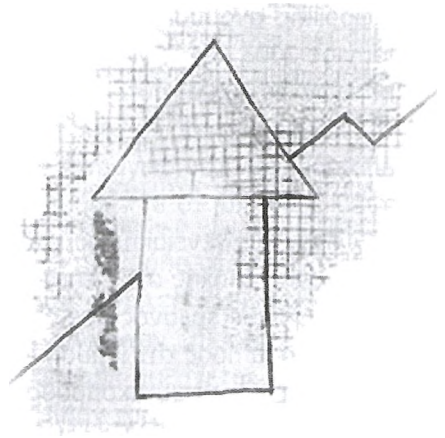


**Οικογενειακές και Κοινωνικές Επιδράσεις
στην Επιχειρηματικότητα των Ελλήνων**

Αναστάσιος Δ. Καραγιάννης

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13

Οικογενειακές και Κοινωνικές Επιδράσεις στην Επιχειρηματικότητα των Ελλήνων*



Αναστάσιος Δ. Καραγιάννης

Αναπλ. Καθηγητής Παν/μίου Πειραιώς,
Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης

Περίληψη

Στην μελέτη αναλύονται οι διάφορες σημαντικές οικογενειακές και κοινωνικές επιδράσεις που δέχονται οι Έλληνες επιχειρηματίες και ειδικότερα οι νέοι. Επίσης, εξετάζονται οι απόψεις και οι θέσεις τους για τις εν λόγω επιδράσεις όπως και η «στάση» της κοινωνίας για την παραγωγική τους συμβολή.

Abstract

In the present paper are analyzed the various family and social influences on the decision of Greek entrepreneurs to follow such a career. Also are examined their views toward such influences and the social treatment of their economic contribution.

Εισαγωγή

Η παρούσα μελέτη στηρίχθηκε στην χρήση ερωτηματολογίου παρά τις

* Το παρόν άρθρο παρουσιάστηκε στο 9^ο Διεθνές Συνέδριο της Εταιρείας Οικονομολόγων Θεσσαλονίκης «Επιχειρηματικότητα, Ανταγωνιστικότητα και Ανάπτυξη στην Νότιο-Ανατολική Ευρώπη» (23-25 Σεπτεμβρίου 2004, Θεσσαλονίκη). Η έρευνα στην οποία στηρίζεται χρηματοδοτήθηκε από το Κέντρο Ερευνών του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Ευχαριστώ τον Δρ. Ι. Σμυρλή και τους φοιτητές μου Α. Αντζουλάτο, Π. Κολλιά, Δ. Κουγιουμουτζή, Κ. Πουλάκο που με βοήθησαν με άριστα αποτελέσματα στην επεξεργασία των ερωτηματολογίων και των στοιχείων.

όποιες μεθοδολογικές αδυναμίες του ως διερευνητικό εργαλείο συμπεριφορικής ανάληψης.¹ Η σχετική έρευνα διεξήχθη την περίοδο Απρίλιος-Ιούνιος 2003 και απαντήθηκε από 512 επιχειρηματίες μικρομεσαίων επιχειρήσεων (το 70% εξ αυτών απασχολούσε από 3-10 άτομα)² από διάφορα μέρη της χώρας μας και για τους τρεις βασικούς τομείς παραγωγής.³ Η ηλικία των επιχειρήσεων του δείγματος είναι μικρή (το 74% έχουν ιδρυθεί το διάστημα 1980-2003) και το 81% ιδρύθηκαν από τον ίδιο τον επιχειρηματία (μόνο το 14% ήταν οικογενειακής συνέχειας) ώστε να διερευνηθούν οι επιδράσεις της σύγχρονης εποχής στην επιχειρηματικότητα των Ελλήνων. Με άλλα λόγια, το δείγμα της έρευνάς μας αντικατοπτρίζει αυτό της Ελληνικής οικονομίας σε αναφορά προς την ίδρυση επιχειρήσεων.

Στις σελίδες που ακολουθούν θα αναλύσουμε τις διάφορες σημαντικές οικογενειακές και κοινωνικές επιδράσεις που δέχονται οι επιχειρηματίες μας και ειδικότερα οι νέοι. Αρκετές ερωτήσεις του ερωτηματολογίου διερευνούν τις διάφορες τοπικές, οικογενειακές και κοινωνικές - φιλικές επιδράσεις στην απόφαση των επιχειρηματιών να ακολουθήσουν αυτή την σταδιοδρομία. Γι' αυτό και θα εξετασθούν οι απόψεις και οι θέσεις τους για τις εν λόγω επιδράσεις και θα διερευνηθεί ο βαθμός επίδρασής τους από το οικογενειακό και κοινωνικό-φιλικό τους περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα, στο πρώτο τμήμα του άρθρου, θα εξετάσουμε κάποια οικογενειακά ερεθίσματα που δέχθηκαν οι επιχειρηματίες μας ως προς την επιχειρηματικότητα. Στο δεύτερο τμήμα θα αναλυθεί η ίδια θεματική για τα σχετικά ερεθίσματα που είχαν από το κοινωνικό και φιλικό τους περιβάλλον. Στο τρίτο τμήμα, θα διερευνηθεί πως θεωρούν οι επιχειρηματίες μας ότι τους αντιμετώπισε και αντιμετωπίζει η κοινωνία μας. Στο τέλος, συνοψίζονται τα βασικά συμπεράσματα της εν λόγω έρευνας.

-
1. Η διερεύνηση θεμάτων επιχειρηματικότητας διαμέσου ερωτηματολογίων προς τους επιχειρηματίες είναι ένα από τα σημαντικότερα διερευνητικά εργαλεία που διαθέτουμε. Για επισκόπηση και ανάληψη της σχετικής βιβλιογραφίας, βλ. Shook, Priem, McGee (2003).
 2. Σύμφωνα με νεότερα στοιχεία, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις της χώρας μας αποτελούν άνω του 95% των επιχειρήσεων και απασχολούν το 75% περίπου των εργαζομένων (βλ. *Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδος*, 2001, σσ. 38-9).
 3. Η χωρική διάρθρωση του τυχαίου μας δείγματος είναι: πρωτεύουσα 61% επιχειρηματίες, πρωτεύουσες νομών 26,5%, πόλεις 4,5%, κωμοπόλεις 4,0%, χωριά 4,0%). Αυτή η διάρθρωση του δείγματος δεν απομακρύνεται πολύ από την πληθυσμιακή διάρθρωση του πληθυσμού και των επιχειρήσεων της χώρας μας. Από το άθρο μέρος, η τομεακή διάρθρωση του δείγματός μας είναι: Υπηρεσίες 82,5% (όπου εμπορικές 40,0%, λοιπών υπηρεσιών 35,0%, τουριστικές 7,5%), Μεταποίηση 16,0%, Γεωργία 1,5%) Και αυτή η διατομεακή διάρθρωση του δείγματος, επίσης ανταποκρίνεται, σε γενικές γραμμές, στην συνολική παραγωγική σύνθεση της οικονομίας μας.

