

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

**Ο ρόλος των ψυχολογικών παραγόντων στην
γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα σε
περίοδο οικονομικής κρίσης**

ΝΤΑΒΑΛΙΑ ΣΟΦΙΑ ΜΟΕΣ 1454

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΚΟΤΤΑΡΙΑΗ
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

Πειραιάς, Δεκέμβριος 2017

UNIVERSITY OF PIRAEUS
DEPARTMENT OF ECONOMICS



**MASTER PROGRAM IN ECONOMIC AND BUSINESS
STRATEGY**

**The role of psychological factors on female
entrepreneurship in a turbulent economic environment
such as Greece**

By

NTAVALIA SOPHIA MOES 1454

Master Thesis submitted to the Department of Economics of the University of Piraeus in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economic and Business Strategy

SUPERVISOR: KOTTARIDI CONSTANTINE

Piraeus, December 2017

*Στην ανηψιά μου, Ειρέτη
και
στον αγαπημένο μου αδερφό, Γιάννη!!!*

Ευχαριστίες

Πάντα θεωρούσα τις ευχαριστίες ανούσιες τυπικότητες στις αρχές βιβλίων και εργασιών όμως τελικά η ζωή τα φέρνει, έτσι ώστε να καταλαβαίνεις κάτι τέτοιες στιγμές την ουσιαστική τους αξία, καθώς εκφράζουν την ευγνωμοσύνη και την αναγνώριση σε όσους στάθηκαν δίπλα σου. Πρώτα από όλα νιώθω την εσωτερική ανάγκη να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα επίκουρη καθηγήτρια, Κυρία Κοτταρίδη Κωνσταντίνα, η οποία δέχτηκε να συνεχίσουμε μαζί την άριστη συνεργασία που είχαμε τα προηγούμενα χρόνια μέσω της πορείας των μαθημάτων, τόσο των προπτυχιακών μου σπουδών στο Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, όσο και των μεταπτυχιακών μου σπουδών στο Πανεπιστήμιο Πειραιά.. Η βοήθειά της υπήρξε πολύτιμη, όχι μόνο στην εκπόνηση της διπλωματικής μου εργασίας αλλά και στο να μου μεταλαμπαδεύσει την αγάπη και τις γνώσεις της για την οικονομική επιστήμη, καθώς και το ζήλο της για ανιδιοτελή προσφορά στο «σκληρό στίβο» της εκπαίδευσης και της κοινωνικοπολιτικής οικονομικής πραγματικότητας. Είμαι γεμάτη ευγνωμοσύνη, γιατί πάντα ήταν πρόθυμη να ακούει απορίες και προβληματισμούς, παροτρύνοντας με να διατυπώνω τις απορίες μου, να συζητάμε. Η Κυρία Κοτταρίδη ήταν μία ακούραστη καθοδηγητής που παρόλο ο πολύτιμος χρόνος της, ήταν περιορισμένος απαντούσε στα πολλά ερωτήματα που της έθετα κατά καιρούς τόσο στο αμφιθέατρο όσο και σε προσωπικές μας συναντήσεις ή σε mail με υπερβάλλον ζήλο και αφοσίωση ακόμη και στα πιο ασήμαντα. Είναι μία ακαδημαϊκός που τιμάει τον τίτλο που της δόθηκε και καταθέτω σεβασμό μου γιατί εκτός από «δασκάλα» και εξαιρετη επιστήμων είναι και ένας υπέροχος άνθρωπος, πράγμα σπάνιο στις μέρες μας.

Ηταν τιμή μου που συνεργαστήκαμε ελπίζω να το αποτέλεσμα να σας ικανοποιήσει .

Όμως σε αυτό το σημείο δε θα μπορούσα να ξεχάσω τους αγαπημένους μου γονείς και την οικογένειά μου χωρίς αυτούς τίποτα δεν ήταν ίδιο. Η στήριξη, η ολοψυχη αγάπη τους και η ανατροφή τους με έκανε αυτό που είμαι σήμερα, για αυτό θα είμαι πάντα ευγνώμων. Ένα εγκάρδιο ευχαριστώ, ίσως να ήταν ο ελάχιστος φόρος τιμής σε εκείνους !!!

Ο ρόλος των ψυχολογικών παραγόντων στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα σε περίοδο οικονομικής κρίσης

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία εξετάζει τον ρόλο των ψυχολογικών παραγόντων στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Η ανάλυση μας βασίστηκε σε ένα δείγμα 268 γυναικών. Από το τελικό μας μοντέλο προκύπτει ότι οι επιχειρηματικές τάσεις (intentions) επηρεάζονται από τις προσωπικές πεποιθήσεις (personal attitudes), τις κοινωνικές πεποιθήσεις του περιγυρου (subjective norms) και την ικανότητα εκδήλωσης συγκεκριμένης συμπεριφοράς (TPB) με άμεσο τρόπο ενώ τα αυτόνομα κίνητρα (autonomous motivation) και τα ελεγχόμενα (controlling motivation) με τρόπο έμμεσο μέσω των ψυχολογικών παραγόντων.

Λέξεις κλειδιά : γυναικεία επιχειρηματικότητα, γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, Θεωρία TPB, Θεωρία SDT, Κίνητρα, Επιχειρηματικές τάσεις.

The role of psychological factors on female entrepreneurship in a turbulent economic environment such as Greece

Abstract

The current dissertation examines the role of psychological factors in women (female) entrepreneurship in a turbulent economic environment such as Greece. The study is based on a sample of 268 women in Greece. The final model indicates that personal attitudes, subjective norms and perceived behavioural control influence entrepreneurial intentions directly, while autonomous and controlling motives are linked to entrepreneurial intentions indirectly via personal attitudes and perceived behavioural control respectively.

Key words : female entrepreneurship, women entrepreneurship in Greece, TPB theory, SDT theory, Motivation, entrepreneurial intentions.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Contents

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	XII
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο: ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
1.1 Σκοπός Έρευνας και ερευνητικά αντικείμενα	5
1.2 Ανασκόπηση κεφαλαίων της παρούσας έρευνας	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	6
2.2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	7
2.3 Γυναικεία επιχειρηματικότητα	17
2.5 Κίνητρα και χαρακτηριστικά των Γυναικών επιχειρηματιών	19
2.6 « Self-Determination Theory»	25
2.6.1 Meta-θεωρία: Η οργανική άποψη	26
2.6.2 «Αυτόνομα και ελεγχόμενα κίνητρα» (autonomous&controlling motivation)	28
2.7 «The theory of planned behavior »	29
2.8 Θεωρητικό μοντέλο και σύνταξη υποθέσεων	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο: ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	36
3.1 Σχεδιασμός έρευνας	36
3.2 Φιλοσοφία της έρευνας	37
3.3 Ερευνητική προσέγγιση	39
3.4 Μέθοδος έρευνας	39
3.5 Συλλογή δεδομένων	41
3.5.1 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου	42
3.5.2 Μετρήσεις και κλίμακες	43
3.5.2.1 Μεταβλητές ελέγχου (Control variable)	46
3.5.3 Τεχνική, Μέγεθος και Χαρακτηριστικά Δείγματος	47
3.6 Ανάλυση δεδομένων	Error! Bookmark not defined.
3.7 Ηθική θεώρηση	48

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	50
Table 1. Correlations among the study variables – Πίνακας 1, Συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών.	50
Table 2. Hierarchical Regression Analysis- Πίνακας 2 Ιεραρχική Ανάλυση Παλινδρόμησης	51
Table 3. Linear Regression Analysis – Πίνακας 3 Γραμμικής Παλινδρόμησης	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο: ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΜΑΤΩΝ	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7ο: ΠΕΡΙΟΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΕΡΕΤΑΙΡΩ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	60
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	61
ΕΝΟΤΗΤΑ 1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	61
ΕΝΟΤΗΤΑ 2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	64
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	66

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1 : Ορισμοί της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας υπό το πρίσμα κλασικών συγγραφέων (σελίδα 11)

Πίνακας 2 : Ορισμοί της επιχειρηματικότητας. (σελίδες 15-16)

Πίνακας 3 : Ο ρόλος των κινήτρων στην απόφαση ενασχόλησης των γυναικών με επιχειρηματικές δραστηριότητες. (22-24 σελίδες)

Πίνακας 4 : Ο ρόλος της TPB θεωρίας στην απόφαση ενασχόλησης των γυναικών με επιχειρηματικές δραστηριότητες. (33σελίδα)

Πίνακας 5 : Θετικισμός vs Ερμηνευτισμός (38 σελίδα)

Table 1. Correlations among the study variables – Πίνακας 1, Συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών. (50σελίδα)

Table 2. Hierarchical Regression Analysis - Πίνακας 2 Ιεραρχική Ανάλυση Παλινδρόμησης (51σελίδα)

Table 3. Linear Regression Analysis – Πίνακας 3 Γραμμικής Παλινδρόμησης (53σελίδα)

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1 : Αύξηση γυναικείας - μείωση ανδρικής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων
Source: IOBE 2015-20 (σελίδα 2)

Διάγραμμα 2 : TPB- Theory of planned behavior (31σελίδα)

Διάγραμμα 3 : Θεωρητικό μοντέλο (34σελίδα)

Διάγραμμα 4 : Σχεδιασμός Έρευνας (37σελίδα)

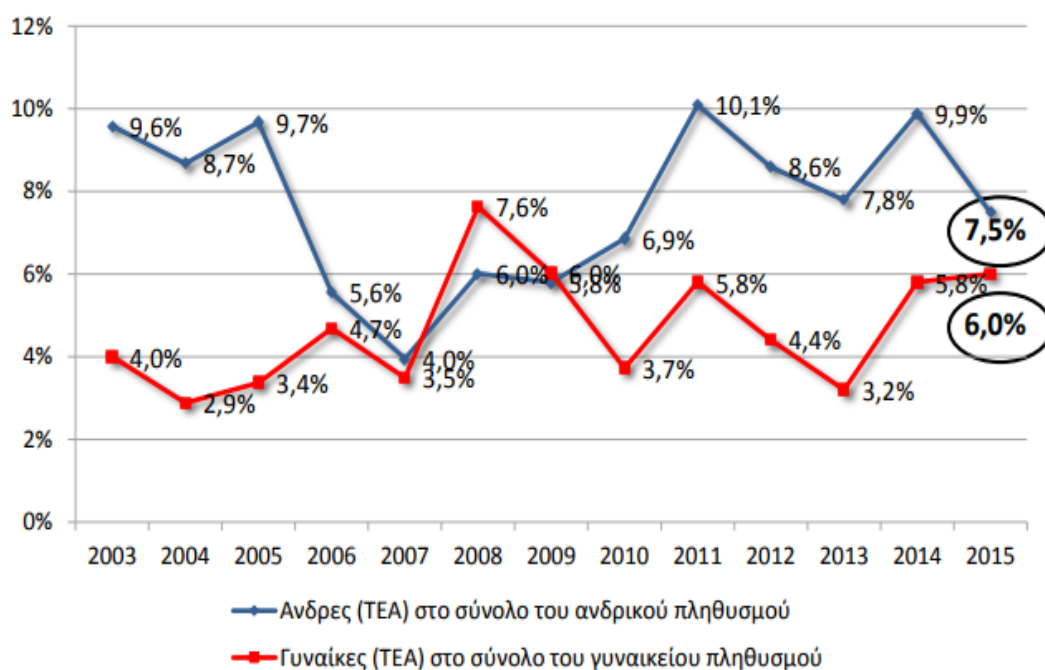
Διάγραμμα 5. Σημαντικές σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών μελέτης (54σελίδα)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το επιχειρηματικό γίνεσθαι και η αγορά δε διαχωρίζει τους επιχειρηματίες σε άντρες και γυναίκες, όμως υπάρχουν διαφορές στα κίνητρα, στα χαρακτηριστικά προσωπικότητας και τους ρόλους. Η επιχειρηματικότητα μπορεί να υποδιαιρεθεί σε διάφορες κατηγορίες. Μια πρώτη διάκριση μπορεί να γίνει βάσει φύλου λόγω των ιδιαίτερων αυτών χαρακτηριστικών. Παράλληλα, η ύπαρξη στερεοτύπων φύλου επηρεάζουν τις προτιμήσεις και τις επιλογές των ατόμων στην καριέρα τους. Επιπλέον, υπάρχουν κι οι διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών, όσον αφορά τα χαρακτηριστικά που σχετίζονται με τις δυνατότητες ανάληψης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Η κοινωνική διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών, γνωστή ως διαφορά φύλου, συνεπάγεται επίσης διαφορές όσον αφορά τις οικονομικές, κοινωνικές και επιχειρηματικές ευκαιρίες. . Αποτελεί αναμφισβήτητο γεγονός ότι υπάρχουν αρκετές επιστημονικές μελέτες βασισμένες στο φύλο με σκοπό τη διατύπωση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Αυτές οι διαφορές μετρήθηκαν για να εξαφανισούν «χάσμα» μεταξύ των δύο φύλων. Τα χαρακτηριστικά αυτά ποικίλουν ανάλογα με την χώρα και την κουλτούρα της.

Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του IOBE, δημοσιευμένη τον Ιανουάριο του 2012 , η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα επηρεάστηκε σε σημαντικό βαθμό με την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης, λόγω της αυξημένης αβεβαιότητας και των δυσμένων οικονομικών συνθηκών. Οι ελληνίδες παρά το γεγονός ότι αποτελούν το 50,8% του συνολικού πληθυσμού της χώρας , εκπροσωπούνται στον επιχειρηματικό τομέα με τοελάχιστο ποσοστό του 20%. Το ποσοστό της χώρας είναι 10% μικρότερο σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες. Ωστόσο, στην έκθεση του IOBE για το 2016 παρατηρείται ότι από το συνολικό ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, τα ποσοστά των ανδρών επιχειρηματιών μειώνονται αισθητά, ενώ η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι στο ποσοστό 44%. Το ποσοστό αυτό αποτελεί το υψηλότερο καταγεγραμμένο ποσοστό για τις γυναίκες επιχειρηματίες. Η υψηλή ανεργία γυναικών δημιουργεί πίεση για εισόδημα στα νοικοκυριά, όπου ενδεχομένως χάνουν την απασχόληση οι άνδρες,. Η θετική εξέλιξη είναι ότι κατά τον IOBE τα «γυναικεία» εγχειρήματα καταγράφουν πολλές φορές καλύτερες επιδόσεις σε θέματα καινοτομίας σε σχέση με τα «ανδρικά» εγχειρήματα.

Διάγραμμα 1 : Αύξηση γυναικείας - μείωση ανδρικής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων
Source: IOBE 2015-20



Η επιχειρηματικότητα ξεκίνησε να απασχολεί την οικονομικής επιστήμη από τις απαρχές της. Με την πάροδο του χρόνου και την εξέλιξη των ανθρωπινων κοινωνιών πάντα υπήρχαν ανάγκες, οι οποίες έπρεπε να καλυφθούν. Εκεί εμφανιζόταν οι επιχειρηματικές δραστηριότητες να ικανοποιήσουν κάθε ανάγκη. Η επιχειρηματικότητα ήταν ένας τομέας ανδροκρατούμενος, όμως οι εποχές άλλαξαν. Οι επιχειρήσεις απέκτησαν γυναικείο κοινό και η γυναικεία επιχειρηματικότητα γίνεται τάση, αυξάνοντας συνέχεια τα ποσοστά της. Ο πολυσήμαντος ρόλος της γυναικείας επιχειρηματικότητας και η σημερινή της θέση στην κοινωνία φωτίζεται καλύτερα μετά από την αναζήτηση της διαδρομής της μέσα από το πέρασμα των αιώνων. Η παρακολούθηση του ρόλου της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο εντοπισμός της θέσης της σήμερα, διαφαίνεται μέσα από τον στίβο των επιχειρήσεων. Στις τελευταίες δύο δεκαετίες και στην Ελλάδα οι γυναίκες έχουν αρχίσει να κατακτούν τα ανώτερα κλιμάκια των επιχειρήσεων ως υψηλόβαθμα διευθυντικά στελέχη και ως ανεξάρτητοι επαγγελματίες.

Η συγκεκριμένη έρευνα στο πλαίσιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας έχει ιδιαίτερη σημασία για τα τεκνόμενα των σύγχρονων οικονομιών και κοινωνιών.

Μας ενδιαφέρει η μελέτη του ψυχολογικού προφίλ των γυναικών επιχειρηματιών, καθώς μπορεί ενδεχομένως να υποδείξει νέους κυβερνητικούς μηχανισμούς ή μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και νέες κινήσεις ενδυνάμωσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Οι γυναίκες βρίσκουν διεξόδους έκφρασης της προσωπικότητάς τους και δημιουργίας κοινωνικής αξίας. Πολλές φορές δεν είναι τόσο η διαδικασία για τη δημιουργία χρημάτων αλλά η ψυχολογική αξία της συμμετοχής σε επιχειρηματικές δραστηριότητες. Η αξία της συμμετοχής, της επιβράβευσης και της κοινωνικής αξίας είναι κίνητρα που έρχονται να συμπληρώσουν τα οικονομικά κίνητρα είτε αυτά υπάρχουν, είτε όχι. Με αυτή την πτυχή της γυναικείας επιχειρηματίας μπορεί να προκύψουν νέες δομές οργάνωσης, πιθανώς οργανισμοί με μη κερδοσκοπική δράση με σκοπό την προσφορά στο κοινωνικό καλό.

Από την άλλη πλευρά η βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη σε αναπτυγμένες χώρες βασίζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στην τεχνολογική πρόοδο, την καινοτομία και τις επενδύσεις. Η Ελλάδα αποτελεί τον ουραγό στην προσέλκυση επενδύσεων. Το παραγωγικό μοντέλο της Ελλάδας, στηρίζεται ελάχιστα σε αυτούς τους εξωστρεφείς και δυναμικούς κλάδους, όπως είναι η επιχειρηματικότητα. Κι αυτό, διότι σήμερα, η Ελλάδα έχει περισσότερο από ποτέ την ανάγκη για μια «επενδυτική άνοιξη» που θα συνέβαλε στην έξοδο της οικονομίας από την κρίση. Για να αλλάξει η στρατηγική της χώρας στον τομέα της έρευνας και της ανάπτυξης θα πρέπει να αυξηθεί η επιχειρηματικότητα και μάλιστα η γυναικεία επιχειρηματικότητα. Η ανθρώπινη δημιουργικότητα και η επιχειρηματική νοοτροπία είναι απαραίτητες για την έναρξη επιτυχημένων νέων ιδεών και την ανάπτυξη βιώσιμων νέων αγορών και επιχειρηματικών μοντέλων που ωφελούν τόσο την κοινωνία όσο και τις επιχειρήσεις. Σε μία χώρα όπως η Ελλάδα που καταναλώνει παραδοσιακά περισσότερο από ότι παράγει, η γυναικεία επιχειρηματικότητα φέρνει λύσεις. Οι νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες θα αυξήσουν την παραγωγικότητα της οικονομίας, επιφέροντας πολλά οφέλη και αυξήσεις του ακαθάριστου εγχωρίου προϊόντος. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας, η ανεργία έχει αυξηθεί κατά 124% από το 2008 η ανεργία στην Ελλάδα καταγράφει μια συνεχή ανοδική πορεία πλήττοντας σοβαρά τους νέους και τις νεαρές γυναίκες. Οι χιλιάδες άνεργοι βιώνουν καθημερινά τις επιπτώσεις και ζουν τον εφιάλτη της αβεβαιότητας του αύριο με σοβαρή πιθανότητα να μην μπορεί να έχει κάποιος τα απαραίτητα για να ζήσει, τροφή και στέγη.

Οι μητέρες και οι νέες γυναίκες μέσω της επιχειρηματικότητας βρίσκουν διέξοδο στην αγορά εργασίας και με αποτέλεσμα χαμηλότερα ποσοστά ανεργίας, νέες θέσεις, νέα εισοδήματα, νέους ρόλους και φυσικά καλύτερη κοινωνική διάθεση. Ολα αυτά μπορούν επιτευχθούν μόνο με την στήριξη σε πολιτικές οι οποίες έχουν ως στόχο την πρόωθηση και την ενδυνάμωση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, καθώς οι γυναίκες ως παραγωγικός συντελεστής στον επιχειρηματικό κόσμο είναι υποαπασχολούμενες.

Η βαθιά οικονομική κρίση που μαστίζει την χώρα μας τα τελευταία χρόνια, αποτελεί για την Ελλάδα μία κρίσιμη καμπή της σύγχρονης ιστορίας της. Το φαινόμενο της κρίσης είναι γνωστό σε όλους. Η σημασία της συγκεκριμένης έρευνας για την επιχειρηματικότητα των γυναικών είναι είναι πολύπλευρη και πολυδιάστατη όπως η φύση της. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι το κυριότερο από τα συστατικά που μπορούν να καταπολεμήσουν την οικονομική κρίση και την απαισιοδοξία της κοινωνικής πραγματικότητας. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι μία λύση για αειφόρο ανάπτυξη, καθώς αποτελεί εναλλακτική πηγή αύξησης του εισοδήματος. Το ανθρώπινο κεφάλαιο και το ανθρώπινο δυναμικό εκφράζεται μέσω της γυναικείας επιχειρηματικότητας ως γνώμονας αειφορίας. Οι επιχειρήσεις γυναικείας ιδιοκτησίας είναι ζωτικής σημασίας για την υγεία της ευρωπαϊκής οικονομίας. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι δράση : διαμορφώνει επενδύσεις, συσσωρεύει κοινωνική αξία, δημιουργεί εναλλακτικές πηγές εισοδήματος, μειώνει την ανεργία, προωθεί συμπεριφορές επιβράβευσης και διαμορφώνει ψυχολογικά και κοινωνικά προφίλ μέσω των πιέσεων που ασκεί στην οικονομική οικονομική και ψυχολογική αβεβαιότητα της κρίσης. Η ανάλυση των επιχειρηματικών γυναικείων προδιαθέσεων και αντιλήψεων εστιάζει σε παράγοντες που διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: σε πολιτισμικούς, με την έννοια ότι αναφέρονται στη γενική στάση μιας κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα και σε προσωπικούς, που αναφέρονται στο πώς βλέπει το ίδιο το άτομο το ζήτημα της επιχειρηματικής του δραστηριοποίησης μέσω των προσωπικών του κινήτρων. Σε όλες τις σύγχρονες, ευρωπαϊκές και παγκοσμιοποιημένες κοινωνίες οι γυναίκες καλούνται να αντιμετωπίσουν την όποια αβεβαιότητα , να γίνουν ανταγωνιστικές φέρνοντας ριζικές μεταρρυθμίσεις, τόσο εντός του κλάδου των επιχειρήσεων όσο και ως αντίκτυπο του ψυχολογικού προφίλ τους στην κοινωνία. Οι προθέσεις συμπεριφοράς είναι οι παρακινητικοί παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν μια συγκεκριμένη συμπεριφορά.

Όσο ισχυρότερη είναι πρόθεση για εκτέλεση μια συμπεριφοράς , τόσο πιο πιθανό είναι να πραγματοποιηθεί αυτή η συμπεριφορά (πχ επιχειρηματική δραστηριότητα). Αυτό συμβαίνει και στην χώρα μας την Ελλάδα.

1.1 Σκοπός Έρευνας και ερευνητικά αντικείμενα

Σκοπός αυτής της μελέτης είναι η εξέταση της ψυχολογικής διαδικασίας που εξηγεί τις προθέσεις των γυναικών να εισέλθουν στην επιχειρηματικότητα. Μερικώς, ο σκοπός αυτής της μελέτης είναι η διερεύνηση της δυνατότητας εφαρμογής των θεωριών SDT (Self-Determination Theory) και TPB (Theory of Planned Behaviour) στο ελληνικό επιχειρηματικό πλαίσιο. Ο στόχος αυτής της διπλωματικής διατριβής συνοψίζεται στα ακόλουθα ερευνητικά αντικείμενα.

Ερευνητικό αντικείμενο 1: Προσδιορισμός του ρόλου των ψυχολογικών κινήτρων, συγκεκριμένα : α) τα αυτόνομα κίνητρα (autonomous motivation) και β) τα ελεγχόμενα κίνητρα (controlling motivation) στην τάση των γυναικών (women intention) στην Ελλάδα για ενασχόληση με επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Ερευνητικό αντικείμενο 2: Προσδιορισμός του ρόλου των ψυχολογικών κινήτρων, συγκεκριμένα: α) τις προσωπικές πεποιθήσεις/πιστεύω (personal attitudes) , β) τις κοινωνικές πεποιθήσεις του περίγυρου (subjective norms) και γ) στην τάση των γυναικών στην Ελλάδα για ενασχόληση με επιχειρηματικές δραστηριότητες

1.2 Ανασκόπηση κεφαλαίων της παρούσας έρευνας

Αναφορικά με τη δομή της εργασίας, το πρώτο κεφάλαιο αποτελεί την εισαγωγή. Στο δεύτερο κεφάλαιο πραγματοποιείται βιβλιογραφική επισκόπηση του θεωρητικού υποβάθρου της επιχειρηματικότητας φτάνοντας ως τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Παράλληλα, γίνεται εκτενής αναφορά στα κίνητρα και στις ψυχολογικές θεωρίες που χρησιμοποιήθηκαν. Στο τρίτο κεφάλαιο περιγράφεται η μεθοδολογία αλλά και ο σχεδιασμός της εμπειρικής έρευνας. Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας. Στο πέμπτο διενεργείται κριτική συζήτηση των ευρημάτων της παρούσας έρευνας με τα ευρήματα, προηγούμενων παρόμοιων ερευνών, θεωρητικών και εμπειρικών. Τέλος, στο κεφάλαιο έξι αναφέρονται τα συμπεράσματα. Στο κεφάλαιο επτά αναφέρονται τα εμπόδια που παρουσιάστηκαν

κατά τη διεξαγωγή της έρευνας μας , καθώς και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα στο μέλλον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.

