



ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης

Διπλωματική εργασία
του
Μπελδέκου Παναγιώτη

Με θέμα:

Η επίδραση της συναισθηματικής νοημοσύνης και της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος στην επιχειρηματική συμπεριφορά εργαζομένων στο εσωτερικό οργανισμών.

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ

ΖΑΜΠΕΤΑΚΗΣ ΛΕΩΝΙΔΑΣ, Διδάσκων με Π.Δ 407/80

Χανιά
Ιούνιος 2008

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

ΖΑΜΠΕΤΑΚΗΣ ΛΕΩΝΙΔΑΣ, Διδάσκων με Π.Δ 407/80

ΜΟΥΣΤΑΚΗΣ ΒΑΣΙΛΗΣ, Αναπληρωτής καθηγητής

ΚΟΝΤΟΓΙΑΝΝΗΣ ΘΩΜΑΣ, Αναπληρωτής καθηγητής

ΣΥΝΤΟΜΟ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΚΑΙ ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ο Μπελδέκος Παναγιώτης γεννήθηκε την 1 Σεπτεμβρίου 1982 στην Αθήνα. Αποφοίτησε το 2000 από το 1^ο Λύκειο Πετρούπολης.

Η παρούσα έρευνα αποτελεί τη διπλωματική του εργασία στα πλαίσια της φοίτησής του στο τμήμα Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης. Η εκπόνησή της ξεκίνησε τον Μάρτη του 2007 και ολοκληρώθηκε τον Ιούνιο του 2008.

Με την ευκαιρία της ολοκλήρωσης της εργασίας μου αυτής θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές ευχαριστίες μου στον καθηγητή μου κ. Ζαμπετάκη Λεωνίδα για την πολύτιμη βοήθειά του και την αμέριστη στήριξή του καθ'όλη τη διάρκεια της παρούσας εργασίας, αλλά και την καθοδήγησή του ώστε αυτή να ολοκληρωθεί με επιτυχία.

Ευχαριστώ θερμά τους φίλους μου για την ηθική υποστήριξή τους.

Πάνω απ'όλα ευχαριστώ τους γονείς μου Ανδρέα και Ευαγγελία και την αδερφή μου για την αγάπη και την φροντίδα τους, τους είμαι ευγνώμων για όλα τα εφόδια που μου προσέφεραν, ηθικά και υλικά, και ελπίζω οι πράξεις και οι επιλογές μου να δικαιώσουν τους κόπους τους για μένα.

Η εργασία αυτή είναι αφιερωμένη σ'αυτούς.

Από την παρούσα εργασία προέκυψε η ακόλουθη δημοσίευση:

Zambetakis, L.A., Mpeldekos, P.A., & Moustakis, V.S. (2008). *Day-to-day entrepreneurship within organizations: the role of trait Emotional Intelligence and Perceived Organizational Support.* European Management Journal.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1	Εισαγωγή	17
1.2	Αντικείμενο της διπλωματικής	18
1.3	Συνοπτική περιγραφή της πειραματικής διαδικασίας	20
1.4	Η συμβολή της επιχειρηματικής συμπεριφοράς στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον	21

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

2.1	Εισαγωγή	23
2.2	Επιχειρηματική συμπεριφορά	23
2.3	Αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος	28
2.3.1	Συνέπειες της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος	34
2.4	Συναισθηματική νοημοσύνη	37
2.4.1	Συναισθηματική νοημοσύνη: ικανότητα ή χαρακτηριστικό της προσωπικότητας	39
2.5	Διατύπωση υποθέσεων	43
2.5.1	Αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος και επιχειρηματική συμπεριφορά	43
2.5.2	Συναισθηματική νοημοσύνη και επιχειρηματική συμπεριφορά	44

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1	Εισαγωγή	47
3.2	Στοιχεία της έρευνας	47
3.2.1	Κατάρτιση ερωτηματολογίου	47
3.2.2	Διαδικασία της έρευνας	52
3.2.3	Δημογραφικά στοιχεία δείγματος	53
3.3	Στατιστική μεθοδολογική προσέγγιση	55
3.3.1	Μοντέλα δομικών εξισώσεων (SEM)	56
3.3.2	Λογισμικό διαχείρισης SEM	59
3.3.3	Εκτίμηση προσαρμογής μοντέλου	59
3.3.4	Εγκυρότητα	61
3.3.5	Αξιοπιστία	63
3.4	Εφαρμογή στην παρούσα έρευνα	65

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
4.1	Αποτελέσματα στατιστικών χαρακτηριστικών	67
4.2	Μοντέλο συσχετίσεων	71
4.3	Αξιοπιστία	73
4.4	Εγκυρότητα	77
4.5	Εκτίμηση του Δομικού Μοντέλου	80
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ		
5.1	Σύνοψη και συζήτηση αποτελεσμάτων	83
5.2	Συνέπειες-Προτάσεις	85
5.3	Περιορισμοί και μειονεκτήματα της έρευνας	86
5.4	Επίλογος	87
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ		89
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ		97
ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ		112

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

2.1	Θεωρητικό μοντέλο	38
3.1	Κατανομή φύλλου	45
3.2	Μορφωτικό επίπεδο	46
4.1	Κατανομή της συναισθηματικής νοημοσύνης	59
4.2	Κατανομή της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος	60
4.3	Κατανομή της επιχειρηματικής συμπεριφοράς	61
4.4	Κατασκευή μοντέλου	62
4.5	Μοντέλο μέτρησης	69
4.6	Υποθετικό μοντέλο	70
4.7	Δομικό μοντέλο	71

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

3.1	Μέτρηση της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος	41
3.2	Μέτρηση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς	41
3.3	Μέτρηση της συναισθηματικής νοημοσύνης	43
3.4	Στατιστικά στοιχεία ηλικίας	46
3.5	Μορφωτικό επίπεδο	46
4.1	Στατιστικά στοιχεία	58
4.2	Συντελεστές συσχέτισης	63
4.3	Συντελεστής αξιοπιστίας για την αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος	65
4.4	Σκορ ερωτήσεων για την αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος	65
4.5	Συντελεστής αξιοπιστίας για την επιχειρηματική συμπεριφορά	66
4.6	Σκορ ερωτήσεων για την επιχειρηματική συμπεριφορά	66
4.7	Συντελεστής αξιοπιστίας για την συναισθηματική νοημοσύνη	67
4.8	Σκορ ερωτήσεων για την συναισθηματική νοημοσύνη	67

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

EB:	Entrepreneurial behavior
POS:	Perceived Organizational Support
EI:	Emotional Intelligence
OST:	Organizational Support Theory
SCT:	Social Cognitive Theory
MSCEIT:	Mayer Salovey Caruso Emotional Intelligence Test
WLEIS:	Wang Law Emotional Intelligence Scale
AMOS:	Analysis of Moment Structures

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Εισαγωγή

Είναι γεγονός πως τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια αυξητική τάση ριζικών αλλαγών στον επιχειρηματικό κόσμο με στόχο τη διαμόρφωση του εργασιακού περιβάλλοντος ώστε αυτό να είναι ικανό να προσαρμοστεί στις νέες συνθήκες που ορίζουν η αύξηση των νέων τεχνολογιών και η σύγχρονη απαίτηση για ταχύτατους ρυθμούς στη παραγωγική διαδικασία.

Γίνεται κατανοητό λοιπόν, πως ο ανθρώπινος παράγοντας χρίζει ιδιαίτερης προσοχής αφού αποτελεί το κύριο εργαλείο που υποκινεί και ορίζει τη δυναμική εξέλιξη μιας εταιρείας. Χωρίς το έμπυχο υλικό του ένας οργανισμός δεν θα μπορούσε να διατηρεί ούτε το άψυχο, επομένως η βελτίωση της εργασιακής διαβίωσης των υπαλλήλων έχει αντίκτυπο και στην αύξηση των υλικών απολαβών.

Ο τομέας της εργασίας παρουσιάζει πολλά θέματα προς εξέταση και συζήτηση. Για κάθε άνθρωπο στη σύγχρονη κοινωνία, η εργασία αποτελεί αναφαίρετο δικαίωμα αλλά και θεμελιώδη υποχρέωση τόσο προς τον εαυτό του αλλά και προς την κοινωνία. Εκτός από τους καθαρά βιοποριστικούς λόγους που έχει ο κάθε άνθρωπος ώστε να εργάζεται, η πρόοδος της κοινωνίας τον αναγκάζει να αποκτά μέσα από την εργασία την καταξίωση, την αυτοπραγμάτωση και την κοινωνική αποδοχή.

Η πληθώρα των πληροφοριών και η συνεχής και βαθιά εξειδίκευση καθιστούν την εργασία ή το επάγγελμα ως ένα στοιχείο που συνδέεται και επηρεάζει την προσωπικότητα, την καθημερινή ζωή και την εξέλιξη του ανθρώπου.

Επομένως η ανάγκη μελέτης των τρόπων που επηρεάζουν την εργασιακή απόδοση, την εργασιακή ψυχολογία και κατ' επέκταση τις καθαρά οικονομικές αποδοχές και το

βιοτικό επίπεδο, έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια ραγδαία. Οι μεγάλες επιχειρήσεις προσπαθούν να βρουν τρόπους ώστε οι εργαζόμενοι να νιώθουν άνετα με το εργασιακό τους περιβάλλον, στο οποίο άλλωστε δαπανούν σχεδόν τη μισή διάρκεια της ζωής τους και φυσικά να αποδίδουν παραπάνω για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

Έχοντας όλα τα παραπάνω ως ερέθισμα η παρούσα διπλωματική είναι μια προσπάθεια ώστε να εξεταστεί ένα πολύ μικρό κομμάτι της επαγγελματικής πραγματικότητας των σύγχρονων επιχειρήσεων και οργανισμών.

1.2 Αντικείμενο της διπλωματικής.

Τα τελευταία χρόνια, θεωρητική και εμπειρική έρευνα έχει δείξει ότι η επιχειρηματικότητα σαν διαδικασία λαμβάνει χώρα σε διάφορους τομείς της εργασίας και δεν πρέπει να εξετάζεται μόνο από οικονομικής σκοπιάς (Bruyat & Jylien 2000;Zampetakis & Moustakis 2007).Αν και η έννοια της επιχειρηματικής συμπεριφοράς σε επιχειρήσεις και οργανισμούς είναι δύσκολο να διερευνηθεί και να μετρηθεί, υπάρχει μια πεποίθηση ότι η έννοια αυτή θεωρείται ως το αντίδοτο της στασιμότητας, του αποπροσανατολισμού από το όραμα και της αποτυχίας στις σύγχρονες επιχειρήσεις (Pearce 1997).Για το λόγο αυτό αρκετοί διευθυντές αλλά και μάνατζερ, ενδιαφερόμενοι για την οικονομική βιωσιμότητα της επιχείρησής τους ,συχνά επιδιώκουν να επιβάλλουν-θεσμοποιήσουν επιχειρηματικές συμπεριφορές μεταξύ των υπαλλήλων και ειδικά των προϊσταμένων των εκάστοτε τμημάτων τους. Η λογική τους είναι ότι τέτοιες συμπεριφορές θα επιτρέψουν στην επιχείρηση ή τον οργανισμό να αποδώσει επιτυχώς σε ένα μεταβαλλόμενο και ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Δύο είναι οι κυρίαρχες απόψεις-θεωρίες που επικρατούν ως προς το τι παρακινεί την επιχειρηματική συμπεριφορά. Η πρώτη, μακροσκοπική θεώρηση (macro view),υποθέτει ότι το εργασιακό περιβάλλον επηρεάζει την επιχειρηματική συμπεριφορά, ενώ η μικροσκοπική θεώρηση (micro view),υποστηρίζει ότι τα προσωπικά χαρακτηριστικά καθορίζουν την επιχειρηματική συμπεριφορά.

Η θεωρία του υποστηρικτικού περιβάλλοντος (organizational support theory, Eisenberger, Huntington, Hutchison & Sowa 1986, Shore & Shore 1995),φαίνεται να είναι ένα χρήσιμο εργαλείο ώστε να κατανοήσουμε την επιχειρηματική συμπεριφορά.

Σύμφωνα με αυτό, οι εργαζόμενοι αναπτύσσουν υψηλά επίπεδα αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος (POS), όταν η επιχείρηση ενδιαφέρεται για την ευημερία τους και εκτιμά την συνεισφορά τους σε αυτήν. Η αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος έχει αποδειχθεί ότι σχετίζεται με θετικές συμπεριφορές των εργαζομένων, όπως αυξημένη απόδοση, ικανοποίηση από την εργασία, δέσμευση και διάθεση παραμονής στην επιχείρηση (Rhoades & Eisenberger 2002).

Επομένως ένας σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας είναι να διερευνήσει την επίδραση της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος στην επιχειρηματική συμπεριφορά των εργαζομένων.

Ένα άλλο θεωρητικό εργαλείο που μπορεί να βοηθήσει στην κατανόηση της επιχειρηματικής διαδικασίας σε επιχειρήσεις και οργανισμούς, είναι η συναισθηματική νοημοσύνη των εργαζομένων.

Η συναισθηματική νοημοσύνη είναι μία έννοια που περιλαμβάνει μία πληθώρα θεωριών που συνδέονται με την κατανόηση και τη χρήση των συναισθημάτων. Τα συναισθήματα παίζουν κυρίαρχο ρόλο στην επικοινωνία του ατόμου με το περιβάλλον αλλά και με τον ίδιο του τον εαυτό. Κατ'επέκταση είναι αυτά που καθορίζουν το κατά πόσο ο εργαζόμενος είναι σε θέση να επικοινωνήσει με τους συναδέλφους του, να βιώσει τις επιτυχίες αλλά και τις αποτυχίες που υπάρχουν στην εργασία του, να ορίσει τον τρόπο δράσης του σε περιόδους κρίσεων, και να αυξήσει την απόδοση του. Τα συναισθήματα μιας εργασιακής μονάδας είναι ικανά να καθορίσουν αυτά του συνόλου. Δηλαδή ένα άτομο που έχει την ικανότητα έκφρασης των συναισθημάτων του και χειρισμού των συναισθημάτων των άλλων μπορεί να αυξήσει ή να μειώσει το ηθικό και την επίδοση της ομάδας.

Σε γενικές γραμμές υπάρχουν τρεις επικρατούσες θεωρίες σχετικά με την ύπαρξη της συναισθηματικής νοημοσύνης. Η πρώτη θεωρία αναφέρει ότι η συναισθηματική νοημοσύνη είναι ένας τύπος νοημοσύνης που περιλαμβάνει μόνο συναισθηματικές ικανότητες (ability model). Η δεύτερη θεωρία περιλαμβάνει μία ευρύτερη όψη της συναισθηματικής νοημοσύνης που εκφράζεται μέσω μιας μεγαλύτερης ποικιλίας χαρακτηριστικών της προσωπικότητας που συνδέονται με τα συναισθήματα (trait model). Η Τρίτη θεωρία υποστηρίζει ότι η συναισθηματική νοημοσύνη είναι ένα συνονθύλευμα από προηγούμενες θεωρίες της ψυχολογίας και δεν βρίσκει καμία

χρησιμότητα στην περαιτέρω μελέτη της παρά τις αποδείξεις που έρχονται για να διαψεύσουν αυτόν τον ισχυρισμό.

Είναι γνωστό και συνεχώς αποδεικνύεται από επιστήμονες που ασχολούνται με το αντικείμενο πως η έννοια της συναισθηματικής νοημοσύνης αποτελεί έναν από τους κυριότερους παράγοντες επιτυχίας σε όλους τους τομείς της ζωής και μάλιστα με μεγαλύτερη επίδραση από την γνωσιακή νοημοσύνη. Πιο συγκεκριμένα ο Goleman στην εισαγωγή του βιβλίου του αναφέρει ότι η γνωσιακή νοημοσύνη (IQ) είναι ένα γενετικό χαρακτηριστικό το οποίο ένας άνθρωπος δεν μπορεί να αλλάξει όμως η πορεία στη ζωή και η επιτυχία καθορίζονται από διεργασίες και συμπεριφορές που είναι πιο σημαντικές και που κάθε άνθρωπος μπορεί να κατανοήσει και να καλλιεργήσει ώστε να αντιμετωπίσει τη ζωή του (Goleman, 1995). Η συναισθηματική νοημοσύνη επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τις διαπροσωπικές και επαγγελματικές σχέσεις με άμεσες συνέπειες στα αποτελέσματα τους είτε αυτά είναι κοινωνικά είτε αντίστοιχα οικονομικά, αλλά και οφέλη στην παραγωγικότητα.

Επομένως ο δεύτερος σκοπός της έρευνας είναι να διερευνήσει τη σχέση και την επίδραση της συναισθηματικής νοημοσύνης στην επιχειρηματική συμπεριφορά των εργαζομένων.

1.3 Συνοπτική περιγραφή της πειραματικής διαδικασίας.

Η πειραματική διαδικασία που έχει ακολουθηθεί περιγράφεται λεπτομερώς στο επόμενο κεφάλαιο. Στο σημείο αυτό θα δοθούν κάποια γενικά χαρακτηριστικά ώστε ο αναγνώστης να έχει κάποια συνοχή σε αυτά που διαβάζει.

Το ζητούμενο είναι να δούμε εάν ισχύουν οι αρχικές υποθέσεις που έχουμε κατά νου όταν ξεκινήσαμε την έρευνα, οι οποίες είναι:

1. Συνδέεται η αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος του εργαζομένου με την επιχειρηματική του συμπεριφορά;
2. Συνδέεται η συναισθηματική νοημοσύνη του εργαζομένου με την επιχειρηματική του συμπεριφορά;

Γι'αυτούς τους λόγους λοιπόν, επιλέχθηκαν κάποιες εταιρείες ή οργανισμοί στους οποίους εξετάστηκαν οι εργαζόμενοι μέσω ερωτηματολογίων στο κομμάτι όσον αφορά τη συναισθηματική νοημοσύνη, την αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος καθώς και την επιχειρηματική συμπεριφορά. Έγινε προσπάθεια ώστε η έρευνα να είναι όσο πιο αντικειμενική γίνεται και το δείγμα όσο πιο αντιπροσωπευτικό για να μας οδηγήσει σε ασφαλή συμπεράσματα.

Όλα τα στοιχεία αναλυτικά για τη διεξαγωγή της έρευνας παρουσιάζονται σε επόμενο κεφάλαιο.

1.4 Η συμβολή της επιχειρηματικής συμπεριφοράς στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Οι ικανότητες και οι εμπειρίες των στελεχών της εταιρίας, οι δυνατότητες καινοτομίας και δημιουργικότητας, οι βέλτιστες επιχειρηματικές πρακτικές, οι ευρεσιτεχνίες, η γνώση που η επιχείρηση έχει συσσωρεύσει για την αγορά και τους πελάτες της και η γνώση για τους ανταγωνιστές της, αποτελούν τον πλέον πολύτιμο πόρο της. Αυτό το γνωστικό ενεργητικό της επιχείρησης, το οποίο εξασφαλίζεται μέσα από την υιοθέτηση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς, είναι το μόνο διατηρήσιμο συγκριτικό πλεονέκτημα.

Μέχρι πρόσφατα, πολλές επιχειρήσεις λειτουργούσαν επιτυχώς βασισμένες στην ατομική γνώση μερικών βασικών στελεχών τους. Παρότι η εξατομικευμένη γνώση είναι μέγιστης αξίας και αναντικατάστατη, το σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον απαιτεί την πλήρη αξιοποίηση της συλλογικής επιχειρηματικής γνώσης μίας εταιρίας. Η επιχειρηματική γνώση βρίσκεται ενσωματωμένη, τόσο στις δεξιότητες των στελεχών της εταιρίας όσο και στα συστήματα που χρησιμοποιεί (τα χειρόγραφα, αλλά κυρίως στα πληροφοριακά συστήματα), στα δίκτυα (είτε άτυπα είτε τυπικά) μεταξύ των στελεχών και στις επιχειρηματικές λειτουργίες. Η πρόκληση για τη σύγχρονη επιχείρηση είναι να αναπτύξει συστηματικούς και μεθοδικούς μηχανισμούς διοίκησης και ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας, να εκμεταλλευτεί τις δυνατότητες και να περιορίσει τις ελλείψεις του γνωστικού της ενεργητικού.

Εκτός από τα προφανή οφέλη, που επιφέρει η επιχειρηματική συμπεριφορά, οι σύγχρονες επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται επίσης και τους σημαντικούς κινδύνους που συνδέονται με την απουσία της.

Οι σημαντικότεροι κίνδυνοι είναι:

- Η μείωση παραγωγικότητας και η απώλεια επιχειρηματικών ευκαιριών, που μπορούν να προέλθουν από την απουσία της κατάλληλης γνώσης την κατάλληλη στιγμή και στην κατάλληλη μορφή.
- Υπερ-πληροφόρηση , που οφείλεται στην πληθώρα πηγών πληροφόρησης και στην αδυναμία αξιολόγησης και οργάνωσης των πληροφοριών που είναι διαθέσιμες στην επιχείρηση.
- Η νοοτροπία ότι η ατομική "γνώση αποτελεί δύναμη", που οφείλεται εν μέρει και στην παρανόηση των στελεχών ότι όταν μοιράζονται τη γνώση με συναδέλφους τους οδηγούνται σε απώλεια της προσωπικής τους δύναμης.
- Φθορά γνώσης: σύμφωνα με μελέτη που δημοσιεύτηκε από το Harvard Business School, μία τυπική επιχείρηση χάνει το μισό γνωστικό δυναμικό της κάθε πέντε με δέκα χρόνια εξαιτίας κυρίως της αλλαγής του ανθρώπινου δυναμικού της.
- Παράσιτα στην οριζόντια και κάθετη επικοινωνία που έχουν ως αποτέλεσμα την παράκλιση των δραστηριοτήτων του οργανισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

2.1 Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται μια βιβλιογραφική αναφορά των εννοιών που θα μας απασχολήσουν, δηλαδή της επιχειρηματικής συμπεριφοράς, της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος και της συναισθηματικής νοημοσύνης, καθώς και οι συνέπειες ,τα οφέλη και η αναγκαιότητα χρήσης των εννοιών αυτών. Επίσης στο τέλος του κεφαλαίου ακολουθεί η διατύπωση των υποθέσεων με βάση τις οποίες θα κατασκευαστεί το μοντέλο για την έρευνα.

2.2 Επιχειρηματική συμπεριφορά

Η επιχειρηματική συμπεριφορά (entrepreneurial behavior, EB) αποτελεί ένα σημαντικό ζήτημα που απασχολεί πολλούς ερευνητές εδώ και αρκετά χρόνια (Say, 1880, Schumpeter, 1934), οι οποίοι έχουν συμπεριλάβει τα άτομα με τη συμπεριφορά αυτή ως κύριο χαρακτηριστικό γνώρισμα των μοντέλων τους. Και τούτο με σκοπό, είτε για να τους διαχωρίσουν από τους υπόλοιπους εργαζόμενους ως οργανωτές των πόρων(Lucas, 1978), είτε παρουσιάζοντας τους ως καταλυτικά στοιχεία αλλαγής μέσα στην οικονομία (Schultz, 1975).Αυτή η παράδοση ακολουθείται μέχρι και

σήμερα ενώ παράλληλα η πρόσφατη έρευνα έχει επικεντρωθεί στο να συμβάλει στην καλύτερη κατανόηση για το ποια χαρακτηριστικά επηρεάζουν ένα άτομο ώστε να συμπεριφερθεί επιχειρηματικά, όπως επίσης και ποια χαρακτηριστικά μπορεί να αυξήσουν την πιθανότητα μιας επιχειρηματικής επιτυχίας (Evans & Leighton 1989, Evans & Jovanovich 1989, Buera 2004, Hamilton 2000, Moskowitz & Vissing-Jorgensen 2002).

Η έννοια της επιχειρηματικής συμπεριφοράς είναι δύσκολο να μετρηθεί και να διερευνηθεί (Auteri, 2003,p. 172, Brown et al., 2001, p. 965), ωστόσο, παρουσιάζεται ως μια εσκεμμένη συμπεριφορά που συνδέεται με ένα συγκεκριμένο γεγονός. Είναι μια πολυδιάστατη διαδικασία που απαιτεί ανάλυση σε βάθος και δεν πρέπει να εξετάζεται μόνο από οικονομικής πλευράς (Bruyat & Julien 2000, Ζαμπετάκης & Μουστάκης 2007, Zerbinati & Souitaris 2005).

Η μελέτη της έχει συγκεντρώσει μια πληθώρα ορισμών, οι οποίοι συνήθως περιορίζονται στο να ξεχωρίσουν επιχειρηματικές δραστηριότητες ,όπως η δημιουργία ενός νέου οργανισμού, νέων επιχειρήσεων ή ανάπτυξη νέων προϊόντων.

Αρκετοί ερευνητές έχουν ορίσει το άτομο με επιχειρηματική συμπεριφορά ως κάποιον που αναγνωρίζει μια ευκαιρία και εκμεταλλεύεται αναλόγως τους διαθέσιμους πόρους για να δράσει ή για να επωφεληθεί από τη συγκεκριμένη ευκαιρία (Huefner & Hunt 1994, Chung & Gibbons 1997, Begley 1995).

Οι Hunter, Kapp και Yonkers (2003) την ορίζουν σαν ένα σύνολο λειτουργιών, δραστηριοτήτων και πράξεων συνδεδεμένες με την αντίληψη-κατανόηση των ευκαιριών και τη δημιουργία οργανισμών-επιχειρήσεων για την επιδίωξή τους.

Οι Bygrave και Hofer (1991),ορίζουν ως επιχειρηματικότητα τη δημιουργία ενός οργανισμού για την επιδίωξη κάποιας ευκαιρίας, ενώ οι Gartner (1988) και Sexton (1986) αναγνωρίζουν πέντε όψεις: εισαγωγή νέων προϊόντων, εισαγωγή νέων μεθόδων παραγωγής, το άνοιγμα νέων αγορών, την εξεύρεση νέων πόρων και την βιομηχανική αναδιοργάνωση.

Η Mair (2002, σελ.51) ορίζει την επιχειρηματική συμπεριφορά ως ένα σύνολο δραστηριοτήτων και πρακτικών από τις οποίες τα άτομα εφευρίσκουν και χρησιμοποιούν καινοτόμους τρόπους χρησιμοποίησης των πόρων για να επιδιώξουν και να δημιουργήσουν ευκαιρίες.

Ο προσδιορισμός της ταυτότητας και της προέλευσης της επιχειρηματικής συμπεριφοράς σε ένα υποστηρικτικό-συλλογικό περιβάλλον έχει συγκεντρώσει το ενδιαφέρον πολλών επιστημόνων από διάφορα πεδία έρευνας.

