

ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ Δ. ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ

Επίκ. Καθηγητή
Πανεπιστημίου Πειραιώς,
Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια με την αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος των οικονομολόγων για την επιχειρηματικότητα έχουν εγερθεί σημαντικά θέματα. Ένα από αυτά είναι ότι εάν πράγματι η λειτουργία μικρών επιχειρήσεων είναι περισσότερο συμφέρουσα για την οικονομία από τη λειτουργία των μεγάλων, τότε θα πρέπει να αναπροσαρμοσθεί η οικονομική και κοινωνική πολιτική και να στραφεί περισσότερο στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και λιγότερο στην επιμόρφωση των managers.

Σε άλλη πρόσφατη εργασία μας [1993] εξετάζουμε εάν υπάρχουν και κατά πόσο είναι εμφανή συγκεκριμένα κίνητρα και χαρακτηριστικά του επιχειρηματία. Στο παρόν άρθρο θα εξετάσουμε τον τρόπο με τον οποίο οι διάφορες πλευρές του «γενικού» περιβάλλοντος μπορούν και επιδρούν στη διαμόρφωση της επιχειρηματικότητας στα άτομα. Ειδικότερα, θα εξετάσουμε τον τρόπο με τον οποίο το περιβάλλον των κοινωνικών και ηθικών αξιών, το κοινωνικό-οικογενειακό περιβάλλον και το εξωτερικό φυσικό περιβάλλον, επιδρούν στη διαμόρφωση ενός επιχειρηματικού πνεύματος στα άτομα. Με την ανάλυση αυτή επιχειρούμε αφ' ενός, να δείξουμε τη σπουδαιότητα της επίδρασης του γενικού περιβάλλοντος στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στα άτομα, και αφ' ετέρου, να εξετάσουμε τον τρόπο βελτίωσης του γενικού περιβάλλοντος ώστε να ενισχυθεί η επιχειρηματική δράση. Γι' αυτό και στο τελευταίο τμήμα αυτού του άρθρου παρουσιάζουμε μερικές στρατηγικές οικονομικής και κοινωνικής πολιτικής που πρέπει να υιοθετηθούν εάν θέλουμε να αυξή-

σουμε ή τουλάχιστον να διατηρήσουμε την επιχειρηματικότητα στη χώρα μας.

I. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΑΞΙΩΝ

Πριν ακόμη ιδρυθεί μια επιχείρηση, ο επιχειρηματίας έχει ήδη πάρει απόφαση να χαράξει ένα δικό του μονοπάτι στη ζωή. Την απόφασή του αυτή την παίρνει κάτω από ορισμένα εσωτερικά (δηλ. ψυχολογικά) και εξωτερικά (δηλ. από το περιβάλλον) κίνητρα. Τα κίνητρα αυτά μεταφράζονται με την ένταση της επιθυμίας με την οποία ένα άτομο θέλει να γίνει επιχειρηματίας. Η επιθυμία όμως μόνη της δεν είναι αρκετή. Αυτό που χρειάζεται για να πάρει την απόφαση το άτομο να προχωρήσει στην ίδρυση επιχείρησης εξαρτάται και από την εφικτότητα μιας τέτοιας πράξης.

Ας δούμε τώρα τον τρόπο με τον οποίο επιδρά το περιβάλλον των αξιών στην αύξηση ή μείωση της επιχειρηματικότητας σε μια οικονομία. Το περιβάλλον αξιών σχηματίζεται από τις ηθικές, φιλοσοφικές, κοινωνικές και πολιτιστικές ρίζες ενός λαού. Το κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο στην ώθηση της επιχειρηματικότητας. Ο Cochran [1965], υποστηρίζει ότι ο αριθμός των επιχειρηματιών που εμφανίζονται σε μια χώρα εξαρτάται από τις ηθικές, κοινωνικές και οικονομικές αξίες που επικρατούν σε αυτή την κοινωνία. Εάν με τις αξίες αυτές αντιμετωπίζεται θετικά η επιχειρηματική δραστηριότητα, τότε οι νέοι στρέφονται σε επιχειρηματική καριέρα, και αντίθετα. Επίσης, οι επιχειρηματίες ως μέλη της κοινωνίας μεταβάλλουν τις αξίες και τους στόχους τους ανάλογα με τις αντίστοιχες μεταβολές της κοινωνίας. Για παράδειγμα, στη σημερινή εποχή της περιβαλλοντολογικής καταστροφής, πολλοί επιχειρηματίες ωθούμενοι από τις ανάγκες της κοινωνίας για καλύτερο και καθαρότερο περιβάλλον έστρεψαν την προσοχή τους στον τομέα αυτό¹.