2.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο παρουσιάζεται το θεωρητικό υπόβαθρο της έννοιας της επιχειρηματικότητας στον οικονομικό κόσμο , ώστε να μπορέσουμε να προσεγγίσουμε τα κίνητρα της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σε περίοδο κρίσης. Ακολουθεί βιβλιογραφική ανασκόπηση, σχετικά με την επιχειρηματικότητα ως έννοια και τη διάκρισή της λόγω φύλλου. Θα καταφέρουμε να φτάσουμε στην γυναικεία επιχειρηματικότητα καθευτή, καθώς σκόπος μας είναι να εξετάσουμε τα κίνητρα και τα χαρακτηριστικά ,τα οποία υπερισχύουν σε περιόδους κρίσης στην Ελλάδα στο γυναικείο επιχειρηματικό δυναμικό. Η επιχειρηματικότητα είναι ένας όρος συννυφασμένος και στενά συνδεδεμένος με τον άνθρωπο. Ο άνθρωπος ως «ον» ζει, δρα και συναλλάσσεται μέσω των οργανωμένων οικονομιών. Αν και η επιχειρηματικότητα ως πρακτική εμφανίστηκε στην αρχαιότητα, η δημιουργία ενός επιστημονικά θεωρητικού πλαισίου πραγματοποιείται μόνο από τα μέσα του 18ου αιώνα. Η επιχειρηματικότητα επιδέχεται πολλών ορισμών και προσεγγίσεων, που εκτείνονται από το δημιουργείν έως το επιβιώνειν, από την ανάληψη ρίσκου έως την άσκηση ηγεσίας για τη πραγμάτωση του στόχου και από την επιθυμία αυταπασχόλησης έως την πραγμάτωσή της. Πάνω απ' όλα όμως, η επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία, κυρίως ατόμων που ανήκουν σε μια ετερογενή ομάδα και που έχουν το ταλέντο να αναγνωρίζουν ευκαιρίες εκεί που οι άλλοι δεν τις βλέπουν και να οργανώνονται για να επιτύχουν το τελικά επιδιωκόμενο όφελος. Η επιχειρηματική δραστηριότητα είναι ποικιλόμορφη και οδηγεί σε αποτελέσματα οικονομικής ανάπτυξης , βελτίωσης και ευημερίας για την εκάστοτε κοινωνία. Αυτό το γεγονός οδηγεί σε αύξηση του ενδιαφέροντος για την επιχειρηματικότητα με την πάροδο του χρόνου, ελκύει όλο και περισσότερο το ενδιαφέρον τόσο των επιχειρηματιών, όσο και των ακαδημαϊκών. Η επιχειρηματικότητα ως διαδικασία είναι από την φύση της πολυπαραγοντική, για αυτό οι ορισμοί οι οποίοι της αποδίδονται είναι πολλοί και διαφορετικοί. Η επιχειρηματικότητα είναι ένας πολυδιάστατος όρος που είναι εξαιρετικά δύσκολος να οριστεί (Carree and Thurik,

2005). Αυτό περιπλέκει τη δυνατότητα μέτρησης του επιπέδου των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και κατά συνέπεια, του αντίκτυπού της στην οικονομική επίδοση.

Η παρούσα διπλωματική εργασία παρουσιάζει διάφορες προσεγγίσεις που περιγράφονται στη βιβλιογραφία, παραθέτοντας τους ορισμούς με μια συγκεκριμένη ιστορική διαδοχή.

2.2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η ορολογία για την επιχειρηματικότητα έχει εμφανιστεί ως περιγραφή μιας σειράς από δραστηριότητες όπως η διαχείριση, η διοίκηση, η ίδρυση και η δημιουργία μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Ο όρος "επιχειρηματικότητα" προέρχεται από τον γαλλικό όρο "entrepredre". Η ιστορική προέλευση αυτού του όρου χρονολογείται στα τέλη του 17ου με αρχές του 18ου αιώνα. Ο Sobel (2008) υποστήριζει ότι ο όρος επιχειρηματικότητα , χρησιμοποιείται χρονολογικά για τις οικονομικές δραστηριότητες του 16^ο αιώνα. Ο όρος "επιχειρηματικότητα" καθιερώθηκε γύρω στη δεκαετία του 1920. Είναι δάνειο από τη γαλλική λέξη επιχειρηματία χρονολογείται από τη δεκαετία του 1850.

Ο γάλλος οικονομολόγος R.Cantillon όρισε ως επιχειρηματία «ένα άτομο που προσπαθεί να εκμεταλλευτεί τη διαφορά τιμών, ανάμεσα στην αγορά με βεβαιωμένη τιμή και στην πώληση των αγαθών με βεβαιότητα» Ο όρος "επιχειρηματίας" εμφανίζεται για πρώτη φορά στο κείμενο που γράφει ο Cantillon (1755) με τίτλο "Essai sur la Nature du Commerce en Général". Το έργο του Cantillon γράφτηκε το 1730 όμως δημοσιεύτηκε το 1755. Ο επιχειρηματίας είναι ένας φορέας λήψης κινδύνου ο οποίος εσκεμμένα αναλαμβάνει το κίνδυνο, διαθέτοντας πόρους για να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες, προκειμένου να μεγιστοποιήσει την οικονομική απόδοση. Η λέξη επιχειρηματίας αναφέρεται σε ένα πρόσωπο που αγοράζει προϊόντα σε γνωστές τιμές και στη συνέχεια μεταπωλεί στην αγορά σε τιμές που δεν είναι γνωστές, εξασφαλίζοντας σταθερότητα στο σύστημα της αγοράς. Το κλασικό οικονομικό κίνημα που ακολούθησε τον Cantillon έθεσε το στάδιο των μοντέλων ισορροπίας προωθώντας τις οικονομικές προβλέψεις και την προσέγγιση της αβεβαιότητας. Ο Cantillon τόνισε την ανάγκη για προθυμία του επιχειρηματία να αναλάβει τον επενδυτικό κίνδυνο και να αντιμετωπίσει την αβεβαιότητα.

Ο Σκωτσέζος οικονομολόγος και εκφραστής της κλασικής σχολής Adam Smith (1776), αναφέρεται στον επιχειρηματία ως ένα άτομο που αναλαμβάνει τη δημιουργία ενός οργανισμού για εμπορικούς σκοπούς. Η αναφορά γίνεται στο βιβλίο του με τίτλο «ο πλούτος των Εθνών». Ο αυστριακός οικονομολόγος Schumpeter δίνει έμφαση στην καινοτομία ως νέο προϊόν, νέες μεθόδους παραγωγής, νέες αγορές και νέες μορφές οργάνωσης. Ο πλούτος (κέρδος) δημιουργείται όταν συσσωρεύονται καινοτόμα αποτελέσματα. Σύμφωνα με τον Schumpeter, κάποιος μπορεί να ορίσει ως επιχειρηματικότητα τη διαδικασία συνδυασμού παραγωγικών εισροών, με δημιουργικό και καινοτόμο τρόπο, ώστε να παράγουν «αξία» για τις ανάγκες του καταναλωτή. Ο επιχειρηματίας ελπίζει ότι η αξία του προϊόντος θα ξεπεράσει το κόστος των παραγωγικών συντελεστών που χρησιμοποιήθηκαν, δημιουργώντας συσσωρευμένα κέρδη δηλαδή πλούτο. Ο επιχειρηματίας αναδιατάσσει τους παραγωγικούς συντελεστές μιας κοινωνίας με σκοπό την παραγωγή νέων προϊόντων ή υπαρχόντων με οικονομικότερο τρόπο ή με οικονομικότερο συνδυασμό πόρων. Ο επιχειρηματίας εμφανίζεται και περιγράφεται ως «καινοτόμος», ενώ τον διαχωρίζει από εκείνον που αναλαμβάνει τον κίνδυνο. Παρόλο που δεν είναι ο πρώτος που έκανε λόγο για την καινοτομία, ο Schumpeter θεωρείται ως ο ιδρυτής της θεωρίας καινοτομίας (Schumpeter J.A., 1934; Hebert & Link, 1989; Aids, 2003). Ο επιχειρηματίας είναι πρόθυμος και ικανός να μετατρέψει μια νέα ιδέα ή εφεύρεση σε μια επιτυχημένη καινοτομία.

Στη συνέχεια, ο όρος εμπλουτίστηκε και συμπεριέλαβε και την έννοια της διαφοροποίησης μεταξύ επιχειρηματία και επενδυτή, διαχωρίζοντας τις διαφορές μεταξύ των προσδοκιών τους σε σχέση με τα λαμβανόμενα μέτρα κινδύνου. Ο πρώτος ακαδημαϊκός, ο οποίος αναγνώρισε την αξία της επιχειρηματικότητας για την παραγωγική διαδικασία ήταν ο Alfred Marshal. Ο νεοκλασικός Marshal εισάγει την έννοια καινοτομία ως χαρακτηριστικό του επιχειρηματία, ο οποίος αποβλέπει και στοχεύει στην αναζήτηση τρόπων για την μείωση κόστους. Το 1980 στο βιβλίο του με τίτλο «Principle of economics» (1890) αναγνωρίζει την ύπαρξη ενός τέταρτου παραγωγικού συντελεστή, την επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, ορισμένοι οικονομολόγοι συνεχίζουν να θεωρούν ότι οι παραγωγικοί συντελεστές είναι τρεις και ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί ουσιαστικά κομμάτι του παραγωγικού συντελεστή «Εργασία».

Ο Marshal θεωρεί τον επιχειρηματία ως έναν εκπρόσωπο του κεφαλαίου, ο οποίος έχει ως ενασχόληση πολλαπλές και ταυτόχρονες δραστηριότητες οικονομικής φύσεως. Σε ακαδημαϊκό επίπεδο σημαντική συμβολή στην εξέλιξη επιχειρηματικότητας έχει ο οικονομολόγος Jean – Baptiste Say. Ο Say (Say,1830) ενίσχυσε τον ρόλο του επιχειρηματία, καθώς τον θεωρεί και τον βλέπει ως τον ηγετή μιας επιχείρησης, με εξαιρετικές γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες.

Εξίσου, σημαντική συνεισφορά έχει και ο Βρετανός οικονομολόγος John Stuart Mill. Στο βιβλίο του «Principles of Political Economy» (Mill,1848) περιγράφει τον επιχειρηματία ως το άτομο στα χέρια «κρατάει» την απόλυτη κυριότητα της εμπορικής δραστηριότητας. Ο Mill ήταν συνεχιστής του Cantillon και διεύρυνε την άποψη του. Πρόσθεσε όμως το διαχωρισμό μεταξύ του ατόμου, το οποίο προσφέρει το κεφάλαιο του και εκείνου ο οποίος αναλαμβάνει τον κίνδυνο ενώ δεν συμμετέχει ενεργά καθημερινά. (Hebert&Link,1989;Sobel,2008). Ο Wilken (1979) παρομοιάζει την επιχειρηματικότητα με μια πλασματική οντότητα σε ένα φανταστικό κόσμο παραμυθιού. Με αυτό τον τρόπο η επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα μυστηριώδες πλάσμα, που επιδέχεται πολλές προσεγγίσεις και απόψεις.

Όταν αναζητούμε τα πρώτα ίχνη της σημασιολογικής έννοιας της επιχειρηματικότητας, είναι σημαντικό να αναφέρουμε το έργο του Verin (1982). Ο οικονομολόγος Drucker ήταν ένας από τους θεωρητικούς θεμελιωτές του όρου «διοίκηση».Ο Drucker (1985) αναλαμβάνει την ιδέα να αλλάξει έννοια της διοικήσεως, καθώς θεωρεί ότι υπάρχει σχέση με την επιχειρηματικότητα. Αλλά γ'αυτόν ο επιχειρηματίας δεν είναι τόσο ένας παράγοντας αλλαγής αλλά είναι αυτός, ο οποίος αναγνωρίζει και κερδοσκοπεί τις στιγμές της αλλαγής, μετατρέποντάς τις σε επιχειρηματικές ευκαιρίες. Η αλλαγή είναι το κλειδί για την επιχειρηματική ζωή , την ανάπτυξη και την συνέχειά της. Ο Drucker (1985) δηλώνει ότι οι επιχειρηματίες βλέπουν την αλλαγή ως κάτι φυσιολογικό και υγιές. Αυτό που ορίζει τον επιχειρηματία ή το επιχειρηματικό πνεύμα είναι ότι ο επιχειρηματίας αναζητά πάντα την αλλαγή (Drucker,1985). Ο Baumol (1968) χαρακτήρισε τον όρο «επιχειρηματικότητα» ως μια από τις πιο ενδιαφέρουσες οικονομικές έννοιες. Για τους επιχειρηματίες της εποχής εκείνης, οι ευκαιρίες για εχθρική απόκτηση πόρων αποτελούν μέρος των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τους (Baumol, 1990). Ένας από τους νεότερους ερευνητές της επιχειρηματικότητας είναι ο William Gartner.Στο πολυσυζητημένο άρθρο του

«Who is the Entrepreneur? Is the wrong Question?», ορίζει ως επιχειρηματικότητα τη δημιουργία νέων οργανισμών.

Ο Gartner ήταν έντονος υποστηρικτής πως η αναζήτηση του τι είναι επιχειρηματία, εστιάζει περισσότερο στα προσωπικά χαρακτηριστικά των ατόμων. Αυτό το γεγονός εμποδίζει τη διατύπωση ενός κοινά αποδεκτού ορισμού. Στις απόψεις του Gartner για την επιχειρηματικότητα άσκησαν έντονη κριτική μια σειρά από οικονομολόγους με την πάροδο του χρόνου

(Reynolds P.D., 1991; Katz, 1992; Lumpkin & Dess, 1996; Bryat & Julien, 2000).

Αργότερα, ο (Cunningham, 1991) ανέφερε σε αρχικό στάδιο ότι: « η επιχειρηματικότητα είναι μια προσπάθεια μετρατροπής της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα για να προκύψει κέρδος.»

Ο Timmons (1994) ορίζει την επιχειρηματικότητα ως τη δημιουργία προϊόντος ή υπηρεσίας που έχει μηδενική αξία. Η «αξία» που αναφέρει ο Timmons είναι φυσικά η οικονομική αξία. Η αξία καθορίζεται από την τιμή και η αρχική μηδενική αξία υποδηλώνει ότι όλα τα απαραίτητα μέσα ή οι διαδικασίες παραγωγής του προϊόντος. Οι διαδικασίες παραγωγής μπορεί μεν να υπάρχουν, αλλά σε μορφή η οποία δεν είναι οργανωμένη, ώστε να τροφοδοτήσει συστηματικά με νέο προϊόν μια αγορά. Ο Carlock (1994) και λίγο αργότερα οι Grand και Perem (2002) συμφώνησαν ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια τόσο πολυσύνθετη έννοια για την οποία δεν έχει βρεθεί αποδεκτός ορισμός λόγω αυτής της ιδιαιτερότητας της. Οι βασικοί παράγοντες οι οποίοι οδήγησαν στην επιτυχημένη επιχειρηματικότητα στο όραμα των διαφορετικών συγγραφέων συντέθηκαν από τον Van Praag (1999) (Πίνακας 1).

1 : Ορισμοί της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας υπό το πρίσμα κλασικών συγγραφέων

Συγγραφέας	Αρχή ως επιχειρηματίας	Επιτυχία ως επιχειρηματίας	Για να αρχίσεις και να γίνεις επιτυχημένος επιχειρηματίας
Cantillon			Εγρήγορση και προσοχή , ανάληψη και καταμερισμός κινδύνου
Say	Επαρκής φήμη για απόκτηση κεφαλαίου	Κρίση, επιμονή, γνώση του κόσμου των επιχειρήσεων , η ενασχόληση με την επιχείρηση.	Να συντηρείται από τον κίνδυνο
Marshall	Νέοι σε ηλικία άνθρωποι, πρόθυμοι «να ρισκάρουν» και να αναλάβουν τον κίνδυνο.	Νοημοσύνη, γενική ικανότητα (εξαρτάται από το οικογενειακό υπόβαθρο και την εκπαίδευση), γνώση του εμπορίου, ανάληψη και καταμερισμός κινδύνου, την ηγεσία, να κατέχει κεφάλαιο	
Schumpeter	Η επιθυμία για έναρξη (ισχυρότερη αν υπάρχουν λιγότερες εναλλακτικές λύσεις για την κοινωνική διάκριση, περισσότερη φιλοδοξία, ενέργεια, δημιουργικότητα)		Ηγεσία
Knight	Η είναι σημαντική η ικανότητα άντλησης κεφαλαίων, ευχαρίστησης / κινήτρων	Δυνατότητα αντιμετώπισης της αβεβαιότητας, εμπιστοσύνη στον εαυτό σας, όραμα, πνευματική ικανότητα	Τύχη
Kinzer	Εγρήγορση	Δημιουργικότητα και ηγεσία για την αξιοποίηση των ευκαιριών κέρδους	

Με τη σύγχρονη έννοια της οικονομίας της αγοράς, ο επιχειρηματίας μετατρέπεται σε έναν δυναμικό οικονομικό παράγοντα. Υιοθετεί μια καινοτόμα και ενεργή συμπεριφορά, ώστε να αποδέχεται τους οικονομικούς κινδύνους με σκοπό για την ανάπτυξη νέων έργων. Σε αυτό το σημείο, ένας σημαντικός αριθμός εταιριών δίνει μεγάλη προσοχή και αναγνώριση στους επιχειρηματίες. Ο λόγος της αναγνώρισης πηγάζει από την συμβολή τους στην εξέλιξη του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και την ασκούμενη επιρροή τους στους μακροοικονομικούς δείκτες. Με λίγα λόγια η επιχειρηματικότητα για τους οικονομολόγους ήταν συνώνυμη με τα επιτεύγματα του ατόμου στον τομέα των επιχειρήσεων. Όταν η επιχείρηση έχει αναπτυχθεί, η συνεισφορά των ανθρώπων είναι το κρίσιμο σημείο για την επιτυχία της επιχείρησης. Με αποτέλεσμα η επιχειρηματικότητα να αναφέρεται όχι μόνο στο σχεδιασμό μιας επιχειρηματικής ιδέας, αλλά και στην προβολή και τη συντήρηση της οργάνωσης έτσι ώστε η δραστηριότητα να συνεχίσει (Panda, 2011). Όπως ειπώθηκε από τον Venkataraman (Klein, 2008), η επιχειρηματικότητα ενσωμάτωσε στον ακαδημαϊκό κόσμο όλες εκείνες τις εξηγήσεις για τα μέσα στα οποία υπάρχουν οι επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Η έννοια της επιχειρηματικότητας συνεχίζει να εξελίσσεται και να προσθέτει στοιχεία στον ορισμό που της αποδίδει κάθε οικονομολόγος, σύμφωνα με τη δική του πρόσεγγιση. Οι διαχειριστικές ιδιότητες αυτοελέγχου του επιχειρηματία έχουν εξελιχθεί ως δύο νέες μεγάλες διαστάσεις της προσωπικότητάς τους. Πέρα από την παραδοσιακή αντίληψη ότι οι επιχειρηματίες εμπλέκονται στην ανάληψη κινδύνων, είναι καινοτόμοι και δημιουργικοί (Biswas, 2000). Η αναγνώριση και αξιολόγηση των επιχειρηματικών ευκαιριών αποτελεί την αρχή της επιχειρηματικής διαδικασίας (Baron and Henry, 2010). Ένα από τα κυριότερα προβλήματα στην σαφήνεια του ορισμού της είναι το γεγονός ότι συνδυάζει και συσχετίζει δύο φαινόμενα. Από την μια πλευρά είναι η παρουσία κερδοφόρων ευκαιριών και από την άλλη η παρουσία των ιδιωτών επιχειρηματιών (Page and Ateljevic, 2009). Η επιχειρηματική δραστηριότητα συνεχίζεται γιατί τα μέλη των κοινωνιών παίρνουν αποφάσεις για να δράσουν λόγω των ευκαιριών κέρδους. Υπάρχει υπερπληθώρα θεωρητικών και εμπειρικών μελετών. Οι μελέτες αυτές θεωρούν ότι σημαντικές ιδιότητες για την επιχειρηματικότητα είναι: η ανάληψη

κινδύνου, η καινοτομία, η ανάγκη για ανάπτυξη και η διοικητική ικανότητα. (Karlsson et al., 2004).

Ο Karlsson συσχέτισε την επιχειρηματικότητα με την οικονομική ανάπτυξη. (Karlsson, C., Friis C., Paulsson T., 2004). Τον 20ο αιώνα, η επιχειρηματικότητα μελετήθηκε από τον Joseph Schumpeter στη δεκαετία του 1930 και άλλους αυστριακούς οικονομολόγους όπως ο Carl Menger, ο Ludwig von Mises και ο Friedrich von Hayek. Ο αμερικάνος Knight στο έργο του «Risk, uncertainty and Profit», (Knight, 1921) κάνει εκτεταμένη αναφορά στις έννοιες του κινδύνου και της αβεβαιότητας. Ο επιχειρηματίας, φέρει τους κινδύνους που πηγάζουν από την αβεβαιότητα που χαρακτηρίζει την πραγματική ζωή.

Στο βιβλίο «Competition and Entrepreneurship», ο Kirzner ορίζει τον επιχειρηματία ως αυτόν που λαμβάνει απόφασεις μέσα σε συνεχή επαγρύπνηση του διάφορες επιχειρηματικές ευκαιρίες. (Dean & McMullen, 2007; Gedeon, 2010). Ο οικονομολόγος, Kirzner, έκανε γνωστή την έννοια της επιχειρηματικότητας ως δυνατότητα αναγνώρισης των ευκαιριών κέρδους (Klein, 2008). Karlsson et. (2004), δηλώνει ότι "η δραστηριότητα του επιχειρηματία είναι ουσιαστικά ανταγωνιστική. Έτσι, ο ανταγωνισμός περικλείεται στη φύση της διαδικασίας της επιχειρηματικής δράσης και αγοράς. Ο Kirzner εστιάζει στην εγρήγορση, στη δημιουργικότητα και στην ηγεσία για την αξιοποίηση των ευκαιριών κέρδους. "(Πίνακας 2). Η επιχειρηματικότητα ως έννοια αναφέρεται στην ικανότητα του ατόμου να εφαρμόζει στην πράξη μια ιδέα που διαθέτει ορισμένες ιδιότητες. Τέτοιες ιδιότητες είναι η δημιουργικότητα, η καινοτομία, η ανάληψη κινδύνου και η ικανότητα να προγραμματίζει και να διαχειρίζεται τις δραστηριότητες ενόψει της εκπλήρωσης των προτεινόμενων στόχων. Ο όρος αυτός γνωρίζει διαφορετικές προσεγγίσεις στο επίπεδο κάθε κράτους, επηρεάζεται από ορισμένα στοιχεία όπως η εκπαίδευση, ο πολιτισμός και το περιβάλλον, το νομοθετικό και πολιτικό σύστημα (Piti, 2010). Παραθέτοντας όλους αυτούς τους ορισμούς της επιχειρηματικότητας φτάνουμε στην επιχειρηματικότητα του σήμερα. Από τους πιο σημαντικούς και σύγχρονους ορισμούς είναι ο ορισμός των McGrath και MacMillan (2000). Η επιχειρηματικότητα είναι τρόπος σκέψης. Όσοι έχουν τον επιχειρηματικό τρόπο σκέψης έχουν τον τίτλο «επιχειρηματίες» (habitual entrepreneurs). Οι επιχειρηματίες εντοπίζουν συνεχώς καινούριες επιχειρηματικές ευκαιρίες τις οποίες αξιοποιούν σε χρόνο που οι ίδιοι επιλέγουν.

Στη σύγχρονη εποχή κάποιοι οικονομολόγοι θεωρούν πλέον ότι η επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία επιχειρήσεων, άλλοι η ανάπτυξη επιχειρήσεων και άλλοι και τα δύο. Ίσως το μεγαλύτερο εμπόδιο στη δημιουργία ενός εννοιολογικού πλαισίου για το πεδίο της επιχειρηματικότητας ήταν ο ορισμός του πεδίου της.

Το 1997 με το άρθρο «The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research», ο καθηγητής Venkataraman προσδιορίζει τον ίδιο τον επιχειρηματία ως ένα επιστημονικό πεδίο. Μέχρι σήμερα, οι περισσότεροι ερευνητές έχουν ορίσει το πεδίο μόνο με όρους οι οποίοι αφορούν το τι είναι ο επιχειρηματίας και ποιες είναι οι ενέργειες οι οποίες εκτελεί. (Venkataraman, 1997). Το πρόβλημα με αυτή την προσέγγιση είναι ότι η επιχειρηματικότητα συνεπάγεται το σύνδεσμο δύο φαινομένων: την παρουσία προσοδοφόρων ευκαιριών και την παρουσία επιχειρηματικών ατόμων. (Venkataraman, 1997). Όπως φαίνεται από τον Venkataraman (Klein, 2008), η ακαδημαϊκή σφαίρα της επιχειρηματικότητας ενσωματώνει τις εσωτερικές επεξηγήσεις του πεδίου της. Οι επεξηγήσεις αφορούν τα μέσα στα οποία υπάρχουν οι επιχειρηματικές ευκαιρίες, τις πηγές αυτών των ευκαιριών, τις μορφές που λαμβάνουν, τις διαδικασίες ανακάλυψης και αξιολόγησης των ευκαιριών, την απόκτηση πόρων για την εκμετάλλευση αυτών των ευκαιριών, την ίδια την εκμετάλλευση αυτών των ευκαιριών γιατί μόνο ορισμένα άτομα ανακαλύπτουν πώς να αξιολογούν και να συλλέγουν πόρους για να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες, τις παγίδες που ακολουθούσαν τις ευκαιρίες, καθώς και τις προσπάθειες για την εκμετάλλευσή τους. Οι περισσότεροι μελετητές της επιχειρηματικότητας ακολουθούν τη θεώρηση των Shane και Venkataraman (2000), η οποία νοεί την επιχειρηματικότητα ως διακριτό πεδίο μελέτης. Αυτό το πεδίο περιλαμβάνει: ένα σύνολο επιχειρηματικών ευκαιριών στην αγορά, ένα άνθρωπο δυναμικό ο οποίος επιθυμεί να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες αυτές αλλά και μια διαδικασία ανακάλυψης και αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών.