Ι. Οικογενειακές επιδράσεις για την επιλογή επιχειρηματικής σταδιοδρομίας

Από την εποχή του David McClelland (1961) έχει αναγνωρισθεί και διερευνηθεί η επίδραση του οικογενειακού περιβάλλοντος στην διαμόρφωση της επιχειρηματικότητας στα άτομα. Όπως έχουμε επισημάνει σε σχετική εργασία (βλ. Καραγιάννης, 1999, σ. 134), υπάρχει διαφορά μεταξύ της επιθυμίας να γίνει κάποιος επιχειρηματίας και της δυνατότητας να το επιτύχει. Εάν παραγνωρίσουμε τα προσωπικά του χαρακτηριστικά και ικανότητες, τότε το άμεσο περιβάλλον διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην δυνατότητα να γίνει κανείς επιχειρηματίας. Από εμπειρικές μελέτες⁴ έχειδειχθεί ότι: α) εάν το οικογενειακό περιβάλλον βοηθήσει υλικά τον επίδοξο επιχειρηματία, τότε η δυνατότητά του να ιδρύσει επιχείρηση αυξάνεται, και β) εάν αρκετά άτομα από το στενό συγγενικό περιβάλλον του ατόμου έχουν επιτύχει ως επιχειρηματίες, τότε το άτομο αυτό λαμβάνει ισχυρά ερεθίσματα για να ακολουθήσει την επιχειρηματική σταδιοδρομία. Όπως φαίνεται από τα στοιχεία του δείγματός μας, στην ερώτηση εάν οι επιχειρηματίες βοηθήθηκαν στα πρώτα τους επιχειρηματικά βήματα από την οικογένειά τους, το 62% απάντησε όχι ενώ το 38% ναι. Η βοήθεια της οικογένειας προς τον επιχειρηματία όμως, ήταν αρκετά σημαντική, όταν αυτός συνέχιζε ή εξαγόραζε την επιχείρηση από κάποιον συγγενή του ή από άλλο άτομο. Στην ερώτηση εάν αυτή η βοήθεια που προσφέρθηκε από την οικογένεια στα πρώτα επιχειρηματικά βήματα ήταν ηθική ή υλική ή και τα δύο, οι επιχειρηματίες μας σε ποσοστό 64% τόνισαν και τα δύο, ενώ μόνο το 7% την υλική και 29% την ηθική.

Εάν τα παραπάνω στοιχεία δείχνουν αυτό που απεικονίζει η ελληνική πραγματικότητα, τότε είναι φανερό ότι δεν είναι "μύθος" αληθινή πραγματικότητα ο αυτοδημιούργητος Έλληνας επιχειρηματίας. Αυτό συνάγεται και από τις απαντήσεις στην ερώτηση πόσο πολύ ενθάρρυνε η οικογένειά του τον επιχειρηματία να στραφεί σε αυτή τη σταδιοδρομία. Το ποσοστό των επιχειρηματιών που ενθαρρύνθηκαν πάρα πολύ από την οικογένειά τους φθάνει στο 38% ενώ αυτών που ενθαρρύνθηκαν μετρίως φθάνει το 23%.⁵

Εκτός αυτών, ο βαθμός οικογενειακής ενθάρρυνσης που έλαβαν οι επι-

4. Για παράδειγμα, βλ. Brockhaus (1982, σ. 52), Shapero, Sokol (1982, σ. 85-6), Bruno, Tyebjee (1982, σσ. 293-7).

5. Παρόμοιο βαθμό οικογενειακής ενθάρρυνσης είχε διαπιστωθεί και στην μελέτη Χασσιόδ, Καραγιάννης (1999, σσ. 136-7).

χειρηματίες για να ακολουθήσουν αυτή την σταδιοδρομία διαφαίνεται και από την στάση της όταν ίδρυσαν, συνέχισαν ή εξαγόρασαν την επιχείρησή τους. Όπως παρατηρούμε από τον πίνακα 1 η ενθάρρυνση από την οικογένειά ήταν σημαντικότερη όταν αποφάσισαν να συνεχίσουν μια συγγενική επιχείρηση ή να εξαγοράσουν κάποια, παρά όταν αποφάσισαν να την ιδρύσουν μόνοι τους.⁶

Πίνακας 1: Ίδρυτής επιχείρησης και οικογενειακή ενθάρρυνση

Ίδρυτής	Ύψος ενθάρρυνσης				σύνολο
	μεγάλη	μέτρια	μικρή	μηδενική	
ο ίδιος	30,5%	25,0%	17,5%	27,0%	100,0%
συγγενής	77,0%	13,0%	3,0%	7,0%	100,0%
άλλος	46,0%	11,0%	4,0%	39,0%	100,0%

Εάν εξετάσουμε σε ποιο βαθμό η έδρα (τόπος) ίδρυσης και λειτουργίας της επιχείρησης συνεπάγεται και διαφορετική αντιμετώπιση του επιχειρηματία από την οικογένειά του, ο πίνακας 2 μας δίνει διευκρινιστικές απαντήσεις. Όπως παρατηρούμε από τον πίνακα αυτόν, χωρίς να λαμβάνουν χώρα σημαντικές ποσοστιαίες διαφορές (π.χ. άνω του 10%), μπορεί να καταλήξουμε σε μια ενδεικτική ερμηνευτική προσέγγιση ότι: όσο μικρότερος (μεγαλύτερος) σε έκταση και οικονομική σημασία είναι ο τόπος που λειτουργεί η επιχείρηση, τόσο θετικότερες (αδιάφορες) ενθαρρύνσεις έλαβε ο επιχειρηματίας από την οικογένειά του για να προχωρήσει σε αυτή την σταδιοδρομία. Αυτό βέβαια μπορεί να ερμηνευθεί από το ότι στον μεγάλο και προηγμένο οικονομικά τόπο (δηλ. πρωτεύουσα νομού, Αθήνα) υπάρχουν περισσότερες εναλλακτικές ευκαιρίες απασχόλησης και σταδιοδρομίας από ότι σε ένα μικρό τόπο. Αυτές οι εναλλακτικές δυνατότητες ίσως να λειτουργούσαν και ως αιτίες ενθάρρυνσης των ατόμων εκ μέρους της οικογένειάς τους να στραφούν σε άλλη μορφή απασχόληση και όχι στην ίδρυση επιχείρησης.

6. Η οικογενειακή υλική ενίσχυση στο ξεκίνημα της επιχείρησης δεν είναι Ελληνικό φαινόμενο. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία (GEM 2002), οι επιχειρήσεις σε 32 χώρες που ξεκίνησαν με αυτά τα κεφάλαια είναι πέντε φορές περισσότερες από τις επιχειρήσεις που διέθεταν άλλη μορφή κεφαλαϊκή χρηματοδότηση στο ξεκίνημά τους.

