

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

Τόμ. 2 (2019)

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



Η Εκπαίδευση του Επιχειρηματία των Δημιουργικών Βιομηχανιών: Εφαρμόζοντας ένα Μοντέλο Επιχειρηματικής Πρόθεσης σε μαθητές Μουσικών και Καλλιτεχνικών Σχολείων στην Ελλάδα

Μαρία Χατζή

doi: [10.12681/elrie.1520](https://doi.org/10.12681/elrie.1520)

Η Εκπαίδευση του Επιχειρηματία των Δημιουργικών Βιομηχανιών: Εφαρμόζοντας ένα Μοντέλο Επιχειρηματικής Πρόθεσης σε μαθητές Μουσικών & Καλλιτεχνικών Σχολείων στην Ελλάδα

Χατζή Μαρία

xatzimaria1@gmail.com

MSc, Δ.Ε., Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Εκπαιδευτικός, Καλλιτεχνικό Γυμνάσιο Γέρακα

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η διερεύνηση των αντιλήψεων και στάσεων των μαθητών ($N=263$) λυκείου Μουσικών & Καλλιτεχνικών Σχολείων της Ελλάδας, για το ρόλο των σχολείων και των κοινοτήτων τους στην προώθηση της Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας. Συγκεκριμένα, βάσει του μοντέλου που προτάθηκε, εξετάστηκε ο βαθμός επίδρασης ορισμένων “εξωσχολικών”, “ενδοσχολικών” και “ατομικών” παραγόντων στη Δημιουργική Επιχειρηματική Πρόθεση των νέων καλλιτεχνών προς τους τομείς των Δημιουργικών Βιομηχανιών. Ως μεθοδολογικό εργαλείο επιλέχθηκε το δομημένο ερωτηματολόγιο. Για την ανάλυση των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκε η Ανάλυση Ιεραρχικής Παλινδρόμησης. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι, οι μαθητές που εκπαιδεύονται και καταρτίζονται στις τέχνες φαίνεται να κλίνουν προς τη Δημιουργική Επιχειρηματικότητα. Η περιστασιακή συμμετοχή σε Επιχειρηματικά Προγράμματα, η Προηγούμενη Επιχειρηματική Εμπειρία και η έντονη Επιθυμία για Επιχειρηματική Εκπαίδευση φαίνεται να επηρεάζουν θετικά τη Δημιουργική Επιχειρηματική τους Πρόθεση. Τα ευρήματα υπογραμμίζουν την ανάγκη χάραξης εκπαιδευτικής πολιτικής για την ένταξη και προώθηση της Επιχειρηματικής Εκπαίδευσης, προσαρμοσμένη προς τις απαιτήσεις των Δημιουργικών/Καλλιτεχνικών Κλάδων.

Λέξεις Κλειδιά: Δημιουργική Επιχειρηματικότητα, Δημιουργική Επιχειρηματική Πρόθεση, Δημιουργική Επιχειρηματική Εκπαίδευση, Μουσικά & Καλλιτεχνικά Σχολεία.

Abstract

The purpose of this study is to examine the perceptions and attitudes of pupils ($N=263$), studying at Music & Art Schools in upper secondary education in Greece, about the role of schools and their communities in promoting of Creative Entrepreneurship. Specifically, a model is tested to identify the impact of some “intraschool”, “out of school” and “personal” factors on young potential artists’ Creative Entrepreneurial Intention towards the Creative Industries. An empirical research was carried out. Data gathered from an administered questionnaire. The results of the Hierarchical Regression Analysis broadly confirm the model. Pupils, who are educated in the arts, seem to incline towards the Creative Entrepreneurship. The Entrepreneurial Education that they occasionally receive at their schools and their Prior Entrepreneurial Experience seem to have a positive effect on their Creative Entrepreneurial Intentions. Our results strongly highlight the necessity for the integration and promotion of Entrepreneurial Education in their schools, oriented towards the Creative Industries.

Keywords: Creative Entrepreneurship, Creative Entrepreneurial Intention, Creative Entrepreneurial Education, Music & Art High Schools.

1. Εισαγωγή

Στα πλαίσια της Δημιουργικής Οικονομίας, όπου η δημιουργικότητα, ο πολιτισμός, η οικονομία και η τεχνολογία αλληλεπιδρούν, αξιοποιώντας τις εικόνες, τους ήχους, τα κείμενα και τα σύμβολα, υπάρχει ένας τομέας των Βιομηχανιών που αναπτύσσεται με πρωτοφανείς ρυθμούς και σε περιόδους οικονομικής ύφεσης και μείωσης της απασχόλησης θεωρήθηκε ως ο πιο ανθεκτικός και

λιγότερο ευάλωτος τομέας της παγκόσμιας οικονομίας (Venturelli, 2005). Πρόκειται για τον τομέα των Δημιουργικών Βιομηχανιών (ΔΒ) που περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα επαγγελματικών κλάδων, οι οποίοι ταξινομούνται σε υποτομείς και κυμαίνονται από τις καλές και εφαρμοσμένες τέχνες έως το σχέδιο, τη μουσική, τις παραστατικές τέχνες, τη διαφήμιση, τις εκδόσεις, τα ΜΜΕ, την αρχιτεκτονική και τα λογισμικά ψυχαγωγίας (DCMS, 1997). Ο τομέας των ΔΒ στηρίζεται στις δραστηριότητες που προέρχονται από τη δημιουργικότητα, τις ικανότητες και το ταλέντο του ατόμου (Aggestam, 2007) και η ανάπτυξή του συμβάλλει σημαντικά στην παραγωγή πλούτου, στην ανάπτυξη της καινοτομίας (Henry, 2011), στην αύξηση της αυτό-απασχόλησης και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, μέσω της παραγωγής και εκμετάλλευσης της πνευματική ιδιοκτησίας (Bridgstock, 2011, Brown, 2007).

Οι πιο συχνές μορφές απασχόλησης στις ΔΒ είναι του ελεύθερου επαγγελματία και του αυτοαπασχολούμενου, ενώ υπάρχει ένας ιδιαίτερα υψηλός αριθμός από μικρές και ατομικές επιχειρήσεις στον τομέα της μουσικής, των παραστατικών τεχνών, του κινηματογράφου, της TV και του ραδιοφώνου (Brown, 2007). Βασικός υπεύθυνος για την ανάπτυξη των ΔΒ είναι ο Δημιουργικός Επιχειρηματίας (*Creative Entrepreneur*) (Throsby, 2001) ή ο Επιχειρηματίας των Τεχνών (*Arts Entrepreneur*) (Beckman, 2011), ο οποίος για να μπορέσει να επιβιώσει και να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητα της σταδιοδρομίας του δεν αρκεί να διαθέτει μόνο καλλιτεχνικό ταλέντο, να είναι δημιουργικός και στυλιστικά καινοτόμος (Brown, 2007), θα πρέπει να είναι εξοπλισμένος με γνώσεις, δεξιότητες και συμπεριφορές που θα τον καταστήσουν ικανό για το δημιουργικό επιχειρείν (Rae, 2007).

Το κλειδί για την απόκτηση γνώσεων, την ανάπτυξη δεξιοτήτων και τη διαμόρφωση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς είναι η επιχειρηματική εκπαίδευση, που υποστηρίζεται από τα εκπαιδευτικά ιδρύματα σε οποιαδήποτε βαθμίδα και τύπο εκπαίδευσης. Τα τελευταία χρόνια σε παγκόσμιο επίπεδο παρατηρείται μια συνεχής αύξηση της ζήτησης για την εισαγωγή επιχειρηματικών προγραμμάτων στην εκπαίδευση, προκειμένου να ικανοποιηθούν οι ανάγκες προετοιμασίας των νέων για την αγορά εργασίας (Fayolle & Klandt, 2006). Καλλιτέχνες, ελεύθεροι δημιουργικοί επαγγελματίες και φοιτητές ή μαθητές, που εκπαιδεύονται και καταρτίζονται στις τέχνες, συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο την ανάγκη να γνωρίζουν πώς λειτουργεί η αγορά του κλάδου τους, να γίνουν πιο εμπορικοί, να αναγνωρίζουν ευκαιρίες, να εκτιμούν το χρόνο τους και να εργάζονται συλλογικά προσθέτοντας αξία στις δημιουργικές τους ιδέες (Brown, 2007).

Στη διεθνή βιβλιογραφία, η εκδήλωση της επιχειρηματική συμπεριφοράς για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων προβλέπεται μέσω των επιχειρηματικών προθέσεων του ατόμου (Peterman & Kennedy, 2003) και των παραγόντων που μπορεί να την ενισχύουν ή να την εμποδίσουν (Bird, 1988). Υπάρχουν ενδείξεις ότι, η διερεύνηση των επιχειρηματικών προθέσεων των νέων κατά την περίοδο της εφηβείας, μπορεί να αποτελέσει ένα σημαντικό προβλεπτικό παράγοντα κατανόησης του αν κάποιος θα γίνει επιχειρηματίας και επομένως ένα χρήσιμο εργαλείο για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, μέσω της επιχειρηματικής εκπαίδευσης και της ανάπτυξης κατάλληλων εκπαιδευτικών επιχειρηματικών προγραμμάτων (Falck et al., 2010).

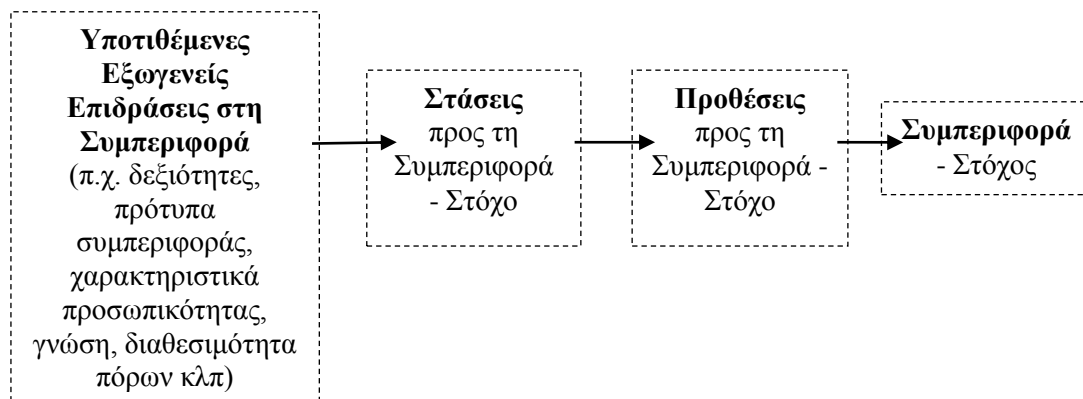
Καθώς η έρευνα σχετικά με την μελέτη των παραγόντων που επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις των νέων επικεντρώνεται κυρίως στην τριτοβάθμια εκπαίδευση κι ελάχιστα στη δευτεροβάθμια και επειδή η έρευνα για την επιχειρηματικότητα σε εκπαιδευτικά περιβάλλοντα που λαμβάνεται καλλιτεχνική εκπαίδευση και κατάρτιση είναι εξαιρετικά περιορισμένη (π.χ. Pollard & Wilson, 2013), σκοπός της παρούσας έρευνας να εξεταστούν οι στάσεις και οι αντιλήψεις των μαθητών που φοιτούν στα Μουσικά & Καλλιτεχνικά Σχολεία για το ρόλο των σχολείων και των κοινοτήτων τους στην προώθηση της Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας. Συγκεκριμένα, στόχος είναι να εξεταστεί ο βαθμός επίδρασης ορισμένων “ενδοσχολικών”, (π.χ. επιχειρηματικά προγράμματα, ηγεσία, καθηγητές), “εξωσχολικών” (π.χ. οικογένεια, φίλοι, μέντορες, social media) και “ατομικών” (π.χ. προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία) παραγόντων στη μελλοντική επιχειρηματική πρόθεση των μαθητών προς τους τομείς των ΔΒ, προκειμένου τα αποτελέσματα να αξιοποιηθούν από φορείς εκπαιδευτικής πολιτικής, στελέχη της εκπαίδευσης, εκπαιδευτικούς και

άλλους ενδιαφερόμενους για την ανάπτυξη ενός κατάλληλα διαμορφωμένου εκπαιδευτικού περιβάλλοντος που θα εντάξει στο αναλυτικό πρόγραμμά του την επιχειρηματική εκπαίδευση, προσαρμοσμένη προς την ιδιαίτερη φύση κάθε κλάδου των ΔΒ, με απώτερο σκοπό την προώθηση και ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των νέων καλλιτεχνών.