Πίνακας 2 : Ορισμοί της επιχειρηματικότητας

Συγγραφέας	Ορισμοί
Cole (1968)	Η επιχειρηματικότητα είναι μια δραστηριότητα αφιερωμένη στην εκκίνηση, συντήρηση και ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Η επιχειρηματικότητα είναι προσανατολισμένη στα κέρδη.
Ducker (1985)	Η επιχειρηματικότητα είναι μια πράξη καινοτομίας. Η επιχειρηματικότητα προϋποθέτει τη διάθεση των πόρων ,ωστέ να χρησιμοποιηθούν για να παράγουν πλούτο.
Gartner (1985)	Η επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία νέων οργανισμών.
Hisrich and Peters (1989)	Η επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία δημιουργίας κάτι διαφορετικού, είναι η δημιουργία αξίας. Ο επιχειρηματίας διαθέτει τον απαραίτητο χρόνο, την προσπάθεια και είναι πρόθυμος για την ανάληψη οικονομικών, κοινωνικών και φυσικών κινδύνων. Σκόπος είναι η απόκτηση χρηματικών ανταμοιβών και προσωπικής ικανοποίησης.
Stevenson et al. (1989)	Η επιχειρηματικότητα ακολουθεί μια ευκαιρία ανεξάρτητα από τους υπάρχοντες πόρους.
Kaish and Gilad (1991)	Η επιχειρηματικότητα είναι καταρχάς μια διαδικασία ανακάλυψη. Η επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία δράσης σε μια κατάσταση έλλειψης ισορροπίας.
Herron and Robinson (1993)	Η επιχειρηματικότητα είναι ένα σύνολο συμπεριφορών.οι οποίες διαχειρίζονται την ανακατανομή των οικονομικών πόρων. Ο σκοπός είναι η δημιουργία αξίας με αυτά τα μέσα.

Schumpeter (1934)	Επιχειρηματίας είναι ο άνθρωπος, ο οποίος κάνει νέους συνδυασμούς , προκαλώντας ασυνέχεια. Η πραγματοποίηση νέων συνδυασμών μπορεί να περιλαμβάνει ένα νέο προϊόν, μια νέα ποιότητα προϊόντος, μια νέα μέθοδο παραγωγής, την εξεύρεση νέας πηγής πρώτων υλών ή την αναδιοργάνωση της βιομηχανίας.
Hoselitz (1960)	Επιχειρηματίας είναι το πρόσωπο που αγοράζει σε μια τιμή που είναι δεδομένη και πωλεί σε μια τιμή που είναι αβέβαιη.
Leibenstein (1968)	Ένας επιχειρηματίας είναι ένα πρόσωπο το οποίο διαθέτει όλα τα απαραίτητα μέσα για την παραγωγή και την κυκλοφορία στην αγορά ενός προϊόντος. Το προϊόν αυτό ανταποκρίνεται σε μια έλλειψη αγοράς.
Kirzner (1985)	Επιχειρηματίας είναι το πρόσωπο εκείνο το οποίο αντιλαμβάνεται την ύπαρξη ευκαιριών κέρδους. Ξεκινάει κάποιες ενέργειες για να καλύψει μη ικανοποιούμενες τρέχουσες ανάγκες.
Bygrave and Hofer (1991)	Ένας επιχειρηματίας είναι ένα πρόσωπο που αντιλαμβάνεται μια ευκαιρία και δημιουργεί μια οργάνωση για να την ακολουθήσει.

Source : Misra and Kumar (2000)

2.3 Γυναικεία επιχειρηματικότητα

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αυξημένο ενδιαφέρον για το ρόλο της γυναικείας επιχειρηματικότητας ως παράγοντα κοινωνικής και οικονομικής προόδου. Παρατηρείται μια ευρεία κοινή τάση ως προς την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Αυτό συμβαίνει, έτσι ώστε οι γυναίκες επιχειρηματίες να αντιμετωπίζονται με ισότητα στις ευκαιρίες στην αγορά εργασίας, αυξάνοντας την ανταγωνιστικότητα της. Η συμμετοχή των γυναικών στην ίδρυση και στην ιδιοκτησία επιχειρήσεων αποτελεί εφελκτήριο βήμα για κοινωνική, οικονομική ευμερία και ανάπτυξη. Μείζον πρόβλημα στο πλαίσιο της αναπτυξιακής πολιτικής στη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα, αποτελεί η βαθύτερη οικονομική κρίση, καθώς η Ελλάδα πλήττεται από τις συνέπειες της. Η πρόωθηση και η ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας κρίνεται επιβεβλημένη. Μια προσέγγιση, η οποία συμβάλει στην κατανόηση της έννοιας της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι η κατηγοριοποίηση των επιχειρηματιών σε διάφορους τύπους, βάσει διαφορετικών κριτηρίων. Η προσέγγιση των Goffee και Scase για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα αποτυπώθηκε σε μια μαθηματική μήτρα. Αυτή η μήτρα έχει ως βασικούς άξονες τις αξίες και τους ρόλους των δύο φύλων. Συμπερασματικά, προκύπτουν τέσσερις κατηγορίες γυναικών επιχειρηματιών: οι ασχούλουμένες με οικιακά, οι καινοτόμες, οι ριζοσπαστικές και οι παραδοσιακές. Οι γυναίκες της τελευταίας κατηγορίας, οι παραδοσιακές, δίνουν μεγάλη έμφαση στις επιχειρηματικές αξίες και είναι πιο σύνθητες να ιδρύουν επιχειρήσεις με χαμηλό σχετικά οικογενειακό εισόδημα. Οι γυναίκες με πιο ριζοσπαστικό χαρακτήρα παρουσιάζουν συνήθως τάσεις φεμινισμού και ενδιαφέρονται περισσότερο να εξασφαλίσουν πολιτικά και οικονομικά κεφάλαια, με στόχο να προωθήσουν φεμινιστικά θέματα. Οι καινοτόμες επιχειρηματίες, έχουν ως προτεραιότητα τις επιχειρησιακές αξίες, τάσσονται υπέρ της επιχειρηματικότητας εξαιτίας των περιορισμών καριέρας μέσα στους οργανισμούς. Τέλος οι παραδοσιακές, σε αυτή την κατηγορία έχουμε τις γυναίκες κατόχους μικρών ή πολύ μικρών επιχειρήσεων, έχοντας ωστόσο ως προτεραιότητα τα οικιακά ζητήματα. (Goffee & Scase, 1985). Την έρευνα έρχονται να συνεχίσουν οι Cromie και Hayes. Θεωρούν ότι υπάρχουν τρεις διαφορετικοί τύποι γυναικών επιχειρηματιών βασισμένοι κυρίως στο κίνητρο των αποφάσεων των γυναικών να αναλάβουν επιχειρηματική δράση.

Οι «δυναλιστές» (dualists) είναι αυτές με στόχο την ισορροπία ανάμεσα στους επαγγελματικούς και οικιακούς ρόλους. Οι «returners» είναι αυτές οι οποίες διέκοψαν την καριέρα τους για οικογενειακούς λόγους και επιστρέφουν για προσωπική ικανοποίηση. (Cromie&Hayes,1988). Οι «καινοτόμες επιχειρηματίες » (innovators) αναλαμβάνουν επιχειρηματικές δραστηριότητες για να αναπτύξουν και να προωθήσουν την καριέρα τους. Μια εντελώς διαφορετική προσέγγιση έρχεται να προσθέσει η Moore(1991). Η Moore έχει ως κριτήριο την χρονική έναρξη των επιχειρήσεων και τα δημογραφικά χαρακτηριστικά. Οι γυναίκες επιχειρηματίες χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: «παραδοσιακές» (traditional) και «σύγχρονες» (inodern). Οι παραδοσιακές επιχειρηματίες ανήκουν στις παλαιότερες γενιές. Αυτές οι γενιές δεν προβλέπεται να ασχοληθούν και να εμπλακούν σε παραδοσιακά ανδροκρατούμενα επιχειρηματικά εγχειρήματα, έτσι ασχολούνται συνήθως με το λιανικό εμπόριο. Η ομάδα αυτή στερείται επιχειρηματικών ικανοτήτων και αντιμετωπίζει προβλήματα στη διαχείριση των οικονομικών ζητημάτων.

Από την άλλη πλευρά, οι σύγχρονες είναι προσανατολισμένες στη δημιουργία κέρδους και νέων αγορών. Δρουν έχοντας πολλές επιχειρηματικές και τεχνικές δεξιότητες και έχοντας άνεση στο να εκτεθούν στο επαγγελματικό στίβο (Moore,1991). Μια εντελώς διαφορετική προσέγγιση έκαναν στην γυναικεία επιχειρηματικότητα οι Langan-Fox και Roth. Αιτία κατηγοροποίησης των γυναικών αποτέλεσαν διάφορα ψυχολογικά χαρακτηριστικά. Οι επιχειρηματίες διαχωρίστηκαν σε : εκείνες οι οποίες προβαίνουν σε κάποια επιχειρηματική δραστηριότητα για την καλύψη αναγκών (needachievers), στις «ρεαλίστριες» (pragmatic) και στις «μάνατζερ» (managerial entrepreneurs). Η ειδοποιός διαφορά αυτών των επιχειρηματιών αποτελεί το διαφορετικό επίπεδο κινήτρων για επιτυχία και δύναμη. (Langan-Fox, 1995). Την επόμενη χρόνια οι Starr και Yudkin αναφέρθηκαν σε μια ευρύτερη ταξινόμηση των γυναικών επιχειρηματιών. Υπάρχουν οι γυναίκες που κληρονόμησαν και βρήκαν έτοιμες επιχειρήσεις, οι γυναίκες που ξεκίνησαν μέσω συντεχνιών ή συνεργασιών, οι γυναίκες που κατάφεραν να ιδρύσουν γρήγορα μια επιχείρηση και οι γυναίκες που εποπτεύουν οργανισμούς (Starr&Yudkin,1996). Ένα παρόμοιο μοντέλο κατηγοροποίησης χρησιμοποίησε ο Burt. Αρχίζει με τις «συνεχείς πρωτοβάθμιες επιχειρηματίες» (continuous primary entrepreneurs). Σε αυτή την κατηγορία είναι οι γυναίκες οι οποίες έγιναν και παρέμειναν επιχειρηματίες. Στη συνέχεια ο Burt ασχολείται με τις πρωτοβαθμίες επιχειρηματίες, οι οποίες όμως επέστρεψαν στον επιχειρηματικό στίβο, λόγω της υπαλληλικής ιδιότητας.

Τελος, αναφέρει τις «δευτεροβάθμιες» , οι οποίες ανέλαβαν επιχειρηματική δράση ενώ ταυτόχρονα εργαζόνταν σε μια θέση εργασίαςω (Burt,2000). Όλες αυτές οι προσεγγίσεις αντανακλούν όχι μόνο διαφορετικούς στόχους των γυναικών αλλά και διαφορετικά χαρακτηριστικά προσωπικότητας και κίνητρα για την ενασχόληση τους με την επιχειρηματική δραστηριότητα.

2.5 Κίνητρα και χαρακτηριστικά των Γυναικών επιχειρηματιών

Η διαδικασία ανάληψης μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας, επηρεάζεται από τα προσωπικά χαρακτηριστικά του/της επιχειρηματία, τις ικανότητες και τις δεξιότητές του/της. Οι δεξιότητες συνδέονται με την επιχειρηματικότητα, τα κίνητρα ανάληψης της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας , καθώς και τους παράγοντες του στενότερου περιβάλλοντος του επιχειρηματία. Ωστόσο σημαντικό ρόλο διαδραματίζει το του ευρύτερο οικονομικό, κοινωνικό, πολιτισμικό και πολιτικό περιβάλλον. Η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια διαδικασία αλληλεπίδρασης όλων των αναφερθέντων παραγόντων, από την οποία εξαρτάται και το επιχειρηματικό αποτέλεσμα. Σε αυτό το κεφάλαιο θα επικεντρωθούμε στα κίνητρα της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ειδικότερα στους παράγοντες που εμπνέουν και υποκινούν τις γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα σε περίοδο κρίσης.

Μια επιχειρηματίας μπορεί να έχει το κεφάλαιο και τις δεξιότητες , ωστόσο για να ξεκινήσει μια επιχειρηματική δραστηριότητα χρειάζεται κάποιο κίνητρο. Η συσχέτιση των προσωπικών κινήτρων με τους επιχειρησιακούς οικονομικούς στόχους είναι τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας. Μελετώντας παλαιότερες έρευνες προκύπτει ότι τα κίνητρα των γυναικών επιχειρηματιών διαφοροποιούνται λίγο ή και ελάχιστα από εκείνα των ανδρών ανάλογα με το κοινωνικό,πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον της εκάστοτε χώρας δράσης. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται και στην εξεταζόμενη σε αυτή την διπλωματική εργασία Ελλάδα. Οι γυναίκες αντιμετωπίζουν ιδιαίτερες δυσκολίες στο οικογενειακό και στο ευρύτερο οικονομικό και κοινωνικό εξωτερικό περιβάλλον για να ξεκινήσουν ή να αναπτύξουν τη δική τους επιχείρηση. Ένα από τα κρίσιμα ερωτήματα στη μελέτη της συμπεριφοράς της γυναίκας επιχειρηματία αφορά τα αίτιά της, τους παράγοντες καθορισμού της και τον λόγο της εκδήλωσης της συγκεκριμένης συμπεριφοράς.

Όλοι αυτοί οι παράγοντες, οι οποίοι μας ωθούν προς μία συμπεριφορά ονομάζονται κίνητρα (motives). Το θέμα των κινήτρων και η ποικιλία τους ως αποτέλεσμα συμπεριφοράς του ατόμου είναι τέτοιο που καμιά μεμονωμένη θεωρία δεν επαρκεί είτε για την περιγραφή τους είτε για την ερμηνεία των μηχανισμών μέσα από τους οποίους επηρεάζουν την ανθρώπινη εμπειρία, συμπεριφορά και δράση. Ξεκινά από την ηθολογική και ψυχαναλυτική άποψη για τα βιολογικά κίνητρα, συνεχίζει στις κοινωνικές και γνωστικές θεωρίες των κινήτρων και καταλήγει στο ρόλο του εαυτού ως αναπόσπαστου μέρους του όλου οικοδομήματος των κινήτρων. Τα κίνητρα μπορεί να οφείλονται σε εσωτερικά ή εξωτερικά ερεθίσματα. Ένας βασικός διαχωρισμός των κινήτρων είναι σε βασικά κίνητρα και σε δευτερογενή. Τα βασικά κίνητρα αφορούν τις βασικές ανάγκες του ατόμου για επιβίωση (πείνα, δίψα, σεξουαλικότητα, επιθετικότητα).

Τα δευτερογενή συνδέονται με το πολιτισμικό και κοινωνικό περιβάλλον (κίνητρο για επιτυχία, αυτοπραγμάτωση, αυτοσεβασμό). Ανάλογα με τη βαρύτητα που δίνουν στα αίτια των κινήτρων, διακρίνουμε δύο βασικά είδη θεωριών: Θεωρίες των ενορμήσεων και Θεωρίες των εξωτερικών ερεθισμάτων. Για μερικά κίνητρα φαίνεται ότι οι ενορμήσεις διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο (πείνα, δίψα). Για κάποια άλλα φαίνεται ότι τα εξωτερικά ερεθίσματα διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο (σεξουαλικότητα, αυτοπραγμάτωση). Είναι σημαντικό ότι οι δύο θεωρίες κινήτρων δεν είναι συγκρουόμενες, αλλά συμπληρωματικές. Αυτό συμβαίνει διότι για την ενεργοποίηση ενός κινήτρου συνήθως συμβάλλουν και εσωτερικοί και εξωτερικοί ερεθισμοί. Από την άλλη, το κίνητρο της επιτυχίας που καθορίζεται από το πολιτισμικό μας περιβάλλον, το βιώνουμε σαν μία εσωτερική υποκειμενική ανάγκη. Τα κίνητρα θεωρείται ότι ωθούν σε συμπεριφορές που καταλήγουν σε ένα στόχο. Οι στόχοι των συμπεριφορών πρέπει να λειτουργούν ως «ανταμοιβή» για αυτόν που δρα, στην δική μας περίπτωση για την επιχειρηματία. Ανταμοιβή είναι οτιδήποτε μπορεί να προκαλέσει «ευχαρίστηση» ή να σταματήσει κάποια δυσάρεστη κατάσταση. Μία άλλη βασική διάκριση των κινήτρων είναι σε εσωτερικά και εξωτερικά. Τα εξωτερικά κίνητρα είναι αυτά τα οποία ενεργοποιούνται εξαιτίας εξωτερικών συνεπειών (χρήμα, δόξα, κύρος, προαγωγή, κοινωνική θέση). Συνήθως, τα εξωτερικά κίνητρα στα δίνει παρέχει κάποιος άλλος. Τα εσωτερικά κίνητρα είναι αυτά, τα οποία δραστηριοποιούν το οργανισμό από μόνα τους, όταν απουσιάζει η εξωτερική ανταμοιβή.

Τα εσωτερικά κίνητρα αφορούν την ευχαρίστηση , την απόλαυση και το βαθύ ενδιαφέρον για την δραστηριότητα (πχ επιχειρηματική δραστηριότητα) που κάνει κάποιος , προκαλώντας αισθήματα ολοκλήρωσης .Οι θεωρίες που έχουν προταθεί κατά καιρούς για τη γένεση και την ανάπτυξη των κινήτρων ταξινομούνται σε τρεις κατηγορίες, οι οποίες παρουσιάζονται με τη χρονική σειρά κατά την οποία, κατά κύριο λόγο, έχουν εμφανιστεί ή έχουν αποκτήσει προτίμηση (Berry & Houston, 1993): θεωρίες προσωπικότητας, γνωστικές θεωρίες και συμπεριφοριστικές θεωρίες.

Οι θεωρίες προσωπικότητας είναι αυτές, είναι αυτές οι οποίες θεωρούν τα κίνητρα ως χαρακτηριστικό προσωπικότητας. Οι γνωστικές θεωρίες, διατυπώνουν τα κίνητρα ως μέρος του γνωστικού συστήματος και αποδίδουν ρόλο στα κίνητρα για την διαμόρφωση αποφάσεων και αντιλήψεων. Οι συμπεριφοριστικές θεωρίες, υποστηρίζουν ότι τα κίνητρα σχετίζονται κάθε φορά με συγκεκριμένες ενέργειες και τονίζουν τα χαρακτηριστικά του προσανατολισμού της δράσης.

Ο ακόλουθος πίνακας παρουσιάζει την πρόσφατη ερευνητική διεργασία όσον αφορά τον ρόλο των κινήτρων στην απόφαση ενασχόλησης των γυναικών με επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Πίνακας 3 : Ο ρόλος των κινήτρων στην απόφαση ενασχόλησης των γυναικών με επιχειρηματικές δραστηριότητες..

Χρονιά	Συγγραφέας	Κίνητρα												Δείγμα	Χώρα
		Οικονομική επιτυχία, ευκαιρίες	Ανεξαρτησία, αυτονομία	Καινοτομία	Αναγνώριση	Αυτοεκτίμηση, αυτοσεβασμός, Πολύπεισαν	Ρόλοι	Αρχές	Ισορροπημένη ζωή	Δημοσιονομική	Σημερινή κατάσταση αγοράς, επαγγελματική δυσανεμία	Κοινωνική αξία	Διασκέδαση / Απολαμβάνει / Κίνδυνος / Έλεγχος στη διαδικασία		
2014	Antrea Rey-Marti, Ana Tur Porcar, Alicia Mar-Tur	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✓	35 γυναίκες επιχειρήσεις	Ισπανία
2015	Irwan Ismail, Norhusniyati Husin , Najihah Abdul Rahim, Malina Hanum Mohd Kamal , Rosfatihah Che Mat	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	246 ερωτηματολόγια	Terengganu
2014	Irene Fafaliou , Ioannis Salamouris	✗	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	300 γυναίκες επιχειρηματίες	Ελλάδα

2008	Cynthia Benzing, Hung Mahn Chu, Orhan Kara	✓	✓	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Δεν υπάρχει αναφορά	Τουρκία	
2013	Sanjay Kaushik	X	X	X	X	✓	✓	X	X	X	X	✓	X	Δεν υπάρχει αναφορά	Ινδία	
2013	Hayfaa A Tlaiss	X	X	X	X	X	✓	X	✓	X	X	X	X	20 γυναικές επιχειρηματίες	Ενωμένα Αραβικά Εμιράτα	
2007	Chinonye Okafor, Roy Amalu	✓	X	X	X	✓	✓	X	✓	X	✓	X	✓	570 γυναίκες	Νιγηρία	
2016	Joan Boada-Grau (a1), José Carlos Sánchez-García (a2), Eric Viardot (a3), Maria Boada-Cuerva (X	✓	✓	X	X	X	X	X	X	X	X	X	925 ερωτηματολόγια	Ισπανία	
2012	Gary Akehurst ,	✓	X	X	X	X	✓	X	X	X	X	X	X	155 γυναίκες	Ισπανία	

	Enrique Simarro & Alicia Mas-Tur														
2014	Tomas Chamorro-Premuzic*, Carlotta Rinaldi, Reece Akhtara ₁ and Gorkan Ahmetoglu ₂	✓	X	X	X	✓	X	X	X	X	X	✓	X	150 γυναίκες επιχειρηματίες	Η.Β ,Η.Π.Α , Ιταλία
2014	Suraini Mohd Rhouse, Noor Lela	X	X	✓	X	X	X	X	X	X	X	✓	✓	6 γυναίκες	Μαλαισία

2.6 « Self-Determination Theory »

Η Self-Determination Theory (SDT) είναι μια θεωρία κινήτρων. Αφορά την υποστήριξη των φυσικών ή ενδογενών τάσεων των ατόμων να συμπεριφέρονται με αποτελεσματικούς και υγιείς τρόπους. Οι βασικές μελέτες που οδήγησαν στην εμφάνιση του «SDT» περιελάμβαναν έρευνα σχετικά με τα ενδογενή κίνητρα. Στη δεκαετία του 1970, η έρευνα για την «SDT» εξελίχθηκε από μελέτες που συνέκριναν τα εγγενή και εξωγενή κίνητρα. Στα μέσα της δεκαετίας του 1980 η «SDT» εισήχθη επίσημα αποδεκτή ως μια ορθή εμπειρική θεωρία. Οι ερευνητές οι οποίοι εφαρμόζουν το «SDT» δραστηριοποιούνται σε διαφορετικούς τομείς της κοινωνικής ψυχολογίας. Η θεωρία αυτοπροσδιορισμού ασχολείται με τα κίνητρα πίσω από τις ανθρώπινες επιλογές χωρίς εξωτερική επιρροή και παρεμβολή. Η θεωρία αυτή έχει επικεντρωθεί στην επίδραση με το διαπροσωπικό περιβάλλον, στην αυτονομία και στα κίνητρα. Ο αυτοπροσδιορισμός, είναι η τάση των ατόμων να θέλουν να πιστεύουν ότι οι τα ίδια άτομα είναι εκείνα που κάνουν τις επιλογές. Για το άτομο είναι πιο πιθανό να εμπλακεί σε μία δραστηριότητα ευχάριστα, αν είναι επιλογή του, καθώς είναι τρόπος αυτοπροσδιορισμού. Οι άνθρωποι ασχολούνται κεντρικά με τα κίνητρα δηλαδή πώς πρέπει να κινηθούν οι ίδιοι ή άλλοι για να αντιδράσουν. Σε κάθε χώρο οι γονείς, οι δάσκαλοι, οι προπονητές και οι διευθυντές αγωνίζονται για να κινητοποιούν τα άτομα, αγωνίζονται να βρουν ενέργεια, αγωνίζονται να ενθαρρύνουν την προσπάθεια και να επιμένουν στα καθήκοντα της ζωής και της εργασίας τους. Οι άνθρωποι συχνά επηρεάζονται από εξωτερικούς παράγοντες, όπως τα συστήματα ανταμοιβής, οι βαθμοί, οι αξιολογήσεις ή απόψεις που φοβούνται ότι οι άλλοι μπορεί να έχουν από αυτούς. Ωστόσο, εξίσου συχνά, οι άνθρωποι επηρεάζονται από εσωτερικά κίνητρα όπως είναι: τα προσωπικά ενδιαφέροντα, η περιέργεια, η φροντίδα ή οι αξίες του καθενός. Αυτά τα ενδογενή κίνητρα δεν ανταμείβονται. Παρ' όλα αυτά μπορούν όμως να στηρίξουν τα πάθη, τη δημιουργικότητα και τις συνεχείς προσπάθειες ενός ατόμου για μία δράση του. Η αλληλεπίδραση μεταξύ των εξωγενών δυνάμεων που δρουν στα πρόσωπα και των αναγκών οι οποίες είναι έμφυτες στην ανθρώπινη φύση αποτελούν το έδαφος της θεωρίας αυτοπροσδιορισμού. Η SDT αποτελεί ένα ευρύ πλαίσιο για τη μελέτη των ανθρώπινων κινήτρων και της προσωπικότητας. Η SDT διατυπώνει μια μεταθεωρία για την πλαισίωση κινήτρων.

Ίσως το πιο σημαντικό είναι ότι οι προτάσεις της SDT επικεντρώνονται στον τρόπο που οι κοινωνικοί και πολιτιστικοί παράγοντες διευκολύνουν ή υπονομεύουν την αίσθηση της βούλησης και της πρωτοβουλίας των ανθρώπων, εκτός από την ευημερία τους και την ποιότητα των επιδόσεών τους. Οι συνθήκες οι οποίες υποστηρίζουν την εμπειρία της αυτονομίας, της ικανότητας και της συγγένειας του ατόμου υποστηρίζονται για να προωθήσουν τις πιο φιλόδοξες και υψηλής ποιότητας μορφές κινητοποίησης και δέσμευσης για δραστηριότητες, συμπεριλαμβανομένης της ενισχυμένης απόδοσης, της εμμονής και της δημιουργικότητας. Επιπλέον, η SDT προτείνει ότι ο βαθμός στον οποίο οποιαδήποτε από αυτές τις τρεις ψυχολογικές ανάγκες δεν υποστηρίζεται ή αποτρέπεται σε ένα κοινωνικό πλαίσιο θα έχει ισχυρό αρνητικό αντίκτυπο στην ευεξία σε αυτό το περιβάλλον. Η δυναμική της υποστήριξης της ψυχολογικής ανάγκης και η ανάγκη αποτροπής έχουν μελετηθεί μέσα σε οικογένειες, αίθουσες διδασκαλίας, ομάδες, οργανώσεις, κλινικές και πολιτισμούς χρησιμοποιώντας συγκεκριμένες προτάσεις που περιγράφονται λεπτομερώς στο SDT. Επομένως, το πλαίσιο SDT έχει τόσο ευρείες όσο και ειδικές συνέπειες στη συμπεριφορά για την κατανόηση των πρακτικών και των δομών που βελτιώνουν την ικανοποιητική ικανοποίηση των χρηστών και την πλήρη λειτουργία που απορρέει από αυτό.

