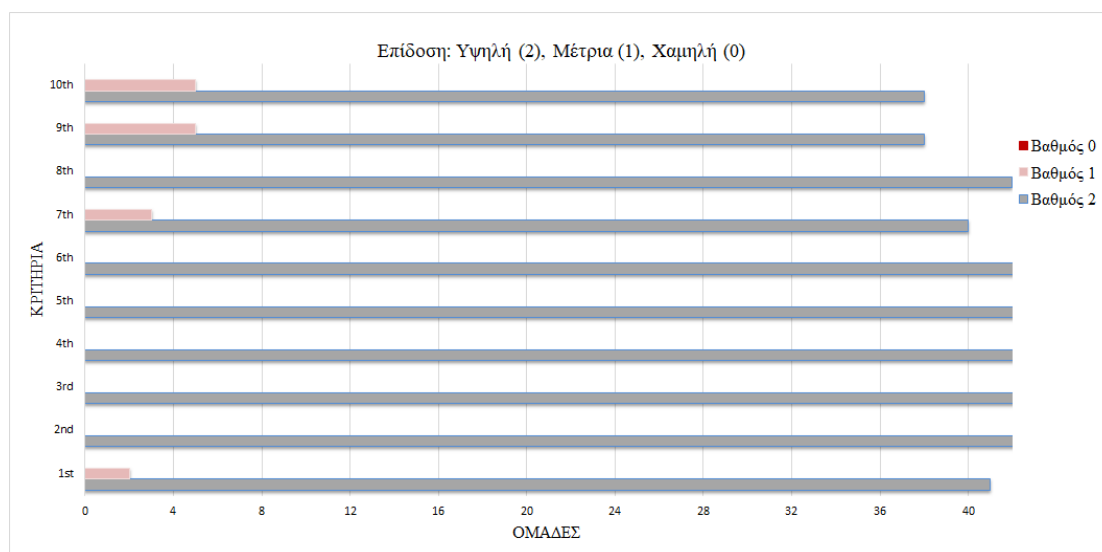
5.3.2.5. Αποτελέσματα

RQ1: Υπάρχει κάποια ένδειξη ότι οι συμμετέχοντες μαθητές βελτίωσαν πρακτικές δεξιότητες αξιολόγησης ιδεών, απέκτησαν την ικανότητα εντοπισμού επιχειρηματικών ευκαιριών και έμαθαν να τεκμηριώνουν και να προβάλλουν τα αποτελέσματα της έρευνας τους;

Στην Εικόνα 31 και Εικόνα 32 παρουσιάζονται η τελική επίδοση κάθε ομάδας (βαθμολογίες %) και αναλυτικά η βαθμολογία σε κάθε κριτήριο. Τα αποτελέσματα έδειξαν υψηλό μέσο όρο βαθμολογίας (88,23%). Η απουσία μέτριας ή χαμηλής επίδοσης στα κριτήρια 6, 7 και 8 φανερώνει ότι η συγκεκριμένη διαδικασία βοήθησε τους μαθητές να βελτιώσουν τις επιχειρηματικές ικανότητες αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών μέσω της αξιολόγησης E.I., επιβεβαιώνοντας την αρχική μας υπόθεση. Ωστόσο, η μέτρια επίδοση στο κριτήριο 9 σε περισσότερες από τις μισές ομάδες (66,6% ή 28 από τα 42 παραδοτέα) δηλώνει έλλειψη σωστής οργάνωσης των διαφανειών με τα αποτελέσματα της ανάλυσης στην παρουσίαση του επιχειρηματικού σχεδίου της E.I. καθώς υπάρχουν σε αυτές αρκετές περιττές πληροφορίες. Αυτό οφείλεται στην έλλειψη προηγούμενης εμπειρίας των μαθητών στη δημιουργία παρουσιάσεων. Επίσης, η επίδοση στο κριτήριο 10 ήταν μέτρια σε αρκετά περισσότερα από τα μισά παραδοτέα (73,8% ή 31 από τα 42). Οι συγκεκριμένες ομάδες ακολούθησαν το πρότυπο της παρουσίασης του επιχειρηματικού σχεδίου της ιδέας που τους δώσαμε. Πρόσθεσαν αρκετές πληροφορίες σε μορφή κειμένου και λιγότερες με οπτικά πρωτότυπους και εντυπωσιακούς τρόπους έτσι όπως απαιτούν οι βασικές αρχές δημιουργίας σχεδίων επιχειρηματικών ιδεών για να παρουσιαστούν σε επενδυτές. Αυτό, ίσως, να οφείλεται σε έλλειψη τόσο φαντασίας όσο και εξάσκησης για την απόκτηση εμπειρίας. Τέλος, ελάχιστες περιπτώσεις (9,6% ή 3 από τις 31 ομάδες) συγκέντρωσαν βαθμολογία μικρότερη του 50%. Ως πιθανότερη αιτία θεωρούνται τα προβλήματα επικοινωνίας και συνεργασίας μεταξύ των μελών της ομάδας, με αποτέλεσμα τη μη έγκαιρη ολοκλήρωση κάθε επιμέρους δραστηριότητας και η αδιαφορία που έδειξαν κάποια από τα μέλη των ομάδων για το θέμα.



Εικόνα 31 Αξιολόγηση τελικών παραδοτέων (βαθμολογία %)



Εικόνα 32 Αξιολόγηση τελικών παραδοτέων σε κάθε κριτήριο

RQ2. Υπάρχει κάποια ένδειξη ότι οι προτεινόμενες δραστηριότητες προωθούν την επιχειρηματική και κριτική σκέψη των μαθητών;

Στην πρώτη και τη δεύτερη ράβδο του γραφήματος στην Εικόνα 31 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης του τελικού παραδοτέου κάθε ομάδας (βαθμολογία %) από τους εκπαιδευτικούς και τους μαθητές (αυτό-αξιολόγηση) με τη χρήση της ρουμπρίκας ανάλυσης/αξιολόγησης E.I.. Στην τρίτη ράβδο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης του παραδοτέου των άλλων ομάδων από τους μαθητές (έτερο-αξιολόγηση) με τη χρήση του ερωτηματολογίου ανάλυσης/αξιολόγησης E.I.. Συγκρίνοντας τις δύο πρώτες ράβδους σε κάθε ομάδα παρατηρούμε ότι σε αρκετές περιπτώσεις η ελαφρά υψηλότερη βαθμολογία αυτό-αξιολόγησης από τους μαθητές σε σχέση με τον εκπαιδευτικό δείχνει την πεποίθησή τους ότι παρέδωσαν μια καλή εργασία. Αντίθετα, σε κάποιες περιπτώσεις αξιολόγησης των εργασιών των άλλων

ομάδων (έτερο-αξιολόγηση) από τους μαθητές διακρίνουμε μεγαλύτερη αυστηρότητα με λίγο μικρότερες βαθμολογίες.

Επιπλέον, πραγματοποιήθηκε μια πιο εστιασμένη ανάλυση προκειμένου να προσδιοριστούν οι δεξιότητες επιχειρηματικής σκέψης των εκπαιδευομένων ως αξιολογητών των τελικών παραδοτέων και να εξεταστεί το επίπεδο συμφωνίας μεταξύ των βαθμολογιών που έδωσαν οι ίδιοι και ο εκπαιδευτικός. Η μέθοδός μας βασίστηκε στον Συντελεστή Συμφωνίας W του Kendall, ο οποίος είναι ένας συντελεστής που μετρά τη συμφωνία μεταξύ τιμών (Kendall, 1938). Ο υπολογισμός του W του Kendall έγινε με τη χρήση του SPSS.

Τα ευρήματα έδειξαν συμφωνία μεταξύ των βαθμολογιών των μαθητών και του εκπαιδευτικού, γεγονός που ενισχύει το επιχείρημα ότι η προτεινόμενη μέθοδος προωθεί τις δεξιότητες επιχειρηματικής σκέψης των εκπαιδευομένων. Ο Πίνακας 20 συνοψίζει τα αποτελέσματα των τιμών W του Kendall για κάθε ομάδα. Το επίπεδο συμφωνίας, αν και δεν είναι τέλειο, δείχνει σημαντική βελτίωση.

Πίνακας 20 Βαθμός συμφωνίας ανάμεσα στον εκπαιδευτικό και τον μαθητή (αξιολόγηση τελικού παραδοτέου)

Αξιολογητές	Ομάδες 1-2-7-17-21-23-25-27- 31-33-34-35-36-37- 38-39-40-42	Ομάδες 3-5- 6-8-10-11-12-14-15- 16-20-22-24-26-29- 30-32-41	Ομάδες 4-9	Ομάδες 13-18-19- 28
	N = 5	N = 5	N = 5	N = 5
Εκπαιδευτικός/Μαθητής	W ^a = 1,000	W ^a = 0,895	W ^a = 0,801	W ^a = 0,792
	df = 2	df = 2	df = 2	df = 2
	Sig = ,000	Sig = ,001	Sig = ,001	Sig = ,002

^aKendall's Coefficient of Concordance.

Προκειμένου να απλοποιηθεί η παρουσίαση των ευρημάτων, οι διαφορετικές τιμές του W μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής (επίπεδο σημαντικότητας 5%):

<i>Kendall's W</i>	<i>Agreement</i>
W > 0,90	Very Strong

$0,80 \leq W < 0,89$

Strong

 $0,70 \leq W < 0,79$

Moderate

 $0,50 < W < 0,69$

Week

Περαιτέρω ανάλυση (Πίνακας 21) αποκάλυψε ότι τα βασικά σημεία της συμφωνίας αφορούσαν στα περισσότερα κριτήρια της ρουμπρίκας τα οποία συσχετίζονταν στενά με τις δεξιότητες επιχειρηματικής σκέψης των μαθητών και πιο συγκεκριμένα με την ικανότητά τους να αξιολογούν ιδέες και να εντοπίζουν επιχειρηματικές ευκαιρίες.

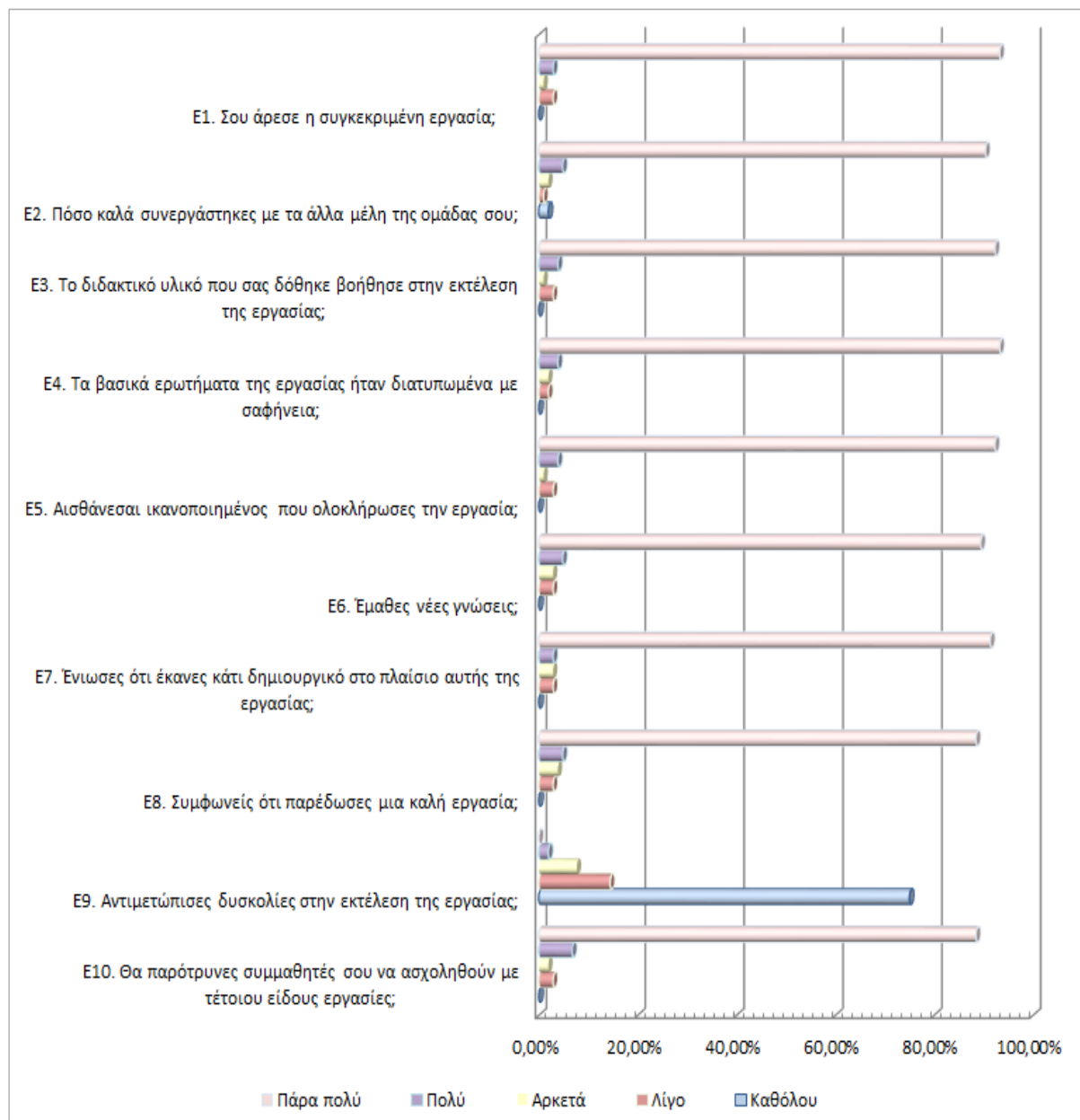
Πίνακας 21 Βαθμός συμφωνίας σε επιλεγμένα κριτήρια

Ομάδες	Κριτήρια της ρουμπρίκας Εκπαιδευτικού – Μαθητή								
	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1-2-7-17- 21-23- 25-27- 31-33- 34-35- 36-37- 38-39- 40-42	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong
3-5-6-8- 10-11- 12-14- 15-16- 20-22- 24-26- 29-30- 32-41	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Strong	Very Strong	Strong	Strong
4-9	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Moderat e	Very Strong	Strong	Moderat e
13-18- 19-28	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Moderat e	Strong	Moderat e	Moderat e

RQ3. Υπάρχει κάποια ένδειξη ότι η υλοποίηση των δραστηριοτήτων ανάλυσης/αξιολόγησης της Ε.Ι. έγιναν με ευχάριστο και αποτελεσματικό τρόπο από τους μαθητές;

Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε από όλους τους συμμετέχοντες μαθητές. Οι απαντήσεις τους σε όλα τα ερωτήματα ήταν θετικές (Εικόνα 33). Πιο συγκεκριμένα στα ερωτήματα «Σου άρεσε η συγκεκριμένη εργασία;» και «Ένιωσες ότι έκανες κάτι

δημιουργικό στο πλαίσιο αυτής της εργασίας;» σχεδόν όλοι οι μαθητές (96,5% ή 166 από τους 172) δήλωσαν ότι τους άρεσε πάρα πολύ και αισθάνθηκαν ότι έκαναν κάτι πολύ πρωτότυπο και δημιουργικό.

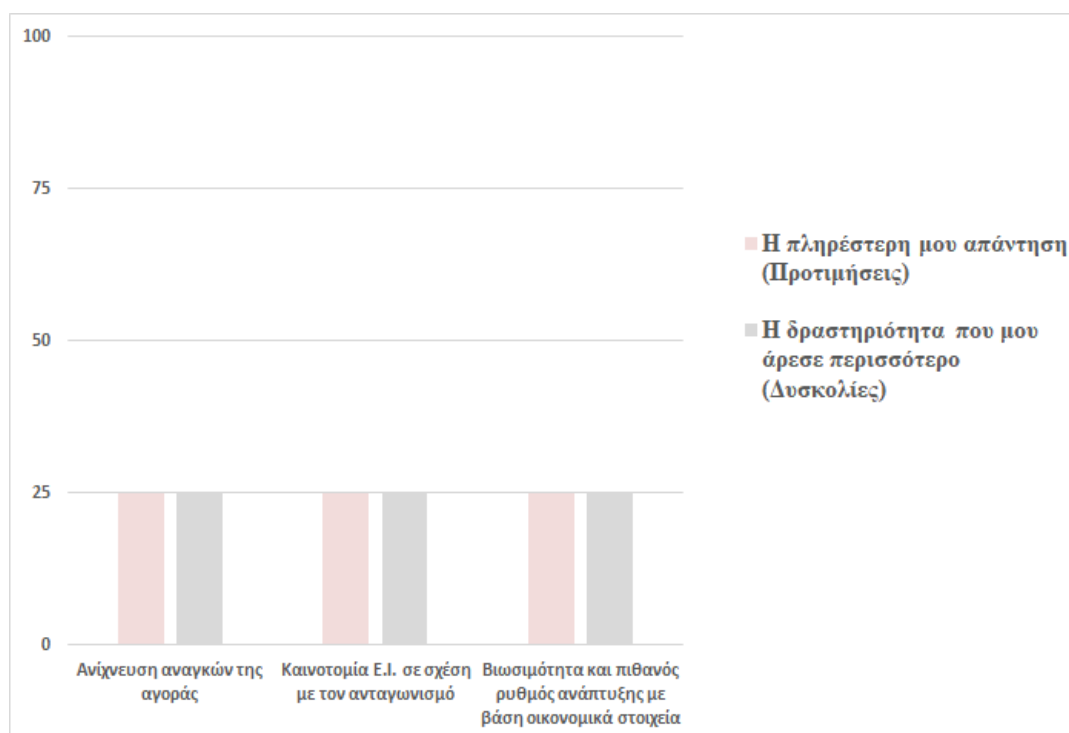


Εικόνα 33 Στάσεις παιδιών σχετικά με την προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση ΕΕ

Από τις απαντήσεις στα ερωτήματα «Αντιμετώπισες δυσκολίες στην εκτέλεση της εργασίας;» και «Συμφωνείς ότι παρέδωσες μια καλή εργασία;» δεν φάνηκε ότι δυσκολεύτηκαν και ένιωθαν σιγουριά ότι παρέδωσαν μια καλή εργασία οι περισσότεροι από αυτούς (93,6% ή 161 από τους 172). Πολύ ενθαρρυντικές ήταν οι απαντήσεις τους σε ερωτήματα που αφορούν στον βαθμό ικανοποίησης από τη

συνεργασία τους με τα άλλα μέλη της ομάδας και την επιτυχημένη ολοκλήρωση της εργασίας δηλώνοντας ότι θα παρότρυναν τους συμμαθητές τους να ασχοληθούν με μια αντίστοιχη εργασία.

Οι επικρατέστερες απαντήσεις στα ερωτήματα ταξινόμησης που είχαμε προσθέσει στο τέλος της ρουμπρίκας του μαθητή και στο τέλος του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου αποτίμησης της μαθησιακής εμπειρίας μοιράστηκαν ανάλογα και στις τρεις δραστηριότητες (Εικόνα 34). Παρατηρώντας το σχήμα βλέπουμε να υπάρχει ταύτιση στα ποσοστά προτίμησης κάθε δραστηριότητας με εκείνα των απαντήσεων ταξινόμησης της πληρέστερης απάντησης που έδωσαν. Είναι προφανές ότι όποιο θέμα της εργασίας τους άρεσε περισσότερο, σε αυτό εργάστηκαν πιο εντατικά, είχαν καλύτερη απόδοση και αποκόμισαν πολλά οφέλη. Αυτό επιβεβαιώνει την άποψη η Ε.Ε. να μην περιορίζεται μόνο στη μετάδοση θεωρητικών γνώσεων, που δεν αποτελεί μια ευχάριστη διαδικασία για τους μαθητές, αλλά να συνδυάζεται με πρακτική άσκηση, που τους παρέχει την ελευθερία να ενεργούν και να κατευθύνουν οι ίδιοι τη δική τους μάθηση εμπλεκόμενοι σε δραστηριότητες που αποτελούν πρόκληση για τη δέσμευση και την εμπλοκή τους.



Εικόνα 34 Προτιμήσεις των μαθητών για τις επιμέρους δραστηριότητες της εργασίας και την πληρέστερη απάντηση

Τέλος, η ανάλυση των συνεντεύξεων των καθηγητών που συμμετείχαν στην έρευνα αναδεικνύουν την προστιθέμενη αξία της εργασίας, η οποία εστιάζεται ως εξής στα ακόλουθα βασικά σημεία:

- Η ανάληψη από τους μαθητές του ρόλου του αναλυτή επιχειρηματικών πλάνων αύξησε το ενδιαφέρον τους και ενίσχυσε τα κίνητρά τους για την επιχειρηματικότητα, αύξησε την εμπλοκή τους στη μαθησιακή διαδικασία, τους βοήθησε να καλλιεργήσουν δεξιότητες και στάσεις για να ενεργούν με επιχειρηματικό τρόπο και, τέλος, να αποκτήσουν νέες γνώσεις για την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία.
- Μαθητές με χαμηλή επίδοση στα μαθήματα έδειξαν αρκετά αυξημένο ενδιαφέρον για την εργασία, συμμετείχαν ενεργά και πρότειναν αρκετές νέες πρωτότυπες ιδέες και τρόπους για να αντιμετωπίσουν δυσκολίες που προέκυπταν ενισχύοντας την αυτοπεποίθηση και την αυτοεκτίμησή τους.
- Η εργασία βοήθησε την καλλιέργεια δεξιοτήτων και αξιών συνεργασίας, διαπραγμάτευσης, διαλλακτικότητας, για την επίτευξη του κοινού στόχου για ενίσχυση της αυτοπεποίθησης, και αυτοεκτίμησης.
- Η εντός των ορίων του χρονοδιαγράμματος ολοκλήρωση της εργασίας και η ποιότητα του τελικού παραδοτέου δηλώνουν άρτια οργάνωση, συνεργασία, απόκτηση επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων, που αποτελούν τους στόχους της έρευνας.

5.3.2.6. Συμπεράσματα

Η εφαρμογή της προτεινόμενης τεχνολογικά υποστηριζόμενης συνεργατικής εκπαιδευτικής προσέγγισης σχετικά με την καλλιέργεια δεξιοτήτων επιχειρηματικότητας μέσα από τη συνεργατική διερεύνηση αναγνώρισης επιχειρηματικών ιδεών απέφερε θετικά αποτελέσματα στους μαθητές Λυκείου ως προς τη μαθησιακή αποτελεσματικότητα. Είχε δε υψηλή αποδεκτικότητα από τους εκπαιδευτικούς. Η προτεινόμενη προσέγγιση μπορεί να βοηθήσει ουσιαστικά τους μαθητές να αποκτήσουν επιχειρηματικές δεξιότητες με ευχάριστο και αποτελεσματικό τρόπο αλλά και τους εκπαιδευτικούς να αποτιμήσουν με εύκολο τρόπο τόσο τη διαδικασία όσο και την απόκτηση ανωτέρου επιπέδου επιχειρηματικών δεξιοτήτων.

Η επιλογή των σχολείων που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν τυχαία. Βασίστηκε στην προθυμία των διευθυντών και των διαδασκόντων καθηγητών των συγκεκριμένων σχολείων. Τα τμήματα των σχολείων που συμμετείχαν ήταν μεικτά, με περίπου ίδιο ποσοστό αγοριών και κοριτσιών, και δεν έγινε διερεύνηση της αποτελεσματικότητας και της αποδεκτικότητας της μεθόδου ως προς το φύλο. Τα σχολεία στα οποία έγινε εφαρμογή ήταν επαρχιακά και για τον λόγο αυτό κρίνεται αναγκαίο να εφαρμοστεί σε σχολεία μεγάλων αστικών κέντρων, όπου οι μαθητές δέχονται σε καθημερινή βάση διαφορετικά ερεθίσματα. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι προτεινόμενη μέθοδος εφαρμόστηκε με μεγάλη ευκολία στο αναλυτικό πρόγραμμα του μαθήματος «Πολιτική Παιδεία» και «Τεχνολογία» και δεν είναι αναγκαίο οι εκπαιδευτικοί να έχουν ιδιαίτερες γνώσεις στη σύγχρονη επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, θεωρούμε αναγκαία τη δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού για τους μαθητές σχετικά με τις επιμέρους δραστηριότητες αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών ώστε να διευκολύνουμε το έργο των εκπαιδευτικών και να καλυφθεί τυχόν έλλειμμά τους στη σύγχρονη επιχειρηματικότητα. Επίσης, με βάση τα αποτελέσματα της πρώτης εφαρμογής, είναι σαφές ότι απαιτείται εξάσκηση των μαθητών στη δημιουργία παρουσιάσεων. Πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει να τους εκπαιδεύσουμε στη δημιουργία παρουσιάσεων σχεδίων επιχειρηματικών ιδεών ενισχύοντας κυρίως δεξιότητες που αφορούν στην οργάνωση και στην παρουσίαση (presentation skills). Θα πρέπει να κατανοήσουν ότι οι παρουσιάσεις της εκάστοτε επιχειρηματικής ιδέας πρέπει να είναι σύντομες και περιεκτικές. Επίσης, ότι η παρουσίαση αποτελεί το Α και το Ω του όλου εγχειρήματος, μια και μέσα σε λίγες διαφάνειες θα πρέπει να γίνει η καλύτερη δυνατή ανάλυση και τεκμηρίωση όλων των δυνατών σημείων της ιδέας έτσι ώστε να πειστεί το ακροατήριο για την αξία της. Ήδη σχεδιάζεται και οργανώνεται ένας νέος κύκλος εφαρμογής της προσέγγισης ώστε να μελετηθεί με νέο δείγμα η αποτελεσματικότητα και η αποδεκτικότητά της.

5.4. Μελέτη περίπτωσης II

5.4.1. Στόχοι εφαρμογής της μελέτης περίπτωσης II

Η αποτελεσματικότητα της πρακτικής εξάσκησης σε επιχειρηματικά ζητήματα όπως η αξιολόγηση επιχειρηματικών ιδεών αξιολογήθηκε και σε προηγούμενη έρευνα μας. Τα πορίσματα που προέκυψαν και αξιοποιήθηκαν για περαιτέρω βελτίωση της προτεινόμενης μεθόδου σχετίζονται με:

- την ανάγκη ανίχνευσης της επιχειρηματικής ετοιμότητας και τον συσχετισμό της με τη δημιουργία των ομάδων εργασίας διαφορετικής σύνθεσης,
- τη δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού με αυθεντικές μελέτες περίπτωσης που θα καλύπτει πιθανό κενό προηγούμενης γνώσης και την αξιοποίησή του ανάλογα με τον τύπο ομάδας,
- την ενίσχυση της επιχειρηματικής ετοιμότητας,
- την εξασφάλιση της βαθύτερης κατανόησης των βασικών εννοιών της αξιολόγησης ιδεών και της αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών

Στην παρούσα έρευνα προτείνεται:

- νέα μέθοδος κατανομής των μαθητών σε ομάδες που βασίζεται στα αποτελέσματα της μέτρησης της επιχειρηματικής τους ετοιμότητας,
- αναμορφωμένο εκπαιδευτικό υλικό εμπλουτισμένο με θεωρητικό μέρος σε κάθε ενότητα,
- νέος τρόπος αξιοποίησης του υλικού, ανάλογα με τον τύπο ομάδας και, τέλος,
- μια επιπλέον ενότητα που αφορά στη δημιουργία του επιχειρηματικού μοντέλου μια ιδέας με την χρήση του Business Model Canvas.

Σκοπός της ήταν να αναδείξει τη σημασία της επιχειρηματικής ετοιμότητας των μαθητών δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ως βασικό και αναγκαίο παράγοντα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης. Θέλαμε να διαπιστώσουμε αν μέσω των παρεμβάσεων που προαναφέρθηκαν, οι μαθητές απέκτησαν γνώσεις και ενίσχυσαν συγκεκριμένες πρακτικές δεξιότητες, ώστε στο μέλλον, έχοντας επιχειρηματική ετοιμότητα και την απαραίτητη προηγούμενη γνώση, να σκέφτονται και να ενεργούν με επιχειρηματικό τρόπο σε ό,τι αφορά στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών, αναλύοντας και αξιολογώντας επιχειρηματικά σχέδια ιδεών. Επίσης, αν ανέπτυξαν ικανότητα γραπτής τεκμηρίωσης και οπτικής παρουσίασης των χαρακτηριστικών μιας ιδέας και αν βελτιώθηκε η αυτοαντίληψη και η αυτοεκτίμησή τους σε σχέση με την επιχειρηματική τους ετοιμότητα. Τέλος, αν ενισχύθηκε η επιχειρηματική τους ετοιμότητα ώστε στο μέλλον να έχουν αυτοπεποίθηση όταν αναλαμβάνουν ρόλους και εκτελούν καθήκοντα που στοχεύουν σε επιχειρηματικά αποτελέσματα.

Έτσι, ανεξάρτητα από την αρχική ετοιμότητα και το επίπεδο προηγούμενων γνώσεων που διέθεταν οι μαθητές που συμμετείχαν καθώς και το εκπαιδευτικό σενάριο που ακολούθησαν, προσπαθήσαμε να εντοπίσουμε αν απέκτησαν την ευχέρεια και την ευελιξία να:

- ανιχνεύουν τις ανάγκες της αγοράς,
- αναλύουν στοιχεία που αφορούν στην καινοτομία μιας ιδέας σε σχέση με τον ανταγωνισμό,
- μελετούν τη βιωσιμότητα και τον πιθανό ρυθμό ανάπτυξης της,
- αποτυπώνουν το επιχειρηματικό μοντέλο της ιδέας χρησιμοποιώντας τον Καμβά επιχειρηματικού μοντέλου

κατανοώντας ταυτόχρονα τη σημασία του να εργάζονται σε ομάδες.

Διερευνήσαμε αν απέκτησαν την ευχέρεια:

- κριτικής σκέψης στην εξαγωγή συμπερασμάτων,
- τεκμηριωμένης αποτύπωσής τους σε σύντομο κείμενο (executive summary) με επιχειρήματα που θα βασίζονται σε ερευνητικά δεδομένα καθώς και
- δημιουργικής ολοκληρωμένης παρουσίασης του επιχειρηματικού σχεδίου της ιδέας (business plan slides deck) με πρωτότυπο και ευφάνταστο τρόπο, που να προσελκύει κάθε ενδιαφερόμενο (Spinuzzi et al, 2015).

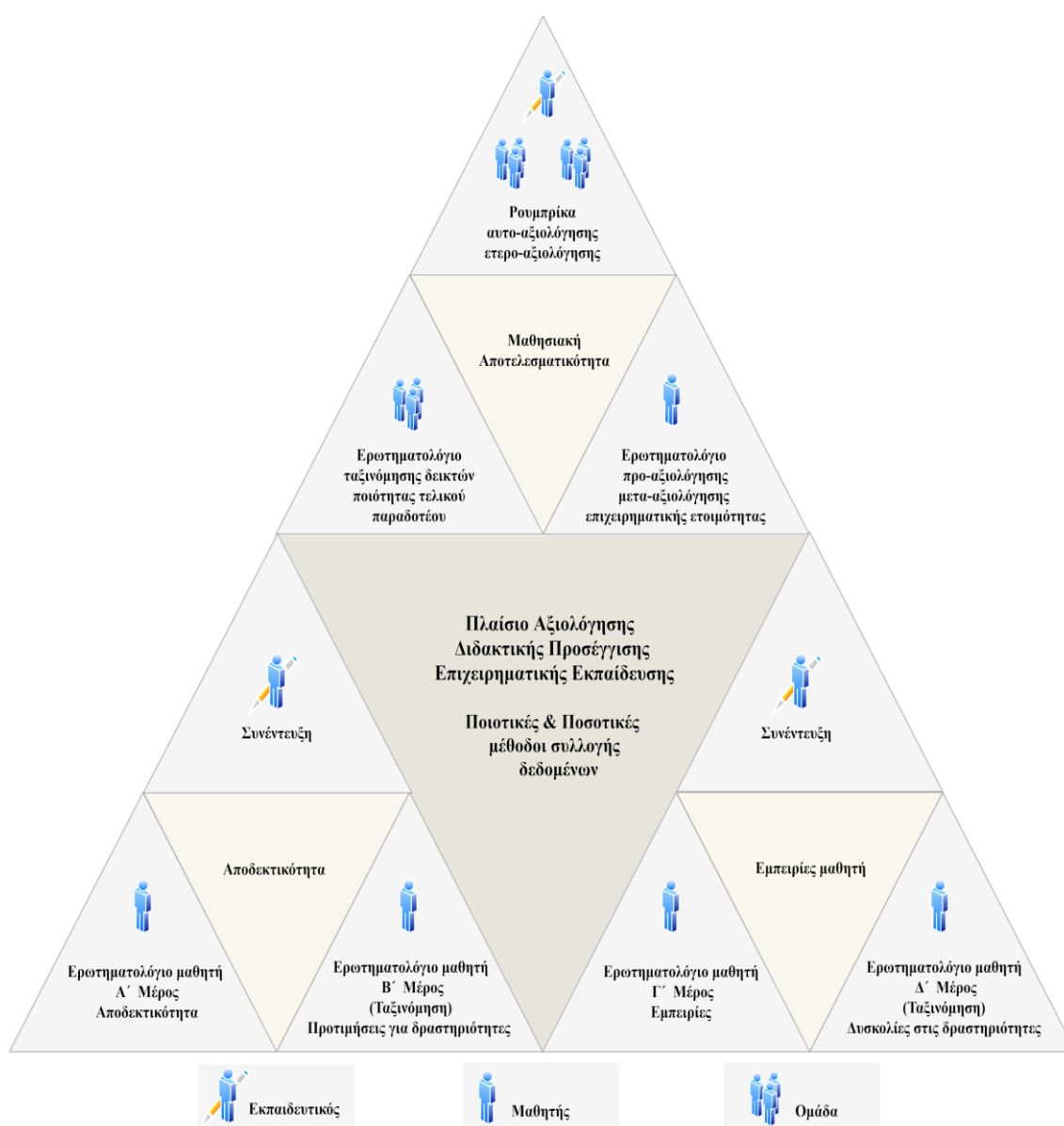
Μετά την ολοκλήρωση της παρέμβασης μετρήσαμε εκ νέου την επιχειρηματική ετοιμότητα των μαθητών και τη συγκρίναμε με την αρχική. Τέλος, συγκεντρώσαμε τις απόψεις και τις εμπειρίες των μαθητών και των εκπαιδευτικών, σχετικά με το αντικείμενο της εργασίας, τη μέθοδο και τα μέσα υλοποίησής της, όχι μόνο για να επιβεβαιώσουμε τα θετικά χαρακτηριστικά της προτεινόμενης μεθόδου αλλά και για να εντοπίσουμε τυχόν λάθη και παραλείψεις που πρέπει να διορθωθούν.

5.4.2. Αξιολόγηση μελέτης περίπτωσης II

Για τη διερεύνηση της επίτευξης των παραπάνω στόχων κατά την εφαρμογή της μελέτης περίπτωσης II χρησιμοποιήθηκε συνδυασμός ποιοτικών και ποσοτικών μεθόδων συλλογής, ανάλυσης και παρουσίασης δεδομένων, αξιοποιώντας πολλαπλές πηγές πληροφόρησης, εργαλεία και μεθόδους επεξεργασίας.

5.4.2.1. Πλαίσιο αξιολόγησης

Η μαθησιακή αποτελεσματικότητα της διδακτικής προσέγγισης, δηλαδή η απόκτηση γνώσεων και η ανάπτυξη δεξιοτήτων αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών από τους μαθητές (Εικόνα 35), διερευνήθηκε με σύγκριση των συμπερασμάτων που προέκυψαν από την αξιολόγηση του τελικού παραδοτέου κάθε ομάδας - από τον εκπαιδευτικό, την ίδια την ομάδα (αυτο-αξιολόγηση) και τις άλλες ομάδες (ετερο-αξιολόγηση) με τη χρήση της ρουμπρίκας - των συμπερασμάτων που προέκυψαν από την ταξινόμηση των δεικτών ποιότητας του τελικού παραδοτέου με τη χρήση του ερωτηματολογίου



Εικόνα 35 Πλαίσιο αξιολόγησης της εφαρμογής της προτεινόμενης προσέγγισης στη μελέτη περίπτωσης II.

από κάθε ομάδα και, τέλος, των συμπερασμάτων που προέκυψαν από τη σύγκριση της βαθμολογίας στο ερωτηματολόγιο προ-αξιολόγησης και μετα-αξιολόγησης της επιχειρηματικής ετοιμότητας που συγκέντρωσε κάθε μαθητής (τριγωνοποίηση μεθόδων). Επίσης, έγινε σύγκριση της βαθμολογίας που έλαβε κάθε παραδοτέο από τους τρεις αξιολόγητες (εκπαιδευτικός, ομάδα αυτο-αξιολόγηση, άλλες ομάδες ετερο-αξιολόγηση) με τη χρήση της ρουμπρίκας (τριγωνοποίηση εντός της μεθόδου).