Πίνακας 2 Έδρα λειτουργίας επιχείρησης και οικογενειακή ενθάρρυνση ως κίνητρο επιχειρηματικότητας

Έδρα	Ύψος ενθάρρυνσης				
	μεγάλη	μέτρια	μικρή	μηδενική	σύνολο
χωριό	48,0%	28,5%	9,5%	14,0%	100,0%
κωμόπολη	52,5%	21,0%	10,5%	16,0%	100,0%
πόλη	46,0%	21,0%	12,0%	21,0%	100,0%
πρωτεύουσα νομού	37,0%	26,0%	17,0%	20,0%	100,0%
Αθήνα	36,0%	21,5%	14,5%	28,0%	100,0%

Έχει δειχθεί και αλλού (βλ. Χασσίδ, Καραγιάννης, 1999, σσ. 115-126), ότι σε γενικές γραμμές, οι Έλληνες επιχειρηματίες συνεχίζουν την σταδιοδρομία του πατέρα τους σε σημαντικό βαθμό (κυρίως στον δευτερογενή τομέα). Από τον πίνακα 3 παρατηρείται ότι αυτό μάλλον ισχύει, αφού οι επιχειρηματίες που συνεχίζουν την επιχείρηση συγγενή τους σε μεγάλο βαθμό (84%) αυτή ανήκε στον πατέρα τους.⁷

Πίνακας 3: Ιδρυτής επιχείρησης και επάγγελμα πατέρα

Ιδρυτής	Επάγγελμα πατέρα			
	επιχειρηματίας	άλλο επάγγελμα	(ΧΑ)	σύνολο
ο ίδιος	38,0%	60,5%	1,5%	100,0%
συγγενής	84,0%	13,0%	3,0%	100,0%
άλλος	46,5%	50,0%	3,5%	100,0%

Παρ' όλη αυτά, σύμφωνα με τα δεδομένα μας, μόνο το 54% των επιχειρηματιών του δείγμάτος είχε πατέρα που ήταν επιχειρηματίας ή ιδιο-απαχολιούμενος. Αυτό δείχνει ότι η Ελληνική οικονομία δεν έχει σημαντικά και καθοριστικά στεγανά στην συνέχιση ή την αλληλαγή της σταδιοδρομίας μεταξύ γονέων και παιδιών. Είναι δηλαδή ως προς αυτόν τον παράγοντα μια σχετικά "ανοικτή κοινωνία" κάτι που είχε επισημάνει σε παλαιότερη μελέτη του ο Alexander (1964, σσ. 77-82) που επισήμανε ότι υπήρχε κινητικότητα μεταξύ των τάξεων και ανυπαρξία αριστοκρατίας, ή κάστας γι' αυτό και οι επιχει-

7. Δεν διερευνήθηκε η επίδραση του επαγγέλματος της μητέρας των επιχειρηματιών αφού όπως διαπιστώθηκε και σε σχετική μελέτη (βλ. Χασσίδ, Καραγιάννης, 1999, σσ. 124-5), λόγω κοινωνικών και πολιτισμικών συνθηκών στην χώρα μας, μέχρι πρόσφατα, αυτή δεν ήταν καθόλου σημαντική.

ρηματίες προέρχονταν από όλη τα οικονομικά και κοινωνικά στρώματα. Πολλοί επίσης Έλληνες βιομήχανοι κατάγονταν από τη χαμηλότερη οικονομικά τάξη και ήταν αυτοδημιούργητοι.

Από τις παραπάνω κοινωνικές και οικογενειακές επιδράσεις που φαίνεται ότι δέχθηκαν οι επιχειρηματίες του δείγματός μας, δεν θα ήμαστε πολύ μακριά από την πραγματικότητα εάν επαληθεύσουμε τα σχόλια αυτά του Alexander και εάν επισημάνουμε ότι πράγματι ισχύει ο "μύθος" του αυτοδημιούργητου επιχειρηματία ακόμη και στις ημέρες μας όπου παρατηρείται υψηλός βαθμός οικογενειακής προστασίας των παιδιών.

II. Κοινωνικές-φιλικές επιδράσεις για την επιλογή επιχειρηματικής σταδιοδρομίας

Μια άλλη παράμετρος που στρέφει ένα νεαρό άτομο στην επιχειρηματική σταδιοδρομία έχει διαπιστωθεί ότι είναι το κοινωνικό και φιλικό του περιβάλλον (Shapiro, 1984, Karagiannis, 1996, Busenitz, Lau, 1996). Εάν το περιβάλλον αυτό στρέφεται προς την ίδρυση επιχειρήσεων, τότε το άτομο μιμούμενο κινείται προς τον ίδιο στόχο (ακόμη και στον ίδιο παραγωγικό τομέα). Σύμφωνα με τα στοιχεία του δείγματός μας, στην ερώτηση εάν ο επιχειρηματίας επέλεξε αυτή την σταδιοδρομία μιμούμενος τους φίλους ή συγγενείς του, η απάντηση με την υψηλή πληοψηφία 79,5% είναι όχι. Αλλά και αυτοί που τονίζουν ότι το έκαναν μιμούμενοι κάποιον άλληλο, είναι κυρίως αυτοί που συνέχισαν την επιχείρηση συγγενή τους.

Επίσης, οι επιχειρηματίες μας, δεν φαίνεται να ενθαρρύνθηκαν από το φιλικό τους περίγυρο για να γίνουν επιχειρηματίες μόνο το 26% δηλώνουν ότι ενθαρρύνθηκαν πολύ. Εξετάζοντας την μικρή αυτή ενθάρρυνση από το κοινωνικό- φιλικό περιβάλλον σε σχέση με το ποιος ίδρυσε την τρέχουσα επιχείρηση, γίνεται φανερό από τον πίνακα 4 ότι αυτή ήταν κάπως πιο σημαντική όταν συνέχισε ή εξαγόρασε την επιχείρησή του ο επιχειρηματίας και όχι όταν την ίδρυσε ο ίδιος.

Πίνακας 4: Ίδρυτής επιχείρησης και κοινωνική- φιλική ενθάρρυνση

Ίδρυτής	Ύψος ενθάρρυνσης				
	μεγάλη	μέτρια	μικρή	μηδενική	σύνολο
ο ίδιος	23,0%	32,5%	19,5%	25,0%	100,0%
συγγενής	41,5%	21,5%	17,0%	20,0%	100,0%
άλληλος	25,0%	21,5%	18,0%	35,5%	100,0%

Από τα παραπάνω, συνάγεται ότι οι επιχειρηματίες της χώρας μας έχουν έναν αρκετά ανεξάρτητο χαρακτήρα και δεν επηρεάζονται πολύ από το κοινωνικό και φιλικό τους περιβάλλον ως προς την προτίμηση της σταδιοδρομίας που επέλεξαν. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι δεν συγκροτούν κυρίως άτυπα δίκτυα συνεργασίας μεταξύ τους που να στηρίζονται σε κοινωνικές-φιλικές γνωριμίες.⁸ Αντίθετα, σύμφωνα με μια πρόσφατη μελέτη (βλ. Drakoroulou-Dodd, Patra, 2002) οι Έλληνες επιχειρηματίες διαφοροποιούνται στην συμπεριφορά τους ως προς τον σχηματισμό επιχειρηματικών γνωριμιών, σχέσεων, κλπ. (δηλ. των επιχειρηματικών δικτύων) σε σχέση με άλλες χώρες κυρίως λόγω πολιτισμικών καταβολών. Με τα επιχειρηματικά δίκτυα που συγκροτούν οι Έλληνες και τα οποία αποτελούνται από μικρό αριθμό συγγενών και φίλων, με τους οποίους υπάρχει συχνή επιχειρηματική επικοινωνία και κοινωνική συναναστροφή, εξασφαλίζονται πολλές φορές κεφάλαια όχι μόνο για την ίδρυση αλλιά και την επέκταση της επιχείρησης.