2. Επιχειρηματική Συμπεριφορά και η Θεωρία των Προθέσεων

Η επιχειρηματικότητα ως συμπεριφορά ορίζεται ως ένα σύνολο ενεργειών (*actions*) και περαιτέρω δραστηριοτήτων (*activities*) που πράττουν τα άτομα για την διερεύνηση, αναγνώριση και αξιοποίηση των ευκαιριών, μέσω της δημιουργίας και ανάπτυξης επιχειρήσεων (Bird & Schjoedt, 2009) και προβλέπεται μέσω των προθέσεων του ατόμου που επιθυμεί να ξεκινήσει μια επιχειρηματική δραστηριότητα (Peterman & Kennedy, 2003). Δηλαδή η έναρξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι μια εκ προθέσεως σχεδιασμένη συμπεριφορά, η οποία δεν συντελείται τυχαία, αλλά σκόπιμα ως αποτέλεσμα επιλογής, που σημαίνει ότι το άτομο πριν την έναρξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας έχει την πρόθεση να την πράξει (Krueger, 2007). Μάλιστα, όσο ισχυρότερη είναι η πρόθεση τόσο πιο πιθανή μπορεί να είναι η εκδήλωση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς. Επομένως, οι προθέσεις αποτελούν το πιο βασικό στοιχείο κατανόησης της διαδικασίας έναρξης επιχειρήσεων ακόμη κι αν αυτή η διαδικασία δεν παρατηρηθεί ποτέ (Ajzen, 1991).

Η πρόθεση θεωρείται ως η συνειδητή κατάσταση του νου που κατευθύνει την προσοχή, την εμπειρία και τη στάση του ατόμου προς την προσχεδιασμένη επιχειρηματική συμπεριφορά (Bird, 1988) και σύμφωνα με το βασικό μοντέλο των προθέσεων (σχήμα 1) φαίνεται να επηρεάζεται από τις προθέσεις του ατόμου για την υιοθέτησή της, οι οποίες με τη σειρά τους φαίνεται να επηρεάζονται από τους άτυπους εξωγενείς περιβαλλοντικούς παράγοντες, που αφορούν τις στάσεις και τις αντιλήψεις του ατόμου προς την επιχειρηματική συμπεριφορά (Krueger & Carsrud, 1993· Ajzen, 1987). Με άλλα λόγια, οι εξωγενείς επιδράσεις επηρεάζουν τις προθέσεις και στη συνέχεια τη συμπεριφορά έμμεσα, μέσω των αλλαγών των στάσεων (Bagozzi et al., 1989· Ajzen, 1987).



Σχήμα 1: Βασικό Μοντέλο Προθέσεων (Πηγή: Krueger & Carsrud, 1993)

Επειδή η έρευνα έχει δείξει ότι, η επιχειρηματική συμπεριφορά επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες τόσο σε ατομικό όσο και οργανωσιακό επίπεδο, στις παραγράφους που ακολουθούν παρατίθενται έρευνες που εστιάζουν σε ορισμένους από τους παράγοντες που εξετάστηκαν στην παρούσα έρευνα.

3. Ατομικοί Παράγοντες

3.1. Διαφορετικότητα του φύλου

Η επιχειρηματικότητα θεωρείται ανδρική παρά γυναικεία επιθυμητή επιλογή σταδιοδρομίας (Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010). Οι άνδρες θεωρούν ότι η δημιουργία επιχείρησης είναι το όχημα που θα τους οδηγήσει στη δημιουργία πλούτου και την οικονομική ανάπτυξη, ενώ η αφοσίωση στην οικογένεια θεωρείται πολύ πιο σημαντικό ζήτημα για τις γυναίκες (deMartino & Barbato (2003). Μελέτη σχετικά με το ενδιαφέρον των εφήβων για επιχειρηματική σταδιοδρομία έδειξε ότι, τα κορίτσια δείχνουν λιγότερο σε σχέση με τα αγόρια (Marlino & Wilson, 2003). Σε μελέτη των Betz, Heesacker & Shuttleworth (1990), οι φοιτήτριες επιλέγουν επαγγέλματα που περιγράφονται είτε ως “καλλιτεχνικά”, είτε ως “φροντίδας” (Francis, 2002), ή “κοινωνικά και συμβατικά” και λιγότερο “ρεαλιστικά” (τυπολογία Holland), εξαιτίας του υψηλού επιπέδου κοινωνικοποίησης και εν μέρει επειδή συχνά υποτιμούν τις ικανότητές τους.

3.2. Προηγούμενη Εμπειρία

Η προηγούμενη εμπειρία συνδέεται με την πρόθεση του ατόμου για την έναρξη νέων επιχειρήσεων (Boyd & Vosikis, 1994). Παρουσιάζει θετική συσχέτιση με την πιθανότητα εισόδου στις επιχειρήσεις και την αναζήτηση ευκαιριών (Davidsson & Honig, 2003). Αποκτάται μέσω α) της *εργασίας*, β) της *εκπαίδευσης* και γ) της *ίδρυσης μιας επιχείρησης* (Chung 2012, Shane, 2000). Ορισμένα άτομα που έχουν αποκτήσει *εργασιακή εμπειρία* σε τομείς των ΔΒ, ανακαλύπτουν το ταλέντο τους και μαθαίνουν πώς να εφαρμόζουν τις δεξιότητες και τη γνώση τους για την αναγνώριση ευκαιριών (Rae, 2005), την έναρξη, διαχείριση και απόκτηση των απαραίτητων πόρων που χρειάζονται για την ανάπτυξη της δικής τους επιχείρησης (Morris & Lewis, 1995), εξαιτίας του πλεονεκτήματος της προηγούμενης γνώσης και της καλής κοινωνικής δικτύωσης που απέκτησαν (Othman, Ghazali & Sung, 2006). Επίσης, η *εκπαίδευση* συμβάλλει στην προώθηση της επιχειρηματικής πρόθεσης για την εκμετάλλευση ευκαιριών (Davidson & Honing, 2003), στην ανάπτυξη επιχειρηματικών ιδεών και σχετίζεται με την επίλυση προβλημάτων, την ανακάλυψη του πώς τα πράγματα συμβαίνουν, παρέχει διαισθητικές πρακτικές, δεξιότητες και πληροφορίες, τις οποίες οι άνθρωποι χρησιμοποιούν μελλοντικά στις δικές τους επιχειρήσεις (Gibb, 1996). Τέλος, η προηγούμενη εμπειρία των ατόμων σε ζητήματα που αφορούν την *ίδρυση νεοσύστατων επιχειρήσεων (start-ups)*, έχει ισχυρή θετική επίδραση στην πρόθεση των νέων για την εκδήλωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς. Η γνώση που κατακτάται μέσω της εμπειρίας καθιστά τα άτομα περισσότερο ικανά στη μείωση του ρίσκου, καθώς «*ξέρουν τι πρέπει να πράξουν*» (Rae, 2004).

3.3. Πρότυπα Συμπεριφοράς

Πολλοί επιχειρηματίες συχνά ισχυρίζονται ότι, η απόφασή τους για την έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων επηρεάζεται από τη συμπεριφορά και τις απόψεις ορισμένων σημαντικών ανθρώπων μέσω είτε της προβολής της *προσωπικότητάς* τους και του *επιχειρηματικού παραδείγματός/προτύπου* τους (Fornahl, 2003, Akerlof & Kranton, 2000), είτε της *οικονομικής και κοινωνικής υποστήριξης* (Wang & Wong, 2004), της *καθοδήγησης* και της *συμβουλευτικής* (Nauta & Kokaly, 2001) και της διαθεσιμότητας *πηγών πληροφόρησης* ή της *εξειδικευμένης μάθησης* που προσφέρουν (Bandura, 1986). Είναι άνθρωποι επιρροής και προέρχονται συνήθως από φιλικά, οικογενειακά, εκπαιδευτικά ή εργασιακά περιβάλλοντα. Μελέτες έχουν δείξει ότι, οι *γονείς*, οι *εκπαιδευτικοί*, και οι *συνομήλικοι* έχουν ισχυρή επιρροή στην επιχειρηματική πρόθεση των μαθητών δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (do Paco et al. 2011), αφού αποτελούν ένα καλό παράδειγμα προς μίμηση (Bygrave, 1989b). Επίσης, οι *μέντορες* φαίνεται να προωθούν την επιχειρηματική κλίση των εκκολαπτόμενων επιχειρηματιών, ενισχύοντας την αυτεπάρκειά τους, μέσω της *παροχής γνώσεων και πληροφοριών* σχετικά με τον κόσμο των επιχειρήσεων, *συμβουλών* για την αποφυγή κινδύνων και λαθών, *καθοδήγησης* για την οικοδόμηση των κατάλληλων επιχειρηματικών δεξιοτήτων τους (Clutterbuck & Ragins, 2002). Βοηθούν τους νέους καλλιτέχνες να κατανοήσουν

το πολιτιστικό και οικονομικό περιβάλλον, εντός του οποίου πρόκειται να δραστηριοποιηθούν (Beckman & Cherwitz, 2009).

Συνήθως, τα πρότυπα ρόλων προέρχονται από κοινωνικά δίκτυα με τα οποία οι εν δυνάμει επιχειρηματίες έχουν συνάψει *ισχυρούς δεσμούς*, όπως είναι τα μέλη της οικογένειας, οι φίλοι, οι μέντορες ή *ασθενείς δεσμούς*, όπως είναι οι νέες σχέσεις, οι μακρινοί συγγενείς (Granovetter, 1973). Οι σχέσεις ισχυρών δεσμών είναι περισσότερο χρήσιμες, αφού παρέχουν ηθική και πρακτική υποστήριξη (π.χ. οικονομική, παροχής ανθρώπινου κεφαλαίου) καθώς και καθοδήγηση. Αντίθετα, οι σχέσεις ασθενών δεσμών παρέχουν πρόσβαση σε νέες πληροφορίες και γνώσεις για την εξερεύνηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών (Nauta & Kokaly, 2001).