Σε ό,τι αφορά τη διερεύνηση της αποδεκτικότητας και των μαθησιακών εμπειριών από την εφαρμογή της μελέτης περίπτωσης II, ακολουθήσαμε τη διαδικασία που αναφέρθηκε στην ενότητα 5.3.2.. Για να επιτευχθούν οι παραπάνω στόχοι διατυπώσαμε τα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα:

RQ1. Υπάρχει κάποια ένδειξη ότι όλοι οι συμμετέχοντες μαθητές, ανεξάρτητα από την αρχική τους επιχειρηματική ετοιμότητα, το επίπεδο προηγούμενων γνώσεων και το εκπαιδευτικό σενάριο που ακολούθησαν, απέκτησαν γνώσεις και βελτίωσαν πρακτικές δεξιότητες αξιολόγησης ιδεών, καθώς και έγγραφης τεκμηρίωσης και παρουσίασης των αποτελεσμάτων της έρευνάς τους;

Κάθε εκπαιδευτικός αξιολόγησε τα παραδοτέα των ομάδων του χρησιμοποιώντας την ρουμπρίκα. Υποθέσαμε ότι η επιχειρηματική ετοιμότητα των μαθητών θα είχε βελτιωθεί αν έβρισκαν τους κατάλληλους χρήστες και ανταγωνιστές της ΕΙ, ανίχνευαν τις πραγματικές ανάγκες της αγοράς και τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την ΕΙ ως καινοτόμα και οικονομικά βιώσιμη, και συμπλήρωναν και τα εννέα δομικά στοιχεία του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου. Επίσης, ότι αν η αποτύπωση των αποτελεσμάτων της έρευνας στο έγγραφο τεκμηρίωσης (executive summary) και στην ολοκληρωμένη παρουσίαση του επιχειρηματικού σχεδίου γινόταν με οργανωμένο και οπτικά εντυπωσιακό τρόπο, θα είχαν βελτιωθεί οι ικανότητές τους στην παρουσίαση και ανάδειξη της αξιακής πρότασης (value proposition) μιας επιχειρηματικής ιδέας.

RQ2. Υπάρχει κάποια ένδειξη ότι το εμπλουτισμένο εκπαιδευτικό υλικό και οι αντίστοιχες προτεινόμενες δραστηριότητες προωθούν την κριτική ικανότητα, τη συνεργατικότητα, τις δεξιότητες επιχειρηματικής σκέψης στις οποίες εστιάζουν οι μαθησιακοί στόχοι, καθώς και τη βελτίωση της επιχειρηματικής ετοιμότητας των μαθητών;

Ζητήσαμε από κάθε ομάδα, χρησιμοποιώντας τη ρουμπρίκα, να αξιολογήσουν την ποιότητα του παραδοτέου τους αλλά και των παραδοτέων των άλλων ομάδων και κάναμε τις παρακάτω υποθέσεις. Αν οι βαθμολογίες των μαθητών για την ποιότητα των παραδοτέων συνέπιπταν με τις βαθμολογίες των εκπαιδευτικών, αυτό θα αποτελούσε θετικό δείκτη βελτίωσης της κριτικής τους ικανότητας, της επιχειρηματικής τους αντίληψης, και ταυτόχρονα θα ενίσχυε την αυτοεκτίμησή τους. Επίσης, ότι οι βαθμολογίες τους στο 1ο κριτήριο της ρουμπρίκας, που αφορά στην συνεργασία στην επίλυση του προβλήματος και στον τρόπο εργασίας, θα αποτελούσαν δείκτες δεξιοτήτων που αφορούν στη συμπεριφορά σε μια ομάδα.

Για να τεκμηριώσουμε τον ισχυρισμό ότι η προτεινόμενη μέθοδος προωθεί τις δεξιότητες επιχειρηματικής σκέψης και της κριτικής ικανότητας των εκπαιδευομένων, ζητήσαμε από τον εκπαιδευτικό και τους μαθητές κάθε ομάδας να συμπληρώσουν ένα ερωτηματολόγιο, όπου έπρεπε να ταξινομήσουν την επίδοση στα 9 αντίστοιχα κριτήρια της ρουμπρίκας, με σειρά προτεραιότητας από 1 έως 9, ξεκινώντας από την κατά τη γνώμη τους καλύτερη. Υποθέσαμε ότι συμφωνία μεταξύ των βαθμολογιών των μαθητών και του εκπαιδευτικού, θα ενίσχυε τον αρχικό ισχυρισμό μας.

Τέλος τους ζητήσαμε να συμπληρώσουν εκ νέου το ερωτηματολόγιο μέτρησης της επιχειρηματικής ετοιμότητας. Υποθέσαμε ότι εάν είχαν ολοκληρώσει με επιτυχία τις δραστηριότητες της προτεινόμενης προσέγγισης και συγκέντρωναν υψηλή βαθμολογία τόσο στην αξιολόγηση του τελικού παραδοτέου όσο και στο ερωτηματολόγιο μέτρησης της επιχειρηματικής ετοιμότητας μετά την ολοκλήρωση της εκπαιδευτικής παρέμβασης, θα είχε βελτιωθεί η επιχειρηματική ετοιμότητα τους.

RQ3. Υπάρχει κάποια ένδειξη ότι η προτεινόμενη προσέγγιση προσέφερε θετικές μαθησιακές εμπειρίες;

Προκειμένου να αποτιμηθεί η μαθησιακή εμπειρία, ζητήθηκε από τους μαθητές να συμπληρώσουν σχετικό ερωτηματολόγιο. Υποθέσαμε ότι δείκτης

- του βαθμού ικανοποίησής τους από τη συμμετοχή και ολοκλήρωση των εργασιών,
- της αποδοχής του συστήματος διαχείρισης μάθησης ως εκπαιδευτικού μέσου,

- της κατανόησης της αξίας της πρακτικής (practice) σε επιχειρηματικά θέματα και
- της εκτίμησης της σημασίας της συνεργασίας

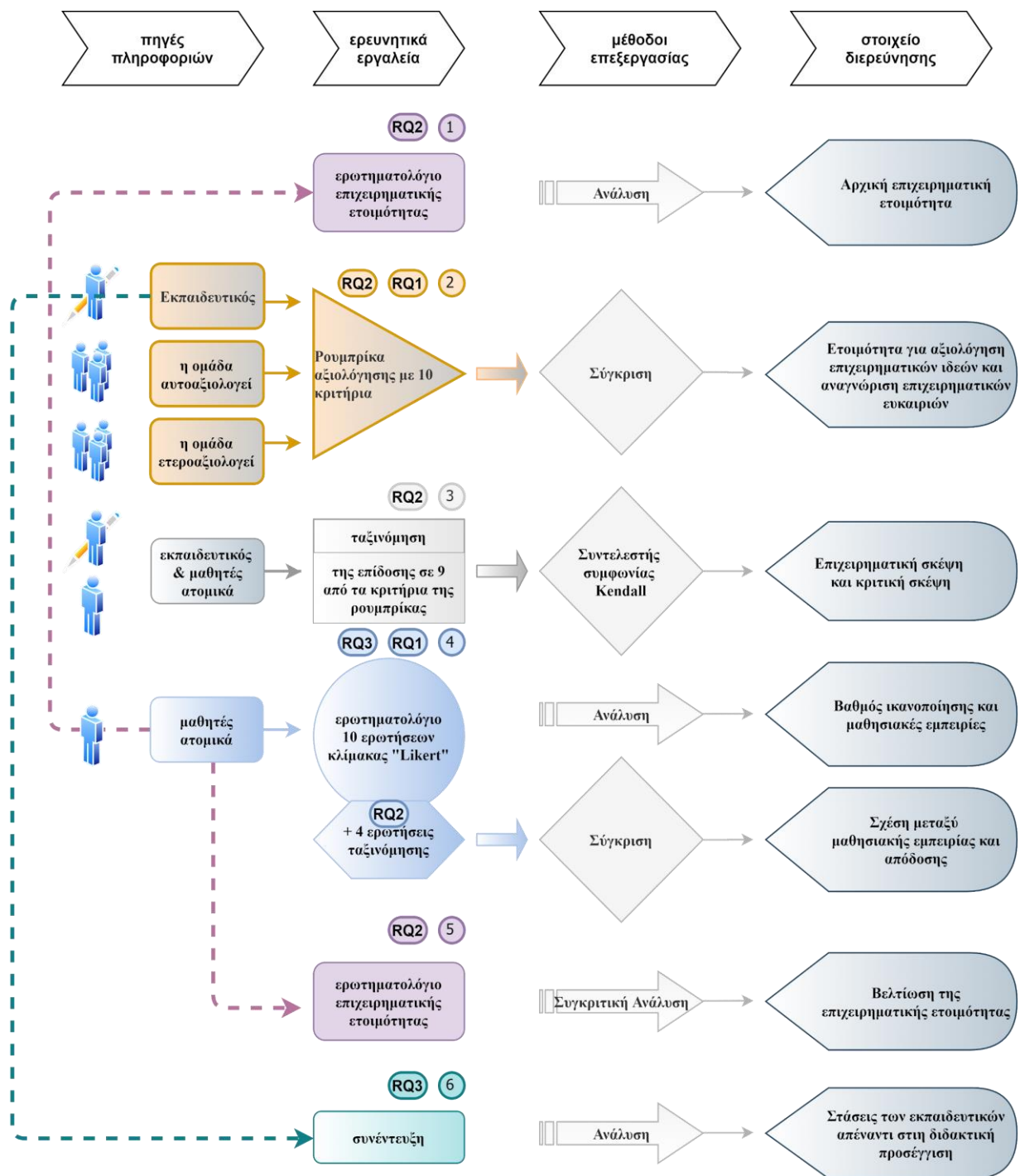
ήταν η ταύτιση των απαντήσεων σε κάποια ερωτήματα του ερωτηματολογίου με τις απαντήσεις σε αντίστοιχα ερωτήματα στη ρουμπρίκα. Στο τέλος του ερωτηματολογίου υπήρχαν δύο ερωτήματα ταξινόμησης. Το πρώτο αφορούσε στην πληρότητα του περιεχομένου των απαντήσεων που έδωσαν στα βασικά ερωτήματα της εργασίας, και το δεύτερο ποια από αυτές τις δραστηριότητες τους άρεσε περισσότερο. Υποθέσαμε ότι στη δραστηριότητα που τους άρεσε θα έδειχναν αυξημένο ενδιαφέρον και η απάντησή τους σε αυτή θα ήταν πιο ολοκληρωμένη σε σχέση με τις άλλες.

5.4.2.2. Πηγές πληροφόρησης, εργαλεία και μέθοδοι επεξεργασίας δεδομένων

Οι πηγές πληροφόρησης, τα εργαλεία και οι μέθοδοι επεξεργασίας που χρησιμοποιήθηκαν για την αξιολόγηση της εφαρμογής της μελέτης περίπτωσης Ι παρουσιάζονται στην Εικόνα 36.

α. Ερωτηματολόγιο μέτρησης της επιχειρηματικής ετοιμότητας

Η μέτρηση της επιχειρηματικής ετοιμότητας κατά την εφαρμογή της μελέτης περίπτωσης 2 έγινε με τη χρήση του ερωτηματολογίου προ-αξιολόγησης (pre-test) και μετα-αξιολόγησης (post-test) της επιχειρηματικής ετοιμότητας. Πιο συγκεκριμένα στο ερωτηματολόγιο προ-αξιολόγησης περιέχονται ερωτήσεις κατανεμημένες σε έξι (6) ενότητες που αφορούν στα δημογραφικά δεδομένα των συμμετεχόντων, την επιχειρηματική τους νοοτροπία, τη σχέση τους με την Ε.Ε., την αυτοεκτίμησή τους για το επίπεδο των επιχειρηματικών τους ικανοτήτων, τις απόψεις τους για την αγορά εργασίας και, τέλος, τις επιχειρηματικές τους προθέσεις (Παράρτημα II). Στο ερωτηματολόγιο μετα-αξιολόγησης όλες οι ερωτήσεις του αρχικού ερωτηματολογίου επαναλαμβάνονται για να διαπιστωθεί η επίδραση της διδακτικής προσέγγισης που εφαρμόστηκε.



Εικόνα 36 Πηγές πληροφόρησης, εργαλεία και μέθοδοι επεξεργασίας

β. Ρουμπρίκα αξιολόγησης τελικού παραδοτέου

Η αξιολόγηση των τελικών παραδοτέων από τον εκπαιδευτικό αλλά και από τους μαθητές (αυτο-αξιολόγηση και ετερο-αξιολόγηση) γίνεται με τη χρήση της ρουμπρίκας που παρουσιάστηκε αναλυτικά στην Ενότητα 5.3.2.α του Κεφαλαίου 5.

γ. Ερωτηματολόγιο ταξινόμησης δεικτών ποιότητας τελικού παραδοτέου

Η αξιολόγηση της βελτίωσης της κριτικής ικανότητας των μαθητών έγινε με τη χρήση του ερωτηματολογίου ταξινόμησης των δεικτών ποιότητας του τελικού παραδοτέου που παρουσιάστηκε αναλυτικά στην ενότητα 5.3.2.β του Κεφαλαίου 5.

δ. Ερωτηματολόγιο μαθητή

Η αξιολόγηση της αποδεκτικότητας της μεθόδου όπως και της παροχής θετικών μαθησιακών εμπειριών έγινε με τη χρήση του ερωτηματολογίου μαθητή. Το Μέρος Α' και το Μέρος Γ' περιείχε δέκα ερωτήσεις κλειστού τύπου, που αφορούσαν στην αποδεκτικότητα της προσέγγισης και τις εμπειρίες των μαθητών, στις οποίες οι απαντήσεις δίνονταν σε κλίμακα διαβαθμιστικής επιλογής τύπου Likert πέντε διαβαθμίσεων: «καθόλου», «ελάχιστα», «μέτρια», «αρκετά» και «πολύ», δύο ανοικτού τύπου και δύο ταξινόμησης. Ο προσανατολισμός αρκετών ερωτημάτων αφορούσε στη διαδικασία της προτεινόμενης μεθόδου. Θέλαμε να αναδείξουμε την σπουδαιότητα της αυτόνομης, ημιαυτόνομης ή υποχρεωτικά καθοδηγούμενης πρακτικής εξάσκησης σε επιχειρηματικά ζητήματα όχι μόνο για την απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων αλλά και για τη βελτίωση της επιχειρηματικής ετοιμότητας. Τα Μέρη Β' και Δ' του ερωτηματολογίου δεν τροποποιήθηκαν και παρέμειναν όπως παρουσιάζονται στην Ενότητα 5.3.2.γ του Κεφαλαίου 5.

ε. Συνέντευξη

Με τη μέθοδο των ατομικών ημιδομημένων συνεντεύξεων καταγράφηκαν οι στάσεις των εκπαιδευτικών σχετικά με την βελτιωμένη δομή και το περιεχόμενο της προτεινόμενης προσέγγισης ΕΕ, με βασικούς άξονες την ανταπόκριση των μαθητών στην εκπαιδευτική παρέμβαση, την καταλληλότητά της σε σχέση με την ηλικία των μαθητών και την επίτευξη των στόχων της δεύτερης εφαρμογής.

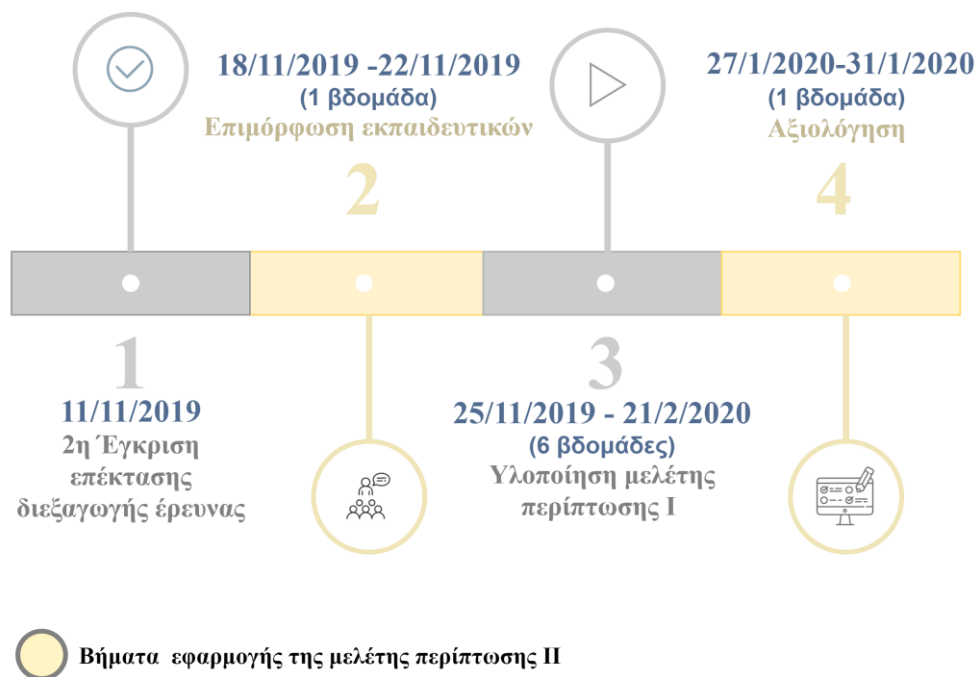
5.4.2.3. Συμμετέχοντες

Η προτεινόμενη προσέγγιση ΕΕ δοκιμάστηκε σε μια μελέτη περίπτωσης που συμμετείχαν 168 μαθητές ηλικίας 14-16 ετών (μέση τιμή $M=15$) δύο (2) τμημάτων της Γ' τάξης ενός Γυμνασίου και πέντε (5) τμημάτων της Α' τάξης ενός Γενικού Λυκείου. Τα αγόρια που συμμετείχαν ήταν 72 (42,85%) ενώ τα κορίτσια ήταν 96 (57,15%). Σύμφωνα με τον βαθμό προαγωγής της προηγούμενης τάξης φοίτησης, η επίδοση των

συμμετεχόντων μαθητών/τριών χωρίστηκε σε τρεις κατηγορίες υψηλή (17,1-20) με 76 μαθητές/τριες, μέτρια (13,1-17) με 72 και χαμηλή (13 και κάτω) με 21.

5.4.2.4. Υλοποίηση της εφαρμογής, συλλογή στοιχείων και εργαλεία

Η εφαρμογή της μελέτης περίπτωσης II πραγματοποιήθηκε με την ακολουθία τεσσάρων βημάτων που διήρκεσαν 9 εβδομάδες (Εικόνα 37).



Εικόνα 37 Χρονοδιάγραμμα εφαρμογής της μελέτης περίπτωσης II

Στις 11/11/2019 με την με αριθμό πρωτοκόλλου 177712/Δ2 απόφαση του Υ.ΠΑΙ.Θ εγκρίθηκε το αίτημα διεξαγωγής έρευνας σε συγκεκριμένες σχολικές μονάδες δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης της Περιφέρειας Πελοποννήσου (Βήμα 1).

Στις 18/11/2019 ξεκίνησε η επιμόρφωση των εκπαιδευτικών που συμμετείχαν στην έρευνα (Βήμα 2). Για τον σκοπό αυτό οργανώθηκε επιμορφωτικό σεμινάριο διάρκειας 15 ωρών κατανεμημένων σε 5 ημέρες με στόχο την ενημέρωση και την πρακτική εξάσκηση των εκπαιδευτικών στην προτεινόμενη προσέγγιση επιχειρηματικής εκπαίδευσης.

Την εβδομάδα 25/11/2019 - 29/11/2019 ξεκίνησε σε όλες τις σχολικές μονάδες που συμμετείχαν στην έρευνα η διαδικασία υλοποίησης της μελέτης περίπτωσης (Βήμα 3).

Με ομαδοσυνεργατικές δραστηριότητες που πραγματοποιήθηκαν σε έξι (6) φάσεις ολοκληρώθηκε μέσα σε δεκαέξι (16) διδακτικές ώρες.

Φάση 0: Εισαγωγή.

Οι εκπαιδευτικοί ενημέρωσαν τους μαθητές για τους στόχους, τη δομή και τη διάρκεια της εργασίας αλλά και για τον τρόπο και τα κριτήρια αξιολόγησης. Στη συνέχεια όλοι οι μαθητές συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο προ-αξιολόγησης της επιχειρηματικής ετοιμότητας. Η βαθμολογία που συγκέντρωσε κάθε μαθητής αποτέλεσε κριτήριο δημιουργίας των ομάδων, οι οποίες ήταν ανεξάρτητες της σχολικής επίδοσης (Πίνακας 22). Για τις ανάγκες της έρευνας κρίθηκε σκόπιμο από τους ερευνητές και δημιουργήθηκαν τόσο ετερογενείς ομάδες όσο και τριών ειδών ομογενείς, σε κάθε τμήμα των συμμετεχόντων σχολείων (Πίνακας 23). Συνολικά δημιουργήθηκαν σαράντα δύο (42) ομάδες τεσσάρων ατόμων, μικτές ως προς το φύλο. Με βάση τη βαθμολογία στο ερωτηματολόγιο ανίχνευσης της επιχειρηματικής ετοιμότητας, οι σαράντα δύο ομάδες κατανεμήθηκαν σε οκτώ (8) ετερογενείς ομάδες, δέκα (10) ομογενείς υψηλής επίδοσης, έντεκα (11) ομογενείς μέτριας και δεκατρείς (13) ομογενείς χαμηλής. Επίσης, συμμετείχαν έξι (6) εκπαιδευτικοί, οι οποίοι ήταν υπεύθυνοι για τη διεξαγωγή της εκπαιδευτικής παρέμβασης, την υποστήριξη των μαθητών και την αξιολόγηση των τελικών παραδοτέων των ομάδων.

Πίνακας 22 Επίδοση μαθητών στο ερωτηματολόγιο επιχειρηματικής ετοιμότητας

Σχολείο	Αριθμός μαθητών ανάλογα με την επιχειρηματική ετοιμότητα		
	Χαμηλή	Μέτρια	Υψηλή
Γενικό Λύκειο	22	48	50
Γυμνάσιο	10	15	23

Πίνακας 23 Ομάδες με βάση την επίδοση

Αριθμός ομάδων με βάση την επιχειρηματική ετοιμότητα	
--	--

Σχολείο	Ετερογενείς	Ομογενείς Χαμηλής επίδοσης	Ομογενείς Μέτριας επίδοσης	Ομογενείς Υψηλής επίδοσης
Γενικό Λύκειο	6	4	10	10
Γυμνάσιο	2	2	3	5

Κατά τα λοιπά στη φάση αυτή έγιναν όσα αναφέρθηκαν στη Φάση 0 της Ενότητας 5.3.2.4..

Στις επόμενες τέσσερις φάσεις οι ομάδες που ακολούθησαν το αυτόνομο σενάριο, υλοποίησαν μόνο τα εφαρμοσμένα στάδια των ενοτήτων. Σε περιπτώσεις που τα μέλη τους χρειάστηκαν ενίσχυση στο γνωστικό αντικείμενο, είχαν την ευχέρεια επιλογής και μελέτης του θεωρητικού υλικού που οι ίδιοι θεώρησαν κατάλληλο να ικανοποιήσει τις ανάγκες τους. Στο ημι-αυτόνομο σενάριο οι ομάδες υλοποίησαν τα εφαρμοσμένα στάδια των ενοτήτων, με υποχρεωτική όμως την υλοποίηση και του θεωρητικού και του πρακτικού μέρους του υποστηρικτικού υλικού του συγκεκριμένου σταδίου, στην περίπτωση που αντιμετώπισαν γνωστικό κενό. Τέλος, στο καθοδηγούμενο σενάριο οι μαθητές υλοποιούν όλα τα στάδια κάθε ενότητας. Το θεωρητικό και πρακτικό στάδιο τους παρείχε τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες προκειμένου να υλοποιήσουν το εφαρμοσμένο στάδιο.

Φάση 1: Ανίχνευση αναγκών και τάσεων της αγοράς.

Κάθε ομάδα, ανάλογα με τον τύπο της, ακολούθησε ένα από τα εναλλακτικά σενάρια που αναφέρονται στην παράγραφο 4.3 του 4ου κεφαλαίου για το θεωρητικό και πρακτικό μέρος. Το εφαρμοσμένο μέρος της φάσης αυτής (Β μέρος) υλοποιήθηκε όπως αναφέρεται στη Φάση 1 της Ενότητας 5.3.2.4..

Φάση 2: Σύγκριση με τον ανταγωνισμό

Κάθε ομάδα, ανάλογα με τον τύπο της, ακολούθησε ένα από τα εναλλακτικά σενάρια που αναφέρονται στην παράγραφο 4.3 του 4ου κεφαλαίου για το θεωρητικό και πρακτικό μέρος. Το εφαρμοσμένο μέρος της φάσης αυτής (Β μέρος) υλοποιήθηκε όπως αναφέρεται στην Φάση 2 της Ενότητας 5.3.2.4..

Φάση 3: Ανάλυση Μοντέλου Εσόδων - Εξόδων

Κάθε ομάδα, ανάλογα με τον τύπο της, ακολούθησε ένα από τα εναλλακτικά σενάρια που αναφέρονται στην παράγραφο 4.3 του 4ου κεφαλαίου για το θεωρητικό και πρακτικό μέρος. Το εφαρμοσμένο μέρος της φάσης αυτής (B μέρος) υλοποιήθηκε όπως αναφέρεται στην Φάση 3 της Ενότητας 5.3.2.4..

Φάση 4: Ανάλυση δεδομένων και επιχειρηματικό μοντέλο

Κάθε ομάδα, ανάλογα με τον τύπο της, ακολούθησε ένα από τα εναλλακτικά σενάρια που αναφέρονται στην παράγραφο 4.3 του 4ου κεφαλαίου για το θεωρητικό και πρακτικό μέρος, που αφορούσε στη δομή και το περιεχόμενο του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου. Στο εφαρμοσμένο μέρος της φάσης αυτής (B μέρος) οι μαθητές, με τη βοήθεια του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου, συνέθεσαν το επιχειρηματικό πλάνο της προτεινόμενης Ε.Ι. με βάση όλα τα στοιχεία που συνέλεξαν κατά την υλοποίηση των δραστηριοτήτων των προηγούμενων φάσεων.

Φάση 5: Παρουσίαση Αποτελεσμάτων - Αξιολόγηση

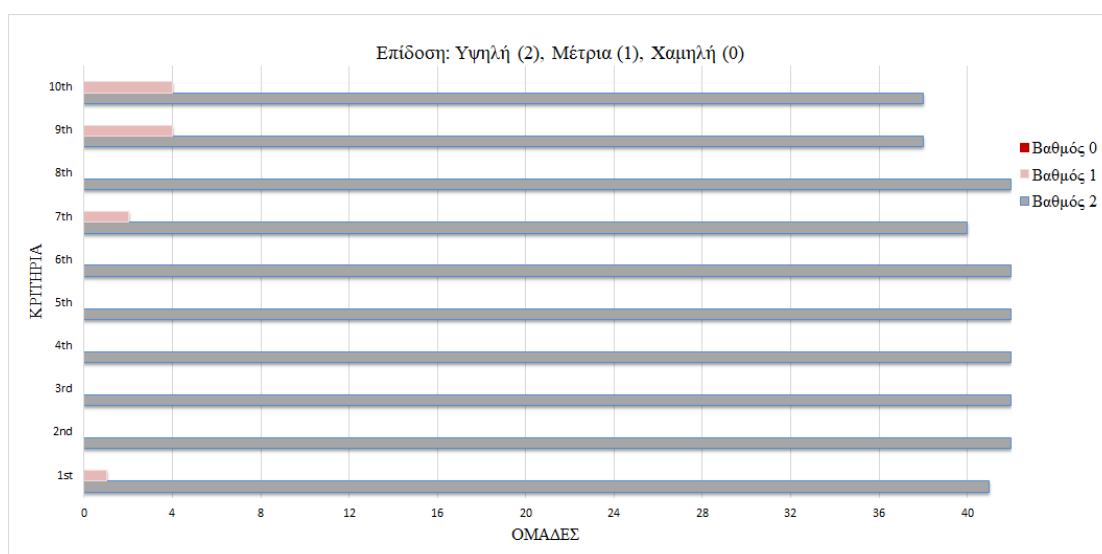
Μετά την ολοκλήρωση των δραστηριοτήτων της φάσης 4, οι ομάδες υπέβαλαν ηλεκτρονικά το ολοκληρωμένο έγγραφο τεκμηρίωσης και την παρουσίαση του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου της Ε.Ι.. Στη συνέχεια στην ολομέλεια της τάξης παρουσιάστηκαν και αξιολογήθηκαν τα παραδοτέα, όπως αναφέρεται στην Φάση 3 της Ενότητας 5.3.2.4. Επιπρόσθετα, οι μαθητές συμπλήρωσαν εκ νέου το ερωτηματολόγιο μετα-αξιολόγησης της επιχειρηματικής ετοιμότητας.

Η υλοποίηση και αυτής της δράσης υποστηρίχθηκε από την πλατφόρμα ασύγχρονης μάθησης Moodle όπως αναφέρθηκε στην παράγραφο 5.3.2.4.

5.4.2.5. Αποτελέσματα

RQ1. Υπάρχει κάποια ένδειξη ότι όλοι οι συμμετέχοντες μαθητές, ανεξάρτητα από την αρχική τους επιχειρηματική ετοιμότητα, το επίπεδο προηγούμενων γνώσεων και το εκπαιδευτικό σενάριο που ακολούθησαν, απέκτησαν γνώσεις και βελτίωσαν πρακτικές δεξιότητες αξιολόγησης ιδεών, καθώς και έγγραφης τεκμηρίωσης και παρουσίασης των αποτελεσμάτων της έρευνάς τους;

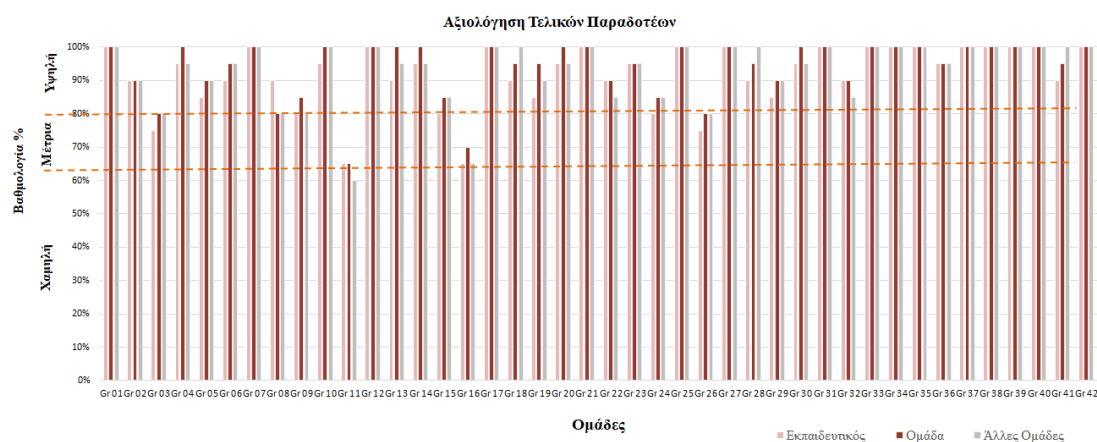
Τα αποτελέσματα αξιολόγησης του τελικού παραδοτέου κάθε ομάδας έδειξαν υψηλό μέσο όρο βαθμολογίας (93,7%). Στην Εικόνα 38 παρουσιάζεται αναλυτικά η βαθμολογία σε κάθε κριτήριο. Η μηδενική παρουσία μέτριας ή χαμηλής επίδοσης στα κριτήρια 3, 4, 5 και 6 φανερώνει ότι η συγκεκριμένη διαδικασία βοήθησε τους μαθητές να αποκτήσουν επιχειρηματική ετοιμότητα αξιολόγησης Ε.Ι. και αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών, επιβεβαιώνοντας την αρχική μας υπόθεση. Επίσης, η αρκετά καλή επίδοση στα κριτήρια 9 και 10 σε περισσότερες από τις μισές ομάδες δηλώνει ότι οι μαθητές οργάνωσαν σωστά τα αποτελέσματα της ανάλυσης στην παρουσίαση του επιχειρηματικού σχεδίου της Ε.Ι. και δεν υπάρχουν σε αυτές περιττές πληροφορίες. Αυτό δείχνει ότι οι μαθητές απέκτησαν εμπειρία στη δημιουργία παρουσιάσεων. Οι περισσότερες ομάδες δεν ακολούθησαν το πρότυπο της παρουσίασης του επιχειρηματικού σχεδίου της ιδέας που τους δώσαμε. Πρόσθεσαν μόνο τις απαραίτητες πληροφορίες, σε μορφή κειμένου και αρκετές με οπτικά πρωτότυπους και εντυπωσιακούς τρόπους έτσι όπως απαιτούν οι βασικές αρχές δημιουργίας σχεδίων επιχειρηματικών ιδεών για να παρουσιαστούν σε επενδυτές. Αυτό είναι αποτέλεσμα της εμπειρίας που αποκτήθηκε με την εξάσκηση στις επιμέρους δραστηριότητες του θεωρητικού μέρους. Τέλος, ελάχιστες περιπτώσεις (4,8% ή 2 από τις 42 ομάδες) συγκέντρωσαν βαθμολογία μικρότερη του 65%. Ως πιθανότερη αιτία θεωρούνται τα προβλήματα επικοινωνίας και συνεργασίας μεταξύ των μελών της ομάδας, με αποτέλεσμα τη μη έγκαιρη ολοκλήρωση κάθε επιμέρους δραστηριότητας, και η αδιαφορία που έδειξαν κάποια από τα μέλη των ομάδων για το θέμα.



Εικόνα 38 Αξιολόγηση τελικών παραδοτέων σε κάθε κριτήριο

RQ2. Υπάρχει κάποια ένδειξη ότι το εμπλουτισμένο εκπαιδευτικό υλικό και οι αντίστοιχες προτεινόμενες δραστηριότητες προωθούν την κριτική ικανότητα, τη συνεργατικότητα, τις δεξιότητες επιχειρηματικής σκέψης στις οποίες εστιάζουν οι μαθησιακοί στόχοι, καθώς και τη βελτίωση της επιχειρηματικής ετοιμότητας των μαθητών;

Τα αποτελέσματα της τριπλής αξιολόγησης (βαθμολογία %) του τελικού παραδοτέου κάθε ομάδας - από τον εκπαιδευτικό, την αυτοαξιολόγηση και την ετεροαξιολόγηση των μαθητών - παρουσιάζονται στην πρώτη, δεύτερη και τρίτη ράβδο κάθε στήλης αντίστοιχα, του ραβδογράμματος στην Εικόνα 39.



Εικόνα 39 Αξιολόγηση τελικών παραδοτέων (βαθμολογία %)

Συγκριτική παρατήρηση των ράβδων κάθε στήλης αναδεικνύει τη βαθμολογία αυτο-αξιολόγησης από τους μαθητές να υπερτερεί σε σχέση με τη βαθμολογία από τον εκπαιδευτικό σε αρκετές περιπτώσεις, υποδηλώνοντας την πεποίθηση των μαθητών ότι είχαν υψηλή απόδοση. Το αντίθετο παρατηρείται σε κάποιες βαθμολογίες ετεροαξιολόγησης, καθώς οι μαθητές επιδεικνύουν μεγαλύτερη αυστηρότητα όταν βαθμολογούν εργασίες άλλων ομάδων.

Επιπλέον, για να εξεταστεί το επίπεδο συμφωνίας μεταξύ των βαθμολογιών που έδωσαν οι ίδιοι και ο εκπαιδευτικός, πραγματοποιήθηκε μια πιο εστιασμένη ανάλυση με βάση τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου ταξινόμησης της επίδοσης στα κριτήρια της ρουμπρίκας. Έτσι, προσδιορίστηκαν οι δεξιότητες επιχειρηματικής σκέψης και η κριτική ικανότητα των εκπαιδευομένων ως αξιολογητών των τελικών παραδοτέων. Η μέθοδός μας βασίστηκε στον Συντελεστή Συμφωνίας W του Kendall, ο οποίος είναι ένας συντελεστής που μετρά τη συμφωνία μεταξύ τιμών (Kendall, 1938). Ο υπολογισμός του W του Kendall έγινε με τη χρήση του SPSS (Πίνακας 24).

Πίνακας 24 Συμφωνία μεταξύ βαθμολογιών εκπαιδευτικών και μαθητών.

<i>Αξιολογητές</i>	<i>Ομάδες 1-2-7-12-17-21-23- 25-27-31-34-35-36- 37-38-39-40-42</i>	<i>Ομάδες 3- 4-5-6-8-9-10-11-13- 14-15-16-20-22-24- 26-29-30-32-33-41</i>	<i>Ομάδες 18-19-25</i>
	N = 5	N = 5	N = 5
	W ^a = 1,000	W ^a = 0,902	W ^a = 0,799
	df = 2	df = 2	df = 2
	Sig = ,000	Sig = ,001	Sig = ,002

^aKendall's Coefficient of Concordance.

Οι τιμές του συντελεστή W του Kendall για κάθε ομάδα παρατίθενται συνοπτικά στον Πίνακα 25 όπου, προς απλούστευση της παρουσιάσής τους, κατηγοριοποιήθηκαν ως εξής

<i>Kendall's W</i>	<i>Agreement</i>
W > 0,90	Very Strong
0,80 ≤ W < 0,89	Strong
0,70 ≤ W < 0,79	Moderate
0,50 < W < 0,69	Weak

Η αρχική υπόθεση ότι η προτεινόμενη μέθοδος προωθεί τις δεξιότητες επιχειρηματικής σκέψης των εκπαιδευομένων, επιβεβαιώνεται από τις τιμές του συντελεστή W του Kendall, καθώς παρατηρείται υψηλός βαθμός συμφωνίας μεταξύ των βαθμολογιών εκπαιδευτικών και μαθητών. Εκτενέστερη ανάλυση ανά κατηγορία κριτηρίων της ρουμπρίκας, αναδεικνύει ότι η συμφωνία εμφανίζεται κυρίως στα κριτήρια που αφορούν στις ικανότητες αξιολόγησης ιδεών και εντοπισμού επιχειρηματικών ευκαιριών, που είναι άμεσα σχετιζόμενες με την επιχειρηματική σκέψη των μαθητών (Πίνακας 25).