Δύο είναι οι κυρίαρχες απόψεις-θεωρίες που επικρατούν ως προς το τι παρακινεί την επιχειρηματική συμπεριφορά :

- Μακροσκοπική θεώρηση (macro view)

“Το περιβάλλον επηρεάζει την επιχειρηματική συμπεριφορά”

- Μικροσκοπική θεώρηση (micro view)

“Τα προσωπικά χαρακτηριστικά καθορίζουν την επιχειρηματική συμπεριφορά”

Σύμφωνα με την πρώτη θεώρηση η οποία έγινε ιδιαίτερα γνωστή κατά τη δεκαετία του 1980 (Kanter, 1985, Sathe, 1985, Schuler, 1986), το υποστηρικτικό περιβάλλον μπορεί να επηρεάσει θετικά την επιχειρηματική συμπεριφορά των εργαζομένων (Ghoshal & Bartlett, 1994, Kuratko, Montagno & Hornsby, 1990). Το υποστηρικτικό περιβάλλον είναι ένας πολυσύνθετος όρος με τρεις κύριες διαστάσεις :

α) ελευθερία δράσης (Lumpkin & Dess, 1996, Schollhammer, 1982)

β) πρόσβαση στους πόρους (Kanter, 1985)

γ) κοινωνικο-πολιτική υποστήριξη (Kuratko, Montagno & Hornsby, 1990)

Ωστόσο, δεν αναπτύσσουν όλοι οι εργαζόμενοι τέτοια συμπεριφορά ακόμη και αν βρίσκονται στο ίδιο περιβάλλον, αφού καθένας μπορεί να το αντιλαμβάνεται διαφορετικά, δηλαδή ο τρόπος που αντιλαμβάνονται και μεταφράζουν το πεδίο που έχουν να δράσουν καθορίζει την (επιχειρηματική) συμπεριφορά τους και επηρεάζει την απόδοσή τους (Brazeal, 1993, Starbuck & Mezias, 1996).

Από την άλλη πλευρά, το ποιο παραδοσιακό μέρος των ερευνητών έχει επικεντρωθεί στα προσωπικά χαρακτηριστικά του ατόμου όπως : αντίληψη, τρόπος αντιμετώπισης προβλημάτων, καινοτομία, αξίες και δραστηριοποίηση για επιτυχία (Brockhaus & Horwitz, 1986, Lee & Tsang, 2001, Stewart & Watson, 1998). Πρόσφατες έρευνες δίνουν έμφαση στις λεγόμενες «μαλακές» δεξιότητες του ατόμου, δηλαδή γνωστικές και συναισθηματικές μεταβλητές που σχετίζονται με την αναγνώριση, ρύθμιση και έκφραση σκέψεων και συναισθημάτων ,που είναι ζωτικής σημασίας στο να κατανοήσουμε τη συμπεριφορά στις σημερινές επιχειρήσεις-οργανισμούς (Fox & Spector, 2000).

Σύμφωνα με την Mair (2002, σελ. 2), η υποκειμενική ερμηνεία των εργαζομένων για το υποστηρικτικό περιβάλλον (POS), η συναισθηματική τους νοημοσύνη (emotional intelligence, EI) και οι πεποιθήσεις τους για την ατομική τους αποτελεσματικότητα (self-efficacy beliefs), ευθύνονται για τις διαφορές στην επιχειρηματική συμπεριφορά ατόμων μέσα στο ίδιο περιβάλλον (επιχείρηση-οργανισμό) και τονίζει ότι η επιχειρηματική συμπεριφορά μπορεί να αναλυθεί ενσωματώνοντας τις δύο επικρατούσες θεωρίες και εισάγοντας παράλληλα θέσεις της κοινωνικής γνωστικής θεωρίας (SCT).

Η κοινωνική γνωστική θεωρία (Bandura, 1986) είναι βασισμένη στην κεντρική ιδέα ότι, οι παράγοντες που προέρχονται από το περιβάλλον, οι προσωπικοί, οι γνωστικοί και η συμπεριφορά αλληλοσχετίζονται. Δύο είναι οι κύριοι γνωστικοί παράγοντες που επηρεάζουν τη συμπεριφορά:

α) τα αναμενόμενα αποτελέσματα (outcome expectations), δηλαδή τα άτομα είναι πιθανότερο να εκτελέσουν τις συμπεριφορές που αναμένουν ότι θα έχουν ευνοϊκή έκβαση,

β) η ατομική αποτελεσματικότητα (self-efficacy), που σχετίζεται με τις μεμονωμένες πεποιθήσεις που έχουν τα άτομα για τη δυνατότητά τους να εκτελέσουν μια δεδομένη συμπεριφορά.

Η επιχειρηματική συμπεριφορά θεωρείται ως το αντίδοτο της στασιμότητας, του αποπροσανατολισμού από το όραμα και της αποτυχίας, στις σύγχρονες επιχειρήσεις (Pearce 1997). Για το λόγο αυτό αρκετοί διευθυντές αλλά και μάνατζερ, ενδιαφερόμενοι για την οικονομική βιωσιμότητα της επιχείρησής τους, συχνά επιδιώκουν να επιβάλλουν-θεσμοποιήσουν επιχειρηματικές συμπεριφορές μεταξύ των υπαλλήλων και ειδικά των προϊσταμένων των εκάστοτε τμημάτων τους. Η λογική τους είναι ότι τέτοιες συμπεριφορές θα επιτρέψουν στην επιχείρηση ή τον οργανισμό να αποδώσει επιτυχώς σε ένα μεταβαλλόμενο και ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Η συμβολή της επιχειρηματικής συμπεριφοράς στην υιοθέτηση ενός πιο αξιοκρατικού μοντέλου λειτουργίας στον εργασιακό τομέα θεωρείται επίσης σημαντική. Μεγάλος αριθμός από ανώτερα στελέχη επιχειρήσεων επικεντρώνεται

πλέον στο να εμπνεύσει τους υπαλλήλους τους να συμπεριφέρονται επιχειρηματικά και δίνουν μεγάλη σημασία στην εσωτερική επικοινωνία της εταιρείας. Έχει διαπιστωθεί πλέον ότι υπάρχει μεγάλη επίδραση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς στη βελτίωση της απόδοσης, κάτι που εκφράζεται και μέσω των οικονομικών απολαβών της κάθε εταιρείας (Covin & Covin 1990, Fombrun & Ginsberg 1990; Jennings & Seaman 1990; Stevenson 1989).

Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι η επιχειρηματική συμπεριφορά για την οποία γίνεται λόγος στο παρόν κείμενο, αφορά την εταιρική επιχειρηματική συμπεριφορά που αναπτύσσεται στα πλαίσια ενός οργανισμού και όχι παραδείγματος χάριν την επιχειρηματική συμπεριφορά που επιδεικνύει ένας αυτοδημιούργητος επιχειρηματίας.

2.3 Η αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος

Για πολλά χρόνια, οι θεωρητικοί της διοικητικής επιστήμης αναφέρουν την εργασία ως την συναλλαγή του έργου και της αφοσίωσης των εργαζομένων, με την παροχή από τη επιχείρηση ή οργανισμό αντίστοιχων υλικών και κοινωνικο-συναισθηματικών αγαθών (Etzioni 1961, Gould 1979, Levinson 1965, March & Simon 1958, Mowday, Porter & Steers 1982). Ο παραπάνω χαρακτηρισμός της σχέσης ανάμεσα σε εργαζόμενο και εργοδότη δίνει έμφαση στην επίτευξη από την επιχείρηση ικανοποιητικών αποτελεσμάτων μέσω της ευνοϊκής-γενναιόδωρης μεταχείρισης των εργαζομένων της. Παραδείγματος χάριν, εργαζόμενοι που απολαμβάνουν ευνοϊκή μεταχείριση από την επιχείρηση, είναι πολύ πιθανότερο να δεσμευτούν συναισθηματικά σε αυτήν (Meyer & Allen 1997, Mowday et al. 1982), να ανταπεξέλθουν στις εργασιακές τους ευθύνες, υποχρεώσεις και στα προβλήματα ή τυχόν ευκαιρίες που θα εμφανιστούν (George & Brief, 1992).

Η θεωρία του υποστηρικτικού περιβάλλοντος (organizational support theory- OST, Eisenberger, Huntington, Hutchison & Sowa 1986, Shore & Shore 1995) υποστηρίζει ότι, για να προσδιορίσουν την ευχέρεια που έχει η επιχείρηση να ανταμείψει το έργο και να εκπληρώσει τις κοινωνικο-συναισθηματικές τους ανάγκες, οι εργαζόμενοι αναπτύσσουν καθολικές πεποιθήσεις σχετικά με το πόσο εκτιμά την συνεισφορά τους και ενδιαφέρεται για την ευημερία τους. Η αντίληψη για το υποστηρικτικό περιβάλλον (perceived organizational support, POS) εκτιμάται ως εγγύηση ότι η επιχείρηση θα προσφέρει οποιαδήποτε βοήθεια είναι απαραίτητη στον εργαζόμενο ώστε να ολοκληρώσει αποτελεσματικά το έργο του και να ανταπεξέλθει σε συνθήκες ιδιαίτερης πίεσης και άγχους.

Σύμφωνα με τη θεωρία, η ανάπτυξη του POS ενθαρρύνεται από την τάση που έχουν οι εργαζόμενοι να αποδίδουν στην επιχείρηση ανθρώπινα χαρακτηριστικά (Eisenberger et al., 1986).

Ο Levinson (1965) σημείωσε ότι η προσωποποίηση αυτή υποκινείται από:

- την νομική, ηθική και οικονομική ευθύνη για τις πράξεις των ανώτερων στελεχών ή προϊσταμένων της επιχείρησης,
- από την δύναμη της επιρροής που έχουν ατομικά σε κάθε εργαζόμενο

· και από την πολιτική, τους κανόνες και την κουλτούρα της επιχείρησης.

Στη βάση αυτής της προσωποποίησης, οι εργαζόμενοι αντιλαμβάνονται την ευνοϊκή ή μη μεταχείριση της επιχείρησης σαν ένδειξη επιδοκμασίας ή δυσαρέσκειας προς αυτούς.

Η θεωρία του υποστηρικτικού περιβάλλοντος επικαλείται επίσης τις ψυχολογικές διεργασίες που αποτελούν την βασική εξήγηση των συνεπειών του POS. Πρώτον, στη βάση του κανόνα αμοιβαίας συνεργασίας (reciprocity norm), η αντίληψη για το υποστηρικτικό περιβάλλον θα παράγει στους εργαζόμενους την υποχρέωση να νοιαστούν για την ευημερία και τους στόχους της επιχείρησης. Δεύτερον, ο σεβασμός, η φροντίδα και η επιδοκμασία που υπονοείται από το POS θα εκπληρώσει τις κοινωνικο-συναισθηματικές ανάγκες των εργαζομένων και τρίτον, θα ενδυναμώσει την πεποίθηση τους ότι η επιχείρηση αναγνωρίζει οποιαδήποτε προσπάθεια και αν καταβάλουν και την ανταμείβει.

Αυτές οι διεργασίες έχουν ευνοϊκά αποτελέσματα και για τους εργαζόμενους (θετική διάθεση, ικανοποίηση από την εργασία), και για τους εργοδότες (αυξημένη δέσμευση και απόδοση, όπως επίσης και λιγότερες παραιτήσεις).

Σχετικά με την άποψη ότι οι εργαζόμενοι αναπτύσσουν γενικές πεποιθήσεις ως προς τη δέσμευση που δείχνει η επιχείρηση σε αυτούς, ο Eisenberger et al. (1986) ανέφερε ότι τελικά τα άτομα αυτά πιστεύουν ότι η επιχείρηση έχει μια γενικά θετική ή αρνητική στάση προς αυτούς, που περικλείει τη συμβολή, το έργο και την ευημερία τους.

Η αντίληψη για το υποστηρικτικό περιβάλλον έχει αποδειχθεί ότι σχετίζεται με:

·τη συναισθηματική δέσμευση προς την επιχείρηση (affective organizational commitment, Eisenberger et al., 1990, Settoon, Bennett & Liden, 1996, Rhoades, Eisenberger & Armeli, 2001, Shore & Tetrick, 1991),

·τις προσδοκίες των εργαζομένων για την ανταμοιβή του έργου τους (effort-reward expectancies, Eisenberger et al., 1990),

·τη διάρκεια της δέσμευσης (continuance commitment, Shore & Tetrick, 1991),

·την συνδιαλλαγή εργοδότη-εργαζόμενου (leader-member exchange, Settoon et al., 1996, Wayne, Shore & Liden, 1997),

·την εποπτική υποστήριξη (supervisor support, Kottke & Sharafinski, 1998),

·ισότιμη και δίκαιη μεταχείριση (procedural justice, Andrews & Kacmar, 2001, Rhoades et al., 2001), και
·την ικανοποίηση από την εργασία (job satisfaction, Aquino & Griffeth, 1999, Eisenberger et al., 1997, Shore & Tetrick, 1991).

Σύμφωνα με την θεωρία του υποστηρικτικού περιβάλλοντος (Eisenberger et al., 1986), τρεις είναι οι βασικοί τύποι ευνοϊκής μεταχείρισης που αντιλαμβάνονται οι εργαζόμενοι από την επιχείρηση (δίκαιη μεταχείριση, εποπτική υποστήριξη, ανταμοιβές-συνθήκες εργασίας) και οι οποίες επηρεάζουν θετικά το POS.

1) Δίκαιη μεταχείριση

Αναφέρεται στην ισοτιμία και ισονομία που πρέπει να διέπει τη μεταχείριση αλλά και την διανομή των πόρων ανάμεσα στους εργαζόμενους. Οι Shore & Shore (1995) αναφέρουν ότι επαναλαμβανόμενες περιπτώσεις δίκαιης μεταχείρισης σε αποφάσεις που αφορούν την διανομή των πόρων, συμβάλουν θετικά στο POS. Οι Cropanzano και Greenberg (1997), ανέλυσαν την δίκαιη μεταχείριση σε δύο προσανατολισμούς: α) σε δομικούς και β) σε κοινωνικούς.

Οι πρώτοι περιλαμβάνουν κανόνες και πολιτικές αναφορικά με αποφάσεις που επηρεάζουν τους εργαζόμενους, δηλαδή, επαρκή προσοχή πριν εφαρμοστούν οι αποφάσεις, συνεχής πληροφόρηση και συμμετοχή των εργαζομένων κατά τη διαδικασία λήψης μιας απόφασης.

Από την άλλη, η κοινωνική θεώρηση της δίκαιης μεταχείρισης περιλαμβάνει την ποιότητα της διαπροσωπικής μεταχείρισης στην κατανομή των πόρων καθώς και τον εφοδιασμό των εργαζομένων με πληροφορίες σχετικά με το πώς καθορίζονται τα αποτελέσματα.

2) Εποπτική υποστήριξη

Με τον ίδιο τρόπο που οι εργαζόμενοι αναπτύσσουν γενικές αντιλήψεις αναφορικά με το μέγεθος της αξίας που η επιχείρηση δίνει σ' αυτούς, εκδηλώνουν και απόψεις σχετικά με το βαθμό που οι προϊστάμενοί τους αξιολογούν την συμβολή τους και νοιάζονται για την ευημερία τους (perceived supervisor support, Kottke & Sharafinski, 1998). Επειδή οι προϊστάμενοι λειτουργούν ως διαμεσολαβητές των αποφάσεων της διοίκησης και έχοντας ευθύνη για την απόδοση των εργαζομένων, οι εργαζόμενοι βλέπουν την ευνοϊκή ή όχι μεταχείριση από αυτούς ως δείγμα υποστήριξης της επιχείρησης (Eisenberger et al., 1986, Levinson, 1965).

3) Ανταμοιβές-Συνθήκες εργασίας

Οι Shore & Shore (1995) υπέθεσαν ότι, εάν οι πολιτικές που αφορούν ανθρώπινους πόρους δείχνουν αναγνώριση της συμβολής των εργαζομένων στην εργασία τους, τότε θα υπάρχει θετική συμβολή στο POS. Ένα πλήθος ανταμοιβών και συνθηκών εργασίας έχει μελετηθεί από το POS, όπως, αναγνώριση, αμοιβές, προαγωγές, ασφάλεια εργασίας, αυτονομία και εκπαίδευση.

·Αναγνώριση, αμοιβές και προαγωγές:

Σύμφωνα με την θεωρία του υποστηρικτικού περιβάλλοντος, ευνοϊκές ανταμοιβές από την επιχείρηση συμβάλουν στην ενδυνάμωση της συμβολής των εργαζομένων και επομένως στο POS.

·Ασφάλεια εργασίας :

Η διασφάλιση από την μεριά της επιχείρησης ότι επιθυμεί να διατηρήσει και στο μέλλον το ανθρώπινο δυναμικό της, θα ενίσχυε το POS, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια που οι μειώσεις εργατικού δυναμικού είναι δεδομένες (Allen, Shore & Griffeth, 1999).

·Αυτονομία:

Ο όρος αυτονομία αναφέρεται στην αντίληψη των εργαζομένων για την άνεση-ελευθερία που τους δίνει η επιχείρηση έτσι ώστε να φέρουν σε πέρας την εργασία τους. Η αυτονομία είναι παραδοσιακά υψηλή σε δυτικές χώρες (Geller, 1982, Hogan, 1975). Ουσιαστικά φανερώνει την εμπιστοσύνη που τους δείχνει, ώστε να αποφασίσουν μόνοι πως θα επιτελέσουν το έργο τους, με συνέπεια να αυξάνει το POS (Eisenberger, Rhoades & Cameron, 1999).

·Εκπαίδευση:

Ο Wayne et al. (1997) υποστήριξε ότι η εκπαίδευση δίνει την εντύπωση στους εργαζομένους ότι η επιχείρηση επενδύει πάνω σ' αυτούς, με αποτέλεσμα να συμβάλλει θετικά στην ανάπτυξη του POS.

·Μέγεθος επιχείρησης:

Οι Dekker & Barling (1995) υποστήριξαν ότι οι εργαζόμενοι νιώθουν λιγότερο χρήσιμοι σε μεγάλες επιχειρήσεις, όπου τυπικές πολιτικές και διαδικασίες ίσως μειώσουν την ευελιξία που έχουν να ασχοληθούν με τις ανάγκες του κάθε εργαζομένου ατομικά, το οποίο θα συνέβαλε αρνητικά στην ανάπτυξη του POS.

Ο Eisenberger (2002, σελ. 701), αναφέρει ότι υπάρχει άλλος ένας παράγοντας που συμβάλλει στην ανάπτυξη του POS, τα χαρακτηριστικά των εργαζομένων:

A) Προσωπικότητα

Η προσωπικότητα καθορίζει τη συμπεριφορά του εργαζομένου και συνεπώς την αντίληψη που έχει για το υποστηρικτικό περιβάλλον επηρεάζοντας έτσι το POS (Aquino & Griffith, 1999). Φιλικές και διαχυτικές συμπεριφορές προκαλούν θετικές εντυπώσεις απέναντι στους άλλους και δημιουργούν ευχάριστες εργασιακές σχέσεις μεταξύ των εργαζομένων. Αντίθετα, επιθετικές ή εσωστρεφείς συμπεριφορές οδηγούν στη παρεμπόδιση της ανάπτυξης ευνοϊκών συνθηκών εργασίας, με αποτέλεσμα να επιδρούν αρνητικά στο POS.

Μια άλλη διάσταση της προσωπικότητας, η ευσυνειδησία, η οποία σύμφωνα με τους Costa & McCrae (1985) αποτελείται από την αξιοπιστία, την επιμέλεια, την υπευθυνότητα και την επιμονή, μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη απόδοση, η οποία με τη σειρά της σε καλύτερη μεταχείριση από την επιχείρηση, αυξάνοντας συνεπώς το POS.

B) Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Περιλαμβάνουν την ηλικία, την εκπαίδευση, το φύλλο, τα χρόνια εργασίας και την θέση στην επιχείρηση. Παραδείγματος χάριν, εργαζόμενοι που είναι δυσαρεστημένοι με την επιχείρηση, εμφανίζουν μεγαλύτερες πιθανότητες από κάποιους άλλους να παραιτηθούν, ενώ εργαζόμενοι με αρκετά χρόνια υπηρεσίας έχουν μια πιο θετική άποψη για το υποστηρικτικό περιβάλλον.

2.3.1 Συνέπειες της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος

1) Δέσμευση στην επιχείρηση

Στη βάση του κανόνα αμοιβαίας συνεργασίας (reciprocity norm), το POS θα δημιουργήσει την υποχρέωση στον εργαζόμενο να νοιαστεί για την ευημερία της επιχείρησης (Eisenberger, Armeli, Rexwinkel, Lynch & Rhoades, 2001) και θα ενισχύσει τη συναισθηματική του δέσμευση εκπληρώνοντας τις κοινωνικο-συναισθηματικές του ανάγκες (Armeli et al.,1998, Eisenberger et al.,1986), δημιουργώντας έτσι μια δυνατή αίσθηση στον εργαζόμενο ότι ανήκει στην επιχείρηση. Οι Shore & Tetrick (1991), υποστήριξαν ότι το POS ίσως μειώσει αισθήματα παγίδευσης (συνεχής δέσμευση) που συμβαίνουν όταν οι εργαζόμενοι υποχρεώνονται να μείνουν στην εργασία τους εξαιτίας του μεγάλου κόστους που θα είχαν εγκαταλείποντας την.

2) Συμμετοχή στην εργασία:

Αναφέρεται στην αναγνώριση, το ενδιαφέρον και την ανάμιξη που δείχνει ένα άτομο σε μία συγκεκριμένη εργασία (Cropanzano et al.,1997, O'Driscoll & Randall, 1999).Αυξάνοντας την αντίληψη του εργαζόμενου για την ικανότητά του, το POS ίσως ενδυναμώσει το ενδιαφέρον του για την εργασία.

3) Απόδοση:

Το POS αυξάνει την απόδοση συγκεκριμένων εργασιακών πράξεων και δραστηριοτήτων ευνοϊκών προς την επιχείρηση, οι οποίες σύμφωνα με τους George & Brief (1992), περιλαμβάνουν την αυτόβουλη προσφορά βοήθειας ανάμεσα στους εργαζομένους, την ανάληψη πρωτοβουλιών που προστατεύουν την επιχείρηση από το ρίσκο, την προσφορά εποικοδομητικών προτάσεων και λύσεων σε διάφορα προβλήματα και την απόκτηση ικανοτήτων που είναι ευεργετικές για την επιχείρηση.

4) Ικανοποίηση από την εργασία-θετική διάθεση:

Η ικανοποίηση από την εργασία (job satisfaction) αναφέρεται στην ολική στάση ή διάθεση του ατόμου απέναντι στην εργασία του (Witt, 1991), με το POS να συμβάλλει θετικά σ' αυτήν αφού συνεπάγεται με την εκπλήρωση των κοινωνικο-συναισθηματικών τους αναγκών, την ανταμοιβή της προσπάθειας και την προσφερόμενη βοήθεια για την ολοκλήρωση της εργασίας τους.

Η θετική διάθεση-σκέψη (positive mood) περιλαμβάνει μια γενική συναισθηματική κατάσταση χωρίς κάποιον αντικειμενικό σκοπό (George, 1989) και επηρεάζεται από το περιβάλλον (George & Brief, 1992). Το POS συμβάλλει στην αίσθηση των εργαζομένων για την ικανότητά και την αξία τους, αυξάνοντας επομένως τη θετική διάθεση.

5) Ψυχοσωματικές-ψυχολογικές αντιδράσεις:

Το POS συμβάλλει στη μείωση των ψυχολογικών και ψυχοσωματικών αντιδράσεων (π.χ. εντάσεις, υπερκόπωση), υποδεικνύοντας τη διαθεσιμότητα της επιχείρησης σε υλική βοήθεια και συναισθηματική υποστήριξη, στοιχεία απαραίτητα στους εργαζόμενους ώστε να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στις υψηλές απαιτήσεις της εργασίας και να αντιμετωπίσουν ευκολότερα τα προβλήματα που ανακύπτουν (George et al., 1993, Robblee, 1998). Μερικοί ερευνητές έχουν προσπαθήσει να δώσουν ένα περισσότερο πρωταρχικό χαρακτήρα στην επίδραση του POS σε τέτοιου είδους αντιδράσεις, όπως είναι η εξάντληση (fatigue, Cropanzano et al., 1997), burnout (Cropanzano et al., 1997), το άγχος και οι πονοκέφαλοι (Robblee, 1998). Είναι κατανοητό ότι το POS θα μπορούσε να μειώσει το γενικό επίπεδο άγχους των εργαζομένων που οφείλεται είτε στην υψηλή είτε στη χαμηλή έκθεση σε παράγοντες που δημιουργούν τέτοιες ψυχολογικές αντιδράσεις.

6) Η επιθυμία παραμονής στην επιχείρηση

Ο Witt (Nye & Witt 1993, Witt 1991, Witt & Nye 1992) εξέτασε τη σχέση ανάμεσα στο POS και την επιθυμία των εργαζομένων να παραμείνουν στην επιχείρηση. Στη μελέτη του, στην οποία χρησιμοποίησε την κλίμακα των Hrebiniak και Alutto (1972), εκτίμησε την διάθεση των εργαζομένων να αποχωρήσουν από την επιχείρηση σε συνάρτηση με την ενδεχόμενη προσφορά σχετικά υψηλότερου μισθού, περισσότερης επαγγελματικής ελευθερίας και καταξίωσης, καθώς και προοπτική φιλικότερης αντιμετώπισης από τον εργοδότη στο νέο επιχειρησιακό περιβάλλον. Μεγάλος αριθμός εργαζομένων επιθυμεί την παραμονή του και τη συνέχιση της εργασίας του λόγω της αρνητικής αντίληψης που έχει διαμορφώσει ότι δε θα μπορέσει να ανταπεξέλθει στο υψηλό κόστος που συνεπάγεται μία πιθανή αποχώρηση από την επιχείρηση, γεγονός που τους καθιστά παγιδευμένους σε αυτή και τους δημιουργεί μία συνεχή δέσμευση.

7) Μείωση της συμμετοχής-συμπεριφορές απομάκρυνσης και απροθυμίας (withdrawal behavior).

Η παραπάνω έννοια αναφέρεται στη μείωση της ενεργούς συμμετοχής των εργαζομένων στις δραστηριότητες της επιχείρησης. Η σύνδεση του POS με την τάση για απομάκρυνση (π.χ. τάση για παραίτηση) έχει ερευνηθεί (Allen et al. 1999, Aquino & Griffeth 1999) σε συνάρτηση με πραγματικές καταστάσεις εκ μέρους των εργαζομένων, όπως αργοπορία και απροθυμία, συστηματική αδικαιολόγητη απουσία και εθελοντική παραίτηση. Η διατήρηση του προσωπικού της επιχείρησης, το υψηλό επίπεδο υπηρεσιών και η ακρίβεια παρέχουν δημόσια προσδιορισμένους τρόπους στους εργαζόμενους ώστε να ανταποκριθούν στο POS. Το POS ακόμη αυξάνει την συναισθηματική δέσμευση των εργαζομένων με την επιχείρηση και συνεπώς συμβάλλει στη μείωση των συμπεριφορών αποχώρησης και απροθυμίας που αναφέρθηκαν παραπάνω.

