

**ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΑΘΗΝΩΝ**

ΣΧΟΛΗ ΘΕΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑΣ, ΙΣΤΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΘΕΩΡΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ

**Πρόγραμμα Διδακτορικών Σπουδών στο Αντικείμενο: Ιστορία και Φιλοσοφία των
Επιστημών και της Τεχνολογίας**

Τίτλος Διδακτορικής Διατριβής:

«Επιχειρηματική Εκπαίδευση, Κίνητρα και Πολιτισμικό Υπόβαθρο»

Μπαμπάσης Ελευθέριος (Αρ. Μητρώου: ΔΤ 12/011).

**Επιβλέπων Καθηγητής: Σπυρίδων Ι. Βλιάμος, (Επιβλέπων) Καθηγητής τμήματος
Μεθοδολογίας, Ιστορίας και θεωρίας της Επιστήμης του Εθνικού και Καποδιστριακού
Πανεπιστημίου Αθηνών**

ΑΘΗΝΑ, ΜΑΪΟΣ 2016

Η Διδακτορική Διατριβή κατατέθηκε στο τμήμα Μεθοδολογίας, Ιστορίας και Θεωρίας της Επιστήμης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

Μέλη της Τριμελούς Επιστημονικής Επιτροπής

Παναγιώτης Ε. Πετράκης, Καθηγητής τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

Γεώργιος Παπακωνσταντίνου, Επίκουρος Καθηγητής τμήματος Φιλοσοφίας, Παιδαγωγικής και Ψυχολογίας Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

Μέλη Επταμελούς επιτροπής

Γκότσης Γεώργιος, Αναπληρωτής καθηγητής τμήματος Μεθοδολογίας, Ιστορίας και Θεωρίας της Επιστήμης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

Δραγώνα Θάλεια, Καθηγήτρια τμήματος Εκπαίδευσης και Αγωγής στην Προσχολική Ηλικία του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

Αυθίνος Ιωάννης, Καθηγητής τμήματος Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

Κριεμάδης Αθανάσιος, Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

**Αφιερώνω την παρούσα διδακτορική διατριβή
στην Μητέρα μου και την Οικογένειά μου**

Το πρώτο χρέος, εκτελώντας τη θητεία σου στη ράτσα, είναι να νιώσεις μέσα σου όλους τους προγόνους.

Το δεύτερο, να φωτίσεις την ορμή τους και να συνεχίσεις το έργο τους.

Το τρίτο σου χρέος, να παραδώσεις στο γιο τη μεγάλη εντολή να σε ξεπεράσει

(Νίκος Καζαντζάκης)

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η εκπόνηση μίας διδακτορικής διατριβής αποτελεί μία ξεχωριστή εμπειρία για τον κάθε ερευνητή ο οποίος επωμίζεται την κύρια ευθύνη συγγραφής της. Ωστόσο, καμία διδακτορική διατριβή δεν μπορεί να ολοκληρωθεί χωρίς την γόνιμη αλληλεπίδραση μεταξύ εκείνου που την εκπονεί και των καθηγητών που τον συμβουλεύουν και του συμπαραστέκονται. Η συμβολή τους είναι καίρια αν αναλογιστεί κανείς ότι ο ερευνητής με τη βοήθειά τους είναι σε θέση να προσεγγίσει ορθά την επιστημονική αλήθεια και να ερμηνεύσει και συνδέσει σωστά τα δεδομένα με τη θεωρία. Στο πλαίσιο αυτό είναι τιμή μου που συνεργάστηκα με έγκριτους επιστήμονες και ακαδημαϊκούς για την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας.

Θα ήθελα να εκφράσω τις βαθύτερες ευχαριστίες μου στον καθηγητή κ. Σπύρο Βλιάμο του Τμήματος ΜΙΘΕ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, στο οποίο εκπόνησα την διατριβή μου, για την αμέριστη συμπαράσταση και υποστήριξή του. Η υπομονή του και η επιστημονική του κατάρτιση με βοήθησαν αποτελεσματικά να διαχειριστώ πολλές παραμέτρους και δυσκολίες που αντιμετώπισα κατά τη διάρκεια συγγραφής της. Επιπλέον, τα διδάγματα, η καθοδήγηση και ο επιστημονικός του προσανατολισμός ήταν καταλυτικοί για το σχεδιασμό και την υλοποίηση της έρευνας.

Επίσης, νιώθω την ανάγκη να ευχαριστήσω τον καθηγητή κ. Παναγιώτη Ε. Πετράκη του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, ο οποίος εξ αρχής με ενθουσιασμό με στήριξε στην επιλογή μου για το συγκεκριμένο αντικείμενο της έρευνάς μου. Αποτέλεσε στήριγμα επιστημονικό και μου έδωσε τη δυνατότητα να εργαστώ και να συνδυάσω την εργασιακή μου εμπειρία με το γνωστικό αντικείμενο της έρευνάς μου.

Ακόμη, ευχαριστώ τον επίκουρο καθηγητή κ. Γεώργιο Παπακωνσταντίνου του τμήματος Φιλοσοφίας, Παιδαγωγικής και Ψυχολογίας όπου με την επιστημονική του επάρκεια με

βοήθησε στην κατάρτιση του ερωτηματολογίου και των ερωτημάτων της έρευνας για τη συλλογή πρωτογενών δεδομένων πάνω στα οποία στηρίχθηκε η παρούσα διδακτορική διατριβή. Τα 500 και πλέον ερωτηματολόγια που συγκεντρώθηκαν από φοιτητές επιμέρους τμημάτων του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών αποδεικνύουν την αγάπη με την οποία παισιώθηκε η συγκεκριμένη έρευνα από νέους ανθρώπους και κυρίως τους φοιτητές.

Πίνακας Περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	10
ABSTRACT.....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	13
1.1 Ερευνητικός Σκοπός και Ερευνητικά Ερωτήματα.....	14
1.2 Δομή.....	16
1.3 Συνεισφορά.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Εισαγωγή στην Αναδυόμενη Ελληνική Επιχειρηματικότητα.....	20
2.1 Γεωργική Οικονομία στην αναδυόμενη οικονομία της Ελλάδας.....	22
2.2 Το προφίλ των Ελλήνων Επιχειρηματιών (διάστημα 1830-1909).....	26
2.2.1 Οικονομία και Επιχειρήσεις.....	27
2.2.2 Ίδρυτές Εταιριών τον 19 ^ο και αρχές 20 ^ο αιώνα (1830-1909).....	29
2.2.3 Επιχειρηματική οργάνωση και χρηματοδότηση της ελληνικής οικονομίας (1830-1909).....	31
2.3 Συμπεράσματα: Ποιοτικά χαρακτηριστικά Ελλήνων επιχειρηματιών στην αναδυόμενη ελληνική οικονομία (1830-1909).....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ, ΚΙΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ - ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.....	38
3.1 Εισαγωγή.....	38

3.2 Η έννοια της επιχειρηματικότητας.....	39
3.3 Η έννοια της Επιχειρηματικής Εκπαίδευσης	42
3.4 Επιχειρηματικότητα και Πολιτισμικό Υπόβαθρο	50
3.4.1 Ο ρόλος του πολιτισμικού υπόβαθρου και της εκπαίδευσης στη σύγχρονη επιχειρηματικότητα.....	53
3.4.2 Πολιτιστική πολυμορφία και επιχειρηματικές πρωτοβουλίες	54
3.4.3 Επιρροές της επιχειρηματικότητας στον πολιτισμό	56
3.5 Νεανική Επιχειρηματικότητα και κρίση στην Ελλάδα.....	57
3.6. Επιχειρηματικά Κίνητρα.....	64
3.7 Επιχειρηματική Εκπαίδευση και Κίνητρα	73
3.8 Αρχική παρουσίαση της δομής του Υποδείγματος Επιχειρηματικών Κινήτρων ..	77
3.9 Σύνοψη και Διατύπωση Ερευνητικών Υποθέσεων	82
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	87
4.1 Διαδικασία	87
4.2 Εργαλείο συλλογής πρωτογενών δεδομένων.....	89
4.3 Δείγμα	93
4.4 Μέθοδος Ανάλυσης	96
4.4.1 Ανάλυση εσωτερικής συνέπειας εργαλείου έρευνας.....	96
4.4.2 Εγκυρότητα περιεχομένου εργαλείου έρευνας: Προσδιορισμός μεταβλητών για χρήση στο Υπόδειγμα Επιχειρηματικών Κινήτρων	97
4.4.3 Οικονομετρική μέθοδος.....	104
4.5 Σύνοψη.....	105
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ.....	107
5.1 Εννοιολογικές δομές και προσδιορισμός των μεταβλητών του υποδείγματος επιχειρηματικών κινδύνων.....	107
5.2 Ανάλυση αποτελεσμάτων δημογραφικών στοιχείων	110

5.3 Παρουσίαση Αποτελεσμάτων: Επιχειρηματικά κίνητρα.....	115
5.4 Επιχειρηματική Κινητικότητα και ο ρόλος της Επιχειρηματικής Εκπαίδευσης..	124
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΖΗΤΗΣΗ	133
6.1 Περιορισμοί	140
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	142
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: Μελέτη Περίπτωσης: Ποιοτικά χαρακτηριστικά Ελλήνων Επιχειρηματιών 1830-1909.....	154
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: Ηλεκτρονική διεύθυνση Ερωτηματολογίου.....	159
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3: Ανάπτυξη Διαδικτυακής Εφαρμογής Αυτό-αξιολόγησης Επιχειρηματικής Ιδέας	160
Βιβλιογραφία	163

Λίστα Εικόνων

Εικόνα 1. Προσωπική έλξη ως μη παρατηρούμενη μεταβλητή	101
Εικόνα 2: Προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες ως μη παρατηρούμενη μεταβλητή ...	102
Εικόνα 3: Προσλαμβάνων έλεγχος ως μη παρατηρούμενη μεταβλητή.....	103
Εικόνα 4: Επιχειρηματικό κίνητρο ως μη παρατηρούμενη μεταβλητή	103

Λίστα διαγραμμάτων

Σχήμα 1. Εξέλιξη κατανομής επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας	62
Σχήμα 2: Επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο (% πληθυσμού).....	66
Σχήμα 3: Επιχειρηματικότητα: καλή επιλογή σταδιοδρομίας (% πληθυσμού).....	66
Σχήμα 4: Κοινωνική καταξίωση και σεβασμός στους επιτυχημένους επιχειρηματίες (% πληθυσμού).....	67
Σχήμα 5: Προβολή επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης (% πληθυσμού).....	67
Σχήμα 6: Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (% πληθυσμού)	68

Σχήμα 7: Φόβος αποτυχίας (% πληθυσμού).....	68
---	----

Λίστα Πινάκων

Πίνακας 1: Τμήμα Σπουδών Ερωτηθέντων	95
Πίνακας 2: Αποτελέσματα Cronbach a ερωτηματολογίου	97
Πίνακας 3: Πίνακας παραγόντων (μέθοδος principal component analysis).....	108
Πίνακας 4: Αποτελέσματα ελέγχου ANOVA επιχειρηματικών κινήτρων και αντικινήτρων με βάση δημογραφικά στοιχεία δείγματος	115
Πίνακας 5: Κίνητρα-αντικίνητρα ερωτηθέντων στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης	116
Πίνακας 6: Πιθανότητα ίδρυσης πραγματικής επιχείρησης σε βάθος πενταετίας	118
Πίνακας 7: Προσωπικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα κι αυτοποτελεσματικότητα ερωτηθέντων	119
Πίνακας 8: Αποτελέσματα ελέγχου ANOVA επίδρασης προσωπικών γνωρισμάτων και αυτοαποτελεσματικότητας.....	121
Πίνακας 9: Ανάλυση παλινδρομήσεων υποδείγματος με γενικευμένα ελάχιστα τετράγωνα	123
Πίνακας 10: Αξιολόγηση επιχειρηματικής εκπαίδευσης.....	128
Πίνακας 11: Cross Tabulation Analysis: Επιχειρηματική κινητικότητα & επιχειρηματικής εκπαίδευσης (A & B).....	130
Πίνακας 12: Σημαντικότεροι Έλληνες επιχειρηματίες 19 ^{ου} -20ου αιώνα (κυρίως το διάστημα 1830-1909).....	154

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα διατριβή εξετάζεται ο σύγχρονος ρόλος της επιχειρηματικής εκπαίδευσης και της κουλτούρας στη διαμόρφωση επιχειρηματικών κινήτρων. Μέσα από τη συλλογή και επεξεργασία ερωτηματολογίων, η συγκεκριμένη διδακτορική διατριβή στο εμπειρικό μέρος εστιάζει στην αποτελεσματική αξιολόγηση των αποτελεσμάτων για το ρόλο της επιχειρηματικής εκπαίδευσης και προτείνει τρόπους για να γίνει περισσότερο αποτελεσματική.

Πιο συγκεκριμένα, στο σύγχρονο ελληνικό οικονομικό περιβάλλον αναδεικνύεται και διερευνάται ο ρόλος της εκπαίδευσης στην επιχειρηματική κινητικότητα των νέων αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Η ανάλυση επεκτείνεται στις βασικές έννοιες της επιχειρηματικότητας, επιχειρηματικής εκπαίδευσης, τις επιμέρους κατηγορίες κινήτρων όπως: προσωπικά κίνητρα, κίνητρα τα οποία συνδέονται με την επιστημονική γνώση, την επιχειρηματική ευκαιρία, τη διαθεσιμότητα των πόρων, τα κοινωνικά δίκτυα και την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία του επίδοξου επιχειρηματία. Για τη διερεύνηση του ρόλου της εκπαίδευσης στην επιχειρηματική κινητικότητα πραγματοποιήθηκε στατιστική ανάλυση σε ένα δείγμα 550 ερωτηματολογίων κάνοντας χρήση του Υποδείγματος Επιχειρηματικών Κινήτρων, έτσι όπως αυτό διαμορφώθηκε από τους Boyd & Vozikis και Bird (το οποίο στηρίζεται στη Θεωρία της Σχεδιασμένης Συμπεριφοράς του Ajzen). Η διδακτορική διατριβή καταλήγει σε συγκεκριμένα συμπεράσματα σχετικά με τα κίνητρα και το ρόλο της επιχειρηματικής εκπαίδευσης.

Ωστόσο, πριν από το κεφάλαιο της βιβλιογραφικής ανασκόπησης και της διερεύνησης των ζητημάτων που τέθηκαν αμέσως παραπάνω, πραγματοποιείται μία σύντομη ιστορική αναδρομή στην αναδύομενη επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα μέσα από την σκιαγράφηση του προφίλ και την ανάδειξη ορισμένων ποιοτικών χαρακτηριστικών των επίδοξων ή εδραιωμένων επιχειρηματιών εκείνης της εποχής (το διάστημα 1830-1909). Είναι η εποχή όπου οι επιχειρηματίες δεν έχουν να στηριχθούν στο κράτος ή σε δομές εκπαίδευσης, αλλά το επιχειρηματικό περιβάλλον απαιτεί να

διαθέτουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά για να ξεχωρίσουν. Σε αυτή την περίοδο οι επιχειρηματίες προέρχονταν κυρίως από οικογένειες με υψηλή κοινωνική θέση, αναδεικνύοντας τη σημασία για εκείνη την εποχή των κοινωνικών και κυρίως οικογενειακών δικτύων. Μόνο οι γόννοι εύπορων οικογενειών μπορούν να ξεκινήσουν ένα επιχειρηματικό εγχείρημα ή να συνεχίσουν τη συνήθως την επιτυχημένη οικογενειακή επιχείρηση διοικώντας κατά κύριο λόγο συγκεντρωτικά. Το ιστορικό πλαίσιο αναφοράς του 1830-1909, επιλέχθηκε διότι μέσα σε αυτό το διάστημα δεν υπήρχαν πολεμικές συγκρούσεις και η πρωτόγονη ελληνική επιχειρηματικότητα διένυε απρόσκοπτα τα πρώτα της βήματα μέσα από δύσκολες οικονομικές συγκυρίες προς μία αργή ενσωμάτωση στο ευρύτερο καπιταλιστικό σύστημα της Ευρώπης.

Ο συνεκτικός κρίκος με το απώτερο παρελθόν της ιστορικής αναδρομής και το παρών είναι οι συνθήκες οικονομικής κρίσης που βιώνει και πάλι η ελληνική οικονομία και ουσιαστικά αποτελούν τροχοπέδη στην ανάπτυξη της υγιούς επιχειρηματικότητας. Μπορεί το τότε με το σήμερα να διαφέρουν ως προς τους λόγους που οδήγησαν στην οικονομική κρίση, ωστόσο οι νέοι επίδοξοι επιχειρηματίες έχουν να αντιμετωπίσουν εκ νέου οικονομικές συνθήκες ασφυξίας και έλλειψης κεφαλαίων

Λέξεις-Κλειδιά: Επιχειρηματικότητα, Επιχειρηματική Εκπαίδευση, Αυτοαποτελεσματικότητα, Κίνητρα, Πολιτισμικό Υπόβαθρο

ABSTRACT

In this thesis, the aim was to examine the role of entrepreneurship education and culture in shaping business incentives. In general, the various definitions of entrepreneurship until today include different dimensions. In this case, the definition of entrepreneur includes the concept of wealth accumulation, innovation, but also the coordination and organization of the firm, but also the ability to take risks. As shown by the analysis for the Greek reality by sketching the profile of Greek entrepreneurs in the 19th and 20th century, it seems that entrepreneurship was rather a privilege of an elite, stressing the importance of social networks which have made the decision to undertake business ventures easier. Another important conclusion drawn was that the profile of Greek entrepreneurs of the time was authoritarian, mostly originating either from families with high social status, whether they had received training abroad. Today, the role of business education seems to interfere with the business of student mobilization respective programs. In a sample of 550 questionnaires, it was tested whether the Theory of Planned Behaviour explains entrepreneurial motivation. The results showed that the model can be applied with some modifications. In particular, it seemed that social - demographic data must be extracted from the model and entrepreneurial education to take their place, influencing self-efficacy, personal attraction and perceptions of social norms. The social norms perceptions, however, impact only on self-efficacy. Eventually, entrepreneurial motive is directly affected only by self-efficacy and personal attraction from the students' sample.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Education, self-efficacy, incentives, cultural background.

ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στην παρούσα διατριβή ο κύριος στόχος είναι η ανάλυση της επιχειρηματικότητας, υπό το πρίσμα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης, των κινήτρων και την επίδραση του πολιτισμικού υπόβαθρου. Στη βιβλιογραφική ανασκόπηση περιλαμβάνονται αναφορές σχετικά με άλλες ερευνητικές εργασίες που ασχολούνται με τις έννοιες στις οποίες εστιάζει η παρούσα διδακτορική διατριβή καθώς επίσης αναλύεται ο ερευνητικός σκοπός και τίθενται τα ερευνητικά ερωτήματα.

Με εργαλείο την παράθεση της προσπάθειας που έχει καταβληθεί από την επιστημονική κοινότητα, είναι εφικτή η μετέπειτα παρουσίαση των επιστημονικών θεωριών που εμπλέκονται γύρω από αυτές τις έννοιες, καθώς και η παράθεση τόσο μέσω βιβλιογραφικής επισκόπησης όσο κι εμπειρικής ανάλυσης της σύνδεσης των εννοιών αυτών, εστιάζοντας στο ρόλο της επιχειρηματικής εκπαίδευσης για την ενθάρρυνση στην ανάληψη πρωτοβουλιών από νέους επίδοξους επιχειρηματίες. Μέσα από τα ερωτηματολόγια και την στατιστική ανάλυσή τους προκύπτουν μετρήσιμα αποτελέσματα τα οποία παρουσιάζονται στο εμπειρικό μέρος της διδακτορικής διατριβής.

Σε αυτό το εννοιολογικό πλαίσιο στην παρούσα διατριβή πραγματοποιείται μία σύντομη ιστορική αναδρομή στις οικονομικές συνθήκες οι οποίες επικρατούσαν στην αναδυόμενη ελληνική επιχειρηματικότητα (1830-1909). Εξετάζονται οι συνθήκες με τις οποίες ήρθαν αντιμέτωποι οι έλληνες επίδοξοι επιχειρηματίες οι οποίοι επιθυμούσαν να αναλάβουν μία επιχειρηματική πρωτοβουλία και σκιαγραφείται το προφίλ τους. Ο

συνεκτικός παράγοντας του τότε με το σήμερα είναι οι συνθήκες οικονομικής κρίσης τόσο για την αναδυόμενη οικονομία της περιόδου 1830-1909, όσο και της σημερινής κατάστασης που αντιμετωπίζουν οι νέοι επιχειρηματίες στη σύγχρονη ελληνική οικονομία. Όπως και στο απώτερο παρελθόν, έτσι και σήμερα στη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα η οικονομική κρίση είναι παρούσα ήδη έξι συναπτά έτη μέχρι και σήμερα (2016) χωρίς σαφή σημάδια βελτίωσης στο προσεχές μέλλον. Σαφώς διαφέρουν οι αιτίες που οδήγησαν στην οικονομική κρίση το εξεταζόμενο διάστημα 1830-1909 και το σήμερα, ωστόσο οι νέοι επίδοξοι επιχειρηματίες έχουν να αντιμετωπίσουν στη σύγχρονη πραγματικότητα τα αποτελέσματα που προκαλεί κάθε οικονομική κρίση καπιταλιστικού τύπου στη λειτουργία μιας χώρας.

Στα επόμενα κεφάλαια εστιάζουμε στις σύγχρονες διαδικασίες μέσα από τις οποίες μπορεί η ικανότητα του «επιχειρείν» να προωθηθεί και να επιταχυνθεί μέσω μίας οργανωμένης επιχειρηματικής εκπαίδευσης ενώ καταλήγει και σε συγκεκριμένα συμπεράσματα κάνοντας χρήση του Υποδείγματος Επιχειρηματικών Κινήτρων το οποίο στηρίζεται στη Θεωρία της Προσχεδιασμένης Συμπεριφοράς που πρώτος ανέπτυξε ο Azjen και καταλήγουμε σε συγκεκριμένα συμπεράσματα.

Συνοψίζοντας όλη την παραπάνω ανάλυση και δίνοντας το στίγμα για τη συνέχεια της διδακτορικής διατριβής επισημαίνουμε ότι η έννοια της επιχειρηματικότητας, έχει να κάνει με μια προσέγγιση δύο επιπέδων: ως προς τις διαδικασίες που οδηγούν το άτομο να αυτοαπασχολείται (δομές εκπαίδευσης, κίνητρα), αλλά και ως προς τα προσωπικά χαρακτηριστικά του ίδιου του ατόμου (Stokes, Wilson & Mador, 2010).

1.1 Ερευνητικός Σκοπός και Ερευνητικά Ερωτήματα

Ο πρωτεύων ερευνητικός σκοπός και τα ερευνητικά ερωτήματα αφορούν τη διερεύνηση των δημογραφικών, κοινωνικών και πολιτισμικών παραγόντων και των προσωπικών χαρακτηριστικών και της αυτοαποτελεσματικότητας στα επιχειρηματικά κίνητρα των τελειόφοιτων πανεπιστημιακών φοιτητών. Στο πλαίσιο αυτό εξετάζεται επίσης η συμβολή της επιχειρηματικής εκπαίδευσης, ως παράγοντας διαμόρφωσης μίας

επιχειρηματικής κουλτούρας έτσι ώστε να απαντηθεί το ερώτημα: εάν κάποιος γεννιέται επιχειρηματίας ή μέσω της κατάλληλης εκπαίδευσης η επιχειρηματικότητα είναι ένα αποκλειστικά «επίκτητο» χαρακτηριστικό που μπορεί να οδηγήσει στην ενθάρρυνση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Για να αξιολογηθεί η επίδραση των δημογραφικών, κοινωνικών (πολιτισμικών παραγόντων) και των προσωπικών χαρακτηριστικών και της αυτοαποτελεσματικότητας ως παραγόντων συν-διαμόρφωσης των επιχειρηματικών κινήτρων διαμορφώνουμε ένα Υπόδειγμα Επιχειρηματικών Κινήτρων το οποίο στηρίζεται σε αντίστοιχες ερευνητικές εργασίες, οι οποίες αναφέρονται αναλυτικά στο κεφάλαιο της βιβλιογραφικής ανασκόπησης.

Για τη συλλογή πρωτογενών στοιχείων διαμορφώθηκε ένα εργαλείο έρευνας (ερωτηματολόγιο) κατάλληλο για τη διασφάλιση όσο το δυνατόν περισσότερο έγκυρων και ουσιαστικών πρωτογενών στοιχείων. Μέσα από δείγμα 550 ερωτηματολογίων καταγράφονται, στοιχειοθετούνται και επεξεργάζονται οι απόψεις των φοιτητών που συμμετέχουν σε μαθήματα επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο των σπουδών τους.

Για την εκπλήρωση του ερευνητικού σκοπού της εργασίας περαιτέρω ερευνητικά ερωτήματα έχουν αναπτυχθεί με απώτερο σκοπό την πληρέστερη κατανόηση κι επεξήγηση του θέματος και παρατίθενται ως ακολούθως:

Διατύπωση Ερευνητικών Υποθέσεων: έχοντας παραθέσει το σχετικό ακαδημαϊκό υπόβαθρο και μέσω των σημαντικότερων συμπερασμάτων που προέκυψαν συνοψίζοντας παραπάνω τα κυριότερα ευρήματα, αναπτύχθηκαν περαιτέρω ερευνητικές υποθέσεις, οι οποίες παρουσιάζονται αναλυτικά παρακάτω και αφορούν νέους οι οποίοι έχουν παρακολουθήσει μαθήματα ανάπτυξης επιχειρηματικών δεξιοτήτων:

H1: Τα πολιτισμικά-δημογραφικά στοιχεία έχουν σημαντική επίδραση στα κίνητρα αντι-κίνητρα για την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης.

H2: Τα προσωπικά κίνητρα και η αυτό-αποτελεσματικότητα των επίδοξων επιχειρηματιών έχουν σημαντική επίδραση στα κίνητρα αντι-κίνητρα σχετικά με την ενθάρρυνση νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών

Επίσης αποτυπώνεται στο κεφάλαιο των Αποτελεσμάτων εάν τα προσωπικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα και η αυτό-αποτελεσματικότητα (self-efficacy) του

επίδοξου επιχειρηματία έχουν σημαντικότερη επίδραση στα κίνητρα και αντι-κίνητρα σχετικά με την ενθάρρυνση νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών σε σχέση με τα κοινωνικά (πολιτισμικά) και δημογραφικά στοιχεία.

Στο πλαίσιο αυτό, στο κεφάλαιο των Αποτελεσμάτων της εμπειρικής ανάλυσης αξιολογείται η επιχειρηματική εκπαίδευση στο πλαίσιο μαθημάτων επιχειρηματικότητας για την επιχειρηματική κινητικότητα και ενθάρρυνση για την ανάπτυξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών των νέων που συμμετείχαν στην έρευνα σε βάθος πενταετίας.

Τα παραπάνω ερωτήματα αναλύονται εκτενώς στο κεφάλαιο της βιβλιογραφικής ανασκόπησης (υποενότητα της σύνοψης). Μέσα από ολόκληρο το κεφάλαιο 2 της βιβλιογραφικής ανασκόπησης προκύπτει η σημαντικότητα των ερωτημάτων καθώς και η ερευνητική τεκμηρίωση των στόχων που τίθενται στο πλαίσιο της παρούσας διδακτορικής διατριβής. Έπειτα προχωράμε στην εμπειρική ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας με βάση τους συγκεκριμένους στόχους που αναφέραμε, μέσα από την κατάρτιση και χρήση του εργαλείου έρευνας.

1.2 Δομή

Η παρούσα διατριβή αποτελείται από επτά κεφάλαια και επιπλέον το Παράρτημα και τη Βιβλιογραφία. Επίσης χωρίζεται σε δύο ενότητες: στο Θεωρητικό Υπόβαθρο της Έρευνας, το οποίο περιλαμβάνει τα πρώτα τρία κεφάλαια και στην Εμπειρική Μελέτη, η οποία περιλαμβάνει τα υπόλοιπα κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο τίθεται το πλαίσιο της έρευνας, οι ερευνητικοί σκοποί, τα προς διερεύνηση ερωτήματα, η διάρθρωση της έρευνας σε ενότητες και η κύρια συνεισφορά της παρούσας διδακτορικής διατριβής.

Στο δεύτερο κεφάλαιο πραγματοποιείται μία ιστορική αναδρομή στην αναδυόμενη ελληνική επιχειρηματικότητα (1830-1909). Έτσι συνδέεται το παρελθόν με το σήμερα με συνεκτικό κρίκο τις δυσμενείς οικονομικές συνθήκες και την απουσία πολεμικών συγκρούσεων που είχαν να αντιμετωπίσουν οι νέοι επίδοξοι επιχειρηματίες εκείνης της εποχής. Αναφερόμαστε στη σκιαγράφηση του προφίλ των ελλήνων επιχειρηματιών

εκείνης της εποχής, τις συνθήκες της οικονομίας και την επιχειρηματική οργάνωση και τέλος καταλήγουμε σε ορισμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά των Ελλήνων επίδοξων ή εδραιωμένων επιχειρηματιών στην αναδυόμενη ελληνική οικονομία.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρατίθεται η βιβλιογραφική ανασκόπηση μέσα από την οποία τεκμηριώνονται και οι σκοποί και οι στόχοι της έρευνας. Αναφέρονται ερευνητικές εργασίες οι οποίες έχουν συναφές ερευνητικό αντικείμενο με τα υπό εξέταση ζητήματα που αναπτύσσονται. Πραγματοποιείται πλήρης αναφορά στο ακαδημαϊκό υπόβαθρο γύρω από την επιχειρηματικότητα, την επιχειρηματική εκπαίδευση, τα επιχειρηματικά κίνητρα και το πολιτιστικό υπόβαθρο. Επιπλέον, έγινε περαιτέρω αναφορά στη σημαντικότητα της επιχειρηματικότητας και στοιχεία για το πώς αυτή έχει διαμορφωθεί ως προς τις τάσεις και τα κίνητρα των νέων επιχειρηματιών (δημογραφικά στοιχεία, προσωπικά και ο ρόλος της επιχειρηματικής κουλτούρας μέσα από την εκπαίδευση). Επίσης, παρουσιάζεται αρχικώς η δομή του υποδείγματος επιχειρηματικών κινήτρων με βάση το οποίο θα καταλήξουμε σε συγκεκριμένα συμπεράσματα στα επόμενα κεφάλαια. Τέλος, συνοψίζονται και διατυπώνονται εκ νέου οι ερευνητικές υποθέσεις προς διερεύνηση πριν περάσουμε στο εμπειρικό μέρος της διατριβής.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας και συγκεκριμένα η διαδικασία που ακολουθείται, το εργαλείο συλλογής πρωτογενών δεδομένων, το δείγμα, και η μέθοδος ανάλυσης που εμπεριέχει την ανάλυση εσωτερικής συνέπειας εργαλείου έρευνας, εγκυρότητα περιεχομένου και περιγράφεται η μέθοδος προσδιορισμού των μεταβλητών για χρήση στο υπόδειγμα επιχειρηματικών κινήτρων.

Το πέμπτο κεφάλαιο περιέχει τα αποτελέσματα της εμπειρικής ανάλυσης, όπως: τις εννοιολογικές δομές και τον ακριβή προσδιορισμό των μεταβλητών, ανάλυση αποτελεσμάτων δημογραφικών στοιχείων έρευνας, παρουσίαση αποτελεσμάτων σχετικά με τα επιχειρηματικά κίνητρα και τους παράγοντες που τα επηρεάζουν (οικονομετρική ανάλυση υποδείγματος επιχειρηματικών κινήτρων) και τέλος αξιολόγηση της επιχειρηματικής κινητικότητας και ο ρόλος της εκπαίδευσης.

Το έκτο κεφάλαιο αφορά το πλαίσιο συζήτησης σχετικά με τα αποτελέσματα στα οποία κατέληξε η διδακτορική διατριβή μέσα από την οικονομετρική ανάλυση και την αξιολόγηση της επιχειρηματικής εκπαίδευσης. Επίσης αναφέρονται οι περιορισμοί που διαπιστώθηκαν και περιέχονται θέματα τα οποία αποτελούν μέρος της προβληματικής

που έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας και των παραγόντων που διερευνήθηκαν και αποτελούν μέρος μίας ευρύτερης συζήτησης.

Στο έβδομο και τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζονται συνοπτικά τα συμπεράσματα που καταλήγει η διατριβή σχετικά με τα κίνητρα, αλλά και την αξιολόγηση της επιχειρηματικής εκπαίδευσης.

Στο Παράρτημα, παρουσιάζεται ένα πολύ σημαντικό μέρος στην εκπόνηση της παρούσας διδακτορικής διατριβής το οποίο αφορά στις Μελέτες Περίπτωσης Ελλήνων Επιχειρηματιών από την αναδυόμενη ελληνική οικονομία και ποιοτικά χαρακτηριστικά τους, το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε και αναφέρεται αναλυτικά η ανάπτυξη μίας πρότυπης διαδικτυακής εφαρμογής αυτό-αξιολόγησης επιχειρηματικής ιδέας στο πλαίσιο αξιολόγησης της επιχειρηματικής εκπαίδευσης και εκπαιδευτικών ηλεκτρονικών εργαλείων (tools) για την τόνωση της αυτοπεποίθησης, την περαιτέρω ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων από τους φοιτητές και την ενθάρρυνση στην ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

1.3 Συνεισφορά

Στη διεθνή βιβλιογραφία παραμένει ανοιχτό το πεδίο διερεύνησης και αξιολόγησης με πρωτογενή στατιστικά δεδομένα:

- της επίδρασης δημογραφικών, κοινωνικο-πολιτισμικών στοιχείων καθώς και
- των προσωπικών γνωρισμάτων στα επιχειρηματικά κίνητρα.
- Επίσης υπάρχουν εμπειρικές μελέτες οι οποίες αναφέρουν το ρόλο της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στη δευτεροβάθμια ή τριτοβάθμια εκπαίδευση και το ρόλο που διαδραματίζει στην επιχειρηματική κινητικότητα των νέων.

Διερευνάται για τα ελληνικά δεδομένα εάν είναι στατιστικά σημαντικά τα προσωπικά γνωρίσματα του ατόμου και η αυτοαποτελεσματικότητα ή οι δημογραφικοί παράγοντες (κοινωνικο-πολιτισμικά στοιχεία) στα επιχειρηματικά κίνητρα (Phan, Wong, & Wang, 2002). Επιπλέον, μέσα στο πλαίσιο αυτό αξιολογείται επιπλέον πώς η οργάνωση ολοκληρωμένων μαθημάτων επιχειρηματικότητας (διαλέξεις, επισκέψεις σε εταιρίες,

κατάρτιση business plan) μπορεί να αλλάξει τη στάση ζωής και τη συμπεριφορά του ατόμου ενθαρρύνοντάς το να αναλάβει επιχειρηματικές δράσεις. Εκτός από την προσωπική έλξη, η οποία είναι σημαντική μεταβλητή καθορισμού του επιχειρηματικού κινήτρου, ενυπάρχει και η μεταβλητή της επιχειρηματικής εκπαίδευσης, η οποία όπως αναφέραμε επηρεάζει τον προσλαμβάνοντα έλεγχο μέσω της αυτοαποτελεσματικότητας.

Η συνεισφορά της συγκεκριμένης διατριβής έγκειται στο γεγονός ότι προσπαθεί να θεραπεύσει και να δώσει συγκεκριμένες απαντήσεις στα παραπάνω ερωτήματα ως πλαίσιο αναφοράς τις ιδιαίτερες συνθήκες της σύγχρονης ελληνικής πραγματικότητας και περαιτέρω να αποφανθεί για την αποτελεσματικότητα των υφιστάμενων μαθημάτων επιχειρηματικότητας καθώς και να προτείνει τρόπους βελτίωσης στις μεθόδους και τρόπους οργάνωσής τους στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον.

Στο πλαίσιο αυτό έχει αναπτυχθεί πρωτογενώς ηλεκτρονική εφαρμογή (tool) αυτό-αξιολόγησης επιχειρηματικής ιδέας η οποία στηρίχθηκε στα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας και συγκεκριμένα ότι η επιχειρηματική εκπαίδευση ως παράγοντας επηρεάζει τον προσλαμβάνοντα έλεγχο μέσω της αυτοαποτελεσματικότητας. Συγκεκριμένα, μέσα από την επιχειρηματική εκπαίδευση και την επιχειρηματική γνώση οι ερωτηθέντες νιώθουν περισσότερη αυτοπεποίθηση και εμπιστοσύνη στις ικανότητες και δεξιότητές τους και ενθαρρύνονται στη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης στο κοντινό μέλλον.

Τέλος, το ερωτηματολόγιο που προτείνει η παρούσα έρευνα (ειδικά στο τρίτο μέρος) είναι πρωτότυπο ως προς τον τρόπο οργάνωσης των ερωτημάτων για την αξιολόγηση της επιχειρηματικής εκπαίδευσης μέσα από την ανάπτυξη εκπαιδευτικών ενεργειών οι οποίες δρουν συμπληρωματικά στα μαθήματα επιχειρηματικότητας (κατάρτιση business plan, επισκέψεις σε επιχειρήσεις, σεμιναριακές παρουσιάσεις από στελέχη, σύμβουλοι υποστήριξης κ.α) στο πλαίσιο επιχειρηματικών προγραμμάτων ενθάρρυνσης της νεανικής επιχειρηματικότητας. Αντίστοιχη έρευνα είναι η πρώτη φορά που διεξάγεται στην Ελλάδα ενώ και σε διεθνές επίπεδο δεν υπάρχει αντίστοιχη ερευνητική εργασία η οποία εξετάζει τις συγκεκριμένες συμπληρωματικές ενέργειες στο πλαίσιο της επιχειρηματικής εκπαίδευσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Εισαγωγή στην Αναδυόμενη Ελληνική Επιχειρηματικότητα

Πριν αναφερθούμε αναλυτικά στην βιβλιογραφική ανασκόπηση αντίστοιχων ερευνητικών εργασιών σχετικά με έννοιες οι οποίες αναλύονται στα επόμενα κεφάλαια της παρούσας διδακτορικής διατριβής, πραγματοποιείται μία σύντομη ιστορική αναδρομή στις οικονομικές συνθήκες οι οποίες επικρατούσαν στην αναδυόμενη ελληνική επιχειρηματικότητα (1830-1909). Η ιδιοποιός διαφορά της χρονικής περιόδου 1830-1909 με το σήμερα είναι η απουσία οποιασδήποτε μορφής επιχειρηματικής εκπαίδευσης ή επιμόρφωσης σε θέματα επιχειρηματικότητας. Μέσα από την ιστορική αυτή αναφορά, η οποία αποτελεί ένα μικρό υποσύνολο της συγκεκριμένης έρευνας εντοπίζονται τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των Ελλήνων επίδοξων επιχειρηματιών και κυρίως η σκιαγράφηση του προφίλ των επιτυχημένων επιχειρηματιών κατά το 19^ο και αρχές 20^{ου} αιώνα (διάστημα 1830-1909). Οι περισσότεροι από εκείνους τους επιχειρηματίες οδηγήθηκαν σε επιτυχημένες πρωτοβουλίες χωρίς τη συμβολή της επιχειρηματικής επιμόρφωσης, παρά μόνον ως αυτοδίδακτοι και στηριζόμενοι στην ύπαρξη ενός περιορισμένου δικτύου οικογενειακών επαφών (συνήθως γόννοι εύπορων οικογενειών). Η συμμετοχή σε αυτό το περιορισμένο δίκτυο που είχε αναπτυχθεί βασιζόταν σε ταξικά κριτήρια και το μέγεθος της περιουσίας. Στο παράρτημα της παρούσας διδακτορικής διατριβής παρουσιάζονται, ως μελέτες περίπτωσης, εννέα αντιπροσωπευτικά παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρηματιών εκείνης της περιόδου.

Επίσης η οικονομική αστάθεια αποτελεί βασικό παράγοντα διαμόρφωσης της αναδυόμενης επιχειρηματικότητας το διάστημα 1830-1909. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το γεγονός ότι τα οικονομικά της Ελλάδας τέθηκαν για πολλά χρόνια υπό διεθνή έλεγχο ως αποτέλεσμα των δύο επίσημων πτωχεύσεων και των κυρώσεων που επιβλήθηκαν στη συνέχεια από τους δανειστές. Συγκεκριμένα, το 1843 η χώρα δεν μπορούσε να εκπληρώσει το δημόσιο χρέος της και ο Όθωνας αναγκάστηκε να κηρύξει

πτώχευση. Η διάσκεψη που συνήλθε στο Λονδίνο έθεσε αυστηρούς όρους για την καταβολή των ελληνικών οφειλών, όρισε επιτροπή ελέγχου της ελληνικής οικονομίας και επέβαλε την εκχώρηση όλων των εθνικών πόρων για την εξυπηρέτηση των δανείων. Επίσης, από το 1879 ως το 1890 η χώρα δανείστηκε μεγάλα ποσά ενώ αναγκάστηκε να εκχωρήσει σε δάνεια το 40 με 50% των εσόδων της. Ο κρατικός προϋπολογισμός τις χρονιές εκείνες ήταν μονίμως ελλειμματικός και το ισοζύγιο πληρωμών αρνητικό. Τη δεκαετία του 1880 υπάρχει ραγδαία πτώση στις εξαγωγές του κύριου εξαγωγικού προϊόντος, της σταφίδας, εξαιτίας και της ανάκαμψης των γαλλικών εξαγωγών. Η ελληνική οικονομία έφτασε στην κατάρρευση καθώς τα έσοδα από την εξαγωγή της σταφίδας διοχετεύονταν στην αποπληρωμή του εξωτερικού χρέους. Επίσης, το 1893 ο Χαρίλαος Τρικούπης αναφώνησε στη Βουλή το ιστορικό: « Κύριοι, δυστυχώς επτωχέυσαμεν». Τέλος, ως αποτέλεσμα της ήττας το Μάϊο του 1897 η Ελλάδα αναγκάστηκε να πληρώσει πολεμικές αποζημιώσεις 4 εκ. τουρκικών λιρών και δέχθηκε νέο Διεθνή Οικονομικό Έλεγχο για το διογκωμένο εξωτερικό της χρέος, ενώ παράλληλα ελεγχόταν η διαχείριση των οικονομικών πόρων του κράτους καθώς και η ακολουθούμενη νομισματική πολιτική (Βερέμης & Κολιόπουλος, 2006).

Ο συνεκτικός κρίκος με το απώτερο χρονικό διάστημα αναφοράς (1830-1909) και το σήμερα είναι οι συνθήκες οικονομικής κρίσης της ελληνικής οικονομίας λόγω ενδογενών αδυναμιών, γραφειοκρατίας, ασταθούς φορολογικού πλαισίου και άλλων παραγόντων που υπήρχαν τότε και ως ένα βαθμό επιβιώνουν και σήμερα. Επίσης σημαντικό είναι το γεγονός ότι όπως και σήμερα έτσι και στο προαναφερθέν διάστημα, παρόλο που οι οικονομικές συνθήκες ήταν δύσκολες υπήρχε ένα σταθερό πλαίσιο όσον αφορά την έλλειψη πολεμικών συγκρούσεων (εξαίρεση μόνο η πολεμική σύγκρουση το Μάϊο του 1897) η οποία έδινε την δυνατότητα στην αναδυόμενη ελληνική επιχειρηματικότητα να αναπτυχθεί, έστω με αργούς ρυθμούς σε παραγωγικούς σκοπούς.

Η ανάλυση των γενικών τάσεων της ελληνικής επιχειρηματικής πραγματικότητας στην οποία θα αναφερθούμε στη συνέχεια συμπληρώνεται και με μια σύντομη παρουσίαση των μεγάλων ιδρυτών εταιριών και τραπεζών. Όπως ήδη αναφέρθηκε, στο τέλος της παρούσας διατριβής (παράρτημα) αναφέρονται κατηγοριοποιημένα τα στοιχεία και το προφίλ των Ελλήνων επιχειρηματιών που ανέπτυξαν επιτυχημένες πρωτοβουλίες.

Η οπτική αυτή μας είναι χρήσιμη στην κατανόηση των κινήτρων, της λογικής και της τυπολογίας που καθόρισαν την αναδυόμενη επιχειρηματικότητα (Ασδραχάς, 2003).

2.1 Γεωργική Οικονομία στην αναδυόμενη οικονομία της Ελλάδας

Πριν γίνει ωστόσο στη συνέχεια αναφορά στην ανάπτυξη της ελληνικής βιομηχανίας και την επιχειρηματική οργάνωση στην Ελλάδα κατά το διάστημα 1830-1909 εξετάζεται ο βασικός τομέας της γεωργίας.

Για να εξεταστεί η παραγωγική ικανότητα της ελληνικής γεωργίας, ανεξαρτήτως των μεταβολών στο μέγεθος της χώρας και του πληθυσμού της κατά το εξεταζόμενο διάστημα 1830-1909, χρησιμοποιήθηκε η κατά κεφαλή παραγωγή εκφρασμένη σε SWU (πρότυπο Σιταριού-ισοδύναμες μονάδες). Έτσι, διαπιστώνεται πως η κατά κεφαλή καθαρή γεωργική παραγωγή στην Ελλάδα αυξήθηκε φτάνοντας το όριο των περίπου 10 SWU κατά κεφαλή γύρω στο 1887. Αυτό είναι στην πραγματικότητα ένα μέτρο της αυξανόμενης παραγωγικής ικανότητας της ελληνικής γεωργίας για να τροφοδοτήσει τον πληθυσμό της χώρας. Σύμφωνα με τους γεωγράφους και αναπτυξιακούς οικονομολόγους, ένας τέτοιος συνολικός όγκος κατά κεφαλή επιτρέπει συνήθως μια κοινωνία να τροφοδοτήσει πλήρως όλο τον πληθυσμό που διαμένει στην επικράτειά του (Πετμεζάς, 2003).

Κατά τη δεκαετία του 1830, το μικρό ελληνικό βασίλειο είχε μια πολύ χαμηλή πυκνότητα πληθυσμού, πράγμα που σήμαινε ότι ένα μεγάλο μέρος των καλλιεργήσιμων εκτάσεων δεν μπορούσε να είναι εκμεταλλεύσιμο. Οι λόγοι της χαμηλής παραγωγικότητας οφειλόταν κυρίως στον υποτυπώδη γεωργικό εξοπλισμό και τις απαρχαιωμένες καλλιεργητικές τεχνικές (αγρανάπαυση), αλλά και στην έλλειψη εργατικών χεριών. Ωστόσο, ο ελληνικός πληθυσμός αυξήθηκε γρήγορα και μέχρι τη δεκαετία του 1860 η χρήση γης είχε φτάσει σχεδόν τα οικολογικά της όρια, δεδομένης της φύσης των γεωργικών συστημάτων και τεχνικών της εποχής. Κατά τη δεκαετία 1870 και 1880 όλες αυτές οι γεωργικές αυξήσεις οφείλονται στην επέκταση των εμπορικών φυτειών (Πετμεζάς, 2003).

Ένα κύμα γεωργικής ανάπτυξης (της παραγωγής και της παραγωγικότητας) παρατηρήθηκε μέχρι την τελευταία δεκαετία του 19ου αιώνα (1860-1887), την οποία

ακολούθησε στασιμότητα ή ύφεση στην αλλαγή του αιώνα και κυρίως από το 1887 έως το 1909 (Πρόντζας κ.ά., 2008). Επίσης, σύμφωνα με της ελληνικές και οθωμανικές απογραφές οι μακεδονικές επαρχίες που ενσωματώθηκαν στην Ελλάδα παρά τις υψηλές αποδόσεις γης που εμφάνιζαν, η παραγωγικότητα της εργασίας ήταν ακόμη και 30% χαμηλότερη από εκείνη της Νότιας Ελλάδας (Scheidel, Morris & Saller, 2012).

Το συγκριτικό πλεονέκτημα της ελληνικής γεωργίας την εξεταζόμενη περίοδο εντοπίζεται στην παραγωγή προϊόντων εντάσεως εργασίας. Εμφανής είναι η απουσία κεφαλαίων και τεχνολογίας που θα μπορούσαν να βελτιώσουν τις υποδομές μεταφορών για την αποκατάσταση των οικολογικών μειονεκτημάτων που παρουσίαζε εκείνη την εποχή η ελληνική επικράτεια. Τα περισσότερα καλλιεργήσιμα εδάφη ήταν ορεινά ενώ τα εύφορα και αρδευόμενα εδάφη ήταν σχετικά περιορισμένα. Ορισμένες εστιασμένες ηπηρεωτικές επαρχίες και τα νησιά του Ιονίου ειδικεύονταν στην εξαγωγή σταφίδας και σε άλλους ξηρούς καρπούς, στο μετάξι και στα κουκούλια, στο κρασί και, τέλος, στο ελαιόλαδο και τα φρέσκα φρούτα, όπως τα πορτοκάλια και τα λεμόνια (Πετμεζάς, 2003).

Η ελληνική οικονομία παρουσίασε ένα πολύ υψηλό ποσοστό των εξαγωγών (17%-18% κατά τη δεκαετία 1870 και 1880) ως ποσοστό του ΑΕΠ ήδη από το 1860, το οποίο διατηρήθηκε σχετικά αμετάβλητο και στη συνέχεια. Παρόλα αυτά, ένα σταθερά υψηλό ποσοστό του διεθνούς εμπορίου ως ποσοστό στο ΑΕΠ δεν απεικονίζει κατ' ανάγκη μια δυναμική κι εξωστρεφή εθνική οικονομία, αλλά, σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να χαρακτηρίζει μία οικονομία στάσιμη και εσωστρεφή (Πετμεζάς, 2003).

Το υψηλό κόστος μεταφοράς ήταν εκείνο που ευθυνόταν για το γεγονός ότι τα τοπικά προϊόντα δεν ήταν ανταγωνιστικά. Η μικρή αλλά αυξανόμενη ανάπτυξη του βιομηχανικού τομέα τροφοδοτούνταν σταθερά με πρώτες ύλες και άνθρακα, μέσω των εισαγωγών κι όχι από την τοπική παραγωγή. Έτσι γίνεται φανερό ότι οι εμπορικές συναλλαγές σε πολλούς τομείς της ελληνικής οικονομίας συνέχιζαν κατά μία έννοια να πραγματοποιούνται αποσπασματικά, χωρίς σχέδιο και σε τοπικό επίπεδο και όχι ως μια ολοκληρωμένη εθνική οικονομία (Πετμεζάς, 2003).

Στην περίπτωση της Ελλάδας εκείνης της περιόδου, το υψηλό ποσοστό των εξαγωγών ως ποσοστό του ΑΕΠ είναι το αποτέλεσμα της σχετικής απουσίας ή αδυναμίας των δεσμών μεταξύ των διάφορων οικονομικών τομέων και των περιφερειακών οικονομιών της χώρας. Οι εισαγωγές σιταριού από τη Μαύρη Θάλασσα,

η επεξεργασία του στις μεγάλες πόλεις και η διανομή του μέσω των λιμανιών, τροφοδοτούν τον τοπικό αστικό πληθυσμό και τους γειτονικούς εξαγωγείς των αγροτών του Αιγαίου και των ακτών του Ιονίου. Ωστόσο, ο πληθυσμός της ενδοχώρας συνεχίζει να παράγει μόνος του τα προϊόντα που είναι απαραίτητα για την διατήρησή του χωρίς να αναπτύσει ουσιαστικές εμπορικές συναλλαγές πέρα από τις γειτονικές μικρές πόλεις.

Ο γεωργικός τομέας των εξαγωγών, εντοπιζόταν κυρίως στις παράκτιες περιοχές κι ήταν θεμελιώδους σημασίας για την επιβίωση της γεωργικής οικονομίας της ενδοχώρας. Στην πραγματικότητα, η οικονομία των εξαγωγών σταφίδας και το εισόδημα που απέφερε, βοήθησε τους μικροϊδιοκτήτες ώστε να μπορέσουν να καλύψουν τις δαπάνες διαβίωσής τους και για να μπορέσουν να αναβαθμίσουν την κοινωνική τους θέση. Η Κορινθιακή σταφίδα μόνο, υπολογίζεται στο 64% της συνολικής αξίας των ελληνικών εξαγωγών το 1874, και έπεσε στο 49% το 1892. Το 1902, στη χειρότερη στιγμή της σταφιδικής κρίσης, η σταφίδα είχε υποχωρήσει μόλις 28%. Οι αμπελώνες σταφίδας φυτεύτηκαν στις αραιοκατοικημένες δυτικές ακτές κατά το δεύτερο και τρίτο τέταρτο του 19ου αιώνα, χάρη στην εργασία που προέρχόταν από την ενδοχώρα. Έτσι, ένα μέρος του πλεονάσματος προήλθε από την εργασία που προσέφεραν πληθυσμοί από ορεινές περιοχές οι οποίοι μετακινήθηκαν και εγκαταστάθηκαν μόνιμα στους αμπελώνες ενώ κάποιοι από αυτούς έγιναν και μικροϊδιοκτήτες γης σε παράκτιες περιοχές συμβάλλοντας περαιτέρω στην αραιώση της πυκνότητας του πληθυσμού στην ενδοχώρα του ηπειρωτικού κορμού της Ελλάδας. Ωστόσο, η οικονομία των γεωργικών νοικοκυριών στην ενδοχώρα ήταν άμεσα εξαρτημένη από την ευημερία της εξαγωγικής οικονομίας της σταφίδας (Αγριαντώνη & Μπουρνόβα, 1999). Ένα μέρος του αγροτικού εργατικού δυναμικού παρέμεινε στην ενδοχώρα και μετακινούνταν περιοδικά ως εποχικό εργατικό δυναμικό στους αμπελώνες σταφίδας και στις γειτονικές παράκτιες περιοχές για την εξασφάλιση του απαραίτητου συμπληρωματικού εισοδήματος.

Η Μεγάλη Ύφεση κατά τη δεκαετία 1870 και 1880 ήταν μια καταστροφή για πολλούς παραγωγούς γεωργικών προϊόντων της Ευρώπης, και ιδιαίτερα για τις περιφερειακές οικονομίες. Εδώ είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί πως αυτό δεν ίσχυε στην περίπτωση της Ελλάδας, καθώς εισήγαγε μαζικά προϊόντα των οποίων η τιμή σημείωνε ραγδαία πτώση από άλλες ευρωπαϊκές οικονομίες, ενώ εξήγαγε προϊόντα τα οποίων η τιμή δεν μειώθηκε σημαντικά. Έτσι το εμπορικό ισοζύγιο ήταν πλεονασματικό. Η

έκταση και ο όγκος των ελληνικών εξαγωγών αυξήθηκε κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1880, αφού η ελληνική σταφίδα χαμηλής ποιότητας μπορούσε πλέον να χρησιμοποιηθεί ως μια οικονομική λύση στη γαλλική βιομηχανία οίνου καθώς είχε αυξηθεί και η ζήτηση γαλλικού κρασιού εκείνη την περίοδο. Η διεθνής κρίση αποτέλεσε ευκαιρία για την ελληνική οικονομία αφού οι όροι του εμπορίου μετατράπηκαν υπέρ της Ελλάδας και της υπαίθρου που γνώρισε μια περίοδο σχετικής ευημερίας, ειδικά των περιοχών που συνδέονται με την παραγωγή σταφίδας. Έτσι, η ελληνική οικονομία αποκλίνει από την πορεία των άλλων γεωργικών χωρών κατά τη διάρκεια της Μεγάλης Ύφεσης, ωστόσο η οικονομία της αποδεικνύεται ευάλωτη στη συνέχεια όταν μειώνεται η ζήτηση λόγω ανάκαμψης της διεθνούς οικονομίας (Αγριαντώνη & Μπουρνόβα, 1999).

Η απότομη πτώση της γαλλικής ζήτησης για τα προϊόντα χαμηλής ποιότητας, επήλθε όταν η παραγωγή οίνου στη Γαλλία αποκαταστάθηκε κι η κυβέρνηση επέβαλλε ανώτατο όριο τιμής το 1893, το οποίο είχε ως άμεση και έμμεση συνέπεια, την πτώση των τιμών για όλες τις ποιότητες της κορινθιακής σταφίδας. Το ένα τέταρτο της ελληνικής παραγωγής ήταν για αρκετά χρόνια πλεονάζον κι έμενε απούλητο. Αυτό είχε ως συνέπεια να χρεοκοπήσουν αρκετοί έμποροι που βασίζονταν στις εξαγωγές και η συνήθης ετήσια πίστωση που δινόταν στους μικροπαραγωγούς από τους τοπικούς δανειστές διακόπηκε. Η εμπορική και πιστωτική κρίση μετατράπηκε σύντομα σε μια κρίση ακινήτων, διότι πολλοί (μικροί και μεγάλοι) γαιοκτήμονες δεν ήταν σε θέση να εξυπηρετήσουν τα χρέη τους. Τέλος, οι παραγωγοί έπρεπε να περιορίσουν τις νομισματικές δαπάνες τους, προκειμένου να μειώσουν το κόστος, ακόμη και αν αυτό σήμαινε χαμηλότερη ποιότητα των προϊόντων. Το εποχιακά απασχολούμενο εργατικό δυναμικό είχε μειωθεί δραστικά. Αυτό οδήγησε σε μια εξαιρετικά σκληρή και μακροχρόνια κρίση εισοδήματος στην ενδοχώρα, από όπου και προερχόταν κυρίως η εποχική εργασία για τις γεωργικές εκμεταλλεύσεις σταφίδας.

Έτσι η Ελλάδα σταδιακά αντί να συνεχίζει να εξάγει προϊόντα εντάσεως εργασίας όπως παλαιότερα, εξήγαγε τώρα εργατικά χέρια. Οι πληθυσμοί της ελληνικής ενδοχώρας επέλεξαν περισσότερο μαζικά την υπερατλαντική μετανάστευση από ότι πληθυσμοί οι οποίοι διαβιούσαν σε παράκτιες περιοχές. Οι κυριώτεροι επεξηγηματικοί λόγοι για την άνιση κατανομή των μεταναστών που αναχωρούν από την ελληνική επαρχία είναι η απουσία οργανωμένων αστικών κέντρων εκεί κυρίως η απουσία συμπληρωματικών

οικονομικών δραστηριοτήτων, όπως για παράδειγμα η κτηνοτροφία, οι οποίες θα μπορούσαν να προσφέρουν εναλλακτικές προοπτικές απασχόλησης (Πετμεζάς, 2003).

Η διατλαντική μετανάστευση είχε ως άμεση συνέπεια τη ριζική μείωση του αγροτικού πληθυσμού και των εργαζομένων και έμμεσα την αύξηση της διαθέσιμης γης και κεφαλαίου ανά ενεργό εργαζόμενο και ανά μονάδα προϊόντος. Η λανθάνουσα ανεργία (η οποία μετράται καλύτερα από το μέσο όρο του πλεονάσματος της εποχιακής εργασίας) συρρικνώθηκε στις αρχές του 20ου αιώνα μέχρι το 1909, σε ιστορικά χαμηλά επίπεδα. Η βελτίωση των δεικτών αυτών ουσιαστικά δεν άλλαξε κάτι στη δομή της παλιάς Γεωργίας στην Ελλάδα. Η ανεπάρκεια των κεφαλαίων των μικρών ιδιοκτητών υπό το καθεστώς της γαιοκτησίας συνέχισε να υφίσταται (Αγριαντώνη & Μπουρνόβα, 1999). Η μετανάστευση ήταν ένας δοκιμασμένος, οικονομικά εφικτός και σχετικά ασφαλής τρόπος για τη συλλογή των απαραίτητων χρηματικών ποσών μέσω της προσωρινής παραμονής στο εξωτερικό για απασχόληση. Το πρώτο μαζικό κύμα των Ελλήνων, οι οποίοι ήταν στην πλειοψηφία τους αγρότες, αλλά και η αποδημία του 1898-1909 (που συνεχίστηκε και αργότερα) οδήγησε σχεδόν μισό εκατομμύριο Έλληνες να κινηθούν προς την Αμερική. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι το σωρευτικό ετήσιο ποσοστό αύξησης του πληθυσμού μειώθηκε από ένα 1,5% (1860-1896) σε 0,79% (1896-1920), σχεδόν στα μισά των επιπέδων του 19^{ου} αιώνα (Πετμεζάς, 2003).

2.2 Το προφίλ των Ελλήνων Επιχειρηματιών (διάστημα 1830-1909)

Στη συνέχεια θα εξετάσουμε το πλαίσιο της οικονομίας και της ανάπτυξης επιχειρήσεων κατά την αναφερόμενη περίοδο 1830-1909, θα αναφερθούμε σε ιδρυτές σημαντικών εταιριών και κυρίως στην επιχειρηματική οργάνωση και τη χρηματοδότηση της ελληνικής οικονομίας καταλήγοντας σε συγκεκριμένα συμπεράσματα για τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των Ελλήνων που αναλαμβάνουν επιχειρηματικές δραστηριότητες και ιδρύουν εταιρίες στην αναδυόμενη οικονομία της χώρας.

2.2.1 Οικονομία και Επιχειρήσεις

Οι κύριες δραστηριότητες εκτός γεωργικού τομέα ήταν η ναυτιλία, το εμπόριο και η βιοτεχνία, όπως για παράδειγμα η βυρσοδεψία ή η ύφανση. Ορισμένες σποραδικές και μεμονωμένες βιομηχανικές πρωτοβουλίες αναλαμβάνονται τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο (Καλαφάτης κ.ά., 2011) ενώ πολλαπλασιάζονται μετά το 1870. Ειδικότερα από το 1871 και μέχρι το τέλος του υπό εξέταση διαστήματος, έχει επιτευχθεί πρόοδος σε πολλούς τομείς.

Τα δικαιώματα ιδιωτικής ιδιοκτησίας στο νεοσύστατο ελληνικό κράτος ήταν αρχικά περιορισμένα, ενώ ταυτόχρονα η πλειοψηφία των Ελλήνων επιχειρηματιών συνέχισαν να διαμένουν σε παροικίες του εξωτερικού με έντονο το ελληνικό στοιχείο, αλλά και ευρύτερα σε πόλεις της Ευρώπης.