Πίνακας 25 Βαθμός συμφωνίας σε επιλεγμένα κριτήρια

<i>Κριτήρια ρουμπρίκας Εκπαιδευτικού – Μαθητή</i>									
<i>Ομάδες</i>	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1-2-7-12-17-21-23-25-27-31-34-35-36-37-38-39-40-42	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong
3-4-5-6-8-9-10-11-13-14-15-16-20-22-24-26-29-30-32-33-41	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Very Strong	Moderate	Moderate
18-19-25	Strong	Strong	Moderate	Very Strong	Very Strong	Strong	Moderate	Moderate	Moderate

Η βελτίωση της επιχειρηματικής ετοιμότητας ως αποτέλεσμα της εκπαίδευσης στην αξιολόγηση επιχειρηματικών ιδεών αποτυπώνεται με τη βαθμολογία που συγκέντρωσαν οι μαθητές στο ερωτηματολόγιο ανίχνευσής της μετά τη συμμετοχή τους στην εργασία και τη σύγκρισή της με αυτήν που συγκέντρωσαν συμπληρώνοντάς το στην αρχή (Πίνακας 26). Παρατηρείται μια βελτίωση της τάξης του 52,4% και έτσι σχεδόν όλοι οι μαθητές (95,8 %) ολοκληρώνοντας την εργασία απέκτησαν επιχειρηματικές γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις, και είχαν την πεποίθηση ότι είναι ικανοί να διαχειρίζονται επιχειρηματικά ζητήματα αποτελεσματικά.

Πίνακας 26 Αριθμός μαθητών ανάλογα με την επιχειρηματική ετοιμότητα πριν και μετά την παρέμβαση

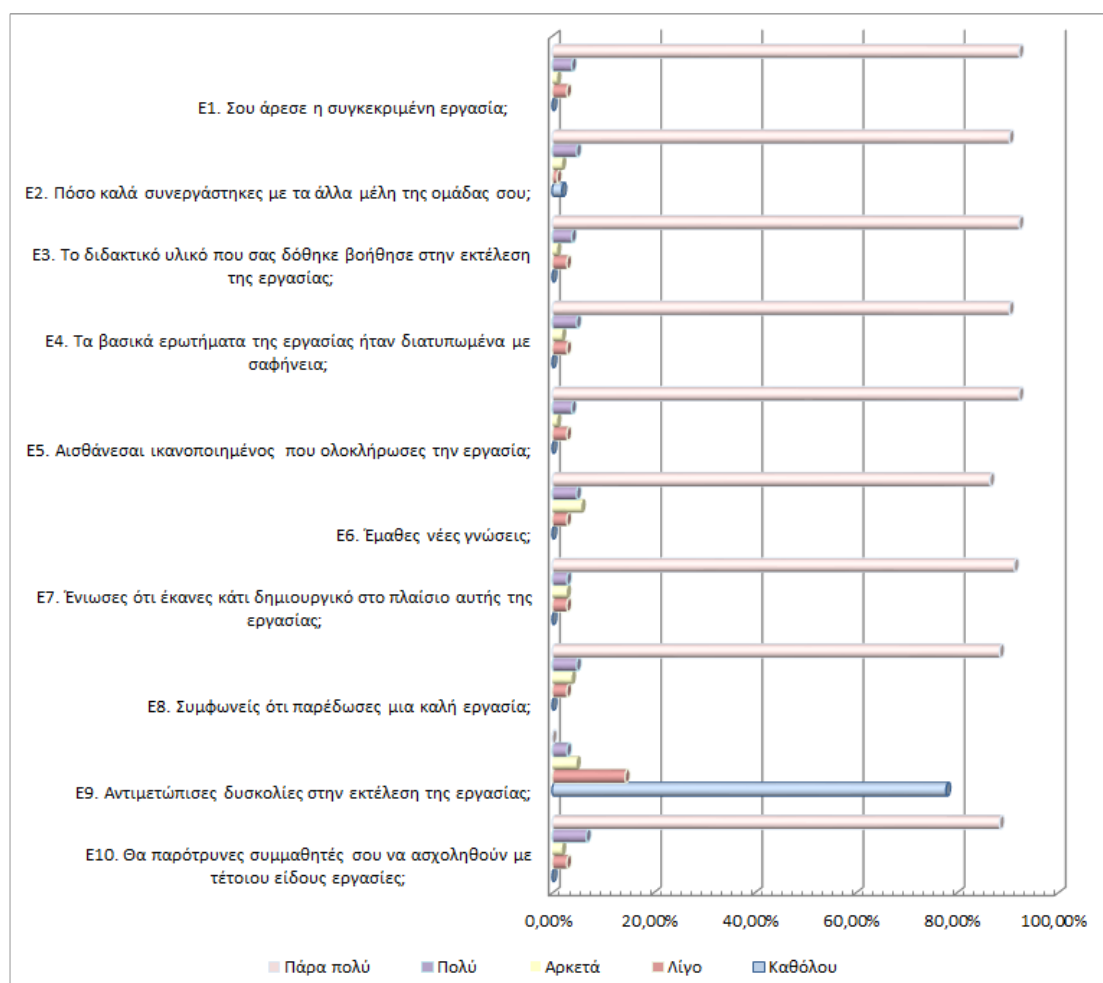
Επιχειρηματική ετοιμότητα						
		Χαμηλή	Μέτρια		Υψηλή	
Αριθμός μαθητών						
Σχολείο	Πριν	Μετά	Πριν	Μετά	Πριν	Μετά
Γενικό Λύκειο	22	0	48	5	50	115

Γυμνάσιο	10	0	15	2	23	46
----------	----	---	----	---	----	----

RQ3. Υπάρχει κάποια ένδειξη ότι η προτεινόμενη προσέγγιση προσέφερε θετικές μαθησιακές εμπειρίες;

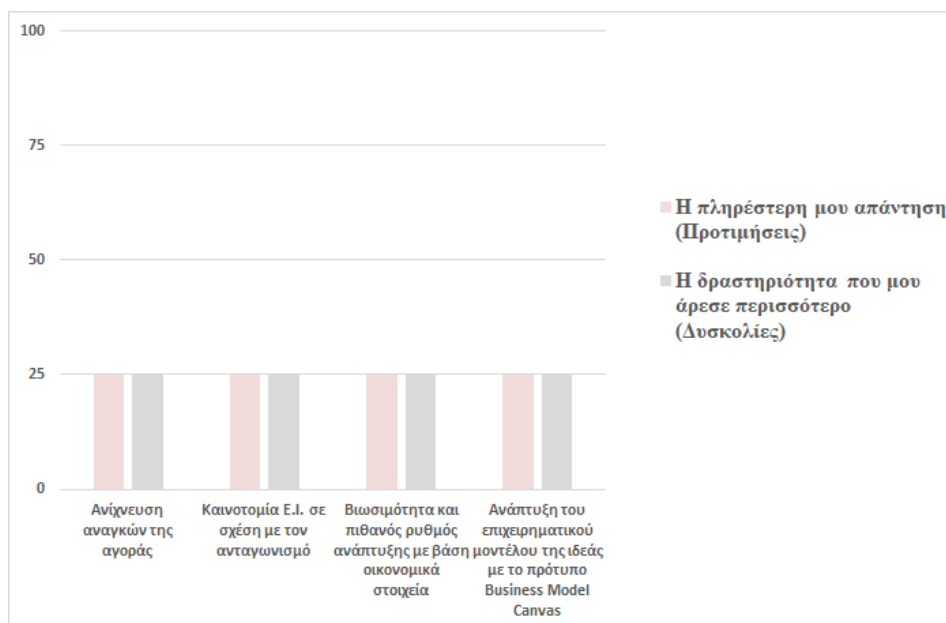
Όλοι οι μαθητές συμπλήρωσαν ατομικά το ερωτηματολόγιο που αφορούσε στις μαθησιακές εμπειρίες δίνοντας θετικές απαντήσεις. Ο υψηλός βαθμός ικανοποίησής τους από τη συμμετοχή στην υλοποίηση του εκπαιδευτικού σεναρίου και την ολοκλήρωση των εργασιών, αντικατοπτρίζεται στις απαντήσεις στα ερωτήματα «Σου άρεσε η συγκεκριμένη εργασία;» και «Ένιωσες ότι έκανες κάτι δημιουργικό στο πλαίσιο αυτής της εργασίας;», καθώς σε ποσοστό 95,19% και 94,23% αντίστοιχα δήλωσαν ότι τους άρεσε πάρα πολύ και αισθάνθηκαν ότι έκαναν κάτι πολύ πρωτότυπο και δημιουργικό (Εικόνα 40).

Στα ερωτήματα «Συμφωνείς ότι παρέδωσες μια καλή εργασία;» και «Αντιμετώπισες δυσκολίες στην εκτέλεση της εργασίας;» οι απαντήσεις τους έδειξαν ότι σε ποσοστό 93,27% και 92,31% αντίστοιχα, δεν δυσκολεύτηκαν και ένιωθαν σιγουριά ότι παρέδωσαν μια καλή εργασία. Οι ισχυρισμοί τους επιβεβαιώνονται και από την υψηλή βαθμολογία σχεδόν όλων των ομάδων στα ερωτήματα 2,3,4,5,6,7 και 8 της ρουμπρίκας. Έτσι, αποδεικνύεται ότι οι επιμέρους δραστηριότητες του θεωρητικού μέρους κάθε ενότητας βοήθησαν τους μαθητές ώστε να ανταποκριθούν αποτελεσματικά στο εφαρμοσμένο μέρος. Η δήλωσή τους στις σχετικές ερωτήσεις ότι θα παρότρυναν τους συμμαθητές τους να ασχοληθούν με μια αντίστοιχη εργασία, δείχνει τον υψηλό βαθμό ικανοποίησης από τη συνεργασία τους με τα άλλα μέλη της ομάδας και την επιτυχημένη ολοκλήρωση της εργασίας.



Εικόνα 40 Απόψεις των μαθητών για την προτεινόμενη προσέγγιση

Στα ερωτήματα ταξινόμησης οι απαντήσεις ομαδοποιήθηκαν ως προς τις 4 βασικές ενότητες δραστηριοτήτων (Εικόνα 41). Για κάθε ομάδα δραστηριοτήτων έγινε σύγκριση του ποσοστού επιλογής ως δραστηριότητας “με την πληρέστερη απάντηση” και του ποσοστού επιλογής ως δραστηριότητας “που άρεσε πιο πολύ”. Η ταύτιση των ποσοστών που προέκυψε, έδειξε ότι η θετική μαθησιακή εμπειρία σχετίζεται με την υψηλή απόδοση. Έτσι, επιβεβαιώνεται ότι όταν η Ε.Ε. συνδυάζει τις θεωρητικές γνώσεις με την πρακτική άσκηση - μέσα από ελκυστικές δραστηριότητες που αφήνουν τους μαθητές να παίρνουν πρωτοβουλίες, να αυτενεργούν και να εμπλέκονται δυναμικά - τότε επιτυγχάνονται υψηλά μαθησιακά οφέλη.



Εικόνα 41 Προτιμήσεις των μαθητών για τις επιμέρους δραστηριότητες της εργασίας και την πληρέστερη απάντηση

Η στάση των εκπαιδευτικών απέναντι στη διδακτική προσέγγιση αποτυπώθηκε στις ατομικές συνεντεύξεις που έγιναν, και η ανάλυση των οποίων ανέδειξε τα παρακάτω σημεία ενδιαφέροντος:

- Επιβεβαιώθηκε το υψηλό επίπεδο εμπλοκής των μαθητών στην εκπαιδευτική διαδικασία, που αποδόθηκε στο παιχνίδι ρόλων στο οποίο ουσιαστικά συμμετείχαν. Ως αναλυτές μια επιχειρηματικής ιδέας επέδειξαν ανάπτυξη επιχειρηματικής σκέψης καθώς και βελτίωση δεξιοτήτων και στάσεων.
- Παρατηρήθηκε βελτίωση της αυτοπεποίθησης και αυτοεκτίμησης μαθητών που, ενώ σε άλλα μαθήματα είχαν χαμηλή επίδοση, η συμμετοχή τους στην εργασία ήταν ενεργή και ανέδειξε τις ικανότητες της καινοτόμας σκέψης τους.
- Η δομή των δραστηριοτήτων αξιολογήθηκε ως πολύ αποτελεσματική στην ανάπτυξη της συνεργατικότητας των μαθητών. Οι διαφορετικοί ρόλοι μέσα στην ομάδα αξιοποιούσαν τα ποικίλα ενδιαφέροντα των μαθητών, ενώ ο κοινός στόχος συντόνιζε και ένωνε τις προσπάθειες με διαπραγματεύσεις και διαλλακτικότητα.
- Η ροή των δραστηριοτήτων κρίθηκε κατάλληλη για το συγκεκριμένο ηλικιακό φάσμα των μαθητών, σωστά χρονοπρογραμματισμένη και μαθησιακά αποτελεσματική. Η υψηλή ποιότητα των τελικών παραδοτέων απέδειξε την

κατάκτηση των απαιτούμενων επιχειρηματικών γνώσεων και την ανάπτυξη των σχετικών δεξιοτήτων.

- Εκτιμήθηκε ιδιαίτερα η ευελιξία της διδακτικής προσέγγισης, με τα εναλλακτικά σενάρια που παρείχε, καθώς και η προσαρμοστικότητα της, καθώς κρίθηκε ότι τόσο η δομή της όσο και η διάρκειά της την καθιστούν κατάλληλη να ενταχθεί και σε διαθεματικά προγράμματα αγωγής σταδιοδρομίας σε όλη τη δευτεροβάθμια γενική και επαγγελματική εκπαίδευση. Ο οδηγός του εκπαιδευτικού θεωρήθηκε πλήρης και κατατοπιστικός, ενώ το υψηλό επίπεδο ένταξης ΤΠΕ στην εφαρμογή του προγράμματος ενίσχυσε τις ψηφιακές δεξιότητες τόσο των μαθητών όσο και των εκπαιδευτικών.
- Η ανάπτυξη του προγράμματος σε σύστημα διαχείρισης μάθησης χαρακτηρίστηκε ως πλεονέκτημα λόγω της δυνατότητας ένταξης σε πλαίσιο εξ αποστάσεως εκπαίδευσης.

5.4.2.6. Συμπεράσματα

Η τεχνολογικά υποστηριζόμενη διδακτική προσέγγιση της αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών συνέβαλε ουσιαστικά στο να αναπτύξουν οι μαθητές των σχολείων που συμμετείχαν στη μελέτη περίπτωσης, επιχειρηματικές δεξιότητες, ανεξάρτητα από την αρχική τους επιχειρηματική ετοιμότητα και το επίπεδο προηγούμενων γνώσεων. Ο υψηλός μέσος όρος βαθμολογίας του τελικού παραδοτέου επιβεβαίωσε ότι οι μαθητές απέκτησαν τις απαιτούμενες γνώσεις και δεξιότητες αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών και αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών. Αναπτύχθηκε η κριτική ικανότητά τους, η συνεργατικότητα τους, ποικίλες δεξιότητες επιχειρηματικής σκέψης και βελτιώθηκε η επιχειρηματική ετοιμότητά τους. Οι δραστηριότητες άφηναν τους μαθητές να παίρνουν πρωτοβουλίες και να αυτενεργούν εμπλέκοντάς τους δυναμικά και δημιουργώντας θετικές μαθησιακές εμπειρίες, που οδήγησαν σε υψηλές επιδόσεις.

Τα εναλλακτικά σενάρια που προτείνονται σε συνδυασμό με το πλούσιο υλικό θεωρίας και εξάσκησης, καθιστούν τη μέθοδο ευέλικτη και προσαρμόσιμη στις ανάγκες της εκάστοτε τάξης. Η ροή των δραστηριοτήτων ακολουθεί μια κλιμακούμενη υποστήριξη (scaffolding) των μαθητών στην ανάπτυξη δεξιοτήτων της πρωταρχικής διαδικασίας στην επιχειρηματικότητα, που είναι η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών. Έτσι, η

προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση αποτελεί την αφετηρία της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα για μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, προαπαιτούμενη για συνθετότερα προγράμματα νεανικής επιχειρηματικότητας. Ως εκπαιδευτική διαδικασία είναι επεκτάσιμη προς πλέον αυτόνομες δραστηριότητες για μαθητές Λυκείων.

Η επιτυχία της εφαρμογής της μεθόδου στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση δείχνει ότι η ένταξή της στο αναλυτικό πρόγραμμα της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης μπορεί να γίνει τόσο μέσα σε μαθήματα οικονομικού περιεχομένου, όσο και σε διαθεματικά καινοτόμα προγράμματα δραστηριοτήτων (π.χ. εργαστήρια δεξιοτήτων Γυμνασίου, προγράμματα αγωγής σταδιοδρομίας, Ερευνητικές Εργασίες) καθώς και στα αντίστοιχα μαθήματα όλων των τομέων της Δευτεροβάθμιας Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, καλύπτοντας τις ανάγκες ένταξης μιας εξελικτικής διαδικασίας επιχειρηματικής εκπαίδευσης ανταποκρινόμενης στις απαιτήσεις των καιρών ώστε οι μαθητές σαν αυριανοί πολίτες να έχουν αποκτήσει τις δεξιότητες αναγνώρισης ευκαιριών για πιθανή επαγγελματική αποκατάσταση, αντιμετωπίζοντας τις σύνθετες προκλήσεις της εποχής μας.

Το δείγμα των συμμετεχόντων μαθητών προήλθε από επαρχιακά γυμνάσια που επιλέχθηκαν τυχαία και των οποίων οι διευθυντές και οι εκπαιδευτικοί των οποίων ενεπλάκησαν εθελοντικά. Θεμιτό θα ήταν να υπήρχε μεγαλύτερο εύρος δείγματος ώστε να ελεγχθεί η επίδραση της διδακτικής προσέγγισης στη βελτίωση της επιχειρηματικής ετοιμότητας μαθητών από διαφορετικά κοινωνικο- πολιτισμικά περιβάλλοντα.

Η επέκταση των μελετών περίπτωσης σε άλλες γεωγραφικές περιοχές και με μαθητές από αστικές περιοχές θα ενισχύσει τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας ως προς την μαθησιακή αξία της διδακτικής προσέγγισης και θα βοηθήσει την κοινότητα των εκπαιδευτικών να έχει στη διάθεσή της ένα επιστημονικά τεκμηριωμένο και συστηματικά αξιολογημένο εργαλείο για την προαγωγή των δεξιοτήτων επιχειρηματικότητας στα σχολεία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6.1 Επισκόπηση ερευνητικού αποτελέσματος

Το ερευνητικό πρόβλημα το οποίο πραγματεύεται η παρούσα διδακτορική διατριβή, είναι η δημιουργία μίας μαθησιακά αποτελεσματικής προσέγγισης για τη διδασκαλία της αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών σε μαθητές Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης.

Η επιχειρηματικότητα συνδέεται άμεσα με την “επιχειρηματική εκπαίδευση” και είναι κάτι παραπάνω από ικανότητα έναρξης μιας επιχείρησης. Ένα πρόγραμμα επιχειρηματικής εκπαίδευσης στο γυμνάσιο και το λύκειο θα πρέπει να προάγει την ανάπτυξη δεξιοτήτων, συμπεριφορών και χαρακτηριστικών, με την προσδοκία ότι οι απόφοιτοι σε όλη τη διάρκεια της ζωής τους θα τις εξελίσσουν, θα τις αξιολογούν και θα τις αξιοποιούν σε διαφορετικά πλαίσια. Ως φοιτητές, εργαζόμενοι ή πολίτες, ανεξάρτητα από την επιλογή σταδιοδρομίας, διαθέτοντας επιχειρηματικό πνεύμα θα μπορούν να αντιμετωπίζουν τις προκλήσεις ως ευκαιρίες (Raharja, 2020).

Παρόλο που στο πεδίο της επιχειρηματικής εκπαίδευσης προτείνεται να υιοθετούνται προσεγγίσεις που προάγουν τη βιωματική μάθηση και την πρακτική άσκηση, οι περισσότερες που χρησιμοποιούνται ευρέως δεν λαμβάνουν υπόψη την ετοιμότητα (πρότερες γνώσεις και εμπειρίες) των μαθητών ώστε να προσαρμόζεται το θεωρητικό περιεχόμενο και οι μαθησιακές δραστηριότητες στο προφίλ και στις ανάγκες των μαθητών, ούτε δίνουν έμφαση στην καλλιέργεια δεξιοτήτων αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών, που αποτελεί την πιο διακριτή και θεμελιώδη επιχειρηματική συμπεριφορά σύμφωνα με τους Kreuzer και Weber (2018). Κυρίως ασχολούνται με το να ζητούν από τους μαθητές τη δημιουργία επιχειρηματικών πλάνων εικονικών ή πραγματικών επιχειρήσεων. Ακόμα, υπάρχουν περιορισμένες μελέτες μέτρησης της αποτελεσματικότητά τους σε αυθεντικά σχολικά περιβάλλοντα (Kuckertz et al., 2017).

Στηριζόμενοι στις παραπάνω διαπιστώσεις και με δεδομένο ότι η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών περιλαμβάνει διακριτές διαδικασίες - όπως την ανίχνευση των αναγκών της αγοράς, την ανάλυση στοιχείων που αφορούν την καινοτομία της επιχειρηματικής ιδέας σε σχέση με τον ανταγωνισμό, τη βιωσιμότητα και το πιθανό ρυθμό ανάπτυξης με βάση οικονομικά στοιχεία, την επιχειρηματική στρατηγική κ.α. -

δημιουργήσαμε μια τεχνολογικά υποστηριζόμενη διδακτική προσέγγιση κατάλληλη για το ηλικιακό επίπεδο μαθητών δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, η οποία, συνδυάζει θεωρία και πρακτική εξάσκηση, λαμβάνει υπόψη της κατά την πορεία εφαρμογής της την ετοιμότητα των μαθητών, και έχει μαθησιακή αποτελεσματικότητα και αποδεκτικότητα σε αυθεντικά σχολικά περιβάλλοντα, όπως έδειξαν οι εφαρμογές δύο μελετών περίπτωσης σε τριακόσιους σαράντα (340) μαθητές δέκα (10) εκπαιδευτικών μονάδων [οκτώ (8) Λυκείων και δύο (2) Γυμνασίων].

Προκειμένου να ελεγχθεί η ευθυγράμμιση της δομής και του περιεχομένου των δραστηριοτήτων της προτεινόμενης προσέγγισης με τους δείκτες ανάπτυξης επιχειρηματικών ικανοτήτων των διεθνών πλαισίων EntreComp και NCSEE, έγινε μία ενδελεχής χαρτογράφηση και συσχέτιση αντιστοιχίζοντας το περιεχόμενο και τα προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα της κάθε επιμέρους μαθησιακής δραστηριότητας της προσέγγισης με τις επιδιωκόμενες επιχειρηματικές ικανότητες που προτείνονται από τα διεθνή πλαίσια. Η συσχέτιση αυτή, που παρουσιάζεται αναλυτικά ανά δραστηριότητα στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 13 και ομαδοποιημένα ανά μέρος Α και Β στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 14, έδειξε ότι το εκπαιδευτικό περιεχόμενο και οι προτεινόμενες δραστηριότητες της προσέγγισης μπορούν να αναπτύσσουν καθορισμένες ικανότητες που προτείνονται από τα διεθνή πλαίσια (Jacobs, 2004; Karucu, 2011; Spencer et al., 2012; Karucu, 2017; Liu et al., 2010) και δεν βρέθηκαν επικαλύψεις ή ασυνέπειες της προτεινόμενης προσέγγισης. Ειδικότερα, από τη συσχέτιση με το πλαίσιο EntreComp φάνηκε ότι το επίπεδο επάρκειας ικανοτήτων που μπορεί να προάγει η προτεινόμενη προσέγγιση, φτάνει στην 3^η στάθμη - επίπεδο (πολύ καλό). Για να μπορέσουν οι μαθητές να αποκτήσουν ικανότητες 4^{ου} επιπέδου (εξαιρετικές), θα πρέπει πέρα από μία συστηματική διαδικασία εκπαίδευσης που θα τους βοηθά να καλλιεργήσουν έμφυτα ταλέντα και δημιουργική σκέψη, να τους εμπλέκει ενεργά με τη δημιουργία επιχειρηματικών σχεδίων που θα φτάνουν σε επίπεδο υλοποίησης, ώστε να αποκτηθούν εμπειρίες ζωής (Bacigalupo et al., 2017; Consortium for Entrepreneurship Education, 2004).

Ήδη από την πρώτη έκδοση της προσέγγισης που εφαρμόστηκε με επιτυχία στην πρώτη μελέτη περίπτωσης, στην οποία οι μαθητές κλήθηκαν να αναπτύξουν δεξιότητες μέσα από σειρά δραστηριοτήτων, όπου αξιολόγησαν την προτεινόμενη επιχειρηματική ιδέα ερευνώντας την αγορά, τον ανταγωνισμό και την οικονομική βιωσιμότητα (Φάσεις 1 - 4), η συσχέτιση με τα πλαίσια έδειξε ότι οι μαθητές μπορούν να επιτύχουν επάρκεια

στο υψηλό επίπεδο σχετικά με τις ικανότητες αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών. Ταυτόχρονα επιβεβαίωσε την ανάγκη για περαιτέρω εμπλουτισμό της προτεινόμενης προσέγγισης, ώστε να συμβάλλει στην καλλιέργεια και βασικών (χαμηλού και μεσαίου επιπέδου) ικανοτήτων και να είναι μία πιο ολιστική διδακτική προσέγγιση για τη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση. Με αυτό τον τρόπο, όπως αναλυτικά παρουσιάστηκε στη 2η Ενότητα του 5ου Κεφαλαίου, επιτεύχθηκε συσχέτιση με περισσότερους δείκτες ανάπτυξης επιχειρηματικών ικανοτήτων των πλαισίων EntreComp (Πίνακας 27) και NSCEE (Πίνακας 28).

Πίνακας 27 Χαρτογράφηση κατά EntreComp της 1ης εφαρμογής

Ενότητα	Ικανότητες κατά Entrecomp	Επίπεδα επάρκειας που επιτυγχάνονται		
		Βασικό	Μέτριο	Προχωρημένο
I 1	Εντοπισμός ευκαιριών			●
I 2	Δημιουργικότητα			
I 3	Ιδέες και ευκαιρίες	●		
I 4			●	●
I 5			●	
R 1	Αυτογνωσία και αυτοπεποίθηση	●	●	
R 2	Κίνητρα και επιμονή			
R 3	Πόροι		● ●	
R 4				●
R 5			● ●	
A 1	Ανάλυση πρωτοβουλιών		●	
A 2	Σχεδιασμός και διαχείριση	● ●	● ●	
A 3	Δράση			
A 4		● ●	● ●	● ●
A 5			●	●

Πίνακας 28 Χαρτογράφηση κατά NCSEE

Χαρτογράφηση με βάση το NCSEE		Δείκτες απόδοσης (performance indicators) που αντιστοιχούν στις δραστηριότητες	
Τομείς (Sectors)	Πρότυπα (Standards)	1 ^η εφαρμογή	2 ^η εφαρμογή
Επιχειρηματικές Ικανότητες	A. Επιχειρηματικές Διεργασίες	01,02,12	01,02,08,09,10,12,13,14,16,21,23
	B. Επιχειρηματικά χαρακτηριστικά/ Συμπεριφορές	15,16,26	12,15,16,24,26,27
Ικανότητες Ετοιμότητας	C. Επιχειρηματικές βάσεις		04
	D. Επικοινωνία και διαπροσωπικές ικανότητες	08,14	02,08,11,14
	E. Ψηφιακές ικανότητες	11,13,14	11,13,14
	F. Οικονομολογικά		10,25
	G. Χρηματοπιστωτικός γραμματισμός		07
	H. Επαγγελματική ανάπτυξη		
	I. Χρηματοοικονομική διαχείριση	08,17	08,17
Επιχειρηματικές Λειτουργίες	J. Διαχείριση ανθρωπίνων πόρων		
	K. Διαχείριση πληροφοριών	09,10,11,12,15,16,17,18	09,10,11,12,15,16,17,18
	L. Διαχείριση Μάρκετινγκ	05,16	05,16
	M. Διαχείριση λειτουργιών		
	N. Διαχείριση κινδύνου		

Στην τελική της μορφή η προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση, η οποία αξιολογήθηκε πολύ θετικά στο πλαίσιο της δεύτερης μελέτης περίπτωσης, εμπλουτίστηκε αρχικά με υποστηρικτικές δραστηριότητες μελέτης θεωρίας και δραστηριότητες εμπέδωσης (Μέρος Α) για κάθε ένα από τα στάδια αναγνώρισης επιχειρηματικής ευκαιρίας (Μέρος Β), αξιοποιώντας επιλεγμένο και ελκυστικό μαθησιακό υλικό ώστε οι μαθητές να αποκτήσουν τις απαραίτητες γνώσεις και εμπειρίες. Έτσι, καλύφθηκαν επαρκώς τα βασικά επίπεδα ικανοτήτων (χαμηλό και μεσαίο επίπεδο) σύμφωνα με τα πλαίσια EntreComp (Πίνακας 27) και NSCEE (Πίνακας 28).
















































Επιπλέον, ενισχύθηκαν οι δραστηριότητες πρακτικής εξάσκησης με την προσθήκη της δημιουργίας του επιχειρηματικού πλάνου με τη μορφή επιχειρηματικού καμβά (Φάση 4, Μέρος Α & Β) ώστε να καλλιεργηθούν επιχειρηματικές ικανότητες υψηλότερου επιπέδου.

Με αυτόν τον εμπλουτισμό οι μαθητές με έλλειμμα πρότερων γνώσεων και εμπειριών (χαμηλή ετοιμότητα) μπορούν απρόσκοπτα να συμμετέχουν στις μαθησιακές δραστηριότητες. Η προτεινόμενη προσέγγιση είναι προσαρμόσιμη, λαμβάνοντας υπόψη μια σειρά παραγόντων, όπως προηγούμενες γνώσεις, ικανότητες και κίνητρα.

Στον Πίνακα 29 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της συσχέτισης της τελικής μορφής της προτεινόμενης διδακτικής προσέγγισης, όπου φαίνεται ξεκάθαρα ότι η φύση και το περιεχόμενο των μαθησιακών δραστηριοτήτων συμμορφώνεται με τους δείκτες ανάπτυξης επιχειρηματικών ικανοτήτων του πλαισίου EntreComp. Ο μπλε ρόμβος αφορά στις δραστηριότητες των θεωρητικών και πρακτικών σταδίων, ενώ ο κόκκινος κύκλος στις δραστηριότητες των εφαρμοσμένων.

Πίνακας 29 Χαρτογράφηση κατά EntreComp της 2ης εφαρμογής

Ενότητα	Ικανότητες κατά Entrecomp	Επίπεδα επάρκειας που επιτυγχάνονται		
		Βασικό	Μέτριο	Προχωρημένο
I 1	Εντοπισμός ευκαιριών	♦	♦ ♦ ♦ ♦	●
I 2	Δημιουργικότητα		♦ ♦ ♦ ♦	
I 3	Όραμα	♦ ♦ ♦		

I 4		Αξιολόγηση ιδεών	 
I 5		Βιώσιμη και ηθική συλλογιστική	 
R 1		Αυτογνωσία και αυτοπεποίθηση	 
R 2		Κίνητρα και επιμονή	      
R 3	Πόροι	Κινητοποίηση πόρων	     
R 4		Χρηματοπιστωτικός και οικονομικός γραμματισμός	    
R 5		Κινητοποίηση άλλων	  
A 1		Ανάληψη πρωτοβουλιών	
A 2		Σχεδιασμός και διαχείριση	    
A 3	Δράση	Διαχείριση αβεβαιότητας, ασάφειας και κινδύνου	  
A 4		Συνεργασία	        
A 5		Μάθηση μέσω εμπειρίας	 

Η χαρτογράφηση του ερωτηματολογίου ετοιμότητας είχε στόχο την επιβεβαίωση της ευθυγράμμισης του με τους δείκτες ανάπτυξης επιχειρηματικών ικανοτήτων των πλαισίων EntreComp και NCSEE (Πίνακας 30). Από το NCSEE δεν χρησιμοποιήθηκε ο τομέας Επιχειρηματικές λειτουργίες (Business Functions), διότι αφορά στις επιχειρηματικές δραστηριότητες που απαιτούνται για να ξεκινήσει και να λειτουργήσει μια επιχείρηση, οι οποίες αποτελούν αντικείμενο του προγράμματος σπουδών τριτοβάθμιας εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα.

Πίνακας 30 Χαρτογράφηση του ερωτηματολογίου ανίχνευσης ετοιμότητας αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών ως προς τα δύο πλαίσια αναφοράς

The National Content Standards for Entrepreneurship Education	Υπαρξη δεικτών		Ευρωπαϊκό πλαίσιο αναφοράς Ικανοτήτων του Επιχειρείν - EntreComp
Επιχειρηματικές διεργασίες	*	*	Εντοπισμός ευκαιριών
Επιχειρηματικά χαρακτηριστικά και συμπεριφορές	*	*	Δημιουργικότητα

Επιχειρηματικές βάσεις	*	*	Όραμα
Ικανότητες επικοινωνίας και διαπροσωπικές σχέσεις	*	*	Αξιολόγηση ιδεών
Ψηφιακές δεξιότητες			Βιώσιμη και ηθική συλλογιστική
Οικονομικά	*	*	Αυτογνωσία και αυτοπεποίθηση
Χρηματοοικονομικός γραμματισμός	*	*	Κίνητρα και επιμονή
Επαγγελματική Ανάπτυξη	*	*	Κινητοποίηση πόρων
Οικονομική διαχείριση		*	Χρηματοπιστωτικός και οικονομικός γραμματισμός
Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού		*	Κινητοποίηση άλλων
Διαχείριση πληροφοριών		*	Ανάληψη πρωτοβουλιών
Διαχείριση μάρκετινγκ		*	Σχεδιασμός και διαχείριση
Λειτουργική διαχείριση		*	Διαχείριση αβεβαιότητας, ασάφειας και κινδύνου
Διαχείριση κινδύνου		*	Συνεργασία
Στρατηγική διαχείριση		*	Μάθηση μέσω εμπειρίας

Συνολικά, η προτεινόμενη τεχνολογικά υποστηριζόμενη διδακτική προσέγγιση αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών, όπως φάνηκε στις δύο μελέτες περίπτωσης που εφαρμόστηκε, παρείχε τη δυνατότητα στους μαθητές να εμπλέκονται δυναμικά, να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες, να αυτενεργούν και να αποκομίζουν θετικές μαθησιακές εμπειρίες. Τα αποτελέσματα, σε συνδυασμό με τη συσχέτιση των δραστηριοτήτων στα δυο πλαίσια EntreComp και NCSEE, δείχνουν ότι οι μαθητές ανεξάρτητα από την αρχική τους επιχειρηματική ετοιμότητα και το επίπεδο προηγούμενων γνώσεων αλλά και πέρα από την απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων αξιολόγησης ιδεών και αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών, μπορούν να αναπτύξουν κριτική ικανότητα, δεξιότητες επικοινωνίας και συνεργασίας, ποικίλες δεξιότητες επιχειρηματικής σκέψης και να βελτιώσουν την επιχειρηματική τους ετοιμότητα.

Τα εναλλακτικά σενάρια-διαδρομές μάθησης και οι εμπλουτισμένες δραστηριότητες με κατάλληλους μαθησιακούς πόρους (θεωρητικό υλικό και ασκήσεις εμπέδωσης) παρέχουν ευελιξία και προσαρμοστικότητα στις ανάγκες της εκάστοτε τάξης στη

Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση. Σημαντική σε αυτό ήταν η ροή των δραστηριοτήτων, η οποία ακολούθησε μια κλιμακούμενη υποστήριξη (scaffolding) των μαθητών για την επιτυχή ολοκλήρωση των επιμέρους δραστηριοτήτων αξιολόγησης της προτεινόμενης επιχειρηματικής ιδέας. Έτσι, η προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση αποτελεί την κατάλληλη αφετηρία επιχειρηματικής εκπαίδευσης μαθητών γυμνασίου και λυκείου, και τους προετοιμάζει για πιο σύνθετα εκπαιδευτικά προγράμματα, όπως η συμμετοχή με δικές τους πρωτότυπες και επικυρωμένες ιδέες σε διαγωνισμούς νεανικής επιχειρηματικότητας. Επίσης, μπορεί να ενταχθεί σε μαθήματα του αναλυτικού προγράμματος, οικονομικού ή διαθεματικού περιεχομένου (π.χ. εργαστήρια δεξιοτήτων Γυμνασίου, Ερευνητικές Εργασίες), όσο και σε καινοτόμα προγράμματα σχολικών δραστηριοτήτων (προγράμματα αγωγής σταδιοδρομίας) καθώς και στα αντίστοιχα μαθήματα όλων των τομέων της Δευτεροβάθμιας Επαγγελματικής Εκπαίδευσης. Η συγκεκριμένη προσέγγιση καλύπτει τις ανάγκες ένταξης μιας εξελικτικής διαδικασίας επιχειρηματικής εκπαίδευσης, ανταποκρινόμενη στις απαιτήσεις των καιρών ώστε οι μαθητές σαν αυριανοί πολίτες να έχουν αποκτήσει τις δεξιότητες αναγνώρισης ευκαιριών για πιθανή επαγγελματική αποκατάσταση, αντιμετωπίζοντας τις σύνθετες προκλήσεις της εποχής μας.

6.2 Καινοτομικά στοιχεία

Η παρούσα διατριβή αποτελεί μια συστηματική και μακροχρόνια έρευνα στη διδασκαλία της επιχειρηματικότητας και πιο συγκεκριμένα στην καλλιέργεια δεξιοτήτων αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών σε μαθητές Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης. Είναι δύσκολο να συγκριθεί άμεσα με κάποια άλλη, διότι δεν υπάρχουν αντίστοιχες έρευνες για το συγκεκριμένο ηλικιακό φάσμα. Πιο συγκεκριμένα, η έρευνα που διεξήχθη κατά τη διάρκεια εκπόνησης της διδακτορικής διατριβής, συγκεντρώνει εμπειρικά δεδομένα επί δύο έτη σε δύο διαφορετικές εφαρμογές μέσω μελετών περίπτωσης της συγκεκριμένης μεθόδου επιχειρηματικής εκπαίδευσης, σε αυθεντικά εκπαιδευτικά περιβάλλοντα Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης με μεγάλο δείγμα. Κάτι ανάλογο σε περιεχόμενο, διάρκεια και μέγεθος δείγματος δε βρέθηκε να έχει επαναληφθεί σε προηγούμενη έρευνα, και πολλοί επιστήμονες έχουν αναφερθεί σε αυτό το ερευνητικό κενό (Kreuzer et al., 2017).

