

*ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ*

*ΤΜΗΜΑ: ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ*



**«Παράγοντες που επηρεάζουν την εταιρική  
επιχειρηματικότητα εργαζομένων σε επιχειρήσεις»**

ΝΕΚΤΑΡΙΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ  
Α.Μ. 2005010100

ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΕΣ ΚΑΘΗΓΗΤΕΣ : ΜΟΥΣΤΑΚΗΣ ΒΑΣΙΛΗΣ  
ΖΑΜΠΕΤΑΚΗΣ ΛΕΩΝΙΔΑΣ

(Χανιά 2014)

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΡΙΟ ΜΗΝΥΜΑ

Με την ευκαιρία της ολοκλήρωσης της εργασίας μου, θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στους καθηγητές κ. Μουστάκη Βασίλη και κ. Ζαμπετάκη Λεωνίδα για την πολύτιμη καθοδήγηση και στήριξη τους κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της διπλωματικής μου μελέτης.

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΕΛΙΔΑ

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
1.2 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	7
1.3 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΘΕΣΗ.....	8
1.4 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ.....	9

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΔΙΕΥΡΗΝΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	11
2.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	11
2.3 ΕΝΔΟΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	12
2.4 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΘΕΣΗ.....	14
2.4.1 Θεωρίες επιχειρηματικής πρόθεσης.....	14
2.5 Η ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	17
2.5.1 Οι πέντε μεγάλοι παράγοντες της προσωπικότητας.....	19
2.5.1.1 Εξωστρέφεια.....	20
2.5.1.2 Νευρωτισμός.....	21
2.5.1.3 Δεκτικότητα στην εμπειρία.....	23
2.5.1.4 Προσήνεια.....	25
2.5.1.5 Συνέπεια.....	27
2.6 ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ.....	29

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	30
3.2 ΣΤΟΙΧΕΙΑ – ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	30
3.3 ΚΑΤΑΡΤΗΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	32
3.3.1 Α΄ Μέρος ερωτηματολογίου.....	32
3.3.2 Β΄ Μέρος ερωτηματολογίου.....	33
3.3.3 Γ΄ Μέρος ερωτηματολογίου.....	34
3.4 ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ.....	35
3.5 ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	36

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ – ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ**

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	37
4.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ.....	37
4.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ.....	41
4.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ.....	45
4.5 ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΜΕ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ.....	49
4.6 ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΡΟΘΕΣΗΣ.....	52

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	54
5.2 ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	55
5.3 ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	57
5.4 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	58
5.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	59

<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>61</b>
--------------------------	-----------

<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....</b>	<b>67</b>
-----------------------	-----------

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

## ΣΕΛΙΔΑ

Σχήμα 2.1	Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα.....	17
Σχήμα 4.2.1	Γραφική απεικόνιση της κατανομής φύλου.....	38
Σχήμα 4.2.2	Η κατανομή της μεταβλητής «ηλικία» στο δείγμα της έρευνας.....	40
Σχήμα 4.2.3	Η κατανομή της μεταβλητής «χρόνος εργασίας στην εταιρία» στο δείγμα της έρευνας.....	40
Σχήμα 4.4.1	Κατανομή της βαθμολογίας για τον παράγοντα εξωστρέφεια.....	46
Σχήμα 4.4.2	Κατανομή της βαθμολογίας για τον παράγοντα νευρωτισμός.....	47
Σχήμα 4.4.3	Κατανομή της βαθμολογίας για τον παράγοντα Δεκτικότητα στην εμπειρία .....	48
Σχήμα 4.4.4	Κατανομή της βαθμολογίας για τον παράγοντα Προσήνειας.....	48
Σχήμα 4.4.5	Κατανομή της βαθμολογίας για τον παράγοντα Συνέπειας.....	49

Πίνακας 4.2.1	Μέσος όρος και τυπική απόκλιση των χαρακτηριστικών του δείγματος.....	37
Πίνακας 4.2.2	Συχνότητα των τιμών της μεταβλητής «φύλο».....	38
Πίνακας 4.2.3	Επίπεδο εκπαίδευσης.....	38
Πίνακας 4.2.4	Θέση στην εταιρία.....	39
Πίνακας 4.2.5	Είδος εταιρίας.....	39
Πίνακας 4.3.1	Σκορ ερωτήσεων για τον παράγοντα εξωστρέφειας.....	41
Πίνακας 4.3.2	Συντελεστής αξιοπιστίας για την εξωστρέφεια.....	41
Πίνακας 4.3.3	Σκορ ερωτήσεων για τον παράγοντα νευρωτισμού.....	42
Πίνακας 4.3.4	Συντελεστής αξιοπιστίας για το νευρωτισμό.....	42
Πίνακας 4.3.5	Σκορ ερωτήσεων για τον παράγοντα δεκτικότητας στην εμπειρία.....	43
Πίνακας 4.3.6	Συντελεστής αξιοπιστίας για το νευρωτισμό.....	43
Πίνακας 4.3.7	Σκορ ερωτήσεων για τον παράγοντα προσήνεια.....	43
Πίνακας 4.3.8	Συντελεστής αξιοπιστίας για την προσήνεια.....	44
Πίνακας 4.3.9	Σκορ ερωτήσεων για τον παράγοντα συνέπεια.....	44
Πίνακας 4.3.10	Συντελεστής αξιοπιστίας για την προσήνεια.....	44
Πίνακας 4.3.11	Σκορ ερωτήσεων για τον παράγοντα εταιρική επιχειρηματικότητα.....	45
Πίνακας 4.3.12	Συντελεστής αξιοπιστίας για την εταιρική επιχειρηματικότητα.....	45
Πίνακας 4.4.1	Μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις όλων των παραγόντων στο δείγμα.....	46
Πίνακας 4.5.1	Συσχετίσεις βαθμολογιών παραγόντων με δημογραφικά χαρακτηριστικά.....	50
Πίνακας 4.6.1	Γραμμική παλινδρόμηση του μοντέλου.....	52
Πίνακας 4.6.2	Τυποποιημένοι και μη τυποποιημένοι συντελεστές στο μοντέλο για μια εξαρτημένη μεταβλητή: εταιρική επιχειρηματικότητα.....	53

# **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:**

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

### **1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η επιχειρηματικότητα λόγω της συμβολής της στην οικονομία αναδύκεται ως προτεραιότητα για τις μικρομεσαίες και όχι μόνο, οικονομίες. Συστατικά στοιχεία της επιχειρηματικότητας θεωρούνται η καινοτομία, η ηγεσία, η διαχείριση και η ανάπτυξη πρωτοβουλίας. Επίσης συμβάλει στην ανταγωνιστικότητα, στην απελευθέρωση του ανθρώπινου δυναμισμού και στον ευρύτερο τομέα της κοινωνίας αφού μελέτες δείχνουν πως η καινοτομική επιχειρηματικότητα δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και αναπληρώνει τις απωλεσθέντες θέσεις λιγότερο ανταγωνιστικών επιχειρήσεων.

Έτσι με βάση τις πιο πάνω προτάσεις, πολλοί ερευνητές, έχουν προσπαθήσει να εντοπίσουν και να επισημάνουν τους παράγοντες που ωθούν τον άνθρωπο να προχωρήσει στην ίδρυση μιας επιχείρησης και να καταφέρει να αποδώσει θετικά αποτελέσματα. Επίπρόσθετα, επικεντρώνονται πιο πολύ στο κατά πόσο άτομα που διακατέχονται από επιχειρηματική πρόθεση, επηρεάζονται από τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας τους.

### **1.2 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Ο σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να επεκτείνει την κατανόηση μας για τον ρόλο της προσωπικότητας στην επιχειρηματική διαδικασία. Οι διάφορες πτυχές της ανθρώπινης προσωπικότητας φαίνεται να επηρεάζουν τόσο την ατομική όσο και την εταιρική επιχειρηματικότητα. Ενώ πλήθος ερευνών έχουν επικεντρωθεί στη διερεύνηση των χαρακτηριστικών της προσωπικότητας τα οποία επηρεάζουν την ατομική επιχειρηματικότητα δηλαδή την ίδρυση μιας καινούργιας επιχείρησης, δεν συμβαίνει το ίδιο όμως και για την εταιρική επιχειρηματικότητα. Οι περισσότεροι μελετητές απλά εξισώνουν την επιχειρηματικότητα στην ιδιοκτησία μιας επιχείρησης (Gartner, 1988).

### 1.3 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΘΕΣΗ

Η συσχέτιση της ατομικής επιχειρηματικότητας και της εταιρικής επιχειρηματικότητας αποκαλύπτει ότι η υψηλή εταιρική επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζει κυρίως τις ανεπτυγμένες οικονομίες, εύρημα που είναι αναμενόμενο καθώς η εταιρική επιχειρηματικότητα κατά τεκμήριο είναι αφενός επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και όχι ανάγκης και αφετέρου δεν αφορά αυτοαπασχόληση. Αντίθετα, η υψηλή ατομική επιχειρηματικότητα, η οποία περιλαμβάνει τόσο την αυτοαπασχόληση όσο και την επιχειρηματικότητα ανάγκης απαντάται και σε χώρες χαμηλού επιπέδου ανάπτυξης.

Οι κύριες διαφορές της ατομικής και εταιρικής επιχειρηματικότητας εντοπίζονται στα εξής κύρια σημεία:

- Κατ' αρχήν, ο αντίπαλος της ατομικής επιχειρηματικότητας είναι η ίδια η αγορά ενώ ο αντίπαλος της εταιρικής επιχειρηματικότητας είναι η εταιρική κουλτούρα.
- Επίσης στο ξεκίνημα της δραστηριότητας του ο επιχειρηματίας, έχει συνήθως περιορισμένα χρηματικά κεφάλαια σε αντίθεση με τον ενδοεπιχειρηματία ο οποίος μπορεί να βρει τα κεφάλαια σχετικά εύκολα και σε ποσότητα για να υλοποιήσει το έργο του.
- Τέλος, η επιχειρηματική δράση είναι μια δημιουργική διαδικασία που γεννά μια επιχείρηση ξεκινώντας από το μηδέν ενώ με την ενδοεπιχειρηματικότητα καταβάλλεται προσπάθεια να βελτιωθεί ή να αλλάξει κάτι υπάρχον.

Για να υπάρξει και να λειτουργεί η εταιρική επιχειρηματικότητα εσωτερικά των οργανισμών θα πρέπει να αποφεύγονται κάποιες συμπεριφορές και καταστάσεις. Τέτοιες είναι η τυχόν αποτρεπτική εταιρική κουλτούρα, όπως είπαμε και πιο πάνω, η απρόσωπη σχέση εργαζομένων με τη διοίκηση αλλά και μεταξύ τους, η έλλειψη επιχειρηματικής νοοτροπίας στους εργαζομένους και η γραφειοκρατία που παρατηρείται για την έγκριση μιας ενδοεπιχειρηματικής δράσης. Επιπρόσθετα, οι πλείστες εταιρίες θέτουν βραχυπρόθεσμους στόχους που θα έχουν ως αποτέλεσμα την επιδίωξη του γρήγορου κέρδους, έτσι πολλές φορές εμποδίζεται η ανάπτυξη δραστηριοτήτων που χρειάζονται χρόνο να αποδώσουν καρπούς.

Δεδομένου όμως ότι η συμπεριφορά του ατόμου στην επιχείρηση καθορίζεται σύμφωνα με την προσωπικότητα του, είναι εύλογο να αναμένουμε και ατομικές διαφορές στον τομέα της επιχειρηματικότητας έστω και αν το πρόσωπο αυτό είναι ιδιοκτήτης μιας επιχείρησης, διευθυντής ενός τμήματος της επιχείρησης, ή απλά



ένας εργαζόμενος. Με βάση αυτό, η επιχειρηματική προσωπικότητα αξιολογείται με τη μέτρηση του βαθμού στον οποίο τα άτομα διαφέρουν στην τάση τους να συμμετάσχουν σε καθοριστικές ενδοεταιρικές επιχειρηματικές λειτουργίες, όπως είναι η αναγνώριση και εκμετάλλευση ευκαιριών ή και νέων διαδικασιών όπως τους τρόπους διοίκησης και τη δημιουργία <προϊόντων> προστιθέμενης αξίας στην επιχείρηση. Όλες όμως αυτές οι επενδύσεις σε καινοτόμες δραστηριότητες μπορεί και να ενέχουν σχετικά υψηλό ρίσκο που θα πρέπει να αντιμετωπιστεί και να μελετηθεί με τη πρέπουσα σημασία.

Με αυτή τη μελέτη θα προβληθεί η θεωρητική κατανόηση των διαδικασιών που διέπουν την εμφάνιση της διαφορετικότητας στην προσωπικότητα μεταξύ των ατόμων και πιο συγκεκριμένα στο εσωτερικό επιχειρήσεων. Μέσω διαφόρων επιμέρους εξετάσεων των χαρακτηριστικών της προσωπικότητας μπορούμε να συμπεράνουμε αν τα άτομα που εκδηλώνουν συγκεκριμένες συμπεριφορές μπορούν και προτίθενται να συμμετέχουν στην εταιρική επιχειρηματικότητα.

Κατηγοριοποιώντας όλα τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του ατόμου μπορούμε να δημιουργήσουμε πέντε μεγάλες κατηγορίες παραγόντων. Πιο συγκεκριμένοι παράγοντες της προσωπικότητας που επηρεάζουν την επιχειρηματική πρόθεση θεωρούνται συμπεριφορές που έχουν κοινωνικότητα, διακατέχονται από εμπιστοσύνη στον ίδιο τους τον εαυτό και είναι οργανωτικοί. Επίσης έχουν θετική στάση για τη ζωή, μπορούν να ελέγχουν τις επιθυμίες τους, τις ορμές τους και μπορούν να επιτυγχάνουν τους στόχους τους. Με λίγα λόγια περιγράφονται ως εξωστρεφής και συνεπείς άνθρωποι που είναι οι δυο από τις πέντε κατηγορίες χαρακτηριστικών της προσωπικότητας που αναφέραμε πιο πάνω.

Άρα η κατανόηση των παραγόντων και των διαδικασιών που σχετίζονται με τη διαμόρφωση της επιχειρηματικής πρόθεσης σε υφιστάμενες επιχειρήσεις, μπορεί να συμβάλει στην προώθηση της ανάπτυξης του επιχειρηματικού πνεύματος και της επιχειρηματικής επιτυχίας με λιγότερες σπατάλες οικονομικών αλλά και προσωπικών πόρων.

#### **1.4 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ**

Μέσω προηγούμενης βιβλιογραφίας συλλέξαμε δεδομένα για το ποιοι παράγοντες ωθούν το άτομο στην επιχειρηματικότητα, είτε αυτή είναι ατομική είτε ενδοεταιρική. Επίσης πήραμε πληροφορίες για το πως η προσωπικότητα του καθενός μπορεί να καθορίσει συγκεκριμένες συμπεριφορές όσον αφορά την επιχειρηματικότητα. Κάνοντας αυτή την αναζήτηση καταλήξαμε σε ένα γενικό πλαίσιο υποθέσεων που ουσιαστικά το ζητούμενο είναι να δούμε εάν ισχύει ότι η

προσωπικότητα και τα επιμέρους χαρακτηριστικά του ατόμου, αποτελούν ένα σημαντικό παράγοντα που επηρεάζουν την πρόθεση του για εταιρική επιχειρηματικότητα.

Η πειραματική διαδικασία που έχει ακολουθηθεί περιγράφεται λεπτομερώς στο τρίτο κεφάλαιο. Κάποιες όμως περιγραφές είναι καλό να δωθούν ώστε ο αναγνώστης να έχει κάποια συνοχή στη δομή της μελέτης.

Για το λόγο αυτό, επιλέχθηκαν κάποιες εταιρείες και οργανισμοί, με διάφορες κατευθύνσεις στο αντικείμενο εργασίας τους, στους οποίους εξετάστηκαν οι εργαζόμενοι μέσω ερωτηματολογίων στο κομμάτι όσον αφορά τις πτυχές της προσωπικότητας τους, τις συμπεριφορές και τις αντιδράσεις τους στο χώρο εργασίας, καθώς και για το εάν είναι διατεθειμένοι να αναλάβουν κάποιες πρωτοβουλίες που θα συντελέσουν στην επιχειρησιακή ανάπτυξη ως πρόσχημα της συμμετοχής τους στην εταιρική επιχειρηματικότητα. Με βάση τη δομή του ερωτηματολογίου προσπαθήσαμε να συλλέξουμε αντικειμενικές απαντήσεις, αφού οι ερωτήσεις ήταν στοχευμένες προς το σκοπό μας, ούτως ώστε να μπορέσουμε να εξαγάγουμε ασφαλή και αξιόπιστα συμπεράσματα.

Επόμενη μας ενέργεια είναι να περάσουμε τα δεδομένα μας από στατιστική ανάλυση, δίνοντας μας τη δυνατότητα να μετρήσουμε τις μεταβλητές και τις παραμέτρους μας, να τις συγκρίνουμε μεταξύ τους και να δούμε πως επηρεάζει η μία την άλλη. Ακολουθώντας, οδηγούμαστε στην εξαγωγή των συμπερασμάτων μας και διατύπωση τυχόν προβλημάτων που προέκυψαν, ούτως ώστε να προστεθεί ακόμα μια μελέτη για την διερεύνηση αυτού του μεγάλου κεφαλαίου της προσωπικότητας και της συμπεριφοράς των εργαζομένων.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:**

### **ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ**

#### **2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Στο δεύτερο μέρος της έρευνας αναλύεται ,μέσα από την βιβλιογραφία του παραρτήματος, αρχικά η έννοια της επιχειρηματικότητας και της ενδοεταιρικής επιχειρηματικότητας, μετά η έννοια της επιχειρηματικής πρόθεσης και ακολούθως το πως την επηρεάζουν τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας, βάση των θεωρήσεων των τελευταίων χρόνων.

#### **2.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ**

Η έννοια της επιχειρηματικότητας πριν από μερικά χρόνια ήταν απύσχα από την ακαδημαϊκή βιβλιογραφία. Ωστόσο ο ρόλος της στην οικονομική και πολιτική έρευνα έχει ενισχυθεί τις τελευταίες δεκαετίες (Bryat, 2000). Αποτελεί πλέον πόλο έλξης του ακαδημαϊκού, κοινωνικού και επιχειρηματικού κόσμου καθώς θεωρείται ότι συμβάλλει στην ενίσχυση της καινοτομίας (Schumpeter, 1934), στην οικονομική ανάπτυξη (Hayek, 1948) και στην δημιουργία επιχειρήσεων (Gartner, 1985).

Ο όρος επιχειρηματικότητα προέρχεται από το ρήμα επιχειρώ που σημαίνει ενεργώ με συγκεκριμένο στόχο, δοκιμάζω, προσπαθώ να επιτύχω κάτι. Ο διεθνής επικρατέστερος όρος είναι **entrepreneurship** που μεταφράζεται στα ελληνικά με το ρήμα αναλαμβάνω. Συνεπώς η έννοια εμπεριέχει δεξιότητες και συμπεριφορές από την σύλληψη της ιδέας μέχρι και την οργάνωση και διοίκηση μιας δραστηριότητας. Μια προσέγγιση της έννοιας της επιχειρηματικότητας αναφέρεται στην Πράσινη Βίβλο Επιχειρηματικότητας (European Commission, 2003) και λέει ότι η επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία και τρόπος δημιουργίας και ανάπτυξης μιας οικονομικής δραστηριότητας μέσω του συνδυασμού της ανάληψης κινδύνου, της δημιουργικότητας και της καινοτομίας με τη σωστή διαχείριση στο πλαίσιο ενός νέου ή υφιστάμενου οργανισμού.

### 2.3 ΕΝΔΟΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η επιχειρηματική δραστηριότητα μπορεί να λάβει διάφορες μορφές αναλόγως τα άτομα που την ασκούν. Οι βασικότεροι τύποι είναι η οικογενειακή επιχειρηματικότητα, η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα, η κοινωνική επιχειρηματικότητα, η γυναικεία επιχειρηματικότητα, η επιχειρηματικότητα εθνικών μειονοτήτων και η *εταιρική επιχειρηματικότητα*.

Η εταιρική επιχειρηματικότητα, η οποία συχνά αναφέρεται επίσης ως ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα, έχει γίνει στο πλαίσιο αυτό ένα όλο και πιο σημαντικό εργαλείο για τους επαγγελματίες για να ενισχύσουν την απόδοση της επιχείρησης και να προωθήσουν την καινοτομία και την εκμετάλλευση ευκαιριών στο εσωτερικό της επιχείρησης. Με βάση τον όρο ενδοεπιχειρηματικότητα, ο διαχωρισμός γίνεται στο ότι η επιχειρηματικότητα ασκείται εντός υφιστάμενων επιχειρήσεων και αναπτύσσεται από τα υφιστάμενα στελέχη τους (Bryat, 2000). Η ενδοεπιχειρηματικότητα ως έννοια εμφανίστηκε στις αρχές της δεκαετίας του '90 (Stevenson, 1990) με πρώτη αναφορά ωστόσο να γίνεται το 1978 από τους Pinchot Gifford και Pinchot Elizabeth (1985). Οι Antoncic και Hisrich (2001), αναγνωρίζουν την έννοια αυτή ως επιχειρηματικότητα στο εσωτερικό επιχειρήσεων που όμως δεν αφορά στις διαδικασίες του πυρήνα τους και επισημαίνουν πως απαντάται σε διαφορετικό βαθμό στο επιχειρηματικό συνεχές.

Ο Carrier (1996) ορίζει την εταιρική επιχειρηματικότητα ως η εισαγωγή και η εφαρμογή μιας σημαντικής καινοτομίας για την επιχείρηση από έναν ή περισσότερους υπαλλήλους που εργάζονται μέσα σε ένα υφιστάμενο οργανισμό. Ο ορισμός αυτός χαρακτηρίζει ένα ενδοεπιχειρηματία, σύμφωνα με τον Bosma (2012), ως υπάλληλος που παίρνει την πρωτοβουλία στην εισαγωγή και εφαρμογή καινοτομίας. Άρα, ως ενδοεπιχειρηματίας ορίζεται το πρόσωπο μέσα σε μια εταιρία που αναλαμβάνει την άμεση ευθύνη για μετατροπή μιας ιδέας σε ένα κερδοφόρο τελικό προϊόν μέσα από την ανάληψη κινδύνου και καινοτομίας (American Heritage Dictionary, 1992). Ένας άλλος ορισμός δίνεται από τους Sharma και Chrisman (1999) και αναφέρουν ότι η ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα ορίζεται ως η διαδικασία με την οποία ένα μεμονωμένο μέλος ή μια ομάδα ατόμων, σε συνδυασμό με μια υπάρχουσα οργάνωση, μπορούν να δημιουργήσουν μια νέα οργάνωση ή να προωθήσουν την ανανέωση ή την καινοτομία εντός του εν λόγω οργανισμού.

Επίσης, στην επιστημονική βιβλιογραφία, η εταιρική επιχειρηματικότητα έχει γίνει ένα σημαντικό θέμα έρευνας που έχει αποδειχθεί ότι μπορεί να αυξήσει τις οικονομικές επιδόσεις των εταιρειών (Rauch, 2009), ειδικά για τις επιχειρήσεις που λειτουργούν σε εχθρικό, δυναμικό και ταραχώδη περιβάλλον (Covin, 1989, Wiklund, 2005). Η ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα, μπορεί να συμβάλει στην οργανωτική

ανανέωση, την ευελιξία και την αποδοτικότητα όταν τα έργα κινούνται πέρα από την φάση της διατύπωσης της ιδέας και να έχουν σημαντικές επιπτώσεις στο εσωτερικό της οργάνωσης της εταιρίας. Τα αυξημένα επίπεδα των οικονομικών επιδόσεων οφείλονται κυρίως στη στρατηγική ανανέωση εντός του οργανισμού (Hayton, 2006), στο στρατηγικό επαναπρογραμματισμό της οργάνωσης (Ireland, 2009), στα εγχειρήματα των επιχειρήσεων (Zahra, 1995), στα αυξημένα επίπεδα καινοτομίας (Zahra, 1991) και στην αυξημένη ευελιξία (Ginsberg και Hay 1994).