Ωστόσο, μετά το 1850 το ελληνικό νομικό σύστημα παρείχε πλέον ένα σαφέστερο πλαίσιο για τα δικαιώματα ιδιοκτησίας και στην οικονομία παρατηρείται μια αύξηση των πραγματικών κατά κεφαλήν εισοδημάτων, ενώ δημιουργείται ένας βιομηχανικός πυρήνας και μια περισσότερο ανοικτή οικονομία (Τσουλφίδης, 2009). Η Ελλάδα πλέον είναι ένα έθνος με κοινοβουλευτική μοναρχία, ενώ αναπτύσσεται σταθερά μια αστική τάξη από την οποία πολλοί είναι Έλληνες της διασποράς.

Η πλειοψηφία των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην ελληνική οικονομία, εκτός από τη γεωργία, αφορούν κυρίως το εμπόριο και τη ναυτιλία. Οι πρώτες αμιγείς βιομηχανίες ιδρύθηκαν μετά το 1850, όταν μια καταστροφή στις καλλιέργειες μεταξιού στη Γαλλία οδήγησε στην αύξηση της ζήτησης και ως εκ τούτου στις εισαγωγές μεταξωτών κλωστών από άλλες χώρες. Η ελληνική βιομηχανία μεταξιού ανταποκρίθηκε με επιτυχία σε αυτή τη ζήτηση. Συγχρόνως, το λιμάνι του Πειραιά άρχισε να επεκτείνεται και από το 1879 κι έπειτα ήταν το σημαντικότερο λιμάνι της χώρας. Ένα βιομηχανικό τοπίο αναπτύχθηκε γύρω από το λιμάνι και ο τοπικός πληθυσμός αυξήθηκε κατά περίπου 300% (Μποχώτης κ.ά., 2009). Επίσης από γεωστρατηγικής πλευράς η Ελλάδα με τα λιμάνια της παραμένει ολόκληρη την εξεταζόμενη περίοδο σημαντική για τη Μεγάλη Βρετανία ως ιδανική σύνδεση για τη διατήρηση του ελέγχου της Διώρυγας του Σουέζ και των Δαρδανελίων (Berend, 2009).

Οι περισσότερες επιχειρήσεις ήταν μικρές, εδραιωμένες κυρίως σε συνεργασίες μεταξύ συγγενικών μελών. Οι επιχειρηματίες διαχειρίζονταν τον κίνδυνο και την έλλειψη κεφαλαίων με βραχυπρόθεσμη προσέγγιση, περιορισμένο βαθμό εξειδίκευσης και πολλαπλές συνεργασίες με διαφορετικούς εταίρους, προερχόμενους από δίκτυα που βασίζονταν στην οικογένεια ή την κοινότητα (Καλαφάτης κ.ά., 2011). Ένας επιτυχημένος επιχειρηματίας μπορούσε, σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή, να συμμετέχει παράλληλα σε πολλές βραχυπρόθεσμες εμπορικές συνεργασίες από τις οποίες αποκόμιζε ευκαιριακό κέρδος.

Μέσα σε αυτό το ρευστό περιβάλλον και την άνοδο του «εμπορικού» καπιταλισμού η έννοια της ανώνυμης εταιρίας εμφανίστηκε στην ελληνική οικονομία. Η καινοτομία της Ανώνυμης Εταιρίας εισήχθη στην Ελλάδα το 1835, με την επίσημη υιοθέτηση του γαλλικού εμπορικού κώδικα που είχε θεσπίσει ο Μέγας Ναπολέων το 1807. Από την άποψη της συσσώρευσης κεφαλαίου, η Α.Ε. ήταν μια σημαντική δύναμη στην οικονομία κατά την υπό μελέτη περίοδο, καθώς το εγγεγραμμένο κεφάλαιο των Α.Ε. ήταν «τουλάχιστον», ισοδύναμο με το 16,6% του μη γεωργικού Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος. Η Ανώνυμη Εταιρία ήταν για την Ελλάδα της εποχής που εξετάζουμε μια καινοτομία ως προς τον τρόπο οργάνωσης των επιχειρήσεων, αφού εφαρμόστηκε σε μια κοινωνία η οποία βρισκόταν σε μεταβατικό στάδιο, όπου το παραδοσιακό και το σύγχρονο συνυπήρχαν και ανέπτυξαν πολλαπλές «συνέργειες» μεταξύ τους (Αγριαντώνη, 2010).

Επιπλέον, αν και κάθε μεγάλος επιχειρηματίας ήταν πρακτικά εξ ολοκλήρου υπεύθυνος για την «προσωπική» του επιχείρηση, σκόπιμα απέφευγε να έχει την αποκλειστική ιδιοκτησία της επιχείρησης. Παραδείγματος χάριν, ακόμη και στον τομέα της ναυτιλίας, όπου υπήρχε μεγάλη συσσώρευση κεφαλαίου, οι πλούσιοι πλοιοκτήτες δεν κατείχαν το εκατό τοις εκατό της ιδιοκτησίας σε κάθε ένα από τα σκάφη τους. Αυτό ήταν αποτέλεσμα της συνετής διαφοροποίησης και της στρατηγικής εξοικονόμησης κεφαλαίου (Ασδραχάς, 2003).

2.2.2 Ιδρυτές Εταιριών τον 19^ο και αρχές 20^ο αιώνα (1830-1909)

Το προφίλ των φυσικών προσώπων που συμμετείχαν ιδρυτικά σε ελληνικές επιχειρήσεις αποτελούνταν κυρίως από μέλη της ελληνικής ελίτ, η πλειοψηφία των οποίων ήταν ήδη καθιερωμένοι επιχειρηματίες στο εξωτερικό, πριν από την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών στον ανερχόμενο επιχειρηματικό τομέα στην Ελλάδα. Πολλοί ιδρυτές δήλωναν στην εταιρία την ιδιότητά τους ως έμποροι, ή έμποροι-επιχειρηματίες, (που συμμετέχουν ταυτόχρονα στη ναυτιλία, το δανεισμό χρημάτων ή στη συλλογή φόρων) ή γαιοκτήμονες-έμποροι. Παρόλο που οι ιδρυτικοί μέτοχοι συχνά χρησιμοποιούσαν το προσωνύμιο «γαιοκτήμονας» δίπλα στο όνομά τους, πολλοί από αυτούς ήταν πραγματικά έμποροι-επιχειρηματίες, των οποίων τα κτήματα ήταν ένα υποπροϊόν από άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες, ενώ πολλοί περιέγραφαν τον εαυτό τους ως γαιοκτήμονες για λόγους γοήτρου (Ιωαννίδης, 2004).

Παρά την ισχυρή παρουσία της κοινωνικής τάξης των εμπόρων, στο σύνολο των ιδρυτικών μετόχων περιλαμβάνονταν επίσης διάφορες κατηγορίες βιοτεχνών και μικρών εμπόρων. Με την πάροδο του χρόνου, ωστόσο, η σύνθεση των ιδρυτών των εταιριών εξελίχθηκε και, από το 1870 και μετά, υπήρξε ένας αναπτυσσόμενος πυρήνας επαγγελματιών επιχειρηματιών, όπως τραπεζίτες, μηχανικοί και χημικοί. Συνήθως ήταν γόνοι της πρώτης γενιάς εμπόρων, είχαν λάβει ευρωπαϊκή μόρφωση και προσέδωσαν μία περισσότερο τεχνοκρατική αντίληψη στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες.

Μεταξύ των ιδρυτών των εταιριών υπήρχαν πολλοί ελεύθεροι επαγγελματίες ή και πρόσωπα της δημόσιας ζωής οι οποίοι αν και δεν ανήκαν άμεσα στην μικρή ελίτ του επιχειρηματικού κόσμου εκείνης της εποχής, συμμετείχαν ωστόσο σε επιχειρηματικές πρωτοβουλίες: δικηγόροι, συμβολαιογράφοι, φαρμακοποιοί, καθηγητές πανεπιστημίου, δήμαρχοι και άλλοι υψηλόβαθμοι δημόσιοι υπάλληλοι. Υπήρχαν, επίσης, ορισμένοι πολιτικοί, όπως, για παράδειγμα, ο Θεόδωρος Δεληγιάννης, ο οποίος ως Υπουργός Εξωτερικών ήταν συνιδρυτής στη ναυτική ασφαλιστική εταιρία «Η Άγκυρα» Α.Ε. (1869). Άλλο ένα παράδειγμα είναι αυτό του ήρωα της επανάστασης, στρατηγού Ιωάννη Μακρυγιάννη, ο οποίος ήταν από τους πρώτους μετόχους της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδας (1841). Η συμμετοχή των εν λόγω δημοσίων προσώπων σε εταιρίες μπορεί να αποτελούσε είτε μια επιλογή σταδιοδρομίας ή μια μορφή πολύτιμης πολιτικής

προστασίας που χρειάζονταν από τις επιχειρήσεις. Επίσης, υπήρχαν μερικές γυναίκες ιδρυτές Α.Ε. όπου στις περισσότερες περιπτώσεις πρόκειται για κυρίες της αστικής τάξης οι οποίες ενεργούσαν για το συμφέρον των οικογενειών τους. Σχεδόν πάντα, λειτουργούσαν σε συνεργασία με τους συζύγους τους και, εξαιρώντας την περίπτωση των χηρών, δεν αναλάμβαναν πολλές προσωπικές πρωτοβουλίες. Τέλος, παρατηρείται το φαινόμενο ορισμένοι ιδρυτές εταιριών- ή κοντινοί συγγενείς τους- να οδηγούνται στην ενασχόληση με την πολιτική, συχνά με σκοπό την εδραίωση δεσμών και τη συσσώρευση εξουσίας, η οποία με τη σειρά της προστάτευε την επιχειρηματική τους δραστηριότητα από πολιτικές παρεμβάσεις ή απειλές. Μέσω αυτής της στρατηγικής, οι επιχειρήσεις στον ανερχόμενο αυτόν τομέα μπορούσαν να αντισταθμίσουν εν μέρει την έλλειψη θεσμικής προστασίας των δικαιωμάτων ιδιοκτησίας. (Μποχώτης κ.ά., 2009).

Οι τραπεζίτες Ανδρέας Συγγρός και Στέφανος Σκουλούδης ήταν μόνο δύο από τα επίλεκτα μέλη των εμπόρων της διασποράς και ιδρυτών εταιριών Α.Ε. Άλλες εξέχουσες προσωπικότητες ήταν ο Θεόδωρος Βλαστός, ο Γρηγόρης Κούππας, ο Στέφανος Φραγκιάδης, και ο τραπεζίτης Ιωάννης Πεσματζόγλου. Σε αντίθεση με τη διασπορά, από όπου προέρχονται πολλοί μεταξύ των ιδρυτών εταιριών, υπήρχαν πολύ λίγοι Ευρωπαίοι επιχειρηματίες με έδρα τους την Ελλάδα, όπως για παράδειγμα ο γερμανός Theodore Hamburger ο οποίος έζησε στην Πάτρα. Αργότερα, οι ξένοι επιχειρηματίες που συμμετείχαν στις νεοφυείς Α.Ε. ήταν βασικά τραπεζίτες ή μεγιστάνες σιδηροδρομικών εταιριών που κατοικούσαν στο εξωτερικό. Ένας τέτοιος επιχειρηματίας ήταν ο Baron G. de Reuter ο οποίος ήταν συνιδρυτής της εταιρίας σιδηροδρόμων «Εταιρία των Ελληνικών Σιδηροδρόμων» (1902) (Μποχώτης κ.ά., 2009).

Η δεύτερη μεγαλύτερη κατηγορία των ιδρυτών εταιριών, μετά τις Ανώνυμες Εταιρίες που αναφέρθηκαν προηγουμένως, ήταν εκείνες οι εμπορικές επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνταν σχεδόν αποκλειστικά ως Εμπορικοί Οίκοι και ήταν οργανωμένες συνήθως ως ετερόρρυθμες εταιρίες. Η συμμετοχή των εμπορικών οίκων στη σύσταση επιχειρήσεων ήταν εντονότερη πριν από το 1870 και αποτελούσε εν μέρει μέσο για την επέκταση του ελέγχου των λίγων ισχυρών μετόχων των Α.Ε., χωρίς ανάλογη δέσμευση κεφαλαίων. Πράγματι, ήταν συχνή η περίπτωση συγκεκριμένων αρχικών Α.Ε., όπου οι ιδιοκτήτες ενός συγκεκριμένου εμπορικού οίκου -καθώς ο ίδιος ο εμπορικός οίκος ως ανεξάρτητη οντότητα- ήταν ιδρυτικοί μέτοχοι (Κατσούλης, 1994).

Στην τρίτη κατηγορία, δεκαπέντε περίπου (ελληνικές, διασποράς και ξένες) τράπεζες, λειτούργησαν ως θεσμοί διευκόλυνσης της επιχειρηματικότητας μέσω της δανειοδότησης και άκμασαν από το 1882 και μετά. Οι τράπεζες ήταν ιδιαίτερα επιτυχείς στην κινητοποίηση των τοπικών και ξένων καπιταλιστών και σε μεγάλο βαθμό προώθησαν σημαντικά την άνοδο της τεχνοκρατικής τάξης (Κατσούλης, 1994).

Η τέταρτη και μικρότερη κατηγορία των ιδρυτών εταιριών αναφέρεται σε Ανώνυμες Εταιρίες οι οποίες δημιουργήθηκαν από δημόσιους φορείς: συνήθως το κεντρικό κράτος και ένα μικρό αριθμό δήμων. Ωστόσο, παρά το μικρό αριθμό των συγκεκριμένων Α.Ε. στις οποίες συμμετείχαν οι δημόσιες οντότητες, η επιρροή του κεντρικού κράτους ήταν μεγάλη, καθώς έπαιξε σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των ευρύτερων παραμέτρων εντός των οποίων υλοποιούνταν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες (Αγριαντώνη, 2010).

Συνοψίζοντας, η ενσωμάτωση περιελάμβανε ένα σύνολο από πολλά τμήματα της κοινωνίας, η σύνθεση του οποίου μεταβλήθηκε με την πάροδο του χρόνου. Αυτή η συνύπαρξη της μεγάλης ποικιλίας επιχειρηματικών τύπων ήταν μέρος της ευρύτερης ιστορίας της εξέλιξης ενός νεαρού έθνους στην προσπάθειά του να ξεφύγει από την οικονομική καθυστέρηση και στην οποία δεν υπήρχαν σαφείς διαχωρισμοί ούτε μεταξύ των διαφόρων κοινωνικών ομάδων της ελίτ, ούτε μεταξύ του κόσμου της πολιτικής και των επιχειρήσεων. Αυτή η πολυπλοκότητα και οι πολλαπλές αλληλεπιδράσεις αντικατοπτρίζονται ταυτόχρονα στις επιχειρηματικές τυπολογίες που προέκυψαν στον αναδυόμενο επιχειρηματικό τομέα της οικονομικά αναπτυσσόμενης Ελλάδας (Κατσούλης, 1994).

2.2.3 Επιχειρηματική οργάνωση και χρηματοδότηση της ελληνικής οικονομίας (1830-1909)

Οι ισχυροί Έλληνες επιχειρηματίες στρέφονται στην ίδρυση ναυτιλιακών και ασφαλιστικών εταιριών που λειτουργούσαν ως άτυπα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Σύμφωνα με επιστημονική έρευνα που διερευνά τις οικονομικές συνθήκες εκείνης της περιόδου αυτά τα άτυπα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα λειτούργησαν ως μηχανισμός για

την κατανομή και τη διαχείριση των κινδύνων. Πέρα από οποιαδήποτε άμεσα ιδιωτικά οφέλη, εμμέσως βοήθησαν στην απορρόφηση κοινωνικών κραδασμών μέσα από την εργασία που πρόσφεραν σε ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού (Καλαφάτης κ.ά., 2011).

Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί το γεγονός ότι τραπεζικοί όμιλοι εισήγαγαν στην Ελλάδα την έννοια των κοινωφελών οργανισμών. Η πρώτη τέτοια οντότητα ήταν η «Εταιρία Διαχείρισης των Μονοπωλίων της Ελλάδος» (1887). Συστάθηκε από πέντε τράπεζες (δύο της διασποράς, η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας και δύο από το εξωτερικό) και ενοποίησε την είσπραξη των φόρων των κρατικών μονοπωλιακών αγαθών, τα έσοδα των οποίων διατέθηκαν ως εγγύηση για το 4% του δανείου των 135.000.000 χρυσών φράγκων που χορηγήθηκε το κράτος στο Λονδίνο και στο Παρίσι το 1887 (Τσουλφίδης, 2009).

Επιπλέον, οι Έλληνες επιχειρηματίες ανέπτυξαν ισχυρή παρουσία σε τομείς της ελληνικής βιομηχανίας όπως: εξόρυξης ορυκτών, μεταλλουργίας, μηχανολογίας, παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας και χημικών λιπασμάτων. Η ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και η ανάπτυξη της βιομηχανίας μέσα από τη σύσταση εταιριών άνοιξε νέους οικονομικούς χώρους, ενίσχυσε τη νομισματοποίηση, την εξάπλωση της χρήσης του συμβολικού χρήματος και τη δημιουργία μιας πραγματικής εθνικής οικονομίας. Άλλωστε η Ελλάδα ως νέο ανεξάρτητο κράτος είχε αρχικά μια οικονομία ιδιαίτερα υπανάπτυκτη, δεν υπήρχαν τράπεζες και εθνικό νόμισμα. Μέσα στο εξεταζόμενο διάστημα 1830-1909 η ελληνική οικονομία κατάφερε μέσα από αντίξοες συνθήκες στηριζόμενοι σε τράπεζες και άτυπα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα να χρηματοδοτήσει την ανάπτυξή της μέσα από την επιχειρηματική οργάνωση Α.Ε εταιριών. Ουσιαστικά συντελέστηκε μια «οικονομική επανάσταση», στο επίκεντρο της οποίας βρισκόταν η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας και ένα περίπλοκο δίκτυο επίσημων και ανεπίσημων τραπεζικών ιδρυμάτων (Καλαφάτης κ.ά., 2011).

Σημαντικό στοιχείο αποτελεί το γεγονός ότι στο νέο εταιρικό τομέα της Ελλάδας δραστηριοποιούνται συνολικά επτά τοπικές τράπεζες, με ισχυρές διασυνδέσεις με τη διασπορά και οι οποίες ανέπτυξαν σημαντική επιχειρηματική παρουσία. Με βάση τον αριθμό των Α.Ε στις οποίες συμμετείχαν, αυτά τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ήταν: η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας, η Γενική Πιστωτική Τράπεζα της Ελλάδας, η Τράπεζα Βιομηχανικής Πίστεως, η Τράπεζα Ηπειροθεσσαλίας, η Τράπεζα Αθηνών, η Σταφιδική

Τράπεζα και η Τράπεζα της Ανατολίας. Οι προαναφερθείσες επτά τοπικές τράπεζες συμμετείχαν ή είχαν ιδρύσει περισσότερες από είκοσι μεγάλες εταιρίες Α.Ε. σε συνεργασία είτε με κρατικές τράπεζες της διασποράς με έδρα εκτός Ελλάδας, όπως η Τράπεζα της Κωνσταντινούπολης, είτε με δυτικές τράπεζες, όπως, για παράδειγμα, η Τράπεζα d'Escompte de Paris, η Banque de l'Union Parisienne, E. Erlanger & Bros και Hambros & Sons. Οι συλλογικές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες των τραπεζών Α.Ε. άνοιξαν νέους διαύλους για την κινητοποίηση των περιορισμένων κεφαλαίων και τεχνογνωσίας για την κατασκευή των δημόσιων υπηρεσιών και υποδομών. Στο επίκεντρο αυτών των προσπαθειών ήταν το εθνικό σύστημα σιδηροδρόμων μήκους 1548 χιλιομέτρων (Καλαφάτης κ.ά., 2011). Το έργο αυτό, σε συνδυασμό με το άνοιγμα της διώρυγας της Κορίνθου, ήταν τα βασικά συστατικά για τη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης εθνικής οικονομίας και της διοικητικής συγκεντροποίησης, τα οποία ήταν απαραίτητα για την οικοδόμηση του έθνους.

Άλλο ένα ενδιαφέρον στοιχείο αποτελεί το γεγονός ότι το εγγεγραμμένο κεφάλαιο των ελληνικών τραπεζών και των συνδεδεμένων με αυτές Α.Ε. εταιριών ανερχόταν στο 70% του συνολικού κεφαλαίου των εταιριών που είχαν ιδρυθεί κατά τη διάρκεια της συγκεκριμένης περιόδου. Έτσι, δεν είναι υπερβολή να ισχυριστεί κανείς ότι η χρηματοδότηση συναφών ιδρυμάτων οδήγησε στη σύσταση εταιριών (Μποχώτης Θ. κ.ά., 2009). Η σύσταση εταιριών άνοιξε νέους διαύλους για την κινητοποίηση της εθνικής τεχνογνωσίας. Οι μηχανικοί-επιχειρηματίες από την ελληνική επικράτεια ή προερχόμενοι από την διασπορά βοήθησαν -και σε ορισμένες περιπτώσεις, αντικατέστησαν- τους ξένους μηχανικούς που αναλάμβαναν την κατασκευή και λειτουργία μεγάλων έργων υποδομής. Για παράδειγμα, το 1890, ένας Έλληνας επιχειρηματίας με έδρα τη διώρυγα της Κορίνθου Α.Ε. ανέλαβε το έργο της γαλλικής εταιρίας που είχε συσταθεί στο Παρίσι το 1882 (Ασδραχάς, 2003)

Η επιχειρηματική οργάνωση, παρόλο που υπήρχε από τις αρχές, έγινε πιο έντονη στο πλαίσιο του αναδυόμενου τομέα των επιχειρήσεων από το 1879 και μετά. Η μετατόπιση αυτή ήταν αποτέλεσμα ενός περισσότερο ευνοϊκού περιβάλλοντος για την ανάληψη καινοτόμων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Η αλλαγή αυτή οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, συμπεριλαμβανομένης της κατανομής της γης του 1871, η οποία ενίσχυσε τον θεσμό της ιδιωτικής ιδιοκτησίας, και της κατάργησης του φόρου της

δεκάτης το 1881, ο οποίος περιόρισε το θεσμό της είσπραξης φόρων. Μια πρόσθετη επιρροή ήταν η επιχειρησιακή ικανότητα του κράτους για την κατασκευή των απαραίτητων υποδομών για την περαιτέρω ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Αυτό σχετίστηκε σε μεγάλο βαθμό και με την εκ νέου πρόσβαση των ελληνικών κυβερνήσεων στη διεθνή αγορά κεφαλαίων (1879), μετά την απαγόρευση που είχε επιβληθεί στην Ελλάδα για τριάντα έξι χρόνια από τους διεθνείς πιστωτές.

Επίσης, σημαντικό ήταν το αυξανόμενο ενδιαφέρον των Ελλήνων επιχειρηματιών της διασποράς, αλλά και ευρωπαϊών επιχειρηματικών ομίλων για δραστηριοποίησή τους στην Ελλάδα. Αυτοί οι επιχειρηματίες με ισχυρές διασυνδέσεις στο εξωτερικό λειτούργησαν ως βασικοί διαμεσολαβητές στις διαπραγματεύσεις της ελληνικής πολιτείας με τους ξένους ομολογιούχους για την άρση του μακρόχρονου οικονομικού εμπάργκο που είχε επιβληθεί (Κατσούλης, 1994). Έτσι με την διαμόρφωση ευνοϊκότερων οικονομικών συνθηκών παρατηρήθηκε σημαντική μεταφορά κεφαλαίων και τεχνογνωσίας από την Ευρώπη προς την Ελλάδα από 1879 και έπειτα.

Επομένως, γίνεται φανερό ότι η άνοδος της οργάνωσης στον αναδυόμενο τομέα των επιχειρήσεων δεν θα ήταν εφικτή χωρίς την ίδρυση και ανάπτυξη των εταιριών Α.Ε. οι οποίες στο σύνολό τους αποτελούνταν από επαγγελματίες, τραπεζίτες και μηχανικούς με σπουδές στο εξωτερικό. Οι τελευταίοι ήταν πιο πρόθυμοι και ικανοί από άλλους ελληνικούς επιχειρηματικούς παράγοντες στην προώθηση ορισμένων δραστηριοτήτων πέρα από τις γνωστές παραδοσιακές μεθόδους της προσοδοθηρίας και της διαμεσολάβησης.

2.3 Συμπεράσματα: Ποιοτικά χαρακτηριστικά Ελλήνων επιχειρηματιών στην αναδυόμενη ελληνική οικονομία (1830-1909)

Σχετικά με τα ποιοτικά δεδομένα το ειδικό βάρος πέφτει κυρίως στη σημασία των πληροφοριών παρά στα αποτελέσματα και την επεξεργασία των στατιστικών μετρήσεων. Μάλιστα, ορισμένοι συγγραφείς όπως οι Bryman & Bell (2007) και Evered & Louis (1991) που ισχυρίζονται ότι παρόλο που ο αριθμός εξαρτάται από τη σημασία, δε συμβαίνει πάντοτε η σημασία να εξαρτάται από τον αριθμό.

Από τις αναφορές και την ιστορική καταγραφή η οποία προηγήθηκε σχετικά με τις οικονομικές συνθήκες μέσα στις οποίες αναδύθηκε η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, από την ανάλυση του προφίλ και των ποιοτικών χαρακτηριστικών εξεχόντων Ελλήνων επιχειρηματιών που έδρασαν το διάστημα 1830-1909 καταλήγουμε σε συγκεκριμένα συμπεράσματα. Επιπλέον, στο παράρτημα της παρούσας διδακτορικής διατριβής υπάρχει αναλυτική καταγραφή εννέα Ελλήνων επιχειρηματιών οι οποίοι ξεχώρισαν μέσα από την επιχειρηματική τους δράση. Αναφέρονται ως περιπτώσεις επιτυχημένης επιχειρηματικής δράσης εξετάζοντας την κοινωνική τους προέλευση, μη-εταιρικές δραστηριότητες που ενδεχομένως ανέλαβαν, επιχειρηματικές πρωτοβουλίες στον τομέα των επιχειρήσεων, η συμμετοχή τους σε δυλλογικές δραστηριότητες, όπως: η συμμετοχή στην πολιτική και σε κοινωνικές υποθέσεις, καθώς και κάθε άλλη διαθέσιμη πληροφορία.

Τέλος, τα συμπεράσματα που ακολουθούν δεν θα πρέπει να τα αντιμετωπίσουμε ως στατικά. Για το λόγο αυτό κρίνεται απαραίτητος ένας θεωρητικού τύπου διαχωρισμός του υπό εξέταση διαστήματος σε δύο μέρη: το πρώτο από το 1830 ως και περίπου το 1870 (επιχειρηματίες κυρίως πρώτης γενιάς μετά την ανεξαρτησία) και το δεύτερο από το 1871 (κυρίως επιχειρηματίες δεύτερης γενιάς) μέχρι το τέλος της εξεταζόμενης περιόδου το 1909. Ο λόγος για το διαχωρισμό αυτό είναι για να τονισθεί η δυναμική και ο μετασχηματισμός της ελληνικής οικονομίας και η μεταβολή της επιχειρηματικής νοοτροπίας των Ελλήνων επιχειρηματιών προς την πορεία ενσωμάτωσης της ελληνικής οικονομίας στην «οικονομία της αγοράς» (Nair & Pandey, 2006· Salavrakos & Petrochilos, 2003). Συνεπώς, τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά των Ελλήνων επιχειρηματιών του 19^{ου} αρχές 20^{ου} αιώνα (διάστημα 1830-1909) μπορούν να συνοψισθούν στα παρακάτω:

1. Οι Έλληνες επιχειρηματίες «πρώτης γενιάς» (μέχρι περίπου το 1870) εμφανίζουν χαρακτηριστικά «εγωκεντρισμού» στη διοίκηση των επιχειρήσεών τους. Επίσης δεν διαθέτουν επαρκείς επιστημονικές γνώσεις, στηρίζονται περισσότερο στην εμπειρική γνώση και δεν ενδιαφέρονται να εισάγουν καινοτόμες διαχειριστικές τεχνικές. Ίδρυσαν κυρίως μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις, προκειμένου να διατηρήσουν τον απόλυτο έλεγχο. Επέλεξαν τα στελέχη και τους συνεργάτες τους, κυρίως από την οικογένεια και το συγγενικό τους περιβάλλον αναδεικνύοντας με

αυτό τον τρόπο τους ισχυρούς οικογενειακούς δεσμούς στο πλαίσιο της ελληνικής κοινωνίας.

2. Ο Έλληνας επιχειρηματίας μέχρι περίπου το 1870 φαίνεται να προτιμά μάλλον βραχυπρόθεσμες παρά μακροπρόθεσμες στρατηγικές στις επιχειρήσεις του, αν και η πλειοψηφία των επιχειρηματιών επιθυμεί η επιχείρηση να διατηρηθεί και να κληρονομείται από τα παιδιά τους. Αυτός ο τύπος συμπεριφοράς, όπως αναφέρθηκε αργότερα στην ιστορία από τον Schumpeter (1934) αφορά «το όνειρο και τη θέληση για την ίδρυση ενός ιδιωτικού βασιλείου και, συνήθως, αν και όχι κατ' ανάγκην, μιας δυναστείας». Τα βασικά τους κίνητρα προκειμένου να αναλάβουν δράση είναι η οικονομική ανεξαρτησία, και η οικονομική αποκατάσταση της οικογένειάς τους.
3. Παρότι θεωρούν γενικά το ελληνικό κράτος, την ασκούμενη πολιτική και τη γραφειοκρατία εμπόδια στις δραστηριότητές τους, την ίδια στιγμή ζητούν προστασία και επιδοτήσεις από την κυβέρνηση. Ένας τρόπος για να εξασφαλίσουν ευμενή μεταχείριση στις επιχειρηματικές τους πρωτοβουλίες από την Πολιτεία ήταν η προώθηση συγγενικών τους προσώπων στην πολιτική σκηνή της χώρας.
4. Οι επιχειρηματικές πρωτοβουλίες πολλών ιδρυτών εταιριών ήταν ένας συνδυασμός μη εταιρικής επιχειρηματικότητας (αναζητώντας τρόπους βραχυπρόθεσμης τοποθέτησης κεφαλαίων με σκοπό το ευκαιριακό κέρδος) και της σύστασης εταιριών. Αυτή η δυαδικότητα εμφανίστηκε είτε ταυτόχρονα ή με την πάροδο του χρόνου, καθώς έγινε η μετάβαση από το πρώτο στο δεύτερο είδος της επιχειρηματικής δράσης (κυρίως 1870-1909).
5. Ένα ακόμη χαρακτηριστικό είναι η διπλή επιχειρηματική εξέλιξη των γενεών μετά το 1873/74 σύμφωνα με την οποία όλο και περισσότεροι ιδρυτές εταιριών (συχνά γιοι των εμπόρων) ήταν επαγγελματίες και, παράλληλα, ένας αυξανόμενος αριθμός των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών στον αναδυόμενο τομέα των επιχειρήσεων ήταν έξω από τη σφαίρα του γνώριμου (παραδοσιακού).
6. Μετά το 1870 οι σημαντικότεροι ιδρυτές εταιριών είχαν λάβει τη μόρφωσή τους στο εξωτερικό, ανήκαν στην ελίτ της χώρας (ως γόννοι πλούσιων οικογενειών) ή προέρχονταν από την ελληνική διασπορά (ως γόννοι εμπόρων). Οι νέοι αυτοί

επιχειρηματίας «δεύτερης γενιάς» ήταν καινοτόμοι και εισήγαγαν καινοτόμες τεχνικές στην επιχειρηματική οργάνωση των δραστηριοτήτων τους και των εταιριών που ίδρυσαν, αλλά και στον τρόπο παραγωγής.

7. Τέλος, όσον αφορά την επίδραση των πολιτισμικών και κοινωνικών στοιχείων στην επιχειρηματικότητα, σύγχρονες μελέτες έχουν καταδείξει ότι «μια κοινωνική, πολιτισμική και πνευματική μεταμόρφωση αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής σε οποιαδήποτε δεδομένη κοινωνία» (Dimitratos κ.ά., 2012). Από την έρευνα για ολόκληρο το διάστημα 1830-1909 προκύπτει ότι κυρίως οι Έλληνες επιχειρηματίες δεύτερης γενιάς, ήταν εκείνοι οι οποίοι απέκτησαν μόρφωση στο εξωτερικό και κατάφεραν να μεταλαμπαδεύσουν νέα ευρωπαϊκά πρότυπα στον τρόπο οργάνωσης των επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Επίσης, εφάρμοσαν καινοτομίες και έφεραν την Ελλάδα πιο κοντά στις θετικές πολιτισμικές επιδράσεις της Δύσης οι οποίες ήταν απαραίτητες για τη διαμόρφωση ενός σύγχρονου επιχειρηματικού πνεύματος στην ελληνική οικονομία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ, ΚΙΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ - ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

3.1 Εισαγωγή

Έχοντας παρουσιάσει μία ιστορική αναδρομή περί των οικονομικών συνθηκών που επικρατούσαν στην αναδυόμενη οικονομία κατά τη διάρκεια του 19^{ου} και αρχές 20^{ου} αιώνα (διάστημα 1830-1909) και την αναφορά στο προφίλ των Ελλήνων που αναλάμβαναν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, σκοπός του παρόντος κεφαλαίου είναι να παρατεθεί το απαραίτητο ακαδημαϊκό και ερευνητικό υπόβαθρο, πριν προχωρήσουμε στην εμπειρική διερεύνηση του συγκεκριμένου ζητήματος μέσα από την οικονομετρική ανάλυση που ακολουθεί.

Στις επόμενες παραγράφους θα παρουσιαστούν αντίστοιχες ερευνητικές εργασίες εστιάζοντας σε έννοιες της σύγχρονης επιχειρηματικότητας, της επιχειρηματικής εκπαίδευσης των κινήτρων και του πολιτισμικού υποβάθρου, εννοιών δηλαδή τις οποίες πραγματεύεται η παρούσα διδακτορική διατριβή. Στη συνέχεια αναφέρονται έρευνες με στοιχεία του 2013-2014 του GEM σχετικά με τη νεανική επιχειρηματικότητα και την κρίση στην Ελλάδα σήμερα. Τέλος, γίνεται ειδική αναφορά στην πιο πρόσφατη έκθεση (Φεβρουάριος 2016) του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) η οποία αφορά στοιχεία στα έτη 2014-2015 και αναφέρεται στην ελληνική επιχειρηματικότητα και την δυναμική που παρουσιάζει στην Ελλάδα της κρίσης.

3.2 Η έννοια της επιχειρηματικότητας

Ο όρος «επιχειρηματικότητα» χρονολογείται πίσω στο 1732. Ο όρος χρησιμοποιήθηκε από τον Ιρλανδό οικονομολόγο Ρίτσαρντ Καντιγιόν, αναφερόμενος σε ιδιώτες, οι οποίοι είναι πρόθυμοι να διεξάγουν οποιασδήποτε μορφής κερδοσκοπία, συμπεριλαμβανομένου και του χρηματοοικονομικού κινδύνου μιας νέας επιχείρησης. Ο ρόλος του επιχειρηματία από την άλλη, το «επιχειρείν», μπορεί να αποδοθεί ως ανάληψη ή ξεκίνημα κάποιου πράγματος και προέρχεται από τη γαλλική λέξη «entreprendre», που σημαίνει ακριβώς αυτό (Stokes, Wilson & Mador, 2010).

Με την έννοια της επιχειρηματικότητας ασχολήθηκαν αρκετοί οικονομολόγοι, ανάμεσά τους ο Mill, ο Say, ο Knight, ο Schumpeter, ο Kirzner, ο Baumol, κ.α. (Jones, Coviello & Kwan Tang, 2011). Μάλιστα, οι παραπάνω αναφερόμενοι οικονομολόγοι είναι εκείνοι οι οποίοι και έθεσαν τα θεμέλια γύρω από την κατανόηση της έννοιας της επιχειρηματικότητας, αλλά και της επιχειρηματικής συμπεριφοράς εν γένει. Παρά το ότι έγιναν προσπάθειες ορισμού της επιχειρηματικότητας, όπως θα φανεί παρακάτω, στους κύκλους των ακαδημαϊκών δε μοιάζει να μπορεί να επιτευχθεί συναίνεση γύρω από ένα συγκεκριμένο ορισμό.

Ένας ορισμός που έχει δοθεί από τον Defoe (1887/2001) είναι πως οι επιχειρηματίες είναι σχεδιαστές έργων, ενώ ο Knight (1921) έχει αναφέρει πως οι επιχειρηματίες προσπαθούν να προβλέψουν και να δράσουν απέναντι σε αλλαγές στις αγορές, έχοντας την αβεβαιότητα της δυναμικής των αγορών. Επιπλέον και ο Weber (1947) προσπάθησε να ορίσει τον επιχειρηματία.

Ο πιο γνωστός ορισμός της επιχειρηματικότητας ωστόσο, μπορεί να αποδοθεί στον Schumpeter (1934). Ο επιχειρηματίας γι' αυτόν είναι ένας καινοτόμος ιδιώτης, ο οποίος εφαρμόζει αλλαγές στις αγορές διεξάγοντας νέους συνδυασμούς. Αυτό μπορεί να πάρει διαφορετικές μορφές όπως: Δημιουργία ενός νέου προϊόντος ή βελτίωση ποιότητας κάποιου ήδη υπάρχοντος, δημιουργία μιας νέας μορφής μεθόδου παραγωγής, τη

δημιουργία μιας νέας αγοράς, την αναζήτηση μιας νέας πηγής προσφοράς νέων υλικών και εργαλείων και τη δημιουργία μιας νέας οργανωτικής βάσης σε κάθε κλάδο.

Ο Von Mises (1949, 1996) βλέπει τον επιχειρηματία πάντοτε σαν ένα κερδοσκόπο. Αυτό, διότι έχει να αντιμετωπίσει συνθήκες αβεβαιότητας στο μέλλον. Η επιτυχία του ή η αποτυχία του, εξαρτάται από την ορθότητα των εκτιμήσεων που δύναται να διεξάγει ο επιχειρηματίας για τις μελλοντικές συνθήκες. Μάλιστα, κατά τον Von Mises αν αποτύχει στο να κατανοήσει και να προβλέψει επιτυχώς τις συνθήκες αυτές θα είναι καταδικασμένος, όπως λέει χαρακτηριστικά. Στην ίδια λογική κινείται και ο Walras (1954), ο οποίος θεωρεί πως ο επιχειρηματίας είναι επίσης κερδοσκόπος, αλλά παράλληλα και συντονιστής. Παρόμοια, ο Kirzner (1973), θεωρεί τον επιχειρηματία ως εκείνο το άτομο που αναγνωρίζει και διαμορφώνει τις δράσεις του προς την κατεύθυνση των ευκαιριών δημιουργίας κέρδους και είναι κατ' ουσία και για εκείνον κερδοσκόπος.

Η Penrose (1959, 1980) ορίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα ως αναγνώριση των επιχειρηματικών ευκαιριών μέσα σε ένα ευρύτερο οικονομικό σύστημα. Ο Drucker (1985), επιχειρώντας να δώσει κάποιον ορισμό στην επιχειρηματικότητα, κινείται στο πλαίσιο της καινοτομίας, παρόμοια με τον Schumpeter (1934). Συγκεκριμένα, θεωρεί πως η επιχειρηματικότητα είναι η καινοτομική δράση η οποία συμπληρώνεται από τους υπάρχοντες πόρους, με μια ικανότητα παραγωγής πλούτου.

Οι Lumpkin & Dess (1996) θεωρούν πως το αντικείμενο της επιχειρηματικότητας είναι η καινοτομία ή η δημιουργία κάτι νέου. Αυτή η δημιουργία μπορεί να διεξαχθεί με την εισαγωγή σε νέες ή ήδη υπάρχουσες αγορές με νέα ή υπάρχοντα προϊόντα και υπηρεσίες. Η δημιουργία κάτι νέου μπορεί να αναφέρεται στην πράξη της ανάληψης ενός νέου έργου, στη σύσταση μιας νέας επιχείρησης είτε μιας ήδη υπάρχουσας επιχείρησης ή μέσω εσωτερικών επιχειρησιακών αναλήψεων νέων επιχειρημάτων.

Ένας πιο πρόσφατος ορισμός σχετικά με την επιχειρηματικότητα έχει δοθεί από τους Shane & Venkataraman (2000). Συγκεκριμένα, γι' αυτούς το πεδίο της επιχειρηματικότητας περιλαμβάνει τη μελέτη των πηγών των ευκαιριών και το σύνολο των ατόμων που τους ανακαλύπτουν, τους αξιολογούν και τους αξιοποιούν. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2003) ορίζει την επιχειρηματικότητα ως τη νοοτροπία και τη διαδικασία της δημιουργίας και της ανάπτυξης της οικονομικής δραστηριότητας συνδυάζοντας την ανάληψη κινδύνων, τη δημιουργικότητα και/ή την καινοτομία με

κατάλληλη διαχείριση, μέσα σε ένα νέο οργανισμό ή μία μικρομεσαία επιχείρηση. Οι Ireland, Hitt & Sirmon (2003), ορίζουν τον όρο της επιχειρηματικότητας ως ένα πεδίο το οποίο εξαρτάται από την κοινωνική διαδικασία μέσω της οποίας τα άτομα και οι ομάδες δημιουργούν πλούτο μέσω της ενοποίησης των ξεχωριστών πόρων για την αξιοποίηση των ευκαιριών της αγοράς. Υπάρχουν έρευνες οι οποίες θέτουν ερωτήματα του είδους α) Γιατί, τότε και πώς οι ευκαιρίες για την παραγωγή των αγαθών και των υπηρεσιών υλοποιούνται; β) Γιατί, τότε και πώς ορισμένοι άνθρωποι και όχι άλλοι ανακαλύπτουν και επωφελούνται από αυτές τις ευκαιρίες; γ) Γιατί, τότε και πώς διαφορετικές μορφές δράσης χρησιμοποιούνται για την αξιοποίηση των επιχειρηματικών ευκαιριών; (Martin, McNally & Kay, 2013). Πρόσφατη έρευνα διερευνά την ικανότητα ατόμων να ανακαλύπτουν και να εκμεταλλεύονται ευκαιρίες και αυτούς αποκαλεί 'επιχειρηματίες' (Vliamos, 2016).

Γενικά, ο επιχειρηματίας είναι το άτομο εκείνο το οποίο οργανώνει, διαχειρίζεται και αναλαμβάνει τους κινδύνους μιας οικονομικής μονάδας ή επιχείρησης (Hall, Daneke & Lenox, 2010). Παρά το ότι ο ορισμός αυτός μοιάζει λογικός, αρκετοί ερευνητές επιχειρηματολογούν υπέρ της άποψης πως η επιχειρηματικότητα είναι ακόμη ένα πεδίο το οποίο δεν έχει ξεκάθαρα όρια και στερείται εννοιολογικού υπόβαθρου. (Martin, McNally & Kay, 2013· Landström, Harichi & Åström, 2012· Minniti & Lévesque, 2008· Shane & Venkataraman, 2000).

Το ενδιαφέρον γύρω από την επιχειρηματικότητα έχει αυξηθεί κατά τις τελευταίες τρεις δεκαετίες, παράλληλα με τη μετάβαση σε μια οικονομία γνώσης (Mueller, 2006), η οποία επιτρέπει μεγαλύτερη και πιο εύκολα μεταδιδόμενη καινοτομία. Ο Klaus Schwab, ιδρυτής και διευθύνων σύμβουλος του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ, ορίζει την επιχειρηματικότητα ως τη μηχανή που προωθεί την καινοτομία, τη δημιουργία απασχόλησης και την οικονομική μεγέθυνση (Audretsch, Bönte & Keilbach, 2008).

Η σημαντικότητα της επιχειρηματικότητας, είναι έκδηλη κι από το γεγονός ότι ο ΟΟΣΑ, το 2006, θέσπισε ένα νέο πρόγραμμα δεικτών επιχειρηματικότητας (Entrepreneurship Indicators Programme- EIP), για να μπορέσει να έχει μια βάση για διεθνείς συγκρίσεις στατιστικών μέτρων πάνω στην επιχειρηματικότητα και των προσδιοριστικών παραγόντων της, με απώτερο στόχο τη δημιουργία ενός διαρκούς, μακροχρόνιου προγράμματος πολιτικής με σχετικά στατιστικά μέτρα

επιχειρηματικότητας. Σε αυτό το πλαίσιο, το έργο αυτό περιλαμβάνει την ανάπτυξη πρότυπων ορισμών κι εννοιών και τις συμμετέχουσες χώρες και τους διεθνείς φορείς για τη συλλογή των δεδομένων. Η πρόκληση για το πρόγραμμα αυτό είναι το πώς θα οριστεί η επιχειρηματική δραστηριότητα με κάποιο τρόπο που θα μπορεί να βοηθήσει στη δημιουργία έγκυρων δεικτών που συλλέγονται και συγκρίνονται μεταξύ των χωρών, επιτρέποντας στους αναλυτές και τους σχεδιαστές πολιτικής να καταλαβαίνουν καλύτερα τους παράγοντες που επιδρούν πάνω στο ποσοστό και στο είδος της επιχειρηματικής δραστηριότητας (OECD, 2010).

Τόσο ο ΟΟΣΑ όσο και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (μέσω του προγράμματος INTERREG για την επιχειρηματικότητα) υπογραμμίζουν τη σημασία της σταθερής οικονομικής ανάπτυξης σε μακροχρόνιο ορίζοντα και τις στοχευμένες πολιτικές που αφορούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας ως τα προαπαιτούμενα μέσα για να προσελκύσουν ή να υποστηρίξουν τους υπάρχοντες επιχειρηματίες ώστε αυτοί να επενδύσουν σε μία ευρύτερη περιοχή. Σύμφωνα με τα ίδια συμπεράσματα, τα εργαλεία τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν μεμονωμένα για την υποστήριξη κάθε επιχειρηματία μπορούν να έχουν αντίκτυπο και κάποια οφέλη, ωστόσο εργαλεία ή προγράμματα επιχειρηματικότητας αποδίδουν πιο αποτελεσματικά όταν διανέμονται ως μέρος ενός συνολικού προγράμματος υποστήριξης της επιχειρηματικότητας τα οποία έχουν σχεδιαστεί σε ένα ευρύτερο πλαίσιο και έπειτα υποστηρίζουν ξεχωριστά επιχειρήσεις, ανάλογα τον τομέα μέσα στον οποίο δραστηριοποιούνται. Μακροχρόνιες πολιτικές οι οποίες εστιάζουν στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας πρέπει να στοχεύουν σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον το οποίο να είναι φιλικό προσκείμενο προς τον επιχειρηματία, υποστηρικτικό στην ίδρυση νέων επιχειρήσεων και να επιτρέπει στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να αναπτυχθούν (INTERREG IVC Joint Technical Secretariat, 2014)

3.3 Η έννοια της Επιχειρηματικής Εκπαίδευσης

Η απαρχή της επιχειρηματικής εκπαίδευσης, τοποθετείται χρονικά πίσω στο 1947 όταν πραγματοποιήθηκε το πρώτο μάθημα στο Πανεπιστήμιο του Harvard, σε μεταπτυχιακούς φοιτητές. Πενήντα χρόνια αργότερα, περίπου 120.000 φοιτητές στις

Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής συμμετέχουν σε επιχειρηματικά μαθήματα (O' Connor, 2012). Η τάση αυτή βέβαια, δεν είναι εμφανής μόνο στις Η.Π.Α. αλλά και σε ευρωπαϊκές χώρες όπου παρατηρείται τάση ανόδου των μαθημάτων επιχειρηματικότητας που προσφέρονται, καθώς και αύξηση στον αριθμό των καθηγητών που διδάσκουν τα μαθήματα αυτά. (von Graevenitz, Harhoff & Weber, 2010). Μία σημαντική διαπίστωση είναι ότι μεταξύ αυτών που ασχολούνται με την επιχειρηματική δράση έχοντας λάβει επιχειρηματική επιμόρφωση υπάρχει ένα κοινό χαρακτηριστικό: *“είναι άτομα με εξειδικευμένη γνώση και προηγούμενη εμπειρία η οποία μπορεί να οδηγήσει σε υψηλού επιπέδου επιχειρηματικές δεξιότητες”* (Vliamos & Tzeremes, 2009). Η έννοια της επιχειρηματικής εκπαίδευσης αυτή καθαυτή δεν πρέπει να είναι αποκλειστικά συνδεδεμένη με την άμεση σύσταση νέων επιχειρήσεων (Ho Mok, 2005). Επομένως θα πρέπει να αναγνωρισθεί στα επιχειρηματικά εκπαιδευτικά προγράμματα ότι αποτελούν διαδικασία μάθησης επιχειρηματικών στάσεων και δεξιοτήτων, η οποία περιλαμβάνει συγκεκριμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά (Vliamos, 2016). Στη βιβλιογραφία, υπάρχουν κυρίως τέσσερις διαφορετικοί τύποι επιχειρηματικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων:

Το πρώτο, είναι γνωστό ως «Εκπαίδευση Επιχειρησιακής Συνείδησης» και στοχεύει στο να αυξηθεί η γνώση γύρω από την επιχειρηματικότητα και να επηρεαστούν οι στάσεις και οι πεποιθήσεις οι οποίες μπορεί να έχουν επίπτωση στις προθέσεις των ατόμων να επιχειρήσουν.

Η δεύτερη κατηγορία μπορεί να περιγραφεί ως «Εκπαίδευση για νέα επιχείρηση». Αυτά τα προγράμματα απευθύνονται σε άτομα τα οποία έχουν προηγούμενη γνώση επάνω στην επιχειρηματικότητα και χρειάζεται να λύσουν πρακτικά ζητήματα γύρω από το πώς μπορεί να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι.

Η τρίτη κατηγορία, «Εκπαίδευση για Επιχειρηματικό Δυναμισμό», εστιάζει σε άτομα τα οποία είναι ήδη επιχειρηματίες και θέλουν να προωθήσουν δυναμικές συμπεριφορές αμέσως μετά τη φάση της σύστασης της νέας επιχείρησης. Η τέταρτη και τελευταία κατηγορία, περιλαμβάνει τη «Συνεχιζόμενη Εκπαίδευση για Επιχειρηματίες» και περιγράφει τα προγράμματα δια βίου μάθησης και εστιάζει σε έμπειρους επιχειρηματίες. (Oosterbeek, van Praag & Ijsselstein, 2010)

Με βάση τους διαφορετικούς τύπους επιχειρηματικής εκπαίδευσης, υπάρχουν τέσσερα διαφορετικά ερευνητικά ρεύματα (Moica, Socaciui & Rădulescu, 2012). Το

πρώτο ρεύμα εστιάζει στο ρόλο των επιχειρηματικών προγραμμάτων στον ιδιώτη και την κοινωνία. Το δεύτερο πεδίο ασχολείται με τη συστηματοποίηση των επιχειρηματικών προγραμμάτων, για παράδειγμα μέσω της χρήσης πολυμέσων (multimedia) ή την ανάπτυξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Το τρίτο πεδίο ερευνά το περιεχόμενο και την παράδοση των επιχειρηματικών προγραμμάτων και το τέταρτο ασχολείται με τις ανάγκες κάθε συμμετέχοντα ξεχωριστά στο επιχειρηματικό πρόγραμμα. (Carayannis, Evans & Hanson, 2003).

Η επιχειρηματικότητα έχει γίνει σήμερα ένα δημοφιλές μάθημα στα πανεπιστήμια και στα κολλέγια και αναπτύσσεται ταχύτατα σε όλο τον κόσμο. (Fakir, Shafiabady, Nooranipour & Ahghar, 2012). Στις Η.Π.Α συγκεκριμένα, ο αριθμός των μαθημάτων που προσφέρονται σε επίπεδο πανεπιστημιακό και κολλεγίων αυξήθηκαν από περίπου 250 το 1985 σε πάνω από 5.000 το 2008 (Gunes, 2012). Αυτή η δραματική αύξηση των πόρων που διατίθενται στη διδασκαλία της επιχειρηματικότητας δεν υποστηρίζεται ακόμη από συνεπή εμπειρικά στοιχεία που αποδεικνύουν πως η επιχειρηματική εκπαίδευση βοηθά στο να δημιουργηθούν περισσότεροι ή και περισσότερο επιτυχημένοι επιχειρηματίες (Gunes, 2012).

Στη διεθνή βιβλιογραφία υπάρχουν έρευνες οι οποίες υποστηρίζουν ευθέως τη σημαντικότητα της ανάπτυξης επιχειρηματικών δεξιοτήτων για την έναρξη μίας επιτυχημένης επιχειρηματικής πρωτοβουλίας. Ειδικά οι δεξιότητες εκείνες οι οποίες εστιάζουν στον προσδιορισμό των καταναλωτικών αναγκών των καταναλωτών, στις τεχνολογικές ευκαιρίες και στην έγκαιρη αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών μέσα στο ανταγωνιστικό περιβάλλον (Hayton, 2015).

Τα ευρήματα της βιβλιογραφίας γύρω από το θέμα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στην κινητοποίηση των ατόμων να επιχειρήσουν είναι σημαντικά, ωστόσο υπάρχουν σημαντικές αδυναμίες σε αυτού του είδους την έρευνα που κάνουν δύσκολη την επεξήγηση της βιβλιογραφίας (Sudharson, Ali & Sermakani, 2013). Αρκετά άρθρα της υπάρχουσας βιβλιογραφίας που μελετούν τις επιδράσεις της επιχειρηματικής εκπαίδευσης αναφέρουν πως υπάρχουν επαρκείς αποδείξεις για να επιβεβαιώσουν πως η επιχειρηματικότητα μπορεί να διδαχθεί (Rasmussen & Sørheim, 2006) και ότι η επιχειρηματικότητα μπορεί να συμβάλει θετικά στην ανάληψη επιχειρηματικών δράσεων (Hong, Hong & Luzhuang, 2012· Chiru, Tachiciu & Ciuchete, 2012· Vesper & Gartner,

1997). Οι Zhara, Santeri & Yu (2005) και Vliamos (2016), αν και επίσης επεσήμαναν τα παραπάνω ευρήματα στη μελέτη τους, αξιολογώντας τη βιβλιογραφία γύρω από την επιχειρηματική εκπαίδευση, ανέφεραν πως αυτή υποφέρει από ένα μεγάλο εύρος μεθοδολογικών περιορισμών, οι οποίοι μπορεί να αποτελέσουν τροχοπέδη στην ανάπτυξη αντικειμενικών συμπερασμάτων.

Μια πιο πρόσφατη μετα-ανάλυση του θέματος (Ihan-Nas, Sahin & Cilingir, 2011) δείχνει πως ενώ οι μικρές θετικές συσχετίσεις υπάρχουν, όταν τα αποτελέσματα από αυτές τις ανεξάρτητες μελέτες μετα-αναλύονται, πρέπει να ερμηνεύονται με προσοχή, αφού η βιβλιογραφία πάσχει από πολλές αδυναμίες, όπως έλλειψη συνέπειας μέτρησης των μεταβλητών και απουσία ή ασυνέπεια του θεωρητικού υπόβαθρου, κάνοντας δύσκολη τη σύγκριση των ευρημάτων από τη μία μελέτη στην άλλη.

Μία άλλη σημαντική έννοια η οποία στοχεύουμε να αναλυθεί είναι τα επιχειρηματικά κίνητρα. Συχνά, λέγεται πως δεν μπορεί κάποιος να νικήσει ένα παιχνίδι το οποίο δεν παίζει. Στο πλαίσιο της επιχειρηματικότητας, αυτή η φράση υποδηλώνει πως η επιτυχία εξαρτάται από την προθυμία των ατόμων να γίνουν επιχειρηματίες. Επίσης, αφού το «κυνήγι» της επιχειρηματικής ευκαιρίας είναι μια εξελικτική διαδικασία στην οποία τα άτομα πρέπει να κάνουν αρκετά βήματα προς την κατεύθυνση αυτή, οι αποφάσεις λαμβάνονται μετά από την ανακάλυψη των ευκαιριών- για τη θετική αποτίμηση των ευκαιριών, για την απόκτηση πόρων και για το σχεδιασμό των μηχανισμών αξιοποίησής τους- που επίσης εξαρτώνται από την προθυμία των ατόμων να γίνουν επιχειρηματίες (Loomis, 2001).

Πρόσφατα, η έρευνα γύρω από την επιχειρηματικότητα έχει εστιάσει ιδιαίτερα στα χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος που επηρεάζουν την ίδρυση των επιχειρήσεων (Baron, 1998· Vliamos & Tzeremes, 2003) και τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματικών ευκαιριών (Chen, Greene & Crick, 1998). Αν και αυτή η εστίαση έχει ενισχύσει την κατανόηση γύρω από το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας, αγνοεί το ρόλο του ανθρώπινου παράγοντα (Vliamos, 2016).

Η επιχειρηματικότητα εξαρτάται από τις αποφάσεις που παίρνουν οι άνθρωποι για το πώς θα λάβουν μέρος σε αυτή τη διαδικασία. Τα χαρακτηριστικά των ατόμων που λαμβάνουν αποφάσεις για την επιχειρηματική διαδικασία επηρεάζουν τις αποφάσεις αυτές (Vliamos, 2010).

Παρά το ότι υπάρχει σχετική βιβλιογραφία που ασκεί κριτική στο ρόλο της ανθρώπινης κινητικότητας στην επιχειρηματικότητα (Chen, Gully, Whiteman & Kilcullen, 2000· Davidson, Low & Wright, 2001), οι ανεπαρκείς εμπειρικές μελέτες δεν αναφέρονται στη σημαντικότητα της κατανόησης του ρόλου της ανθρώπινης κινητοποίησης στην επιχειρηματική διαδικασία. Συγκεκριμένα, ακόμη κι οι κοινωνιολόγοι που έχουν αναπτύξει επιχειρήματα κατά της χρησιμότητας της έρευνας που βασίζεται στα ανθρώπινα χαρακτηριστικά (ψυχολογικά κίνητρα) στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας, αγνοούν το γεγονός ότι η κινητοποίηση έχει σημασία σε αυτή τη διαδικασία. (Davidson κ.ά., 2001). Σύμφωνα με τους Βλιάμο & Τζερεμέ (2011) το ερώτημα που τίθεται είναι εάν η επιχειρηματική κινητοποίηση μπορεί να ταυτισθεί με την μίμηση ή μόνον με τη δημιουργία. Έτσι, υποστηρίζει ότι *«υπάρχει μια αναπόφευκτη και δυναμική σχέση μεταξύ των δύο, [...] η μεν πρώτη (ενν. η μίμηση) συνδέεται με την μεγέθυνση, η δε δεύτερη (ενν. η καινοτομική δημιουργία) με την ανάπτυξη (αλλαγή) την οποία καλείται να πραγματοποιήσει ο επιχειρηματίας [...] για να λειτουργήσει η σχέση αυτή [...] θα πρέπει να κινητοποιηθεί η επιχειρηματικότητα ως μια δυναμική διαδικασία μεταξύ των ατόμων [...] και επομένως και η μίμηση και η καινοτομική δημιουργία είναι μάλλον εγγενή μέρη της επιχειρηματικής διαδικασίας»* (Βλιάμος & Τζερεμές, 2011, σ. 201-203).

Οι Peterman & Kennedy (2003) επισημαίνουν ότι η επιχειρηματική διαδικασία μπορεί να αποδοθεί εννοιολογικά ως μια λειτουργία ευκαιριακών δομών και κινητοποιημένων επιχειρηματιών με πρόσβαση σε πόρους. Αυτές οι κριτικές είναι το αποτέλεσμα της ανεπαρκούς μελέτης του ρόλου της ανθρώπινης κινητοποίησης στην επιχειρηματική διαδικασία στην πρόσφατη επιχειρηματική έρευνα. Κατά συνέπεια, οι σύγχρονες θεωρίες της επιχειρηματικότητας δε λαμβάνουν υπόψη τη διακύμανση στον τρόπο κινητοποίησης διαφορετικών ανθρώπων.

Στην εργασία αυτή, θα γίνει αναφορά στο κατά πόσο οι ανθρώπινες πράξεις είναι αποτέλεσμα τόσο παραγόντων κινητοποίησης όσο και γνωσιακών παραγόντων, συμπεριλαμβανομένων στους τελευταίους την ικανότητα, την ευφυΐα και τις δεξιότητες (Kickul & Zaper, 2000). Παρόλα αυτά, η επιχειρηματικότητα δε είναι το αποτέλεσμα αποκλειστικά των ανθρώπινων πράξεων, αφού κι οι εξωτερικοί παράγοντες παίζουν κάποιο ρόλο (Vliamos, 2009β), όπως η κατάσταση της οικονομίας, η διαθεσιμότητα του επιχειρησιακού κεφαλαίου, οι πράξεις των ανταγωνιστών και οι κανονισμοί της

κυβέρνησης. Παρόλα αυτά, αν οι παράγοντες αυτοί διατηρηθούν σταθεροί, η ανθρώπινη κινητοποίηση παίζει κρίσιμο ρόλο στην επιχειρηματική διαδικασία. (Zhao, Seibee & Hills, 2005).

Σε αυτό το σημείο, είναι σημαντικό να αναφερθεί πως η έρευνα γύρω από το θέμα θα έπρεπε να αναπτύξει πιο ρεαλιστικές επεξηγήσεις σχετικά με το πώς η ανθρώπινη κινητοποίηση επηρεάζει την επιχειρηματική διαδικασία σε σχέση με την υπάρχουσα βιβλιογραφία. Αυτή η προσέγγιση θα μπορούσε να υπερβεί την κριτική που έχει ασκηθεί σε προηγούμενες μελέτες σχετικές με ανθρωποκεντρικές εξηγήσεις για την επιχειρηματικότητα.