Συγκεντρωτικά τα στοιχεία στα οποία πρωτοτυπεί η διατριβή είναι τα ακόλουθα:

- Για πρώτη φορά δημιουργείται προσέγγιση επιχειρηματικής εκπαίδευσης που αφορά στην καλλιέργεια δεξιοτήτων αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών. Εφαρμόζει τις αρχές επίλυσης προβλήματος μέσα σε ένα ομαδοσυνεργατικό περιβάλλον διερευνητικής μάθησης. Δίνει έμφαση: i) στη βελτίωση του θεωρητικού υποβάθρου των μαθητών με υποστηρικτικές δραστηριότητες, ii) στην καθοδηγούμενη πρακτική εξάσκηση αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών μέσω του κριτικού αναστοχασμού και iii) στη σε βάθος ανάλυση επιχειρηματικών ιδεών που δίνονται σε μορφή παρουσίασης επιχειρηματικού σχεδίου (*business plan slides deck*).

Η αποτελεσματικότητα των δασκαλοκεντρικών προσεγγίσεων, που επικεντρώνονται περισσότερο στη μετάδοση θεωρητικών γνώσεων και λιγότερο στην ανάπτυξη ανώτερου επιπέδου ικανοτήτων και δεξιοτήτων επιχειρηματικής σκέψης, είναι περιορισμένη (Higgins et al., 2019; Fejes et al., 2019; Olokundun et al., 2018; Lindberg et al., 2017). Τα μαθήματα επιχειρηματικότητας για μαθητές Δ.Ε. πρέπει να συνδυάζουν θεωρία και πρακτική άσκηση χωρίς κατ' ανάγκη να επικεντρώνονται στη δημιουργία εικονικών ή πραγματικών επιχειρήσεων και στη συμπλήρωση επιχειρηματικού πλάνου (Higgins et al., 2019; Mavlutova et al., 2019; Ahmad et al., 2018; Fejes et al., 2019). Η προτεινόμενη προσέγγιση σχεδιάστηκε με οδηγό τα πλαίσια ικανοτήτων EntreComp και το NCSEE λαμβάνοντας υπόψη τις μελλοντικές ανάγκες και προκλήσεις που θα αντιμετωπίσουν οι μαθητές στο μέλλον είτε ως φοιτητές είτε ως εργαζόμενοι (Zhang, 2020).

- Είναι από τις ελάχιστες προσεγγίσεις επιχειρηματικής εκπαίδευσης στη σχολική εκπαίδευση η οποία αξιολογήθηκε ως προς την αποτελεσματικότητα και αποδεκτικότητά της μέσα από δύο μελέτες περίπτωσης σε μεγάλο δείγμα, σε αυθεντικό σχολικό πλαίσιο εφαρμογής. Η προτεινόμενη προσέγγιση δίνει τη δυνατότητα για λεπτομερή αποτίμηση της επίδοσης των μαθητών με τη βοήθεια μιας κλίμακας διαβαθμισμένων κριτηρίων (ρουμπρίκας).

Μέχρι τώρα η έρευνα για την Ε.Ε. αφορά κυρίως στην τριτοβάθμια εκπαίδευση (Fejes et al, 2019; Balan, 2014; Ruskovaara & Pihkala, 2013). Δεν υπάρχουν μελέτες που να διερευνούν τις επιπτώσεις (πιθανά αποτελέσματα) των προγραμμάτων επιχειρηματικής εκπαίδευσης σε μαθητές γυμνασίου και λυκείου. Κάποιες που υπάρχουν, αφορούν στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και

επικεντρώνονται στις επιχειρηματικές προθέσεις (τάση εκκίνησης νέας επιχείρησης), στην επιχειρηματική συμπεριφορά (ίδρυση νέων επιχειρήσεων) και στην επιχειρηματική απόδοση (επιτυχημένη εκκίνηση νέας επιχείρησης) (Samuel & Rahman, 2018; Nabi et al., 2017). Σε κάποιες περιπτώσεις μελετάται η δυνατότητα μεταφοράς των αποτελεσμάτων των ερευνών στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση χωρίς σαφήνεια όμως, με αποτέλεσμα ελάχιστα να είναι γνωστά για τη σχέση μεταξύ των αποτελεσματικών προσεγγίσεων διδασκαλίας και των θετικών επιπτώσεων τους στην Ε.Ε. των μαθητών (Fejes et al, 2019; Balan, 2014; Ruskonaara & Pihkala, 2013). Ουσιαστικά, σε ό,τι αφορά στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση υπάρχει απουσία κοινού πλαισίου εκτίμησης με ομοιόμορφα κριτήρια για τη μέτρηση των επιπτώσεων στις επιχειρηματικές γνώσεις και τις δεξιότητες που απέκτησαν καθώς και στην επιχειρηματική νοοτροπία (Samuel & Rahman, 2018). Η Ε.Ε. στο ηλικιακό φάσμα 12-17 ετών (μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης) είναι επιτακτική, όμως, και πρέπει να αποτελεί μια εξελικτική διαδικασία με ιδιαίτερη σημασία (Lindberg et al., 2017). Απώτερος σκοπός της θα πρέπει να είναι η καλλιέργεια επιχειρηματικής κουλτούρας και ιδιαίτερα γνώσεων, δεξιοτήτων και θετικών στάσεων για επιχειρηματικά ζητήματα (Kreuzer και Weber, 2018; Kuckertz et al., 2017). Κι επειδή τέτοιες δράσεις επιχειρηματικής εκπαίδευσης συμβάλλουν στη βελτίωση πολλαπλών δεξιοτήτων, είναι ανάγκη να υπάρχει μια λεπτομερής αποτίμηση της επίδοσης των μαθητών με αυθεντικό τρόπο, δηλαδή να συλλέγονται στοιχεία κατά τη διάρκεια της ανάπτυξης αναλύοντας τα διάφορα παραδοτέα των μαθητών, και όχι απλά να εξετάζεται το τελικό αποτέλεσμα.

- *Για πρώτη φορά αξιοποιείται η μέθοδος μέτρησης της επιχειρηματικής ετοιμότητας (readiness) μαθητών Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης για τη δημιουργία εναλλακτικών σεναρίων/διαδρομών μάθησης.*

Χαρακτηριστική είναι και η απουσία ερευνών που να εστιάζουν στην παροχή προσαρμόσιμων μαθησιακών διαδρομών ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των εκπαιδευόμενων (REF). Υπάρχει έλλειμμα προσεγγίσεων για το πώς θα πρέπει αντιμετωπίζεται η διαφορετικότητα σε επίπεδο επιχειρηματικών γνώσεων και δεξιοτήτων των μαθητών (Chavoushi et al., 2020; Zeng & Honig, 2016). Επίσης, δεν υπάρχουν μελέτες που να αφορούν σε μεθόδους και εργαλεία μέτρησης πρότερων/αρχικών γνώσεων και των εμπειριών των εκπαιδευόμενων

πριν τη συμμετοχή τους σε προγράμματα επιχειρηματικής εκπαίδευσης, τα οποία να δίνουν στοιχεία για να προσαρμόζονται το μαθησιακό περιεχόμενο και οι δραστηριότητες ανάλογα (Naia et al., 2017). Τέλος, χαρακτηριστική είναι η απουσία πειραματικών εφαρμογών προσεγγίσεων που προσφέρουν διαφορετικά σενάρια υλοποίησης (προσαρμόσιμες ροές δραστηριοτήτων) βάσει των διαφορετικών αναγκών των εκπαιδευομένων (Chavoushi et al., 2020; Nabi et al., 2017; Naia et al., 2017).

- *Σημαντική πρωτοτυπία ως προς τον σχεδιασμό της προτεινόμενης προσέγγισης αποτελεί η συσχέτιση της φύσης κάθε επιμέρους δραστηριότητάς της με τα δύο διεθνή πλαίσια αναφοράς επιχειρηματικών ικανοτήτων EntreComp και NCSEE. Με αυτό τον τρόπο η συγκεκριμένη έρευνα προτείνει να περιλαμβάνεται μία τέτοια συσχέτιση σε όλες τις προσεγγίσεις/μεθόδους επιχειρηματικής εκπαίδευσης, ώστε να είναι συγκρίσιμες ως προς τη στόχευσή τους και να ξεπεραστούν εμπόδια της αποδεκτικότητάς τους από τους εκπαιδευτικούς και ηγέτες σχολικών μονάδων (Bourgeois & Balcon, 2016).*
- *Επίσης, σημαντική συμβολή στον εκμοντερνισμό της επιχειρηματικής εκπαίδευσης μαθητών Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης αποτελεί η αξιοποίηση εκπαιδευτικών τεχνολογιών.*

Πιο συγκεκριμένα, με την εφαρμογή των δυο μελετών περίπτωσης μέσω της πλατφόρμας ασύγχρονης μάθησης Moodle αξιοποιήθηκε μια σειρά εργαλείων που επέκτειναν σημαντικά, εμπλούτισαν την εκπαιδευτική προσέγγιση, υποστήριξαν και ενίσχυσαν τη μάθηση των μαθητών στην αξιολόγηση ιδεών. Αυτά τα εργαλεία περιλάμβαναν πολυμεσικούς πόρους, υπολογιστικά φύλλα, επεξεργαστές κειμένου, λογισμικό παρουσίασης, εργαλεία αξιολόγησης, εργαλεία επικοινωνίας και υποστηριζόμενες από υπολογιστή ενότητες μάθησης καλύπτοντας διαφορετικές ανάγκες των μαθητών. Αρκετές δραστηριότητες απαιτούσαν τη χρήση των εκπαιδευτικών τεχνολογικών μέσων - και πιο συγκεκριμένα δημιουργικών εκπαιδευτικών εφαρμογών και του διαδικτύου ως μέσων επικοινωνίας με τον έξω κόσμο - για την εξ αποστάσεως υλοποίηση δραστηριοτήτων, όπως π.χ. για να διεξάγουν ηλεκτρονικές έρευνες.

- *Τέλος, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι η προσέγγιση μπορεί να υποστηριχθεί τεχνολογικά από ποικίλες πλατφόρμες ασύγχρονης μάθησης, αρκεί να διαθέτουν*

τα κατάλληλα εργαλεία (ρουμπρίκες, ερωτηματολόγια διεξαγωγής ερευνών, διαμοιρασμένο χώρο συνεργασίας, κοκ).

6.3 Μελλοντικά πλάνα έρευνας

Ολοκληρώνοντας την παρούσα διατριβή, γίνεται μία αναφορά σε προτάσεις για μελλοντική έρευνα σε τομείς που χρειάζονται περαιτέρω επέκταση και μελέτη.

Ένας πρώτος τομέας σχετίζεται με την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των μεθόδων επιχειρηματικής εκπαίδευσης. Στη συγκεκριμένη έρευνα το δείγμα των συμμετεχόντων και στις δύο μελέτες, παρόλο που ήταν μεγάλο, προήλθε από μαθητές επαρχιακών γυμνασίων και λυκείων που επιλέχθηκαν τυχαία και των οποίων οι διευθυντές και οι εκπαιδευτικοί ήταν πρόθυμοι να συμμετέχουν εθελοντικά. Θεμιτό θα ήταν σε μελλοντική έρευνα να υπάρξει ανάλογο ή και μεγαλύτερο εύρος δείγματος από διαφορετικά κοινωνικο-πολιτισμικά περιβάλλοντα, δημόσια και ιδιωτικά σχολεία αστικών περιοχών, ώστε να ελεγχθεί η επίδραση της διδακτικής προσέγγισης στη βελτίωση της επιχειρηματικής ετοιμότητας μαθητών με διαφορετικό υπόβαθρο και εμπειρίες σε επιχειρηματικά ζητήματα και με διαφορετική κουλτούρα. Η επέκταση των μελετών περίπτωσης σε άλλες περιοχές θα εμπλουτίσει τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας. Ανάλογα, θα μπορούσαν να γίνουν μελέτες όπου θα εφαρμοστεί η προτεινόμενη προσέγγιση σε μαθητές Επαγγελματικών Λυκείων, οι οποίοι αποφοιτώντας θα πρέπει να έχουν τη δυνατότητα είτε να συνεχίσουν τις σπουδές είτε να σταδιοδρομήσουν επαγγελματικά ως πτυχιούχοι Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, επιπέδου 3. Σε όλους τους τομείς της Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, είτε αφορά σε τεχνικά επαγγέλματα είτε σε υπηρεσίες, η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών είναι προϋπόθεση για την επιλογή σταδιοδρομίας.

Σχετικά με την προτεινόμενη προσέγγιση, αυτή καθαυτή θα μπορούσε να γίνει περαιτέρω εμπλουτισμός της. Κατά τη διάρκεια των ημιδομημένων συνεντεύξεων οι εκπαιδευτικοί δήλωσαν ότι η 3η Φάση “Ανάλυση Μοντέλου Εσόδων Εξόδων” ήταν η μοναδική που δυσκόλεψε τους μαθητές. Με βάση τον ισχυρισμό αυτό και γνωρίζοντας τη σημασία της συγκεκριμένης ενότητας τόσο για την αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών αλλά και για την επιχειρηματικότητα γενικότερα, θεωρούμε ότι μπορούν να αξιοποιηθούν εκπαιδευτικά παιχνίδια ή προσομοιώσεις. Ένα τέτοιο εκπαιδευτικό παιχνίδι ή προσομοίωση θα πρέπει να περιλαμβάνει δραστηριότητες που θα ωθούν τους μαθητές σε ενεργούς πειραματισμούς προσφέροντας αξιόλογες και ελκυστικές

μαθησιακές εμπειρίες και μέσω του μηχανισμού άμεσου ελέγχου της προόδου/επιτευγμάτων τους θα έχουν τη δυνατότητα να αυτο-αξιολογούν άμεσα την επιτυχία ή την αποτυχία των ενεργειών τους, κατανοώντας οικονομικές έννοιες και σχέσεις μεταξύ τους, που επηρεάζουν τη ρευστότητα, τον ρυθμό ανάπτυξης και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης.

Τέλος, η προτεινόμενη διδακτική προσέγγιση μπορεί να αποτελέσει μέρος μιας συγκριτικής έρευνας με αντικείμενο μελέτης την ενίσχυση των μαθητών για τη βελτίωση της επίδοσής τους σε διαγωνισμούς νεανικής επιχειρηματικότητας. Η συγκεκριμένη προσέγγιση θα μπορεί να αποτελεί το προπαρασκευαστικό μέρος ενός διευρυμένου project συμμετοχής σε διαγωνισμούς νεανικής επιχειρηματικότητας. Θα προηγείται της φάσης δημιουργίας της εικονικής επιχείρησης. Στόχος της να εξοπλίζει τους μαθητές με τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες αξιολόγησης επιχειρηματικών ιδεών, ώστε στο επόμενο στάδιο να μπορούν να αξιολογήσουν τις δικές τους ιδέες αναζητώντας λύσεις σε πραγματικά προβλήματα ή ανάγκες και μετά τη φάση υλοποίησης να επιβεβαιώσουν ότι ο ισχυρισμός τους για την αξία της ιδέας τους ήταν βάσιμος.

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Abdalla, M. M., Oliveira, L. G. L., Azevedo, C. E. F., & Gonzalez, R. K. (2018). Quality in qualitative organizational research: Types of triangulation as a methodological alternative. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 19(1), 66-98.)

Abuzhuri, N.M. Z., Bint Hashim, N. (2017). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Opportunity Recognition. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 19(11), 74-79.

Ahmad, S. Z., Bakar, A. R. A., & Ahmad, N. (2018). An evaluation of teaching methods of entrepreneurship in hospitality and tourism programs. *The International Journal of Management Education*, 16(1), 14–25.

Amabile, T. M., & Khaire, M. (2008). Your organization could use a bigger dose of creativity. *Harvard Business Review*, 86(10), 101-109.

Amabile, T. M., & Kramer, S. J. (2011). The power of small wins. *Harvard Business Review*, 89(5), 70-80.

Anderson, M., Hinz, B. and Matus, H. (2017). *The Paradigm Shifters: Entrepreneurial Learning in Schools*. Research report, Mitchell Institute Report No. 04/2017. Mitchell Institute, Melbourne. Available from: www.mitchellinstitute.org.au

Arasti, Z., Falavarjani, M. K., & Imanipour, N. (2012). A study of teaching methods in entrepreneurship education for graduate students. *Higher Education Studies*, 2(1), 2–10.

Armstrong, P. (2016). Bloom's Taxonomy. Nashville, TN: Vanderbilt University. *The Center for Teaching*. <https://cft.vanderbilt.edu/guides-sub-pages/blooms-taxonomy>.

Austin, J. E. (2006). Three avenues for social entrepreneurship research. In *Social entrepreneurship* (pp. 22-33). Palgrave Macmillan, London.

Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). EntreComp: The entrepreneurship competence framework. Luxembourg: *Publication Office of the European Union*, 10, 593884.

Bacq, S., Geoghegan, W., Josefy, M., Stevenson, R., & Williams, T. A. (2020). The COVID-19 Virtual Idea Blitz: Marshaling social entrepreneurship to rapidly respond to urgent grand challenges. *Business Horizons*, 63 (6), 705-723

Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(2), 217-254.

Bai, Y., Mo, D., Zhang, L., Boswell, M., & Rozelle, S. (2016). The impact of integrating ICT with teaching: Evidence from a randomized controlled trial in rural schools in China. *Computers & Education*, 96, 1-14.

Balan, S. M. (2014). Methods and means used in teaching entrepreneurship in high school can improve entrepreneurial skills. *International Journal of Management*, 5(7), 51-61.

Baptista, R. & Naia, A. (2015). Entrepreneurship education: A selective examination of the literature. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 11(5), 337-426.

Baručić, A., & Umihanić, B. (2016). Entrepreneurship education as a factor of entrepreneurial opportunity recognition for starting a new business. *Management: journal of contemporary management issues*, 21(2), 27-44.

Bint Hashim, N., Abuzhuri, N.M. Z., (2017). The role of entrepreneurial opportunity recognition on relation ship among entrepreneurship education and entrepreneurial career option. *European journal of Business and Management*, 9(30).

Bonet, F. P., Armengot, C. R., & Martín, M. Á. G. (2011). Entrepreneurial success and human resources. *International Journal of Manpower*, 32(1), 68-80.

Bourgeois, A., & Balcon, M. P. (2016). Entrepreneurship Education at School in Europe. Eurydice Report. *Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, European Commission*.

Boyatzis, R., & Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st century. *Journal of management development*, 27 (1), 5-12.

Boyatzis, R.E. (1982), *The Competent Manager: A Model for Effective Performance*, John Wiley & Sons, New York, NY

Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and individual differences*, 51(3), 222-230.

Cabero-Almenara, J., Fernández-Batanero, J. M., & Barroso-Osuna, J. (2019). Adoption of augmented reality technology by university students. *Heliyon*, 5(5), e01597.

Cedefop (2017). Youth in Action Programme Guide Luxembourg: Publications Office. <http://dx.doi.org/10.2801/566770>

Cedefop, V. & et al. (2009). Exploring leadership in vocational education and training Luxembourg. Retrieved from http://www.cedefop.europa.eu/EN/Files/6113_en.pdf

Chang, J. and Rieple, A. 2013. Assessing students' entrepreneurial skills development in live projects. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 20 (1), pp. 225-241.

Chavoushi, Z. H., Zali, M. R., Valliere, D., Faghih, N., Hejazi, R., & Dehkordi, A. M. (2020). Entrepreneurial alertness: a systematic literature review. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1-30.

Chen, M., Tseng, M., & Teng, M. (2020). Creative Entrepreneurs' Well-Being, Opportunity Recognition and Absorptive Capacity: Self-Determination Theory Perspective, *Entrepreneurship Research Journal*, 10(1), 20180171. doi: <https://doi.org/10.1515/erj-2018-0171>

Coduras, A., Saiz-Alvarez, J. M., & Ruiz, J. (2016). Measuring readiness for entrepreneurship: An information tool proposal. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(2), 99-108.

Consortium for Entrepreneurship Education (2004). *The National Content Standards for Entrepreneurship Education*. Columbus, OH: Consortium for Entrepreneurship Education. http://www.entre-ed.org/Standards_Toolkit/ (accessed November 25, 2020). [Google Scholar]

Council of the European Union. (2018). Council recommendation of 22 May 2018 on key competences for lifelong learning (text with EEA relevance). (Official Journal of the European Union 2018/C 189/01), 1-13.

Crammond, R. J. (2019). The Normalisation of Enterprising Education. *Journal of Higher Education Service Science and Management (JoHESSM)*, 2(3).

Deale, C. S. (2016). Entrepreneurship education in hospitality and tourism: Insights from entrepreneurs. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 16(1), 20–39.

DeLuca, C., Coombs, A., & LaPointe-McEwan, D. (2019). Assessment mindset: Exploring the relationship between teacher mindset and approaches to classroom assessment. *Studies in Educational Evaluation*, 61, 159-169.

DeTienne, D. R., & Chandler, G. N. (2004). Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: A pedagogical approach and empirical test. *Academy of management learning & education*, 3(3), 242-257.

Diener, E., & Suh, E. M. (Eds.). (2003). *Culture and subjective well-being*. London: MIT Press.

Din, B. H., Anuar, A. R., & Usman, M. (2016). The effectiveness of the entrepreneurship education program in upgrading entrepreneurial skills among public university students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 117-123.

Dweck, Carol S. (2008). *Mindset: The new psychology of success*. Random House Digital, Inc.

Eide, T. H., & Olsvik, V. M. (2017). Qualitative case study of mini-company experiences in five European countries. *If everything is told to you, it is not learning. You have to figure out something on your own*.

Elert, W., Koppensteiner, G., Leeb-Bracher, U., Hollnsteiner, K., & Merdan, M. (2018). Educational Practices for Improvement of Entrepreneurial Skills at Secondary School Level. *International Journal of Engineering Pedagogy*, 8(2), 101-114.

Esmi, K., Marzoughi, R., & Torkzadeh, J. (2015). Teaching learning methods of an entrepreneurship curriculum. *Journal of Advances in Medical Education & Professionalism*, 3(4), 172–177.

Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2016). Human capital in social and commercial entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 449-467.

European Communities. (2007). *Key competences for lifelong learning: European reference framework*.

European Commission, (2017). Review of the 2006 Framework of Key Competences for Lifelong Learning. https://www.eurashe.eu/wp-content/uploads/2017/03/review-2006-III_strategy.pdf, (accessed November 18, 2020)

Eurydice. (2016). *Entrepreneurship Education at School in Europe*. Eurydice Report. Luxembourg: Publications office of the European Union.

Fejes, A., Nylund, M., & Wallin, J. (2019). How do teachers interpret and transform entrepreneurship education? *Journal of Curriculum Studies*, 51(4), 554–566.

Fellnhöfer, K. (2018). Game-based entrepreneurship education: Impact on attitudes, behaviours and intentions. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 14(1/2), 205–228.

Fox, J., Pittaway, L., & Uzuegbunam, I. (2018). Simulations in entrepreneurship education: Serious games and learning through play. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 61–89.

George, N. M., Parida, V., Lahti, T., & Wincent, J. (2016). A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: insights on influencing factors. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 309-350.

Goss, D. (2005). Schumpeter's legacy? Interaction and emotions in the sociology of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(2), 205-218.

Grecu, V., & Denes, C. (2017). Benefits of entrepreneurship education and training for engineering students. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 121, p. 12007). EDP Sciences.

Hadi, C., Wekke, I. S., & Cahaya, A. (2015). Entrepreneurship and education: creating business awareness for students in East Java Indonesia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 177, 459-463.

Heale, R., & Forbes, D. (2013). Understanding triangulation in research. *Evidence-based nursing*, 16(4), 98-98.

Henry, C., Hill, F. and Leitch, C. (2005), "Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I", *Education and Training*, 47(2), 98-111. <https://doi.org/10.1108/00400910510586524>

Higgins, D., Refai, D., & Keita, D. (2019). Focus point: the need for alternative insight into the entrepreneurial education paradigm. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 31(3), 225-242.

Hindle, K. (2007). Teaching entrepreneurship at university: from the wrong building to the right philosophy. *Handbook of research in entrepreneurship education*, 1, 104-126.

Ho, M. H. R., Uy, M. A., Kang, B. N., & Chan, K. Y. (2018, March). Impact of entrepreneurship training on entrepreneurial efficacy and alertness among adolescent youth. In *Frontiers in Education* (Vol. 3, p. 13). Frontiers.

Huq, A., & Gilbert, D. (2017). All the world's a stage: Transforming entrepreneurship education through design thinking. *Education and Training*, 59(2), 155–170.

Hytti, U. and O'Gorman, C. (2004), “What is enterprise education?. An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries”, *Education and Training*, 46(1), 11-23.

Iqbal, A., Melhem, Y., & Kokash, H. (2012). Readiness of the university students towards entrepreneurship in Saudi Private University: An exploratory study. *European Scientific Journal*, 8(15).

Jacobs, H. H. (2004). *Getting Results with Curriculum Mapping*. Association for Supervision and Curriculum Development (ASCD), 1703 North Beauregard Street, Alexandria, VA 22311.

Johansen, V., & Schanke, T. (2013). Entrepreneurship education in secondary education and training. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 57(4), 357-368.

Johansen, V., & Schanke, T. (2014). Entrepreneurship Projects and Pupils' Academic Performance: A Study of Norwegian Secondary Schools. *European Educational Research Journal*, 13(2), 155–166.

Jones, B., & Iredale, N. (2010). Enterprise education as pedagogy. *Education and training*, 52(1), 7-19.

Kamovich, U., & Foss, L. (2017). In search of alignment: A review of impact studies in entrepreneurship education. *Education Research International*, 2017,1-15.

Kapucu, N. (2011). Developing competency-based emergency management degree programs in public affairs and administration. *Journal of Public Affairs Education*, 17(4), 501–521.

Kapucu, N. (2017). Competency-based curriculum mapping as a tool for continuous improvement for Master of Public Administration (MPA) programs. *International Journal of Public Administration*, 40(11), 968-978.

Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2016). The impact of entrepreneurship education: A study of Iranian students' entrepreneurial intentions and opportunity identification. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 187-209.

Karimi, S., Biemans, H. J., Naderi Mahdei, K., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2017). Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. *International Journal of Psychology*, 52(3), 227-240.

Kendall, M. G. (1938). A new measure of rank correlation. *Biometrika*, 30(1/2), 81-93.

Kickul, J. (2006). Pathways to new business opportunities: Innovations and strategies for the entrepreneurial classroom. *International Entrepreneurship Education*, 168-188.

Kim, J., Shin, Y., Tsukayama, E., & Park, D. (2020). Stress mindset predicts job turnover among preschool teachers. *Journal of school psychology*, 78, 13-22.

Kirkley, W.W. (2017), "Cultivating entrepreneurial behaviour: entrepreneurship education in secondary schools", *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 11 No. 1, pp. 17-37.

Kreuzer, C., & Weber, S. (2018). Modelling opportunity recognition competence as a foundation for teaching and learning in vocational education. *Vocations and Learning*, 11(3), 399–423.

Kuckertz, A., Kollmann, T., Krell, P., & Stöckmann, C. (2017). Understanding, differentiating, and measuring opportunity recognition and opportunity exploitation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(1), 78–97.

Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-597.

Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-597.

Lackéus, M. (2015). Entrepreneurship in education: What, why, when, how. *Background paper*.

Lackéus, M. (2016). *Value creation as educational practice-towards a new educational philosophy grounded in entrepreneurship?*. Chalmers University of Technology.

Lans, T., Hulsink, W. I. M., Baert, H., & Mulder, M. (2008). Entrepreneurship education and training in a small business context: Insights from the competence-based approach. *Journal of enterprising culture*, 16(04), 363-383.

Lau, V. P., Dimitrova, M. N., Shaffer, M. A., Davidkov, T., & Yordanova, D. I. (2012). Entrepreneurial readiness and firm growth: an integrated etic and emic approach. *Journal of International Management*, 18(2), 147–159.

Lepuschitz, W., Koppensteiner, G., Leeb-Bracher, U., Hollnsteiner, K., & Merdan, M. (2018). Educational Practices for Improvement of Entrepreneurial Skills at Secondary School Level. *International Journal of Engineering Pedagogy*, 8(2), 101-114.

Lima, E., Lopes, R. M., Nassif, V., & Silva, D. (2015). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1033-1051.

Liñán, F., Fernández, J., & Martínez-Román, J. A. (2016). Entrepreneurship education in Andalusia. An embedded approach. *Journal for Educators, Teachers and Trainers*, 6(2). 113–132.

Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International entrepreneurship and management Journal*, 7(2), 195-218.

Lindberg, E., Bohman, H., Hulten, P., & Wilson, T. (2017). Enhancing students' entrepreneurial mindset: A Swedish experience. *Education and Training*, 41(5), 455–466.

Lindner, J. (2020). *Entrepreneurial learning for TVET institutions: A practical guide*. UNESCO Publishing.

Liu, M., Wrobbel, D., & Blankson, I. (2010). Rethinking program assessment through the use of program alignment mapping technique. *Communication Teacher*, 24(4), 238-246.

Lorz, M., Mueller, S., & Volery, T. (2013). Entrepreneurship education: a systematic review of the methods in impact studies. *Journal of enterprising culture*, 21(02), 123-151.

Lyons, E., & Zhang, L. (2018). Who does (not) benefit from entrepreneurship programs?. *Strategic Management Journal*, 39(1), 85-112.

Matlay, H. (2018). Entrepreneurship education: New perspective on entrepreneurship education. *Education and Training*, 60(7/8), 923-926.

Matlay, H., Othman, N., Hashim, N., & Ab Wahid, H. (2012). Readiness towards entrepreneurship education. *Education and Training*, Vol. 54 No. 8/9, pp. 697-708.

Mavļutova, I., Krastiņš, M., Hermanis, J., & Lešinskis, K. (2019). Student-centered methods in entrepreneurship education to increase entrepreneurial intentions of students. *Littera Scripta*, 12(2), 49-66.

McCallum, E., Weicht, R., McMullan, L., & Price, A. (2018). *EntreComp into action-Get inspired, make it happen: A user guide to the European Entrepreneurship Competence Framework* (No. JRC109128). Joint Research Centre (Seville site).

Mitchelmore, S. and Rowley, J. (2010), "Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 16 No. 2, pp. 92-111.

Moberg, K., Vestergaard, L., Fayolle, A., Redford, D., Cooney, T., Singer, S., Sailer, K., & Diana Filip, D. (2014). How to assess and evaluate the influence of entrepreneurship education: A report of the ASTEE project with a user guide to the tools (Ed. Moberg, Vestergaard and Christiansen). ISBN: 978-87-90386-06-1, Ireland

Mueller, S., & Anderson, A. R. (2014). Understanding the entrepreneurial learning process and its impact on students' personal development: A European perspective. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 500-511.

Mwasalwiba, S.E. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education and Training*, 52(1), 20-47.

Nab, J., & Pilot, A. (2010). Strategies for teaching opportunity identification at science students. Experiences of expert teachers. Paper presented at the annual conference of the Internationalizing Entrepreneurship Education and Training (July 5 - 8).

Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277-299.

Nag, D., & Das, N. (2015). Development of various training methods for enhancing the effectiveness and skill development among micro-entrepreneurs in India. *Journal of Entrepreneurship Education*, 18(1), 1–18.

Naia, A., Baptista, R., Biscaia, R., Januário, C., & Trigo, V. (2017). Entrepreneurial intentions of sport sciences students and theory of planned behavior. *Motriz: Revista de Educação Física*, 23(1), 14-21.

Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers. *Journal of small business management*, 49(1), 55-70.

O’Gorman, C., Byrne, O., & Pandya, D. (2008). How scientists commercialise new knowledge via entrepreneurship. *The Journal of Technology Transfer*, 33(1), 23-43.

O'Connor, G. C. (2008). Major innovation as a dynamic capability: A systems approach. *Journal of product innovation management*, 25(4), 313-330.

O'Donoghue, T., Punch K. (2003). *Qualitative Educational Research in Action: Doing and Reflecting*. Routledge. p.78.

OECD (2015), *Entrepreneurship at a Glance 2015*, OECD Publishing, Paris. http://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2015-en

OECD (2017), *Entrepreneurship at a Glance 2017*, OECD Publishing, Paris http://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2017-en

OECD/European Union (2019), *The Missing Entrepreneurs 2019: Policies for Inclusive Entrepreneurship*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/3ed84801-en>.

Olokundun, M., Moses, C. L., Iyiola, O., Ibidunni, S., Ogbari, M., Peter, F., & Borishade, T. (2018). The effect of non traditional teaching methods in

entrepreneurship education on students entrepreneurial interest and business startups: A data article. *Data in brief*, 19, 16-20.

Olugbola, M., Tseng, M., & Teng, M. (2020). Creative Entrepreneurs' Well-Being, Opportunity Recognition and Absorptive Capacity: Self-Determination Theory Perspective, *Entrepreneurship Research Journal*, 10(1), 20180171. doi: <https://doi.org/10.1515/erj-2018-0171>

Olugbola, S. A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator. *Journal of Innovation & Knowledge*, 2(3), 155-171.

Ovcharuk, O. (2017). Integration of entrepreneurship key competence into education curricula in ukraine: the way toward democratic school. *Transactions of Kremenichuk Mykhailo Ostrohradskyi National University*, (2 (2)), 82-88.

Panfilova, E. E., Demkina, O. V., Galichkina, M. A., Istomina, A. I., Latysheva, V. V., & Teymurova, V. E. (2019). Learning models based on a real project in entrepreneurial education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(2), 1528-2651.

Pardiman, P., & Abs, M. K. (2020). Entrepreneurial Readiness: What Are The Roles Of Entrepreneurial Education, Environment And Student's Mindset?. *Technium Social Sciences Journal*, 11(1), 339-354.

Peris Bonet, F., Rueda Armengot, C. & Galindo Martín, M. Á. (2011). Entrepreneurial success and human resources. *International Journal of Manpower*, 32 (1), 68-80.

Pet'ko, L., Popova, L., Kulyk, O., Kardash, L., Ovsiienko, L., Denysiuk, I., Proskurniak, O. (2020). Web Oriented Education Course Design Model in the Entrepreneurship Education System. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(1).

Piperopoulos, P., & Dimov, D. (2015). Burst bubbles or build steam? Entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 970-985.

Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479-510.

Prøitz, T. S. (2010). Learning outcomes: What are they? Who defines them? When and where are they defined?. *Educational assessment, evaluation and accountability*, 22(2), 119-137.

Quesel, C., Moeser, G., & Burren, S. (2017). Mini-companies as “greenhouses” of economic competence: a longitudinal study of “Young Enterprise Switzerland”. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(1), 1-14.

Rachwał, T., Kurek, S., & Boguś, M. (2016). Entrepreneurship Education at Secondary Level in Transition Economies: A Case of Poland. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(1), 61-81.

Rae, D. (2010). Universities and enterprise education: responding to the challenges of the new era. *Journal of small business and enterprise development*. 17(4), 591-606. <https://doi.org/10.1108/14626001011088741>

Raharja, S. U. J. (2020). Entrepreneurial Spirit in Economic Development: A Study of Two Digital Start-up Companies in Jakarta, Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 9, 220-231.

Rasmussen, E., Mosey, S., & Wright, M. (2011). The evolution of entrepreneurial competencies: A longitudinal study of university spin-off venture emergence. *Journal of Management Studies*, 48(6), 1314-1345.

Rasmussen, E., Mosey, S., & Wright, M. (2014). The influence of university departments on the evolution of entrepreneurial competencies in spin-off ventures. *Research policy*, 43(1), 92-106.

Read, C. W., & Kleiner, B. H. (1996). Which training methods are effective? *Management Development Review*, 9(2), 24–29.

Ruiz, J., Soriano, D.R. and Coduras, A. (2016), "Challenges in measuring readiness for entrepreneurship", *Management Decision*, 54(5), 1022-1046

Ruskovaara, E., & Pihkala, T. (2013). Teachers implementing entrepreneurship education: Classroom practices. *Education and Training*, 55(2), 204–216.

Rutter, Michael. (2005). How the environment affects mental health. *The British Journal of Psychiatry*, 186(1), 4-6.

Saks, N. T., & Gaglio, C. M. (2002). Can opportunity identification be taught?. *Journal of Enterprising Culture*, 10(04), 313-347.

Samuel, A. B., & Rahman, M. M. (2018). Innovative teaching methods and entrepreneurship education: A review of literature. *Journal of Research in Business, Economics and Management*, 10(1), 1807–1813.

Schillo, R. S., Persaud, A., & Jin, M. (2016). Entrepreneurial readiness in the context of national systems of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 46(4), 619-637.

Schneider, K., & Albornoz, C. (2018). Theoretical model of fundamental entrepreneurial competencies. *Science Journal of Education*, 6(1), 8-16.

Schøtt T, Kew P and Cheraghi M (2015) *Future potential: A GEM perspective on youth entrepreneurship 2015*. GEM Consortium. Available at: <http://www.gemconsortium.org/report> (accessed 27 November 2020).

Seelos, C., & Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business horizons*, 48(3), 241-246.

Seikkula-Leino, J., Ruskovaara, E., Ikavalko, M., Mattila, J. and Rytkola, T. (2010), "Promoting entrepreneurship education: the role of the teacher?", *Education and Training*, 52 (2), 117-127.