Μέσω της ενδοεπιχειρηματικότητας οι επιχειρήσεις προσπαθούν να αποκτήσουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αφού με τους αστραπιαίους ρυθμούς που κινούνται τα πάντα, χρειάζεται να είναι πιο ευέλικτες και πιο ευρηματικές. Τα χαρακτηριστικά αυτά της ευελιξίας και της καινοτομίας που προσπαθούν να εισάγουν στη λειτουργία τους, είναι η τεράστια πρόκληση για αυτές τις επιχειρήσεις, που σε συνδιασμό με τους πόρους που διαθέτουν, το πελατολόγιο τους και την επιρροή τους μπορούν να αποδώσουν καλύτερα αφού όμως πρώτα ανακαλύψουν τον εαυτό τους (Kirby, 2003).

Η επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο των υφιστάμενων οργανισμών μπορεί ωστόσο να είναι εμφανής σε κάθε επίπεδο εντός του οργανισμού (Kemelgor, 2002) και με τους διάφορους τρόπους που η επιχειρηματική συμπεριφορά εκτίθεται σε όλα τα οργανωτικά επίπεδα, μπορεί να θεωρηθεί ως μια βασική κινητήρια δύναμη του επιπέδου της ενδοεπιχειρηματικότητας στο πλαίσιο μιας επιχείρησης (Wales, 2011). Έτσι οι μελέτες πρέπει να γίνονται σε όλα τα οργανωτικά επίπεδα (κορυφαίο επίπεδο διαχείρισης, μεσαίο επίπεδο της διαχείρισης και το επίπεδο των εργαζομένων), αφού είναι απαραίτητη για να καταλάβουμε πώς η ενδοεπιχειρηματικότητα προσθέτει αξία στην επιχείρηση και γιατί η ενδοεπιχειρηματικότητα είναι πιο επιτυχής σε ορισμένους οργανισμούς (Wales, 2011).

Συνήθως όμως οι μεγάλοι οργανισμοί δεν είναι κατάλληλα περιβάλλοντα για ενδοεταιρικές συμπεριφορές (Sharma και Chrisman 1999) και οι διαφωνίες μεταξύ του εργοδότη και των εργαζομένων είναι ένας σημαντικός λόγος για τον οποίο πολλοί ενδοεπιχειρηματίες εγκαταλείπουν τον εργοδότη τους και δημιουργούν μια ανεξάρτητη επιχείρηση (Klepper 2001). Σε μια πρόσφατη έρευνα σχετικά με την ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα ο Stam (2012) εντοπίζει έξι ομάδες σημαντικών προηγούμενων της: τη διάθεση, τη δημογραφία, τις γνωστικές ικανότητες, τον σχεδιασμό της εργασίας, το πλαίσιο εργασίας και το ευρύτερο περιβάλλον. Από αυτά τα προηγούμενα, ο σχεδιασμός της εργασίας και το πλαίσιο της εργασίας παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τους διευθυντές που επιδιώκουν να βελτιώσουν το επίπεδο της ενδοεπιχειρηματικότητας εντός του οργανισμού τους, καθώς μπορούν άμεσα να επηρεάζονται από οργανωτικές πολιτικές και διαχειριστικές δράσεις.

## 2.4 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΘΕΣΗ

Συγκεκριμένα, η επιχειρηματική πρόθεση (entrepreneurial intention), είναι η απόφαση-δέσμευση ενός ατόμου να ξεκινήσει μια επιχειρηματική δραστηριότητα.

Μερικοί επιστήμονες (Nabi 2006, Guerrero 2008) ορίζουν την επιχειρηματική πρόθεση ως μια κατάσταση του μυαλού που οι άνθρωποι θέλουν να δημιουργήσουν μια νέα επιχείρηση ή ένα νέο πρόγραμμα που θα προσθέσει αξία στο εσωτερικό υφιστάμενων επιχειρήσεων.

### 2.4.1 Θεωρίες επιχειρηματικής πρόθεσης

Η πρόθεση για τη δημιουργία επιχειρήσεων βασίζεται κυρίως στις ακόλουθες θεωρίες:

Η θεωρία του Ajzen (1991) της σχεδιασμένης συμπεριφοράς (theory of planned behavior- TPB), που αναπτύχθηκε για να εξηγήσει πώς ατομικές συμπεριφορές προς μια πράξη, το υποκειμενικό πρότυπο, και ο αντιλαμβανόμενος έλεγχος της συμπεριφοράς είναι προηγούμενα των προθέσεων. Το μοντέλο Shapero και Soko (1982) της επιχειρηματικής εκδήλωσης (model of the entrepreneurial event -SEE) που αναπτύχθηκε για να κατανοήσει την επιχειρηματική συμπεριφορά. Οι επιχειρηματικές προθέσεις που προέρχονται από τις αντιλήψεις του επιθυμητού, κατορθωτού, και της τάσης να εκμεταλλεύεται ευκαιρίες. Σε αυτό το μοντέλο, η αντιλαμβανόμενη επιθυμία ορίζεται ως η ελκυστικότητα της έναρξης μιας επιχείρησης, η επίτευξη ως ο βαθμός στον οποίο ένα άτομο είναι σε θέση να το πράξει και η τάση να ενεργεί για την προσωπική του διάθεση αλλά και για τις αποφάσεις του. Επιπρόσθετα το μοντέλο του Bandura (1977) της κοινωνικής μάθησης, στην οποία τα ζωτικά στοιχεία είναι επεξήγηση και πρόβλεψη της προσωπικής συμπεριφοράς σε σχέση με την επιχειρηματικότητα.

Οι συγγραφείς προηγούμενων ερευνών προσδιορίζουν επιμέρους τομείς που επηρεάζουν τον σχηματισμό επιχειρηματικών προθέσεων (π.χ. προσωπικότητα, τα κίνητρα, και προηγούμενη εμπειρία) και τις μεταβλητές του πλαισίου (π.χ. κοινωνικό πλαίσιο, τις αγορές και την οικονομία), (Bird, 1988). Για την πρώτη διάσταση οι Zhao, Seibert, και Hills (2005) δείχνουν ότι ψυχολογικά χαρακτηριστικά όπως για παράδειγμα η ανάλυση ρίσκου, η επιχειρηματική αποτελεσματικότητα του ατόμου, μαζί με τις ανεπτυγμένες δεξιότητες και ικανότητες του, επηρεάζουν τις επιχειρηματικές προθέσεις. Άλλοι επιστήμονες, μελετώντας τον ρόλο των συμφραζομένων διαστάσεων, δείχνουν ότι οι περιβαλλοντικές επιδράσεις όπως ευκαιρίες για τη βιομηχανία και την ετερογένεια της αγοράς (Morris & Lewis, 1995),

αλλά και της περιβαλλοντικής υποστήριξης όπως υποδομές, πολιτική και οικονομική υποστήριξη (Luthje & Franke, 2003) έχουν αντίκτυπο στην επιχειρηματική πρόθεση.

Οι επιδράσεις αυτές χαρακτηρίζονται και ως κίνητρα ανάληψης επιχειρηματικής δράσης και διαχωρίζονται σε δυο τύπους. Ο πρώτος τύπος είναι τα θετικά κίνητρα που ελκύουν το άτομο στην ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας και στα αρνητικά κίνητρα που αναγκάζουν το άτομο να στραφεί προς την επιχειρηματικότητα. Στα θετικά κίνητρα κατατάσσουμε την επιδίωξη της ανεξαρτησίας, του κέρδους, το κοινωνικό κύρος και την προσωπική επιθυμία για επιτεύγματα. Επίσης με την εμπιστοσύνη στις προσωπικές ικανότητες ( Internal locus of beliefs – Rotter J. ,1971) το άτομο προτίθεται να ξεκινήσει την επιχειρηματική του καριέρα με τις δικές του ενέργειες. Τα αρνητικά κίνητρα είναι η αναγκαστική μετανάστευση, η απόλυση , η ανεργία, η μονοτονία της εργασίας του ατόμου αλλά και διάφορες προστριβές με το επαγγελματικό του περιβάλλον.

Τα αποτελέσματα της επιστημονικών ερευνών δείχνουν ότι οι συγγραφείς αναλύουν την επιχειρηματική πρόθεση λαμβάνοντας υπόψη διάφορες πτυχές, δηλαδή τόσο σε στοιχεία ατομικού επιπέδου που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα (προσωπικά κίνητρα, στάση, την οικογενειακή κατάσταση, τις κοινωνικές σχέσεις και ούτω καθεξής), αλλά και στοιχεία σε περιφερειακό επίπεδο που περιλαμβάνουν τη χώρα, τους οικονομικούς παράγοντες, τους θεσμικούς παράγοντες και άλλους. Έτσι κατηγοριοποιώντας τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική πρόθεση έχουμε:

### **Οι οικονομικοί παράγοντες**

Η επιχειρηματικότητα των ατόμων βασίζεται στη θεωρία της προσφοράς και της ζήτησης. Σύμφωνα με τον Schumpeter(1952) οι οικονομικοί παράγοντες υφίστανται καθ'όλη τη διάρκεια ζωής μιας επιχείρησης. Οι οικονομικές μεταβλητές που επηρεάζουν σημαντικά είναι οι νομισματικές πολιτικές, οι εμπορικές πολιτικές, η φορολογία το εισόδημα κ.α.

### **Οι περιβαλλοντικοί παράγοντες**

Αυτή η θεωρία υποστηρίζει ότι το ανάλογο περιβάλλον είναι αυτό που δίνει τα ερεθίσματα στο άτομο και το οδηγεί στην επιχειρηματικότητα και στην ανακάλυψη επιχειρηματικών ευκαιριών. Διακρίνονται σε ενδογενής και εξωγενής. Επίσης, το περιβάλλον είναι αυτό που θα καθορίσει και διαμορφώσει τον αριθμό των

επιχειρήσεων που θα εισέλθουν στο κλάδο αλλά και από την άλλη για τερματισμό κάποιων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

### **Οι κοινωνιολογικοί παράγοντες**

Εδώ αναφερόμαστε στις συνισταμένες που επηρεάζουν το τρόπο ζωής. Οι άνθρωποι και οι προτιμήσεις τους διακρίνονται από μια σχέση αλληλεξάρτησης που επηρεάζει την πρόθεση για επιχειρηματικότητα όπως είναι ο τρόπος ψυχαγωγείας και διασκέδασης , οι καταναλωτικές συνήθειες, ο τρόπος εργασίας κ.α. Έτσι σύμφωνα με ορισμένους κοινωνιολόγους, η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών γίνεται μέσα στο κοινωνικό περιβάλλον, το οποίο επιτρέπει ή και προωθεί την επιχειρηματικότητα, δίνοντας επιχειρηματικές ευκαιρίες. Σε αντίθετη περίπτωση, το άτομο δε θα ήταν δυνατό να αναγνωρίζει, αλλά κυρίως να εκμεταλλεύεται επιχειρηματικές ευκαιρίες..

### **Οι δημογραφικοί παράγοντες**

Εδώ σημαντικό ρόλο στη πρόθεση συμβάλει το μέγεθος του πληθυσμού, η γεωγραφική κατανομή, η εκπαίδευση και το μορφωτικό επίπεδο, η εθνικότητα, η ηλικία αλλά και η αποκόμιση προηγούμενων εμπειριών. Για το λόγο αυτό υπάρχουν διαφορές στην επιχειρηματικότητα μεταξύ πολλών χωρών ακόμα και μεταξύ περιοχών αφού είναι διαφορετικά τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά.

### **Οι πολιτισμικοί παράγοντες**

Οι πολιτισμικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική πρόθεση είναι κατά κύριο λόγο το σύνολο των κοινών αξιών και των αναμενόμενων συμπεριφορών που εκφράζονται μέσα από την κουλτούρα. Η μεγαλύτερη βαρύτητα δίνεται στην οργανωσιακή κουλτούρα και την επιρροή της στην επιχειρηματικότητα. Σύμφωνα με τον Weber (1948), οι κοινές αξίες και οι συμπεριφορές ατόμων αλλά και οργανισμών επηρεάζουν σημαντικά την επιχειρηματικότητα.

### **Οι ψυχολογικοί παράγοντες**

Με τους ψυχολογικούς παράγοντες αναφερόμαστε στα προσωπικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα που διαθέτει το άτομο. Η προσωπικότητα του ατόμου είναι πολυδιάστατη και παρουσιάζει ορισμένα χαρακτηριστικά, τα οποία παρέχουν τη δυνατότητα να ερμηνεύσουν τους λόγους που τα οδηγούν ή όχι στην ίδρυση



επιχειρήσεων. Η επιχειρηματική πρόθεση ορισμένων ατόμων αποδίδεται στα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς τους τα οποία και αποτελούν την κύρια διαφορά τους (Brockhaus & Horwitz 1986). Οι υποστηρικτές της θεωρίας της προσωπικότητας ισχυρίζονται ότι τα χαρακτηριστικά του κάθε ανθρώπου μπορούν να εξηγήσουν τους λόγους για τους οποίους οδηγούνται στην επιχειρηματικότητα, καθώς και γιατί ορισμένοι επιχειρηματίες είναι περισσότερο επιτυχημένοι από άλλους.



Σχήμα 2.1 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα (Gaddam S. , 2007)

## 2.5 Η ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Λέγοντας χαρακτηριστικά της προσωπικότητας (personality traits), ουσιαστικά εννοούμε την προδιάθεση του ατόμου να παρουσιάζει συγκεκριμένες αντιδράσεις και συμπεριφορές κάτω από τις ίδιες συνθήκες. Δηλαδή τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας γενικότερα, έχουν μια σταθερότητα στο χρόνο χωρίς να μεταβάλλονται.

Γίνεται συχνά λόγος για το ρόλο που παίζει η προσωπικότητα του ατόμου στην εργασιακή του απόδοση. Οι έρευνες δεν έχουν δείξει ότι η προσωπικότητα αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό παράγοντα πρόβλεψης της εργασιακής απόδοσης. Όπως αναφέρουν όμως οι Barrick & Mount (1991), μέχρι και τη δεκαετία του ογδόντα δεν υπήρχε μια ευρύτερα αποδεκτή ταξινόμηση των ανθρώπινων χαρακτηριστικών από την επιστημονική κοινότητα.

Ο κάθε ερευνητής, δηλαδή, χρησιμοποιούσε διαφορετική κατηγοριοποίηση και γι' αυτό δεν μπορούσε να υπάρξει μια συνέπεια και μια συμφωνία μεταξύ των ερευνών. Επιπλέον, δεν μπορούσε να γίνει και κάποια σύγκριση των αποτελεσμάτων για να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα. Οι κριτικές στο χώρο της βιβλιογραφίας είχαν καταλήξει στο συμπέρασμα ότι δεν υπήρχε σταθερή σχέση μεταξύ της προσωπικότητας και της επιχειρηματικότητας και ότι μελλοντικές έρευνες χρησιμοποιώντας το πρότυπο χαρακτηριστικό παράδειγμα θα πρέπει να εγκαταλειφθούν (e.g., Brockhaus & Horwitz, 1986; Gartner, 1988).

Πιο πρόσφατα, ωστόσο, άλλοι μελετητές (Rauch & Frese, 2007) έχουν δείξει ότι τα αντιφατικά ευρήματα στις προηγούμενες βιβλιογραφίες για την προσωπικότητα και την επιχειρηματικότητα μπορεί να οφείλονται από την έλλειψη θεωρητικά συμπληρωματικών υποθέσεων και διαφόρων ερευνητικών αντικειμένων.

Αρκετοί έχουν επικεντρωθεί στα προσωπικά χαρακτηριστικά του ατόμου όπως η αντίληψη, ο τρόπος αντιμετώπισης προβλημάτων, η καινοτομία, οι αξίες και η δραστηριοποίηση για επιτυχία (Brockhaus & Horwitz, 1986, Lee & Tsang, 2001). Πρόσφατες μελέτες δίνουν μεγάλη σημασία στις λεγόμενες «μαλακές» δεξιότητες του ατόμου, δηλαδή τις γνωστικές και τις συναισθηματικές μεταβλητές που σχετίζονται με την αναγνώριση, τη ρύθμιση και την έκφραση σκέψεων και συναισθημάτων, που είναι υπεύθυνες στο να κατανοήσουμε τη συμπεριφορά στις σημερινές επιχειρήσεις-οργανισμούς (Fox & Spector, 2000).

Επίσης, σύμφωνα με τους Hough & Oswald (2000) η προσωπικότητα, αν και σε μικρό ποσοστό, μπορεί να εξηγήσει την απόδοση πάνω και πέρα από τη νοητική ικανότητα του κάθε ατόμου. Ακόμη πιστεύεται πως η χρησιμοποίηση των τεστ προσωπικότητας μειώνει τις διακρίσεις στην επιλογή και στην αξιοποίηση του προσωπικού γιατί σε ορισμένες εργασίες, με την πάροδο του χρόνου η εξοικείωση με την εργασία καθιστά πιο σημαντικό παράγοντα την προσωπικότητα παρά τη νοητική ικανότητα (Devine & Philips, 2001).

Τέλος, υπάρχουν ενδείξεις πως η προσωπικότητα μετράει ακόμα περισσότερο σε περιβάλλον ομαδικής εργασίας, όπου απαιτούνται διαπροσωπικές και κοινωνικές δεξιότητες και κάθε μέλος πρέπει να εκδηλώνει συμπεριφορές που βοηθούν τη συνεργασία με συνεπακόλουθο και την απόδοση (Stevens & Campion, 1999). Πιστεύουν, δηλαδή, οι ερευνητές πως η σημαντικότητα της προσωπικότητας, ως παράγοντας πρόβλεψης της εργασιακής απόδοσης, αυξάνεται σε πλαίσια και εργασίες όπου απαιτείται συνεργασία.

### 2.5.1 Οι πέντε μεγάλοι παράγοντες της προσωπικότητας

Από το 1980 και μετά άρχισε σιγά-σιγά να αναπτύσσεται μια δομή της προσωπικότητας που μπορούσε να περιγραφεί από πέντε ευρείς παράγοντες (**Big Five ή five factor model of personality**), οι οποίοι αποτελούνταν από συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, ικανά να περιγράψουν την ανθρώπινη συμπεριφορά στις διάφορες εκφάνσεις της (Barrick & Mount, 1991: Hough, 1992: Costa & McCrae, 1995), εξηγώντας πολλά φαινόμενα και αντιδράσεις. Το μοντέλο αυτό κατάφερε να επικρατήσει στη σύγχρονη βιβλιογραφία ως ένα από τα πιο ολοκληρωμένα και τεκμηριωμένα μοντέλα της ανθρώπινης προσωπικότητας. Έτσι όλο και περισσότεροι ερευνητές συγκλίνουν τα τελευταία έτη όσον αφορά στη χρησιμοποίησή αυτών των παραγόντων για την πρόβλεψη της απόδοσης στην εργασία.

Για τη δημιουργία αυτής της ταξινόμησης χρησιμοποιήθηκε η λεξική προσέγγιση. Εντοπίστηκαν, δηλαδή, οι καθημερινές λέξεις που χρησιμοποιούνται για την περιγραφή της προσωπικότητας και της ανθρώπινης ψυχοσύνθεσης κι ύστερα από στατιστική ανάλυση κατηγοριοποιήθηκαν, μέχρι που κατέληξαν στην κατασκευή των πέντε αυτών μεγάλων παραγόντων (John & Srivastava, 1999: Ashton & Lee, 2001).

Έχουν προταθεί, βέβαια, με βάση αυτήν την τακτική και διάφορα άλλα σχήματα με έξι ή εννέα παράγοντες, αλλά εδώ θα αναφέρουμε τη δομή της προσωπικότητας σε πέντε παράγοντες, διότι σε αυτή φαίνεται να συγκλίνουν οι περισσότεροι ερευνητές. Επίσης, να σημειώσουμε πως έχουν προταθεί και διάφορες παραλλαγές στις ονομασίες των παραγόντων, αλλά αυτό δεν έχει και ιδιαίτερη σημασία, από τη στιγμή που περιγράφονται από τα ίδια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά.

Σύμφωνα με το μοντέλο, η προσωπικότητα μπορεί να περιγραφεί ικανοποιητικά μέσα από πέντε διαστάσεις,( Mount ,1999):

- **Εξωστρέφεια** (extraversion)
- **Νευρωτισμός** (neuroticism)
- **Δεκτικότητα στην Εμπειρία** (openness to experience)
- **Προσήνεια** (Agreeableness)
- **Συνέπεια** (Conscientiousness)

### 2.5.1.1 Εξωστρέφεια

Οι εξωστρεφής άνθρωποι συνήθως τείνουν να είναι χαρούμενοι, κοινωνικοί, ομιλητικοί, ισχυρογνώμονες, ενεργητικοί, φιλόδοξοι, έχουν μεγάλη εμπιστοσύνη στον εαυτό τους, έχουν θετική στάση για τη ζωή, τους αρέσει η περιπέτεια, επιδιώκουν τον ενθουσιασμό και τη διέγερση. Επιπρόσθετα διακρίνονται από ένα υψηλό επίπεδο δραστηριότητας και αισιοδοξίας. Τις περισσότερες φορές χαρακτηρίζονται από τους άλλους ως ζεστοί και ευχάριστοι, ενώ αντίθετα άνθρωποι που έχουν χαμηλό επίπεδο εξωστρέφειας προτιμούν να περνούν περισσότερο χρόνο μόνοι και χαρακτηρίζονται ως ήσυχοι και ανεξάρτητοι. Επίσης η εξωστρέφεια αποτελείται και από τις μεταβλητές που περιγράφουν το βαθμό που τα άτομα είναι διεκδικητικά, κυρίαρχα και να επιδιώκουν την ηγεσία (Judge, 1999).

Επιπλέον, εξωστρεφή άτομα έχουν την τάση να αναπτύξουν τα κοινωνικά τους δίκτυα πιο εύκολα, πράγμα που μπορεί να οδηγήσει σε ισχυρότερες συνεργασίες με τους πελάτες και τους προμηθευτές. Το να είναι διεκδικητικά, να αναζητούν την ηγεσία, την ανάπτυξη δικτύων συνεργασίας, είναι τα θετικά στοιχεία που σχετίζονται με την επιχειρηματική ανάπτυξη και την επιχειρηματική επιβίωση (Ciavarella, 2004). Αυτό ισχύει και για διαφορετικούς ρόλους επιχειρηματικότητας, τόσο εσωτερικά των εταιριών κατά την οικοδόμηση των ομάδων και την ανάθεση αρμοδιοτήτων, αλλά και στο εξωτερικό της επιχείρησης, όταν έχεις να κάνεις με πελάτες και προμηθευτές και τα διάφορα δίκτυα που πρέπει να αναπτυχθούν (Costa, 1984).

Η έρευνα με τη χρήση της επαγγελματικής τυπολογίας δείχνει ότι οι εξωστρεφείς άνθρωποι προσελκύονται στα επιχειρηματικά επαγγέλματα (Costa, McCrae, & Holland, 1984), συνδέοντας έτσι το ενδιαφέρον τους άμεσα με την εξωστρέφεια. Μια επιχειρηματική σταδιοδρομία μπορεί να φαίνεται ότι είναι πιο ενδιαφέρουσα και συναρπαστική απ' ό,τι πολλά παραδοσιακά επαγγέλματα των επιχειρήσεων, και ως εκ τούτου είναι περισσότερο ελκυστικό για εξωστρεφείς χαρακτήρες. Επιπλέον, οι επιχειρηματίες μπορούν να θεωρηθούν ως οι ηγέτες των νέων ομάδων υψηλού κινδύνου (Vecchio, 2003), και η εξωστρέφεια και τα σχετικά χαρακτηριστικά της που αναφέραμε πιο πάνω όπως η ενέργεια, η αυτοπεποίθηση και η κοινωνικότητα, συνδέονται με τις αντιλήψεις των ανθρώπων για τον ηγετικό ρόλο (Lord, DeVader, Alliger, 1986). Έτσι η αντιστοιχία μεταξύ των χαρακτηριστικών της εξωστρέφειας και των χαρακτηριστικών γνωρισμάτων που σχετίζονται με ηγέτες ενός νέου εγχειρήματος μας οδηγούν να αναμένουμε ότι οι εξωστρεφείς χαρακτήρες προσελκύονται περισσότερο από την επιχειρηματικότητα.