Το μέγεθος της επιχειρηματικής δραστηριότητας, εκφράζεται ως το ποσοστό των ιδιοκτητών/μάντζερ των επιχειρήσεων σε σχέση με το εργατικό δυναμικό και διαφέρει από χώρα σε χώρα (Boyd & Vozikis, 1994). Αυτή η διαφοροποίηση σχετίζεται με διαφορές στα επίπεδα οικονομικής ανάπτυξης κι επίσης σε αποκλίνοντες δημογραφικούς, πολιτιστικούς και θεσμικούς παράγοντες (Dequech, 2006· Edelman & Manolova, 2008). Υπάρχει σχετικό υπόβαθρο που υποδεικνύει πως υπάρχει σχέση σχήματος U μεταξύ του επιπέδου της επιχειρησιακής ιδιοκτησίας (αυτοαπασχόληση) και του κατά κεφαλήν εισοδήματος (Gartner, Shaver, Gatewood & Gatz, 1994· Krueger, Reilly & Casrud, 2000). Η πρόσφατη έρευνα που διεξήχθη στο πλαίσιο του Global Entrepreneurship Monitor (GEM) χρησιμοποιώντας το ποσοστό της νεήλατης επιχειρηματικότητας ή την ύπαρξη των νέων επιχειρήσεων δείχνει ακριβώς το ίδιο φαινόμενο (Linan, 2004). Το νόημα του σχήματος U έχει αποτελέσει αντικείμενο συζήτησης και αντιπαραθέσεων επειδή είναι απλώς ένα τυποποιημένο αντικείμενο το οποίο αναμένει επεξήγηση χρησιμοποιώντας τη διπλή αιτιώδη σχέση μεταξύ της επιχειρηματικότητας (υποδεικνυόμενη από τα ποσοστά επιχειρησιακής ιδιοκτησίας) και το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης (Souitaris, Zerbinati & Al-Laham, 2007).

Η νεήλατη επιχειρηματικότητα αποκαλύπτει επίσης ένα μεγάλο εύρος διαφοροποίησης ανάμεσα στα έθνη ή ακόμα και στις περιοχές. Μια εξήγηση για αυτή τη διαφοροποίηση είναι χρήσιμη, καθώς οι κυβερνήσεις στηρίζουν παγκοσμίως τις ελπίδες τους στην επιχειρηματικότητα και την οικονομική μεγέθυνση και κατ' επέκταση, προσπαθούν να προωθήσουν το ξεκίνημα νέων επιχειρήσεων. Ενώ έχει μελετηθεί ένας αριθμός από ανεξάρτητους σχετικούς προσδιοριστικούς παράγοντες της

επιχειρηματικότητας, οι διαφορές μεταξύ των χωρών παραμένουν ανεξερεύνητες. Υπάρχει μια γενική αίσθηση ότι ενώ οι διαχρονικές διαφορές μπορούν να αποδοθούν σε οικονομικούς παράγοντες όπως στο κατά κεφαλή εισόδημα και στις τεχνολογικές εξελίξεις, οι διαφορές επί του παρόντος είναι το αποτέλεσμα κυρίως θεσμικής ή πολιτιστικής φύσης. Με άλλα λόγια, η σχετική σταθερότητα των διαφορών της επιχειρηματικής σταθερότητας ανάμεσα στις χώρες υποθέτει πως παράγοντες άλλοι από τους οικονομικούς παίζουν σημαντικό ρόλο (Mitchell, Smith, Searight & Morse, 2000). Σε αρκετές έρευνες επίσης εξισώνεται η επιχειρηματικότητα με την επιχειρησιακή ιδιοκτησία και την αυτοαπασχόληση κι έτσι ο επιχειρηματίας εκλαμβάνεται στη βάση αυτή ως ιδιοκτήτης/μάνατζερ αντί για κάποιον που εντάσσεται ή δεν εντάσσεται σε κάποια επιχείρηση (Kyro & Carrier, 2005· Loasby, 2001· Lee & Wong, 2004).

Οι Volery κ.ά. (2015) επιχειρηματολογούν στη βάση αναλυτικών ποσοτικών ερευνών για τις δράσεις που αναλαμβάνουν οι επίδοξοι ή εδραιωμένοι επιχειρηματίες. Για παράδειγμα, απαιτούνται διαφορετικές δεξιότητες προκειμένου κάποιος να αναγνωρίσει μία επιχειρηματική ευκαιρία, από εκείνα τα απαραίτητα στοιχεία που πρέπει να διαθέτει κάποιος ώστε η ιδέα να κεφαλαιοποιηθεί και να μετουσιωθεί σε μία βιώσιμη επιχείρηση. Υπάρχει ένα μικρό υποσύνολο επιχειρηματιών που διαθέτουν και τα δύο παραπάνω είδη επιχειρηματικών δεξιοτήτων και μπορούν με ευκολία να αναγνωρίζουν επιχειρηματικές ευκαιρίες και το ίδιο επιτυχημένα να μπορούν να τις μετατρέπουν να εμπορεύσιμο προϊόν ή υπηρεσία. Ωστόσο, στις περισσότερες περιπτώσεις όπου ένας επίδοξος επιχειρηματίας δεν διαθέτει μόνος του όλες τις απαραίτητες δεξιότητες για να αναγνωρίσει ευκαιρίες και έπειτα να δημιουργήσει βιώσιμη επιχείρηση χρειάζεται να δημιουργήσει γύρω του μία ομάδα η οποία στο σύνολό της θα διαθέτει όλες τις επιμέρους επιχειρηματικές δεξιότητες που απαιτούνται για να οδηγηθούν στην επιτυχία. Τόσο στο έργο του Volery, αλλά και ευρύτερα στη διεθνή βιβλιογραφία υπογραμμίζεται ότι είναι δυνατόν τόσο θεωρητικά όσο και πρακτικά να αναγνωριστούν και να κατηγοριοποιηθούν μία σειρά από χαρακτηριστικά όπου μπορούν να αναφέρονται «ως επιχειρηματικές δεξιότητες» και οι οποίες ως ένα βαθμό είναι ξεχωριστές ικανότητες από εκείνες που διαθέτει ένας επιτυχημένος μάνατζερ ή διοικητικές δεξιότητες οι οποίες αναπτύσσονται μέσα στη διοίκηση μεγάλων επιχειρήσεων ή οργανισμών.

Ένας από τους λόγους όπου τα τελευταία χρόνια οι επιτυχημένες μικρομεσαίες επιχειρήσεις καθώς και οι επιχειρηματίες που τις έχουν δημιουργήσει βρίσκονται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος, τόσο σε τοπικό επίπεδο όσο και διεθνώς, είναι ακριβώς αυτή η διερεύνηση των επιχειρηματικών δεξιοτήτων που διαθέτουν οι ιδρυτές τους και πώς αυτές μπορούν να μεταλαμπαδευτούν σε νέους επίδοξους επιχειρηματίες. Αυτό όπου είναι ιδιαίτερα παρατηρήσιμο σήμερα, αφορά στη δραστηριότητα των εξαγωγικών δραστηριοτήτων που αναλαμβάνουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε παγκόσμιο επίπεδο και κυρίως μέσα από την εμπλοκή τους σε εμπορικές αποστολές οι οποίες αναλαμβάνονται από υποστηρικτικούς επιχειρηματικούς οργανισμούς, επιμελητήρια και άλλους φορείς και οι οποίοι στοχεύουν σε συγκεκριμένες χώρες. Αυτή η συνεργατική μορφή όπου πολλές μικρές επιχειρήσεις επιλέγουν να κινηθούν συλλογικά, με τη βοήθεια επιμελητηρίων ή εμπορικών αποστολών, σε νέες αγορές με βάση γεωγραφικά ή άλλα επιμέρους κριτήρια που αφορούν τους επιμέρους τομείς ενδιαφέροντός τους έχει ως συνέπεια την αποτελεσματική διείσδυσή τους σε νέες αγορές, την ανάπτυξη ενός διευρυμένου δικτύου επαφών με άλλες επιχειρήσεις με κοινά επιχειρηματικά ενδιαφέροντα και νοοτροπίες. Ολα αυτά που ήδη αναφέρθηκαν είναι ιδιαίτερα σημαντικά σε επίπεδο πολιτικών και έχουν μία έμμεση επιρροή στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας και ιδιαίτερα στη διαμόρφωση των πολιτικών εκείνων που σχετίζονται με την εκπαίδευση, την υποστήριξη επιχειρηματικών εγχειρημάτων και εμπορικών πρωτοβουλιών προτείνοντας συγκεκριμένες προτάσεις όσον αφορά τα επιχειρηματικά δίκτυα, τις διαπροσωπικές επαφές μεταξύ επιχειρηματιών και την ενδυνάμωση μίας κοινής πολιτισμικής συνείδησης (Rodriguez-Pose & Hardy, 2015).

Στη διεθνή βιβλιογραφία συστηματικά υπογραμμίζεται η σημασία των «ανθρώπινων δεξιοτήτων» παράλληλα με την εκπαίδευση και τη γνώση των τεχνολογιών αιχμής καθώς και οι δεξιότητες ανάπτυξης ενός ικανοποιητικού δικτύου επιχειρηματικών επαφών. Ωστόσο, ένας μεμονωμένος επιχειρηματίας ο οποίος μπορεί να διαθέτει μόνο ικανότητες αναγνώρισης μίας επιχειρηματικής ευκαιρίας ίσως να μη διαθέτει ταυτόχρονα και τεχνολογικές δεξιότητες υλοποίησης της ιδέας ή ικανότητες συμμετοχής σε επιχειρηματικά δίκτυα, τα οποία είναι πολύτιμα σε τοπικό αλλά και παγκόσμιο επίπεδο.

3.4 Επιχειρηματικότητα και Πολιτισμικό Υπόβαθρο

Υπάρχει πληθώρα ερευνητικών εργασιών οι οποίες συνδέουν την επιχειρηματικότητα με το πολιτισμικό υπόβαθρο. Στη διεθνή βιβλιογραφία υπάρχει εκτενής αναφορά της κουλτούρας ως προσδιοριστικού παράγοντα της επιχειρηματικότητας. Η υπάρχουσα ερευνητική βιβλιογραφία αναφέρει ότι οι διαφορές στην εθνική κουλτούρα μέσα στην οποία οι αξίες, πεποιθήσεις και συμπεριφορές είναι εντεταγμένες, μπορεί να επηρεάζουν ένα μεγάλο εύρος συμπεριφορών, συμπεριλαμβανομένης της απόφασης να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι αντί να εργάζονται για άλλους (Bird, 2002). Ακολουθώντας αυτή τη λογική, πολλές μελέτες εξέτασαν τη σχέση μεταξύ διαφόρων χαρακτηριστικών ως προς την κουλτούρα και την επιχειρησιακή συμπεριφορά ανάμεσα σε διαφορετικές κουλτούρες (Locke, 2000· Tracy, Locke & Renard, 1998· Palich & Bagby, 1995). Υπάρχουν συγκεκριμένα τέσσερις σχολές σκέψης που σχετίζονται με την κουλτούρα, η οποία μπορεί να εξηγεί την επιχειρηματική ύπαρξη. Αθροιστικά, η προοπτική των ψυχολογικών χαρακτηριστικών εξηγεί τις διαφορές στα ποσοστά της επιχειρηματικής δραστηριότητας ως ακολούθως: αν υπάρχουν περισσότεροι άνθρωποι με επιχειρηματικές αξίες σε μια χώρα, θα υπάρχει κατ'έπекταση ένας αυξημένος αριθμός ανθρώπων που επιδεικνύουν επιχειρηματικές συμπεριφορές (Stokes, Wilson, & Mador, 2010).

Ο Ajzen (2002) χρησιμοποιεί την έννοια του μετα-υλισμού για να εξηγήσει τις παρατηρούμενες αλλαγές στις αξίες των σύγχρονων κοινωνιών. Περιγράφει τη μετάλλαξη σε αρκετές χώρες από μια κουλτούρα η οποία κυριαρχείται από προσανατολισμένα στον υλισμό άτομα σε μια κοινωνία που ένα αυξημένο μέγεθος του πληθυσμού της ευνοεί μη-υλιστικούς στόχους έναντι των υλιστικών. Όπως έχει δείξει η βιβλιογραφία, μια τέτοια κοινωνία είναι λιγότερο πιθανό να είναι επιχειρηματική και να ενθαρρύνει τέτοιες δράσεις. (Locke, 2000). Αυτή η έννοια είναι κοντινή στην προοπτική των αθροιστικών ψυχολογικών χαρακτηριστικών, αλλά δεν αναφέρεται σε κάποια αξία ή χαρακτηριστικό, εξηγώντας μάλλον το πώς μια κοινωνία θα έπρεπε να συμπεριφέρεται. Η λειτουργικότητά της είναι σύνθετη και ετερογενής. Αυτή η κοινωνική νομιμότητα ή ηθική αποδοχή της επιχειρηματικότητας εστιάζει στην επίδραση των κοινωνικών κανόνων και των θεσμών στην κοινωνία ως σύνολο (Tracy, Locke & Renard, 1998).

Αυτή η άποψη υποστηρίζει ότι υψηλότερα ποσοστά επιχειρηματικότητας βρίσκονται σε κοινωνίες όπου ο επιχειρηματίας είναι προικισμένος με υψηλότερου βαθμού κοινωνικό στάτους, σε κοινωνίες όπου δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στην επιχειρηματικότητα ιδιαίτερα μέσω του εκπαιδευτικού συστήματος και υπάρχουν περισσότερα φορολογικά κίνητρα για να ενισχύεται το ξεκίνημα νέων επιχειρήσεων. Αυτό το γεγονός οδηγεί σε ένα υψηλότερο βαθμό ζήτησης και προσφοράς της επιχειρηματικότητας. Αν και η κατεύθυνση των προβλέψεων είναι για την κοινωνική νομιμοποίηση και για την οπτική γωνία των συνολικών ψυχολογικών χαρακτηριστικών, οι εξηγήσεις διαφέρουν. Έτσι, με βάση την οπτική της κοινωνικής νομιμοποίησης, το αποτέλεσμα είναι εξαρτώμενο από θεσμικές και πολιτιστικές επιρροές, ενώ με βάση την οπτική των συνολικών ψυχολογικών χαρακτηριστικών, το αποτέλεσμα είναι εξαρτώμενο από αθροιστικές επιπτώσεις ανεξάρτητων χαρακτηριστικών. Για παράδειγμα, με βάση την οπτική της κοινωνικής νομιμοποίησης, περισσότεροι ιδιώτες αξιολογούν την επιχειρηματικότητα ως ένα αποτέλεσμα υψηλότερου κοινωνικού στάτους που προσφέρεται στους επιχειρηματίες συγκεκριμένων κοινωνιών, ενώ με βάση τα ψυχολογικά χαρακτηριστικά, το μέσο άτομο απλώς υποδεικνύει πως έχει τους επιχειρηματίες σε μεγάλη υπόληψη. Αν και διαφορετικές θεωρητικές επεξηγήσεις έχουν προταθεί από τους ερευνητές για το συγκεκριμένο ζήτημα, ωστόσο διαπιστώνεται ότι είναι δύσκολο να ελεγχθούν εμπειρικά το ποιες από αυτές τις εξηγήσεις είναι σωστές σαν πολιτιστικοί δείκτες που προκύπτουν από αθροιστικές αποκρίσεις των ατόμων (Palich & Bagby, 1995).

Η οπτική της μη ικανοποίησης είναι μια τελείως διαφορετική προσέγγιση από τις παραπάνω αναφερόμενες. Η εξήγηση σε μάκρο επίπεδο για την επιχειρηματικότητα υποθέτει πως η διαφοροποίηση στην επιχειρηματικότητα βασίζεται σε διαφορές στις αξίες και στις πεποιθήσεις μεταξύ των πληθυσμών των ήδη ή μελλοντικών επιχειρηματιών. Έτσι, σε μια κυριαρχούσα κουλτούρα μη επιχειρηματική, μια αντιπαράθεση αξιών μεταξύ των ομάδων μπορεί να οδηγήσει τους δυνητικούς επιχειρηματίες στην αυτοαπασχόληση (Stokes, Wilson & Mador, 2010).

Η προβλεπόμενη σχέση μεταξύ των πολιτιστικών δεικτών και της επιχειρηματικότητας σε σχέση με την υπόθεση της μη ικανοποίησης είναι έτσι η αντίθετη από αυτό που μπορεί να προσδοκάται από την οπτική γωνία των ψυχολογικών

χαρακτηριστικών ή της κοινωνικής νομιμοποίησης. Εφαρμόσιμες και στους οικονομικούς και στους πολιτιστικούς παράγοντες είναι οι έννοιες της προσφοράς ή «ώθησης» («push») και της ζήτησης ή «έλξης» («pull»), ως παράγοντες που επηρεάζουν το ξεκίνημα των νέων επιχειρήσεων γενικά (Stokes κ.ά., 2010)

Οι παράγοντες από την πλευρά της ζήτησης σχετίζονται με την προσδοκία του ατόμου ότι η ζωή του θα είναι καλύτερη εάν γίνει επιχειρηματίας. Έτσι, οι ιδιώτες συχνά έλκονται από την επιχειρηματικότητα, με την προσδοκία να τους παρασχεθούν υλικά και μη υλικά οφέλη. Οι παράγοντες από την πλευρά της προσφοράς λαμβάνουν υπόψη τη διαφορά μεταξύ της τρέχουσας κατάστασης κάποιου ατόμου σε σχέση με την επιθυμητή. Μάλιστα, οι παράγοντες αυτοί συχνά συνδέονται με κάποιου βαθμού έλλειψη ικανοποίησης. Δεν είναι εύκολο να γίνει κατηγοριοποίηση των τεσσάρων οικονομικών σχολών σύμφωνα με την οπτική της προσφοράς και της ζήτησης, αν και ο μετα-υλισμός μοιάζει να βασίζεται περισσότερο σε παράγοντες από την πλευρά της ζήτησης, ενώ η μη ικανοποίηση υιοθετεί μια οπτική περισσότερο από την πλευρά της προσφοράς (Stokes κ.ά., 2010).

Τέλος, οι Rodríguez-Pose & Hardy (2015) στην έρευνά τους η οποία αφορά το Ηνωμένο Βασίλειο απέδειξαν ότι ο πληθυσμός ο οποίος είχε γεννηθεί στο εξωτερικό (μετανάστες) διαδραμάτιζε σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Επισημαίνεται ότι περίπου το 13% στο σύνολο του πληθυσμού του Ηνωμένου Βασιλείου είναι άνθρωποι οι οποίοι γεννήθηκαν εκτός Αγγλίας. Επιπλέον, προσδιορίστηκε ότι υπάρχει θετικό αποτέλεσμα στην επιχειρηματικότητα και την καινοτομία όταν υπάρχει διαδραστικότητα μεταξύ υψηλού επιπέδου και με διαφορετικό πολιτισμικό υπόβαθρο εργάτες που γεννήθηκαν εκτός της Αγγλίας και των αντίστοιχων συναδέλφων τους εργατών που γεννήθηκαν στην Αγγλία. Η έρευνα κατέληξε ότι μέσα από τη διεθνή δικτύωση και αλληλεπίδραση μεταξύ διαφορετικών κουλτούρων δημιουργείται μία διάχυση της γνώσης όπου μέσα από κατάλληλους αγωγούς διοχετεύεται αυτή η γνώση μεταξύ διαφορετικών χωρών. Αυτή η διάχυση της γνώσης δεν εντοπίζεται μόνο σε τοπικό επίπεδο, αλλά οι θετικές επιπτώσεις διαχέονται διεθνώς.

3.4.1 Ο ρόλος του πολιτισμικού υπόβαθρου και της εκπαίδευσης στη σύγχρονη επιχειρηματικότητα

Σήμερα οι πεποιθήσεις, κανόνες και ο τρόπος ζωής που οδηγούν στην ενθάρρυνση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών μπορεί να χωριστούν σε δύο μεγάλες κατηγορίες (Jones, Coviello & Tang, 2011· Chand & Ghorbani, 2011): *Πρώτον*: Η επίδραση του πολιτισμού στην ανάδειξη του επιχειρηματικού πνεύματος μέσα στην ίδια την οικογένεια. Το επάγγελμα που ασκούν οι γονείς ασκεί επιρροή στην επαγγελματική επιλογή των παιδιών τους. Σε αυτή την περίπτωση ένας νέος επιχειρηματίας αναλαμβάνει επιχειρηματικές πρωτοβουλίες για το κύρος που προκύπτει από τις παραδοσιακές αξίες της οικογένειας και τις έννοιες της «καλής ζωής» (και όχι τόσο από τη δύναμη του πλούτου). Με τη σειρά της η κοινωνική αποδοχή συμβάλλει στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, όταν οι αξίες μιας δεδομένης κοινωνίας ανταμείβουν την επιτυχημένη επιχειρηματικότητα, ενώ η αποτυχία ενός επιχειρηματία δεν υπόκειται σε κοινωνικό στιγματισμό. Σε αυτή την περίπτωση, δύο είναι κυρίως οι ψυχολογικοί παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα: α) η ανάγκη ύπαρξης κινήτρου για την επιτυχία, όπως αναλύεται από τους Ireland & Webb (2007) και β) η εσωτερική εστίαση του ελέγχου της πίστης, δηλαδή υψηλή πίστη στον έλεγχο του πεπρωμένου, όπως αναλύεται από τους Lehner & Kansikas (2012). Επιπλέον, σε αυτό το στάδιο της ζωής, η φιλία, οι κοινωνικές σχέσεις, και η εκπαίδευση ως σύστημα το οποίο παρέχει τις αξίες και τους στόχους, αποτελούν τα πολιτιστικά στοιχεία που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα των ατόμων. (Baum, Frese & Baron, 2012). *Δεύτερον*: Η επίδραση του πολιτισμού σε σχέση με τους οικονομικούς πόρους που παραδοσιακά έχουν στη διάθεσή τους οι επιχειρηματίες εντός μίας κοινωνίας επηρεάζουν το είδος των δραστηριοτήτων που ο επιχειρηματίας θα επιλέξει να αναλάβει. Για παράδειγμα, στη Γερμανία, όπου υπάρχει μακρά παράδοση στην ικανότητα και τη συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων, υπάρχει μεγαλύτερη κλίση προς τις κατασκευαστικές καινοτομίες. Στην Ελλάδα το εμπόριο φαίνεται να είναι η πιο διαδεδομένη μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας, δείχνοντας μια μακρά ναυτική παράδοση στο θαλάσσιο εμπόριο και στις επιχειρήσεις μεταφορών. (Freytag & Thurik, 2009· Greene, Mole & Storey, 2007).

3.4.2 Πολιτιστική πολυμορφία και επιχειρηματικές πρωτοβουλίες

Τα ανθρώπινα κίνητρα, οι παραδοσιακές αξίες και οι κανόνες του πολιτισμού, δεν επαρκούν από μόνα τους για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, αλλά καθορίζουν κατά κάποιο τρόπο τις επιχειρηματικές δραστηριότητες και τους στόχους που θέτει ένας επιχειρηματίας. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες ενθαρρύνονται και αναπτύσσονται σε ένα κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον, με τα ακόλουθα βασικά χαρακτηριστικά: (α) οικονομική και πολιτική ελευθερία στην οποία τονίζεται η ατομικότητα, και όχι τόσο ο συμβιβασμός, (β) ένα σύστημα ανταμοιβής, και ένα σύστημα πρόσληψης και προαγωγής, με βάση την αξιοκρατία, ώστε να ενθαρρύνεται αυτοπεποίθηση, (γ) ανοιχτές ευκαιρίες για τους πρωτοπόρους επιχειρηματίες για την άντληση κεφαλαίου από την κοινωνία, (δ) ένα σύστημα αξιών όπου η επιτυχία στις τάξεις των επιχειρήσεων λαμβάνεται σοβαρά υπόψη στην ιεραρχία του επαγγελματικού κύρους, (ε) η αποτυχία στις επιχειρήσεις δεν θα πρέπει να θεωρείται ασυγχώρητο λάθος (Casillas, Moreno & Barbero, 2011· McKelvie, Haynie & Gustavsson, 2011). Οι στόχοι της επιχειρηματικότητας στις κοινωνίες, οι μορφές επιχειρηματικής οργάνωσης που έχουν αποδειχθεί αποτελεσματικοί, καθώς και τα κριτήρια της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας, επηρεάζονται σε κάποιο βαθμό από τον πολιτισμό. Οι επιχειρηματίες δεν έχουν όλοι την ίδια συνταγή επιτυχίας. Μερικοί από αυτούς οφείλουν την επιτυχία τους στη διαπραγματευτική τους ικανότητα, άλλοι στο ένστικτο για τις επερχόμενες αλλαγές ή την επιχειρησιακή τους στρατηγική (Harada, 2003).

Μερικοί από τους πολιτισμούς στην Ευρώπη δείχνουν μια ανεκτική στάση απέναντι στην αποτυχία των επιχειρήσεων, ενώ σε άλλους πολιτισμούς, μια τέτοια αποτυχία μειώνει την κοινωνική θέση του ατόμου. Συγκριτικές μελέτες (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2009· Harada, 2003) έδειξαν ότι οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες δεν φοβούνται την αποτυχία. Έτσι, ο επιχειρηματίας αποδίδει καλύτερα το ρόλο και τις δραστηριότητές του σε μια κοινωνία που συγχωρεί την αποτυχία και δεν στιγματίζει όσους έχουν αποτύχει στην προσπάθειά τους να ξεκινήσουν μια κερδοφόρα επιχείρηση. Έτσι, ένα πολυπολιτισμικό περιβάλλον, όπως το ευρωπαϊκό, διευρύνει τις πηγές της

επιχειρηματικής επιτυχίας. Λόγω των οικονομικών (διαθεσιμότητα των πόρων, στάδιο της τεχνολογίας, κ.λπ.), κοινωνικών και πολιτισμικών αιτίων (επιρροή της οικογένειας, παράδοση, κλπ) σε διάφορες ευρωπαϊκές οικονομίες των κρατών- μελών, οι παραπάνω λειτουργίες φαίνονται ασυνήθιστα κατανοημένες. Όσον αφορά τις πολιτισμικές επιρροές, οι Hofstede και Horpes (όπ. αναφ. στους Zahra, Santeri & Yu, 2005) εκτίμησαν τις εθνικές κουλτούρες, σύμφωνα με τέσσερις διαστάσεις: μικρή ή μεγάλη απόσταση από την εξουσία, ατομικισμός ή κollectιβισμός, αρσενικό ή θηλυκό, και την ισχυρή-ασθενή αποφυγή αβεβαιότητας (Vliamos & Akrivos, 2013). Σε αυτά τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά στηρίζεται όχι μόνο η διαχειριστική συμπεριφορά, αλλά και οι δραστηριότητες των επιχειρηματιών, βιομηχανικών κλάδων, καθώς και η οργάνωση των επιχειρήσεών τους. Για παράδειγμα, εάν ένα άτομο ζει σε έναν πολιτισμό όπου επικρατεί η ισχυρή αποφυγή του κινδύνου, τότε θα ασχοληθεί με αρκετά ασφαλείς και βραχυπρόθεσμες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Επίσης, πολιτισμικά χαρακτηριστικά, όπως οι διαφορές στην αποφυγή κινδύνου, επηρεάζουν τη δημιουργική μίμηση της επιχειρηματικότητας, δηλαδή τη μίμηση εκείνη που αλλάζει «κάτι» στο αγαθό ή τις υπηρεσίες που παράγονται, ώστε να προσαρμοστεί καλύτερα στις ειδικές τοπικές προτιμήσεις των καταναλωτών. Σε κάθε πολιτισμό με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, όπως η υψηλή αποφυγή του κινδύνου, η επίδραση της μίμησης στον τομέα της επιχειρηματικότητας, θα έχει ως συνέπεια την εμφάνιση μάλλον παρόμοιων επιχειρήσεων που στοχεύουν σε βραχυπρόθεσμα και όχι μακροπρόθεσμα κέρδη.

Η προθυμία του να γίνει κάποιος επιχειρηματίας, με τις συνακόλουθες ειδικές δραστηριότητες, ενισχύονται από το κοινωνικό περιβάλλον του, όπως έχουν δείξει διάφορες έρευνες (Altinay, Madanoglou, Daniele & Lashley, 2012· Lee, Wong, Foo & Leung, 2011· Lin, 2006). Έτσι, αν οι φίλοι και τα πρότυπά τους, έχουν τις δικές τους επιχειρήσεις, ο μελλοντικός επιχειρηματίας πολύ πιθανόν να ακολουθήσει παρόμοιες δραστηριότητες. Η έρευνα των Krueger κ.ά. (2000) δείχνει κατά πόσον οι θεμελιώδεις πεποιθήσεις και αξίες των ατόμων που έχουν ξεκινήσει τη δική τους επιχείρηση διαφέρουν σε σχέση με αυτές των ανθρώπων που δεν είναι επιχειρηματίες. Τα ευρήματα δείχνουν ότι οι επιχειρηματίες έχουν έναν επίμονο και χαρακτηριστικό προσανατολισμό στις αξίες οι οποίες είναι σχετικές με την μεγάλη απόσταση από την εξουσία, αναπτύσσουν υψηλά επίπεδα ατομικισμού, έχουν χαμηλή τάση για αποφυγή

αβεβαιότητας και υψηλή εκδήλωση αρρενωπότητας. Έτσι, ένας πολιτισμός που δίνει μεγάλη αξία στην έναρξη μιας επιχείρησης και τους τύπους συμπεριφορών και που σχετίζονται με τις επιχειρηματικές δραστηριότητες, είναι πιθανότερο να προάγει τη σύσταση εταιριών από έναν πολιτισμό που δεν δίνει έμφαση στα παραπάνω. (Koe, Sa'ari, Majid & Ismail, 2012). Επίσης, ορισμένες κοινωνίες εκτιμούν ιδιαίτερα το επιχειρηματικό ταλέντο, και ως εκ τούτου τοποθετούν την επιχειρηματική επιτυχία σε υψηλό επίπεδο στο σύστημα αξιών τους. Σε έναν τέτοιο πολιτισμό η πλειοψηφία του εξειδικευμένου προσωπικού θα χρησιμοποιήσει τις γνώσεις και το ταλέντο της στη δημιουργία και την προώθηση μιας επιχείρησης. Έτσι, η πολιτιστική πολυμορφία μπορεί να αποδειχθεί γόνιμη στην αύξηση της επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη. (Muzychenko, 2008)

3.4.3 Επιρροές της επιχειρηματικότητας στον πολιτισμό

Μπορούμε να προσεγγίσουμε την έννοια της επιχειρηματικής κουλτούρας ως ένα σύνολο από αξίες, στάσεις και πεποιθήσεις που ενθαρρύνουν την κοινή δράση ή ακόμα και την ανεξάρτητη επιχειρηματική συμπεριφορά στο πλαίσιο μίας επιχείρησης (Irani, Berkese & Love, 2004). Η επιχειρηματικότητα μπορεί να επηρεάσει το πολιτισμικό περιβάλλον, στο οποίο λειτουργεί, με τη διαμόρφωση μιας επιχειρηματικής κουλτούρας, η οποία θα επηρεάσει τον ενεργό πληθυσμό της και θα ενθαρρύνει τους οραματιστές επιχειρηματίες. Οι Keely, Peters & O' Connor (2009) διευκρινίζουν ότι ο πολιτισμός μπορεί να υποστηρίξει την καινοτομία με τη δημιουργία ενός οργανωτικού κλίματος το οποίο θεσμοθετεί την καινοτομία ως μια σημαντική δραστηριότητα και το οποίο επιβραβεύει. Επιπλέον, ο επιχειρηματίας μπορεί να επηρεάσει ή να διατηρήσει μια πολιτισμική πολυμορφία στην Ευρώπη με δύο κυριότερους τρόπους (Greene, Mole & Storey, 2007): α) με την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών σε αρμονία με τον τύπο του πολιτισμού, στον οποίο ο επιχειρηματίας ίδρυσε την επιχείρηση και ευνοήθηκε (π.χ. ειδική αρχιτεκτονική). β) με την παραγωγή των πολιτισμικών αγαθών τα οποία, μέσα από την τουριστική βιομηχανία, ψυχαγωγούν τα άτομα με διαφορετικό πολιτισμικό προσανατολισμό. Αλλαγές στον πολιτισμό επικεντρώνονται, όχι μόνο στις πεποιθήσεις,

αξίες και στάσεις που ο κάθε πολιτισμός πρεσβεύει, αλλά και στις αισθητικές προτιμήσεις, καθώς και στα καλλιτεχνικά αγαθά και υπηρεσίες. Έτσι, οι πολιτισμικές αλλαγές αποτελούν επίσης τα τμήματα της αγοράς, τα οποία είναι ανοιχτά σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες. Οι επιχειρηματίες αναγνωρίζουν αυτά τα τμήματα και ανταποκρίνονται με τη δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών, αξιοποιώντας έτσι τις ευκαιρίες κέρδους.

3.5 Νεανική Επιχειρηματικότητα και κρίση στην Ελλάδα

Σύμφωνα με παλαιότερη 2009-2010, αλλά και πρόσφατη δημοσιευμένη έρευνα το 2015 από το Ίδρυμα Οικονομικής και Βιομηχανικής Έρευνας στην Ελλάδα (με στοιχεία του 2013-2014 του GEM) περισσότερο από ένα εκατομμύριο ιδιώτες εμπλέκονται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες, ενώ άλλο ένα εκατομμύριο ιδιώτες σχεδιάζουν να αναλάβουν νέα επιχειρήματα μέσα στα επόμενα έτη. Οι μισοί από τους νέους φιλόδοξους επιχειρηματίες ανήκουν στο υψηλότερο 1/3 του ελληνικού πληθυσμού βάσει του εισοδήματός τους (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφαλιού, 2011).

Αυτή η έρευνα καταγράφει σημαντική αύξηση στην επιχειρηματικότητα πρώτου επιπέδου, αλλά και χειροτέρευση των ποιοτικών χαρακτηριστικών της. Η ενίσχυση της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα συνοδεύεται από ουσιαστική αύξηση στο ποσοστό των ατόμων που καταλήγουν στην επιχειρηματική δραστηριότητα λόγω έλλειψης εναλλακτικών επιλογών για ικανοποιητική απασχόληση. (Storey κ.ά., 2011)

Συγκεκριμένα για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, υπάρχει ανάγκη διαμόρφωσης του εκπαιδευτικού συστήματος εκ νέου, διότι εκτός από τα επαγγελματικά προσόντα χρειάζεται επίσης και η εκπαίδευση για τη δημιουργία αξιών και νοοτροπιών ικανών να δημιουργήσουν μία νέα γενιά επίδοξων επιχειρηματιών με φιλοδοξίες, ηγετικές ικανότητες και ικανότητα συνεργασίας, που δε φοβούνται να θέσουν φιλόδοξους στόχους και να ξέρουν πώς να τους υλοποιήσουν (Storey κ.ά., 2011)

Στο σημείο αυτό όμως, δεν είναι δυνατό να παραγνωριστεί το γεγονός πως η Ελλάδα βρίσκεται σε μια κρίσιμη καμπή, από την εμφάνιση της πρόσφατης κρίσης

χρέους το 2009. Στη συνέχεια παρατίθενται δύο δημοσιεύσεις σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Η παλαιότερη δημοσίευση για την κατάσταση σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, προέρχεται από το Global Entrepreneurship Monitor (GEM) και αφορά στην περίοδο 2009-2010, δηλαδή στην περίοδο που η κρίση άρχισε πλέον να γίνεται αισθητή. Ο βασικός δείκτης για τη μέτρηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι ο δείκτης αρχικών σταδίων, ο οποίος και έχει ως στόχο τη συμπερίληψη των νέων επιχειρηματιών και όσων έχουν ξεκινήσει μια νέα επιχείρηση μέχρι και 3.5 έτη. (IOBE, 2010).

Κατά το 2009, ο δείκτης αυτός παρουσίασε μικρή πτώση με 8.8% (610.000) του πληθυσμού των ατόμων ηλικίας 18-64 να δηλώνει πως βρίσκεται κατά τη διαδικασία έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η υποχώρηση του ποσοστού αποτελεί μέρος της απώλειας νέων δυνητικών επιχειρηματιών, αφού ο αριθμός των νέων επιχειρηματιών κατά το έτος αυτό παραμένει ίδιος. Η ίδια τάση δεν παρατηρείται σε ήδη καθιερωμένους επιχειρηματίες με επιχειρήσεις ζωής έως και 3.5 ετών, καθώς ο αριθμός τους το 2009 εμφανίζεται αυξημένος (IOBE, 2010).

Οι τάσεις αυτές είναι σημαντικές, καθώς σύμφωνα με το GEM, οι χώρες που βασίζονται στην καινοτομία, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα, φαίνεται πως έχουν κατά το 2009 υποδιπλάσια επίδοση σε σχέση με το 23.6% ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 που αναλαμβάνουν νέα επιχειρηματική δραστηριότητα. Ο μέσος όρος των άλλων χωρών του GEM είναι επίσης υποδιπλάσιος του μέσου όρου της Ελλάδας (IOBE, 2010).

Άλλη μια σημαντική τάση που παρουσιάστηκε, είναι των ατόμων που στοχεύουν σε ορίζοντα πενταετίας να αναλάβουν επιχειρηματικές δραστηριότητες στην Ελλάδα. Λόγω των γενικότερων συνθηκών στην αγορά εργασίας εν μέσω της οικονομικής κρίσης, το ποσοστό των ατόμων αυξήθηκε οριακά στο 17% σε σχέση με το 16.6% του 2008. Αύξηση μικρή υπάρχει το 2009 σε σχέση με το 2008 και για τους επιχειρηματίες που διέκοψαν τη λειτουργία τους σε ποσοστό 2,6% και 2,3% αντίστοιχα (IOBE, 2010).

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, τα κίνητρα των ατόμων στην Ελλάδα που αναλαμβάνουν επιχειρηματικές δραστηριότητες αποτυπώνονται ως εξής: η ανάγκη είναι το κίνητρο εκείνο που το 2009 κάνει το 25% των ατόμων να δηλώνουν πως είναι στο στάδιο ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Το ποσοστό αυτό βέβαια

εμφανίζεται μειωμένο σε σχέση με το 2008 που ήταν 33.4%. Σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες που βασίζονται στην καινοτομία, ο μέσος όρος της Ελλάδας είναι αυξημένος, καθώς στις άλλες δεν ξεπερνά το 17%. Υπάρχει ένα ποσοστό της τάξεως του 27%, το οποίο και δηλώνει για το έτος 2009, πως αναλαμβάνει επιχειρηματικές δραστηριότητες έχοντας ως κίνητρο τόσο την ανάγκη, όσο και την ευκαιρία. Τέλος, σε ποσοστό 47%, οι επιχειρηματίες δηλώνουν πως έχουν ως βασικό κίνητρο την ευκαιρία. Το ποσοστό αυτό σε σχέση με το 2008 εμφανίζεται αυξημένο (39.5%). Η ευκαιρία από τους επίδοξους επιχειρηματίες στην Ελλάδα εκφράζεται ως ευκαιρία για υψηλότερο εισόδημα αλλά και εργασιακή ανεξαρτησία (IOBE, 2010).

Η τελευταία και περισσότερο σύγχρονη δημοσίευση για την κατάσταση σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκε από το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) και ανακοινώθηκε το 2015, αναλύοντας εμπειρικά στοιχεία για την περίοδο 2013-2014 από το Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Σύμφωνα με τους εθνικούς εμπειρογνώμονες στο πλαίσιο της συγκεκριμένης έρευνας (στους οποίους συγκαταλέγονται ακαδημαϊκοί, άτομα που προέρχονται από τον επιχειρηματικό χώρο, αλλά και διαμορφωτές πολιτικής), τα βασικά εμπόδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα εντοπίζονται στην ύπαρξη γραφειοκρατίας κυρίως στο στάδιο έναρξης ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος, στην έλλειψη χρηματοδοτικών πηγών για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης ή την ανάπτυξη μιας υφιστάμενης, στην αστάθεια του φορολογικού συστήματος και στην αδύναμη διασύνδεση μεταξύ επιχειρήσεων και πανεπιστημίων με αποτέλεσμα την σημαντική υστέρηση σε θέματα διάχυσης και μεταφοράς γνώσης, τεχνογνωσίας και Έρευνας.

Σύμφωνα με την μελέτη (IOBE 2015) η οποία διενεργήθηκε με στοιχεία του GEM το διάστημα 2013-2014 ως νεανική επιχειρηματικότητα ορίζεται η επιχειρηματική δραστηριοποίηση του ηλικιακού κλιμακίου 18-34 ετών. Είναι προφανές ότι σε ένα τέτοιο πλαίσιο ο τύπος της επιχειρηματικότητας που κυρίως ενδιαφέρει είναι η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Η ανάλυση της διαχρονικής εξέλιξης των σχετικών δεικτών είναι σημαντική γιατί επιτρέπει την εξέταση του τρόπου με τον οποίο η κρίση έχει επηρεάσει τα άτομα που ανήκουν σε αυτή την ηλικιακή κατηγορία. κάθε δείκτης εξετάζεται συγκριτικά με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας.

Η έρευνα διαπιστώνει ότι υπάρχουν τρεις ποιοτικοί δείκτες όπου οι νεότεροι ηλικιακά επιχειρηματίες εμφανίζουν υψηλές επιδόσεις και, άρα, σημάδια υψηλότερου δυναμισμού από τους μεγαλύτερους. Σε αυτό το πλαίσιο, οι τρεις αντίστοιχες περιοχές είναι δυνατό να αντιμετωπιστούν ως περιοχές ευκαιρίας, με την έννοια ότι η νεανική επιχειρηματική δραστηριοποίηση σε αυτές αναμένεται να έχει ιδιαίτερα θετικές επιπτώσεις στην ελληνική οικονομία τα επόμενα χρόνια (IOBE 2015).

Η πρώτη περιοχή αφορά την ικανότητα που εμφανίζουν οι νέοι στη χώρα μας να αντιλαμβάνονται επιχειρηματικές ευκαιρίες. Το γεγονός ότι το εύρημα αυτό προέρχεται από το σύνολο του δείγματος της έρευνας πληθυσμού – και όχι μόνο από όσους έχουν ήδη εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο- σημαίνει ότι δεν μπορεί να εξηγηθεί στη βάση κάποιας ενδεχόμενης «επιπόλαιης» υπεραισιοδοξίας των επιχειρηματιών νεότερων ηλικιών. Με τη σειρά της, η οξύτερη αντίληψη ευκαιριών που επιδεικνύουν οι νέοι τους οδηγεί σε υψηλότερες επιδόσεις ως προς την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας σε σύγκριση με τους μεγαλύτερους. Παρ' όλη λοιπόν τη μεγάλη ανεργία των νέων, δεν είναι η ανάγκη που αποτελεί το ισχυρότερο κίνητρο για την επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση, αλλά η ευκαιρία. Το αναπτυξιακό δυναμικό των εγχειρημάτων που ξεκινούν από νεότερους επιχειρηματίες μπορεί λοιπόν βάσιμα να αναμένεται ότι θα είναι υψηλό (IOBE 2015).

Η δεύτερη περιοχή είναι αυτή όπου τα ευρήματα φαίνεται να αναδεικνύουν έναν ισχυρότερο δυναμισμό των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που ξεκινούν από νεότερους επιχειρηματίες στην Ελλάδα σε κλαδικό επίπεδο. Οι νεότεροι επιχειρηματίες καταγράφουν υψηλότερες επιδόσεις από τους μεγαλύτερους σε νέα εγχειρήματα που θα προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες προς επιχειρήσεις, που τοποθετούνται δηλαδή υψηλότερα στην αλυσίδα αξίας της οικονομίας. Ο σχετικός δείκτης που αφορά τους νεότερους Έλληνες επιχειρηματίες ακολουθεί σαφώς ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια, παρά την κρίση. Η διεθνής βιβλιογραφία αναγνωρίζει την υπεροχή τέτοιων εγχειρημάτων ως προς τις αναπτυξιακές τους επιπτώσεις

Τέλος, η τρίτη περιοχή αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης των νεότερων επιχειρηματιών. Τα δεδομένα που εξετάστηκαν αποκαλύπτουν ότι τα τελευταία χρόνια το ποσοστό των επιχειρηματιών νεότερων ηλικιών με τριτοβάθμιες σπουδές και μεταπτυχιακά αυξάνει. Το θετικό στοιχείο εδώ σχετίζεται λοιπόν με τη συνεχή άνοδο της

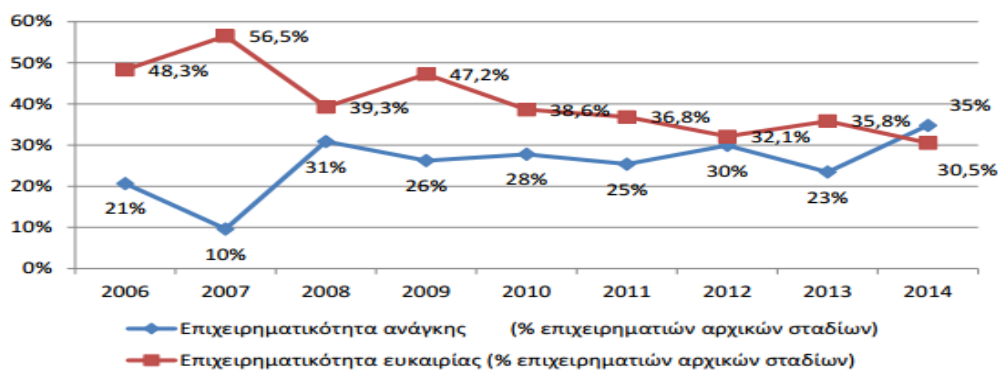
ποιότητας της δεξαμενής από την οποία προέρχεται ένα διαρκώς αυξανόμενο ποσοστό νέων επιχειρηματιών (IOBE 2015).

Οι τρεις παραπάνω περιοχές συνιστούν θετικά χαρακτηριστικά του δυναμισμού που αναδεικνύεται από τη νεανική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Ωστόσο, μέσα από την έρευνα αποκαλύπτεται και ένα μεγάλο πρόβλημα: η ένταση του φόβου της αποτυχίας. Η χώρα μας κατέχει την παγκόσμια πρωτιά στο σχετικό δείκτη σχεδόν σε ολόκληρη την περίοδο ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Σε προηγούμενες Εκθέσεις του για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα το IOBE έχει αποπειραθεί να προτείνει κάποιες υποθέσεις για την εξήγηση αυτού του ευρήματος, όπως το βάρος του «στίγματος της αποτυχίας» που εξακολουθεί να συνοδεύει την επιχειρηματική δραστηριότητα στη χώρα μας, ή η ακαμψία του ασφαλιστικού συστήματος που δυσχεραίνει εξαιρετικά τη μετακίνηση μεταξύ εξαρτημένης εργασίας και επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Ωστόσο, το νέο στοιχείο που αναδείχθηκε στα παραπάνω είναι η ανυπαρξία ουσιαστικής διαφοράς σχετικά με το φόβο της αποτυχίας μεταξύ επιχειρηματιών νεότερων και μεγαλύτερων ηλικιών. Ο φόβος της αποτυχίας αποκαλύπτεται λοιπόν ότι είναι ισχυρότατος και στην ηλικιακή ομάδα στην οποία η αποτυχία δεν μπορεί παρά να συνδέεται με χαμηλότερο κόστος ευκαιρίας, ενώ ταυτόχρονα είναι η ηλικιακή ομάδα από την οποία η κοινωνία αναμένει μεγαλύτερη διάθεση καινοτομίας και πειραματισμού. Μια ενδεχόμενη εξήγηση αυτού του φαινομένου είναι ότι σε συνθήκες ασφυκτικής έλλειψης ρευστότητας, όπως οι σημερινές, η χρηματοδότηση των νέων επιχειρηματιών εξαρτάται σε τεράστιο βαθμό από τη συσσωρευμένη αποταμίευση της οικογένειας. Έτσι, μια αποτυχία θα οδηγήσει στην απώλεια σημαντικών πόρων, που δεν θα είναι πλέον διαθέσιμοι για μια νέα αρχή. Αυτό είναι και το πραγματικό κόστος ευκαιρίας που αντιμετωπίζουν οι νεότεροι επιχειρηματίες και το οποίο στη σημερινή οικονομική συγκυρία στην Ελλάδα δεν είναι διόλου αμελητέο (IOBE 2015). Οι παραπάνω διαπιστώσεις μας οδηγούν σε ένα σημαντικό συμπέρασμα:

Η σύγχρονη ελληνική επιχειρηματικότητα ειδικά για τους νέους επηρεάζεται αρνητικά κυρίως από την έλλειψη ενός αποτελεσματικού οικοσυστήματος επιχειρηματικότητας (εκπαίδευση, διάχυση γνώσης, έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη, πρόσβαση σε χρηματοδότηση, φιλικό θεσμικό πλαίσιο για τις επιχειρήσεις). Αυτό

αποτρέπει και την ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας σε στέρεες βάσεις και κυρίως την απομακρύνει από μια τροχιά συνεχούς, συνεκτικής και βιώσιμης ανάπτυξης (Ιωαννίδης & Γιωτόπουλος, 2014). Σύμφωνα με την έκθεση του IOBE η οποία δημοσιεύθηκε το 2016, οι δείκτες επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας το 2014 στην Ελλάδα διαμορφώθηκαν περίπου στο 43,6% και στο 30,5% αντίστοιχα. Επομένως, η ελληνική επιχειρηματικότητα που κινητοποιείται από τον εντοπισμό ευκαιριών κινείται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (54,9%), ενώ στον αντίποδα, το ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα λόγω ανάγκης κινείται σε πολύ υψηλότερα επίπεδα συγκριτικά με το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Δεν είναι τυχαίο ότι η Ελλάδα βρίσκεται στην τελευταία θέση της κατάταξης μεταξύ των χωρών καινοτομίας μελών της Ε.Ε. σε όρους επιχειρηματικότητας ευκαιρίας και στην πρώτη θέση της κατάταξης σε όρους επιχειρηματικότητας ανάγκης. Η συνεχιζόμενη ύφεση οδηγεί συγκριτικά με άλλες χώρες πολύ περισσότερους πολίτες στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη, παρά για λόγους αξιοποίησης πραγματικών επιχειρηματικών ευκαιριών. Στο Σχήμα 1 αποτυπώνεται η διαχρονική εξέλιξη της κατανομής των κινήτρων της ελληνικής επιχειρηματικής δραστηριοποίησης και ο τρόπος με τον οποίο η ύφεση έχει επιδράσει σε αυτήν.



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σχήμα 1. Εξέλιξη κατανομής επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας

Επίσης, θα πρέπει να αναφερθεί ότι σε περιόδους κρίσης η συμβολή των «άτυπων επενδυτών» κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική για την χρηματοδότηση και την ίδρυση νέων επιχειρήσεων, αμβλύνοντας με τον τρόπο αυτό τις συνθήκες έλλειψης ρευστότητας και

πιστωτικής ασφυξίας που αντιμετωπίζει ένας νέος επίδοξος επιχειρηματίας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του IOBE από την επεξεργασία στοιχείων του GEM προκύπτει ότι κατά το έτος 2014 το 45,2% των Ελλήνων οι οποίοι χρηματοδότησαν ένα νέο επιχειρηματικό εγχείρημα το πραγματοποίησαν προς κάποιο κοντινό μέλος της οικογένειάς τους (σύζυγος, αδελφός, παιδί, γονέας ή εγγόνι), το 25,2% προς φίλο ή γείτονα, το 15,2% προς συνάδελφο, το 12,2 προς άλλο συγγενή (εξ αίματος ή εξ αγχιστείας) και μόλις το 0,7% προς κάποιον άγνωστο ο οποίος απλώς είχε μία καλή επιχειρηματική ιδέα.

Επιπλέον, σύμφωνα με τα στοιχεία του IOBE με στοιχεία του 2014 η συμμετοχή σε επιχειρηματικές δραστηριότητες, ως ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, διαμορφώνεται στο 4,6% ως επίδοξοι επιχειρηματίες, 3,4% ως νέοι επιχειρηματίες, 9,5% ως επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και 9,6% ως καθιερωμένοι επιχειρηματίες. Η συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα διαμορφώνεται στο 20,7%. Όσον αφορά τη διακοπή-αναστολή της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα το 2014 ήταν στο 2,8% του πληθυσμού και οι κυριότεροι λόγοι για αυτές που σταμάτησαν τη λειτουργία τους ήταν η έλλειψη κερδοφορίας με ποσοστό 68%, προσωπικοί λόγοι με ποσοστό 9% και προβλήματα χρηματοδότησης 7%.

Τέλος, αυτό που προκύπτει είναι ότι η ελληνική οικονομία και σήμερα συνεχίζει να βασίζεται στην ύπαρξη και λειτουργία πολύ μικρών επιχειρήσεων, οι περισσότερες δεν δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας εξαιτίας του εξαιρετικά δυσμενούς οικονομικού κλίματος. Ωστόσο, ένα αισιόδοξο μήνυμα για την ανάπτυξη των νέων επιχειρήσεων είναι ότι η Ελλάδα το 2014 ταξινομείται μεταξύ των χωρών με τα υψηλότερα ποσοστά νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που στηρίζονται σε εντελώς νέες (21,2%) ή απλά έστω νέες τεχνολογίες πενταετίας (16,7%). Το γεγονός ότι το τεχνολογικό επίπεδο των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων είναι υψηλό αποτελεί αισιόδοξο εύρημα καθώς η αξιοποίηση της τεχνολογίας δύναται να συμβάλει στη βελτίωση της πιθανότητας επιβίωσης των εγχειρημάτων (Cefis & Marsili, 2015) σε μια περίοδο που η ελληνική οικονομία διέρχεται από μια βαθιά και παρατεταμένη κρίση.

3.6. Επιχειρηματικά Κίνητρα

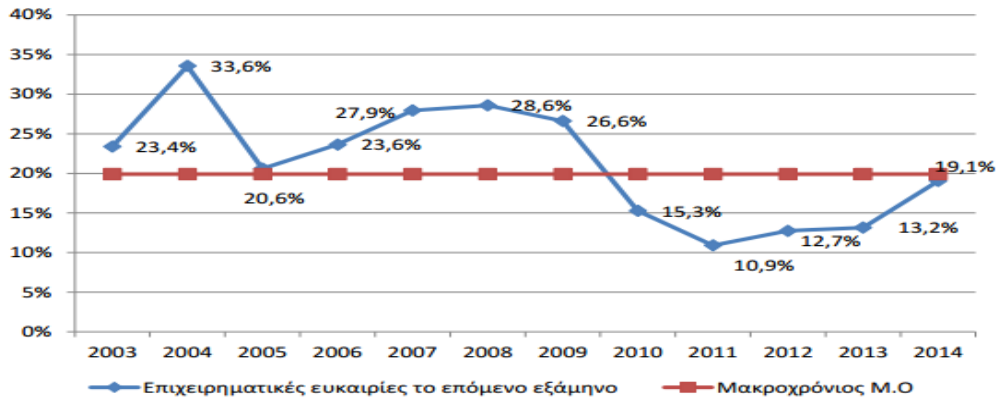
Τα επιχειρηματικά κίνητρα αναφέρονται στην επιθυμία ή την τάση για οργάνωση, χειρισμό και στη γνώση σχετικά με τους οργανισμούς, τα ανθρώπινα όντα και τις ιδέες όσο πιο γρήγορα κι ανεξάρτητα γίνεται. (Deci & Ryan, 2000). Τα άτομα με μεγάλη επιχειρηματική κινητικότητα είναι πιο πιθανό να γίνουν επιχειρηματίες (Fekadu & Kraft, 2001). Η ποσοτικές και ποιοτικές αναλύσεις που σχετίζονται με τους νέους επίδοξους επιχειρηματίες και τα κίνητρά τους μας επιτρέπουν να ταυτοποιήσουμε αρκετά ζητήματα. Μία μετα-ανάλυση 41 άρθρων (Hagger, Chatzisarantis & Biddle, 2002) καταδεικνύει πως τα επιχειρηματικά κίνητρα είναι σημαντικά και θετικά σχετισμένα με την επιλογή της επιχειρηματικής σταδιοδρομίας. Επίσης, τα αποτελέσματα των μελετών σχετικά με την επιχειρηματική κινητικότητα των νέων συγκλίνουν στο συμπέρασμα ότι οι επιχειρηματίες έχουν ποικίλους λόγους για τους οποίους αποφασίζουν να δημιουργήσουν μια επιχείρηση (Aldrich & Kenworthy, 1999· Aldrich & Martinez, 2001· Beckert, 1999· De Clerq & Arsenius, 2006).

Διαφορετικά υποδείγματα χρησιμοποιήθηκαν για να διερευνήσουν τα επιχειρηματικά κίνητρα και πώς αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να προβλέψουν τις προθέσεις και τη συμπεριφορά. Τα γνωσιακά υποδείγματα προτείνουν πως η κινητοποίηση είναι το αποτέλεσμα της προσδοκίας, των μέσων και του σθένους (Hagger, Chatzisarantis & Harris, 2006). Τα υποδείγματα διαδικασίας θεωρούν την επίδραση υψηλότερων βαθμών ανταμοιβών από την επιχειρηματική δραστηριότητα σε σύγκριση με τους μισθούς τους σαν υπάλληλοι σαν ένα βασικό κίνητρο για την επιλογή της επιχειρηματικής τους σταδιοδρομίας (Rise, Sheeran & Hukkelberg, 2010). Τα οικονομικά υποδείγματα υποστηρίζουν το ρόλο του κινδύνου στη δημιουργία των επιχειρηματικών κινήτρων. Τα άτομα που έχουν μεγάλο βαθμό ανοχής στον κίνδυνο έχουν το κίνητρο της αυτοαπασχόλησης (Sparks & Sheperd, 1992). Τα επιχειρηματικά κίνητρα είναι πολυσχιδή και συμπεριλαμβάνουν γενικά κίνητρα (ανάγκη για επιτυχία, ανάγκη για έλεγχο, όραμα, επιθυμία για ανεξαρτησία, πάθος και θέληση) και κίνητρα τα οποία σχετίζονται με συγκεκριμένα έργα (για παράδειγμα στοχοθεσία και αυτοαποτελεσματικότητα) (Sutton, 1998). Οι Thompson & Rise (2002) θεωρούν πως τα

επιχειρηματικά κίνητρα είναι διαφορετικά για κάθε χώρα. Οι Valleran & Ratelle (2002) καταλήγουν στο ίδιο αποτέλεσμα, αφού από την μελέτη τους σε 36 χώρες, θεωρούν πως η επιχειρηματική θέληση που είναι ένα κομμάτι της επιχειρηματικής κινητοποίησης είναι διαφορετική σε διαφορετικές χώρες. Η επιχειρηματική κινητικότητα απαρτίζεται από ορισμένες κύριες ομάδες κινήτρων, όπως προσωπικά κίνητρα, κίνητρα γνώσης, επιχειρηματική ευκαιρία, διαθεσιμότητα πόρων του «εκκωλαφθέντος οργανισμού» του επίδοξου επιχειρηματία, το κοινωνικό περιβάλλον (Downing, 2005).

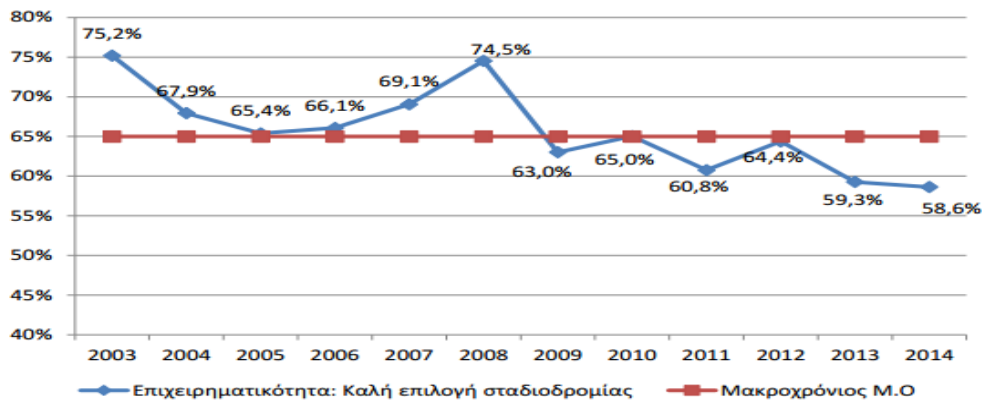
Με βάση τα παραπάνω διαπιστώνουμε ότι παράγοντες τόσο προσωπικοί, δηλαδή πώς το άτομο αντιλαμβάνεται την επιχειρηματική δραστηριοποίηση μέσα σε ένα ευρύτερο περιβάλλον, όσο και πολιτισμικοί, δηλαδή σε γενικές τάσεις τις οποίες παρουσιάζει μία κοινωνία απέναντι στην ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά την στάση ενός ατόμου και να το ενθαρρύνουν ή αποθαρρύνουν από το να αναλάβει μία επιχειρηματική πρωτοβουλία. Στο πλαίσιο έρευνας του GEM μέσα από συγκεκριμένους δείκτες προκύπτει το πολιτισμικό αποτύπωμα στην επιχειρηματικότητα: πρώτον κατά πόσον οι ερωτώμενοι πιστεύουν ότι υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες για το επόμενο μισό χρόνο, δεύτερον εάν οι ερωτώμενοι θεωρούν την επιχειρηματική δραστηριοποίηση ως μία καλή εναλλακτική επιλογή επαγγελματικής σταδιοδρομίας, τρίτον εάν σε κοινωνικό επίπεδο οι έλληνες επιχειρηματίες αντιμετωπίζονται ως άτομα άξια σεβασμού και αναγνώρισης και τέλος τέταρτον εάν τα κοινωνικά δίκτυα και κυρίως τα μέσα μαζικής ενημέρωσης προωθούν θέματα σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Επίσης, όσον αφορά τους προσωπικούς παράγοντες οι οποίοι ωθούν κάποιον να αναλάβει ή όχι ένα επιχειρηματικό εγχείρημα εξετάζονται α) κατά πόσον οι νέοι επιχειρηματίες διαθέτουν γνώσεις, ικανότητες και δεξιότητες να γίνουν επιχειρηματίες και β) κατά πόσον ο φόβος της αποτυχίας θα απέτρεπε να εκμεταλευτούν μία επιχειρηματική ευκαιρία. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα όσον αφορά τους προσωπικούς και πολιτισμικούς παράγοντες επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (ως ποσοστό θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών το έτος 2014) ανα κατηγορία παρουσιάζει: 19,9% των Ελλήνων επίδοξων επιχειρηματιών πιστεύει ότι θα τους παρουσιαστούν επιχειρηματικές ευκαιρίες το προσεχές εξάμηνο, το 45,5 πιστεύει ότι διαθέτει γνώσεις και επιχειρηματική εμπειρία, το 70,6% φοβάται την αποτυχία του επιχειρηματικού του εγχειρήματος, το 58,4% θεωρεί την

επιχειρηματικότητα ως μία καλή επιλογή σταδιοδρομίας και τέλος το 66,4% θεωρεί ότι η ελληνική κοινωνία αναγνωρίζει και καταξιώνει τους επιτυχημένους επιχειρηματίες. Μπορούμε διαγραμματικά να παρατηρήσουμε πώς διαχρονικά διαφορφώνεται κάθε ένας από τους παραπάνω προσωπικούς και πολιτισμικούς παράγοντες στην Ελλάδα.