2.4 Συναισθηματική νοημοσύνη

Η συναισθηματική νοημοσύνη (emotional intelligence, EI) έχει τις ρίζες της στην έννοια της κοινωνικής νοημοσύνης (social intelligence), όπως πρωτοκαθορίστηκε από τον Thorndike το 1920, ως την ικανότητα κάποιου να κατανοεί, να ελέγχει και να ενεργεί σοφά στις διαπροσωπικές του σχέσεις. Ο Gardner (1993), ανέφερε ότι η κοινωνική νοημοσύνη περιλαμβάνει την διαπροσωπική και ενδοπροσωπική νοημοσύνη ενός ατόμου (interpersonal - intrapersonal intelligences). Η πρώτη σχετίζεται με τη νοημοσύνη ενός ατόμου στο να συνδιαλέγεται με τους άλλους, η ικανότητα δηλαδή να παρατηρεί και να κάνει διακρίσεις ανάμεσα στη διάθεση, τη σκέψη, τα κίνητρα και στις προθέσεις τους (σελ. 239).

Από την άλλη η διαπροσωπική νοημοσύνη αφορά την νοημοσύνη κάποιου στο να διαχειρίζεται τον εαυτό του, και την ικανότητα χρησιμοποίησης ενός περίπλοκου και πολυσύνθετου συνόλου συναισθημάτων.

Στη δεκαετία του 1980 ένα πρωτοποριακό μοντέλο της συναισθηματικής νοημοσύνης προτείνεται από τον Bar-On και συνοψίζεται στο αδημοσίευτο χειρόγραφο “The development of a concept and test of Psychological Well-being”. Το μοντέλο αυτό περιγράφει τη συναισθηματική νοημοσύνη ως μια ομάδα προσωπικών, συναισθηματικών και κοινωνικών ικανοτήτων που επηρεάζουν την ικανότητα που έχει κάποιος να αντιμετωπίζει με επιτυχία τα αιτήματα και τις πιέσεις του περιβάλλοντος.

Από τους πρώτους που χρησιμοποίησαν τον όρο συναισθηματική νοημοσύνη παρουσιάζοντας συγχρόνως μια ολοκληρωμένη θεωρία γι’ αυτήν, ήταν οι Salovey & Mayer (1990), ορίζοντάς την ως την ικανότητα του ατόμου να ελέγχει και να ρυθμίζει τα δικά του συναισθήματα αλλά και των άλλων, και να τα χρησιμοποιεί για να κατευθύνει τη σκέψη και τη δράση του (σελ. 189). Επιπλέον υποστήριζαν ότι αποτελείται από τέσσερις βασικές διαστάσεις (ικανότητες):

- Αυτοεκτίμηση και έκφραση των συναισθημάτων (self emotional appraisal [SEA]).

Σχετίζεται με την ικανότητα κάποιου να καταλαβαίνει τα βαθύτερα συναισθήματά του και να είναι ικανός να τα εκφράζει εντελώς φυσικά.

- Αξιολόγηση και αναγνώριση των συναισθημάτων των άλλων (others' emotional appraisal [OEA]), την ικανότητα δηλαδή των ατόμων να αντιλαμβάνονται και να καταλαβαίνουν τα συναισθήματα των ανθρώπων που τους περιβάλλουν.
- Αυτορύθμιση (regulation of emotion [ROE]). Την ικανότητα να χειρίζεται τα συναισθήματά του με τέτοιο τρόπο ώστε μάλλον να διευκολύνουν παρά να παρεμβαίνουν και να εμποδίζουν την εκάστοτε εργασία.
- Χρησιμοποίηση των συναισθημάτων (use of emotion [UOE]) για την επίτευξη δραστηριοτήτων και αύξησης της απόδοσης.

Ο Goleman (1998a, σελ. 317), ο οποίος είναι υπεύθυνος για την εκλαΐκευση του όρου, όρισε τη συναισθηματική νοημοσύνη ως την ικανότητα κάποιου να αναγνωρίζει τα συναισθήματά του και των άλλων, να δημιουργεί κίνητρα για τον εαυτό του και να χειρίζεται σωστά τόσο τα συναισθήματα όσο και τις σχέσεις του. Επεξεργάστηκε το μοντέλο των Salovey & Mayer καταλήγοντας σε μια προσαρμογή αρκετά χρήσιμη ώστε να κατανοήσει κανείς με ποιο τρόπο τα μοντέλα αυτά λειτουργούν στο χώρο εργασίας, περιλαμβάνοντας πέντε βασικές συναισθηματικές και κοινωνικές ικανότητες :

αυτοεπίγνωση, αυτορύθμιση, ενσυναίσθηση, κίνητρα συμπεριφοράς και κοινωνικές δεξιότητες.

2.4.1 Συναισθηματική νοημοσύνη: ικανότητα ή χαρακτηριστικό της προσωπικότητας;

Σε θεωρητικό επίπεδο η συναισθηματική νοημοσύνη αντανακλά τον τρόπο με τον οποίο ένα άτομο επεξεργάζεται και χρησιμοποιεί τα συναισθήματα ενδοπροσωπικά ή διαπροσωπικά. Ωστόσο, έχουν προκύψει διαφορετικές απόψεις όσον αφορά το επιχειρησιακό επίπεδο, που έχουν οδηγήσει σε δύο έννοιες-μοντέλα της συναισθηματικής νοημοσύνης, τις οποίες χρησιμοποιούμε ανάλογα με το τι θέλουμε να εξετάσουμε.

1). Η συναισθηματική νοημοσύνη ως ικανότητα του ατόμου (ability model).

Θεωρεί τη συναισθηματική νοημοσύνη ως νοητική ικανότητα, η οποία επιτρέπει την κατανόηση των ενδογενών συναισθημάτων αλλά και των συναισθημάτων των υπολοίπων ατόμων, τη διάκρισή τους και τη χρησιμοποίησή τους για να κατευθύνουμε τις πράξεις μας αλλά και των άλλων. Εξετάζοντας αυτό το μοντέλο, μπορούμε να διακρίνουμε ότι εμπεριέχει και συνδέει έννοιες της ψυχολογίας, οι οποίες υπάρχουν σε διαφορετικό βαθμό σε όλους τους ανθρώπους και έχουν θέση σε όλες τις εκφάνσεις της ζωής τους. Ένα άτομο με υψηλό δείκτη συναισθηματικής νοημοσύνης είναι ικανό να συνδυάζει όλες αυτές τις ικανότητες και να τις χρησιμοποιεί κατάλληλα. Οι ικανότητες αυτές είναι:

Αυτοεπίγνωση : Να γνωρίζει κανείς τι αισθάνεται κάθε συγκεκριμένη στιγμή και να χρησιμοποιεί αυτές τις προτιμήσεις ως γνώμονα για τη λήψη αποφάσεων. Να κάνει μια ρεαλιστική αξιολόγηση των ικανοτήτων του και να έχει ένα καλά τεκμηριωμένο αίσθημα αυτοπεποίθησης (επίγνωση των συναισθημάτων, ακριβής αυτοαξιολόγηση, αυτοπεποίθηση).

Αυτορύθμιση : Το να μπορεί κανείς να διαχειρίζεται την εσωτερική του κατάσταση, τις παρορμήσεις του και τα προσωπικά του αποθέματα (αυτοέλεγχος, ευσυνειδησία, προσαρμοστικότητα, καινοτομία).

Κίνητρα συμπεριφοράς : Συναισθηματικές τάσεις που οδηγούν προς την επίτευξη στόχων ή τη διευκολύνουν (τάση προς επίτευξη, δέσμευση, πρωτοβουλία, αισιοδοξία).

Ενσυναίσθηση : Επίγνωση των συναισθημάτων, των αναγκών και των ανησυχιών των άλλων (κατανόηση των άλλων, αναγνώριση των αναγκών τους, σωστός χειρισμός της διαφορετικότητας, πολιτική αντίληψη).

Οι Mayer, Salovey και Caruso (2000), υποστήριξαν ότι αυτά τα συστατικά λειτουργούν σαν μια ιεραρχημένη δομή που έχει ως βάση την αντίληψη και αυτοεπίγνωση, και στην κορυφή τοποθετούν την αυτορύθμιση ως το πιο περίπλοκο και δυσνόητο από τα τέσσερα.

2). Η συναισθηματική νοημοσύνη ως γενικό χαρακτηριστικό της προσωπικότητας (trait model).

Είναι ένα συνονθύλευμα από προσωπικές ,συναισθηματικές και κοινωνικές ικανότητες που επηρεάζουν την ικανότητα κάποιου να αντιμετωπίζει με επιτυχία τα αιτήματα και τις πιέσεις του περιβάλλοντος. Η ομάδα αυτών των ικανοτήτων γενικά συνοψίζεται στα εξής πέντε στοιχεία (Bar-On 1985)

·Ενδοπροσωπικές ικανότητες (η ικανότητα κάποιου να έχει επίγνωση του εαυτού του, να κατανοεί και να αξιολογεί τα συναισθήματά του).

·Διαπροσωπικές δεξιότητες (η ικανότητα κάποιου να έχει επίγνωση και να καταλαβαίνει τα συναισθήματα των άλλων και να δημιουργεί στενές συναισθηματικές σχέσεις).

·Προσαρμοστικότητα (η ικανότητα κάποιου να επαληθεύει τα συναισθήματά του, να αξιολογεί με ακρίβεια τη συγκεκριμένη κατάσταση, να αλλάζει με ευέλικτο τρόπο τα συναισθήματα και τις σκέψεις του και να επιλύει προβλήματα).

·Στρατηγικές αντιμετώπισης του στρες (η ικανότητα να αντιμετωπίζει κανείς καλά το στρες και να ελέγχει τα έντονα συναισθήματα).

·Παράγοντες ενεργοποίησης και γενικοί παράγοντες διάθεσης (η ικανότητα να είναι κανείς αισιόδοξος, να απολαμβάνει τη σχέση με τον εαυτό του και τους άλλους και να αισθάνεται και να εκφράζει την ευτυχία).

Μια άλλη προσέγγιση αυτού του μοντέλου δίνει έμφαση στις ικανότητες της συναισθηματικής νοημοσύνης που υποστηρίζει ότι είναι οι :

Αυτοεπίγνωση, η διαχείριση συναισθημάτων, η επίγνωση του κοινωνικού περιβάλλοντος και οι κοινωνικές δεξιότητες. Δηλαδή εκτός από τις συναισθηματικές δεξιότητες που έχουν αναφερθεί προγενέστερα λαμβάνουμε υπόψη και κατά πόσο χειριζόμαστε με επιτυχία τα συναισθήματα στις σχέσεις και κατανοούμε τις κοινωνικές καταστάσεις. Κατ'επέκταση, χρησιμοποιούμε αυτές τις ικανότητες για να πείσουμε, ηγηθούμε, διαπραγματευτούμε και υπάρξουμε επιτυχώς σε ομαδική εργασία (Boyatzis, Goleman & Rhee 1999).

Συμπερασματικά, είναι εμφανές πως και στα δύο μοντέλα κυρίαρχο ρόλο παίζουν τα συναισθήματα με λίγο διαφορετικό τρόπο, όμως όπως παρατηρείται υπάρχουν πολλά κοινά στοιχεία ως προς τις υποθέσεις και τις προσδοκίες. Στο πρώτο μοντέλο, η συναισθηματική νοημοσύνη θεωρείται ως μια έμφυτη ικανότητα του ανθρώπου, ενώ στο δεύτερο, τα συναισθήματα είτε συνδέονται με τις δεξιότητες του μοντέλου είτε λειτουργούν υποστηρικτικά προς αυτές και η συναισθηματική νοημοσύνη θεωρείται ως χαρακτηριστικό της προσωπικότητας.

Τα τελευταία χρόνια, έχει υπάρξει εξαιρετικό ενδιαφέρον στην ανάπτυξη της θεωρίας της συναισθηματικής νοημοσύνης, ώστε να καθοριστεί εάν η έννοια αυτή ευθύνεται για τις διαφορές που δεν έχουν ακόμη ερμηνευτεί από την νοημοσύνη ή την προσωπικότητα, σε διάφορους τομείς, όπως: την επιτυχία στη ζωή (Bar-On 2001, Goleman 1995), την ευημερία (Dulewicz et al., 2003, Palmer et al., 2002), την φυσική και ψυχική υγεία (Ciarrochi et al., 2002, Salovey et al., 2000, Taylor, 2001), και τις διαπροσωπικές σχέσεις.

Σύμφωνα με τους Dulewicz & Higgs (2001), η υπάρχουσα θεωρία για την συναισθηματική νοημοσύνη έχει γίνει αντικείμενο έρευνας από τομείς όπως η

ψυχολογία και η διοίκηση, ενώ οι περιορισμένες εφαρμογές της σε επιχειρήσεις και οργανισμούς, τείνει να βασιστεί σε παραγόμενα επιχειρήματα και υποθετικές περιγραφές. Ωστόσο, την τελευταία δεκαετία η έρευνα έχει επικεντρωθεί στο πώς μπορεί η συναισθηματική νοημοσύνη να προβλέψει συμπεριφορές στο περιβάλλον μιας επιχείρησης, όπως ηγετική ικανότητα, δυνατότητα επαγγελματικής καταξίωσης, ομαδικό πνεύμα και απόδοση στην εργασία.

Η έρευνα υποστηρίζει ότι άτομα με υψηλό δείκτη συναισθηματικής νοημοσύνης είναι περισσότερο πιθανό να : πετύχουν επαγγελματικά (Dulewicz & Higgs 1998), διευθύνουν πιο αποτελεσματικά (Cooper & Sawaf 1997, Palmer et al. 2000 , Higgs & Rowland, 2002), λειτουργούν αποτελεσματικά σε ομάδες (Rice,1999), προσαρμόζονται εύκολα σε καταστάσεις άγχους (Nikolaou & Tsaousis, 2002).

2.5 Διατύπωση υποθέσεων

2.5.1 Αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος και επιχειρηματική συμπεριφορά

Η έρευνα για το ρόλο του περιβάλλοντος στην προώθηση της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας μέσα σε επιχειρήσεις-οργανισμούς, έγινε ιδιαίτερα δημοφιλής κατά τη δεκαετία του 1980 και στις αρχές του 1990 (Kanter 1985, Sathe 1985, Schuler 1986). Το μήνυμα που προκύπτει από όλες σχεδόν τις μελέτες είναι κατηγορηματικό : η υποστήριξη κατέχει πρωταγωνιστική θέση στη παρακίνηση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς σε μεγάλους οργανισμούς (Ghoshal & Bartlett 1994, Kuratko, Montagno & Hornsby 1990).

Η έννοια του υποστηρικτικού περιβάλλοντος αναφέρεται στην προθυμία που επιδεικνύει η ανώτερη διοίκηση ώστε να προάγει την επιχειρηματική συμπεριφορά μέσα στην επιχείρηση. Σύμφωνα με τον Hornsby (2002), η αντίληψη που έχουν οι εργαζόμενοι για το υποστηρικτικό περιβάλλον τους ωθεί να ενεργήσουν επιχειρηματικά.

Το υποστηρικτικό περιβάλλον τυπικά θεωρείται σαν μια πολυδιάστατη έννοια αποτελούμενη από τρεις κύριες υποδιαστάσεις : ελευθερία δράσης (Lumpkin & Dess 1996, Schollhammer 1982), παροχή πόρων (Kanter 1985) και κοινωνικο-πολιτική υποστήριξη (Kuratko, Montagno & Hornsby 1990).

Η θεωρία του υποστηρικτικού περιβάλλοντος (Eisenberger 1986, Rhoades & Eisenberger 2002) αποτελεί ένα χρήσιμο θεωρητικό πλαίσιο στο να κατανοήσουμε την επιχειρηματική συμπεριφορά. Υποστηρίζει ότι οι εργαζόμενοι αναπτύσσουν καθολικές πεποιθήσεις σχετικά με το πόσο εκτιμά η επιχείρηση την συνεισφορά τους και ενδιαφέρεται για την ευημερία τους. Η αντίληψη για το υποστηρικτικό περιβάλλον (perceived organizational support, POS) είναι αποτέλεσμα της τάσης που έχουν οι εργαζόμενοι να αποδίδουν ανθρώπινα χαρακτηριστικά στην επιχείρηση.

Όταν η αντίληψη για το υποστηρικτικό περιβάλλον είναι υψηλή, θα κάνει τους εργαζόμενους να βοηθήσουν την επιχείρηση να εκπληρώσει τους στόχους και τις υποχρεώσεις της (Eisenberger 1986, Rhoades & Eisenberger 2002). Η έρευνα έχει δείξει ότι εργαζόμενοι με υψηλά επίπεδα POS, είναι περισσότερο δεσμευμένοι στην επιχείρηση όπως επίσης και περισσότερο ικανοποιημένοι από την εργασία τους

(Rhoades&Eisenberger 2002).Τέτοια άτομα είναι λιγότερο πιθανόν να επιδείξουν συμπεριφορές όπως απροθυμία, οκνηρία ή και να εγκαταλείψουν την εργασία τους (Allen,Shore&Griffeth 2003,Eisenberger 1986), μπορούν να πάνε πέρα από τα τυπικά τους καθήκοντα και υποχρεώσεις (George&Brief 1992,Witt 1991), καταβάλλουν μεγαλύτερη προσπάθεια και παρουσιάζουν αυξημένη απόδοση (Armeli, Eisenberger, Fasolo & Lynch 1998).

Με βάση τη βιβλιογραφία και όλα όσα αναφέρθηκαν προηγουμένως σχετικά με τη σπουδαιότητα του POS στην παρακίνηση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς, προτείνουμε ότι:

Υπόθεση 1: Η αντίληψη του εργαζόμενου για το υποστηρικτικό περιβάλλον έχει θετική επίδραση στην επιχειρηματική του συμπεριφορά.

2.5.2 Συναισθηματική νοημοσύνη και επιχειρηματική συμπεριφορά

Αρκετές μελέτες έχουν δείξει ότι η προσωπικότητα κατέχει σημαντικό ρόλο στη προέλευση της επιχειρηματικότητας (Hermann, Manfred & Christian 2007).Για το λόγο αυτό, στην παρούσα έρευνα προσανατολιζόμαστε στην άποψη κατά την οποία η συναισθηματική νοημοσύνη εμφανίζεται ως γενικό χαρακτηριστικό της προσωπικότητας του ατόμου (trait EI) και όχι ως νοητικής ικανότητας (ability).

Το δεύτερο μοντέλο (Mayer & Salovey 1997),αναφέρεται στην νοητική ικανότητα κάποιου να κατανοεί τα ενδογενή συναισθήματα αλλά και τα συναισθήματα των υπολοίπων ατόμων και τη χρησιμοποίησή τους για να κατευθύνει τις πράξεις των άλλων. Για την μέτρησή της απαιτούνται ειδικά τεστ, όπως το MSCEIT (Mayer, Salovey & Caruso Emotional Intelligence test) ,το οποίο εμφανίζει αρκετά καλό βαθμό εσωτερικής συνοχής καθώς και υψηλή εγκυρότητα και ισχύ.

Αντίθετα ,το μοντέλο συναισθηματικής νοημοσύνης ως χαρακτηριστικό της προσωπικότητας, το οποίο μετριέται μέσω αυτοσυμπληρούμενων ερωτηματολογίων, κατέχει ένα πλεονέκτημα σε σχέση με το άλλο όσον αφορά την πρόβλεψη της

επιχειρηματικής συμπεριφοράς σε μια επιχείρηση. Δεν μετράει την ικανότητα κάποιου αλλά ρωτάει τα άτομα πως σκέφτονται και συμπεριφέρονται στην καθημερινή τους ζωή, και αυτό διότι για να προβλέψουμε τη συμπεριφορά ενός ατόμου είναι προτιμότερο να έχουμε μια τυπική μέτρηση της κανονικής του απόδοσης παρά κάποια που μετράει το μέγιστο δυνατό, όπως είναι το MSCEIT.

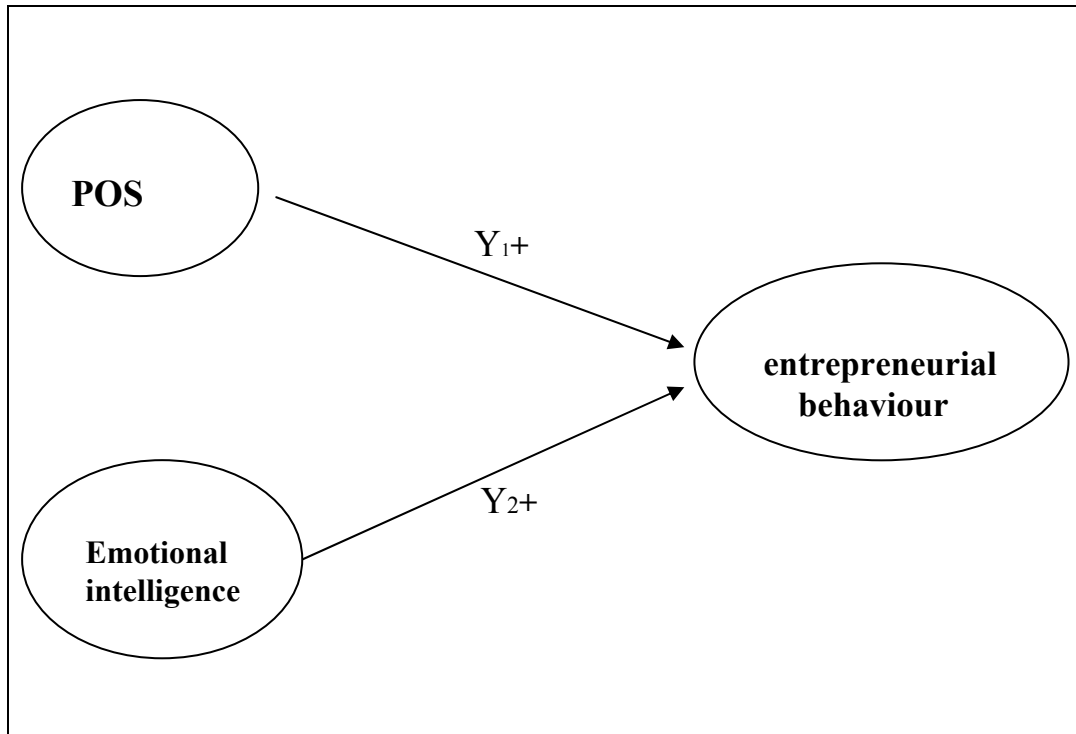
Πρόσφατη έρευνα έδειξε ότι η αντίληψη ενός εργαζομένου όσον αφορά τα συναισθήματά του και των άλλων σε μια επιχείρηση, μπορεί να τον οδηγήσει να δράσει επιχειρηματικά (Brundin 2007). Εργαζόμενοι με υψηλά επίπεδα συναισθηματικής νοημοσύνης είναι πιο ικανοί να ρυθμίζουν τα συναισθήματά τους με αποτέλεσμα να μπορούν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις της εργασίας τους, το οποίο μπορεί να τους ωθήσει να σκεφτούν επιχειρηματικά. Η Mair (2005), σε μια έρευνα που αφορούσε ανώτατα στελέχη, έδειξε ότι η ικανότητά τους να εκφράζουν σκέψεις και συναισθήματα είχε θετική επίδραση στην επιχειρηματική τους συμπεριφορά, μέσα στο περιβάλλον ενός οργανισμού.

Πράγματι η συναισθηματική νοημοσύνη μπορεί να επηρεάσει την επιχειρηματική συμπεριφορά μέσω κάποιων διαδικασιών. Άτομα με υψηλούς συναισθηματικούς δείκτες επιδεικνύουν αντοχή και μεγαλύτερη ευελιξία όταν εκτεθούν σε περιβάλλον εξαιρετικού άγχους και στρες (Nikolaou & Tsaousis 2002),γι' αυτό το λόγο είναι πιο ικανά να ρυθμίζουν και να εξωτερικεύουν τα συναισθήματά τους (Sy 2006, VanRooy & Viswesvaran 2004). Επίσης, η υψηλή συναισθηματική νοημοσύνη μπορεί να κάνει τα άτομα αυτά πιο δημιουργικά και δραστήρια (Amabile, Barsade, Mueller & Staw 2005), το οποίο μπορεί να προάγει την επιχειρηματική συμπεριφορά.

Με βάση τα προηγούμενα προτείνουμε ότι :

Υπόθεση 2 : Η συναισθηματική νοημοσύνη των εργαζομένων έχει θετική επίδραση στην επιχειρηματική τους συμπεριφορά.

Σύμφωνα με όσα έχουν λεχθεί παραπάνω και με βάση τις υποθέσεις που έχουμε κάνει, καταλήγουμε στο παρακάτω μοντέλο προς μελέτη, όπως παρουσιάζεται στο ακόλουθο σχήμα :



Σχήμα 2.1: Θεωρητικό μοντέλο

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1 Εισαγωγή

Το ζητούμενο από την παρούσα έρευνα έγκειται στον προσδιορισμό της επίδρασης που έχει η αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος και η συναισθηματική νοημοσύνη στην επιχειρηματική συμπεριφορά των εργαζομένων, συνεπώς απαιτείται να εξεταστούν εργαζόμενοι ώστε να εξαχθούν συμπεράσματα για την ισχύ των υποθέσεων που έχουμε ορίσει στο προηγούμενο κεφάλαιο. Παρουσιάζεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την κατασκευή των ερωτηματολογίων και τη διαδικασία της έρευνας καθώς επίσης γίνεται και βιβλιογραφική αναφορά στα Μοντέλα Δομικών Εξισώσεων. Καταλήγοντας αναφέρονται βιβλιογραφικά στοιχεία για την ανάλυση των εννοιών της αξιοπιστίας και της εγκυρότητας οι οποίες είναι βασικά και απαραίτητα στοιχεία για την φυσική υπόσταση κάθε έρευνας.

3.2 Στοιχεία της έρευνας

3.2.1 Κατάρτιση ερωτηματολογίου

Για να καταστεί δυνατή η μέτρηση μιας έννοιας θα πρέπει να προσδιοριστούν συγκεκριμένες ενέργειες ή παρατηρήσιμες μορφές συμπεριφοράς, οι οποίες θα αντιπροσωπεύουν τη συγκεκριμένη έννοια. Μερικές φορές μια έννοια μπορεί να προσδιοριστεί και να μετρηθεί με τη χρήση μιας μόνο μεταβλητής ,συνήθως όμως αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση πολλών μεταβλητών. Ένα σημαντικό θέμα είναι ο

εντοπισμός των προσδιοριστικών μεταβλητών που θα χρησιμοποιηθούν για την μέτρηση των υπό διερεύνηση εννοιών. Για τον εντοπισμό των προσδιοριστικών μεταβλητών ο ερευνητής έχει δύο επιλογές, είτε να αναπτύξει δικές του μεταβλητές, είτε να επιλέξει έτοιμες, δοκιμασμένες από την βιβλιογραφία. Συνήθως προτιμώνται οι έτοιμες γιατί είναι σχεδιασμένες από ειδικούς και συνοδεύονται από δείκτες αξιοπιστίας και εγκυρότητας.