Αναμένουμε, επίσης, το επίπεδο του επιχειρηματία που χαρακτηρίζεται από εξωστρέφεια, να σχετίζεται θετικά με την εταιρική του απόδοση. Αν και η εξωστρέφεια μπορεί να είναι ένα πολύτιμο χαρακτηριστικό της διευθυντικής εργασίας, περιμένουμε να είναι ακόμη πιο σημαντική για τους επιχειρηματίες.

Πολλά από τα καθήκοντα που ασκούν οι επιχειρηματίες είναι πιθανό να περιλαμβάνουν την κοινωνική αλληλεπίδραση, συμπεριλαμβανομένης της μετάδοσης του οράματος και του ενθουσιασμού τους, τη δημιουργία δικτύων με εξωτερικούς χρηματοδότες, επιχειρηματικά κεφάλαια, τράπεζες επενδύσεων για την υποστήριξη της ιδέας τους, για την δημιουργία σχέσεων μεταξύ των εργαζομένων, συνεργατών και το διακανονισμό διαφόρων συμφωνιών μεταξύ των προμηθευτών και των πελατών (Markman & Baron, 2003), για να αγοράσουν το προϊόν ή την υπηρεσία τους.

Έτσι, η ελάχιστη δομή μιας νέας επιχείρησης και η έλλειψη κάποιων ανεπτυγμένων λειτουργιών του ανθρώπινου δυναμικού δείχνουν ότι ο επιχειρηματίας μπορεί να να περνά πολύ χρόνο στην άμεση διαπροσωπική αλληλεπίδραση με τους συνεργάτες και τους υπαλλήλους τους, αναμένοντας την εξωστρέφεια να σχετίζεται θετικά με την επιχειρηματική του κατάσταση.

Διάφορα αποτελέσματα ερευνών, δείχνουν ότι η εξωστρέφεια σχετίζεται θετικά με την απόδοση της εργασίας για διευθυντές, πωλητές, και παρόμοια με αυτά επαγγέλματα που συνεπάγονται υψηλά επίπεδα κοινωνικής αλληλεπίδρασης (Barrick, 2001). Επίσης σύμφωνα με τον Vecchio (2003) αναδείχθηκαν πολλές ομοιότητες μεταξύ της δυναμικής της ηγεσίας και του καθήκοντος της αρχηγίας ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος. Ο Judge (2002) αναλύοντας κάποια αποτελέσματα κατάληξε ότι η εξωστρέφεια είναι ο ισχυρότερος προγνωστικός δείκτης της προσωπικότητας του ηγέτη.

Ως εκ τούτου, ο παράγοντας της εξωστρέφειας σχετίζεται θετικά με την επιχειρηματική πρόθεση και επίσης η εξωστρέφεια σχετίζεται θετικά με τη σταθερή απόδοση (Zhao, 2010).

#### **2.5.1.2 Νευρωτισμός**

Ο νευρωτισμός αντιπροσωπεύει τις ατομικές διαφορές στην προσαρμογή και στην συναισθηματική σταθερότητα (Emotional Stability). Άτομα με ψηλά ποσοστά στη νεύρωση, δηλαδή να μην είναι συναισθηματικά σταθερά, τείνουν να αντιμετωπίζουν μια σειρά από αρνητικά συναισθήματα και διάθεσης συμπεριλαμβανομένου του άγχους, της εχθρότητας, της κατάθλιψης, της παρορμητικότητας, και της ευπάθειας (Costa & McCrae, 1992). Άρα οι άνθρωποι που δεν έχουν συναισθηματική σταθερότητα είναι πιθανό να έχουν κακές επιδόσεις στον επιχειρηματικό τους τομέα, αφού με τη συμπεριφορά τους επηρεάζουν αρνητικά το επιχειρηματικό τους περιβάλλον και επιπρόσθετα μπορεί να επηρεαστεί η ικανότητα τους να παίρνουν τις σωστές αποφάσεις.

Επιπρόσθετα αισθάνονται ευάλωτοι σε ψυχολογικές πιέσεις και βιώνουν την εμπειρία ενός συνόλου αρνητικών συναισθημάτων πιο συχνά και έντονα, συμπεριλαμβανομένων της έντονης ανησυχίας και ακόμη της χαμηλής αυτοεκτίμησης. Αυτοί είναι ευαίσθητοι σε κάποια αρνητική ανάδραση και τείνουν να αποθαρρύνονται έστω και από τις πιο μικρές αποτυχίες. Μπορεί να νιώθουν απελπισμένοι, ή και πανικοβλημένοι μπροστά σε δύσκολες καταστάσεις. Οι άνθρωποι με χαμηλή συναισθηματική σταθερότητα είναι απίθανο να θελήσουν να αναλάβουν οποιεσδήποτε προσωπικές ευθύνες και να στελεχώσουν τις θέσεις που συνδέονται με σημαντικούς επιχειρηματικούς ρόλους.

Αντίθετα, οι άνθρωποι που είναι συναισθηματικά σταθεροί περιγράφονται ως ήρεμοι, χαλαροί, σταθεροί, διακατέχονται από αυτοπεποίθηση και είναι σε θέση να ανεχτούν στρεσογόνες καταστάσεις (Judge, 1999). Μπορούν να διαχειριστούν την πίεση αφού δύσκολα χάνουν την ψυχραιμία τους έστω και σε δύσκολες καταστάσεις, παραμένουν αισιόδοξοι, και καταφέρνουν να διατηρούν τις καλές σχέσεις με τους άλλους (Hurtz και Donovan 2000). Δεν ταραζούνται εύκολα, δεν είναι νευρωτικοί και δεν ανησυχούν για πράγματα και καταστάσεις που πρόκειται να συμβούν στο μέλλον.

Οι επιχειρηματίες τόσο στην ακαδημαϊκή βιβλιογραφία όσο και από τις απόψεις του κόσμου, περιγράφονται συνήθως ως σκληραγωγημένοι, αισιόδοξοι και σταθεροί μπροστά στην κοινωνική πίεση, το άγχος και η αβεβαιότητα (Baron, 1999 , Locke, 2000). Ο ρόλος τους είναι πιο δύσκολος και πιο αγχωτικός από τις παραδοσιακές μορφές απασχόλησης. Αναλαμβάνουν μεγάλη προσωπική ευθύνη για την επιτυχία ή αποτυχία της επιχείρησής τους. Οι πιέσεις περιλαμβάνουν ένα βαρύ προσωπικό φόρτο εργασίας, κρίσιμες λήψεις αποφάσεων και συχνά έχουν να κάνουν με σημαντικές οικονομικές λειτουργίες που διακυβεύονται στην εταιρία. Τις περισσότερες φορές οι επιχειρηματίες λειτουργούν μέσα σε ένα σχετικά μη δομημένο περιβάλλον με αβέβαια αποτελέσματα, όπου έχουν την κύρια ευθύνη για όλες τις πτυχές της επιχείρησης. Μπορεί να εργάζονται πολλές ώρες και συχνά δεν διαχωρίζουν εργασία και ζωή πράγμα που δεν εφαρμόζει ως συνήθως ένας απλός διευθυντής τμήματος σε μια επιχείρηση (Dyer, 1994).

Επίσης, έχουν σημαντική οικονομική και προσωπική συμμετοχή στην επιχείρηση, όπως επίσης και συμφέροντα και δεν έχουν την ασφάλεια διαφόρων παροχών που συνήθως παρέχεται σε υπαλλήλους, όπως ένα ικανοποιητικό πακέτο αποχώρησης ή ένα πρόγραμμα συνταξιοδότησης. Έτσι, το περιβάλλον εργασίας, ο φόρτος εργασίας, η σύγκρουση μεταξύ οικογένειας και εταιρίας , και η διαχείριση του οικονομικού κινδύνου της λειτουργίας μιας επιχείρησης επιχείρησης μπορεί να παράγει σωματική και ψυχολογική καταπόνηση.

Έχουν όμως περιγραφεί ως άτομα με εξαιρετική αυτοπεποίθηση (Chen, 1998) και με μια ισχυρή πίστη στην ικανότητά τους να ελέγχουν κάποια αποτελέσματα στο

περιβάλλον τους (Simon, 1999). Παρά τα σωματικά και συναισθηματικά βάρη, προχωρούν μπροστά όπου άλλοι μπορεί να αποθαρρύνονται από τα εμπόδια, τις αποτυχίες και τυχόν αμφιβολίες. Με το να συμπεριφέρονται με περισσότερη ηρεμία και αισιοδοξία, επικεντρώνονται στα καθήκοντα τους και αποδίδουν καλύτερα στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες.

Αποτελέσματα ερευνών, με μεθόδους μετά-ανάλυσης, δείχνουν ότι αν επικρατεί η συναισθηματική σταθερότητα, σχετίζεται θετικά με την απόδοση εργασίας σε όλα τα επαγγέλματα (Barrick, 2001). Αυτό συμβαίνει λόγω των νέων και απρόβλεπτων προκλήσεων, και των ιδιαίτερα αβέβαια αποτελεσμάτων. Άλλα ευρήματα δείχνουν ότι η συναισθηματική σταθερότητα είναι θετικά σχετιζόμενη με την ηγετική εμφάνιση και την αποτελεσματικότητα (Judge, 2002). Οι επιχειρηματίες με υψηλή περιεκτικότητα σε συναισθηματική σταθερότητα είναι πιο πιθανό να αντιμετωπίσουν τα διάφορα προβλήματα και τις υψηλές πιέσεις που προκύπτουν μέσω της θετικής σκέψης και της άμεσης δράσης τους (Costa & McCrae, 1992).

Επομένως, αναμένουμε ότι τα άτομα με μεγαλύτερο δείκτη συναισθηματικής σταθερότητας, θα πρέπει να σχετίζονται θετικά με την πιθανότητα της έναρξης μιας εταιρικής αυτοαπασχόλησης και άρα της επιχειρηματικής πρόθεσης. Επίσης λόγω της πιο πάνω περιγραφής των χαρακτηριστικών της συμπεριφοράς τους θα αναμένουμε και καλύτερη απόδοση στις επιχειρήσεις (Zhao, 2010).

### **2.5.1.3 Δεκτικότητα στην Εμπειρία**

Η δεκτικότητα στην εμπειρία είναι μια διάσταση της προσωπικότητας που χαρακτηρίζει κάποιους που είναι διανοητικά περίεργοι και τείνουν να αναζητούν νέες εμπειρίες, εναλλακτικές αξίες και να εξερευνήσουν νέες ιδέες. Τα άτομα αυτά μπορούν να περιγραφούν ως δημιουργικά, καινοτόμα και ευφάνταστα (McCrae, 1987). Επίσης διακρίνονται για το ελεύθερο τους πνεύμα, την εξυπνάδα, την καινοτομία και την γνησιότητα τους. Είναι σε γενικές γραμμές ανοιχτόμυαλοι, διανοούμενοι και αισθητικά ευαίσθητοι.

Αντίθετα, άνθρωποι με χαμηλή δεκτικότητα στην εμπειρία, μπορεί να χαρακτηριστούν συντηρητικοί, συμβατικοί, στενόμυαλοι, και μη αναλυτικοί στις σκέψεις τους. Δεν τους αρέσουν οι αλλαγές, επιλέγοντας τις παλαιές και δοκιμασμένες μεθόδους για να αντεπεξέρχονται στις υποχρεώσεις τους. Στη λαϊκή σκέψη, οι επιχειρηματίες θεωρούνται ήρωες οι οποίοι επιδιώκουν δημιουργικά οράματα, ακόμη και απέναντι στη συντριπτική αντίσταση από πιο συμβατικούς στοχαστές (Locke, 2000).

Τα χαρακτηριστικά της εξερεύνησης νέων ιδεών, της δημιουργικότητας, και της λήψης νέων προσεγγίσεων είναι ιδιαίτερα κρίσιμα για την έναρξη μιας νέας

επιχείρησης και θα πρέπει να έχουν μια θετική επίδραση στην επιχειρηματική εισόδο (Sarasvathy, 2004). Η δεκτικότητα συσχετίζεται θετικά με τη νοημοσύνη και πιο ειδικά στις πτυχές της εξυπνάδας που σχετίζονται με τη δημιουργικότητα όπως και στις αποκλίνουσες, διυστάμενες σκέψεις (McCrae, 1987).

Ένα από τα πιο καθοριστικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας είναι η δημιουργικότητα και η τάση του ατόμου να δίνει έμφαση στις καινοτόμες αλλαγές ή την "δημιουργική καταστροφή" όπως την χαρακτήρισε ο Schumpeter (1942/1976) σε μια διάσημη φράση του. Μια άλλη πιο πρόσφατη ακαδημαϊκή μελέτη έχει σημειώσει την έντονη επιθυμία των επιχειρηματιών να είναι δημιουργικοί και να προσπαθούν να δημιουργήσουν κάτι μεγαλύτερο από τον εαυτό τους (Engle, Mah, & Sadri, 1997). Για την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης είναι πιθανό να απαιτείται από τον επιχειρηματία η διερεύνηση νέων και καινοτόμων ιδεών, να χρησιμοποιήσει τη δημιουργικότητά του να λύσει νέα προβλήματα, και να λάβει μια καινοτόμο προσέγγιση για τα προϊόντα, τις μεθόδους και τις στρατηγικές των επιχειρήσεων.

Η επιτυχία στο πρώιμο και κρίσιμο στάδιο της επιχειρηματικότητας που είναι η αναγνώριση της ευκαιρίας είναι ιδιαίτερα πιθανόν να σχετίζεται με τη φαντασία, τη δημιουργικότητα και το άνοιγμα σε νέες ιδέες (Ciavarella, 2004). Οι επιχειρηματίες είναι επίσης πιθανό να βασίζονται στη δημιουργικότητα τους για να λύσουν τα καθημερινά προβλήματα που τους παρουσιάζονται και να διατυπώσουν σταθερές εταιρικές στρατηγικές χρησιμοποιώντας τυχόν περιορισμένους πόρους που έχουν στη διάθεση τους (Baron, 2007, Schumpeter, 1942/1976, Zhao, 2006).

Από την άλλη πλευρά ένας απλός μάνατζερ μιας επιχείρησης δίνει μεγαλύτερη έμφαση στους καθιερωμένους κανόνες και διαδικασίες για να συντονίζει τη δράση της εταιρίας και να διατηρήσει την τρέχουσα παραγωγικότητα (Weber, 1947). Ακόμα και στα πιο γρήγορα εναλασσόμενα οργανωτικά περιβάλλοντα, ο διευθυντής-μάνατζερ είναι πιθανό να δώσει μεγαλύτερη έμφαση στις ακολουθούμενες καθιερωμένες πολιτικές και στην εφαρμογή των στρατηγικών που αναπτύσσονται σε ένα υψηλότερο επίπεδο. Άρα δεν έχει τόσο μεγάλη δεκτικότητα στην εμπειρία όσο ένα επιχειρηματίας. Σε σχέση με τον τρόπο λειτουργίας μιας επιχείρησης, αυτό που μπορεί να υποστηριχθεί είναι ότι μετά την περίοδο της δημιουργίας της, ένα άτομο πιο ήρεμο και ήσυχο είναι πιο απαραίτητο από ένα δημιουργικό άτομο και ο λόγος είναι γιατί αυτός ο παράγοντας δεν θα έχει καμία επίδραση σε μια ενδεχόμενη επιχειρηματική του έξοδο (Baron, Markman 2005).

Αν και δεν είναι σταθερή η σχέση της απόδοσης στην εργασία σε όλα τα επαγγέλματα με τη δεκτικότητα στην εμπειρία, είναι σχετική με την απόδοση σε καταστάσεις μάθησης, όπως στο σχολείο και στην εκπαίδευση (Barrick, 1991). Η επιτυχής επιχειρηματικότητα είναι επίσης πιθανό να απαιτεί συνεχή μάθηση και συνεχή παρακολούθηση πληροφοριών που να συμβαδίζουν με τις μεταβαλλόμενες



προτιμήσεις και τις τάσεις της αγοράς, τις ανταγωνιστικές συμπεριφορές και τις νέες τεχνολογίες.

Έτσι σύμφωνα με τον Zhao (2010), οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι η δεκτικότητα στην εμπειρία, θα πρέπει να σχετίζεται θετικά με την επιχειρηματική απόδοση. Το ίδιο συμβαίνει και με την επιχειρηματική πρόθεση αφού όσο μεγάλη είναι η δεκτικότητα στις νέες εμπειρίες, τόσο μεγαλύτερη είναι και η πιθανότητα δημιουργίας μιας νέας εταιρίας και άρα να είναι αυτοεργοδοτούμενος. Η αυτοαπασχόληση είναι μια εναλλακτική κατάσταση της απασχόλησης, που πιο πιθανό να απευθύνει έκκληση προς τα άτομα που είναι πρόθυμοι να πειραματιστούν με ένα νέο ή αντισυμβατική τρόπο ζωής.

#### **2.5.1.4 Προσήνεια**

Ο παράγοντας της προσήνειας αξιολογεί κυρίως τον διαπροσωπικό προσανατολισμό ενός ατόμου δηλαδή αξιολογεί τη στάση και τη συμπεριφορά του προς άλλους ανθρώπους . Τα χαρακτηριστικά ενός ατόμου που είναι συγκαταβατικός, συνώνυμος όρος της προσήνειας, είναι η συνεργασία, η φερεγγυότητα, η ευγένεια, η ευελιξία, η ανεκτικότητα, η συμπόνια. Συνήθως τα άτομα αυτά ενδιαφέρονται για τους άλλους, είναι αλτρουιστές και βοηθούν όποιονδήποτε έχει ανάγκη. Είναι επίσης σεμνά άτομα, συμπονετικά, καλόκαρδα, δεν κρατούν κακία, συγχωρούν εύκολα και δείχνουν εμπιστοσύνη στους άλλους καθώς πιστεύουν στις καλές τους προθέσεις. Το υψηλό ποσοστό της προσήνειας αντιπροσωπεύει κάποιον που έχει συνεταιριστικές αξίες και προτίμηση για θετικές διαπροσωπικές σχέσεις, ενώ στην αντίθετη περίπτωση με χαμηλό ποσοστό αυτής της διάστασης μπορεί να χαρακτηριστεί ως εγωκεντρικός, ύποπτος και αδίστακτος (Costa & McCrae, 1992).

Αν και η προσήνεια μπορεί να οδηγήσει κάποιον στην αξιοπιστία και μπορεί να βοηθήσει θετικά μια μορφή συλλογικής εργασίας , τα υψηλά της επίπεδα μπορεί να αναστείλουν την επιθυμία κάποιου να οδηγηθεί στα σκληρά παζάρια και να επηρεάσει ή να χειραγωγήσει τους άλλους προς το δικό του συμφέρον. Παρά το γεγονός ότι οι αρνητικές επιπτώσεις της προσήνειας φαίνεται να κυριαρχούν για εκείνους που ασκούν διευθυντικά καθήκοντα σε καθιερωμένες οργανώσεις, αναμένουμε οι αρνητικές επιπτώσεις να είναι ακόμη πιο επιζήμιες για τους επιχειρηματίες. Επειδή ο επιχειρηματίας συχνά λειτουργεί με μικρότερη πρόσβαση σε νομική προστασία και με ένα μικρό περιθώριο οικονομικού λάθους κυρίως λόγω περιορισμένων πόρων ή από το γεγονός ότι συχνά δεν έχουν μια μακροπρόθεσμη γνώση ή εμπειρία με τους επιχειρηματικούς εταίρους, τους πελάτες, τους επενδυτές όπου η εμπιστοσύνη θα μπορούσε να αναπτυχθεί λογικά, μπορεί να υποστούν σοβαρές συνέπειες ακόμη και από μικρά μειονεκτήματα διαπραγμάτευσης.

Η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει την απόσυρση και την αποφυγή των παραδοσιακών ρυθμίσεων για την απασχόληση όπου μπορεί να σχηματιστεί κλίμα εμπιστοσύνης και αλληλοβοήθειας. Επίσης περιλαμβάνει τη θέσπιση μιας κερδοσκοπικής επιχείρησης, που είναι χτισμένη γύρω από τις ανάγκες και τα συμφέροντα του επιχειρηματία (Singh , 2003). Ο επιχειρηματίας πρέπει να παλέψει σκληρά για την επιβίωση της επιχείρησης, μερικές φορές εις βάρος των προηγούμενων εργοδοτών, των συνεργατών, των προμηθευτών και ακόμη και των ιδίων των υπαλλήλων του. Άρα η ικανότητα της οδήγησης των επιχειρηματιών στα σκληρά παζάρια και να συγκεντρώνεται στα δικά του συμφέροντα, μπορεί να είναι από τις πιο σημαντικές δεξιότητες για την επιβίωση και την ανάπτυξη (Zhao,2006).

Οι ερευνητές έχουν παρατηρήσει ότι η δυνατότητα να χτίσεις σχέσεις εμπιστοσύνης με τους επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων (Cable & Shane, 1997) ή μεταξύ των ιδρυτικών μελών της ομάδας (Eisenhardt & Schoonhoven, 1990) είναι ένα κρίσιμο και καθοριστικό στοιχείο της επιχειρηματικής επιτυχίας. Ωστόσο, η πολλή εμπιστοσύνη μπορεί να είναι επιζήμια αν οδηγεί σε ευπιστία και στην εύκολη εκμετάλλευση από τους άλλους. Κάποιοι όμως επιχειρηματίες που ασχολούνται με μικρότερες οργανώσεις, είναι λιγότερο πιθανό να περιορίζονται από την σύμπλεξη των κοινωνικών σχέσεων (Burt, 1992). Αυτό υποδηλώνει ότι μπορεί να υπάρχουν λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις που σχετίζονται με την καιροσκοπική συμπεριφορά των επιχειρηματιών.

Δεδομένου των περιορισμένων περιθωρίων για αλτρουιστική συμπεριφορά και την υψηλή πιθανότητα για σύγκρουση στις διαπροσωπικές σχέσεις που συνδέονται με την επιχειρηματικότητα, ιδιαίτερα ευχάριστοι άνθρωποι είναι απίθανο να βρουν ελκυστικό τον ρόλο του επιχειρηματία. Ο Barrick (2003), ανέφερε ότι οι άνθρωποι που έχουν ψηλά ποσοστά στην προσήνεια είναι πιο πιθανό να έχουν καλύτερη καριέρα στα κοινωνικά επαγγέλματα όπως η κοινωνική εργασία και η διδασκαλία, επειδή αυτά τα επαγγέλματα παρέχουν συχνές διαπροσωπικές αλληλεπιδράσεις, όπου μπορούν να εργαστούν για το καλό των άλλων.

Άλλη έρευνα (McClelland & Boyatzis,1982), έχει επίσης δείξει ότι η μεγάλη ανάγκη για δέσμευση, ένα χαρακτηριστικό της προσήνειας, μπορεί να είναι επιζήμια για τη σταδιοδρομία ενός διευθυντή, προφανώς επειδή παρεμβαίνει με την ικανότητα του διαχειριστή να πάρει δύσκολες αποφάσεις που επηρεάζουν κυρίως τους υφιστάμενους και τους συνεργάτες του. Στην επιχειρηματικότητα, αυτός ο παράγοντας φαίνεται να έχει θετικές και αρνητικές επιπτώσεις σε μια επιχειρηματική πρόθεση και απόφαση. Έτσι στο χαρακτηριστικό της προσήνειας θα πρέπει να διατηρείται μια ισορροπία (Caliendo, 2013).

Συνοψίζοντας, τα άτομα με χαμηλό ποσοστό στην προσήνεια θα έχουν πιο σταθερή απόδοση (Zhao , 2010). Επίσης η προσήνεια θα σχετίζεται κάπως αρνητικά με την επιχειρηματική πρόθεση και άρα αυτοαπασχόληση, όπως επίσης θα

σχετίζεται και αρνητικά με την επιχειρηματική επιτυχία αλλά και επιβίωση. Σύμφωνα με αυτή τη λογική, περιμένουμε λιγότερο ευχάριστα άτομα να είναι πιο επιτυχής ως επιχειρηματίες. Σύμφωνα και με τους Seibert και Kraimer (2001), σε έρευνα τους που πήραν μέρος διευθυντές-μάνατζερς, διαπιστώθηκε ότι η προσήνεια σχετίζεται αρνητικά με το επίπεδο των μισθών και με την επαγγελματική ικανοποίηση.