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 ανάλογη με την αξία και τις προσπάθειες των ατόμων, γ) τονίζει ότι τα άτομα μόνο με τις δυνατότητες και ικανότητές τους ξεπερνούν τα προβλήματά τους, και δ) προβάλλει περισ-

σότερο τα επιτεύγματα των επιχειρηματιών και όχι τις αδύναμες πλευρές τους [βλ. Kirzner, 1982, σ. 276, Casson, 1987, σ. 152]. Μια ελεύθερη κοινωνία και οικονομία προάγει περισσότερο την επιχειρηματικότητα, όπως μπορούμε εύκολα να διαπιστώσουμε από την αποτυχία των σοσιαλιστικών οικονομιών στην εποχή μας [βλ. Karayiannis, 1993]. Και όπως σημείωσε πρόσφατα ο Drucker [1985, σ. 40-1]: «Η επιχειρηματικότητα... είναι τρόπος συμπεριφοράς μάλλον παρά χαρακτηριστικό προσωπικότητας. Και οι βάσεις της βρίσκονται στις έννοιες και στις θεωρίες και όχι στην έμπνευση. Κάθε πρακτική στηρίζεται σε κάποια θεωρία, ακόμη κι αν αυτοί που την εφαρμόζουν έχουν άγνοια αυτής της θεωρίας. Η επιχειρηματικότητα στηρίζεται σε μία θεωρία της οικονομίας και της κοινωνίας. Η θεωρία αυτή βλέπει την αλλαγή ως κάτι το φυσιολογικό και, ακριβέστερα, ως κάτι το υγιές».

Είναι γεγονός ότι ο σχηματισμός της επιχειρηματικότητας εξαρτάται από τις γενικές αξίες της κοινωνίας. Εάν μια κοινωνία θέτει σε υψηλή αξία και μοίρα την ενασχόληση με τις επιχειρήσεις, τις καινοτομίες κτλ., τότε αυτή ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στα άτομα, και αντίθετα. Επίσης, όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των επιχειρηματιών σε μια κοινωνία, τόσο μεγαλύτερη η πιθανότητα τα νέα μέλη της κοινωνίας να στραφούν σε επιχειρήσεις [Shapiro and Sokol, 1982, σ. 84]². Ο Cole [1946, σ. 39], έχει σημειώσει ότι για να αναπτυχθεί η επιχειρηματικότητα μεταξύ των μελών μιας κοινωνίας θα πρέπει να υπάρχει ένα περιβάλλον με τα εξής χαρακτηριστικά: α) να επικρατεί το πνεύμα περιπέτειας, β) να υπάρχει σύστημα ισχυρών κινήτρων και γ) να είναι προσιτή η χρησιμοποίηση παραγωγικών μέσων από τα άτομα που πρόκειται να ακολουθήσουν την επιχειρηματική καριέρα.

Το εχθρικό περιβάλλον αξιών για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας δεν είναι μόνο αυτό που δεν εξασφαλίζει την ιδιοκτησία. Μπορεί να υπάρχει σύστημα ατομικής ιδιοκτησίας αλλά το περιβάλλον αξιών να μην είναι φιλικό προς την επιχειρηματικότητα. Το περιβάλλον αυτό είναι εχθρικό προς την επιχειρηματικότητα όταν λαμβάνουν χώρα τα εξής: α) οι επιχειρηματίες αντιμετωπίζονται σαν απατεώνες και εκμεταλλευτές, β) δεν είναι αποδεκτή ή εφαρμόσιμη η αρχή: «όσο προσπαθείς τόσο θα αμείβεσαι», και γ) δε συγχωρούνται κοινωνικά οι αποτυχίες³.

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 πολύ να κάνει δική του επιχείρηση. Αντίθετα, εάν καλλιεργηθεί (από μέρους κυρίως των παλαιών επιχειρηματιών) η εντύπωση ότι οι επιχειρηματίες είναι άτομα που προσπαθούν με τις ικανότητές τους και τη σκληρή εργασία τους να πετύχουν κάτι που θα ωφελήσει τους ίδιους αλλά και ολόκληρη την κοινωνία, τότε ενθαρρύνονται οι νέοι να στραφούν στη δημιουργία επιχειρήσεων⁴.

Εάν σε μία κοινωνία κυριαρχήσει η εντύπωση ότι δεν αμείβεται κανείς σύμφωνα με αυτό που κάνει, αλλά σύμφωνα με τις γνωριμίες που έχει κτλ., τότε οι νέοι στην κοινωνία αυτή χάνουν την εμπιστοσύνη στον εαυτό τους και στις δυνάμεις τους ή όπως αλλιώς λέγεται «πιστεύουν στον εξωτερικό έλεγχο». Αυτή η πίστη τους αντιβαίνει στα χαρακτηριστικά και προσόντα που πρέπει να διαθέτει κάποιος επιχειρηματίας, όπως υποστηρίζει η ψυχολογική σχολή του Rotter [βλ. Καραγιάννης, 1993]. 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 ή αλλιώς το συναίσθημα του «εσωτερικού ελέγχου», κάτι που θα τους εφοδιάσει μ' ένα πολύ 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 καχεξία⁵.