Στη συγκεκριμένη έρευνα η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε είναι μέσω κατάλληλα διαμορφωμένου ερωτηματολογίου από το εξεταζόμενο δείγμα. Για την κατάρτισή του βασιστήκαμε σε ερωτηματολόγια της διεθνούς βιβλιογραφίας τα οποία και παρουσιάζουν εξαιρετική αξιοπιστία και εγκυρότητα. Οι εργαζόμενοι συμπλήρωσαν ένα ερωτηματολόγιο που περιείχε συνολικά 35 ερωτήσεις, που αφορούσαν τις έννοιες προς διερεύνηση καθώς και κάποια δημογραφικά στοιχεία. Σε μερικές από τις ερωτήσεις χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της αντίστροφης ερώτησης (reverse scored), και αυτό για να αποφευχθεί το φαινόμενο της μηχανικής συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων, κάτι το οποίο αποτελεί ένα από τα πιο μεγάλα και συνηθέστερα προβλήματα για την εξαγωγή πραγματικών συμπερασμάτων.

Τα αναλυτικά στοιχεία του ερωτηματολογίου παρουσιάζονται παρακάτω:

- 1). Για τη μέτρηση της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος, χρησιμοποιήσαμε την 8-βάθμια κλίμακα του Eisenberger (1986), η οποία από προηγούμενες έρευνες (Eisenberger et al., 1986, Rhoades & Eisenberger 2002), αποδείχθηκε εξαιρετικά αξιόπιστη. Ο συντελεστής α του Cronbach είναι 0.80, αρκετά ικανοποιητικός, ενώ οι ερωτήσεις 2, 3, 5 και 7 είναι reverse scored (αντίστροφη ερώτηση).

- 1) Η επιχείρηση εκτιμά την συνεισφορά μου για την ευημερία της.
- 2) Η επιχείρηση δεν αναγνωρίζει οποιαδήποτε προσπάθεια και αν καταβάλω
- 3) Θα αγνοούσε οποιοδήποτε παράπονό μου
- 4) Νοιάζεται πραγματικά για την ευημερία μου
- 5) Ακόμα κι αν κατέβαλα τη μέγιστη δυνατή προσπάθεια, η επιχείρηση θα αδυνατούσε να το προσέξει
- 6) Νοιάζεται για την γενικότερη ικανοποίησή μου στο χώρο εργασίας
- 7) Η επιχείρηση δείχνει πολύ λίγο ενδιαφέρον για μένα
- 8) Νιώθει υπερήφανη για τις επιτεύξεις μου

Πίνακας 3.1 : Μέτρηση της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος

- 2). Για την μέτρηση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς χρησιμοποιήσαμε έξι ερωτήσεις από το ερωτηματολόγιο των Pearce, Kramer και Robbins (1997). Ο συντελεστής α ήταν 0.71, ενώ οι ερωτήσεις 10, 12, 13 ήταν reverse scored.

- 9) Επιδεικνύω ενθουσιασμό για την απόκτηση δεξιοτήτων ή ικανοτήτων
- 10) Αδυνατώ να αλλάξω γρήγορα τρόπο δράσης όταν τα αποτελέσματα δεν είναι επιθυμητά
- 11) Ενθαρρύνω τους συναδέλφους να αναλαμβάνουν δράση για την εκπλήρωση των ιδεών τους
- 12) Μάλλον δεν εμπνέω τους συναδέλφους μου να σκεφτούν για την εργασία τους με νέους και παρακινητικούς τρόπους
- 13) Σπάνια αφιερώνω χρόνο στη βοήθεια συναδέλφων για να βρεθούν τρόποι να βελτιώσουμε τη δουλειά μας
- 14) Μου αρέσει να δημιουργώ ένα κλίμα όπου οι άνθρωποι ενθουσιάζονται να κάνουν προόδους

Πίνακας 3.2 : Μέτρηση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς

3). Για τη μέτρηση της συναισθηματικής νοημοσύνης χρησιμοποιήσαμε το Wang & Law Emotional Intelligence Scale (WLEIS , Wang & Law 2002). Το ερωτηματολόγιο αυτό μετράει τυπική συμπεριφορά και δεν μπορεί να ταξινομηθεί με το μοντέλο της συναισθηματικής νοημοσύνης ως ικανότητα του ατόμου. Ωστόσο, αποτελείται από τέσσερις διαστάσεις σε συνέπεια με τον ορισμό της συναισθηματικής νοημοσύνης των Mayer και Salovey (1997), οι οποίες είναι:

- Αυτοεκτίμηση και έκφραση των συναισθημάτων (self emotional appraisal [SEA]). Εξετάζεται στις ερωτήσεις 15,19,23,27.

- Αξιολόγηση και αναγνώριση των συναισθημάτων των άλλων (others' emotional appraisal [OEA]), και εξετάζεται στις ερωτήσεις 16,20,24,28.

- Χρησιμοποίηση των συναισθημάτων (use of emotion [UOE]) ,στις ερωτήσεις 17,21,25,29.

- Αυτορύθμιση (regulation of emotion [ROE]). Εξετάζεται στις ερωτήσεις 18,22,26 και 30.

Ο συντελεστής αξιοπιστίας α (0.84) για τις 16 ερωτήσεις ήταν αρκετά ικανοποιητικός, ενώ οι ερωτήσεις 19,22,23,26 και 27 ήταν reverse scored.

- 15) Τις περισσότερες φορές καταλαβαίνω (έχω μια καλή αίσθηση) το γιατί αισθάνομαι τα συναισθήματα που νοιώθω (έτσι όπως αισθάνομαι)
- 16) Δυσκολεύομαι να καταλάβω πως αισθάνονται οι άλλοι με βάση την συμπεριφορά τους
- 17) Πάντα θέτω στόχους για τον εαυτό μου και μετά βάζω τα δυνατά μου για να τους πετύχω
- 18) Μπορώ με την λογική να ελέγξω τον θυμό μου και να ανταπεξέλθω τις δυσκολίες
- 19) Γενικά δυσκολεύομαι να κατανοήσω τα συναισθήματά μου
- 20) Είμαι καλός παρατηρητής των συναισθημάτων των άλλων
- 21) Πάντα λέω στον εαυτό μου ότι είμαι ένα άξιο και ικανό άτομο
- 22) Συνήθως μου είναι δύσκολο να ελέγξω τα συναισθήματά μου
- 23) Δεν είμαι πάντα σε θέση να καταλάβω πώς αισθάνομαι πραγματικά
- 24) Είμαι ευαίσθητος στα συναισθήματα και την συγκινησιακή κατάσταση των άλλων ανθρώπων
- 25) Είμαι ένα άτομο με ισχυρά κίνητρα
- 26) Όταν θυμώνω, δεν μπορώ να ηρεμήσω γρήγορα
- 27) Αρκετές φορές αδυνατώ να γνωρίζω αν είμαι χαρούμενος ή όχι
- 28) Έχω μια καλή κατανόηση των συναισθημάτων των ανθρώπων γύρω μου
- 29) Πάντα παρακινώ τον εαυτό μου να καταφέρει το καλύτερο
- 30) Έχω καλό έλεγχο των συναισθημάτων μου

Πίνακας 3.3 : Μέτρηση της συναισθηματικής νοημοσύνης.

4). Στο τέλος του ερωτηματολογίου εξετάζονται κάποια δημογραφικά στοιχεία για καθαρά στατιστικούς λόγους, όπως :η ηλικία, το φύλλο, τα χρόνια υπηρεσίας, το μορφωτικό επίπεδο καθώς επίσης ζητήθηκε από τους εργαζομένους να αναφέρουν αν τυχόν είναι προϊστάμενοι σε κάποιο τμήμα.

Η τελική μορφή του ερωτηματολογίου παρατίθεται στο παράρτημα.

3.2.2. Διαδικασία της έρευνας

Η παρούσα έρευνα έλαβε χώρα κατά το χρονικό διάστημα Μαρτίου-Μαΐου 2007 και το δείγμα που εξετάστηκε περιελάμβανε δημόσιους οργανισμούς και υπηρεσίες, ιδιωτικές εταιρείες, μεγάλες επιχειρήσεις και τράπεζες από περιοχές της κεντρικής και νότιας Ελλάδας (Αθήνα, Χανιά, Ηράκλειο).

Με γνώμονα την όσο πιο αντικειμενική και έγκυρη εξαγωγή των αποτελεσμάτων, δεν επικεντρωθήκαμε μόνο σε ένα είδος επιχείρησης ή σε μία συγκεκριμένη ομάδα εργαζομένων. Απευθυνθήκαμε συνολικά σε οκτώ εταιρείες και οργανισμούς με συνολικά 232 συμμετέχοντες.

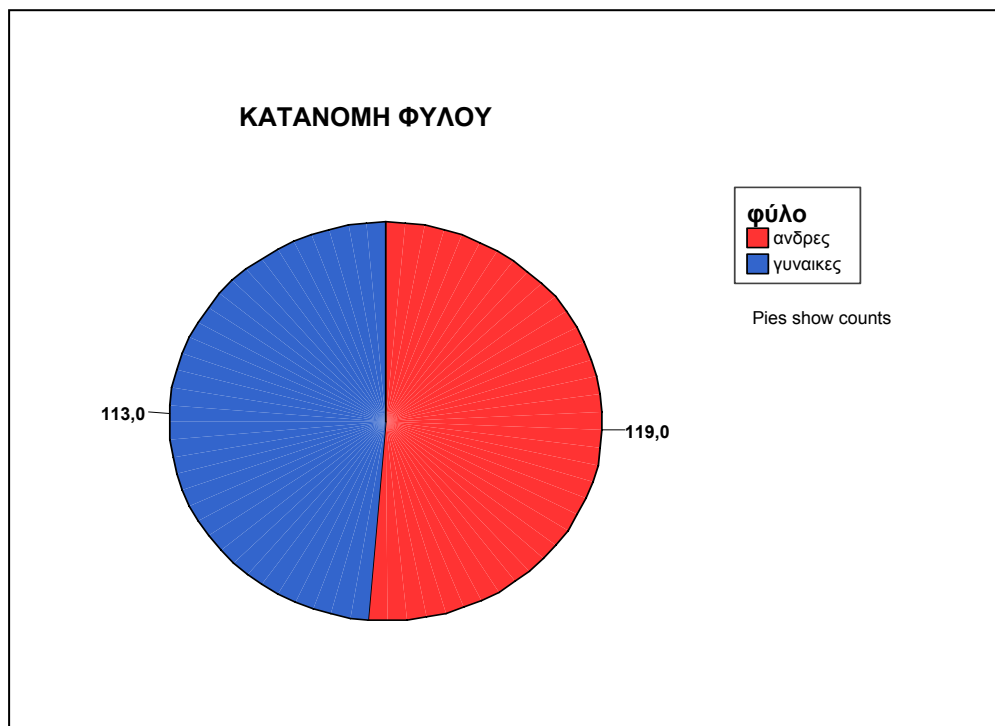
Τα ερωτηματολόγια διενεμήθησαν προσωπικά σε κάθε εργαζόμενο, αφού πρώτα ενημερώθηκε για τον σκοπό της έρευνας. Τονίσαμε ότι η συμπλήρωση είναι εθελοντική, καθώς και τη μη δημοσιοποίηση οποιονδήποτε ονομαστικών στοιχείων ή αποτελεσμάτων.

Πρέπει να τονιστεί ότι κατά τη διεξαγωγή της έρευνας παρατηρήσαμε σχετικά μικρό χρόνο συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων, το οποίο είναι επιθυμητό, αφού φανερώνει πως το άτομο ενεργεί αυθόρμητα και κατά μεγάλη πιθανότητα συμπληρώνει την απάντηση που ανταποκρίνεται πραγματικά σε αυτό που νιώθει, χωρίς να έχει το χρόνο να σκεφτεί σκόπιμα κάποια απάντηση.

3.2.3 Δημογραφικά στοιχεία δείγματος

Έπειτα από στατιστική ανάλυση των δημογραφικών στοιχείων που περιελάμβαναν τα ερωτηματολόγια, προέκυψαν τα παρακάτω αποτελέσματα:

1. Η κατανομή του φύλου για τους 232 εργαζόμενους:



Σχήμα 3.1 : Κατανομή φύλλου.

2. Το ηλικιακό εύρος είναι από 20 έως 61 έτη, με μέσο όρο τα 37,5 έτη και τυπική απόκλιση 9,68.

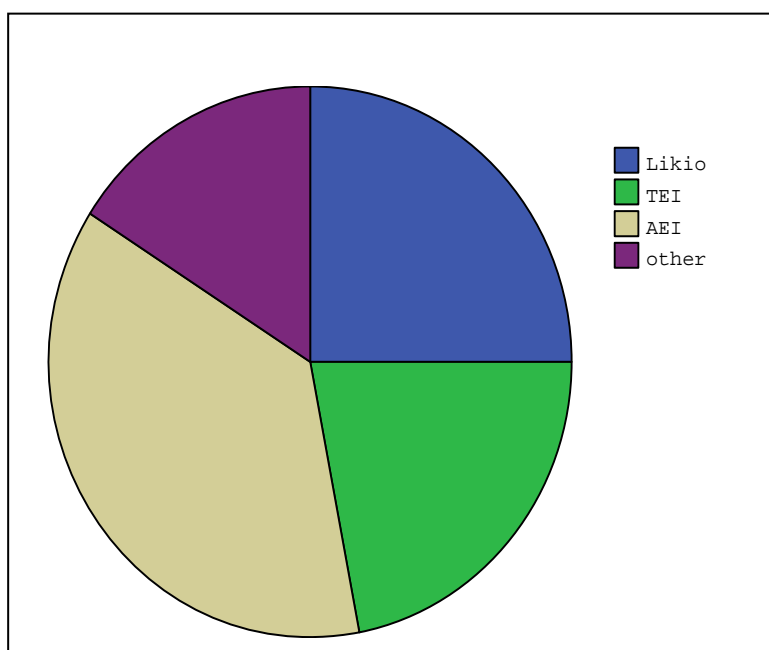
N	Valid	232
	Missing	0
Mean		37,46
Std. Deviation		9,676
Minimum		20
Maximum		61

Πίνακας 3.4 : Στατιστικά στοιχεία ηλικίας

3. Το μορφωτικό επίπεδο όπως προέκυψε από τους εργαζόμενους είναι:

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ			
	συχνότητα	ποσοστό	Cumulative Percent
Likio	58	25,0	25,0
ΤΕΙ	51	22,0	47,0
ΑΕΙ	86	37,1	84,1
άλλο	37	15,9	100,0
σύνολο	232	100,0	

Πίνακας 3.5 : Μορφωτικό επίπεδο.



Σχήμα 3.2 : Μορφωτικό επίπεδο

4. Το εύρος του χρονικού διαστήματος που βρίσκεται ένας υπάλληλος στη συγκεκριμένη θέση εργασίας κυμαίνεται από 2 μήνες μέχρι 34 έτη με μέσο όρο τα 10 έτη.

5. Απο τα 232 συνολικά άτομα, οι 52 είναι προϊστάμενοι ή ανώτατα στελέχη.

3.3 Στατιστική μεθοδολογική προσέγγιση

Για την εκτίμηση της ισχύος, της προσαρμοστικότητας καθώς και της προβλεπτικότητας του υποθετικού ερευνητικού μοντέλου ,επιλέχθηκαν τεχνικές περιγραφικής στατιστικής αλλά κυρίως τεχνικές πολυμεταβλητής ανάλυσης όπως διερευνητική και επιβεβαιωτική παραγοντική ανάλυση. Για τις ανάγκες της διερευνητικής παραγοντικής ανάλυσης, καθώς και άλλων στατιστικών αναλύσεων, όπως της περιγραφικής στατιστικής, των συσχετίσεων και τον έλεγχο αξιοπιστίας, χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο SPSS.Ενώ λόγω της σύνθετης φύσης που παρουσιάζουν τα υποθετικά ερευνητικά μοντέλα για τις ανάγκες της επιβεβαιωτικής παραγοντικής ανάλυσης χρησιμοποιήθηκαν τα μοντέλα δομικών εξισώσεων SEM.Οι διαδικασίες ανάλυσης που προσφέρουν, επιτρέπουν στους ερευνητές να εξετάσουν την προτεινόμενη υποθετική δομή ενός μοντέλου συνολικά για το σύνολο των σχέσεων μεταξύ των εξαρτώμενων και των ανεξάρτητων μεταβλητών ταυτόχρονα. Μια συνοπτική θεωρητική εισαγωγή των μοντέλων δομικών εξισώσεων και των πλεονεκτημάτων τους παρουσιάζεται στην επόμενη παράγραφο.

3.3.1 Μοντέλα Δομικών Εξισώσεων (SEM)

Τα SEM συνήθως χρησιμοποιούνται σαν μια επικυρωτική διαδικασία διαφόρων θεωρητικών υποθέσεων, επειδή δεν υπολογίζουν μόνο τις εκτιμήσεις για τους παράγοντες του μοντέλου (όπως διακυμάνσεις και συνδιακυμάνσεις των παραγόντων, τον υπολογισμό της διακύμανσης των καταλοίπων και των λαθών), αλλά εξετάζουν επίσης και το βαθμό προσαρμογής τους με τα δεδομένα.

Γενικά, τα μοντέλα δομικών εξισώσεων είναι μια στατιστική μεθοδολογία που υιοθετεί μια επικυρωτική μέθοδο (εξέταση υποθέσεων) στην πολυμεταβλητή ανάλυση (multivariate analysis) ενός μοντέλου, που αφορά κάποιες παρατηρήσεις ή μετρήσεις (Byrne 1998a). Ο όρος SEM δεν υποδεικνύει μια ενιαία στατιστική τεχνική, αλλά αναφέρεται σε μια οικογένεια σχετικών διαδικασιών και στατιστικών αναλύσεων.

Κύριο χαρακτηριστικό τους είναι ότι ο ερευνητής πρέπει πρώτα να εκτιμήσει τη σχέση μεταξύ των μεταβλητών και να προτείνει το μοντέλο ανάλυσης και έπειτα να εξετάσει αν οι εκτιμήσεις αυτές επιβεβαιώνονται από τα δεδομένα. Οι σχέσεις αυτές εξετάζονται μέσω γραμμικών εξισώσεων και επιπλέον υπάρχει και η δυνατότητα της γραφικής αναπαράστασης του εκτιμώμενου μοντέλου για καλύτερη κατανόηση και επεξεργασία.

Τα SEM μπορούν να θεωρηθούν σαν μια επέκταση της παλινδρόμησης και της παραγοντικής ανάλυσης, η οποία όμως εξετάζει ταυτόχρονα τις σχέσεις μιας ή περισσότερων εξαρτημένων μεταβλητών, και μεταξύ δύο ή περισσότερων ανεξάρτητων μεταβλητών. Οι σχέσεις μεταξύ των θεωρητικών εννοιών αντιπροσωπεύονται από τους συντελεστές παλινδρόμησης ή διαδρομής μεταξύ των διάφορων παραγόντων. Στην πολλαπλή παλινδρόμηση όμως ο αναλυτής θεωρεί ότι, οι μεταβλητές που συμμετέχουν στο σχηματισμό του μοντέλου έχουν μετρηθεί απόλυτα, ακόμα και αν αυτό δεν ισχύει. Επιπρόσθετα, το μοντέλο της παλινδρόμησης εκτιμά και αναπαριστά μόνο άμεσες επιδράσεις. Στην περίπτωση, για παράδειγμα, που μια ανεξάρτητη μεταβλητή δεν είναι απόλυτα παρατηρήσιμη, δημιουργείται πρόβλημα μεροληψίας όχι μόνο στην εκτίμηση του συντελεστή της συγκεκριμένης μεταβλητής, αλλά και στις εκτιμήσεις των συντελεστών των υπόλοιπων μεταβλητών του μοντέλου.

Αντίθετα, το μοντέλο διαδρομής (path model) που δημιουργείται στα SEM επιτρέπει τη μελέτη της επίδρασης των επιμέρους μεταβλητών στις οποίες μπορεί να αποσυντεθεί μία αρχική μεταβλητή. Με άλλα λόγια, μια ανεξάρτητη μεταβλητή μπορεί να έχει άμεση αλλά και έμμεση επίδραση σε μια εξαρτημένη μεταβλητή. Μια μεταβλητή μπορεί να φαίνεται μη σημαντική όταν αξιολογείται η άμεση επίδρασή της, αλλά μπορεί να γίνεται σημαντική όταν αξιολογείται η συνολική επίδραση, η οποία λαμβάνει υπόψη της τις διαδρομές σύνδεσης (pathways) που τη συνδέουν με την εξαρτημένη μεταβλητή.

Ένα διάγραμμα στα συστήματα δομικών εξισώσεων αποτελείται από ορθογώνια παραλληλόγραμμα και από κύκλους ή ελλείψεις που συνδέονται μεταξύ τους με απλής ή διπλής κατεύθυνσης βέλη. Τα ορθογώνια παραλληλόγραμμα αντιπροσωπεύουν τις παρατηρηθείσες ή μετρήσιμες μεταβλητές και οι ελλείψεις τις κρυφές ή λανθάνουσες. Πιο συγκεκριμένα, τα απλής κατεύθυνσης βέλη χρησιμοποιούνται για να καθορίσουν τις αιτιώδεις σχέσεις στο μοντέλο, όπου η μεταβλητή στην ουρά του βέλους προκαλεί τη μεταβλητή στο σημείο. Τα διπλής κατεύθυνσης βέλη χρησιμοποιούνται για να δείξουν τις συνδιακυμάνσεις ή τους συσχετισμούς μεταξύ των παραγόντων χωρίς καμία αιτιώδη ερμηνεία. Στατιστικά τα απλά βέλη αντιπροσωπεύουν τους συντελεστές παλινδρόμησης ή τις φορτώσεις των παραγόντων ενώ τα διπλής κατεύθυνσης βέλη δείχνουν τις συνδιακυμάνσεις μεταξύ των παραγόντων. Συνδεμένος με κάθε μια παρατηρήσιμη μεταβλητή είναι ένας όρος λάθους, ο οποίος αντιπροσωπεύει το λάθος μέτρησης και απεικονίζει την επάρκεια του μοντέλου στη μέτρηση του σχετικού παράγοντα. Επιπλέον, συνδεμένος με κάθε κρυφή μεταβλητή είναι ένας όρος υπολοίπου (residual) ο οποίος αντιπροσωπεύει το λάθος στην πρόβλεψη των ενδογενών παραγόντων από τους εξωγενείς παράγοντες. Δεδομένου ότι και οι όροι λάθους και υπολοίπων αντιπροσωπεύουν μεταβλητές που δεν ορίζονται στο μοντέλο έχουν τη μορφή του κύκλου ή της έλλειψης.

Από διαδικαστική άποψη, τα μοντέλα των δομικών εξισώσεων μπορούν να αποσυντεθούν σε δύο υπό - μοντέλα: α) το μετρικό, και β) το δομικό. Το μετρικό μοντέλο καθορίζει τις σχέσεις μεταξύ των κρυφών και των μετρήσιμων μεταβλητών. Παρέχει επίσης τις συνδέσεις μεταξύ των ερωτήσεων του μοντέλου και των παραγόντων που έχει ορισθεί ότι καθορίζουν. Επομένως, το μετρικό μοντέλο είναι μια επιβεβαιωτική παραγοντική διαδικασία, η οποία διευκρινίζει το πόσο καλά μια

ερώτηση ή μία μετρήσιμη μεταβλητή συνεισφέρει στο καθορισμό ενός παράγοντα. Κατά συνέπεια, πρέπει πρώτα να εξεταστεί και να αξιολογηθεί το μετρικό μοντέλο πριν την εξέταση του δομικού μοντέλου. Το δομικό μοντέλο, αντίθετα, καθορίζει τις αιτιώδεις σχέσεις μεταξύ των κρυφών παραγόντων καθώς και την προσαρμοστικότητα των μοντέλων με τα δεδομένα. Με τον όρο αιτιώδη σχέση ορίζεται η υπόθεση ότι, θεωρώντας σταθερά όλα τα υπόλοιπα στοιχεία που καθορίζουν το μοντέλο, μια αλλαγή στη μεταβλητή που βρίσκεται στην ουρά του βέλους τι είδους μεταβολή θα προκαλέσει στη μεταβλητή που βρίσκεται στο κεφάλι του βέλους, και αν αυτή η μεταβολή είναι στατιστικά σημαντική (Loehlin, 1987). Επομένως, σε ένα δομικό μοντέλο κάθε εξίσωση αντιπροσωπεύει μια αιτιώδη συνάφεια παρά μια εμπειρική ένωση.

Τεχνικά, ένα μοντέλο δομικών εξισώσεων υπονοεί την ύπαρξη μιας μήτρας συνδιακύμανσης των μετρήσεων. Μόλις υπολογιστούν οι παράμετροι του μοντέλου, η προκύπτουσα πρότυπος-υπονοούμενη μήτρα συνδιακύμανσης μπορεί να συγκριθεί με μια εμπειρική μήτρα συνδιακύμανσης. Εάν οι δύο μήτρες είναι σύμφωνες η μια με τη άλλη, τότε για το δομικό μοντέλο εξίσωσης μπορεί να θεωρηθεί σαν μια εύλογη εξήγηση για τις σχέσεις μεταξύ των μετρήσεων.

Υπάρχουν τουλάχιστο δύο λόγοι για τη δημοτικότητα των SEM. Αρχικά, στις επιστήμες που εξετάζουν τη συμπεριφορά ή την αντίδραση των ατόμων σε συγκεκριμένες καταστάσεις, το ενδιαφέρον των ερευνητών εστιάζεται κυρίως στη μελέτη των θεωρητικών κατασκευασμάτων που δεν μπορούν να παρατηρηθούν άμεσα. Μια μορφή που άμεσα διαπραγματεύονται τα SEM, είναι το πόσο καλά οι μετρήσεις αυτές απεικονίζουν τα προοριζόμενα δομικά μοντέλα. Επιπλέον, οι ερευνητές ενδιαφέρονται κυρίως για ζητήματα πρόβλεψης. Δεδομένου ότι η κατανόηση των σύνθετων φαινομένων έχει αυξηθεί, τα προβλεπτικά μοντέλα έχουν γίνει πιο σύνθετα. Οι τεχνικές που προσφέρουν τα SEM επιτρέπουν τη χρήση ειδικών δοκιμών για σύνθετα μοντέλα διαδρομών (complex path models) που ενσωματώνουν περίπλοκα εννοιολογικά διαγράμματα. Κατά συνέπεια, οι τεχνικές που προσφέρουν τα συστήματα δομικών εξισώσεων είναι πιο προσαρμόσιμες από τις συγκριτικές στατιστικές τεχνικές που βασίζονται στην πολλαπλή παλινδρόμηση.

3.3.2 Λογισμικό για SEM.