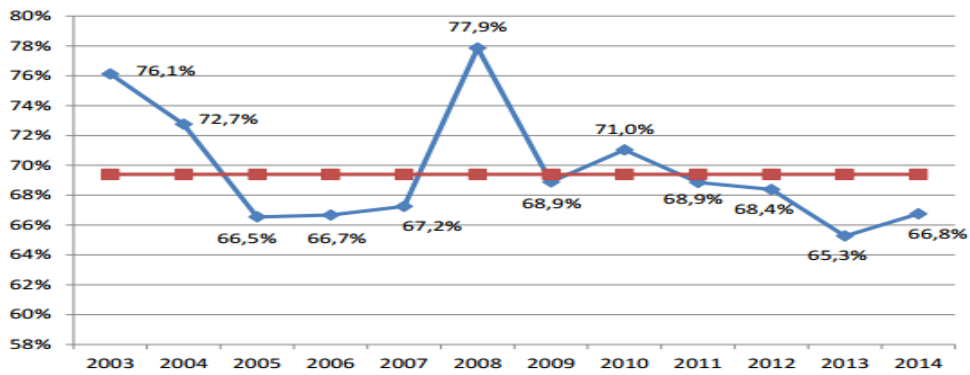


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σχήμα 2: Επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο (% πληθυσμού)

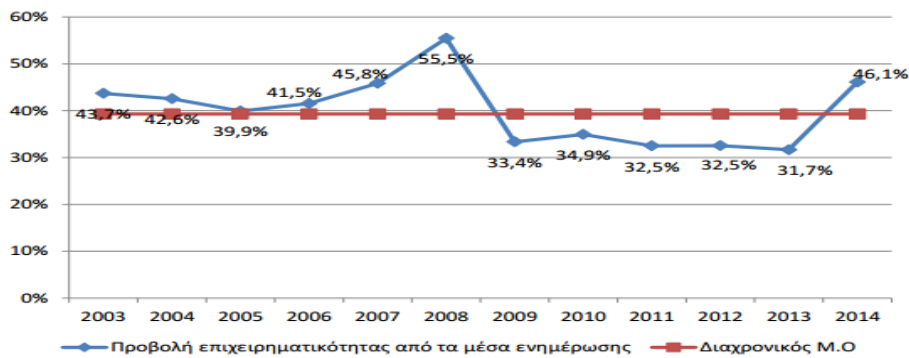


Σχήμα 3: Επιχειρηματικότητα: καλή επιλογή σταδιοδρομίας (% πληθυσμού)



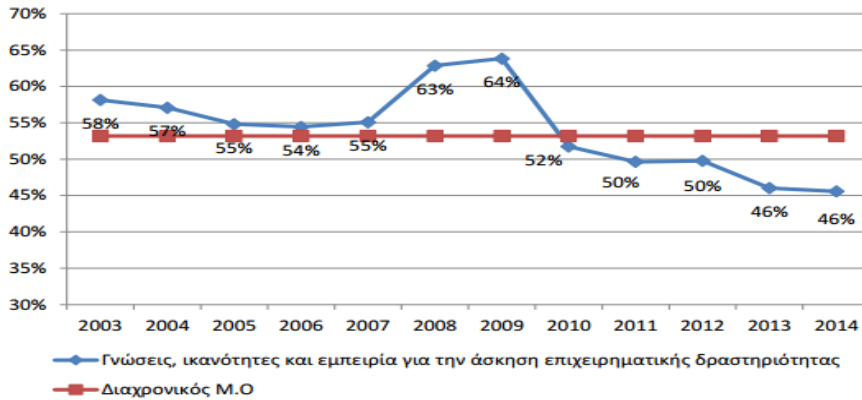
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σχήμα 4: Κοινωνική καταξίωση και σεβασμός στους επιτυχημένους επιχειρηματίες (% πληθυσμού)



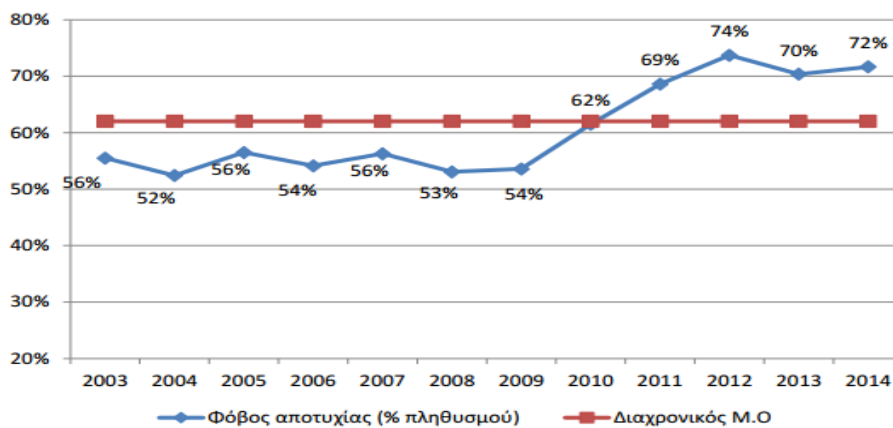
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σχήμα 5: Προβολή επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης (% πληθυσμού)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σχήμα 6: Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (% πληθυσμού)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σχήμα 7: Φόβος αποτυχίας (% πληθυσμού)

3.6.1 Προσωπικά κίνητρα

Η κατηγορία των προσωπικών κινήτρων είναι η πρώτη διάσταση στο υπόδειγμα επιχειρηματικών κινήτρων. Αυτή η ομάδα συνδέεται με τις προσδοκίες του ερευνητή και τους στόχους του στη δημιουργία της επιχείρησης και συζητούνται συχνά σε ακαδημαϊκές έρευνες γύρω από την επιχειρηματικότητα. Σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται τριών ειδών κίνητρα: 1) Η ανάγκη για επιτυχία, 2) η ανάγκη για

ανεξαρτησία και 3) η ανάγκη για πλούτο. Η ανάγκη για επιτυχία αναφέρεται στην επιθυμία για την εφαρμογή δύσκολων και απαιτητικών έργων (Fletcher, 2006). Ιδιαίτερα για τους φοιτητές επιχειρηματικών προγραμμάτων, φαίνεται πως υπάρχει το ανάλογο θεωρητικό πλαίσιο που καταδεικνύει πως αυτοί οι παράγοντες επιδρούν σε μεγάλο βαθμό στη δημιουργία μιας επιχείρησης. Συγκεκριμένα, οι Glassman κ.ά. (2003) βρήκαν πως οι φοιτητές βιώνοντας τη ρουτίνα από την ακαδημαϊκή τους ζωή, βρίσκουν πως αυτός είναι ένας σημαντικός παράγοντας που τους ωθεί στη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης. Έπειτα, οι Hills & Morris (1998) στη μελέτη τους έδειξαν πως η προσωπική επιτυχία ήταν σημαντική το 18% των συμμετεχόντων σε προγράμματα επιχειρηματικής εκπαίδευσης.

Η ανάγκη για ανεξαρτησία είναι ένα χαρακτηριστικό της προσωπικότητας των επιχειρηματιών και αναφέρεται στην επιθυμία του ατόμου να έχει την ικανότητα να σχεδιάσει τη δική του εργασία και να λαμβάνει τις δικές του αποφάσεις (Hwang & Powell, 2005· Locke & Schloene, 2004· Meyer, 2008). Οι Ovserman & Markus (1998), Shane & Venkatraman (2000), Swedberg (2000) και Ensley, Carland & Carland (2000) παρέχουν ποιοτικά και ποσοτικά στοιχεία που δείχνουν πως η επιθυμία για ανεξαρτησία είναι ένα σημαντικό κίνητρο για τους φοιτητές επιχειρηματικών προγραμμάτων στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων.

Τέλος, η ανάγκη για πλούτο είναι ένας από τους παραδοσιακούς στόχους που θέτουν οι επιχειρηματίες (Erikson, 2002· Kickul & Gundry, 2002· Markman, Balkin & Baron, 2002). Στην περίπτωση των αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης υπάρχουν έρευνες που συσχετίζουν τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων με τη συσσωρευμένη γνώση και τις δεξιότητες που έχουν αποκτήσει (Sapienza & Grimm, 1997· Shaver & Scott, 1991). Ο Lanyi (2004) παρουσιάζει ποιοτικά στοιχεία για να υποστηρίξει αυτή την άποψη. Άλλες μελέτες ωστόσο παρέχουν τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά στοιχεία που δείχνουν πως αυτός ο τύπος κινήτρου είναι σημαντικός μόνο για μια μικρή ομάδα φοιτητών επιχειρηματικών προγραμμάτων.

3.6.2 Κίνητρα που συνδέονται με την επιστημονική γνώση

Η ανάπτυξη της επιστημονικής γνώσης είναι ένα από τα σημαντικότερα κίνητρα που οδηγούν τους φοιτητές επιχειρηματικών προγραμμάτων για την περαιτέρω ανάπτυξη της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας (Mitchell κ.ά., 2002). Με βάση αυτή την έννοια, η δημιουργία μιας επιχείρησης μπορεί να είναι μια ελκυστική εναλλακτική για ένα σπουδαστή αντίστοιχων προγραμμάτων ώστε να επεκτείνουν την επιστημονική αυτή γνώση που έλαβαν. Κάποιες μελέτες παραθέτουν στοιχεία σχετικά με το ότι η γνώση είναι ένα σημαντικό κίνητρο για τους σπουδαστές επιχειρηματικών προγραμμάτων. Οι Onaska & Sobel (2004) βρήκαν πως το πιο σημαντικό κίνητρο για το ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης είναι η πρόοδος της τεχνολογίας και οι εφαρμογές της και οι Rauch & Frese (2007) βρήκαν πως η ανάγκη εφαρμογής της γνώσης πρακτικά ήταν ένα από τα πιο σημαντικά κίνητρα για το 23% του δείγματος των Ιταλών σπουδαστών επιχειρηματικών προγραμμάτων. Όμοια, υπάρχουν στοιχεία που δείχνουν πως οι δυσκολίες που υπάρχουν στη μεταφορά της τεχνολογίας στη βιομηχανία είναι άλλο ένα σημαντικό στοιχείο για τη λήψη της απόφασης στη δημιουργία μιας επιχείρησης. (Stephan, 2007; Westhead, 1997). Έτσι, σύμφωνα με τα παραπάνω, το υπόδειγμα αυτό έχει δύο διαστάσεις: Την επιθυμία για την εφαρμογή της επιστημονικής γνώσης και τη μεταφορά της γνώσης (Thornton, 1999).

3.6.3 Κίνητρα που συνδέονται με την επιχειρηματική ευκαιρία.

Η επιχειρηματική ευκαιρία είναι ένα βασικό στοιχείο στη διαδικασία δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης (Allinson, Chell & Hayes, 2000). Η ταυτοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας μπορεί να είναι το γεγονός εκείνο το οποίο επιταχύνει την απόφαση για τη δημιουργία μιας νέας εταιρίας και υπάρχουν αρκετά στοιχεία που τεκμηριώνουν αυτή την άποψη. Για τους λόγους αυτούς, η επιχειρηματική ευκαιρία θεωρείται βασική διάσταση των επιχειρηματικών κινήτρων. Οι Brännback κ.ά. (2005) και Comranys & McMullen (2007) βρήκαν πως η ανακάλυψη μιας ευκαιρίας στην

αγορά είναι ο βασικός λόγος για τη δημιουργία επιχειρήσεων των Ιταλών και Φινλανδών σπουδαστών επιχειρηματικών προγραμμάτων.

3.6.4 Κίνητρα που συνδέονται με τη διαθεσιμότητα των πόρων

Η ίδρυση μιας επιχείρησης περιλαμβάνει την επένδυση διαφόρων ειδών πόρων και έτσι η διαθεσιμότητά τους είναι ένα βασικό συστατικό στην απόφαση αυτή κι επηρεάζει την αντίληψη της βιωσιμότητας για το υπό ανάπτυξη έργο (Etzioni, 1987· Krueger & Brazeal, 1994). Αν ένας επίδοξος επιχειρηματίας αντιλαμβάνεται μια επιχειρηματική ευκαιρία, αλλά δεν έχει τους πόρους να την εκμεταλλευτεί και δεν υπάρχουν εν δυνάμει πηγές προσφοράς στο περιβάλλον, όπως μια εταιρία χρηματοδότησης επιχειρηματικού κινδύνου, τότε το έργο είναι δύσκολο να υλοποιηθεί. Η δημιουργία μιας νέας επιχείρησης από απόφοιτους επιχειρηματικών προγραμμάτων περιλαμβάνει γνωσιακή, χρηματοδοτική, οργανωτική, κοινωνική και πνευματική ιδιοκτησία. (Mitchell κ.ά., 2007). Η διαθεσιμότητα ή η μη διαθεσιμότητα των πόρων αυτών μπορεί να αποτελέσει ένα βασικό στοιχείο στην απόφαση για την ίδρυση μιας επιχείρησης. Έτσι, φαίνεται πως η διάσταση αυτή είναι ιδιαίτερα σημαντική στην επιχειρηματική κινητοποίηση. Κατά συνέπεια, η ίδρυση μιας επιχείρησης, η πρόσβαση στο επιχειρηματικό κεφάλαιο και σε επενδυτές, εν δυνάμει συνεργάτες ή άτομα με διοικητικές ικανότητες είναι χρήσιμα στοιχεία για τη νέα επιχείρηση και για το λόγο αυτό αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες για τους επίδοξους επιχειρηματίες. (Parker & Robson, 2004· Zhao & Seibert, 2006). Έτσι, η κατηγορία αυτών των κινήτρων περιλαμβάνει τρεις διαστάσεις: Χρηματικούς πόρους, κοινωνικά δίκτυα κι εγκαταστάσεις παραγωγής.

3.6.5 Κίνητρα που σχετίζονται με την επιχείρηση που απασχολούνταν ο επίδοξος επιχειρηματίας.

Η επιχείρηση στην οποία εργαζόταν ο επίδοξος επιχειρηματίας στο παρελθόν συχνά αναφέρεται ως «εκκωλαπτήριο» στη διεθνή βιβλιογραφία (incubator

organization). Αν ο επίδοξος επιχειρηματίας είχε κάποια απασχόληση πριν ξεκινήσει το νέο του εγχείρημα, αυτή η απασχόληση φαίνεται να επηρεάζει τη διαδικασία της ίδρυσης και της φύσης της νέας επιχείρησης σε πολλά επίπεδα. Για παράδειγμα, υπάρχουν μελέτες σύμφωνα με τις οποίες φαίνεται πως οι επιχειρηματίες τείνουν να δημιουργούν επιχειρήσεις στον ίδιο κλάδο με τον κλάδο απασχόλησής τους και η απώλεια της θέσης εργασίας τους μπορεί να επιταχύνει αυτή την απόφαση δημιουργίας νέας επιχείρησης. (Auretsch, 2007· Chell & Allman, 2003· Fiet, 2001).

Στην περίπτωση των φοιτητών επιχειρηματικών προγραμμάτων φαίνεται πως αυτός ο παράγοντας διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο. (Franke, 2002· Freytag & Thurik, 2007). Αυτό συμβαίνει διότι εκτός από την επιστημονική γνώση που έχει λάβει ο φοιτητής στο πλαίσιο του προγράμματος, το είδος της εργασιακής του εμπειρίας αναμένεται να επηρεάσει τις αποφάσεις που θα λάβει. Συγκεκριμένα, επειδή κάθε εγχείρημα όπως η ίδρυση μιας νέας επιχείρησης ενέχει κινδύνους, ο φοιτητής είναι πιο πιθανό να επιλέξει έναν κλάδο στον οποίο έχει ήδη εργασιακή εμπειρία, αφού έχει κάποια γνώση σχετικά με το αντικείμενο. (Lawrence & Suddaby, 2006· Lounsbury & Glynn, 2001· Malach-Pines κ.ά., 2005).

Έτσι, η απασχόληση που είχε το άτομο πριν από την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης, φαίνεται να αποτελεί μια βασική διάσταση της επιχειρηματικής κινητοποίησης. Αυτή η διάσταση διαμορφώνεται από δύο διαστάσεις: Οργανωτικοί περιορισμοί και υποστηρικτική βιομηχανία. Η πρώτη κατηγορία αναφέρεται σε κίνητρα απόθησης, όπως οι πολιτικές προώθησης, οι γραφειοκρατικοί περιορισμοί για την ανάπτυξη των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, η αστάθεια ως προς την απασχόληση κ.α. Η δεύτερη διάσταση περιλαμβάνει τους παράγοντες έλξης, όπως η ίδρυση επαρκών οργανωτικών πολιτικών για την προαγωγή της επιχειρησιακής κουλτούρας, η ίδρυση προγραμμάτων υποστήριξης κ.α. (Nadesan, 2002).

3.6.6 Κίνητρα που συνδέονται με τα κοινωνικά δίκτυα

Με βάση αυτή τη διάσταση περιλαμβάνονται πιθανά στοιχεία κινητοποίησης που προέρχονται από το κοινωνικό περιβάλλον του επιχειρηματία, τα οποία διαμορφώνονται από δύο υποκατηγορίες: Υποδείγματα ρόλων και στάσεις αναφορικά με την

επιχειρηματικότητα. Η ύπαρξη επιτυχημένων επιχειρηματιών στο οικογενειακό περιβάλλον και στην περιοχή της κατοικίας του ατόμου και οι στάσεις της κοινωνίας σχετικά με τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, είναι χαρακτηριστικά τα οποία μπορούν να επιδράσουν στις αντιλήψεις της εφικτότητας και της επιθυμίας για τη δημιουργία επιχείρησης. (Perren & Jennings, 2005). Παρόλα αυτά, τα στοιχεία που τεκμηριώνουν αυτές τις απόψεις είναι ελάχιστα. Οι Spicer & Jones (2005) στη μελέτη τους για Φιλανδούς φοιτητές επιχειρηματικών προγραμμάτων βρήκαν πως αυτά τα κίνητρα δεν ήταν σημαντικά στην απόφασή τους να δημιουργήσουν μια νέα επιχείρηση, ενώ οι Chen, Green & Crick (1998) μελετώντας το υπόβαθρο 917 φοιτητών επιχειρηματικών προγραμμάτων στις Η.Π.Α βρήκαν πως η ύπαρξη μοντέλων ρόλων στα κοινωνικά δίκτυα του ιδρυτή μπορεί να επιδράσει θετικά στην πιθανότητα της δημιουργίας μιας επιχείρησης.

3.7 Επιχειρηματική Εκπαίδευση και Κίνητρα

Το κατά πόσο η επιχειρηματική εκπαίδευση επηρεάζει ή ενθαρρύνει τους νέους να ξεκινήσουν μια νέα επιχείρηση είναι ένα πολύ σημαντικό θέμα στους ακαδημαϊκούς κύκλους. Προηγούμενες έρευνες βρήκαν πως, μεταξύ άλλων μεταβλητών, οι αντιλήψεις γύρω από την επίσημη εκπαίδευση από πηγές που σχετίζονται με μαθήματα γύρω από την επιχειρηματικότητα είχαν την πιο ισχυρή θετική σχέση με τις προθέσεις μέσω της μεσολάβησης της επιχειρηματικής αυτοαποτελεσματικότητας (entrepreneurial self-efficacy-ESE) (Krueger, Braannback & Carsrud, 2007). Η επιχειρηματική αυτοαποτελεσματικότητα ορίστηκε ως η εμπιστοσύνη των μαθητών στην αποτελεσματική διεξαγωγή συγκεκριμένων έργων όπως η ανακάλυψη νέων επιχειρηματικών ευκαιριών, η δημιουργία νέων προϊόντων, η δημιουργική σκέψη και η εμπορευματοποίηση μιας ιδέας ή μιας νέας ανακάλυψης. Οι Krueger & Carsrud (1993) θεωρούν πως οι τρέχουσες πρακτικές στην επιχειρηματική εκπαίδευση είναι στην κατεύθυνση της ενίσχυσης της εμπιστοσύνης των φοιτητών, έχοντας ένα θετικό αντίκτυπο στους μηχανισμούς που είναι συνδεδεμένοι με την αυτοαποτελεσματικότητα. Για παράδειγμα, η χρήση ασκήσεων προσομοίωσης και η εφαρμογή των καλύτερων μελετών περιπτώσεως σχετικά με τον ανταγωνισμό μπορούν να προάγουν εξέχουσες

εμπειρίες. Η πρόσκληση τοπικών επιχειρηματιών για να δίνουν διαλέξεις ή η χρήση παραδειγμάτων γνωστών επιχειρηματιών παρέχουν την ευκαιρία για πρόσβαση σε εμπειρίες δευτερογενώς. Αξιολογώντας τις εργασίες των φοιτητών στο πλαίσιο του μαθήματος σε συνδυασμό με τους στόχους αναφορικά με τη σταδιοδρομία τους μπορεί να αποτελέσει ένα είδος κοινωνικής προδιάθεσης.

Η ενθάρρυνση των νέων για την ενεργοποίησή τους στη διαδικασία της μάθησης και η ευκαιρία στο να έχουν οι ίδιοι τις δικές τους εμπειρίες σε ρεαλιστικές καταστάσεις θα τους βοηθήσει να μάθουν το πώς μπορούν να οικοδομήσουν τις ικανότητές τους. Παρέχοντας ουσιαστική πρακτική, προσδοκείται να έχουν αυτοπεποίθηση ως προς τη χρήση των δεξιοτήτων που έχουν αποκτήσει σε διαφορετικές καταστάσεις. Η τρέχουσα έρευνα προτείνει τη χρήση μιας ποικιλίας μαθησιακών εμπειριών για να εκθέσει τους μαθητές σε πραγματικές καταστάσεις (Augoustinos, 1998· Kor, Mahoney & Michael, 2007). Κάνοντάς το αυτό, μπορεί κανείς να αναμένει πως η αυτοαποτελεσματικότητα των μαθητών θα αυξηθεί βαθμιαία, το οποίο είναι πιθανό όσο οι μαθητές αποκτούν εμπειρία αναπτύσσοντας σύνθετες δεξιότητες. (Bandura, 1982, 1986, 1991). Ωστόσο, ενώ το να κατέχει κανείς τις απαραίτητες δεξιότητες για να μπορέσει να ολοκληρώσει ένα συγκεκριμένο έργο είναι σημαντικό, τα άτομα πρέπει να έχουν πίστη στον εαυτό τους και στις ικανότητές τους για να είναι εφικτή η επίτευξη συγκεκριμένων στόχων (Bandura, 2001, 2002). Η ενίσχυση της αυτοαποτελεσματικότητας με τη σειρά της, μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη κινητοποίηση σχετικά με ένα συγκεκριμένο στόχο. Οι Conner & Abraham (2001) μέσα από την έρευνά τους καταλήγουν στο ότι οι προθέσεις ενός νέου επίδοξου επιχειρηματία για τη δημιουργία της δικής του επιχείρησης θα είναι πιο ισχυρές όταν έχει μεγάλο βαθμό αυτοαποτελεσματικότητας που προκύπτει από εξειδικευμένη γνώση, από το υπόδειγμα επιχειρηματικών ρόλων, την κοινωνική προδιάθεση κι ένα μεγάλο βαθμό φιλοδοξίας ως προς τη στοχοθεσία.

Πολλές έρευνες επικεντρώνονται στις επιχειρηματικές δεξιότητες και πώς αυτές επηρεάζουν την πρόθεση ενός νέου «εκκολαπτόμενου» επιχειρηματία να ξεκινήσει τη δική του επιχείρηση βασιζόμενος στις γνώσεις που έχει αποκτήσει. Σε μία ερευνητική εργασία τους οι Schlaegel & Koenig (2014) συγκέντρωσαν τα ευρήματα 98 αντίστοιχων άρθρων σχετικά με τη Θεωρία της Σχεδιασμένης Συμπεριφοράς και του Επιχειρηματικού Γεγονότος. Η μετα-ανάλυση που πραγματοποίησαν κατέληξε στην εμπειρική υποστήριξη

των παραπάνω θεωριών και τη σημασία των επιχειρηματικών κινήτρων μέσα από την πίστη στις γνώσεις που έχουν αποκτήσει.

Το θέμα της επιχειρηματικής κινητοποίησης είναι πολύ ευρύ και σίγουρα όλες οι πτυχές του δεν μπορούν να αποτυπωθούν σε μία μελέτη. Στην παρούσα μελέτη, λόγω του ότι εστιάζεται στην Ελλάδα, εξετάζεται η επιχειρηματική κινητοποίηση σε αυτή τη συγκεκριμένη χώρα. Η αντιλαμβανόμενη επιχειρηματική κινητοποίηση ενός ατόμου αναφέρεται στις πεποιθήσεις οι οποίες σχετίζονται με το πόσο ελκυστική είναι σε κάθε χώρα η επιλογή μιας επιχειρηματικής σταδιοδρομίας. Το επίπεδο της ελκυστικότητας μπορεί να συνδέεται με τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από την επιχειρηματική δραστηριότητα και οι πιθανότητες επίτευξης ανεξαρτησίας, της επίτευξης συγκεκριμένων στόχων και του πλούτου. Αυτό το θέμα δεν έχει καλυφθεί σε σημαντικό βαθμό στην υπάρχουσα επιχειρηματική έρευνα σχετικά με τη σταδιοδρομία (Theodorakis, 1994).

Τα επιχειρηματικά κίνητρα και οι προθέσεις υποθέτουν πως η επιλογή της επιχειρηματικής σταδιοδρομίας θα πρέπει να επικεντρώνεται όχι μόνο σε γνωσιακές μεταβλητές του ατόμου, αλλά και σε μεταβλητές που αφορούν στο γενικότερο περιβάλλον (κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό) που επηρεάζουν τις γνωσιακές μεταβλητές του ατόμου. Επίσης, τα άτομα εκτιμούν τις περιβαλλοντικές επιδράσεις στην επιλογή της σταδιοδρομίας τους με διαφορετικούς τρόπους. Σε αυτό το σημείο, αξίζει να αναφερθεί πως υπάρχει ένα κενό στην υπάρχουσα βιβλιογραφία και υπάρχει η ανάγκη της εξερεύνησης της επίδρασης των περιβαλλοντικών παραγόντων στην ελκυστικότητα της επιλογής της επιχειρηματικής σταδιοδρομίας υπό το πρίσμα της αντιλαμβανόμενης επιχειρηματικής κινητοποίησης στη χώρα (Sparks, 2000).

Οι πεποιθήσεις διαμορφώνουν στάσεις απέναντι στην επιχειρηματικότητα, στις υποκειμενικές νόρμες και στον αντιλαμβανόμενο συμπεριφορικό έλεγχο. Οι πεποιθήσεις που σχετίζονται με υψηλού βαθμού επιχειρηματική κινητοποίηση σε μεγάλο εύρος χωρών μπορεί να προωθήσουν τις στάσεις των ατόμων σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Οι πεποιθήσεις σχετίζονται επίσης με το ρόλο του επίσημου κι ανεπίσημου θεσμικού περιβάλλοντος που μπορεί να επηρεάσουν τις στάσεις των ατόμων για την επιχειρηματικότητα. Αν ένα άτομο πιστεύει πως το αποτέλεσμα της επιχειρηματικής του δραστηριότητας σε δεδομένο περιβάλλον είναι επιθυμητό, τότε είναι

πιο πιθανό να έχει μια θετική στάση σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Αν ένα άτομο αντιλαμβάνεται πως το να έχει τη δική του επιχείρηση σε μια χώρα θα είναι δύσκολη, μη ελκυστική, με μεγάλο κίνδυνο ή θα έχει μικρό όφελος, η στάση του απέναντι στην επιχειρηματικότητα μπορεί να είναι αρνητική (Azjen, 1991).

Στοιχεία από το Global Entrepreneurship Monitor (GEM) δείχνουν πως οι ευνοϊκές αντιλήψεις ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος είναι θετικά σχετισμένα με το επίπεδο της επιχειρηματικής δραστηριότητας (OECD, 2010). Τα αποτελέσματα που συνελέγησαν από το GEM υποδηλώνουν πως οι προσωπικές εκτιμήσεις ενός ατόμου για την επάρκειά του ως προς το να μπορέσει να διοικήσει κάποια επιχείρηση διαφοροποιείται σημαντικά μεταξύ διαφορετικών χωρών. Για παράδειγμα, στη Ρωσία μόνο ένα 22.7% από τους συμμετέχοντες θεωρούσαν τους εαυτούς τους ικανούς να δημιουργήσουν και να διοικήσουν μια καινούργια επιχείρηση. Αυτό το αποτέλεσμα φτάνει το 55.9 % σε αναπτυγμένες οικονομίες (OECD, 2010).

Οι επιχειρηματίες είναι ενσωματωμένοι στο κοινωνικό τους περιβάλλον (Lavoie, 1992). Τα άτομα είναι πιθανό να ακολουθούν αποδεκτές νόρμες στις ομάδες αναφοράς από επαναλαμβανόμενες συμπεριφορές, είτε συνειδητά είτε ασυνείδητα (Hagger & Chatzisarantis, 2005). Αν ένα άτομο αντιλαμβάνεται ότι τα συγγενικά του πρόσωπα, οι φίλοι ή οι γείτονες καταφέρνουν να επιτύχουν στην επιχείρησή τους, προτιμούν την αυτοαπασχόληση και συσσωρεύουν πλούτο έχοντας μια επιχείρηση σε μια συγκεκριμένη χώρα, τότε το άτομο θα έχει περισσότερα κίνητρα για να υιοθετήσει επιχειρηματική συμπεριφορά. Έτσι, φαίνεται πως οι περισσότεροι ιδιώτες είναι ενσωματωμένοι σε ένα γενικότερο πλαίσιο κοινωνικού, πολιτισμικού και οικονομικού περιβάλλοντος που ανήκουν και ότι εκείνοι οι οποίοι αντιλαμβάνονται πως το περιβάλλον παρέχει κίνητρα, τότε έχουν μεγαλύτερα επίπεδα αντιλαμβανόμενου ελέγχου συμπεριφοράς. Αυτό είναι επίσης συνεπές με την άποψη πως ο αντιλαμβανόμενος έλεγχος συμπεριφοράς είναι θετικά σχετισμένος με ένα υποστηρικτικό περιβάλλον (Jackson, Smith & Conner, 2003). Αρκετές μελέτες έχουν ενσωματώσει επίσης και μια μεταβλητή της εκπαίδευσης στο υπόδειγμά τους ώστε να διερευνήσουν τις επιχειρηματικές προθέσεις (Hills & Morris, 1998· Ede & Panigrahi, 1998· Locke & Schoene, 2004· Vliamos, 2016).

Επίσης θα πρέπει να αναφερθούν και ορισμένες διαφορές στις έρευνες που έχουν γίνει μέχρι σήμερα και οφείλονται στο εάν η οικονομία μίας χώρας είναι αναπτυγμένη ή

αναπτυσσόμενη. Επομένως, σε ορισμένες μελέτες, οι νέοι απόφοιτοι που έχουν εξειδικευτεί στη διοίκηση και στα οικονομικά έχουν καταγράψει ένα μεγαλύτερο βαθμό επιχειρηματικών προθέσεων (Krueger & Carsrud, 1993· Krueger, Reilly & Carsrud, 2000). Παρόλα αυτά, άλλες μελέτες από άλλες χώρες υποθέτουν πως οι νέοι οι οποίοι έχουν εξειδικευτεί σε πολυτεχνικές σχολές επιδεικνύουν μεγαλύτερο βαθμό επιχειρηματικών προθέσεων (Hagger, Chatzisarantis & Harris, 2006· Sutton, 1998· Chell & Allman, 2003). Μία από τις πιθανές εξηγήσεις για αυτή τη διαφορά στις προθέσεις, όπως αναφέραμε και παραπάνω, σχετίζεται με τη χώρα και εάν κατατάσσεται στις αναπτυγμένες ή αναπτυσσόμενες οικονομίες. Οι Hatten & Ruhland (1995) και Brown κ.ά. (1999) ερεύνησαν τις επιχειρηματικές προθέσεις Ρώσων φοιτητών, ενώ οι Brannback κ.ά. (2005) εστίασαν στους Γερμανούς φοιτητές. Στη Ρωσία και την Ουκρανία, τα επιχειρηματικά προγράμματα στόχο έχουν να ενθαρρύνουν τους φοιτητές και αποφοίτους να ακολουθήσουν επιχειρηματική σταδιοδρομία μέσα από την οικονομική εκπαίδευση. Τα πανεπιστήμια στις αναπτυγμένες οικονομίες ενθαρρύνουν τους φοιτητές πολυτεχνικών σχολών να ακολουθήσουν την εναλλακτική της αυτοαπασχόλησης ως επαγγελματική σταδιοδρομία. Τα μεταπτυχιακά διπλώματα σε φοιτητές πολυτεχνικών σχολών στην επιχειρηματικότητα και την καινοτομία γίνονται σταδιακά περισσότερο δημοφιλή σε διαφορετικές χώρες, όπως για παράδειγμα στις Η.Π.Α, Γερμανία και Νορβηγία (Lent κ.ά, 2008).

3.8 Αρχική παρουσίαση της δομής του Υποδείγματος Επιχειρηματικών Κινήτρων

Η βιβλιογραφία εντοπίζει δύο κύρια θεωρητικά πλαίσια τα οποία είναι σε θέση να προσδιορίσουν και να μας βοηθήσουν να έχουμε καλύτερη κατανόηση σχετικά με τα επιχειρηματικά κίνητρα και την πρόθεση ενός επίδοξου επιχειρηματία να αναλάβει ένα νέο επιχειρηματικό εγχείρημα: η Θεωρία της Προσχεδιασμένης Συμπεριφοράς του Ajzen (1991, 2011) και το μοντέλο του Shapero (1982) (Krueger, Reilly & Carsrud, 2000· Liñán & Chen, 2009· Siu & Lo, 2013). Στους παράγοντες που επηρεάζουν το επιχειρηματικό κίνητρο θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η επιθυμία, αλλά και η εφικτότητα

να αναλάβει κάποιος ένα επιχειρηματικό εγχείρημα και την πρόθεσή του να συμμορφωθεί προς μία συγκεκριμένη επιχειρηματική συμπεριφορά (Zarkau, Schwens, Steinmetz & Kabst, 2015). Προηγούμενες μελέτες έχουν χρησιμοποιήσει τα υποδείγματα αυτά στην προσπάθειά τους να εξηγήσουν το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας.

Περισσότερο αναλυτικά, το Υπόδειγμα Επιχειρηματικού Γεγονότος του Sharero (1982) (Entrepreneurial event model-SEE) στο οποίο οι επιχειρηματικές προθέσεις εξαρτώνται από τρία στοιχεία: 1) την αντίληψη της επιθυμίας, 2) την τάση για δράση και 3) την αντίληψη για την εφικτότητα. Ένα άλλο υπόδειγμα, το οποίο και αναφέρθηκε και παραπάνω, είναι το υπόδειγμα της Θεωρίας της Προσχεδιασμένης Συμπεριφοράς του Ajzen (1991). Άλλο ένα υπόδειγμα κινήτρων αναπτύχθηκε από τον Bird (1988), στο οποίο τα επιχειρηματικά κίνητρα είναι βασισμένα σε προσωπικούς και σε εννοιολογικούς παράγοντες. Μια περαιτέρω εξέλιξη του υποδείγματος του Bird έγινε από τους Boyd & Vozikis (1994) οι οποίοι περιλαμβάνουν την έννοια της αυτοαποτελεσματικότητας που υπάρχει στην θεωρία της κοινωνικής γνώσης. Άλλο ένα υπόδειγμα προτάθηκε από τον Davidsson (1995), ο οποίος ανέφερε πως τα επιχειρηματικά κίνητρα επηρεάζονται από την πεποίθηση, η οποία με τη σειρά της καθορίζεται από γενικές στάσεις (αλλαγή, ανταγωνισμός, χρήματα, επιτεύγματα και αυτονομία) και πεποιθήσεις αναφορικά με το συγκεκριμένο πεδίο (ανταμοιβή, κοινωνική συμβολή και τεχνογνωσία). Η πεποίθηση, με τη σειρά της, συνδέεται με προσωπικές μεταβλητές που περιλαμβάνουν την ηλικία, το φύλο, την εκπαίδευση, τη δευτερογενή εμπειρία και τη ριζική αλλαγή εμπειρίας.

Κι άλλες μελέτες έχουν διενεργηθεί γύρω από τα υποδείγματα που περιγράφηκαν ανωτέρω (Hatten & Rushlan, 1995· Krueger & Brazeal, 1994· Robinson & Haynes, 1991· Stewart κ.ά., 1999). Όμως, μέχρι τώρα λίγες μελέτες υπάρχουν σχετικά με την επίδραση της έκθεσης των φοιτητών στην επιχειρηματική εκπαίδευση πάνω στα επιχειρηματικά κίνητρα. Προηγούμενες μελέτες πρότειναν πως η επιχειρηματική εκπαίδευση θα πρέπει να βελτιώσει την αντιλαμβανόμενη εφικτότητα της επιχειρηματικότητας προωθώντας την αυτοαποτελεσματικότητα και την αντιλαμβανόμενη επιθυμία για επιχειρηματική καριέρα (Zimmer & Scarborough, 1998). Μία μελέτη είναι των Broadman & Recanatini (2002) στην οποία φάνηκε πως η έκθεση στην επιχειρησιακή εκπαίδευση επηρεάζει τα κίνητρα. Παρόλα αυτά, το δείγμα ελήφθη από μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης κι όχι τριτοβάθμιας. Έτσι, χρειάζεται να γίνει

περισσότερη έρευνα σχετικά με το πώς επηρεάζουν τα επιχειρηματικά κίνητρα τους φοιτητές τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Οι επιχειρηματίες είναι οι πρωτοπόροι στις σύγχρονες κοινωνίες όσον αφορά την καινοτομία και τη χρήση τεχνολογιών αιχμής. Είναι εκείνοι οι οποίοι μετατρέπουν τη γνώση σε υλικά και άυλα αγαθά και οι οποίοι είναι σε θέση να διασφαλίσουν την οικονομική ανάπτυξη σε μία κοινωνία και να δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας (Chen, 2014). Ωστόσο, η πρόθεση ενός ατόμου να αναλάβει μία νέα επιχειρηματική πρωτοβουλία είναι το κλειδί για να κατανοήσουμε την σύγχρονη επιχειρηματικότητα η οποία συνδέεται άρρηκτα με τον κίνδυνο. Σύμφωνα με τους Zhang, Dongyuan & Owen (2015) οι οικονομικά δρώντες οι οποίοι λαμβάνουν τις αποφάσεις τους με βάση την λογική και τον ορθολογισμό (risk neutral) είναι περισσότερο πιθανό να επιδεικνύουν τη θετική πρόθεσή τους να αναλάβουν μία επιχειρηματική πρωτοβουλία σε σχέση με εκείνους οι οποίοι αποστρέφονται τον κίνδυνο.

Οι περισσότερες έρευνες των τελευταίων ετών σχετικά με τα επιχειρηματικά κίνητρα λαμβάνουν υπόψη τους «ψυχομετρικές» μεταβλητές. Ειδικότερα σχετικά με την μεταβλητή «προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες» πολλές από τις έρευνες καταλήγουν σε αντίθετα μεταξύ τους αποτελέσματα. Οι Boissin, Brancheta & Emin (2009) κατέληξαν ότι οι αμερικανοί φοιτητές δεν δίνουν μεγάλη έμφαση στις προσλαμβάνουσες νόρμες εξαιτίας του ανεπτυγμένου και σταθερού επιχειρηματικού περιβάλλοντος που υφίσταται στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής εδώ και πολλά χρόνια. Στα ίδια συμπεράσματα κατέληξε και έρευνα του Autio κ.ά. (2001) υπογραμμίζοντας την χαμηλή επιρροή που είχε η συγκεκριμένη μεταβλητή στα επιχειρηματικά κίνητρα σε δείγμα φοιτητών από την Βρετανία. Αντίθετα ο Zhang κ.ά. (2015) βρήκε θετική συσχέτιση μεταξύ της μεταβλητής που μετρά τις προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες και το επιχειρηματικό κίνητρο σε διαφορετικό δείγμα αμερικανών φοιτητών σε διαφορετική πολιτεία, όπως και η έρευνα των Astuti & Martdianty (2012) στην Ινδονησία. Όπως και να έχει οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες παραμένουν ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει το επιχειρηματικό κίνητρο και εξαρτάται από το εάν μία κοινωνία θεωρεί ως μία καλή επιλογή επαγγελματική επιλογή την επιχειρηματική ενασχόλησή του ή όχι. Ερευνητές όπως οι Ayob, Yap, Sapuan & Rashid (2013) αναφέρουν ότι, υπό προϋποθέσεις, η αυτοαπασχόληση μπορεί να θεωρηθεί ως μία καλή

επαγγελματική επιλογή για τους νέους επίδοξους επιχειρηματίες. Ακριβώς αυτό είναι που ενεργοποιεί τον κάθε έναν ξεχωριστά να εξετάσει το οικονομικό περιβάλλον μέσα στο οποίο ζει και να εντοπίσει ευκαιρίες τις οποίες και θα πρέπει να σταθμίσει. Τέλος, σύμφωνα με την έρευνα των Kristiansen & Indarti (2004) οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες δεν αποτελούν ισχυρό δείκτη ο οποίος επηρεάζει τα επιχειρηματικές προθέσεις κυρίως στις «ατομικιστικές» κοινωνίες. Τέλος, ερευνητές όπως Kume κ.ά. (2013) υποστηρίζουν ότι η επιθυμία νέων επίδοξων επιχειρηματιών να αναλάβουν μία επιχειρηματική καριέρα είναι μία ισχυρή ένδειξη της πρόθεσης να αναλάβουν μία επιχειρηματική πρωτοβουλία. Σε ένα καπιταλιστικό σύστημα όπου η επιχειρηματικότητα μετουσιώνεται σε κέρδη, η επιθυμία να ξεκινήσεις μία τέτοια δραστηριότητα αυτοαπασχόλησης αυξάνεται σε παγκόσμιο επίπεδο.

Σύμφωνα με τις ανάγκες της παρούσας διατριβής χρησιμοποιείται το ακόλουθο υπόδειγμα επιχειρηματικών κινήτρων το οποίο έχει προσαρμοστεί για την αποτελεσματικότερη διερεύνηση των ερωτημάτων της συγκεκριμένης ερευνητικής εργασίας. Το προτεινόμενο υπόδειγμα λοιπόν πηγάζει από τη Θεωρία Σχεδιασμένης Συμπεριφοράς (Theory of Planned Behavior) και στηρίζεται σε ερευνητικές εργασίες του Ajzen (1991), και κυρίως όπως χρησιμοποιήθηκε από τον Kolvereid (1996), Fayolle & Gailly (2004), Krueger κ.ά. (2000), Linan (2004) και Veciana κ.ά. (2005). Σχηματοποιημένα, στην ανάλυση που ακολουθεί στα επόμενα κεφάλαια το υπόδειγμα που προτείνουμε έχει την ακόλουθη μορφή:



Η εξειδικευμένη υπόθεση στην οποία στηρίζεται το παραπάνω υπόδειγμα είναι ότι οι κοινωνικές νόρμες στις οποίες υπόκειται ένας άνθρωπος και επηρεάζουν την συμπεριφορά του, έχουν αντίκτυπο τόσο την προσωπική έλξη που νιώθει ο συγκεκριμένος άνθρωπος για να αναλάβει μία συγκεκριμένη δράση, συγκεκριμένα να αναλάβει επιχειρηματική πρωτοβουλία, όσο και στην αυτοπεποίθησή του κατά πόσο νιώθει ότι είναι αποτελεσματικός (self-efficacy) και μπορεί να φέρει εις πέρας μία αποστολή - ένα επιχειρηματικό εγχείρημα.

Επίσης, η εκπαίδευση συμβάλλει στη θετική αλλαγή της επιχειρηματικής κουλτούρας προτρέποντας στην ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών από τους φοιτητές (Zhao, Seibert & Hills, 2005· Bandura, 1982· Gist, 1987). Η αποτελεσματική οργάνωση δραστηριοτήτων στην εκπαιδευτική διαδικασία, τόσο σε θεωρητικό όσο και σε πρακτικό επίπεδο, βοηθά στην προσομοίωση και ικανότητα αντίληψης των πραγματικών συνθηκών που επικρατούν στην πραγματική οικονομία μέσα από την ανάπτυξη συγκεκριμένων επιχειρηματικών δεξιοτήτων. Έτσι, επηρεάζεται θετικά η αυτοπεποίθηση των νέων επίδοξων επιχειρηματιών (self- efficacy) στην ανάληψη μιας

επιχειρηματικής δράσης (Edelman & Manolova, 2008· Souitaris, Zerbinati, & Al-Laham, 2007· Peterman & Kennedy, 2003).

Στη συγκεκριμένη ενότητα, έγινε παρουσίαση του Υποδείγματος Επιχειρηματικών Κινήτρων στο οποίο θα αναφερθούμε αναλυτικά τόσο στο κεφάλαιο της μεθοδολογίας των εργαλείων έρευνας όσο και στα αποτελέσματα της εμπειρικής ανάλυσης. Στο επόμενο κεφάλαιο θα αναφερθούμε στο ερωτηματολόγιο που έχουμε αναπτύξει στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας και το οποίο στηρίζεται σε εργασίες άλλων ερευνητών. Η ανάπτυξη ενός αξιόπιστου ερωτηματολογίου αποτύπωσης επιχειρηματικών κινήτρων (Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ)) είναι πρωταρχικής σημασίας για τις μεταβλητές που θα χρησιμοποιηθούν στο υπόδειγμα επιχειρηματικών κινήτρων.

3.9 Σύνοψη και Διατύπωση Ερευνητικών Υποθέσεων

Πριν προχωρήσουμε στην διατύπωση των ερευνητικών υποθέσεων, συνοψίζοντας την έως τώρα πορεία της έρευνας, θέσαμε το πλαίσιο αναφοράς (ερευνητικός σκοπός, ερωτήματα, δομή και συνεισφορά). Έπειτα, στο δεύτερο κεφάλαιο αναφερθήκαμε στην αναδύομενη ελληνική επιχειρηματικότητα περιγράφοντας τις δυσμενείς οικονομικές συνθήκες και το προφίλ των Ελλήνων επιχειρηματιών, την επιχειρηματική οργάνωση και ως συμπέρασμα καταλήξαμε σε συγκεκριμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά των Ελλήνων επιχειρηματιών εκείνης της εποχής (1830-1909). Το βασικό χαρακτηριστικό και ο συνδετικός κρίκος εκείνης της μακρινής εποχής με το σήμερα είναι οι συνθήκες οικονομικής κρίσης. Μπορεί οι αιτίες που οδήγησαν στην κρίση κατά το παρελθόν να διαφέρουν με τις σύγχρονες δυσμενείς οικονομικές συνθήκες, ωστόσο οριοθετούν το πλαίσιο μέσα στο οποίο καλούνται οι σύγχρονοι νέοι επίδοξοι επιχειρηματίες να αναλάβουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.

Στο τρίτο κεφάλαιο, το οποίο είναι και το μεγαλύτερο σε έκταση αναφερθήκαμε σε βασικές έννοιες σχετικά με την επιχειρηματικότητα, την επιχειρηματική εκπαίδευση, το πολιτισμικό υπόβαθρο και τη νεανική επιχειρηματικότητα υπό το πρίσμα της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα. Επομένως στο τρίτο κεφάλαιο περιλαμβάνεται όλη η βιβλιογραφική ανασκόπηση σχετικά με ερευνητικές εργασίες σχετικές με τα

επιχειρηματικά κίνητρα, επιχειρηματική εκπαίδευση και κίνητρα και παρουσίαση της δομής του υποδείγματος επιχειρηματικών κινήτρων που χρησιμοποιείται στην εμπειρική ανάλυση. Επομένως στο τρίτο κεφάλαιο τίθενται ζητήματα που άπτονται του αντικειμένου της παρούσας έρευνας και κυρίως αφορούν την τεκμηρίωση εννοιών οι οποίες χρησιμοποιούνται στο εμπειρικό μέρος της διατριβής (κεφάλαιο 4 και έπειτα).

Τέλος, σε επίπεδο θεωριών κοινωνικής γνωσιολογίας υπάρχει η αρχή ότι ένα άτομο ενεργεί είτε αυτοματοποιημένα (μη συνειδητά) είτε μετά από συνειδητή βούληση ή προσπάθεια (Augustinos, 2014). Σχετικά με την μη συνειδητή-αυτοματοποιημένη δράση ενός ατόμου η θεωρία σχημάτων αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο για την κατανόηση στο πώς μπορεί να επιδράσει η επιχειρησιακή μάθηση και τα προγράμματα στον επίδοξο επιχειρηματία, αλλά και στο πώς μπορεί να επιδράσει και το ίδιο το πολιτιστικό υπόβαθρο του επιχειρηματία στα κίνητρα για την ανάληψη οποιουδήποτε επιχειρηματικού έργου. Ο Hamilton ορίζει το στερεότυπο ως «γνωστική δομική έννοια αναφερόμενη στο σύνολο των προσδοκιών τις οποίες έχει το άτομο που αντιλαμβάνεται τα μέλη μιας κοινωνικής ομάδας» (1979, σ. 65). Η κυριότερη λειτουργία των σχημάτων είναι ότι προσδίδουν οργάνωση στην εμπειρία. Ειδικότερα για την κατηγορία «σχήματα εαυτού» η θεωρία σχημάτων εξετάζει τις εννοιολογικές δομές που έχουν οι άνθρωποι για τους εαυτούς τους, και το βαθμό στον οποίο τέτοιες δομές μπορεί να επηρεάζουν την ταχύτητα και αποτελεσματικότητα επεξεργασίας πληροφοριών σχετικών ή άσχετων με τον εαυτό τους. Η Markus (1977) περιγράφει τα «σχήματα εαυτού» ως: *γνωστικές γενικεύσεις για τον εαυτό, προερχόμενες από προηγούμενη εμπειρία, οι οποίες οργανώνουν και καθοδηγούν την επεξεργασία των σχετικών με τον εαυτό πληροφοριών που περιέχονται στα κοινωνικά βιώματα του ατόμου*. Για παράδειγμα, εάν κάποιος έχει σαφή επίγνωση και αντίληψη ότι θέλει να γίνει επίδοξος επιχειρηματίας, τότε ταξινομείται ως αυτοσχηματικός στη διάσταση του χαρακτηριστικού της συγκεκριμένης φιλοδοξίας. Εάν αντίθετα είναι αβέβαιος ή αμφιβάλλει ως προς την αυτοβαθμολογησή του στην εν λόγω διάσταση, τότε εμπίπτει στην κατηγορία των ασχηματικών γι' αυτό το χαρακτηριστικό. Σε μία από τις πρώτες μελέτες που διερευνούσαν τη χρησιμότητα της έννοιας του αυτοσχήματος και των συνέπειών της επί της επεξεργασίας πληροφοριών για τον εαυτό, η Markus (1977) συνέκρινε βαθμολογήσεις αυτοπεριγραφικές («τι είσαι»), συμπεριφορικές («τι κάνεις») και προβλεπτικές («τι θα έκανες») στις οποίες προέβη

δείγμα φοιτητών ταξινομημένων ως σχηματικών ή ασχηματικών ως προς τη διάσταση της ανεξαρτησίας. Στο ερωτηματολόγιο της παρούσας διδακτορικής διατριβής αρκετές ερωτήσεις είναι αυτοπεριγραφικές και δομούνται με τέτοιο τρόπο ώστε ο κάθε ερωτώμενος φοιτητής ή απόφοιτος να μας αποκαλύψει την εικόνα που έχει ο ίδιος για τον εαυτό του, αφού πρώτα έχει παρακολουθήσει μαθήματα επιχειρηματικότητας και έχει δημιουργήσει μία νέα αναβαθμισμένη εικόνα για τον εαυτό του μέσα από την τόνωση της αποτελεσματικότητάς του (self-efficacy) και νιώθει ότι μπορεί να φέρει εις πέρας μία νέα αποστολή - ένα επιχειρηματικό εγχείρημα.

Οι Goethals κ.ά. (1991) διακρίνουν μεταξύ ρεαλιστικής και δημιουργικής κοινωνικής συγκρίσεως. Εφαρμόζοντας την αρχή της κοινωνικής εννοιολογικής κατασκευής στην επίδραση ψευδοσυναίνεσης και στη μεροληψία μοναδικότητας, εύκολα καταλαβαίνουμε πώς τα δυο αυτά φαινόμενα αποτελούν τη συνέπεια μιας κατασκευασμένης κοινωνικής πραγματικότητας, επινοημένης ούτως ώστε ο εαυτός να κατέχει σχετικά καλή κοινωνική θέση και αυτή η σχετικά καλή τοποθέτηση του εαυτού και του κατασκευασμένου, γενικευμένου άλλου, να υπηρετεί ένα κίνητρο αυτοενίσχυσης. Χωρίς καμία αμφιβολία, γνωστικοί μηχανισμοί, όπως η διαθεσιμότητα και διεργασίες κινήτρων όπως η ορμή για αυτοενίσχυση υποβόσκουν των επιδράσεων της ψευδοσυναίνεσης και ψευδομοναδικότητας. Δεν είναι λογικό, γνωστικοί μηχανισμοί να λειτουργούν χωρίς ενεργοποιό ή κινητήριο δύναμη να τους ωθεί. Αλλά ούτε είναι λογικό, να επιχειρείται να περιγραφεί και εξηγηθεί η φαινοτυπική έκφραση πληροφοριακών μεροληψιών και στρεβλώσεων, από ένα κίνητρο αυτοενίσχυσης. Επίσης, οι αποδόσεις για την επιτυχία και την αποτυχία είναι κοινότατο το φαινόμενο οι άνθρωποι να δέχονται τα εύσημα της επιτυχίας και να αρνούνται την ευθύνη της αποτυχίας. Αν και η ισχύς της επίδρασης ποικίλλει από πολιτισμό σε πολιτισμό, η ασυμμετρία απόδοσης αιτίου μετά από επιτυχία ή αποτυχία, έχει παρατηρηθεί σε πολλές χώρες και έχει να κάνει κατά πόσον η κάθε κοινωνία είναι ανεκτική στην επιχειρηματική αποτυχία ή στιγματίζει τα άτομα που αποτυγχάνουν (Fletcher & Ward, 1988· Kashima & Triandis, 1986· Zuckerman, 1979).

Περαιτέρω, οι επίδοξοι επιχειρηματίες επηρεάζονται κι από ψυχολογικά κίνητρα εκτός από την επιχειρηματική εκπαίδευση, που αφορούν τόσο το άτομο, όσο κι

εξωτερικούς παράγοντες. Σύμφωνα με την θεωρία του Bandura, η αυτοαποτελεσματικότητα του ατόμου είναι εκείνη η οποία μπορεί να διαμορφώσει κίνητρα για την ανάληψη επιχειρηματικών έργων. Μάλιστα, οι παράγοντες αυτοί συνοψίσθηκαν στα υποδείγματα επιχειρηματικών κινήτρων των Azjen, Boyd & Vozikis και Bird, στα οποία ενσωματώθηκε η έννοια της αυτοαποτελεσματικότητας. Η Θεωρία Προσχεδιασμένης Συμπεριφοράς από την άλλη, εστιάζει περισσότερο σε ορθολογική συμπεριφορά και έχει τύχει μεγάλης αναγνώρισης από τον ακαδημαϊκό και επιστημονικό κόσμο. Περιλαμβάνει στάσεις, συμπεριφορικά κίνητρα, υποκειμενικές νόρμες, κοινωνικές νόρμες, την αντιλαμβανόμενη δύναμη και τον αντιλαμβανόμενο έλεγχο συμπεριφοράς. Σε συνδυασμό με τις κατηγορίες κινήτρων που παρουσιάστηκαν από τη διεθνή βιβλιογραφία, υπάρχει συνάφεια ως προς τα προσωπικά κίνητρα, αλλά και τα κοινωνικά δίκτυα, τα οποία περιλαμβάνουν στάσεις και συμπεριφορές, αλλά και το κοινωνικό περιβάλλον εν γένει. Για το σκοπό αυτό, η εμπειρική ανάλυση θα γίνει κυρίως στη βάση των μοντέλων της Θεωρίας Προσχεδιασμένης Συμπεριφοράς, πλαίσιο το οποίο και θα αναλυθεί διεξοδικά στο επόμενο κεφάλαιο της μεθοδολογίας της έρευνας.

Διατύπωση Ερευνητικών Υποθέσεων: έχοντας παραθέσει το σχετικό ακαδημαϊκό υπόβαθρο και μέσω των σημαντικότερων συμπερασμάτων που προέκυψαν συνοψίζοντας παραπάνω τα κυριότερα ευρήματα, αναπτύχθηκαν περαιτέρω ερευνητικές υποθέσεις, οι οποίες παρουσιάζονται αναλυτικά παρακάτω:

H1: Τα πολιτισμικά-δημογραφικά στοιχεία έχουν σημαντική επίδραση στα κίνητρα αντι-κίνητρα για την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης.

H2: Τα προσωπικά κίνητρα και η αυτό-αποτελεσματικότητα των επίδοξων επιχειρηματιών έχουν σημαντική επίδραση στα κίνητρα αντι-κίνητρα σχετικά με την ενθάρρυνση νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών

Επίσης αποτυπώνεται στο κεφάλαιο των αποτελεσμάτων εάν τα προσωπικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα και η αυτοαποτελεσματικότητα του επίδοξου επιχειρηματία έχουν σημαντικότερη επίδραση στα κίνητρα και αντι-κίνητρα σχετικά με την ενθάρρυνση νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών σε σχέση με τα κοινωνικά (πολιτισμικά) και δημογραφικά στοιχεία.

Στο πλαίσιο αυτό, στο κεφάλαιο των Αποτελεσμάτων της εμπειρικής ανάλυσης αξιολογείται η επιχειρηματική εκπαίδευση στο πλαίσιο μαθημάτων επιχειρηματικότητας για την επιχειρηματική κινητικότητα και την ανάπτυξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών σε βάθος πενταετίας.

ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 Διαδικασία

Στο πλαίσιο του εμπειρικού μέρους της παρούσας διατριβής έγινε χρήση του υποδείγματος επιχειρηματικών κινήτρων πάνω στο οποίο διεξάγεται η έρευνα με στόχο να προκύψουν σημαντικά αποτελέσματα που είτε επιβεβαιώνουν προηγούμενες εμπειρικές μελέτες, είτε αντιδιαστέλλονται προς αυτές. Για το σκοπό αυτό πραγματοποιήθηκε συλλογή πρωτογενών στοιχείων για στατιστική ανάλυση και επεξεργασία μέσα από ένα ειδικά διαμορφωμένο ερωτηματολόγιο (Behling, & Law 2000). Αντίστοιχο ερωτηματολόγιο έχει χρησιμοποιηθεί με κάποιες παραλλαγές και από άλλους ερευνητές Kickul & Zaper (2000), Veciana κ.ά. (2005) αλλά κυρίως ο Ajzen (1991, 2001 και 2002).

Για την καλύτερη κατανόηση των ερωτήσεων, σύμφωνα με τους Κυριαζόπουλο & Σιαμαντά (2011), η δομή του ερωτηματολογίου πρέπει να είναι απλή και παράλληλα ορθά σχεδιασμένη έτσι ώστε να εξυπηρετεί τους ειδικούς ερευνητικούς σκοπούς της έρευνας για την οποία έχει σχεδιαστεί. Βασικός σκοπός του ερωτηματολογίου είναι η συλλογή αξιόπιστων στοιχείων μέσα από τη σωστή κατανόηση των ερωτήσεων από εκείνους οι οποίοι οικειοθελώς απάντησαν στο ερωτηματολόγιο (Δημητρόπουλος, 2004). Η διαδικασία που ακολουθήσαμε στην παρούσα έρευνα για τη συλλογή των πρωτογενών στοιχείων (Cohen κ.ά., 2008) έχει ως εξής:

- αρχικά ενημερώθηκαν οι νέοι τελειόφοιτοι φοιτητές και απόφοιτοι για ποιο λόγο διεξάγεται η συγκεκριμένη έρευνα και μοιράστηκε το ερωτηματολόγιο ώστε οι ερωτώμενοι να ενημερωθούν και να λυθούν τυχόν απορίες διαδικαστικού τύπου.

- Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε εθελοντικά και χωρίς πληρωμή αντιτίμου, δίνοντας τη δυνατότητα στα άτομα να αρνηθούν, εφόσον το επιθυμούν, να λάβουν μέρος στην ερευνητική διαδικασία.
- Το ερωτηματολόγιο περιέχει τυποποιημένες ερωτήσεις κλειστού τύπου πολλαπλής επιλογής για την αποφυγή ασαφών και γενικών απαντήσεων και έχουν περιληφθεί μόνο τα ερωτηματολόγια τα οποία είναι πλήρως συμπληρωμένα.
- Οι περισσότερες ερωτήσεις δομούνται σε μία πενταβάθμια κλίμακα πιθανών απαντήσεων (5-point likert-type scale) η οποία είναι αρκετά διαδεδομένη μέθοδος και έχει ως στόχο το μετρήσιμο προσδιορισμό διαφόρων παραγόντων όπως: στάσεων και συμπεριφορών (Μπεχράκης, 1999).
- Στο πλαίσιο συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, οι ερωτώμενοι ενημερώθηκαν για τη διασφάλιση της εχεμύθειας των στοιχείων και ότι οι συλλεχθείσες πληροφορίες χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για τις ανάγκες της συγκεκριμένης έρευνας (Κυριαζόπουλος & Σαμαντά, 2011).
- το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε με τρόπο ώστε να είναι κατά το δυνατόν συνοπτικό ώστε να μην κουράσει τους ερωτηθέντες, αλλά παράλληλα να αποτυπώνεται όλη η απαραίτητη πληροφορία που θα χρησιμοποιηθεί για την περαιτέρω αξιολόγηση και επεξεργασία των στοιχείων.
- Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν σε νέους τελειόφοιτους οι οποίοι έχουν παρακολουθήσει τουλάχιστον ένα μάθημα επιχειρηματικότητας. Οι ερωτηθέντες συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο οικειοθελώς και είχαν δύο δυνατότητες για να το συμπληρώσουν: είτε εντύπως είτε διαδικτυακά συμπληρώνοντας ηλεκτρονικά το ερωτηματολόγιο.

Περιγραφή διεξαγωγής μαθημάτων επιχειρηματικότητας στον πληθυσμό του δείγματος: Τα μαθήματα επιχειρηματικότητας που παρακολούθησαν όσοι συμμετείχαν στην έρευνα ήταν δομημένα ως εξής: αρχικά υπήρχε ένα βασικό μάθημα επιχειρηματικότητας κοινό για όλους το οποίο αποτελούσε το πρώτο βήμα εξοικείωσης με βασικές οικονομικές και επιχειρηματικές έννοιες οι οποίες ήταν απαραίτητες για την περαιτέρω ανάλυση οικονομικών θεμάτων. Σε αυτό το στάδιο υπήρχε ενιαίο εγχειρίδιο επιχειρηματικότητας για όλους τους φοιτητές ανεξαρτήτως τμήματος. Το δεύτερο βήμα

εξοικείωσης ήταν ότι οι τελειόφοιτοι φοιτητές είχαν στη διάθεσή τους μελέτες περίπτωσης, καλές πρακτικές και οποιοδήποτε άλλο υλικό συνδύαζε οικονομικά επιχειρηματικά θέματα με το επιμέρους γνωστικό αντικείμενο του κάθε τμήματος.

Στο πλαίσιο του μαθήματος επιχειρηματικότητας, και αφού ο ερωτώμενος είχε επιμορφωθεί μέσω της παραπάνω διαδικασίας που περιγράφηκε, οι τελειόφοιτοι φοιτητές υλοποιούσαν ένα επιχειρηματικό σχέδιο με τη βοήθεια ειδικού συμβούλου υποστήριξης ή μέντορα ο οποίος βρισκόταν δίπλα τους ως εκπαιδευτής προκειμένου να καταρτίσουν ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο. Στο πλαίσιο της επιχειρηματικής εκπαίδευσης πολύ σημαντική ήταν και η διαδικασία επιβράβευσης. Έτσι, μία φορά το χρόνο τα καλύτερα επιχειρηματικά σχέδια ανά τμήμα βραβεύονταν, ενώ εθελοντικά όσοι τελειόφοιτοι επιθυμούσαν μπορούσαν να συμμετάσχουν με το επιχειρηματικό τους σχέδιο και σε ένα ευρύτερο επιχειρηματικό διαγωνισμό όπου συναγωνίζονταν νέους από άλλα τμήμα ή σχολές. Επιπλέον η επιχειρηματική εκπαίδευση συμπληρωνόταν από επιμέρους ενέργειες, όπως για παράδειγμα επίσκεψη σε έναν παραγωγικό φορέα ή επιχείρηση ή σεμιναριακή παρουσίαση ενός στελέχους επιχείρησης. Με αυτό τον τρόπο συμμετείχαν σε μία διαδικασία η οποία τους επέτρεπε να βελτιώνουν, μέσα από τις παρατηρήσεις και τις συμβουλές επιχειρηματιών, τα επιχειρηματικά τους πλάνα και να έρχονται πιο κοντά σε επαφή με φορείς χρηματοδότησης με σκοπό να προκύψουν συνέργιες και περαιτέρω συνεργασίες. Το παραπάνω πλαίσιο προσέφερε ένα ομοιογενποιημένο δείγμα. Όσοι απάντησαν στο συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο είχαν αποκτήσει ως ένα πολύ σημαντικό βαθμό ομοιογενείς γνώσεις και είχαν αναπτύξει συγκεκριμένες επιχειρηματικές δεξιότητες, ανεξάρτητα από το τμήμα στο οποίο παρακολουθούσαν το μάθημα επιχειρηματικότητας.

4.2 Εργαλείο συλλογής πρωτογενών δεδομένων

Η χρήση του συγκεκριμένου εργαλείου συλλογής πρωτογενών στοιχείων (ερωτηματολόγιο έρευνας) στόχο έχει να συμπεριλάβει ερωτήσεις οι οποίες διερευνούν την επίδραση της επιχειρηματικής εκπαίδευσης και του πολιτισμικού-κοινωνικού περιβάλλοντος στα επιχειρηματικά κίνητρα (Azjen, 1991· Bandura 1993).

Το ερωτηματολόγιο της παρούσας έρευνας στηρίζεται ως προς τη μεθοδολογία και δομή σε αντίστοιχες ερευνητικές εργασίες ερευνητών πραγματοποιώντας ελέγχους εγκυρότητας και αξιοπιστίας, όπως ο Kolvereid (1996), Krueger κ.ά. (2000) και Veciana κ.ά. (2000). Επίσης, εκτός από την αρχική κατασκευή του υποδείγματός του ο Ajzen αντιμετώπισε (1991, 2001, 2002), τις πιθανές αναντιστοιχίες μεταξύ των εργαλείων έρευνας για τη συλλογή αξιόπιστων στοιχείων.

Η πρωτοτυπία του ερωτηματολογίου αποτύπωσης επιχειρηματικών κινήτρων που προτείνει η παρούσα έρευνα αφορά το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου: την αξιολόγηση της επιχειρηματικής εκπαίδευσης μέσα από την ανάπτυξη ενεργειών(δράσεων) που χρησιμοποιούνται συμπληρωματικά στα μαθήματα επιχειρηματικότητας (κατάρτιση επιχειρηματικού σχεδίου, επισκέψεις σε επιχειρήσεις, σεμιναριακές παρουσιάσεις από στελέχη, σύμβουλοι υποστήριξης κ.α) στο πλαίσιο προγραμμάτων ενθάρρυνσης της νεανικής επιχειρηματικότητας. Αντίστοιχη έρευνα είναι η πρώτη φορά που διεξάγεται στην Ελλάδα.

Αναλυτικότερα, το ερωτηματολόγιο αποτελείται από τρεις (3) ενότητες συνολικά, των τριάντα δύο (32) ερωτήσεων. Οι θεματικές ενότητες δημιουργήθηκαν για να υπηρετήσουν το σκοπό, τα ερωτήματα και τις υποθέσεις της παρούσας έρευνας σχετικά με την επιχειρηματική εκπαίδευση και περιλαμβάνουν ερωτήσεις οι οποίες αφορούν:

A) στο πολιτισμικό – κοινωνικό περιβάλλον και πώς αυτό επηρεάζει τη συμπεριφορά ενός ατόμου, B) στα βασικά προσωπικά γνωρίσματα ενός επίδοξου επιχειρηματία: ανάγκη για επίτευξη υψηλών στόχων, ικανότητα αυτοελέγχου, δημιουργικότητα, αίσθημα ανεξαρτησίας, τάση ανάληψης κινδύνων, Γ) στην ευρύτερη αξιολόγηση ενός ολοκληρωμένου προγράμματος επιχειρηματικότητας μέσα από ένα πλέγμα εκπαιδευτικών δράσεων που αναλαμβάνονται στο πλαίσιο μίας ολοκληρωμένης επιχειρηματικής εκπαίδευσης.

4.2.1 Κατάρτιση ερωτήσεων ερωτηματολογίου

Στην πρώτη εισαγωγική ενότητα του ερωτηματολογίου, περιλαμβάνονται δέκα (10) ερωτήσεις, που αφορούν σε κοινωνικά-δημογραφικά στοιχεία. Στην ενότητα αυτή οι ερωτηθέντες καλούνται να δηλώσουν το φύλο τους, την ηλικία τους όταν

παρακολούθησαν μαθήματα επιχειρηματικότητας, τον τόπο γέννησης και την ανατροφή, τις θρησκευτικές πεποιθήσεις, το πανεπιστημιακό τμήμα σπουδών τους, τον τόπο διαμονής γονέων, το μέγιστο εκπαιδευτικό επίπεδο των γονέων, την απασχόληση του πατέρα, της μητέρας και τέλος καλούνται να δηλώσουν προαιρετικά και ένα e-mail επικοινωνίας. Συγκεκριμένα:

- q1. Φύλο
- q2. Ηλικία παρακολούθησης μαθήματος Επιχειρηματικότητας
- q3. Τόπος Γέννησης
- q4. Θρησκευτικές πεποιθήσεις
- q5. Πανεπιστημιακό τμήμα
- q6. Τόπος διαμονής γονέων
- q7. Μέγιστο Εκπαιδευτικό Επίπεδο (μεταξύ των δύο γονέων)
- q8. Απασχόληση πατέρα
- q9. Απασχόληση μητέρας
- q10. Email (προαιρετικό)

Η δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου αποτελείται συνολικά από έντεκα (11) ερωτήσεις που στόχο έχουν να καταγράψουν τις προθέσεις των νέων οι οποίοι έχουν παρακολουθήσει μαθήματα επιχειρηματικότητας στο να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση ή να αναλάβουν στο προσεχές διάστημα επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Με αυτό τον τρόπο προσεγγίζεται η αυτοπεποίθηση που αποκτούν και οι δεξιότητες που αναπτύσσουν έτσι ώστε να πιστέψουν στις προσωπικές τους ικανότητες, να αναλάβουν και να φέρουν εις πέρας ένα επιχειρηματικό εγχείρημα. Συγκεκριμένα, οι ερωτηθέντες απάντησαν σε ερωτήματα σχετικά με το τι πιστεύουν ότι θα τους προσέφερε η ίδρυση της δική τους επιχείρησης, ποιοι λόγοι τους απέτρεπαν από αυτή τους την απόφαση, πόσο ικανό θεωρούν τον εαυτό τους για την ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, πού στηρίζεται κυρίως η επιθυμία να ιδρύσουν μια νέα επιχείρηση, πόσο πιθανό θεωρούν να δημιουργήσουν δική τους επιχείρηση σε βάθος πενταετίας και σε ποιον τομέα. Έπειτα, οι ερωτηθέντες δήλωσαν το ποιος από το περιβάλλον τους μπορεί να επηρεάσει την απόφασή τους για την ανάληψη νέας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, τί επίπτωση έχει η πρόσφατη οικονομική κρίση στην απόφαση αυτή, αν θεωρούν πως η κρίση

συμβάλλει θετικά στην αλλαγή πολιτισμικών και κοινωνικών παραγόντων και στην επιχειρηματική κουλτούρα και τέλος σε ποιο βαθμό θεωρούν οι ερωτηθέντες πως μια σειρά από ανασταλτικούς παράγοντες όπως το υψηλό κόστος, μπορούν να αποτελέσουν τροχοπέδη για την ανάπτυξη της νεανικής επιχειρηματικότητας.

q11. Η ίδρυση μιας δικής σας επιχείρησης τί θα σας προσέφερε σε επίπεδο προσωπικών φιλοδοξιών;

q12. Ποιοι λόγοι θα σας απέτρεπαν στο να ιδρύσετε μία δική σας επιχείρηση;

q13. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε τον εαυτό σας ικανό να δημιουργήσει μία επιχείρηση;

q14. Αναφορά στα προσωπικά χαρακτηριστικά που ενθαρρύνουν την επιθυμία σας να ιδρύσετε μία επιχείρηση

q15. Πόσο πιθανό θεωρείτε να ιδρύσετε πραγματική εταιρία σε βάθος πενταετίας;

q16. Σε ποιον τομέα θα θέλατε να επενδύσετε εάν ξεκινούσατε μία νέα επιχειρηματική προσπάθεια;

q17. Η απόφασή σας να αναλάβετε κάποιου είδους επιχειρηματική δράση από τη γνώμη ποιου επηρεάζεται περισσότερο;

q18. Τί επίπτωση έχει η οικονομική κρίση στην απόφασή σας να ξεκινήσετε μία δική σας επιχείρηση;

q19. Πιστεύετε ότι η οικονομική κρίση θα συμβάλει στη μεταβολή παγιωμένων πολιτισμικών και κοινωνικών παραγόντων οι οποίοι αποτελούν τροχοπέδη στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα;

q20. Σε τί βαθμό θεωρείτε ότι η κρίση θα μεταβάλλει θετικά τους παράγοντες που επηρεάζουν την "επιχειρηματική κουλτούρα" μιας κοινωνίας;

q21. Ποιούς θεωρείτε περισσότερο ανασταλτικούς παράγοντες στην ανάπτυξη της νεανικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα;

Η τρίτη ενότητα, αποτελείται επίσης από έντεκα (11) ερωτήσεις,. Ιδιαίτερα, στην ενότητα αυτή, οι νέοι αξιολόγησαν τις παροχές των επιχειρηματικών προγραμμάτων καθώς επίσης και τους παράγοντες οι οποίοι τους οδήγησαν στο να παρακολουθήσουν μαθήματα επιχειρηματικότητας. Συγκεκριμένα:

q22. Πώς αξιολογείτε τη διδασκαλία των μαθημάτων επιχειρηματικότητας;

q23. Η κρίση στην Ελλάδα επηρέασε την επιλογή σας να παρακολουθήσετε το μάθημα

της Επιχειρηματικότητας;

q24. Σε τί βαθμό σας βοήθησαν τα εργαλεία που είχατε στη διάθεσή σας για την κατάρτιση του επιχειρηματικού σας σχεδίου;

q25. Ποιός τρόπος επικοινωνίας με σύμβουλο υποστήριξης είναι αποτελεσματικότερος;

q26. Αξιολόγηση Ηλεκτρονικής Πλατφόρμας ως εκπαιδευτικό εργαλείο

q27. Σε τί βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με την αποτελεσματικότητα των σεμιναριακών παρουσιάσεων ως εκπαιδευτικό εργαλείο;

q28. Πιστεύεται ότι πρέπει να υλοποιούνται σεμιναριακές παρουσιάσεις από επιχειρηματίες ή στελέχη επιχειρήσεων στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση;

q29. Η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την απόφασή σας να συμμετάσχετε ενεργά σε μία σεμιναριακή παρουσίαση;

q30. Σε τί βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με την αποτελεσματικότητα διοργάνωσης Επισκέψεων σε εταιρίες ως εργαλείο ενθάρρυνσης της νεανικής επιχειρηματικότητας;

q.31 Πιστεύεται ότι μέσα από τις δράσεις οι οποίες υλοποιούνται στο πλαίσιο των μαθημάτων επιχειρηματικότητας το Πανεπιστήμιο σας παρέχει ικανοποιητικές γνώσεις για να σας ενθαρρύνει να ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση;

q.32 Η Επιχειρηματική εκπαίδευση στην τριτοβάθμια εκπαίδευση αυξάνει την πιθανότητα για αυτοαπασχόληση στους νέους;

Στο Παράρτημα παρουσιάζονται αναλυτικά οι τριάντα δύο (32) ερωτήσεις του ερωτηματολογίου και οι κλειστού τύπου ερωτήσεις που έχουν στη διάθεσή τους οι νέοι για να απαντήσουν.

4.3 Δείγμα

Το τελικό δείγμα που συγκεντρώθηκε για περαιτέρω στατιστική ανάλυση αφορά τις απαντήσεις που έδωσαν 550 ερωτηθέντες οι οποίοι συμμετείχαν σε μαθήματα επιχειρηματικότητας. Σύμφωνα με τους Κυριαζόπουλο & Σαμαντά (2011) κάθε έρευνα βασίζεται τα συμπεράσματά της μέσα από προσεκτική συλλογή και επεξεργασία στοιχείων. Τα στοιχεία αυτά μπορεί να είναι πρωτογενή, στην περίπτωση που έχουν συλλεγεί απευθείας από έναν πληθυσμό και εξυπηρετούν τις συγκεκριμένες ανάγκες μίας έρευνας

(συλλογή ερωτηματολογίων από τον ίδιο τον πληθυσμό), είτε μπορεί να είναι δευτερογενή και να έχουν συλλεχθεί από άλλους ερευνητές από άλλες συναφείς ερευνητικές εργασίες.

Η συλλογή των δεδομένων υλοποιήθηκε με τη μέθοδο συμπλήρωσης ειδικού ερωτηματολογίου κλειστού τύπου προκειμένου να αναδειχθούν οι παράγοντες που επιδρούν στην επιχειρηματική κινητικότητα των νέων. Οι ερωτήσεις κλειστού τύπου παρουσιάζουν πλεονεκτήματα που διευκολύνουν τα ερευνητικά ερωτήματα και τους σκοπούς της παρούσας διδακτορικής διατριβής. Η απάντηση των ερωτήσεων γίνεται σύντομα, χωρίς να κουράζει τον χρήστη και τα συλλεγόμενα δεδομένα είναι εύκολα επεξεργάσιμα για περαιτέρω στατιστική ανάλυση. Βέβαια, ως μειονέκτημα μπορεί να αναφερθεί ότι οι απαντήσεις μπορεί να είναι ατελείς ή παραπλανητικές. Η αποφυγή των μειονεκτημάτων ενός ερωτηματολογίου κλειστού τύπου αντιμετωπίζεται από την εμπειρία του ερευνητή και κυρίως να διαθέτει μια σε βάθος κατανόηση του θέματος στο οποίο επικεντρώνεται η έρευνα. Στη συγκεκριμένη έρευνα ο υποψήφιος διδάκτορας απασχολείται τουλάχιστον 8 έτη σε θέματα που αφορούν την επιχειρηματικότητα στην τριτοβάθμια εκπαίδευση ως επιστημονικός πανεπιστημιακός συνεργάτης και επομένως διαθέτει το ερευνητικό υπόβαθρο να συμπεριλάβει όλες τις πιθανές απαντήσεις που θα μπορούσαν να δώσουν οι ερωτηθέντες και οι οποίες εξυπηρετούν τους σκοπούς και τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας διατριβής. Πιο συγκεκριμένα, το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από νέους τελειόφοιτους τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ή αποφοίτους οι οποίοι έχουν παρακολουθήσει μαθήματα επιχειρηματικότητας στο τμήμα τους μέσα από προγράμματα ενθάρρυνσης της επιχειρηματικότητας.

	Τμήμα		
	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Οικονομικών Επιστημών	52	9,5	9,5
Οδοντιατρικής	68	12,4	21,8
Ισπανικής Γλώσσας & Φιλολογίας	33	6,0	27,8
Γαλλικής Γλώσσας & Φιλολογίας	77	14,0	41,8

Ψυχολογίας	1	,2	42,0
Κοινωνική Θεολογίας	82	14,9	56,9
Θεολογίας	8	1,5	58,4
Επικοινωνίας & Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης	45	8,2	66,5
Σλαβικών Σπουδών	18	3,3	69,8
Τούρκικων & Σύγχρονων Ασιατικών Σπουδών	6	1,1	70,9
Πληροφορικής & Τηλεπικοινωνιών	27	4,9	75,8
Φαρμακευτικής	62	11,3	87,3
Εκπαίδευσης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού	17	3,1	90,4
Εκπαίδευσης και Αγωγής Στην Προσχολική Ηλικία	53	9,6	100
Σύνολο	550	100,0	

Πίνακας 1: Τμήμα Σπουδών Ερωτηθέντων

Στον πίνακα 4 παραπάνω, παρουσιάζονται με τη μορφή συχνοτήτων και ποσοστών τα τμήματα από τα οποία προέρχονται οι νέοι οι οποίοι έχουν ολοκληρώσει μαθήματα επιχειρηματικότητας και απάντησαν πλήρως στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Είναι σημαντικό στο σημείο αυτό να τονιστεί πως οι φοιτητές προέρχονται από πολλά και διαφορετικά τμήματα προάγοντας τη διεπιστημονική θεώρηση της επιχειρηματικότητας. Η σύνθεση του δείγματος με βάση το πανεπιστημιακό τμήμα είναι:

- Κοινωνική Θεολογία (14.9%), ενώ ακολουθούν οι ερωτηθέντες από το τμήμα της
- Γαλλικής Γλώσσας και Φιλολογίας (14%),
- Οδοντιατρικής (12.4%),
- Φαρμακευτικής (11.3%),
- Οικονομικών Επιστημών (9.5%),
- Εκπαίδευσης και Αγωγής στην Προσχολική Ηλικία (9.6%). Στο συγκεκριμένο τμήμα έχουν ενσωματωθεί και 3 ερωτηματολόγια από το Παιδαγωγικό Τμήμα

Δημοτικής Εκπαίδευσης (0,5%) λόγο κοινού διδάσκοντα στο συγκεκριμένο μάθημα και ευρύτερης συνάφειας αντικειμένου,

- Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (8.2%),
- Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας (6%),
- Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών (4.9%),
- Σλαβικών Σπουδών (3.3%),
- Εκπαίδευσης και Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού (ΤΕΦΑΑ) (3.1%),
- Θεολογίας (1.5%),
- Τούρκικων και Σύγχρονων Ασιατικών Σπουδών (1.1%),
- Ψυχολογίας (0.2%).

4.4 Μέθοδος Ανάλυσης

Τα εργαλεία της έρευνας πρέπει να έχουν υψηλό βαθμό εγκυρότητας εσωτερικής συνέπειας. (Litwin, 1995). Για το σκοπό αυτό, κρίθηκε απαραίτητο να διερευνηθεί κατά πόσο τα ερωτηματολόγια τα οποία χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνά μας διακρίνονται από εσωτερική συνέπεια, αλλά και εγκυρότητα ως προς το περιεχόμενό τους.

4.4.1 Ανάλυση εσωτερικής συνέπειας εργαλείου έρευνας

Στη στατιστική και στην έρευνα, η αξιοπιστία εσωτερικής συνέπειας είναι συνήθως ένα μέτρο που βασίζεται στις συσχετίσεις μεταξύ των διαφόρων στοιχείων του ίδιου εργαλείου. Μετρά το αν κάποια στοιχεία που έχουν προταθεί για να μετρήσουν την ίδια γενική δομή παράγουν παρόμοια αποτελέσματα. Για παράδειγμα, αν ο ερωτώμενος συμφώνησε με τις δηλώσεις «Μου αρέσει να οδηγώ ποδήλατο» και «Έχω απολαύσει να οδηγώ ποδήλατο στο παρελθόν», και διαφωνεί με τη δήλωση «Μισώ το ποδήλατο», αυτό θα είναι ενδεικτικό της καλής εσωτερικής συνέπειας του εργαλείου. Ένας τρόπος να ελέγξουμε την εσωτερική συνέπεια των στοιχείων του ερωτηματολογίου είναι η μέθοδος εσωτερικής συνέπειας Cronbach Alpha η οποία προκύπτει από τις κατά ζεύγη συσχετίσεις μεταξύ των στοιχείων (Pallant, 2013).

Ο δείκτης Alpha, είναι ένας δείκτης της εσωτερικής συνέπειας ενός τεστ (internal consistency), και υπολογίζεται από τη συσχέτιση της κάθε ερώτησης του τεστ με τη συνολική κλίμακα. Είναι από τις περισσότερο δημοφιλείς τεχνικές υπολογισμού της αξιοπιστίας. Ο έλεγχος για την εσωτερική συνέπεια κυμαίνεται μεταξύ του μηδενός και της μονάδας. Τιμές κάτω από 0,7 θέτουν σε αμφιβολία την εσωτερική συνέπεια του εργαλείου. Επιπλέον, τιμές πάνω από 0,7 έως 0,95 εκφράζουν μία ικανοποιητική εσωτερική συνέπεια του εργαλείου που έχει επιλεγθεί για τη διεξαγωγή της έρευνας (Pallant, 2013). Για το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο, τα αποτελέσματα του δείκτη Cronbach a παρατίθενται παρακάτω:

Στατιστικά Αξιοπιστίας		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha με βάση κανονικοποιημένα στοιχεία (Standardized Items)	Αριθμός στοιχείων (number of items)
,866	,873	61

Πίνακας 2: Αποτελέσματα Cronbach a ερωτηματολογίου

Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα, η αξιοπιστία του ερωτηματολογίου είναι καλή και είναι εντός αποδεκτών επιπέδων, καθώς ανέρχεται στο 0.866. Ιδιαίτερα με βάση τα κανονικοποιημένα στοιχεία (ερωτήσεις), ο δείκτης ανέρχεται στο 0.873. Αυτό σημαίνει πως το ερωτηματολόγιο που διανεμήθηκε διακρίνεται από υψηλό βαθμό αξιοπιστίας κι άρα τα αποτελέσματα θα μπορούν να αποτελέσουν εργαλείο για τους επαγγελματίες του κλάδου και θα μπορούν να συμβάλλουν στην επιστημονική γνώση.

4.4.2 Εγκυρότητα περιεχομένου εργαλείου έρευνας: Προσδιορισμός μεταβλητών για χρήση στο Υπόδειγμα Επιχειρηματικών Κινήτρων

Σχετικά με την εγκυρότητα περιεχομένου του εργαλείου έρευνας (επίσης γνωστή ως λογική εγκυρότητα) αναφέρεται στο βαθμό στον οποίο ένα μέτρο αντιπροσωπεύει σε

όλες τις πτυχές του ένα δεδομένο κοινωνικό κατασκεύασμα. Για παράδειγμα, μια κλίμακα ερωτήσεων η οποία διερευνά την κατάθλιψη μπορεί να μην έχει εγκυρότητα περιεχομένου, εάν αξιολογεί μόνο τη συναισθηματική διάσταση της κατάθλιψης χωρίς να λαμβάνει υπόψη της συγκεκριμένα αντιπροσωπευτικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας (π.χ βαθμό εξωστρέφειας) και πώς αυτά επηρεάζουν τη διάθεση ενός προσώπου ή τη συναισθηματική του κατάσταση. Η εκτίμηση της υψηλής εγκυρότητας περιεχομένου ενός εργαλείου είναι αντικειμενική, εάν υπάρχει ένας βαθμός συμφωνίας σχετικά με το τι αντιπροσωπεύει το κάθε χαρακτηριστικό της προσωπικότητας στη συναισθηματική διάσταση ενός ατόμου (π.χ κατάθλιψη). Αν δεν υπάρχει διαφωνία σχετικά με ένα χαρακτηριστικό της προσωπικότητας, θα αποτρέψει την επίτευξη υψηλής εγκυρότητας περιεχομένου (Litwin, 1995).

Πρακτικά, ως προς την εξέταση της εγκυρότητας περιεχομένου, ένα εργαλείο έχει εγκυρότητα περιεχομένου αν όλα τα στοιχεία του έχουν συμπεριληφθεί μετά από προσεκτική εξέταση του θέματος. Τα στοιχεία επιλέγονται έτσι ώστε να πληρούν το σκοπό και τα ερευνητικά ερωτήματα της συγκεκριμένης έρευνας (Litwin, 1995). Στην παρούσα έρευνα, τα ερωτηματολόγια συντάχθηκαν και έλαβαν την τελική τους μορφή έπειτα από την ολοκλήρωση της βιβλιογραφικής επισκόπησης και τη δημιουργία των ερευνητικών ερωτημάτων της μελέτης. Επιπλέον, η εγκυρότητα διασφαλίζεται από την ελαχιστοποίηση των ακόλουθων αστάθμιστων παραγόντων κατά τη συλλογή πρωτογενών στοιχείων:

α. Λάθη στη συμπλήρωση του εργαλείου μέτρησης. Οι φοιτητές πριν συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο ενημερώθηκαν επαρκώς με ακριβείς και ξεκάθαρες οδηγίες για τη συμπλήρωσή του.

β. Απαντήσεις «στη τύχη» (guessing). Οι φοιτητές απαντούσαν στις ερωτήσεις εθελοντικά. Επομένως όποιος δεν ήθελε να συμμετάσχει στη συγκεκριμένη έρευνα μπορούσε να αποχωρήσει ανά πάσα στιγμή.

γ. Πολύ μικρός αριθμός ερωτήσεων (< 3 ερωτήσεις ανά διάσταση). Στο εργαλείο συλλογής πρωτογενών στοιχείων που χρησιμοποιούμε περισσότερες από τρεις ερωτήσεις

δ. Ασαφώς διατυπωμένες ερωτήσεις. Στη συγκεκριμένη έρευνα οι ερωτήσεις βασίστηκαν σε αντίστοιχες ερευνητικές δουλειές.

στ. Σφάλμα που οφείλεται στους συμμετέχοντες (π.χ κοινωνικά αποδεκτή συμπεριφορά, κούραση, πλήξη κλπ). Το ερωτηματολόγιο μπορούσε να συμπληρωθεί σε σύντομο χρόνο χωρίς να κουράσει τον χρήστη

ζ. Μεταβολές στις συνθήκες διεξαγωγής της έρευνας. Κατά τη συλλογή των πρωτογενών στοιχείων δεν παρουσιάστηκε κάποια σημαντική μεταβολή στις συνθήκες διεξαγωγής της έρευνας.

Περαιτέρω, όπως διαπιστώθηκε από τη βιβλιογραφική επισκόπηση, οι επίδοξοι επιχειρηματίες επηρεάζονται και από ψυχολογικά κίνητρα και επιπλέον από την επιχειρηματική εκπαίδευση και εξωτερικούς παράγοντες. Σύμφωνα με τη θεωρία του Bandura, η αυτοαποτελεσματικότητα του ατόμου είναι εκείνη η οποία μπορεί να διαμορφώσει κίνητρα για την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Το ερωτηματολόγιο έχει δημιουργηθεί με σκοπό να μετρά συγκεκριμένες διαστάσεις εννοιών της προσωπικότητας όπως:

- η προσωπική έλξη,
- οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες,
- ο προσλαμβάνων έλεγχος (αυτό-αποτελεσματικότητα)
- επιχειρηματικά κίνητρα για ενθάρρυνση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών σε νέους

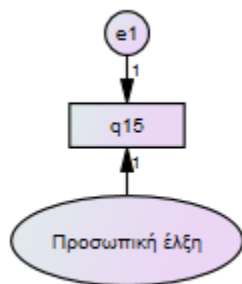
Οι παραπάνω παράγοντες περιλαμβάνονται όπως διαπιστώσαμε στα υποδείγματα επιχειρηματικών κινήτρων του Azjen, Boyd & Vozikis και Bird στα οποία ενσωματώθηκε η έννοια της αυτοαποτελεσματικότητας και τα οποία βασίζονται στη Θεωρία Προσχεδιασμένης Συμπεριφοράς η οποία περιλαμβάνει στάσεις, συμπεριφορικά κίνητρα, υποκειμενικές νόρμες, κοινωνικές νόρμες, την αντιλαμβανόμενη δύναμη και τον αντιλαμβανόμενο έλεγχο συμπεριφοράς και έχουν τύχει μεγάλης αναγνώρισης από την ακαδημαϊκή και επιστημονική κοινότητα.

Στο Υπόδειγμα Επιχειρηματικών Κινήτρων στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας, εκτός από τη μεταβλητή που εκφράζει τα δημογραφικο-κοινωνικά δεδομένα, υπάρχουν μεταβλητές οι οποίες προσεγγίζονται έμμεσα από άλλες, διαμέσου των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου κι ως εκ τούτου ορίζονται ως «μη παρατηρήσιμες» ευθέως, αλλά έμμεσα (λανθάνουσες μεταβλητές). Στη διεθνή βιβλιογραφία οι μεταβλητές αυτές ορίζονται ως “latent variables” (Wooldridge, 2009).

Για την εύρεση της ύπαρξης κοινών παραγόντων ανάμεσα σε μία ομάδα μεταβλητών χρησιμοποιείται η παραγοντική ανάλυση. Τα πλεονεκτήματα είναι ότι μέσω αυτής επιτυγχάνεται η εξήγηση των συσχετίσεων που υπάρχουν στα δεδομένα, η δημιουργία νέων μεταβλητών που ερμηνεύουν μη μετρήσιμες έννοιες, δημιουργία ενός συνόλου παραγόντων για να χρησιμοποιηθούν ως ασυσχέτιστες μεταβλητές. Μειονεκτήματα της μεθόδου είναι ότι οι παράγοντες που προκύπτουν δεν έχουν πάντα μοναδική ερμηνεία και ο αριθμός των παραγόντων δεν είναι αυστηρώς καθορισμένος. Για το λόγο αυτό χρειάζεται να γίνει προσεκτική επιλογή δεδομένων και μεταβλητών. Πρέπει να προκύπτουν ικανοποιητικές συσχετίσεις για τη διεξαγωγή παραγοντικής ανάλυσης. Απόλυτες τιμές του συντελεστή συσχέτισης μεγαλύτερες του 0.4 είναι ικανοποιητικές. Σύμφωνα με τα παραπάνω, η ενδεικνυόμενη μέθοδος με βάση και τους στόχους της έρευνας είναι η χρήση της παραγοντικής ανάλυσης (Principal Component Analysis) η οποία αναζητεί το γραμμικό συνδυασμό των μεταβλητών έτσι ώστε να επεξηγηθεί από τους παράγοντες η μέγιστη μεταβλητότητα αυτών των μεταβλητών.

Επομένως, κρίνεται απαραίτητη η διεξαγωγή πρώτα παραγοντικής ανάλυσης ώστε να φανεί αν πράγματι, οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου καλύπτουν τις παραπάνω έννοιες και δομές και κατά πόσο προσεγγίζονται αποτελεσματικά ώστε να προκύπτουν συγκεκριμένες μεταβλητές που έπειτα θα εισαχθούν στην ανάλυση του υποδείγματος επιχειρηματικών κινήτρων. Με αυτό τον τρόπο ελέγχεται παράλληλα και ο βαθμός αξιοπιστίας και εγκυρότητας του ερωτηματολογίου που αναπτύχθηκε για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας.

Αρχικά, γίνεται η υπόθεση πως η ερώτηση 15 εκφράζει την προσωπική έλξη του ερωτηθέντα. Πράγματι, στην ερώτηση αυτή ο ερωτώμενος καλείται να εκφράσει την πρόθεσή του να δημιουργήσει τη δική του επιχείρηση σε βάθος πενταετίας και πόσο πιθανό το θεωρεί. Έτσι, οι απαντήσεις στην ερώτηση αυτή θα αποτελούν προσέγγιση της έννοιας της προσωπικής έλξης των ερωτηθέντων. Συνεπώς, το σχήμα προσέγγισης της «μη παρατηρούμενης μεταβλητής» της προσωπικής έλξης θα έχει το κατωτέρω σχήμα:



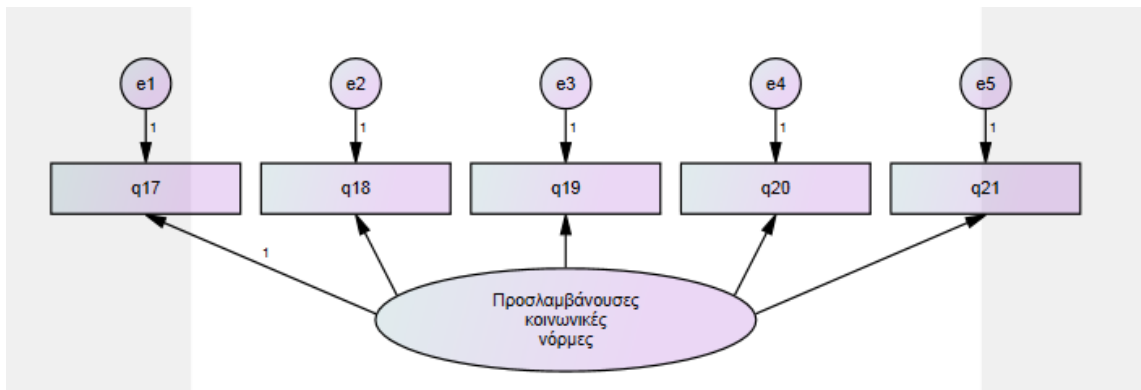
Πηγή: Συγγραφέας¹

Εικόνα 1. Προσωπική έλξη ως μη παρατηρούμενη μεταβλητή

Το παραπάνω σχήμα ουσιαστικά δείχνει τον τρόπο με τον οποίο θα προσεγγιστεί η έννοια της προσωπικής έλξης μέσω της ερώτησης 15 «Πόσο πιθανό θεωρείτε να ιδρύσετε μία πραγματική επιχείρηση σε βάθος πενταετίας», εντάσσοντας κι ένα σφάλμα μέτρησης e1 για τη μεταβλητή q15 που δημιουργήθηκε βάσει των απαντήσεων των ερωτηθέντων.

Επιπλέον, για την έννοια των προσλαμβανουσών κοινωνικών νορμών, γίνεται η υπόθεση ότι προσεγγίζεται με βάση τις απαντήσεις στις ερωτήσεις 17, 18, 19, 20 και 21, καθώς εξετάζουν τους φορείς από τους οποίους επηρεάζονται οι ερωτηθέντες για την ίδρυση της δικής τους επιχείρησης, την επίπτωση της οικονομικής κρίσης στην απόφασή τους αυτή, το αν θεωρούν πως η οικονομική κρίση θα επηρεάσει παγιωμένους πολιτισμικούς και κοινωνικούς παράγοντες οι οποίοι αποτελούν τροχοπέδη στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, το αν πιστεύουν πως η οικονομική κρίση θα επηρεάσει θετικά την επιχειρηματική κουλτούρα της κοινωνίας, αλλά και το ποιους θεωρούν ανασταλτικούς παράγοντες για την ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, βάσει των γενικών συνθηκών που επικρατούν στη χώρα. Έτσι, η «μη παρατηρούμενη μεταβλητή» των προσλαμβανουσών κοινωνικών νορμών, θα προσεγγίζεται από τις ανωτέρω ερωτήσεις και θα έχει το παρακάτω σχήμα:

¹ Το σχήμα έγινε με τη βοήθεια του προγράμματος IBM SPSS AMOS 21.



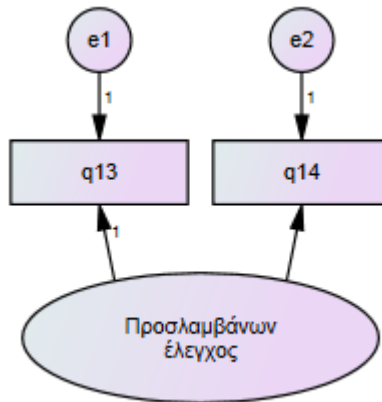
Εικόνα 2: Προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες ως μη παρατηρούμενη μεταβλητή

Πηγή: Συγγραφέας²

Η ανωτέρω εικόνα, δείχνει πως οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες, ως μη παρατηρούμενη μεταβλητή, προσεγγίζονται από τις απαντήσεις στις ερωτήσεις 17, 18, 19, 20, και 21. Κάθε μία από αυτές τις παρατηρούμενες μεταβλητές συνδέεται και με το αντίστοιχο σφάλμα μέτρησής τους.

Ο προσλαμβάνων έλεγχος των ερωτηθέντων, προσεγγίζεται από τις ερωτήσεις 13 & 14, οι οποίες κι εξετάζουν την αυτοαποτελεσματικότητα του ατόμου στη γενικότερη πρόθεσή του να ιδρύσει επιχείρηση στο μέλλον. Κατά συνέπεια, η μη παρατηρούμενη μεταβλητή «προσλαμβάνων έλεγχος» θα προσεγγίζεται βάσει της έρευνας από τις απαντήσεις 13 & 14, οι οποίες και είναι παρατηρούμενες μεταβλητές. Σχηματικά, ο προσλαμβάνων έλεγχος παρουσιάζεται παρακάτω:

² Το σχήμα έγινε με τη βοήθεια του προγράμματος IBM SPSS AMOS 21.

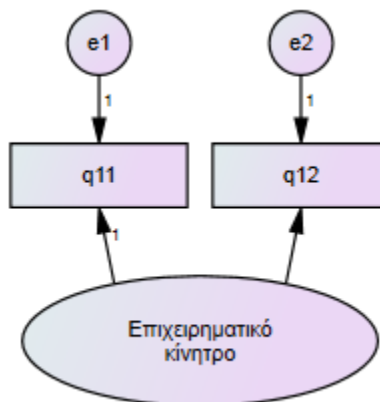


Εικόνα 3: Προσλαμβάνων έλεγχος ως μη παρατηρούμενη μεταβλητή

Πηγή: Συγγραφέας³

Στην παραπάνω εικόνα φαίνεται πως ο προσλαμβάνων έλεγχος θα προσεγγιστεί από τις απαντήσεις στις ερωτήσεις 13 & 14, καθώς γίνεται η υπόθεση πως μετρούν την ίδια εννοιολογική κατασκευή.

Τέλος, η μη παρατηρούμενη μεταβλητή «επιχειρηματικό κίνητρο», προσεγγίζεται από τις ερωτήσεις 11 & 12, οι οποίες και εκφράζουν τα κίνητρα και αντι-κίνητρα των ερωτηθέντων προς την κατεύθυνση της ανάληψης επιχειρηματικής δράσης. Σχηματικά, η προσέγγιση της μεταβλητής αυτής παρουσιάζεται παρακάτω:



Εικόνα 4: Επιχειρηματικό κίνητρο ως μη παρατηρούμενη μεταβλητή

Πηγή: Συγγραφέας⁴

³ Το σχήμα έγινε με τη βοήθεια του προγράμματος IBM SPSS AMOS 21.

Στην παραπάνω εικόνα φαίνεται η προσέγγιση της μη παρατηρούμενης μεταβλητής από τις παρατηρούμενες μεταβλητές των απαντήσεων στις ερωτήσεις 11 & 12. Έτσι, κάθε μία από αυτές τις ερωτήσεις έχει κι ένα σφάλμα μέτρησης, συνδεδεμένο με αυτές τις μεταβλητές.

4.4.3 Οικονομετρική μέθοδος

Το Υπόδειγμα Επιχειρηματικών Κινήτρων αξιολογείται για την εγκυρότητά του μέσω του Δομικού Υποδείγματος Εξισώσεων (Structural equation modelling (SEM)). Η συγκεκριμένη στατιστική τεχνική επιτρέπει να ελέγξουμε τις αιτιώδεις σχέσεις χρησιμοποιώντας ένα συνδυασμό στατιστικών δεδομένων και ποιοτικών υποθέσεων. Τα Δομικά υποδείγματα Εξισώσεων είναι μια πολύ γενική, πολύ ισχυρή πολυμεταβλητή τεχνική ανάλυσης που περιλαμβάνει εξειδικευμένες μορφές ενός αριθμού άλλων μεθόδων ανάλυσης, όπως οι ειδικές περιπτώσεις (Kline, 2010· Byrne, 2009)

Η συγκεκριμένη τεχνική επιλέχθηκε για την καλύτερη εξυπηρέτηση των ερωτημάτων της παρούσας έρευνας κυρίως μέσω της εφαρμογής στη χρήση της ανάλυσης μονοπατιού (path analysis), η οποία υποθέτει αιτιώδεις σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών και ελέγχει τα αιτιώδη υποδείγματα σε σχέση με ένα γραμμικό σύστημα εξισώσεων. Ένα αιτιώδες υπόδειγμα μπορεί να αφορά είτε έκδηλες μεταβλητές, λανθάνουσες μεταβλητές (latent variables), ή και τα δύο. Επίσης η μέθοδος αυτή μας προσφέρει επιβεβαιωτική παραγοντική ανάλυση, επέκταση της παραγοντικής ανάλυσης στην οποία έχουν ελεγχθεί συγκεκριμένες υποθέσεις σχετικά με τη δομή των φορτίων παραγόντων και ενδοσυσχετίσεων. Επίσης σε υποδείγματα παλινδρόμησης, προσφέρει επέκταση της ανάλυσης γραμμικής παλινδρόμησης στην οποία τα βάρη της παλινδρόμησης μπορεί να περιορίζονται είτε να είναι ίσα μεταξύ τους, ή να λαμβάνουν συγκεκριμένες αριθμητικές τιμές (Byrne, 2009).

Επομένως, για τις ανάγκες της συγκεκριμένης έρευνας, διεξάγεται ανάλυση μονοπατιού (path analysis), σύμφωνα με την οποία διερευνούμε (υποθέτουμε) ορισμένες

⁴ Το σχήμα έγινε με τη βοήθεια του προγράμματος IBM SPSS AMOS 21.

αιτιώδεις σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών που αναλύονται ως προς τα βασικά προσωπικά γνωρίσματα ενός επίδοξου επιχειρηματία, αλλά και το πολιτισμικό – κοινωνικό περιβάλλον που επηρεάζει τη συμπεριφορά ενός ατόμου στο πλαίσιο της κοινωνικής γνωσιολογίας. Η μέθοδος αυτή επελέγη επίσης λόγω του ότι καθιστά δυνατή την εξέταση των αιτιωδών σχέσεων ψευδομεταβλητών. Η οικονομετρική ανάλυση έγινε με το πρόγραμμα IBM SPSS AMOS 21 και το IBM SPSS 20.

Για την εκπλήρωση του ερευνητικού σκοπού, των ερωτημάτων αλλά και τον έλεγχο των ερευνητικών υποθέσεων που ανέκυψαν κατά τη βιβλιογραφική επισκόπηση επί του ζητήματος, κρίθηκε σημαντικό να γίνει επίσης περιγραφική στατιστική ανάλυση κι ιδιαίτερα ανάλυση μέσω παρουσίασης των ποσοστών που έλαβε κάθε απάντηση. Επιπλέον, θεωρήθηκε σκόπιμο να διεξαχθεί περαιτέρω και επαγωγική στατιστική ανάλυση για τη διερεύνηση των σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών, όπως ανάλυση διακύμανσης ANOVA και Cross Tabulation Analysis με την παράλληλη εξαγωγή του στατιστικού Pearson chi-square για τον έλεγχο ανεξαρτησίας μεταξύ μεταβλητών. Παρακάτω αναλύονται αυτές οι μέθοδοι διεξοδικά.

Η ανάλυση διακύμανσης ANOVA είναι μια ιδιαίτερη μορφή στατιστικού ελέγχου υποθέσεων που σε μεγάλο βαθμό χρησιμοποιούνται στην ανάλυση των πειραματικών δεδομένων. Ένας έλεγχος υπόθεσης είναι μια μέθοδος λήψης αποφάσεων χρησιμοποιώντας δεδομένα. Ένα αποτέλεσμα ελέγχου (που υπολογίζεται από τη μηδενική υπόθεση και το δείγμα) καλείται στατιστικά σημαντικό, αν κρίνεται απίθανο να έχει

συμβεί κατά τύχη, αν υποτεθεί ότι είναι αληθής η μηδενική υπόθεση. Ένα στατιστικά σημαντικό αποτέλεσμα (όταν η πιθανότητα (p -value) είναι μικρότερη από ένα όριο (επίπεδο σημαντικότητας) δικαιολογεί την απόρριψη της μηδενικής υπόθεσης (Freedman, Pisani & Purves, 2012).

4.5 Σύνοψη

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάστηκε η διαδικασία έρευνας, το δείγμα και το εργαλείο έρευνας. Επίσης μέσα από τη μέθοδο ανάλυσης προσδιορίστηκαν οι βασικές μεταβλητές οι οποίες χρησιμοποιούνται στην ανάλυση βάσει του υποδείγματος επιχειρηματικών

κινήτρων. Στο επόμενο κεφάλαιο πραγματοποιείται παραγοντική ανάλυση των ερωτήσεων 11-21, ώστε να φανεί κατά πόσο μετρούν 4 διαφορετικές δομές, δηλαδή, των εννοιών του επιχειρηματικού κινήτρου, των προσλαμβανουσών κοινωνικών δομών, του προσλαμβάνοντος ελέγχου και της προσωπικής έλξης. Τέλος στο επόμενο κεφάλαιο, παρουσιάζονται αναλυτικά τα ευρήματα της εμπειρικής έρευνας σε σχέση με τα ερωτήματα που έχουν τεθεί στην παρούσα έρευνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ

Αφού αναπτύξαμε αναλυτικά στο προηγούμενο κεφάλαιο την κατάρτιση του εργαλείου έρευνας, στο παρόν κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα έτσι όπως προέκυψαν από την ανάλυση των ερωτηματολογίων. Εισαγωγικά, κρίνεται σημαντικό να παρουσιαστεί η οικονομετρική μέθοδος, ενώ στο πρώτο μέρος του κεφαλαίου αναφέρονται τα ευρήματα ως προς τις δημογραφικές μεταβλητές, όπως προέκυψαν από τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος. Εφόσον τα δημογραφικά στοιχεία θα χρησιμοποιηθούν στο υπόδειγμα το οποίο επελέγη, συνοπτική παρουσίασή τους κρίνεται σημαντική για την εξαγωγή περαιτέρω συμπερασμάτων.

Στο δεύτερο μέρος του παρόντος κεφαλαίου αναλύονται τα αποτελέσματα της παραγοντικής ανάλυσης των ερωτήσεων 11-21, ώστε να φανεί κατά πόσο μετρούν τις 4 διαφορετικές δομές πάνω στις οποίες στηρίζονται οι μεταβλητές του υποδείγματος επιχειρηματικών κινήτρων (της προσωπικής έλξης, των προσλαμβάνουσων κοινωνικών δομών, του προσλαμβάνοντος ελέγχου και του επιχειρηματικού κινήτρου) καθώς επίσης και τα αποτελέσματα της μεθόδου ανάλυσης μονοπατιού που χρησιμοποιούμε για την παρουσίαση των σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών του υποδείγματος επιχειρηματικών κινήτρων.

5.1 Εννοιολογικές δομές και προσδιορισμός των μεταβλητών του υποδείγματος επιχειρηματικών κινδύνων

Η μέθοδος PCA προτιμήθηκε διότι μειώνει τον όγκο των μεταβλητών. Αυτό μας βοηθά να προσδιορίσουμε στη συνέχεια τις ακριβείς μεταβλητές που θα εισάγουμε στην ανάλυση του Υποδείγματος Επιχειρηματικών Κινήτρων. Επίσης η PCA χρησιμοποιείται

για μεταβλητές οι οποίες ενδέχεται να παρουσιάζουν μεταξύ τους θετική συσχέτιση ως προς τη μέτρηση του ίδιου παράγοντα. Επομένως, μέσω της PCA φαίνεται κατά πόσο οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου μετρούν την ίδια εννοιολογική διάσταση και επομένως μετρούν τον ίδιο παράγοντα. Στον Πίνακα 3 λαμβάνονται υπόψη οι μέσοι όροι της βαθμολογίας των απαντήσεων που έδωσαν οι φοιτητές (ερωτήσεις q11-q21). Μέσω αυτών των ερωτήσεων, οι οποίες όπως αναλύθηκε προηγουμένως προσεγγίζουν τέσσερις εννοιολογικές κατασκευές, εξήχθησαν τέσσερις παράγοντες. Είναι επίσης σημαντικό να φανεί κατά πόσο οι ερωτήσεις που υποθέσαμε πως μετρούν την ίδια διάσταση, πράγματι μετρούν τον ίδιο παράγοντα (μεταβλητή). Αυτό φαίνεται από τις συσχετίσεις στον παρακάτω πίνακα. Η υψηλότερου βαθμού συσχέτιση που παρατηρείται για κάθε ερώτηση, θα υποδεικνύει και τον παράγοντα που ερμηνεύει καλύτερα (Freedman, Pisani & Purves, 2012). Οι παρακάτω μεταβλητές χρησιμοποιούνται και στην οικονομετρική ανάλυση του υποδείγματος και αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα είναι:

Παράγοντας 1. Επιχειρηματικό Κίνητρο,

Παράγοντας 2. Προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες,

Παράγοντας 3. Προσλαμβάνων έλεγχος,

Παράγοντας 4. Προσωπική έλξη

και οι οποίες θα χρησιμοποιηθούν και στην οικονομετρική ανάλυση του υποδείγματος.

Πίνακας παραγόντων				
Παράγοντας				
	1	2	3	4
q11	0,741	0,078	-0,069	0,026
q12	0,656	-0,118	0,267	-0,25
q13	0,043	0,765	-0,276	0,085
q14	0,204	0,766	-0,168	0,063
q15	-0,02	0,187	0,511	0,453
q17	-0,055	0,151	-0,083	0,755
q18	-0,226	0,204	0,253	0,395
q19	0,389	-0,369	-0,006	0,457
q20	-0,001	-0,09	0,395	0,725
q21	0,218	-0,293	0,143	0,618

Μέθοδος: Principal Component Analysis.

Πίνακας 3: Πίνακας παραγόντων (μέθοδος principal component analysis)

Όπως φαίνεται, η ερώτηση 11, ερμηνεύει καλύτερα τον παράγοντα 1 (0.741) καθώς και η ερώτηση 12 (0.656), ενώ λιγότερο η ερώτηση 19 (0,389). Αυτό είναι συνεπές με την αρχική υπόθεση που έγινε, πως οι ερωτήσεις μετρούν την ίδια εννοιολογική κατασκευή, του επιχειρηματικού κινήτρου.

Επιπλέον, οι ερωτήσεις 13 & 14 φαίνεται πως και αυτές ερμηνεύουν τον ίδιο παράγοντα και συγκεκριμένα τον παράγοντα 2 (0.765 και 0.766 αντίστοιχα). Κατά συνέπεια, επίσης η αρχική υπόθεση περί μέτρησης της ίδιας εννοιολογικής κατασκευής επιβεβαιώνεται. Έπειτα, η ερώτηση 15, φαίνεται πως ερμηνεύει τον παράγοντα 3 (0.511). Επειδή καμία άλλη ερώτηση δε φαίνεται να ερμηνεύει καλά τον παράγοντα 3, επιβεβαιώνεται η αρχική υπόθεση περί προσέγγισης της προσωπικής έλξης διαμέσου της ερώτησης 15.

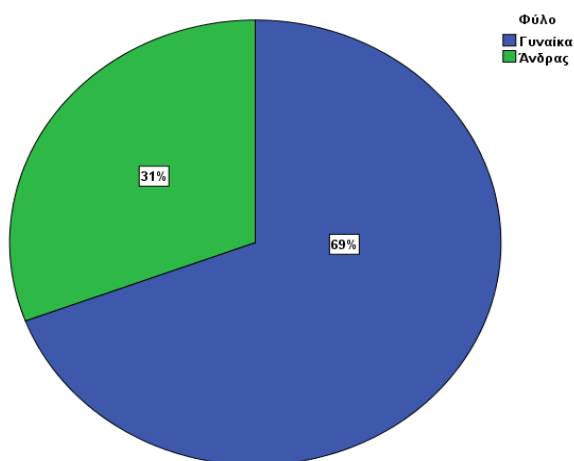
Τέλος, οι ερωτήσεις 17-21, φαίνεται πως ερμηνεύουν όλες τον παράγοντα 4 (0,755, 0,395, 0,457, 0,725, 0,618 αντίστοιχα). Αυτό το αποτέλεσμα δείχνει πως οι ερωτήσεις αυτές μετρούν την ίδια εννοιολογική κατασκευή, όπως αρχικά είχε υποτεθεί και συγκεκριμένα των προσλαμβανουσών κοινωνικών νορμών.

Θα πρέπει να σημειωθεί στο σημείο αυτό, πως αφού οι συσχετίσεις είναι άνω του 0.3, αυτό είναι ένα καλό γεγονός για τις ερωτήσεις, ως προς τη συνέπειά τους ότι μετρούν τις ίδιες εννοιολογικές κατασκευές (Freedman, Pisani & Purves, 2012). Κατά συνέπεια, το εργαλείο μέτρησης χαρακτηρίζεται από αξιοπιστία και εγκυρότητα, βάσει των ελέγχων που έγιναν παραπάνω προς την κατεύθυνση αυτή. Άρα, τα αποτελέσματα που θα προκύψουν θα μπορούν βάσει της αξιοπιστίας και της εγκυρότητας να αναχθούν στον πληθυσμό.

Επίσης, αναφέραμε ότι οι παραπάνω παράγοντες περιλαμβάνονται στα υποδείγματα επιχειρηματικών κινήτρων του Azjen, Boyd & Vozikis και Bird και τα οποία βασίζονται στη Θεωρία Προσχεδιασμένης Συμπεριφοράς, όπως στηρίζεται και το συγκεκριμένο υπόδειγμα επιχειρηματικών κινήτρων το οποίο προτείνουμε και χρησιμοποιούμε στη συγκεκριμένη έρευνα.

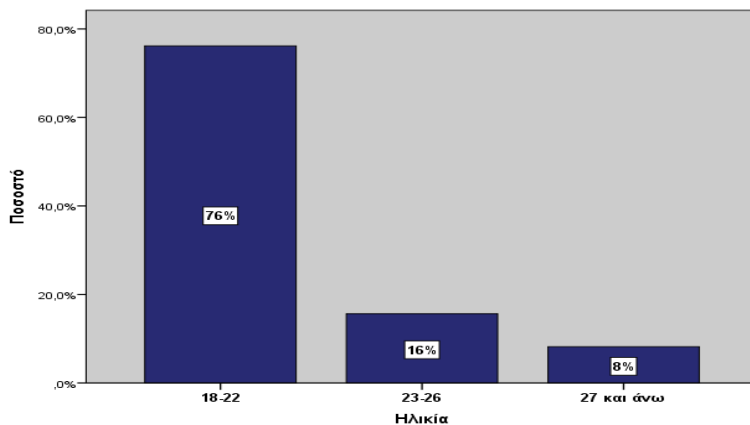
5.2 Ανάλυση αποτελεσμάτων δημογραφικών στοιχείων

Στην παρούσα υποενότητα εξετάζονται τα δημογραφικά στατιστικά στοιχεία κυρίως με τη μορφή γραφημάτων. Όπως φαίνεται στο ακόλουθο διάγραμμα, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (69%), αποτελείται από γυναίκες.



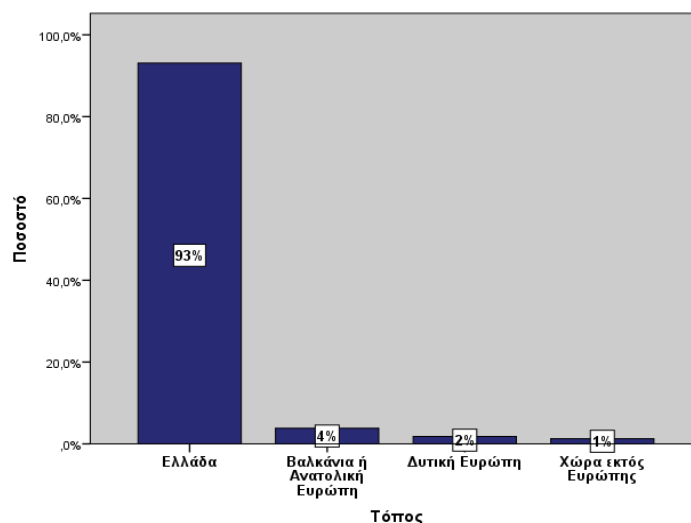
Σχήμα 8. Πίτα φύλου ερωτηθέντων

Όπως είναι φανερό, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων οι οποίοι έχουν παρακολουθήσει μαθήματα επιχειρηματικότητας στο πανεπιστημιακό τους τμήμα, είναι νεαρής ηλικίας και ιδιαίτερα 18-22 (76%). Επίσης το 16% του δείγματος δηλώνει ηλικία μεταξύ 23-26, ενώ μόλις ένα 8% δηλώνει ότι η ηλικία του είναι 27 ετών και άνω.



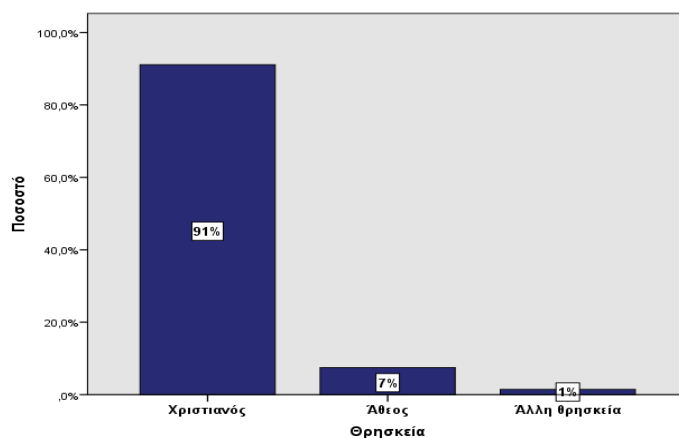
Σχήμα 9. Ραβδόγραμμα ηλικίας ερωτηθέντων

Τα παραπάνω αποτελέσματα αποτυπώνουν και επιβεβαιώνουν μία πραγματικότητα. Πράγματι η ηλικία 18-22 αντιπροσωπεύεται στο 76% του δείγματος, καθώς είναι νέοι που ολοκληρώνουν το πρώτο τους πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και θα πρέπει να λάβουν αποφάσεις για το επαγγελματικό τους μέλλον. Ωστόσο η ηλικία 23 και άνω συγκεντρώνει αθροιστικά το 24% του δείγματος. Ένα επιπλέον ποιοτικό στοιχείο που είναι σημαντικό είναι ότι σε αυτό το ποσοστό περιλαμβάνονται νέοι οι οποίοι, ανεξάρτητα εάν παρακολουθούν ανελλιπώς όλες τις επιχειρηματικές διαλέξεις, ωστόσο ως μεγαλύτεροι οι περισσότεροι έχουν αποκτήσει σημαντικές εμπειρίες και μία σαφή εικόνα της αγοράς εργασίας στη συγκεκριμένη οικονομική συγκυρία. Αυτή η εμπειρία τους στο πλαίσιο της διδασκαλίας των μαθημάτων επιχειρηματικότητας λειτουργεί θετικά, προάγεται η ουσιαστική συζήτηση επιχειρηματικών θεμάτων που άπτονται του μαθήματος και παράλληλα υπάρχει μία διάχυση εμπειριών και στις μικρότερες ηλικίες 18-22 που αποτελούν και το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (76%).