3.4. Διαδίκτυο και Social Media

Το διαδίκτυο αποτελεί έναν καινοτόμο και αποτελεσματικό μέσο, για τη μελέτη του πραγματικού κόσμου της επιχειρηματικότητας. Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης όπως το Facebook, το LinkedIn, το Instagram, το YouTube κα, αποτελούν την πιο φιλική και οικονομική επιλογή για την προώθηση και πώληση προϊόντων (Berinato, 2010), για την αποτελεσματική επικοινωνία με την αγορά (Dholakia & Durham, 2010), την εύκολη πρόσβαση σε πρόσθετους πόρους υλικούς (π.χ. χρηματοδότηση) ή/και άυλους, όπως φήμη (Sarasvathy & Dew, 2008). Η Δημιουργική Οικονομία στηρίζεται κυρίως στα μέσα κοινωνικών δικτύων. Για τους επιχειρηματίες των Δημιουργικών Βιομηχανιών τα ΜΚΔ βοηθούν στην «πολιτισμική διάχυση» δηλαδή στην ανάπτυξη της πολιτισμικής συνομιλίας των δημιουργικών επιχειρηματιών με το κοινό τους (Rogers, 1983· Rae, 2007), δημιουργώντας μια άμεση αλληλεπίδραση και στενή συνεργασία μαζί του, παρέχοντας μια ανατροφοδότηση στη διαδικασία της καλλιτεχνικής δημιουργίας τους (Rae, 2007).

4. Οργανωσιακοί Παράγοντες

4.1. Επιχειρηματικό Σχολείο

Ένας οργανισμός, όπως είναι και το σχολείο, χαρακτηρίζεται επιχειρηματικός, όταν επικεντρώνεται στον πειραματισμό, στην ανάληψη ρίσκου, στην καινοτομία, λειτουργεί προνοητικά (Liu, Luo & Shi, 2002) και μεγιστοποιεί τη δυνητικότητα των ατόμων του, ώστε να επιδιώκουν αποτελεσματική επιχειρηματική συμπεριφορά, προσωπική ανάπτυξη και αυτοπραγμάτωση (Gibb, 1999). Τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, ως οντότητες μπορούν να καλλιεργήσουν και να εμψυχήσουν τον επιχειρηματικό τρόπο σκέψης και συμπεριφοράς (Bygrave, 2004). Θεωρούνται οι ιδανικότεροι χώροι καλλιέργειας της επιχειρηματικής νοοτροπίας και ενθάρρυνσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας (Autio, Keeley et al., 1997). Έρευνες υπογραμμίζουν την ανάγκη δημιουργίας ενός ευνοϊκού και υποστηρικτικού μαθησιακού περιβάλλοντος, εντός του οποίου θα ενθαρρύνεται η ανάπτυξη επιχειρηματικών ιδεών (Keat, Selvarajah & Meyer, 2011, Peterman & Kennedy, 2003).

4.2. Ηγεσία-Μετασχηματιστική

Το στυλ ηγεσίας είναι ένας σημαντικός παράγοντας προώθησης της καινοτομίας, της επιχειρηματικότητας και της στρατηγικής ανανέωσης ενός οργανισμού (Guth & Ginsberg, 1990). Έρευνες σε επίπεδο επιχειρήσεων έχουν δείξει ότι, ο μετασχηματιστικός ηγέτης μπορεί να επηρεάσει τις επιχειρηματικές συμπεριφορές των υφισταμένων, ενισχύοντας τη δημιουργικότητα και την καινοτομικότητά τους (Moriani, et al. 2011, Shin & Zhou, 2003), μέσω είτε της ανάπτυξης ενός κοινού οράματος και μηχανισμών για την ανακάλυψη νέων ευκαιριών (Eyal & Kark, 2004), είτε της συμβουλευτικής και της καθοδήγησης (π.χ. εξατομικευμένης υποστήριξης), ή της ενθάρρυνσης της αυτοπεποίθησής τους, ώστε να σκέφτονται με νέους τρόπους (π.χ. πνευματική υποκίνηση). Παρόλο που ο μετασχηματιστικός ηγέτης έχει την ικανότητα να διαμορφώνει το κατάλληλο περιβάλλον και να καθορίζει τις πιο ευνοϊκές συνθήκες διαχείρισης για επιχειρηματικούς ακτιβισμούς και τη γέννηση καινοτόμων ιδεών, έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο δημοτικών σχολείων έδειξε ότι, οι μετασχηματιστικοί ηγέτες παρουσιάζουν υψηλή

προνοητικότητα και μέτρια καινοτομικότητα. Αυτό το αποτέλεσμα οδηγεί στο συμπέρασμα ότι, πιθανόν οι μετασηματιστικοί ηγέτες στα σχολικά περιβάλλοντα προωθούν περισσότερο την επιχειρηματική κουλτούρα «δοκιμής και πλάνης», μια κουλτούρα που δεν επιτρέπει και τόσο την υποστήριξη των ριζοσπαστικών αλλαγών (Eyal & Kark, 2004).

4.3. Διαθέσιμοι Πόροι

Ένα σχολείο, για να είναι επιχειρηματικά προσανατολισμένο, χρειάζεται να διαθέτει τους απαραίτητους πόρους (υλικούς και ανθρώπινους) και τις κατάλληλες υποδομές, ώστε να μπορεί να αναπτύξει τις καινοτόμες δράσεις του. Η διαθεσιμότητα των πόρων, συνήθως, ενθαρρύνει τον πειραματισμό και ενισχύει τη συμπεριφορά ανάληψης ρίσκου (Burgelman & Sayles, 1986). Η διαθεσιμότητα χρόνου, που αναφέρεται στην επάρκεια του χρόνου για να εργαστεί κανείς, για την ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών και την εφαρμογή των project θεωρείται στη βιβλιογραφία ένας από τους σημαντικότερους πόρους (Brazeal, 1993, Kuratko et al., 1990). Σύμφωνα με έρευνα, η έλλειψη πόρων αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που μπορεί να εμποδίσει την ανάπτυξη επιχειρηματικών προγραμμάτων στα σχολεία του Χονγκ Κονγκ (Cheung, 2008).

4.4. Επιχειρηματικοί Εκπαιδευτικοί

Στο σχολείο, οι εκπαιδευτικοί με προσανατολισμό προς την επιχειρηματικότητα, θα πρέπει να είναι εξοπλισμένοι με εκείνες τις δεξιότητες που θα τους καταστήσουν πιο επιχειρηματικούς (EC, 2012), ώστε να εμπνέουν και να κινητοποιούν τους μαθητές τους. Θα πρέπει να αναγνωρίζουν τις προθέσεις των μαθητών τους, να κατανοούν πως οι πεποιθήσεις, οι αντιλήψεις και τα κίνητρα ενσταλάζονται στις προθέσεις για την έναρξη μιας επιχείρησης και να προσπαθούν να τις αλλάξουν ή να τις ενισχύσουν. Η έρευνα έχει δείξει ότι, η διδασκαλία, που παρέχουν και συνδέεται με τον πραγματικό κόσμο της επιχειρηματικότητας μπορεί είτε να ενισχύει την επιχειρηματική αυτεπάρκεια των δυνητικών επιχειρηματιών, είτε να μειώσει την αντιλαμβανόμενη επιθυμητότητα για την έναρξη μιας επιχείρησης (Kueger & Carsrud, 1993).

4.5. Επιχειρηματικά Εκπαιδευτικά Προγράμματα

Η επιχειρηματική εκπαίδευση και τα επιχειρηματικά εκπαιδευτικά προγράμματα αποτελούν ένα σημαντικό προβλεπτικό παράγοντα της επιχειρηματικής πρόθεσης των νέων (Keat et al., 2011· Luthje & Franke, 2003·Henderson & Robertson, 2000) και της επιχειρηματικότητας ως επιλογή σταδιοδρομίας (Henderson & Robertson, 2000). Η συμμετοχή σε επιχειρηματικά εκπαιδευτικά προγράμματα μπορεί να συνεισφέρει στην ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων και στην καλλιέργεια της επιχειρηματικής νοοτροπίας (do Paco et al. 2011). Κι ενώ η επιχειρηματική εκπαίδευση στις περισσότερες μελέτες φαίνεται να ενισχύει θετικά την προδιάθεση των νέων για τη δημιουργία επιχειρήσεων (Byabashaija & Katono, 2011, Dutta et al., 2011), υπάρχουν και άλλες (Oosterbeek et al., 2010, Fuchs, Werner & Wallau, 2008) που δείχνουν ότι, μάλλον την αποδυναμώνουν. Αυτή η αρνητική στάση μπορεί να οφείλεται κυρίως στην αναποτελεσματικότητα των προγραμμάτων ή στο ότι οι φοιτητές θα πρέπει να αφιερώσουν περισσότερο χρόνο και προσπάθεια αναλογικά με τα οφέλη που θα αποκομίσουν παρακολουθώντας τα, ή τέλος, στο μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων μαθητών ανά ομάδα εργασίας, γεγονός που εμποδίζει την επικοινωνιακή ενεργό συμμετοχή τους, με αποτέλεσμα τελικά οι συμμετέχοντες να αδιαφορούν (Oosterbeek et al., 2010).

5. Μεθοδολογία

Στην παρούσα έρευνα συμμετείχαν συνολικά 263 μαθητές που φοιτούν και στις τρεις τάξεις του λυκείου Μουσικών & Καλλιτεχνικών Σχολείων. Σε αυτού του τύπου σχολεία εκτός από τα μαθήματα γενικής παιδείας διδάσκονται και επιπλέον μαθήματα ειδίκευσης που αφορούν τη μουσική, τα εικαστικά, το θέατρο/κινηματογράφο και το χορό με σκοπό την εκπαίδευση και κατάρτιση των νέων, που επιθυμούν να ακολουθήσουν επαγγελματική κατεύθυνση σε κάποια από

τις παραπάνω τέχνες (Ιδρυτικοί Νόμοι 1824/1988 και 1497/2003). Το δείγμα είναι τυχαίο και αντιπροσωπευτικό. Η έρευνα διεξήχθη το Μάρτιο του 2015.

Ως μεθοδολογικό εργαλείο επιλέχθηκε το δομημένο ερωτηματολόγιο που αποτελείται από 93 προτάσεις κλειστού τύπου, καταχωρημένες σε 9 θεματικούς άξονες (κλίμακες/μεταβλητές). Ορισμένες κλίμακες αποτελούνται από υποκλίμακες. Κάθε κλίμακα ή υποκλίμακα αποτελείται από 3 έως 14 προτάσεις βαθμολογημένες με την κλίμακα τύπου Likert των 5 σημείων. Ορισμένες κλίμακες μέτρησης υιοθετήθηκαν από εμπειρικές μελέτες της διεθνούς βιβλιογραφίας και προσαρμόστηκαν για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης, και άλλες δημιουργήθηκαν μετά από ενδελεχή επισκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας.