Κάποια από τα γνωστότερα πακέτα στατιστικών προγραμμάτων που χρησιμοποιούνται στη διαδικασία ανάλυσης των μοντέλων δομικών εξισώσεων είναι τα: AMOS (Analysis of Moment Structures) (Arbuckle 1997), το CALIS (Covariance Analysis and Linear Structural Equations) (Hartmann 1992), το EQS (Equations), το LISCOMP (Linear Structural Equations with a Comprehensive Measurement Model) (Muthen 1987), το RAMONA (Reticular Action Model or Near Approximations) και το SEPATH (SEM and Path Analysis).

Για τη ολοκλήρωση της παρούσας έρευνας προτιμήθηκε το λογισμικό πακέτο AMOS διότι : α) προσφέρει ιδιαίτερα φιλικό περιβάλλον εργασίας, β) δεν απαιτεί γνώσεις προγραμματισμού αν και προσφέρει αυτή τη δυνατότητα, γ) υπολογίζει περισσότερους από 20 δείκτες προσαρμοστικότητας των μοντέλων, δ) τα αποτελέσματα των αναλύσεων παρουσιάζονται ταξινομημένα με τέτοιο τρόπο ώστε να γίνονται εύκολα κατανοητά, ε) τα αποτελέσματα υποστηρίζονται πλήρως από το θεωρητικό τους υπόβαθρο, στ) καθώς και τη δυνατότητα αξιολογής διερευνητικής παραγοντικής ανάλυσης εκτός της επιβεβαιωτικής.

3.3.3 Εκτίμηση προσαρμογής του μοντέλου

Ο σκοπός της εκτίμησης της συνολικής προσαρμογής ενός μοντέλου είναι ο προσδιορισμός του βαθμού στον οποίο το μοντέλο είναι συμβατό με τα εμπειρικά δεδομένα. Στα μοντέλα δομικών εξισώσεων, δεν υπάρχει ένα μόνο στατιστικό τεστ το οποίο μπορεί να περιγράψει την προβλεπτική ισχύ και την προσαρμοστικότητα ενός μοντέλου. Αντίθετα, οι ερευνητές έχουν αναπτύξει ένα ευρύ φάσμα δεικτών που προσδιορίζουν την καταλληλότητα της προσαρμογής ενός μοντέλου. Αυτοί οι δείκτες, όταν χρησιμοποιηθούν σε συνδυασμό, εκτιμούν την προσαρμοστικότητα και την προβλεπτικότητα του μοντέλου από τρεις διαφορετικές σκοπιές: α) τη συνολική ή απόλυτη προσαρμογή του μοντέλου (absolute fit), β) τη συγκριτική προσαρμογή του μοντέλου (incremental fit), και γ) τη φειδωλότητα (parsimony) του μοντέλου.

Η δεύτερη κατηγορία δεικτών αποτελείται από τους δείκτες της επαυξητικής (incremental) προσαρμογής, οι οποίοι συγκρίνουν το προτεινόμενο μοντέλο με κάποιο μοντέλο βάσης, το οποίο συχνά αναφέρεται και ως το μηδενικό ή κενό (null) ή ανεξάρτητο μοντέλο. Το μηδενικό μοντέλο θα πρέπει να είναι ένα ρεαλιστικό μοντέλο το οποίο όλα τα άλλα μοντέλα πρέπει να υπερβαίνουν. Σε πολλές περιπτώσεις το μηδενικό μοντέλο αποτελείται από μία μόνο δομή, με όλους τους δείκτες του να υπολογίζουν τέλεια τη δομή αυτή. Έχουν προταθεί, διάφοροι δείκτες επαυξητικής (incremental) προσαρμογής. Οι νεότερες εκδόσεις του LISREL και του Amos περιλαμβάνουν το διορθωμένο δείκτη κατάλληλης προσαρμογής (AGFI), το κανονικοποιημένο δείκτη προσαρμογής (NFI), το σχετικό δείκτη προσαρμογής (RFI), τον επαυξητικό δείκτη προσαρμογής (IFI), και το συγκριτικό δείκτη προσαρμογής (CFI). Στην ουσία, όλοι αυτοί οι δείκτες αναπαριστούν τα αποτελέσματα συγκρίσεων ανάμεσα στο εκτιμώμενο μοντέλο και το μηδενικό. Οι τιμές των δεικτών αυτών βρίσκονται μεταξύ του μηδέν και του ένα, όπου οι μεγαλύτερες τιμές δείχνουν υψηλότερα επίπεδα προσαρμοστικότητας.

Τέλος, οι δείκτες φειδωλότητας σχετίζουν την καταλληλότητα προσαρμογής του μοντέλου με τον αριθμό των εκτιμώμενων παραγόντων που απαιτούνται για να επιτευχθεί αυτό το συγκεκριμένο επίπεδο προσαρμογής. Τυπικοί δείκτες είναι οι: ο φειδωλός κανονικοποιημένος δείκτης προσαρμογής (PNFI) και ο φειδωλός δείκτης κατάλληλης προσαρμογής (PGFI).

3.3.4 Εγκυρότητα

Ο καλός σχεδιασμός μιας μελέτης αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επίτευξη της μεθοδολογικής εγκυρότητας. Κάθε ερευνητικό ερώτημα απαιτεί διαφορετικό σχεδιασμό για τη διερεύνησή του. Ο λανθασμένος σχεδιασμός οδηγεί αναπόφευκτα σε ελλιπή εσωτερική εγκυρότητα, δηλαδή στο βαθμό κατά τον οποίο τα αποτελέσματα της έρευνας προσεγγίζουν την "αλήθεια" και, κατά συνέπεια, και εξωτερική εγκυρότητα δηλαδή στο βαθμό, κατά οποίο τα αποτελέσματα μιας έρευνας μπορούν να εφαρμοσθούν σε ευρύτερους πληθυσμούς.

Στην παρούσα έρευνα ,το ερωτηματολόγιο που κατασκευάστηκε καθώς και τα μοντέλα της στατιστικής επεξεργασίας έχουν παρθεί από τη βιβλιογραφία όπου χρησιμοποιούνται αρκετά χρόνια με αδιαμφισβήτητη ισχύ.

Οι διάφορες μορφές εγκυρότητας μιας έρευνας παρουσιάζονται παρακάτω (Ζαμπετάκης, 2007):

·Η εγκυρότητα σχετικά με το περιεχόμενο:

περιλαμβάνει τη φαινομενική εγκυρότητα και την εγκυρότητα περιεχομένου. Η φαινομενική εγκυρότητα είναι το κατά πόσο μία κλίμακα μέτρησης όντως μετράει την έννοια για την οποία έχει οριστεί .Στη συγκεκριμένη μελέτη η φαινομενική εγκυρότητα διασφαλίστηκε πρώτον μέσω της βιβλιογραφικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε ώστε να δημιουργεί μία ξεκάθαρη βάση από την οποία θα ξεκινήσει η διαδικασία και δεύτερον από την προσεκτική κατασκευή του ερωτηματολογίου. Η εγκυρότητα περιεχομένου ή κατά τεκμήριο εγκυρότητα αναφέρεται στο κατά πόσο οι ερωτήσεις του μέσου καλύπτουν το εύρος του περιεχομένου της εννοιολογικής κατασκευής που υποστηρίζουν. Δηλαδή αν μία μέτρηση είναι επαρκής για να καλύψει σφαιρικά την έννοια που μετρά. Στην έρευνα μας μετρήθηκαν συγκεκριμένες πτυχές της συναισθηματικής συμπεριφοράς ((SEA): η ικανότητα έκφρασης των ατομικών συναισθημάτων ενός ατόμου ,(OEA): η κατανόηση των συναισθημάτων των άλλων, (UOE): η χρήση των συναισθημάτων μας, (ROE): η διαχείριση των συναισθημάτων μας),και αντίστοιχα συγκεκριμένα σημεία τόσο της επιχειρηματικής συμπεριφοράς αλλά και της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος.

· Η εγκυρότητα της εννοιολογικής κατασκευής:

αναφέρεται στο πόσο καλά κάποιος αποτύπωσε τη θεωρία του σε μία κλίμακα και περιλαμβάνει τη συγκλίνουσα εγκυρότητα και την εγκυρότητα διαχωρισμού. Η συγκλίνουσα εγκυρότητα αναφέρεται στο βαθμό που ένα εργαλείο συμφωνεί με άλλες μετρήσεις του ίδιου ή άλλων χαρακτηριστικών με τα οποία συγκλίνει από θεωρητική άποψη. Η εγκυρότητα διαχωρισμού αναφέρεται στο αν οι μετρήσεις μας σχετίζονται ή όχι με μετρήσεις άλλων χαρακτηριστικών. Στη συγκεκριμένη περίπτωση η συγκλίνουσα εγκυρότητα διασφαλίστηκε μέσω της βιβλιογραφικής έρευνας από την οποία προέκυψαν οι προς εξέταση υποθέσεις.

· Η εγκυρότητα κριτηρίου:

αφορά στο κατά πόσο τα αποτελέσματα της έρευνας είναι σύμφωνα με τη θεωρία και με τη βιβλιογραφία που έχει διερευνηθεί στην οποία διατυπώνονται αποτελέσματα άλλων ερευνών. Η εγκυρότητα κριτηρίου περιλαμβάνει τη συντρέχουσα εγκυρότητα και την προβλεπτική εγκυρότητα. Η συντρέχουσα εγκυρότητα αναφέρεται στο βαθμό που οι τιμές μιας κλίμακας διαφοροποιούνται προς την αναμενόμενη κατεύθυνση μεταξύ ομάδων ατόμων οι οποίες αντικειμενικά διαφέρουν ως προς την αξιολογούμενη εννοιολογική κατασκευή. Η προβλεπτική εγκυρότητα αναφέρεται στο βαθμό που η κλίμακα είναι σε θέση με βάση σημερινές αξιολογήσεις να προβλέψει μελλοντικές παραμέτρους. Οι δύο αυτές μορφές εγκυρότητας διασφαλίστηκαν στην παρούσα μελέτη από την βιβλιογραφία η πρώτη και η δεύτερη από τα στοιχεία που έχουν οι κλίμακες μέτρησης ως προς την προβλεπτική τους ικανότητα και τα οποία έχουν δημοσιοποιηθεί στα σχετικά άρθρα.

3.3.5 Αξιοπιστία

Με τον όρο αξιοπιστία εννοούμε τον βαθμό κατά τον οποίο τα αποτελέσματα που αποκομίζονται από μια έρευνα παραμένουν τα ίδια αν η έρευνα γίνει για δεύτερη φορά. Δηλαδή μια μέτρηση θεωρείται αξιόπιστη αν έχει μικρή ή και ακόμη μηδενική μεταβλητότητα αν επαναλαμβάνεται κάτω από παρόμοιες συνθήκες.

Εναλλακτικά, η αξιοπιστία είναι ο συσχετισμός μιας μεταβλητής, ενός παράγοντα, ή ενός μοντέλου με κάτι υποθετικό που μετρά αληθινά αυτό που επιθυμείται να μετρηθεί (Cronbach 1951) . Δεδομένου ότι, το αληθινό μοντέλο δεν είναι διαθέσιμο, η αξιοπιστία υπολογίζεται από τον υψηλό συσχετισμό μεταξύ των μεταβλητών μέσω διάφορων δεικτών αξιοπιστίας. Όλοι οι δείκτες αξιοπιστίας είναι μορφές συντελεστών συσχετισμού, αλλά αντιπροσωπεύουν διαφορετικές έννοιες της αξιοπιστίας, και μπορούν να χρησιμοποιηθούν περισσότεροι του ενός σε μία έρευνα. Ο Cronbach alpha είναι ο πιο ευρέως χρησιμοποιούμενος από τους δείκτες αξιοπιστίας και είναι γενικά αποδεκτό ότι η τιμή του πρέπει να είναι μεγαλύτερη του 0,7. Ο δείκτης Cronbach alpha μπορεί να ερμηνευθεί σαν το εκατοστιαίο ποσοστό που εξηγεί ο χρησιμοποιούμενος παράγοντας έναν υποθετικό που περιλαμβάνει όλες τις πιθανές μεταβλητές

Ο δείκτης α του Cronbach μπορεί να γραφεί σαν μία συνάρτηση του αριθμού των ερωτήσεων (στην προκειμένη περίπτωση N) και της μέσης αυτοσυσχέτισης ανάμεσα στις ερωτήσεις(r).Ο γενικός τύπος είναι:

$$\alpha = \frac{N - \bar{r}}{1 + (N - 1) - \bar{r}}$$

Όπως φαίνεται από τον τύπο εάν αυξηθούν οι ερωτήσεις που εξετάζουν το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό, θα αυξηθεί και ο δείκτης του Cronbach. Αντίστοιχα εάν η εσωτερική αυτοσυσχέτιση είναι μικρή τότε θα μειωθεί και η τιμή του δείκτη. Αυτό το γεγονός εξηγείται και διαισθητικά αφού εάν η εσωτερική αυτοσυσχέτιση είναι υψηλή τότε λογικά όλα τα χαρακτηριστικά θα μετρούν το ίδιο αντικείμενο. Αυτό εννοείται όταν λέμε ότι έχουμε υψηλή αξιοπιστία δηλαδή όταν όλες οι ερωτήσεις μετρούν πραγματικά το χαρακτηριστικό το οποίο έχουν προοριστεί να μετρούν.

Στην παρούσα μελέτη έχουμε δημιουργήσει ένα πολυμεταβλητό ερωτηματολόγιο δηλαδή εξετάζουμε τρεις μεταβλητές ,σε αυτήν την περίπτωση ξεχωρίζουμε τις ερωτήσεις που μετρούν το κάθε χαρακτηριστικό και βρίσκουμε τρεις δείκτες α του Cronbach έναν για κάθε μεταβλητή. Η διεργασία αυτή θα γίνει με τη βοήθεια του προγράμματος SPSS και τα αποτελέσματα θα δοθούν στο επόμενο κεφάλαιο.

3.4 Εφαρμογή στη παρούσα έρευνα

Στη συγκεκριμένη έρευνα το υποθετικό μοντέλο εξετάστηκε μέσω των μοντέλων δομικών εξισώσεων ,χρησιμοποιώντας το λογισμικό AMOS (Arbuckle,2006),ενώ για τις ανάγκες της διερευνητικής παραγοντικής ανάλυσης, καθώς και άλλων στατιστικών αναλύσεων, όπως της περιγραφικής στατιστικής, των συσχετίσεων και τον έλεγχο αξιοπιστίας, χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο SPSS.

Έχοντας κατά νου υποδείξεις από τη βιβλιογραφία (Little et al,2002), για να βελτιώσουμε τις ψυχομετρικές ιδιότητες των μεταβλητών και να περιορίσουμε τυχόν σφάλματα μέτρησης ,χωρίσαμε τις ερωτήσεις που αφορούν κάθε έννοια σε κατηγορίες, ανάλογα με τις πτυχές της εκάστοτε έννοιας που θέλουμε να εκτιμήσουμε. Έτσι, δημιουργήσαμε τέσσερις κατηγορίες για την συναισθηματική νοημοσύνη και την αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος και τρεις για την επιχειρηματική συμπεριφορά.

Σύμφωνα με τους Anderson & Gerbing (1988),εξετάσαμε το υποθετικό μοντέλο ως ακολούθως:

πρώτα, προσαρμόσαμε ένα μετρικό μοντέλο ,το οποίο παρέχει τις συνδέσεις μεταξύ των ερωτήσεων του μοντέλου και των παραγόντων που έχει οριστεί ότι καθορίζουν, και έπειτα ελέγξαμε το δομικό μοντέλο που καθορίζει την προσαρμοστικότητα με τα δεδομένα.

Επιπλέον, για λόγους εγκυρότητας, συγκρίναμε το μετρικό μοντέλο με ένα ίδιο μοντέλο στο οποίο θέσαμε τις συσχετίσεις ίσες μεταξύ τους και με τη μονάδα. Το μοντέλο με τους μεγαλύτερους δείκτες προσαρμογής θα είναι και το πλέον έγκυρο. Αν προκύψει ότι το μοντέλο αυτό να έχει μικρότερους δείκτες από το υποθετικό, τότε το μοντέλο μας θεωρείται άκυρο.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

4.1 Αποτελέσματα στατιστικών χαρακτηριστικών

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η εξέταση των στατιστικών χαρακτηριστικών, μέση τιμή και τυπική απόκλιση των κατανομών των απαντήσεων για τις τρεις μεταβλητές. Σύμφωνα με τη θεωρία των μοντέλων δομικών εξισώσεων, θα πρέπει τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται για επεξεργασία να ακολουθούν κανονική κατανομή ή αν δεν ακολουθούν θα πρέπει υποχρεωτικά να εφαρμοστεί κάποια διαδικασία κανονικοποίησης. Εάν παραβλέψουμε αυτό το στοιχείο θα υπάρχει σοβαρό πρόβλημα εξαιτίας του γεγονότος ότι η μη κανονική κατανομή θα επηρεάσει την ακρίβεια των αποτελεσμάτων, δηλαδή ο ερευνητής θα έχει λανθασμένη άποψη σε σχέση με την προσαρμογή του μοντέλου στα δεδομένα (Weston et al.2006).

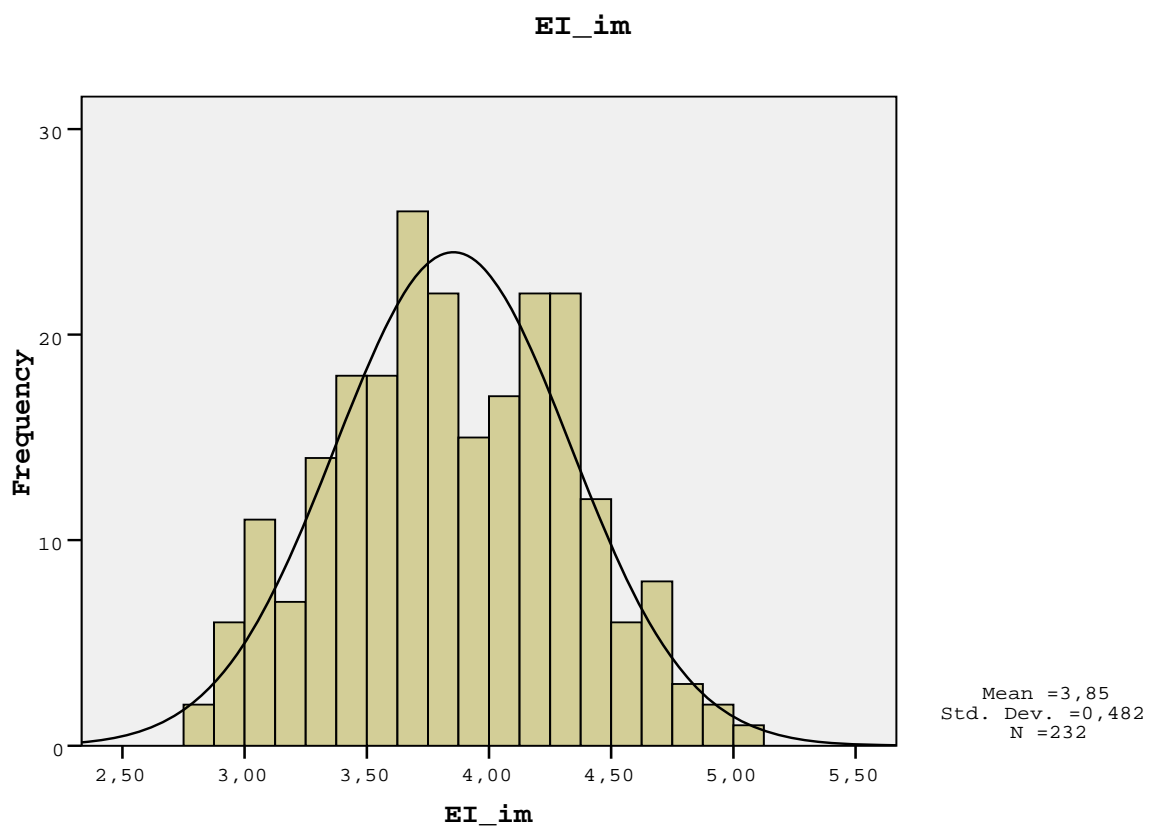
Στην παρούσα μελέτη, εξετάζονται τα παραπάνω και αποτυπώνονται σε διάγραμμα οι κατανομές των τριών μεταβλητών. Οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις προέκυψαν από το στατιστικό πακέτο SPSS και αναφέρονται στον παρακάτω πίνακα ενώ ακολουθούν και τα διαγράμματα με τις κατανομές των τριών μεταβλητών. Είναι εμφανές από τα διαγράμματα ότι και οι τρεις κατανομές είναι κανονικές άρα το παραπάνω απαιτούμενο ικανοποιείται και επιβεβαιώνεται η σωστή εφαρμογή του μοντέλου στα δεδομένα.

Στατιστικά

	Συναισθηματική νοημοσύνη	Αντίληψη υποστηρικτικού περιβάλλοντος	Επιχειρηματική συμπεριφορά
Σύνολο	232	232	232
Άκυρες μετρήσεις	0	0	0
Μέσος όρος	3,8533	2,9841	3,6153
Τυπική απόκλιση	,48181	,61784	,51752

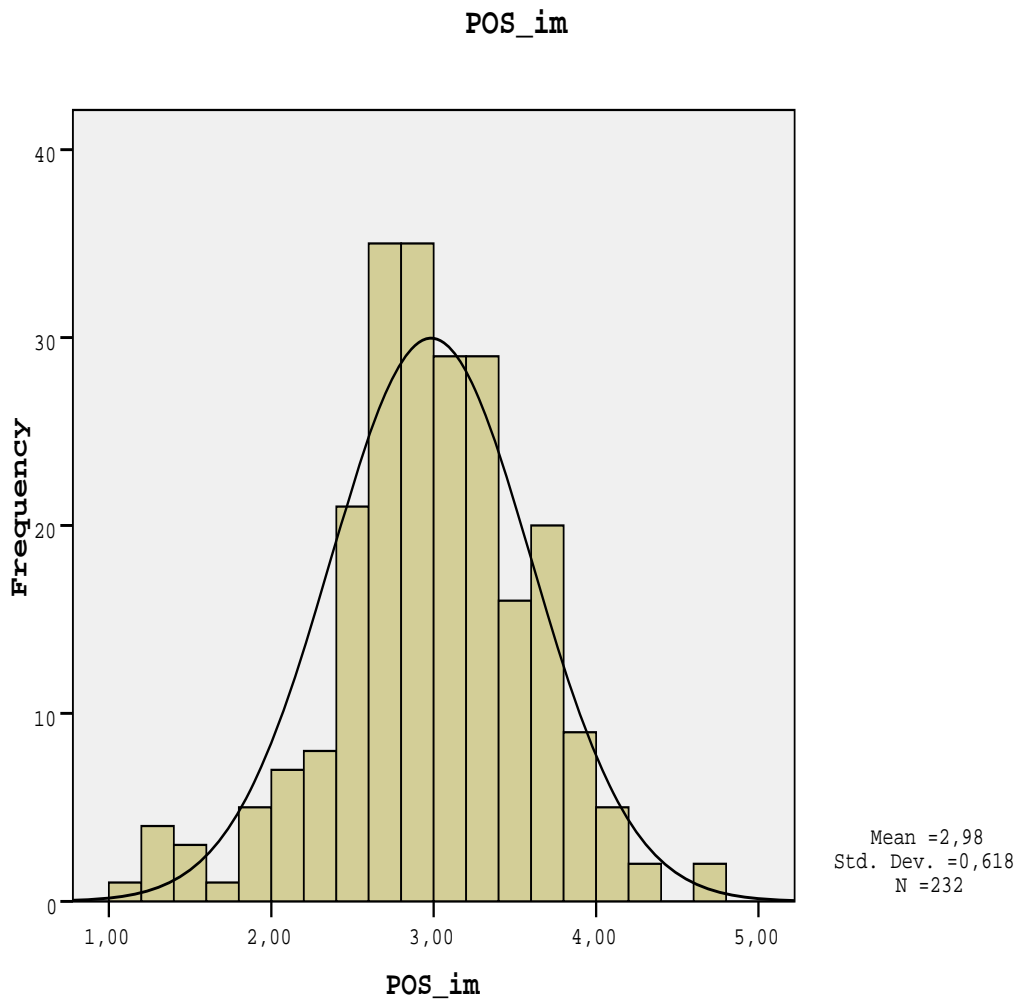
Πίνακας 4.1 : Στατιστικά στοιχεία

· Η κατανομή της συναισθηματικής νοημοσύνης:



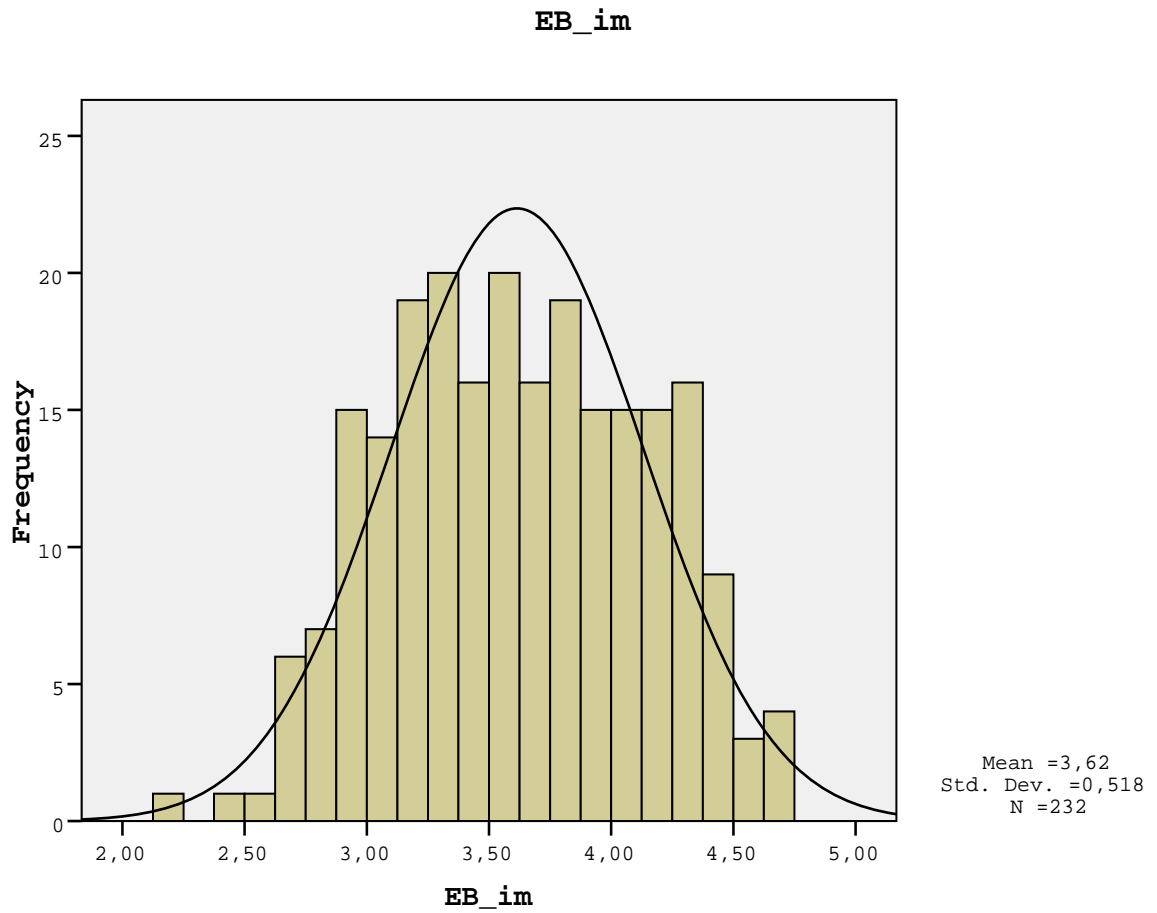
Σχήμα 4.1 :Κατανομή της συναισθηματικής νοημοσύνης