2.6.1 Meta-θεωρία: Η οργανική άποψη

Η SDT είναι μια οργανική διαλεκτική προσέγγιση. Αρχίζει με την παραδοχή ότι οι άνθρωποι είναι ενεργοί οργανισμοί, με εξελιγμένες τάσεις προς την ανάπτυξη. Οι τάσεις αυτές έχουν ως γνώμονα τις προκλήσεις του περιβάλλοντος και την ενσωμάτωση νέων εμπειριών σε μια συνεκτική αίσθηση του εαυτού. Αυτές οι φυσικές αναπτυξιακές τάσεις δεν λειτουργούν αυτόματα. Δηλαδή, το κοινωνικό πλαίσιο μπορεί είτε να υποστηρίξει είτε να αποτρέψει τις φυσικές τάσεις προς την ενεργό συμμετοχή και την ψυχολογική ανάπτυξη ή μπορεί να καταλύσει την έλλειψη ολοκλήρωσης, υπεράσπισης και εκπλήρωσης των αναγκών. Έτσι, η διαλεκτική μεταξύ του ενεργού οργανισμού και του κοινωνικού πλαισίου είναι η βάση για τις προβλέψεις της SDT για τη συμπεριφορά, την εμπειρία και την ανάπτυξη.

Η θεωρία επεκτάθηκε αρχικά από τον Edward L. Deci και τον Richard M. Ryan διαφοροποιώντας το ενδογενές και εξωγενές κίνητρο, προτείνοντας τρεις κύριες εγγενείς ανάγκες που εμπλέκονταν στην αυτοδιάθεση του ατόμου. Σύμφωνα με τον Deci και τον Ryan (1985) οι τρεις ψυχολογικές ανάγκες παρακινούν τον εαυτό να αρχίσει μία συμπεριφορά και να προσδιορίσει τα θρεπτικά συστατικά που είναι απαραίτητα για την ψυχολογική υγεία και την ευημερία ενός ατόμου.

Αυτές οι ανάγκες περιγράφονται ως καθολικές, έμφυτες και ψυχολογικές. Οι αναγκές αυτές περιλαμβάνουν: την ανάγκη για ικανότητα (competence), την αυτορύθμιση (autonomy) και την ψυχολογική-κοινωνική ασφάλεια (relatedness). Η θεωρία αυτοπροσδιορισμού θέτει τρεις οικουμενικές ψυχολογικές ανάγκες (αυτονομία, ικανότητα και ψυχολογική-κοινωνική ασφάλεια) και υποδηλώνει ότι αυτές πρέπει να ικανοποιούνται συνεχώς, ώστε οι άνθρωποι να διατηρούν τη βέλτιστη απόδοση και ευεξία. Η ικανότητα αποτελεί μια αίσθηση αποτελεσματικότητας και εμπιστοσύνης για το άτομο. Η αυτονομία είναι να συμπεριφέρεται κάποιο άτομο βασισμένο στις δίκες του αξίες, πεποιθήσεις και ενδιαφέροντα, ώστε να δρα με βάση τον εαυτό του. Η ψυχολογική-κοινωνική ασφάλεια σχετίζεται με τη σύνδεση του ατόμου με την κοινωνία και τη σχέση διαφέροντος και σύνδεσης με τους συνανθρώπους του. Η εκπλήρωση αυτών των τριών βασικών αναγκών είναι σε μεγάλο βαθμό προϊόν των κοινωνικών περιβαλλόντων ρυθμίζοντας την ποσότητα της αποδοχής, την επιτυχία και την αυτορρύθμιση που μπορεί να επιτευχθεί από ένα άτομο. Μαζί και ξεχωριστά, ο Deci και ο Ryan έχουν προωθήσει την «SDT» μέσω της θεωρίας, της έρευνας και της συνεχούς κατάρτισης των μελετητών. Στο βαθμό που οι ανάγκες είναι συνεχώς ικανοποιημένες, οι άνθρωποι θα αναπτυχθούν και θα λειτουργήσουν αποτελεσματικά και θα βιώσουν την ευεξία, αλλά στο βαθμό που θα αποδυναμωθούν, οι άνθρωποι πιθανότατα θα αποδείξουν άσχημη κατάσταση και μη βέλτιστη λειτουργία. Οι πιο σκοτεινές πλευρές της ανθρώπινης συμπεριφοράς και εμπειρίας, όπως ορισμένοι τύποι ψυχοπαθολογίας, προκατάληψης και επιθετικότητας, είναι κατανοητοί ως προς τις αντιδράσεις στις βασικές ανάγκες που έχουν αποτραπεί.

2.6.2 «Αυτόνομα και ελεγχόμενα κίνητρα» (autonomous&controlling motivation)

Οι πράξεις των ανθρώπων επηρεάζονται και ενεργοποιούνται από τα κίνητρα. Η SDT είναι μια κινητήρια θεωρία που διαφοροποιεί τα αυτόνομα και ελεγχόμενα είδη κινήτρων. Το αυτόνομο κίνητρο προκύπτει όταν ένα άτομο υποστηρίζει πλήρως μια συμπεριφορά δοκιμάζει τη βούληση και την επιλογή του ατόμου. Ενώ το ελεγχόμενο κίνητρο προκύπτει όταν ένα άτομο αισθάνεται εξαναγκασμένο ή παρασυρμένο να συμπεριφέρεται, με την εμπειρία της πίεσης και της υποχρέωσης. Η επιρροή των «αυτόνομων» (autonomous) και «ελεγχόμενων» (controlling) κινήτρων στις προθέσεις της φυσικής δραστηριότητας γίνεται μέσω της Θεωρίας της Προγραμματισμένης Συμπεριφοράς. Τα «αυτόνομα» κίνητρα είναι αυτά τα οποία είναι έμφυτα, ενώ τα «ελεγχόμενα» κίνητρα είναι αυτά τα οποία ελέγχει το περιβάλλον. Ένα βασικό θέμα για τις θεωρίες κινήτρων αφορά τις αντιλήψεις τύπου σε σχέση με το άτομο των μεταβλητών που προκαλούν ή δίνουν ώθηση στη συμπεριφορά, ο Heider (1958) εισήγαγε την έννοια του «perceived locus of causality-PLOC». Στην θεωρία της κατανομής, η αντίληψη ενός ατόμου αν η αιτία της επιτυχίας ή της αποτυχίας του σε μια εργασία είναι εσωτερική (λόγω προσωπικών παραγόντων, όπως προσπάθεια και ικανότητα) ή εξωτερική (εξαιτίας εξωτερικών παραγόντων, όπως η τύχη).

Στη θεωρία της αυτοδιάθεσης, η αντίληψη ενός ατόμου για το αν η προέλευση των λόγων για την ανάμειξη είναι εσωτερική (γίνεται πρόθυμα και ελεύθερη επιλογή) ή εξωτερική (γίνεται επειδή είναι υποχρεωμένη) , είτε με εξωτερική πίεση από άλλους ή λόγω αυτοεπιβεβλημένων πιέσεων). Με την χρήση του «ploc» μπορεί να εξετασθεί κατά πόσο κάποιο θεωρητικό φαινόμενο ισχύει και στην πράξη, δηλαδή μπορεί να συνυπολογίζει ποια κίνητρα υπερισχύουν στην πραγματικότητα. Σύμφωνα με την Palamida et al. (2014), τα επιχειρηματικά κίνητρα μπορούν να ταξινομηθούν στις παρακάτω κατηγορίες. Πιο συγκεκριμένα, είναι τα κίνητρα καινοτομίας ανεξαρτησίας, αυτοαπασχόλησης, κοινωνικής αξίας, ισορροπημένης εργασίας-ζωής και προσωπικής εκπλήρωσης μπορούν να θεωρηθούν ως αυτόνομα κίνητρα (autonomous motivation). Αντίθετα, τα κίνητρα οικονομικής επιτυχίας, αναγνώρισης και μοντέλων μίμησης ρόλων μπορούν να θεωρηθούν ως ελεγχόμενα κίνητρα (controlling motivation) .

Αυτή η διπλωματική θα εξετάσει τον ρόλο που έχουν τα «autonomous» ή «controlling» κίνητρα στην αποφαση των ελληνίδων να εμπλακούν σε επιχειρηματίες δραστηριότητες σε περιόδους κρίσης.

2.7 «The theory of planned behavior »

Η θεωρία ανήκει στον (Ajzen,1985,1987) στο άρθρο του με τίτλο: «From intentions to actions: A theory of planned behavior». Η θεωρία αναπτύχθηκε από τη θεωρία της λογικής δράσης (TRA: Theory of Reasoned Action) που προτάθηκε από τον Martin Fishbein μαζί με τον Icek Ajzen το 1980. Η θεωρία της αιτιολογημένης δράσης με τη σειρά της βασίστηκε σε διάφορες θεωρίες, όπως θεωρίες μάθησης, θεωρίες προσδοκώμενης αξίας, θεωρίες συνεκτικότητας (όπως η θεωρία ισορροπίας του Heider, η θεωρία της συμμόρφωσης του Osgood και του Tannenbaum και η θεωρία dissonance του Festinger) και η θεωρία της κατανομής. Η Θεωρία της Προγραμματισμένης Συμπεριφοράς (TPB) ξεκίνησε ως η Θεωρία της Λογικής Δράσης το 1980 για να προβλέψει την πρόθεση ενός ατόμου να εμπλακεί σε μια συμπεριφορά σε συγκεκριμένο χρόνο και τόπο. Η θεωρία αποσκοπούσε να εξηγήσει όλες τις συμπεριφορές πάνω στις οποίες οι άνθρωποι έχουν την ικανότητα να ασκούν αυτοέλεγχο. Το βασικό στοιχείο αυτού του μοντέλου είναι η πρόθεση συμπεριφοράς.

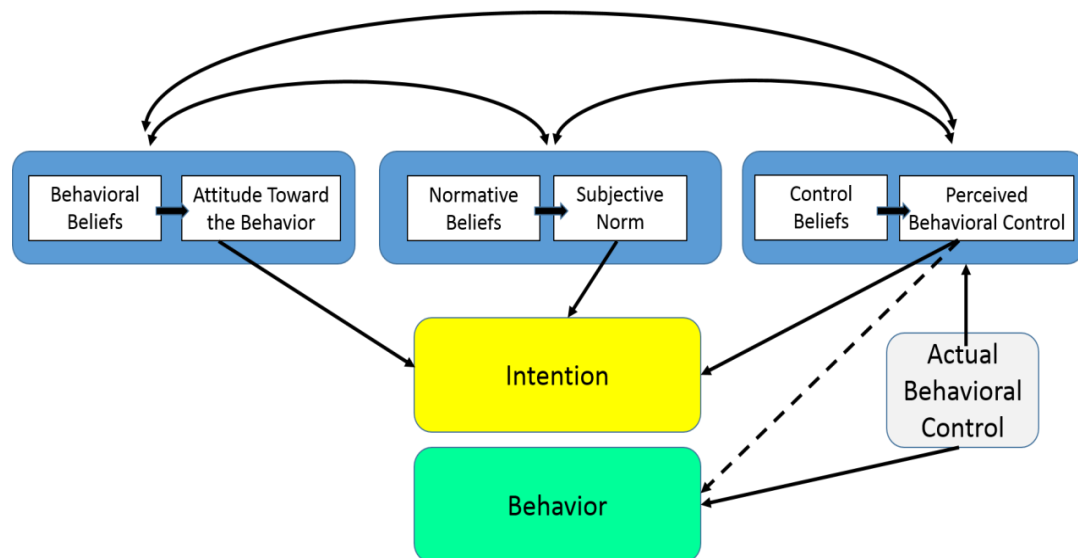
Οι συμπεριφοριστικές προθέσεις επηρεάζονται από τη στάση σχετικά με την πιθανότητα ότι η συμπεριφορά θα έχει το αναμενόμενο αποτέλεσμα και την υποκειμενική αξιολόγηση των κινδύνων και των ωφελειών από αυτό το αποτέλεσμα. Η θεωρία είναι προσανατολισμένη στις προθέσεις κατά τον Ajzen. Οι προθέσεις του είναι καλά τεκμηριωμένες θεωρητικά και προβλέπουν με ευρύτητα μια μεγάλη ποικιλία προγραμματισμένων συμπεριφορών. Οι προθέσεις είναι η καλύτερη πρόβλεψη μιας τέτοιας συμπεριφοράς, τόσο εννοιολογικά όσο και εμπειρικά. Στην ψυχολογία, η θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς (TPB) είναι μια θεωρία που συνδέει τις πεποιθήσεις και τη συμπεριφορά.

Η ιδέα αυτής προτάθηκε από τον Icek Ajzen να βελτιώσει την προβλεπτική δύναμη της θεωρίας της αιτιολογημένης δράσης συμπεριλαμβάνοντας τον αντιληπτό συμπεριφορικό έλεγχο. Είναι μια θεωρία που εξηγεί την ανθρώπινη συμπεριφορά. Έχει εφαρμοστεί στις μελέτες των σχέσεων μεταξύ πεποιθήσεων, στάσεων, συμπεριφορικών προθέσεων και συμπεριφορών σε διάφορους τομείς όπως η διαφήμιση, οι δημόσιες σχέσεις, οι διαφημιστικές εκστρατείες και η υγειονομική περίθαλψη.

Η θεωρία δηλώνει την στάση απέναντι στη συμπεριφορά, τους υποκειμενικούς κανόνες και τον αντιληπτό έλεγχο συμπεριφοράς, διαμορφώνοντας μαζί τις συμπεριφορικές προθέσεις στην συμπεριφορά ενός ατόμου. Το TPB δηλώνει ότι η επίτευξη της συμπεριφοράς εξαρτάται τόσο από το κίνητρο (πρόθεση) όσο και από την ικανότητα (έλεγχος συμπεριφοράς). Διακρίνει μεταξύ τριών τύπων πεποιθήσεων – συμπεριφορική (attitudes) , κανονιστικής (norms) και ελέγχου (control). Το TPB αποτελείται από έξι κατασκευάσματα που αντιπροσωπεύουν συλλογικά τον πραγματικό έλεγχο ενός ατόμου πάνω στη συμπεριφορά : τις προσωπικές πεποιθήσεις/πιστεύω, τις κοινωνικές πεποιθήσεις του περίγυρου (subjective norms) , τους κοινωνικούς κανόνες, την αντιληπτή δύναμη και την ικανότητα εκδήλωσης μια συμπεριφοράς. Οι στάσεις αναφέρονται στο βαθμό στον οποίο ένα άτομο έχει μια ευνοϊκή ή δυσμενή εκτίμηση της συμπεριφοράς ενδιαφέροντος. Αυτό συνεπάγεται την εξέταση των αποτελεσμάτων της εκτέλεσης της συμπεριφοράς.

Οι προθέσεις συμπεριφοράς είναι οι παρακινητικοί παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν μια συγκεκριμένη συμπεριφορά. Όσο ισχυρότερη είναι πρόθεση για εκτέλεση μια συμπεριφοράς , τόσο πιο πιθανό είναι να πραγματοποιηθεί αυτή η συμπεριφορά. Οι υποκειμενικοί κανόνες είναι προσωπικές πεποιθήσεις του ατόμου αποδεκτές ή κατακριτέες από άλλα άτομα. Οι κοινωνικοί κανόνες είναι κώδικες συμπεριφοράς υπό ένα συγκεκριμένο πολιτιστικό πλαίσιο. Η αντιληπτή δύναμη αναφέρεται στην αντιληπτή παρουσία παραγόντων που μπορούν να διευκολύνουν ή να παρεμποδίσουν την απόδοση μιας συμπεριφοράς. Η αντιληπτή δύναμη συμβάλλει στον αντιληπτό συμπεριφορικό έλεγχο ενός ατόμου για κάθε έναν από αυτούς τους παράγοντες. Η ικανότητα για την εκδήλωση μια συγκεκριμένης συμπεριφοράς αναφέρεται στην αντίληψη ενός ατόμου για την ευκολία ή τη δυσκολία εκτέλεσης της συμπεριφοράς που μας ενδιαφέρει. Ο αντιληπτός έλεγχος συμπεριφοράς ποικίλει ανάλογα με τις καταστάσεις και τις ενέργειες. Το αποτέλεσμα είναι ένα άτομο να έχει διαφορετικές αντιλήψεις σχετικά με τον έλεγχο συμπεριφοράς ανάλογα με την κατάσταση. Αυτή η δομή της θεωρίας προστέθηκε αργότερα και δημιούργησε τη μετάβαση από τη Θεωρία της Θεμελιώδους Δράσης στη Θεωρία της Προγραμματισμένης Συμπεριφοράς (TPB).

Διάγραμμα 2 : TPB



Η προηγούμενη έρευνα για την επιχειρηματικότητα χωρίς διαφοροποίηση σε σχέση με το φύλο έχει εξετάσει εκτενώς τη δυνατότητα εφαρμογής του TPB στο πλαίσιο της δημιουργίας επιχειρηματικών συμμετοχών σε διάφορες χώρες (π.χ. Ahmed, Chandran, & Klobas, 2017; Aloulou, 2016; Fernández-Pérez, Montes-Merino, Rodríguez-Ariza, & Galicia, 2017; García-Rodríguez, Gil-Soto, Ruiz-Rosa, & Sene, 2015; Karimi, Biemans, Lans, Chizari, & Mulder, 2016; St-Jean et al., 2014). Αντίθετα, μόνο μερικές μελέτες (Palamida, Papagiannidis, & Xanthopoulou, 2017; Palamida, Xanthopoulou, Papagiannidis, & Stamati, 2017; Zampetakis, Lerakis, Kafetsios, & Moustakis, 2016) έχουν διερευνήσει το ρόλο των προσωπικών πεποιθήσεων (personal attitudes), των κοινωνικών πεποιθήσεων του περιγύρου (subjective norms) και του TPB στις επιχειρηματικές προθέσεις (entrepreneurial intentions) στην Ελλάδα.

Αν και το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, (DeBruin *et al.*, 2006; Hisrich and Brush, 1984; Scherer *et al.*, 1990; Mattis, 2004), ο βασικός όγκος των επιχειρηματιών παραμένουν άνδρες (Allen *et al.*, 2007; Verheul *et al.*, 2005; Zhao *et al.*, 2005). Η αυξανόμενη ποσότητα ερευνών που μελετά τις διαφορές μεταξύ των φύλων στις επιχειρηματικές διαδικασίες είναι συνέπεια του αυξανόμενου ενδιαφέροντος για το ρόλο του φύλου στην επιχειρηματικότητα.

Οι διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών είναι συνέπεια των διαφορών τους στην μετατροπή των επιχειρηματικών προθέσεων σε πράξεις. Οι ερευνητές καλούνται να διερευνήσουν τις διαφορές φύλου μέσω των κινήτρων, αν βέβαια υπάρχουν. Σε ορισμένες έρευνες που έγιναν μέχρι σήμερα, ο μετριασμός του ρόλου του φύλου δεν φαίνεται να έχει ιδιαίτερη επίδραση στην πρόβλεψη των επιχειρηματικών προθέσεων. Υπάρχουν έρευνες που έχουν δείξει ότι υπάρχει διαφορά στα επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions) μεταξύ των δύο φύλων (Zhao *et al.*, 2005; Moore and Buttner, 1997), ενώ υπάρχουν και έρευνες που φαίνεται να μην υπάρχει κανένας διαχωρισμός στο φύλο (Gupta *et al.*, 2009; Kolvereid, 1996). Οι περισσότερες μελέτες βασίζονται στη θεωρία της TPB (Engle *et al.*, 2010, Shook and Bratianu, 2008, Krueger and Carsrud, 1993), αλλά μόνο ένας μικρός αριθμός εμπειρικών αναλύσεων συνδέουν τη θεωρία με τις διαφορές φύλου (Díaz-García και Jiménez -Moreno, 2009).

Οι Sumita Srivastava, Rupali Misra, (2017) επικεντρώθηκαν στις επιχειρηματικές προθέσεις ως το πιο σημαντικό στάδιο της επιχειρηματικής διαδικασίας. Με βάση τη TPB, που προτάθηκε από τον Ajzen (1991), επισημαίνουν ότι είναι προθέσεις (intentions) είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας πρόβλεψης της ανθρώπινης συμπεριφοράς. Σύμφωνα με τους Johan Maes, Hannes Leroy (2014) οι προηγούμενες έρευνες υποδεικνύουν ότι διάφοροι παράγοντες προβλέπουν διαφορές φύλου όσον αφορά την επιχειρηματική πρόθεση. Στην εργασία τους ενσωματώνουν και επεκτείνουν προηγούμενα ευρήματα χρησιμοποιώντας τη θεωρία TPB. Τα αποτελέσματα της έρευνας σε σπουδαστές επιχειρήσεων δείχνουν ότι η επίδραση του φύλου στις επιχειρηματικές προθέσεις (entrepreneurial intentions) γίνεται μέσω προσωπικών πεποιθήσεων (personal attitudes) και των προσωπικών πεποιθήσεων για την ικανότητα εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (perceived behavioral control) αλλά όχι μέσω των κοινωνικών κανόνων (social norms) . Πιο συγκεκριμένα, οι γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες ομολόγους τους, κατευθύνονται περισσότερο προς την επιχειρηματικότητα μέσω της θεωρίας κινήτρων.

Πίνακας 4 :

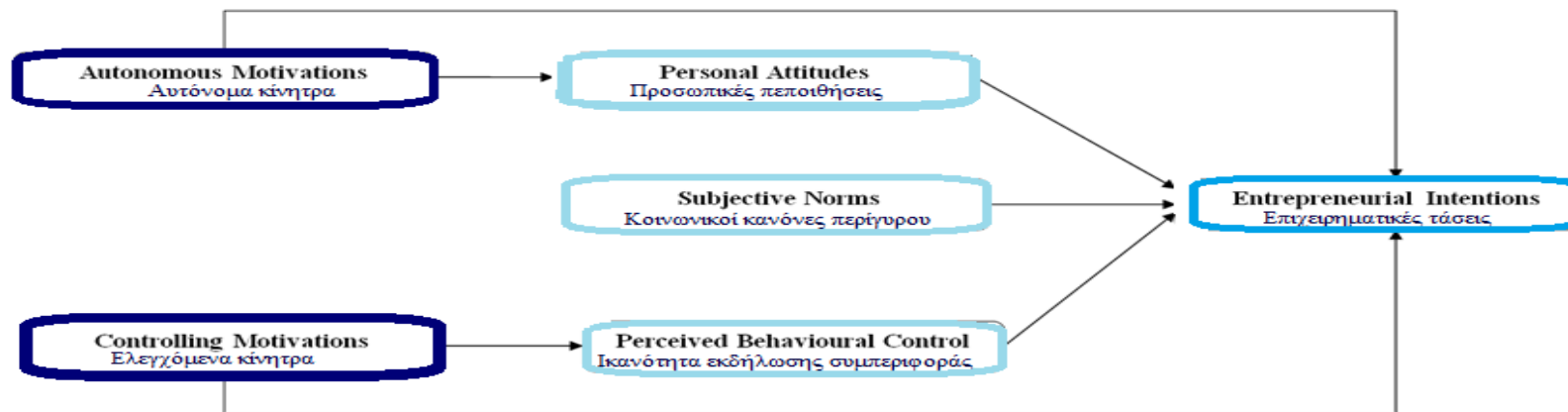
Ο ρόλος της TPB θεωρίας στην απόφαση ενασχόλησης των γυναικών με επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Χρονολογία	Συγγραφέας	Theory of planned behavior (TPB)			Δείγμα	Χώρα
		Attitudes	Norms	Control		
2013	Inga Haus , Holger Steinmetz Rodrigo, Isidor Rüdiger Kabst	✓	✓	✓	Δεν υπάρχει αναφορά	Δεν υπάρχει αναφορά
2016	Vidhula Venugopal	✓	✗	✗	127 γυναίκες	Ινδία
2017	Sumita Srivastava, Rupali Misra	✓	✓	✓	248 γυναίκες	Ινδία
2015	José Luis Ruizalba Robledo, María Vallespín Arán, Victor Martín Sanchez, Miguel Ángel Rodríguez Molina	✓	✓	✓	180 άτομα (81 άνδρες και 99 γυναίκες)	Ισπανία
2014	Tatiana Iakovleva, Marina Solesvik	✗	✗	✓	266 γυναίκες και 161 άνδρες	Ρωσία , Ουκρανία

2.8 Θεωρητικό μοντέλο και σύνταξη υποθέσεων

Το θεωρητικό μοντέλο αυτής της μελέτης παρουσιάζεται στο παρακάτω σχήμα.

Διάγραμμα 3 : Θεωρητικό Μοντέλο



Έχοντας ως βάση την TPB θεωρία και SDT θεωρία που έχουν αναλυθεί λεπτομερώς στα προαναφερθέντα κεφάλαια, διατυπώνονται οι ακόλουθες υποθέσεις για τη μελέτη αυτή.

H1: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα τα αυτόνομα κίνητρα (autonomous motivation) σχετίζονται θετικά με τις επιχειρηματικές τάσεις (Entrepreneurial Intentions).

H2: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα τα ελεγχόμενα κίνητρα (Controlling Motivation) σχετίζονται θετικά με τις επιχειρηματικές τάσεις (Entrepreneurial Intentions) .

H3: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα οι προσωπικές πεποιθήσεις (personal attitude) σχετίζονται θετικά με τις επιχειρηματικές τάσεις (Entrepreneurial Intentions).

H4: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα οι υποκειμενικές-κοινωνικές πεποιθήσεις του περίγυρου (Subjective Norms) σχετίζονται θετικά με τις επιχειρηματικές τάσεις (Entrepreneurial Intentions intentions).

H5: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα οι προσωπικές πεποιθήσεις για την ικανότητα εκδήλωσης μία συμπεριφοράς (Perceived Behavioural Control) σχετίζονται θετικά με τις επιχειρηματικές τάσεις (Entrepreneurial Intentions) .

H6: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα τα αυτόνομα κίνητρα (Autonomous motivation) σχετίζονται θετικά με τις προσωπικές πεποιθήσεις/πιστεύω (Personal Attitudes) .