Έτσι, αναπτύχθηκε το μοντέλο της έρευνας, στον πιν. 1, στον οποίο οι παράγοντες ομαδοποιήθηκαν σε “εξωσχολικούς”, οι οποίοι συνδέονται με το κοινωνικό περιβάλλον των μαθητών και αναφέρονται στην υποστήριξη ή την καθοδήγηση, που αντιλαμβάνεται το άτομο, ότι θα έχει από την οικογένεια, τους φίλους/συνομήλικους, τους μέντορες/επιχειρηματίες, εκπαιδευτικούς εκτός σχολικού πλαισίου ή τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στην περίπτωση που λάβει την απόφαση να ακολουθήσει τη σταδιοδρομία του επαγγελματία καλλιτέχνη. Η επόμενη ομάδα παραγόντων αφορά τους “ενδοσχολικούς”, οι οποίοι αναφέρονται σε εκείνους που μπορούν να εμφυσήσουν τον επιχειρηματικό τρόπο σκέψης και συμπεριφοράς, παροτρύνουν τις επιχειρηματικές δράσεις και διασφαλίζουν μια συνεχή ροή καινοτομίας και δημιουργικότητας. Τέλος, ακολουθούν οι “ατομικοί” παράγοντες και οι μεταβλητές ελέγχου που αφορούν τα δημογραφικά των μαθητών. Η εξαρτημένη μεταβλητή είναι η “δημιουργική επιχειρηματική πρόθεση”.

Πίνακας 1: Το Μοντέλο της Έρευνας

Ανεξάρτητες Μεταβλητές		Εξαρτημένη Μεταβλητή
A. “Εξωσχολικοί” Παράγοντες	Υποθέσεις	
1. Υποστήριξη Οικογένειας (ΥΟ)	H ₁ →	
2. Υποστήριξη Φίλων, Συνομήλικων (ΥΦ)	H ₂ →	
3. Υποστήριξη Εκπαιδευτικών εκτός σχολικού πλαισίου (ΥΕ)	H ₃ →	
4. Υποστήριξη Μεντόρων/Επιχειρηματιών Δ.Β./Καλλιτεχνών (ΥΜ)	H ₄ →	
5. Υποστήριξη Internet / Social Media (ΥΜΚΔ&Ι)	H ₅ →	
B. “Ενδοσχολικοί” Παράγοντες		Δημιουργική Επιχειρηματική Πρόθεση (ΔΕΠ)
1. Επιχειρηματικό Σχολείο (ΕΣ)	H ₆ →	
2. Μετασχηματιστική Ηγεσία (ΜΗ)	H ₇ →	
3. Επιχειρηματικοί Εκπαιδευτικοί (δεξιότητες) (ΕΕ)	H ₈ →	
4. Επιχειρηματικά Προγράμματα και το περιεχόμενό τους (ΕΠ)	H ₉ →	
5. Υλικοί Πόροι / Εξοπλισμός Σχολείου (Π/Ε)	H ₁₀ →	
Γ. “Ατομικοί” Παράγοντες		
1. Προηγούμενη Επιχειρηματική Εμπειρία (ΠΕΕ)	H ₁₁ →	
2. Επιθυμία για Μάθημα Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας (ΜΔΕ)	H ₁₂ →	
Δημογραφικά Χαρακτηριστικά*	H _{α-Ηζ} →	

*ΔΧ: Φύλο, Τάξη, Σχολείο, Κατ/νση Φοίτησης, Φοίτηση σε Ιδιωτικές Σχολές Τέχνης, Επίπεδο Εκπαίδευσης Γονέων, Επαγγελματική Ιδιότητα Γονέων, Απασχόληση γονέων σε τομείς των ΔΒ

Έτσι, βάση του μοντέλου της έρευνας θεωρούμε ότι, οι εξωσχολικοί, οι ενδοσχολικοί και οι ατομικοί παράγοντες προβλέπουν την επιχειρηματική προς τις τέχνες πρόθεση των μαθητών λυκείου που φοιτούν σε μουσικά και καλλιτεχνικά σχολεία.

Πριν τη χορήγηση και τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε πιλοτική έρευνα στην οποία συμμετείχαν 20 μαθητές της γ' γυμνασίου του Καλλιτεχνικού Σχολείου Γέρακα. Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα SPSS v21.

Για τον έλεγχο της εγκυρότητας και αξιοπιστίας των κλιμάκων διεξήχθη διερευνητική ανάλυση παραγόντων (*factor analysis*) και ελέγχθηκε ο βαθμός αξιοπιστίας τους (Cronbach α). Για τον έλεγχο των υποθέσεων χρησιμοποιήθηκαν τα κριτήρια χ^2 , T-test για δυο ανεξάρτητα δείγματα, ANOVA, ο έλεγχος συνάφειας *Pearson r* ενώ για τον έλεγχο του ποσοστού διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής έτσι, όπως ερμηνεύεται από τις ανεξάρτητες μεταβλητές έγινε με την Ανάλυση Ιεραρχικής Παλινδρόμησης (*Hierarchical Regression*).

6. Ανάλυση και Αποτελέσματα

Από το σύνολο των 263 μαθητών του δείγματος οι 148 (56,27%) προέρχονται από τα Μουσικά Σχολεία Παλλήνης, Ιλίου, Πειραιά του νομού Αττικής, και οι 115 (43,73%) από το Καλλιτεχνικό Σχολείο του Γέρακα. Επίσης, οι 177 είναι κορίτσια και οι 86 αγόρια, όπου οι 68 (25,9%) φοιτούν στην Α' Λυκείου, οι 95 (36,1%) στη Β', και οι 100 (38%) στη Γ'. Επίσης, το 56,3% του συνόλου των μαθητών του δείγματος, φοιτά σε Μουσικά Σχολεία με κατεύθυνση τη μουσική, ενώ το 43,7% στο Καλλιτεχνικό Σχολείο, από το οποίο το 18,6% (49) φοιτά στην κατεύθυνση του Θεάτρου/Κινηματογράφου, το 15,2% (40) των Εικαστικών και το 9,9% (26) στην κατεύθυνση του χορού. Ο έλεγχος ανεξαρτησίας μεταξύ του Φύλου και της Κατεύθυνσης Σπουδών δείχνει ότι, τα κορίτσια σε σχέση με τα αγόρια επιλέγουν περισσότερο τις σπουδές σε κλάδους των ΔΒ με τα κορίτσια που φοιτούν στις κατευθύνσεις της μουσικής και του χορού να παρουσιάζουν τις μεγαλύτερες διαφορές ποσοστών συγκριτικά με τα αγόρια που φοιτούν στις αντίστοιχες κατευθύνσεις σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ($\chi^2(3) = 12,02, p = 0,00 < 0,05$). Επιπλέον, από το σύνολο των μαθητών του δείγματος, οι 166 παρακολουθούν μαθήματα τέχνης σε ιδιωτικές σχολές, όπου οι 96 σε ωδεία, οι 25 σε θεατρικές σχολές, οι 22 σε κάποια σχολή σχεδίου και οι 23 σε σχολές χορού. Από τον έλεγχο στατιστικής σημαντικότητας των διαφορών των ποσοστών ($\chi^2(3) = 11,5, p = 0,00 < 0,05$). Από τους 72 (27,4%) του συνόλου των ερωτηθέντων μαθητών του δείγματος ($N = 263$) που απάντησαν ότι, οι γονείς τους εργάζονται σε τομείς των Δ. Β., οι 29 δηλώνουν πως ο πατέρας, ή η μητέρα, ή και οι δυο γονείς εργάζονται στη μουσική βιομηχανία, οι 11 στη βιομηχανία εικαστικών τεχνών και σχεδίου, οι 8 στη βιομηχανία θεάτρου και κινηματογράφου, οι 6 στη βιομηχανία του τύπου και των εκδόσεων, οι 8 απασχολούνται στη χειροτεχνία κοκ. Οι ηλικίες των μαθητών κυμαίνονται από 16 έως 18 ετών με μέση τιμή 16,7 και τυπική απόκλιση 0,9 έτη.

Από τον έλεγχο των υποθέσεων ως προς τα δημογραφικά χαρακτηριστικά με βάση το κριτήριο T-test για δυο ανεξάρτητα δείγματα τα αποτελέσματα έδειξαν ότι, τα αγόρια και τα κορίτσια ($M_A = 3,45$ και $M_K = 3,43$) κλίνουν το ίδιο προς τη Δημιουργική Επιχειρηματικότητα σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ($F = 0,66, t\text{-value} = 0,17, p = 0,85 > \alpha = 0,05$). Οι μαθητές των Καλλιτεχνικών Σχολείων ($M_{KS} = 3,56$) σε σχέση με τους μαθητές των Μουσικών ($M_{MS} = 3,35$) παρουσιάζουν υψηλότερο μέσο όρο Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ($p = 0,03 < \alpha = 0,05$). Επίσης, υψηλότερο μέσο όρο Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας παρουσιάζουν οι μαθητές που παρακολουθούν μαθήματα σε ιδιωτικές σχολές ($M_{\text{vau}} = 3,59$) σε σχέση με εκείνους που δεν παρακολουθούν ($M_{\text{οχι}} = 3,18$) σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ($F = 0,5, t\text{-value} = -3,94, p = 0,000 < \alpha$). Τα αποτελέσματα του ελέγχου των διαφορών των μέσων όρων της Δημιουργικής Επιχειρηματικής Πρόθεσης ως προς την Απασχόληση των γονέων σε τομείς των Δημιουργικών Βιομηχανιών, έδειξαν ότι, οι μαθητές των οποίων οι γονείς απασχολούνται στον τομέα των ΔΒ σημειώνουν υψηλότερο μέσο όρο ($M = 3,62$) απ' ό, τι εκείνοι των οποίων οι γονείς τους δεν απασχολούνται ($M = 3,37$) σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας

($F= 3,96$, $t\text{-value}=-2,036$, $p=0,044 < \alpha=0,05$). Τέλος, από την ανάλυση διακύμανσης βάσει του κριτηρίου ANOVA τα αποτελέσματα έδειξαν ότι, υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά στους ΜΟ της Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας (ΔΕ) των μαθητών στις τρεις τάξεις του λυκείου ($F= 3,33$, $p=0,03 < \alpha$). Στη συνέχεια, χρησιμοποιώντας το κριτήριο (LSD) πολλαπλών συγκρίσεων (post-hoc), προκειμένου να εξετάσουμε ποια από τις τρεις τάξεις του λυκείου διαφοροποιούν το μέσο όρο της ΔΕΠ των μαθητών και καταλήξαμε στο πόρισμα ότι, οι μαθητές της Α' ($M_{A'\Lambda}=3,65$) κλίνουν περισσότερο προς τη Δ.Ε. σε σχέση με τους μαθητές της Γ' ($M_{\Gamma'\Lambda}=3,33$) σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ($p=0,01 < \alpha$).