#### **2.5.1.5 Συνέπεια**

Τα κύρια χαρακτηριστικά του παράγοντα της συνέπειας είναι η υπευθυνότητα, η αξιοπιστία, η οργάνωση, η θέληση για επιτυχία, η αφοσίωση, η διεξοδικότητα, και η ένδειξη της βούλησης και η ικανότητα για σκληρή εργασία (Barrick, 1991). Τα άτομα που χαρακτηρίζονται από συνέπεια ή ευσυνειδησία, έχουν την ικανότητα να ελέγχουν τις επιθυμίες και τις ανάγκες τους και έτσι μπορούν να οργανώσουν και να επιτύχουν τους στόχους που θέτουν, χωρίς να παρεκκλίνουν από αυτούς. Αυτή η διάσταση της προσωπικότητας περιγράφει επίσης τα κίνητρα εργασίας, τον προγραμματισμό, τον αυτοέλεγχο, την αρετή και την υπεύθυνη στάση απέναντι στους άλλους (Costa & McCrae, 1992).

Ορισμένα χαρακτηριστικά σύμφωνα με την διάσταση της συνέπειας, όπως η έντονη και επίμονη εργασία με την προσήλωση στους στόχους είναι πιθανό να σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα. Για παράδειγμα, οι Markman και Baron (2003) δείχνουν ότι η επιμονή ζητείται από την επιχειρηματική εργασία, ενώ άλλοι έχουν υπογραμμίσει τη σημασία των κινήτρων, της επιμονής και της σκληρής δουλειάς (Chen, 1998, Baum & Locke, 2004). Ο προσανατολισμός στην εργασία, η σκληρή δουλειά και η επιμονή παρά τα αποθαρρυντικά εμπόδια για την επίτευξη ενός στόχου συνδέονται στενά με την επιχειρηματικότητα σύμφωνα με την κοινή γνώμη (Locke, 2000).

Πολλοί μελετητές θεωρούν την συνέπεια ως μεταβλητή για κίνητρο πρωτογενούς εργασίας (Costa & McCrae, 1992). Είναι ο παράγοντας της προσωπικότητας που μπορεί να προβλέψει την απόδοση στην εργασία σε όλους τους τύπους των εργασιών και επαγγελμάτων (Barrick, 1991). Άλλα στοιχεία υποστηρίζουν ότι ο ρόλος των συγκεκριμένων συμπεριφορών και χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών, σχετίζονται με την αύξηση κεφαλαίων των επιχειρήσεων (Baum, 2004). Επιπρόσθετα θεωρούν την συνέπεια ως μια ευρεία διάσταση της προσωπικότητας που αποτελείται ουσιαστικά από δύο κύριες πτυχές: Από τη μία πλευρά, τα ευσυνείδητα άτομα είναι προσανατολισμένα στην επίτευξη των στόχων τους και από την άλλη πλευρά τα άτομα περιγράφονται ως αξιόπιστα, σκληρά εργαζόμενα, αποτελεσματικά και υπάκουα.

Η ανάγκη για την επίτευξη στόχων εκφράζει το κίνητρο των ατόμων να ψάξουν για νέες και καλύτερες λύσεις από αυτές που θα δοθούν σε ένα πραγματικό περιβάλλον (McClelland, 1961). Επίσης η ανάγκη για την επίτευξη συνδέεται θετικά με την επιχειρηματική επιβίωση όταν ο ρόλος του επιχειρηματία γίνεται πιο επικεντρωτικός στην παράδοση προϊόντων ή υπηρεσιών (Zhao, 2006). Ο McClelland (1961) ήταν ο πρώτος που έχει προτείνει ότι η υψηλή ανάγκη για την επίτευξη των στόχων θα οδηγεί τα άτομα να γίνουν επιχειρηματίες κυρίως εξαιτίας της προτίμησής τους για καταστάσεις στις οποίες η επιχειρηματική απόδοση θα οφείλεται σε δικές τους προσπάθειες και όχι σε άλλους παράγοντες. Έτσι προτιμούν να εργαστούν σε καταστάσεις στις οποίες έχουν προσωπικό έλεγχο των αποτελεσμάτων, να αντιμετωπίζουν μέτριο κίνδυνο αποτυχίας και να βιώσουν την άμεση και έγκαιρη ανάδραση σχετικά με την απόδοσή τους. Υπέθεσε ακόμη ότι η υψηλή ανάγκη των ατόμων για την επίτευξη των στόχων τους, θα κατέφευγε στην επιχειρηματικότητα, διότι προσφέρονται οι περισσότερες από αυτές τις συνθήκες αντί των πιο παραδοσιακών μορφών απασχόλησης. Πρότεινε επίσης, ότι οι αποτελεσματικοί διευθυντές δεν θα πρέπει να χαρακτηρίζονται από υψηλή ανάγκη για επίτευξη επειδή δρουν σε οργανωτικά περιβάλλοντα και πρέπει να συνεργαστούν και με άλλους.

Υπάρχει όμως μικρότερη ευαισθητοποίηση στην επιχειρηματική βιβλιογραφία και άρα λιγότερη προσοχή στις πτυχές του παράγοντα της συνέπειας που αναφέρονται στην υπακοή και στην σκληρή-επίμονη εργασία. Κάποιες μελέτες, έδειξαν ότι οι επιχειρηματίες εργάζονται σκληρότερα από ό, τι οι περισσότεροι εργαζόμενοι (Barrick, 1991), ενώ, σε σχέση με την υπακοή, δεν υπάρχουν σαφώς καθορισμένες συνδέσεις με της επιχειρηματικότητα (Rauch, 2007). Η αξιοπιστία ως πτυχή της συνέπειας αντανάκλα το βαθμό στον οποίο προβάλλεται η οργάνωση και η μεθοδικότητα για να τηρηθούν τα καθήκοντα και οι ευθύνες του καθενός. Αυτά τα γνωρίσματα φαίνεται να είναι πολύτιμα σε έναν διευθυντή ή έναν επιχειρηματία.

Ωστόσο, οι μάνατζερς που εργάζονται μέσα σε μια καθορισμένη οργάνωση είναι πιθανό να έχουν ευθύνες και στόχους που η απόδοση στην εργασία να είναι περισσότερο δομημένη. Ακόμη θα παρακολουθείται και θα αλληλεπιδρά με τα υπάρχοντα οργανωτικά συστήματα έτσι η αναγκαιότητα της κατοχής της αξιοπιστίας θεωρείται ως ένα ατομικό γνώρισμα και προσόν. Οι επιχειρηματίες, αντίθετα, λειτουργούν σε ένα πιο διακριτικό και αυτο-κατευθυνόμενο περιβάλλον, δηλαδή μια "αδύναμη" κατάσταση στην οποία τα επιμέρους γνωρίσματα είναι πιθανό να έχουν ένα πιο σημαντικό ρόλο (Snyder, 1985). Επιπλέον, αναφερόμενοι στη δεύτερη πτυχή του παράγοντα της συνέπειας φαίνεται ότι οι πιθανοί εταίροι, επενδυτές και άλλοι παράγοντες θα είναι πιο πιθανό να επιλέξουν επιχειρηματίες τους οποίους κρίνουν ότι είναι αξιόπιστοι, για παράδειγμα εκείνους που αναπτύσσουν λεπτομερή σχέδια και στρατηγικές και να προβάλουν τη τάση να εκπληρώσουν τις δεσμεύσεις τους.

Έτσι αναμένεται σύμφωνα με τον Zhao(2010), ότι ο παράγοντας της συνέπειας θα συνδέεται θετικά με την επιχειρηματική πρόθεση αλλά και με την επιχειρηματική απόδοση. Επίσης ο επιχειρηματίας θα έχει περισσότερο επίπεδο ευσυνειδησίας και περισσότερα κίνητρα για επίτευξη στόχων παρά ένας υπάλληλος σε εταιρία. Οι McClelland (1961) και Zhao (2006) υποστηρίζουν σε έρευνες τους ότι οι υψηλές βαθμολογίες στην ανάγκη για επίτευξη μπορεί να είναι αναγκαίες, όταν μια επιχείρηση έχει ξεκινήσει και αναμένεται ότι τα άτομα με μεγαλύτερο σκορ στην ευσυνειδησία τόσο υψηλότερη είναι και η πιθανότητα να είναι αυτοαπασχολούμενοι. Άρα με βάση αυτές τις προτάσεις ότι τα άτομα που έλκονται από τους ρόλους που ταιριάζουν με την προσωπικότητα και τα συμφέροντά τους, περιμένουμε οι άνθρωποι συνείδησης και συνέπειας να προσελκύονται από την επιχειρηματικότητα.

## **2.6 ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**

Με βάση την πάραπάνω βιβλιογραφία και τα αποτελέσματα που βγαίνουν μέσα από τις προηγούμενες έρευνες, προχωρούμε στην πιο κάτω διατύπωση υποθέσεων-προτάσεων για χρήση στη δική μας μελέτη.

### *Υπόθεση 1*

Η εξωστρέφεια σχετίζεται θετικά με την επιχειρηματική πρόθεση

### *Υπόθεση 2*

Τα άτομα με μεγάλο δείκτη συναισθηματικής σταθερότητας θα πρέπει να σχετίζονται θετικά με την επιχειρηματική πρόθεση

### *Υπόθεση 3*

Η δεκτικότητα στην εμπειρία, θα πρέπει να σχετίζεται θετικά με την επιχειρηματική πρόθεση.

### *Υπόθεση 4*

Άτομα με χαμηλό ποσοστό στην προσήνεια θα σχετίζονται αρνητικά με την επιχειρηματική πρόθεση.

### *Υπόθεση 5*

Η συνέπεια θα συνδέεται θετικά με την επιχειρηματική πρόθεση

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:**

### **ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

#### **3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Σε αυτή την ενότητα θα περιγράψουμε και θα αναλύσουμε το ερωτηματολόγιο, για το πως συμβάλουν οι παράγοντες της προσωπικότητας στην εταιρική επιχειρηματικότητα που είναι και το ζητούμενο από την παρούσα έρευνα.

Θα περιγράψουμε αναλυτικά την μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την δημιουργία του ερωτηματολογίου έρευνας, τον τρόπο προσέγγισης των ερωτηθέντων για την συλλογή των πληροφοριών, καθώς και τον τρόπο συλλογής των πληροφοριών αυτό καθαυτό που απαιτούνται για την εξαγωγή των αποτελεσμάτων μας αναφορικά με το πως επηρεάζει η προσωπικότητα των εργαζομένων την εταιρική επιχειρηματικότητα. Επίσης θα δούμε την δομή του ερωτηματολογίου, την στατιστική τεχνική που επιλέξαμε για να εξάγουμε τα αποτελέσματα αναλύοντας τα χαρακτηριστικά της καθώς και το λογισμικό πρόγραμμα που χρησιμοποιήσαμε για την μελέτη των δεδομένων μας.

#### **3.2 ΣΤΟΙΧΕΙΑ – ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Όταν γίνεται προσπάθεια να καταγράψουμε μια έννοια και για να κατανοηθεί πλήρως πρέπει αρχικά να προσδιοριστούν κάποιες συγκεκριμένες ενέργειες ή συμπεριφορές οι οποίες αναδεικνύουν την συγκεκριμένη έννοια. Η έννοια αυτή μπορεί να προσδιοριστεί αρχικά και ακολούθως να γίνει μετρήσιμη με την χρήση μιας, ή περισσότερων μεταβλητών που βασίζεται κυρίως σε βιβλιογραφικές έρευνες. Αυτό γίνεται από τα μοντέλα μέτρησης εννοιών που κατασκευάστηκαν κατά καιρούς από ερευνητές, τα οποία 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. Έτσι μετά από υποδείξεις του επιβλέποντα καθηγητή καταλήξαμε στη τελική μορφή του ερωτηματολογίου και την τελική διατύπωση των ερωτήσεων εισάγοντας και την τεχνική της αντίστροφης και αρνητικής ερώτησης για να αποφευχθεί η οποιαδήποτε μηχανική συμπλήρωση των ερωτηματολογίων που θα μας οδηγούσε σε λανθασμένα συμπεράσματα.

Το δείγμα που εξετάστηκε περιελάμβανε ιδιωτικές επιχειρήσεις και οργανισμούς που εδράζονται και δραστηριοποιούνται στην Κύπρο. Η διαδικασία που ακολουθήθηκε ήταν η προσέγγιση της διεύθυνσης των διαφόρων εταιριών που επιλέχθηκαν για την συμμετοχή στην έρευνα όπου και δόθηκαν εξηγήσεις και λεπτομέρειες για τον σκοπό της έρευνας. Η επιλογή των εταιριών έγινε με σκοπό να συλλεχθούν δεδομένα από όλους τους τύπους εταιριών σχετικά με το εάν είναι στο τομέα της παραγωγής, της παροχής υπηρεσιών ή και στα δυο.

Οι διευθύνσεις των εταιριών συμφώνησαν για τη συμμετοχή τους στην έρευνα και με δική τους πρωτοβουλία έγινε η ενημέρωση του προσωπικού τους για την έρευνα και ξεκαθάριση του ότι τα ερωτηματολόγια θα συλλέγονταν προσωπικά από τον ερευνητή για αποφυγή διέρρευσης δεδομένων που θα επηρέαζαν την αντικειμενικότητα των απαντήσεων. Διευκρινήστηκε ακόμη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λάθος απαντήσεις, καθώς ο κάθε άνθρωπος είναι διαφορετικός και αντιδρά με διαφορετικό τρόπο στις καταστάσεις.

Επίσης μετά από αξιολόγηση του ερωτηματολογίου, οι διευθυντές, οι οποίοι θα λάμβαναν και οι ίδιοι μέρος στην έρευνα, αφού διαπίστωσαν τη μεγάλη έκταση του ερωτηματολογίου παρότρυναν τους συμμετέχοντες στην έρευνα να το συμπληρώσουν κατά τη διάρκεια του διαλείμματος τους ή μετά το πέρας της εργασίας τους για να μην προκύψει οποιοδήποτε πρόβλημα.

Η συλλογή των ερωτηματολογίων έγινε στις περισσότερες περιπτώσεις την επόμενη μέρα και τους έγινε ξανά η διατύπωση της δέσμευσης για την μη διαρροή τυχόν δεδομένων στον όποιονδήποτε, αφού με βάση τα χαρακτηριστικά που καλούνταν να δώσουν υπήρχε περίπτωση να προσωποποιηθούν ερωτηματολόγια. Έτσι έδωσε στους ερωτηθέντες να καταλάβουν ότι σε καμία περίπτωση το ερωτηματολόγιο που καλούνταν να συμπληρώσουν δεν θα αποτελέσει βάση ατομικής αξιολόγησης ή προϊόν κατεργασίας από την επιχείρηση στην οποία εργάζονται αλλά τα συνολικά αποτελέσματα θα χρησιμοποιηθούν για εξαγωγή ολικών αποτελεσμάτων από τον ίδιο τον ερευνητή.

Σχετικά με απορίες που τυχόν να προέκυπταν στο ερωτηματολόγιο είχαν τη δυνατότητα προσωπικής επικοινωνίας ή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομίου για να επιλυθούν, πράγμα το οποίο δεν έγινε δείχνοντας έτσι την απλότητα των εννοιών και των ερωτήσεων.

Τέλος έγινε ξανά δήλωση εχεμύθειας ότι δεν θα δημοσιοποιηθούν στοιχεία αναφορικά με ονόματα ,οργανισμούς ή στελέχη που εμπλέκονται στην έρευνα αλλά ούτε και θα αξιοποιηθούν μεμονωμένα τα δεδομένα που μας δίνονται μέσω του ερωτηματολογίου.

### 3.3 ΚΑΤΑΡΤΗΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Το ερωτηματολόγιο (το οποίο βρίσκεται στην ολοκληρωτική του μορφή στο παράρτημα) χωρίζεται σε 3 επιμέρους στάδια:

- Α' Μέρος → Δημογραφικές ερωτήσεις
- Β' Μέρος → Ερωτήσεις για τις διαστάσεις της προσωπικότητας
- Γ' Μέρος → Ερωτήσεις για εταιρική επιχειρηματικότητα

#### 3.3.1 Α' Μέρος ερωτηματολογίου

Το πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου περιέχει τις δημογραφικές ερωτήσεις που μας δίνουν τα γενικά στοιχεία και την ταυτότητα της έρευνας. Οι ερωτήσεις που διατυπώνονται είναι σχετικά με την ηλικία, το φύλο, το επίπεδο εκπαίδευσης, τη θέση που κατέχει στην επιχείρηση, τα χρόνια εργασίας και σε ποια κατηγορία ανήκει η επιχείρηση όσον αφορά το είδος εργασιών της (π.χ. αν παράγει προϊόντα, αν προσφέρει υπηρεσίες, ή αν ασχολείται με τον συνδιασμό αυτών των δυο κατηγοριών).

<u>ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ &amp; ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ</u>							
<b>1. Ηλικία σας:</b> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 150px; margin-top: 5px;"></div>	<b>2. Φύλο</b> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">Άνδρας</td> <td style="width: 50px;"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Γυναίκα</td> <td></td> </tr> </table>	Άνδρας		Γυναίκα			
Άνδρας							
Γυναίκα							
<b>3. Η εκπαίδευση σας</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μέση Εκπαίδευση . . . . .</li> <li>• Ανώτερη Εκπαίδευση . . . . .</li> <li>• Ανώτατη Εκπαίδευση . . . . .</li> <li>• Μεταπτυχιακό τίτλο . . . . .</li> </ul>	<b>4. Θέσης σας στην επιχείρηση</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Υπάλληλος . . . . .</li> <li>• Μεσαίο Στέλεχος (Προϊστάμενος) . . . . .</li> <li>• Ανώτατο Στέλεχος (Διευθυντής) . . . . .</li> </ul>						
<b>6. Η επιχείρηση στην οποία εργάζεστε:</b> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">Παράγει κυρίως προϊόντα</td> <td style="width: 50px;"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Προσφέρει κυρίως υπηρεσίες</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Και τα δύο παραπάνω</td> <td></td> </tr> </table>	Παράγει κυρίως προϊόντα		Προσφέρει κυρίως υπηρεσίες		Και τα δύο παραπάνω		<b>5. Πόσα χρόνια εργάζεστε στην επιχείρηση:</b> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 150px; margin-top: 5px;"></div>
Παράγει κυρίως προϊόντα							
Προσφέρει κυρίως υπηρεσίες							
Και τα δύο παραπάνω							



### 3.3.2 Β' Μέρος ερωτηματολογίου

Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνονται 101 ερωτήσεις που περιγράφουν τις διαστάσεις της προσωπικότητας.

Η κλίμακα που χρησιμοποιήσαμε για τον προσδιορισμό των 5 χαρακτηριστικών της προσωπικότητας είναι το Τεστ Χαρακτηριστικών Προσωπικότητας 5 (ΤΕ-ΧΑ-Π 5). Πρόκειται για τη σύντομη έκδοση του Τεστ Χαρακτηριστικών Προσωπικότητας (ΤΕΧΑΠ – Tsaousis, 1999), το οποίο είναι το πρώτο τεστ προσωπικότητας που δημιουργήθηκε εξ ολοκλήρου στην ελληνική γλώσσα και σχεδιάστηκε για να μετρά τις πέντε βασικές διαστάσεις της προσωπικότητας σύμφωνα με τη θεωρία των πέντε μεγάλων παραγόντων.

Το ΤΕΧΑΠ5 περιλαμβάνει 101 προτάσεις που μετρούν τους πέντε βασικούς παράγοντες της προσωπικότητας (Εξωστρέφεια, Νευρωτισμός, Δεκτικότητα στην εμπειρία, Προσήνεια και Συνέπεια), καθώς και κατά πόσο το άτομο απάντησε ειλικρινά ή έδωσε κοινωνικά επιθυμητές απαντήσεις (Κλίμακα Ψεύδους και Κλίμακα Κοινωνικής Αρέσκειας).

ΟΔΗΓΙΕΣ: Βαθμολογήστε τις προτάσεις που ακολουθούν ανάλογα με το βαθμό διαφωνίας, (Πιο κοντά στο 1) ή το βαθμό συμφωνίας σας (Πιο κοντά στο 5).		1	2	3	4	5
1	Πολύ συχνά αναλαμβάνω να οργανώσω τις δραστηριότητες της παρέας μου.					
2	Χάνω εύκολα την ηρεμία μου όταν κάτι μου πάει στραβά.					
3	Όταν αντιμετωπίζω μια κρίσιμη κατάσταση, συνήθως διατηρώ την ψυχραιμία μου.					
...	.....					
101	Πάντοτε διεκδικώ τα δικαιώματά μου.					

Εδώ ζητείτο από τους ερωτηθέντες να βαθμολογήσουν κάθε μία από τις 101 προτάσεις που έχει να κάνει με τον χαρακτήρα του καθ' ενός και που εξετάζουμε με βάση τους πέντε μεγάλους παράγοντες, βαθμολογώντας με 1 την κάθετη διαφωνία

τους έως και το 5 που δηλώνει την απόλυτη συμφωνία . Πιο κάτω περιγράφονται πιο αναλυτικά οι προτάσεις που αντιστοιχούν στην κλίμακα από 1 έως 5.

Το "1" δηλώνει όταν υπάρχει απόλυτη διαφωνία με την πρόταση ή όταν αυτή δεν είναι καθόλου αντιπροσωπευτική

Το "2" δηλώνει ότι η πρόταση δεν θεωρείται αντιπροσωπευτική ή απλά υπάρχει διαφωνία

Το "3" δηλώνει ότι δεν μπορεί να αποφασιστεί αν η πρόταση είναι ή δεν είναι αντιπροσωπευτική, ή αν υπάρχει ουδέτερη στάση

Το "4" δηλώνει ότι η πρόταση τις περισσότερες φορές είναι αντιπροσωπευτική ή απλά υπάρχει συμφωνία με αυτή

Το "5" δηλώνει ότι η πρόταση είναι πλήρως αντιπροσωπευτική ή όταν υπάρχει απόλυτη συμφωνία.

### **3.3.3 Γ' Μέρος ερωτηματολογίου**

Στο τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου υπάρχουν ακόμη 3 ερωτήσεις που θα μας βοηθήσουν στην μετέπειτα μας ανάλυση.

Οι ερωτήσεις αυτές , αναφέρονται στην πρόθεση του υπαλλήλου για εταιρική επιχειρηματικότητα. Αναφέρονται δηλαδή στις προθέσεις των υπαλλήλων και κατά πόσο είναι πρόθυμοι να συμβάλουν στην προώθηση μιας καινοτομίας ή στην αναθεώρηση και εξέλιξη μιας υφιστάμενης ιδέας στην υπάρχουσα αγορά ή ακόμη και σε μια καινούργια αγορά, με άμεσο αποτέλεσμα την ανάπτυξη της εταιρίας τους μέσω μιας ενδοεταιρικής συμπεριφοράς. Τις ερωτήσεις αυτές τις υιοθετήσαμε από την εργασία των Douglas & Fitzsimmons (2012).

Η κλίμακα που χρησιμοποιήσαμε για τις απαντήσεις των συγκεκριμένων προτάσεων είναι και πάλι από το 1 έως το 5, με το "1" να δείχνει την απόλυτη άρνηση της συμμετοχής τους σε κάποιο εγχείρημα της εταιρίας και το "5" να παρουσιάζει μεγάλα ποσοστά της πρόθεσης εμπλοκής τους.