Shane, S., & Nicolaou, N. (2015). The biological basis of entrepreneurship. *The biological foundations of organizational behavior*, 71.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.

Sirelkhatim, F. & Gangi, Y. (2015). Entrepreneurship education: A systematic literature review of curricula contents and teaching methods. *Cogent Business & Management*, 2, 1-11.

Spencer, D., Riddle, M., & Knewstubb, B. (2012). Curriculum mapping to embed graduate capabilities. *Higher Education Research & Development*, 31(2), 217-231.

Spinuzzi, C., Pogue, G., Nelson, R. S., Thomson, K. S., Lorenzini, F., French, R. A., ... & Momberger, J. (2015). How do entrepreneurs hone their pitches? Analyzing how pitch presentations develop in a technology commercialization competition. In

Proceedings of the 33rd Annual International Conference on the Design of Communication (pp. 1-11).

Tasnim, R., & Yahya, S. (2013). Playing entrepreneurship: Can games make a difference. *Entrepreneurial practice review*, 2(4), 4-16.

Terziev, V., Bencheva, N., Stoeva, T., & Georgiev, M. (2020). Developing social entrepreneurship in the EU: a cross-country analysis. *Available at SSRN 3525681*.

Thompson, Richard, Lindsey, Michael A, English, Diana J, Hawley, Kristin M, Lambert, Sharon, & Browne, Dorothy C. (2007). The influence of family environment on mental health need and service use among vulnerable children. *Child welfare*, 86(5), 57.

Timmons, J. A., Spinelli, S. (2007): *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21. Century* (7th Edition). New York: McGraw-Hill

Tounés, A., Lassas-Clerc, N., & Fayolle, A. (2014). Perceived entrepreneurial competences tested by business plan pedagogies. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 21(4), 541-557.

Tuzlukova, V., & Heckadon, P. (2020). Teaching social entrepreneurship through problem-based learning: pedagogy and practice in the business classroom. *Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 8(2), 71-82.

Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2008). Opportunity identification and pursuit: does an entrepreneur's human capital matter?. *Small business economics*, 30(2), 153-173.

Vandor, P., & Franke, N. (2016). See Paris and... found a business? The impact of cross-cultural experience on opportunity recognition capabilities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 388-407.

Volery, T., Müller, S., Oser, F., Naepflin, C., & Rey, N. D. (2013). The impact of entrepreneurship education on human capital at upper-secondary level. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 429-446.

Volkman, C. K., & Tokarski, K. O. (2009). Student attitudes to entrepreneurship. *Management & Marketing*, 4(1), 17-38.

Wheadon, J. D., & Duval-Couetil, N. (2014). Business plan development activities as a pedagogical tool in entrepreneurship education. *The Journal of Engineering Entrepreneurship*, 5(1), 31-48.

Zeng, Z. E., & Honig, B. (2016). How should entrepreneurship be taught to students with diverse experience? A set of conceptual models of entrepreneurship education. In *Models of Start-Up Thinking and Action: Theoretical, Empirical and Pedagogical Approaches*. Emerald Group Publishing Limited. 18,37–282.

Zhang, J. (2020). Pedagogical alignment for entrepreneurial development. *Entrepreneurship Education*, 3, 239–244

Δημοσιευμένες Εργασίες

Διεθνή Επιστημονικά Περιοδικά

1. Stagias, I., Retalis, S. (2020). Secondary school students build multiple skills in evaluating business opportunities via technology-enhanced learning activities, *Entrepreneurship Education* 3 (2),197-214.
2. Stagias, I., Retalis, S. & Sourgiadaki, M. (2021). Fostering business opportunity identification skills in secondary education via an orchestrated technology enhanced learning script, *Entrepreneurship Education*
<https://doi.org/10.1007/s41959-021-00045-9>

Εισηγήσεις δημοσιευμένες σε επίσημα πρακτικά διεθνών επιστημονικών συνεδρίων

1. «An Innovative Method of Student Education in Innovation and Entrepreneurship whiche Emphasizes the Recognition and Evaluation of Business Opportunities», International Conference: “The EHEA and the ERA: The role of the universities and research centers in smart specialization and growth”, 18-19 Απριλίου 2019 Πειραιάς.

Εισηγήσεις δημοσιευμένες σε επίσημα πρακτικά ελληνικών επιστημονικών συνεδρίων

1. «Μια προτεινόμενη προσέγγιση Εκπαίδευσης στην Επιχειρηματικότητα για μαθητές Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης που δίνει έμφαση στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών», 10^ο Πανελλήνιο Συνέδριο των Εκπαιδευτικών για τις ΤΠΕ, 12-14 Απριλίου 2019, Ρόδος.
2. «Εκπαιδύοντα Μαθητές Γυμνασίου στην αξιολόγηση επιχειρηματικών ευκαιριών», 5ο Διεθνές Συνέδριο για την Προώθηση της Εκπαιδευτικής Καινοτομίας Λάρισα, 11-13 Οκτωβρίου 2019.
3. «Μία Καινοτομική μέθοδος εκπαίδευσης φοιτητών στην καινοτομία και επιχειρηματικότητα που δίνει έμφαση στην αναγνώριση και αξιολόγηση επιχειρηματικών ευκαιριών» 5ο Πανελλήνιο Συνέδριο «Εκπαίδευση στον 21ο αιώνα: Ανάπτυξη της κριτικής σκέψης, της δημιουργικότητας και της καινοτομίας» (διαδικτυακά) 25-27 Σεπτεμβρίου 2020
4. «Προάγοντας την επιχειρηματική ετοιμότητα σε μαθητές γυμνασίου και λυκείου» 3ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ανοικτοί Εκπαιδευτικοί Πόροι και Ηλεκτρονική Μάθηση Φλώρινα (διαδικτυακά), 3-4 Οκτωβρίου 2020

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 - ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΤΑ BLOOM

Στόχοι της προτεινόμενης διδακτικής προσέγγισης σύμφωνα με την αναθεωρημένη ταξινόμια του Benjamin Bloom

Γνωστικοί στόχοι.

Γ.Σ.1	Να ανακαλέσουν και να εδραιώσουν τη σχετική με το θέμα διδασκαλίας προϋπάρχουσα γνώση.	Level 1 remembering
-------	--	------------------------

Γ.Σ.2	Να διατυπώνουν υποθέσεις.
-------	---------------------------

II	Να κατανοήσουν την αξία και τη χρησιμότητα των μελετών σκοπιμότητας (feasibility study) για την αξιολόγηση ιδεών (business idea validation) και την αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών (business opportunity recognition).	Level 2 understanding
----	--	--------------------------

Γ.Σ.4	Να κατανοήσουν την αξία και τη χρησιμότητα της αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών για τον περιορισμό του κινδύνου επιχειρηματικής αποτυχίας (risk management).
-------	---

Γ.Σ.5	Να κατανοήσουν την πολυπλοκότητα της λειτουργίας της αγοράς (market functioning complexity) και τον ρόλο του επιχειρηματία (entrepreneur).
-------	--

Γ.Σ.6 Να κατανοήσουν την αξία και τη χρησιμότητα της έρευνας αγοράς (market research) για την αξιολόγηση ιδεών.

Γ.Σ.7 Να κατανοήσουν την αξία και τη χρησιμότητα της έρευνας της οικονομικής βιωσιμότητας (economic viability) για την αξιολόγηση ιδεών.

Γ.Σ.8 Να κατανοήσουν την αξία και τη χρησιμότητα της δημιουργίας του επιχειρηματικού πλάνου (business model) μιας ιδέας.

Γ.Σ.9 Να κατανοήσουν και να αντιληφθούν ότι η αξιολόγηση ιδεών έχει σημαντικές επιχειρηματικές συνέπειες.

Γ.Σ.10 Να εφαρμόσουν όσα έμαθαν ερευνώντας σε πραγματικές συνθήκες την αγορά μιας επιχειρηματικής ιδέας.

Level 3
applying

Γ.Σ.11 Να εφαρμόσουν όσα έμαθαν ερευνώντας σε πραγματικές συνθήκες την οικονομική βιωσιμότητα μιας επιχειρηματικής ιδέας.

Γ.Σ.12 Να διακρίνουν τις διάφορες κατηγορίες πιθανών πελατών (customers segment) μιας επιχειρηματικής ιδέας.

Level 4
analyzing

Γ.Σ.13 Να διακρίνουν τις ανάγκες (pains) και τις επιθυμίες (gains) κάθε κατηγορίας πελατών.

Γ.Σ.14 Να διακρίνουν τις διάφορες κατηγορίες πιθανών ανταγωνιστών (competitors) μιας επιχειρηματικής ιδέας.

Γ.Σ.15 Να αναλύουν τις πληροφορίες που συλλέγουν.

Γ.Σ.16 Να συνθέτουν, να συγκρίνουν, και να αξιολογούν τις πληροφορίες που συλλέγουν.

Γ.Σ.17 Να τεκμηριώνουν με επιχειρήματα τα συμπεράσματά τους για τα στοιχεία διαφοροποίησης της αξιακής πρότασης (value proposition) μιας επιχειρηματικής ιδέας.

Level 6
evaluating

Γ.Σ.18 Να δημιουργούν όλα τα αναγκαία εργαλεία για την έρευνα της αγοράς.

Level 7
creating

Γ.Σ.19 Να δημιουργούν το επιχειρηματικό πλάνο μιας ιδέας και την παρουσίασή του σε μορφή πλατφόρμας διαφανειών (slides deck).

Δεξιότητες

Δ.1 Να είναι ικανοί να χειρίζονται με ευχέρεια τις νέες τεχνολογίες και να αξιοποιούν τις δυνατότητες που τους παρέχουν.

Δ.2 Να είναι ικανοί να αξιολογούν την εργασία τους αλλά και την εργασία των άλλων.

Δ.3 Να καλλιεργήσουν ικανότητες αλληλεπίδρασης, επικοινωνίας και εποικοδομητικής συνεργασίας ως μέλη μιας ομάδας, ως μέλη μιας κοινότητας αλλά και ως ερευνητές αξιολόγησης ιδεών.

Δ.4 Να καλλιεργήσουν ικανότητες που θα τους επιτρέπουν να παρατηρούν, να ερευνούν, να συγκρίνουν και να αναλύουν ό,τι διαθέσιμο υλικό υπάρχει και να το αξιολογούν.

Δ.5 Να εφαρμόζουν τις γνώσεις που απέκτησαν προσθέτοντας παράλληλα στην προϋπάρχουσα γνώση νέα.

Δ.6 Να αναλάβουν πρωτοβουλίες και να εξασκήσουν τη δημιουργική σκέψη και την επιχειρηματική δημιουργικότητα.

Στάσεις

Στ.1 Η υιοθέτηση πρακτικών αξιολόγησης ιδεών και αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών.

Στ.2 Η ανάπτυξη του αισθήματος της υπευθυνότητας και της προσωπικής ευθύνης που πρέπει να έχει ο κάθε υφιστάμενος ή μελλοντικός επιχειρηματίας.

Στ.3 Η καλλιέργεια της επιχειρηματικής κουλτούρας .

Στ.4 Η καλλιέργεια επιχειρηματικής συμπεριφοράς.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟ-ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ, ΜΕΤΑ-ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

ΕΝΟΤΗΤΑ Α1: (ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ)

1α. Είμαι...

Κορίτσι Αγόρι

2α. Πότε γεννήθηκες;/...../.....

3α. Σε ποια χώρα μένεις μόνιμα;

4α. Σε ποιο σχολείο πηγαίνεις;

5α. Μέχρι τώρα έχεις συμμετάσχει σε μια δραστηριότητα που είχε ως επίκεντρο την επιχειρηματικότητα / αυτοαπασχόληση;

Ναι Όχι

6α. Είσαι εθελοντής (οργανισμό, λέσχη, άλλο);

Ναι Όχι

7α. Όταν δεν έχεις σχολείο ή στον ελεύθερο σου χρόνο εργάζεσαι κάπου αλλού;

Ναι Όχι

8α. Οι γονείς σου γεννήθηκαν σε άλλη χώρα;

Ναι και οι δύο Ναι μόνο ο ένας Όχι

Εάν ναι, σε ποια χώρα;

.....

9α. Έχει κάποιος από τους γονείς σου ή τους ενήλικες που ζεις μαζί τους πτυχίο πανεπιστημίου;

Ναι Όχι

10α. Τελειώνοντας το Λύκειο σκοπεύεις να συνεχίσεις τις σπουδές σου σε πανεπιστήμιο;

Ναι Όχι

11α. Έχεις κάποιον από το στενό οικογενειακό σου περιβάλλον που ξεκίνησε μια επιχείρηση; (Τσέκαρε όλα τα πλαίσια που ισχύουν)

Μητέρα / μητριά

Πατέρας / πατριός

Άλλοι συγγενείς

Φίλοι

Κανέναν

15α. Ήσουν μέχρι τώρα υπεύθυνος σε κάποια δραστηριότητα ή εργασία εκτός σχολείου (π.χ. αθλητισμό, μουσική, καλλιτεχνικά, πολιτική);

Ναι Όχι

16α. Έχεις εμπνευστεί και στη συνέχεια ξεκινήσει μια δραστηριότητα ή ένα έργο εκτός σχολείου (π.χ. αθλητισμό, μουσική, καλλιτεχνικά, πολιτική);

Ναι Όχι

ΕΝΟΤΗΤΑ Α2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΝΟΟΤΡΟΠΙΑ

Σε μια κλίμακα από 1 έως 5 (διαφωνώ απόλυτα – συμφωνώ απόλυτα) πόσο συμφωνείτε με τα παρακάτω;

12α. Είμαι συχνά ο πρώτος που προτείνει μια λύση σε ένα πρόβλημα.

13α. Συνεχίζω να προσπαθώ μέχρι να βρω τη λύση.

14α. Βλέπω δυνατότητες όπου άλλοι βλέπουν προβλήματα

ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Σε μια κλίμακα από 1 έως 5 (διαφωνώ απόλυτα – συμφωνώ απόλυτα) πόσο συμφωνείτε με τα παρακάτω;

- 17α. Είμαι βέβαιος ότι θα πετύχω στη ζωή.
- 18α. Όταν προσπαθώ, γενικά επιτυγχάνω τους στόχους μου.
- 19α. Ολοκληρώνω με επιτυχία όποια εργασία αναλάβω.
- 20α. Συνολικά, είμαι ικανοποιημένος με τον εαυτό μου.
- 21α. Νιώθω ότι μπορώ να προσδιορίσω τι συμβαίνει στη ζωή μου.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΠΡΟΚΑΤΑΡΚΤΙΚΑ

Σε μια κλίμακα από 1 έως 5 (διαφωνώ απόλυτα – συμφωνώ απόλυτα) πόσο συμφωνείτε με τα παρακάτω;

Γενικά η έναρξη μιας επιχείρησης είναι για εμένα κάτι πολύ...

- 10δ. ασήμαντο / σημαντικό
- 11δ. δυσάρεστο / ευχάριστο
- 12δ. αρνητικό - θετικό

ΕΝΟΤΗΤΑ Β1: ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΜΕΘΟΔΟΙ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ

Σε μια κλίμακα από 1 έως 5 (διαφωνώ απόλυτα – συμφωνώ απόλυτα) πόσο συμφωνείτε με τα παρακάτω;

Στο σχολείο έχω διδαχθεί ...

(Μη γνωστικές επιχειρηματικές δεξιότητες)

- 1b. πώς να σκέπτομαι δημιουργικά.
- 2b. πώς να βρίσκω νέες ιδέες σε προβλήματα.

3b. πώς να μετατρέπω τις ιδέες σε δράσεις.

(Γνωστικές επιχειρηματικές δεξιότητες)

4b. πώς μπορώ να δημιουργήσω μια επιχείρηση.

5b. ποιος είναι ο ρόλος του επιχειρηματία στην κοινωνία.

6b. πώς να αξιολογήσω μια ιδέα και να αναγνωρίσω μια επιχειρηματική ευκαιρία.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΙ ΠΟΥ ΔΙΔΑΣΚΟΥΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Σε μια κλίμακα από 1 έως 5 (διαφωνώ απόλυτα – συμφωνώ απόλυτα) πόσο συμφωνείτε με τα παρακάτω;

7b. Οι εκπαιδευτικοί με ενθαρρύνουν να συμμετέχω σε επιπλέον δραστηριότητες.

8β. Οι εκπαιδευτικοί ακούν τις ιδέες μου.

9b. Οι εκπαιδευτικοί λένε ότι είναι καλό να κάνω λάθη.

ΕΝΟΤΗΤΑ Β2: (ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ)

Σε μια κλίμακα από 1 έως 5 (διαφωνώ απόλυτα – συμφωνώ απόλυτα) πόσο συμφωνείτε με τα παρακάτω;

Καταλαβαίνω:

10b. τον ρόλο που διαδραματίζουν οι επιχειρηματίες στην κοινωνία μας.

11b. ότι υπάρχουν διάφοροι λόγοι για τους οποίους οι άνθρωποι ξεκινούν να ασχολούνται με επιχειρηματικές δραστηριότητες (για να κερδίσουν χρήματα, να βοηθήσουν τους άλλους ή για να κάνουν κάτι διαφορετικό).

12b. ότι ορισμένες επιχειρηματικές ιδέες λειτουργούν και έχουν επιτυχία, ενώ άλλες όχι.

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: (ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ - Επιχειρηματική αυτό-αποτελεσματικότητα)

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ

Σε μια κλίμακα από 1 έως 5 (διαφωνώ απόλυτα – συμφωνώ απόλυτα) πόσο συμφωνείτε με τα παρακάτω;

Είμαι ικανός να...

3c. βρω νέες ιδέες για ένα πρόβλημα ή μια ανάγκη.

6γ. βρω νέες και διαφορετικές λύσεις για ένα πρόβλημα ή μια ανάγκη.

9c. βρω νέους και ευφάνταστους τρόπους να κάνω πράγματα.

ΓΝΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΙΑΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Είμαι ικανός να...

2γ. διαβάζω και να ερμηνεύω μια κατάσταση ταμειακών ροών και ρευστότητας.

5γ. εκτιμήσω τον προϋπολογισμό για μια νέα επιχείρηση.

8γ. κάνω έλεγχο κόστους και απόδοσης για μια νέα επιχείρηση.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ Μ.Α.Π.Α. (Μεταβλητότητας, Αβεβαιότητας, Πολυπλοκότητας και Ασάφειας)

Είμαι ικανός να...

1γ. αντιμετωπίσω ξαφνικές αλλαγές και εκπλήξεις.

4γ. εργαστώ κάτω από στρες και πιεστικές καταστάσεις.

7γ. συνεχίσω να εργάζομαι παρά τα όποια προβλήματα μπορεί να προκύπτουν.

ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΩΝ ΠΟΡΩΝ

Είμαι ικανός να...

12c. δημιουργώ εταιρικές σχέσεις για να πετύχω τους στόχους μου.

15γ. κάνω δίκτυα σχέσεων (δηλαδή επαφές και ανταλλαγή πληροφοριών με άλλους).

18γ. να δημιουργώ νέες επαφές.

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Είμαι ικανός να...

11c. δημιουργώ το σχέδιο του έργου υλοποίησης μιας ιδέας σε επιχείρηση.

14γ. ορίζω τους στόχους του έργου υλοποίησης μιας ιδέας σε επιχείρηση.

17c. καθορίζω τη δομή του έργου υλοποίησης μιας ιδέας σε επιχείρηση.

ΟΜΑΔΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Είμαι ικανός να...

10c. συνεργάζομαι με άλλους ανθρώπους.

13γ. συμμετέχω ενεργά σε ομαδικές εργασίες.

ΕΝΟΤΗΤΑ Δ: (ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ)

ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΣ

Σε μια κλίμακα από 1 έως 5 (διαφωνώ απόλυτα – συμφωνώ απόλυτα) πόσο συμφωνείτε με τα παρακάτω;

Θα ήθελα μια δουλειά που να μου επιτρέπει να...

1δ. επιλύω τα προβλήματα με νέους τρόπους.

2δ. εργάζομαι για τις δικές μου ιδέες.

3δ. ορίζω τα δικά μου καθήκοντα.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΟΘΕΣΕΙΣ

Σε μια κλίμακα από 1 έως 5 (διαφωνώ απόλυτα – συμφωνώ απόλυτα) πόσο συμφωνείτε με τα παρακάτω;

4δ. Σκέφτομαι συχνά να ξεκινήσω μια επιχείρηση.

5δ. Έχω επιχειρηματικές ιδέες που πρόκειται να τις υλοποιήσω

6δ. Ο στόχος μου είναι να γίνω επιχειρηματίας.

ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

7d. Έχεις ξεκινήσει μόνος σου ή μαζί με άλλους, μια επιχείρηση στο παρελθόν;

Ναι Όχι

8δ. Λειτουργείς - μόνο σου ή μαζί με άλλους - σήμερα μια επιχείρηση;

Ναι Όχι

9δ. Προσπαθείς αυτή τη στιγμή να δημιουργήσεις μια επιχείρηση;

Ναι Όχι

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3 - ΡΟΥΜΠΡΙΚΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

A/A	Κριτήριο	Περιγραφή
1	Συνεργατικότητα Τρόπος εργασίας	Συνέπεια στην ολοκλήρωση της εργασίας και την τήρηση του προβλεπόμενου χρονοδιαγράμματος.
2	Περιεχόμενο (που αφορά ευχέρεια)	Ευχέρεια στην εύρεση και την ταξινόμηση των κατάλληλων πηγών πληροφόρησης σε ό,τι αφορά τους πιθανούς χρήστες και τους ανταγωνιστές της Ε.Ι.
3		Πληρότητα της απάντησης στο 1ο ερώτημα (Ανταποκρίνεται η Ε.Ι. στις πραγματικές ανάγκες του κόσμου;) και τον σωστό τρόπο τεκμηρίωσης
4		Πληρότητα της απάντησης στο 2ο ερώτημα (Είναι η Ε.Ι. ανταγωνιστική;) και τον σωστό τρόπο αιτιολόγησης της καινοτομίας της
5		Πληρότητα της απάντησης στο 3ο ερώτημα (Είναι η Ε.Ι. οικονομικά βιώσιμη;) και τον σωστό τρόπο αιτιολόγησης της βιωσιμότητας και του πιθανού ρυθμού ανάπτυξης βάση οικονομικών δεδομένων.
6		Πληρότητα της απάντησης στο 4ο ερώτημα (Ποιο είναι το επιχειρηματικό μοντέλο της ιδέας;) και κατάλληλη αποτύπωσή του με τη βοήθεια του Business Model Canvas

7	Περιεχόμενο (που αφορά στην ευελιξία)	Ευελιξία και πρωτοτυπία ως προς τα εργαλεία συλλογής πληροφοριών, τον χρόνο επικοινωνίας και τους τρόπους προσέγγισης των χρηστών, των άμεσων ή έμμεσων ανταγωνιστών και τα μέσα ανίχνευσης των κατάλληλων πληροφοριών.
8		Κατάλληλη επεξεργασία των ερευνητικών δεδομένων για την εξαγωγή ορθών συμπερασμάτων.

9	Περιεχόμενο (που αφορά στη φαντασία)	Αρτιότητα στην οργάνωση της παρουσίασης, σαφήνεια και λιτότητα του περιεχομένου των διαφανειών.
10		Δημιουργικότητα, πρωτοτυπία και εντυπωσιακή αποτύπωση των πληροφοριών στην παρουσίαση.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4 - Φύλλο εργασίας Φάση 0

Φάση 0
Φύλλο Εργασίας: “Η ανάγκη της αξιολόγησης ιδεών”
Οδηγίες για τον εκπαιδευτικό
<p>Χωρίζετε τους μαθητές σε ομάδες 3 ατόμων και ορίζετε ένα συντονιστή που έχει την ευθύνη για όλη την ομάδα. Οι άλλοι δύο κατά περίπτωση αναλαμβάνουν ρόλους που τους ορίζει ο συντονιστής.</p> <p>Διαμοιράζετε το φύλλο εργασίας online ή το δίνετε εκτυπωμένο στον συντονιστή της ομάδας και οι μαθητές ξεκινούν να εργάζονται σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμα.</p>
Οδηγίες για τον μαθητή
<p>Ο συντονιστής παραλαμβάνει από τον εκπαιδευτικό το φύλλο εργασίας, έντυπο ή ηλεκτρονικό, και ανοίγει το αρχείο stormboard, γράφει τα ονόματα των συμμετεχόντων στην ομάδα μαθητών και αναλαμβάνει τη συμπλήρωση των απαντήσεων. Η κάθε ομάδα χρησιμοποιεί διαφορετικό χρώμα stickers.</p> <p>Επιλέγει μια άλλη ομάδα και δημιουργούνται ομάδες αδελφάκια για να ετερο-αξιολογήσουν το τελικό παραδοτέο.</p>
1^η δραστηριότητα - Εισαγωγή
Διάρκεια: 12΄
Οδηγίες: Διαβάστε το παρακάτω κείμενο και προσπαθήστε να απαντήσετε στα δυο ερωτήματα.
Ρόλοι:
Μαθητής: Συντονιστής Εκπρόσωπος πολιτείας
Μαθητής: Καταναλωτής
Μαθητής: Παραγωγός κηπευτικών
<p>Η πολιτεία, αναγνωρίζοντας τη βαρύτητα της πλαστικής ρύπανσης από τις συσκευασίες τροφίμων καθώς και την επιθυμία των καταναλωτών για διακίνηση των ειδών διατροφής σε νέου τύπου ασφαλέστερες συσκευασίες για την υγεία τους και την προστασία του περιβάλλοντος, ανακοίνωσε στις 16/10/2019 ένα φιλόδοξο πρόγραμμα με στόχο να περιοριστεί η χρήση του πλαστικού ως μέσου συσκευασίας ειδών διατροφής. Πρόσφατα Ευρωπαίοι ερευνητές πρότειναν μια νέα μέθοδο που αξιοποιεί τα υπολείμματα των ετήσιων καλλιεργειών (στελεχών και φύλλων) μετά</p>

το πέρας της καλλιεργητικής περιόδου, και δημιουργεί βιοδιασπώμενα υλικά συσκευασίας προϊόντων. Πιστεύετε ότι η συγκεκριμένη μέθοδος είναι καλή επιχειρηματική ιδέα για την Κρήτη και για ποιους λόγους;

Ρόλοι:

Μαθητής: Συντονιστής Εκπρόσωπος πολιτείας

Μαθητής: Καταναλωτής

Μαθητής: Παραγωγός κηπευτικών

Ερώτημα 1:

Στο παραπάνω κείμενο εντοπίστε τις ανάγκες και τις επιθυμίες των ανθρώπων.

Απάντηση 1:

(την γράφετε στο stormboard αρχείο σας)

Ερώτημα 2:

Είστε σίγουροι ότι η συγκεκριμένη ιδέα αποτελεί επιχειρηματική ευκαιρία που μπορεί να σας αποφέρει κέρδη; Γιατί;

Απάντηση 2: (τη γράφετε στο stormboard αρχείο σας)

2^η δραστηριότητα

Διάρκεια: 12΄

Οδηγίες: Η αποστολή σας τώρα είναι να ερευνήσετε τις αβεβαιότητες μιας υπό σύσταση νέας ή μιας ήδη υφιστάμενης επιχείρησης που θέλει να αντικαταστήσει ένα κλάδο παραγωγής μερικώς ή συνολικά.

Ρόλοι:

Μαθητής: Συντονιστής Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Παρακολουθήστε προσεκτικά ένα από τα παρακάτω video.

Η σημασία της έρευνας αγοράς

<https://www.youtube.com/watch?v=oZAKNNDC0-s&feature=youtu.be>

Τι είναι η έρευνα αγοράς <https://www.youtube.com/watch?v=Ua-5IR85J4Y&feature=youtu.be>

Ρόλοι:

Μαθητής: Συντονιστής Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Ερώτημα 3

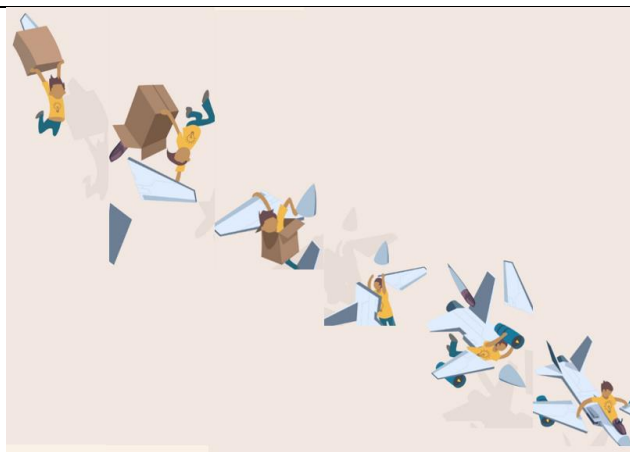
Ποιες αβεβαιότητες στην επιχειρηματική δραστηριότητα αναφέρονται στα παραπάνω videos; Ποια κατά τη γνώμη σας θεωρείτε τη σημαντικότερη; (Αντλήστε πληροφορίες για την αξιολόγηση ιδεών, την αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών και τη σχέση τους με την έρευνα αγοράς.)

Απάντηση 3 (τη γράφετε στο stormboard αρχείο σας)

3^η δραστηριότητα

Διάρκεια: 5'

Οδηγίες: Παρατηρήστε το παρακάτω σκίτσο.



Credit: Reid Hoffman, Chris Yeh, Ian Alas, Eric Strenger

<https://www.blitzscaling.com/>

Ρόλοι:

Μαθητής: Συντονιστής Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Ερώτημα 4:

Με βάση αυτό το σκίτσο προσπαθήστε να δώσετε ένα ορισμό για το τι είναι ο επιχειρηματίας.

Απάντηση 4 (τη γράφετε στο stormboard αρχείο σας)

Ερώτημα 5:

Ένας ορισμός λέει: «επιχειρηματίας (entrepreneur) είναι αυτός που πηδάει από ένα ψηλό σημείο στο κενό και, καθώς κατεβαίνει, προσπαθεί να φτιάξει ένα αεροπλάνο για να μη σκοτωθεί». Τι μπορεί να σημαίνει αυτό;

Απάντηση 5 (τη γράφετε στο stormboard αρχείο σας)

4^η δραστηριότητα

Διάρκεια: 6'

Ρόλοι:

Μαθητής: Συντονιστής Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Ερώτημα 6:

Με βάση τις απαντήσεις σας στις δυο προηγούμενες δραστηριότητες, διακρίνετε λόγους για τους οποίους η αξιολόγηση επιχειρηματικών ιδεών είναι χρήσιμη και επιτακτική; Αιτιολογήστε την απάντησή σας.

Απάντηση 6 (τη γράφετε στο stormboard αρχείο σας)

Αξιολόγηση

Διάρκεια: 10'

Οδηγίες: Παρουσίαση της ομαδικής εργασίας στην ολομέλεια της τάξης.

Αξιολογήστε την ομαδική σας εργασία.

Αξιολογήστε την εργασία των άλλων ομάδων.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5 - Φύλλο εργασίας Φάσης 1 - Α μέρους

Φάση 1 – Α μέρος

Φύλλο Εργασίας: “Οι πελάτες μιας επιχείρησης”

Οδηγίες για τον εκπαιδευτικό

Χωρίζετε τους μαθητές σε ομάδες 3 ατόμων και ορίζετε ένα συντονιστή που έχει την ευθύνη για όλη την ομάδα. Οι άλλοι δύο κατά περίπτωση αναλαμβάνουν ρόλους που τους ορίζει ο συντονιστής.

Διαμοιράζετε το φύλλο εργασίας online ή το δίνετε εκτυπωμένο στον συντονιστή της ομάδας και οι μαθητές ξεκινούν να εργάζονται σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμα.

Οδηγίες για το μαθητή

Ο συντονιστής παραλαμβάνει από τον εκπαιδευτικό το φύλλο εργασίας, έντυπο ή ηλεκτρονικό, γράφει τα ονόματα των συμμετεχόντων στην ομάδα μαθητών και αναλαμβάνει τη συμπλήρωση των απαντήσεων.

Επιλέγει μια άλλη ομάδα και δημιουργούνται ομάδες - αδελφάκια για να ετερο-αξιολογήσουν το τελικό παραδοτέο.

1^η δραστηριότητα - Εισαγωγή

Διάρκεια: 15΄

Οδηγίες: Προσπαθήστε να απαντήσετε στο παρακάτω ερώτημα.

Ρόλοι:

Μαθητής: Συντονιστής Υπεύθυνος

Μαθητής: Μέλος ομάδας

Μαθητής: Μέλος Ομάδας

Έχετε εντοπίσει ένα πρόβλημα (ανάγκη ή επιθυμία) και σκεφτήκατε μια επιχειρηματική ιδέα που πιστεύετε πως θα δώσει λύση σε αυτό το πρόβλημα.

Δείτε τις ερωτήσεις στο Έντυπο Ερωτήσεων - Απαντήσεων 1 παρακάτω και απαντήστε σε όσες από αυτές μπορείτε. Η αυθόρμητη απάντησή σας σε αυτές είναι υπόθεση.

2^η δραστηριότητα

Διάρκεια: 10΄

Οδηγίες: Αναζήτηση στο Διαδίκτυο (Webquest)

Ρόλοι:

Μαθητής: Συντονιστής Υπεύθυνος Διαπραγμάτευσης

Μαθητής: Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Επισκεφθείτε και περιηγηθείτε στη δικτυακή πύλη του Αγρότυπου στον παρακάτω σύνδεσμο (<https://www.agrotypos.gr/>) . Προσπαθήστε ερευνώντας την να απαντήσετε σε όσα από τα παρακάτω ερωτήματα των Εντύπων Απαντήσεων 2α και 2β μπορείτε.

Ερώτημα 1: Ποιοι από τους παρακάτω είναι οι πελάτες της δικτυακής πύλης agrotypos.gr; Επισκεφτείτε στον παρακάτω σύνδεσμο το Quiz “Πελάτες της Επιχείρησης agrotypos.gr” https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe6-ryhy5mMjlk1_KzWyyqYC_AK6AoPL35SxWBMNgUxrCxElw/viewform?usp=sf_link και καταχωρίστε ηλεκτρονικά τις απαντήσεις στο ερώτημα 1 που βρίσκεται στην Ενότητα 1.

Ερώτημα 2: Με βάση τις απαντήσεις που δώσατε στο προηγούμενο ερώτημα, από ποιους πιστεύετε ότι η συγκεκριμένη επιχείρηση κερδίζει χρήματα και ποιοι από τους παρακάτω είναι απλοί χρήστες αυτής της διαδικτυακής πύλης; Δώστε τις απαντήσεις σας στη ηλεκτρονικά στο Quiz “Πελάτες της Επιχείρησης agrotypos.gr” στην Ενότητα 2 στην ερώτηση 2.

Υποβάλετε τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου (πατήστε “submit/ υποβολή) και ελέγξτε την ορθότητα των απαντήσεών σας.

Ερώτημα 3: Το 1980 ξεκίνησε η έκδοση του περιοδικού «Γεωργία και Κτηνοτροφία». Στη συνέχεια δημιουργήθηκαν οι εκδόσεις Αγρότυπος και, όταν το διαδίκτυο μπήκε για καλά στη ζωή μας, ο επιχειρηματίας δημιούργησε τη δικτυακή πύλη www.agrotypos.gr.

Με βάση τις απαντήσεις στα προηγούμενα 2 ερωτήματα, πού κατά τη γνώμη σας στηρίχθηκε η συγκεκριμένη επιχειρηματική απόφαση ριζικής αλλαγής της μορφής της επιχείρησης και πώς πιστεύετε ότι ο επιχειρηματίας κατέληξε σε αυτή την απόφαση; Δώστε μια πολύ σύντομη απάντηση στο παραπάνω ερώτημα.

Συζητήστε τις απαντήσεις με τις υπόλοιπες ομάδες και τον καθηγητή σας.

3^η δραστηριότητα

Διάρκεια: 10΄

Ρόλοι:

Μαθητής: Συντονιστής Υπεύθυνος

Μαθητής: Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Παρακολουθήστε τώρα τα παρακάτω videos, που αφορούν στη σημασία της επικοινωνίας του επιχειρηματία με πιθανούς πελάτες πριν τη φάση υλοποίησης μιας επιχειρηματικής ιδέας.

<https://www.youtube.com/watch?v=0sePzIjlrF4&feature=youtu.be>

<https://www.youtube.com/watch?v=CBQhbtvn3m4&feature=youtu.be>

Δείτε πάλι τα ερωτήματα της 1ης δραστηριότητας και ελέγξτε αν τώρα οι απαντήσεις σας είναι διαφορετικές, και κρατήστε σημειώσεις. Θα επαληθεύσετε έτσι τις αρχικές σας υποθέσεις ή όχι.

4^η δραστηριότητα

Διάρκεια: 10΄

Ρόλοι:

Συντονιστής : Ερευνητής Υπεύθυνος

Μαθητής: Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Δημιουργήστε ένα **infographic** με τη χρήση της εφαρμογής canva (εφαρμογή canva: <https://www.canva.com/> - πηγαίνετε (templates) - (infographic) - επιλέξτε πρότυπο)

που να περιέχει τις αναθεωρημένες απαντήσεις σε 5 από τα ερωτήματα του

Έντυπου Ερωτήσεων - Απαντήσεων 1.

Διαμοιράστε το αρχείο σας με τον καθηγητή σας (share).