III. Επιδράσεις φορέων και κοινωνίας για την επιλογή επιχειρηματικής σταδιοδρομίας

Εκτός από το οικογενειακό και κοινωνικό-φιλικό περιβάλλον ως μέσο ενθάρρυνσης της επιχειρηματικότητας, έχει παρατηρηθεί ότι η γενική στάση της κοινωνίας επηρεάζει ένα άτομο στην επιλογή της μελλοντικής του σταδιοδρομίας. Μοιρασίται οι διάφορες κοινωνίες επηρεάζουν σε διαφορετική ένταση⁹ τα άτομα να στραφούν στην επιχειρηματική σταδιοδρομία, σε γενικές γραμμές, όπως έχουμε γράψει αλλιά (βλ. Καραγιάννης, 1999, σ. 129), "ένα οικονομικό, κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον βοηθά την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, όταν: α) τονίζει την ατομικότητα και όχι την ομοιομορφία των ατόμων, β) προβάλλει την αρχή ότι η αμοιβή είναι

8. Για τον σχηματισμό και τις επιδράσεις των επιχειρηματικών δικτύων όχι μόνο σε μια χώρα αλλιά και παγκοσμίως βλ. Bruderl, Preisendorfer (1998), Μουρδουκούτας (2001).

9. Η προτίμηση για την επιχειρηματική σταδιοδρομία, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του Euro barometer (2002), δείχνει μια διαφορετική τάση στους Αμερικανούς σε σχέση με τους Ευρωπαίους πολίτες. Το τελευταίο έτος, ένα μικρό ποσοστό Ευρωπαίων (11%) σε σχέση με τους Αμερικανούς (20%), σκέφθηκαν σοβαρά να ιδρύσουν επιχείρηση δική τους. Οι Έλληνες, σκέφθηκαν να κάνουν κάτι τέτοιο σε ποσοστό 10% την στιγμή που το σκέφθηκαν 18% Ιρλανδοί, 14% Ισπανοί και 12% Πορτογάλοι. Από το άλλιο μέρος, οι Έλληνες είναι από τους Ευρωπαίους που θέλουν (64%) περισσότερο από τους άλλους να μάθουν ακόμη και πηρώνοντας για την επιχειρηματικότητα.

ανάληψη με την αξία και τις προσπάθειες των ατόμων, γ) τονίζει ότι τα άτομα μόνο με τις δυνατότητες και ικανότητές τους ξεπερνούν τα προβλήματα τους, και δ) προβάλλει περισσότερο τα επιτεύγματα των επιχειρηματιών και όχι τις αδύναμες πλευρές τους.» Γι' αυτό (Ibid., σ. 133), και "τα κίνητρα των επιχειρηματιών και η στάση τους έναντι του κέρδους έληκον την καταγωγή τους από την κοινωνία. Οι αποφάσεις τους επηρεάζονται από τις αξίες και τους περιορισμούς που θέτει η κοινωνία στην ανάληψη του κινδύνου (ριψοκίνδουνοι ή μη), στην αξία της οικονομικής ελευθερίας και στη στάση της έναντι του πλούτου. Η επιχειρηματική επιδίωξη δεν ξεκινά μόνο από την απόκτηση πλούτου αλλή και από τις παραδοσιακές αξίες του κύρους και των παραδοσιακών εννοιών της ορθής ζωής. Για παράδειγμα, εάν το ηθικό, κοινωνικό, θρησκευτικό, κ.λπ. περιβάλλον ενθαρρύνει και προβάλλει ως αξία της ζωής να έχει κανείς δική του επιχείρηση, τόσο θα αυξηθεί η επιχειρηματικότητα. Αντίθετα, εάν μια κοινωνία κατηγορεί κάποιον που έγινε επιχειρηματίας, τότε αυτή η στάση αποθαρρύνει την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας."¹⁰

Ας δούμε τώρα τι είδους μηνύματα και ερεθίσματα έλαβαν οι σημερινοί επιχειρηματίες μας από την γενική στάση της κοινωνίας απέναντί τους. Στην ερώτηση εάν δέχθηκαν θετικά ερεθίσματα από το σχολείο τους, τις διάφορες επιχειρηματικές ενώσεις και άλλους φορείς, για να στραφούν σε αυτή την σταδιοδρομία, οι απαντήσεις τους μάλλον είναι απογοητευτικές. Όπως δείχνουν τα στοιχεία μας ένα σημαντικό ποσοστό (56%) θεώρησε ότι δεν δέχθηκαν καθόλου ερεθίσματα από αυτές τις πηγές, ενώ μόνο το 9% ότι δέχθηκαν σημαντικά ερεθίσματα. Αυτή η επισήμανσή τους συνοδεύεται από την όχι και μεγάλη κοινωνική επικρότηση της επιχειρηματικής σταδιοδρομίας την εποχή που αποφάσισαν να την ακολουθήσουν. Όπως επισήμαναν οι επιχειρηματίες,

10. Εκτός αυτών των επιδράσεων στην επιχειρηματικότητα, ο Casson (1987, σ. 152), είχε τονίσει ότι ένα ενθαρρυντικό περιβάλλον για την επιχειρηματικότητα δεν θα πρέπει να προβάλλει υπερβολικά τις ανήθικες και παράνομες πράξεις μερικών επιχειρηματιών. Η ατομικότητα (που μάλλον διαθέτουν οι Έλληνες) έχει εκληφθεί ως θετικό στοιχείο της επιχειρηματικότητας από πολλούς ερευνητές (π.χ. βλ. Tropman, Morningstar, 1989, σσ.107-110, Hofstede, 1991, σ. 51, Kirzner, 1997). Ο Hofstede (1991, σσ. 51-2), μάλιστα, διέκρινε τα εξής χαρακτηριστικά της: (α) τα άτομα επιθυμούν να έχουν στην διάθεσή τους χρόνο για τον εαυτό τους, (β) επιθυμούν να έχουν ελευθερία να εφαρμόσουν τις ιδέες τους σε πολλά θέματα και κυρίως στον χώρο της εργασίας τους, και (γ) επιθυμούν να αξιολογοούνται από τα ατομικά τους επιτεύγματα έναντι των διαφόρων προκλήσεων. Πάντως, έχει γίνει αποδεκτό, ότι όσο ισχυρά και να είναι τα κίνητρα του ατόμου για να ακολουθήσει την σταδιοδρομία του επιχειρηματία, για να οδηγήσουν αυτά σε επιτυχή επιχειρηματική κατάληξη, θα πρέπει να υπάρχει το κατάλληλο κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον (βλ. Alvarez, Busenitz, 2001, σσ. 267-8, Shane, Locke, Collins, 2003, σ. 275).