H7: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα τα ελεγχόμενα κίνητρα (Controlling motivation) σχετίζονται θετικά με τις προσωπικές πεποιθήσεις για την ικανότητα εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (Perceived Behavioural Control).

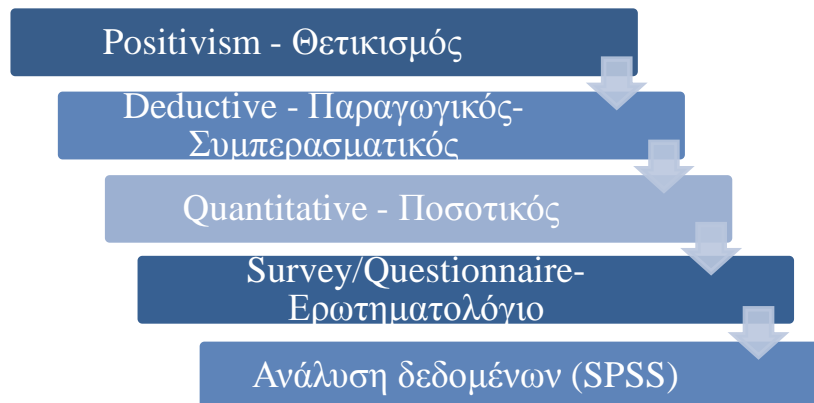
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα εξετάσουμε την μεθοδολογία αυτής ερευνητικής μεταπτυχιακής διατριβής. Ο πρωταρχικός στόχος του κεφαλαίου είναι να επιτευχθεί μια περιεκτική περιγραφή των δεδομένων, του ερευνητικού υποδείγματος και των μεθόδων της έρευνας που χρησιμοποιούνται σε αυτή τη μελέτη. Ο κύριος στόχος είναι να συνεισφέρουμε στην έρευνα με τέτοιο τρόπο, ώστε η παρούσα εργασία να αποτελέσει ένα σημαντικό έναυσμα για άλλες μελέτες στο μέλλον. Ο δεύτερος στόχος είναι να μπορέσουμε να σκιαγραφήσουμε το σκεπτικό πίσω από τα διάφορα δεδομένα και τις μεθοδολογικές επιλογές, που χρησιμοποιούμε σε κάθε στάδιο της μελέτης μας. Στη συνέχεια θα θέλαμε να επισημανθεί με σαφήνεια ο λόγος για τον οποίο οι επιλογές αυτές είναι οι κατάλληλες για την παρούσα έρευνα και ποιες είναι οι αδυναμίες των ίδιων επιλογών μας. Το κεφάλαιο αυτό αποτελείται από τέσσερα μεγάλα υποκεφάλαια. Τα πρώτα τρία τμήματα περιγράφουν τον ερευνητικό σχεδιασμό, τη φιλοσοφία και την προσέγγιση. Στην ενότητα 3.1 περιγράφεται ο σχεδιασμό της έρευνας, στην ενότητα 3.2 περιγράφεται η φιλοσοφία της έρευνας και στην ενότητα 3.3 περιγράφεται η ερευνητική προσέγγιση. Η ενότητα 3.4 περιγράφει τη μέθοδο της έρευνας. Η ενότητα 3.5 την συλλογή δεδομένων. Η ενότητα 3.6 περιγράφει την ανάλυση. Η ενότητα 3.7 αναφέρεται στην ηθική θεώρηση της έρευνας.

3.1 Σχεδιασμός έρευνας

Στο διάγραμμα 4 περιγράφεται ο σχεδιασμός της έρευνας που χρησιμοποιήθηκε σε αυτή την μελέτη. Αυτή είναι η καλύτερη προσέγγιση για την παρούσα έρευνα, οι λόγοι θα διασαφηνιστούν και θα παρουσιασθούν αναλυτικά στις επόμενες ενότητες.

Διάγραμμα 4 : Σχεδιασμός Έρευνας



3.2 Φιλοσοφία της έρευνας

Ο Saunders και οι συνεργάτες του , το (2012) δήλωσαν ότι ένα από τα πιο σημαντικά βήματα για τη διεξαγωγή μιας συλλογικής επιστημονικής έρευνας, είναι να προσδιοριστούν και να εξηγηθούν οι λόγοι που επιλέχθηκε αυτή η φιλοσοφία. Η σημασία της φιλοσοφίας ξεχωρίζει στις υποθέσεις της έρευνας, συμπεριλαμβανομένου του τρόπου διεξαγωγής της έρευνας, του είδους των δεδομένων που πρέπει να συγκεντρωθούν και του τρόπου που μπορούν να εξετασθούν και αναλυθούν τα αποτελέσματα. Σύμφωνα με το Bryman, το (2012) και τον Bernard το (2013) υπάρχουν πρωτίστως δύο παραδείγματα ερευνητικής φιλοσοφίας, τα οποία είναι ο «θετικιστισμός» (positivism) και ο «ερμηνευτισμός» (interpretivism). Η θετικιστική προσέγγιση υποδηλώνει ότι η πραγματικότητα είναι αντικειμενική και ανεξάρτητη από τους ερευνητές, καθώς οι παρατηρητές δεν αποτελούν μέρος της έρευνας που εκτελούν. Οι θετικιστικές μελέτες αναζητούν διασυνδεδεμένες σχέσεις στα δεδομένα προκειμένου να δημιουργηθούν γενικεύσεις, όπως αυτές που παράγουν οι επιστήμονες (Saunders *et al.*, 2012). Οι θετικιστές πιστεύουν ότι στο κόσμος υπάρχει "μια πραγματικότητα από την οποία είμαστε όλοι μέρος" (Quinlan, 2011). Αυτή η πραγματικότητα μπορεί να περιγραφεί από γεγονότα αντικειμενικά, εξωτερικά και "ξεχωριστά από τη συνείδηση" (Blumberg, Cooper και Schindler, 2014, Quinlan, 2011).

Ο Saunders και οι συνεργάτες αναφέρουν ότι η θετικιστική προσέγγιση (positivism) περιλαμβάνει μελέτη της βιβλιογραφίας για να αποφασίσει ο ερευνητής τη σχετική θεωρία / θεωρίες και μετά τη μελέτη της χρησιμοποιώντας την επιλεγμένη

θεωρία / θεωρίες για να αναπτύξουν τις υποθέσεις για την κατάλληλη διεξαγωγή μελέτης-έρευνας. Αυτές οι υποθέσεις ελέγχονται και είτε επιβεβαιώνονται είτε απορρίπτονται για να προχωρήσουν με την επιλεγμένη θεωρία / θεωρίες (Bryman, 2012) . Σε αντίθεση με τον ερμηνευτισμό (interpretivism) , αυτή η θεωρία προϋποθέτει ότι οι παρατηρητές δεν πρέπει να είναι ανεξάρτητοι από αυτό που παρατηρείται. Σύμφωνα με τον Saunders (2012), οι πεποιθήσεις αυτές υποδεικνύουν ότι προκειμένου να επιτευχθεί καλύτερη κατανόηση μιας κοινωνικής κατάστασης, οι ερευνητές πρέπει να αλληλεξουσιάζονται με αυτό το αντικείμενο που ερευνάται. Στην παρούσα ερευνητική εργασία υιοθετήθηκε ο θετικισμός (positivism) .

Αυτή η προσέγγιση είναι η πιο κατάλληλη για αυτή την έρευνα γιατί το θέμα μας σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα και τα κίνητρα των γυναικών σε περιόδους κρίσης, με αποτέλεσμα ο παρατηρητής να πρέπει να είναι αποστασιοποιημένος και ανεξάρτητος από το εξεταζόμενο προς διερεύνηση θέμα .

Η θετικιστική προσέγγιση είναι πιο ελκυστική και πολύτιμη, εάν η φύση του προβλήματος απαιτεί αναγνώριση και κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν ένα αποτέλεσμα Saunders et al. (2012). Αυτό συμβαίνει στην περίπτωση μας με τα γυναικεία κίνητρα και την επιχειρηματικότητα.

Πίνακας 5 : Θετικισμός vs Ερμηνευτισμός

	Positivism- θετικισμός	Interpretivism - Ερμηνευτισμός
<i>Βασικές αρχές</i>		
Αποψη για το κόσμο	Ο κόσμος είναι εξωτερικός και αντικειμενικός	Ο κόσμος είναι κοινωνικά κατασκευασμένος και υποκειμενικός
Συμμετοχή ερευνητή	Ο ερευνητής είναι ανεξάρτητος	Ο ερευνητής είναι μέρος αυτού που παρατηρείται και μερικές φορές ακόμη και ενεργά συνεργάζεται
Επιρροή ερευνητή	Η έρευνα είναι χωρίς αξία	Η έρευνα βασίζεται στα ανθρώπινα ενδιαφέροντα
<i>Υποθέσεις</i>		
Τι παρατηρείται;	Στόχοι, συχνά ποσοτικά, γεγονότα	Υποκειμενικές ερμηνείες των εννοιών
Πώς χτίζεται η γνώση;	Μείωση των φαινομένων σε απλά στοιχεία που αντιπροσωπεύουν γενικούς νόμους	Λαμβάνοντας μια ευρεία και συνολική εικόνα των φαινομένων για την ανίχνευση εξηγήσεων πέρα από την τρέχουσα γνώση

Source: Blumberg, Cooper and Schindler (2014)

3.3 Ερευνητική προσέγγιση

Μια ακόμη μεθοδολογική πρόκληση είναι η επιλογή της ερευνητικής προσέγγισης. Υπάρχουν δύο προσεγγίσεις που χρησιμοποιούνται από τους ερευνητές οι οποίες είναι είτε η παραγωγική προσέγγιση, είτε η επαγωγική προσέγγιση. Saunders *et al.* (2012) Η «παραγωγική-συμπερασματική» προσέγγιση (deductive research approach) είναι όταν μια θεωρία ή ένα σύνολο θεωριών χρησιμοποιείται αρχικά για να σχηματίσουν υποθέσεις και στη συνέχεια συλλέγονται και αναλύονται τα δεδομένα. Η «επαγωγική προσέγγιση» χρησιμοποιείται όταν υπάρχει ανάγκη να εργαστούμε για την παραγωγή νέων θεωριών.

Έτσι, η «παραγωγική-συμπερασματική» προσέγγιση (deductive) στοχεύει στην επικύρωση ήδη υπάρχουσών θεωριών, ενώ η επαγωγική (inductive) προσέγγιση οδηγεί στη δημιουργία νέων θεωριών. Η δεύτερη προσέγγιση είναι ουσιαστικά το αντίθετο της πρώτης. Για αυτή τη μελέτη η καλύτερη προσέγγιση προς χρήση είναι η παραγωγική μέθοδος. Ένας από τους λόγους υιοθέτησης αυτή της μεθόδου είναι ότι οι περισσότερες θετικιστικές μελέτες συχνά υιοθετούν μια συμπερασματική προσέγγιση (Collis & Hussey, 2014). Η παρούσα εργασία βασίζεται στην υπάρχουσα βιβλιογραφία για την ανάπτυξη των ερευνητικών της υποθέσεων και υπάρχει μια προηγούμενη βιβλιογραφία που παρέχει ένα ισχυρό υπόβαθρο για τα θέματα που εξετάζονται σε αυτή τη μελέτη. Αυτό το γεγονός επιτρέπει στη μελέτη αυτή να διαμορφώσει τις σωστές υποθέσεις και να δοκιμάσει τις υπάρχουσες θεωρίες.

Συνοψίζοντας, η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή χρησιμοποιεί το θετικισμό ως αποτέλεσμα της φύσης του θέματος μας, ενώ χρησιμοποιεί και την παραγωγική προσέγγιση, εξαιτίας της συσχέτισης της παρούσας εργασίας με τις υπάρχουσες θεωρίες για τη διαμόρφωση των υποθέσεων. Το θετικιστικό παράδειγμα ακολουθείται συχνά από μια συμπερασματική-παραγωγική προσέγγιση, αυτό συμβαίνει και στη δική μας περίπτωση μελέτης.

3.4 Μέθοδος έρευνας

Η σημασία της χρησιμοποιούμενης μεθόδου μπορεί να συναντηθεί σε όλες τις έρευνες. Υπάρχουν τρία είδη μεθόδων τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν: η ποιοτική μέθοδος, η ποσοτική μέθοδος και η μεικτή μέθοδος. Η πρώτη μέθοδος είναι η ποσοτική, χρησιμοποιείται αρχικά ως μια διερευνητική αναζήτηση για να κατανοήσει καλύτερα τους κύριους λόγους, τα κίνητρα και τις απόψεις.

Η ποσοτική έρευνα έχει κυριαρχήσει έναντι των άλλων στη Δύση για τη δημιουργία νέας γνώσης, είναι μια στατιστική ή αριθμητική προσέγγιση για το σχεδιασμό της έρευνας (Williams, 2007) Σε αντίθεση, η ποιοτική έρευνα προσπαθεί να εξάγει συμπεράσματα μέσα από την παρατήρηση φαινομένων αλλά και μέσα από την οπτική αντίληψη των συμμετεχόντων συμμετεχόντων (Merriam, 2002). Η ποιοτική έρευνα βοηθά την ανάπτυξη υποθέσεων, παρέχοντας πληροφορίες για το θέμα που συζητήθηκε και αναλύθηκε.

Ο σκοπός της ποσοτικής ανάλυσης είναι να ανακαλύψει τις αιτίες της αλλαγής των φαινομένων μέσω αντικειμενικής μέτρησης και αριθμητικής ανάλυσης. Η ποσοτική μέθοδος χρησιμοποιείται για την ποσοτικοποίηση του υποκειμένου που έχει αναλυθεί με τη δημιουργία αριθμητικών δεδομένων ή άλλου είδους δεδομένων που μπορούν εύκολα να μετατραπούν σε στατιστικά αποτελέσματα. Η ποσοτική μέθοδος χρησιμοποιείται, επίσης για τη γενίκευση των αποτελεσμάτων από ένα μεγαλύτερο δείγμα δεδομένων. Επιπλέον, η ποσοτική έρευνα αναπτύσσει υποθέσεις από τα ευρήματα προηγούμενων μελετών. Η τρίτη μέθοδος, η μεικτή, χρησιμοποιείται με την ανάμιξη των χαρακτηριστικών των προηγούμενων δύο μεθόδων προκειμένου να επιτευχθεί ένα πιο περίπλοκο αποτέλεσμα (Vogt et al., 2014). Οι διαφορές μεταξύ των δύο πρώτων μεθόδων είναι αξιοσημείωτες. Πρώτον, η διαφορά μεταξύ αυτών των μεθόδων βρίσκεται στο είδος δεδομένων που χρησιμοποιεί η κάθε μέθοδος, για παράδειγμα, η ποιοτική έρευνα χρησιμοποιεί ποιοτικά δεδομένα (όπως προτάσεις, σύμβολα), ενώ η ποσοτική έρευνα χρησιμοποιεί αριθμητικά δεδομένα. Χρησιμοποιώντας τα ποιοτικά ερευνητικά εργαλεία για μια ποσοτική έρευνα μπορεί να είναι ακατάλληλη (Neuman, 2013). Δεύτερον, μια άλλη διαφορά έγκειται στις αρχές της ερευνητικής διαδικασίας. Η ποιοτική έρευνα βασίζεται σε ερμηνευτικές αρχές, ενώ η ποσοτική έρευνα βασίζεται περισσότερο στις θετικιστικές αρχές και την ανάπτυξη μεταβλητών και υποθέσεων. Τρίτον, μια βασική διαφορά είναι το είδος του αποτελέσματος που θέλουμε να αποκτήσουμε από μια έρευνα. Η ποσοτική έρευνα έγκειται περισσότερο στην επαλήθευση και την αποδοχή ή την απόρριψη μιας σχέσης ή ορισμένων υποθέσεων που έχουν ήδη ληφθεί υπόψη. Αντίθετα, η ποιοτική έρευνα συχνά δημιουργεί νέες υποθέσεις και εστιάζεται στην περιγραφή των λεπτομερειών του αιτιώδους μηχανισμού (Neuman, 2013).

Οι ποσοτικές μέθοδοι είναι κατάλληλες για μελέτες, οι οποίες αναζητούν τη γενίκευση των ευρημάτων και την εξέταση των υποθετικών αποτελεσμάτων με τη δοκιμή της εφαρμοσιμότητας της θεωρίας στην πράξη (Saunders et al. 2012).

Η μελέτη αυτή βασίζεται στην εξέταση συγκεκριμένων σχέσεων και σκοπών για την εξέταση της εφαρμογής συγκεκριμένων θεωρητικών πτυχών στην πράξη, ως εκ τούτου, εφαρμόζονται ποσοτικές μέθοδοι.

3.5 Συλλογή δεδομένων

Θεωρώντας ότι οι ερευνητικοί στόχοι / ερωτήματα αυτής της μελέτης απαιτούν την εξερεύνηση συγκεκριμένων σχέσεων και ότι αυτή η έρευνα υιοθετεί θετικιστική και παραγωγική προσέγγιση, χρησιμοποιείται μία έρευνα με την μορφή ερωτηματολογίου για τη συλλογή δεδομένων (De Vaus, 2002, Fowler, 2014). Μια έρευνα είναι ένας τρόπος συλλογής δεδομένων από μια σειρά ερωτηθέντων. Το δείγμα είναι ένα αντιπροσωπευτικό κομμάτι ενός συγκεκριμένου πληθυσμού (π.χ γυναίκες) που μας ενδιαφέρει για κάποιο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του. Συλλέγουμε τα δεδομένα θέτοντας ερωτήσεις για να καταγραφούν λεκτικές ή γραπτές συμπεριφορές και απόψεις. (Ghuri and Gronhaug, 2010). Εκτός αυτού, θεωρώντας ότι αυτή η μελέτη επικεντρώνεται στον προσδιορισμό της δυνατότητας εφαρμογής δύο βασικών θεωριών (Motivation και TPB), η συλλογή ποσοτικών δεδομένων είναι ζωτικής σημασίας για τη διερεύνηση των προτεινόμενων σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών μελέτης. Για το λόγο αυτό χρησιμοποιείται μια έρευνα με χρήση ερωτηματολογίου για τη συλλογή των κατάλληλων δεδομένων (Blair et al., 2013). Προκειμένου να αυξηθεί το ποσοστό ανταπόκρισης και να αποκτηθεί ένα πιο τυχαίο δείγμα ερωτηθέντων, αυτή η μελέτη χρησιμοποιεί μια διαδικτυακή έρευνα. Πρέπει να τονιστεί φυσικά ότι η διαδικτυακή έρευνα διευκολύνει αισθητά τη συλλογή και αποθήκευση δεδομένων (Van Selm et al., 2006). Ζούμε και κινούμαστε εντός των κοινωνιών της πληροφορίας, έτσι το διαδίκτυο έχει εισχωρήσει στην καθημερινότητα όλων. Πιο συγκεκριμένα, το ερωτηματολόγιο της παρούσας έρευνας δημοσιεύτηκε ηλεκτρονικά μέσω της πλατφόρμας του google σε διάφορα δίκτυα κοινωνικών δικτύων και δίκτυα επιχειρηματικότητας.

3.5.1 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από μια σειρά ερωτήσεων, για κάθε ερώτηση υπάρχει ένα εύρος πιθανών απαντήσεων. Η κάθε μια απάντηση διαμορφώνεται με τέτοιο τρόπο, ώστε να επιτρέπει τη συγκέντρωση τυποποιημένων και σχετικά δομημένων δεδομένων για μία από τις πολλές επιλογές. (Matthews and Ross, 2010). Υπάρχουν πολλά είδη ερωτήσεων που μπορεί κάποιος να συμπεριλάβει σε ένα ερωτηματολόγιο. Οι βασικές κατηγορίες είναι δύο: οι ερωτήσεις κλειστού τύπου και οι ερωτήσεις ανοιχτού τύπου. Η βασική διαφορά αυτών των δύο ειδών είναι ότι στις ερωτήσεις ανοιχτού τύπου ο ερωτούμενος γράφει μόνος του την απάντηση, ενώ στου κλειστού τύπου επιλέγει από τις δυνατές επιλογές. (Dillman, 2000) Οι ερωτήσεις κλειστού τύπου μπορεί να διαφέρουν από τις ποσοτικές ερωτήσεις. Στις ποσοτικές ερωτήσεις η απάντηση είναι ένας αριθμός που δείχνει ένα ποσό. Ενώ οι ερωτήσεις που βασίζονται στην επιλογή συγκεκριμένων απαντήσεων προσφέρουν στον ερωτούμενο μια λίστα κατηγοριών απο ερωτήσεις στην οποία οποιαδήποτε από αυτές μπορεί να επιλεγεί. Οι ερωτήσεις βαθμολογημένης κλίμακας, όπου μπορεί να επιλεγεί μόνο μία απάντηση επιλέγοντας από ένα δεδομένο σύνολο πιθανών απαντήσεων ταξινομούν ερωτήματα, τα οποία ο ερωτούμενος καλείται να τοποθετήσει σε σειρά.. Οι ερωτήσεις αξιολόγησης, όπου χρησιμοποιείται μια συσκευή αξιολόγησης για την καταγραφή των απαντήσεων. Συνήθως σε ερωτήσεις δικτύου, στις οποίες μπορούν να απαντηθούν δύο ή περισσότερα ερωτήματα που καταγράφηκαν χρησιμοποιώντας τον ίδιο πίνακα (Matthews and Ross, 2010).

Σε αυτή την μεταπτυχιακή διατριβή χρησιμοποιήθηκαν ερωτήσεις και των δύο τύπων. Για τη δημιουργία του ερωτηματολογίου υπήρξαν ερωτήσεις κλειστού τύπου και ένα ενιαίο ανοιχτό ερώτημα για τις δημογραφικές / μεταβλητές ελέγχου. Αντίθετα, ερωτήσεις κλειστού τύπου βασισμένες σε επικυρωμένες κλίμακες από προηγούμενες έρευνες συμπεριλήφθηκαν στο ερωτηματολόγιο προκειμένου να μετρηθούν οι βασικές μεταβλητές της έρευνας μας. Η κάθε κλίμακα περιέχει αντικείμενα που είναι ευδιάκριτα όπου κάθε στοιχείο είναι μια δήλωση. Η κάθε δήλωση-πρόταση μετρά κάτι που έχει μια ποσοτική συνεχή μέτρηση χωρίς "σωστές" ή "λάθος" απαντήσεις (Saunders et al., 2012). Μια λεπτομερής αναπαράσταση των κλιμάκων και των επιμέρους κλιμάκων που χρησιμοποιούνται σε αυτή τη μελέτη παρουσιάζεται στο επόμενο υποκεφάλαιο.

3.5.2 Μετρήσεις και κλίμακες

Οι μετρήσεις ωασίζονται σε προηγούμενη έρευνα που διεξάγει στα πλαίσια της αγγλικής βιβλιογραφίας. Συγκεκριμένα, η παρούσα διατριβή υιοθέτησε κλίμακες που χρησιμοποιήθηκαν σε ευρύτερη έρευνα για τον ρόλο της επιχειρηματικής εκπαίδευσης (entrepreneurial education) στις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions) (Palamida et al., 2014).

Τα αυτόνομα κίνητρα (Autonomous Motivation) για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης μετρήθηκαν έχοντας ως βάση έξι υποκλίμακες επιχειρηματικού κινήτρου (Carter et al. 2003; Kerr and Armstrong-Stassen 2011), οι οποίες εμπίπτουν στην κατηγορία αυτόνομων κινήτρων. Οι συμμετάσχουσες κλήθηκαν να καθορίσουν σε ποιο βαθμό θα ήταν σημαντικοί κάποιοι παράγοντες για εκείνες, ώστε να για να δημιουργήσουν μια νέα επιχείρηση. Όλες οι επιλόγες ήταν βαθμολογημένες σε 5βαθμη κλίμακα τύπου «Likert-type scale» και κυμαίνονται από (1) = καμία σημασία μέχρι (5) = πολύ μεγάλη σημασία.

Η επιμέρους κλίμακα καινοτομίας μετρήθηκε με 3 επιλογές (π.χ. «Θα δημιουργούσα μια νέα επιχείρηση για να είμαι καινοτόμα και στην πρώτη γραμμή της τεχνολογίας»; Cronbach's $\alpha = 0.84$). Η υποκλίμακα της ανεξαρτησίας μετρήθηκε με 3 επιλογές (π.χ. «Θα δημιουργούσα μια νέα επιχείρηση για να ελέγξω τον δικό μου χρόνο». Cronbach's $\alpha = 0.82$). Η δευτερεύουσα κλίμακα αυτοπραγμάτωσης μετρήθηκε με 4 στοιχεία (π.χ. «Θα δημιουργούσα μια νέα επιχείρηση για να προκαλέσω τον εαυτό μου»; Cronbach's $\alpha = 0.83$). Η επιμέρους κλίμακα Προσωπικής Εκπλήρωσης μετρήθηκε με 4 επιλογές (για παράδειγμα, «Θα δημιουργούσα μια νέα επιχείρηση για να μπορέσω να αξιοποιήσω πλήρως τις δεξιότητές μου»»; Cronbach's $\alpha = 0.86$). Η υποκλίμακα ισοζυγίου εργασίας-ζωής μετρήθηκε με 3 επιλογές (π.χ. «Θα δημιουργούσα μια νέα επιχείρηση για να μπορώ να διαθέσω το χρόνο μου σε δραστηριότητες αναψυχής». Cronbach's $\alpha = 0.90$). Τέλος, η υποκλίμακα της κοινωνικής αξίας μετρήθηκε με 5 επιλογές (για παράδειγμα, «Θα δημιουργούσα μια νέα επιχείρηση για την ενεργό μέριμνα για κοινωνικά προβλήματα και ανάγκες» Cronbach's $\alpha = 0.95$). Προκειμένου να δημιουργηθεί μια συνολική βαθμολογία για τον έλεγχο της κλίμακας κινήτρων, έχει υπολογιστεί μια μέση βαθμολογία από τις προαναφερθείσες υποκλίμακες

Τα ελεγχόμενα κίνητρα (Controlling Motivation) για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης μετρήθηκαν βάσει τριών υποκλίμακων επιχειρηματικής κινητοποίησης (Carter et al. 2003; Shane, Kolvereid, and Westhead 1991), οι οποίες εμπίπτουν στην κατηγορία των ελεγχόμενων κινήτρων. Οι συμμετάσχουσες κλήθηκαν να καθορίσουν σε ποιο βαθμό θα ήταν σημαντικοί κάποιοι παράγοντες για εκείνες, ώστε να για να δημιουργήσουν μια νέα επιχείρηση. Όλες οι επιλογές ήταν βαθμολογημένες σε 5βαθμη κλίμακα τύπου «Likert-type scale» και κυμαίνονται από (1) = καμία σημασία μέχρι (5) = πολύ μεγάλη σημασία.