Έντυπο Ερωτήσεων - Απαντήσεων 1

ΕΡΩΤΗΣΗ	ΑΠΑΝΤΗΣΗ
1. Πώς θα δοκιμάσετε την αποδοχή της ιδέας σας;	
Σημειώσεις	
2. Στην εποχή του διαδικτύου για να διαπιστώσουμε αν η ιδέα που έχουμε καλύπτει μια ανάγκη ή επιθυμία των ανθρώπων, χρειάζεται να έρθουμε σε άμεση επαφή μαζί τους; Ναι ή Όχι και για ποιους λόγους;	
Σημειώσεις	
3. Οι πραγματικοί πελάτες της ιδέας μας είναι πάντα αυτοί που εμείς έχουμε στο μυαλό μας; Ναι ή Όχι και για ποιους λόγους;	
Σημειώσεις	
4. Από τι εξαρτάται αν οι πληροφορίες που θα πάρουμε θα μας φανούν χρήσιμες;	
5. Τα δεδομένα και οι πληροφορίες που θα συλλέξουμε μπορεί να επηρεάσουν τις αρχικές μας υποθέσεις; Ναι ή Όχι και για ποιους λόγους;	
Σημειώσεις	
6. Αν ναι, πώς το διαχειριζόμαστε; Τις εγκαταλείπουμε;	
Σημειώσεις	
7. Τι σημαίνει ανακάλυψη των πελατών;	
8. Πιστεύετε ότι ισχύει η παρακάτω φράση: «Η ανακάλυψη των πελατών μιας επιχειρηματικής ιδέας είναι μια εργασία που ανήκει αποκλειστικά στον εμπνευστή της;» Ναι ή Όχι και για ποιους λόγους;	

Σημειώσεις

Έντυπο Απαντήσεων 2α. Πελάτες της Agrotypus.gr

ΠΙΘΑΝΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ ΤΗΣ
Agrotypus.gr

Πελάτες της
agrotypus.gr

Απλοί χρήστες που αναζητούν πληροφορίες για διάφορα θέματα.

Επιχειρήσεις που θέλουν να προβάλλουν την επιχείρησή τους.

Οργανισμοί που θέλουν να προβάλλουν το έργο τους.

Άτομα ή οργανισμοί που βάζουν αγγελίες.

Άτομα που επισκέπτονται το e-shop και κάνουν αγορές.

Άτομα που θέλουν περιοδικά σε έντυπη μορφή.

Άτομα που θέλουν περιοδικά σε ηλεκτρονική μορφή.

Άτομα που αναζητούν πληροφορίες σε θέματα φυτοπροστασίας.

Έντυπο Απαντήσεων 2β. Κατηγορίες πελατών της Agrotypos.gr

ΠΙΘΑΝΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ ΤΗΣ Agrotypos.gr	Απλοί διαδικτυακοί χρήστες της Agrotypos.gr	Πελάτες που πληρώνουν την Agrotypos.gr
Απλοί χρήστες που αναζητούν πληροφορίες για διάφορα θέματα.		
Επιχειρήσεις που θέλουν να προβάλλουν την επιχείρησή τους.		
Οργανισμοί που θέλουν να προβάλλουν το έργο τους.		
Άτομα που βάζουν αγγελίες εύρεσης εργασίας.		
Άτομα που βάζουν απλές αγγελίες άλλες.		
Άτομα που επισκέπτονται το e-shop και κάνουν αγορές.		
Άτομα που θέλουν περιοδικά σε έντυπη μορφή.		
Άτομα που θέλουν περιοδικά σε ηλεκτρονική μορφή.		
Άτομα που αναζητούν πληροφορίες σε θέματα φυτοπροστασίας.		

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 6 - Φύλλο εργασίας Φάσης 1 - Β μέρους

Φάση 1 – Β μέρος

Φύλλο εργασίας: “Ανάλυση Αναγκών Πελατών - Χρηστών”

Εισαγωγή

Ως εν δυνάμει νέοι αναλυτές μίας επιχειρηματικής ιδέας καλείστε να υλοποιήσετε την πρώτη φάση ανάλυσης (Φάση 1.) που αφορά στην **"επικύρωση της προτεινόμενης επιχειρηματικής ιδέας"** (Business Idea Validation) κάνοντας μία διερεύνηση αν η επιχειρηματική ιδέα ικανοποιεί τις ανάγκες των υποψηφίων **"πελατών-χρηστών"** (Customers). Είναι πολύ σημαντικό να εξετάσετε αν η προτεινόμενη ιδέα ανταποκρίνεται σε πραγματικές ανάγκες ή επιθυμίες των πελατών - χρηστών και ποια είναι τα οφέλη που θα αποκομίσουν.

Ακολουθώντας τα παρακάτω βήματα και υλοποιώντας τις δραστηριότητες που περιλαμβάνουν, θα μπορέσετε να έρθετε σε επαφή με τους πιθανούς πελάτες – χρήστες που αφορά η Ε.Ι., να μάθετε τις πραγματικές ανάγκες και επιθυμίες τους και να τις συγκρίνετε με τα πλεονεκτήματα που ισχυρίζονται οι εμπνευστές της ότι έχει.

Στη φάση αυτή (Φάση 1.) θα πρέπει να:

- Να εντοπίσετε τους πιθανούς πελάτες - χρήστες καθώς και τον/τους τρόπο/ους προσέγγισης τους.
- Να καταγράψετε τις πραγματικές ανάγκες και επιθυμίες τους.

Οδηγίες

α) Προτεινόμενη διάρκεια: 1 ώρα στο σχολείο και αρκετές εκτός!!!

β) Χωριστείτε σε δυο υποομάδες:

- Αναλυτές Αναγκών - Επιθυμιών Προμηθευτών (Suppliers Needs Analysts)
- Αναλυτές Αναγκών - Επιθυμιών Καταναλωτών (Consumers Needs Analysts)

Βήματα της Φάσης 1B

Βήμα 1.

Προσδιορισμός κοινωνικών ομάδων Προμηθευτών και Καταναλωτών και προσέγγιση για τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων.

Ανοίξτε το αρχείο power point «Social_Food_Slides_Deck», μελετήστε την πρόταση για τη συγκεκριμένη ιδέα, καταθέστε την αρχική άποψή σας για το αν αποτελεί επιχειρηματική ευκαιρία ή όχι ψηφίζοντας στη δημοσκόπηση.

Στη συνέχεια:

- α) εντοπίστε ποιοι μπορεί να είναι οι πιθανοί προμηθευτές και καταναλωτές,
- β) προσεγγίστε τους για να συμπληρώσουν τα ερωτηματολόγια και να συλλέξετε τις πληροφορίες που θέλετε, όπως αναφέρεται στο Βήμα 2.

Βήμα 2. Συλλογή στοιχείων

Μάθετε για τις συνήθειες, ανάγκες και επιθυμίες των πελατών σας χρησιμοποιώντας τα παρακάτω έντυπα.

Ελάχιστος αριθμός ερωτηματολογίων που πρέπει να συλλέξετε από κάθε κατηγορία πελατών =15, ώστε η έρευνα σας να είναι έγκυρη.

Βήμα 3. Αποδελτίωση

Αποδελτιώστε η κάθε υποομάδα τα απαντημένα ερωτηματολόγια που πήρατε στο Βήμα 2. Στο τέλος βγάλτε τα αθροίσματα (π.χ. πόσοι από τους 15 που συμπλήρωσαν ερωτηματολόγιο επέλεξαν την α. απάντηση της ερώτησης 1 και πόσοι τη β ή τη γ κ.λπ.).

Βήμα 4. Σύγκριση

Συμπληρώστε τους παρακάτω πίνακες «Ανάλυση αναγκών καταναλωτή» και «Ανάλυση αναγκών προμηθευτή-νοικοκυράς» μετατρέποντας τον συνολικό αριθμό προτιμήσεων που έλαβε η απάντηση, σε ποσοστό. Για να βρείτε τα ποσοστά χρησιμοποιήστε τον παρακάτω πίνακα:

Συμπληρώστε στο αρχείο excel «ΠΙΝΑΚΕΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΑΝΑΓΚΩΝ», που θα

βρείτε στο «Γραφήματα Ανάλυσης Αναγκών Χρηστών (Προμηθευτών - Πελατών)», τα ποσοστά που υπολογίσατε για τις απαντήσεις σε κάθε μια από τις κατηγορίες πελατών του Social food. Για τους Καταναλωτές ξεκινήστε να συμπληρώνετε τα κενά κελιά με πρώτο το B2 και για τους Προμηθευτές - Νοικοκυρές το B43.

Προσθέστε τα γραφήματα που δημιουργήθηκαν, σε όποια μορφή θέλετε, στις διαφάνειες 2, 3. στο αρχείο ppt «Πρότυπο_Παρουσίασης_Ανάλυσης_Social_Food_Όνομα», που θα βρείτε στο «Ενδεικτικό Πρότυπο Παρουσίασης της Ανίχνευσης των Αναγκών της Αγοράς». Το αρχείο αυτό θα πρέπει να το μετονομάσετε, με «όνομα» το όνομα της ομάδας σας.

Υπολογισμός Μεριδίου Αγοράς της Social Food

Με δεδομένο ότι η Συνολική Διαθέσιμη Αγορά είναι δυο (2) εκατομμύρια και η Δυνατή Διαθέσιμη Αγορά 1.000.000 εργαζόμενοι στη χώρα μας, υπολογίστε βάσει των ευρημάτων της έρευνάς σας το Μερίδιο Αγοράς Social Food ως εξής:

Φτιάξτε στο αρχείο ppt «Πρότυπο_Παρουσίασης_Ανάλυσης_Social_Food_Όνομα» τη διαφάνεια 4 «Μέγεθος Αγοράς» με το Μερίδιο Αγοράς Social Food που βρήκατε.

Βήμα 5. Συμπεράσματα

Χρησιμοποιήστε τα αποτελέσματα από το Βήμα 4 για να:

- γράψετε τα συμπεράσματα σας (έως 100 λέξεις) για τις ανάγκες – επιθυμίες της αγοράς.
- σχολιάστε τον ισχυρισμό της προτεινόμενης Ε.Ι ότι το Μερίδιο Αγοράς του Social Food είναι 500.000 εργαζόμενοι λαμβάνοντας υπόψη αυτό που εσείς βρήκατε.

Για το σκοπό αυτό ανοίξτε στον κειμενογράφο word ένα νέο έγγραφο και αποθηκεύστε ως «Executive_Summary_όνομα της ομάδας σας».

“Εργαλεία υλοποίησης της ανάλυσης πελατών”

Ερωτηματολόγιο Καταναλωτή

1. Φύλο;
 - a) Άνδρας
 - b) Γυναίκα
2. Ηλικία;
 - a) 25-35
 - b) 36-45
 - c) 46-55
 - d) 56-65
3. Σου αρέσει περισσότερο το έτοιμο φαγητό από το μαγειρεμένο στην καθημερινότητα σου;
 - a) Ναι
 - b) Όχι
4. Όταν λείπω αρκετές ώρες από το σπίτι ή στη δουλειά, πιο συχνά:
 - a) παίρνω από το σπίτι φαγητό σε μπολάκι
 - b) το αγοράζω
 - c) και τα δύο
5. Πόσες φορές τη βδομάδα αγοράζετε έτοιμο φαγητό;
 - a) 0
 - b) 1
 - c) 2
 - d) 3
 - e) 4
 - f) 5
6. Με τι τρόπο το παραγγέλνεις;
 - a) πηγαίνω ο ίδιος στο κατάστημα
 - b) τηλεφωνικά
 - c) online μέσω εφαρμογής
7. Συναντάς προβλήματα με το φαγητό που παραγγέλνεις;
 - a) ναι
 - b) όχι
8. Αν είχες τη δυνατότητα να επιλέξεις, ποιο είδος φαγητού θα επέλεγες να παραγγείλεις πιο συχνά;

- a) σπιτικό
 - b) έτοιμο μαγειρεμένο
 - c) πρόχειρο
9. Με πόσα περίπου χρήματα θα ήσουν ικανοποιημένος να αγοράζεις σπιτικό φαγητό;
- a) λιγότερα από 6 ευρώ
 - b) 6 -10 ευρώ
 - c) περισσότερα από 10 ευρώ
10. Θα παράγγελνες σπιτικό φαγητό μέσω μιας εφαρμογής;
- a) ναι
 - b) όχι
11. Συμφωνείς ότι πρέπει να αποφεύγουμε να πετάμε το φαγητό που μας περισσεύει;
- a) ναι
 - b) όχι

Ερωτηματολόγιο Προμηθευτή

1. Ηλικία;
 - a) 25-35
 - b) 36-45
 - c) 46-55
 - d) 56-65
2. Επάγγελμα;
 - a) Οικιακά
 - b) Ιδιωτικός υπάλληλος
 - c) Δημόσιος Υπάλληλος
 - d) Συνταξιούχος
 - e) (γράψτε το επάγγελμά σας)
3. Μαγειρεύετε καθημερινά;
 - a) Ναι
 - b) Όχι
4. Πόσες περίπου φορές την εβδομάδα σας περισσεύει φαγητό;
 - a) 0
 - b) 1
 - c) 2
 - d) 3
 - e) Περισσότερες
5. Συμφωνείτε με την άποψη ότι η σπατάλη φαγητού είναι πρόβλημα;
 - a) Συμφωνώ
 - b) Δεν συμφωνώ
6. Αξιοποιείτε το φαγητό που σας περισσεύει;
 - a) Ναι, το αξιοποιώ
 - b) Όχι, δεν το αξιοποιώ
7. Αν ναι με ποιο τρόπο;
 - a) Το τρώω την επόμενη μέρα
 - b) Το καταψύχω και το καταναλώνω μετά από κάποιες μέρες
 - c) Το δίνω σε φίλους/γείτονες/άπορους
8. Για πόσα περίπου χρήματα θα προσφέρατε μια μερίδα φαγητό που σας περισσεύει ;
 - a) Για λιγότερα από 6 ευρώ

- b) Από 6 μέχρι 10 ευρώ
 - c) Για περισσότερα από 10 ευρώ
9. Θα συνεργαζόσαστε με μια εφαρμογή που θα προσφέρει τη δυνατότητα σε χρήστες να παραγγείλουν και να αγοράσουν το φαγητό που μαγειρεύετε και σας περισεύει;
- a) Ναι
 - b) Όχι
10. Αν ναι, για ποιο λόγο;
- a) Θα ικανοποιήσω την ανάγκη κάποιων άλλων ανθρώπων.
 - b) Θα αποκτήσω ένα εισόδημα.
 - c) Θα μειώσω τη σπατάλη τροφίμων.
11. Μπορείτε άνετα να βάλετε (ανεβάσετε) μια φωτογραφία και μια περιγραφή σε ένα διαφυλλιστή web browser;
- a) Ναι
 - b) Όχι

Ανάλυση αναγκών καταναλωτή	
Ποιο είναι το ποσοστό των καταναλωτών που:	Ποσοστό
προτιμούν μαγειρευτό φαγητό στην καθημερινότητα;	
παραγγέλνουν φαγητό στη δουλειά;	
παραγγέλνουν πάνω από 3 φορές τη βδομάδα στη δουλειά;	
παραγγέλνουν φαγητό στη δουλειά τηλεφωνικά ή online;	
συναντά προβλήματα στο φαγητό που παραγγέλλει;	
αν είχε την δυνατότητα επιλογής, θα παράγγελλε σπιτικό φαγητό;	
θα ήθελε να πληρώνει για σπιτικό φαγητό που θα παραγγέλλει στη δουλειά 5-10 ευρώ;	
θα παράγγελλε μέσω μιας εφαρμογής σπιτικό φαγητό;	
πιστεύει ότι δεν πρέπει να πετάμε το φαγητό που μαγειρεύουμε;	
Ανάλυση αναγκών προμηθευτή - νοικοκυράς	
Ποιο είναι το ποσοστό των προμηθευτών-νοικοκυρών που:	Ποσοστό
μαγειρεύουν καθημερινά;	
τους περισσεύει φαγητό περισσότερο από 3 φορές τη βδομάδα;	
θεωρούν πρόβλημα τη σπατάλη φαγητού;	
δεν αξιοποιούν το φαγητό που τους περισσεύει;	
το φαγητό που τους περισσεύει το χαρίζουν;	
θα πρόσφεραν το φαγητό που τους περισσεύει για 5-10 ευρώ;	
μπορούν να ανεβάσουν φωτογραφία και περιγραφή σε διαφυλλιστή browser;	
θα συνεργάζονταν με εφαρμογή που θα πούλαγε το φαγητό που τους περισσεύει;	
θα συνεργάζονταν για να αποκτήσουν εισόδημα;	

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 7 - Φύλλο εργασίας Φάσης 2 - Α μέρους

Φάση 2 – Α μέρος

Φύλλο Εργασίας: “Κατασκοπεύω τους ανταγωνιστές”

Παιχνίδι με δωμάτια απόδρασης

Διάρκεια: Η ολοκλήρωση του σεναρίου πρέπει να γίνει σε 30’.

Οδηγίες

Ο συντονιστής παραλαμβάνει από τον εκπαιδευτικό το φύλλο εργασίας, έντυπο ή ηλεκτρονικό, γράφει τα ονόματα των συμμετεχόντων στην ομάδα μαθητών και ανοίγει τον σύνδεσμο που οδηγεί στο εικονικό δωμάτιο απόδρασης.

<https://sites.google.com/view/micro-3/home>

Αναλαμβάνει τη συμπλήρωση των απαντήσεων.

Επιλέγει μια άλλη ομάδα και δημιουργούνται ομάδες αδελφάκια για να ετερο-αξιολογήσουν το τελικό παραδοτέο.

Ακολουθεί με προσοχή τις οδηγίες που δίνονται μέσα σε κάθε δωμάτιο.

Δίνεται παράδειγμα:

Επιλέξτε την απάντησή σας. Υποβάλετε (submit).

δραστηριότητα 1

Η σωστή απάντηση στην παρακάτω ερώτηση θα σου δώσει το κλειδί για το επόμενο δωμάτιο.

Επέλεξε τη σωστή φωτογραφία, κάνε υποβολή και δες τη βαθμολογία σου.

* Required

Ποια από τις παρακάτω φωτογραφίες απεικονίζει την έννοια του “ανταγωνιστή”; *

1 point



☐ 1



☐ 2

Μετά την υποβολή της κάθε απάντησής σας ελέγχετε το αποτέλεσμα και λαμβάνετε ανάλογα το κλειδί για το επόμενο δωμάτιο.

Πρώτη κλειδαριά

Γράψε παρακάτω το κλειδί που πήρες από την προηγούμενη ερώτηση

* Required

*

1 point

Your answer

Submit

Συμπληρώνοντας το σωστό κλειδί, θα οδηγηθείτε στο επόμενο δωμάτιο

Πρώτη κλειδαριά

Total points 1/1

Γράψε παρακάτω το κλειδί που πήρες από την προηγούμενη ερώτηση

✓ *

1/1

✓

Feedback

Πάτα το σύνδεσμο για να μπεις στο δωμάτιο

↪ εδώ

Σύνθεση - Αξιολόγηση

Διάρκεια: 15΄

Οδηγίες: Ωρα για δράση. Χρησιμοποιώντας τις νέες γνώσεις που αποκτήσατε για τον ανταγωνισμό, προσπαθήστε να αποδώσετε με δημιουργικό τρόπο τη διαδικασία ανάλυσης ανταγωνισμού, είτε σε ένα τρίπτυχο κόμικ για μαθητές ([storyboardthat](#)) είτε σε μια αφίσα επεξηγήσεων και πληροφοριών για αγρότες ([infographic](#)).

Παρουσίαση της ομαδικής εργασίας στην ολομέλεια της τάξης.

Υποβάλετε την εργασία σας για αξιολόγηση. Αξιολογήστε την ομαδική σας εργασία.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 8 - Φύλλο εργασίας Φάσης 2 - Β μέρους

Φάση 2 – Β Μέρος

Φύλλο εργασίας: Σύγκριση με τον «Ανταγωνισμό»

Εισαγωγή

Ως εν δυνάμει νέοι αναλυτές μιας επιχειρηματικής ιδέας έχετε ήδη ολοκληρώσει την **"επικύρωση της προτεινόμενης επιχειρηματικής ιδέας" (Business Idea Validation)** κάνοντας μία διερεύνηση αν η επιχειρηματική ιδέα ικανοποιεί τις ανάγκες των υποψηφίων **"πελατών-χρηστών" (Customers)** που έχουν δηλωθεί . Στο δεύτερο μέρος καλείστε να συγκρίνετε την προτεινόμενη ιδέα - λύση σε σχέση με άλλες παρόμοιες εταιρικές ιδέες - λύσεις, δηλαδή με τον **"Ανταγωνισμό"**. Είναι πολύ σημαντικό να εξετάσετε αν η προτεινόμενη ιδέα διαφέρει, υπερτερεί ή μειονεκτεί σε διάφορα σημεία σε σχέση με άλλες υπάρχουσες. Εκτελέστε τα παρακάτω βήματα για να μπορέσετε να βρείτε τους ανταγωνιστές και να καταγράψετε τα προτερήματα και τα μειονεκτήματα της προτεινόμενης ιδέας σε σχέση με αυτούς.

Βήματα της φάσης 2B

Στη φάση αυτή θα πρέπει να:

- ερευνήσετε στο διαδίκτυο για παρόμοιες ιδέες – λύσεις και να συλλέξετε τις πληροφορίες που σας χρειάζονται.
- καταγράψετε τι κάνει ο καθένας, για να δείτε πού διαφοροποιείται η προτεινόμενη Ε.Ι.

Οδηγίες

- α) Προτεινόμενη διάρκεια: 2 ώρες,
- β) Κάθε μέλος της ομάδας σας θα αναλάβει έναν από τους παρακάτω ρόλους:
 - **Αναλυτής Προϊόντων** (θα μελετήσει και θα καταγράψει τα προϊόντα που διαθέτει κάθε ανταγωνιστής ξεχωριστά),
 - **Αναλυτής Τιμών** (θα μελετήσει και θα καταγράψει τον τρόπο

τιμολόγησης και πληρωμής),

- **Αναλυτής Αγοράς** (θα μελετήσει και θα καταγράψει την αγορά των ανταγωνιστών τόσο γεωγραφικά – *πού πουλάνε* - όσο και δημογραφικά – *σε ποιους πουλάνε*)
 - **Αναλυτής Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος** (θα μελετήσει και θα καταγράψει τα χαρακτηριστικά του προϊόντος-υπηρεσίας που το κάνουν να ξεχωρίζει στην αγορά ως ποιοτικότερο και πιο ικανό να ικανοποιήσει τις ανάγκες του πελάτη. Επίσης, θα καταγράψει τα πιθανόν αδύνατα σημεία του προϊόντος- υπηρεσίας).
-

Βήμα 1. Γνωριμία με τους ανταγωνιστές

Πλοηγηθείτε στους παρακάτω συνδέσμους

Προτεινόμενες Ηλεκτρονικές Διευθύνσεις Ιστοτόπων Πιθανών Ανταγωνιστών

Ανταγωνιστικές
επιχειρήσεις στο
εξωτερικό

<https://homefood.uk/>

Το HomeFood είναι μια online πλατφόρμα όπου έμπειροι ή ερασιτέχνες μάγειρες μπορούν να πουλήσουν τα πιάτα τους σε πεινασμένους Λονδρέζους.

<http://yummbier.net/en/login-host>

Στο «About as» θα βρείτε πληροφορίες για αυτή την εφαρμογή, που υποστηρίζουν ότι είναι το UBER και το AIRBNB στη διακίνηση μαγειρεμένου φαγητού στην Ουγγαρία.

	http://info.thefoodworks.com/	Το Homemade είναι μια online πλατφόρμα που διακινεί φαγητό που μαγειρεύουν ντόπιοι Chefs και μπορεί κάποιος να παραγγείλει.
	https://www.josephine.com/	Το Josephine είναι μια online πλατφόρμα στην οποία μπορείς να παραγγείλεις σε μια οικογένεια να σου ετοιμάσει το φαγητό που σου αρέσει και να περάσεις να το πάρεις ή να σου το στείλουν.
Αναλυτής Προϊόντος Τιμών Αγοράς Ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος	https://www.e-food.gr/	Το e-food είναι ο ηγέτης του online food delivery στη χώρα μας με πολλές επιλογές σε είδη και τιμές.
	https://www.delivery.gr/	Το delivery είναι μια online πλατφόρμα που δικτυώνει τα delivery εστιατόρια σε πάνω από 30 πόλεις σε όλη την Ελλάδα.
Ανταγωνιστικές επιχειρήσεις στο εξωτερικό	https://www.cookunity.com/welcome/	Το Cookunity είναι μια online πλατφόρμα που διακινεί φαγητό που μαγειρεύουν ντόπιοι Chefs και μπορεί κάποιος να παραγγείλει.
	https://www.homechef.com	Το homechef είναι online πλατφόρμα πακέτων μαγειρέματος (παραγγέλνεις – παραλαμβάνεις – ανοίγεις το

		κουτί με όλα τα απαιτούμενα υλικά και απλά τα μαγειρεύεις και απολαμβάνεις νόστιμο σπιτικό φαγητό)
	http://www.cookhomemade.com/	Το homemade είναι online πλατφόρμα πακέτων μαγειρέματος (παραγγέλνεις – παραλαμβάνεις – ανοίγεις το κουτί με όλα τα απαιτούμενα υλικά και απλά τα μαγειρεύεις και απολαμβάνεις νόστιμο σπιτικό φαγητό)
Αναλυτής Προϊόντος Τιμών Αγοράς Ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος	https://marathos.gr/	Το marathos είναι online πλατφόρμα πακέτων μαγειρέματος στη χώρα μας (παραγγέλνεις – παραλαμβάνεις – ανοίγεις το κουτί με όλα τα απαιτούμενα υλικά και απλά τα μαγειρεύεις και απολαμβάνεις νόστιμο σπιτικό φαγητό)
Αναλυτής Προϊόντος Τιμών Αγοράς Ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος	https://www.slideshare.net/opencoffee/forky-open-coffee-315	Η εφαρμογή Cookisto διακινεί φαγητό που μαγειρεύει μια νοικοκυρά και της περισσεύει. Η εφαρμογή Forky ήταν η συνέχεια του cookisto στην Ελλάδα.

	https://eatfeastly.com/	Το feastly είναι μια online πλατφόρμα που δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας κοινότητας χρηστών που τους αρέσει να δοκιμάζουν πολλές και διαφορετικές κουζίνες.	
Αναλυτής			
Προϊόντος	http://fagakifood.gr/		
Τιμών			
Αγοράς		Online	πλατφόρμες
Ανταγωνιστικού	http://www.spitikikouzina.gr/	εστιατορίων	για να
πλεονεκτήματος	https://www.greenmanh.gr/	παραγγείτε	μαγειρεμένο
		φαγητό.	
	http://mamageiremata.gr/		

Βήμα 2. Συλλογή στοιχείων

Συμπληρώστε τα παρακάτω έντυπα καταγραφής πληροφοριών για κάθε ένα ξεχωριστά από αυτούς που θεωρείτε πιθανούς ανταγωνιστές.

Αναλυτής Τιμών Ανταγωνιστικού Προϊόντος

Όνομα Εφαρμογής:

- 1 Ο ανταγωνιστής έχει ενιαία τιμή για το προϊόν του;
- 2 Αν ναι, ποια είναι;
- 3 Αν όχι, υπάρχει ελάχιστη και μέγιστη τιμή;
- 4 Διαμορφώνονται από τον προμηθευτή ή από την εφαρμογή;
- 5 Εργαζόμενους ή όχι;

6	Με ποιο ύψος εισοδήματος;
7	Με ποιες διατροφικές συνήθειες;
8	Είναι τελικές (φαγητό + μεταφορικά) ή υπάρχουν πρόσθετες χρεώσεις;
9	Αν υπάρχουν, ποιες είναι και πόσο κοστίζουν;
10	Με ποιο τρόπο γίνεται η πληρωμή (μετρητά ή κάρτα);

Αναλυτής Ανταγωνιστικού Προϊόντος

Όνομα Εφαρμογής:

1	Σπιτικό φαγητό που περισσεύει στις νοικοκυρές. (Ελληνική κουζίνα)
2	Σπιτικό φαγητό που περισσεύει στις νοικοκυρές. (Ελληνική & Διεθνής κουζίνα)
3	Μαγειρεμένο φαγητό από e-chef. (Ελληνική κουζίνα)
4	Μαγειρεμένο φαγητό από e-chef. (Ελληνική & Διεθνής κουζίνα)
5	Σπιτικό φαγητό κατόπιν παραγγελίας.
6	Μαγειρεμένο φαγητό από e-chef κατόπιν παραγγελίας.
7	Υπάρχει συγκεκριμένος κατάλογος (menu).
8	Υπάρχει συγκεκριμένος κατάλογος (menu) που ανανεώνεται ανάλογα με την εποχή.
9	Ο κατάλογος διαμορφώνεται ανάλογα με τη διαθεσιμότητα των προμηθευτών.
10	Το φαγητό πόσων ημερών είναι; (μίας ή περισσότερων)

Αναλυτής Αγοράς Ανταγωνιστή

Όνομα Εφαρμογής:

- 1 Η εφαρμογή τους καλύπτει την εθνική, τοπική ή παγκόσμια αγορά;
 - 2 Απευθύνεται περισσότερο σε άνδρες ή γυναίκες;
 - 3 Ποιας ηλικίας;
 - 4 Ποιας οικογενειακής κατάστασης;
 - 5 Εργαζόμενους ή όχι;
 - 6 Με ποιο ύψος εισοδήματος;
 - 7 Με ποιες διατροφικές συνήθειες;
-

Αναλυτής Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος

Όνομα Εφαρμογής:

- 1 Υπάρχει περιγραφή του προϊόντος από τον προμηθευτή;
 - 2 Η αξιοπιστία της διαδικασίας βασίζεται στην αξιολόγηση με βαθμολογία;
 - 3 Υπάρχουν σχόλια και κριτικές από του χρήστες;
 - 4 Καταγράψτε τα δυνατά σημεία της εφαρμογής.
 - 5 Καταγράψτε τα αδύνατα σημεία της εφαρμογής.
-

Βήμα 3. Σύγκριση

Χρησιμοποιώντας τα ευρήματα από το Βήμα 2. συμπληρώστε τον παρακάτω συγκριτικό πίνακα αποτύπωσης ανάλυσης ανταγωνισμού, για να διαπιστώσετε ποιες από τις εφαρμογές που αναλύσατε αποτελούν τους μεγαλύτερους ανταγωνιστές σας.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

	Social Food	Ανταγωνιστής 1	Ανταγωνιστής 2	Ανταγωνιστής 3
Σπιτικό φαγητό που περισσεύει στις νοικοκυρές (Ελληνική και Διεθνής κουζίνα)	√			
Ο κατάλογος διαμορφώνεται ανάλογα με τη διαθεσιμότητα των προμηθευτών.	√			
Το φαγητό είναι της ημέρας.	√			
Η τιμολόγηση γίνεται από τον προμηθευτή και δεν μπορεί να υπερβαίνει τα 8 ευρώ.	√			
Ο χρόνος από την στιγμή της παραγγελίας μέχρι να φτάσει το φαγητό στον παραλήπτη, δεν ξεπερνά τη μισή ώρα.	√			
Το κόστος του φαγητού με τα μεταφορικά δεν κυμαίνεται από 5 - 8 ευρώ.	√			
Η εφαρμογή είναι όμορφη αισθητικά, παρέχει τις πληροφορίες που χρειάζεται ο χρήστης με εύκολο και γρήγορο τρόπο, και πείθει τον καταναλωτή να αγοράσει.	√			

Ο πελάτης - αγοραστής έχει τη δυνατότητα να κάνει κριτική - σχόλια και να βαθμολογήσει τη νοικοκυρά για το φαγητό της και την εφαρμογή για την εξυπηρέτηση.

Η εφαρμογή εμφανίζεται ψηλά στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης

Υπάρχει παρουσία σε αρκετά Social Media (Facebook), διάδραση με τους χρήστες της (μηνύματα, σχόλια, κτλ.) και δημιουργία διαφημιστικών δράσεων.

Βήμα 4. Συμπεράσματα

Χρησιμοποιώντας τον «Πίνακα. Ανάλυση Ανταγωνισμού» και έχοντας ταξινομήσει με σειρά τις εφαρμογές που αναλύσατε από την πιο ανταγωνιστική στη λιγότερο, θα πρέπει να κάνετε τα παρακάτω:

- Γράψτε σύντομο σχολιασμό (50 περίπου λέξεις) στο αρχείο word «Executive_Summary_όνομα της ομάδας σας» αναφέροντας γιατί η επιχειρηματική ιδέα που εξετάζεται διαφοροποιείται ή δεν διαφοροποιείται από αυτούς σε όλα τα επίπεδα (όχι μόνο στο προϊόν). Τα συμπεράσματά σας θα βοηθήσουν να επικυρώσετε θετικά την **Πρόταση Αξίας (Value Proposition)** της προτεινόμενης επιχειρηματικής ιδέας ή να την απορρίψετε ως αδύναμη να εξελιχθεί σε επιχειρηματική ευκαιρία.
 - Συμπληρώστε στο αρχείο ppt «Πρότυπο_Παρουσίασης_Ανάλυσης_Social_Food_Όνομα» τις διαφάνειες 6, 7, 8, 9
 - Διαφάνεια 6: 1ος ανταγωνιστής: (περιγραφή)
 - Διαφάνεια 7: 2ος ανταγωνιστής: (περιγραφή)
 - Διαφάνεια 8: 3ος ανταγωνιστής: (περιγραφή)
-

-
- Διαφάνεια 9: Συγκριτικός πίνακας ανταγωνισμού.
-

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 9 - Φύλλο εργασίας Φάσης 3 - Α μέρους

Φάση 3 – Α μέρος

Φύλλο Εργασίας: “Προβλέψεις κόστους και ρευστότητας”

Οδηγίες για τον εκπαιδευτικό

Χωρίζετε τους μαθητές σε ομάδες 3 ατόμων και ορίζετε ένα συντονιστή που έχει την ευθύνη για όλη την ομάδα. Οι άλλοι δύο κατά περίπτωση αναλαμβάνουν ρόλους που τους ορίζει ο συντονιστής.

Διαμοιράζετε το φύλλο εργασίας online (e-class) ή το δίνετε εκτυπωμένο στον συντονιστή της ομάδας και οι μαθητές ξεκινούν να εργάζονται σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμα.

Οδηγίες για τον μαθητή

Ο συντονιστής παραλαμβάνει από τον εκπαιδευτικό το φύλλο εργασίας, έντυπο ή ηλεκτρονικό και ανοίγει το αρχείο docs, γράφει τα ονόματα των συμμετεχόντων στην ομάδα μαθητών και αναλαμβάνει τη συμπλήρωση των απαντήσεων.

Επιλέγει μια άλλη ομάδα και δημιουργούνται ομάδες αδελφάκια για να ετερο-αξιολογήσουν το τελικό παραδοτέο.

1^η δραστηριότητα - Εισαγωγή

Διάρκεια: 5’

Οδηγίες: Με βάση την εμπειρία σας και τις γνώσεις που έχετε αποκτήσει μέχρι τώρα, απαντήστε στο παρακάτω ερώτημα.

Ρόλοι:

Μαθητής: Συντονιστής

Μαθητής: Καταναλωτής

Μαθητής: Παραγωγός κηπευτικών

Ερώτημα 1:

Ο Μιχάλης στα 28 του χάνει τη δουλειά του στην Αθήνα και αποφασίζει να έρθει στην Ιεράπετρα γενέτειρα των γονιών του και να κάνει το όνειρο του πραγματικότητα. Θέλει να αγοράσει ένα αγροτεμάχιο και να ιδρύσει μια αγροτική επιχείρηση με 2 στρέμματα θερμοκήπιο. Έχει λίγες οικονομίες και από συζητήσεις που έκανε κατάλαβε ότι δεν είναι αρκετές για να ξεκινήσει την επιχείρηση και θα

πρέπει να δανειστεί. Το ερώτημα που τον ταλαιπωρεί μέρες τώρα είναι “Πόσα χρήματα πρέπει να δανειστώ;”

Εσείς τι λέτε ότι πρέπει να κάνει για να μάθει;

(γράφετε την απάντηση στο docs αρχείο σας)

2^η δραστηριότητα

Διάρκεια: 10΄

Οδηγίες: Παρακολουθήστε το παρακάτω video

https://www.youtube.com/watch?v=RIfvDF_oNg&feature=youtu.be

Ρόλοι:

Μαθητής: Συντονιστής Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Ερώτημα 2α: Ποιες κατηγορίες κόστους αναφέρονται στο βίντεο;

Απάντηση 2α:

Φτιάξτε στο docs αρχείο σας έναν πίνακα που να περιλαμβάνει στήλες με αυτές τις κατηγορίες κόστους.

Ερώτημα 2β: Ποιες επιμέρους δαπάνες περιλαμβάνει η κάθε κατηγορία δαπανών που αναφέρεται στο βίντεο;

Απάντηση 2β:

Στον πίνακα που φτιάξατε για την απάντηση 2, προσθέστε στις αντίστοιχες στήλες τις κατηγορίες των δαπανών που αναφέρονται στο βίντεο.

3^η δραστηριότητα

Διάρκεια: 10

Οδηγίες: Δείτε αυτή την εφαρμογή υπολογισμού κόστους παραγωγής προϊόντων.

<http://news.ari.gov.cy/apps/pricing-tool.html>

Πηγή <http://news.ari.gov.cy/pages/ariapp.html>

Πάρτε στιγμιότυπο οθόνης (screenshot) για κάθε υπολογισμό, εισάγετε τις φωτογραφίες με επικόλληση στο αρχείο docs και γράψτε κείμενο ερμηνεύοντας τα αποτελέσματα των υπολογισμών σας.

4^η δραστηριότητα

Διάρκεια: 7'

Οδηγίες: Δείτε το παρακάτω βίντεο

<https://www.youtube.com/watch?v=xhLzRVzyyIE&feature=youtu.be>

Ρόλοι:

Μαθητής: Συντονιστής Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Ερώτημα 4:

Τι είναι η ρευστότητα και για ποιους λόγους είναι χρήσιμη;

Απάντηση 4:

(την γράφετε στο docs αρχείο σας)

5^η δραστηριότητα

Διάρκεια: 5'

Οδηγίες: Δείτε ξανά την απάντηση που δώσατε στο εισαγωγικό ερώτημα.