την εποχή που ξεκίνησαν την επιχειρηματική τους σταδιοδρομία η κοινωνία επικροτούσε και αποδεχόταν το επάγγελμά τους σε σημαντικό βαθμό μόνο κατά 44%, σε μέτριο βαθμό κατά 35%, και από λίγο έως καθόλου 21%.

Εξετάζοντας τώρα εάν ο τόπος που πέρασαν τα εφηβικά τους χρόνια είχε κοινωνικές δομές τέτοιες που να τους έστρεψε προς την επιχειρηματικότητα, οι επιχειρηματίες, όπως παρατηρούμε από τον πίνακα 5, δεν έδειξαν με σημαντική διαφορά κάτι τέτοιο (μικρή εξαίρεση ήταν αυτοί που έζησαν σε κωμόπολη και οι οποίοι επισήμαναν με 14,5% ότι δέχθηκαν ισχυρή επίδραση). Δηλαδή, δεν μπορεί με ασφαλή τρόπο να συναχθεί ότι οι επιχειρηματίες που είχαν μεγαλώσει στον τάδε τόπο δέχθηκαν ισχυρότερα (ή λιγότερο ισχυρά) κίνητρα, από μέρους των διαφόρων κοινωνικών θεσμών που λειτουργούσαν στον τόπο τους, για να στραφούν στην επιχειρηματική σταδιοδρομία.

Πίνακας 5: Τόπος διαμονής τα εφηβικά χρόνια και κοινωνική ενθάρρυνση ως κίνητρο επιχειρηματικότητας

Ιδρυτής	Ύψος ενθάρρυνσης				σύνολο
	μεγάλη	μέτρια	μικρή	μηδενική	
χωριό	6,0%	12,0%	22,5%	59,5%	100,0%
κωμόπολη	14,5%	12,0%	24,5%	49,0%	100,0%
πόλη	7,5%	18,0%	17,0%	57,5%	100,0%
πρωτεύουσα	10,0%	16,0%	18,0%	56,0%	100,0%

Οι δημόσιοι φορείς και οι οργανισμοί, έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν τον τρόπο που τα άτομα προγραμματίζουν τις μελλοντικές οικονομικές τους δραστηριότητες, κυρίως, διαμέσου της παροχής πληροφοριών. Στη ερώτηση εάν οι κρατικές υπηρεσίες ενθάρρυναν τους επιχειρηματίες να στραφούν σε αυτή την σταδιοδρομία, το 79% απάντησε καθόλου, το 13% λίγο, το 6% σε μέτριο βαθμό και μόνο το 2% πολύ. Αυτό δείχνει ότι ούτε οι εντεταλημένοι κρατικοί φορείς στην χώρα μας δεν βοήθησαν στο να στραφούν τα άτομα σε επιχειρηματική δράση. Είναι φυσικό να υποθεθεί ότι, όσο μικρότερη είναι η έδρα λειτουργίας της επιχείρησης, τόσο περισσότερο ανύπαρκτη θα είναι και η ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας από τις διάφορες κρατικές υπηρεσίες και θεσμούς. Κάτι τέτοιο επιβεβαιώνεται και από τις απαντήσεις των επιχειρηματιών μας σε σχετική ερώτηση.

Ας δούμε τώρα, με ποιο τρόπο θεώρησαν οι επιχειρηματίες ότι η κοινωνία αξιοποιεί την συμβολή και τις δραστηριότητές τους. Ανάλογα με την

οικονομική επιτυχία των επιχειρήσεων που λειτουργούν σε ένα κλάδο και ανάλογα με την ηθική και κοινωνική συμπεριφορά των επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται σε αυτόν, εκπορεύεται ένας βαθμός κοινωνικής αποδοχής και επικρότησης του κλάδου. Εάν εξετάσουμε το αντικείμενο της επιχείρησης με τον βαθμό αποδοχής και επικρότησης των επιχειρηματιών από την κοινωνία την εποχή που ίδρυσαν την επιχείρησή τους, μπορούμε να καταλήξουμε σε συμπεράσματα για το πώς «έβηπε» η κοινωνία την εποχή εκείνη τον εν λόγω κλάδο. Από τον πίνακα 6 που παρουσιάζει το εν λόγω θέμα, παρατηρούμε ότι την ισχυρότερη θετική αποδοχή και επικρότηση για το τόλμημά τους, έλαβαν οι επιχειρηματίες που ίδρυσαν επιχείρηση στον κλάδο της μεταποίησης, ακολουθούν της παροχής υπηρεσιών και του εμπορίου και τελευταία έρχεται της γεωργική-κτηνοτροφικής παραγωγής. Η ιεραρχική αυτή "κοινωνική επιβράβευση" των διαφόρων αντικειμένων της επιχειρηματικής δραστηριότητας, διερμηνεύει την σε σημαντικό βαθμό πρωτοκαθεδρία της ενασχόλησης της μεταποίησης έναντι της γεωργίας.

Πίνακας 6: Αντικείμενο επιχείρησης και βαθμός κοινωνικής αποδοχής στην ίδρυσή της

Αντικείμενο	Βαθμός κοινωνικής αποδοχής				σύνολο
	μεγάλη	μέτρια	μικρή	μηδενική	
παροχής υπηρεσιών	43,5%	32,5%	15,0%	9,0%	100,0%
τουρισμού	42,0%	34,0%	8,0%	16,0%	100,0%
εμπόριο	43,0%	35,0%	16,5%	5,5%	100,0%
βιοτεχνία-βιομηχ.	45,5%	42,0%	8,5%	4,0%	100,0%
γεωργία-κτηνοτρ.	14,0%	43,0%	43,0%	0,0%	100,0%

Οι παραπάνω διαπιστώσεις δείχνουν δύο πράγματα για την γενική στάση της ελληνικής κοινωνίας, έναντι των επιχειρηματιών, όταν ίδρυσαν την επιχείρησή τους, δηλ. τις προηγούμενες δύο δεκαετίες:

- (α) Οι διάφοροι κοινωνικοί και επαγγελματικοί φορείς ήταν αδιάφοροι στην πρόωθηση του επιχειρηματικού προφίλ.
- (β) Η ίδια όμως η κοινωνία ως σύνολο μη οργανωμένων ατόμων, επικροτούσε σε σημαντικό- αν και όχι πολύ μεγάλο- βαθμό την προσπάθειά τους.