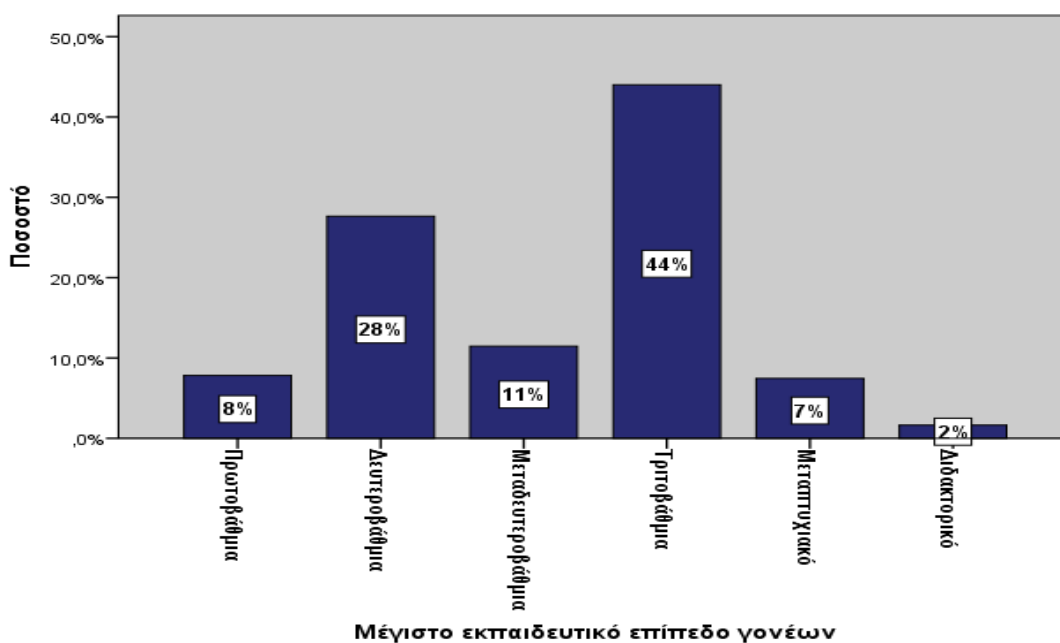
Σχήμα 10. Ραβδόγραμμα τόπου γέννησης ερωτηθέντων

Επιπλέον σχεδόν το σύνολο των ερωτηθέντων που συμμετείχαν στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου και παρακολούθησαν μαθήματα επιχειρηματικότητας έχει γεννηθεί στην Ελλάδα (93%). Μόλις το 7% του δείγματος έχει γεννηθεί στο εξωτερικό και σήμερα διαμένει Ελλάδα, και από αυτό το ποσοστό: το 4% σε Βαλκάνια ή Ανατολική Ευρώπη, το 2% σε χώρα της Δυτικής Ευρώπης και το 1 % σε χώρα εκτός Ευρώπης.



Σχήμα 11. Ραβδόγραμμα θρησκείας ερωτηθέντων

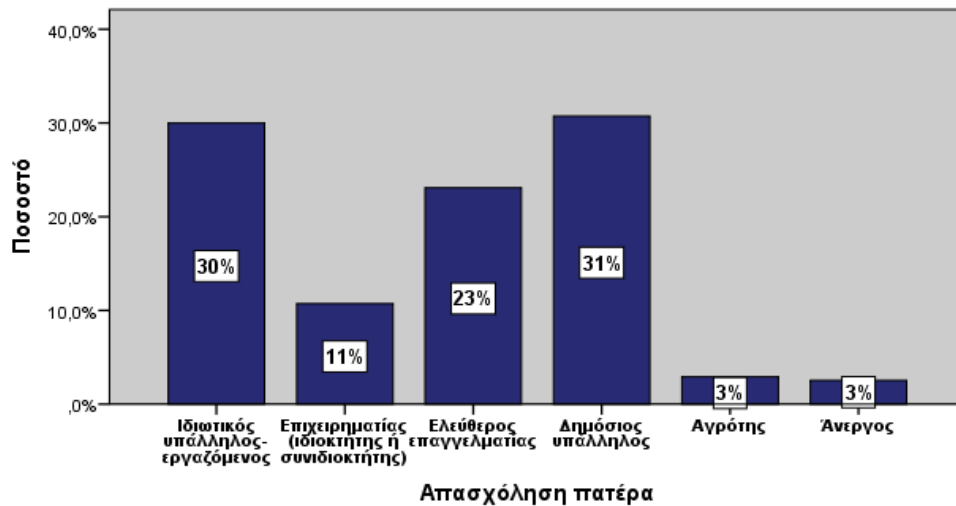
Στο διάγραμμα 11, παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία του δείγματος είναι εκείνοι οι οποίοι δηλώνουν Χριστιανοί κατά το θρήσκευμα (91%), άθεοι το (7%) και άτομα άλλων θρησκευτικών πεποιθήσεων, πέρα από τα αναφερόμενα, μόλις το (1%) του δείγματος.



Σχήμα 12. Ραβδόγραμμα μέγιστου εκπαιδευτικού επιπέδου γονέων ερωτηθέντων

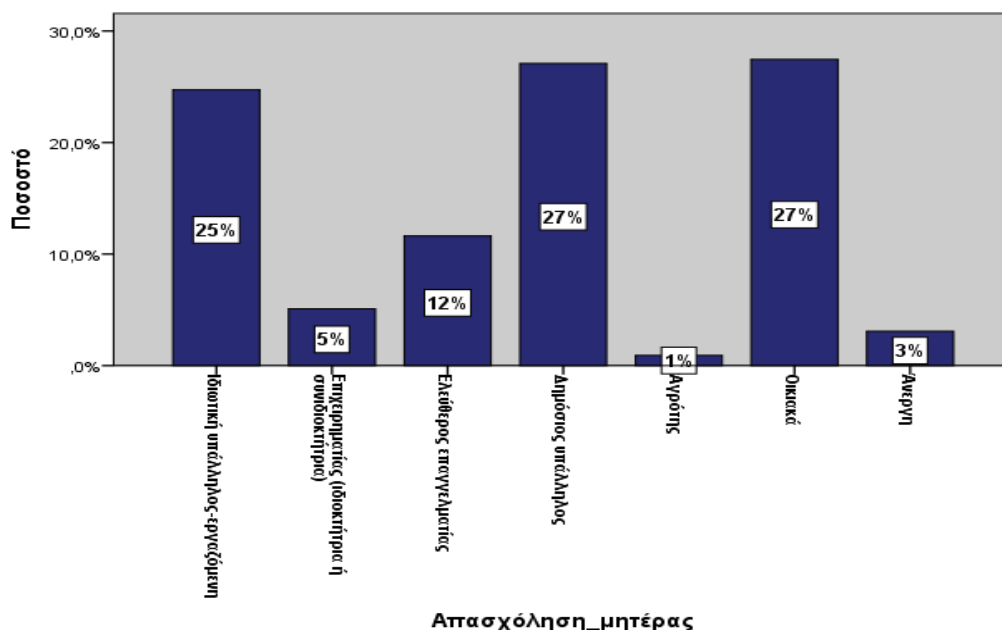
Ως προς το μέγιστο εκπαιδευτικό επίπεδο των γονέων των ερωτηθέντων, φαίνεται πως η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δηλώνει πως οι γονείς τους είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (44%), ενώ ακολουθούν όσοι δήλωσαν ότι είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (28%), μεταδευτεροβάθμιας – Δημόσια ή Ιδιωτικά Ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης (11%), πρωτοβάθμιας, κάτοχοι μεταπτυχιακού (7%) και

διδασκτορικού (2%). Όπως φαίνεται, η πλειοψηφία του δείγματος δήλωσε πως το εκπαιδευτικό επίπεδο των γονέων τους είναι μέχρι και τριτοβάθμια εκπαίδευση, ενώ τα ποσοστά όσων δήλωσαν πως κατέχουν μεταπτυχιακό και διδακτορικό είναι αθροιστικά χαμηλότερα (9%).



Σχήμα 13. Ραβδόγραμμα απασχόλησης πατέρα

Όπως φαίνεται στο παραπάνω διάγραμμα, κατά 31% ο πατέρας των ερωτηθέντων είναι δημόσιος υπάλληλος, κατά 30% ιδιωτικός υπάλληλος ή εργαζόμενος, κατά 23% ελεύθερος επαγγελματίας, κατά 11% επιχειρηματίας, κατά 3% αγρότης και τέλος 3% που είναι άνεργοι.



Διάγραμμα 14. Ραβδόγραμμα απασχόλησης μητέρας ερωτηθέντων

Ως προς την απασχόληση της μητέρας των ερωτηθέντων, φαίνεται πως το 27% δηλώνει πως ασχολείται με οικιακά (27%), το 27% ότι είναι δημόσιος υπάλληλος, το 25% ότι είναι ιδιωτική υπάλληλος, το 12% ότι είναι ελεύθερος επαγγελματίας, το 5% ότι είναι επιχειρηματίας, ενώ το 3% δηλώνουν ότι είναι άνεργη και τέλος το 1% ότι είναι αγρότης.

Τέλος, στον πίνακα 4 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου, σχετικά με τον ερευνητικό σκοπό κι ερωτήματα της διατριβής, αλλά και τις ερευνητικές υποθέσεις που έχουν αναπτυχθεί. Με τη χρήση της ανάλυσης διακύμανσης ANOVA, ελέγχθηκε κατά πόσο τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος επιδρούν σημαντικά στα επιχειρηματικά κίνητρα και επιχειρηματικά αντικίνητρα. Για το σκοπό αυτό, δημιουργήθηκαν δύο μεταβλητές:

- Ο βαθμός (σκορ) κάθε ερωτηθέντα στην ερώτηση 11 και
- Ο βαθμός στην ερώτηση 12 που συλλαμβάνει τα επιχειρηματικά αντικίνητρα.

Όσο υψηλότερος ο βαθμός στην ερώτηση 11, τόσο περισσότερο ο ερωτώμενος παρουσιάζει επιχειρηματική κινητικότητα για ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας. Αντίθετα, όσο υψηλότερος ο βαθμός στην ερώτηση 12, τόσο περισσότερα αντικίνητρα έχει ο ερωτώμενος για να αναλάβει επιχειρηματική δραστηριότητα.

ANOVA (p-values)		
	Επιχειρηματικό κίνητρο	Επιχειρηματικό αντικίνητρο
q1. Φύλο	0.045	0.045
q2. Ηλικία	0.976	0.976
q3. Τόπος γέννησης	0.427	0.065
q4. Θρησκεία	0.352	0.371
q5. Τμήμα	0.000	0.038
q6. Τόπος διαμονής γονέων	0.339	0.183
q7.Μέγιστο εκπαιδευτικό επίπεδο μεταξύ γονέων	0.705	0.239
q8. Απασχόληση πατέρα	0.372	0.267
q9.Απασχόληση μητέρας	0.427	0.189

Πίνακας 4: Αποτελέσματα ελέγχου ANOVA επιχειρηματικών κινήτρων και αντικινήτρων με βάση δημογραφικά στοιχεία δείγματος.

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, ο μέσος όρος της βαθμολογίας που έλαβε κάθε φοιτητής στις ερωτήσεις 11 και 12, διαφοροποιείται σημαντικά ανάλογα με το φύλο (p-values: $0.045 < 0.05$) και ανάλογα με το τμήμα (p-values: $0.00, 0.038 < 0.05$). Για όλες τις υπόλοιπες κατηγορίες, δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά των μέσων των ομάδων ως προς τα κίνητρα και τα αντικίνητρα κι άρα δεν επιδρούν στατιστικά σημαντικά στην κινητοποίηση των ερωτηθέντων.

5.3 Παρουσίαση Αποτελεσμάτων: Επιχειρηματικά κίνητρα

Στο παρόν υποκεφάλαιο της έρευνας αναλύονται τα επιμέρους κίνητρα και αντικίνητρα των ερωτηθέντων προς την κατεύθυνση της δημιουργίας μίας νέας επιχείρησης και ενθάρρυνσης νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, αλλά και το τι ποσοστό του δείγματος θεωρεί πως θα αναλάβει επιχειρηματική δραστηριότητα σε ορίζοντα πενταετίας.

Κίνητρα-Αντικίνητρα στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης					
q11.Η ίδρυση δικής σας επιχείρησης πιστεύετε ότι θα σας προσέφερε:	Διαφωνώ απολύτως	Διαφωνώ αρκετά	Αδιαφορώ	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ απολύτως
Υψηλότερο εισόδημα	0.7%	9.8%	13.6%	63.6%	12.2%
Ευχέρεια στη διαχείριση του χρόνου εργασίας σας	3.1%	11.1%	11.5%	54.9%	19.5%
Κοινωνική καταξίωση	2.5%	7.1%	31.6%	40.9%	17.8%
Αξιοποίηση ατομικών - προσωπικών δεξιοτήτων	0.2%	1.5%	6.2%	52%	40.2%
Προσωπική ικανοποίηση από την εφαρμογή δικών σας ιδεών και καινοτομιών	0.4%	1.3%	4.7%	39.8%	53.8%
Μία αναγκαία λύση λόγω οικονομικής κρίσης και υψηλής ανεργίας	7.5%	20%	17.8%	38%	16.7%
q12. Ποιοι λόγοι θα σας απέτρεπαν στην ίδρυση επιχείρησης:	Διαφωνώ απολύτως	Διαφωνώ αρκετά	Αδιαφορώ	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ απολύτως
Το ύψος των απαιτούμενων κεφαλαίων	1.5%	5.5%	12.9%	46.7%	33.5%
Είμαι αρνητικός στην ανάληψη ρίσκου (risk averse)	14%	36.9%	25.3%	18.7%	5.1%
Έλλειψη γνώσεων/δεξιοτήτων	14.9%	37.3%	15.1%	24.9%	7.8%
Μη ικανοποιητικό δίκτυο επιχειρηματικών επαφών	7.8%	24%	22.2%	36.9%	9.1%
Κοινωνικός στιγματισμός σε περίπτωση αποτυχίας	27.3%	25.3%	33.8%	9.1%	4.1%

Πίνακας 5: Κίνητρα-αντικίνητρα ερωτηθέντων στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης

Η παρούσα ανάλυση στοχεύει στο να διαφανούν οι κατηγορίες κινήτρων που ωθούν ή αποθαρρύνουν τους επίδοξους επιχειρηματίες στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης. Όπως φαίνεται, στα προσωπικά κίνητρα η πλειοψηφία των ερωτηθέντων θεωρεί ως σημαντικό κίνητρο το υψηλότερο εισόδημα, αφού τα ποσοστά συμφωνίας ανέρχονται αθροιστικά στο ποσοστό του 75.8% (63,6% συμφωνούν αρκετά ένα 12,2% συμφωνούν απόλυτα). Το ίδιο συμβαίνει και στην περίπτωση της ευχέρειας στη διαχείριση του χρόνου εργασίας με ποσοστό 74.4% (54,9 των ερωτηθέντων συμφωνεί αρκετά και ένα επιπλέον 19,5% συμφωνεί απόλυτα).

Επιπλέον, σημαντικό είναι πως γενικά η πλειοψηφία συμφωνεί με την κοινωνική καταξίωση ως κίνητρο, εφόσον τα ποσοστά συμφωνίας ανέρχονται συνολικά σε 58.7%. Σημαντικό εδώ είναι να τονιστεί πως σημαντικό ποσοστό του δείγματος μοιάζει να αδιαφορεί ως προς τη συγκεκριμένη κατηγορία κινήτρων των κοινωνικών δικτύων (31.6%). Τα παραπάνω ποσοστά είναι αθροιστικά και προκύπτουν από τις απαντήσεις των ερωτώμενων σχετικά με το αν συμφωνούν αρκετά ή αν συμφωνούν απολύτως.

Ως προς την κατηγορία της εφαρμογής της επιστημονικής γνώσης και της αξιοποίησης ατομικών δεξιοτήτων και ιδεών, φαίνεται πως η πλειοψηφία των ερωτηθέντων συμφωνεί με την αξιοποίηση ατομικών-προσωπικών δεξιοτήτων (92.2%), αλλά και με την προσωπική ικανοποίηση από την εφαρμογή των ιδεών και καινοτομιών (93.6%). Κατά συνέπεια, οι επίδοξοι επιχειρηματίες μοιάζουν να επιθυμούν ιδιαίτερα την εφαρμογή όλων όσων έχουν μάθει αλλά και των δεξιοτήτων τους.

Ως προς την κατηγορία της αξιοποίησης της επιχειρηματικής ευκαιρίας, αυτή προσεγγίζεται από την αναγκαιότητα λόγω της οικονομικής κρίσης. Στην ερώτηση αυτή, φαίνεται πως συμφωνεί το 54.7% των ερωτηθέντων. Η διαθεσιμότητα των πόρων, μοιάζει να είναι ένα σημαντικό αντικίνητρο για τους ερωτηθέντες, καθώς σημαντικό ποσοστό θεωρεί αν δεν υπάρχουν διαθέσιμοι πόροι αυτό αυτομάτως θα σημαίνει πως μειώνει την κινητοποίησή τους ως προς την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Τα ποσοστά συμφωνίας ως προς την αποτροπή στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας εξαιτίας της διαθεσιμότητας των πόρων κι ιδιαίτερα ως προς το κόστος των απαιτούμενων κεφαλαίων ανέρχονται σε 80.2%.

Τα προσωπικά αντικίνητρα, όπως η αποφυγή ως προς τον κίνδυνο των ερωτηθέντων μοιάζει να μην επηρεάζουν τόσο την πρόθεσή τους στην ανάληψη

επιχειρηματικής δραστηριότητας. Συγκεκριμένα, τα ποσοστά διαφωνίας με αυτή τη φράση ανέρχονται συνολικά στο 50.9%, ενώ το ποσοστό αδιαφορίας ανέρχεται στο 25.3%. Τα ποσοστά συμφωνίας συνολικά ανέρχονται στο 23.8%. Ως προς την έλλειψη γνώσεων και δεξιοτήτων, φαίνεται πως αυτό δεν αποτελεί σημαντικό αντικίνητρο, καθώς τα ποσοστά συμφωνίας με τη φράση ανέρχονται σε 31.7%, ενώ τα ποσοστά διαφωνίας σε 51.2%. Ως προς το δίκτυο επιχειρηματικών επαφών, αυτό φαίνεται επίσης να μην αποτελεί σημαντικό αντικίνητρο, όπως σημαντικό κίνητρο δεν αποτελούσαν οι κοινωνικές επαφές. Ιδιαίτερα, τα ποσοστά συμφωνίας με το μη ικανοποιητικό δίκτυο επιχειρηματικών επαφών ανέρχονται σε 45%, ενώ τα ποσοστά διαφωνίας σε 31.8% και το ποσοστό αδιαφορίας σε 22.2%. Τέλος, ο κοινωνικός στιγματισμός σε περίπτωση αποτυχίας δε φαίνεται να επιδρά σημαντικά στην επιχειρηματική κινητοποίηση των ερωτηθέντων, καθώς τα ποσοστά διαφωνίας με τη φράση αυτή ανέρχονται σε ποσοστό 52.6%, ενώ σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 33.8% αδιαφορεί με τη φράση.

Παρακάτω αποτυπώνεται το ποσοστό των ερωτηθέντων που θεωρούν πιθανό να ιδρύσουν δική τους επιχείρηση (ή αντίστοιχα να αναλάβουν επιχειρηματική πρωτοβουλία) σε βάθος πενταετίας.

q15. Πόσο πιθανό θεωρείτε να ιδρύσετε μία πραγματική επιχείρηση σε βάθος πενταετίας:

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Σίγουρα θα ιδρύσω επιχείρηση είτε μόνος μου είτε σε συνεργασία (100%)	65	11,8	11,8
Δεν γνωρίζω να απαντήσω με σιγουριά, αλλά μάλλον όχι (μέχρι 50%)	218	39,6	51,5
Δεν γνωρίζω να απαντήσω με σιγουριά, αλλά μάλλον ναι (51%-99%)	244	44,4	95,8
Σίγουρα δεν θέλω να ξεκινήσω νέα εταιρία (0%)	23	4,2	100,0
Σύνολο	550	100,0	

Πίνακας 6: Πιθανότητα ίδρυσης πραγματικής επιχείρησης σε βάθος πενταετίας

Όπως φαίνεται από τα στοιχεία του ανωτέρω πίνακα, πολύ μικρό ποσοστό των ερωτηθέντων δήλωσε με σιγουριά πως δε θέλει να ξεκινήσει μια καινούργια επιχείρηση (4.2%). Έπειτα, με απόλυτη σιγουριά απάντησε το 11.8% των ερωτηθέντων. Το μεγαλύτερο τμήμα των ερωτηθέντων δήλωσε είτε πως δεν είναι σίγουρο αλλά μάλλον δεν θα ιδρύσει επιχείρηση σε ποσοστό μέχρι 50% (39.6%), είτε πως μάλλον δεν θα ιδρύσει επιχείρηση σε ποσοστό 51%-99%. Τα αποτελέσματα δείχνουν μια τάση των φοιτητών επιχειρησιακών προγραμμάτων να μη θέλουν να αναλάβουν επιχειρηματική δράση σε βάθος πενταετίας. Αυτό σημαίνει αυτομάτως πως τα αντικίνητρα για την ίδρυση της νέας επιχείρησης έχουν μεγαλύτερη επίδραση σε σχέση με τα κίνητρα.

Προσωπικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα κι αυτοαποτελεσματικότητα					
q13. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε τον εαυτό σας ικανό να δημιουργήσει μία επιχείρηση:	Διαφωνώ απολύτως	Διαφωνώ αρκετά	Αδιαφορώ	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ απολύτως
Γνωρίζω να καταρτίζω business plan	3.1%	18%	17.3%	55.5%	6.2%
Γνωρίζω να αξιοποιώ νέες τεχνολογίες	1.3%	13.1%	15.8%	56.7%	13.1%
Διαθέτω την ικανότητα να θέτω και να επιτυγχάνω ρεαλιστικούς στόχους	0.2%	4%	12.5%	64%	19.3%
Διαθέτω την ικανότητα συνεργασίας με άλλα άτομα για την επίτευξη των στόχων μου	0.7%	2.2%	8.4%	56.2%	32.5%
Διαθέτω την ικανότητα να σταθμίζω ορθολογικά τις πιθανότητες επιτυχίας/αποτυχίας μίας επιχειρηματικής προσπάθειας	1.1%	11.1%	16%	56%	15.8%
Διαθέτω την ικανότητα να αναγνωρίσω μία επιχειρηματική ευκαιρία	1.8%	13.1%	18.9%	53.3%	12.9%
Θεωρώ τον εαυτό μου δημιουργικό στην εξεύρεση καινοτόμων -πρωτότυπων λύσεων	1.1%	8.7%	17.6%	50.4%	22.2%
q14. Η επιθυμία σας να ιδρύσετε επιχείρηση σε τι βαθμό στηρίζεται στην:	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Αυτοπεποίθηση και εμπιστοσύνη στις προσωπικές σας δυνατότητες	0.9%	4.4%	18.7%	52.9%	23.1%
Σιγουριά ότι θα πετύχει το επιχειρηματικό σας εγχείρημα	1.6%	11.8%	33.1%	41.1%	12.4%
Γνώση και εμπειρία που έχετε αποκτήσει από τις σπουδές σας	2.5%	7.8%	26.2%	42.9%	20.5%
Διάθεση να "θυσιάσετε" προσωπικό χρόνο και κόπο για την υλοποίηση της εταιρίας	0.7%	4.5%	15.1%	41.5%	38.2%
Εσωτερική παρόρμηση - ενθουσιασμός να γίνετε επιχειρηματίας	9.5%	17.1%	27.5%	30.2%	15.8%

Πίνακας 7: Προσωπικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα κι αυτοαποτελεσματικότητα ερωτηθέντων

Ως προς τα προσωπικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα και την αυτοποτελεσματικότητα, φαίνεται πως η πλειοψηφία των ερωτηθέντων μοιάζει να γνωρίζει να καταρτίζει επιχειρηματικό σχέδιο (61.7%). Επιπλέον, η πλειοψηφία μοιάζει να γνωρίζει να χειρίζεται και να αξιοποιεί τις νέες τεχνολογίες (69.8%), διαθέτει την ικανότητα να θέτει και να επιτυγχάνει ρεαλιστικούς στόχους (83.3%), διαθέτει την ικανότητα συνεργασίας με άλλα άτομα για την επίτευξη των στόχων (88.7%), διαθέτει την ικανότητα να σταθμίζει ορθολογικά τις πιθανότητες επιτυχίας/αποτυχίας μιας επιχειρηματικής προσπάθειας (71.8%), διαθέτει την ικανότητα να αναγνωρίσει μια επιχειρηματική ευκαιρία (75.2%) και θεωρεί τον εαυτό του δημιουργικό στην εξεύρεση καινοτόμων-πρωτότυπων λύσεων (72.6%).

Ως προς την αυτοαποτελεσματικότητα, φαίνεται πως η πλειοψηφία των ερωτηθέντων στηρίζεται πολύ (52.9%) και πάρα πολύ (23.1%) στην αυτοπεποίθηση και εμπιστοσύνη στις προσωπικές του δυνατότητες, μέτρια (33.1%) και πολύ (41.1%) στη σιγουριά ότι θα πετύχει το επιχειρηματικό τους εγχείρημα, μέτρια (26.2%), πολύ (42.9%) και πάρα πολύ (20.5%) στη γνώση και εμπειρία λόγω σπουδών, πολύ (41.5%) και πάρα πολύ (38.2%) στη διάθεση να θυσιάσει προσωπικός χρόνος και κόπος για την υλοποίηση της εταιρίας και τέλος μέτρια (27.5%) και πολύ (30.2%) η εσωτερική παρόρμηση-ενθουσιασμός στο να γίνουν επιχειρηματίες. Όπως φαίνεται από τα παραπάνω, ο παράγων της εκπαίδευσης, μοιάζει να συνιστά έναν από τους πιο σημαντικούς ως προς την αυτοαποτελεσματικότητα και κατά συνέπεια προσλαμβάνοντα έλεγχο του επίδοξου επιχειρηματία.

Αυτό το οποίο κρίνεται να ελεγχθεί στο σημείο αυτό, είναι κατά πόσο επιδρούν σημαντικά τα προσωπικά γνωρίσματα και η αυτοποτελεσματικότητα ως προς το επιχειρηματικό κίνητρο και αντικίνητρο. Δημιουργήθηκαν στη βάση αυτή δύο μεταβλητές, οι οποίες και αθροιστικά δείχνουν το πόσο υψηλός είναι ο βαθμός αυτοαποτελεσματικότητας. Δηλαδή, ο βαθμός που παρουσίασε κάθε ερωτώμενος στην ερώτηση 13 και 14. Η ερώτηση 13 θα αναπαριστά τα προσωπικά γνωρίσματα και η ερώτηση 14 την αυτοαποτελεσματικότητα. Για το σκοπό αυτό, διενεργήθηκε επίσης ανάλυση διακύμανσης ANOVA, της οποίας τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

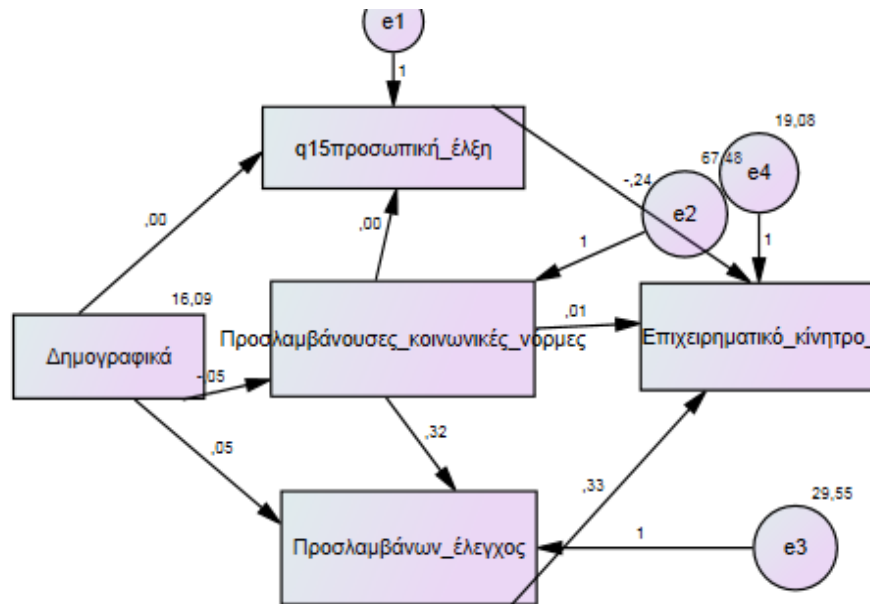
ANOVA (p-values)		
	Επιχειρηματικό κίνητρο	Επιχειρηματικό αντικίνητρο
Προσωπικά γνωρίσματα	0.00	0.00
Αυτοαποτελεσματικότητα	0.00	0.037

Πίνακας 8: Αποτελέσματα ελέγχου ANOVA επίδρασης προσωπικών γνωρισμάτων και αυτοαποτελεσματικότητας.

Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα, ο μέσος όρος της βαθμολογίας που έλαβε κάθε φοιτητής στις ερωτήσεις 13 και 14 διαφοροποιείται σημαντικά με βάση τα προσωπικά γνωρίσματα των ερωτώμενων ($p\text{-value: } 0,00 < 0,05$), όσο και την αυτοαποτελεσματικότητα ($p\text{-value } 0,00$ και $0,037 < 0,05$). Συνεπώς, για αυτές τις δύο κατηγορίες οι μέσοι των ομάδων διαφοροποιούνται στατιστικά σημαντικά ως προς τα κίνητρα και αντικίνητρα. Πράγματι λοιπόν, σε σχέση με τα δημογραφικά στοιχεία, η επίδραση των προσωπικών γνωρισμάτων και αυτοαποτελεσματικότητας είναι περισσότερο ισχυρή, καθώς όπως φάνηκε, μόνο το φύλο και το τμήμα επιδρούν στα επιχειρηματικά κίνητρα και αντικίνητρα. Η ποσοτικοποίηση των επιδράσεων αυτών θα αναλυθεί μέσω της ανάλυσης μονοπατιού, σύμφωνα με το υπόδειγμα που καθορίστηκε στο κεφάλαιο της μεθοδολογίας.

Για τις ανάγκες της ανάλυσης μονοπατιού, δημιουργήθηκε μία μεταβλητή για τα δημογραφικά στοιχεία κι ιδιαίτερα για όσα φάνηκαν να έχουν επίδραση στο κίνητρο, δηλαδή το φύλο και το τμήμα. Ο πολλαπλασιασμός του φύλου με την ηλικία, θα δώσει μία ψευδομεταβλητή, η οποία από κοινού θα συλλαμβάνει την επίδραση τόσο του φύλου όσο και της ηλικίας. Επίσης, δημιουργήθηκε μία ακόμη μεταβλητή, του επιχειρηματικού κινήτρου, η οποία και αφορά στην αφαίρεση των βαθμών των ερωτηθέντων στις ερωτήσεις που αφορούν στα κίνητρα και στα αντικίνητρα για την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης. Στη βάση αυτή, όταν το αποτέλεσμα της αφαίρεσης είναι θετικό, αυτό θα σημαίνει πως υπάρχουν συγκριτικά υψηλότερα κίνητρα, ενώ αν είναι αρνητικό, υπάρχουν συγκριτικά περισσότερα αντικίνητρα. Οι μεταβλητές της προσωπικής έλξης καθώς και των προσλαμβανουσών κοινωνικών νορμών και του προσλαμβάνοντος ελέγχου έχουν οριστεί ήδη στο κεφάλαιο της μεθοδολογίας.

Παρακάτω παρουσιάζεται το αποτέλεσμα της ανάλυσης μονοπατιού, καθώς και οι συντελεστές των παραμέτρων για κάθε μεταβλητή:



Σχήμα 15: Ανάλυση Μονοπατιού προσδιορισμού παραγόντων επίδρασης επιχειρηματικού κινήτρου

Από την παραπάνω ανάλυση, προέκυψαν οι συντελεστές επίδρασης κάθε παράγοντα στο επιχειρηματικό κίνητρο, η οποία είναι η μεταβλητή υπό εξέταση. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι συντελεστές των επιμέρους παλινδρομήσεων τις οποίες και εκφράζει το παραπάνω διάγραμμα μονοπατιού.

Ανάλυση παλινδρομήσεων (Γενικευμένα Ελάχιστα Τετράγωνα)			
Εξαρτημένη Μεταβλητή	Ανεξάρτητη μεταβλητή	Συντελεστής	Τυπικό σφάλμα
Προσλαμβάνων έλεγχος	Δημογραφικά	0.05	0.06
Προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες	Δημογραφικά	-0.05	0.09
Προσωπική έλξη	Δημογραφικά (φύλο και ηλικία ταυτόχρονα)	0.00	0.01
Προσλαμβάνων έλεγχος	Προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες	0.32	0.03

Προσωπική έλξη	Προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες	0.00	0.00
Επιχειρηματικό κίνητρο	Προσλαμβάνων έλεγχος	0.33	0.03
Επιχειρηματικό κίνητρο	Προσωπική έλξη	-0,24	0.25
Επιχειρηματικό κίνητρο	Προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες	0.01	0.03

Πίνακας 9: Ανάλυση παλινδρομήσεων υποδείγματος με γενικευμένα ελάχιστα τετράγωνα

Όπως φαίνεται από τις παραπάνω επιμέρους παλινδρομήσεις, τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων φαίνεται να επιδρούν ως ένα βαθμό θετικά στον προσλαμβάνοντα έλεγχο (0.05), ως ένα βαθμό αρνητικά στις προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες (-0.05) και καθόλου στην προσωπική έλξη (0.00). Στη συνέχεια, οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες, φαίνεται πως επιδρούν θετικά πάνω στον προσλαμβάνοντα έλεγχο (0.32) και καθόλου στην προσωπική έλξη (0.00). Ως προς τις επιδράσεις πάνω στο επιχειρηματικό κίνητρο, η πιο σημαντική είναι εκείνη του προσλαμβάνοντος ελέγχου (0.33) κι έπειτα της προσωπικής έλξης (-0.24). Τέλος, οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες μικρή επίδραση φαίνεται να έχουν ως προς το επιχειρηματικό κίνητρο (0.01).

Ωστόσο, από πλευράς στατιστικής σημαντικότητας από την Ανάλυση Μονοπατιού για τον προσδιορισμό των παραγόντων επίδρασης στο επιχειρηματικό κίνητρο και την ανάλυση των παλινδρομήσεων του υποδείγματος με γενικευμένα ελάχιστα τετράγωνα (Πίνακας 11) διαπιστώνεται ότι η επίδραση των δημογραφικών δεν επιδρά στατιστικά σημαντικά στις μεταβλητές της προσωπικής έλξης (0.00), των προσλαμβανουσών κοινωνικών νορμών (-0.05) και του προσλαμβάνοντος ελέγχου (0.05) με συνέπεια και το έμμεσο αποτέλεσμα των δημογραφικών μέσω αυτών των μεταβλητών πάνω στο επιχειρηματικό κίνητρο να είναι επίσης μη στατιστικά σημαντικό.

Αντίθετα, οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες, οι οποίες και συλλαμβάνουν κατ' ουσία τις επιρροές από το οικογενειακό, φιλικό και το γενικότερο κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον, επιδρούν στατιστικά σημαντικά μόνο στον προσλαμβάνοντα έλεγχο (0.32), ενώ η επίδραση των προσλαμβανουσών κοινωνικών νορμών δεν είναι στατιστικά σημαντική στην προσωπική έλξη (0.00).

Όσον αφορά τη μεταβλητή του επιχειρηματικού κινήτρου διαπιστώνεται ότι ο προσλαμβάνων έλεγχος είναι η πιο σημαντική μεταβλητή που επηρεάζει στατιστικά σημαντικά το επιχειρηματικό κίνητρο (0.33) μαζί με την προσωπική έλξη (-0.24). Η προσωπική έλξη έχει ευθέως, άμεση και στατιστικά σημαντική επίδραση στα επιχειρηματικά κίνητρα.

Οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες, μόνο εμμέσως από τη σχέση τους με τον προσλαμβάνοντα έλεγχο (0.32) επιδρούν πάνω στο επιχειρηματικό κίνητρο ενώ η άμεση επίδρασή τους στα επιχειρηματικά κίνητρα δεν είναι στατιστικά σημαντική (0.01). Αυτή η έμμεση σχέση πρακτικά σημαίνει πως όσο πιο θετικές επιρροές δέχεται ο ερωτώμενος από το οικογενειακό, φιλικό και γενικότερο κοινωνικό περιβάλλον (προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες) προς την ανάληψη ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος, τόσο περισσότερο θα αυξάνεται η αυτοαποτελεσματικότητά του. Περαιτέρω, όσο πιο μεγάλου βαθμού αυτοαποτελεσματικότητας επιδεικνύει ο ερωτώμενος (προσλαμβάνων έλεγχος), τόσο περισσότερο θα τείνει να αυξάνεται η επιχειρηματική κινητικότητα του.

5.4 Επιχειρηματική Κινητικότητα και ο ρόλος της Επιχειρηματικής Εκπαίδευσης

Στην παρούσα ενότητα, θα γίνει ανάλυση της αξιολόγησης της επιχειρηματικής εκπαίδευσης, αλλά και των απόψεων των ερωτηθέντων σχετικά με το τι θα τους προσφέρει μελλοντικά. Εδώ δηλαδή, θα διαφανεί ο ρόλος που προσδίδουν οι φοιτητές επιχειρηματικών προγραμμάτων στην εκπαίδευση, για την ανάληψη ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος.

<u>q.22 Αξιολόγηση διδασκαλίας μαθημάτων Επιχειρηματικότητας</u>	<u>Καθόλου</u>	<u>Λίγο</u>	<u>Μέτρια</u>	<u>Πολύ</u>	<u>Πάρα πολύ</u>
Η διδασκαλία του μαθήματος της Επιχειρηματικότητας και οι Μελέτες Περίπτωσης βοηθούν στην κατανόηση βασικών οικονομικών-επιχειρηματικών εννοιών;	1.5%	6.5%	18.7%	45.8%	27.5%
Στο πλαίσιο του μαθήματος θεωρείτε ότι αποκτήσατε σε ικανοποιητικό βαθμό γνώσεις γύρω από την επιχειρηματικότητα που μπορούν να σας βοηθήσουν μελλοντικά	2%	6.7%	22.2%	45.6%	23.5%
Η συζήτηση στο πλαίσιο του μαθήματος βοηθά να λύσετε βασικές απορίες σας σχετικά με το "σύγχρονο επιχειρείν" και να κινητοποιήσει το ενδιαφέρον για το μάθημα;	2%	7.3%	15.8%	46.5%	28.4%
Η έλλειψη βασικών οικονομικών γνώσεων στην έναρξη παρακολούθησης (λόγω μη συνάφειας με το γνωστικό αντικείμενο του τμήματός σας) ξεπεράστηκε κατά τη διάρκεια της διδασκαλίας;	3.5%	8%	23.3%	38.9%	26.4%
<u>q23. Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα επηρέασε την επιλογή σας να παρακολουθήσετε το μάθημα της Επιχειρηματικότητας;</u>	NAI 46 (%)	OXI 54%			
<u>q24. Σε τι βαθμό σας τα παρακάτω εκπαιδευτικά εργαλεία που είχατε στη διάθεσή σας για την κατάρτιση του επιχειρηματικού σας σχεδίου;</u>	<u>Καθόλου</u>	<u>Λίγο</u>	<u>Μέτρια</u>	<u>Πολύ</u>	<u>Πάρα πολύ</u>
Εξ αποστάσεως συμβουλευτική υποστήριξη (email, τηλέφωνο, ηλεκτρονική πλατφόρμα)	4.9%	7.5%	19.5%	37.6%	30.5%

Διά ζώσης συμβουλευτική υποστήριξη Business Plan (συναντήσεις σε συγκεκριμένο χώρο)	6.9%	7.8%	18.7%	34.4%	32.2%
q25. Ποιος τρόπος επικοινωνίας με τον σύμβουλο υποστήριξης πιστεύετε ότι είναι ο καταλληλότερος;					
Καταλληλότερος τρόπος επικοινωνίας με τον σύμβουλο είναι μέσω email, ηλεκτρονικής πλατφόρμας	50,7%				
Καταλληλότερος τρόπος επικοινωνίας με τον σύμβουλο μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας	2,7%				
Καταλληλότερος τρόπος επικοινωνίας με τον σύμβουλο μέσω διά ζώσης συναντήσεων	46,5%				
q26. Αξιολόγηση Χρήσης Ηλεκτρονικής Πλατφόρμας					
	<u>Καθόλου</u>	<u>Λίγο</u>	<u>Μέτρια</u>	<u>Πολύ</u>	<u>Πάρα πολύ</u>
Βαθμός ευχρηστίας λογισμικού (φιλικό προς τον χρήστη)	0.5%	3.8%	25.3%	49.8%	20.5%
Επάρκεια οδηγιών χρήσης (manual)	0.9%	4.4%	23.1%	48.4%	23.3%
Επίλυση αποριών (help desk)	2.2%	6.4%	27.3%	42.2%	22%
q27. Σε τί βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με την αποτελεσματικότητα των σεμιναριακών παρουσιάσεων και των επισκέψεων σε επιχειρήσεις ως εργαλεία επιχειρηματικής ενθάρρυνσης της νέων;					
	<u>Διαφωνώ απολύτως</u>	<u>Διαφωνώ αρκετά</u>	<u>Αδιαφορώ</u>	<u>Συμφωνώ αρκετά</u>	<u>Συμφωνώ απολύτως</u>
Οι σεμιναριακές παρουσιάσεις από στελέχη επιχειρήσεων έχει θετικές επιπτώσεις στην καλλιέργεια επιχειρηματικής κουλτούρας	1.3%	3.1%	9.5%	62.2%	24%
Οι σεμιναριακές παρουσιάσεις βοηθούν τους νέους να προσανατολιστούν ως προς τη μελλοντική επαγγελματική τους σταδιοδρομία	1.5%	4.5%	17.5%	51.1%	25.5%

Οι γνώσεις που αποκτήσατε στο μάθημα της Επιχειρηματικότητας βοηθούν να κατανοήσετε το οικονομικό περιεχόμενο της ομιλίας που παρακολουθήσατε αποτελεσματικότερα	2.2%	5.5%	15.6%	50.5%	26.2%
q28. Πιστεύετε ότι πρέπει να υλοποιούνται σεμιναριακές παρουσιάσεις από επιχειρηματίες ή στελέχη επιχειρήσεων στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση;	90,7% (NAI)	4,7% (OXI)	4,5% (ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ)		
q29. Η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την απόφασή σας να συμμετάσχετε στη σεμιναριακή παρουσίαση;	53,8% (NAI)	46,2% (OXI)			
q30. Σε τι βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε σχετικά με την αποτελεσματικότητα επισκέψεων σε εταιρίες ως εργαλείο επιχειρηματικής ενθάρρυνσης της νέων;	<u>Διαφωνώ απολύτως</u>	<u>Διαφωνώ αρκετά</u>	<u>Αδιαφορώ</u>	<u>Συμφωνώ αρκετά</u>	<u>Συμφωνώ απολύτως</u>
Η επίσκεψη βοηθά να αποκτήσετε ολοκληρωμένη εικόνα της λειτουργίας και των προβλημάτων μιας σύγχρονης επιχείρησης	1.3%	3.5%	12.5%	53.6%	29.1%
Οι επισκέψεις βοηθούν τους νέους να προσανατολιστούν ως προς τη μελλοντική επαγγελματική πορεία που θα ακολουθήσουν	1.1%	5.1%	21.1%	50.5%	22.2%
Η επίσκεψη συμβάλει στην ιδέα να δημιουργήσετε κάποια στιγμή στο μέλλον δική σας επιχείρηση	1.3%	5.1%	14.7%	53.1%	25.8%
q31. Πιστεύεται ότι μέσα από τις δράσεις οι οποίες υλοποιούνται στο πλαίσιο των μαθημάτων Επιχειρηματικότητας το Πανεπιστήμιο σας παρέχει ικανοποιητικές γνώσεις για να σας ενθαρρύνει να ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση;	67,6% (NAI)	17,8% (OXI)	14,5 (ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ)		
q32. Η Επιχειρηματική εκπαίδευση στην Τριτοβάθμια εκπαίδευση αυξάνει την πιθανότητα αυτοαπασχόλησής σας;	77,5% (NAI)	9,1% (OXI)	13,5 (ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ)		

Πίνακας 10: Αξιολόγηση επιχειρηματικής εκπαίδευσης

Σχολιάζοντας τα αποτελέσματα του παραπάνω πίνακα, αποτυπώνεται η γνώμη των τελειόφοιτων νέων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης σχετικά με τη διδασκαλία και ευρύτερα των εκπαιδευτικών ενεργειών στις οποίες συμμετείχαν στο πλαίσιο των μαθημάτων επιχειρηματικότητας. Τα αποτελέσματα που αναφέρουμε ως ποσοστά είναι στην πλειονότητά τους αθροιστικά και προκύπτουν από το άθροισμα των απαντήσεων που έχουν δώσει στις κατηγορίες (πολύ-πάρα πολύ, συμφωνώ αρκετά - συμφωνώ απολύτως), εκτός εάν αναφέρεται αλλιώς.

Εν προκειμένω, η πλειοψηφία θεωρεί πως η διδασκαλία της επιχειρηματικότητας βοήθησε στην εξοικείωση με οικονομικές και επιχειρηματικές έννοιες πολύ (45.8%) και πάρα πολύ (27.5%). Επιπλέον, το 45.6% του δείγματος θεωρεί πως οι γνώσεις που αποκόμισαν μπορούν να βοηθήσουν μελλοντικά πολύ και το 23.5% ότι θα τους βοηθήσει πάρα πολύ. Ύστερα, η ένταξη της συζήτησης στο πλαίσιο του «σύγχρονου επιχειρείν» μοιάζει να είναι μια καλή τακτική, αφού μοιάζει να βοηθά στην επίλυση αποριών και στην απόκτηση ενδιαφέροντος από την πλευρά των φοιτητών πολύ (46.5%) και πάρα πολύ (28.5%). Τέλος, τα μαθήματα επιχειρηματικότητας στο τμήμα τους βοήθησε τους φοιτητές να ξεπεράσουν τις αρχικές τους δυσκολίες λόγω έλλειψης γνώσεων πολύ (38.9%) και πάρα πολύ (26.4%). Η οικονομική κρίση δε μοιάζει να επέδρασε σημαντικά στην επιλογή των φοιτητών για την παρακολούθηση του μαθήματος επιχειρηματικότητας, αφού το ποσοστό που απάντησε θετικά στην ερώτηση αυτή είναι 46%.

Ως προς την κατάρτιση του επιχειρηματικού σχεδίου, οι φοιτητές δήλωσαν ότι τους βοήθησε η εξ αποστάσεως υποστήριξη με ειδικό σύμβουλο που είχαν στη διάθεσή τους και η επικοινωνία μαζί του μέσω τηλεφώνου, email και ηλεκτρονικής πλατφόρμας. Τα ποσοστά αθροιστικά όσων δήλωσαν πως τους βοήθησε πολύ και πάρα πολύ αυτός ο τρόπος ανέρχονται στο 68.1%. Εξίσου τους φάνηκαν πολύ χρήσιμες οι δια ζώσης συναντήσεις με τους μέντορες τους, αφού αθροιστικά τα ποσοστά ανέρχονται στο 66.6%. Άρα, για την πιο αποτελεσματική παροχή επιχειρηματικής εκπαίδευσης, θα πρέπει να συνυπάρχουν από κοινού και οι δύο αυτοί τρόποι υποστήριξης, ώστε να επιτυγχάνεται το μέγιστο δυνατό αποτέλεσμα. Επιπλέον, αποτυπώνεται ότι πράγματι, οι φοιτητές θεωρούν

πως η ηλεκτρονική επικοινωνία μοιάζει να αποτελεί γι' αυτούς τον πιο αποτελεσματικό τρόπο υποστήριξης (50.7%), αλλά σε συνδυασμό με συναντήσεις δια ζώσης (46.5%).

Ως προς την αξιολόγηση της ηλεκτρονικής πλατφόρμας και των επιμέρους λειτουργιών, φαίνεται πως ο βαθμός ευχρηστίας του κρίνεται από το 49.8% ως πολύ εύχρηστο, και από το 20.5% ως πάρα πολύ εύχρηστο. Ωστόσο περίπου το ένα τέταρτο του δείγματος των ερωτηθέντων (25.3%) δηλώνει ότι η χρήση του λογισμικού ήταν σε μέτριο επίπεδο εύχρηστη. Ως προς την επάρκεια των οδηγιών χρήσης (manual), αυτή κρίνεται πολύ επαρκής από το 48.4% του δείγματος, πάρα πολύ επαρκής από το 23.3% του δείγματος, αλλά και μετρίως επαρκής από το 23.1% του δείγματος. Εδώ μοιάζουν τα αποτελέσματα να είναι καλύτερα σε σχέση με τη φιλικότητα ως προς το χρήστη, αλλά εντούτοις και πάλι θα πρέπει να δοθεί έμφαση στο σημαντικό ποσοστό που δήλωσαν μέτρια επάρκεια. Τέλος, ως προς την επίλυση αποριών (help desk), αυτή κρίνεται από το 42.2% πολύ καλή, από το 27.3% μέτρια κι από το 22% πολύ καλή. Και στο σημείο αυτό θα πρέπει να εστιάσουμε στις αλλαγές που πρέπει να γίνουν στην επίλυση αποριών των φοιτητών, εξαιτίας του σημαντικού ποσοστού που χαρακτήρισε τη λειτουργία αυτή μέτρια. Τα ποσοστά των φοιτητών τα οποία αξιολογούν το λογισμικό που εφαρμόστηκε στο πλαίσιο των μαθημάτων επιχειρηματικότητας είναι ένα εύρημα το οποίο θα πρέπει να ληφθεί υπόψη και να αποτυπωθούν προτάσεις στο κεφάλαιο της συζήτησης και των συμπερασμάτων.

Το επόμενο κομμάτι που διερευνήθηκε, είναι κατά πόσο οι σεμιναριακές παρουσιάσεις βοηθούν ως εργαλείο επιχειρηματικής ενθάρρυνσης των νέων. Γενικά, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων συμφωνεί στο ότι οι παρουσιάσεις από στελέχη έχουν θετικές επιπτώσεις στην καλλιέργεια επιχειρηματικής κουλτούρας (86.2%). Επιπλέον, πιστεύουν πως πράγματι βοηθούν τους νέους στην επιλογή της μελλοντικής επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας (76.6%). Τέλος, οι γνώσεις που αποκτήθηκαν από το μάθημα της επιχειρηματικότητας, φαίνεται πως βοήθησαν στην αποτελεσματικότερη παρακολούθηση της ομιλίας σε ποσοστό συνολικά 76.7%. Στο πλαίσιο των σεμιναριακών παρουσιάσεων, φαίνεται πως κατά 90.7%, οι φοιτητές θεωρούν πως πρέπει να υλοποιούνται αντίστοιχες δράσεις από επιχειρηματίες στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Η απόφαση συμμετοχής στο σεμινάριο των φοιτητών λήφθηκε ανεξάρτητα

των συνθηκών που επικρατούν στη σύγχρονη οικονομία για τους μισούς περίπου νέους του δείγματος 53.8%.

Ως προς τις επισκέψεις σε εταιρίες ως εργαλείο ενθάρρυνσης της νεανικής επιχειρηματικότητας, οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι τους βοήθησε στο να αποκτήσουν μία περισσότερο ολοκληρωμένη εικόνα των λειτουργιών και των προβλημάτων μιας σύγχρονης επιχείρησης (82.7%), έλαβαν συμβουλές σχετικά με τον μελλοντικό επαγγελματικό τους προσανατολισμό (72.7%) και συνέβαλαν στην ιδέα δημιουργίας στο μέλλον μίας ομοειδούς εταιρείας (78.9%). Οι δράσεις μάλιστα στο πλαίσιο των μαθημάτων επιχειρηματικότητας κρίνονται από τους φοιτητές σε ποσοστό 67.6% ότι παρέχουν ικανοποιητικές γνώσεις για την εκκίνηση μιας νέας επιχείρησης. Τέλος, η επιχειρηματική εκπαίδευση κατά τους ερωτηθέντες σε ποσοστό 77.5%, ενισχύει την πιθανότητα αυτοαπασχόλησης στους νέους.

Με βάση την παραπάνω ανάλυση, ενδιαφέρον να φανεί, αν υπάρχει κάποια σχέση εξάρτησης μεταξύ του επιπέδου επιχειρηματικής κινητικότητας, δηλαδή εάν οι συνολικοί βαθμοί (σκορ) είναι μεγαλύτεροι ή μικρότεροι του μηδενός και του αν θεωρούν οι ερωτηθέντες πως όλα όσα έμαθαν μπορούν να τα εφαρμόσουν. Στον επόμενο πίνακα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της Cross Tabulation Analysis μαζί με τον έλεγχο Pearson chi-square που ακολουθεί και ενδείκνυται για κατηγορικές μεταβλητές.

		Cross Tabulation Analysis (A)			
		<u>Μέσα από τις δράσεις στο πλαίσιο των μαθημάτων επιχειρηματικότητας το Πανεπιστήμιο σας παρέχει δεξιότητες για την ενθάρρυνση έναρξης της δική σας επιχείρησης:</u>			Σύνολο
		Ναι	Όχι	Δεν ξέρω	
Επιχειρηματική Κινητικότητα	Αρνητική	9	10	4	23
	Θετική	363	88	76	527
Σύνολο		372	98	80	550

Πίνακας 11: Cross Tabulation Analysis: Επιχειρηματική κινητικότητα & επιχειρηματικής εκπαίδευσης (A & B)

Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα, οι ερωτηθέντες οι οποίοι παρουσιάζουν αρνητική επιχειρηματική κινητικότητα για την ίδρυση δικής τους επιχείρησης, τείνουν να απαντούν περισσότερο όχι σε σχέση με την παροχή ικανοποιητικών γνώσεων από τα μαθήματα επιχειρηματικότητας και το ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης. Το αντίθετο συμβαίνει με όσους παρουσιάζουν θετική επιχειρηματική κινητικότητα.

Ο έλεγχος Pearson chi-square έδωσε στατιστικά αποτελέσματα $\chi^2(2) = 11.89$, με p-value 0.003. Εφόσον το p-value του ελέγχου είναι μικρότερο του επιπέδου σημαντικότητας 0.05, φαίνεται πως υπάρχει ανεξαρτησία των απόψεων μεταξύ των κινητοποιημένων και μη κινητοποιημένων για την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης. Αυτό πρακτικά σημαίνει πως πράγματι, εδώ υπάρχει μια ευθεία σχέση μεταξύ της επιχειρηματικής εκπαίδευσης και της επιχειρηματικής κινητοποίησης εν γένει. Αν οι γνώσεις που παρέχονται στο πλαίσιο αυτής είναι ικανοποιητικές, αυτό θα κινητοποιεί περισσότερο τους επίδοξους επιχειρηματίες. Επειδή παραπάνω έγινε η επιπλέον υπόθεση πως η επιχειρηματική εκπαίδευση επηρεάζει την επιχειρηματική κινητικότητα μέσω της επίδρασής της στην προσωπική έλξη, θα πρέπει να διεξαχθεί κι η αντίστοιχη ανάλυση της επίδρασης επιχειρηματικής εκπαίδευσης στην προσωπική έλξη.

		Cross Tabulation Analysis (B)				
		Προσωπική έλξη				Σύνολο
		ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ ίδρυση εταιρίας σε ορίζοντα 5/ετίας (πιθανότητα 100%)	Μάλλον ΟΧΙ (πιθανότητα έως 50%)	Μάλλον ΝΑΙ (πιθανότητες 51%-99%)	ΣΙΓΟΥΡΑ ΟΧΙ ίδρυση εταιρίας (πιθανότητα 0%)	
Επιχειρηματική Κινητικότητα	Αρνητική	0	12	6	5	23
	Θετική	65	206	238	18	527
Σύνολο		65	218	244	23	550

Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα, πράγματι, οι ερωτηθέντες οι οποίοι εμφανίζουν αρνητική επιχειρηματική κινητικότητα προς την ίδρυση νέας επιχείρησης, τείνουν να απαντούν είτε μάλλον όχι (12), είτε μάλλον ναι (6) και σίγουρα όχι (5).

Αντίθετα, οι ερωτηθέντες οι οποίοι παρουσιάζουν θετική κινητικότητα τείνουν να απαντούν με μεγαλύτερη σιγουριά πως μάλλον θα ιδρύσουν επιχείρηση σε βάθος πενταετίας (238). Επίσης, 65 άτομα απαντούν πως σίγουρα θα ιδρύσουν μόνοι τους επιχείρηση.

Τα αποτελέσματα αυτά μπορούν να επαληθευθούν και μέσω του στατιστικού Pearson chi-square. Συγκεκριμένα, το στατιστικό του ελέγχου ανέρχεται σε $\chi^2(2) = 23.29$, με p-value 0.00. Αυτό καταδεικνύει ανεξαρτησία μεταξύ των απόψεων των ομάδων κι άρα η προσωπική έλξη πράγματι συσχετίζεται με την επιχειρηματική κινητικότητα των νέων οι οποίοι συμμετείχαν σε μαθήματα επιχειρηματικότητας, στο πλαίσιο προγραμμάτων ενθάρρυνσης της νεανικής επιχειρηματικότητας.

Ολοκληρώνοντας την ανάλυση αυτή, φαίνεται πως η επιχειρηματική εκπαίδευση ως παράγοντας επηρεάζει τον προσλαμβάνοντα έλεγχο μέσω της αυτοαποτελεσματικότητας. Μέσα από την επιχειρηματική εκπαίδευση και την επιχειρηματική γνώση οι ερωτηθέντες νιώθουν περισσότερη αυτοπεποίθηση και εμπιστοσύνη στις ικανότητες και δεξιότητές τους και ενθαρρύνονται στη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης στο κοντινό μέλλον. Γίνεται επομένως φανερό πως πέρα από την προσωπική έλξη, η οποία είναι σημαντική μεταβλητή καθορισμού του επιχειρηματικού κινήτρου, ενυπάρχει και η μεταβλητή της επιχειρηματικής εκπαίδευσης, η οποία όπως αναφέραμε επηρεάζει τον προσλαμβάνοντα έλεγχο μέσω της αυτοαποτελεσματικότητας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Στο παρόν κεφάλαιο ο στόχος είναι να προσεγγιστούν κριτικά τα αποτελέσματα που προέκυψαν και να συνδυαστούν με τα βιβλιογραφικά ευρήματα, ώστε να προκύψει τόσο ο ορισμός της επιχειρηματικότητας και του επιχειρηματία όπως προσεγγίζεται από τις απαντήσεις των φοιτητών, αλλά και στην ανάδειξη συγκεκριμένου υποδείγματος που θα προσεγγίζει καλύτερα την επιχειρηματική κινητοποίηση των Ελλήνων φοιτητών που παρακολούθησαν επιχειρησιακά προγράμματα. Δεδομένου ότι δεν υπάρχει παρόμοια μελέτη η οποία να έχει εκπονηθεί στο παρελθόν για την Ελλάδα, τα αποτελέσματα καλύπτουν ένα σημαντικό ερευνητικό κενό.

Όπως φάνηκε, ο ορισμός της επιχειρηματικότητας στη βιβλιογραφία έχει αποδώσει μία πληθώρα διαστάσεων οι οποίες έχουν προσεγγιστεί από τους ερευνητές, όπως ότι αποτελεί τον εντοπισμό ευκαιρίας, ανάγοντας τον επιχειρηματία ως κερδοσκόπο, άλλες προσεγγίζοντάς τον ως καινοτόμο κι άλλες πιο ολιστικές, συνδέοντας τόσο τα παραπάνω στοιχεία, όσο και τις ικανότητες και δεξιότητές του. Εδώ, θα θεωρηθεί πως η πρόθεση για επιχειρηματική δραστηριότητα θα μελετηθεί άμεσα μέσω της πρόθεσης για σύσταση νέας επιχείρησης.

Το πιο σημαντικό κίνητρο όπως φάνηκε για τους εκκολλαπτόμενους επιχειρηματίες είναι τα κίνητρα εφαρμογής επιστημονικής γνώσης. Αυτό, έρχεται σε συμφωνία με προηγούμενες μελέτες που έχουν διεξαχθεί σε όχι ελληνικό περιβάλλον σε φοιτητές επιχειρηματικών προγραμμάτων (Ovaska & Sobel, 2004· Rauch & Frese, 2007· Stephan, 2007· Westhead, 1997· Thornton, 1997). Δεύτερη πιο σημαντική κατηγορία κινήτρων είναι τα προσωπικά κίνητρα, όπως φάνηκε από την ανάλυση των αποτελεσμάτων. Ιδιαίτερα, σε αυτή την κατηγορία πιο σημαντικά κίνητρα φαίνονται να είναι η ανάγκη για πλούτο, πράγμα το οποίο και καταδεικνύει πως πράγματι, οι φοιτητές επιχειρησιακών προγραμμάτων στην Ελλάδα μπορούν να χαρακτηριστούν ως κερδοσκόποι, σύμφωνα και με τις κλασικές αντιλήψεις του ορισμού του επιχειρηματία,

όπως των Καντιγιόν, Von Mises, Walras και Kirzner. Η ανάγκη για πλούτο, δεν θεωρείται πάντοτε σημαντική από τη διεθνή βιβλιογραφία σε φοιτητές επιχειρησιακών προγραμμάτων, αλλά εντούτοις βρίσκεται σε συμφωνία με τα αποτελέσματα της μελέτης του Lanyi (2004), ο οποίος και βρήκε πως είναι σημαντικό κίνητρο.