**ΟΔΗΓΙΕΣ:** Βαθμολογήστε τις προτάσεις που ακολουθούν, ανάλογα με το πόσο πιθανό είναι να πραγματοποιήσετε αυτό που αναγράφεται σε κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις ως εξής: Καθόλου πιθανό (πιο κοντά στο 1) ως Πολύ πιθανό (πιο κοντά στο 5)

		1	2	3	4	5
1	Πόσο πιθανό είναι να θέλατε να είστε προϊστάμενος (μέσα στην επιχείρηση που ήδη εργάζεστε) σε ένα νέο τμήμα (ή κατάσταση) που δημιουργείται για την εκμετάλλευση μιας ριζικής καινοτομίας;					
2	Πόσο πιθανό είναι να θέλατε να είστε προϊστάμενος (μέσα στην επιχείρηση που ήδη εργάζεστε) σε ένα νέο τμήμα (ή κατάσταση) που δημιουργείται για να εισάγει στην αγορά μια νέα παραλλαγή ενός υπάρχοντος προϊόντος ή υπηρεσίας;					
3	Πόσο πιθανό είναι να θέλατε να είστε προϊστάμενος (μέσα στην επιχείρηση που ήδη εργάζεστε) σε ένα νέο τμήμα (ή κατάσταση) που δημιουργείται για να φέρει η επιχείρησή σας ένα υπάρχον προϊόν σε μια νέα αγορά;					

### 3.4 ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Το λογισμικό πρόγραμμα που χρησιμοποιήσαμε για την στατιστική μεθοδολογική προσέγγιση είναι το SPSS με έκδοση v.15.0 (SPSS, 2006). Το SPSS παρέχει ένα ευρύ φάσμα ικανοτήτων για το σύνολο της αναλυτικής διαδικασίας. Μπορεί να δημιουργήσει πληροφορίες για τη λήψη αποφάσεων γρήγορα και αποτελεσματικά χρησιμοποιώντας ισχυρά στατιστικά στοιχεία δημιουργώντας υψηλής ποιότητας πίνακες και γραφικές παραστάσεις για εξαγωγή συμπερασμάτων. Επίσης μοιράζονται τα αποτελέσματά με άλλους χρήστες που χρησιμοποιούν μια ποικιλία εκθέσεων και μεθόδων, συμπεριλαμβανομένης της ασφαλούς δημοσίευσης στον παγκόσμιο ιστόχωρο. Τα αποτελέσματα από την ανάλυση δεδομένων μας επιτρέπουν να οδηγούμαστε σε έξυπνες αποφάσεις πιο γρήγορα από την αποκάλυψη των βασικών πραγματικών περιστατικών, προτύπων και τάσεων. Μια προαιρετική έκδοση server προσφέρει επεκτασιμότητα επιχειρησιακής ισχύος, πρόσθετα εργαλεία, ασφάλεια, και ενίσχυση των επιδόσεων.

### 3.5 ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Με τον όρο αξιοπιστία εννοούμε τον βαθμό κατά τον οποίο τα αποτελέσματα μιας έρευνας 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.

Η αξιοπιστία είναι η συσχέτιση μιας μεταβλητής, ενός παράγοντα, ή ενός μοντέλου με κάτι υποθετικό που μετρά αληθινά αυτό που επιθυμείται να μετρηθεί. Η αξιοπιστία υπολογίζεται από τον υψηλό συσχετισμό μεταξύ των μεταβλητών μέσω διάφορων δεικτών αξιοπιστίας. Όλοι οι δείκτες αξιοπιστίας είναι μορφές συσχετικών συντελεστών, 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.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:**

### **ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ-ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ**

#### **4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο παρατίθενται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την επεξεργασία των δεδομένων. Γίνεται αναγωγή των μαθηματικών αποτελεσμάτων σε θεωρητικό επίπεδο με τα ανάλογα σχόλια που χρειάζονται στους πίνακες και σχήματα που ακολουθούν.

#### **4.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ (Α' ΜΕΡΟΣ ερωτηματολογίου)**

Εδώ παρουσιάζονται η ηλικία, το φύλο, η εμπειρία, το επίπεδο εκπαίδευσης και ο τύπος της εταιρίας μαζί με τους μέσους όρους και τις τυπικές αποκλίσεις.

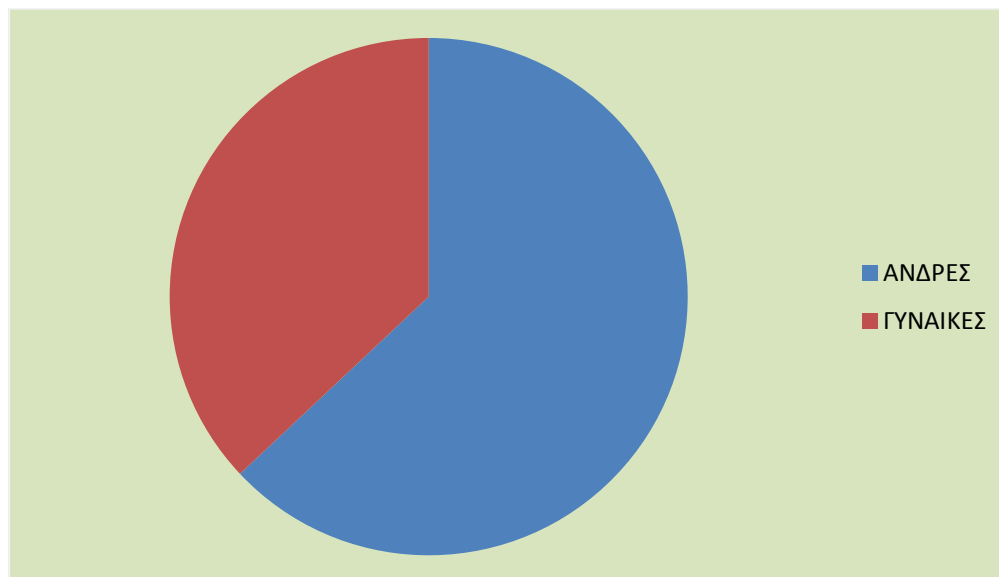
*Πίνακας 4.2.1 Μέσος όρος και τυπική απόκλιση των χαρακτηριστικών του δείγματος*

	Ηλικία	Φύλο	Εκπαίδευση	Θέση στην εταιρεία	Χρόνια εργασίας στην εταιρεία
Μέσος όρος	33,86	1,37	2,22	1,33	7,96
Τυπική Απόκλιση	8,96	0,48	1,01	0,57	7,08

Παρακάτω ακολουθεί ο πίνακας για τη συχνότητα της μεταβλητής << φύλο >> για ένα δείγμα 100 ανθρώπων συνολικά. Βλέπουμε ότι οι άντρες υπερисχύουν των γυναικών, στο δείγμα μας, με ένα διπλάσιο σχεδόν ποσοστό. Επίσης παρατείνεται και μια γραφική απεικόνιση γι' αυτή τη μεταβλητή

Πίνακας 4.2.2 Συχνότητα των τιμών της μεταβλητής «φύλο»

		ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ (%)
όπου	1 ΑΝΔΡΑΣ	63	63.0
	2 ΓΥΝΑΙΚΑ	37	37.0
	ΣΥΝΟΛΟ	100	100.0



Σχήμα 4.2.1 Γραφική απεικόνιση της κατανομής φύλου

Ακολουθώντας μας δίνεται η ευκαιρία να δούμε μέσω ενός πίνακα και το ποσοστό που καταλαμβάνει το κάθε επίπεδο μόρφωσης των υπαλλήλων. Βγαίνει το συμπέρασμα ότι ένας αριθμός κοντά στο μισό του συνόλου του δείγματος μας έχει ανώτατη εκπαίδευση, ενώ ένα άλλο ποσοστό της τάξης του 21% έχει ανώτερη εκπαίδευση και άρα κάποια ειδίκευση. Με λίγα λόγια έχουμε ένα μορφωμένο δείγμα

Πίνακας 4.2.3 Επίπεδο εκπαίδευσης

		ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ (%)
όπου	1 ΜΕΣΗ	33	33.0
	2 ΑΝΩΤΕΡΗ	21	21.0
	3 ΑΝΩΤΑΤΗ	37	37.0
	4 ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	9	9.0
	ΣΥΝΟΛΟ	100	100.0

Οι λεπτομέρειες για τη θέση που καταλαμβάνει ο κάθε υπάλληλος στην κάθε εταιρία παρουσιάζονται στον πιο κάτω πίνακα. Ως επί το πλείστον εξετάζουμε απλούς υπαλλήλους.

*Πίνακας 4.2.4 Θέση στην εταιρία*

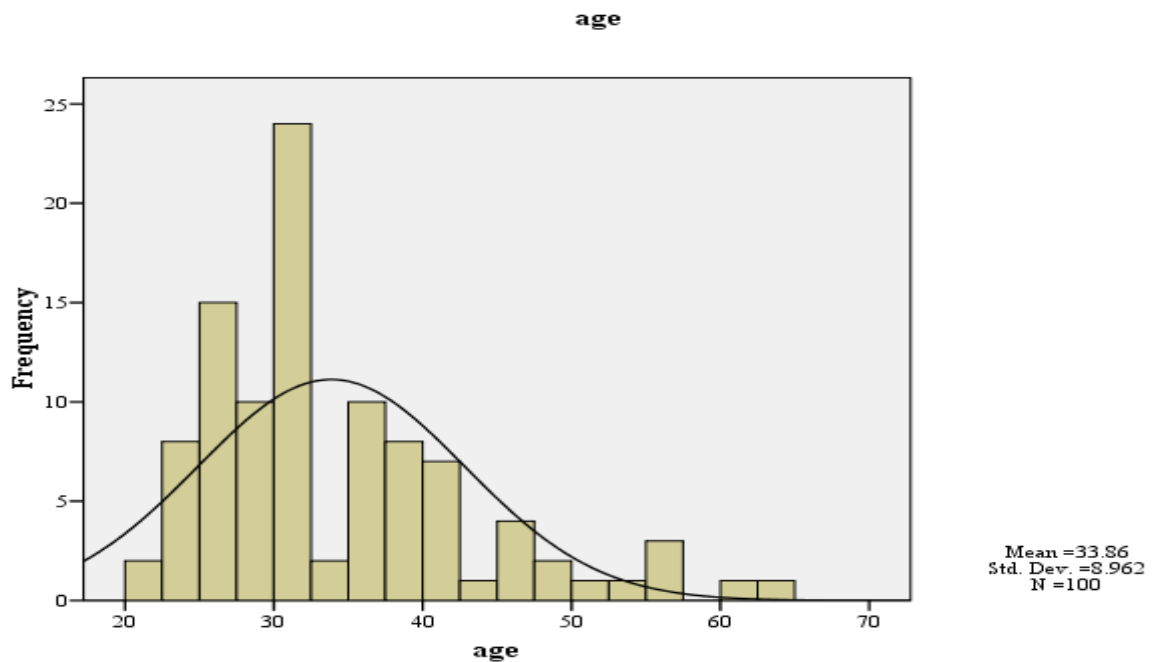
		ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ (%)
όπου	1 ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ	72	72.0
	2 ΜΕΣΑΙΟ ΣΤΕΛΕΧΟΣ- ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ	23	23.0
	3 ΑΝΩΤΑΤΟ ΣΤΕΛΕΧΟΣ	5	5.0
	ΣΥΝΟΛΟ	100	100.0

Για το είδος των εταιριών που δουλεύουν οι υπαλλήλοι που εξετάζουμε παίρνουμε λεπτομέρειες από τον πίνακα που ακολουθεί. Παρατηρούμε ότι η πληοψηφία εργάζεται σε επιχειρήσεις που προσφέρουν κυρίως υπηρεσίες.

*Πίνακας 4.2.5 Είδος εταιρίας*

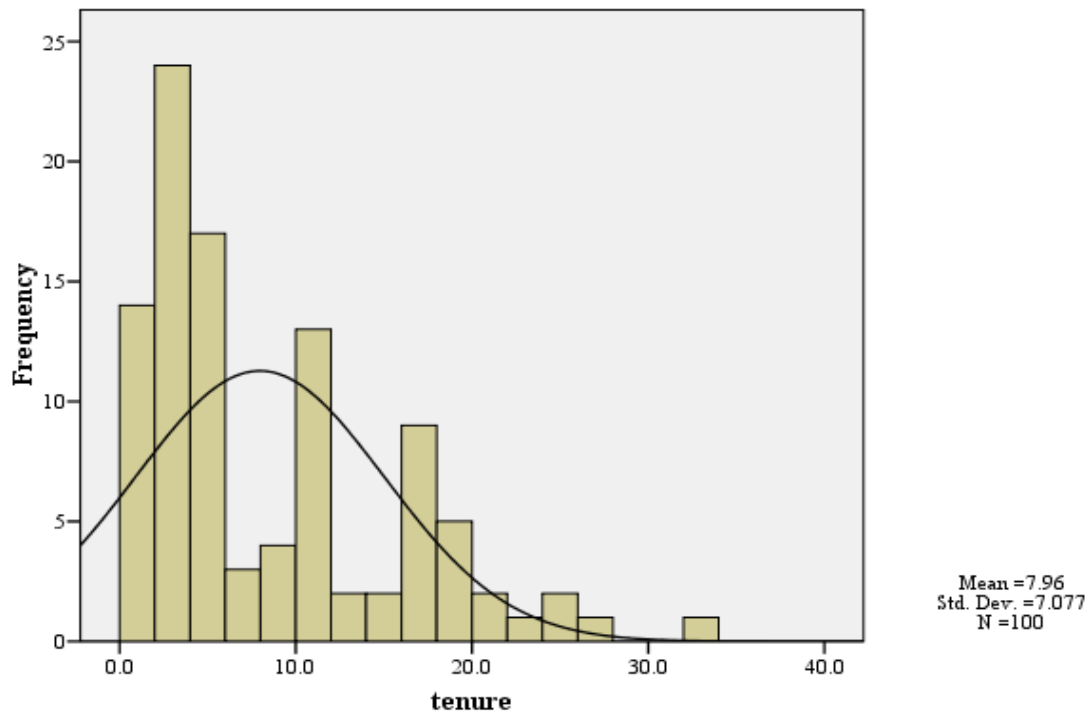
		ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ (%)
όπου	1 ΠΑΡΑΓΕΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	24	24.0
	2 ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	67	67.0
	3 ΚΑΙ ΤΑ ΔΥΟ	9	9.0
	ΣΥΝΟΛΟ	100	100.0

Για την ηλικιακή κατάσταση του δείγματος μας πέρνουμε το ακόλουθο σχήμα. Βλέπουμε ότι έχουμε να κάνουμε με ένα νεαρό σχετικά δείγμα αφού ο μέσος όρος είναι 33.86 χρόνια και η τυπική απόκλιση 8.962. Ο πιο μικρός ηλικιακά υπάλληλος στο δείγμα είναι 20 χρονών και ο πιο μεγάλος 63.



Σχήμα 4.2.2 Η κατανομή της μεταβλητής «ηλικία» στο δείγμα της έρευνας

Για τον χρόνο εργασίας του κάθε υπάλληλου σε εταιρία ακολουθεί παρακάτω ένα σχήμα που μας παρουσιάζει την θητεία. Ο μέσος όρος της θητείας τους είναι 7.96 χρόνια και η τυπική απόκλιση 7.077.



Σχήμα 4.2.3 Η κατανομή της μεταβλητής «χρόνος εργασίας στην εταιρεία» στο δείγμα της έρευνας



#### 4.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ (reliability)

Σε αυτό το κομμάτι εξετάζουμε την αξιοπιστία των κάθε παραγόντων ξεχωριστά με το Cronbach alpha όπως αναφέραμε στο τρίτο κεφάλαιο της έρευνας. Για να θεωρηθεί αξιόπιστο το δείγμα μας θέλουμε τιμές περίπου πάνω από 0,70. Ουσιαστικά το αποτέλεσμα είναι το ποσοστό που εξηγεί ο χρησιμοποιούμενος παράγοντας έναν υποθετικό που περιλαμβάνει όλες τις πιθανές μεταβλητές.

Με τη βοήθεια του λογισμικού προγράμματος SPSS παίρνουμε για τον κάθε παράγοντα ξεχωριστά τους ακόλουθους πίνακες.

- **Ο Παράγοντας Εξωστρέφεια**

Για τον παράγοντα της εξωστρέφειας αφορούσαν 15 ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Παρατηρούμε ότι ο συντελεστής α του Cronbach είναι πάνω από 0.70 και μάλιστα με μεγάλη αξιοπιστία, αφού παίρνει τη τιμή 0.818.

*Πίνακας 4.3.1 Σκορ ερωτήσεων για τον παράγοντα εξωστρέφειας*

	Mean	Std. Deviation	N
TEXAP_1	3.30	1.078	100
TEXAP_11	2.91	1.478	100
TEXAP_13	3.99	.870	100
TEXAP_14	3.85	.968	100
TEXAP_29	3.49	1.299	100
TEXAP_30	3.28	1.164	100
TEXAP_31	2.87	1.186	100
TEXAP_49	3.58	1.121	100
TEXAP_50	3.64	1.000	100
TEXAP_51	3.81	.971	100
TEXAP_53	3.18	1.258	100
TEXAP_65	3.03	1.159	100
TEXAP_81	3.32	1.072	100
TEXAP_82	3.25	1.095	100
TEXAP_83	3.95	.892	100

*Πίνακας 4.3.2 Συντελεστής αξιοπιστίας για την εξωστρέφεια*

Cronbach's Alpha	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ
0,818	15

- **Ο Παράγοντας Νευρωτισμός**

Για τον παράγοντα του νευρωτισμού αφορούσαν επίσης 15 ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Παρατηρούμε ότι ο συντελεστής  $\alpha$  του Cronbach είναι και εδώ αξιόπιστος, αφού παίρνει τη τιμή 0.853.

*Πίνακας 4.3.3 Σκορ ερωτήσεων για τον παράγοντα νευρωτισμού*

	Mean	Std. Deviation	N
TEXAP_2	2.96	1.180	100
TEXAP_3	2.76	1.055	100
TEXAP_15	2.72	1.045	100
TEXAP_17	3.10	1.142	100
TEXAP_18	2.78	1.069	100
TEXAP_33	2.52	1.059	100
TEXAP_34	3.18	1.226	100
TEXAP_35	2.27	1.100	100
TEXAP_54	3.21	1.258	100
TEXAP_55	2.67	1.215	100
TEXAP_57	1.96	1.091	100
TEXAP_66	3.08	1.261	100
TEXAP_67	2.84	1.161	100
TEXAP_69	2.44	1.038	100
TEXAP_85	3.52	1.159	100

*Πίνακας 4.3.4 Συντελεστής αξιοπιστίας για το νευρωτισμό*

Cronbach's Alpha	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ
0,853	15

- **Ο Παράγοντας Δεκτικότητα στην εμπειρία**

Για αυτόν τον παράγοντα αφορούσαν πάλι 15 ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Παρατηρούμε ότι ο συντελεστής  $\alpha$  του Cronbach είναι σχεδόν αξιόπιστος, αφού παίρνει τη τιμή 0.680.

Πίνακας 4.3.5 Σκορ ερωτήσεων για τον παράγοντα δεκτικότητα στην εμπειρία

	Mean	Std. Deviation	N
TEXAP_5	2.73	1.455	100
TEXAP_6	2.78	1.404	100
TEXAP_19	3.24	1.590	100
TEXAP_21	2.91	1.443	100
TEXAP_22	1.75	1.132	100
TEXAP_37	2.58	1.249	100
TEXAP_38	1.46	.869	100
TEXAP_58	3.34	1.199	100
TEXAP_59	1.61	.803	100
TEXAP_70	2.78	1.219	100
TEXAP_71	3.04	1.302	100
TEXAP_86	3.51	1.185	100
TEXAP_87	2.86	1.318	100
TEXAP_89	2.67	1.471	100
TEXAP_90	2.05	1.167	100

Πίνακας 4.3.6 Συντελεστής αξιοπιστίας για τη δεκτικότητα στην εμπειρία

Cronbach's Alpha	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ
0,680	15

- **Ο Παράγοντας Προσήνεια**

Για τον παράγοντα της προσήνειας αφορούσαν άλλες 15 ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Παρατηρούμε ότι ο συντελεστής  $\alpha$  του Cronbach είναι αξιόπιστος, αφού παίρνει τη τιμή 0.846.

Πίνακας 4.3.7 Σκορ ερωτήσεων για τον παράγοντα προσήνεια

	Mean	Std. Deviation	N
TEXAP_8	3.01	1.124	100
TEXAP_9	3.72	1.083	100
TEXAP_23	4.06	.973	100
TEXAP_39	3.65	.978	100
TEXAP_41	4.04	.887	100
TEXAP_42	3.46	1.184	100
TEXAP_43	3.68	.920	100
TEXAP_61	3.93	.891	100
TEXAP_73	3.43	1.233	100
TEXAP_74	2.90	1.227	100
TEXAP_75	4.03	1.114	100
TEXAP_91	3.48	.926	100
TEXAP_93	3.43	1.241	100
TEXAP_94	3.56	1.192	100
TEXAP_95	3.51	.980	100

Πίνακας 4.3.8 Συντελεστής αξιοπιστίας για την προσήνεια

Cronbach's Alpha	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ
0,846	15

- **Ο Παράγοντας Συνέπεια**

Για τον παράγοντα της συνέπειας αφορούσαν και σε αυτή τη περίπτωση 15 ερωτήσεις. Παρατηρούμε ότι ο συντελεστής  $\alpha$  του Cronbach είναι αξιόπιστος, αφού παίρνει τη τιμή 0.777.

Πίνακας 4.3.9 Σκορ ερωτήσεων για τον παράγοντα συνέπεια

	Mean	Std. Deviation	N
TEXAP_10	3.15	1.058	100
TEXAP_25	2.90	1.374	100
TEXAP_26	4.13	1.002	100
TEXAP_27	3.51	1.202	100
TEXAP_45	4.11	.852	100
TEXAP_46	3.29	1.445	100
TEXAP_47	2.86	1.247	100
TEXAP_62	3.65	1.029	100
TEXAP_63	2.89	1.100	100
TEXAP_77	4.12	.820	100
TEXAP_78	3.66	1.017	100
TEXAP_79	3.82	.903	100
TEXAP_97	4.22	.824	100
TEXAP_98	4.12	.832	100
TEXAP_99	2.94	1.213	100

Πίνακας 4.3.10 Συντελεστής αξιοπιστίας για την συνέπεια

Cronbach's Alpha	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ
0,777	15

- **Ο Παράγοντας Εταιρική Επιχειρηματικότητα**

Για τον παράγοντα της εταιρικής επιχειρηματικότητας αφορούσαν 3 ερωτήσεις του τρίτου μέρους του ερωτηματολογίου. Παρατηρούμε ότι ο συντελεστής  $\alpha$  του Cronbach είναι αξιόπιστος αφού παίρνει τη τιμή 0.854.

Πίνακας 4.3.11 Σκορ ερωτήσεων για τον παράγοντα εταιρική επιχειρηματικότητα

	Mean	Std. Deviation	N
CE1	3.72	1.181	100
CE2	3.65	1.192	100
CE3	3.58	1.265	100

Πίνακας 4.3.12 Συντελεστής αξιοπιστίας για την εταιρική επιχειρηματικότητα

Cronbach's Alpha	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ
0,854	3

Με όλα αυτά τα δεδομένα παρατηρούμε ότι έχουμε αξιόπιστους παράγοντες και άρα αξιόπιστο δείγμα για μελέτη με ένα εύρος τιμών, Cronbach alpha, από 0.680 μέχρι 0.850.

#### 4.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ

Αφού οι κλίμακες μας όπως είδαμε πιο πάνω είναι αξιόπιστες (μέσω του συντελεστή Cronbach alpha), μπορούμε να αθροίσουμε τις επιμέρους ερωτήσεις για να βγάλουμε μια βαθμολογία σε κάθε παράγοντα και για κάθε άτομο.