Μια συνέπεια αυτών των διαπιστώσεων προφανώς ήταν να έχει μειωθεί σε σημαντικό βαθμό το κίνητρο της κοινωνικής ανέλιξης, ως παράγοντας

τόνωσης της επιχειρηματικότητας που έχει αναληθεί και επιβεβαιωθεί σε άλλες χώρες και κοινωνίες.¹¹

Υποβάλλοντας την ερώτηση για το πώς αντιμετωπίζει σήμερα η ελληνική κοινωνία τους επιχειρηματίες, τα πράγματα φαίνεται ότι δείχνουν περισσότερο ενθαρρυντικά. Το 59% των επιχειρηματιών θεωρεί ότι η σημερινή κοινωνία αποδέχεται και επικροτεί σημαντικά το επάγγελμά τους, το 29% ότι ανταποκρίνεται έτσι σε μέτριο βαθμό και μόνο το 12% πολύ λίγο ή καθόλου.¹² Επίσης, στην ερώτηση πως πιστεύουν οι επιχειρηματίες ότι τους χαρακτηρίζει σήμερα η κοινωνία, ιεράρχησαν (μεταξύ τριών αρνητικών και τριών θετικών χαρακτηριστικών) ως εξής τους χαρακτηρισμούς: (α) ως έξυπνους, (β) ως εργατικούς, και (γ) ως προοδευτικούς.

Η γενική στάση της ελληνικής κοινωνίας έναντι των επιχειρηματιών, όπως οι ίδιοι πιστεύουν ότι διερμηνεύεται σήμερα, είναι αρκετά θετική. Όπως βλέπουμε από τον πίνακα 7 το 53% εξ αυτών σημειώνει ότι η κοινωνία τους βλέπει ως δημιουργικά άτομα και το 30% ως άτομα που συμβάλλουν ενεργά στην οικονομική μας ανάπτυξη.

Πίνακας 7: Κοινωνική αξιολόγηση επιχειρηματικότητας

Χαρακτηρισμός επιχειρηματία	Ποσοστά
Ύποπτος	4,5
Εκμεταλλευτής	7,0
Δημιουργικός	53,0
Συντελεί στην οικονομική ανάπτυξη	30,0
Φοροφυγιάς	5,5
	100,0

Μια τέτοια ενθαρρυντική στάση της σημερινής ελληνικής κοινωνίας, έναντι της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, φυσικά δεν είναι μόνο ένα απλό "σημάδι των καιρών". Η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας και η οικονομική ενοποίηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης που στηρίζει την ελεύθερη οικονομία και τον ανταγωνισμό, αποθαρρύνοντας τα μονοπώλια ή ολιγοπώλια (τα περισσότερα εκ των οποίων είναι δημιουργήματα διαστρεβλωτικών αποφάσεων οικονομικής πολιτικής), είναι

11. Για ανάληψη αυτού του κινήτρου, όπως διαπιστώθηκε από άλλους ερευνητές, βλ. Καραγιάννης (1999, σσ. 154-5).

12. Σε παραλήθια μελέτη (βλ. Χασσίδ, Καραγιάννης, 1999, σ. 237) διαφαίνεται η ίδια κατάσταση αφού δηλώθηκε από τους επιχειρηματίες ότι η σημερινή κοινωνία τους επικροτεί σε κάπως ικανοποιητικό βαθμό.

αποφασιστικής σημασίας παράγοντες για να κατανοήσουν τα άτομα ότι η ελευθερία και η επιχειρηματικότητα είναι αλληληξεαρτώμενα στοιχεία (βλ. Kirzner, 1982, 1997). Και όπως τονίσθηκε σε σχετική εργασία (βλ. Καραγιάννης, 1999, σσ. 130-1), "το κοινωνικό περιβάλλον είναι εχθρικό προς την επιχειρηματικότητα όταν λαμβάνουν χώρα τα εξής: α) οι επιχειρηματίες αντιμετωπίζονται ως απατεώνες και εκμεταλλευτές, β) δεν είναι αποδεκτή ή εφαρμόσιμη η αρχή: όσο προσπαθείς, τόσο θα αμείβεσαι, και γ) δε συγχωρούνται κοινωνικά οι αποτυχίες. Εάν επικρατήσει η αντίληψη ότι οι επιχειρηματίες είναι απατεώνες και εκμεταλλευτές και κάτι τέτοιο θεωρείται από την κοινωνία ανήθικο, τότε ο νέος θα το σκεφθεί πολλύ να κάνει δική του επιχείρηση. Αντίθετα, εάν καλλιεργηθεί (από μέρους κυρίως των παιδιών επιχειρηματιών) η εντύπωση ότι οι επιχειρηματίες είναι άτομα που προσπαθούν με τις ικανότητές τους και τη σκληρή εργασία τους να επιτύχουν κάτι που θα ωφελήσει τους ίδιους αλλιά και ολόκληρη την κοινωνία, τότε ενθαρρύνονται οι νέοι να στραφούν στη δημιουργία επιχειρήσεων. Εάν σε μια κοινωνία κυριαρχήσει η εντύπωση ότι δεν αμείβεται κανείς σύμφωνα με αυτό που κάνει, αλλιά σύμφωνα με τις γνωριμίες που έχει κ.λπ., τότε οι νέοι στην κοινωνία αυτή χάνουν την εμπιστοσύνη στον εαυτό τους και στις δυνάμεις τους... Αυτή η πίστη τους αντιβαίνει στα χαρακτηριστικά και προσόντα που πρέπει να διαθέτει κάποιος επιχειρηματίας. Αντίθετα, εάν στην κοινωνία κυριαρχεί η αρχή ότι ανάλογα με την αξία και την προσπάθεια προοδεύουν και ανταμείβονται τα άτομα, τότε οι νέοι θα αναπτύξουν την εμπιστοσύνη στον εαυτό τους..., κάτι που θα τους εφοδιάσει μ' ένα πολλύ σημαντικό και απαραίτητο χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας. Επίσης, εάν στην κοινωνία επικρατήσει η άποψη ότι όλοι οι άνθρωποι πρέπει να είναι ίδιοι και να κάνουν τα ίδια πράγματα, τότε το συναίσθημα της ατομικότητας μειώνεται ή εξαφανίζεται και το επιχειρηματικό πνεύμα μετατρέπεται σε υπαλληλικό, κάτι που αργά ή γρήγορα θα οδηγήσει σε οικονομική καχεξία. Επιπλέον, όταν σε μια κοινωνία δεν συγχωρούνται οι αποτυχίες, αλλιά το άτομο που απέτυχε παραγκωνίζεται κοινωνικά, τότε δεν μπορεί να αναμένει κανείς σε αυτή την κοινωνία να αναλαμβάνονται σημαντικές επιχειρηματικές προσπάθειες. Ο ρόλος του επιχειρηματία ασκείται σε κλίμα αβεβαιότητας. Συνεπώς, και το ήθος είναι αναπόσπαστο τμήμα της επιχειρηματικότητας. Στην περίπτωση που το ήθος συγχωρείται κοινωνικά, αυτό μετατρέπεται σε εμπειρία και γνώση για τον επιχειρηματία ο οποίος θα ξαναπροσπαθήσει με περισσότερες τώρα ελπίδες επιτυχίας."¹³

13. Σε εμπειρική διερεύνηση (Evans, Leighton, 1989), πιστοποιήθηκε ότι τουλάχιστον για την οικονομία των Η.Π.Α η εμπιστοσύνη του ατόμου στον εαυτό του αποτελεί σημαντικό παράγοντα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας.