Επειδή στη διεθνή βιβλιογραφία φαίνεται ότι, η επιχειρηματική πρόθεση επηρεάζεται από την Προηγούμενη Επιχειρηματική Εμπειρία επιχειρήσαμε με το κριτήριο T-test για να ελέγξουμε τη διαφορά των μέσων όρων της προηγούμενης επιχειρηματικής εμπειρίας μεταξύ των μαθητών που φοιτούν στα Μουσικά και Καλλιτεχνικά Σχολεία. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι, οι μαθητές των Μουσικών σχολείων ($M_{M\Sigma}=3,52$) σε σχέση με τους μαθητές των Καλλιτεχνικών ($M_{K\Sigma}=3,18$) παρουσιάζουν υψηλότερο μέσο όρο επιχειρηματικής εμπειρίας σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ($p=0,00 < \alpha=0,05$). Επιπλέον, οι μαθητές που παρακολουθούν καλλιτεχνικά μαθήματα σε Ιδιωτικές Σχολές παρουσιάζουν υψηλότερο μέσο όρο ($M_{\text{vau}\Sigma}=3,50$) Προηγούμενης Επιχειρηματικής Εμπειρίας και σχέση με τους μαθητές που δεν παρακολουθούν ($M_{\text{oχι}\Sigma}=3,15$) σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ($F=2,67$, $t\text{-value}=-393$, $p=0,00 < \alpha$).

Από τον έλεγχο συνάφειας (*Pearson r*) μεταξύ της εξαρτημένης μεταβλητής με τις ανεξάρτητες (πίνακας 2) φαίνεται πως την πιο ισχυρή συσχέτιση θετικής κατεύθυνσης με την **Δημιουργικής Επιχειρηματικής Πρόθεσης** έχει η *Επιθυμία για Μάθημα Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας* ($r=.56$, $p < .01$) και ακολουθούν η *Προηγούμενη Επιχειρηματική Εμπειρία* ($r=.34$, $p < .01$), τα *Επιχειρηματικά Προγράμματα* και το *Περιεχόμενο τους* ($r=.26$, $p < .01$).

Πίνακας 2: Μέσοι όροι, τυπικές αποκλίσεις και οι συνάφειες μεταξύ της εξαρτημένης και των ανεξάρτητων μεταβλητών ($N=263$)

Μεταβλητές	M	SD	ΔΕΠ	ΕΣ	ΜΗ	ΕΕ	Π/Ε	ΕΠ	ΜΔΕ	ΠΕΕ	ΥΟ	ΥΦ	ΥΕ	ΥΜ	ΥΙ
ΔΕΠ	3,44	,82	1												
ΕΣ	3,29	,58	,05	1											
ΜΗ	2,92	,61	,10	,56**	1										
ΕΕ	3,43	,63	,08	,53**	,38**	1									
Π/Ε	2,72	1,00	-,05	,43**	,22**	,35**	1								
ΕΠ	3,37	,71	,26**	,52**	,29**	,58**	,32**	1							
ΜΔΕ	4,01	,77	,56**	,05	,13*	,11	-,11	,28**	1						
ΠΕΕ	3,37	,81	,34**	,31**	,26**	,24**	,15**	,32**	,29**	1					
ΥΟ	4,38	,94	,21*	,12*	,17*	,08	,05	,13*	,18**	,11	1				
ΥΦ	4,40	,75	,26**	-,01	,05	,06	-,01	,10	,24**	,09	,38**	1			
ΥΕ	3,86	,91	,10	,26**	,25**	,40**	,14*	,28**	,11	,09	,18**	,30**	1		
ΥΜ	3,78	,88	,27**	,07	,16*	,15**	-,08	,17**	,31**	,24**	,20**	,21**	,27**	1	
ΥΜΚΔ/Ι	3,87	1,01	,25**	-,04	-,07	-,00	,33	,06	,22**	,09	,06	,23**	,21**	,38**	1

Υποσημείωση: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Επίσης, από τις ανεξάρτητες μεταβλητές που συνδέονται με τους εξωσχολικούς παράγοντες, φαίνεται πως εκείνη που παρουσιάζει την πιο ισχυρή συνάφεια θετικής κατεύθυνσης σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας με την εξαρτημένη μας μεταβλητή είναι εκείνη της *Υποστήριξης του Μέντορα/Επιχειρηματία των Τεχνών* ($r=.278$, $p < .001$). Η επόμενη στατιστικώς σημαντική σε ένταση συνάφεια είναι εκείνη της *Υποστήριξης των Φίλων* ($r=.262$, $p < .001$) και ακολουθούν της *Υποστήριξης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης* ($r=.252$, $p < .001$) και της *Υποστήριξης των Γονέων* ($r=.215$, $p < .001$).

Αξίζει να εξετάσουμε και ορισμένες άλλες συνάφειες μεταξύ των ανεξάρτητων μεταβλητών μεταξύ τους. Συγκεκριμένα, το **Επιχειρηματικό Σχολείο** σχετίζεται θετικά με τη *Μετασχηματιστική Ηγεσία* ($r=.56, p<.001$), με τις *Επιχειρηματικές δεξιότητες των Εκπαιδευτικών* ($r=.53, p<.001$), τους *Υλικούς Πόρους* τους ($r=.43, p<.001$), τα *Επιχειρηματικά προς τις Τέχνες Προγράμματα* και το *Περιεχόμενό τους* ($r=.52, p<.001$) και την *Προηγούμενη Επιχειρηματική Εμπειρία* ($r=.31, p<.001$). Επίσης, ενδιαφέρον παρουσιάζει και η στατιστικώς σημαντική συνάφεια ανάμεσα στα **Επιχειρηματικά Προγράμματα και το Περιεχόμενό τους** με την *Επιθυμία για Μάθημα Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας* ($r=.28, p<.001$) και την *Προηγούμενη Επιχειρηματική Εμπειρία* ($r=.32, p<.001$). Στατιστικώς σημαντική είναι και η συνάφεια θετικής κατεύθυνσης ανάμεσα στην **Επιθυμία για Μάθημα Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας** με την *Υποστήριξη του Μέντορα* ($r=.31, p<.001$) και της *Προηγούμενης Επιχειρηματικής Εμπειρίας* ($r=.29, p<.001$).

Στη συνέχεια, **προχωρήσαμε στην Ιεραρχική Ανάλυση Παλινδρόμησης**, όπου εκτιμήσαμε την εξαρτημένη μεταβλητή από τις ανεξάρτητες ταυτόχρονα. Αρχικά στην εξίσωση εισήχθησαν οι “εξωσχολικοί” παράγοντες. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι παράγοντες που εξηγούν τη ΔΕΠ είναι οι *μέντορες* ($\beta=.17, p<.01$), οι *φίλοι* ($\beta=.15, p<.05$), το *internet* & τα *ΜΚΔ* ($\beta=.14, p<.01$) με ποσοστό διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής της τάξεως 14% ($F=8,93, p<.001$). Στη συνέχεια, όταν στο μοντέλο εισήχθησαν και οι “ενδοσχολικοί” παράγοντες, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι, οι παράγοντες που εμφάνισαν στατιστικώς σημαντική συσχέτιση με τη ΔΕΠ ήταν από τους μεν “εξωσχολικούς” οι *φίλοι* ($\beta=.14, p<.05$) και το *internet* & *ΜΚΔ* ($\beta=.17, p<.01$), τους δε “ενδοσχολικούς” τα *επιχειρηματικά προγράμματα με το περιεχόμενό τους* ($\beta=.30, p<.001$), οι οποίοι συνολικά εξηγούν το 21% της συνολικής διακύμανσης της ΔΕΠ των μαθητών ($F=6,96, p<.001$). Η μεταβολή που επήλθε στο συντελεστή προσδιορισμού R^2 είναι στατιστικώς σημαντική ($\Delta R^2=.06, p<.001$). Το δεύτερο μοντέλο έχει καλύτερη επεξηγηματική για την εξαρτημένη μεταβλητή από ό, τι το πρώτο.

Τέλος όταν στην εξίσωση εισήχθησαν και οι “ατομικοί” παράγοντες τότε κανένας από τους εξωσχολικούς παράγοντες δεν εμφάνιζε στατιστικώς σημαντική συσχέτιση με την ΔΕΠ. Αντίθετα, από τους ενδοσχολικούς μόνο τα Δημιουργικά Επιχειρηματικά Προγράμματα ($\beta=.13, p<.05$), και από τους ατομικούς η *Επιθυμία για Μάθημα Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας* ($\beta=.41, p<.001$), και η *Προηγούμενη Επιχειρηματική Εμπειρία* των μαθητών ($\beta=.17, p<.01$) φαίνεται να εμφανίζουν στατιστικών σημαντική συσχέτιση. Η μεταβολή που επήλθε στο συντελεστή προσδιορισμού R^2 ήταν στατιστικώς σημαντική ($\Delta R^2=.18, p<.001$).

Επομένως, οι τρεις μεταβλητές που τελικά ερμηνεύουν την ΔΕΠ του μοντέλου μας είναι η *Επιθυμία για Δημιουργική Επιχειρηματική Μάθηση*, η *Προηγούμενη Επιχειρηματική Εμπειρία* και τα *Επιχειρηματικά Προγράμματα και το περιεχόμενό τους* που εξηγούν το 39,8% της συνολικής διακύμανσης της ΔΕΠ των μαθητών ($F=13,75, p<.001$).

Πίνακας 3: Αναλύσεις Ιεραρχικής Παλινδρόμησης των σχέσεων όλων των ανεξάρτητων μεταβλητών με την Επιχειρηματική προς τις Τέχνες Πρόθεση/Κλίση

Προβλεπτικοί Παράγοντες		<i>B</i>	<i>R</i> ²	ΔR^2	ΔF^2	<i>F</i>
Step 1	(1st model)		,14***	,14***	8,93***	8,93***
(Constant)		1,30 ^a				
<i>υποστήριξη μεντόρων/επιχειρηματιών ΔΒ/καλλιτεχνών</i>		,17**				
<i>υποστήριξη φίλων,</i>		,15*				
<i>υποστήριξη ΜΚΔ και Internet</i>		,14*				
<i>υποστήριξη οικογένειας</i>		,11				
<i>υποστήριξη εκπαιδευτικών εκτός σχολείου</i>		-,04				

Step 2	(2nd model)				
(Constant)					
υποστήριξη μεντόρων/επιχειρηματιών ΔΒ/καλλιτεχνών					
υποστήριξη φίλων/συνομηλίκων					
υποστήριξη ΜΚΔ & Internet					
υποστήριξη οικογένειας					
υποστήριξη εκπαιδευτικών εκτός σχολείου					
δημιουργικά επιχειρηματικά προγράμματα και το περιεχόμενό τους					
επιχειρηματικό σχολείο					
μετασχηματιστική ηγεσία					
επιχειρηματικοί εκπαιδευτικοί					
υλικοί πόροι/εξοπλισμός του σχολείου					
Step 3	(3rd model)				
(Constant)					
υποστήριξη μεντόρων/επιχειρηματιών Δ.Β./καλλιτεχνών					
υποστήριξη φίλων/συνομηλίκων					
υποστήριξη internet & ΜΚΔ					
υποστήριξη οικογένειας					
υποστήριξη εκπαιδευτικών εκτός σχολείου					
δημιουργικά επιχειρηματικά προγράμματα και το περιεχόμενό τους					
επιχειρηματικό σχολείο					
μετασχηματιστική ηγεσία					
επιχειρηματικοί εκπαιδευτικοί					
υλικοί πόροι/εξοπλισμός του σχολείου					
επιθυμία για μάθημα δημιουργικής επιχειρηματικότητας					
προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία					
Υποσημείωση: α. Unstandardized coefficient, β: bold, † $p < ,10$, * $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$					