· Η κατανομή της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος:



Σχήμα 4.2 : Κατανομή της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος

· Η κατανομή της επιχειρηματικής συμπεριφοράς

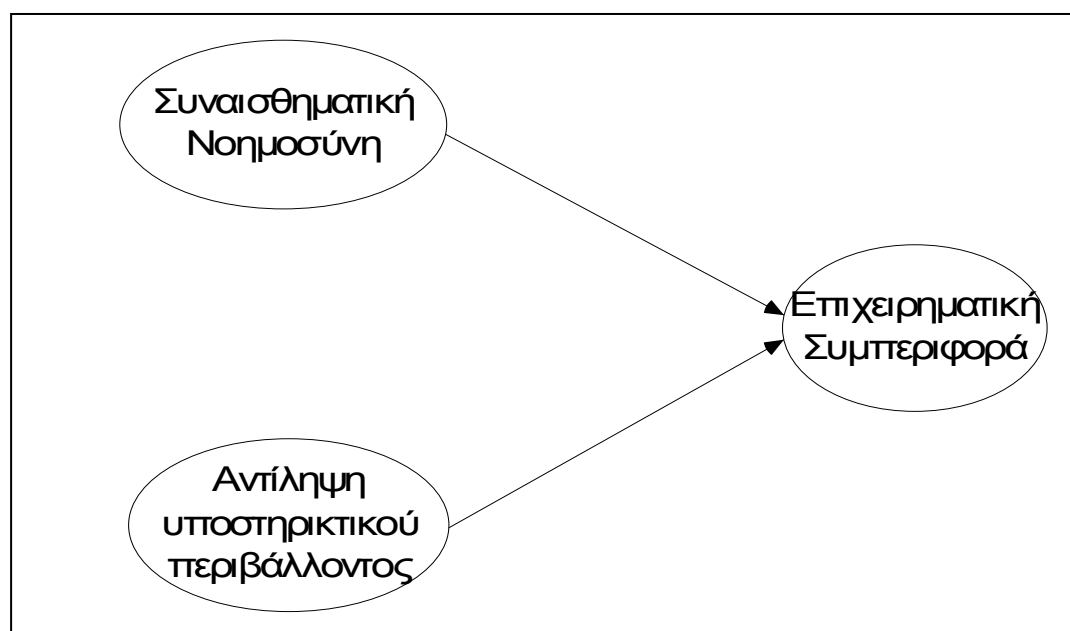


Σχήμα 4.3 : Κατανομή της επιχειρηματικής συμπεριφοράς

4.2 Μοντέλο συσχετίσεων

Το μοντέλο που έχουμε κατασκευάσει υποθέτει ότι η συναισθηματική νοημοσύνη και η αντίληψη για το υποστηρικτικό περιβάλλον επηρεάζουν και μάλιστα θετικά, την επιχειρηματική συμπεριφορά. Με άλλα λόγια, θέλουμε να αποδείξουμε ότι οι δύο πρώτες έννοιες ευθύνονται, ίσως κατά ένα μεγάλο ποσοστό, για την διαφοροποίηση που παρατηρείται στην επιχειρηματική συμπεριφορά.

Στο AMOS το μοντέλο είναι το ακόλουθο:



Σχήμα 4.4 :Κατασκευή μοντέλου

Το ζητούμενο είναι να αποδείξουμε πως πράγματι αυτές οι μεταβλητές συσχετίζονται, κάτι που θα προκύψει από τους σχετικούς συντελεστές.

Οι συντελεστές συσχέτισης προέκυψαν από το λογισμικό SPSS και δείχνουν εάν οι έννοιες που εξετάζουμε όντως έχουν κάποια σχέση μεταξύ τους και σε ποιο βαθμό συμβαίνει αυτό.

Οι συσχετίσεις απεικονίζονται στον ακόλουθο πίνακα:

Συσχετίσεις

		Συναισθηματική Νοημοσύνη	Αντίληψη υποστηρικτικού περιβάλλοντος	Επιχειρηματική Συμπεριφορά
Συναισθηματική Νοημοσύνη	Pearson Correlation	1	,003	,873(**)
	Sig. (2-tailed)		,966	,000
	N	232	232	232
Αντίληψη υποστηρικτικού περιβάλλοντος	Pearson Correlation	,003	1	,189(**)
	Sig. (2-tailed)	,966		,004
	N	232	232	232
Επιχειρηματική Συμπεριφορά	Pearson Correlation	,873(**)	,189(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	
	N	232	232	232

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Πίνακας 4.2 : Συντελεστές συσχέτισης

Παρατηρούμε ότι ο συντελεστής συσχέτισης (συντελεστής Pearson,r),παίρνει τη μέγιστη τιμή του για τη συσχέτιση της συναισθηματικής νοημοσύνης με την επιχειρηματική συμπεριφορά (0.873).Η τιμή του συντελεστή όσον αφορά τη συσχέτιση του υποστηρικτικού περιβάλλοντος με την επιχειρηματική συμπεριφορά είναι 0.189.Όπως ήταν αναμενόμενο από την παρουσίαση του μοντέλου η συσχέτιση της συναισθηματικής νοημοσύνης με την αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος παίρνει μια αρκετά μικρή τιμή (0.003),ουσιαστικά μηδενική.

Οι συσχετίσεις που προέκυψαν είναι σημαντικές στο επίπεδο 0,01,δηλαδή εάν επαναλαμβάναμε την συγκεκριμένη έρευνα στα ίδια άτομα κάτω από τις ίδιες συνθήκες, η πιθανότητα να μην βρίσκαμε ίδια αποτελέσματα είναι 1%.Αυτό το στοιχείο καθιστά την έρευνα σημαντικά έγκυρη αφού μπορεί να εξαλειφθεί κατά μεγάλο ποσοστό το μειονέκτημα της μη ύπαρξης επαναλαμβανόμενων μετρήσεων σε

διακριτά χρονικά διαστήματα, διαφορετικά από το χρόνο που έγινε η παρούσα έρευνα.

Από τους συντελεστές συσχέτισης που προέκυψαν επιβεβαιώνονται οι δύο αρχικές υποθέσεις που διατυπώθηκαν στο 2^ο κεφάλαιο και μάλιστα με θετικό τρόπο γιατί οι συντελεστές εμφανίζουν θετικά πρόσημα, αφού τα χαρακτηριστικά που υποθετικά συνδέονταν όντως συνδέονται και μάλιστα προς την ίδια κατεύθυνση, δηλαδή η αύξηση του ενός επιφέρει αύξηση του άλλου και αντίστοιχα η μείωση του ενός επιφέρει μείωση του άλλου. Αν οι συντελεστές είχαν αρνητικό πρόσημο τότε τα χαρακτηριστικά θα συνδέονταν μεν, αλλά η αύξηση του ενός θα επέφερε μείωση του άλλου χαρακτηριστικού κατά ποσό ίσο με την αριθμητική τιμή του συντελεστή.

4.3 Αξιοπιστία

Η αξιοπιστία μιας έρευνας, δηλαδή κατά πόσο οι μετρήσεις είναι απαλλαγμένες από σφάλματα, μετράται μέσω του συντελεστή α του Cronbach, ο οποίος είναι ο πιο ευρέως χρησιμοποιούμενος δείκτης αξιοπιστίας. Ουσιαστικά είναι το ποσοστό που εξηγεί ο χρησιμοποιούμενος παράγοντας έναν υποθετικό που περιλαμβάνει όλες τις πιθανές μεταβλητές. Υπολογίστηκαν λοιπόν τρεις συντελεστές α , ένας για κάθε κλίμακα μέτρησης. Πρέπει να τονισθεί ότι, για να θεωρηθεί αξιόπιστη η κλίμακα μέτρησης ενός χαρακτηριστικού, η τιμή του συντελεστή πρέπει να είναι πάνω από 0.70.

Η αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος μετράται από 8 ερωτήσεις, η συναισθηματική νοημοσύνη από 16 ερωτήσεις και τέλος η επιχειρηματική συμπεριφορά από 6 ερωτήσεις. Ο συντελεστής Cronbach α , υπολογίζεται από το SPSS εάν αθροίσουμε τα σκόρ των ερωτήσεων για το κάθε χαρακτηριστικό, δηλαδή:

$$\alpha_1 = (\sum q_i / 8)_{i=1-8}$$

$$\alpha_2 = (\sum q_i / 6)_{i=9-14}$$

$$\alpha_3 = (\sum q_i / 16)_{i=15-30}$$

Αναλυτικά, οι συντελεστές αξιοπιστίας για κάθε μεταβλητή παρουσιάζονται στη συνέχεια καθώς και οι πίνακες οι οποίοι δείχνουν τα μέσα σκόρ των ερωτήσεων από τα οποία προέκυψαν οι μετρούμενοι συντελεστές, όπως αποτυπώθηκαν στο SPSS:

1). Για την αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	8

Πίνακας 4.3 : Συντελεστής αξιοπιστίας για την αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος

Παρατηρούμε ότι ο συντελεστής α του Cronbach είναι πάνω από 0.70 και μάλιστα με μεγάλη αξιοπιστία, αφού παίρνει τη τιμή 0.816.

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
q1	2,70	1,087	232
q2	3,46	1,123	232
q3	3,46	1,131	232
q4	2,62	1,066	232
q5	3,44	1,115	232
q6	2,76	1,097	232
q7	3,26	1,189	232
q8	2,74	1,114	232

Πίνακας 4.4 : Σκόρ ερωτήσεων για την αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος

2).Για την επιχειρηματική συμπεριφορά:

Cronbach's Alpha	N of Items
,735	6

*Πίνακας 4.5 :Συντελεστής αξιοπιστίας για την
Επιχειρηματική συμπεριφορά*

Ο συντελεστής αξιοπιστίας για τη συγκεκριμένη μεταβλητή είναι 0.735 και θεωρείται αποδεκτός.

	Mean	Std. Deviation	N
q9	3,82	1,012	232
q10	3,64	1,158	232
q11	3,61	1,018	232
q12	3,63	1,006	232
q13	3,91	1,155	232
q14	3,84	1,045	232

Πίνακας 4.6 : Σκόρ ερωτήσεων για την επιχειρηματική συμπεριφορά

3).Για την συναισθηματική νοημοσύνη:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,843	16

Πίνακας 4.7 :Συντελεστής αξιοπιστίας για την Συναισθηματική νοημοσύνη

Οι ερωτήσεις μετρούν την συναισθηματική νοημοσύνη με μεγάλη αξιοπιστία αφού ο συντελεστής Cronbach είναι 0.843.

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
q15	3,82	1,062	232
q16	3,57	1,087	232
q17	3,97	,930	232
q18	3,71	1,097	232
q19	3,91	1,075	232
q20	3,69	1,019	232
q21	3,62	1,037	232
q22	3,61	1,138	232
q23	3,73	1,154	232
q24	3,65	1,071	232
q25	3,60	,962	232
q26	3,18	1,210	232
q27	3,94	1,143	232
q28	3,63	,963	232
q29	4,00	,974	232
q30	3,72	,968	232

Πίνακας 4.8 : Σκόρ ερωτήσεων για την συναισθηματική νοημοσύνη.

Συμπερασματικά, έχουμε διασφαλίσει ότι οι ερωτήσεις με τις οποίες κατασκευάσαμε το ερωτηματολόγιο μετρούν τα χαρακτηριστικά για τα οποία τις έχουμε προορίσει με αρκετά υψηλή αξιοπιστία.

4.4 Εγκυρότητα

Για την εξασφάλιση της εγκυρότητας της εννοιολογικής κατασκευής, δηλαδή το κατά πόσο τα αποτελέσματα προσεγγίζουν την αλήθεια, θα συγκρίνουμε το παρακάτω μοντέλο με ένα ίδιο μοντέλο, στο οποίο θα θέσουμε τις συσχετίσεις ίσες μεταξύ τους και ίσες με τη μονάδα. Το μοντέλο με τους μεγαλύτερους δείκτες προσαρμογής θα είναι και το πλέον έγκυρο. Αν το αποτέλεσμα δείξει ότι το μοντέλο που προέκυψε από την επεξεργασία έχει μικρότερους δείκτες από το υποθετικό μοντέλο, τότε το μοντέλο μας θεωρείται άκυρο.

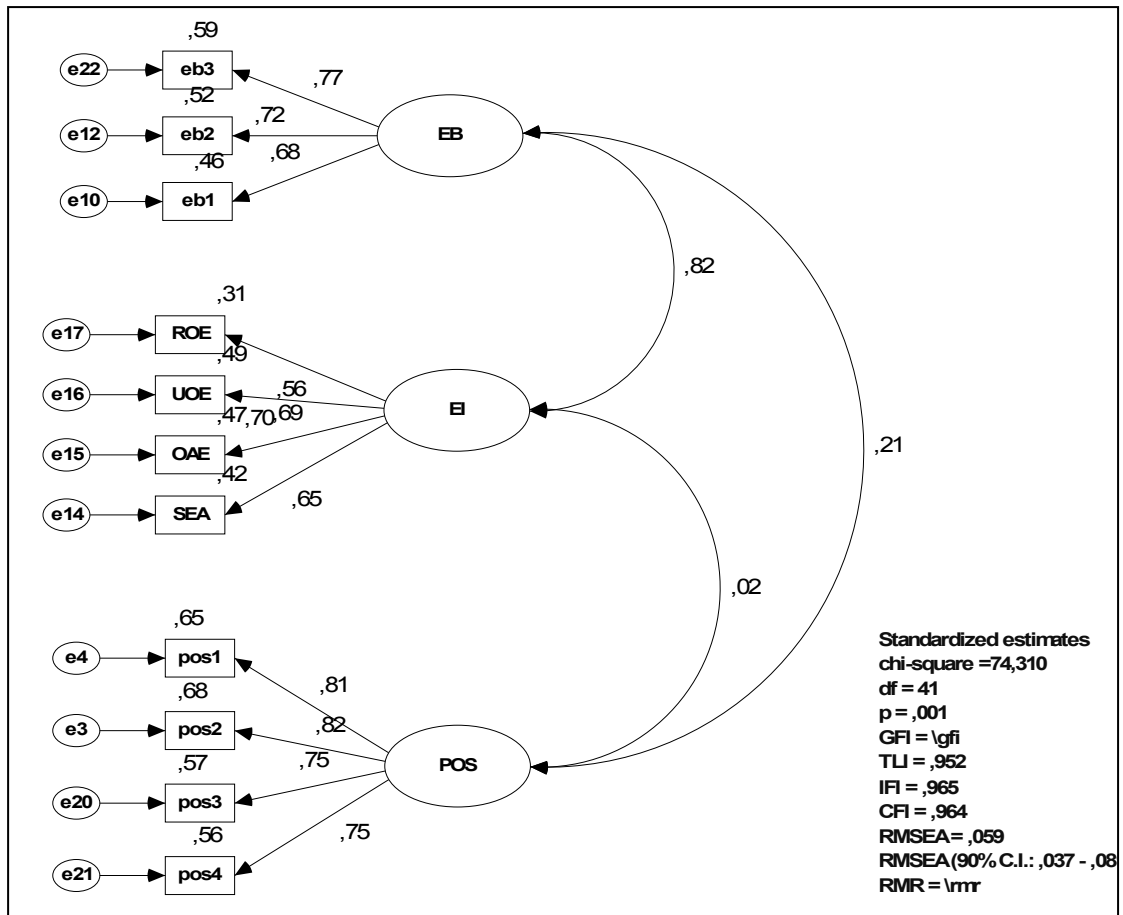
Οι σημαντικότεροι δείκτες προσαρμογής του μοντέλου μέτρησης στα δεδομένα, που υπολογίστηκαν για τη συγκεκριμένη έρευνα είναι οι:

- CFI, TLI και IFI: των οποίων το εύρος τιμών είναι από 0 (καθόλου προσαρμογή) έως και 1 (άριστη προσαρμογή)
- RMSEA :
αν $RMSEA=0$ έχουμε τέλεια προσαρμογή
αν $0.05 < RMSEA < 0.08$ έχουμε μέτρια προσαρμογή
αν $RMSEA > 0.1$ έχουμε κακή προσαρμογή
- AIC χρησιμοποιείται για σύγκριση μοντέλων, όπου μικρότερες τιμές του υπονοούν και καλύτερη προσαρμογή του εκάστοτε μοντέλου.

Οι δείκτες προσαρμογής και τα διαγράμματα για τα δύο μοντέλα όπως παρουσιάζονται στο AMOS δίνονται παρακάτω:

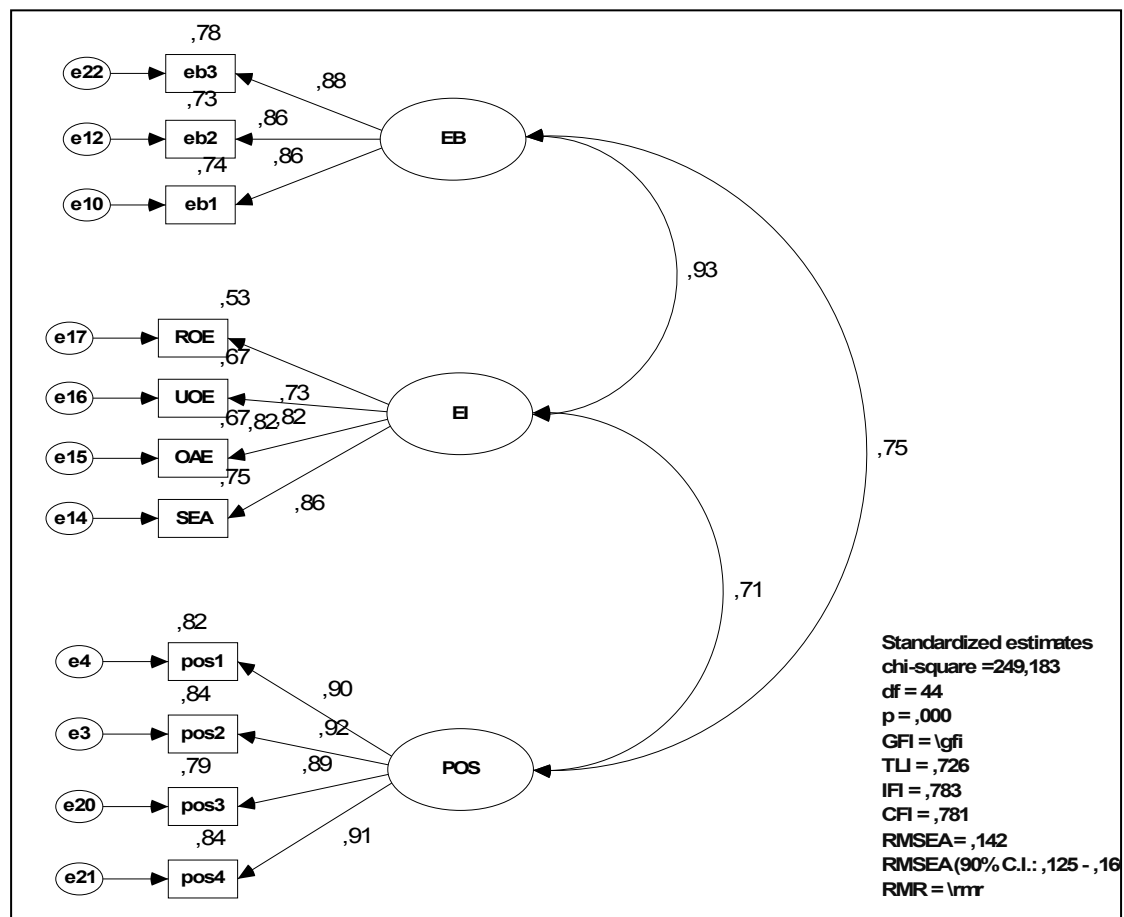
Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI	AIC
Default model	,925	,899	,965	,952	,964	146,310
ίσες συσχετίσεις	,749	,686	,783	,726	,781	315,183

A). Για το μοντέλο μέτρησης με τις συσχετίσεις όπως προέκυψαν από την στατιστική επεξεργασία, παρατηρούμε ότι εμφανίζει σχεδόν τέλεια προσαρμογή αφού οι δείκτες CFI,TLI και IFI παίρνουν τιμές πάνω από 0.95,ενώ ο δείκτης RMSEA είναι 0.059.



Σχήμα 4.5 :Μοντέλο μέτρησης

B). Το υποθετικό μοντέλο με ίσες συσχετίσεις εμφανίζει κακή προσαρμογή στα δεδομένα, με τιμές των δεικτών CFI, TLI και IFI κοντά στο 0.78 ενώ ο δείκτης RMSEA είναι 0.142.

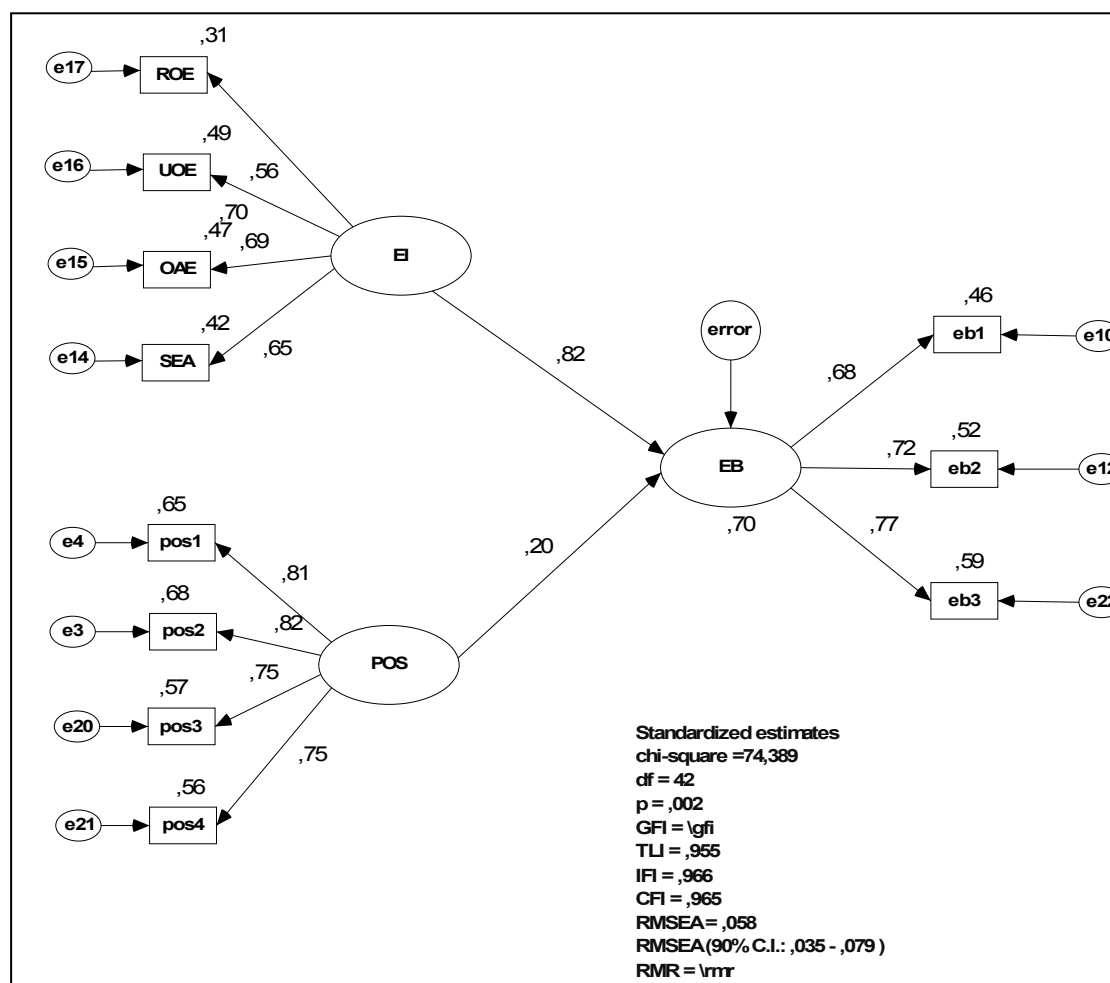


Σχήμα 4.6 : Υποθετικό μοντέλο

Επιπλέον το πρώτο μοντέλο εμφανίζει χαμηλότερες τιμές του δείκτη AIC σε σχέση με το υποθετικό, όπως επίσης και χαμηλότερες τιμές του χ^2 , επομένως το μοντέλο που έχει προκύψει από την επεξεργασία θεωρείται έγκυρο, δηλαδή όντως μετράει διαφορετικές έννοιες.

4.5 Εκτίμηση του Δομικού Μοντέλου

Σύμφωνα με την ανάλυση που έγινε από το AMOS προέκυψε το παρακάτω διάγραμμα, το οποίο απεικονίζει τις αιτιώδεις σχέσεις που σύμφωνα με τις υποθέσεις μας συνδέουν τις μεταβλητές, καθώς και τα αριθμητικά αποτελέσματα της ανάλυσης.



Σχήμα 4.7 :Δομικό μοντέλο

Στο διάγραμμα αυτό απεικονίζεται με αριθμούς η επίδραση της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος και της συναισθηματικής νοημοσύνης στην επιχειρηματική συμπεριφορά των εργαζομένων.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί ότι τα αριθμητικά αποτελέσματα που απεικονίζονται στο σχήμα είναι στατιστικά σημαντικά σε επίπεδο 0.01, δηλαδή εάν επαναλάβουμε τη διαδικασία η πιθανότητα να μην προκύψει το ίδιο αποτέλεσμα είναι 1%.

Πιο αναλυτικά, το μοντέλο παρουσιάζει εξαιρετική προσαρμογή στα δεδομένα, με τους αντίστοιχους δείκτες προσαρμογής να παίρνουν τιμές:

CFI=0.965

TLI=0.955

IFI=0.966

$\chi^2 = 74.389$

RMSEA=0.058 (90% CI: 0.035-0.079)

RMR=0.036

Είναι εμφανές από το διάγραμμα, πως αύξηση μιας μονάδας της συναισθηματικής νοημοσύνης αυξάνει θετικά την επιχειρηματική συμπεριφορά κατά 0.82 μονάδες. Αντίστοιχα, αύξηση κατά μία μονάδα της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος προκαλεί αύξηση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς κατά 0.20 μονάδες.