Η υποκλίμακα της οικονομικής επιτυχίας μετρήθηκε με 3 επιλογές (π.χ. «Θα δημιουργούσα μια νέα επιχείρηση για να κερδίσω μεγαλύτερο προσωπικό εισόδημα»; Cronbach's $\alpha = 0.77$). Η υποκλίμακα της αναγνώρισης μετρήθηκε με 3 επιλογές (π.χ. «Θα δημιουργούσα μια νέα επιχείρηση για να επιτύχω κάτι και να πάρω αναγνώριση από τη δημιουργία της»; Cronbach's $\alpha = 0.82$). Η υποκλίμακα των μοντέλων μίμησης ρόλων μετρήθηκε με 3 επιλογές (π.χ. «Θα δημιουργούσα μια νέα επιχείρηση για να συνεχίσω τη παράδοση»; Cronbach's $\alpha = 0.75$). Προκειμένου να δημιουργηθεί μια συνολική βαθμολογία για τον έλεγχο της κλίμακας κινήτρων, υπολογίστηκε μια μέση βαθμολογία από τις προαναφερθείσες υποκλίμακες.

Οι προσωπικές πεποιθήσεις/πιστεύω (Personal Attitudes) αποτελούνται από δύο υποκλίμακες, οι υποκειμενικοί-κοινωνικοί κανόνες (Subjective Norm) αποτελούνται από 2 υποκλίμακες και οι προσωπικές πεποιθήσεις για την ικανότητα εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (Perceived Behavioural Control) αποτελούνται από δύο υποκλίμακες και οι τάσεις (Intentions) το ίδιο. Τα TPB συστατικά μετρήθηκαν με βάση τις κλίμακες που αναπτύχθηκαν από τους Van Hooft και De Jong (2009), Rhodes και Gourneya (2003). Όλα τα στοιχεία βαθμολογήθηκαν σε μια 5βαθμη κλίμακα τύπου Likert οι επιλογές απόκρισης κυμαίνονταν από (1) = διαφωνώ απόλυτα με (5) = συμφωνώ απόλυτα. Οι συμμετάσχουσες κλήθηκαν να αξιολογήσουν το επίπεδο συμφωνίας ή διαφωνίας τους σχετικά με δηλώσεις που αναφέρονται σε τρεις επιλογές (Cronbach's $\alpha = 0.86$; π.χ. «Είναι σοφό να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση. Είναι ενδιαφέρον για μένα να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση») και συναισθηματικά συστατικά Cronbach's $\alpha = 0.78$; με τρεις επιλογές από τις προσωπικές στάσεις π.χ. «Είναι ευχάριστο για μένα να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση»). Προκειμένου να δημιουργηθεί μια συνολική βαθμολογία για τα συστατικά μέρη της υποκλίμακας των προσωπικών πιστεύω/πεποιθήσεων (personal attitude), υπολογίστηκε μια μέση βαθμολογία.

Τελικά, για να δημιουργηθεί μια συνολική βαθμολογία για την κλίμακα των προσωπικών συμπεριφορών, υπολογίστηκε μια μέση βαθμολογία των οργάνων και συναισθηματικών επιμέρους κλιμάκων.

Οι συμμετάσχουσες κλήθηκαν να αξιολογήσουν το επίπεδο συμφωνίας ή διαφωνίας τους σχετικά με δηλώσεις που αναφέρονται σε υποκειμενικές-κοινωνικές πεποιθήσεις (injunctive norms) με (Cronbach's $\alpha = 0.90$; 2 επιλογές π.χ «Ο πιο σηματικός άνθρωπος για μένα , πιστεύει ότι πρέπει να δημιουργήσω μια επιχείρηση») και οι κοινωνικές αποδεχτές κανόνες (descriptive norms) με (Cronbach's $\alpha = 0.70$; 3 επιλογές π.χ. «Οι περισσότεροι από τους φίλους μου δημιούργησαν ή σκέφτονται να δημιουργήσουν μια νέα επιχείρηση»). Προκειμένου να δημιουργηθεί μια συνολική βαθμολογία για την επιμέρους κλίμακα των υποκειμενικών-κοινωνικών πεποιθήσεων (injunctive norms), υπολογίστηκε μια μέση βαθμολογία. Αυτό συνέβη και στην υποκλίμακα των κοινωνικών αποδεχτών κανόνων (descriptive norms). Τέλος, για να δημιουργηθεί μια συνολική βαθμολογία για την υποκειμενική κλίμακα, υπολογίστηκε μια μέση βαθμολογία των υποκειμενικών-κοινωνικών κανόνων και των κοινών αποδεχτών κανόνων (descriptive norms) . Οι συμμετάσχουσες κλήθηκαν να αξιολογήσουν το επίπεδο συμφωνίας ή διαφωνίας τους σχετικά με δηλώσεις που αναφέρονται στην αυτο-αποτελεσματικότητα (Cronbach's $\alpha = 0.86$; 3επιλογές π.χ «Συνολικά, αισθάνομαι βέβαιος ότι είμαι σε θέση να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση ») και τα συστατικά αντιστάθμισης (controllability components) (Cronbach's $\alpha = 0.77$; 4 επιλογές π.χ «Η δημιουργία μιας νέας επιχείρησης βρίσκεται υπό τον προσωπικό μου έλεγχο»). Για να δημιουργηθεί μια συνολική βαθμολογία για την υποκλίμακα αυτο-αποτελεσματικότητας, υπολογίστηκε μια μέση βαθμολογία. Αυτό συνέβη και στην υποκλίμακα ελέγχου. Τέλος, προκειμένου να δημιουργηθεί μια συνολική βαθμολογία για την εκλαμβανόμενη κλίμακα προσωπικών πεποιθήσεων για την ικανότητα εκδήλωσης συγκεκριμένης συμπεριφοράς, υπολογίστηκαν οι μέσες βαθμολογίες των υποκλιμάκων αυτοαποτελεσματικότητας και αντιστάθμισης. Οι συμμετάσχουσες κλήθηκαν να αξιολογήσουν τις προθέσεις τους με τις ακόλουθες δύο δηλώσεις: «Προτίθεμαι να συμμετάσχω σε επενδυτικές δραστηριότητες εντός των επόμενων τριών μηνών», και, "Αναμένω ότι θα πραγματοποιήσω επενδυτικές δραστηριότητες τους επόμενους τρεις μήνες". Προκειμένου να δημιουργηθεί μια συνολική βαθμολογία για την κλίμακα επιχειρηματικών προθέσεων, υπολογίστηκε ένα μέσο σκορ βάσει αυτών των στοιχείων (Cronbach's $\alpha = 0.94$).

Συνολικά, όλες οι κλίμακες παρουσιάζουν καλή έως άριστη αξιοπιστία σύμφωνα με Nunnally και Bernstein's (1994) με το κατώφλι (0.60 με 0.69 να θεωρείται αποδεκτό επίπεδο αξιοπιστίας, 0.70 με 0.79 είναι ένα καλό επίπεδο αξιοπιστίας, το 0.80 με 0.89 θεωρείται ένα πολύ καλό επίπεδο αξιοπιστίας και τελικά από το 0.90 και πάνω είναι ένα εξαιρετικό επίπεδο αξιοπιστίας, υποδεικνύοντας ότι οι προτεινόμενες κλίμακες είναι αξιόπιστες για τη μέτρηση των συγκεκριμένων κατασκευών.

3.5.2.1 Μεταβλητές ελέγχου (Control variable)

Η ηλικία μετρήθηκε ζητώντας από τις ερωτηθέμενες να αναφέρουν την ηλικία τους σε ερώτηση ανοιχτού τύπου. Η οικογενειακή κατάσταση μετρήθηκε ζητώντας από τις συμμετέχουσες να υποδείξουν εάν είναι ανύπανδρες, εργένιες, αρραβωνιασμένες, παντρεμένες ή συμβίως, σε διάσταση, χωρισμένες και χήρες. Το μορφωτικό εκπαιδευτικό επίπεδο μετρήθηκε ρωτώντας τις συμμετέχουσες να επιλέξουν το υψηλότερο επίπεδο προσωπικής κατακτημένης βαθμίδας μεταξύ των βαθμίδων Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση, Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση, Τεχνική Εκπαίδευση, Πτυχίο Πανεπιστημίου, Μεταπτυχιακό, Διδακτορικό. Το ετήσιο εισόδημα του νοικοκυρίου εκφράστηκε σε ευρώ, μετρήθηκε ρωτώντας τις συμμετέχουσες να επιλέξουν σε ποια από τις επόμενες κατηγορίες ανήκουν: Μικρότερο των 10,000, 10,000 με 19,999, 20,000 με 29,999, 30,000 με 39,999, 40,000 με 49,999, 50,000 με 59,999 και 60,000 ή περισσότερα. Για λεπτομερή περιγραφή σχετικά με το συνολικό ερωτηματολόγιο, ανατρέξτε στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΝΟΤΗΤΑ 1.

3.5.3 Τεχνική, Μέγεθος και Χαρακτηριστικά Δείγματος

Η βιβλιογραφία διακρίνει δύο κύριους τύπους τεχνικών δειγματοληψίας. Η δειγματοληψία χωρίζεται σε πιθανοτική και μη πιθανοτική (Ζαφειρόπουλος, 2015). Τις πιθανοτικές ή αντιπροσωπευτικές τεχνικές δειγματοληψίας (όπως Simple random, Systematic random, Stratified random, Cluster and Multi-stage) που συνδέονται κυρίως με έρευνες και στρατηγικές πειραματικής έρευνας και τις μη πιθανοτικές τεχνικές δείγματος (όπως Quota sampling, Purposive sampling, Volunteer sampling and Haphazard sampling) που βασίζονται κυρίως σε υποκειμενικές κρίσεις κατά τη συλλογή του δείγματος και συνεπώς σχετίζονται κυρίως με ποιοτικές μεθοδολογικές προσεγγίσεις στην έρευνα (Saunders et al, 2016). Θεωρώντας ότι αυτή η έρευνα είναι μια ποσοτική έρευνα, η κατάλληλη τεχνική δειγματοληψίας είναι η μη πιθανοτική δειγματοληψία βασισμένη σε τυχαία δείγματα.

Προκειμένου να προσελκύσει τις απαιτούμενες συμμετέχουσες και θεωρώντας ότι η έρευνα επικεντρώνεται σε γυναίκες επιχειρηματίες, έγινε σαφές σε όλες τις δημοσιεύσεις ότι μόνο οι γυναίκες μπορούν να συμμετάσχουν στη συγκεκριμένη έρευνα. Οι συμμετέχουσες ενημερώθηκαν επίσης από την αρχή της έρευνας σχετικά με το γενικό σκοπό αυτής της έρευνας και ότι είχαν το δικαίωμα να αποσυρθούν σε οποιοδήποτε στάδιο της διαδικασίας. Η ερευνήτρια διαβεβαίωσε, επίσης για θέματα ανωνυμίας και εμπιστευτικότητας από την αρχή της έρευνας σε μια προσπάθεια να αυξήσει τα ποσοστά απόκρισης των γυναικών. Η τελική ομάδα δείγματος αποτελείται από 268 γυναίκες με μέση ηλικία 31 ετών. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είναι ανύπανδρες (62%) ενώ το 26% είναι παντρεμένες. Η συντριπτική πλειοψηφία των συμμετεχόντων κατέχει προπτυχιακό, μεταπτυχιακό ή διδακτορικό δίπλωμα (209 γυναίκες συνολικά). Το 85% των γυναικών που συμμετείχαν σε αυτή τη μελέτη έχουν ετήσιο εισόδημα νοικοκυριού από 10.000 έως 39.999 ευρώ. Για λεπτομερή περιγραφή σχετικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων, παρακαλώ δείτε το ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΝΟΤΗΤΑ 2 σχετικά με τις συχνότητες.

3.6 Ανάλυση δεδομένων

Το στατιστικό λογισμικό πακέτο του SPSS της IBM , χρησιμοποιείται για την ανάλυση των δεδομένων και ιδιαίτερα για τη δοκιμή της σημασίας των προτεινόμενων σχέσεων που θα οδηγήσουν σε υποθέσεις αποδοχής ή απόρριψης. Αυτή η μελέτη χρησιμοποιεί περιγραφική στατιστική για να παρουσιάσει τα βασικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων και τις στατιστικές των συμπερασμάτων για να εξετάσει τα υποθετικά αποτελέσματα. Η συνολική ανάλυση βασίζεται στα ακόλουθα κύρια βήματα:

- I. Ανάλυση Συχνότητας (Frequencies Analysis) (δημογραφικές πτυχές που καθορίζουν τα χαρακτηριστικά του δείγματος και θα χρησιμεύσουν ως μεταβλητές ελέγχου στις αναλύσεις)
- II. Τεστ αξιοπιστίας- Reliability Tests (Cronbach's α για κάθε μία από τις κύριες κλίμακες που χρησιμοποιήθηκαν για περαιτέρω αναλύσεις)
- III. Υπολογισμός των συνολικών βαθμολογιών (οι μέσες βαθμολογίες των σχετικών στοιχείων ή των υποκλιμάκων που έχουν υπολογιστεί προκειμένου να οριστούν οι τελικές κλίμακες που θα χρησιμοποιηθούν για περαιτέρω αναλύσεις)
- IV. Ανάλυση Συσχέτισης-Correlations Analysis (αρχικές ενδείξεις σχετικά με τους δεσμούς μεταξύ των υπό εξέταση μεταβλητών)
- V. Ιεραρχική Παλινδρόμηση- Hierarchical Regression (κύρια ανάλυση σχετικά με τις υποθέσεις H1, H2, H3, H4, H5)
- VI. Γραμμική Παλινδρόμηση-Linear Regression (κύρια ανάλυση σχετικά με τις υποθέσεις H6, H7).

3.7 Ηθική θεώρηση

Η μελέτη αυτή έλαβε υπ' όψιν δύο βασικές πτυχές δηλαδή την ανωνυμία και την εμπιστευτικότητα που σχετίζονται με την ηθική συμπεριφορά στην έρευνα. Η ανωνυμία απαιτεί ότι ακόμη και ο ερευνητής δεν γνωρίζει ποιοι είναι οι συμμετέχοντες (Polonsky, 1998). Με άλλα λόγια, σημαίνει ότι ο ερευνητής δεν ονομάζει το άτομο που εμπλέκεται, αλλά συνήθως τις επεξεργάζεται τις πληροφορίες, ώστε ο ερευνητής να μην περιλαμβάνει πληροφορίες που θα επιτρέψει σε άλλο άτομο να μπορεί να αναγνωρίσει των ερωτώμενο (Walford, 2005). Από την άλλη πλευρά, η εμπιστευτικότητα σημαίνει ότι ο ερευνητής μπορεί να γνωρίζει ποιοι είναι οι συμμετέχοντες, αλλά δεν θα προσδιοριστούν με κανέναν τρόπο στην έκθεση που προκύπτει (Polonsky, 1998). Οι εμπιστευτικές πληροφορίες είναι ιδιωτικές ή μυστικές και δεν πρέπει να μεταβιβάζονται σε άλλους (Walford, 2005). Προκειμένου να εργαστούμε προς αυτή την κατεύθυνση, α) οι απειλές για την εμπιστευτικότητα και την ανωνυμία των ερευνητικών δεδομένων έχουν προβλεφθεί από τον ερευνητή διατηρώντας εμπιστευτικά τα αρχεία των συμμετεχόντων στην έρευνα και β) οι μέθοδοι διατήρησης της ανωνυμίας, όπως η αφαίρεση των αναγνωριστικών ή η χρήση ψευδώνυμων, έχουν χρησιμοποιηθεί για να διασπαστεί η σχέση μεταξύ δεδομένων και αναγνωρίσιμων ατόμων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας, η οποία πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της παρούσας διπλωματικής.

Ο κάτω πίνακας αναπαριστά τις συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών της έρευνας.

Table 1. Correlations among the study variables – Πίνακας 1, Συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών.

	Age	Marital Status	Educational Level	Household Income	Autonomous Motivation	Controlling Motivation	Personal Attitudes	Subjective Norms	Perceived Behavioural Control	Entrepreneurial Intentions
Age - Ηλικία	1									
MaritalStatus- Οικογενειακή Κατάσταση	0.642**	1								
Educational Level-Μορφωτικό επίπεδο	0.005	-0.161**	1							
Household Income-Ετήσιο Εισόδημα	0.195**	0.242**	0.075	1						
Autonomous Motivation	-0.131*	-0.178**	0.034	0.082	1					
Controlling Motivation	-0.055	-0.024	-0.020	0.096	0.403**	1				
Personal Attitudes- Προσωπικές Στάσεις	-0.010	-0.032	-0.125*	-0.089	0.397**	0.251**	1			
Subjective Norms-Υποκειμενικοί κανόνες	-0.049	-0.116	-0.071	-0.087	0.247**	0.299**	0.489**	1		
Perceived Behavioural Control	0.104	0.027	0.016	0.033	0.243**	0.218**	0.597**	0.406**	1	
Entrepreneurial Intentions-Επιχ.Τάσεις	0.208**	0.066	-0.033	-0.012	0.171**	0.165**	0.477**	0.430**	0.588**	1

*** p < .001, ** p < .01, * p < .05

Προκαταρκτική ανάλυση σχετικά με το ρόλο των μεταβλητών ελέγχου στη διαμόρφωση επιχειρηματικών προθέσεων , έδειξε ότι μόνο η ηλικία ($\beta=0.29$, $p < 0.001$) σχετίζεται θετικά με τις επιχειρηματικές προθέσεις και επομένως η οικογενειακή κατάσταση ($\beta= -0.12$, $p=0.13$), το μορφωτικό επίπεδο ($\beta= -0.05$, $p=0.41$) και το ετήσιο εισόδημα νοικοκυριού ($\beta= -0.03$, $p=0.57$) έχουν αποκλειστεί από περαιτέρω ανάλυση.

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τυποποιημένους συντελεστές βήτα (β) και τιμές p σχετικά με: την εξεταζόμενη ηλικιακή-τάση (age – intention) , αυτόνομα κίνητρα – τάση (autonomous motivation – intention), ελεγχόμενα κίνητρα – τάση (controlling motivation – intention), προσωπικές πεποιθήσεις/πιστεύω – πρόθεση (personal attitudes – intention) , υποκειμενικοί-κοινωνικοί κανόνες του περίγυρου – πρόθεση (subjective norms – intention) και οι προσωπικές πεποιθήσεις για την ικανότητα εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς – τάση (perceived behavioural control – intention relationships).

Table 2. Hierarchical Regression Analysis- Πίνακας 2 Ιεραρχική Ανάλυση Παλινδρόμησης

Variables-Μεταβλητές	Entrepreneurial Intentions Model 1		Entrepreneurial Intentions Model 2		Entrepreneurial Intentions Model 3	
	β	p	β	p	β	p
Age	0.208	0.001	0.234	0.000	0.176	0.000
Autonomous Motivation			0.155	0.017	-0.009	0.873
Controlling Motivation			0.116	0.072	-0.008	0.879
Personal Attitudes					0.140	0.032
Subjective Norms					0.210	0.000
Perceived Behavioural Control					0.405	0.000

b=standardised beta coefficients, p=p-value for significant level

Σύμφωνα με το τελικό μοντέλο (μοντέλο 3, πίνακας 2) της ανάλυσης ιεραρχικής παλινδρόμησης, τα αυτόνομα κίνητρα (autonomous motivation) ($\beta = -0.01$, $p = 0.87$) και τα ελεγχόμενα κίνητρα (controlling motivation) ($\beta = -0.01$, $p = 0.88$) δεν σχετίζονται σημαντικά με τις επιχειρηματικές προθέσεις (entrepreneurial intentions), άρα η Υπόθεση 1 (H1) και η Υπόθεση 2 (H2) απορρίπτονται.

Όταν πρόκειται για τη σχέση μεταξύ των προσωπικών πεποιθήσεων/πιστεύω (personal attitudes) ($\beta = 0.14$, $p < 0.05$), των υποκειμενικών-κοινωνικών πεποιθήσεων του περίγυρου (subjective norms) ($\beta = 0.21$, $p < 0.001$) και των προσωπικών πεποιθήσεων για την ικανότητα εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (perceived behavioural control) ($\beta = 0.40$, $p < 0.001$) με τις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions results) (μοντέλο 3, Πίνακας 2), η ανάλυση δείχνει ότι σε όλες τις περιπτώσεις υπάρχει σημαντική στατιστική σχέση. Επομένως, αποδεχόμαστε την Υπόθεση 3 (H3), την Υπόθεση 4 (H4) και την Υπόθεση 5 (H5).

Τα αποτελέσματα της ανάλυσης ιεραρχικής παλινδρόμησης (hierarchical regression analysis) δείχνουν ότι στο μοντέλο 2 (Πίνακας 2) τα αυτόνομα κίνητρα έχουν σημαντική σχέση με τις επιχειρηματικές προθέσεις (entrepreneurial intentions) ($\beta = 0.15$, $p < 0.05$). Στο μοντέλο 3 (πίνακας 2), ο συνυπολογισμός των προσωπικών πεποιθήσεων/πιστεύω (personal attitudes), οι υποκειμενικοί-κοινωνικοί κανόνες του περίγυρου (subjective norms) και οι προσωπικές πεποιθήσεις για την ικανότητα εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (perceived behaviour control) στην ανάλυση, δείχνουν ότι τα αυτόνομα κίνητρα (autonomous motivation) και οι επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions), δεν σχετίζονται σημαντικά ($\beta = -0.01$, $p = 0.87$). Το γεγονός αυτό αποτελεί ένδειξη ότι ενδεχομενος ενδιάμεσες μεταβλητές όπως ο συνυπολογισμός των προσωπικών πεποιθήσεων/πιστεύω (personal attitudes) μπορεί να παρεμβάλονται στην σχέση (mediation effect). Αυτό σημαίνει ότι τα αυτόνομα κίνητρα δεν επιρεάζουν άμεσα τις επιχειρηματικές τάσεις αλλά έμμεσα μέσω των προσωπικών πεποιθήσεων/πιστεύω (personal attitudes).

Τα αποτελέσματα της ιεραρχικής παλινδρόμησης (Results of hierarchical regression analysis) δείχνουν ότι στο μοντέλο 2 (Πίνακας 2), η σχέση μεταξύ ελεγχόμενων κινήτρων και επιχειρηματικών τάσεων δεν είναι στατιστικά σημαντική ($\beta = 0.12$, $p = 0.07$).

Στατιστικά σημαντική δεν είναι και η σχέση ($\beta = -0.01$, $p = 0.88$) στο μοντέλο 3 (Πίνακας 2), όπου έχουν συμπεριληφθεί τα προσωπικά πιστεύω/πεποιθήσεις (personal attitudes), οι κοινωνικές-υποκειμενικές πεποιθήσεις του περίγυρου (subjective norms) και οι προσωπικές πεποιθήσεις για την ικανότητα εκδήλωσης μια συγκεκριμένης συμπεριφοράς (perceived behaviour control) στην ανάλυση. Συγκρίνοντας το Μοντέλο 2 (Πίνακας 2) και το Μοντέλο 3 (Πίνακας 2), ο τυποποιημένος συντελεστής βήτα (standardised beta coefficient) για την προαναφερθείσα σχέση έχει μειωθεί.

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τυποποιημένους συντελεστές βήτα (β) και τιμές p σχετικά με τις εξεταζόμενες σχέσεις αυτόνομα κίνητρα (autonomous motivation) – προσωπικά πιστεύω/πεποιθήσεις (personal attitudes), ελεγχόμενα κίνητρα – προσωπικές πεποιθήσεις για την ικανότητα εκδήλωσης μια συγκεκριμένης συμπεριφοράς (controlling motivation – perceived behavioural control).

Table 3. Linear Regression Analysis – Πίνακας 3 Γραμμικής Παλινδρόμησης

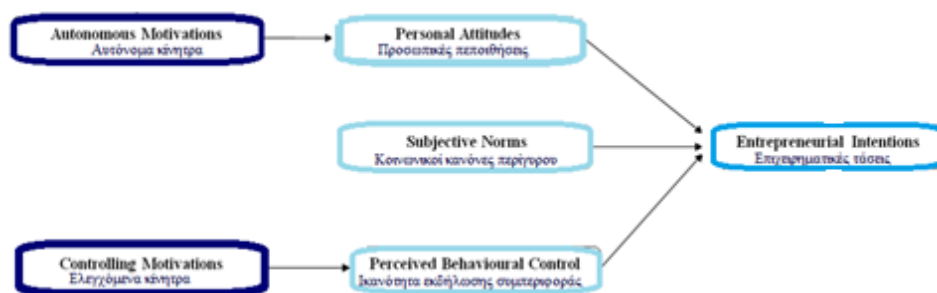
	Personal Attitudes	
Variables	β	p
Autonomous Motivation	0.40	0.000
	Perceived Behavioural Control	
Variables	β	p
Controlling Motivation	0.22	0.000

b =standardised beta coefficients, p = p -value for significant level

Τα αποτελέσματα στον Πίνακα 3 δείχνουν ότι α) η σχέση μεταξύ αυτόνομων κινήτρων (autonomous motivation) και προσωπικών πεποιθήσεων/πιστεύω (personal attitudes) και β) η σχέση μεταξύ ελεγχόμενων κινήτρων (controlling motivation) και προσωπικών πεποιθήσεων για την ικανότητα εκδήλωσης μια συγκεκριμένης συμπεριφοράς (perceived behavioural control) είναι στατιστικά σημαντικές με p values κάτω από 0.001. Επομένως, αποδεχόμαστε τις υποθέσεις (H6) και (H7).