Δεύτερο πιο σημαντικό κίνητρο είναι η ανάγκη για ανεξαρτησία στο πλαίσιο των προσωπικών κινήτρων. Εν προκειμένω, οι φοιτητές επιχειρησιακών προγραμμάτων κινητοποιούνται σε μεγάλο βαθμό στην ανάληψη επιχειρηματικού εγχειρήματος λόγω της ευχέρειας που τους προσφέρει στο χρόνο εργασίας τους. Το γεγονός αυτό έρχεται σε συμφωνία με προηγούμενες μελέτες (Oversman & Marcus, 1998· Shane & Venkatraman, 2000· Swedberg, 2000· Ensley Carland & Carland, 2000).

Τέλος, η ανάγκη για επιτυχία, ενώ έχει βρεθεί παλαιότερα ως το πιο σημαντικό κίνητρο της κατηγορίας των προσωπικών κινήτρων σε φοιτητές επιχειρησιακών προγραμμάτων (Glassman κ.ά., 2003· Morris, 1998), φαίνεται πως δεν είναι σημαντικό κίνητρο. Αντίθετα, δεν αποτελεί αντικίνητρο για τους φοιτητές επιχειρησιακών προγραμμάτων το να αποτύχουν στην προσπάθειά τους. Άρα, ζητούμενο με τα μέχρι τώρα δεδομένα, αποτελεί η εφαρμογή των γνώσεων και δεξιοτήτων τους κι έπειτα η ανάγκη για πλούτο και για ανεξαρτησία.

Η κατηγορία αξιοποίησης επιχειρηματικής ευκαιρίας αποτελεί την επόμενη κατηγορία κινήτρων την οποία βρίσκουν ως σημαντική οι φοιτητές του δείγματος. Άρα, εκτός από κερδοσκοπός, ο επιχειρηματίας με βάση αυτή την προσέγγιση μπορεί να χαρακτηριστεί και ως εκείνος που μελετά πηγές κι ευκαιρίες, σύμφωνα με τους Shane & Venkatraman (2000). Ο επιχειρηματίας περιλαμβάνει τις διαστάσεις εκείνου που αξιοποιεί τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που του παρουσιάζονται. Εν προκειμένω, οι φοιτητές θεωρούν ως επιχειρηματική ευκαιρία το γεγονός της πρόσφατης οικονομικής κρίσης. Ενώ δεν αποτελεί σε σημαντικό βαθμό κίνητρο ώστε να αναλάβουν ένα νέο επιχειρηματικό εγχείρημα, παρά το γεγονός ότι υπάρχει εκτεταμένη ανεργία, παρόλα αυτά θεωρούν πως στο περιβάλλον αυτό υπάρχουν ευκαιρίες προς αξιοποίηση. Αυτό έρχεται σε συμφωνία με προηγούμενες μελέτες που θεωρούν σημαντική την κατηγορία αυτών των κινήτρων (Braanback et. al, 20005; Companys & McMullen, 2007).

Όμως, η αξιοποίηση της επιχειρηματικής ευκαιρίας σύμφωνα με τους ερωτηθέντες ενέχει ένα σημαντικό αντικίνητρο, τη διαθεσιμότητα των πόρων. Πράγματι,

σημαντικό αντικίνητρο αποτελεί το γεγονός ότι εν μέσω της οικονομικής κρίσης, η εξεύρεση κεφαλαίων είτε είναι δύσκολη, είτε είναι ακριβή. Η διάσταση του περιβάλλοντος και των λοιπών συνθηκών φαίνεται να είναι σημαντική είτε ως κίνητρο είτε ως αντικίνητρο για τους φοιτητές του δείγματος και επηρεάζει την πρόθεσή τους στην ανάληψη επιχειρηματικού εγχειρήματος, παρόμοια με τη μελέτη του OECD (2010). Η διαθεσιμότητα των πόρων έχει βρεθεί και σε προηγούμενες μελέτες ως σημαντική κατηγορία κινήτρων (Mitchell κ.ά., 2007· Parker & Robson, 2004· Zhao & Seibert, 2006).

Τέλος, τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με τα κοινωνικά δίκτυα, δείχνουν πως δεν αποτελούν σημαντικά κίνητρα στη δημιουργία ενός νέου εγχειρήματος. Αυτό, έρχεται σε συμφωνία με τη μελέτη των Spicer & Jones (2005) και σε αντιπαράθεση με τα αποτελέσματα των Chen, Green & Crick (1998). Το γεγονός αυτό σχετίζεται ενδεχομένως και με το ότι οι φοιτητές προέρχονται από διαφορετικά τμήματα και με διαφορετικό υπόβαθρο ως προς το επάγγελμα των γονέων, αφού μικρά ποσοστά ήταν ήδη επιχειρηματίες. Έτσι, δεν υπάρχει κάποιου τέτοιου είδους κοινωνικό δίκτυο που ενδεχομένως να τους ωθήσει στην ανάληψη επιχειρηματικού εγχειρήματος. Επιπλέον, σε αυτή τη διάσταση υπεισέρχεται και το γεγονός πως οι φοιτητές ενδέχεται να μη θεωρούν πως το ίδιο το πανεπιστήμιο μπορεί να τους φέρει σε επαφή με κοινωνικά δίκτυα ώστε να μπορέσουν να ξεκινήσουν το δικό τους επιχειρηματικό εγχείρημα. Είναι πολύ πιθανό, σε πανεπιστήμια τα οποία προσφέρεται η δυνατότητα εξεύρεσης εργασίας, οι φοιτητές να έχουν τη δυνατότητα να έρθουν σε επαφή με τα κατάλληλα δίκτυα ώστε να μπορέσουν ευκολότερα να συστήσουν μια δική τους νέα επιχείρηση. Σε τέτοιες περιπτώσεις η σχέση θα ήταν περισσότερο σημαντική.

Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες συνδέονται όχι μόνο με τη δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών, αλλά και με την αποτελεσματικότερη χρήση των πόρων για βελτίωση ενός προϊόντος με σκοπό την κάλυψη της ανάγκης που εντοπίζεται σε μία υπάρχουσα αγορά. Οι επίδοξοι νέοι επιχειρηματίες θα πρέπει να είναι σε θέση να προβλέψουν και να εντοπίσουν εάν υπάρχει ζήτηση για ένα νέο και διαφοροποιημένο προϊόν σε μία δεδομένη αγορά και σε μία δεδομένη χρονική στιγμή. Μόνο μέσα από την πρόβλεψη το νέο επιχειρηματικό εγχείρημα έχει περισσότερες πιθανότητας επιτυχίας (Petrakis & Konstantakopoulou, 2015).

Η αυτοαποτελεσματικότητα, ως πυρήνας των μοντέλων επιχειρηματικών κινήτρων, φαίνεται να επιβεβαιώνεται κι από την παρούσα εργασία. Όπως προέκυψε, οι φοιτητές βασίζονται πολύ περισσότερο στις προσωπικές τους ικανότητες και δεξιότητες, στις γνώσεις που έχουν αποκομίσει, αλλά και σε προσωπικά γνωρίσματα, όπως στη διάθεση για συνεργασία, στην ικανότητα συντονισμού των πόρων και στην ικανότητα να αξιολογούν καταστάσεις και να εφευρίσκουν καινοτόμες ιδέες (Drakopoulou Dodd & Hynes (2012).

Αρχικά, εδώ προστίθενται κι άλλες διαστάσεις της έννοιας του επίδοξου επιχειρηματία, όπως ότι είναι σχεδιαστές έργων όπως είπε ο Defoe (1887/2001), ότι προβλέπουν και δρουν ανάλογα με τις συνθήκες της αγοράς όπως ο Knight (1921), ότι είναι καινοτόμοι, όπως ο Schumpeter (1934), οι Lumpkin & Dees (1996) και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεώρησαν, αλλά και το ότι είναι συντονιστές, όπως ανέφεραν οι Walras (1954) και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2003). Όμως, φαίνεται πως δεν υπάρχει στον ορισμό του επιχειρηματία η διάσταση της ανάληψης κινδύνων που έχει συζητηθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2003), καθώς μοιάζει μη σημαντικό αντικίνητρο για τη δημιουργία νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος.

Τα αποτελέσματα αυτά έχουν προεκτάσεις και στα υποδείγματα επιχειρηματικών κινήτρων που έχουν διατυπωθεί από τη βιβλιογραφία. Αρχικά, η αντίληψη της επιθυμίας, η τάση για δράση και η εφικτότητα του Shapiro (1982) μοιάζει να μην ισχύει με τη σειρά που περιγράφει. Επειδή η διαθεσιμότητα των πόρων αποτελεί σημαντικό αντικίνητρο, μπορούμε να πούμε πως η εφικτότητα υπεισέρχεται μεταξύ της αντίληψης της επιθυμίας και της τάσης για δράση. Ιδιαίτερα, οι φοιτητές επιχειρηματικών προγραμμάτων μοιάζουν πρώτα να αντιλαμβάνονται την επιθυμία τους, έπειτα να βλέπουν το κατά πόσο αυτό είναι εφικτό και τέλος να διαμορφώνουν τάση για δράση. Αυτό φαίνεται από το γεγονός πως δεν υπάρχει ξεκάθαρη στάση απέναντι στη δημιουργία νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος σε ορίζοντα πενταετίας. Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες φαίνεται πως έχουν την πρόθεση να επιχειρήσουν, αλλά διστάζουν, περιορίζοντας την τάση τους για επιχειρηματική δράση.

Επιπλέον, οι διαστάσεις του υποδείγματος του Bird (1988) μοιάζουν να ισχύουν, καθώς όπως παρουσιάστηκε και προηγουμένως, τα προσωπικά γνωρίσματα του επιχειρηματία μοιάζουν να αποτελούν ένα σημαντικό κίνητρο. Οι ερωτηθέντες δήλωσαν

πως έχουν συνεργατικό πνεύμα, αλλά και ότι έχουν ικανότητα εξεύρεσης καινοτόμων ιδεών και συνδυασμού και οργάνωσης πόρων.

Η μετεξέλιξη του υποδείγματος του Bird έγινε από τους Boyd & Vozikis (1995), οι οποίοι και επέκτειναν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα στην έννοια της αυτοαποτελεσματικότητας, η οποία είναι περισσότερο ευρεία. Το υπόδειγμα επιχειρηματικών κινήτρων των φοιτητών του δείγματος φαίνεται πως εμπεριέχει και την αυτοαποτελεσματικότητα σε μεγάλο βαθμό, καθώς κινητοποιούνται από το γεγονός πως εμπιστεύονται τις ικανότητες και δεξιότητές τους, αλλά και τις γνώσεις που έχουν λάβει. Το τελευταίο είναι ιδιαίτερα σημαντικό συμπέρασμα, καθώς το υπόδειγμα επιχειρηματικών κινήτρων πρέπει να εμπεριέχει και τη μεταβλητή της επιχειρηματικής εκπαίδευσης, ως έμμεσο παράγοντα επίδρασης της αυτοαποτελεσματικότητας ή του προσλαμβάνοντος ελέγχου όπως ονομάζεται διαφορετικά. Το αποτέλεσμα αυτό μπορεί να τεκμηριωθεί κι από το γεγονός ότι η έλλειψη γνώσεων δεν αποτελεί αντικίνητρο για τους φοιτητές τους δείγματος.

Περαιτέρω στοιχεία μπορούν να τεκμηριωθούν και με βάση το υπόδειγμα του Davidsson (1995), ο οποίος και αναγνωρίζει ως βασικά κίνητρα στο υπόδειγμά του τις πεποιθήσεις που προέρχονται από ηλικία, φύλο, εκπαίδευση και δευτερογενή εμπειρία, αλλά και τις γενικές στάσεις, οι οποίες όπως φάνηκε μπορεί να διαμορφωθούν μέσω της επιχειρηματικής εκπαίδευσης, της οποίας βασικός στόχος είναι η δημιουργία στάσεων. Στην παρούσα έρευνα φάνηκε πως το φύλο και το τμήμα αποτελούν σημαντικούς προσδιοριστικούς παράγοντες, εν αντιθέσει με τα λοιπά κοινωνικά-δημογραφικά στοιχεία. Επίσης, η δευτερογενής εμπειρία κρίνεται σημαντική από τους φοιτητές, αφού κατά πλειοψηφία δήλωσαν πως τους βοηθούν οι επισκέψεις σε πραγματικές επιχειρήσεις.

Ολοκληρώνοντας τη σύνδεση με τα υποδείγματα επιχειρηματικών κινήτρων, θα αναφερθούν τα αποτελέσματα σε σχέση με το Υπόδειγμα Προσχεδιασμένης Συμπεριφοράς του Ajzen (1991) το οποίο κι επιλέχθηκε προς εξέταση με βάση την ανάλυση μονοπατιού που διεξήχθη στο πλαίσιο της μεθόδου των Μοντέλων Δομικών Εξισώσεων. Το υπόδειγμα φαίνεται πως δεν έχει πλήρη εφαρμογή για τους φοιτητές επιχειρηματικών προγραμμάτων του δείγματος. Συγκεκριμένα, τα δημογραφικά στοιχεία δεν έχουν σημαντική επίδραση στις μεταβλητές του προσλαμβάνοντος ελέγχου, στις προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες και στην προσωπική έλξη. Αντίθετα, οι

προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες έχουν κάποια επίδραση στον προσλαμβάνοντα έλεγχο, αλλά καθόλου στην προσωπική έλξη. Τέλος, ο προσλαμβάνων έλεγχος και η προσωπική έλξη μοιάζουν να επιδρούν σημαντικά στο επιχειρηματικό κίνητρο, αλλά όχι οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες άμεσα, παρά μόνο έμμεσα, μέσω της επίδρασής τους στον προσλαμβάνοντα έλεγχο.

Δηλαδή, όπως φαίνεται, τα κοινωνικά-δημογραφικά στοιχεία δεν έχουν καμία επίδραση έμμεση, παρά μόνο άμεση και μάλιστα μόνο το φύλο και η εκπαίδευση. Έτσι, υπάρχει σχέση, αλλά όχι έμμεση όπως πρότεινε ο Ajzen (1991). Επιπλέον, οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες δεν έχουν ευθεία σημαντική επίδραση στο επιχειρηματικό κίνητρο, αλλά συντελούν ως παράγοντας διαμόρφωσης στον προσλαμβάνοντα έλεγχο. Έτσι, ο ρόλος της κουλτούρας όπως αποτυπώνεται στη μεταβλητή αυτή, μοιάζει να επιδρά ως προς την αυτοαποτελεσματικότητα κι εμμέσως στο κίνητρο. Άρα, τα προσωπικά γνωρίσματα που αποτυπώνονται στην έννοια της αυτοαποτελεσματικότητας επιδρούν πιο σημαντικά από ότι η διάσταση της κουλτούρας απευθείας στο επιχειρηματικό κίνητρο.

Η προσωπική έλξη είναι μια μεταβλητή η οποία μοιάζει να μη δέχεται επίδραση από καμία άλλη στο υπόδειγμα, κάνοντας εφικτό να προκύψει το συμπέρασμα πως και αυτή και ο προσλαμβάνων έλεγχος επηρεάζονται κυρίως από την επιχειρηματική εκπαίδευση. Δεδομένου μάλιστα ότι οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες επιδρούν στον προσλαμβάνοντα έλεγχο, αφήνει πεδίο για την εξαγωγή του συμπεράσματος πως η επιχειρηματική εκπαίδευση μέσω της δημιουργίας στάσεων επιδρά στις προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες. Από τη στιγμή που η επιχειρηματική εκπαίδευση έχει εισαχθεί στη διαδικασία διαμόρφωσης των κινήτρων και ενθάρρυνσης της κινητοποίησης ανάληψης νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων αλλάζει τα μέχρι τώρα δεδομένα στην Ελλάδα..

Κατά συνέπεια, το υπόδειγμα που προτείνεται για την ελληνική περίπτωση, περιλαμβάνει στη θέση των κοινωνικών-δημογραφικών στοιχείων την επιχειρηματική εκπαίδευση, η οποία επηρεάζει τον προσλαμβάνοντα έλεγχο, τις προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες και την προσωπική έλξη, από τις οποίες οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες επιδρούν μόνο στον προσλαμβάνοντα έλεγχο. Οι μεταβλητές του προσλαμβάνοντος ελέγχου και της προσωπικής έλξης είναι εκείνες που προσδιορίζουν

λοιπόν απευθείας τη δημιουργία επιχειρηματικών κινήτρων στους φοιτητές επιχειρηματικών προγραμμάτων. Επιπλέον, φάνηκε πως είναι ιδιαίτερα σημαντική η επίδραση των γενικότερων συνθηκών στην οικονομία, γεγονός το οποίο καθιστά απαραίτητο να συμπεριληφθεί ως προσδιοριστικός παράγοντας της προσωπικής έλξης η διάσταση των οικονομικών συνθηκών, μέσω των κινήτρων διαθεσιμότητας των πόρων.

Το γεγονός πως οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες επηρεάζονται από την επιχειρηματική εκπαίδευση ως καθορισμού γενικών στάσεων, υποδηλώνει εμμέσως την πρακτική εφαρμογή της θεωρίας σχημάτων της κοινωνικής γνωσιολογίας του Bandura. Μέσω της θεωρίας σχημάτων μπορούν να δημιουργηθούν τα κατάλληλα «σχήματα» σχετικά με την επιχειρηματικότητα, τα οποία και θα διαφοροποιούνται από τα ήδη υπάρχοντα σχήματα που έχουν δημιουργηθεί στο άτομο από άλλες κοινωνικές επιρροές, όπως αναφέραμε στο τρίτο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής.

Συνοψίζοντας, αναφέρουμε για άλλη μία φορά τη σημαντικότητα των μοντέλων τα οποία στηρίζονται στο υπόδειγμα Σχεδιασμένης Συμπεριφοράς και έχουν χρησιμοποιηθεί ευρέως στην επιχειρηματική έρευνα. Έχουν εφαρμοστεί σε έναν μεγάλο αριθμό επιστημονικών εργασιών για την ικανότητά τους να προβλέψουν αποτελεσματικά την ανθρώπινη συμπεριφορά και τα κίνητρα. Ειδικότερα τα κίνητρα έχει αποδειχτεί ότι μπορούν να προβλέψουν με ακρίβεια ατομικές συμπεριφορές, ειδικά όταν το είδος της συμπεριφοράς στο οποίο αναφερόμαστε είναι σπάνιο ή δύσκολο να παρατηρηθεί ευθέως. Επομένως, τα μοντέλα επιχειρηματικών κινήτρων προσφέρουν σημαντική βοήθεια στην κατανόηση και προβλεπτική ικανότητα των ερευνητών να προσεγγίσουν την επιχειρηματικότητα (Karimi κ.ά., 2016).

Το ερευνητικό πεδίο σχετικά με την επιχειρηματική εκπαίδευση και τα κίνητρα είναι ακόμη ανοιχτό και απαιτούνται περισσότερες έρευνες για να οδηγηθούμε στην πλήρη κατανόηση της σχέσης μεταξύ της επιχειρηματικής εκπαίδευσης και της συμπεριφοράς/κινήτρων. Σημειώνεται ότι στην πρόσφατη μετα-ανάλυση στην έρευνα Martin, McNally & Kay (2013) διαπίστωσαν γενικά θετικές επιπτώσεις των προγραμμάτων επιχειρηματικής εκπαίδευσης (EEPs) στις γνώσεις και τις δεξιότητες, στην αντίληψη σχετικά με την επιχειρηματικότητα και στην ανάληψη επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Τα αποτελέσματα στα οποία κατέληξαν οι Walter & Dohse (2012) αναφέρουν ότι τα προγράμματα επιχειρηματικής επιμόρφωσης (EEPs) σχετίζονται

θετικά με την μελλοντικά επιχειρηματική συμπεριφορά εκείνων που τα παρακολουθούν ενώ παρατήρησαν ότι δεν προκύπτει συσχέτιση με τις κοινωνικές νόρμες και στον προσλαμβάνοντα έλεγχο συμπεριφοράς. Οι ερευνητές Munoz, Mosey & Binks (2011) επίσης διαπίστωσαν ότι η επιχειρηματική εκπαίδευση αναπτύσσει την αυτο-αποτελεσματικότητα των φοιτητών δίνοντάς τους την δυνατότητα να αναπτύξουν επιχειρηματικές ικανότητες και να ανακαλύψουν και να εκμεταλλευτούν ευκαιρίες. Τέλος σε μία έρευνα των Martin, McNally & Kay (2013) φάνηκε ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ της επιχειρηματικής εκπαίδευσης και της αναγνώρισης των επιχειρηματικών ευκαιριών. Τέλος στο πλαίσιο της έρευνας των Karimi, Biemans, Lans, Chizari & Mulder (2014) και Santos, Francisco & Muhammad (2016) διερευνώνται κατά πόσον οι διαφορές στο φύλο και στο κοινωνικό περιβάλλον επηρεάζουν την ανάπτυξη των επιχειρηματικών κινήτρων.

6.1 Περιορισμοί

Παρά το ότι τα αποτελέσματα της παρούσας εργασίας είναι σημαντικά, προέκυψαν εντούτοις περιορισμοί στη διεξαχθείσα έρευνα, οι οποίοι στο σημείο αυτό είναι απαραίτητο να αναφερθούν. Συγκεκριμένα, το δείγμα των 550 φοιτητών που προέκυψε είναι κατά συντριπτική πλειοψηφία από Έλληνες σπουδαστές προγραμμάτων, κάτι που δεν επέτρεψε να στρέψουμε την έρευνά μας και προς τη διερεύνηση των εθνικών διαφορών στην κουλτούρα και τα πολιτισμικά στοιχεία μεταξύ αλλοδαπών και Ελλήνων φοιτητών. Ωστόσο, αυτό αποτελεί περιορισμό ήσσονος σημασίας, χωρίς να έχει κάποια επίδραση στο προκύπτον τελικό υπόδειγμα επιχειρηματικών κινήτρων που χρησιμοποιήθηκε. Ενδεχομένως αν η έρευνα διεξαγόταν σε πολυπολιτισμικό περιβάλλον να προέκυπτε πως πράγματι, οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες που εμπεριέχουν τη διάσταση της κουλτούρας να ήταν σημαντική μεταβλητή που επηρεάζει άμεσα το επιχειρηματικό κίνητρο. Επειδή όμως η κουλτούρα εδώ εξετάστηκε περισσότερο εντός του πλαισίου ατόμων από την ίδια χώρα (με διαφορετικά δημογραφικά και κοινωνικο-πολιτισμικά στοιχεία), φάνηκε πως δεν έχει σημαντική επιρροή. Άλλος ένας περιορισμός που πρέπει να αναφερθεί είναι πως στη διατριβή δεν υπάρχει κάποια σύγκριση με άτομα τα οποία είναι ήδη επιχειρηματίες. Η σύγκριση αυτή θα επέτρεπε στο να διαπιστωθούν οι διαφοροποιήσεις των επιχειρηματικών κινήτρων των φοιτητών επιχειρηματικών

προγραμμάτων και των επιχειρηματιών, σκιαγραφώντας το ρόλο της επιχειρηματικής εκπαίδευσης πληρέστερα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην παρούσα διατριβή ο στόχος ήταν να αποτυπωθούν οι παράγοντες που επιδρούν στα επιχειρηματικά κίνητρα και ο ρόλος της εκπαίδευσης ως παράγοντας ενθάρρυνσης της επιχειρηματικής κινητικότητας των φοιτητών οι οποίοι παρακολουθούν μαθήματα επιχειρηματικότητας. Το θέμα προσεγγίστηκε τόσο βιβλιογραφικά όσο και εμπειρικά.

Όσον αφορά την ιστορική αναδρομή στο προφίλ των επιχειρηματιών και τις συνθήκες που επικρατούσαν για τους νέους επίδοξους επιχειρηματίες (1830-1909) το μόνο είναι σημαντικό να συγκρατήσουμε είναι ότι προέρχονταν από οικογένειες οι οποίες είχαν υψηλή κοινωνική θέση, πολλοί έμεναν στο εξωτερικό κι έτσι είχαν πρόσβαση στα κατάλληλα κοινωνικά δίκτυα. Την περίοδο αυτή λοιπόν, η επιχειρηματικότητα έμοιαζε να είναι προνόμιο μιας ελίτ σε αντίθεση με σήμερα όπου η πρόσβαση στην επιχειρηματική γνώση είναι ελεύθερη και μάλιστα δίνεται η δυνατότητα σε νέους επιχειρηματίες να χρηματοδοτηθούν από ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδότησης στηριζόμενοι στις επιχειρηματικές δεξιότητες που ανέπτυξαν στο πλαίσιο της επιχειρηματικής εκπαίδευσης.

Επομένως, σημαντική είναι και η συμβολή της επιχειρηματικής εκπαίδευσης σήμερα όπου εκτεταμένα διδάσκεται κατά τις τελευταίες δεκαετίες. Ο θεσμός της επιχειρηματικής εκπαίδευσης είναι πλέον διαδομένος και στην Ελλάδα και στην Ευρώπη, αφού προσφέρονται αρκετά επιμορφωτικά σεμινάρια, διοργανώνονται συνέδρια και workshops, αλλά και webinars, εξ αποστάσεως. Η επιχειρηματική εκπαίδευση όπως φάνηκε επηρεάζει τις στάσεις και τις αντιλήψεις των φοιτητών επιχειρηματικών προγραμμάτων. Δηλαδή, μιλώντας σε όρους κοινωνικής γνωσιολογίας και ειδικά της θεωρίας σχημάτων, η επιχειρηματική εκπαίδευση επιδρά στο «σχήμα» της επιχειρηματικότητας και του επιχειρηματία που ήδη υπάρχει στους φοιτητές,

διαμορφώνοντας μία νέα στάση απέναντι στο «σύγχρονο επιχειρείν», με βάση γνώσεις που προσλαμβάνουν από τα προγράμματα.

Η επιχειρηματική εκπαίδευση εκτός από τη μεταβολή στάσεων, επιδρά και στο κομμάτι της αυτοαποτελεσματικότητας, η οποία προσδιορίζει το επιχειρηματικό κίνητρο άμεσα. Αυτό είναι συμβατό τόσο με τη θεωρία του Bird και Boyd και Vozikis και Azjen. Όπως φάνηκε κι από την εμπειρική εξέταση του θέματος στους φοιτητές επιχειρησιακών προγραμμάτων του ΕΚΠΑ, πράγματι, οι φοιτητές εμπιστεύονται τις ικανότητες, δεξιότητες και γνώσεις που έχουν λάβει, πράγμα το οποίο και τονώνει το επιχειρηματικό τους κίνητρο και πρόθεση.

Τα κοινωνικά-δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων φαίνεται πως δεν επιδρούν σημαντικά στις μεταβλητές του προσλαμβανόμενου ελέγχου, των προσλαμβανουσών κοινωνικών νορμών και της προσωπικής έλξης. Αντίθετα, μέσω της ανάλυσης ANOVA φάνηκε πως το φύλο και το τμήμα από το οποίο προέρχονται οι φοιτητές διαφοροποιούν το βαθμό κινητοποίησής του. Η επίδραση της κουλτούρας στο συγκεκριμένο δείγμα δεν είναι εφικτό να εξεταστεί από χώρα σε χώρα, καθώς η πλειοψηφία του δείγματος είναι φοιτητές και απόφοιτοι από ελληνικά πανεπιστήμια. Συνεπώς, το πολιτισμικό υπόβαθρο ήταν εφικτό να εξεταστεί μόνο σε όρους Ελλήνων φοιτητών που προέρχονται από διαφορετικά κοινωνικά υπόβαθρα κι όχι φοιτητών που προέρχονται από διαφορετικές χώρες. Ωστόσο, στο πλαίσιο της παρούσας διδακτορικής διατριβής, δεν περιλαμβάνεται στους στόχους της η σύγκριση επιχειρησιακών συμπεριφορών ανάμεσα σε διαφορετικές εθνικές κουλτούρες (Locke, 2000 Lumpkin· Tracy, Locke & Renard, 1998· Palich & Bagby, 1995). Επιπλέον, από τη συλλογή των πρωτογενών στοιχείων δεν προέκυψε ικανό δείγμα που να αφορά ξένους φοιτητές έτσι ώστε να γίνει η σύγκριση μεταξύ δύο δειγμάτων: ένα Ελλήνων φοιτητών και ένα δείγμα ξένων φοιτητών. Αυτό δεν μειώνει ούτε στο ελάχιστο τα πολύ σημαντικά συμπεράσματα στα οποία καταλήγει η συγκεκριμένη διατριβή.

Τέλος, στην έρευνα ελέγχθηκε το κατά πόσο το υπόδειγμα προσχεδιασμένης συμπεριφοράς του Azjen ισχύει στην περίπτωση των φοιτητών οι οποίοι έχουν παρακολουθήσει μαθήματα επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο επιχειρηματικών προγραμμάτων. Όπως προέκυψε, το υπόδειγμα δεν έχει εφαρμογή. Αντίθετα, προτάθηκε ένα νέο, το οποίο περιέχει την επιχειρηματική εκπαίδευση ως προσδιοριστική μεταβλητή

της προσωπικής έλξης, του προσλαμβάνοντος ελέγχου και των προσλαμβανουσών κοινωνικών νορμών, ενώ μόνο η προσωπική έλξη κι ο προσλαμβάνων έλεγχος επιδρούν άμεσα στο επιχειρηματικό κίνητρο. Οι προσλαμβάνουσες κοινωνικές νόρμες επιδρούν με τη σειρά τους στην προσωπική έλξη.

Η επιχειρηματική εκπαίδευση όπως προέκυψε αλλάζει τα μέχρι τώρα δεδομένα, αφού παρέχει τα κατάλληλα εργαλεία κι αυτοαποτελεσματικότητα ώστε οι νέοι επιχειρηματίες να ξεκινήσουν κάτι δικό τους. Κατά συνέπεια, η επιχειρηματικότητα δεν είναι πλέον μια ελίτ λίγων, αλλά μπορούν όλοι, από όποιο περιβάλλον κι αν προέρχονται, να λάβουν την κατάλληλη επιμόρφωση ώστε να μπορούν να ανταποκριθούν κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Έτσι, για να μπορεί η επιχειρηματική εκπαίδευση να προσφέρει τα μέγιστα, θα πρέπει να σχεδιαστεί καταλλήλως ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των φοιτητών, αλλά και στις γενικότερες συνθήκες.

Στο σημείο αυτό, έχοντας τονίσει τη σημαντικότητα των επιχειρηματικών προγραμμάτων, διατυπώνονται συγκεκριμένες προτάσεις για το πώς μπορούν αυτά να βελτιωθούν και να αποδώσουν τα καλύτερα δυνατά εφόδια για τους σπουδαστές. Τα περισσότερα προγράμματα εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα παρουσιάζουν διαφορετικούς στόχους. Αυτοί μπορεί να είναι συγκεκριμένοι και άμεσα μετρήσιμοι στόχοι (όπως η γνώση των σπουδαστών), καθώς και πιο γενικοί και σύνθετοι (όπως είναι η επιχειρηματική επιτυχία ή την ικανοποίηση από την εργασία). Μέσω του προσδιορισμού των διαφόρων στόχων της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα, θα μπορούσε να υπάρξει μια βαθύτερη κατανόηση των εκπαιδευτικών αναγκών, καθώς και μια πιο σταθμισμένη επιλογή σχετικά με αξιολογικά κριτήρια και εκπαιδευτικές τεχνικές. Γενικά, οι στόχοι της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα θα πρέπει να είναι οι παρακάτω:

- Να αποκτηθούν γνώσεις συναφείς με την επιχειρηματικότητα. Ο στόχος αυτός αναφέρεται στην εκμάθηση των γνώσεων, εννοιών και τεχνικών για κάποιο συγκεκριμένο πεδίο ή αυτοπειθαρχία, που σχετίζονται με τον τομέα της επιχειρηματικότητας. Πρέπει να αναφέρεται, για παράδειγμα, στο περιεχόμενο, όπως εναλλακτικοί τρόποι εντοπισμού επιχειρηματικών ευκαιριών, πλαισίων για τον εντοπισμό των πόρων και των περιορισμών, η φύση της εκκίνησης επιχειρήσεων, κ.λπ.

- Να αποκτηθούν δεξιότητες στη χρήση τεχνικών, κατά την ανάλυση των οικονομικών καταστάσεων των επιχειρήσεων και στη σύνθεση των σχεδίων δράσης. Ο στόχος αυτός αποσκοπεί στην προώθηση των δεξιοτήτων της ανάλυσης και σύνθεσης στη χρήση της γνώσης της λογιστικής, της χρηματοδότησης, του marketing και της γενικής διαχείρισης με ένα ολιστικό τρόπο. Για παράδειγμα, η ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου για μια νέα επιχείρηση απαιτεί την ενσωμάτωση των λειτουργικών δεξιοτήτων και ικανοτήτων σε ένα ενιαίο πλαίσιο.
- Να προσδιορίσουν και να ενθαρρύνουν τον επίδοξο επιχειρηματία, το ταλέντο και την ικανότητα του. Ο στόχος αυτός αναφέρεται στην παροχή γνώσεων των ατόμων για νέες δυνατότητες σταδιοδρομίας της επιχείρησης και στήριξη για την ανάπτυξη της γνώσης σχετικά με τα επιχειρηματικά τους ενδιαφέροντα, τις ικανότητες και τις δυνατότητες τους.
- Να παρασχεθούν τα κατάλληλα εργαλεία για τον προσδιορισμό κι ανάλυση κινδύνων. Αυτό σημαίνει εκπαίδευση για το πώς να διαχειρίζονται οι επιχειρηματίες τους κινδύνους, αλλά και τη μείωση της αποστροφής ως προς τον κίνδυνο. Οι στόχοι αυτοί απομακρύνονται από την παραδοσιακή εκπαίδευση των επιχειρήσεων που κατευθύνεται προς τις ποσοτικές αναλύσεις με έμφαση στην αναβολή της δράσης μέχρι να είναι διαθέσιμα όλα τα αναγκαία στοιχεία.
- Να αναπτύξουν την προσωπική έλξη των ατόμων σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Αυτός ο στόχος αναφέρεται στην επιθυμία / ανάγκη ορισμένων ατόμων να κατανοήσουν και να μάθουν έννοιες που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα, χωρίς πρόθεση για την άμεση εφαρμογή τους. Η αξία ενός τέτοιου στόχου είναι παρόμοια με άτομα που λαμβάνουν μαθήματα σε κάθε τομέα εκτός του βασικού πεδίου σπουδών τους.
- Να αναθεωρήσουν τη στάση απέναντι στην αλλαγή. Ο στόχος αυτός έχει ως αντικείμενο την εκπαίδευση των ανθρώπων σχετικά με πώς να ενθαρρύνουν τους υφισταμένους τους ώστε να καινοτομούν. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να εφαρμοστεί περισσότερο συναισθηματική μάθηση, αντί για γνωστική μάθηση του αντικειμένου.

- Να ενθαρρύνουν τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων και άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Αυτό επιδιώκεται με το άμεσο ερέθισμα για την προώθηση νέων επιχειρήσεων, την αυτοαπασχόληση και την επιχειρηματική προσανατολισμένη σταδιοδρομία. Ο στόχος αυτός αναφέρεται κυρίως σε πανεπιστημιακά προγράμματα επιχειρηματικότητας και προγράμματα επιμόρφωσης για επίδοξους επιχειρηματίες.
- Να τονωθεί η πρόσληψη κοινωνικών νορμών. Ο στόχος αυτός αναφέρεται στην εμφύσηση των στάσεων, αξιών, νοοτροπίας και τις στρατηγικές που απαιτούνται για την απόκτηση γνώσεων σχετικά με τον επιχειρηματικό ρόλο εν γένει. Η διαδικασία της επαγγελματικής κοινωνικοποίησης στους επίδοξους επιχειρηματίες πρέπει να θέτει στους επίδοξους επιχειρηματίες έναν προβληματισμό σχετικά με τις παράξενες απαιτήσεις που ο ρόλος αυτός προϋποθέτει για τους ανθρώπους. Αυτό συνεπάγεται μια βαθύτερη εστίαση της μάθησης για σωστή προετοιμασία των επίδοξων επιχειρηματιών, αλλά και τις σοβαρές ψυχολογικές απαιτήσεις του μελλοντικού τους ρόλου. Εν ολίγοις, οι άνθρωποι που έχουν ή θα ήθελαν να έχουν ένα επιχειρηματικό ρόλο θα πρέπει να λαμβάνουν εκπαίδευση που επικεντρώνεται στην απόκτηση γνώσεων συναφείς με την επιχειρηματικότητα ή / και την απόκτηση των σχετικών επιχειρηματικών δεξιοτήτων και τεχνικών. Από την άλλη πλευρά, άνθρωποι που διαθέτουν επιχειρηματικό πνεύμα ή διανοητικό ενδιαφέρον ως προς την επιχειρηματικότητα θα έχουν διαφορετικούς στόχους μάθησης, δίνοντας έμφαση στις ικανότητες σχετικά με οργανωσιακές αλλαγές και ανάπτυξη, στις στάσεις, στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, στην ενσυναίσθηση, κλπ.

Με βάση τα παραπάνω, η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα θα πρέπει να στοχεύει στο συνδυασμό των διαφόρων δεξιοτήτων, γνώσεων στάσεων και παγιωμένων πεποιθήσεων. Ανάλογα εάν η εκπαίδευση προορίζεται για άτομα τα οποία είναι ήδη επιχειρηματίες ή αν προορίζεται για άτομα που πρόκειται να αναλάβουν επιχειρηματική δράση, θα πρέπει η εκπαίδευση να προσαρμόζεται στοχευμένα στις ειδικές εκπαιδευτικές τους ανάγκες. Με τη λογική αυτή, το πρόγραμμα σπουδών θα πρέπει επίσης να προσαρμόζεται αναλόγως με το αν απευθύνεται σε άτομα τα οποία έχουν λάβει ανωτέρας βαθμίδας εκπαίδευση ή όχι, ή αν προορίζεται για αναπτυγμένες ή αναπτυσσόμενες

χώρες. Δηλαδή, θα πρέπει να προσαρμόζεται αναλόγως με την επιχειρηματική κουλτούρα της χώρας στην οποία και διδάσκεται.

Με βάση τα παραπάνω, προκύπτει πως το κοινό στο οποίο απευθύνονται τα προγράμματα της επιχειρηματικότητας μπορεί να είναι σημαντικά διαφοροποιημένο. Έτσι, οι βασικές κατηγορίες στις οποίες απευθύνεται είναι οι αυτοαπασχολούμενοι, οι ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων, οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που παρουσιάζουν μεγάλη ανάπτυξη, οι χρηματοδότες επιχειρήσεων αλλά και οι διαμεσολαβητές στο κλείσιμο των συμφωνιών αγοράς επιχειρήσεων, οι managers των επιχειρηματικών οργανισμών, ηγέτες και άλλα διευθυντικά στελέχη επιχειρήσεων, σύμβουλοι επιχειρήσεων, αλλά και προπτυχιακοί και μεταπτυχιακοί φοιτητές οικονομικών επιστημών και άλλων κλάδων.

Για τη διαμόρφωση προτάσεων, ήταν σημαντική μία τέτοια τμηματοποίηση, καθώς όπως φαίνεται, τα διαφορετικά προφίλ των ατόμων που μπορεί να παρακολουθήσουν επιχειρηματικά προγράμματα, έχουν διαφορετικές μαθησιακές ανάγκες και κατ' επέκταση έχουν διαφορετικές προσδοκίες από τα προγράμματα. Αυτή η διεύρυνση του πεδίου εφαρμογής της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα συνεπάγεται την ανάγκη να κατανοηθεί με σαφήνεια η ταυτότητα, τα χαρακτηριστικά και οι μαθησιακές απαιτήσεις των στόχων των διαφορετικών ομάδων στις οποίες απευθύνονται τα προγράμματα. Γενικά, θα πρέπει να υπάρχει διάδραση μεταξύ των εκπαιδευτών και καθηγητών των προγραμμάτων και των εκπαιδευόμενων και φοιτητών, ώστε να μπορεί το πρόγραμμα να ανταποκρίνεται στις ανάγκες τους.

Με βάση το συγκεκριμένο διαχωρισμό, θα πρέπει να παρέχονται τεσσάρων ειδών προγράμματα:

- Γενικές επιχειρησιακές γνώσεις. Βάσει αυτών των προγραμμάτων, θα πρέπει να παρέχονται γενικές γνώσεις γύρω από την επιχειρηματικότητα, σε άτομα τα οποία είναι επίδοξοι επιχειρηματίες, ή και σε άτομα τα οποία έχουν ήδη ιδρύσει μία επιχείρηση, ώστε να αποκτήσουν γνώσεις, ικανότητες και δεξιότητες ώστε να μπορέσουν να ανταποκριθούν.
- Επιχειρησιακές γνώσεις για άτομα τα οποία ήδη έχουν ιδρύσει επιχείρηση ή διοικούν μια επιχείρηση. Το πρόγραμμα αυτό προϋποθέτει πως τα άτομα είναι ήδη επιχειρηματίες και λαμβάνουν τις απαραίτητες γνώσεις ώστε να μπορούν να συνεχίσουν να διοικούν την επιχείρηση με επιτυχία.

- Γενικές γνώσεις επιχειρήσεων. Το πρόγραμμα αυτό διαφοροποιείται από το πρόγραμμα γενικών επιχειρησιακών γνώσεων, καθώς δε στοχεύει τόσο στην απόκτηση γνώσεων, δεξιοτήτων κι ικανοτήτων γύρω από την επιχειρηματικότητα, αλλά σε συγκεκριμένες γνώσεις πάνω στις επιχειρήσεις.
- Ειδικές γνώσεις για τον εντοπισμό ευκαιριών. Τα προγράμματα αυτά στοχεύουν ιδιαίτερα στο να δώσουν τα απαραίτητα εφόδια στους νέους επιχειρηματίες ώστε να μπορούν να αξιοποιούν τις ευκαιρίες που προκύπτουν με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο.
- Ειδικές γνώσεις επιχειρήσεων. Τα προγράμματα αυτά αφορούν στη διοίκηση επιχειρήσεων συγκεκριμένων κλάδων και προϊόντων, ώστε οι νέοι ή επίδοξοι επιχειρηματίες να έχουν τις κατάλληλες δεξιότητες για να ανταποκριθούν.
- Πολύ σημαντική διάσταση στην επιχειρηματική εκπαίδευση είναι η συμβολή των εκπαιδευτών ή καθηγητών των προγραμμάτων αυτών. Έτσι, πρέπει στη βάση αυτή να προαχθούν εκπαιδευτικές τεχνικές οι οποίες και να ανταποκρίνονται στις ανάγκες τόσο των σπουδαστών, όσο και στις επιταγές των κοινωνικο-οικονομικών συνθηκών εν γένει.

Γενικά, η δευτερογενής και πρωτογενής εμπειρία είναι σημαντική για τους νέους επιχειρηματίες ως τρόπος μάθησης. Σύμφωνα με αυτόν τον τρόπο μάθησης, οι επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται κυρίως στην απόκτηση των ικανοτήτων που λαμβάνει χώρα σε πολύ διαφορετικές καταστάσεις. Φυσικά, αυτό δεν σημαίνει ότι οι επιχειρηματίες μαθαίνουν μόνοι τους απαραίτητα, αλλά συχνά μαθαίνουν μόνοι τους. Περιστασιακά, μπορούν επίσης να συμμετέχουν σε επίσημα δομημένα προγράμματα εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα. Στη βάση αυτή, πρέπει να προταθούν συγκεκριμένες εκπαιδευτικές τεχνικές ώστε τα προγράμματα αυτά να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις μαθησιακές ανάγκες.

Ένας συνδυασμός διαλέξεων αλλά και μελετών περιπτώσεων, είναι καθοριστικός στη μάθηση μέσω δευτερογενών και πρωτογενών εμπειριών. Η παραδοσιακή εκπαίδευση γύρω από την επιχειρηματικότητα, δίνοντας ουσιαστικά τα βασικά εφόδια στους νέους επιχειρηματίες, μπορεί να χρησιμοποιηθεί, αλλά πάντα με την αντίστοιχη εμπειρία που παρέχεται σε αυτούς μέσω τεχνικών προσομοίωσης στο πώς θα συμπεριφέρονταν σε μια

επιχείρηση και για την επίλυση συγκεκριμένου προβλήματος, αλλά και μέσω επισκέψεων σε άλλες επιχειρήσεις, ώστε να μπορέσουν να κατανοήσουν τον τρόπο λειτουργίας τους. Είναι σημαντικό λοιπόν, πέρα από την ανάπτυξη της λογικής και της αντικειμενικότητας στον προσδιορισμό της επίλυσης προβλημάτων να αναπτύσσεται παράλληλα και η δημιουργική, συναισθηματική και φαντασική διάσταση του ατόμου, ώστε να μπορέσει να ανταποκριθεί στα σημερινά σύνθετα επιχειρησιακά περιβάλλοντα.

Οι παραδοσιακές μέθοδοι διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας πλέον δίνουν τη θέση τους σε νέες μεθόδους που πηγάζουν από την καλύτερη κατανόηση της επιχειρηματικότητας. Οι μαθητές επιχειρησιακών προγραμμάτων πρέπει να αναπτύξουν καλύτερες δεξιότητες επικοινωνίας και να γνωρίζουν καλύτερα το πώς οι άλλοι αντιλαμβάνονται τη συμπεριφορά τους. Με βάση αυτό, τα μαθήματα θα πρέπει να είναι πιο αδόμητα και ιδιαίτερα να δημιουργούν προβλήματα τα οποία απαιτούν καινοτόμες λύσεις κάτω από συνθήκες κινδύνου και αβεβαιότητας.

Αυτό εκφράζει μια προσέγγιση μάθησης που απευθύνεται προς μία απλή επιχειρηματική εστίαση, σε αντίθεση με τη μαθησιακή επιχειρηματική εστίαση, σε συνδυασμό με μια μεγαλύτερη έμφαση στην χρήση της στην πράξη, και όχι στο πλαίσιο της μάθησης της ίδιας. Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα θα πρέπει να προσεγγίσει σήμερα το πραγματικό επιχειρηματικό κόσμο μέσα από μεθόδους «learning by doing» και βιωματικών προσεγγίσεων ενθαρρύνοντας τη χρήση των συναισθημάτων, συμπεριφορών και ποσοτικών στοιχείων και πληροφοριών, βοηθώντας στην ανάπτυξη περισσότερης ανεξαρτησίας από εξωτερικές πηγές πληροφοριών, με τη χρήση πολλαπλών πηγών άλλων επιστημών, βοηθώντας τους να αναπτύξουν τις συναισθηματικές αντιδράσεις ως προς την αντιμετώπιση καταστάσεων σύγκρουσης και ούτω καθεξής.

Σύμφωνα με αυτό το πλαίσιο, ο εκπαιδευτής πρέπει να γίνει ένας βοηθός στη διαδικασία μάθησης, να είναι σε θέση να χρησιμοποιήσει τεχνικές ρόλων, προσομοιώσεις χρηματοοικονομικής διαχείρισης, να αναλύει περιπτώσεις «καλών πρακτικών μέσα από εξειδικευμένες περιπτώσεις (case studies) ή και επισκέψεις σε παραγωγικούς οργανισμούς και επιχειρήσεις. Τονίζεται η ανάγκη για τη συμπεριφορά και την εμπειρία απόκτησης γνώσεων, επιβεβαιώνοντας την ανάγκη για μια μετατόπιση του ρόλου του δασκάλου, από εκπαιδευτή σε επόπτη. Αυτό μπορεί να γίνει με

διαγωνισμούς επιχειρηματικού σχεδιασμού (που συχνά οδηγεί σε δημιουργία επιχειρήσεων), σε περιόδους πρακτικής άσκησης, διαβούλευση με τους επιχειρηματίες, χρήση ηλεκτρονικών μεθόδων και προσομοιώσεις της συμπεριφοράς. Όλα αυτά είναι περίπλοκα από το γεγονός ότι τα περισσότερα προγράμματα εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα είναι συχνά πολύ μικρής διάρκειας και μερικά από αυτά δεν εκτείνονται σε μεγαλύτερες περιόδους

Αντιμέτωποι με αυτή τη γενική τάση προς την ανάπτυξη μη παραδοσιακών τεχνικών διδασκαλίας, υπογραμμίζεται η ανάγκη να μην ξεχνάμε τη σημασία της αφαιρετικής μάθησης, πράγμα που σημαίνει ότι οι παραδοσιακές διαλέξεις με βάση τη θεωρία θα πρέπει να εξακολουθούν να αποτελούν τον πυρήνα των μαθημάτων επιχειρηματικότητας. Έτσι, η επαγωγική μάθηση χωρίς την παροχή θεωρητικών εφοδίων γύρω από την επιχειρηματικότητα, θα οδηγούσε ενδεχομένως σε δυσκολία ανταπόκρισης των περισσότερων φοιτητών των προγραμμάτων, καθώς μόνο όσοι έχουν εξέχουσες διανοητικές ικανότητες θα μπορούσαν να πετύχουν. Προς την αποφυγή τέτοιων καταστάσεων λοιπόν, προτείνεται συνδυασμός θεωρίας και πράξης κι ιδιαίτερα όπου η θεωρία μοιάζει να μη γίνεται κατανοητή για το πώς πραγματικά μπορεί να εφαρμοστεί σε επιχειρησιακό επίπεδο.

Η ανάπτυξη επιχειρησιακών προγραμμάτων στην τριτοβάθμια εκπαίδευση ανοίγει επίσης το πεδίο για νέες ευκαιρίες. Πλέον, τα ελληνικά πανεπιστήμια είναι σε θέση να προσφέρουν εξ αποστάσεως εκπαίδευση, πολλαπλασιάζοντας τις μαθησιακές δυνατότητες για τους φοιτητές. Μπορούν επίσης να προσφέρονται μαθήματα με τη χρήση πολυμέσων (multimedia), πραγματικά και εικονικά, βελτιώνοντας την ποιότητα της μαθησιακής διαδικασίας. Επιπλέον η ανάπτυξη του διαδικτύου έχει καταστήσει τις πληροφορίες πιο εύκολα διαθέσιμες, οι οποίες με τη σειρά τους κάνουν τα άτομα περισσότερο ικανά στο να εντοπίσουν επιχειρηματικές ευκαιρίες να καλλιεργηθεί το περιεχόμενο των μαθημάτων. Η όλη διδασκαλία επιχειρηματικών προγραμμάτων μπορεί να επωφεληθεί από την ανάπτυξη των συστημάτων ΤΠΕ: οι καθηγητές μπορούν να επικοινωνούν καλύτερα, να μοιράζονται πόρους και ιδέες για να καταστεί η εκπαιδευτική διαδικασία πιο αποτελεσματική.

Οι προτάσεις στο πεδίο αυτό μπορούν να επεκταθούν ακόμα περαιτέρω, στο πεδίο της μέτρησης της συνολικής αποτελεσματικότητας των εκπαιδευτικών προγραμμάτων

επιχειρηματικότητας για τα άτομα και την κοινωνία. Τα κύρια προβλήματα που σχετίζονται με την αξιολόγηση της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα μπορεί να εντοπίζονται σε μετρήσεις της παραγωγής από την επιχειρηματική εκπαιδευτική διαδικασία. Αν και φαίνεται δύσκολο να καθοριστεί κάποιου είδους αιτιότητα, ορισμένα μέτρα εξόδου (όπως αλλαγές στις επιχειρηματικές αξίες, προσανατολισμός προς την επιχειρηματική σταδιοδρομία, στην προσωπική αξιολόγηση των επιχειρηματικών δεξιοτήτων και ούτω καθεξής) θα μπορούσαν επίσης να εξεταστούν. Οι μέθοδοι για την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων παρόλα αυτά δεν μπορούν να είναι ενιαίες και γενικώς αποδεκτές, αλλά αντίθετα θα πρέπει να καθοριστούν λαμβάνοντας υπόψη τις παρακάτω παραμέτρους:

- **Ομάδες-στόχοι.** Όπως αναφέρθηκε πριν, η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα μπορεί να απευθύνεται σε διάφορες ομάδες-στόχους και είναι πιθανό για κάθε μία ομάδα να απαιτούνται διαφορετικά μέτρα αξιολόγησης, προκειμένου να αξιολογηθεί η έκβαση των διαφορετικών εκπαιδευτικών διαδικασιών και των στόχων τους .
- **Πανεπιστήμιο / σχολείο** έναντι εστίασης στην εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα. Η έμφαση πολλών σχολών διοίκησης επιχειρήσεων είναι η κατανόηση, η ανατροφοδότηση, η κριτική σκέψη, η ανάλυση μεγάλου όγκου πληροφοριών, διαμόρφωση υποθέσεων για συμπεριφορές και ανάπτυξη μοντέλων, αναζήτηση των σωστών απαντήσεων, σε μεγάλο βαθμό, σύνθεση πληροφοριών από έγκυρες πηγές και αξιολόγηση με γραπτές δοκιμασίες. Σε αντίθεση, ο επιχειρηματίας με περιορισμένους πόρους λειτουργεί με συναίσθημα, προσπαθώντας να κατανοήσει τα φίλτρα μέσω των οποίων περνούν οι πληροφορίες, αναγνωρίζοντας τις κρυφές ατζέντες σε σχέση με τους στόχους των άλλων ανθρώπων.
- **Στόχοι της εκπαίδευσης σε σχέση με την επιχειρηματικότητα.** Η ποικιλία των εκπαιδευτικών προγραμμάτων που προορίζονται για διαφορετικούς σκοπούς απαιτούν και διαφορετική στοχοθεσία της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα. Οι ομάδες-στόχοι αποτελούν ετερόκλητα εκπαιδευτικές ανάγκες, οι οποίες έχουν περαιτέρω επιπτώσεις για την αξιολόγηση και την εκτίμηση των προγραμμάτων. Ως εκ τούτου, για κάθε έναν από τους προαναφερθέντες στόχους της εκπαίδευσης

στην επιχειρηματικότητα κάποια μέτρα θα μπορούσαν να αναπτυχθούν για την αξιολόγηση της επίτευξής τους.

- **Επίπεδα ανάλυσης.** Όσον αφορά την αποτελεσματικότητα της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα, μπορεί να περιορίζεται μόνο στη γνώση που αποκτάται στην τάξη, αλλά θα πρέπει επίσης να εξεταστεί κι η ίδρυση νέων επιχειρήσεων / εταιριών, η επιτυχία υφισταμένων επιχειρήσεων και η ενίσχυση της δυνατότητας των επιχειρηματιών. Σε ένα πρώτο επίπεδο, το ενδιαφέρον για την εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα θα πρέπει να είναι στενά συσχετισμένο με την έννοια της μικρής επιχείρησης και τη συμβολή της στην κοινωνία. Έτσι, στη βάση αυτή, προτείνονται ως μέτρα αξιολόγησης ο αριθμός των νέων επιχειρήσεων, ο αριθμός των εργαζομένων, ο συνολικός κύκλος εργασιών και η καινοτομία. Στο επίπεδο της επιχείρησης, η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα μπορεί να έχει αντίκτυπο σχετικά με τη δημιουργία της ίδιας της επιχείρησης. Από την άλλη πλευρά, η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα μπορεί να συμβάλει θετικά στην ανάπτυξη των διαδικασιών εταιρικής επιχειρηματικότητας, οι οποίες έχουν να κάνουν κυρίως με την οργάνωση των επιχειρήσεων. Σε ατομικό επίπεδο ανάλυσης τα μέτρα που μπορούν να οριστούν πρέπει να περιλαμβάνουν μια σειρά παραγόντων αξιολόγησης των αντιλήψεων και των ατομικών εξελίξεων και ανάπτυξης. Στη βάση αυτή, η αποτελεσματικότητα μπορεί να μετρηθεί από το ποσοστό αυτοαπασχόλησης, από την προσωπική και επαγγελματική ικανοποίηση, την απόκτηση γνώσεων, την απόκτηση δεξιοτήτων την εξατομίκευση των ατομικών δυνατοτήτων, τις αλλαγές στη στάση και τη δημιουργία προσωπικών κερδών.
- **Διάσταση του χρόνου.** Η διάσταση του χρόνου για την έναρξη προγραμμάτων και τα αναμενόμενα αποτελέσματα μπορεί να αποτελέσουν σημαντικό παράγοντα επεξήγησης της αποτελεσματικότητας των επιχειρηματικών προγραμμάτων. Σχετικά με τη βραχυπρόθεσμη αποτελεσματικότητα, αυτή θα μπορούσε να μετρηθεί μέσω του βαθμού ικανοποίησης των φοιτητών και της εγγραφής ή ζήτησης για επιπλέον μαθήματα , κλπ. Όσο για τα μακροπρόθεσμα αποτελέσματα, αυτά θα μπορούσαν να μετρηθούν με βάση την απόδοση της επιχείρησης σε διάστημα δεκαετίας, αλλά και την προσωπική κι επαγγελματική ικανοποίηση.

Έχοντας κατανοήσει τη σημαντικότητα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης, παραπάνω προτάθηκε ένα γενικό πλαίσιο για το πώς αυτό μπορεί να εφαρμοστεί επιτυχώς, λαμβάνοντας υπόψη και τα αποτελέσματα της έρευνας στους φοιτητές επιχειρηματικών προγραμμάτων. Όπως φαίνεται, η επιχειρηματική εκπαίδευση δεν αποτελεί παροδικό φαινόμενο, αλλά αντίθετα αποτελεί πλέον μία παγιωμένη και ολοκληρωμένη διαδικασία ανάπτυξης επιχειρηματικών δεξιοτήτων για τους επίδοξους νέους επιχειρηματίες.

Κατά συνέπεια, θα ήταν ενδιαφέρον μελλοντικά να φανεί επί του πρακτέου η επίπτωση που έχει η επιχειρηματική εκπαίδευση, τόσο για το άτομο, όσο και για την κοινωνία στην Ελλάδα. Παρόμοια έρευνα δεν έχει διεξαχθεί στο παρελθόν κι έτσι θα ήταν ενδιαφέρον να μετρηθεί η αποτελεσματικότητα ολιστικά, ως προς τις ανωτέρω διαστάσεις που προτάθηκαν. Τέλος, θα ήταν εξαιρετικά σημαντικό να διερευνηθεί και ο ρόλος του πολιτισμικού υπόβαθρου εκτενέστερα στο νέο υπόδειγμα επιχειρηματικών κινήτρων, από φοιτητές οι οποίοι προέρχονται από διαφορετικές χώρες, για να φανεί αν στην περίπτωση αυτή ο ρόλος της κουλτούρας έχει εξέχουσα θέση στην επιχειρηματική κινητοποίηση.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: Μελέτη Περίπτωσης: Ποιοτικά χαρακτηριστικά Ελλήνων Επιχειρηματιών 1830-1909

Η χρονολογική σειρά ακολουθείται στην αλληλουχία των ονομάτων, έτσι ώστε να τονίσει την εξέλιξη με την πάροδο του χρόνου. Κάθε μία από αυτές τις περιπτώσεις είχαν μοναδικά χαρακτηριστικά, αλλά ως ένα σύνολο επιβεβαιώνουν αφενός την ύπαρξη γενικών προτύπων συμπεριφοράς και αφετέρου την χρονική εξέλιξη.

Πίνακας 12: Σημαντικότεροι Έλληνες επιχειρηματίες 19^{ου}-20ου αιώνα (κυρίως το διάστημα 1830-1909)

ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΜΕΛΕΤΗΣ 1830-1909	
Με χρονολογική σειρά ημερομηνιών γέννησης (κατά προσέγγιση)	
1.Ελπιδοφόρος Λαδόπουλος	
Κοινωνική καταγωγή	Γιός εμπόρου.
Εκπαίδευση	Σπουδές στην Αθήνα (νομικά) και στο Παρίσι.
Μη εταιρικές δραστηριότητες	Εμπορικός οίκος «Λαδόπουλος Αθανάσιος και Υιοί» (εκτ.1860) στην Σύρο.
Εταιρική δραστηριότητα	Συνιδρυτής και μέλος του διοικητικού συμβουλίου της ατμοπλοϊκής εταιρείας «Ελληνική Ατμοπλοία Α.Ε.» (εκτ.1856). Είχε ισχυρή παρουσία και λειτουργούσε ως αντιπρόσωπος των υπολοίπων μετόχων.
Μη επιχειρηματικές δραστηριότητες, δημόσια/διοικητικά και πολιτικά καθήκοντα	Μέλος του τοπικού συμβουλίου της Σύρου, εμπορικός δικαστής και πρόεδρος του Εμπορικού Επιμελητηρίου.
Άλλες παρατηρήσεις	-
2. Σωτήρης Γερούσης	
Κοινωνική καταγωγή	Γιός εμπόρου
Εκπαίδευση	-
Μη εταιρικές δραστηριότητες	Ξεκίνησε ως έμπορος στην Σμύρνη στις αρχές

	του 1820. Το 1827 μετακόμισε στην Τεργέστη και το 1835 στο Παρίσι, με δραστηριότητα στο εμπόριο και τον δανεισμό, αποκτώντας μεγάλη ακίνητη περιουσία.
Εταιρική δραστηριότητα	Ιδρυτικό μέλος της ναυτιλιακής ασφαλιστικής εταιρίας «Ανατολή Α.Ε.» (εκτ.1856) και της «Ελληνικής Ναυτικής Τράπεζας» (εκτ.1860).
Μη επιχειρηματικές δραστηριότητες, δημόσια/διοικητικά και πολιτικά καθήκοντα	-
Άλλες παρατηρήσεις	Κατά τη διάρκεια της ζωής του, φαίνεται να ακολούθησε την πλήρη μετάβαση της μορφής της επιχειρηματικής οργάνωσης σε Α.Ε.
3. Παναγιώτης Χαλκιόπουλος	
Κοινωνική καταγωγή Εκπαίδευση	Ήταν μια από τις πλέον εξέχουσες προσωπικότητες του τοπικού κύκλου των διανοουμένων.
Μη εταιρικές δραστηριότητες	Δικηγόρος και καθηγητής Εμπορικού Δικαίου στο λύκειο της Πάτρας. Εξειδίκευση σε θέματα σταφιδικής οικονομίας, συγγραφή σημαντικής πραγματείας για την βελτίωση της ελληνικής γεωργίας την δεκαετία του 1880. Ιδιοκτήτης μεγάλης ακίνητης περιουσίας και εκτάσεων γης, δηλώνοντας την ιδιότητα του επιχειρηματία/ γαιοκτήμονα.
Εταιρική δραστηριότητα	Ιδρυτικό μέλος και πρόεδρος της «Ελληνικής Οινοποιητικής Εταιρίας Α.Ε.» (εκτ. 1858). Ιδρυτικό μέλος και μέλος του διοικητικού συμβουλίου της μεταφορικής ασφαλιστικής εταιρίας «Ο Σωτήρ Α.Ε.» (εκτ. 1858). Συνιδρυτής της σταφιδικής εταιρίας «Κορινθιακή Σταφίς Α.Ε.» (εκτ. 1859). Επίσης, ιδρυτικός μέτοχος και πρόεδρος της

	ασφαλιστικής εταιρίας «Η Πρόνοια» (εκτ. 1859).
Μη επιχειρηματικές δραστηριότητες, - δημόσια/διοικητικά και πολιτικά καθήκοντα	
Άλλες παρατηρήσεις	Διατηρούσε στενή φιλία με το δήμαρχο Πάτρας, Μπενιζέλο Ρούφο.
4. Ηλίας Κεχαγιάς	
Κοινωνική καταγωγή Εκπαίδευση	Γιός τοπικού αξιωματούχου της Άμφισσας, ο οποίος ακολούθησε καριέρα πολιτικού μετά την επανάσταση. Σπουδές στην Τεργέστη.
Μη εταιρικές δραστηριότητες	Ξεκίνησε την καριέρα του ως τοκογλύφος. Απέκτησε επίσης δύο πλοία και έγινε ευρύτερα γνωστός ως έμπορος-επιχειρηματίας.
Εταιρική δραστηριότητα	Μέλος του διοικητικού συμβουλίου της «Εταιρίας Ελληνικής Ατμοπλοΐας Α.Ε.» (εκτ. 1856). Ιδρυτικός μέτοχος της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος (εκτ. 1841).
Μη επιχειρηματικές δραστηριότητες, - δημόσια/διοικητικά και πολιτικά καθήκοντα	
Άλλες παρατηρήσεις	Ξάδελφος του υποδιοικητή της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος.
5. Γεώργιος Σκουζές	
Κοινωνική καταγωγή Εκπαίδευση	Γιός εύπορου εμπόρου της διασποράς.
Μη εταιρικές δραστηριότητες	Ξεκίνησε την καριέρα του στην Τεργέστη ως εκπαιδευόμενος σε εμπορικό οίκο. Εκεί ανέπτυξε εμπορικούς δεσμούς με τον Charles Hambro Joseph Erlanger. Με την πάροδο του χρόνου εξελίχθηκε σε γνωστό έμπορο, επιχειρηματία, γαιοκτήμονα και τραπεζίτη.