Από τα παραπάνω, προκύπτουν αποδείξεις για τις δύο υποθέσεις που είχαμε κάνει στο δεύτερο κεφάλαιο, ότι όντως η συναισθηματική νοημοσύνη και η αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος επηρεάζουν και μάλιστα θετικά την επιχειρηματική συμπεριφορά. Ο βαθμός που επηρεάζουν οι δύο αυτές έννοιες την επιχειρηματική συμπεριφορά φαίνεται από την συνολική διακύμανση που υπολογίστηκε στο 0.70, δηλαδή υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που την επηρεάζουν κατά 0.30. Πρέπει εδώ να τονίσουμε, ότι τα δημογραφικά στοιχεία (ηλικία, φύλο, εκπαίδευση και το αν είναι κάποιος μανάτζερ ή όχι), δεν παίζουν ουσιαστικό ρόλο στο ποσό της διακύμανσης αυτής, ούτε επηρεάζουν την ισχύ των αποτελεσμάτων.

Γίνεται λοιπόν κατανοητό πως η συναισθηματική νοημοσύνη κατέχει σημαίνοντα ρόλο στην επιχειρηματική συμπεριφορά. Εργαζόμενοι με υψηλούς δείκτες συναισθηματικής νοημοσύνης είναι πιο ικανοί να αναγνωρίζουν και να ρυθμίζουν τα συναισθήματά τους αλλά και των άλλων, το οποίο μπορεί να τους οδηγήσει να συμπεριφερθούν επιχειρηματικά.

Αντίστοιχα, εργαζόμενοι που απολαμβάνουν υψηλά επίπεδα υποστήριξης από το εργασιακό τους περιβάλλον, εμφανίζουν υψηλή απόδοση, νιώθουν ικανοποιημένοι από την εργασία τους, αισθάνονται περισσότερο ελεύθεροι να πάρουν ρίσκα προς όφελος της εργασίας τους και επομένως έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν επιχειρηματική συμπεριφορά.

ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

5.1 Σύνοψη και συζήτηση αποτελεσμάτων

Η επιχειρηματική συμπεριφορά είναι κάτι παραπάνω από τη δημιουργία μιας επιχείρησης ή ενός νέου προϊόντος και σαν μια πολυδιάστατη διαδικασία λαμβάνει χώρα σε διάφορους τομείς των επιχειρήσεων και δεν περιορίζεται στα ανώτατα στελέχη και τους μανάτζερ (Kuratko,2007).Διερευνώντας την έννοια αυτή, ο στόχος της παρούσας έρευνας είναι να συνεισφέρει στην κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν την ατομική καθημερινή επιχειρηματική συμπεριφορά (day to day entrepreneurship) σε επιχειρήσεις και οργανισμούς. Πιο αναλυτικά, ερευνούμε το ρόλο της αντίληψης του υποστηρικτικού περιβάλλοντος (POS) και της συναισθηματικής νοημοσύνης (ως χαρακτηριστικό της προσωπικότητας) στην επιχειρηματική συμπεριφορά των εργαζομένων. Για το λόγο αυτό δημιουργήσαμε ένα υποθετικό μοντέλο που εκφράζει τις σχέσεις μεταξύ αυτών των μεταβλητών, και το οποίο δοκιμάσαμε μέσω των μοντέλων δομικών εξισώσεων (SEM),χρησιμοποιώντας εργαζομένους από τον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα.

Τα αποτελέσματα της ανάλυσης δίνουν έμφαση σε δύο κύρια σημεία. Πρώτον, σε συνδυασμό με την κεντρική έννοια της θεωρίας του υποστηρικτικού περιβάλλοντος (Eisenberger,1986),οι εργαζόμενοι που πιστεύουν ότι απολαμβάνουν υψηλά επίπεδα υποστήριξης από την επιχείρησή τους, είναι πολύ πιθανό να ανταποδώσουν αυτή την υποστήριξη με θετικές για την εργασία τους συμπεριφορές. Τα αποτελέσματά μας δείχνουν ότι η αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος συνδέεται με την επιχειρηματική συμπεριφορά, όπως άλλωστε είχαμε τονίσει με την υπόθεση 1 του θεωρητικού μας μοντέλου. Αυτό το επιχείρημα βασίζεται στην αντίληψη που

κυριαρχεί ότι η επιχειρηματική συμπεριφορά σε επιχειρήσεις και οργανισμούς δεν περιορίζεται μόνο σε σπουδαία και μεμονωμένα επιχειρηματικά γεγονότα, αλλά περιλαμβάνει ένα φάσμα ανεξάρτητων-αυτόνομων ή και συνεργατικών συμπεριφορών που στοχεύουν στο να γίνονται όλα με επιχειρηματικούς τρόπους (Mair,2005).

Το δεύτερο σημείο αναφέρεται στην επίδραση της συναισθηματικής νοημοσύνης στην επιχειρηματική συμπεριφορά. Όπως τονίστηκε στην υπόθεση 2,αλλά και σύμφωνα με τα αποτελέσματα, η συναισθηματική νοημοσύνη των εργαζομένων επιδρά, και μάλιστα με θετικό τρόπο, στην επιχειρηματική τους συμπεριφορά, αφού τα άτομα αυτά είναι πιο ικανά στο να αναγνωρίζουν και ρυθμίζουν τα συναισθήματα τους αλλά και των άλλων (Wang & Lao,2002; Sy et al, 2006).Πρόσφατη έρευνα έδειξε ότι τα συναισθηματικά σήματα που λαμβάνουν τα άτομα αυτά από το περιβάλλον τους, επηρεάζουν την τάση τους να συμπεριφερθούν επιχειρηματικά (Brundin, Patzel & Shepherd,2007).Γενικά πάντως, μπορούμε να πούμε ότι οι επιχειρηματικές πρωτοβουλίες ή δράσεις στις επιχειρήσεις και οργανισμούς, εν μέρει βασίζονται στην αντίληψη που έχουν οι εργαζόμενοι για τις συναισθηματικές τους ικανότητες.

5.2 Συνέπειες -Προτάσεις

Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας ,πρέπει να τονίσουμε ότι για παρακινήσει μια επιχείρηση ή οργανισμός τους εργαζομένους της να δράσουν και να συμπεριφερθούν επιχειρηματικά, πρέπει ενδεχομένως να αυξήσει την αντίληψη που αυτοί έχουν για το υποστηρικτικό περιβάλλον (POS).Σύμφωνα με τους Rhoades & Eisenberger (2002),υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους μια επιχείρηση μπορεί να αυξήσει την αντίληψη των εργαζομένων για το υποστηρικτικό περιβάλλον, όπως η δίκαιη μεταχείριση, η συνεχής υποστήριξη από τους προϊσταμένους, οι αμοιβές και οι ευνοϊκές συνθήκες εργασίας.

Όσον αφορά την συναισθηματική ικανότητα, καλό θα είναι να εξετάζεται με πολύ προσεκτικό τρόπο. Οι αυτοαξιολογήσεις είναι ευάλωτες από ανθρώπους που θέλουν να δίνουν μια καλή εικόνα και όταν το θέμα είναι η αξιολόγηση της συναισθηματικής ικανότητας, τίθεται το ερώτημα αν κάποιος με χαμηλή αυτοεπίγνωση είναι αξιόπιστος ώστε να αξιολογήσει με ακρίβεια τα δικά του αδύνατα και δυνατά σημεία. Οι αυτοαξιολογήσεις είναι χρήσιμες όταν τα άτομα αισθάνονται ότι τα αποτελέσματα τους θα χρησιμοποιηθούν για δικό τους όφελος.

Τα αποτελέσματα φανερώνουν ότι η συναισθηματική νοημοσύνη εν μέρει είναι υπεύθυνη για την διαφοροποίηση που υπάρχει στην επιχειρηματική συμπεριφορά των εργαζομένων, το οποίο τονίζει την αναγκαιότητα της γνώσης των συναισθηματικών χαρακτηριστικών του ατόμου ώστε να προαχθεί η επιχειρηματική συμπεριφορά. Μέχρι σήμερα, ελάχιστες είναι οι έρευνες που έχουν γίνει αναφορικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη της συναισθηματικής νοημοσύνης. Για παράδειγμα, οι Slaski & Cartwright (2003), παρατήρησαν μια δραματική αύξηση των συναισθηματικών χαρακτηριστικών με παράλληλη μείωση του άγχους, σε ένα σύνολο 60 Βρετανών προϊσταμένων που παρακολουθούσαν συγκεκριμένα προγράμματα εκπαίδευσης της συναισθηματικής τους νοημοσύνης (όπως διαλέξεις, συζητήσεις μεταξύ ομάδων, ανάληψη ηγετικών ρόλων σε συναισθηματικές καταστάσεις),σε σχέση με ένα αντίστοιχο σύνολο προϊσταμένων που δεν λάμβαναν καθόλου εκπαίδευση. Επίσης οι Dulewicz & Higgs (2004),έδειξαν ότι οι συναισθηματικές εμπειρίες και καταστάσεις που έχει κάποιος αντιμετωπίσει, μπορεί να οδηγήσουν σε αύξηση των συναισθηματικών του χαρακτηριστικών.

5.3 Περιορισμοί και μειονεκτήματα της έρευνας

Παρά την προσπάθεια για τον προσδιορισμό σχέσεων ανάμεσα σε έννοιες που μετρούνται για πρώτη φορά με αυτόν τον τρόπο και κυρίως παρά το σεβασμό προς τις επιταγές της βιβλιογραφίας και των τεκμηριωμένων ερευνών, η συγκεκριμένη έρευνα ενέχει κάποιους περιορισμούς οι οποίοι όπως αποδείχθηκε από τα αποτελέσματα των αναλύσεων δεν δημιουργούν κάποιο πρόβλημα στην εγκυρότητα και την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων.

Ο πρώτος περιορισμός έγκειται στο γεγονός ότι τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν στους εργαζομένους μία φορά και επομένως δεν έχουμε μια διαχρονική εξέλιξη των χαρακτηριστικών. Βέβαια αυτός ο περιορισμός εξαλείφθηκε κατά 99% από τη στατιστική επεξεργασία, αφού όπως είχαμε τονίσει και σε προηγούμενο κεφάλαιο, η πιθανότητα να μην βρούμε ίδια αποτελέσματα επαναλαμβάνοντας την έρευνα είναι 1%.

Επόμενος περιορισμός είναι ότι για την έννοια της συναισθηματικής νοημοσύνης, η οποία από τη φύση της είναι πολυδιάστατη, στην παρούσα έρευνα εξετάζονται μόνο οι 4 διαστάσεις που αφορούν την συναισθηματική νοημοσύνη ως χαρακτηριστικό της προσωπικότητας. Άρα σε μελλοντική έρευνα θα πρέπει να συμπεριληφθούν και άλλες διαστάσεις της συναισθηματικής νοημοσύνης που αναφέρονται στην βιβλιογραφία.

Ένας άλλος περιορισμός είναι η απουσία δεδομένων αναφορικά με εναλλακτικούς μηχανισμούς με τους οποίους επιδρά η αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος (POS) στην επιχειρηματική συμπεριφορά, όπως για παράδειγμα είναι το συναίσθημα της υποχρέωσης που ενδεχομένως να νιώθει ο εργαζόμενος, το οποίο όπως τόνισε ο Eisenberger (2001), μετριάζει αυτή τη σχέση.

Κύριος στόχος της έρευνας είναι να διεξαχθούν κάποια συμπεράσματα αναφορικά με τις έννοιες που πραγματευόμαστε και όχι η γενίκευση ή η διεξαγωγή κάποιων κανόνων που δεν επιδέχονται αμφισβήτησης. Με βάση λοιπόν το γεγονός ότι η έρευνα δεν έγινε πανελλαδικά, αλλά υπήρχαν επιχειρήσεις και οργανισμοί από 3 νομούς της Ελλάδας, θεωρητικά δεν αποτελεί μειονέκτημα.

5.4 Επίλογος

Το σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον απαιτεί υψηλές αποδόσεις. Οι αποδόσεις αυτές δεν είναι μόνο σε οικονομικό επίπεδο αλλά θα πρέπει οι επιχειρήσεις να δημιουργούν μοντέλα λειτουργίας. Τα μοντέλα αυτά θα είναι το χαρακτηριστικό σύστημα διοίκησης και λειτουργίας και θα αποτελούν το προφίλ που θα εμφανίζεται στην αγορά αλλά και τον τρόπο συμπεριφοράς και επικοινωνίας των εργαζομένων. Η συνεργασία, το ομαδικό πνεύμα

Η έρευνα παρείχε αποδείξεις ότι η αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος και η συναισθηματική νοημοσύνη, είναι αρκετά χρήσιμες για την κατανόηση, την προώθηση και τη βελτίωση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς στο εσωτερικό επιχειρήσεων και οργανισμών. Οι εργαζόμενοι, όταν αφενός έχουν υψηλούς δείκτες συναισθηματικής νοημοσύνης, όπως για παράδειγμα την αίσθηση ότι μπορούν να νιώσουν, να αναγνωρίσουν, να ρυθμίσουν και να χρησιμοποιήσουν τα συναισθήματά τους αλλά και των άλλων, και αφετέρου έχουν υψηλή αντίληψη του υποστηρικτικού περιβάλλοντος, είναι πιο πιθανό να δράσουν επιχειρηματικά.

Κλείνοντας πρέπει να τονίσουμε ότι ο ανθρώπινος παράγοντας είναι το μεγαλύτερο και το πλέον προσοδοφόρο κεφάλαιο για κάθε επιχείρηση ή οργανισμό και είναι βέβαιο πως στο μέλλον οι ανάγκες υποστήριξης αυτού του παράγοντα θα αυξάνονται με γοργούς ρυθμούς. Υποχρέωση όλων όσων ασχολούνται με την εργασιακή διαδικασία από όποια θέση και αν βρίσκονται είναι να αυξάνουν τους ρυθμούς παραγωγής, να μεγιστοποιούν τα κέρδη και να εξαπλώνουν τη φήμη της δουλειάς τους, όλα αυτά όμως θα επιτευχθούν με τη βοήθεια ανθρώπων οι οποίοι θα πρέπει να έχουν την απαιτούμενη υποστήριξη και την συναισθηματική ικανότητα για να προσφέρουν το μέγιστο των δυνατοτήτων τους.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Allen D., Shore L. & Griffeth R. (1999).**A model of perceived organizational support.University of Memphis and Georgia.
- Anderson J.C. & Gerbing D.W. (1998).**SEM in practice: A review and recommended two step approach. *Psychological Bulletin*,103,411-423.
- Aquino K. & Griffeth R. (1999).**An exploration of the antecedents and consequences of perceived organizational support: *Journal of organizational behavior*, 22, 347-366.
- Arbuckle J.L.(2006).**AMOS(version 7.0)[computer program].Chicago: SPSS.
- Armeli S., Eisenberger R,Fasolo P. & Lynch P.(1998).**POS and police performance: The moderating influence of socioemotional needs. *Journal of Applied Psychology*,83,288-297.
- Auteri M. (2003).** The entrepreneurial establishment of a non-profit organization. *Public organization review: A global journal*,171-189.
- Bandura A. (1997).** Self-efficacy : The exercise of control. New York: Freeman.
- Bar-On R. (1997).**The Emotional Intelligence Inventory(EQ-I): Technical manual. Toronto: Multi-Health Systems.
- Bar-On R. (2000).**Emotional and Social intelligence. Insights from the EQ-I.
- Boyatzis R.,Goleman D. & Rhee K. (2000).** Clustering competence in emotional intelligence. In Bar-On and J.D Parker (Eds).The handbook of emotional intelligence: theory, development, assessment and application at home, school and in the workplace (pp.343-362) San Francisco CA.
- Brazeal D.V.(1993).**Organizing for internally developed corporate ventures. *Journal of Business Venturing*, 8(1), 75-90.
- Brockhaus R.H. & Horwitz P.S.(1986).**The psychology of the entrepreneur. The art and science of entrepreneurship.Cambridge,MA:Ballinger,25-48.
- Brundin E.,Patzel H. & Shepherd D.A.(2007).** Managers' emotional displays and employees' willingness to act entrepreneurially. *Journal of business venturing*.
- Bruyat C. & Julien P (2000).**Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Ventury*,165-180.
- Buera F. (2004).** A dynamic model of entrepreneurship with borrowing constrains. University of Chicago, Mimeo.

- Byrne B. M. (1998).** SEM with lisrel, prelis and simplis. Mahwah, NJ : Erlbaum.
- Ciarrochi J., Deane F. & Anderson S. (2002).** Emotional intelligence moderates the relationship between stress and mental health. *Personality and individual differences*, vol.32, 197-209.
- Cooper R.K. & Sawaf A. (1997).** Executive EQ : Emotional intelligence in leadership and organizations. New York: Grosset/Putnam.
- Costa P. & McCrae R.(1985).** The NEO Personality Inventory. Odessa, FL: Psychology Assessment Resources.
- Covin J.G & Covin T.J. (1990).** Competitive aggressiveness, environmental context and small firm performance. *Entrepreneurship: Theory and Practice*,35-50.
- Cropazano R & Greenberg J. (1997).** Process in organizational justice: Tunnelling through the maze. *International review of industrial and organizational psychology* (vol.12,pp.317-372)Oxford, England: Wiley.
- Dekker L. & Barley J. (1995).** Workforce size and work-related role stress. *Work and Stress*,9,45-54.
- Dulewicz S.V. & Higgs M.J.(2001).** Emotional intelligence general and general 360 user guide. Windsor: NFER-Nelson.
- Eisenberger R.,Huntington R.,Hutchison S. & Sowa D.(1986).** Perceived organization support. *Journal of applied psychology*,71,500-507.
- Eisenberger R.,Armeli S. & Liden R.C. (1997).** Perceived organization support, discretionary treatment and job satisfaction, vol 82,812-820.
- Eisenberger R. & Armeli S.(2002).** Perceived organization support: a review of the literature. *Journal of applied psychology*, vol 87,No 4,698-714.
- Eisenberger R. and Aselaye J.(2003).**Perceived organization support and psychological contracts: a theoretical integration. *Journal of Organization Behavior*,24,491-509.
- Eisenberger R. and Rhoades L.(2006).**When supervisors feel supported: relationship with subordinates. Perceived supervisor support, POS and performance. *Journal of applied psychology*, vol 91,No3,689-695.
- Etzioni A. (1961).** A comparative analysis of complex organizations. New York: Free Press.
- Evans D. and Leighton L.S. (1989).** Some empirical aspects of entrepreneurship. *American Economic Review*,79, No3, 519-535.

- Evans D. & Jovanovic B.(1989).**An estimated model of entrepreneurial choice under liquidity constraints. *Journal of Political Economy*,97,No.4,808-827.
- Franco A.(2006).** Employee entrepreneurship: Recent research and future directions. University of Iowa.
- Fox S. & Spector E.(2000).** Relations of emotional intelligence, practical intelligence, general intelligence and trait affectivity with interview outcomes: It's not all just 'G', *Journal of organizational behavior*,21,203-20.
- Gardner H.(1983).** Multiple intelligence. New York: Basic Books.
- Geller L.(1982).** The failure of self-actualization therapy: A critique of Carl Rogers and Abraham Maslow. *Journal of Humanistic psychology*,22,56-73.
- George J.N. & Brief A.P (1992).** Feeling good-doing good: A conceptual analysis of the mood of work-organizational spontaneity relationship. *Psychological Bulletin*, 310-329.
- Ghoshal S. & Bartlett C.(1994).** Linking organizational context and managerial action: The dimension of Quality of Management. *Strategic Management Journal*,91-112.
- Goleman D. (1995).** Emotional intelligence, imagination, cognition and personality, 9,185-211.
- Goleman D. (1998).** Emotional intelligence. New York: Bantam Books.
- Gould S. (1979).** An equity-exchange model of organizational involvement. *Academy of management review*,4,53-62.
- Hamilton B.H. (2000).** Does entrepreneurship pay? An empirical analysis of the returns to self-employment. *Journal of Political Economy*,108,No.3,604-631.
- Hermann F., Manfred L. & Christian K. (2007).**The significance of personality in business, start-up intentions, start-up realization and business success. *Entrepreneurship Regional Development*,19(3),227-251.
- Hunter A., Kapp J. & Yonkers V.(2003).**A psychological model of entrepreneurial behavior. *Journal of the Academy of Business and Economics*.
- Hutchison S. & Sowa D.(1986).** Perceived organization support. *Journal of applied psychology*,vol71,No3,500-507.
- Hrebiniac L.G. & Alluto J.A. (1972).**Personal and role-related factors in the development of organizational commitment. *Administrative Science Quarterly*,17,555-572.

- Kanter R.M.(1985).** Supporting innovation and venture development in established companies. *Journal of business Ventury*,47-60.
- Kottke J.L. & Sharafinski C.E.(1988).** Measuring supervisory and organizational support. *Educational and Psychological Measurement*,48,1075-1079.
- Kuratko D.F.,Montagno R.V & Hornsby J.S.(1990).**Developing an entrepreneurship assessment instrument for an affective corporate entrepreneurial environment,49-58.
- Lee D.Y. & Tsang K.(2001).**The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth. *Journal of management studies*,38(4).583-602.
- Levinson H.(1965).**Reciprocation: The relationship between man and organization. *Administrative Science Quarterly*,370-390.
- Little T.D.(2002).**To parcel or not to parcel: Exploring the question, weighing the merits.*SEM*,9,151-173.
- Loehlin J.C.(1987).**Latent variable models: An introduction to factor, path and structural analysis. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum.
- Lucas R.E. jr, (1978).**On the size distribution of business firms. *The Bell Journal of economics*,9,No2,508-523.
- Lumpkin G. & Dess G.(1996).** Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*,2(1),135-172.
- Mair J.(2005).**Entrepreneurial behaviour in large traditional firm: exploring key drivers. *Corporate entrepreneurship and ventury*,49-72.
- March G. & Simon H.A.(1958).**Organizations. New York: Wiley.
- Mayer J.D., Caruso D.R. & Salovey P.(2000).**Selecting a measure of emotional intelligence: the case for ability scales. In Bar-On and J.D. Parker (Eds).*Handbook of E.I*,320-342.New York: Jossey-Bass.
- Meyer L.D. & Allen N.J.(1997).**Commitment in the workplace: Theory, research and application. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Moskowitz T. & Vissing-Jorgensen A.(2002).**The return of entrepreneurial investment: A private equity premium puzzle. *American Economic Review*,92, No4,745-778.
- Mowday T., Porter W. & Steers M.(1982).**Organizational linkages: The psychology of commitment, absenteeism and turnover. San Diego, CA: Academic Press.

- Nye L.G. & Witt L.A. (1993).** Dimensionality and construct validity of the Perceptions of Organizational Politics Scale (POPS). *Educational and psychological measurement*, 53, 821-829.
- Palmer B., Walls M., Burgess Z. & Stough C. (2000).** Emotional intelligence and affective leadership. *Leadership and organization development journal*, vol. 22, 5-11.
- Pearce J., Kramer T. & Robbins D.K. (1997).** Effects of managers' entrepreneurial behaviour on subordinates. *Journal of business Venturing*, 12, 147-160.
- Rhoades L., Eisenberger R. & Armeli S. (2001).** Affective commitment to the organization: The contribution of perceived organization support. *Journal of Applied Psychology*, 86, No5, 825-836.
- Rhoades L. & Eisenberger R. (2002).** Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, vol. 87, No. 4, 698-714.
- Rice C.L. (1999).** A quantitative study of emotional intelligence and its impact on team performance. Pepperdine University, Malibu, CA.
- Robblee M. (1998).** Confronting the threat of organizational downsizing: coping and health. Unpublished masters' thesis. Carleton University, Canada.
- Salovey P. & Mayer J.D. (1990).** Emotional intelligence, cognition and personality, 9, 185-211.
- Sathe V. (1985).** Managing an entrepreneurial dilemma: Nurturing entrepreneurship and control in large corporations. Wellesley, MA: Babson College, 636-56.
- Say J. Baptiste (1971).** A treatise on political economy: on the production, distribution and consumption of wealth.
- Schollhammer H. (1982).** Internal corporate entrepreneurship. In *encyclopaedia of entrepreneurship*. Kent C.A., Sexton D.L. & Vesper K.H. (eds). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 209-29.
- Schuler, R.S. (1986).** Fostering and facilitating entrepreneurship in organizations: Implications for organization structure and human resource management practices. *Human Resource Management*, 25(4), 607-29.
- Schultz T. (1975).** The value of the ability to deal with disequilibria. *Journal of Economic Literature*, 13, 827-846.
- Schumpeter J. (1934).** The theory of economic Development. Cambridge, Harvard University.
- Schwab D. (2005).** Research methods for organizational studies. Second edition.

- Settoon R.P., Benett N. & Liden R.C.(1996).** Social exchange in organizations: perceived organization support, leader-member exchange and employee reciprocity. *Journal of applied psychology*,81,219-227.
- Shore L.M. & Shore T.H.(1999).** Perceived organization support and organizational justice.
- Shore L.M. & Tetrick L.E.(1991).** A construct validity study of the Survey of Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*,76,637-643.
- Slaski M. & Catwright S.(2003).** Emotional intelligence training and its implications for health, stress and performance. *Stress and health*,19,233-239.
- Smith-Hunter A., Kapp J. & Yonkers V.(2003).** A psychological model of entrepreneurial behaviour.
- SPSS (2007),** SPSS (version 16). Chicago: SPSS.
- Starbuck W.H. & Mezias J.M. (1996).** Opening Pandora's box: Studying the accuracy of managers' perceptions. *Journal of Organizational Behavior*,17(2),99-117.
- Thorndike E.L.(1921).** Intelligence and its measurement: A symposium. *Journal of Educational Psychology*,12.
- Vakola M., Tsaousis I. & Nikolaou I.(2003).** The role of emotional intelligence and personality variables on attitudes toward organizational change. *Journal of managerial psychology*,19,No2.
- Wayne S.J., Shore L.M. & Liden R.C.(1997).** Perceived organization support and leader member exchange: A social exchange perspective. *Academy of management journal*,40,82-111.
- Witt L.A.(1991).** Exchange ideology as a moderator of job-attitudes-organizational citizenship behaviours relationships. *Journal of Applied Social Psychology*,21,1490-1501.
- Wong C. & Law K.(2002).** The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. *The leadership quarterly*,13, 243-274.
- Ζαμπετάκης, Α. (2006).** Μεθοδολογία για την στρατηγική ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και ενδοεταιρικής επιχειρηματικότητας στο δημόσιο τομέα.
- Zampetakis L. (2007).** Gender differences in middle managers' entrepreneurial behavior.