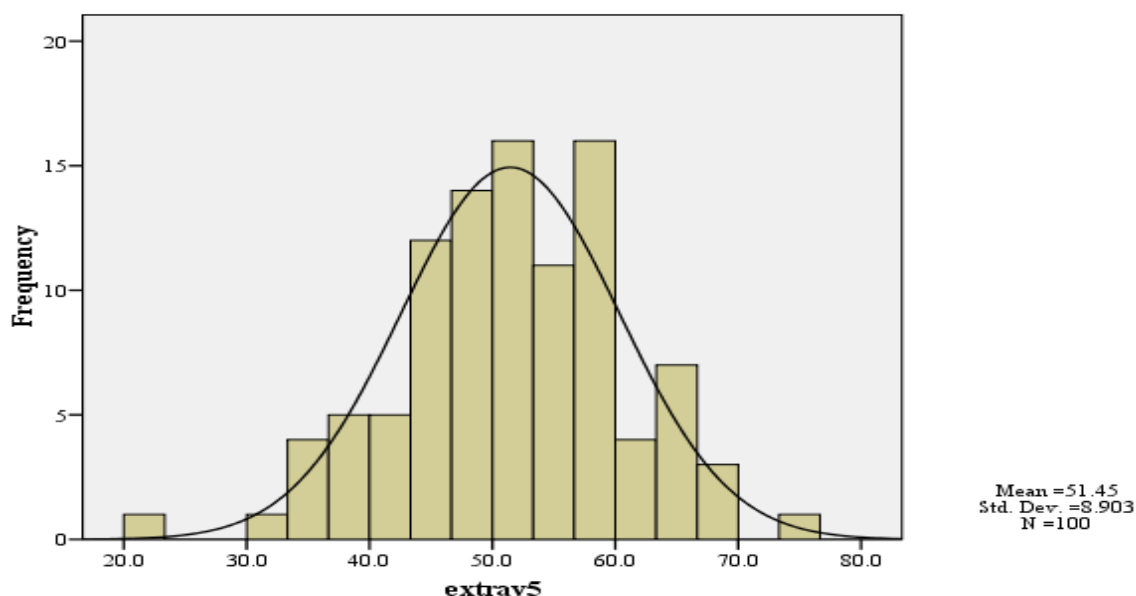
Σύμφωνα με το μοντέλο, η προσωπικότητα μπορεί να περιγραφεί ικανοποιητικά μέσα από πέντε διαστάσεις: Εξωστρέφεια (extraversion), Νευρωτισμός (neuroticism), Δεκτικότητα στην Εμπειρία (openness to experience), Προσήνεια (Agreeableness) και Συνέπεια (Conscientiousness).

Παρακάτω σε ένα πίνακα παρουσιάζουμε τα αποτελέσματα για κάθε παράγοντα για όλο το δείγμα που αφορούν το μέσο όρο και την τυπική απόκλιση των απαντήσεων.

Πίνακας 4.4.1 Μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις όλων των παραγόντων στο δείγμα

	Εξωστρέφεια	Νευρωτισμός	Δεκτικότητα	Προσήνεια	Συνέπεια	Εταιρική επιχειρηματικότητα
Μέσος όρος	51,45	42,01	39,31	53,89	53,37	10,95
Τυπική απόκλιση	8,90	9,77	8,14	9,04	7,94	3,20

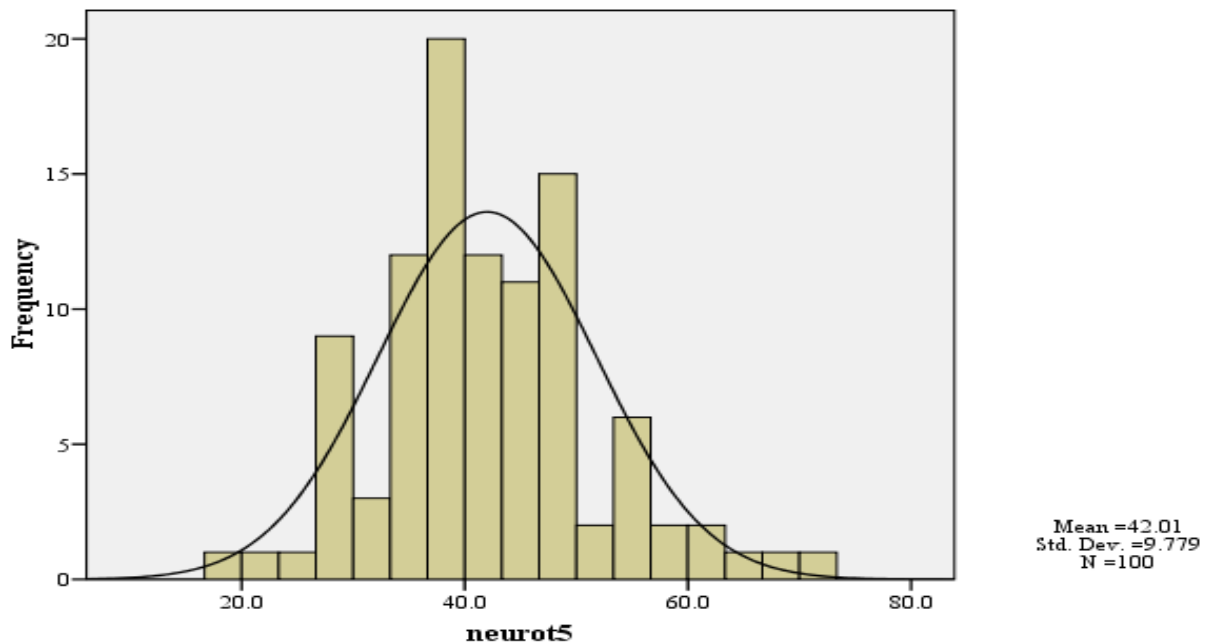
- Για τον παράγοντα της εξωστρέφειας αν προσθέσουμε τους μέσους όρους των αποτελεσμάτων των ερωτήσεων 1, 11, 13, 14, 29, 30, 31, 49, 50, 51, 53, 65, 81, 82, 83 θα βρούμε το συνολικό μέσο όρο 51.45 μονάδες με απόκλιση 8.90. Βλέπουμε ότι σχετικά με τις ερωτήσεις που αναφέρονταν στην εξωστρέφεια, ο μέσος όρος των απαντήσεων του δείγματος θεωρεί ότι οι προτάσεις είναι αντιπροσωπευτικές και συμφωνούν με αυτές. Η κατανομή αυτής της επιμέρους πρόσθεσης φαίνεται στο ακόλουθο σχήμα.



Σχήμα 4.4.1 Κατανομή της βαθμολογίας για τον παράγοντα εξωστρέφεια

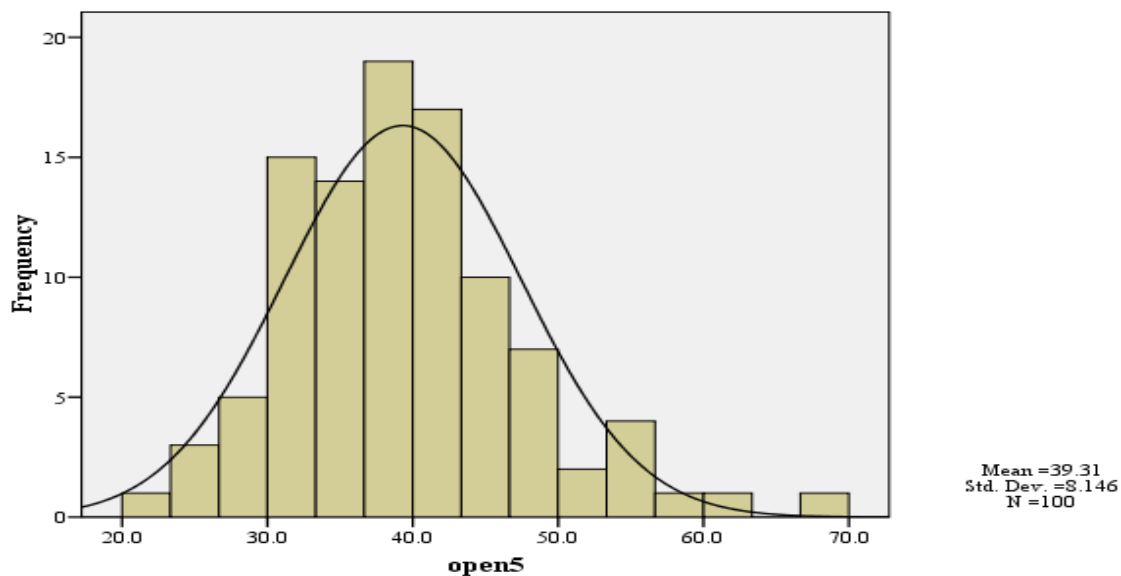
- Για τον παράγοντα του νευρωτισμού αν προσθέσουμε με τον ίδιο τρόπο τους μέσους όρους των αποτελεσμάτων των ερωτήσεων 2, 3, 15, 17, 18, 33, 34, 35, 54, 55, 57, 66, 67, 69, 85 θα βρούμε το συνολικό μέσο όρο 42.01 μονάδες με απόκλιση 9.77. Βλέπουμε ότι σχετικά με τις ερωτήσεις που αναφέρονταν στο νευρωτισμό, ο μέσος όρος των απαντήσεων του δείγματος δεν έχει καταλήξει στο αν θεωρεί ότι οι προτάσεις είναι αντιπροσωπευτικές

ή όχι. Η κατανομή αυτής της επιμέρους πρόσθεσης φαίνεται στο ακόλουθο σχήμα



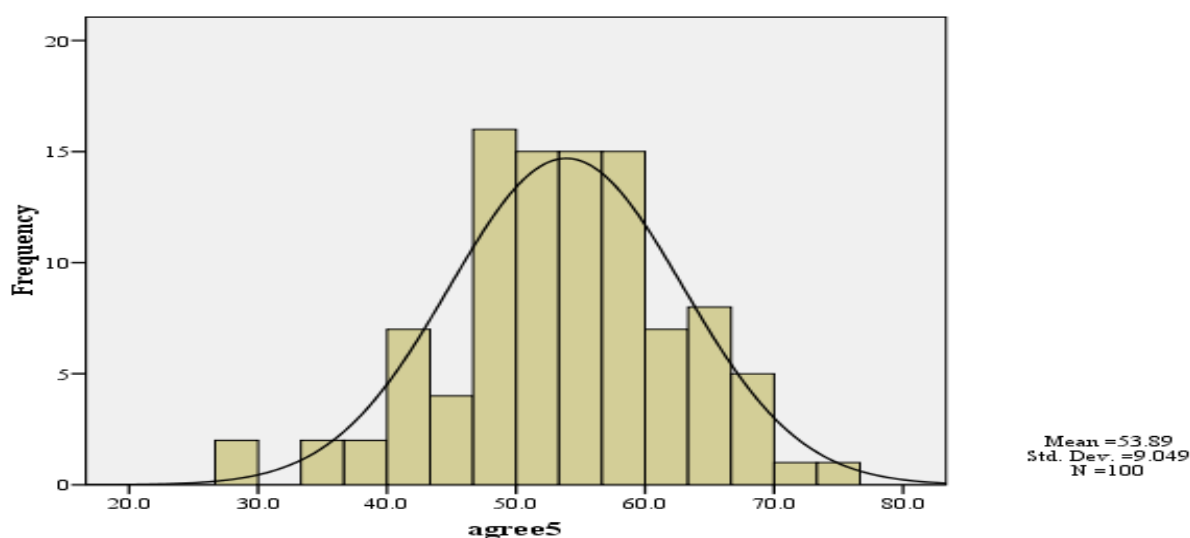
Σχήμα 4.4.2 Κατανομή της βαθμολογίας για τον παράγοντα νευρωτισμός

- Για τον παράγοντα της δεκτικότητας στην εμπειρία αν προσθέσουμε τους μέσους όρους των αποτελεσμάτων των ερωτήσεων 5, 6, 19, 21, 22, 37, 38, 58, 59, 70, 71, 86, 87, 89, 90 θα βρούμε το συνολικό μέσο όρο 39.31 μονάδες με απόκλιση 8.14. Βλέπουμε ότι σχετικά με τις ερωτήσεις που αναφέρονταν στη δεκτικότητα, ο μέσος όρος των απαντήσεων του δείγματος δεν έχει καταλήξει στο αν θεωρεί ότι οι προτάσεις είναι αντιπροσωπευτικές ή όχι με μια τάση προς τη διαφωνία. Η κατανομή αυτής της επιμέρους πρόσθεσης φαίνεται στο ακόλουθο σχήμα



Σχήμα 4.4.3 Κατανομή της βαθμολογίας για τον παράγοντα Δεκτικότητας στην εμπειρία

- Για τον παράγοντα της προσήνειας αν προσθέσουμε τους μέσους όρους των αποτελεσμάτων των ερωτήσεων 8, 9, 23, 39, 41, 42, 43, 61, 73, 74, 75, 91, 93, 94, 95 θα βρούμε το συνολικό μέσο όρο 53.89 μονάδες με απόκλιση 9.04. Βλέπουμε ότι σχετικά με τις ερωτήσεις που αναφέρονταν στη δεκτικότητα, ο μέσος όρος των απαντήσεων του δείγματος θεωρεί ότι οι προτάσεις είναι αντιπροσωπευτικές και συμφωνεί εν μέρη με αυτές. Η κατανομή αυτής της επιμέρους πρόσθεσης φαίνεται στο ακόλουθο σχήμα

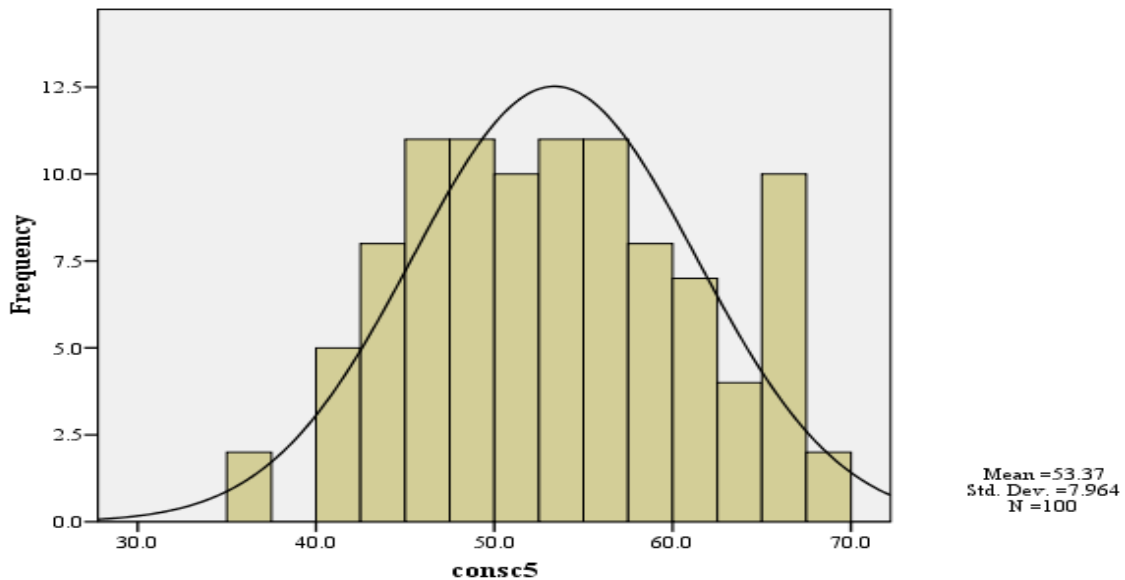


Σχήμα 4.4.4 Κατανομή της βαθμολογίας για τον παράγοντα Προσήνειας

- Για τον παράγοντα της συνέπειας αν προσθέσουμε τους μέσους όρους των αποτελεσμάτων των ερωτήσεων 10, 25, 26, 27, 45, 46, 47, 62, 63, 77, 78, 79,



97, 98, 99 θα βρούμε το συνολικό μέσο όρο 53.57 μονάδες με απόκλιση 7.94. Βλέπουμε ότι σχετικά με τις ερωτήσεις που αναφέρονταν στη δεκτικότητα, ο μέσος όρος των απαντήσεων του δείγματος θεωρεί επίσης ότι οι προτάσεις είναι αντιπροσωπευτικές και συμφωνεί εν μέρη με αυτές. Η κατανομή αυτής της επιμέρους πρόσθεσης φαίνεται στο ακόλουθο σχήμα



Σχήμα 4.4.5 Κατανομή της βαθμολογίας για τον παράγοντα Συνέπειας

#### 4.5 ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΜΕ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Σε αυτό το κομμάτι του κεφαλαίου παρουσιάζεται ένας πίνακας με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και τους παράγοντες που επηρεάζουν την προσωπικότητα. Με τις ανάλογες μετρήσεις και τους υπολογισμούς από το πρόγραμμα μπορούμε να εξαγάγουμε συμπεράσματα για το πως σχετίζεται το ένα χαρακτηριστικό με το άλλο. Όσες μετρήσεις έχουν τα σύμβολα (\*) και (\*\*) δηλώνουν τη σημαντικότητα τους στα επίπεδα  $p < 0,05$  (2-tailed) και  $p < 0,01$  (2-tailed) και με αυτές θα ασχοληθούμε αφού δεν παρεμβαίνει ο παράγοντας της τύχης στην συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

Πίνακας 4.5.1 Συσχετίσεις βαθμολογιών παραγόντων με δημογραφικά χαρακτηριστικά

Correlations												
		age age	gender gender	Education	position	tenure	extrav5	neurot5	open5	agree5	consc5	Corporate_entre
age age	Pearson Correlation	1	-.102	-.230*	.258**	.724**	.014	-.128	-.182	.165	.062	-.075
	Sig. (2-tailed)		.314	.022	.009	.000	.889	.205	.071	.101	.537	.457
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
gender gender	Pearson Correlation	-.102	1	.121	-.117	-.007	-.231*	.348**	.267**	.124	-.067	-.131
	Sig. (2-tailed)	.314		.232	.245	.942	.021	.000	.007	.218	.507	.194
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Education	Pearson Correlation	-.230*	.121	1	.417**	-.357**	.165	-.022	.266**	-.027	.101	.468**
	Sig. (2-tailed)	.022	.232		.000	.000	.101	.830	.007	.789	.315	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
position	Pearson Correlation	.258**	-.117	.417**	1	.211*	.227*	-.093	-.022	-.046	.287**	.292**
	Sig. (2-tailed)	.009	.245	.000		.035	.023	.357	.826	.651	.004	.003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
tenure	Pearson Correlation	.724**	-.007	-.357**	.211*	1	-.088	.002	-.254*	-.025	.152	-.064
	Sig. (2-tailed)	.000	.942	.000	.035		.382	.987	.011	.804	.132	.525
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
extrav5	Pearson Correlation	.014	-.231*	.165	.227*	-.088	1	-.220*	.121	-.017	.311**	.442**
	Sig. (2-tailed)	.889	.021	.101	.023	.382		.028	.229	.867	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
neurot5	Pearson Correlation	-.128	.348**	-.022	-.093	.002	-.220*	1	-.055	-.041	-.258**	.006
	Sig. (2-tailed)	.205	.000	.830	.357	.987	.028		.586	.682	.010	.949
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
open5	Pearson Correlation	-.182	.267**	.266**	-.022	-.254*	.121	-.055	1	.109	.029	.122
	Sig. (2-tailed)	.071	.007	.007	.826	.011	.229	.586		.279	.772	.226
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
agree5	Pearson Correlation	.165	.124	-.027	-.046	-.025	-.017	-.041	.109	1	-.070	-.026
	Sig. (2-tailed)	.101	.218	.789	.651	.804	.867	.682	.279		.491	.800
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
consc5	Pearson Correlation	.062	-.067	.101	.287**	.152	.311**	-.258**	.029	-.070	1	.218*
	Sig. (2-tailed)	.537	.507	.315	.004	.132	.002	.010	.772	.491		.029
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Corporate_entre	Pearson Correlation	-.075	-.131	.468**	.292**	-.064	.442**	.006	.122	-.026	.218*	1
	Sig. (2-tailed)	.457	.194	.000	.003	.525	.000	.949	.226	.800	.029	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Παίρνοντας τις μετρήσεις για το χαρακτηριστικό της ηλικίας βλέπουμε ότι όσο πιο μεγάλοι ηλικιακά είναι οι ερωτηθέντες τόσο πιο ψηλή θέση κατέχουν στην εταιρία που εργάζονται, έχουν και πιο πολλά χρόνια εργασίας, αλλά δεν έχουν και πιο ψηλό επίπεδο εκπαίδευσης.

Σχετικά με το φύλο των ερωτηθέντων βλέπουμε ότι οι άντρες είναι πιο εξωστρεφής ενώ οι γυναίκες πιο νευρωτικές δηλαδή πιο αγχωτικές αλλά και πιο δεχτικές σε καινούργιες καταστάσεις και εμπειρίες.

Όσον αφορά τη θέση που κατέχει ο καθένας είναι ανάλογη με τη θητεία του στην εταιρία και τα άτομα με πιο ψηλό αξίωμα στην εταιρία χαρακτηρίζονται πιο εξωστρεφή και πιο ευσυνείδητα. Επίσης έχουν αυξημένη πρόθεση για εταιρική επιχειρηματικότητα.

Διακρίνουμε επίσης ότι όσα πιο πολλά χρόνια εργασίας έχει κάποιος είναι πιο λίγη η δεκτικότητα του στην εμπειρία.

Το επίπεδο εκπαίδευσης που έχει ο καθένας, παρουσιάζεται στο πίνακα να έχει και την ανάλογη σχέση με τη θέση που κατέχει, τα χρόνια εργασίας του, τη δεκτικότητα του στην εμπειρία αλλά και τη τάση του να προσπαθεί για ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα.

Για τον παράγοντα της εξωστρέφειας, εκτός από τη σχέση που παρουσιάζεται με το φύλο και τα χρόνια εργασίας, βλέπουμε να σχετίζεται ανάλογα με την ευσυνειδησία, την εταιρική επιχειρηματικότητα αλλά και αντιστρόφως ανάλογα με τον παράγοντα νευρωτισμού.

Τέλος παρατηρούμε ότι όσο πιο ψηλά είναι το ποσοστό του παράγοντα της ευσυνειδησίας (ή συνέπειας) τόσο ψηλό είναι και το ποσοστό της επιχειρηματικής πρόθεσης. Δεν συμβαίνει όμως το ίδιο και για το παράγοντα του νευρωτισμού αφού βλέπουμε τα ποσοστά να είναι αντιστρόφως ανάλογα με τη συναισθηματική σταθερότητα.

Το σημαντικό αποτέλεσμα για την έρευνα μας μέσω του πιο πάνω πίνακα είναι ότι η πρόθεση για εταιρική επιχειρηματικότητα (Corporate\_entre) σχετίζεται θετικά με τις μεταβλητές: Εκπαίδευση (education), θέση (position), εξωστρέφεια (extra5) και συνέπεια (consc5).

#### 4.6 ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΡΟΘΕΣΗΣ

Για να εξετάσουμε με περισσότερη λεπτομέρεια τους παράγοντες που προβλέπουν την πρόθεση για εταιρική επιχειρηματικότητα εργαζομένων κάνουμε γραμμική παλινδρόμηση με το πρόγραμμα SPSS . Θα δούμε πως μπορούμε από τις σχέσεις των μεταβλητών Εκπαίδευση (education), θέση (position), εξωστρέφεια (extra5) και συνέπεια (consc5), μπορούμε να οδηγηθούμε στην πρόβλεψη της εξαρτημένης μεταβλητής του μοντέλου μας, της πρόθεσης δηλαδή για εταιρική επιχειρηματικότητα .

Πίνακας 4.6.1 Γραμμική παλινδρόμηση του μοντέλου

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate df2
1	.601(a)	.361	.334	2.6121

a Predictors: (Constant), consc5, Education, extrav5, position

Με βάση το αποτέλεσμα του συντελεστή προσδιορισμού ( $R^2$ ) της γραμμικής συσχέτισης βλέπουμε ότι οι μεταβολές των τεσσάρων μεταβλητών που εξετάζουμε ερμηνεύουν το 36% της μεταβλητότητας της πρόθεσης για εταιρική επιχειρηματικότητα. Και αφού το μοντέλο έχει συντελεστή προσαρμογής  $R^2 = 0.36$  που βρίσκεται στο επιθυμητό διάστημα μεταξύ [0,1] σημαίνει ότι οι προβλεπτικές μεταβλητές εξηγούν ένα πολύ ικανοποιητικό ποσοστό και μας δίνουν μια καλή κλίση στην ευθεία της παλινδρόμησης.

Αλλά με βάση το πίνακα που ακολουθεί οδηγούμαστε στην απόφαση ότι μόνο οι δυο από τις τέσσερις μεταβλητές και πιο συγκεκριμένα μόνο το επίπεδο εκπαίδευσης και ο παράγοντας της εξωστρέφειας έχουν στατιστικά σημαντική επίδραση στην πρόθεση για εταιρική επιχειρηματικότητα.