Το παρακάτω σχήμα παρουσιάζει τις σημαντικές σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών της παρούσας μελέτης. Μπορούμε να συμπεράνουμε ότι οι προσωπικές πεποιθήσεις/πιστεύω (personal attitudes), οι υποκειμενικές-κοινωνικές πεποιθήσεις του περίγυρου (subjective norms) και οι προσωπικές πεποιθήσεις για την ικανότητα εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (perceived behavioural control) έχουν άμεση σχέση με επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions), ενώ τα αυτόνομα κίνητρα (autonomous motivation) και τα ελεγχόμενα κίνητρα (controlling motivation) σχετίζονται με τις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions) μόνο έμμεσα μέσω προσωπικών πεποιθήσεων (personal attitudes) και των προσωπικών πεποιθήσεων για την ικανότητα εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (perceived behavioural control).

Διάγραμμα 5. Σημαντικές σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών μελέτης



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο: ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΜΑΤΩΝ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα δούμε τη σημασία των αποτελεσμάτων μας. Οι δυο πρώτες υποθέσεις H1: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα τα αυτόνομα κίνητρα (autonomous motivation) σχετίζονται θετικά με τις επιχειρηματικές τάσεις (Entrepreneurial Intentions) και H2: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα τα ελεγχόμενα κίνητρα (Controlling Motivation) σχετίζονται θετικά με τις επιχειρηματικές τάσεις (Entrepreneurial Intention) απορρίφθηκαν γιατί οι εχεταζόμενες σχέσεις είναι στατιστικά μη σημαντικές. Αυτό σημαίνει ότι τα αυτόνομα και ελεγχόμενα κίνητρα δεν έχουν άμεση σχέση μετά τις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions). Όμως, οι υποθέσεις H6: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα τα αυτόνομα κίνητρα (Autonomous motivation) σχετίζονται θετικά με τις προσωπικές πεποιθήσεις/πιστεύω (Personal Attitudes) και H7: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα τα ελεγχόμενα κίνητρα (Controlling motivation) σχετίζονται θετικά με τις προσωπικές πεποιθήσεις για την ικανότητα εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (Perceived Behavioural Control) είναι στατιστικά σημαντικές και αυτό οφείλεται στην έμμεση σχέση των ελεγχόμενων κινήτρων (controlling motivation) και των αυτόνομων κινήτρων (autonomous motivation) με τις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions) μέσω των ψυχολογικών παραγόντων. Η επιρροή των δύο κατηγοριών κινήτρων στις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions) είναι έμμεση.

Όσον αφορά στα αυτόνομα κίνητρα (autonomous motivation), ο αυτοσεβασμός/ αυτοεκτίμηση ως κίνητρο σχετίζεται με τις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions) στην πλειοψηφία των προηγούμενων ερευνών (Antrea Rey-Marti, Ana Tur Porcar & Alicia Mar-Tur, 2014 ; Irene Fafaliou & Ioannis Salamouris , 2014 ; Sanjay Kaushik 2013 ; Chinonye Okafor & Roy Amalu, 2007 ; Tomas Chamorro-Premuzic, Carlotta Rinaldi, Reece Akhtara1 & Gorkan Ahmetoglu, 2014) , αποτέλεσμα που προκύπτει και από τα δικά μας αποτελέσματα αλλά με έμμεσο τρόπο μέσω των προσωπικών πεποιθήσεων (personal attitude). Πολλές έρευνες (Antrea Rey-Marti, Ana Tur Porcar & Alicia Mar-Tur, 2014 ; Irene Fafaliou & Ioannis Salamouris, 2014 ; Hayfaa A Tlaiss, 2013 ; Chinonye Okafor & Roy Amalu, 2007) όπως η δική μας έδειξαν ότι η ισορροπία ζωής και εργασίας αποτελεί ένα ακόμα κίνητρο που σχετίζεται θετικά με τις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions). Για αρκετές έρευνες η κοινωνική αξία (Sanjay Kaushik, 2013 ; Tomas Chamorro-Premuzic1, Carlotta Rinaldi, Reece Akhtara1 &

Gorkan Ahmetoglu, 2014 ; Suraini Mohd Rhouse & Noor Lela, 2014) και η διασκέδαση/απόλαυση ανάληψης κινδύνου/έλεγχος (Antrea Rey-Marti, Ana Tur Porcar & Alicia Mar-Tur, 2014 ; Chinonye Okafor & Roy Amalu, 2007 ; Suraini Mohd Rhouse & Noor Lela, 2014) αποτελούν κίνητρο που σχετίζεται με τις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions), αυτό το επιβεβαίωσαν και τα δικά μας αποτελέσματα αλλά με έμμεσο τρόπο. Το κίνητρο της ανεξαρτησίας/αυτονομίας σχετίζεται με τις επιχειρηματικές τάσεις (Irene Fafaliou & Ioannis Salamouris, 2014 ; Cynthia Benzing, Hung Mahn Chu & Orhan Kara, 2008; Joan Boada-Grau , José Carlos Sánchez-García, Eric Viardot & Maria Boada-Cuerva , 2016) αποτέλεσμα που συμφωνεί και με τα δικά μας ευρήματα όπου επιροή στις επιχειρηματικές τάσεις είναι μέσω των προσωπικών πεποιθήσεων (personal attitude). Λίγες έρευνες έδειξαν ότι η καινοτομία (Joan Boada-Grau , José Carlos Sánchez-García , Eric Viardot & Maria Boada-Cuerva, 2016) αποτελεί κίνητρο που σχετίζεται με τις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions), Τα αποτελέσματα αυτά ενισχύονται και από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας αλλά η σχέση βασίζεται σε έμμεσο επιρροή μέσω των προσωπικών πεποιθήσεων (personal attitude).

Όσον αφορά στα ελεγχόμενα κίνητρα (controlling motivation) πλειοψηφία των προηγούμενων ερευνών (Antrea Rey-Marti, Ana Tur Porcar & Alicia Mar-Tur 2014 ; Irwan Ismail, Norhusniyati Husin , Najihah Abdul Rahim, Malina Hanum Mohd Kamal & Rosfatihah Che Mat 2015 ; Cynthia Benzing, Hung Mahn Chu & Orhan Kara 2008; Chinonye Okafor, Roy Amalu 2017 ; Gary Akehurst , Enrique Simarro & Alicia Mas-Tur 2012 ; Tomas Chamorro-Premuzic, Carlotta Rinaldi, Reece Akhtara & Gorkan Ahmetoglu 2014) έδειξε ότι η σχέση μεταξύ οικονομικής επιτυχίας και των επιχειρηματικών προθέσεων μεταξύ γυναικών είναι σημαντική. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με τα ευρήματά μας που δείχνουν ότι τα ελεγχόμενα κίνητρα (controlling motivation) όπως και η οικονομική επιτυχία (financial success) δεν συνδέονται άμεσα με τις επιχειρηματικές προθέσεις (entrepreneurial intentions), αλλά με έμμεσο τρόπο. Λίγες έρευνες έδειξαν ότι η αναγνώριση (Irene Fafaliou & Ioannis Salamouris, 2014) αποτελεί κίνητρο που σχετίζεται με τις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions), Τα αποτελέσματα αυτά ενισχύονται και από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας αλλά η σχέση βασίζεται σε έμμεσο επιρροή μέσω των προσωπικών πεποιθήσεων για την ικανότητα εκδήλωσης μία συμπεριφοράς (Perceived Behavioural Control). Οι ρόλοι (πχ μητρότητα) ως κίνητρα είναι ένας ακόμα παράγοντας που έχει προκύψει στην πλειοψηφία των ερευνών (Irwan Ismail,

Norhusniyati Husin , Najihah Abdul Rahim, Malina Hanum Mohd Kamal & Rosfatihah Che Mat,2015 ; Irene Fafaliou & Ioannis Salamouris, 2014 ; Sanjay Kaushik, 2013 ; Hayfaa A Tlaiss, 2013 ; Chinonye Okafor & Roy Amalu, 2007 ; Gary Akehurst , Enrique Simarro & Alicia Mas-Tur, 2012), αποτέλεσμα που συμφωνεί απόλυτα με τα ευρήματά μας αλλά η επιροή στις επιχειρηματικές τάσεις είναι μέσω των προσωπικών πεποιθήσεων για την ικανότητα εκδήλωσης μία συμπεριφοράς (Perceived Behavioural Control).

Οι υποθέσεις H3: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα οι προσωπικές πεποιθήσεις (personal attitude) σχετίζονται θετικά με τις επιχειρηματικές τάσεις (Entrepreneurial Intentions), H4: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα οι υποκειμενικές-κοινωνικές πεποιθήσεις του περίγυρου (Subjective Norms) σχετίζονται θετικά με τις επιχειρηματικές τάσεις (Entrepreneurial Intentions intentions) και H5: Για τις γυναίκες στην Ελλάδα οι προσωπικές πεποιθήσεις για την ικανότητα εκδήλωσης μία συμπεριφοράς (Perceived Behavioural Control) σχετίζονται θετικά με τις επιχειρηματικές τάσεις (Entrepreneurial Intentions) είναι αποδεκτές σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας που δείχνει την άμεση σύνδεση αυτών των με τις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions).

Συγκεκριμένα, οι προσωπικές πεποιθήσεις, τα πιστεύω (personal attitudes) και η τάση που έχει ένα άτομο να συμπεριφέρεται με έναν συγκεκριμένο τρόπο (TPB), είναι αυτά που ορίζουν το πώς δρα και συμπεριφέρεται το άτομο. Οι πεποιθήσεις του τελικά διαμορφώνουν τη στάση του και τις αποφάσεις του έναντι της δημιουργίας μια δράσης (πχ δημιουργία επιχείρησης). Επίσης για τις γυναίκες στην Ελλάδα οι υποκειμενικές-κοινωνικές πεποιθήσεις του περίγυρου (Subjective Norms) σχετίζονται θετικά με τις επιχειρηματικές τάσεις (Entrepreneurial Intentions intentions) (H4). Αυτό συμβαίνει γιατί ο άνθρωπος ανέκαθεν ήταν ον κοινωνικό, ζούσε μέσα στο σύνολο, επηρέαζε την κοινωνία και επηρεαζόταν από αυτή. Η μίμηση και η αποδοχή είναι συμπεριφορές που βοηθούσαν τις γυναίκες και τα άτομα να ετεροκαθορίζονται μέσω του κοινωνικού συνόλου. Οι πεποιθήσεις των γύρω τους ήταν ένας τρόπος κοινής αποδοχής και ύπαρξης κοινωνικής αξίας για το άτομο. Έτσι αρκετές γυναίκες έβρισκαν διέξοδο στο επιχειρείν για να κερδίζουν την αποδοχή, την κοινωνική αξία και το σεβασμό των κοινωνιών. Επιπροσθέτως για τις γυναίκες στην Ελλάδα οι προσωπικές πεποιθήσεις για την ικανότητα εκδήλωσης μία συμπεριφοράς (Perceived Behavioural Control) σχετίζονται θετικά με τις επιχειρηματικές τάσεις (Intentions) (H5).

Η ίδια η εκδήλωση συμπεριφοράς είναι η επιχειρηματική τάση , η οποία εκδηλώνεται με την δημιουργία της επιχείρησης άρα είναι λογικό να υπάρχει σύνδεση μεταξύ των δύο παραγόντων. Οι πλειοψηφία των προηγούμενων ερευνών συμφωνεί με τα ευρήματα μας, καθώς σχεδόν σε όλες τις προηγούμενες έρευνες (Inga Haus , Holger Steinmetz Rodrigo & Isidor Rüdiger Kabst, 2013 ; Vidhula Venugopal 2016 ; Sumita Srivastava, Rupali Misra 2017 ; José Luis Ruizalba Robledo, María Vallespín Arán & Victor Martin Sanchez, Miguel Ángel Rodríguez Molina 2015; Tatiana Iakovleva, Marina Solesvik 2014) στα αποτελέσματα δίνουν σχέση μεταξύ της TPB θεωρίας (attitudes, norms, control) και των επιχειρηματικών τάσεων (entrepreneurial intentions). Οι προσωπικές πεποιθήσεις (personal attitudes) στη δική μας έρευνα συνδέονται άμεσα με τις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions) όπως και σε προηγούμενες έρευνες (Inga Haus , Holger Steinmetz Rodrigo & Isidor Rüdiger Kabst, 2013 ; Vidhula Venugopal 2016 ; Sumita Srivastava, Rupali Misra 2017 ; José Luis Ruizalba Robledo, María Vallespín Arán & Victor Martin Sanchez, Miguel Ángel Rodríguez Molina 2015), όπως και οι κοινωνικοί κανόνες του περιγύρου (subjective norms) (Inga Haus , Holger Steinmetz Rodrigo & Isidor Rüdiger Kabst, 2013; Sumita Srivastava, Rupali Misra 2017 ; José Luis Ruizalba Robledo, María Vallespín Arán & Victor Martin Sanchez, Miguel Ángel Rodríguez Molina 2015; Tatiana Iakovleva, Marina Solesvik 2014).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από το τελικό μας μοντέλο προκύπτει ότι οι επιχειρηματικές τάσεις (intentions) επηρεάζονται από τις προσωπικές πεποιθήσεις (personal attitudes), τις κοινωνικές πεποιθήσεις του περιγυρου (subjective norms) και την ικανότητα εκδήλωσης συγκεκριμένης συμπεριφοράς (TPB) με τρόπο άμεσο. Τα αυτόνομα κίνητρα (autonomous motivation) επηρεάζουν άμεσα τις προσωπικές πεποιθήσεις (personal attitudes) και τα ελεγχόμενα κίνητρα (controlling motivation) επηρεάζουν άμεσα την ικανότητα εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (TPB). Τα αυτόνομα κίνητρα (autonomous motivation) και τα ελεγχόμενα κίνητρα (controlling motivation) επηρεάζουν έμμεσα τις επιχειρηματικές τάσεις (entrepreneurial intentions) μέσω των προσωπικών πεποιθήσεων (personal attitudes) , των κοινωνικών πεποιθήσεων (subjective norms) και της ικανότητας εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (TPB) αντίστοιχα.

Οι φορείς, οι οποίοι διαμορφώνουν τις κοινωνικές πιέσεις είναι σημαντικό να προωθήσουν τέτοιες πολιτικές, ώστε να ενδυναμωθεί και να αυξηθεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα. Το κράτος και τα πανεπιστήμια πρέπει να στηρίζουν τις προσπάθειες των γυναικών επιχειρηματιών. Η οικονομική ενίσχυση, τα κονδύλια και η πρόσβαση στα κεφάλαια δεν αρκούν, καθώς πολλές φορές δεν είναι μόνο οι οικονομικές ανησυχίες που εμπλέκονται στη διαδικασία της επιχειρηματικότητας αλλά και άλλες ψυχολογικές πτυχές και παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψιν. Τέτοιοι ψυχολογικοί παράγοντες είναι οι ενδείξεις της παρούσας έρευνας για τις γυναίκες στην Ελλάδα.

Για παράδειγμα θα είναι χρήσιμο να σχεδιαστούν μηχανισμοί, οι οποίοι θα προάγουν αυτούς του ψυχολογικούς παράγοντες. Οι νέοι μηχανισμοί να προσπαθήσουν να είναι αρωγός της γυναικείας επιχειρηματικότητας: να διευρύνουν τις γνώσεις για την επιχειρηματικότητα, να αυξήσουν την ευαισθητοποίηση για τη δημιουργία κοινωνικής αξίας, να διευκολύνουν την ανταλλαγή γνώσεων , να προωθήσουν προαιρετικά πρότυπα και προστατευτικά μέτρα για τις γυναικείες επιχειρήσεις , να στηρίζουν όχι μόνο οικονομικά την επιχειρηματικότητα αλλά και να τονώσουν τους ψυχολογικούς παράγοντες των προσωπικών πεποιθήσεων (personal attitudes), των κοινωνικών πεποιθήσεων του περίγυρου (subjective norms) και των πεποιθήσεων για την ικανότητα εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (TPB).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο: ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΕΡΕΤΑΙΡΩ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Στην έβδομη ενότητα, αναφέρονται οι περιορισμοί που αντιμετωπίσαμε κατά την διάρκεια διεξαγωγής της ερευνάς μας στο πλαίσιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας και γίνονται κάποιες παρατηρήσεις σε αυτό το πλαίσιο.

Αρχικά το μέγεθος του δείγματος είναι ένα βασικό ζήτημα αν θες να παρουσιάσεις στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα. Τα αποτελέσματα θα ήταν ακόμη πιο αντιπροσωπευτικά εάν το δείγμα ήταν ακόμη μεγαλύτερο, ωστόσο ένα δείγμα 268 ατόμων παραμένει αντιπροσωπευτικό δεδομένου και του χρονικού περιορισμού. Μια μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να λειτουργήσει με μεγαλύτερες και πιο ποικίλες υπομάδες δειγμάτων (πχ ηλικιακές ομάδες, ειδικά χαρακτηριστικά, χαρακτηριστικά προσωπικότητας).

Το κυριότερο πρόβλημα όμως είναι η έλλειψη της ανάγκης από το κοινό να συμμετέχει σε τέτοια ερευνητικά εγχειρήματα και η μηδαμινή ανταπόκριση σε σχέση με τη διανομή του ερωτηματολογίου. Το κοινό αντιμετωπίζει δυστυχώς με καχυποψία και δισταγμό την έρευνα, παρά το γεγονός της διασφάλισης της εμπιστευτικότητας και του προσωπικού απορρήτου. Παρατηρήθηκε μεγάλη επιφυλακτικότητα δεδομένου των τεκτενομένων και των οικονομικών συνθηκών της χώρας.

Η μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να διεξαγάγει την ίδια ανάλυση εφαρμόζοντας αυστηρότερη στρατηγική πρόσβασης στα δεδομένα, προκειμένου να αυξηθεί ο τελικός αριθμός συμμετεχόντων και να γίνουν άλλες συγκρίσεις. Η πιο αυστηρή στρατηγική εμπιστευτικότητας θα αύξανε σίγουρα το δείγμα μας, οδηγώντας μας σε πιο αντιπροσωπευτικά αποτελέσματα, λόγω της άρσης των προσωπικών επιφυλάξεων αρκετών ατόμων.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΝΟΤΗΤΑ 1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Η μελέτη αυτή πραγματοποιείται από την Σοφία Νταβάλια (sophy.ntavalia@gmail.com), μεταπτυχιακή φοιτήτρια του Πανεπιστήμιο Πειραιά στο τμήμα Οικονομικής Επιστήμης. Σας παρακαλώ, μη διστάσετε να επικοινωνήσετε με την ερευνήτρια αν έχετε ερωτήσεις σχετικά με την έρευνα ή το ερωτηματολόγιο.

Οι ερωτήσεις που ακολουθούν αφορούν την κατάστασή σας και μπορεί να έχουν προσωπικό χαρακτήρα. Ενδέχεται να θέλετε να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο ιδιωτικά, χωρίς να σας ενοχλούν. Οι απαντήσεις σας θα εξεταστούν με τρόπο εμπιστευτικό. Οι πληροφορίες που παρέχονται θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας στο πλαίσιο της μεταπτυχιακής μου διατριβής. Είναι πολύ σημαντικό να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις. Δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις. Καταθέστε την απάντηση που πιστεύετε ότι ταιριάζει καλύτερα σε εσάς και στην περίπτωσή σας. Θα χρειαστείτε περίπου 10-15 λεπτά για να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για την συνεργασία!!!

1. Παρακαλώ προσδιορίστε την ηλικία σας (π.χ. 35);

.....

2. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

Ανύπανδρη

Εργένης

Αρραβωνιασμένη

Παντρεμένη ή Συμβία

Χωρισμένη

Χήρα

Σε διάσταση

3. Ποιο είναι το μορφωτικό εκπαιδευτικό σας επίπεδο; (να επιλέξεις την υψηλότερη προσωπική σου βαθμίδα)

Πρωτοβάθμια

Δευτεροβάθμια

Τεχνική Εκπαίδευση

Πτυχίο πανεπιστημίου

Μεταπτυχιακός τίτλος

Διδακτορικό

4. Ποιο είναι το ετήσιο εισόδημα του νοικοκυριού σας (σε ευρώ);

Μικρότερο των 10,000

10,000 με 19,999

20,000 με 29,999

30,000 με 39,999

40,000 με 49,999

50,000 με 59,999

60,000 ή περισσότερα

5. Παρακαλώ προσδιορίστε σε ποιο βαθμό θα ήταν σημαντικοί (1=καμία σημασία, 2=λίγη σημασία, 3=αρκετή σημασία, 4=μεγάλη σημασία, 5=τεραστία σημασία) για εσάς οι ακόλουθοι λόγοι αν δημιουργούσατε μια νέα επιχείρηση.

Για να κερδίσω μεγαλύτερο προσωπικό εισόδημα
Για να δώσω στον εαυτό μου και στα αγαπημένα μου πρόσωπα οικονομική ασφάλεια.
Να έχω την ευκαιρία να χτίσω πλούτη ή πολύ υψηλό εισόδημα
Για να πετύχω κάτι και να πάρω αναγνώριση για αυτό.
Για να επιτύχω μία υψηλότερη κοινωνική θέση για τον εαυτό μου.
Για να νιώθω τον σεβασμό από φίλους/οικογένεια/ κοινωνικό περίγυρο
Για να συνεχίσω την παράδοση
Για να έχω μεγάλη επιρροή στην κοινωνία
Για να ακολουθήσω το παράδειγμα ενός ατόμου , το οποίο θαυμάζω
Για να είναι καινοτόμα και στην πρώτη γραμμή της τεχνολογίας
Για να αναπτύξει μια ιδέα για ένα προϊόν / υπηρεσία
Για να έχει τη δύναμη να επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό μια οργάνωση
Για να ελέγχω τον προσωπικό μου χρόνο
Για να έχω μεγαλύτερη ευελιξία για την προσωπική και οικογενειακή ζωή μου
Για να έχω μεγαλύτερη ελευθερία να υιοθετήσω τη δική μου προσέγγιση για εργασία
Για να προκαλέσω τον εαυτό μου
Για να πραγματοποιήσω ένα προσωπικό όραμα
Για να μάθω ως άνθρωπος
Για να ηγούμαι και να εμπνέω τους άλλους
Να έχω την ευκαιρία να αξιοποιήσω πλήρως τις δεξιότητές μου
Να έχω την ευκαιρία να αναπτύξω τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις ικανότητές μου.
Να νιώθω ότι κάνω κάτι χρήσιμο.
Να νιώσω την αίσθηση της υπερηφάνειας και της επιτυχίας που παίρνει κάποιος δουλεύοντας
Να έχω τη δυνατότητα να ξοδεύω τον χρόνο μου, σε δραστηριότητες αναψυχής.
Να έχω τη δυνατότητα να ξοδεύω τον χρόνο μου, με την οικογένειά μου.
Να έχω τη δυνατότητα να ξοδεύω τον χρόνο μου, με τους φίλους μου.
Να φροντίσω ενεργά για τα κοινωνικά προβλήματα και τις κοινωνικές ανάγκες.
Να εκφράσω ενεργά τη συμπόνια μου προς τα κοινωνικά προβλήματα και ανάγκες.
Για την αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων
Για την εκπλήρωση των κοινωνικών αναγκών
Για τη δημιουργία κοινωνικής αξίας

6. Παρακαλώ, επιλέξτε πόσο διαφωνείτε/συμφωνείτε (1= Διαφωνώ Απόλυτα, 2= Διαφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ, 4= Συμφωνώ, 5= Συμφωνώ απόλυτα) με τις ακόλουθες δηλώσεις που αφορούν στον εαυτό σας.

Είναι σοφό να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση.
Είναι χρήσιμο για μένα να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση.
Είναι ωφέλιμο για μένα να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση.
Είναι ενδιαφέρον για μένα να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση.
Είναι ευχάριστο για μένα να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση.
Είναι χαλαρωτικό για μένα να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση.
Το πιο σημαντικό πρόσωπο για μένα πιστεύει ότι πρέπει να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση.
Οι περισσότεροι άνθρωποι που είναι σημαντικοί για μένα πιστεύουν ότι πρέπει να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση.
Οι περισσότεροι φίλοι μου δημιούργησαν ή σκέφτηκαν να δημιουργήσουν μια νέα επιχείρηση.
Τα περισσότερα από τα μέλη της οικογένειάς μου δημιούργησαν ή σκέφτονται να δημιουργήσουν μια νέα επιχείρηση.
Οι περισσότεροι από τους συνταξιούχους που γνωρίζω δημιούργησαν ή σκέφτονται να δημιουργήσουν μια νέα επιχείρηση.
Συνολικά, αισθάνομαι βέβαιη ότι είμαι σε θέση να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση.
Μπορώ να ξεπεράσω τυχόν εμπόδια ή προβλήματα που θα μπορούσαν να με εμποδίσουν να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση.
Νομίζω ότι κατέχω τις ικανότητες που χρειάζονται για να μπορέσω να δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση.
Η δημιουργία μιας νέας επιχείρησης βρίσκεται μέσα στον προσωπικό μου έλεγχο.
Νομίζω ότι η δημιουργία μιας νέας επιχείρησης είναι εύκολη.
Είτε θα δημιουργήσω μια νέα επιχείρηση είτε όχι, εξαρτάται αποκλειστικά από μένα.
Νομίζω ότι έχω πλήρη έλεγχο για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης.
Σκοπεύω πραγματικά να συνεχίσω να ασχολούμαι με δραστηριότητες δημιουργίας επιχειρήσεων κατά τους επόμενους έξι μήνες.
Πιστεύω ότι θα συνεχίσω να συμμετέχω σε δραστηριότητες δημιουργίας επιχειρήσεων κατά τους επόμενους έξι μήνες.

7. Παρακαλώ, συμπεριλάβετε παρακάτω οποιαδήποτε επιπρόσθετα σχόλια έχετε για την εν λόγω έρευνα. Σας ευχαριστώ θερμά για τη συνεισφορά σας!

.....