Zampetakis L. & Moustakis V.(2007). Entrepreneurial behavior in the Greek public sector. *International Journal of the entrepreneurial behavior and research*,19-38.

Zeidner M., Matthews G. & Roberts R.D.(2004). Emotional intelligence in the workplace: A critical review. *Applied psychology: an international review*,371-395.

Zerbinati S. & Souitaris V.(2005). Entrepreneurship in the public sector: A framework of analysis in European local governments. *Entrepreneurship and regional development*,43-64.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΤΟΜΕΑΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΜΕΤΡΗΣΗ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΣ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣ

Οδηγίες: Σας παρακαλούμε να σημειώσετε με ένα κύκλο τον αριθμό που αντανακλά καλύτερα το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας με κάθε μια από τις προτάσεις που ακολουθούν. Όσο πιο πολύ διαφωνείτε με μια πρόταση, τόσο η απάντησή σας θα πλησιάζει το «1». Αντίθετα, όσο πιο πολύ συμφωνείτε, τόσο η απάντησή σας θα πλησιάζει το «5». Μη σκέφτεστε πολύ ώρα για την ακριβή σημασία των προτάσεων. Δουλέψτε γρήγορα και προσπαθήστε να απαντήσετε όσο το δυνατόν με μεγαλύτερη ακρίβεια. Σας υπενθυμίζουμε ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λάθος απαντήσεις.

- 1) Η επιχείρησή εκτιμά την συνεισφορά μου για την ευημερία της.1 2 3 4 5
- 2) Η επιχείρησή δεν αναγνωρίζει οποιαδήποτε προσπάθεια και αν καταβάλω.....1 2 3 4 5
- 3) Θα αγνοούσε οποιοδήποτε παράπονό μου.....1 2 3 4 5
- 4) Νοιάζεται πραγματικά για την ευημερία μου.....1 2 3 4 5
- 5) Ακόμα κι αν κατέβαλα τη μέγιστη δυνατή προσπάθεια, η επιχείρησή θα αδυνατούσε να το προσέξει1 2 3 4 5
- 6) Νοιάζεται για την γενικότερη ικανοποίησή μου στο χώρο εργασίας.....1 2 3 4 5
- 7) Η επιχείρησή δείχνει πολύ λίγο ενδιαφέρον για μένα.....1 2 3 4 5
- 8) Νιώθει υπερήφανη για τις επιτεύξεις μου.....1 2 3 4 5
- 9) Επιδεικνύω ενθουσιασμό για την απόκτηση δεξιοτήτων ή ικανοτήτων.1 2 3 4 5
- 10) Αδυνατώ να αλλάξω γρήγορα τρόπο δράσης όταν τα αποτελέσματά δεν είναι επιθυμητά.....1 2 3 4 5
- 11) Ενθαρρύνω τους συναδέλφους να αναλαμβάνουν δράση για την εκπλήρωση των ιδεών τους.1 2 3 4 5
- 12) Μάλλον δεν εμπνέω τους συναδέλφους μου να σκεφτούν για την εργασία τους με νέους και παρακινητικούς τρόπους.1 2 3 4 5

- 13) Σπάνια αφιερώνω χρόνο στη βοήθεια συναδέλφων για να βρεθούν τρόποι να βελτιώσουμε τη δουλειά μας.....1 2 3 4 5
- 14) Μου αρέσει να δημιουργώ ένα κλίμα όπου οι άνθρωποι ενθουσιάζονται να κάνουν προόδους.....1 2 3 4 5
- 15) Τις περισσότερες φορές καταλαβαίνω (έχω μια καλή αίσθηση) το γιατί αισθάνομαι τα συναισθήματα που νιώθω (έτσι όπως αισθάνομαι).....1 2 3 4 5
- 16) Δυσκολεύομαι να καταλάβω πως αισθάνονται οι άλλοι με βάση την συμπεριφορά τους.....1 2 3 4 5
- 17) Πάντα θέτω στόχους για τον εαυτό μου και μετά βάζω τα δυνατά μου για να τους πετύχω.....1 2 3 4 5
- 18)Μπορώ με την λογική να ελέγξω τον θυμό μου και να ανταπεξέλθω τις δυσκολίες.....1 2 3 4 5
- 19) Γενικά δυσκολεύομαι να κατανοήσω τα συναισθήματά μου.....1 2 3 4 5
- 20) Είμαι καλός παρατηρητής των συναισθημάτων των άλλων.....1 2 3 4 5
- 21) Πάντα λέω στον εαυτό μου ότι είμαι ένα άξιο και ικανό άτομο.....1 2 3 4 5
- 22)Συνήθως μου είναι δύσκολο να ελέγξω τα συναισθήματά μου.....1 2 3 4 5
- 23)Δεν είμαι πάντα σε θέση να καταλάβω πώς αισθάνομαι πραγματικά.....1 2 3 4 5
- 24) Είμαι ευαίσθητος στα συναισθήματα και την συγκινησιακή κατάσταση των άλλων ανθρώπων.....1 2 3 4 5
- 25) Είμαι ένα άτομο με ισχυρά κίνητρα.....1 2 3 4 5
- 26) Όταν θυμώνω, δεν μπορώ να ηρεμήσω γρήγορα.....1 2 3 4 5
- 27) Αρκετές φορές αδυνατώ να γνωρίζω αν είμαι χαρούμενος ή όχι.....1 2 3 4 5
- 28) Έχω μια καλή κατανόηση των συναισθημάτων των ανθρώπων γύρω μου.....1 2 3 4 5
- 29) Πάντα παρακινώ τον εαυτό μου να καταφέρει το καλύτερο.....1 2 3 4 5
- 30) Έχω καλό έλεγχο των συναισθημάτων μου.....1 2 3 4 5

· Φύλλο: Α.... Θ....	· Προϊστάμενος : Ναι.... Όχι.....
· Ηλικία:	· Εκπαίδευση: Λύκειο..... TEI
· Χρόνια υπηρεσίας στη συγκεκριμένη θέση:.....	AEI
	άλλο

- **Κατηγοριοποίηση ερωτήσεων σε ομάδες**

Perceived Organization Support (Eisenberger et al. (1986)).

1) Η επιχείρηση εκτιμά την συνεισφορά μου για την ευημερία της.	Ομάδα 1
2) Η επιχείρηση δεν αναγνωρίζει οποιαδήποτε προσπάθεια και αν καταβάλω.	
4) Νοιάζεται πραγματικά για την ευημερία μου.	Ομάδα 2
5) Ακόμα κι αν κατέβαλα τη μέγιστη δυνατή προσπάθεια, η επιχείρηση θα αδυνατούσε να το προσέξει.	
3) Θα αγνοούσε οποιοδήποτε παράπονό μου.	Ομάδα 3
6) Νοιάζεται για την γενικότερη ικανοποίησή μου στο χώρο εργασίας.	
7) Η επιχείρηση δείχνει πολύ λίγο ενδιαφέρον για μένα.	Ομάδα 4
8) Νιώθει υπερήφανη για τις επιτεύξεις μου.	

Entrepreneurial Behaviour (Pearce et al., 1997).

9) Επιδεικνύω ενθουσιασμό για την απόκτηση δεξιοτήτων ή ικανοτήτων.	Ομάδα 5
12) Μάλλον δεν εμπνέω τους συναδέλφους μου να σκεφτούν για την εργασία τους με νέους και παρακινητικούς τρόπους.	
10) Αδυνατώ να αλλάξω γρήγορα τρόπο δράσης όταν τα αποτελέσματα δεν είναι επιθυμητά.	Ομάδα 6
11) Ενθαρρύνω τους συναδέλφους να αναλαμβάνουν δράση για την εκπλήρωση των ιδεών τους.	
13) Σπάνια αφιερώνω χρόνο στη βοήθεια συναδέλφων για να βρεθούν τρόποι να βελτιώσουμε τη δουλειά μας.	Ομάδα 7
14) Μου αρέσει να δημιουργώ ένα κλίμα όπου οι άνθρωποι ενθουσιάζονται να κάνουν προόδους.	

Emotional Intelligence (Wong and Law, 2002).

Self-emotion appraisal (SEA)

15) Τις περισσότερες φορές καταλαβαίνω (έχω μια καλή αίσθηση) το γιατί αισθάνομαι τα συναισθήματα που νοιώθω (έτσι όπως αισθάνομαι).	Ομάδα 8
19) Γενικά δυσκολεύομαι να κατανοήσω τα συναισθήματά μου.	
23) Δεν είμαι πάντα σε θέση να καταλάβω πώς αισθάνομαι πραγματικά.	
27) Αρκετές φορές αδυνατώ να γνωρίζω αν είμαι χαρούμενος ή όχι.	

Others' emotion appraisal (OEA)

16) Δυσκολεύομαι να καταλάβω πώς αισθάνονται οι άλλοι με βάση την συμπεριφορά τους.	Ομάδα 9
20) Είμαι καλός παρατηρητής των συναισθημάτων των άλλων.	
24) Είμαι ευαίσθητος στα συναισθήματα και την συγκινησιακή κατάσταση των άλλων ανθρώπων.	
28) Έχω μια καλή κατανόηση των συναισθημάτων των ανθρώπων γύρω μου.	

Use of emotion (UOE)

17) Πάντα θέτω στόχους για τον εαυτό μου και μετά βάζω τα δυνατά μου για να τους πετύχω.	Ομάδα 10
21) Πάντα λέω στον εαυτό μου ότι είμαι ένα άξιο και ικανό άτομο.	
25) Είμαι ένα άτομο με ισχυρά κίνητρα.	
29) Πάντα παρακινώ τον εαυτό μου να καταφέρει το καλύτερο.	

Regulation of emotion (ROE)

18) Μπορώ με την λογική να ελέγξω τον θυμό μου και να ανταπεξέλθω τις δυσκολίες.	Ομάδα 11
22) Συνήθως μου είναι δύσκολο να ελέγξω τα συναισθήματά μου.	
26) Όταν θυμώνω, δεν μπορώ να ηρεμήσω γρήγορα.	
30) Έχω καλό έλεγχο των συναισθημάτων μου.	

ΔΕΙΚΤΕΣ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗΣ

1. Πιθανότητα χ^2

Το κύριο μέτρο καθορισμού της συνολικής (καθολικής) προσαρμογής ενός μοντέλου, είναι το ποσοστό πιθανοφάνειας (likelihood-ratio). Αυτό είναι και το μόνο μέτρο προσαρμοστικότητας που βασίζεται στη στατιστική και που μπορεί να χρησιμοποιηθεί στα SEM. Μία μεγάλη τιμή του σε σχέση με τους βαθμούς ελευθερίας, σημαίνει πως οι παρατηρούμενοι και εκτιμώμενοι πίνακες παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές. Ωστόσο, ένα βασικό μειονέκτημα του δείκτη αυτού είναι ότι, επηρεάζεται σημαντικά από τις διακυμάνσεις στο μέγεθος του δείγματος. Επομένως, προτείνεται η χρήση αυτού του δείκτη να συνοδεύεται πάντα και από άλλους δείκτες προσαρμογής.

Σε γενικές γραμμές, η διαδικασία ανάλυσης ενός συστήματος δομικών εξισώσεων επικεντρώνεται στην ελαχιστοποίηση μίας συνάρτησης απόκλισης (discrepancy). Εν συντομία, αυτή η συνάρτηση απόκλισης (για τον υπολογισμό της μέγιστης πιθανότητας), ακολουθεί μία κατανομή χ -τετράγωνο, και μπορεί να ερμηνευτεί βασισμένη στους βαθμούς ελευθερίας που σχετίζονται με το μοντέλο. Μία τιμή πιθανότητας (p-value) για αυτήν τη στατιστική ανάλυση είναι η δοκιμή της υπόθεσης ότι «το μοντέλο ταιριάζει άψογα με τον πληθυσμό» (Arbuckle 1997). Αν και η δοκιμή των υποθέσεων είναι μία ευρεία, γνωστή, και αποδεχτή στατιστική τεχνική, δεν κρίνεται κατάλληλη σαν μέθοδος για την επιλογή ενός μοντέλου, γεγονός που επισημάνθηκε για πρώτη φορά το 1969 από τον Joreskog.

Γενικά, ο δείκτης χ^2 αναφέρεται στην ικανότητα του μοντέλου να αναπαράγει τον πίνακα συνδιακύμανσης του δείγματος. Ο χ^2 αναφέρεται και ως μέτρο ασυμφωνίας (discrepancy). Όσο μικρότερη η τιμή του δείκτη τόσο καλύτερος είναι ο βαθμός προσαρμογής του μοντέλου. Εάν η τιμή του είναι μεγάλη, αυτό σημαίνει ότι η διακύμανση του μοντέλου είναι πολύ διαφορετική από την παρατηρούμενη. Οι Hair *et al.* (1998) ορίζουν ότι, ο χ^2 είναι κατάλληλος για μέγεθος δείγματος από 100 μέχρι 200, με το δείκτη να θεωρείται μη σημαντικός για μεγέθη εκτός αυτού του διαστήματος.

2. Ο δείκτης καλής προσαρμογής (GFI).

Ο δείκτης GFI, εμνοήθηκε από τον Joreskog και τον Sorbom το 1984, και αποτελεί ένα μέτρο του συνολικού βαθμού προσαρμογής του μοντέλου. Μετράει τη σχετική ποσότητα της διακύμανσης σε ένα δείγμα που το μοντέλο προβλέπει. Είναι ένας μη-στατιστικός δείκτης ο οποίος παίρνει τιμές από 0 (πολύ φτωχή προσαρμογή) μέχρι 1 (τέλεια προσαρμογή). Αναπαριστά το συνολικό βαθμό προσαρμογής (τα τετραγωνισμένα υπόλοιπα της πρόβλεψης συγκρινόμενα με τα πραγματικά δεδομένα) αλλά δεν προσαρμόζεται ανάλογα με τους βαθμούς ελευθερίας. Υψηλότερες τιμές καταδεικνύουν καλύτερη προσαρμογή, αλλά δεν υπάρχει κάποιο απόλυτο όριο πάνω από το οποίο το μοντέλο θεωρείται αποδεκτό.

Ικανοποιητικές θεωρούνται τιμές μεγαλύτερες του 0,9 (Hair et al. 1998, Bollen 1989), αλλά και μεγαλύτερες του 0,8 (Hoyle 1995, Marcoulides και Schumacker 1996).

Ένας μεγάλος αριθμός μελετών όμως, έχουν δείξει ότι, ο GFI επηρεάζεται από το μέγεθος του δείγματος, γεγονός που οδήγησε τους Anserson και Gerbing (1984) στο συμπέρασμα ότι: «αν και ο GFI είναι ανεξάρτητος του μεγέθους του δείγματος (το μέγεθος του δείγματος δεν είναι μέρος της εξίσωσης που ορίζει τον δείκτη GFI), η κατανομή των τιμών του δείκτη αυτού, επηρεάζεται ισχυρά από το μέγεθος του δείγματος». Η μελέτη τους έδειξε πως το 28.3% της απόκλισης στις τιμές του GFI σχετίζεται με αποκλίσεις στο μέγεθος των δειγμάτων, με το φαινόμενο αυτό να παρουσιάζεται περισσότερο σε μικρά δείγματα (n=50).

3. Ο διορθωμένος δείκτης κατάλληλης προσαρμογής (AGFI).

Ο δείκτης AGFI, αποτελεί μία επέκταση του δείκτη GFI, ρυθμισμένος ανάλογα με την αναλογία των βαθμών ελευθερίας του προτεινόμενου μοντέλου προς τον αριθμό των βαθμών ελευθερίας του μηδενικού μοντέλου (Hair *et al.* 1992). Το διάστημα τιμών είναι μεταξύ 0 και 1, όπου η τιμή 1 υποδηλώνεται ιδανική προσαρμογή. Σύμφωνα με τον Bollen (1990), η συμπεριφορά του δείκτη είναι παρόμοια με αυτήν του GFI. Παρουσιάζει ομοιότητες με το PNFI και ένα προτεινόμενο όριο αποδοχής είναι τιμές μεγαλύτερες ή ίσες με 0,9. Για πολύ μεγάλα δείγματα η τιμή είναι αυξημένη, και αντίστοιχα, σε πολύ μικρά δείγματα υπάρχει η περίπτωση της υποτίμησης του βαθμού προσαρμογής.

4. Ρίζα των μέσων τετραγώνων του σφάλματος εκτίμησης (RMSEA)

Άλλος ένας δείκτης, που τείνει να διορθώσει την τάση που εμφανίζει ο δείκτης χ τετράγωνο να απορρίπτει οποιοδήποτε μοντέλο με αρκετά μεγάλο αριθμό δειγμάτων, είναι ο RMSEA. Η τιμή του εκφράζει την απόκλιση ανά βαθμό ελευθερίας. Η απόκλιση αυτή μετριέται ανάλογα με το συνολικό πληθυσμό και όχι μόνο με το δείγμα που χρησιμοποιείται για την προσέγγιση (Steiger 1990). Η τιμή αντανακλά την καταλληλότητα που θα ήταν αναμενόμενη εάν η εκτίμηση του μοντέλου γινόταν στον ίδιο τον πληθυσμό και όχι μόνο στο δείγμα του πληθυσμού που χρησιμοποιήθηκε για τη συγκεκριμένη εκτίμηση.

Ο δείκτης RMSEA, αποτελεί ένα μέτρο της ασυμφωνίας ενός μοντέλου ανά βαθμό ελευθερίας. Το RMSEA ενσωματώνει μία ανάλυση της πολυπλοκότητας του μοντέλου στον υπολογισμό του. Η στατιστική αυτή βασίζεται σε μία εκτίμηση της απόκλισης του πληθυσμού παράλληλα με τους βαθμούς ελευθερίας του μοντέλου. Όταν ένα μοντέλο, έχει τέλειο βαθμό προσαρμογής, ο δείκτης έχει την τιμή 0. Οι Browne και Cudeck (1993),εξέφρασαν την άποψη ότι «μία τιμή του RMSEA γύρω στο 0.08 ή και λιγότερο, φανερώνει ένα λογικό σφάλμα προσδιορισμού» και ότι αυτοί δεν θα θέλανε να εφαρμόσουν ένα μοντέλο με RMSEA μεγαλύτερο από 0,1. Τιμές μικρότερες του 0,05 δείχνουν ότι το μοντέλο έχει πολύ καλό βαθμό

προσαρμογής, αν και σχετικά πρόσφατα (Hu και Bentler 1999) θεωρήθηκε ως κατώφλι το 0,06.

5. Το υπόλοιπο ρίζας μέσω των τετραγώνων (RMSR)

Ευρύτατα χρησιμοποιούμενος δείκτης, είναι ο RMSR ή RMR. Παριστάνει τη διαφορά μεταξύ της διακύμανσης και της συνδιακύμανσης του δείγματος σε σχέση με τις αντίστοιχες ποσότητες όταν το μοντέλο που δοκιμάζεται θεωρείται σωστό. Υπολογιστικά, ο RMR είναι η τετραγωνική ρίζα του μέσου τετραγώνου του ποσού της διαφοράς της διακύμανσης και της συνδιακύμανσης του δείγματος, από τα αντίστοιχα ποσά που θα προέκυπταν από ένα σωστό μοντέλο. (Arbuckle και Wothke 1999). Ο δείκτης παίρνει τιμές μεταξύ 0 και 1. Όσο ο δείκτης πλησιάζει το 0, τόσο πιο μεγάλος είναι ο βαθμός προσαρμογής. Αν το RMR έχει την τιμή μηδέν, τότε αυτό σημαίνει πως το μοντέλο ταιριάζει απόλυτα, ενώ τιμές μεγαλύτερες του 1 θεωρούνται υπερβολικά μεγάλες για το δείκτη αυτόν. Αποδεκτές θεωρούνται τιμές μικρότερες του 0,1 (Hair *et al.* 1992, Bollen 1989).

6. Δείκτης συγκριτικής καταλληλότητας (CFI)

Για τον τύπο της επαυξητικής προσαρμογής του μοντέλου, ο συγκριτικός δείκτης προσαρμογής (CFI) έχει ένα πλεονέκτημα έναντι όλων των άλλων δεικτών της κατηγορίας του. Διότι δεν παρουσιάζει τον κίνδυνο υποεκτίμησης της προσαρμογής των δεδομένων εξαιτίας μικρού δείγματος. Το CFI ορίστηκε από τον Bentler (1990), και βασίστηκε σε μία σύγκριση του μοντέλου της υπόθεσης με ένα άλλο μοντέλο το οποίο ονομάζεται «μοντέλο βάσης», ή «ανεξάρτητο μοντέλο».

Οι τιμές του CFI κυμαίνονται αναγκαστικά από το 0 έως το 1, διότι τιμές έξω από αυτά τα όρια περικόπτονται, και παρουσιάζονται ως 0 ή 1 αντίστοιχα. Ο Bentler (1990) πραγματοποίησε μία μελέτη προσομοίωσης και σύγκρισης στην οποία χρησιμοποιήθηκαν 200 αντίγραφα ενός μοντέλου δομικών εξισώσεων, και στην

οποία μελετήθηκε η επίδραση 6 διαφορετικών σε μέγεθος δειγμάτων που κυμαίνονταν από 50 έως 1600, αυξανόμενα πολλαπλασιαστικά (50, 100,200, κτλ.).

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι, η τυπική απόκλιση του CFI είναι συνεχώς μικρότερη από αυτή των άλλων δεικτών, και κυμαίνεται από το 0,034 με μέγεθος δείγματος 50, μέχρι 0,01 με μέγεθος δείγματος 1600. Αυτό το αποτέλεσμα βοήθησε στη διατύπωση του ακόλουθου συμπεράσματος: ο CFI φαίνεται να είναι ο καλύτερος δείκτης προσαρμοστικότητας και κυμαίνεται από το 0 έως το 1, έχει μικρή μεταβλητότητα, και υπολογίζει τη σχετική διαφορά στη μη κεντρικότητα (non centrality) που μας ενδιαφέρει.

Ο δείκτης δίνεται από τον τύπο:

$$CFI = 1 - \frac{\max(C - d, 0)}{\max(C_b - d_b, 0)} = 1 - \frac{NCP}{NCP_b}$$

Όπου: C,d είναι η εσωτερική ασυμφωνία των παραμέτρων και οι βαθμοί ελευθερίας αντίστοιχα.

NCP η αρνητική συγκέντρωση των παραμέτρων για το εκτιμώμενο μοντέλο.

C_b, d_b, NCP_b είναι οι ίδιοι παράμετροι για το βασικό μοντέλο.

7. Ο κανονικοποιημένος δείκτης προσαρμογής (NFI)

Ένας από τους πιο δημοφιλείς δείκτες είναι ο κανονικοποιημένος δείκτης προσαρμογής (NFI) (Bentler και Bonett 1980), που κυμαίνεται από 0 (καθόλου προσαρμογή) μέχρι 1 (τέλεια προσαρμογή), Ο NFI υπολογίζεται βάση του ακόλουθου τύπου:

$$NFI = \frac{x^2_{null} - x^2_{proposed}}{x^2_{null}}$$

Δηλαδή ο δείκτης NFI, μετράει το βαθμό προσαρμογής του ελεγχόμενου μοντέλου με το μηδενικό μοντέλο (null model) και επινοήθηκε από τους Bentler και Bonnett (1980). Το διάστημα τιμών του δείκτη είναι από το 0 μέχρι το 1. Ιδανική προσαρμογή ισχύει για τιμή ίση με 1. Με βάση την προκύπτουσα τιμή, διαπιστώνεται η αναλογία προσαρμογής του δοκιμαζόμενου μοντέλου με το μηδενικό (μοντέλο με τυχαίες μεταβλητές).

Για παράδειγμα, εάν η τιμή είναι 0,5, τότε έχει επιτευχθεί προσαρμογή κατά 50%. Αποδεκτές θεωρούνται τιμές μεγαλύτερες του 0,9 (Hoyle 1995, Marcoulides και Schumacker 1996), με τους Bentler και Bonnett να θεωρούν τιμές μεγαλύτερες του 0,8 ως αποδεκτές, Εάν η τιμή είναι μικρότερη από 0,8, τότε δοκιμαζόμενο μοντέλο θα πρέπει να επαναπροσδιορισθεί. Πρόβλημα υποτιμημένου βαθμού προσαρμογής μπορεί να δημιουργηθεί για μικρά δείγματα.

8.Ο δείκτης Tucker-Lewis (TLI)

Ονομάζεται και δείκτης των Bentler-Bonett non-normed fit index (NNFI).Ο τύπος του είναι:

$$TLI = \rho_2 = \frac{\frac{C_b}{d_b} - \frac{C}{d}}{\frac{C_b}{d_b} - 1}$$

Όπου: C, d είναι η εσωτερική ασυμφωνία των παραμέτρων και οι βαθμοί ελευθερίας για το εκτιμώμενο μοντέλο
 C_b, d_b είναι οι ίδιοι παράμετροι για το βασικό μοντέλο.

Οι αναμενόμενες τιμές για αυτόν το δείκτη είναι μεταξύ 0 και 1. Όσο πιο κοντά είναι στο 1, τόσο καλύτερη προσαρμογή στα δεδομένα θα έχει το μοντέλο.

9. Ο κανονικοποιημένος δείκτης προσαρμογής (PNFI)

Για την κατηγορία της φειδωλής προσαρμογής, ο φειδωλός κανονικοποιημένος δείκτης προσαρμογής (PNFI) (James *et al.* 1982) προκύπτει από μία τροποποίηση του NFI. Ο δείκτης PNFI λαμβάνει υπόψη του τον αριθμό των βαθμών ελευθερίας που χρησιμοποιούνται για την επίτευξη ενός συγκεκριμένου επίπεδου προσαρμογής. Ο όρος φειδωλότητα εκφράζει την επίτευξη υψηλών βαθμών προσαρμογής ανά χρησιμοποιούμενο βαθμό ελευθερίας (ένα df ανά εκτιμώμενο συντελεστή). Επομένως επιδιώκουμε να έχουμε περισσότερη φειδωλότητα, δηλαδή υψηλότερο βαθμό προσαρμογής ανά χρησιμοποιούμενο βαθμό ελευθερίας.

Ο PNFI ορίζεται ως

$$PNFI = \frac{\text{Degrees of Freedom}_{\text{proposed}}}{\text{Degrees of Freedom}_{\text{null}}} * NFI$$

Υψηλότερες τιμές του PNFI είναι και καλύτερες. Η κύρια χρήση του είναι για την σύγκριση μοντέλων με διαφορετικούς βαθμούς ελευθερίας. Χρησιμοποιείται για την σύγκριση εναλλακτικών μοντέλων, και δεν υπάρχει κάποιο προτεινόμενο επίπεδο του δείκτη αυτού που να ορίζει αποδεκτή προσαρμογή. Ωστόσο, όταν πραγματοποιείται σύγκριση μεταξύ μοντέλων, τιμές που κυμαίνονται από 0.06 μέχρι και 0.09, προτείνονται από τους Williams και Hazer (1986), ως ενδείξεις ουσιαστικών διαφορών ανάμεσα στα μοντέλα.