Πίνακας 4.6.2 Τυποποιημένοι και μη τυποποιημένοι συντελεστές στο μοντέλο για μια εξαρτημένη μεταβλητή: εταιρική επιχειρηματικότητα

Coefficients(a)					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.163	2.073		.937
	<b>Education</b>	<b>1.239</b>	<b>.287</b>	<b>.391</b>	<b>4.319</b>
	position	.177	.530	.031	.739
	<b>extrav5</b>	<b>.127</b>	<b>.032</b>	<b>.352</b>	<b>4.016</b>
	consc5	.024	.036	.060	.500

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:**

### **ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

#### **5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η ενδοεταιρική επιχειρηματική πρόθεση προσθέτει αξία στην επιχείρηση, όπως είπαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, και αυτό επειδή η ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα είναι ένας σημαντικός παράγοντας ο οποίος ενισχύει την εταιρική απόδοση. Διερευνώντας αυτές τις έννοιες, ο στόχος της έρευνας μας είναι να αναδείξει τους παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση για ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα σε επιχειρήσεις και οργανισμούς. Πιο συγκεκριμένα, ερευνούμε το ρόλο της προσωπικότητας με το μοντέλο των πέντε μεγάλων παραγόντων σε συνδιασμό με τα διάφορα δημογραφικά χαρακτηριστικά, για το πως επηρεάζουν την επιχειρηματική συμπεριφορά των εργαζομένων.

Έτσι εκφράσαμε κάποιες υποθέσεις για τον κάθε ένα παράγοντα της προσωπικότητας ξεχωριστά δημιουργώντας μια σχέση με την μεταβλητή που εξετάζουμε, δηλαδή την πρόθεση για εταιρική επιχειρηματικότητα. Τα αποτελέσματα της έρευνας μετά από στατιστική ανάλυση περιγράφονται σε αυτό το κεφάλαιο. Επίσης αναφέρονται κάποιες προεκτάσεις που προκύπτουν από την ανάλυση αυτή καταγράφοντας κάποιες προτάσεις προς βελτίωση των εννοιών που μελετήθηκαν. Τέλος εκφράζονται κάποιοι περιορισμοί που προέκυψαν κατά την έρευνα μας.

## 5.2 ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Τα αποτελέσματα της παρούσας μελέτης, όπως και πιο παλιών μελετών, έχουν θεωρητικές και πρακτικές επιπτώσεις για την μακροχρόνια αναζήτηση και προσέγγιση της επιχειρηματικής προσωπικότητας (Gartner, 1985). Σε πρακτικό επίπεδο, τα αποτελέσματα μας δείχνουν ότι κάποια χαρακτηριστικά της προσωπικότητας μπορεί να είναι χρήσιμα εργαλεία για την προώθηση και της επιχειρηματικής επιτυχίας. Είναι σημαντικό, το ότι δεν ισχύει μόνο για τις επιχειρήσεις ως γενικό πλάνο αλλά και των εργαζομένων με την εταιρική τους επιχειρηματικότητα.

Παρατηρούμε γενικά ότι, η προσωπικότητα προβλέπει αρκετά επιχειρηματικά αποτελέσματα και πιο ειδικά την πρόθεση για ενδοεπιχειρηματικότητα. Επίσης μια άλλη σημαντική παρατήρηση είναι ότι το μοντέλο των πέντε παραγόντων της προσωπικότητας είναι ένα αρκετά ικανοποιητικό και έγκυρο μοντέλο πρόβλεψης της πρόθεσης των εργαζομένων αφού αρκετές φορές τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας ως προγνωστικοί παράγοντες αμφισβητήθηκαν.

Με βάση τις αναλύσεις που παρουσιάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο της έρευνας μας, συμπεραίνουμε τα εξής:

Σε ότι αφορά το μοντέλο των πέντε παραγόντων που χρησιμοποιήσαμε ο παράγοντας της εξωστρέφειας είναι που κατά κύριο λόγο επηρεάζει τα άτομα για κάποια επιχειρηματική πρόθεση και άρα τα εξωστρεφή άτομα είναι πιο πιθανό να συμμετάσχουν σε μια σειρά επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, όπως το να συμπεριφέρονται επιχειρηματικά μέσα σε υφιστάμενους οργανισμούς. Τα άτομα αυτά χαρακτηρίζονται από την αισιοδοξία τους, την ενεργητικότητα τους και αφού μπορούν να αναπτύξουν αρκετά καλά τα κανάλια συνεργασίας τους βλέπουμε ότι έχουν τη τάση να αναπτύσσουν αρκετά καλά και τις ιδέες τους μέσα στην επιχείρηση αφού έχουν εμπιστοσύνη στον εαυτό τους.

Πιο λίγο σημαντικός παράγοντας που σχετίζεται όμως με την ενδοεπιχειρηματική πρόθεση είναι ο παράγοντας της συνέπειας. Οι συνεπείς άνθρωποι μπορούν να ελέγχουν τις επιθυμίες τους και καταφέρνουν να οργανώνουν, να σχεδιάζουν και να επιτυγχάνουν τους στόχους τους χωρίς να παρεκκλίνουν από αυτούς. Ένα χαρακτηριστικό που συμβάλει, έστω και σε μικρό βαθμό, στην ανάπτυξη της ενδοεταιρικής επιχειρηματικότητας.

Από την άλλη πλευρά βλέπουμε ότι και δημογραφικά χαρακτηριστικά των ατόμων συντελούν στη πρόθεση για επιχειρηματικότητα στα πλαίσια της εταιρίας τους. Ο

παράγοντας του επιπέδου της εκπαίδευσης παρουσιάζει, σύμφωνα με την ανάλυση μας, τη τάση να ωθεί τα άτομα προς την εταιρική επιχειρηματικότητα. Όσο πιο ψηλού επιπέδου είναι η μόρφωση των υπαλλήλων τόσο πιο μεγάλη επιθυμία έχουν στο να εμπλακούν σε καινοτόμες ιδέες που θα αποφέρουν και την ανάλογη ανταμοιβή στην επιχείρηση. Το ψηλό επίπεδο της ακαδημαϊκής μόρφωσης που μπορεί να διαθέτει ένα άτομο, προϋποθέτει το γεγονός ότι έχει περάσει από πολλές ώρες μελέτης και ανάλυσης διαφόρων δεδομένων και άρα θα έχει τη δυνατότητα της έκφρασης του και της συμμετοχής του στα της εταιρίας χρησιμοποιώντας τις εμπειρίες του.

Ακόμη ένα χαρακτηριστικό που συνδέεται με την ενδοεπιχειρηματική πρόθεση και ανήκει στα δημογραφικά χαρακτηριστικά των εταιριών, είναι η θέση και το αξίωμα που κατέχει το άτομο σε αυτές. Αν και σε μικρό βαθμό βλέπουμε ότι επικεφαλής θέσεων κλειδιά στην εταιρία έχουν την πρόθεση να προβούν σε κάποιες ενέργειες οι οποίες θα προσδώσουν αξία στην εταιρία που εργάζονται. Το γεγονός αυτό έχει βασιμότητα αφού οι προϊστάμενοι τμημάτων αφοσιώνονται στις διαδικασίες λειτουργίας της εταιρίας τους λόγω των καλών μισθολογικών και άλλων απολαβών που τους παρέχονται.

Με βάση το υποθετικό μοντέλο που σχηματίσαμε στο δεύτερο κεφάλαιο, βλέπουμε ότι η υπόθεση 1 και 5 ισχύουν αφού με βάση τα αποτελέσματα συντελούν θετικά στην πρόθεση για εταιρική επιχειρηματικότητα. Πιο έμμεσα παρατηρούμε ότι και η υπόθεση 2 ισχύει αφού όσο πιο συναισθηματικά σταθερά είναι τα άτομα τόσο επηρεάζεται και η εξωστρέφεια και η συνέπεια τους επειδή αυτά τα χαρακτηριστικά επηρεάζουν και την ενδοεπιχειρηματικότητα. Το ίδιο συμβαίνει και με την υπόθεση 3 αφού η δεκτικότητα στην εμπειρία συμβάλει στην ανάπτυξη του επιπέδου εκπαίδευσης. Η υπόθεση 4 παρατηρούμε ότι απορρίπτεται και αυτό επειδή το χαρακτηριστικό της προσήνειας δεν σχετίζεται, άμεσα ή έμμεσα με τη πρόθεση για εταιρική επιχειρηματικότητα.

Άρα συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε ότι καλά εκπαιδευμένα και εξωστρεφή άτομα παρουσιάζουν μεγάλες πιθανότητες να εκδηλώσουν πρόθεση για εταιρική επιχειρηματικότητα. Αυτοί οι δυο παράγοντες παρουσιάζουν, όπως είδαμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο με τη μέθοδο της γραμμικής παλινδρόμησης, ένα ποσοστό της τάξης του 36% που συμβάλει στην μεταβλητότητα της εταιρικής επιχειρηματικής πρόθεσης που εξετάζουμε. Ένα ποσοστό πολύ σημαντικό για αυτήν την παράμετρο της λειτουργικότητας της εταιρίας που αν δοθεί η πρέπουσα σημασία μπορεί να αυξήσει τις εταιρικές επιδόσεις των επιχειρήσεων.



### 5.3 ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί, μπορούν να επωφεληθούν από την επιλογή των ατόμων που θα στελεχώσουν την εταιρία με βάση το προφίλ της προσωπικότητας τους. Άλλες έρευνες έχουν δείξει ότι οι οργανισμοί που προσλαμβάνουν και καταφέρνουν να διατηρούν «επιχειρηματικά» άτομα μπορούν να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι άλλων εταιριών στις αντίστοιχες αγορές που δραστηριοποιούνται (Lumpkin, 2007). Έτσι, τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας μπορεί να είναι πολύτιμα εργαλεία για τον εντοπισμό αυτών των ατόμων, τόσο για επιλογή και διατήρηση εργαζομένων αλλά και σε άλλους τομείς, όπως στην διαδικασία της εκκίνησης της εταιρίας που μπορεί να ελαχιστοποιηθεί ο κίνδυνος της αποτυχίας.

Μερικά εμπειρικά ευρήματα υποδεικνύουν ότι η εταιρική επιχειρηματικότητα έχει σημαντικές συνέπειες για τα συνολικά επίπεδα της παρακίνησης των εργαζομένων, την ικανοποίηση των εργαζομένων και πιο γενικά στη συνολική απόδοση της επιχείρησης. Ομοίως, όπως αναφέρουν και οι Lumpkin και Dess (1996), η προσωπικότητα μπορεί να σχετίζεται με το είδος της στρατηγικής που ακολουθεί η εταιρεία και τον επιχειρηματικό της προσανατολισμό. Είναι πιθανό ότι οι προσωπικότητες των εργαζομένων και οι προτιμήσεις τους μπορούν να επηρεάσουν την διαχειριστική ομάδα της εταιρίας και με τη πάροδο του χρόνου να αναπτύξουν ένα ισχυρό επιχειρηματικό προσανατολισμό στο επίπεδο της επιχείρησης, ο οποίος να συμβάλλει περαιτέρω στην συνολική απόδοση της επιχείρησης.

Επιπλέον η ικανότητα των ανθρώπων να εργάζονται σε ομάδες είναι μέρος της προσωπικότητας τους και ως τέτοιο αφενός τους χαρακτηρίζει γενικά, αφετέρου αποτελεί επίκτητη ικανότητα. Πριν από μια συμμετοχή σε επιχειρηματική ομάδα, οι εργαζόμενοι θα πρέπει να δοκιμάσουν τη στάση τους απέναντι στη συλλογική δράση, προκειμένου να εκδηλώσουν τα χαρακτηριστικά της εξωστρέφειας και να μάθουν την από κοινού ανάληψη ευθυνών αλλά και την συλλογική ωφέλεια από την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων. Πέρα από αυτό, μέσα από την ανταγωνιστική συλλογικότητα διαπιστώνεται αν η συλλογική επιχειρηματική δράση και η άσκηση στην ομαδική ευθύνη είναι κάτι που ικανοποιεί το άτομο ή θα αποχωρήσει αφού ως ατομιστής δεν θα το επέλεγε.

Επιπρόσθετα ο ρόλος της εκπαιδευτικής κατάρτησης αποτελεί τον κινητήριο μοχλό για την υλοποίηση στη πράξη της θεωρητικής σύλληψης του εταιρικού οράματος. Έτσι η εκπαίδευση εκτός του ότι έχει τη δυνατότητα να μεταδίδει γνώσεις και δεξιότητες συμβάλει στην υλοποίηση των επιχειρησιακών στρατηγικών και πολιτικών, αφού με την επίτευξη του επιχειρηματικού οράματος ωφελείται και ο κάθε εργαζόμενος. Μέσω της εκπαίδευσης πολλές φορές, μεθοδεύεται και η

διαμόρφωση συγκεκριμένων συμπεριφορών και στάσεων, ως ένα βαθμό, που αν χρησιμοποιηθούν σωστά στην εργασία μπορούν να εξαληφθούν τυχόν εμπόδια στην προσπάθεια υλοποίησης των στόχων της εταιρίας.

Ακόμη με βάση το ψηλό επίπεδο εκπαίδευσης καλλιεργείται και ένα αίσθημα συνεχούς μάθησης και πρακτικών για βελτιωτικές αλλαγές. Συμβάλει επίσης στη καλύτερη δεκτικότητα στην εμπειρία και μπορεί να υποστηρίξει και να υλοποιήσει εργασιακές αλλαγές. Με βάση τα πιο πάνω στοχεύεται η συνεχής ανάπτυξη του επιχειρησιακού μάνατζμεντ και της ηγεσίας μέσω της οποίας προωθείται και η παρακίνηση των εργαζομένων.

Σημαντική όμως κρίνεται και η υιοθέτηση διαφόρων συστημάτων ανταμοιβών και κινήτρων από τους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων, που να επιβραβεύουν την υλοποίηση και την επιτυχία μιας καινοτομίας σε όλα τα ιεραρχικά επίπεδα των εταιριών. Με την υιοθέτηση τέτοιων πολιτικών θα έχει άμεση επίδραση στο ηθικό των ατόμων και επίσης θα καταδείξουν ένα αίσθημα δικαιοσύνης που θα λαμβάνουν οι εργαζόμενοι από τις εταιρίες.

#### **5.4 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Σε πολλές εμπειρικές έρευνες, όπως και σε αυτή, παρουσιάζονται στο τέλος οι διάφοροι περιορισμοί και τα μειονεκτήματα που μπορεί να προέκυψαν κατά τη διάρκεια διεξαγωγής τους. Αυτό αποτελεί ένα σημαντικότατο στοιχείο αφού τυχόν επόμενες μελέτες που θα ασχοληθούν με τους παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση για εταιρική επιχειρηματικότητα θα μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν και να αποφύγουν ίδεες καταστάσεις.

Ένας από τους περιορισμούς αυτής της μελέτης είναι η τυχόν έλλειψη της αντικειμενικότητας στη διατύπωση των χαρακτηριστικών της προσωπικότητας διαμέσου του ερωτηματολογίου. Όλα τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν ήταν βάση μιας αυτοαξιολόγησης και έκφρασης μόνο απόψεων. Έτσι μελλοντικές έρευνες θα πρέπει να περιλαμβάνουν κάποια μέτρα που να μπορούν να αξιολογούν την προγνωστική εγκυρότητα των ανεξαρτήτων μεταβλητών και την εφαρμοσιμότητα τους πρακτικά, όπως περαιτέρω δημογραφικά και άλλα περιβαλλοντικά στοιχεία, τα κίνητρα του καθενός, στοιχεία που να αναδυσκινούν το επίπεδο νοημοσύνης του ατόμου. Με τέτοιες τακτικές θα πετύχουμε ακόμα πιο σωστή και ασφαλέστερη πρόβλεψη της εταιρικής επιχειρηματικής πρόθεσης.

Άλλος περιορισμός έγκειται στο γεγονός ότι τα ερωτηματολόγια δόθηκαν στους εργαζομένους μία φορά μόνο και επομένως δεν έχουμε μια διαχρονική εξέλιξη της έρευνας για τον προσδιορισμό της προσωπικότητας του ατόμου. Αυτό μας δίνει την αίσθηση μη εξακρύβωσης για το πιο είναι το αίτιο και πιο το αποτέλεσμα αφού πολλοί άλλοι εξωγενής παράγοντες μπορεί να κατεύθυναν τις απαντήσεις των συμμετεχόντων τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Μέσα όμως από τη στατιστική επεξεργασία του προηγούμενου κεφαλαίου, εξαλείψαμε τυχόν αναξιόπιστα δεδομένα και πιθανότητα να μην βρούμε ίδια αποτελέσματα επαναλαμβάνοντας την έρευνα είναι 1%. Αλλά και πάλι τα αποτελέσματα και συμπεράσματα μας δεν μπορούν να θεωρηθούν άμεσα γενικεύσιμα αφού και το δείγμα μας ήταν περιορισμένης έκτασης.

Με βάση συμπεράσματα και αποτελέσματα προηγούμενων ερευνών, παρουσιάζουν την ενδοεταιρική επιχειρηματικότητα να επηρεάζεται και από εξωτερικούς παράγοντες. Τέτοιοι είναι ο δυναμισμός της αγοράς, η αντιπαλότητα μεταξύ εταιριών, η ανάπτυξη της βιομηχανίας, της τεχνολογίας και διάφορα άλλα. Έτσι η συμπερίληψη των εν λόγω εξωτερικών παραγόντων, θα παρέχουν πιο προηγμένα δεδομένα σχετικά με την πρόθεση του υπαλλήλου για να εκδηλώσει μια ενδοεταιρική συμπεριφορά.

Επιπρόσθετα στην έρευνα αυτή δεν ξεκαθαρίσαμε και τον αριθμό των υπαλλήλων που εργάζονται στην κάθε επιχείρηση. Άρα θα μπορούσαμε να επικεντρωθούμε και στη διαφορά μεταξύ ενδοεταιρικών επιχειρηματικών συνθηκών στο πλαίσιο των μικρο-μεσαίων επιχειρήσεων και των μεγάλων επιχειρήσεων. Για παράδειγμα στις μικρο-μεσαίες επιχειρήσεις παρατηρείται μια απουσία στις πολύπλοκες και επίσημες οργανωτικές δομές και διαδικασίες. Αυτό μπορεί να ενισχύει την ενδοεταιρική συμπεριφορά, μπορεί όμως και όχι αφού δεν θα υπάρχει η διατύπωση του πλαισίου της εταιρικής επιχειρηματικότητας που να μπορεί να αναπτυχθεί σε διαφορετικό τύπο οργανώσεων.

## 5.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Εν κατακλείδι, η επιχειρηματικότητα διαδραματίζει σημαντικό ρόλο σε μια δυναμική και σύγχρονη οικονομία. Η αποτυχία μιας επιχείρησης μπορεί να είναι επιζήμια για την κοινωνία γενικά από την άποψη των χαμένων ευκαιριών, των απωλεσθέντων πόρων και την απόλυση του εργατικού δυναμικού αλλά μπορεί επίσης να είναι καταστροφικές και για τον ίδιο τον επιχειρηματία από την άποψη των οικονομικών και ψυχολογικών επιπτώσεων. Έτσι η ανάπτυξη καλύτερης κατανόησης και εφαρμογής των επιχειρηματικών διαδικασιών και των μεταβλητών

που προσελκύουν τους ανθρώπους στην επιχειρηματικότητα μπορεί να διευκολύνει την επιτυχία σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο και κατ' επέκταση στην ολική επιχειρηματική απόδοση.

Ως εκ τούτου, ο ανταγωνισμός δεν περιορίζεται μόνο στο μερίδιο της αγοράς όπου οι επιχειρήσεις προσπαθούν να κατακτήσουν και να διατηρήσουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα που αφορά τους καταναλωτές, αλλά επεκτείνεται και στα εσωτερικά των εταιριών όσον αφορά τους εργαζόμενους. Άρα με βάση τη μελέτη μας θέλουμε να δείξουμε ότι οι δομές της προσωπικότητας έχουν να διαδραματίσουν κάποιο ρόλο στην ανάπτυξη της πρόθεσης για εταιρική επιχειρηματικότητα.

## BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Ajzen I.(1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 179–211.
2. Antoncic B. & Hisrich R.D.(2001). Intrapreneurship: Construct Refinement and cross – cultural validation. *Journal of business venturing*. 16, 495-527.
3. Ashton M.C., Lee K.( 2001), A Theoretical Basis for the Major Dimensions of Personality. *European Journal of Personality*, Vol. 15, pp 327-353
4. Bandura A.(1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
5. Barrick M.R., Mount M.K.(1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta-Analysis. *Personnel Psychology*, Vol. 44, pp 1-26
6. Barrick M.R., Mount M.K., & Judge T. A. (2001). Personality and performance at the beginning of the new millennium: What do we know and where do we go next? *International Journal of Selection and Assessment*,9: 9-30.
7. Barrick M.R., Mount M.K., & Gupta R. (2003). Meta-analysis of the relationship between the five-factor model of personality and Holland’s occupational types. *Personnel Psychology*, 56: 45-74.
8. Baron R.A., & Markman G.D. (2005). Toward a process view of entrepreneurship: The changing relevance of individuallevel variables across phases of new firm development. In M. A. Rahim, R. T. Golembiewski, & K. D. Mackenzie (Eds.), *Current topics in management* (Vol. 9, pp. 45–64). New Brunswick, NJ: Transaction
9. Baron R. A. (2007). Entrepreneurship: A process perspective. In J. R. Baum, M. Frese, & R. A. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship*: 24-40. Mahwah, NJ: Erlbaum.
10. Baum J. R., Locke E. A., & Smith K. G. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44: 292-302.
11. Baum J. R., & Locke E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89: 587-598.
12. Bird B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *The Academy of Management Review*, 13(3): 442–453.
13. Bosma N., Wennekers S. & Amorós J. E. (2012). *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR 2011 EXTENDED REPORT: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe*. (pp. 1-239): Global Entrepreneurship Monitor.
14. Brockhaus R. H., & Horwitz P. S. (1986). The psychology of the entrepreneur. In D. Sexton, & R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*: 25-48. Cambridge, MA: Ballinger.
15. Bryat C., Julien P. (2000), Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of business venturing* 16(2), 165-180.

16. Burt R.S.(1992). Structural holes: The social structure of competition. Cambridge, MA: Harvard University Press.
17. Cable D.M., & Shane S. (1997). A prisoner's dilemma approach to entrepreneur-venture capitalist relationships. *Academy of Management Review*, 22: 142-176.
18. Caliendo M., Fossen F., Kritikos A. (2013). Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed
19. Carrier C. (1996). Intrapreneurship in small businesses: an exploratory study.
20. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 5-20.
21. Chen C.C., Greene P. G., & Crick A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295–316
22. Ciavarella M. A., Buchholtz A. K., Riordan C. M., Gatewood R. D., & Stokes G. S. (2004). The Big Five and venture survival: Is there a linkage? *Journal of Business Venturing*, 19: 465-483.
23. Costa P. T., McCrae R. R., & Holland J. L. (1984). Personality and vocational interest in an adult sample. *Journal of Applied Psychology*, 69, 390–400.
24. Costa P. T., Jr., & McCrae R. R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual. Odessa, FL: PAR.
25. Costa P.T., Jr., McCrae R.R., (1995), Primary Traits of Eysenck's P-E-N System: Three- and Five-Factor Solutions. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 69, No 2, pp 308-317
26. Covin J. G. & Slevin D. (1989). Strategic management in small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87.
27. Dalton D.R.& Dalton C.M. (2005). Strategic management studies are a special case for meta-analysis. In D. J. Ketchen & D. D. Bergh (Eds.), *Research methodology in strategy and management*: 31-63. Oxford, UK: Elsevier.
28. Devine D.J., Philips J.L., (2001), Do Smarter Teams Do Better? A Meta-Analysis of Cognitive Ability and Team Performance, *Small Group Research*, Vol. 32, No, 5, pp 507-532
29. Douglas E.J. & Fitzsimmons J.R. (2012). Intrapreneurial intentions versus entrepreneurial intentions: distinct constructs with different antecedents. *Small Business Economics*, 41(1), 115-132.
30. Dyer W.G., Jr.(1994). Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 7–21.
31. Eisenhardt K. M., & Schoonhoven C. B. (1990). Organizational growth: Linking founding team, strategy, environment, and growth among U.S. semiconductor ventures, 1978-1988. *Administrative Science Quarterly*, 35: 504-529.