Η σημερινά παρατηρούμενη σχετικά θετική αντιμετώπιση της επιχειρηματικότητας από την κοινωνία μας, κάνει τους επιχειρηματίες να θέλουν κατά 51% να ενθαρρύνουν πολύ τα παιδιά τους να στραφούν σε παρόμοια σταδιοδρομία, ενώ μόνο το 14% να μη τα ενθαρρύνουν καθόλου. Συσχετίζοντας το πώς βλέπει σήμερα η κοινωνία τους επιχειρηματίες και σε ποιο αντίστοιχα βαθμό αυτοί θα ενθαρρύνουν τα παιδιά τους να στραφούν προς αυτή την σταδιοδρομία από τα στοιχεία μας καθίσταται φανερό ότι η σημερινή ευνοϊκή αποδοχή και επικρότηση της επιχειρηματικότητας ωθεί τους ίδιους τους επιχειρηματίες σε υψηλό ποσοστό (60,5%) να ενθαρρύνουν έντονα τα παιδιά τους να στραφούν και αυτά στην ίδια σταδιοδρομία.¹⁴

Ο βαθμός κοινωνικής αποδοχής ενός επαγγέλματος καθορίζεται σε σημαντικό βαθμό από την άμεση ή και έμμεση προώθηση που τυγχάνει. Ο βαθμός προώθησης του επαγγέλματος εξαρτάται από την ηθική και κοινωνική συμπεριφορά των μελών που το συνθέτουν, από τα οικονομικά και κοινωνικά τους επιτεύγματα, και από την εσκεμμένη προωθητική πολιτική που λαμβάνει χώρα και προέρχεται από την πολιτεία ή τους επαγγελματικούς φορείς. Εξετάζοντας σε ποιο βαθμό αποδίδουν οι επιχειρηματίες στην στρατηγική της πολιτείας την σημερινή θετική αποδοχή και επικρότηση της σταδιοδρομίας τους, παρατηρούμε, σύμφωνα με τα στοιχεία μας, ότι κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει. Με άλλα λόγια, η σημερινή κοινωνική αποδοχή και επικρότηση των επιχειρηματιών κυρίως προέρχεται από την συμπεριφορά και τα επιτεύγματα των ίδιων των επιχειρηματιών.

Εξετάζοντας επίσης, σε ποιο βαθμό η προβολή της επιχειρηματικότητας από τις διάφορες επιχειρηματικές ενώσεις και φορείς ενίσχυσε την κοινωνική της αποδοχή και επικρότηση, τα πράγματα δεν είναι καλύτερα. Σύμφωνα με τα δεδομένα του δείγματός μας, η ενίσχυση του κοινωνικού κύρους της επιχειρηματικότητας οφείλει πολύ λίγα στην πολιτική των επιχειρηματικών οργανώσεων και φορέων.

Από τις παραπάνω διαπιστώσεις φαίνεται ότι, σε γενικές γραμμές, η γενική στάση της κοινωνίας μας έναντι της επιχειρηματικότητας έχει βελτιωθεί αισθητά τα τελευταία χρόνια. Ελπίζεται ότι αυτή η τάση θα συνεχισθεί, αρκεί η επιχειρηματική δράση να ασκείται εντός του πλαισίου της αποδεκτής ηθικής και των νόμων. Με τον τρόπο αυτό θα βελτιωθεί η επιχειρηματική κουλτούρα στην κοινωνία μας με αποτέλεσμα, όπως έχουν επισημάνει

14. Μια τέτοια συνέχεια στις επαγγελματικές προτιμήσεις επιχειρηματιών -παιδιών τους, παρατηρήθηκε και σε άλλη σχετική μελέτη (Χασσίδ, Καραγιάννης, 1999, σσ. 139-40).

πολλοί αναλυτές (βλ. π.χ. Gilad, 1982, Gibb, 1988, Glancey, McQuaid, 2000, σσ. 179-80), να γίνει η επιχειρηματική σταδιοδρομία εθικιστικότερη για τα νεαρά άτομα.

Συμπεράσματα

Οι βασικές διαστάσεις της προσφοράς της επιχειρηματικότητας που εξετάσαμε στην παρούσα διερευνητική εργασία είναι: (α) η αποδοχή και ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας από το οικογενειακό και κοινωνικό περιβάλλον, (β) ο ρόλος της οικονομικής και κοινωνικής κρατικής στρατηγικής προς αυτόν τον στόχο, και (γ) ο σχετικός ρόλος των διαφόρων επιχειρηματικών ενώσεων και φορέων. Η εμπειρική διερεύνηση αυτών των κοινωνικο-οικονομικών χαρακτηριστικών και επιδράσεων που δέχονται οι επιχειρηματίες, οδηγεί στα παρακάτω ενδιαφέροντα συμπεράσματα που με την σειρά τους θα πρέπει να εθικύσουν το ενδιαφέρον και την στρατηγική της κοινωνικο-οικονομικής μας πολιτικής.

Βάσει των απαντήσεων του δείγματός μας καθίσταται φανερό ότι το οικογενειακό και κοινωνικό περιβάλλον εντός του οποίου αναπτύχθηκε η επιχειρηματικότητα, οδηγεί στην επισήμανση ότι "ο μύθος" του Έλληνα αυτοδημιούργητου επιχειρηματία είναι μάλλον πραγματικότητα. Η οικογενειακή βοήθεια προς τον επιχειρηματία στην ίδρυση της επιχείρησής του, χωρίς να είναι πολύ σημαντική, είχε περισσότερο ηθική παρά υθική υπόσταση. Σημαντική ήταν, κυρίως, όταν ο επιχειρηματίας συνέχιζε την οικογενειακή επιχείρηση ή την εξαγόραζε από άηθο άτομο. Παρά το γεγονός ότι διαφαίνεται μια οικογενειακή συνέχεια στις επιχειρήσεις, αυτό δεν συνεπάγεται ότι στην οικονομία μας υπάρχουν σημαντικά εμπόδια για την προσφορά επιχειρηματικότητας και από άτομα εκτός επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Μάλλον «ανοικτή» για την επιχειρηματικότητα κοινωνία και οικονομία θα χαρακτηρίζαμε την Ελλάδα μας.

Εκτός αυτών, το στενό κοινωνικό-φιλικό περιβάλλον δεν μπορεί να θεωρηθεί ως αποφασιστικής σημασίας παράγοντας που έστρεψε τους επιχειρηματίες να ακουθήσουν αυτή την σταδιοδρομία, αν και διαφαίνεται κάποια μικρή επίδρασή του όταν εξαγόρασαν την επιχείρησή τους ή συνέχισαν μια συγγενική τους. Αυτό είναι στοιχείο ενός χαρακτήρα ανεξαρτησίας και ατομισμού που φαίνεται να διαθέτουν οι επιχειρηματίες μας.