Αναθεωρείτε κάποια σημεία; Ποια;

Ρόλοι:

Μαθητής: Συντονιστής Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Μαθητής: Ερευνητής

Ερώτημα 5

Με βάση τις απαντήσεις σας στις προηγούμενες ερωτήσεις, τι θα συμβουλευάτε κάποιον που θέλει να δημιουργήσει μια νέα επιχείρηση, σε σχέση με το κόστος παραγωγής και τη ρευστότητα; Γράψτε ένα κείμενο έως 100 λέξεις.

Απάντηση 5 (την γράφετε στο docs αρχείο σας)

Αξιολόγηση

Διάρκεια: 8'

Οδηγίες: Παρουσίαση της ομαδικής εργασίας στην ολομέλεια της τάξης.

Υποβάλετε την εργασία σας για αξιολόγηση.

Αξιολογήστε την ομαδική σας εργασία.

Αξιολογήστε την εργασία των άλλων ομάδων.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 10 - Φύλλο εργασίας Φάσης 3 - Β μέρους

Φάση 3 – Β μέρος

Φύλλο εργασίας: “Ανάλυση Μοντέλου Εσόδων - Εξόδων”

Εισαγωγή

Ως εν δυνάμει νέοι αναλυτές μιας επιχειρηματικής ιδέας έχετε ήδη ολοκληρώσει την πρώτη (Φάση 1.) και δεύτερη (Φάση 2.) φάση ανάλυσης που αφορά στην **"επικύρωση της προτεινόμενης επιχειρηματικής ιδέας" (Business Idea Validation)**, κάνοντας μία διερεύνηση αν η επιχειρηματική ιδέα ικανοποιεί τις ανάγκες των υποψηφίων **"πελατών-χρηστών" (Customers)** που έχουν δηλωθεί και μια σύγκριση της προτεινόμενης ιδέας - λύσης σε σχέση με άλλες παρόμοιες εταιρικές ιδέες - λύσεις, δηλαδή με τον **"Ανταγωνισμό" (Competitors)** αντίστοιχα. Στο τρίτο μέρος (Φάση 3.) καλείστε να ερευνήσετε την οικονομική βιωσιμότητα της επιχειρηματικής ιδέας που διερευνάτε, συντάσσοντας μια κατάσταση ταμειακών ροών. Είναι πολύ σημαντικό να εξετάσετε αν η επένδυση χρημάτων για την υλοποίηση της προτεινόμενης επιχειρηματικής ιδέας θα φέρει κέρδη ή ζημιές. Εκτελέστε τα παρακάτω βήματα για να συντάξετε την κατάσταση ταμειακών ροών και να καταλήξετε σε συμπεράσματα για το αν υπάρχουν οφέλη (Benefits per cost) ή ζημιές που προσφέρει η επιχειρηματική ιδέα που μελετάτε, και ποια/ες είναι αυτά/ές σε σχέση με τα προτεινόμενα κόστη.

Βήματα της Φάσης 3B

Στη φάση αυτή (Φάση 3.) θα πρέπει:

- Να συντάξετε μια κατάσταση ταμειακών ροών
- Να φτιάξετε την καμπύλη εσόδων εξόδων και να καταγράψετε τα οφέλη ή τις ζημιές.

Οδηγίες

- α) Προτεινόμενη διάρκεια: 1 ώρα,
- β) Κάθε μέλος της ομάδας σας θα αναλάβει έναν από τους παρακάτω ρόλους:
 - **Λογιστής Α΄** (θα φτιάξει την καμπύλη εσόδων εξόδων, θα εντοπίσει

τα οφέλη ή τις ζημιές),

- **Τραπεζίτης - Επενδυτής** (θα υπολογίσει τους τόκους του δανείου και τη μηνιαία δόση),
 - **Λογιστής Β΄** (θα συντάξει την κατάσταση ταμειακών ροών)
 - **Λογιστής Γ΄** (Βοηθός Λογιστή Β΄ στη σύνταξη της κατάστασης ταμειακών ροών)
-

Βήμα 1.

Μελέτη στοιχείων για τη σύνταξη κατάστασης ταμειακών ροών και υπολογισμός δόσης δανείου.

Μελετήστε προσεκτικά το παρακάτω σενάριο πωλήσεων και εξόδων σχετικά με την επιχειρηματική ιδέα Social_food για τα πρώτα πέντε (5) χρόνια λειτουργίας της ως επιχείρησης.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΥΝΤΑΞΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ

Τα παρακάτω στοιχεία είναι απαραίτητα για να συντάξετε την κατάσταση ταμειακών ροών της επιχειρηματικής ιδέας που μελετάτε ως αναλυτές. Η κατάσταση θα είναι σε ετήσια βάση και θα έχει βάθος πέντε ετών.

Με δεδομένο ότι το μερίδιο αγοράς της Social food είναι 500.000 εργαζόμενοι για την πρώτη χρονιά, εκτιμάται ότι η επιχείρηση θα προσελκύσει περίπου 200 πελάτες τον μήνα, που θα παραγγέλλουν φαγητό μια φορά τη βδομάδα. Το κόστος του φαγητού για τον πελάτη θα είναι στα 6 ευρώ με 2 ευρώ προμήθεια για την επιχείρηση. Με την ανάπτυξη της εφαρμογής θα ασχοληθεί ο ένας από τους δυο συνιδρυτές (Co founder) της επιχείρησης, ενώ ο άλλος θα ασχοληθεί με την προώθηση και πώληση του προϊόντος. Το μηνιαίο μικτό κόστος (μισθός + ασφάλιση) της επιχείρησης για κάθε έναν τους θα είναι στα 1600 ευρώ. Η παράδοση του φαγητού θα γίνεται από δύο διανομείς τρίωρης απασχόλησης με ωριαία αμοιβή 5 ευρώ. Η επιχείρηση θα στεγαστεί σε ενοικιαζόμενο γραφείο με μηνιαία δαπάνη 200 ευρώ και ο εξοπλισμός του θα κοστίσει 2000 ευρώ. Οι δαπάνες για τηλέφωνο, ηλεκτρικό ρεύμα, νερό και κοινόχρηστα θα είναι 250 ευρώ/μήνα. Η Νομική στήριξη που απαιτείται για την ίδρυση της εταιρείας θα κοστίσει 1500 ευρώ. Οι προωθητικές ενέργειες (διαφήμιση) θα ανέρχονται στα 400/μήνα. Τα βιβλία εσόδων εξόδων θα τηρούνται από λογιστικό

γραφείο με κόστος 150 ευρώ/μήνα. Τέλος, τα διάφορα μικροέξοδα υπολογίζονται στα 50 ευρώ/μήνα. Για να υλοποιηθεί η επιχειρηματική ιδέα και να ξεκινήσει τη λειτουργία της η επιχείρηση, απαιτείται κεφάλαιο 50.000 ευρώ το οποίο θα προέλθει από τραπεζικό δάνειο. Η αποπληρωμή του θα γίνει σε πέντε (5) χρόνια και το επιτόκιο θα είναι σταθερό 6,5%.

Τον δεύτερο χρόνο εκτιμάτε ότι η αγορά της επιχείρησης θα πενταπλασιαστεί φτάνοντας τους 1000 πελάτες, που θα παραγγέλνουν φαγητό μια φορά τη βδομάδα. Η αύξηση αυτή θα δημιουργήσει την απαίτηση αύξησης του προσωπικού διανομής από δυο (2) σε οκτώ (8) άτομα με την ίδια σύμβαση συνεργασίας που αναφέρθηκε παραπάνω.

Τον τρίτο χρόνο εκτιμάτε ότι η αγορά της επιχείρησης θα έχει αρκετά μικρότερο ρυθμό αύξησης σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά φτάνοντας μόλις τους 2000 πελάτες. Η επιχείρηση αναγκαστικά θα ζητήσει αναχρηματοδότηση μέσω δανεισμού με το ποσό των 100.000 ευρώ με μειωμένο επιτόκιο 4.3% αυτή τη φορά λόγω καλύτερης συμφωνίας. Για να αντιμετωπίσει την ύφεση στον ρυθμό αύξησης της αγοράς, θα προσλάβει και τρίτο άτομο που θα ασχοληθεί και αυτός με τις πωλήσεις με την ίδια μηνιαία δαπάνη. Επίσης θα αυξήσει το προσωπικό διανομής από οκτώ (8) σε δεκαέξι (16) άτομα με την ίδια σύμβαση συνεργασίας. Επίσης, θα προβεί και σε άλλες προωθητικές ενέργειες (διαφήμιση στην τηλεόραση) διπλασιάζοντας τη μηνιαία δαπάνη από 400 σε 800 ευρώ.

Τον τέταρτο χρόνο η προσπάθεια των επιχειρηματιών θα αποδώσει και η αγορά της επιχείρησης θα πενταπλασιαστεί φτάνοντας τους 10000 πελάτες που θα παραγγέλνουν φαγητό μια φορά τη βδομάδα και, έτσι, θα πρέπει να αυξήσει το προσωπικό διανομής από δεκαέξι (16) σε εικοσιπέντε (25) άτομα. Επίσης είναι ανάγκη να προσληφθεί ακόμη ένα άτομο στην επιχείρηση για να εξυπηρετεί τις ανάγκες υποστήριξης της εφαρμογής με τις ίδιες με τους υπόλοιπους δαπάνες. Τέλος, οι συνιδρυτές θα αυξήσουν τον μισθό τους και έτσι η δαπάνη για αυτούς θα ανέλθει στα 2200 ευρώ/μήνα.

Τον πέμπτο χρόνο η αγορά της επιχείρησης θα φτάσει τους 20000 πελάτες, που θα παραγγέλνουν φαγητό μια φορά τη βδομάδα, και οι δαπάνες θα παραμείνουν ίδιες εκτός από το προσωπικό διανομής που από τα είκοσι πέντε (25) άτομα θα εκτοξευτεί στα πενήντα (50).

Βήμα 2.

Υπολογισμός εσόδων, εξόδων, σύνταξη κατάστασης ταμειακών ροών

Στη συνέχεια ανάλογα με τους ρόλους:

Τραπεζίτης

Με τη βοήθεια των προγραμμάτων που βρίσκονται στα αρχεία Excel “Υπολογισμός Τόκων 1^{ου} Δανείου” και “Υπολογισμός Τόκων 2ου Δανείου”, υπολόγισε την ετήσια δόση των δανείων.

Προσοχή!!!

- Αποπληρωμή 1^{ου} δανείου σε 5 χρόνια
- Αποπληρωμή 2^{ου} δανείου σε 3 χρόνια
- Πληρωμή δόσεων δανείων μια φορά τον χρόνο

Λογιστής Β΄ και Γ΄

Ανοίξτε το αρχείο excel «Πίνακες ανάλυσης εσόδων και εξόδων» . Υπολογίστε τα επιμέρους έσοδα και έξοδα κάθε έτους χρησιμοποιώντας τους πίνακες υπολογισμού που βρίσκονται κάτω και στο πλάι της κατάστασης σύνταξης ταμειακών ροών.

Η κατάσταση εσόδων εξόδων είναι ήδη συμπληρωμένη; κάντε έναν τελικό έλεγχο.

Βήμα 3.

Καμπύλη εσόδων εξόδων - Συμπεράσματα

Λογιστής Α΄

1. Άνοιξε το αρχείο excel «Πίνακες ανάλυσης εσόδων και εξόδων» .
2. Στο φύλλο εργασίας «Καμπύλη εσόδων εξόδων» θα βρεις τη καμπύλη και θα τη μορφοποιήσεις.

Γράψε τα συμπεράσματά σου για τα οφέλη (Benefits per cost) ή τις ζημιές που προσφέρει η επιχειρηματική ιδέα που μελετάτε, και ποια/ες είναι αυτά/ές σε σχέση με τα προτεινόμενα κόστη.

Γράψε σύντομο σχολιασμό (50 περίπου λέξεις) στο αρχείο word «Executive_Summary_όνομα της ομάδας σας» αναφέροντας γιατί η επιχειρηματική ιδέα που εξετάζετε είναι/δεν είναι οικονομικά βιώσιμη. Τα συμπεράσματά σου θα βοηθήσουν να επικυρωθεί θετικά η Πρόταση Αξίας (Value Proposition) της

προτεινόμενης επιχειρηματικής ιδέας ή να απορριφθεί ως αδύναμη να εξελιχθεί σε επιχειρηματική ευκαιρία.

Συμπλήρωσε στο αρχείο ppt
«Πρότυπο_Παρουσίασης_Ανάλυσης_Social_Food_Όνομα» τη διαφάνεια 11
«Έσοδα».

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 11 - Φύλλο εργασίας Φάσης 4 - Α μέρους

Φάση 4 – Α μέρος

Φύλλο Εργασίας: “Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου”

Οδηγίες για τον εκπαιδευτικό

Χωρίζετε τους μαθητές σε ομάδες 3 ατόμων και ορίζετε ένα συντονιστή που έχει την ευθύνη για όλη την ομάδα. Οι άλλοι δύο κατά περίπτωση αναλαμβάνουν ρόλους που τους ορίζει ο συντονιστής.

Διαμοιράζετε το φύλλο εργασίας online ή το δίνετε εκτυπωμένο στον συντονιστή της ομάδας και οι μαθητές ξεκινούν να εργάζονται σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμα.

Οδηγίες για τον μαθητή

Ο συντονιστής παραλαμβάνει από τον εκπαιδευτικό το φύλλο εργασίας, έντυπο ή ηλεκτρονικό, γράφει τα ονόματα των συμμετεχόντων στην ομάδα μαθητών και αναλαμβάνει τη συμπλήρωση των απαντήσεων.

Επιλέγει μια άλλη ομάδα και δημιουργούνται ομάδες αδελφάκια για να ετερο-αξιολογήσουν το τελικό παραδοτέο.

Εισαγωγή

Διάρκεια: 45’

Οδηγίες: Παρακολουθήστε αυτό το βίντεο

<https://edpuzzle.com/media/5e93726609a5063f1f226852>

και σε κάθε σημείο που σταματά, ακολουθήστε τις οδηγίες που σας δίνονται.

Θα οδηγείστε στην εφαρμογή stormboard

<https://stormboard.com/invite/961294/smell370>

όπου θα πρέπει να συνδεθείτε με ID: 961294 και key: smell370

Κάθε ομάδα επιλέγει διαφορετικό χρώμα σημειώσεων (stickers) που θα χρησιμοποιεί για τις απαντήσεις της στον πίνακα stormboard.

Προσπαθήστε να δώσετε απαντήσεις στα ερωτήματα που αναφέρονται στον πίνακα, σε κάθε τμήμα του καμβά, ώστε να φτιάξετε τον δικό σας καμβά επιχειρηματικού μοντέλου για τη συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης.

Μελέτη περίπτωσης

Η ιδέα εξέλιξης της εταιρείας Μελισσοκομικός Συνεταιρισμός Κρήτης (**Smec**) και σε εξαγωγική εταιρεία, μέσα από την ανάπτυξη ενός «πιθανού» εξαγωγικού σχεδίου Marketing.

1^η δραστηριότητα - ΠΕΛΑΤΕΣ

Η **Smec** θέλει το Κρητικό μέλι να γίνει διεθνώς γνωστό και εξετάζει το ενδεχόμενο να κάνει εξαγωγές. Αρχικά έκανε έρευνα αγοράς και επέλεξε να ξεκινήσει από την αγορά των ΗΠΑ, και συγκεκριμένα τη Νέα Υόρκη, προσεγγίζοντας τρεις διαφορετικές κατηγορίες πελατών δεδομένου ότι υπάρχουν τα παρακάτω πλεονεκτήματα:

- Μεγάλο μέγεθος αγοράς.
- Πολλοί **Ελληνο-Αμερικανοί πολίτες** που θέλουν να τρέφονται με Ελληνικά προϊόντα.
- Πολλές **επιχειρήσεις εστίασης και φιλοξενίας** που ανήκουν σε Έλληνες, που θεωρούν θετικό στοιχείο της επιχείρησής τους να έχουν γνήσια Ελληνικά προϊόντα.
- Αρκετοί Ελληνο-Αμερικανοί έχουν Ελληνικά **Super Markets, e-shops**, και **αντιπροσωπείες** με ελληνικά τρόφιμα.

Ερώτηση:

Ποιες είναι οι 3 κατηγορίες πελατών στους οποίους απευθύνεται η επιχειρηματική ιδέα του **Smec**;

(οδηγίες: όταν οι συσκευασίες μελιού **Smec** φτάσουν στις ΗΠΑ, κάποιος θα το καταναλώσουν αφού πρώτα το βρουν και το αγοράσουν!!!)

2^η δραστηριότητα - ΑΞΙΑ

Οι Ελληνικές οικογένειες της Αμερικής είναι συνήθως τετραμελείς, μένουν πιστές στις παραδόσεις και διατηρούν στενές σχέσεις με την πατρίδα. Διατηρούν τά ήθη και τα έθιμα (γάμους, βαπτίσεις, γιορτές κ.λ.π) και σε ό,τι αφορά τη διατροφή τους προτιμούν να αγοράζουν με διάφορους τρόπους και να καταναλώνουν ελληνικά τρόφιμα από παραδοσιακά ελληνικά καταστήματα. Επίσης, αρκετοί επιχειρηματίες ειδών εστίασης και φιλοξενίας χρησιμοποιούν ελληνικά προϊόντα στα καταστήματά τους για να ικανοποιήσουν τις επιθυμίες αρκετών Αμερικανών που αγαπούν τη μεσογειακή διατροφή. Αυτές οι συνήθειες παρέχουν την ευκαιρία σε αρκετούς να

δραστηριοποιηθούν με την προμήθεια ειδών διατροφής (χονδρική και λιανική) σε φυσικά καταστήματα ή e-shops.

Ερώτηση:

Ποια είναι η αξία που θα προσφέρει το μέλι SMEC σε κάθε πελατειακή ομάδα;

3^η δραστηριότητα - ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

Οι τρόποι **προσέγγισης, προσέλκυσης, εξυπηρέτησης, ενημέρωσης** των μελλοντικών πελατών της εταιρείας, τόσο σε επίπεδο χονδρικής όσο και λιανικής, θα στηριχθούν σε ένα ηλεκτρονικό σύστημα που θα ενώνει μέσω μιας πλατφόρμας όλα τα κανάλια μέσα από τα οποία η επιχείρηση θα έρχεται σε επαφή με τους πελάτες της, δηλαδή το τηλέφωνο, το e-mail, τις φόρμες επικοινωνίας (έντυπες και ηλεκτρονικές), και τα κοινωνικά δίκτυα. Επίσης, θα προσφέρει ειδοποιήσεις για διαφημιστικές καμπάνιες, προσφορές πώλησης, επικοινωνία με πελάτες κλπ. Παράλληλα, θα καταγράφει κάθε πληροφορία για την επικοινωνία της επιχείρησης με τους πελάτες δίνοντας στα στελέχη της δυνατότητες παρακολούθησης της απόδοσης και της παραγωγικότητας.

Έτσι, θα έχει πάντα έναν πλήρη και ενημερωμένο κατάλογο με τα προσωπικά στοιχεία, τις πωλήσεις και τη ροή των διεργασιών που αφορούν στους πελάτες, ξεκινώντας πολύ πριν την πώληση και συνεχίζοντας μετά από αυτή με στόχο την αύξηση της κερδοφορίας της επιχείρησης.

Ερώτηση:

Που θα βασιστούν οι σχέσεις της **Smec** με τους πελάτες της;

4^η δραστηριότητα - ΚΑΝΑΛΙΑ (ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ)

Ο τρόπος επικοινωνίας που θα ακολουθήσει η **Smec**, είναι αυτός που συνήθως χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις στις ΗΠΑ και στηρίζεται συνήθως τόσο στην άμεση επαφή με τον πελάτη όσο και στην έντυπη ή ηλεκτρονική ενημέρωση. Τα μέσα που συνήθως χρησιμοποιούνται είναι οι εφημερίδες, τα περιοδικά, τα ηλεκτρονικά μέσα, τα Blogs, τα Forums και τα μέσα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.

Ερώτηση:

Με ποιους τρόπους θα επικοινωνεί η **Smec** με τους πελάτες της;

5^η δραστηριότητα - ΕΣΟΔΑ

Η **Smec** θα διαθέτει το μέλι της στις ΗΠΑ σε συσκευασίες ½, 1, 2, 5 κιλών, ενώ επίσης θα είναι διαθέσιμα προς πώληση πρόπολης, βασιλικού πολτού και γύρης. Επίσης, θα διαθέτει ατομικές συσκευασίες σε διάφορα σχέδια καθώς και συσκευασίες ανάλογα με τις επιθυμίες του πελάτη για κοινωνικές εκδηλώσεις (γάμους, βαπτίσεις).

Ερώτηση:

Από πού θα προέρχονται τα έσοδα της **Smec**;

6^η δραστηριότητα - ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ

Για να μπορέσει η επιχείρηση να προσφέρει αυτά που υποσχέθηκε στους μελλοντικούς πελάτες της, θα εκπαιδεύσει τους συνεταιρισμένους μελισσοκόμους σε σύγχρονες τεχνικές παραγωγής και θα τους επιβάλει να κάνουν βελτιώσεις στον εξοπλισμό. Επίσης θα χρησιμοποιήσει τις πιο εξελιγμένες μεθόδους συσκευασίας και προώθησης των προϊόντων της.

Ερώτηση:

Με ποιο τρόπο θα εξασφαλίσει η **Smec** ότι θα παρέχει όσα υποσχέθηκε στους πελάτες της ;

7^η δραστηριότητα - ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Έχοντας ως στόχο τη στήριξη της πρότασης αξίας η διοίκηση της **Smec** πιστεύει ότι πρέπει να επενδύσει σε ό,τι αφορά την παραγωγή ενός άριστου προϊόντος, τη συσκευασία με σύγχρονες μεθόδους, χρησιμοποιώντας τα πιο εξελιγμένα μέσα συσκευασίας και τους τρόπους με τους οποίους φτάνει στον πελάτη το προϊόν γρήγορα και με ασφάλεια. Επίσης θεωρούν πολύ σημαντικές τις γέφυρες επικοινωνίας με τον πελάτη, που θα εξασφαλίζουν την έγκαιρη ενημέρωσή του για κάθε νέο βήμα της επιχείρησης αλλά και την επίλυση κάθε προβλήματος που θα σχετίζεται με το προϊόν.

Ερώτηση:

Με ποιες βασικές δραστηριότητες θα εξασφαλίσει η **Smec** την επιτυχία της πρότασης αξίας προς τους πελάτες της;

8^η δραστηριότητα - ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

Για να λειτουργήσει καλύτερα το τμήμα εξαγωγών που πρόκειται να ιδρύσει η **Smec** και για να ελαχιστοποιηθούν οι κίνδυνοι που μπορεί να απειλήσουν το επιχειρηματικό του μοντέλο, θα φροντίσει να δημιουργηθούν άριστες σχέσεις με τους **πελάτες-προμηθευτές** της, τους **καταστηματάρχες εστίασης και φιλοξενίας**, τους **e-shoppers** αλλά και τους **συνεργάτες** της σε θέματα **προώθησης και προβολής** (μάρκετινγκ), ώστε κάθένας από αυτούς να μπορεί να επικεντρωθεί με ζήλο στη βασική του δραστηριότητα.

Ερώτηση:

Ποιοι θα βοηθήσουν τη **Smec** για να απολαμβάνουν οι Έλληνες της Νέας Υόρκης τα προϊόντα της καθημερινά;

9η δραστηριότητα - ΔΟΜΗ ΚΟΣΤΟΥΣ

Κάθε μια από τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για να φτάσει το κρητικό μέλι στη Νέα Υόρκη, θα κοστίζει στην επιχείρηση ένα ποσό, που αναμένεται να το καλύψει από την πώληση των προϊόντων της. Πιο συγκεκριμένα, θα υπάρχουν πάγια έξοδα (εξοπλισμοί, ενοίκια, μισθοί, λογαριασμοί τηλεφώνου και ίντερνετ) και έξοδα λειτουργίας (ηλεκτρικό, καύσιμα, είδη συσκευασίας, αναλώσιμα υλικά παραγωγής, μεταφορικά, ασφάλειες και λοιπές δαπάνες).

Ερώτηση:

Ποιες κατηγορίες εξόδων θα έχει η **Smec** μέχρι τα προϊόντα της να φτάσουν στα ράφια των super markets της Νέας Υόρκης;

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 12 - Φύλλο εργασίας Φάσης 4 - Β μέρους

Φάση 4 – Β μέρος

Φύλλο Εργασίας: “Σύνθεση καμβά επιχειρηματικού μοντέλου της επιχειρηματικής ιδέας Social food”

Ως εν δυνάμει νέοι αναλυτές μιας επιχειρηματικής ιδέας καλείστε να υλοποιήσετε την τελευταία φάση (Φάση 4.), που αφορά στην **"επικύρωση της προτεινόμενης επιχειρηματικής ιδέας"** (**Business Idea Validation**) δημιουργώντας το **Επιχειρηματικό Πλάνο** της (**Business plan**) με βάση τα δεδομένα που συλλέξατε και τα συμπεράσματα στα οποία καταλήξατε με τη βοήθεια του **Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου - Business Model Canvas (BMC)**. Είναι πολύ σημαντικό να δημιουργήσετε μια συνολική εικόνα που θα αποτυπώνει την επιχειρηματική λογική και στρατηγική επιβεβαιώνοντας τη δυνατότητα μετατροπής της επιχειρηματικής ιδέας σε αξιόπιστη επιχειρηματική πρόταση.

Βήματα της φάσης 4B

Στη φάση αυτή (Φάση 4.) θα πρέπει:

- Να δώσετε απαντήσεις στα ερωτήματα.
- Να συμπληρώσετε τον καμβά επιχειρηματικού μοντέλου (BMC) με συνοπτικά στοιχεία και δεδομένα.

Περισσότερες πληροφορίες και παραδείγματα μπορείτε να βρείτε στους συνδέσμους στον παρακάτω πίνακα.

Σύνδεσμος με Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου	Κωδικός Πρόσβασης	
	ID	KEY
Τι πρέπει να έχει το BMC για να είναι ελκυστικό στον επενδυτή https://stormboard.com/invite/987684/time5430	987684	time5430
Τι πρέπει να περιλαμβάνει ένας καμβάς επιχειρηματικού	987702	new11283

μοντέλου;

<https://stormboard.com/invite/987702/new11283>

Παράδειγμα BMC ταχυφαγείου

987762

fiber680

<https://stormboard.com/invite/987762/fiber680>

Παράδειγμα BMC πλατφόρμας βραχυχρόνιας μίσθωσης

987790

ice81472

<https://stormboard.com/invite/987790/ice81472>

Οδηγίες

α) Προτεινόμενη διάρκεια: 1 ώρα στο σχολείο.

β) Κάθε μέλος της ομάδας σας θα αναλάβει έναν από τους παρακάτω ρόλους:

- Αναλυτής Διαφορετικότητας (Differentiability Analyst)
 - Αναλυτής Ελκυστικότητας (Desirability Analyst)
 - Αναλυτής Εφαρμοσιμότητας (Feasibility Analyst)
 - Αναλυτής Βιωσιμότητας (Viability Analyst)
-

Βήμα 1. Στοιχείο Διαφοροποίησης

Πρόταση Αξίας (Value Proposition).

Απαντώντας στα παρακάτω ερωτήματα με βάση τα δεδομένα που συλλέξατε και τα συμπεράσματα στα οποία καταλήξατε, προσπαθήστε να συμπληρώσετε τον BMC με συνοπτικά στοιχεία και δεδομένα που θα περιγράψουν την αξία της επιχείρησης που θα προκύψει από την ιδέα Social food.

Στοιχεία και δεδομένα που θα περιγράψουν την αξία.

- Τι αξία παρέχουμε σε κάθε πελατειακή ομάδα;
 - Η προσφερόμενη αξία μας ικανοποιεί επαρκώς τις ανάγκες των πελατών μας;
 - Ποιο πρόβλημα/τα κάθε πελατειακής ομάδας βοηθάμε να λυθεί/ούν;
 - Ποιες ανάγκες κάθε πελατειακής ομάδας ικανοποιούμε;
 - Τι δέσμες προϊόντων και/ή υπηρεσιών προσφέρουμε σε κάθε πελατειακή ομάδα;
 - Γνωρίζουμε πώς αντιλαμβάνονται οι πελάτες μας την προσφερόμενη αξία μας;
-

-
- Οι ανταγωνιστές μας προτείνουν παραπλήσιες προσφερόμενες αξίες σε παρόμοιες ή και σε καλύτερες τιμές ;
 - Πόσο καλά εξυπηρετούνται οι πελάτες μας από άλλους ανταγωνιστές ;
-

Βήμα 2. Στοιχεία Ελκυστικότητας

Απαντώντας στα παρακάτω ερωτήματα με βάση τα δεδομένα που συλλέξατε και τα συμπεράσματα στα οποία καταλήξατε, προσπαθήστε να συμπληρώσετε τον BMC με συνοπτικά στοιχεία και δεδομένα που θα περιγράφουν τους πελάτες της επιχείρησης που θα προκύψει από την ιδέα Social food.

Τμήματα Αγοράς – Πελατών (Customer Segments)

- Για ποιες πελατειακές ομάδες δημιουργούμε αξία;
- Γνωρίζουμε επαρκώς τους πελάτες μας και τις ανάγκες τους;
- Ποιοι είναι οι πιο σημαντικοί μας πελάτες;
- Τι μερίδια αγοράς «Έντατικών Χρηστών» έχουμε σε κάθε ομάδα δυνητικών πελατών;
- Πώς διαφοροποιούνται δημογραφικά και ψυχογραφικά;
- Μάθετε για τις συνήθειες, ανάγκες και επιθυμίες των πελατών σας χρησιμοποιώντας τα παρακάτω έντυπα

Σχέσεις με τους Πελάτες (Customer Relationships)

- Πώς διαχειριζόμαστε την προσέγγιση, απόκτηση, εξυπηρέτηση, αύξηση και πιστότητα των πελατών;
- Πώς διασυνδέονται με τα λοιπά στοιχεία του business model;
- Πόσο δαπανηρά είναι;
- Έχουμε ξεκάθαρη Στρατηγική Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων;

Κανάλια Διανομής (Channels)

- Μέσω ποιων καναλιών επιθυμούν οι πελάτες μας να τους προσεγγίσουμε;
- Πώς τους προσεγγίζουν άλλες εταιρείες;
- Ποια κανάλια είναι πιο αποδοτικά; Με τι κόστος;
- Πώς συνδέονται με τις συνήθειες των πελατών;

Βήμα 3. Στοιχεία Εφαρμοσιμότητας

Απαντώντας στα παρακάτω ερωτήματα με βάση τα δεδομένα που συλλέξατε και τα συμπεράσματα στα οποία καταλήξατε, προσπαθήστε να συμπληρώσετε τον BMC με συνοπτικά στοιχεία και δεδομένα που θα περιγράφουν την υποδομή της επιχείρησης που θα προκύψει από την ιδέα Social food.

Κύριοι Συνεργάτες (Key Partners)

- Ποιοι είναι οι κύριοι συνεργάτες μας;
- Ποιοι είναι οι κύριοι προμηθευτές μας;
- Ποια σημαντικά μέσα αποκτούμε από συνεργάτες μας;
- Ποιες κύριες δραστηριότητες εκτελούν συνεργάτες μας;

Κύριες Δραστηριότητες (Key Activities)

- Ποιες καθοριστικές εσωτερικές εταιρικές διεργασίες απαιτούν;
- Η προτεινόμενη αξία;
- Τα κανάλια επικοινωνίας και διανομής;
- Οι ροές εσόδων;

Κύριοι Πόροι (Key Resources)

- ο Ποιους κύριους πόρους/μέσα απαιτούν;
- ο Η προτεινόμενη αξία;
- ο Τα κανάλια επικοινωνίας και διανομής;
- ο Οι πελατειακές σχέσεις;
- ο Οι ροές εσόδων;

Βήμα 4. Στοιχεία Βιωσιμότητας

Απαντώντας στα παρακάτω ερωτήματα με βάση τα δεδομένα που συλλέξατε και τα συμπεράσματα στα οποία καταλήξατε, προσπαθήστε να συμπληρώσετε τον BMC με συνοπτικά στοιχεία και δεδομένα που θα περιγράφουν τα οικονομικά δεδομένα της επιχείρησης που θα προκύψει από την ιδέα Social food.

Έσοδα (Revenue Streams)

- Για ποια παρεχόμενη αξία οι πελάτες δέχονται να πληρώσουν;
- Τι αγοράζουν και τι/πώς πληρώνουν σήμερα;
- Πώς θα προτιμούσαν να πληρώσουν;

-
- Πώς τα επιμέρους έσοδα συμβάλλουν στα συνολικά έσοδα ανά ροή εσόδου;

Κύριες Δαπάνες (Cost Structure)

- Ποια είναι τα πλέον σημαντικά κόστη του business model μας;
 - Ποια από τα απαιτούμενα μέσα είναι τα πλέον δαπανηρά;
 - Ποιες από τις απαιτούμενες εσωτερικές διεργασίες είναι οι πλέον δαπανηρές;
-

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 13 - Αναλυτική συσχέτιση δραστηριοτήτων με NCSEE & EntreComp

Η κωδικοποίηση του επιπέδου ικανότητας EntreComp βασίζεται στους σχετικούς πίνακες (περιοχή – ικανότητα – θέμα (κοινός παρονομαστής) – επίπεδο)

Δραστηριότητα	Αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα	
	Δείκτες Απόδοσης NCSEE	Επίπεδο ικανότητας EntreComp
Δραστηριότητα 0.1.1 Μέτρηση Αρχικής Επιχειρηματικής Ετοιμότητας πριν την υλοποίηση της προσέγγισης	B.15 Μπορώ να αξιολογώ προσωπικές ικανότητες B.16 Μπορώ να προσδιορίσω το επιχειρηματικό δυναμικό μου (αυτοαξιολόγηση)	R1.2.01 Μπορώ να αναγνωρίζω σε ποια πράγματα είμαι καλός και σε ποια δεν είμαι
Δραστηριότητα 0.1.2 Εισαγωγικές πληροφορίες		
Δραστηριότητα 0.1.3 Η προτεινόμενη προς αξιολόγηση επιχειρηματική ιδέα	A.01 Μπορώ να εξηγή την ανάγκη για επιχειρηματικές ανακαλύψεις A.02 Μπορώ να συζητώ τις επιχειρηματικές διαδικασίες ανακάλυψης	I3.1.01 Μπορώ να οραματίζομαι ένα επιθυμητό μέλλον.
Δραστηριότητα 0.1.4 Έγκριση ή απόρριψη του αιτήματος χρηματοδότησης	A.12 Μπορώ να αξιολογώ τους κινδύνους που σχετίζονται με την επιχείρηση	I4.1.05 Μπορώ να αναγνωρίζω τις πολλές μορφές αξίας που θα μπορούσαν να παραχθούν μέσω του επιχειρείν, όπως η κοινωνική, πολιτιστική ή οικονομική αξία.
Δραστηριότητα 0.1.5 Κριτήρια Αξιολόγησης της Ομαδικής Εργασίας	B.15 Μπορώ να αξιολογώ προσωπικές ικανότητες	R1.2.02 Μπορώ να κρίνω τα δυνατά και αδύνατα σημεία μου, καθώς και εκείνα των άλλων, σε σχέση με τις ευκαιρίες για την παραγωγή αξίας. A2.1.01 Μπορώ να διευκρινίζω ποιοι είναι οι στόχοι μου σε μια απλή δραστηριότητα που παράγει αξία.