7. Ερμηνεία Αποτελεσμάτων

Αντικείμενο μελέτης της παρούσας έρευνας είναι η διερεύνηση των αντιλήψεων και των στάσεων των μαθητών λυκείου Μουσικών & Καλλιτεχνικών Σχολείων, για το ρόλο των σχολείων και των κοινοτήτων τους στην προώθηση της Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας. Για το σκοπό αυτό, δημιουργήθηκε ένα μοντέλο Δημιουργικής Επιχειρηματικής Πρόθεσης, βάσει του οποίου εξετάστηκαν ορισμένοι “ενδοσχολικοί”, “εξωσχολικοί” και “ατομικοί” παράγοντες, που φαίνεται να ενισχύουν τη Δημιουργική Επιχειρηματική Πρόθεση των μαθητών. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι, οι μαθητές, που φοιτούν στα εν λόγω σχολεία εξοπλισμένοι με καλλιτεχνικό ταλέντο, έμπνευση, φαντασία και περιέργεια, φαίνεται να επιθυμούν μελλοντικά την αναζήτηση ευκαιριών σε κλάδους των ΔΒ. Με άλλα λόγια, έχουν την πρόθεση μελλοντικά να εκδηλώσουν επιχειρηματική συμπεριφορά.

Τόσο τα αγόρια όσο και τα κορίτσια φαίνεται να κλίνουν το ίδιο προς την αναζήτηση ευκαιριών αυτοαπασχόλησης στις ΔΒ. Το αποτέλεσμα επιβεβαιώνεται και από άλλες μελέτες, που υποστηρίζουν ότι, αυτό οφείλεται είτε στην *αλλαγή των στάσεων* απέναντι στις ευκαιρίες εργασίας (Woods & Hampson, 2010) και στις νέες τάσεις την κοινωνίας, που θέλουν τη γυναίκα να εμφανίζεται περισσότερο απελευθερωμένη και ικανή να αντεπεξέλθει σε οποιοδήποτε εργασιακό περιβάλλον, ακόμη και σε εκείνα που κυριαρχούνται από άνδρες, είτε στα *χαρακτηριστικά προσωπικότητας* (Woods & Hampson, 2010, Aggestam, 2007) και στις ιδιαίτερες *κλίσεις/ταλέντα*

(Flouris et al., 1990). Έτσι, οι νέοι με υψηλά επίπεδα ανοικτότητας/διανόησης και συνείδησης διαθέτουν περισσότερη φαντασία και διανοητική περιέργεια, είναι πιο ανοιχτοί σε νέες ιδέες και εμπειρίες και συλλαμβάνουν τους εαυτούς τους σε επαγγέλματα, όπου δεν είναι τυπικά ως προς τα στερεότυπα του φύλου (Wood & Hampson, 2010). Δηλαδή τόσο τα αγόρια όσο και τα κορίτσια σκέφτονται πιο ανοιχτά το ενδεχόμενο μελλοντικά να εργαστούν σε καλλιτεχνικά και πιο επιχειρηματικά περιβάλλοντα (Wood & Hampson, 2010) και φαίνονται να υποκινούνται από την ανεξαρτησία, την αυτονομία (Baines & Robson, 2001), περισσότερο δε, από την έντονη επιθυμία να αφιερώσουν χρόνο για τη δημιουργία του προσωπικού καλλιτεχνικού έργου τους (Throsby, 1994), αξιοποιώντας τις ιδιαίτερες κλίσεις τους (Flouri et al., 1990).

Ένα επόμενο πόρισμα της παρούσας έρευνας είναι ότι οι μαθητές της Α' λυκείου κλίνουν προς τη Δημιουργική Επιχειρηματικότητα περισσότερο σε σχέση με τους μαθητές της Γ' λυκείου. Οι μαθητές της Γ' λυκείου εμφανίζονται ώριμοι συγκινησιακά και γνωστικά σε αυτή την ηλικία (Φλίγκου, 2011). Ενόψει των πανελλαδικών εξετάσεων έχουν ήδη προχωρήσει στον επαγγελματικό σχεδιασμό, έχουν πραγματοποιήσει επαγγελματική διερεύνηση και έχουν λάβει τις αποφάσεις για τη μελλοντική τους σταδιοδρομία, οι οποίες μπορεί να επηρεάζονται από α) την πολιτική και οικονομική αστάθεια, β) τα υψηλά ποσοστά ανεργίας και υποαπασχόλησης, γ) τον κορεσμό ορισμένων τομέων των τεχνών (Βίκη, 2002), δ) την τεχνολογική μεταβλητότητα (Stevens, 1976), ε) όσο και τη δυσκολία για την οικονομική και ηθική υποστήριξη της οικογένειας και των φίλων τους στην επιδίωξη για την έναρξη της δική τους επιχείρησης, ή τέλος στ) την εμποτισμένη αντίληψη της κοινωνίας ότι οι καλλιτέχνες «πεθαίνουν στην ψάθα». Έτσι, καταλήγουν μάλλον να επιλέγουν σταδιοδρομίες που θα τους εξασφαλίσουν μονιμότητα, ασφάλεια και άμεσες οικονομικές απολαβές (π.χ. στρατιωτικές) (Σιδηροπούλου, 1995, Κασσωτάκης, 1992) με λιγότερο ρίσκο. Από την άλλη, οι μαθητές της Α' Λυκείου βρίσκονται ακόμη στη φάση ανίχνευσης των ιδιαίτερων ταλέντων, κλίσεων και δυνατοτήτων τους, με άλλα λόγια στη φάση αναζήτησης της οριστικής απόφασης για την επιλογή της σταδιοδρομίας τους. Η απόφαση αυτή φαίνεται να είναι περισσότερο ιδεαλιστική καθώς λόγω του νεαρού της ηλικίας τους τα βλέπουν όλα ιδανικά κι έτσι επιλέγουν επαγγέλματα κύρους, γοήτρου, πιο εκκεντρικά (Μιχαηλίδη-Νουάρου, 1987) ή ανώτερου μορφωτικού επιπέδου (καλλιτέχνης, γιατρός, κλπ), γιατί δεν έχουν ακόμη αντιμετωπίσει απογοητεύσεις.

Επίσης, οι μαθητές των Καλλιτεχνικών σχολείων τείνουν να παρουσιάζουν μεγαλύτερη ΔΕΠ σε σχέση με τους μαθητές των Μουσικών, παρόλο που οι δεύτεροι σε σχέση με τους πρώτους φαίνεται να διαθέτουν περισσότερη Δημιουργική Επιχειρηματική Εμπειρία. Το αποτέλεσμα πιθανόν να οφείλεται στο ότι, τα επιχειρηματικά προγράμματα, που υλοποιούνται στο Καλλιτεχνικό Σχολείο, επιδρούν πιο αποτελεσματικά στη διαμόρφωση μιας θετικής στάσης προς την επιχειρηματικότητα (Wilson, Kickul & Marlino, 2007). Κι ενώ θα αναμέναμε βάσει προηγούμενων ερευνών (Brooks et al., 1995) η προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία να επιδράσει θετικά στην επιχειρηματική πρόθεση των μαθητών των Μουσικών Σχολείων, εντούτοις, το αποτέλεσμα της έρευνάς μας – που επιβεβαιώνεται κι από άλλες μελέτες (St-Jean, 2011) – δείχνει ότι, η προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία μπορεί να μειώσει το ενδιαφέρον για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, αφού ορισμένες φορές η επαφή των νέων με τις ρεαλιστικές πλευρές του αληθινού κόσμου μπορεί να τους αποθαρρύνει στη συνέχιση των επιχειρηματικών τους σχεδίων (St-Jean, 2011).

Από το σύνολο των ερωτηθέντων μαθητών υπάρχουν ορισμένοι που παρακολουθούν μαθήματα τέχνης σε ιδιωτικές σχολές. Είναι κυρίως μαθητές που φοιτούν στις κατευθύνσεις της μουσικής και του χορού και τείνουν να διαθέτουν μεγαλύτερη επιχειρηματική εμπειρία σε σχέση με εκείνους που δεν παρακολουθούν. Σύμφωνα με μελέτες, οι συγκεκριμένοι χώροι εκπαίδευσης και κατάρτισης φαίνεται να παρέχουν ασφαλείς και κατάλληλα εξοπλισμένους χώρους για πειραματισμό, απελευθέρωση της δημιουργικότητας και ανάπτυξης της καινοτομίας και οικοδομούν τα κατάλληλα κοινωνικά δίκτυα μέσω των οποίων οι μαθητές αλληλεπιδρούν με τους απόφοιτους των σχολών τέχνης, που έχουν πετύχει ως δημιουργικοί επαγγελματίες (Brown, 2007), αλλά και με

έμπειρους επαγγελματίες/μέντορες του καλλιτεχνικού τομέα (Raffo et al., 2000a, Penaluna & Penaluna, 2005) για την ανταλλαγή και υποστήριξη των καινοτόμων ιδεών τους (Brown, 2007).

Η Επιχειρηματικότητα των μαθητών της παρούσας έρευνας δεν φαίνεται να επηρεάζεται από το επάγγελμα των γονέων, εκτός κι αν αυτό συνδέεται με κάποιον από τους τομείς των Δημιουργικών Βιομηχανιών. Σύμφωνα με έρευνες, όταν στο οικογενειακό περιβάλλον η μητέρα ή ο πατέρας είναι αυτοαπασχολούμενη/ος ή διαχειρίζεται τη δική της/του επιχείρηση, τότε η ελκυστικότητα των παιδιών προς την αυτοαπασχόληση ή την ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων αυξάνεται σε βαθμό που μπορεί να προτιμήσουν να ακολουθήσουν την ίδια εξειδίκευση με τους γονείς τους (Russel et al., 2003). Για παράδειγμα, έρευνα έχει δείξει ότι, τα παιδιά, που εκτίθενται σε καθημερινά σε δραστηριότητες σχεδίου και δημιουργικής σκέψης, επειδή οι γονείς απασχολούνται σε επαγγέλματα που αφορούν το σχέδιο και αξιολογούν ή δίνουν προτεραιότητα στην τέχνη και τις δημιουργικές δραστηριότητες, τείνουν να επιλέγουν σπουδές στο σχέδιο πολύ πιο έντονα (Lockhart & Miller, 2014).