Ο τόπος που έζησαν τα εφηβικά τους χρόνια δεν μπορεί να εκληφθεί ως βασικής σημασίας όχι μόνο για την επιλογή της σταδιοδρομίας που έκαναν, αλλά και για το αντικείμενο της επιχείρησής τους. Επίσης, δεν μπορεί να

υποτεθεί ότι οι επιχειρηματίες που είχαν μεγαλώσει στον τάδε τόπο δέχθηκαν ισχυρότερα (ή λιγότερο ισχυρά) κίνητρα για να στραφούν στην επιχειρηματική σταδιοδρομία από διάφορους κρατικούς και επαγγελματικούς φορείς που λειτούργουσαν στον τόπο τους.

Τέλος, την εποχή που ίδρυσαν τις επιχειρήσεις τους, όπως δηλώνουν οι επιχειρηματίες, οι διάφοροι κοινωνικοί και επαγγελματικοί φορείς και οργανώσεις, δεν επέδρασαν σχεδόν καθόλου στην απόφασή τους αυτή. Επίσης, παρατήρησαν ότι την εποχή εκείνη δεν επικροτούσε σε πολύ μεγάλο βαθμό η κοινωνία την επιλογή αυτής της σταδιοδρομίας. Μια συνέπεια αυτών των καταστάσεων προφανώς ήταν να μειωθεί σε σημαντικό βαθμό το κίνητρο της κοινωνικής ανέλιξης ως παράγοντας τόνωσης της επιχειρηματικότητας. Τα πράγματα όμως φαίνεται ότι άλλαξαν από τότε μέχρι σήμερα, αφού οι επιχειρηματίες θεωρούν ότι έχει βελτιωθεί η αποδοχή της κοινωνίας για την σταδιοδρομία τους. Μάλιστα, πιστεύουν ότι η σημερινή κοινωνία τους χαρακτηρίζει έξυπνους, εργατικούς, προοδευτικούς και με μεγάλη συμβολή στην οικονομική μας ανάπτυξη. Η σημερινή όμως θετική κοινωνική αποδοχή και επικρότηση της επιχειρηματικότητας, δεν μπορούμε να ισχυρισθούμε ότι οφείλεται σε σημαντικό βαθμό σε κάποια συγκεκριμένη κρατική πολιτική ή ανάληψη στρατηγική επιχειρηματικών φορέων και ενώσεων.

Βιβλιογραφία

- Alexander,A. (1964) *Greek Industrialists*, Center of Planning and Economic Research, Athens.
- Alvarez,S., Busenitz,L. (2001) "The entrepreneurship of resource-based theory", *Journal of Management*, τομ. 27.
- Brockhaus, H.R. (1982) "The Psychology of the Entrepreneur" στο Kent,C., Sexton,D. Vesper,K. (επιμ.) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, εκδ. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Bruderl,J., Preisendorfer,P. (1998) "Network support and the success of newly founded business, *Small Business Economics*, τομ. 10.
- Bruno,A., Tyebjee,T. (1982) "The Environment for Entrepreneurship" στο Kent,C., Sexton,D. Vesper,K. (επιμ.) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, εκδ. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Busenitz,L, Lau,C. (1996) "A cross-cultural cognitive model of new venture creation" *Entrepreneurship: Theory and Practice*, τομ. 20.
- Casson,M. (1987) "Entrepreneur" στο *The New Palgrave: A Dictionary of Economics*, εκδ. The Macmillan Press Limited, London, τομ.2.

- Drakopoulou-Dodd,S., Patra,E. (2002) "National differences in entrepreneurial networking" *Entrepreneurship & Regional Development*, τομ. 14
- Euro barometer (2002) *Entrepreneurship*, EOS Gallup Europe, November.
- Evans,D., Leighton,L. (1989) "Some Empirical Aspects of Entrepreneurship" *American Economic Review*, τομ. 79, No 3.
- Gibb,A. (1988) "The Enterprise Culture Threat or Opportunity" στο S.Atkinson, G. Wills (επιμ.) *Entrepreneurs A Blue Print for Action*, εκδ. MCB University Press Limited.
- Gilad,B. (1982) On Encouraging Entrepreneurship: An Interdisciplinary Approach, *Journal of Behavioral Economics*, Summer.
- Glancey,K., McQuaid,R. (2000) *Entrepreneurial Economics*, εκδ. Macmillan Press.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2002) *Summary Report*, Babson College, Ewing Marion Kauffman Foundation, London Business School.
- Hofstede,G. (1991) *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, εκδ. McGraw-Hill Book Company, London.
- Καραγιάννης,Α.Δ. (1999) *Επιχειρηματικότητα και Οικονομία: Μελέτες*, εκδ. Interbooks, Αθήνα.
- Karayianis, A.D. (1996) "Entrepreneurial Pluralism and Cultural Diversity" L.Bekemans, R. Picht (επιμ.) *European Societies between Diversity and Convergence*, Τομ. II, εκδ. College of Europe, European Interuniversity Press, Brussels.
- Kirzner,M. I., (1982) "The Theory of Entrepreneurship in Economic Growth" στο Kent,C., Sexton,D. Vesper,K. (επιμ.) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Kirzner,M.I. (1997) "Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach" *Journal of Economic Literature*, τομ. XXXV, No 1.
- Μουρδουκούτας,Π. (2001) *Η Επιχειρηματικότητα στην Νέα Οικονομία*, εκδ. Ι Σιδέρης, Αθήνα.
- McClelland, D. (1961) *The Achieving Society*, εκδ. D. van Nostrand Comp.
- Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδος (2001) "Γνώμη της Ο.Κ.Ε. Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις- Το Παρόν και το Μέλλον" Αθήνα.
- Shane,S. Locke,E. Collins,J. (2003) "Entrepreneurial motivation" *Human Resource Management Review*, τομ. 13.
- Shapero,A. (1984) "The Entrepreneurial Event" στο C.A. Kent (επιμ.) *The Environment for Entrepreneurship*, εκδ. Lexington Books.

- Shapero, A., Sokol, L. (1982) "The Social Dimensions of Entrepreneurship" στο Kent, C., Sexton, D. Vesper, K. (επιμ.) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, εκδ. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Shook, C., Priem, R., McGee, J. (2003) "Venture Creation and the Enterprising Individual: A Review and Synthesis", *Journal of Management*, τομ. 29.
- Tropman, J., Morningstar, G. (1989) *Entrepreneurial Systems for the 1990: Their Creation, Structure, and Management*, New York, Quorum Books.
- Χασσίδ, Ι. Καραγιάννης, Α.Δ. (1999) *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Οικονομία: Οικονομική και Κοινωνική Προσέγγιση*, εκδ. Interbooks, Αθήνα.