Δραστηριότητα 0.2.1 Αρχικός προβληματισμός	<p>A.08 Μπορώ να προσδιορίζω τη σκοπιμότητα των ιδεών.</p> <p>C.04 Μπορώ να εξηγώ ευκαιρίες για τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας</p>	<p>I1.3.2 Μπορώ να εντοπίζω στο κοντινό μου περιβάλλον ανάγκες που δεν έχουν αντιμετωπιστεί.</p> <p>I1.3.3 Μπορώ να ερμηνεύσω το ότι διαφορετικές ομάδες μπορεί να έχουν διαφορετικές ανάγκες.</p> <p>I3.1.1 Μπορώ να οραματίζομαι ένα επιθυμητό μέλλον.</p> <p>I5.2.2 Μπορώ να αναγνωρίζω παραδείγματα με οικολογική συμπεριφορά εταιρειών η οποία παράγει αξία για όλη την κοινωνία.</p>
Δραστηριότητα 0.2.2 Αβεβαιότητες του επιχειρείν	A.12 Μπορώ να αξιολογώ τους κινδύνους που σχετίζονται με την επιχείρηση	<p>A3.2.2</p> <p>Μπορώ να περιγράψω τους κινδύνους που σχετίζονται με μια απλή δραστηριότητα που παράγει αξία και στην οποία συμμετέχω</p>
Δραστηριότητα 0.2.3 Ο επιχειρηματίας	B.12 Μπορώ να περιγράψω επιθυμητά επιχειρηματικά χαρακτηριστικά προσωπικότητας	I2.1.2 Μπορώ να εξερευνώ νέους τρόπους για την αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων.
Δραστηριότητα 0.2.4 Αβεβαιότητες του επιχειρείν	<p>A.09 Μπορώ να περιγράψω θέματα επιχειρηματικού σχεδιασμού</p> <p>A.10 Μπορώ να εξηγώ εργαλεία που χρησιμοποιούν οι επιχειρηματίες για τον σχεδιασμό επιχείρησης</p> <p>A.13 Μπορώ να περιγράψω χρήσιμους εξωτερικούς πόρους για τους επιχειρηματίες κατά τη διάρκεια της ανάπτυξης ιδέας?</p> <p>A.14 Μπορώ να αξιολογώ την ανάγκη για χρησιμοποίηση εξωτερικών πόρων για την ανάπτυξη ιδέας</p>	<p>I1.3.3 Μπορώ να ερμηνεύσω το ότι διαφορετικές ομάδες μπορεί να έχουν διαφορετικές ανάγκες.</p> <p>A3.1.3 Μπορώ να συζητώ τον ρόλο που διαδραματίζει η πληροφόρηση στη μείωση της αβεβαιότητας, της ασάφειας και των κινδύνων.</p>
Δραστηριότητα 0.2.5 Αβεβαιότητες του επιχειρείν	D.02 Μπορώ να εφαρμόζω αποτελεσματικά ικανότητες ακρόασης	<p>A3.3.3 Μπορώ να αξιολογώ κριτικά τους κινδύνους που συνδέονται με μια ιδέα που παράγει αξία, λαμβάνοντας υπόψη μια σειρά παραγόντων.</p> <p>R5.2.3 Μπορώ να πείθω τους άλλους παρέχοντας αποδεικτικά στοιχεία για τα επιχειρήματά μου.</p>

Δραστηριότητα 1.3.1 Αρχικές υποθέσεις		I3.1.1 Μπορώ να οραματίζομαι ένα επιθυμητό μέλλον.
Δραστηριότητα 1.3.2 Εντοπίζω τους πελάτες μιας δικτυακής πύλης		I1.3.1 Μπορώ να βρίσκω παραδείγματα ομάδων που έχουν ωφεληθεί από μια λύση σε ένα δεδομένο πρόβλημα
Δραστηριότητα 1.3.3 Η ανάγκη επικοινωνίας του επιχειρηματία με τους πελάτες		I1.3.3 Μπορώ να ερμηνεύσω το ότι διαφορετικές ομάδες μπορεί να έχουν διαφορετικές ανάγκες.
	A.02 Μπορώ να συζητώ για τις διαδικασίες επιχειρηματικών ανακάλυψεων	I2.1.2 Μπορώ να εξερευνώ νέους τρόπους για την αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων. I2.1.3 Μπορώ να πειραματίζομαι με τις δεξιότητες και τις ικανότητές μου σε καταστάσεις που είναι καινούριες για μένα. R5.3.2 Μπορώ να γνωστοποιώ πειστικά τις ιδέες της ομάδας μου σε άλλους με διάφορους τρόπους (π.χ. αφίσες, βίντεο, παιχνίδια ρόλων). R3.1.3 Μπορώ να πειραματίζομαι με διαφορετικούς συνδυασμούς πόρων για να μετατρέπω τις ιδέες μου σε πράξη A4.4.3 Μπορώ να συνεργάζομαι με διάφορα άτομα ή ομάδες.
Δραστηριότητα 1.3.4 Δημιουργία γραφικής απεικόνισης των δεδομένων και των πληροφοριών		
Δραστηριότητα 1.3.5 Ανάγκες πελατών, συλλογή δεδομένων	K.15 Μπορώ να επιλέγω πηγές πληροφοριών για την έναρξη της επιχείρησης. K.16 Μπορώ να πραγματοποιώ διερεύνηση περιβάλλοντος (συνθηκών) για να συλλέξω	I1.3.5 Μπορώ να πραγματοποιώ μια ανάλυση αναγκών εμπλέκοντας διάφορους ενδιαφερόμενους φορείς. A2.2.3 Μπορώ να καταστρώνω ένα σχέδιο δράσης το οποίο προσδιορίζει τα αναγκαία βήματα προς την επίτευξη των στόχων μου.

	πληροφορίες για την αγορά.	A4.1.3 Μπορώ να συνδυάζω διαφορετικές συνεισφορές για να παράγω αξία.
Δραστηριότητα 1.3.6 Ανάγκες πελατών, επεξεργασία δεδομένων	K.17 Μπορώ να παρακολουθώ εσωτερικά αρχεία πληροφοριών για marketing. K.18 Μπορώ να προσδιορίζω τις ανάγκες και τις απογοητεύσεις των πελατών. K.11 Μπορώ να επιδεικνύω εφαρμογές βάσεων δεδομένων. K.12 Μπορώ να επιδεικνύω εφαρμογές υπολογιστικών φύλλων.	A1.1.3 Μπορώ να αναλαμβάνω ατομική και ομαδική ευθύνη για την εκτέλεση απλών εργασιών σε δραστηριότητες που παράγουν αξία. A4.4.3 Μπορώ να συνεργάζομαι με διάφορα άτομα ή ομάδες.
Δραστηριότητα 1.3.7 Ανάγκες πελατών, Μερίδιο αγοράς	L.05 Μπορώ να προσδιορίζω την αρχική σκοπιμότητα ιδεών για προϊόντα/ υπηρεσίες	I5.3.3 Μπορώ να προσδιορίσω τον αντίκτυπο που θα προκύψει από την αξιοποίηση ευκαιριών σε μένα και την ομάδα μου, στην ομάδα-στόχο και στην περιβάλλουσα κοινότητα. A4.1.3 Μπορώ να συνδυάζω διαφορετικές συνεισφορές για να παράγω αξία.
Δραστηριότητα 1.3.8 Ανάγκες πελατών, τελικά αποτελέσματα	D.14 Μπορώ να ετοιμάζω απλές γραπτές αναφορές. K.09 Μπορώ να επιδεικνύω εφαρμογές γραφής/ δημοσίευσης. K.10 Μπορώ να επιδεικνύω εφαρμογές παρουσίασης.	R3.1.3 Μπορώ να πειραματίζομαι με διαφορετικούς συνδυασμούς πόρων για να μετατρέπω τις ιδέες μου σε πράξη.
Δραστηριότητα 2.4.1 έως 2.4.6 Εισαγωγή, Εικονικό δωμάτιο απόδρασης.	B.24 Μπορώ να χρησιμοποιώ αρχές διαχείρισης χρόνου. F.25 Μπορώ να εξηγήω την έννοια του ανταγωνισμού.	R2.1.1 Καθοδηγούμαι από τη δυνατότητα να κάνω ή να συμβάλλω σε κάτι που είναι καλό για μένα ή για τους άλλους. R2.2.2 Κινητοποιούμαι από τις προκλήσεις. R2.5.4 Μπορώ να συνεχίζω την προσπάθεια με αμείωτο ενδιαφέρον παρά τα εμπόδια. R3.3.4 Μπορώ να χρησιμοποιώ τον χρόνο μου αποτελεσματικά για την

	επίτευξη των στόχων μου.	
Δραστηριότητα 2.4.7 Ψηφιακή αφήγηση της σημασίας της ανάλυσης ανταγωνισμού	<p>F.25 Μπορώ να εξηγή την έννοια του ανταγωνισμού.</p> <p>B.27 Μπορώ να επιδεικνύω δημιουργικότητα.</p> <p>K.10 Μπορώ να επιδεικνύω εφαρμογές παρουσίασης.</p>	<p>I2.2.3 Μπορώ να πειραματίζομαι με διαφορετικές τεχνικές για να βρίσκω εναλλακτικές λύσεις σε προβλήματα, χρησιμοποιώντας αποτελεσματικά τους διαθέσιμους πόρους.</p> <p>R3.1.3 Μπορώ να πειραματίζομαι με διαφορετικούς συνδυασμούς πόρων για να μετατρέπω τις ιδέες μου σε πράξη.</p>
Δραστηριότητα 2.4.8 Έρευνα για ανταγωνιστές της επιχειρηματικής ιδέας	<p>E.11 Μπορώ να επιδεικνύω βασικές ικανότητας ιστοεξερεύνησης.</p> <p>K.16 Μπορώ να πραγματοποιώ διερεύνηση περιβάλλοντος (συνθηκών) για να συλλέξω πληροφορίες για την αγορά.</p> <p>L.16 Μπορώ να κάνω ανάλυση αγοράς</p>	<p>I 4.1.2 Μπορώ να δείξω πώς διαφορετικές ομάδες, όπως επιχειρήσεις και ιδρύματα, παράγουν αξία στην κοινότητα και το περιβάλλον μου.</p>
Δραστηριότητα 2.4.9 Ανάλυση ανταγωνισμού, Παρουσίαση αποτελεσμάτων	<p>D.14 Μπορώ να ετοιμάζω απλές γραπτές αναφορές</p> <p>K.09 Μπορώ να επιδεικνύω εφαρμογές γραφής/ δημοσίευσης.</p> <p>K.10 Μπορώ να επιδεικνύω εφαρμογές παρουσίασης.</p> <p>O.02 Μπορώ να κάνω ανάλυση ανταγωνισμού.</p>	<p>R 3.1.3 Μπορώ να πειραματίζομαι με διαφορετικούς συνδυασμούς πόρων για να μετατρέπω τις ιδέες μου σε πράξη.</p>
Δραστηριότητα 3.5.1 Αρχική υπόθεση	A.21 Μπορώ να κάνω εκτιμήσεις για την επιλογή πόρων κεφαλαίου.	<p>R4.2.1 Μπορώ να κρίνω πώς θα ξοδεύω τα χρήματά μου.</p>
Δραστηριότητα 3.5.2 Κατηγορίες Κόστους και Δαπανών	A.23 Μπορώ να αξιολογώ τα έξοδα/ έσοδα σε σχέση με πόρους.	<p>R4.1.1 Θυμάμαι τη βασική ορολογία και τα σύμβολα που σχετίζονται με χρήματα.</p>
Δραστηριότητα 3.5.3 Υπολογισμοί	F.10 Μπορώ να περιγράψω ανάλυση εσόδων/ εξόδων.	<p>R4.2.5 Μπορώ να εφαρμόζω τις έννοιες του οικονομικού σχεδιασμού και της</p>

		πρόβλεψης που χρειάζομαι για να μετατρέπω τις ιδέες σε δράση (για παράδειγμα, κέρδος ή μη-κέρδος).
Δραστηριότητα 3.5.4 Καταγραφή κατηγοριών δαπανών.	G.07 Μπορώ να περιγράψω τις δαπάνες που σχετίζονται με πίστωση.	R4.2.4 Μπορώ να κρίνω τις ανάγκες ρευστότητας μιας δραστηριότητας που παράγει αξία.
Δραστηριότητα 3.5.5 Χρήσιμες συμβουλές για νέους επιχειρηματίες.	F.10 Μπορώ να περιγράψω ανάλυση εσόδων/ εξόδων. G.07 Μπορώ να περιγράψω δαπάνες που σχετίζονται με πίστωση. D.11 Μπορώ να γράφω πληροφοριακά μηνύματα.	R3.1.3 Μπορώ να πειραματίζομαι με διαφορετικούς συνδυασμούς πόρων για να μετατρέπω τις ιδέες μου σε πράξη.
Δραστηριότητα 3.5.6 Συζήτηση	D.08 Μπορώ να κάνω προφορικές παρουσιάσεις.	
Δραστηριότητα 3.5.7 Ανάλυση οικονομικής βιωσιμότητας της επιχειρηματικής ιδέας.	O.06 Μπορώ να προβλέπω έσοδα/ πωλήσεις.	R4.2.5 Μπορώ να εφαρμόζω τις έννοιες του οικονομικού σχεδιασμού και της πρόβλεψης που χρειάζομαι για να μετατρέπω τις ιδέες σε δράση (για παράδειγμα, κέρδος ή μη-κέρδος).
Δραστηριότητα 3.5.8 Συμπεράσματα και παρουσίαση αποτελεσμάτων.	O.12 Μπορώ να αναλύω μοντέλα ρευστότητας. D.14 Μπορώ να ετοιμάζω απλές γραπτές αναφορές. K.09 Μπορώ να επιδεικνύω εφαρμογές γραφής/ δημοσίευσης. K.10 Μπορώ να επιδεικνύω εφαρμογές παρουσίασης.	R5.2.3 Μπορώ να πείθω τους άλλους παρέχοντας αποδεικτικά στοιχεία για τα επιχειρήματά μου.
Δραστηριότητα 4.6.1 έως 4.6.9 Εισαγωγή, καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου.	A.16 Μπορώ να χρησιμοποιώ στοιχεία ενός επιχειρηματικού πλάνου για να προσδιορίσω μια επιχειρηματική ιδέα.	R2.1.1 Καθοδηγούμαι από τη δυνατότητα να κάνω ή να συμβάλλω σε κάτι που είναι καλό για μένα ή για τους άλλους R2.2.2 Κινητοποιούμαι από τις προκλήσεις. R2.5.4

		Μπορώ να συνεχίζω την προσπάθεια με αμείωτο ενδιαφέρον παρά τα εμπόδια.
Δραστηριότητα 4.6.10 Επιχειρηματικό Μοντέλο Ιδέας.	Ο.09 Μπορώ να αναπτύξω ένα επιχειρηματικό πλάνο.	<p>R2.2.4</p> <p>Είμαι πρόθυμος να προσπαθώ και να αξιοποιώ πόρους για να αντιμετωπίσω τις προκλήσεις και να επιτυγχάνω τους στόχους μου (ή τους στόχους της ομάδας μου).</p> <hr/> <p>A2.3.4</p> <p>Μπορώ να καθορίζω τα βασικά στοιχεία που συνθέτουν το επιχειρηματικό μοντέλο που είναι απαραίτητο για την παραγωγή της αξίας την οποία έχω προσδιορίσει.</p>
Δραστηριότητα 5.7.1	<p>Ο.06 Μπορώ να προβλέπω έσοδα/πωλήσεις.</p> <p>I.08 Μπορώ να εξηγώ τους σκοπούς και τη σημασία της επιχειρηματικής πίστης.</p> <p>I.17 Μπορώ να εξηγώ τα κριτήρια αξιολόγησης δανεισμού που χρησιμοποιούνται από πιστωτικούς οργανισμούς.</p>	<p>R5.2.3</p> <p>Μπορώ να πείθω τους άλλους παρέχοντας αποδεικτικά στοιχεία για τα επιχειρήματά μου.</p>
Παρουσίαση των τελικών παραδοτέων στην ολομέλεια της τάξης.	<p>D.14 Μπορώ να ετοιμάζω απλές γραπτές αναφορές.</p> <p>K.09 Μπορώ να επιδεικνύω εφαρμογές γραφής/ δημοσίευσης.</p> <p>K.10 Μπορώ να επιδεικνύω εφαρμογές παρουσίασης.</p> <p>D.08 Μπορώ να κάνω προφορικές παρουσιάσεις.</p>	
Δραστηριότητα 5.7.2	B.26 Μπορώ να χρησιμοποιώ την ανατροφοδότηση για προσωπική ανάπτυξη.	<p>A2.5.1</p> <p>Μπορώ να αναγνωρίζω πόση πρόοδο έχω κάνει σε μια εργασία.</p> <hr/> <p>A2.5.2</p> <p>Μπορώ να παρακολουθώ κατά πόσο ένα έργο εκτελείται με βάση τον αρχικό σχεδιασμό.</p>

<p>Δραστηριότητα 5.7.3</p> <p>Συμπλήρωση ερωτηματολογίου ταξινόμησης.</p>	<p>B.15 Μπορώ να αξιολογώ προσωπικές ικανότητες.</p> <p>B.16 Μπορώ να προσδιορίσω το επιχειρηματικό δυναμικό μου (αυτοαξιολόγηση).</p>	<p>A5.3.2</p> <p>Μπορώ να αναστοχάζομαι πάνω στην εμπειρία της συμμετοχής μου σε δραστηριότητες που παράγουν αξία και να μαθαίνω από αυτή.</p> <hr/> <p>A5.1.5</p> <p>Μπορώ να αναστοχάζομαι πάνω στα επιτεύγματα και τις προσωρινές αποτυχίες τις δικές μου ή της ομάδας μου καθώς τα πράγματα εξελίσσονται έτσι ώστε να βελτιώνω την ικανότητά μου για την παραγωγή αξίας.</p>
<p>Δραστηριότητα 5.7.4</p> <p>Αξιολόγηση Δράσης</p>		
<p>Δραστηριότητα 5.7.5</p> <p>Μέτρηση τελικής Επιχειρηματικής Ετοιμότητας μετά την υλοποίηση της προσέγγισης.</p>	<p>B.15 Μπορώ να αξιολογώ προσωπικές ικανότητες.</p> <p>B.16 Μπορώ να προσδιορίσω το επιχειρηματικό δυναμικό μου (αυτοαξιολόγηση).</p>	<p>R 1.2.01</p> <p>Μπορώ να αναγνωρίζω σε ποια πράγματα είμαι καλός και σε ποια δεν είμαι.</p>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 14 - Συσχέτιση δραστηριοτήτων Α & Β μέρους με EntreComp

Δραστηριότητες Α μέρους φάσεων		Κοινοί παρανομαστές και επίπεδα ικανοτήτων entrecomp			
5	0.2.1	I1.3.02	I1.3.03	I3.1.01	I5.2.02
6	0.2.2	A3.2.02			
7	0.2.3	I2.1.02			
8	0.2.4	I1.3.03			
9	0.2.5	A3.1.03	A3.3.03	R5.2.03	
10	1.3.1	I3.1.01			
11	1.3.2	I1.3.01			
12	1.3.3	I1.3.03			
13	1.3.4	I2.1.02	I2.1.03	R5.3.02	R3.1.03
18	2.4.1-6	R2.1.01	R2.2.02	R2.5.04	R3.3.04
19	2.4.7	I2.2.03	R3.1.03		
22	3.5.1	R4.2.01			
23	3.5.2	R4.1.01			
24	3.5.3	R4.2.05			
25	3.5.4	R4.2.04			
26	3.5.5	R3.1.03			

30	4.6.1-9	R2.1.01	R2.2.02	R2.5.04
Δραστηριότητες B μέρους φάσεων		Κοινός παρανομαστής και επίπεδα ικανοτήτων entrecomp		
1	0.1.1	R1.2.01		
2	0.1.2	I3.1.01		
3	0.1.3	I4.1.05		
4	0.1.4	R1.2.02		A2.1.01
14	1.3.5	I1.3.05	A2.2.03	A4.1.03
15	1.3.6	A1.1.03		A4.4.03
16	1.3.7	I5.3.03		A4.1.03
17	1.3.8	R3.1.03		
20	2.4.8	I4.1.02		
21	2.4.9	R3.1.03		
28	3.5.7	R4.2.05		
29	3.5.8	R5.2.03		
31	4.6.10	R2.2.04		A2.3.04
32	5.7.1	R5.2.03		
33	5.7.2	A2.5.01		A2.5.02
34	5.7.3	A5.3.02		A5.1.05

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 15 - The National Content Standards for Entrepreneurship Education - Summary Entrepreneurial Skills

The Processes and Traits/Behaviors associated with entrepreneurial success.

A Entrepreneurial Processes

Understands concepts and processes associated with successful entrepreneurial performance

– Discovery

- A.01 Explain the need for entrepreneurial discovery
- A.02 Discuss entrepreneurial discovery processes
- A.03 Assess global trends and opportunities
- A.04 Determine opportunities for venture creation
- A.05 Assess opportunities for venture creation
- A.06 Describe idea-generation methods
- A.07 Generate venture ideas
- A.08 Determine feasibility of ideas

Concept Development

- A.09 Describe entrepreneurial planning considerations
- A.10 Explain tools used by entrepreneurs for venture planning
- A.11 Assess start-up requirements
- A.12 Assess risks associated with venture
- A.13 Describe external resources useful to entrepreneurs during concept development
- A.14 Assess the need to use external resources for concept development
- A.15 Describe strategies to protect intellectual property
- A.16 Use components of a business plan to define venture idea

Resourcing

- A.17 Distinguish between debt and equity financing for venture creation
- A.18 Describe processes used to acquire adequate financial resources for venture creation/start-up
- A.19 Select sources to finance venture creation/start-up
- A.20 Explain factors to consider in determining a venture's human-resource needs
- A.21 Describe considerations in selecting capital resources
- A.22 Acquire capital resources needed for the venture
- A.23 Assess the costs/benefits associated with resources

Actualization

- A.24 Use external resources to supplement entrepreneur's expertise
- A.25 Explain the complexity of business operations
- A.26 Evaluate risk-taking opportunities
- A.27 Explain the need for business systems and procedures
- A.28 Describe the use of operating procedures
- A.29 Explain methods/processes for organizing work flow
- A.30 Develop and/or provide product/service
- A.31 Use creativity in business activities/decisions
- A.32 Explain the impact of resource productivity on venture success
- A.33 Create processes for ongoing opportunity recognition
- A.34 Adapt to changes in business environment

Harvesting

- A.35 Explain the need for continuation planning
- A.36 Describe methods of venture harvesting
- A.37 Evaluate options for continued venture involvement
- A.38 Develop exit strategies

B Entrepreneurial Traits/Behaviors

Understands the personal traits/behaviors associated with successful entrepreneurial performance

Leadership

- B.01 Demonstrate honesty and integrity
- B.02 Demonstrate responsible behavior
- B.03 Demonstrate initiative
- B.04 Demonstrate ethical work habits
- B.05 Exhibit passion for goal attainment
- B.06 Recognize others' efforts
- B.07 Lead others using positive statements
- B.08 Develop team spirit
- B.09 Enlist others in working toward a shared vision
- B.10 Share authority, when appropriate
- B.11 Value diversity

Personal Assessment

- B.12 Describe desirable entrepreneurial personality traits
- B.13 Determine personal biases and stereotypes
- B.14 Determine interests

- B.15 Evaluate personal capabilities
- B.16 Conduct self-assessment to determine entrepreneurial potential

Personal Management

- B.17 Maintain positive attitude
- B.18 Demonstrate interest and enthusiasm
- B.19 Make decisions
- B.20 Develop an orientation to change
- B.21 Demonstrate problem-solving skills
- B.22 Assess risks
- B.23 Assume personal responsibility for decisions
- B.24 Use time-management principles
- B.25 Develop tolerance for ambiguity
- B.26 Use feedback for personal growth
- B.27 Demonstrate creativity
- B.28 Set personal goals

Ready Skills

The basic business knowledge and skills that are prerequisites or co-requisites for becoming a successful entrepreneur.

C Business Foundations

Understands fundamental business concepts that affect business decision making

Business Concepts

- C.01 Explain the role of business in society
- C.02 Describe types of business activities
- C.03 Explain types of businesses
- C.04 Explain opportunities for creating added value
- C.05 Determine issues and trends in business
- C.06 Describe crucial elements of a quality culture/continuous quality improvement
- C.07 Describe the role of management in the achievement of quality
- C.08 Explain the nature of managerial ethics
- C.09 Describe the need for and impact of ethical business practices

Business Activities Επιχειρηματικές δραστηριότητες

- C.10 Explain marketing management and its importance in a global economy
- C.11 Describe marketing functions and related activities
- C.12 Explain the nature and scope of operations management

- C.13 Explain the concept of management
- C.14 Explain the concept of financial management
- C.15 Explain the concept of human resource management
- C.16 Explain the concept of risk management
- C.17 Explain the concept of strategic management

D Communications and Interpersonal Skills

Understands concepts, strategies, and systems needed to interact effectively with others

Fundamentals of Communication

- D.01 Explain the nature of effective communications
- D.02 Apply effective listening skills
- D.03 Use proper grammar and vocabulary
- D.04 Reinforce service orientation through communication
- D.05 Explain the nature of effective verbal communications
- D.06 Address people properly
- D.07 Handle telephone calls in a businesslike manner
- D.08 Make oral presentations
- D.09 Explain the nature of written communications
- D.10 Write business letters
- D.11 Write informational messages
- D.12 Write inquiries
- D.13 Write persuasive messages
- D.14 Prepare simple written reports
- D.15 Prepare complex written reports
- D.16 Use communications technologies/systems (e.g., e-mail, faxes, voice mail, cell phones, etc.)

Staff Communications

- D.17 Follow directions
- D.18 Explain the nature of staff communication
- D.19 Give directions for completing job tasks
- D.20 Conduct staff meetings

Ethics in Communication

- D.21 Respect the privacy of others
- D.22 Explain ethical considerations in providing information

Group Working Relationships

- D.23 Treat others fairly at work

- D.24 Develop cultural sensitivity
- D.25 Foster positive working relationships
- D.26 Participate as a team member

Dealing with Conflict

- D.27 Demonstrate self control
- D.28 Show empathy for others
- D.29 Use appropriate assertiveness
- D.30 Demonstrate negotiation skills
- D.31 Handle difficult customers/clients
- D.32 Interpret business policies to customers/clients
- D.33 Handle customer/client complaints
- D.34 Explain the nature of organizational change
- D.35 Describe the nature of organizational conflict
- D.36 Explain the nature of stress management

E Digital Skills

Understands concepts and procedures needed for basic computer operations

Computer Basics

- E.01 Use basic computer terminology
- E.02 Apply basic commands of operating system software
- E.03 Employ desktop operating skills
- E.04 Determine file organization
- E.05 Demonstrate system utilities for file management
- E.06 Compress or alter files
- E.07 Use reference materials to access information
- E.08 Use menu systems
- E.09 Use control panel components
- E.10 Access data through various computer drives

Computer Applications

- E.11 Demonstrate basic search skills on the Web
- E.12 Evaluate credibility of Internet resources
- E.13 Demonstrate file management skills
- E.14 Communicate by computer
- E.15 Solve routine hardware and software problems
- E.16 Operate computer-related hardware peripherals
- E.17 Explain the nature of e-commerce

E.18 Describe the impact of the Internet on business

E.19 Develop basic website

F Economics

Understands the economic principles and concepts fundamental to entrepreneurship/small-business ownership

Basic Concepts

F.01 Distinguish between economic goods and services

F.02 Explain the factors of production

F.03 Explain the concept of scarcity

F.04 Explain the concept of opportunity costs

F.05 Describe the nature of economics and economic activities

F.06 Determine forms of economic utility created by business activities

F.07 Explain the principles of supply and demand

F.08 Describe the concept of price

Cost-Profit Relationships

F.09 Explain the concept of productivity

F.10 Describe cost/benefit analysis

F.11 Analyze the impact of specialization/division of labor on productivity

F.12 Explain the concept of organized labor and business

F.13 Explain the law of diminishing returns

F.14 Describe the concept of economies of scale

Economic Indicators/Trends

F.15 Explain measures used to analyze economic conditions

F.16 Explain the nature of the Consumer Price Index

F.17 Explain the concept of Gross Domestic Product

F.18 Determine the impact of business cycles on business activities

Economic Systems

F.19 Explain the types of economic systems

F.20 Describe the relationship between government and business

F.21 Assess impact of government actions on business ventures

F.22 Explain the concept of private enterprise

F.23 Assess factors affecting a business's profit

F.24 Determine factors affecting business risk

F.25 Explain the concept of competition

F.26 Describe types of market structures

F.27 Determine the impact of small business/entrepreneurship on market economies

International Concepts

F.28 Explain the nature of international trade

F.29 Describe small-business opportunities in international trade

F.30 Determine the impact of cultural and social environments on world trade

F.31 Explain the impact of exchange rates on trade

F.32 Evaluate influences on a nation's ability to trade

G Financial Literacy

Understands personal money-management concepts, procedures, and strategies

Money Basics

G.01 Explain forms of financial exchange (cash, credit, debit, etc.)

G.02 Describe functions of money (medium of exchange, unit of measure, store of value)

G.03 Describe the sources of income (wages/salaries, interest, rent, dividends, transfer payments, etc.)

G.04 Recognize types of currency (paper money, coins, banknotes, government bonds, treasury notes, etc.)

G.05 Read and interpret a pay stub

G.06 Explain the time value of money

G.07 Describe costs associated with credit

G.08 Explain legal responsibilities associated with use of money

G.09 Use money effectively

Financial Services

G.10 Describe services provided by financial institutions

G.11 Explain legal responsibilities of financial institutions

G.12 Explain costs associated with use of financial services

G.13 Select financial institution

G.14 Open account with financial institution

Personal Money Management

G.15 Set financial goals

G.16 Develop savings plan

G.17 Develop spending plan

G.18 Make deposits to and withdrawals from account

G.19 Complete financial instruments

- G.20 Maintain financial records
- G.21 Read and reconcile financial statements
- G.22 Correct errors with account
- G.23 Explain types of investments
- G.24 Invest money
- G.25 Develop personal budget
- G.26 Build positive credit history
- G.27 Improve/repair creditworthiness

H Professional Development

Understands concepts and strategies needed for career exploration, development, and growth

Career Planning

- H.01 Evaluate career opportunities based on current/future economy
- H.02 Analyze employer expectations in the business environment
- H.03 Explain the rights of workers
- H.04 Select and use sources of career information
- H.05 Determine tentative occupational interest
- H.06 Explain employment opportunities in entrepreneurship

Job-Seeking Skills

- H.07 Utilize job-search strategies
- H.08 Complete a job application
- H.09 Interview for a job
- H.10 Write a follow-up letter after job interviews
- H.11 Write a letter of application
- H.12 Prepare a résumé
- H.13 Describe techniques for obtaining work experience (e.g., volunteer activities, internships)
- H.14 Explain the need for ongoing education as a worker
- H.15 Explain possible advancement patterns for jobs
- H.16 Determine skills needed to enhance career progression
- H.17 Utilize resources that can contribute to professional development (e.g., trade journals/
periodicals, professional/trade associations, classes/seminars, trade shows, and mentors)
- H.18 Use networking techniques for professional growth

Business Functions

The business activities performed by entrepreneurs in managing the business.

I Financial Management

Understands the financial concepts and tools used in making business decisions

Accounting

- I.01 Explain accounting standards (GAAP)
- I.02 Prepare estimated/projected income statement
- I.03 Estimate cash-flow needs
- I.04 Prepare estimated/projected balance sheet
- I.05 Calculate financial ratios
- I.06 Determine and deposit payroll taxes
- I.07 File tax returns

Finance

- I.08 Explain the purposes and importance of obtaining business credit
- I.09 Make critical decisions regarding acceptance of bank cards
- I.10 Establish credit policies
- I.11 Develop billing and collection policies
- I.12 Describe use of credit bureaus
- I.13 Explain the nature of overhead/operating expenses
- I.14 Determine financing needed to start a business
- I.15 Determine risks associated with obtaining business credit
- I.16 Explain sources of financial assistance
- I.17 Explain loan evaluation criteria used by lending institutions
- I.18 Select sources of business loans
- I.19 Establish relationship with financial institutions
- I.20 Complete loan application process
- I.21 Determine business's value

Money Management

- I.22 Establish financial goals and objectives
- I.23 Develop and monitor budget
- I.24 Manage cash flow
- I.25 Explain the nature of capital investment
- I.26 Foster a positive financial reputation
- I.27 Implement procedures for managing debt
- I.28 Supervise/implement regular accounting procedures and financial reports

J Human Resource Management

Understands the concepts, systems, and strategies needed to acquire, motivate,

develop, and terminate staff

Organizing

- J.01 Develop a personnel organizational plan
- J.02 Develop job descriptions
- J.03 Develop compensation plan/incentive systems
- J.04 Organize work/projects for others
- J.05 Delegate responsibility for job tasks

Staffing

- J.06 Determine hiring needs
- J.07 Recruit new employees
- J.08 Screen job applications/résumés
- J.09 Interview job applicants
- J.10 Select new employees
- J.11 Negotiate new-hire's salary/pay
- J.12 Dismiss/Fire employee

Training/Development

- J.13 Orient new employees (management's role)
- J.14 Conduct training class/program
- J.15 Coach employees

Morale/Motivation

- J.16 Exhibit leadership skills
- J.17 Encourage team building
- J.18 Recognize/reward employees
- J.19 Handle employee complaints/grievances
- J.20 Ensure equitable opportunities for employees
- J.21 Build organizational culture

Assessment

- J.22 Assess employee morale
- J.23 Provide feedback on work efforts
- J.24 Assess employee performance
- J.25 Take remedial action with employee
- J.26 Conduct exit interviews

K Information Management

Understands the concepts, systems, and tools needed to access, process, maintain, evaluate, and disseminate information for business decision-making

Record keeping

- K.01 Explain the nature of business records
- K.02 Maintain record of daily financial transactions
- K.03 Record and report sales tax
- K.04 Develop payroll record keeping system
- K.05 Maintain personnel records
- K.06 Maintain customer records

Technology

- K.07 Explain ways that technology impacts business
- K.08 Use Personal Information Management/Productivity applications
- K.09 Demonstrate writing/publishing applications
- K.10 Demonstrate presentation applications
- K.11 Demonstrate database applications
- K.12 Demonstrate spreadsheet applications
- K.13 Demonstrate collaborative/groupware applications
- K.14 Determine venture's technology needs

Information Acquisition

- K.15 Select sources of business start-up information
- K.16 Conduct an environmental scan to obtain marketing information
- K.17 Monitor internal records for marketing information
- K.18 Determine underlying customer needs/frustrations

L Marketing Management

Understands the concepts, processes, and systems needed to determine and satisfy customer needs/wants/expectations, meet business goals/objectives, and create new product/service ideas

Product/Service Creation

- L.01 Explain methods to generate a product/service idea
- L.02 Generate product/service ideas
- L.03 Assess opportunities for import substitution
- L.04 Determine product/service to fill customer need
- L.05 Determine initial feasibility of product/service ideas
- L.06 Plan product/service mix
- L.07 Choose product name
- L.08 Determine unique selling proposition
- L.09 Develop strategies to position product/service

- L.10 Build brand/image
- L.11 Evaluate customer experience

Marketing-information Management

- L.12 Explain the concept of market and market identification
- L.13 Describe the role of situation analysis in the marketing-planning process
- L.14 Determine market segments
- L.15 Select target markets
- L.16 Conduct market analysis
- L.17 Explain the concept of marketing strategies
- L.18 Describe the nature of marketing planning
- L.19 Set a marketing budget
- L.20 Develop marketing plan
- L.21 Monitor and evaluate performance of marketing plan

Promotion

- L.22 Describe the elements of the promotional mix
- L.23 Calculate advertising media costs
- L.24 Select advertising media
- L.25 Prepare a promotional budget
- L.26 Develop promotional plan for a business
- L.27 Write a news release
- L.28 Obtain publicity
- L.29 Select sales-promotion options
- L.30 Write sales letters
- L.31 Manage online (www) activities
- L.32 Evaluate effectiveness of advertising

Pricing

- L.33 Calculate breakeven point
- L.34 Explain factors affecting pricing decisions
- L.35 Establish pricing objectives
- L.36 Select pricing strategies
- L.37 Set prices
- L.38 Adjust prices to maximize profitability

Selling

- L.39 Acquire product information for use in selling
- L.40 Analyze product information to identify product features and benefits

- L.41 Prepare for the sales presentation
- L.42 Establish relationship with client/customer
- L.43 Determine customer/client needs
- L.44 Determine customer's buying motives for use in selling
- L.45 Differentiate between consumer and organizational buying behavior
- L.46 Recommend specific product
- L.47 Convert customer/client objections into selling points
- L.48 Close the sale
- L.49 Demonstrate suggestion selling
- L.50 Plan follow up strategies for use in selling
- L.51 Process sales documentation
- L.52 Prospect for customers
- L.53 Plan strategies for meeting sales quotas
- L.54 Analyze sales reports
- L.55 Train staff to support sales efforts
- L.56 Analyze technology for use in the sales function
- L.57 Manage online sales process

M Operations Management

Understands the processes and systems implemented to facilitate daily business operations.

Business Systems

- M.01 Plan business layout
- M.02 Determine equipment needs
- M.03 Document business systems and procedures
- M.04 Establish operating procedures
- M.05 Develop project plans
- M.06 Analyze business processes and procedures
- M.07 Implement quality improvement techniques
- M.08 Evaluate productivity of resources
- M.09 Manage computer-based operating systems

Channel Management

- M.10 Select business location
- M.11 Select distribution channels
- M.12 Develop and implement order-fulfillment processes

Purchasing/Procurement

- M.13 Explain the buying process
- M.14 Describe the nature of buyer reputation and vendor relationships
- M.15 Establish company buying/purchasing policies
- M.16 Conduct vendor search
- M.17 Choose vendors
- M.18 Negotiate contracts with vendors
- M.19 Place orders
- M.20 Barter with vendors

Daily Operations

- M.21 Schedule staff
- M.22 Maintain inventory of products/supplies
- M.23 Organize shipping/receiving

N Risk Management

Understands the concepts, strategies, and systems that businesses implement and enforce to minimize loss

Business Risks

- N.01 Describe types of business risk
- N.02 Determine ways that small businesses protect themselves against loss
- N.03 Establish controls to prevent embezzlement/theft
- N.04 Establish and implement systems to protect customer/employee confidentiality
- N.05 Determine business's liabilities
- N.06 Explain ways to transfer risk
- N.07 Obtain insurance coverage
- N.08 Develop strategies to protect computer (digital) data
- N.09 Develop security policies and procedures
- N.10 Establish safety policies and procedures
- N.11 Protect assets from creditors
- N.12 Establish parameters for staff responsibility/authority
- N.13 Develop continuation plan

Legal Considerations

- N.14 Explain legal issues affecting businesses
- N.15 Protect intellectual property rights
- N.16 Select form of business ownership
- N.17 Obtain legal documents for business operations
- N.18 Describe the nature of businesses' reporting requirements

- N.19 Adhere to personnel regulations
- N.20 Implement workplace regulations (including OSHA, ADA)
- N.21 Develop strategies for legal/government compliance

O Strategic Management

Understands the processes, strategies, and systems needed to guide the overall business organization

Planning

- O.01 Conduct SWOT analysis
- O.02 Conduct competitive analysis
- O.03 Evaluate business acquisition options
- O.04 Develop company goals/objectives
- O.05 Develop business mission
- O.06 Forecast income/sales
- O.07 Conduct break-even analysis
- O.08 Develop action plans
- O.09 Develop business plan

Controlling

- O.10 Use budgets to control operations
- O.11 Develop expense-control plans
- O.12 Analyze cash-flow patterns
- O.13 Interpret financial statements
- O.14 Analyze operating results in relation to budget/industry
- O.15 Track performance of business plan