ΕΝΟΤΗΤΑ 2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Statistics

		AGE	MARITALSTATUS	EDUCATIONALLEVEL	HOUSEHOLDINCOME
N	Valid	268	268	268	268
	Missing	0	0	0	0
Mean		31.34	2.06	4.00	2.18
Minimum		18	1	1	1
Maximum		56	7	6	7
Percentiles	25	26.00	1.00	4.00	1.00
	50	28.00	1.00	4.00	2.00
	75	37.00	4.00	5.00	3.00

MARITALSTATUS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	167	62.3	62.3	62.3
	2	10	3.7	3.7	66.0
	3	12	4.5	4.5	70.5
	4	69	25.7	25.7	96.3
	5	7	2.6	2.6	98.9
	6	2	.7	.7	99.6
	7	1	.4	.4	100.0
Total		268	100.0	100.0	

EDUCATIONALLEVEL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.4	.4	.4
	2	33	12.3	12.3	12.7
	3	25	9.3	9.3	22.0
	4	118	44.0	44.0	66.0
	5	87	32.5	32.5	98.5
	6	4	1.5	1.5	100.0
Total		268	100.0	100.0	

HOUSHOLDINCOME

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	103	38.4	38.4	38.4
	2	84	31.3	31.3	69.8
	3	41	15.3	15.3	85.1
	4	21	7.8	7.8	92.9
	5	10	3.7	3.7	96.6
	6	6	2.2	2.2	98.9
	7	3	1.1	1.1	100.0
	Total	268	100.0	100.0	

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Κάντας, Α. (1998). *Οργανωτική – Βιομηχανική Ψυχολογία*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα

Καμάλης, Α. (1996). *Παιδαγωγική Ψυχολογία*. Γ' έκδοση. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Κυριακίδη.

Κωσταρίδου-Ευκλείδη, Α. (1997). *Ψυχολογία κινήτρων*. Θεσσαλονίκη: Art of Text.

Ζαφειρόπουλος Κ. (2015), *Πώς γίνεται μια επιστημονική εργασία;*, Κριτική, Αθήνα

Ξένη

Adams, J. S. (1963). *Toward an understanding of inequity*. *Journal of Abnormal Psychology*.

Adam Smith (1776), *Wealth of nations*

Ahmed, T., Chandran, V. G. R., & Klobas, J. (2017). *Specialized entrepreneurship education: does it really matter? Fresh evidence from Pakistan*. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(1), 4-19.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1973). *Attitudinal and normative variables as predictors of specific behaviour*. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 27(1), 41-57.
doi:10.1037/h0034440

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). *Attitude-behaviour relations: A theoretical analysis and review of empirical research*. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888-918. doi:10.1037/0033-2909.84.5.888

Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behaviour*. In J. Kuhi & J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behaviour* (pp. 11-39). Heidelberg: Springer.

Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behaviour*. *Organizational Behavior and Human Processes*, 50(2), 179–211.

Ajzen, I. (2001). *Nature and Operation of Attitudes*. *Annu. Rev. Psychol.*, 52(1), 27-58.
doi:10.1146/annurev.psych.52.1.27

Ajzen, I. (2002). *Perceived behavioral control, self-Efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior*. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.

Ajzen, I. (2002). *Residual Effects of Past on Later Behaviour: Habituation and Reasoned Action Perspectives*. *Personality & Social Psychology Review (Lawrence Erlbaum Associates)*, 6(2), 107-122.

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality and behaviour*. Maidenhead: Open University Press.
- Akehurst, Simarro & Mas-Tur (2012), *Women entrepreneurship in small service firms: motivations, barriers and performance*, *The Service Industries Journal*, Volume 32, 2012 - Issue 15
- Aloulou, W. J. (2016). *Predicting entrepreneurial intentions of final year Saudi university business students by applying the theory of planned behavior*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4), 1142-1164.
- André van Stel, Carree & Thurik, (2005) *The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth*, Volume 24, Issue 3, pp 311–321
- Ateljevic & Page (2009), *Tourism and entrepreneurship*,
- Baumol, W. J. (2002). *The free-market innovation machine: Analysing the growth miracle of capitalism*. Princeton: Princeton University Press.
- Becker, Bryman & Ferguson (2012), *Understanding research for social policy and social work: themes, methods and approaches*
- Benzing C, Chu H., Kara (2008), *An empirical study of Nigerian entrepreneurs: success, motivations, problems, and stress*. *International Journal of Business Research* Publisher: International Academy of Business and Economics, March, 2008 Source Volume: 8 Source Issue: 2
- Bernard, H. Russell. 2013. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 2nd ed. Los Angeles: Sage
- Berry, L. M., & Houston, J. P. (1993). *Psychology at work: An introduction to industrial and organizational psychology*. Madison, WI, England: Brown & Benchmark/Wm. C. Brown Publ.
- Biswas UN (2000). *Impact of Entrepreneurs' Personality Characteristics of Employee Perception of Organisational Climate in Small-Scale Enterprises*. *J. Entrep.*, 9(1): 49-62.
- Black, A. E., & Deci, E. L. (2000). *The effects of instructors' autonomy support and students' autonomous motivation on learning organic chemistry: A self-determination theory perspective*. *Science Education*, 84(6), 740-756.
- Blair, J., Czaja, R. F. and Blair, E. A. (2013) *Designing surveys: A guide to decisions and procedures*. USA, Washington: Sage.
- Boada-Grau, Sánchez-García, Eric Viardot & Boada-Cuerva (2016), *Entrepreneurial Orientation Scale: Adaptation to Spanish*, *The Spanish Journal of Psychology*, Volume 19, 2016, E47
- Bryman, A. (2012) *Social research methods*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Bryman, A. and Bell, E. (2007) *Business Research Methods*. Oxford University Press

Burns, R. P., & Burns, R. (2008). *Business research methods and statistics using SPSS*. Sage

Burt, R. S. (1997) 'The Contingent Value of Social Capital', *Administrative Science Quarterly*, 42(2), pp. 339-365

Bygrave and Hofer (1991), *Defining the field of research in entrepreneurship*, *Journal of Business Venturing*, Volume 16, Issue 2, March 2001, Pages 165-180

Cantillon, R. (1931), *Essai sur La Nature du Commerce en General*, translation by H. Higgs (Ed.). MacMillan, London.

Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., & Gatewood, E. J. (2003). *The career reasons of nascent entrepreneurs*. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 13-39.

Chamorro-Premuzic, Rinaldi, Akhtara & Gorkan Ahmetoglu (2014), *Understanding the Motivations of Female Entrepreneurs*, *Entrepren Organiz Manag* 3: 111

Cohen, J., Cohen, P., West, S. and Aiken, L. (2002) *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral*. Routledge.

Cohen, J., Cohen, P., West, S. G. and Aiken, L. S. (2003) *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioural sciences*. NJ: Erlbaum.

Cohen, S. G. and Bailey, D. E. (1997) 'What makes teams work: Group effectiveness research from the shop floor to the executive suite', *Journal of Management*, 23(3), pp. 239-290.

Cole, Arthur H. *Explorations in Entrepreneurial History*; New York Vol. 6, Iss. 1, (Fall 1968): 3-33.

Collis, J. and Hussey, R. (2009) *Business Research: A practical guide for undergraduate and postgraduate students*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Conner, M. and McMillan, B. (1999) 'Interaction effects in the theory of planned behaviour: Studying cannabis use', *British Journal of Social Psychology*, 38(2), pp. 195-222.

Costa P.T. & Robert R.M. (1992), *Four way, five factors are basic*, *Personality and Individual Differences*, 13, 1992, 653-665

Cromie & Hayes (1988), *Volume: 36 issue: 1, page(s): 87-113 Issue published: February 1, 1988*

Cromie, S. (2000) 'Assessing entrepreneurial inclinations: Some approaches and empirical evidence', *European Journal of Work & Organizational Psychology*, 9(1), pp. 7-30.

Cronbach, L. J. (1951) 'Coefficient alpha and the internal structure of tests', *Psychometrika*, 16(3), pp. 297-334.

Cunningham, J Barton & Lischeron, Joe. *Defining entrepreneurship*, *Journal of Small Business Management*; Milwaukee Vol. 29, Iss. 1, (Jan 1991)

De Bruin, Brush & Welter (2006), *Introduction to the Special Issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women's Entrepreneurship*, Volume 30, Issue 5, September 2006 ,Pages 585–593

DeCharms, R. (1976). *Enhancing motivation: Change in the classroom*. New York: Irvington.

DeCharms, R. (1981). *Personal causation and locus of control: Two different traditions and two uncorrelated measures*.
In H. M. Lef-court (Ed.), *Research with the locus of control construct*. Vol. 1. 'Assessment methods (pp. 337-358). New York: Academic Press.

Deci, E. L., Nezlek, J., & Sheinman, L. (1981). *Characteristics of the rewarder and intrinsic motivation of the rewardee*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 1- 10.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Press.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1987). *The support of autonomy and the control of behavior*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 1024-1037.

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

Deci, E.L. & R.M (2000). *Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being*. *American Psychologist*, 55, 68-78.

De Vaus, 2002 ,*Analyzing Social Science Data: 50 Key Problems in Data Analysis*

Doll, J., & Ajzen, I. (1992). *Accessibility and stability of predictors in the theory of planned behavior*. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 63(5), 754-765.

Drucker, P.F. (1985), *Innovation and entrepreneurship*. Harper & Row, New York.

Engle, Dimitriadi, Gavidia, Schlaegel, Delanoë, Alvarado, He, Buame & Birgitta Wolff, (2010) "Entrepreneurial intent: A twelve- country evaluation of Ajzen's model of planned behavior", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 16 Issue: 1, pp.35-57

Fafaliou Irene, Salamouris (2014), *Analyze Female Entrepreneurship evidence from Greece* *International Journal of Economics & Business Administration* pp.21-31, volume 2, Issue (1)

Fernández-Pérez, V., Montes-Merino, A., Rodríguez-Ariza, L., & Galicia, P. E. A. (2017). *Emotional competencies and cognitive antecedents in shaping student's entrepreneurial intention: the moderating role of entrepreneurship education*. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-25 (in press).

- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage
- Fisher, C., & Fisher, C. (2007). *Researching and writing a dissertation*. Harlow: Financial Times Prentice Hall
- García-Rodríguez, F. J., Gil-Soto, E., Ruiz-Rosa, I., & Sene, P. M. (2015). *Entrepreneurial intentions in diverse development contexts: a cross-cultural comparison between Senegal and Spain*. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(3), 511-527.
- Gartner, W.B. (1990). *What are we talk about when we talk about entrepreneurship?* *Journal of Business Venturing*, 5, 15 – 28.
- Gartner, W. B. (1988). *"Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question*. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.
- Goffee, R., & Scase, R. (1985). *Women in charge: The experience of female entrepreneurs*. London: Allen and Irwin.
- Gupta et al. (2009), *The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur*, Volume 33, Issue 2, March 2009 , Pages 397–417
- Haus I., Steinmetz H., Isidor R. , Kabst R. , (2013) "Gender effects on entrepreneurial intention: a meta- analytical structural equation model", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 5 Issue: 2, pp.130-156,
- Hayfaa A Tlaiss (2013), *Entrepreneurial motivations of women: Evidence from the United Arab Emirates*, Volume: 33 issue: 5, page(s): 562-581
Article first published online: October 1, 2013; Issue published: August 1, 2015
- Hebert&Link, (1989) , *Small Business Economics*, March 1989, Volume 1, Issue 1, pp 39–49
- Herron, L. and Robinson Jr, R. B. (1993) 'A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance', *Journal of Business Venturing*, 8(3), pp. 281-294.
- Hisrich & Brush (1984), *The Woman Entrepreneur: Management Skills and Business Problems*,
- Hisrich & Peters (1989),*A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior*
- Howard, K. I., Lueger, R. J., Maling, M. S., & Martinovich, Z. (1993). *A phase model of psychotherapy outcome: Causal mediation of change*. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 61(4), 678-685
- Iakovleva & Solesvik (2014), *Entrepreneurial intentions in post-Soviet economies*, *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 21, No. 1, 2014

Irwan Ismail , Norhusniyati Husinb , Najihah Abdul Rahimb , Malina Hanum Mohd Kamalc & Rosfatihah Che Matd (2015), *Entrepreneurial Success among Single Mothers: The Role of Motivation and Passion*, *Procedia Economics and Finance* 37 (2016) 121 – 128

Kaish and Gilad (1991), *Characteristics of opportunities search of entrepreneurs versus executives: Sources, interests, general alertness*, *Journal of Business Venturing* Volume 6, Issue 1, January 1991, Pages 45-61

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

Karlsson, Charlie and Ola Olsson, 1998, "Product Innovation in Small and Large Enterprises," *Small Business Economics*, 10(1), 31-46.

Karlsson, C., Friis C., Paulsson T., (2004), *RELATING ENTREPRENEURSHIP TO ECONOMIC GROWTH*,

Katz Jerome A. "A psychosocial cognitive model of employment status choice." *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Fall 1992, p. 29

Katz, J. and Gartner, W. B. (1988) 'Properties of Emerging Organizations', *Academy of Management Review*, 13(3), pp. 429-441.

Kerr, G., & Armstrong-Stassen, M. (2011). *The bridge to retirement: Older workers' engagement in post-career entrepreneurship and wage-and-salary employment*. *Journal of Entrepreneurship*, 20(1), 55-76.

Kickul, J., Gundry, L. K., Barbosa, S. D., & Whitcanack, L. (2009). *Intuition Versus Analysis? Testing Differential Models of Cognitive Style on Entrepreneurial Self-Efficacy and the New Venture Creation Process*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 439-453.

Kirzner, I.M. (1979), *Perception, Opportunity and Profit*. University of Chicago Press, Chicago

Klein (2008), *Opportunity discovery, entrepreneurial action, and economic organization*, Volume 2, Issue 3, September 2008 ,Pages 175–190

Knight, F. (1921). *Risk uncertainty and profits*. New York, NY: Houghton Mifflin.

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

Krueger & Carsrud (1993), *Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior*, *Entrepreneurship & Regional Development* ,An International Journal ,Volume 5, 1993 - Issue 4

Langan-Fox J.and Sussana Roth. (1995), "Achievement motivation and female entrepreneurs", Volume 68, Issue 3 September 1995 Pages 209–218.

Leibenstein, *The American Economic Review*
Vol. 58, No. 2, *Papers and Proceedings of the Eightieth Annual Meeting of the American Economic Association* (May, 1968), pp. 72-83

Li, W., Lee, A. M., & Solmon, M. (2008). *Effects of dispositional ability conceptions, manipulated learning environments, and intrinsic motivation on persistence and performance: an interaction approach. Research Quarterly For Exercise and Sport*, 79, 51-61.

Locke E.A. (1976), *The nature and causes of job satisfaction*, In M.D. Dunnette (Eds.) *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, 1297-1334, Rand McNally, Chicago.

Lumpkin & Dess (1996), *Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It To Performance*

Maes, Leroy & Sels (2014), *Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level, Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level*

Marshall (1890), «*Principle of economics*»

Mattis, (2004) "Women entrepreneurs: out from under the glass ceiling", *Women in Management Review*, Vol. 19 Issue: 3, pp.154-163

McClelland, D. C., Atkinson, J. W., Clark, R. A., & Lowell, E. L. (1953). *The achievement motive*. New York: Appleton-Century-Crofts.

McGrath και MacMillan (2000), *The entrepreneurial mindset: Strategies for continuously creating opportunity in an age of uncertainty*

Mill , (1848) «*Principles of Political Economy*»

Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U. and Zarafshani, K. (2012) 'A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention', *Journal of Career Development*, 39(2), pp. 162-185.

Moore &Buttne (1997), *The Academy of Management Review* Vol. 24, No. 3 (Jul., 1999), pp. 585-589

Mueller, Stephen L. *Journal of Developmental Entrepreneurship; Norfolk* Vol. 9, Iss. 3, (Dec 2004): 199-220

Murray, H. A. (1938). *Explorations in personality*. New York: Oxford University Press.,

Neuman, W. L. (2013). *Social Research Methods: Pearson New International Edition*. Pearson Education Limited

Nunnally, J. C. and Bernstein, I. H. (1994) *Psychometric theory*. 3rd edn. New York: McGraw-Hill.

Okafor & Amalu (2007), Entrepreneurial Motivations as Determinants of Women Entrepreneurship Challenges, Vol. LXII No. 2/2010 67 - 77 Economic Sciences Serie

Palamida, E., Papagiannidis, S., Xanthopoulou, D., & Trainer, G. (2014). From University entrepreneurial education to venture creation intentions: The role of autonomous motivation and autonomy support. Paper presented at the European Academy of Management (EURAM), Valencia, Spain.

Palamida, E., Papagiannidis, S., & Xanthopoulou, D. (2017). Linking young individuals' capital to investment intentions: Comparing two cultural backgrounds European Management Journal, (in press).

Palamida, E., Xanthopoulou, D., Papagiannidis, S., & Stamati, T. (2017). Exploring intentions towards human, social, and financial capital investments in a turbulent economic environment. International Journal of Entrepreneurship & Innovation, 18(2), 79-90.

Panda (2013). Entrepreneurship Under Threat: A Case Study on Kich Group of Companies, Rajkot, Gujarat (India), Small and Medium-sized Enterprises and Entrepreneurship (SMEE) Review. University of Regina, Canada, 4(1): 20-25.

Plant, R. and Ren, J. (2010) 'A comparative study of motivation and entrepreneurial intentionality: Chinese and American perspectives', Journal of Developmental Entrepreneurship, 15(2), pp. 187-204.

Polkinghorne, D. E. (2005). Language and meaning: Data collection in qualitative research. Journal of Counseling Psychology, 52(2), 137-14

Polonsky, M. J. (1998) 'Incorporating ethics into business students' research projects: A process approach', Journal of Business Ethics, 17(11), pp. 1227-1241.

Praag (1999), Some Classic Views on Entrepreneurship, De Economist September 1999, Volume 147, Issue 3, pp 311–335

Prawitz, A. D., Garman, E. T., Sorhaindo, B., O'Neill, B., Jinhee, K., & Drentea, P. (2006). In Charge Financial Distress/Financial Well-Being Scale: Development, Administration, and Score Interpretation. Journal of Financial Counseling & Planning, 17(1), 34-50.

Quinlan, C. (2011). Business research methods. Andover, Hampshire, UK: South-Western Cengage Learning.

Reeve, J., & Jang, H. (2006). What teachers say and do to support students' autonomy during a learning activity. Journal of Educational Psychology, 98(1), 209-218.

Rey-Martí, Andrea, Tur Porcar, Ana & Mas-Tur Alicia (2014), Linking female entrepreneurs' motivation to business survival, Journal of Business Research, Volume 68, Issue 4, April 2015, Pages 810-814

Reynolds, (2001), National panel study of U.S. business startups: Background and

methodology, in (ed.) *Databases for the Study of Entrepreneurship (Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth, Volume 4)* Emerald Group Publishing Limited, pp.153 - 227

Rhodes, R. E. and Courneya, K. S. (2003a) 'Investigating multiple components of attitude, subjective norm, and perceived control: An examination of the theory of planned behaviour in the exercise domain', *British Journal of Social Psychology*, 42(1), pp. 129-146.

Rhodes, R. E. and Courneya, K. S. (2003b) 'Self-efficacy, Controllability and Intention in the Theory of Planned Behavior: Measurement Redundancy or Causal Independence?', *Psychology & Health*, 18(1), pp. 79-91.

Robledo, Vallespín Arán, Sanchez, & Molina (2015), *The moderating role of gender on entrepreneurial intentions: A TPB perspective*,

Rusu S. , Florin Isac , Radu Cureteanu, Luiu Csorba (2012). *Entrepreneurship and entrepreneur: A review of literature concepts African Journal of Business Management Vol. 6(10), pp. 3570-3575, 14 March, 2012*

Ryan, R. M., & Connell, J. P. (1989). *Perceived Locus of Causality and Internalization: Examining Reasons for Acting in Two Domains. Journal of Personality and Social Psychology*, 57(5), 749-761..

Sanjay Kaushik (2013), *A study on the Development of Women Entrepreneurship in Ghaziabad, UP, India, International Journal of Applied and Pure Science and Agriculture (IJAPSA) Volume 01, Issue 12, [December - 2015]*

Saunders, M., & Lewis, P. (2012). *Doing research in business and management. Harlow, Essex: Financial Times Prentice Hall.*

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2003). *Research methods for business students. Harlow, England: Prentice Hall.*

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students. Harlow: Financial Times Prentice Hall.*

Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., & Salanova, M. (2006). *The measurement of work engagement with a short questionnaire: A cross-national study. Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716.

Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development. Cambridge, MA: Harvard University Press.*

Scherer, Robert F. Brodzinski, James D; Wiebe, Frank A., *Entrepreneur Career Selection and Gender: A Socialization Approach Journal of Small Business Management; Milwaukee Vol. 28, Iss. 2, (Apr 1990): 37.*

Schwartz, E. (1976). *Entrepreneurship. A new female frontier*. *Journal of Contemporary Business*, 5, 47 – 75.

Shane, S., Kolvereid, L., & Westhead, P. (1991). *An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender*. *Journal of Business Venturing*, 6(6), 431-446

Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). *Entrepreneurial motivation*. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279.

Shane, S., Venkataraman, S. (2000), *The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research*, *Academy of Management Review*, Vol. 25, pp. 217-226.

Shook & Bratianu (2008), *Entrepreneurial intent in a transitional economy: an application of the theory of planned behavior to Romanian students*, *International Entrepreneurship and Management Journal*, September 2010, Volume 6, Issue 3, pp 231–247

Smith, J., Terry, D., Manstead, A., Louis, W., Kotterman, D., & Wolfs, J. (2008). *The Attitude–Behavior Relationship in Consumer Conduct: The Role of Norms, Past Behavior, and Self-Identity*. *The Journal Of Social Psychology*, 148(3), 311-334. doi:10.3200/socp.148.3.311-334

Sobel (2008), *Testing Baumol: Institutional quality and the productivity of entrepreneurship*, *Elsevier Volume 23, Issue 6, November 2008, Pages 641-655*

St-Jean, É., Nafa, A., Tremblay, M., Janssen, F., Baronet, J., & Loué, C. (2014). *Entrepreneurial intentions of university students: An international comparison between African, European and Canadian students*. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 18(2-3), 95-114.

Sumita Srivastava, Rupali Misra, (2017) "Exploring antecedents of entrepreneurial intentions of young women in India: A multi-method analysis", *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 9 Issue: 2, pp.181-206

Timmons, J. (1994), *New Venture Creation*, 4th ed. Irwin

Timmons, J. A. (1979) 'Careful self-analysis and team assessment can aid entrepreneurs', *Harvard Business Review*, 57(6), pp. 198-206

Thurik (2005), *The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth*, *Small Business Economics*, April 2005, Volume 24, Issue 3, pp 311–321

Van Hooft, E. A. J., & De Jong, M. (2009). *Predicting job seeking for temporary employment using the theory of planned behaviour: The moderating role of individualism and collectivism*. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82(2), 295-316.

Van Praag, C. M. and Versloot, P. H. (2007) 'What is the value of entrepreneurship? A review of recent research', *Small Business Economics*, 29(4), pp. 351-382.

Van Selm & Jankowski (2016), *Quality and Quantity*, June 2006, Volume 40, Issue 3, pp 435–456

Vansteenkiste, M., Simons, J., Lens, W., Sheldon, K. M., & Deci, E. L. (2004). *Motivating Learning, Performance, and Persistence: The Synergistic Effects of Intrinsic Goal Contents and Autonomy-Supportive Contexts*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 246-260.

Venkataraman, S. (1997), *The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research*, J.A. Katz (ed.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, Greenwich, CT: JAI Press, pp. 119-138.

Venugopal, (2016) "Investigating women's intentions for entrepreneurial growth", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 8 Issue: 1, pp.2-27,

Verheul, Uhlaner & Thurik (2005), *Business accomplishments, gender and entrepreneurial self-image*, *Journal of Business Venturing*, Volume 20, Issue 4, July 2005, Pages 483-518

Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). *Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer "Attitude – Behavioral Intention" Gap*. *Journal Of Agricultural And Environmental Ethics*, 19(2), 169-194. doi:10.1007/s10806-005-5485-3

Vogt, W. P., Gardner, D. C., Haefele, L. M., & Vogt, E. R. (2014). *Selecting the right analyses for your data: Quantitative, qualitative, and mixed methods*. Guilford Publications.

Vroom, V. H. (1964), *Work and motivation*, Willey, New York.

Walford, G. (2005) 'Research ethical guidelines and anonymity', *International Journal of Research & Method in Education*, 28(1), pp. 83-93.

White, K., MacDonnell, R., & Ellard, J. (2012). *Belief in a Just World: Consumer Intentions and Behaviors Toward Ethical Products*. *Journal Of Marketing*, 76(1), 103-118. doi:10.1509/jm.09.0581

Williams, N., Vorley, T. and Ketikidis, P. H. (2013) 'Economic resilience and entrepreneurship: A case study of the Thessaloniki City Region', *Local Economy*, 28(4), pp. 399-415.

Wilson, F., Kickul, J. and Marlino, D. (2007) 'Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), pp. 387-406

Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O. and Shulman, J. M. (2009) 'A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges', *Journal of Business Venturing*, 24(5), pp. 519-532.

Zampetakis, L. A. (2008) 'The role of creativity and proactivity on perceived entrepreneurial desirability', *Thinking Skills and Creativity*, 3(2), pp. 154-162.

Zampetakis, L. A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T. and Moustakis, V. S. (2009) 'On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and

intentions', International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 15(6), pp. 595-618.

Zampetakis, L. A. and Moustakis, V. (2006) 'Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach', International Entrepreneurship and Management Journal, 2(3), pp. 413-428.

Zhao, H., Hills, G. E. and Seibert, S. E. (2005) 'The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions', Journal of Applied Psychology, 90(6), pp. 1265-1272.

Zhao, H. and Seibert, S. E. (2006) 'The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review', Journal of Applied Psychology, 91(2), pp. 259-271.

Zhao, H., Seibert, S. E. and Lumpkin, G. T. (2010a) 'The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review', Journal of Management, 36(2), pp. 381-404.

Zhao, X., Lynch, J. G. and Chen, Q. (2010b) 'Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis', Journal of consumer research, 37(2), pp. 197-206.

Zikmund, W., Babin, B., Carr, J. and Griffin, M. (2012) Business research methods. USA: Cengage Learning.

Zikmund, W. G. (1984) Business research methods. Chicago: Dryden Press.

Διαδίκτυο

<http://selfdeterminationtheory.org>

<http://onlinelibrary.wiley.com>

<https://www.utwente.nl>

<https://positivepsychologyprogram.com/self-determination-theory>

<http://lib.eap.gr/el/>

<https://www.scopus.com>

<http://www.emeraldinsight.com/>

<https://www.elsevier.com/>