32. Engle D. E., Mah J. J., & Sadri G. (1997). An empirical comparison of entrepreneurs and employees: Implications for innovation. *Creativity Research Journal*, 10(1), 45–49.
33. European Commission (2003). Green Paper. Entrepreneurship in Europe. Brussels.
34. 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.
35. Gaddam S. (2007), A conceptual analysis of factors influencing entrepreneurship behavior and actions. *ICFAI Journal of Management Research* Vol 6, Issue 11
36. Gartner W.B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review* 10(4), 696-706.
37. Gartner, W.B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*,13(4): 47-68.
38. Ginsberg A. & Hay M. (1994). Confronting the challenges of corporate entrepreneurship: Guidelines for venture managers. *European Management Journal*, 12(4), 382-389.
39. Guerrero M., Rialp J., Urbano D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *Int Entrep Manag J*, 4, 35-50.
40. Hayek F. A. (1948). Economics and knowledge, reprinted in individualism and economic order. The university of Chicago Press.
41. Hayton J.C. & Kelley D.J. (2006). A competency-based framework for promoting corporate entrepreneurship. *Human Resource Management*, 45(3), 407-427.
42. Hough, L.M., (1992). "The "Big Five" Personality Variables – Construct Confusion: Description Versus Prediction", *Human Performance*, Vol. 5, No 1&2, pp 139-155
43. Hough M.L. & Oswald L.F., (2000), Personnel Selection: Looking Toward the Future – Remembering the Past, *Annual Review of Psychology*, Vol. 51, pp 631-664
44. Hurtz G. M., & Donovan J. J. (2000). Personality and job performance:The Big Five revisited. *Journal of Applied Psychology*, 85, 869–879.
45. Ireland R.D., Covin J.G., & Kuratko D.F. (2009). Conceptualizing Corporate Entrepreneurship Strategy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 19-46.
46. John O.P., Srivastava S., (1999), The Big-Five Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives, [on line], University of California at Berkeley

47. Judge T. A., Higgins C. A., Thoresen C. J., & Barrick M. R. (1999). The big five personality traits, general mental ability, and career success across the life span. *Personal Psychology*, 52, 621–652.
48. Judge T. A., Bono J. E., Ilies R., & Gerhardt M. W. (2002). Personality and leadership: A qualitative and quantitative review. *Journal of Applied Psychology*, 87, 765–780.
49. Kemelgor B.H. (2002). A comparative analysis of corporate entrepreneurial orientation between selected firms in the Netherlands and the USA. *Entrepreneurship and Regional Development*, 14, 67-87.
50. Kirby D.A. (2003). *Entrepreneurship*. Mc Graw Hill. 299-324.
51. Klepper S. (2001). Employee Startups in High Tech Industries. *Industrial and Corporate Change*, 10(3), 639-674.
52. 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.
53. Locke E.A. (2000). *The prime movers: Traits of great wealth creators*. New York: AMACOM.
54. Lord R.G., DeVader C. L., & Alliger G. M. (1986). A meta-analysis of the relation between personality traits and leadership perceptions: An application of validity generalization procedures. *Journal of Applied Psychology*, 71: 402-410.
55. Lumpkin G.T. & Dess G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
56. Lumpkin G.T. (2007). Intrapreneurship and Innovation. In J. R. Baum, M. Frese, & R. A. Baron (Eds.), *The Psychology of Entrepreneurship* (pp. 237–264). Mahwah, NJ: Erlbaum.
57. Luthje C., & Franke N. (2003). The ‘making’ of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2): 135–148.
58. Markman G. D., & Baron R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: Why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 13(4): 1-21.
59. McClelland D. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
60. McClelland D.C., & Boyatzis R. E. (1982). Leadership motive pattern and long-term success in management. *Journal of Applied Psychology*, 67, 737–743.
61. McCrae R.R. (1987). Creativity, divergent thinking, and openness to experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52: 1258-1265.
62. Morris, M., & Lewis, P. 1995. The determinants of entrepreneurial activity. *European Journal of Marketing*, 29(7): 31–48.



63. Mount M.K., Barrick M.R., Strauss J.P., (1999), The Joint Relationship of Conscientiousness and Ability with Performance: Test of the Interaction Hypothesis, *Journal of Management*, Vol. 25, No 5, pp 707-721
64. Nabi G., Holden R., Walmsley A. (2006). Graduate career-making and business start-up: a literature review. *Education+Training*, 48(5), 373-385.
65. Pinchot G. (1985). *Intrapreneuring. Why you do not have to leave the corporation to become an entrepreneur*. New York: Harper & Row
66. Rauch A., & Frese M. (2007). Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. In J. R. Baum, M. Frese, & R. A. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship*: 41-65. Mahwah, NJ: Erlbaum.
67. Rauch A., Wiklund J., Lumpkin G.T., & Frese M. (2009). Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 761-787.
68. Rotter J. (1971) . External control and internal control. *Entrepreneurship and Venture Management* , New Jersey, Prentice Hall , pg 157
69. Sarasvathy S. D. (2004). Making it happen: Beyond theories of the firm to theories of firm design. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28, 519–531.
70. Schumpeter J. A. (1934). *The theory of economic development: on enquiry into profits, capital, credit, interest and business cycle*. New York University Press
71. Schumpeter J. A. (1942). *Capitalism, socialism, and democracy*. New York: Harper & Brothers. (Harper Colophon edition, 1976)
72. Schumpeter J.A, (1952). *Can capitalism survive?* New York, Harper & Row
73. Seibert S. E. & Kraimer M. L. (2001). The five-factor model of personality and career success. *Journal of Vocational Behavior*, 58, 1–21.
74. Shapero A., Sokol L., (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In: Kent, C.A., Sexton, D.L., Vesper, K.H. (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, pp. 72–90.
75. Sharma P. & Chrisman J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 23(3), 11-27.
76. Simon M., Houghton S.M., & Aquino K. (1999). Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing*, 15, 113–134.
77. Singh G., & DeNoble A.F. (2003). Views on self-employment and personality: An exploratory study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 8(3): 265-281.

78. Snyder M., & Ickes W. (1985). Personality and social behavior. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (3rd ed., Vol. 2, pp. 883–947). New York: Random House
79. Stam E., Bosma N., Van Witteloostuijn A., De Jong J., Bogaert S., Edwards N., (2012). *Ambitious Entrepreneurship: A Review of the Academic Literature and Directions for Public Policy*. (pp. 1-162). Den Haag: Advisory Council for Science and Technology Policy.
80. Stevens M.J., Campion M.A., (1999). Staffing Work Teams: Development and Validation of a Selection Test for Teamwork Settings, *Journal of Management*, Vol. 25, No 2, pp 207-228
81. Stevenson H. & Jarillo J.C. (1990). A paradigm of entrepreneurship. *Entrepreneurial Management. Strategic management journal*, 11(5), 17-27.
82. Tsaousis I. (1999). The traits personality questionnaire (TPQue): A Greek measure for the five factor model. *Personality and Individual Differences*, 26, 271-283
83. Vecchio R. (2003). Entrepreneurship and leadership: Common trends and common threads. *Human Resource Management Review*, 13(2): 303-327.
84. Wales W., Monsen E. & McKelvie A. (2011). The Organisational Pervasiveness of Entrepreneurial Orientation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 895- 923.
85. Weber M. (1947). *The theory of social and economic organization* (A. M. Parson & T. Parsons, Trans.). New York: Free Press.
86. Weber M. (1948), *Essays in sociology*. London: Routledge & Kegan Paul, original
87. Wiklund J., & Shepherd D.A. (2005). Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configuration Approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71-91.
88. Zahra S.A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 6(4), 259-286.
89. Zahra S. A. (1995). Corporate entrepreneurship and financial performance: The case of management leveraged buyouts. *Journal of Business Venturing*, 10(3), 225-247.
90. Zhao H., Seibert S. & Hills G. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6): 1265–1272
91. Zhao H., & Seibert S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91: 259-271.
92. Zhao H., Seibert S., Lumpkin G.T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance . A meta-analytic review.

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

### **Ερωτηματολόγιο Έρευνας**



## ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

### ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Εργαστήριο Διοικητικών Συστημάτων

[www.logistics.tuc.gr](http://www.logistics.tuc.gr)

#### ΕΡΕΥΝΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Αγαπητή/έ ,

Η έρευνα που κρατάτε στα χέρια σας στοχεύει στη συγκέντρωση πρωτογενών στοιχείων για τις απόψεις εργαζομένων σε επιχειρήσεις αναφορικά με θέματα καίριας σημασίας για τη λειτουργία τους και την ανταγωνιστικότητά τους, όπως η καινοτομία προϊόντων και υπηρεσιών, ο επιχειρηματικός προσανατολισμός και η ανάληψη ρίσκου.

Το παρόν ερωτηματολόγιο δεν αποτελεί αξιολόγηση, απλά καταγράφει την κατάσταση της επιχείρησης, μέσα από τη δική σας οπτική και δε χρειάζεται παραπάνω από 20 λεπτά για να συμπληρωθεί.

Σε τέτοιου είδους ερωτηματολόγια **δεν υπάρχουν σωστές ή λάθος απαντήσεις**, γι' αυτό σας παρακαλώ να απαντήσετε με ειλικρίνεια όλα τα ερωτήματα. Τα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια θα τύχουν ποιοτικής και ποσοτικής επεξεργασίας.

Σας ευχαριστώ πολύ για τη βοήθεια σας και είμαι στη διάθεση σας για οποιαδήποτε πληροφορία.

Φιλικά ,

Νεκτάριος Κωνσταντίνου (email:constantinounek@hotmail.com)

Φοιτητής

Τμήματος Μηχανικών Παραγωγής & Διοίκησης

Πολυτεχνείο Κρήτης

#### ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ

Ζαμπετάκης Λεωνίδας,

B.Sc., M.Env.Eng., M.Ind.Eng., Ph.D.

Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής & Διοίκησης

Πολυτεχνείο Κρήτης

[izabetak@dpem.tuc.gr](mailto:izabetak@dpem.tuc.gr)

#### Δήλωση εχεμύθειας

Συμφωνούμε και δηλώνουμε ότι δεν θα δημοσιοποιήσουμε το όνομα κανενός οργανισμού ή στελέχους που συμμετείχε στην έρευνα. Επιπλέον, τα δεδομένα που θα συλλεχθούν θα αξιοποιηθούν για συγκεντρωτικές και μόνο αναλύσεις και δε θα γνωστοποιηθούν δεδομένα από μεμονωμένες επιχειρήσεις

**ΕΡΕΥΝΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ  
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

**ΜΕΡΟΣ Α: ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ & ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

**1. Ηλικία σας:**

-----

**2. Φύλο**

Ανδρας

Γυναίκα

**3. Η εκπαίδευσή σας**

- Μέση Εκπαίδευση .....
- Ανώτερη Εκπαίδευση .....
- Ανώτατη Εκπαίδευση .....
- Μεταπτυχιακό τίτλο .....

**4. Θέσης σας στην επιχείρηση**

- Υπάλληλος .....
- Μεσαίο Στέλεχος (Προϊστάμενος) .....
- Ανώτατο Στέλεχος (Διευθυντής) .....

**5. Πόσα χρόνια εργάζεστε στην επιχείρηση:**

\_\_\_\_\_

**6. Η επιχείρηση στην οποία εργάζεστε:**

Παράγει κυρίως προϊόντα

Προσφέρει κυρίως υπηρεσίες

Και τα δύο παραπάνω

**ΜΕΡΟΣ Β: Προσωπικοί Παράγοντες**

**ΟΔΗΓΙΕΣ:** Βαθμολογήστε τις προτάσεις που ακολουθούν ανάλογα με το βαθμό διαφωνίας, (Πιο κοντά στο 1) ή το βαθμό συμφωνίας σας (Πιο κοντά στο 5).

		1	2	3	4	5
1	Πολύ συχνά αναλαμβάνω να οργανώσω τις δραστηριότητες της παρέας μου.					
2	Χάνω εύκολα την ηρεμία μου όταν κάτι μου πάει στραβά.					
3	Όταν αντιμετωπίζω μια κρίσιμη κατάσταση, συνήθως διατηρώ την ψυχραιμία μου.					
4	Ποτέ μου δεν έχω κλέψει σε παιχνίδι					
5	Πιστεύω ότι τα παραμύθια και οι φανταστικές ιστορίες είναι μόνο για τα παιδιά.					
6	Μου αρέσει να πηγαίνω σε μέρη που γίνονται καλλιτεχνικές εκδηλώσεις(π.χ. εκθέσεις, κονσέρτα, κλπ.)					
7	Δεν έχω πάρει ποτέ κάτι που ανήκε σε κάποιον άλλο.					
8	Συνήθως εμπιστεύομαι τους άλλους ανθρώπους.					
9	Όταν κάποιος ζητά τη βοήθεια μου, σπεύδω να τον βοηθήσω εγκαταλείποντας οτιδήποτε κάνω εκείνη τη στιγμή.					
10	Είμαι ευάλωτος/η στους “πειρασμούς”.					
11	Δυσκολεύομαι να μιλάω μπροστά σε μεγάλο ακροατήριο.					
12	Μερικές φορές μου έρχεται να βρίσω.					
13	Είμαι πολύ δραστήριο και ζωντανό άτομο.					
14	Γενικά, είμαι αισιόδοξο και χαρούμενο άτομο.					
15	Συνήθως διατηρώ την ψυχραιμία μου, ακόμη και όταν τα χρονικά περιθώρια στενεύουν.					
16	Πάντοτε επιστρέφω τα χρήματα που βρίσκω, όσο μικρό και αν είναι το ποσό.					
17	Εκνευρίζομαι πολύ εύκολα.					
18	Όταν βρίσκομαι σε κίνδυνο, συχνά πανικοβάλλομαι.					
19	Κουράζομαι να διαβάζω λογοτεχνικά βιβλία.					
20	Λέω πάντοτε την αλήθεια.					
21	Μου αρέσει πολύ να αναλύω φιλοσοφικά και υπαρξιακά θέματα.					
22	Είμαι σίγουρος/η ότι υπάρχει μία μόνο αληθινή θρησκεία.					
23	Συνήθως δυσκολεύομαι να πω όχι όταν κάποιος μου ζητά κάτι.					
24	Δυσκολεύομαι να εξαπατήσω κάποιον, ακόμη και όταν δεν κινδυνεύω να με ανακαλύψουν.					
25	Μερικές φορές όταν βιάζομαι, κάνω μόνο τόση δουλειά όσο χρειάζεται για να “τα μπαλώσω”.					
26	Μου αρέσει να βάζω στόχους στη ζωή μου και να εργάζομαι σκληρά για να τους πετύχω.					
27	Πολύ συχνά οι άλλοι μου λένε ότι αντιδρώ με επιπολαιότητα.					
28	Μου αρέσει να βλέπω ερωτικές σκηνές στην τηλεόραση.					
29	Δύσκολα κάνω καινούργιους φίλους.					

30	Συνήθως αποφεύγω τις δραστηριότητες που ακολουθούν γρήγορους ρυθμούς.					
31	Συνήθως προσπαθώ να αποφεύγω ριψοκίνδυνες καταστάσεις.					
32	Ποτέ δεν έχω πετάξει ένα σκουπίδι στο δρόμο.					
33	Θεωρώ τον εαυτό μου ήρεμο άτομο.					
34	Στεναχωριέμαι περισσότερες φορές απ' ό τι συνήθως οι περισσότεροι άνθρωποι.					
35	Μερικές φορές νιώθω τελείως ανίκανος/η να αντιμετωπίσω τις απαιτήσεις της ζωής.					
36	Αν μπορούσα να μπω σ' ένα κινηματογράφο χωρίς να πληρώσω, και χωρίς τον κίνδυνο να με ανακαλύψουν, θα το έκανα					
37	Ενδιαφέρομαι για όλες τις μορφές τέχνης.					
38	Πρέπει να ελέγχουμε τα συναισθήματα μας για να μπορούμε να σκεφτόμαστε καθαρά.					
39	Τις περισσότερες φορές κάνω θετικές κρίσεις για τα άλλα άτομα.					
40	Ποτέ δεν ευχήθηκα να πάθει κάτι κακό ένας άνθρωπος.					
41	Όταν κάποιος έχει ανάγκη, πάντοτε τον βοηθώ.					
42	Όταν κάποιος μου φερθεί άσχημα, θα βρω κάποια στιγμή την κατάλληλη ευκαιρία και θα του το ανταποδώσω.					
43	Προσπαθώ να βοηθώ τους φτωχούς και δυστυχισμένους όσο περισσότερο μπορώ.					
44	Υπήρξαν στιγμές που επέμεινα να γίνουν τα πράγματα όπως ακριβώς τα ήθελα εγώ.					
45	Συνήθως ολοκληρώνω οτιδήποτε αρχίζω.					
46	Τις περισσότερες φορές το δωμάτιο μου είναι ακατάστατο.					
47	Συχνά αναβάλλω για αύριο, πράγματα που έχω να κάνω σήμερα.					
48	Ποτέ μου δεν είπα σκόπιμα κάτι, για να πληγώσω κάποιον.					
49	Γενικά, δεν αναλαμβάνω πολλές πρωτοβουλίες στη ζωή μου.					
50	Μου αρέσει να ασχολούμαι με πολλές και διάφορες δραστηριότητες.					
51	Μου αρέσει πάρα πολύ να γνωρίζω καινούργιους ανθρώπους.					
52	Πριν από κάθε εκλογική αναμέτρηση (π.χ. στο σχολείο, πανεπιστήμιο, εργασιακό χώρο, γενικές εκλογές) εξετάζω με προσοχή τα προσόντα όλων των υποψηφίων.					

		1	2	3	4	5
53	Δεν είμαι διαχυτικό άτομο στις εκδηλώσεις μου					
54	Είμαι άτομο που αγχώνεται πολύ εύκολα.					
55	Σπάνια νιώθω θλίψη ή κατάθλιψη.					
56	Μερικές φορές όταν δεν αισθάνομαι καλά, γίνομαι δύστροπος/η.					
57	Μερικές φορές παθαίνω κρίσεις πανικού.					
58	Πιστεύω ότι η τέχνη είναι βαρετή.					
59	Όσο πιο κοντά στις παραδοσιακές της αξίες παραμένει μια κοινωνία, τόσο πιο ηθική και σταθερή είναι.					
60	Κάπου κάπου, σκέφτομαι πράγματα πολύ άσχημα για να μιλήσω γι' αυτά.					
61	Θεωρώ υποχρέωση μου να βοηθώ αυτούς που έχουν ανάγκη.					
62	Οι άνθρωποι που με ξέρουν πιστεύουν ότι είμαι εργασιομανής.					
63	Μερικές φορές δε δείχνω την απαραίτητη προσοχή που απαιτούν οι περιστάσεις.					
64	Πότε πότε, κουτσομπολεύω λιγάκι.					
65	Πολλοί άνθρωποι που με ξέρουν με χαρακτηρίζουν εξωστρεφή.					
66	Είμαι άτομο που δεν αγχώνεται εύκολα.					
67	Σπάνια χάνω την ψυχραιμία μου.					
68	Ποτέ δεν μετανιώνω για κάτι που έκανα.					
69	Τις περισσότερες φορές είμαι απαισιόδοξος/η.					
70	Πιστεύω ότι δεν μπορεί να στηριχθεί κανείς πάνω σε ανθρώπους που συνηθίζουν να ονειροπολούν στη ζωή τους.					
71	Σπάνια δένομαι συναισθηματικά με άτομα, μέρη, ή αντικείμενα.					
72	Δεν στεναχωριέμαι ποτέ για μικρά και ανόητα πράγματα.					
73	Κερδίζει κανείς περισσότερα όταν εμπιστεύεται τους άλλους, παρά όταν είναι καχύποπτος/η απέναντι τους.					
74	Όταν κάποιος μου μιλήσει άσχημα, το ξεχνάω εύκολα.					
75	Συγκινούμαι πολύ εύκολα από τον ανθρώπινο πόνο.					
76	Δεν κουράζομαι εύκολα.					
77	Θέλω να είμαι απόλυτα ακριβής και συνεπής σε όλες μου τις ενέργειες.					
78	Όταν κάποια δραστηριότητα είναι πολύ δύσκολη, συχνά απογοητεύομαι και τελικά την εγκαταλείπω.					
79	Είμαι γνωστός/ή για τη σοβαρότητα που με διακρίνει στη λήψη αποφάσεων.					
80	Δεν με ενοχλεί τι σκέφτονται οι άλλοι για μένα.					
81	Όταν βρίσκομαι σε μία παρέα, συνήθως ξεκινώ τη συζήτηση.					



		1	2	3	4	5
82	Συνήθως αφήνω κάποιον άλλο να αναλάβει υπεύθυνη θέση σε κάποια οργάνωση, στην οποία είμαι μέλος.					
83	Νιώθω ότι έχω τις δυνατότητες να επιτύχω πολύ σπουδαία πράγματα στη ζωή μου.					
84	Ονειρεύομαι συχνά πράγματα, τα οποία είναι καλύτερα να τα κρατώ για τον εαυτό μου.					
85	Είναι φορές που πιστεύω ότι όλα μου πάνε στραβά.					
86	Δεν μου αρέσει να ονειροπολώ γιατί πιστεύω ότι είναι χάσιμο χρόνου.					
87	Πιστεύω ότι είμαι άτομο που εκτιμά την τέχνη					
88	Κλαίω εύκολα.					
89	Ο δυνατός άνθρωπος δε δείχνει τη συγκίνηση και τα συναισθήματα του μπροστά σε άλλους.					
90	Οι θρησκευτικές αρχές και αξίες δεν πρέπει να αμφισβητούνται.					
91	Πολλοί πιστεύουν, ότι έχω πάντοτε μια καλή κουβέντα να πω για κάθε άνθρωπο που ξέρω.					
92	Είμαι ευτυχισμένος/η τον περισσότερο καιρό.					
93	Πολλοί άνθρωποι κάνουν λάθος αν πιστεύουν ότι είμαι εγωιστής/τρια.					
94	Δεν μου αρέσει να εκδικούμαι τους άλλους, ακόμη και όταν με έχουν βλάψει.					
95	Προτιμώ να επαινώ τους άλλους, παρά τον εαυτό μου.					
96	Εχω φοβηθεί από πρόσωπα ή πράγματα που ήξερα ότι δεν μπορούσαν να με βλάψουν (π.χ. σκιές, σκοτάδι, κλπ.).					
97	Με οτιδήποτε και αν ασχολούμαι, θέλω να το κάνω τέλεια.					
98	Όταν ασχολούμαι με κάτι, αφοσιώνομαι τελείως σ' αυτό μέχρι να το ολοκληρώσω.					
99	Είμαι άτομο που κατευθύνεται περισσότερο από τις ορμές και τις επιθυμίες του, παρά από τη λογική.					
100	Η κριτική και η επίπληξη με στεναχωρούν.					
101	Πάντοτε διεκδικώ τα δικαιώματά μου					

### **ΜΕΡΟΣ Γ : Εταιρική Επιχειρηματικότητα**

**ΟΔΗΓΙΕΣ:** Βαθμολογήστε τις προτάσεις που ακολουθούν, ανάλογα με το πόσο πιθανό είναι να πραγματοποιήσετε αυτό που αναγράφεται σε κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις ως εξής: Καθόλου πιθανό ( πιο κοντά στο 1) ως Πολύ πιθανό (πιο κοντά στο 5)

		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<b>1</b>	Πόσο πιθανό είναι να θέλατε να είστε προϊστάμενος (μέσα στην επιχείρηση που ήδη εργάζεστε) σε ένα νέο τμήμα (ή κατάσταση) που δημιουργείται για την εκμετάλλευση μιας ριζικής καινοτομίας;					
<b>2</b>	Πόσο πιθανό είναι να θέλατε να είστε προϊστάμενος (μέσα στην επιχείρηση που ήδη εργάζεστε) σε ένα νέο τμήμα (ή κατάσταση) που δημιουργείται για να εισάγει στην αγορά μια νέα παραλλαγή ενός υπάρχοντος προϊόντος ή υπηρεσίας;					
<b>3</b>	Πόσο πιθανό είναι να θέλατε να είστε προϊστάμενος (μέσα στην επιχείρηση που ήδη εργάζεστε) σε ένα νέο τμήμα (ή κατάσταση) που δημιουργείται για να φέρει η επιχείρησή σας ένα υπάρχον προϊόν σε μια νέα αγορά;					

**Σας ευχαριστώ πολύ για τη συμμετοχή σας στην έρευνα**