Οι μαθητές αν και έχουν την πρόθεση να αναλάβουν επιχειρηματικές δράσεις, κατανοούν ότι η καλλιτεχνική γνώση, η αισθητική καλλιέργεια και η δεξιοτεχνία για τη δημιουργία και ερμηνεία δεν αρκούν για μια πετυχημένη και βιώσιμη σταδιοδρομία στον κόσμο των ΔΒ. Αναγνωρίζουν, λοιπόν, την ανάγκη **Εισαγωγής Μαθήματος Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας** στο ΑΠΣ των σχολείων τους, προσαρμοσμένο στις ιδιαίτερες μορφές απασχόλησης των ΔΒ, που θα τους προετοιμάζει για την αγορά εργασίας στους συγκεκριμένους τομείς και διακατέχονται από την έντονη επιθυμία να το παρακολουθήσουν, γεγονός που ερμηνεύει ισχυρά τη ΔΕΠ τους.

Τα **Δημιουργικά Επιχειρηματικά Προγράμματα**, που υλοποιούνται στα Μουσικά & Καλλιτεχνικά Σχολεία στα πλαίσια εκπαιδευτικών προγραμμάτων, όπως Αγωγή Σταδιοδρομίας, Εικονική Επιχείρηση του ΣΕΝ/JA Greece, ερευνητικών εργασιών κλπ, στα οποία οι μαθητές συμμετέχουν περιστασιακά και σε προαιρετική βάση, φαίνεται να επιδρούν θετικά στη ΔΕΠ τους. Οι μαθητές επιδιώκουν τη συμμετοχή σε καλλιτεχνικές επιχειρηματικές δραστηριότητες και αφιερώνουν χρόνο σε πειραματισμούς, μετατρέποντας τις δημιουργικές ιδέες τους σε καινοτόμες δράσεις. Από την έμπνευση μιας καινοτόμας ιδέας μέχρι την ανάπτυξη μιας δημιουργικής επιχειρηματικής δραστηριότητας και τη σύνταξη ενός Επιχειρηματικού Σχεδίου, ή τον εμπλουτισμό ενός ατομικού portfolio με καλλιτεχνικά έργα και επιχειρηματικές δράσεις, οι μαθητές βιώνουν μοναδικές εμπειρίες, απαραίτητες για την ομαλή ένταξή τους στην αγορά εργασίας και την αυτό-απασχόληση σε δημιουργικούς τομείς της οικονομίας. Μάλιστα, όσο πιο εξειδικευμένη είναι η επιχειρηματική εκπαίδευση που λαμβάνουν τόσο πιο ισχυρή επίδραση θα έχει στην προδιάθεσή τους για την επιχειρηματικότητα και όταν η εξειδικευμένη επιχειρηματική εκπαίδευση είναι αποτελεσματική τότε μπορεί να αποτελέσει έναν βασικό παράγοντα άσκησης επιρροής τους για επιχειρηματική σταδιοδρομία (Byabashaija & Katono, 2011, Dutta et al., 2011, Henderson & Robertson, 2000).

Τέλος, η Δημιουργική Επιχειρηματικότητα των μαθητών Μουσικών & Καλλιτεχνικών Σχολείων φαίνεται να επηρεάζεται από την **Προηγούμενη Επιχειρηματική Εμπειρία**, την οποία βιώνουν κατά τη διάρκεια α) συμμετοχής τους στα επιχειρηματικά εκπαιδευτικά προγράμματα, β) απασχόλησης/εργασίας σε επιχειρήσεις των ΔΒ ή των γονέων τους. Το πόρισμα επιβεβαιώνεται και από άλλες μελέτες (Keat et al., 2011, Othman, Ghazali & Sung, 2006, Shane & Venkataraman, 2000). Η ΠΕΕ αποτελεί για τους δημιουργικούς τομείς τον πιο σημαντικό παράγοντα επένδυσης σε ανθρώπινο κεφάλαιο και επηρεάζει σημαντικά την πρόθεση των ατόμων να αυτο-απασχοληθούν στις τέχνες (Alper & Wassall, 1998). Μάλιστα, όσο περισσότερες εμπειρίες βιώνουν, είτε προέρχονται από την πλήρη ή τη μερική απασχόληση, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα το άτομο να θελήσει να γίνει καλλιτέχνης/αυτοαπασχολούμενος στις Δημιουργικές Βιομηχανίες (Alper & Wassall, 1998).

8. Συμπεράσματα

Συνοψίζοντας, είναι ολοφάνερο ότι, η εκπαίδευση των τεχνών επιβάλλεται να εμπλουτιστεί με προγράμματα δημιουργικής επιχειρηματικότητας (Henry, 2007), τα οποία θα είναι προσαρμοσμένα στις ιδιαίτερες μορφές απασχόλησης των κλάδων της Δημιουργικής Οικονομίας, ώστε να προετοιμάζουν τους νέους καλλιτέχνες, για την επιτυχή έναρξη και ανάπτυξη των δικών εμπορικών καλλιτεχνικών επιχειρήσεων, τη διαχείριση με αποτελεσματικό τρόπο της σταδιοδρομίας τους, εξισορροπώντας το καλλιτεχνικό με το επιχειρηματικό ταλέντο τους (Brown, 2005). Η ένταξη της επιχειρηματικότητας στην εκπαίδευση των τεχνών είναι ένα πεδίο που περιλαμβάνει τη δημιουργικότητα και το άνοιγμα στην εμπειρία. Συνδέεται με ένα σύνολο ιδεών και δεξιοτήτων, που απελευθερώνει τις δυνατότητες των νέων καλλιτεχνών, ενθαρρύνει τη φαντασία και την πρωτοβουλία, για τη δημιουργία προσωπικού και κοινωνικού πλούτου (Fleischmann, 2006).

Σύμφωνα με τον Beckman (2011) η επιχειρηματικότητα σίγουρα αποτελεί ένα αναπόσπαστο στοιχείο της δημιουργικής και καλλιτεχνικής εκπαίδευσης. Για την καθιέρωσή της στα Μουσικά & Καλλιτεχνικά Σχολεία, ως ένα σαφές και αναγνωρισμένο δικαίωμα για όλους τους μαθητές, κρίνεται αναγκαίο οι υπεύθυνοι χάραξης εκπαιδευτικής πολιτικής, τα στελέχη της εκπαίδευσης, οι εκπαιδευτικοί, και άλλοι ενδιαφερόμενοι να λάβουν υπόψη την επιθυμία των μαθητών για την ένταξη της δημιουργικής επιχειρηματικότητας στο ΑΠΣ, και να την ικανοποιήσουν, θέτοντας ως απαραίτητη προϋπόθεση τον προσδιορισμό της έννοιας και του περιεχομένου της, που θα συμβαδίζουν με τους γενικότερους και ειδικούς σκοπούς και στόχους της εκπαίδευσης.

Ολοκληρώνοντας, στο ερώτημα εάν οι δημιουργικοί μαθητές θα πρέπει να διδάσκονται στο πώς να γίνουν επιχειρηματίες εμείς ισχυριζόμαστε ότι κερδισμένος από την υπόθεση ενσωμάτωσης της επιχειρηματικότητας στην εκπαίδευση των τεχνών δεν θα είναι μόνο ο δυνητικός δημιουργικός επιχειρηματίας, αλλά κυρίως η οικονομική βιωσιμότητα των Δημιουργικών Βιομηχανιών και ο πολιτισμός γενικότερα.

8.1. Περιορισμοί της έρευνας – Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Κατά την *Ιεραρχική Ανάλυση Παλινδρόμησης* η μέτρια συσχέτιση μεταξύ των “ενδοσχολικών” παραγόντων είχε ως συνέπεια την χαμηλή ακρίβεια των εκτιμήσεων των συντελεστών παλινδρόμησης, αφού εμφανίζουν μεταξύ τους πολυγραμμικότητα. Σε αυτή την περίπτωση θα έπρεπε να τους είχαμε αφαιρέσει όμως, υποστηρίζονται από τη βιβλιογραφία. Πιθανόν, το λάθος της εκτίμησής μας να έγκειται στο ότι, οι “ενδοσχολικοί” παράγοντες δεν μπορούν να επιδράσουν άμεσα στη ΔΕΠ των μαθητών, άρα δεν μπορούν να εκτιμηθούν από εκείνους. Μπορούν όμως, να εκτιμηθούν από τους εκπαιδευτικούς. Επομένως, θα είχε ενδιαφέρον η υπάρχουσα έρευνα να διεξαχθεί με ερωτώμενους τους εκπαιδευτικούς και τους διευθυντές των αντίστοιχων σχολείων.

Το μοντέλο, που προτάθηκε, ερμηνεύει μόλις το 39% της συνολικής διακύμανσης της ΔΕΠ των μαθητών. Πιθανόν να υπάρχουν και άλλοι παράγοντες, που δεν έχουν μελετηθεί στην παρούσα έρευνα και μπορούν να εισέλθουν στο μοντέλο, ώστε να ερμηνεύσουν ένα μεγαλύτερο ποσοστό της ΔΕΠ των μαθητών. Επομένως, προτείνεται μια περαιτέρω διερεύνηση των παραγόντων αυτών.

Τέλος, θα είχε ενδιαφέρον η ίδια έρευνα να διεξαχθεί από μαθητές των ΓΕΛ, συγκρίνοντας το βαθμό προώθησης της ΔΕΠ ανάμεσα στα Μουσικά & Καλλιτεχνικά λύκεια με τα Γενικά Λύκεια.

Βιβλιογραφία

- Aggestam, M. (2007). Art-Entrepreneurship in the Scandinavian music industry. Στο C. Henry, *Entrepreneurship in the Creative Industries*. Edward Elgar. MA, USA
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. Στο L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, 20, 1–6. New York: Academic Press.