	<p>Το 1847 ίδρυσε την «Τράπεζα Γεωργίου Π. Σκουζέ Ε.Π.Ε., η οποία λειτούργησε έως το 1912, συμμετέχοντας στην χρηματοδότηση σιδηροδρομικών κατασκευών και παρομοίων εταιρικών δραστηριοτήτων.</p>
Εταιρική δραστηριότητα	<p>Ιδρυτικός μέτοχος της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος (εκτ.1841), όπου συμμετείχε ως σύμβουλος.</p> <p>Συνιδρυτής των «Σιδηροδρόμων Αθηνών-Πειραιώς Α.Ε.» και ιδρυτικός μέτοχος της «Τράπεζας Βιομηχανικής Πίστεως Α.Ε.» (εκτ. 1873) με έδρα την Αθήνα.</p> <p>Μέτοχος στην Ιονικής Τράπεζας με έδρα το Λονδίνο.</p>
Μη επιχειρηματικές δραστηριότητες, - δημόσια/διοικητικά και πολιτικά καθήκοντα	
Άλλες παρατηρήσεις	<p>Ίδρυσε τις πιο εξελιγμένες αποθήκες της εποχής στην Ελλάδα, στο λιμάνι του Πειραιά.</p>
6. Αλέξανδρος Βλάχκαλης	
Κοινωνική καταγωγή Εκπαίδευση	<p>Έλληνας της διασποράς με καταγωγή από την Κων/πολη. Ανιψιός του εξέχοντος μηχανικού-επιχειρηματία από την Οδησό, Νικόλαου Βλάχκαλη.</p> <p>Ήταν μηχανικός- μηχανολόγος, με πτυχίο από το Πολυτεχνείο της Ζυρίχης, από όπου και αποφοίτησε το 1896.</p>
Μη εταιρικές δραστηριότητες	<p>Ξεκίνησε την καριέρα του ως μηχανικός στο μηχανουργείο Βασιλειάδη.</p>
Εταιρική δραστηριότητα	<p>Συνιδρυτής και μέλος του διοικητικού συμβουλίου της «Εταιρίας Ελληνικών Σιδηροδρόμων Α.Ε.» (εκτ. 1902.</p>
Μη επιχειρηματικές δραστηριότητες, -	

δημόσια/διοικητικά και πολιτικά καθήκοντα	
Άλλες παρατηρήσεις	Σύμβουλος των Ηλεκτρικών Σιδηροδρόμων Τραμ Αθηνών Α.Ε.
7. Αντώνιος Ζ. Μάτσας	
Κοινωνική καταγωγή Εκπαίδευση	Μηχανικός- μηχανολόγος με σπουδές στο Παρίσι.
Μη εταιρικές δραστηριότητες	-
Εταιρική δραστηριότητα	Συνιδρυτής της κατασκευαστικής εταιρίας «Γενική Εταιρία Εργοληψιών Α.Ε.» (εκτ. 1889). Σύμβουλος της Τράπεζας Αθηνών, 1894- 1904.
Μη επιχειρηματικές δραστηριότητες, δημόσια/διοικητικά και πολιτικά καθήκοντα	-
Άλλες παρατηρήσεις	Είχε την εποπτεία της κατασκευής της σιδηροδρομικής γραμμής Αθηνών- Πειραιώς το 1869. Συμμετείχε στο τελευταίο στάδιο της κατασκευής του Ισθμού της Κορίνθου (1893).
8. Ιωάννης Πεσμαζόγλου	
Κοινωνική καταγωγή Εκπαίδευση	Γιός εξέχοντος έλληνα εμπόρου στην Σμύρνη. Σπούδασε οικονομικά στο Παρίσι.
Μη εταιρικές δραστηριότητες	Ξεκίνησε την καριέρα του στην Credit Lyonnais στην Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου. Το 1876 ίδρυσε την «Τράπεζα Ιωάννη Γ. Πεσμαζόγλου».
Εταιρική δραστηριότητα	Το 1896 η τράπεζά του συγχωνεύτηκε με την Τράπεζα Αθηνών, όπου έγινε διευθυντής. Συμμετείχε στην ίδρυση της «Προνομιούχου Εταιρίας προς την Προστασίαν της Παραγωγής και της Εμπορίας της Σταφίδος» (εκτ. 1905), καθώς και της «Εταιρίας Οίνων και Οινοπνευμάτων» (εκτ. 1906).
Μη επιχειρηματικές δραστηριότητες,	Από το 1900 και έπειτα, εξελέγη βουλευτής

δημόσια/διοικητικά και πολιτικά καθήκοντα	Αθηνών, Μεσσηνίας και Ηλείας.
Άλλες παρατηρήσεις	Ένας από τους πιο σημαντικούς εκσυγχρονιστές/ επιχειρηματίες των Αθηνών στις αρχές του αιώνα.
9. Επαμεινώνδας Χαρίλαος	
Κοινωνική καταγωγή Εκπαίδευση	Ο πατέρας του ήταν εξέχων έμπορος στην Σμύρνη και στο Γαλάτσι της Ρουμανίας. Σπούδασε νομικά στην Αθήνα και χημεία στη Γαλλία, το Βέλγιο και τη Γερμανία.
Μη εταιρικές δραστηριότητες	Ίδρυσε τρεις ομόρρυθμες εταιρείες, η πρώτη από τις οποίες ήταν σαπωνοποιείο/ελαιουργείο με το όνομα «Επαμεινώνδας Χαρίλαος και Νικόλαος Κανελλόπουλος» (εκτ. 1892)
Εταιρική δραστηριότητα	Ίδρυτής και διευθυντής της εταιρίας «Εταιρία Οίνων και Οινοπνευμάτων» (εκτ. 1906)
Μη επιχειρηματικές δραστηριότητες, δημόσια/διοικητικά και πολιτικά καθήκοντα	Πρόεδρος του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών.
Άλλες παρατηρήσεις	Μετά τα 1909 συμμετείχε στην ίδρυση μεγάλου αριθμού εταιρειών Α.Ε.

Πηγή: Ασδραχάς (2003), Κατσουλής (1994), Συλλογικό έργο (1999), Συλλογικό έργο (2009). Η επεξεργασία των δεδομένων έγινε από τον συγγραφέα.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: Ηλεκτρονική διεύθυνση Ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο έχει δημιουργηθεί προς συμπλήρωση στην ακόλουθη ηλεκτρονική διεύθυνση:

https://docs.google.com/forms/d/15hVcKq5UOh4CqwJaM9Mgg6h_T7B1e0GNlnJYZnW2Jjs/viewform#invite

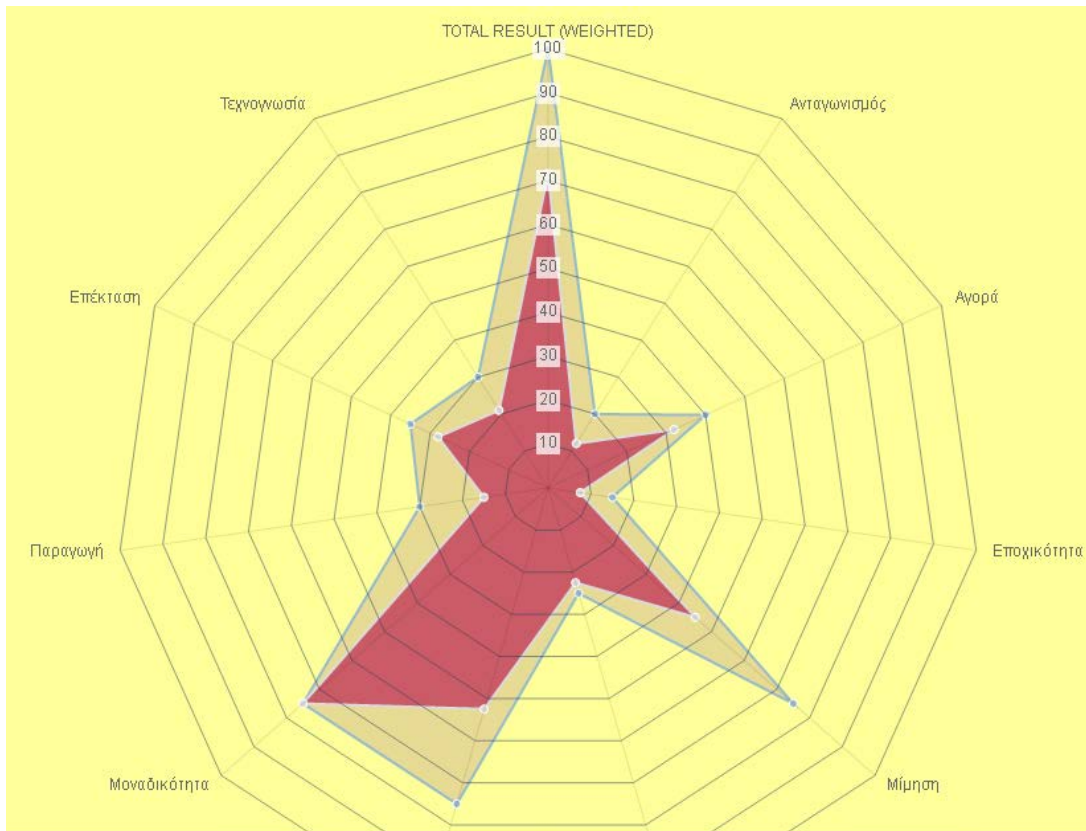
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3: Ανάπτυξη Διαδικτυακής Εφαρμογής Αυτό-αξιολόγησης Επιχειρηματικής Ιδέας

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης διδακτορικής διατριβής δημιουργήθηκε η διαδικτυακή εφαρμογή που αφορά τη νεανική επιχειρηματικότητα με τίτλο: «**Αξιολόγηση Επιχειρηματικής Ιδέας (ΑΕΙ)**». Ο διαδικτυακός τόπος που μπορείτε να την επισκεφτείτε είναι <http://tpedimotiko.eu/keana/entrassessidea/login.php>

Αφετηρία για αυτή την εφαρμογή στάθηκε η έννοια του «σύγχρονου επιχειρείν» και πώς αυτή μπορεί να προσεγγιστεί ποιοτικά και ποσοτικά από νέους επίδοξους επιχειρηματίες οι οποίοι με κάποιο τρόπο πρέπει να αξιολογήσουν την επιχειρηματική τους ιδέα. Η συγκεκριμένη εφαρμογή σκοπό έχει να αξιολογήσει και να διερευνήσει κατά πόσο μία επιχειρηματική ιδέα έχει πιθανότητες να πετύχει με την βοήθεια δέκα παραγόντων-κριτηρίων: Ανταγωνισμός, Αγορά, Εποχικότητα, Μίμηση, Καθιέρωση, Δεξιότητες, Μοναδικότητα, Παραγωγή, Επέκταση, Τεχνογνωσία).

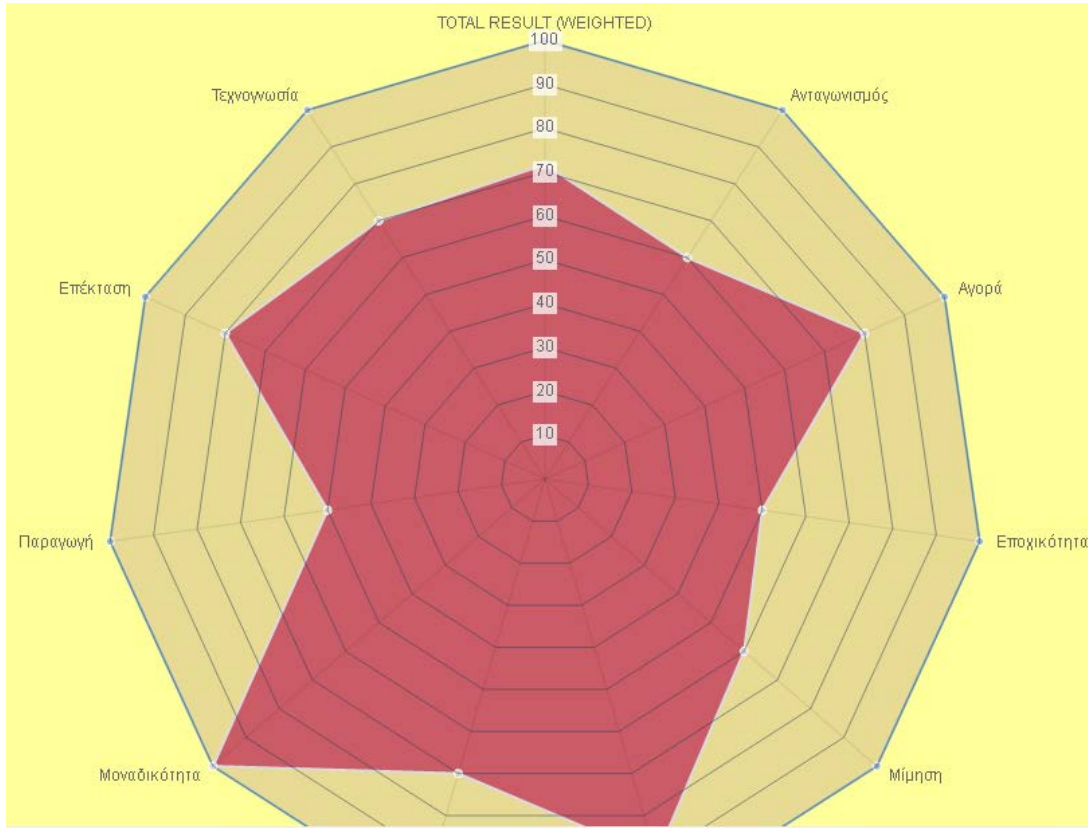
Τα βήματα αυτό-αξιολόγησης έχουν ως εξής: για κάθε ερώτηση ο χρήστης επιλέγει μία τιμή από το 1 έως το 10 (κλίμακα βαθμολόγησης 1-10). Στη συνέχεια, η κάθε τιμή που έχετε επιλέξει σταθμίζεται με συγκεκριμένο συντελεστή βαρύτητας. Τα αριθμητικά αποτελέσματα στο σύνολο των ερωτήσεων, αλλά και ανά ερώτηση αποτυπώνονται σε δύο διαγράμματα. Με βάση αυτές τις ερωτήσεις και τη βαθμολογία που έχετε συγκεντρώσει η εφαρμογή δημιουργεί ΕΞΑΤΟΜΙΚΕΥΜΕΝΑ τα ακόλουθα:

- Συνοπτική Έκθεση Αξιολόγησης
- Αναλυτική Έκθεση Αξιολόγησης
- Προτεινόμενο Σχέδιο Δράσης



Το συγκεκριμένο διάγραμμα προσφέρει την δυνατότητα άμεσης οπτικής απεικόνισης των σταθμισμένων αποτελεσμάτων της αξιολόγησης ανά ερώτηση (και στο σύνολο και της σύγκρισής τους με το πρότυπο). Κατ' αυτό τον τρόπο, ο ενδιαφερόμενος αποκτά μια άμεση και πλήρη εικόνα της αξιολόγησης της επιχειρηματικής ιδέας του, ως προς τις δυνατότητες και τις προοπτικές της, στο σύνολο και ανά ερώτηση/ παράγοντα, που θα τον βοηθήσει στην εκπόνηση του επιχειρηματικού σχεδίου του και την προσωπική βελτίωσή του.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2: Ποσοστιαία (%) απεικόνιση των αποτελεσμάτων της αξιολόγησης



ΔΙ 2: Ποσοστιαία (%) απεικόνιση των αποτελεσμάτων της αξιολόγησης. Προσφέρει την δυνατότητα της διάγνωσης της ποσοστιαίας απόστασης (χάσμα) των αποτελεσμάτων της αξιολόγησης ανά ερώτηση και στο σύνολο συγκριτικά με το πρότυπο (μέγιστες τιμές ανά ερώτηση και στο σύνολο). Κατ' αυτό τον τρόπο, ο ενδιαφερόμενος αποκτά μια άμεση, ακριβή και πλήρη εικόνα της ποσοστιαίας (%) απόστασης (χάσμα) των δυνατοτήτων και των προοπτικών της επιχειρηματικής ιδέας του στο σύνολο και ανά ερώτηση/ παράγοντα.

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση

Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: a theory of planned behavior. Στο J. Kuhl & J. Beckmann (επιμ.), *Action-control: from cognition to behavior* (ss. 11-39). Heidelberg: Springer.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.

Ajzen, I. & Madden T. J. (1986). Prediction of goal directed behavior: attitudes, intentions and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453–474.

Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52, 27-58.

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior”, *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 1-20.

Alba, J. W. & Hasher L. (1983). Is memory schematic?. *Psychological Bulletin* 93, 203–231.

Aldrich, H. E. & Kenworthy, A. L. (1999). The accidental entrepreneur: Campbellian antinomies and organizational foundings. Στο J. A. C. Baum & B. McKelvey (επιμ.), *Variations in organization science* (σσ. 19-33). Thousand Oaks: Sage.

Aldrich, H. E. & Martinez, M. A. (2001). Many are called, but few are chosen: an evolutionary perspective for the study of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, 41-56.

- Allinson, C. W., Chell, E. & Hayes, J. (2000). Intuition and entrepreneurial behaviour. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9, 31-43.
- Altinay, L., Madanoglou, M., Daniele, R. & Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 489-499.
- Anderson, R. C. (1994). Role of the teacher's schema in comprehension, learning and memory. Στο R. B. Ruddell, M. R. Ruddell & H. Singer (επιμ.), *Theoretical models and processes of reading: role of the reader's schema in comprehension, learning, and memory* (σσ. 469-482). Newark: International Reading Association.
- Armitage, C.J. & Conner M. (2000). Social cognitive models and health behaviour: a structured review. *Psychology and Health*, 15, 173-189.
- Astuti, R. D. & Martdianty, F. (2012). Students' entrepreneurial intentions by using theory of planned behavior. *South East Asian Journal of Management*, 6, 100-143.
- Audretsch, D. B. (2007). *The entrepreneurial society*. Oxford: Oxford University Press.
- Audretsch, D. B., Bönte, W., Keilbach, M. (2008). Entrepreneurship capital and its impact on knowledge diffusion and economic performance. *Journal of Business Venturing*, 23, 687-698.
- Augoustinos, M. (1998). Social representations and ideology: towards the study of ideological representations. Στο U. Flick (επιμ.), *The psychology of the social* (σσ. 156-169). Cambridge: Cambridge University Press.
- Augoustinos, M., Walker, I. & Donaghue, N. (2014). *Social cognition: an integrated introduction*, 3η έκδοση. Newbury Park: Sage.
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., G. C., Parker, G. & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2, 145-160.

Ayob, N., Yap, C. S., Sapuan, D. A., & Rashid, M. Z. A. (2013). Social entrepreneurial intention among business undergraduates: an emerging economy perspective. *GadjahMada International Journal of Business*, 15, 249-267.

Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs: Prentice Hall .

Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 248-287.

Bandura, A. (1993), Social Cognitive Theory of self-regulation. *Organization Behavior and Human Decision Processes*, 50, 248-287.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: the exercise of control*. New York: Freeman.

Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: an agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.

Bandura, A. (2002). Social cognitive theory in cultural context. *Journal of Applied Psychology*, 51, 269-290.

Baron, R. A. (1998). Cognitive mechanisms in entrepreneurship: why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing*, 13, 275–294.

Baum, R., Frese, M., & Baron, R. (επιμ.) (2012). *The psychology of entrepreneurship*. Hove, Psychology Press.

Beals, D.E. (1998). Reappropriating schema: conceptions of development from Bartlett and Bakhtin. *Mind, Culture, and Activity* 5, 3–24.

Beck I.L., McKeown M.G. & Gromoll E.W. (1989). Learning from social studies texts. *Cognition and Instruction*, 6, 99–158.

Beckert, J. (1999). Agency, entrepreneurs, and institutional change. The role of strategic choice and institutionalized practices in organizations. *Organization Studies*, 20, 777-799.

Behling, O. & Law, K. S. (2000). *Translating questionnaires and other research instruments. Problems and solutions*. Thousands Oaks: Sage.

Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107, 238–246.

Berend, I. (2009). *Οικονομική ιστορία του ευρωπαϊκού 20ού αιώνα*. Αθήνα: Gutenberg-Γιώργος & Κώστας Δαρδανός.

Bird, B. (2002). Learning entrepreneurship competencies: the self-directed learning approach. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1, 203-227.

Boissin, J. P., Brancheta, B. & Emin, S. (2009). Students and entrepreneurship: a comparative study of France and the United States. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 22, 101-122.

Boyd, N. G. & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 64-77.

Brännback, M., Carsrud, A., Renko, M., Hudd, I. & Nordberg, L. (2005). Perceived success factors in start up and growth strategies: a comparative study of entrepreneurs, managers and students. Ανακοίνωση στο 50th International Council on Small Business, Washington, June.

Brock, C. H. & Raphael T. E. (2005). *Windows to language, literacy, and culture: insights from an English language learner*. Newark: International Reading Association.

Brown S. D., Tramayne S., Hoxha D., Telander K., Fan X., Lent R. W. (2008). Social cognitive predictors of college students' academic performance and persistence: a meta-analytic path analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 72, 298–308.

Bryman, A. & Bell, E. (2007). *Business research methods*. Oxford: Oxford University Press.

Carayannis, E. G., Evans, D. & Hanson, M. (2003). A cross-cultural learning strategy for entrepreneurship education: outline of key concepts and lessons learned from a comparative study of entrepreneurship students in France and the US. *Technovation*, 23, 757-771.

Carver, R. P. (1992). Effect of prediction activities, prior knowledge, and text type upon amount comprehended: using reading theory to critique schema theory research. *Reading Research Quarterly*, 27, 164–174.

Casillas, J., Moreno, A. & Barbero, J. (2011). Entrepreneurial orientation of family firms: family and environmental dimensions. *Journal of Family Business Strategy*, 2, 90-100.

Cefis, E. & Marsili, O. (2015). Crossing the innovation threshold through mergers and acquisitions. *Research Policy*, 44, 698-710.

Chand, M. & Ghorbani, M. (2011). National culture, networks and ethnic entrepreneurship: a comparison of the Indian and Chinese immigrants in the US. *International Business Review*, 20, 593-606.

Chatzisarantis, N. L. D., Hagger, M. S., Biddle, S. J. H. & Karageorghis, C. (2002). The cognitive processes by which perceived locus of causality predicts participation in physical activity. *Journal of Health Psychology*, 7, 685–699.

Chell, E. & Allman, K. (2003). Mapping the motivations and intentions of technology orientated entrepreneurs. *R&D Management*, 33, 117-134.

Chen, C. C., Greene, P. G. & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of Business Venturing*, 13, 295–316.

Chen, C. C. (2014). Entrepreneurship, economic growth, and employment: a case study of Taiwan. *Hitotsubashi Journal of Economics*, 55, 71-88.

Chen, G., Gully, S. M., Whiteman, J. & Kilcullen, R. N. (2000). Examination of relationships among trait-like individual differences, state-like individual differences, and learning performance. *Journal of Applied Psychology*, 85, 835–847.

Clifford, J. (1988). *The predicament of culture*. Cambridge: Harvard University Press.

Chiru, C., Tachiciu, L. & Ciuchete, S. G. (2012). Psychological factors, behavioural variables and acquired competencies in entrepreneurship Education. *Procedia*, 46, 4010-4015.

Cohen, L., Manion, L. & Morisson, K. (2008). *Μεθοδολογία εκπαιδευτικής έρευνας*. Αθήνα: Μεταίχμιο.

Cole, M. (1996). *Cultural psychology: a once and future discipline*. Cambridge: Harvard University Press.

Commission of the European Communities (2003). *Green Paper Entrepreneurship in Europe*. Brussels: Commission of the European Communities. Ανακτήθηκε, 1 Ιουνίου, 2016, από http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/entrepreneurship_europe.pdf

Companys, Y. E. & McMullen, J. S. (2007). Strategic entrepreneurs at work: the nature, discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities. *Small Business Economics*, 28, 301-22.

Conner, M. & Abraham, C. (2001). Conscientiousness and the theory of planned behavior: toward a more complete model of the antecedents of intentions and behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 1547–1561.

Conner, M. & Sparks, P. (2005). Theory of planned behaviour and health behaviour. Στο M. Conner & P. Norman (επιμ.), *Predicting health behaviour* (σσ. 170-222). London: Open University Press.

Da Rin, M., Giacomo, M. & Sembenelli, A. (2011). Entrepreneurship, firm entry, and the taxation of corporate income: evidence from Europe. *Journal of Public Economics*, 95, 1048-1066.

Davidsson, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. Ανακοίνωση στο Ανακοίνωση στο RENT IX Conference. Piacenza, November. Ανακτήθηκε 30 Απριλίου, 2016, από http://eprints.qut.edu.au/2076/1/RENT_IX.pdf.

Davidsson, P., Low, M. B., & Wright, M. (2001). Low and McMillan ten years on: achievements and future directions for entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, 5-16.

De Clerq, D. & Arenius, P. (2006). The role of knowledge in business start-up activity. *International Small Business Journal*, 24, 339-358.

Deci, E.L. & Ryan R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11, 227–268.

Defoe, D. (1887/2001). *An essay on projects*. London: Cassell. Ανακτήθηκε 29 Απριλίου, 2016, από <http://www.gutenberg.org/files/4087/4087-h/4087-h.htm>

DeMartino, R. & Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18, 815-832.

Dequech, D. 2006. The new institutional economics and the theory of behavior under uncertainty. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 72, 70-78.

Dibb, S. & Simkin, L. (2007). *Market segmentation success: making it happen!* New York: Routledge.

Dimitratos, P., Plakoyiannaki, E. & Nakos, G. (2012). International entrepreneurial culture —Toward a comprehensive opportunity-based operationalization of international entrepreneurship. *International Business Review*, 21, 708-721.

Downing, S. (2005). The social construction of entrepreneurship: narrative and dramatic processes in the coproduction of organizations and identities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 185-204.

Downs, D. S., Hausenblas, H. A. (2005). The theories of reasoned action and planned behavior applied to exercise: a meta-analytic update. *Journal of Physical Activity and Health*, 2, 76-97.

Drakopoulou, S. D. & Hynes, B. C. (2012). The impact of regional entrepreneurial contexts upon enterprise education. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24, 741-766.

Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. New York: Harper.

Ede, F. O. & Panigrahi, B. (1998). African American students' attitudes toward entrepreneurship education. *Journal of Education for Business*, 73, 291-297.

Edelman, L. F. & Manolova, T. S. (2008). Entrepreneurship education: correspondence between practices of nascent entrepreneurs and textbook prescriptions for success. *Academy of Management Learning and Education*, 7, 56-70.

Ensley, M. D., Carland, J. W. & Carland, J. A. (2000). Investigating the existence of the lead entrepreneur. *Journal of Small Business Management*, 38, 59-77.

Erikson, T. (2002). Entrepreneurial capital: the emerging venture's most important asset and competitive advantage. *Journal of Business Venturing*, 17, 275-290.

Etzioni, A. (1987) Entrepreneurship, adaptation and legitimation: a macro-behavioral perspective. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 8, 175-89.

Evered, R. & Louis, M. R. (1991). Alternative perspective in the organizational sciences: 'inquiry form the inside' and 'inquiry form the outside'. Στο N. C. Smith & P. Dainty (επιμ.), *The management research handbook* (σσ. 7-22). London: Routledge.

Fayolle, A. & Gailly, B. (2004). Using the theory of planned behaviour to assess entrepreneurship teaching programs: a first experimentation. Ανακοίνωση στο IntEnt2004 Conference, Naples, July.

Fayolle, A. & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53, 75-93.

Fekadu, Z. & Kraft, P. (2001) Augmenting planned behavior with self-identity theory: self-identity, past behavior, and its moderating effects in predicting intention. *Social Behavior and Personality*, 29, 671–685.

Fekri, K., Shafiabady, A., Nooranipour, R. & Ahghar, G. (2012). Determine and compare effectiveness of entrepreneurship education based on Multi-Axial Model and Theory of Constraints and Compromises on learning entrepreneurship skills. *Procedia*, 69, 566-570.

Ferdman, B. M. (1990). Literacy and cultural identity. *Harvard Educational Review*, 60, 181–203.

Fiet, J. O. (2001). Education for entrepreneurial competency: a theory-based activity approach. Στο R. H. Brockhaus, G. E. Hills, H. Klandt & H. Welsch (επιμ.), *Entrepreneurship education: a global view* (σσ. 78-93). Hants: Ashgate.

Fletcher, G. O. & Ward, C. (1988). Attribution theory and processes: a cross-cultural perspective. Στο M. H. Bond (επιμ.), *The cross-cultural challenge to social psychology* (σσ. 230-244). Newbury Park: Sage.

Fletcher, D. E. (2006). Entrepreneurial processes and the social construction of opportunity. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18, 421-440.

Santos, F. J., Roomi Muhammad, A. & Francisco, L. (2016). About gender differences and the social environment in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 54, 49–66.

Franke, N. (2002). Zehn Thesen zu Entrepreneurship. *Journal für Betriebswirtschaft*, 52, 206-213.

Frawley, W (1997). *Vygotsky and cognitive science*. Cambridge: Harvard University Press.

Freedman, D., Pisani, R. & Purves, R. (2012). *Statistics* (4th έκδ.). New York: Norton.

Freytag, A. & Thurik, R. (2007). Entrepreneurship and its determinants in a cross-country setting. *Journal of Evolutionary Economics*, 17, 117-131.

Freytag, A. & Thurik, R. (2009). *Entrepreneurship and culture*. Heidelberg: Springer.

Gartner, W. B., Shaver, K. G., Gatewood, E. & Katz, J. A. (1994). Finding the entrepreneur in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18, 5–9.

Gee, J. P. (1997). Situated cognition: social, semiotic, and psychological perspectives. Στο D. Kirshner & J. A. Whitson (επιμ.), *Thinking, learning, and reading: the situated sociocultural mind* (σ. 235-259). Mahwah: Erlbaum.

Gee, J. P. (2004). *Situated language and learning*, New York: Routledge.

Gist, M. E. (1987). Self-efficacy: Implications for organizational behavior and human resource management. *Academy of Management Review*, 12, 472-485.

Glassman, A. M. κ.ά. (2003). Academic entrepreneurship: views on balancing the Acropolis and the Agora. *Journal of Management Inquiry*, 12, 353-374.

Greene, F., Mole, K. & Storey, D. (2007). *Three decades of enterprise culture? Entrepreneurship, economic regeneration and public policy*. London: Palgrave Macmillan.

Goethals, G. R., Messick, D. M. & Allison, S. (1991). *The uniqueness bias: studies of constructive social comparison*. Hillsdale: Erlbaum.

Gunes, S. (2012). Design entrepreneurship in product design education. *Procedia*, 51, 64-68.

Hacker, C. J. (1980). From schema theory to classroom practice. *Language Arts*, 57, 866-871.

Hagger, M. S. & Chatzisarantis, N. L. D. (2005) First- and higher-order models of attitudes, normative influence, and perceived behavioural control in the Theory of Planned Behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 44, 513-535.

Hagger, M.S., Chatzisarantis, N. L. D. & Biddle, S. J. H. (2002). A meta-analytic review of the Theories of Reasoned Action and Planned Behavior in physical activity: predictive validity and the contribution of additional variables. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 24, 3-32.

Hagger, M. S., Chatzisarantis, N. L. D. & Harris, J. (2006). From psychological need satisfaction to intentional behavior: testing a motivational sequence in two behavioral contexts. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32, 131-138.

Hall, J. K., Daneke, G. A. & Lenox, M. J. (2010). Sustainable development and entrepreneurship: past contributions and future directions. *Journal of Business Venturing*, 25, 439-448.

Hamilton, D. L. (1979) A cognitive-attribitional analysis of stereotyping. Στο L. Berkowitz (επιμ.), *Advances in experimental social psychology* (σσ. 53-81). New York: Academic Press.

Hamilton, K. & White, K. M. (2008). Extending the Theory of Planned Behavior: the role of self and social influences in predicting adolescent regular moderate-to-vigorous physical activity. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 30, 56-74.

Harada, N. (2003). Who succeeds as an entrepreneur? An analysis of the post-entry performance of new firms in Japan. *Japan and the World Economy*, 15, 211-222.

Hatano, G. (1993). Time to merge Vygotskian and constructivist conceptions of knowledge acquisition. Στο E. A. Forman, N. Minick & A. Stone (επιμ.), *Contexts for*

learning: sociocultural dynamics in children's development (σσ. 153-166). New York: Oxford University Press.

Hatten, T. S. & Ruhland, S. K. (1995). Student attitude toward entrepreneurship as predicted by participation in an SBI program. *Journal of Education for Business*, 70, 224-228.

Hayton, J (2015). *Leadership and management skills in SMEs*. Warwick: Warwick Business School.

Hills, G. E. & Morris, M. H. (1998). Entrepreneurship education: a conceptual model and review. Στο M. G. Scott, P. Rosa & H. Klandt (επιμ.), *Educating entrepreneurs for wealth creation* (σσ. 38-58). Hants: Ashgate.

Holland, D. & Cole, M. (1995) Between discourse and schema: reformulating a cultural-historical approach to culture and mind. *Anthropology and Education Quarterly* 26, 475–490.

Holt, D. (1997). A comparative study of values among Chinese and U.S. entrepreneurs: pragmatic convergence between contrasting cultures. *Journal of Business Venturing*, 12, 483-505.

Husserl, E. (1913). *Ideas: general introduction to pure phenomenology*. New York: Collier.

Hwang, H. & Powell, W. W. (2005). Institutions and entrepreneurship. Στο S. A. Alvarez, R. Agarwal & O. Sorenson (επιμ.), *Handbook of entrepreneurship research: disciplinary perspectives* (σσ. 201-232). New York: Springer.

INTERREG IVC Joint Technical Secretariat (2014). *INTERREG IVC – Analysis report on entrepreneurship*. Lille: INTERREG IVC Joint Technical Secretariat. Ανακτήθηκε 2 Ιουνίου, 2016, από http://www.interreg4c.eu/fileadmin/User_Upload/PDFs/CAPITALISATION/Report/Entrepreneurship.pdf.

Irani, A., Berkese, A. & Love, P. (2004). Total quality management and corporate culture: constructs of organisational excellence. *Technovation*, 24, 643-650.

Ireland, D. & Webb, J. (2007). A cross-disciplinary exploration of entrepreneurship research. *Journal of Management*, 33, 891-897.

Ireland, R. D., Hitt, M. A. & Sirmon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: the construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29, 963-89.

Jackson, C., Smith, R. A. & Conner, M. (2003) Applying an extended version of the Theory of Planned Behaviour to physical activity. *Journal of Sports Sciences*, 21, 119-133.

Jennings, D., Greenwood, R., Lounsbury, M. & Suddaby, R. (2013). Institutions, entrepreneurs, and communities: a special issue on entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 28, 1-9.

Jones, M., Coviello, N. & Tang, Y. (2011). International entrepreneurship research (1989-2009): a domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing*, 26, 623-659.

Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans T., Chizari, M. & Mulder, M. (2014). Effects of role models and gender on students' entrepreneurial intentions. *European Journal of Training and Development*, 38, 1-15.

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

Kashima, Y. & Triandis, H. C. (1986). The self-serving bias in attributions as a coping strategy. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 17, 83-97.

Keller, K. (2012). *Strategic Brand Management* (4th εκδ.). Pearson.

Kelley, D., Peters, L. & O'Connor, G. (2009). Intra-organizational networking for innovation-based corporate entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 24, 221-235.

Kickul, J. & Zaper, J. A. (2000). Untying the knot: do personal and organizational determinants influence entrepreneurial intentions?, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 15, 57-77.

Kickul, J. & Gundry, L. K. (2002). Prospecting for strategic advantage: the proactive entrepreneurial personality and small firm innovation. *Journal of Small Business Management*, 40, 85-97.

Kirzner, I M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.

Kiss, A., Danis, W. & Cavusgil, T. (2012). International entrepreneurship research in emerging economies: a critical review and research agenda. *Journal of Business Venturing*, 27, 266-290.

Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. Chicago: University of Chicago Press.

Koe, W., Sa'ari, J., Majid, A. & Ismail, K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia*, 40, 197-208.

Koedinger, K. R. & Anderson, J. R. (1990). Abstract planning and perceptual chunks: elements of expertise in geometry. *Cognitive Science*, 114, 511–550.

Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions, *Entrepreneurship Theory & Practice*, 21, 47-57.

Kristiansen, S. & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, 12, 55-78.

Krueger, N. & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential & potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18, 5-21.

Krueger, N. F. Jr., Reilly, M. D. & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.

Krueger, N., Brännback, M. & Carsrud, A. (2007). Watch out Isaac! Reciprocal causation in entrepreneurial intent. Ανακοίνωση στο Australian Graduate School of Entrepreneurship (AGSE) Research Exchange Conference, Brisbane, February.

Krueger, N. F. & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the Theory of Planned Behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 315-30.

Kume, A., Kume, V. & Shahini, B. (2013). Entrepreneurial characteristics among university students in Albania. *European Scientific Journal*, 9, 206-225.

Kyrö, P. & Carrier, C. (2005). Entrepreneurial learning in universities: bridges across borders. Στο P. Kyrö & C. Carrier (επιμ.), *The dynamics of learning entrepreneurship in a cross-cultural university context* (σσ. 14-43). Tampere: University of Tampere.

Lankshear, C. & Knobel, M. (2003). *New literacies: changing knowledge and classroom learning*. Philadelphia, Open University Press.

Landström, H., Harirchi, G. & Åström, F. (2012). Entrepreneurship: exploring the knowledge base. *Research Policy*, 41, 1154-1181.

Lanyi, A. (2004). *Measuring the economic impact of corruption: a survey*. College Park: University of Maryland.

Lau, P. W.C., Fox, K. R. & Cheung, M. W. L. (2005). Psychosocial and socio-environmental correlates of sport identity and sport participation in secondary school-age children, *European Journal of Sport Science*, 4, 1–21.

Lave, J. & Wenger, E. (1991). *Situated learning: legitimate peripheral participation*. New York: Cambridge University Press.

Lawrence, T. B., & Suddaby, R. (2006). Institutions and institutional work. Στο S. R. Clegg, C. Hardy, T. B. Lawrence & W. R. Nord (επιμ.), *Handbook of organizations studies* (2η εκδ.) (σσ. 215-254). Thousand Oaks: Sage.

- Lee, L., Wong, P., Foo, M. & Leung, A. (2011). Entrepreneurial intentions: the influence of organizational and individual factors. *Journal of Business Venturing*, 26, 124-136.
- Lee, S. H. & Wong, P.K. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: a career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, 19, 7-28.
- Lehner, O. & Kansikas, J. (2012). Opportunity recognition in social entrepreneurship: a thematic meta analysis. *Journal of Entrepreneurship*, 21, 25-58.
- Lent, R. W., Sheu, H., Singley, D., Schmidt, J. A., Schmidt, L. C. & Gloster, C. S. (2008). Longitudinal relations of self-efficacy to outcome expectations, interests, and major choice goals in engineering students. *Journal of Vocational Behavior*, 73, 328-335.
- Lin, W. (2006). A comparative study on the trends of entrepreneurial behaviors of enterprises in different strategies: application of the social cognition theory. *Expert Systems with Applications*, 31, 207-220.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education, *Piccola Impresa / Small Business*, 3, 11-35.
- Lipson, M. Y. & Wixson, K. K. (1997). *Assessment and instruction of reading and writing disability: an interactive approach* (2η έκδ.). New York: Longman.
- Loasby, B. J. (2001). Cognition, imagination and institutions in demand creation. *Journal of Evolutionary Economics*, 11, 7-21.
- Locke, E. A. (2000). Motivation, cognition and action: an analysis of studies of task goals and knowledge. *Applied Psychology*, 49, 408-429.
- Locke, R. R. & Schoene, K. E. (2004). *The entrepreneurial shift: americanization in European management education during the high-technology era*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lounsbury, M. & Glynn, M. A. (2001). Cultural entrepreneurship: stories, legitimacy, and the acquisition of resources. *Strategic Management Journal*, 22, 545-564.

Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *The Academy of Management Review*, 21, 135-72.

Malach-Pines, A., Levy, H., Utasi, A., & Hill, T. L. (2005). Entrepreneurs as cultural heroes. A cross-cultural, interdisciplinary perspective. *Journal of Managerial Psychology*, 20, 541-555.

Markman, G. D., Balkin, D. B., & Baron, R. A. (2002). Inventors and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27, 149-165.

Markman, G., & Baron, R. (2003). Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 13, 281-301.

Markus, H. (1977). Self-schemata and processing information about the self. *Journal of Personality and Social Psychology*. 35: 63-78.

Marshall, S. P. (1995). *Schemas in problem solving*. Cambridge: Cambridge University Press.

Martin, B. C., McNally, J. J. & Kay, M. J. (2013) Examining the formation of human capital in entrepreneurship: a meta-analysis of entrepreneurship education outcomes, *Journal of Business Venturing*, 28, 211-224.

McDonald, M. & Dunbar, I. (2004). *Market segmentation: How to do it, how to profit from it*. Amsterdam: Elsevier.

McKelvie, A., Haynie, M. & Gustavsson, V. (2011). Unpacking the uncertainty construct: implications for entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 26, 273-292.

Meyer, J. W. (2008). Reflections on institutional theories of organizations. Στο C. O. Greenwood, R. Suddaby & K. Sahlin-Andersson (επιμ.), *Handbook of organizational institutionalism* (σσ. 790-812). Thousand Oaks: Sage.

- Meyer, J. W. & Jepperson, R. L. (2000). The "actors" of modern society: the cultural constitution of social agency. *Sociological Theory*, 18, 100-120.
- Minniti, M. & Lévesque, M. (2008). Recent developments in the economics of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 23, 603-612.
- Mitchell, R. κ.ά. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27, 93-104.
- Mitchell, R. κ.ά.(2007). The central question in entrepreneurial cognition research 2007. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31, 1-27.
- Mitchell, R., Smith, B., Searight, K. & Morse, E. (2000). Cross-cultural cognitions and the venture creation process. *Academy of Management Journal*, 43, 974-993.
- Moica, S., Socaciu, T. & Rădulescu, E. (2012). Model innovation system for economical development using entrepreneurship education. *Procedia*, 3, 521-526.
- Mok, K. H. (2005). Fostering entrepreneurship: changing role of government and higher education governance in Hong Kong. *Research Policy*, 34, 537-554.
- Moll, L. C. (1994). Theoretical models and processes of reading. Στο P. B. Ruddell & H. Singer (επιμ.), *Literacy research in community and classrooms: a sociocultural approach* (σσ. 179-207). Newark: International Reading Association.
- Mueller, P. (2006). *Exploring the knowledge filter: how entrepreneurship and university–industry relationships drive economic growth*. *Research Policy*, 35, 1499-1508.
- Munoz, A., Mosey, S. & Binks, M. (2011). Developing opportunity identification capabilities in the classroom: visual evidence for changing mental frames. *Academy of Management Learning and Education*, 10, 277–295.
- Muzychenko, O. (2008). Cross-cultural entrepreneurial competence in identifying international business opportunities. *European Management Journal*, 26, 366-377.

Nadesan, M. H. (2002). Engineering the entrepreneurial infant: brain science, infant development toys and governmentality. *Cultural Studies*, 16, 401-432.

Nair, K. & Pandey, A. (2006). Characteristics of entrepreneurs: an empirical analysis. *Journal of Entrepreneurship*, 15, 47-61.

Nassaji, H. (2002). Schema theory and knowledge-based processes in second language reading comprehension: a need for alternative perspectives. *Language Learning*, 52, 439–481.

Obschonka, M., Silbereisen, R. & Schmitt-Rodermund, E. (2010). Entrepreneurial intention as developmental outcome. *Journal of Vocational Behavior*, 77, 63-72.

O'Connor, A. (2012). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: meeting government and economic purposes. *Journal of Business Venturing*, 28, 546-563.

OECD. (2010). *OECD studies on SMEs and entrepreneurship SMEs, entrepreneurship and innovation*. Paris: OECD Publishing.

Olomi, D. R. (2001). Entrepreneurial motivation in a developing country context: incidence, antecedents and consequences of growth-seeking behavior among Tanzanian owner-managers. Ph.D. dissertation, Dar es Salaam, University of Dar es Salaam.

Oosterbeek, H., van Praag, M. & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54, 442-454.

Ovaska, T. & Sobel, R. (2004). *Entrepreneurship in post-socialist economies*. Morgantown: West Virginia University. Ανακτήθηκε 3 Ιουνίου, 2016, από http://www.be.wvu.edu/phd_economics/pdf/04-06.pdf

Oyserman, D. & Markus, H.R. (1998). Self as social representation. Στο U. Flick (επιμ.), *The psychology of the social* (σσ. 107-128). Cambridge: Cambridge University Press.

Palich, L. E. & Bagby, D. R. (1995). Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: challenging conventional wisdom. *Journal of Business Venturing*, 10, 425–438.

Parker, S. & Robson, M. (2004). Explaining international variations in self-employment: evidence from a Panel of OECD Countries. *Southern Economic Journal*, 71, 287-301.

Pearson, P. D. (1982). A primer for schema theory. *Volta Review*, 84, 25–34.

Pearson, P. D. (1992). Reading. Στο M. C. Alkin (επιμ.), *The encyclopedia of educational research*, τ. 3 (σσ. 1075-1085). New York: American Educational Research Association.

Pearson, P. D. (1996). The first R: every child's right to read. Στο M. F. Graves, P. van den Broek & B. M. Taylor (επιμ.), *Reclaiming the center* (σσ. 259-274). New York: Teachers College Press.

Penrose, E T. (1959/1980). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Blackwell.

Pepelasis, A. & Thompson, K. (1960). Agriculture in a restrictive environment: the case of Greece. *Economic Geography*, 36, 145-157.

Perren, L. & Jennings, L. (2005). Government discourses on entrepreneurship: issues of legitimization, subjugation, and power. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 173-184.

Peterman, N. E. & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship*, 28, 129-144.

Petrakis, P. E & Konstantakopoulou, D. E. (2015). *Uncertainty in entrepreneurial decision making*. New York: Palgrave Macmillan.

Praszkier, R. & Nowak, A. (2011). *Social entrepreneurship: theory and practice*. Cambridge: Cambridge University Press.

Quinn, N. & Holland, D. (1987). Culture and cognition. Στο N. Quinn & D. Holland (επιμ.), *Cultural models in language and thought* (σσ. 3-40). Cambridge: Cambridge University Press.

- Rae, D. (2007). *Entrepreneurship: from opportunity to action*. New York: Palgrave Macmillan.
- Rasmussen, E. A. & Sørheim, R. (2006). Action-based entrepreneurship education. *Technovation*, 26, 185-194.
- Rauch, A. & Frese, M. (2007). Born to be an entrepreneur?. Στο R. J. Baum, M. Frese & R. A. Baron (επιμ.), *The psychology of entrepreneurship* (σσ. 41-65). Mahwah: Erlbaum.
- Reynolds, R. E., Taylor, M. A., Steffensen, M. S., Shirey, L. L. & Anderson, R. C. (1981). *Cultural schemata and reading comprehension*. Urbana: University of Illinois.
- Rise, J., Sheeran, P. & Hukkelberg, S. (2010). The role of self-identity in the Theory of Planned Behavior: a meta-analysis. *Journal of Applied Social Psychology*, 40, 1085–1105.
- Robbins, D. (2003). *Vygotsky's and A. A. Leontiev's semiotics and psycholinguistics: applications for education, second language acquisition, and theories of language*. Westport: Praeger.
- Robinson, P. & Haynes, M. (1991). Entrepreneurship education in America's major universities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15, 41-52.
- Rodriguez-Pose, A. & Hardy, D. (2015) Cultural diversity and entrepreneurship in England and Wales. *Environment and Planning*, 47, 392-411.
- Sadoski, M. & Paivio, A. (2001). *Imagery and text: a dual coding theory of reading and writing*. Mahwah: Erlbaum.
- Sadoski, M., Paivio, A. & Goetz, E. T. (1991). A critique of schema theory in reading and a dual coding theory alternative. *Reading Research Quarterly*, 26, 463–484.
- Salavrakos, I. & Petrochilos, G. (2003). An assessment of the Greek entrepreneurial activity in the Black Sea area (1989–2000): causes and prospects. *The Journal of Socio-Economics*, 32, 331-349.

- Sapienza, H. J. & Grimm, C. M. (1997). Founder characteristics, start-up process, and strategy/structure variables as predictors of shoreline railroad performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22, 5-25.
- Scheidel, W., Morris, I. & Saller, R. (2012). The Cambridge economic history of the Greco-Roman world. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schaegel, C. & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38, 291-332.
- Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development: an Inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle. Cambridge: Harvard University Press
- Shaker, A. Z., Juha, S. K. & Ji Feng Y. (2005). Cognition and international entrepreneurship: implications for research on international opportunity recognition and exploitation. *International Business Review*, 14, 129-146.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *The Academy of Management Review*, 25, 217-26.
- Shapiro, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship, *Encyclopedia of Entrepreneurship*, τ. 2, 72-9.
- Shaver, K. G. & Scott, L. R. (1991). Person, process, choice: the psychology of new venture creation. *Entrepreneurship*, 16, 23-45.
- Sidik, I. (2012). Conceptual framework of factors affecting SME development: mediating factors on the relationship of entrepreneur traits and SME performance. *Procedia*, 4, 373-383.
- Siu, W. & Lo, E. S. (2013). Cultural contingency in the cognitive model of entrepreneurial intention. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37, 147-173.

Souitaris, V., Zerbinati, S. & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22, 566–591.

Sparks, P. (2000). Subjective expected utility-based attitude–behavior models: the utility of self-identity. Στο D. J. Terry & M. A. Hogg (επιμ.), *Attitudes, behavior and social context: the role of norms and group membership* (σσ. 31-46). Hillsdale: Erlbaum.

Sparks, P. & Shepherd, R. (1992). Self-identity and the theory of planned behavior: assessing the role of identification with green consumerism. *Social Psychology Quarterly*, 55, 388–399.

Spicer, A. & Jones, C. (2005). Outline of a genealogy of the value of the entrepreneur. Στο G. Erreygers & G. Jacobs (επιμ.), *Language, communication and the economy* (σσ. 179-197). Amsterdam: Benjamins.

Stephan, U. (2007). *Culture of entrepreneurship (C-Ent)*, Διδ. διατρ., Dresden, Dresden University of Technology.

Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C. & Carland, J. W. (1999). A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Small Business Venturing*, 14, 189-214.

Stokes, D., Wilson, N. & Mador, M. (2010). *Entrepreneurship*. Andover: CENGAGE.

Sudharson, K., Ali A. M. & Sermakani, A. M. (2013). An organizational perspective of knowledge communication in developing entrepreneurship education for engineering students. *Procedia*, 73, 590-597.

Swedberg, R. (επιμ.). (2000). *Entrepreneurship: the social science view*. Oxford: Oxford University Press.

Szabo, A. & Herman, E. (2012). Innovative entrepreneurship for economic development in EU. *Procedia*, 3, 268-275.

Taylor, S. J. & Bodgan, R. (1984). *Introduction to qualitative research methods*. New York: Wiley.

Thorton, P. (1999). The sociology of entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 19, 25-46.

Tracy, K., Locke, E. & Renard, M. (1998). Conscious goal setting versus subconscious motives: longitudinal and concurrent effects on the performance of entrepreneurial firms. Ανακοίνωση στο Meeting of the Academy of Management, Boston,

Triandis, H. (1971). *Attitude and attitude change*. New York: Wiley.

Tulay, I.-N., Kader, S. & Zuhail, C. (2011). International ethnic entrepreneurship: antecedents, outcomes and environmental context. *International Business Review*, 20, 614-626.

Ucbasaran, D., Westhead, P. & Wright, M. (2009). The extent and nature of opportunity identification by experienced entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 24, 99-115.

Urbano, D. & Guerrero, M. (2013). Entrepreneurial universities: socioeconomic impacts of academic entrepreneurship in a European region. *Economic Development Quarterly*, 27, 40-55.

Veciana, J. M., Aponte, M. & Urbano, D. (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 165-182.

Vesper, K. H. & Gartner, W. B. (1997). Measuring progress in entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 12, 403-421.

Von Mises, L. (1949/1996). *Human action: a treatise on economics* (4η έκδ.). San Francisco: Fox & Wilkes.

Vliamos, S. (2016). Understanding the knowledge - opportunities - entrepreneurship mechanism. Στο C. Léger-Jarniou & S. Tegtmeier (επιμ.), *Research handbook on opportunity formation*. Cheltenham: Elgar.

Vliamos, S. & Akrivos, C. (2013). National culture dimensions and women entrepreneurship interconnections: a comparative study among Greece, Germany and France. Ανακοίνωση στο 3rd GMLG International Conference on Entrepreneurship, Luenebourg, January.

Vliamos, S. J., Halkos, G. & Tzeremes, N. G. (2009). Small business development: efficiency evaluation of knowledge based networks. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 9, Nos. 1 / 2.

Vliamos, S. J. & Tzeremes, N. G. (2003). *Entrepreneurial motivation and business formation*. Mimeo presented in the UEE, Université de Paris IX-Dauphine.

Vliamos, S. J. & Tzeremes, N. G. (2009). Evolutionary epistemology as a methodology to the entrepreneurial process and strategy. Στο J. Milios & K. Theologou (επιμ.), *Humanities and Social Sciences at The National Technical University of Athens* (σσ. 233-245). Athens: NTUA.

Volery, T., Mueller, S. & Siemens, B. (2015). Entrepreneur ambidexterity: a study of entrepreneur behaviours and competencies in growth-oriented small and medium-sized enterprises. *International Small Business Journal*, 33, 109-129.

von Graevenitz, G., Harhoff, D. & Weber, R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76, 90-112.

Walras, L. (1954). *Elements of pure economics, or The Theory of Social Welfare*. London: Allen & Unwin.

Walter, S. G. & D. Dohse (2012). Why mode and regional context matter for entrepreneurship education. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24, 807-835.

Weber, M. (1947). *The Theory of Social and Economic Organization*. New York: Oxford University Press.

Westhead, P. (1997). Ambitions, "external" environment and strategic factor differences between family and non-family companies. *Entrepreneurship & Regional Development*, 9, 127-58.

Wooldridge, J. (2009). *Introductory econometrics: a modern approach* (4η έκδ.). Mason: Cengage Learning.

Zahra, S., Santeri, J. & Yu, J. (2005). Cognition and international entrepreneurship: implications for research on international opportunity recognition and exploitation. *International Business Review*, 14, 129-146.

Zhao, H., Seibert, S. E. & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90, 1265-1272.

Zhang, P., Dongyuan, D. W. & Owen, C. L. (2015). A study of entrepreneurial intention of university students. *Entrepreneurship Research Journal*, 5, 61-82.

Zapkau, F. B., Schwens, C., Steinmetz, H. & Kabst, R. (2015). Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68, 639-653.

Zhou, H., Tao, H., Zhong, C. & Wang, L. (2012). Entrepreneurship quality of college students related to entrepreneurial education: empirical study on psychological and behavioral characteristics. *Energy Procedia*, 17, 1907-1913.

Zimmer, T. W. & Scarborough, N. M. (1998). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Upper Saddle River: Prentice Hall.

Zuckerman, M. (1979). Attribution of success and failure revisited, or: the motivational bias is alive and well in attribution theory. *Journal of Personality*, 47, 245-87.

Ελληνική:

Αγριαντώνη, Χ. (2010). *Οι απαρχές της εκβιομηχάνισης στην Ελλάδα τον 19ο αιώνα* (2η εκδ.). Αθήνα: Παπαζήσης.

Αγριαντώνη, Χ., Μπουρνόβα, Ε. & Παπαθανασόπουλος, Κ. (1999). *Εισαγωγή στη νεοελληνική οικονομική ιστορία: 18ος-20ος αιώνας*. Αθήνα: Τυπωθήτω.

Ασδραχάς, Σ. (2003). *Ελληνική οικονομική ιστορία*. Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς.

Βερέμης, Θ. & Κολιόπουλος, Γ. (2006). *Ελλάς, η σύγχρονη συνέχεια*. Αθήνα: Καστανιώτης.

Βλιάμος, Σ. (2010). Μεθοδολογικός ατομισμός και ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Στο *Μελέτες προς Τιμή του καθ. Πέτρου Γέμτου*. Αθήνα: Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Βλιάμος, Σ. & Τζερεμέης, Ν. (2011) Η εξελικτική επιστημολογία ως μεθοδολογία μελέτης της επιχειρηματικής διαδικασίας και στρατηγικής. Στο Γ. Μηλιός & Κ. Θεολόγος (επιμ.), *Οι ανθρωπιστικές και κοινωνικές επιστήμες στο Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο: γόνιμες εξακτινώσεις* (σσ. 233-244). Αθήνα: ΕΜΠ. Ανακτήθηκε 4 Ιουνίου, 2016, από <http://hephaestus.nup.ac.cy/bitstream/handle/11728/7436/vliamos-ekseliktiki-2012.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Δημητρόπουλος, Ε. (2004). *Εισαγωγή στη μεθοδολογία της επιστημονικής έρευνας: προς ένα συστημικό δυναμικό υπόδειγμα μεθοδολογίας επιστημονικής έρευνας*. Αθήνα: Έλλην.

IOBE (2010). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: αναζητώντας διέξοδο από την κρίση*. Αθήνα: IOBE. Ανακτήθηκε, 3 Ιουνίου, 2016, από <http://www.gemconsortium.org/docs/download/727>

Ιωαννίδης, Σ. (2004). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα*. Αθήνα: IOBE.

Ιωαννίδης, Σ. & Γιωτόπουλος, Ι. (2014). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-13: ενδείξεις ανάκαμψης της μικρής επιχειρηματικότητας*. Αθήνα: IOBE.

Καλαφάτης Θ. κ.ά. (2011). *Οικονομική ιστορία του ελληνικού κράτους: οικονομικές λειτουργίες και επιδόσεις*. Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς.

Κατσούλης, Γ. (1994). *Οικονομική ιστορία της νεώτερης Ελλάδας: από το 1831 μέχρι το 1897*. Αθήνα: Παπαζήσης.

Κριεμάδης, Α. (2012). *Η καινοτομία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις*. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη

Κυριαζόπουλος, Π. & Σαμαντά, Ε. (2011). *Μεθοδολογία έρευνας εκπόνησης διπλωματικών εργασιών*. Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική.

Λιάκος, Α. (1993). *Εργασία και πολιτική στην Ελλάδα του μεσοπόλεμου*. Αθήνα: Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος.

Μπεχράκης, Θ. (1999). *Πολυδιάστατη ανάλυση δεδομένων*. Αθήνα: Λιβάνης.

Μποχώτης, Θ. κ.ά. (2009). *Ιστορία της Ελλάδας του 20ού αιώνα: όψεις πολιτικής και οικονομικής ιστορίας 1900-1940*. Αθήνα: Βιβλιόραμα.

Πετμεζάς, Σ. (2003). *Η ελληνική αγροτική οικονομία κατά τον 19ο αιώνα*. Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης.

Πρόντζας Ε. κ.ά. (2008). *Η ελληνική αγροτική κοινωνία και οικονομία κατά τη βενιζελική περίοδο. Πρακτικά Συνεδρίου*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Σταθακόπουλος, Β. (2001). *Έρευνα-μεθοδολογία. Μέθοδοι έρευνας αγοράς*. Αθήνα: Σταμούλης.

Τσουλφίδης, Λ. (2009). *Οικονομική ιστορία της Ελλάδος*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Χεκίμογλου, Ε. (2003). *Η οικονομία της Βόρειας Ελλάδας μέσα από τις σελίδες της Βιομηχανικής Επιθεώρησης 1934-1954*. Κέρκυρα: Economia Publishing.