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50, 179-211
- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2000). Economics and identity. *The Quarterly Journal of Economics*, 115(3), 715-753
- Alper, N., & Wassall, G. (1998). Artists' labor market experiences: A preliminary analysis using longitudinal data. Στο Heikkinen, M., Koskinen, T. (Eds.), *Economics of Artists and Arts Policy*. Arts Council of Finland, Helsinki.
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., & Ulfstedt, T. (1997). *Entrepreneurial intent among students: testing an intent model in Asia, Scandinavia, and USA*. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 17. Babson College/Kauffman Entrepreneurship Research Conference, Center for Entrepreneurial Studies, Babson College, Wellesley
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (2011). Specification, Evaluation and Interpretation of Structural Equation Models. *Journal of the Academia Marketing Science*, 40, 8-34
- Bagozzi, R. P., Baumgartner, J., & Yi, Y. (1989). An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship. *Journal of Economic Psychology*, 10, 35-62.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. NJ: Prentice-Hall, Englewood Cliffs,
- Beckman, G. D. (2011). *Disciplining the Arts: Teaching Entrepreneurship in Context*. R&L Education, USA.
- Beckman, G. D., & Cherwitz, R. A. (2009). *Intellectual Entrepreneurship An Authentic Foundation for Higher Education Reform*. Ανακτήθηκε από <http://www.ut-ie.com/articles/ed-reform.pdf>
- Berinato, S. (2010). Six ways to find value in Twitter's noise. *Harvard Business Review*, 88(6), 34-35.
- Betz, N. E., Heesacker, R. S., & Shuttleworth, C. (1990). Moderators of the Congruence and Realism of Major and Occupational Plans in College Students: A Replication and Extension. *Journal of Counseling Psychology*, 37(3), 269-276
- Bird, B., & Schjoedt, L. (2009). Entrepreneurial Behavior: Its Nature, Scope, Recent Research and Agenda for Future Research, (Chapter 15). Στο Carsrud, A., L., & Brannback, M., (2009), *Understanding the Entrepreneurial Mind*, Springer.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13, 442-453
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 63-77.
- Brazeal, D. V. (1993). Organizing for internally developed corporate ventures. *Journal Business Venturing*, 8, 75-90.
- Bridgstock, R. S. (2011). Skills for Creative Industries graduate success. *Education & Training* 53(1), 9-26.
- Brooks, G. S., & Daniluk, J. C. (1998). Creative labors: The lives and careers of women artists. *Career Development Quarterly*, 46(3), 246-261.
- Brown, R. (2007). Promoting Entrepreneurship in Arts Education. Στο Henry, C. (Ed). *Entrepreneurship in the Creative Industries: An International Perspective*, Cheltenham, Edward Elgar.
- Burgelman, R. A., & Sayles, L. R. (1986). *Inside Corporate Innovation: Strategy, Structure, and Managerial Skills*. New York: Free Press.
- Byabashaija, W., & Katono, I. (2011). The impact of college entrepreneurial education on entrepreneurial attitudes and intention to start a business in Uganda. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16(1), 127-144.
- Bygrave, W. D. (1989). *The Entrepreneurship Paradigm (II): Chaos and Catastrophes among Quantum Jumps*. Entrepreneurship: Theory and Practice.
- Cheung, C. K. (2008). Entrepreneurship Education in Hong Kong's Secondary Curriculum: Possibilities and Limitations. *Education and Training*, 50(6), 500-515.
- Chung, H-L. (2012). Rebooting the dragon at the cross-roads? Divergence or convergence of cultural policy in Taiwan. *International Journal of Cultural Policy*, 18(3), 340-355.
- Clutterbuck, D., & Ragins, B. R. (2002). *Mentoring and Diversity: An International Perspective*. Butterworth-Heinemann, Burlington, MA.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18, 301-331.
- DCMS (2007). *An Assessment of Productivity Indicators for the Creative Industries*. London.

- De Martino, R., & Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 815–32.
- Dholakia, U. M., & Durham, E. (2010). One café chain's Facebook experiment. *Harvard Business Review* 88(3), 1–26.
- Díaz-García, M. C., & Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: the role of gender. *International Entrepreneurship Management Journal*, 6, 261–283.
- Do Paco, A. M. F., Ferreira, J. M., Raposo, M., Rodrigues, R. G., & Dinis, A. (2011). Behaviors and Entrepreneurial Intention: Empirical findings about Secondary Students. *Journal International Entrepreneurship*, 9, 20–38.
- Dutta, D. K., Li, J., & Merenda, M. (2011). Fostering entrepreneurship: impact of specialization and diversity in education. *International Entrepreneurship Management Journal*, 7, 163–179.
- Eyal, O., & Kark, R. (2004). How to Transformational Leaders Transform Organizations? A Study of the Relationship between Leadership and Entrepreneurship. *Leadership and Policy in Schools*, 3(3), 211–235.
- Falck, O., Heblich, S., & Luedemann, E. (2010). Identity and Entrepreneurship: Do school peers shape Entrepreneurial Intentions? *Small Business Economy*, 39, 39–59.
- Fayolle, A., & Klandt, H. (2006). Issues and newness in the field of entrepreneurship education: new lenses for new practical and academic questions. Στο A. Fayolle, & H., Klandt, (Eds), *International Entrepreneurship Education*, Edward Elgar Publishing, Northampton, MA, (pp. 1-20).
- Fleischmann, F. (2006). *Entrepreneurship and Emancipation: The History of an Idea*. Ανακτήθηκε από: www.ae2n.net/page13/page.html
- Flouris, G., Kassotakis, M., & Vamvoukas, M. (1990). The self - concept and career aspirations of Greek students in Greece, France, Germany and Egypt. *School Psychology International*, 11(4), 261–271.
- Fornahl, D. (2003). Entrepreneurial activities in a regional context. In: D., Fornahl, & T., Brenner, (eds.), *Cooperation, Networks and Institutions in Regional Innovation Systems*. Edward Elgar, Cheltenham.
- Francis, B. (2002). Is the Future Really Female? The Impact and Implications of Gender for 14-16 Year Olds' Career Choices. *Journal of Education and Work*, 15(1), 75–88.
- Fuchs, K. Werner, A., & Wallau, F. (2008). Entrepreneurship Education in Germany and Sweden: What Role do Different School Systems Play? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 365–381.
- Gibb, A. A. (1996). Entrepreneurship and Small Business Management: Can We Afford to Neglect Them in the Twenty-first Century Business School? *British Journal of Management*, 7, 309–321.
- Gibb, A. A. (1999). Can we build “Effective” Entrepreneurship through Management Development? *Journal of General Management*, 24(4), 1–22.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Guth, W., & Ginsberg, A. (1990). Guest Editors' Introduction: Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11, 5–15.
- Henderson, R., & Robertson, M. (2000). Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career. *Career Development International*, 5(6), 279–287.
- Henry, C. (2007). *Entrepreneurship in the Creative Industries*. Edward Elgar, MA, USA.
- Jones, G., R., & Wadhvani, R. D. (2007). *Entrepreneurial Theory and the History of Globalization*. Business History Conference.
- Keat, O. Y., Selvarajah, C., & Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4), 206–220.
- Krueger, N., & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial Intentions: Applying the theory of Planned Behavior. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315–330.
- Kuratko, D. F., Montagno, R. V., & Hornsby, J. S. (1990). Developing an intrapreneurial assessment instrument for an effective corporate entrepreneurial environment. *Strategic Management Journal*, 11, 49–58.
- Liu, S. S., Luo, X., & Shi, Y-Z. (2002). Integration Customer Orientation, Corporate Entrepreneurship and Learning Orientation in Organizations-in-transition: an Empirical Study. *International Journal of Research in Marketing*, 19, 367–382.
- Lockhart, C. A., & Miller, E. (2014). Destined to Design? How and Why Australian Women Choose to Study Industrial Design. *International Journal of Art and Design Education*, 1–25.

- Luthje, C., & Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135–147.
- Marlino, D., & Wilson, F., (2003). *Teen Girls on Business: Are they Being Empowered?* Boston, MA and Chicago, IL: The Committee of 200 and Simmons College School of Management.
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2011). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Journal of Career Development*, 1–24.
- Morris, M. H., & Lewis, P. S. (1995). The determinants of entrepreneurial activity: the implication of marketing. *European Journal Marketing*, 29, 31–48.
- Nauta, M., & Kokaly, M. (2001). Assessing role model influences on students' academic and vocational decisions. *Journal of Career Assessment*, 9(1), 81–99.
- Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54, 442–454.
- Othman, M. N., Ghazali, E., & Sung, H. S. (2006). Graduate versus non-graduate entrepreneurs in urban Malaysia: Some insights into entrepreneurial personality, company and family background differences. *Journal of International Business and Entrepreneurship Development* 3(1/2), 57–75.
- Penaluna, A., & Penaluna, K. (2005). *Entrepreneurship for artists and designers in Higher Education*. Unpublished Paper presented at the International Entrepreneurship Conference, University of Surrey, 10-13 July.
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, Winter, 129–144
- Pollard, V., & Wilson, E. (2013). The Entrepreneurial Mindset" in Creative and Performing Arts Higher Education in Australia. *A Journal of Entrepreneurship in the Arts*, 3(1), 3–22.
- Rae, D. (2007). Creative Industries in the UK: Cultural Diffusion or Discontinuity? Στο Henry, C. (ed.), *Entrepreneurship in the Creative Industries*, (pp. 54–71), MA, USA: Edwards Elgar.
- Rae, D. (2004). Practical theories from entrepreneurs' stories: discursive approaches to entrepreneurial learning. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(2), 195–202.
- Raffo, C., Lovatt, A., Banks, M., & O'Connor, J. (2000a). Teaching and learning entrepreneurship for micro and small business in the cultural industries sector. *Education and Training*, 42(6), 356–365.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*, New York: Free Press.
- Russel, J., Jarvis, M., Roberts, C., Dwyer, D., & Putwain, D. (2003). *Angles on applied psychology*. Tewkesbury: Nelson Thornes.
- Sarasvathy, S., & Dew, N. (2008). Is effectuation Lachmannian? A response to Chiles, Bluedorn and Gupta. *Organization Studies* 29(2), 239–245.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(3), 217–226.
- Shane, S., (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 11(4), 448–469.
- Shin, S. J., & Zhou, J. (2003). Transformational Leadership, Conservation and Creativity: Evidence From Korea. *Journal Academy of Management*, 46(6), 703–714.
- Stevens, C. K. (1976). *Career Decisions*. Στο Beach, L. R., *Decision Making in the Workplace A Unified Perspective*, (2014) first published 1996. Psychology Press, Taylor & Francis Group, New York and London.
- St-Jean, E. (2011). Mentor Functions for Novice Entrepreneurs. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 17, 65-84.
- Throsby, D. (1994). The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics. *Journal of Economic Literature*, 32, 1–29.
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Venturelli, S. (2005). Culture and the Creative Economy in the Information age. Στο J. Hartley (Ed.), *The Creative Industries*. Oxford:Blackwell.
- Wang, C. K., & Wong, P. K. (2004). Entrepreneurial interest of university students in Singapore. *Technovation*, 24(2), 163–172.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-401.
- Woods, A., & Hampson, S. (2010). Predicting Adult Occupational Environments from Gender and Childhood Personality Traits. *Journal Applying Psychology*, 95(6), 1045–1057.

- Βίκη, Α. (2002). *Διαδικασία και Κίνητρα Επαγγελματικής Απόφασης: Εμπειρική Ψυχολογική Έρευνα σε Πανελλήνιο Δείγμα Μαθητών*. Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Κρήτης, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Τμήμα Ψυχολογίας.
- Κασσωτάκης, Μ. (1995). Η Αναγκαιότητα Αναμόρφωσης του Θεσμού του Σχολικού Επαγγελματικού Προσανατολισμού στην Ελλάδα. *Επιθεώρηση Συμβουλευτικής – Προσανατολισμού*, 34-35, 25-41.
- Μιχαηλίδη – Νουάρου, Α. (1987). *Έφηβοι και Παιδεία. Προβλήματα της εφηβικής ηλικίας στο παρελθόν και σήμερα*. Θεσσαλονίκη: University studio press.
- Σιδηροπούλου-Δημακάκου, Δ. (1995). *Επαγγελματική συμβουλευτική και προσανατολισμός των μαθητών με αναπηρίες: Υπόθεση ανύπαρκτη*. *Επιθεώρηση Συμβουλευτικής και Προσανατολισμού*, 34-35, 56-66.
- Φλίγκου, Γ. Ι. (2011). *Η σημασία του φύλου στην επαγγελματική ανάπτυξη και ωριμότητα μαθητών Γ' λυκείου, θέση διπλωματικής εργασίας*. Πάτρα: Πανεπιστήμιο Πατρών.