Η αποτυχία είναι τόσο συνυφασμένη με την ανθρώπινη προσπάθεια όσο και η επιτυχία. Όταν σε μία κοινωνία δε συγχωρούνται οι αποτυχίες, αλλά 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 λάθος είναι αναπόσπαστο τμήμα της επιχειρηματικότητας. Στην περίπτωση που το λάθος συγχωρείται κοινωνικά, αυτό μετατρέπεται σε εμπειρία και γνώση για τον επιχειρηματία, ο οποίος θα ξαναπροσπαθήσει με περισσότερες τώρα ελπίδες επιτυχίας. Εκτός αυτών, δεν πρέπει να ξεχνάμε τα λόγια του von Mises [1979, σ. 46]:

«Ελευθερία σημαίνει στην πραγματικότητα την ελευθερία να κάνεις λάθη».

Το «φιλικό» προς την επιχειρηματικότητα περιβάλλον είναι η βασική προϋπόθεση για τη γέννησή της. Αναγκαία όμως συνθήκη για την ανάπτυξή της είναι η ανυπαρξία οικονομικών, κοινωνικών κτλ. φραγμών που να εμποδίζουν το «άδραγμα» της επιχειρηματικής ευκαιρίας από όλους. Εάν ένα περιβάλλον δεν είναι εχθρικό προς την επιχειρηματικότητα αλλά χαρακτηρίζεται από διάφορους φραγμούς ως προς την εκμετάλλευση των επιχειρηματικών ευκαιριών σε διάφορα άτομα (π.χ. λόγω πολιτικών, κοινωνικών κτλ. πεποιθήσεων), τότε σε αυτή την κοινωνία υπάρχει επαρκής επιχειρηματικότητα αλλά εμφανίζεται μόνο σε περιορισμένα άτομα, τους εκλεκτούς (π.χ. οι προσκείμενοι σε πολιτικά κόμματα σε ορισμένες χώρες κτλ.). Με άλλα λόγια, δεν αρκεί μόνο να υπάρχει φιλικό περιβάλλον για τη γέννηση της επιχειρηματικότητας, θα πρέπει επίσης να υπάρχει «αξιοκρατικό» περιβάλλον για την ανάπτυξή της.

Όσον αφορά το ελληνικό κλίμα για την επιχειρηματικότητα έχουμε να επισημάνουμε τα εξής: Δεν υπάρχουν σημαντικά και ανυπέρβλητα εμπόδια για την τόνωση της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας. Η ελληνική κοινωνία είναι μια κοινωνία που σε γενικές γραμμές ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Από τους αρχαίους χρόνους οι πρόγονοί μας με τον μύθο του Ερμή είχαν σχεδόν θεοποιήσει την τέχνη του εμπορίου και των καινοτομιών. Όπως είναι γνωστό, ο Ερμής ήταν προστάτης του εμπορίου και της ανακάλυψης νέων προϊόντων. Το εμπορικό πνεύμα, η εξυπνάδα και η μεγάλη δραστηριότητα των επιχειρηματιών ήταν στοιχεία που βοήθησαν στην ανάπτυξη του πλούτου της αρχαίας Ελλάδος⁶. Από την εποχή εκείνη και μέχρι σήμερα το επιχειρηματικό δαιμόνιο των Ελλήνων είναι αναγνωρισμένο σε όλο τον κόσμο.

Οι αξίες της ελληνικής κοινωνίας ευνοούν την ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος γιατί σε γενικές γραμμές επικροτεί και επιβραβεύει τις επιχειρηματικές επιτυχίες, αν και τις τελευταίες δεκαετίες η εύκολη επιτυχία και πλουτισμός ορισμένων επιχειρηματιών έχει προκαλέσει μια κοινωνική επιφυλακτικότητα. Το αίσθημα της ελευθερίας και ανεξαρτησίας που κυριαρχεί στην ελληνική κοινωνία είναι ίσως ένας από τους περισσότερο αποφασιστικούς παράγοντες που αυξάνουν τη θέληση για επιχειρήσεις στα άτομα. Αυτό

που ίσως λείπει σε αυτή την κοινωνία και φέρνει απογοήτευση στους μελλοντικούς επιχειρηματίες, είναι η άνιση μεταχείριση (διαμέσου γνωριμιών κτλ.) των πολιτών από μέρους της πολιτείας. Ένα κλίμα ισότητας και ίσων επιχειρηματικών ευκαιριών από μέρους της πολιτείας είναι απαραίτητο για την τόνωση της προδιάθεσης για επιχειρήσεις στους νέους.

II. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Το κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον ευνοεί ή αποθαρρύνει την ανάληψη επιχειρηματικών έργων. Για παράδειγμα, η μεσαιωνική κοινωνία με τους περιορισμούς που επέβαλε στα άτομα, με τον αυστηρό διαχωρισμό τους σε απόλυτες τάξεις κτλ. δεν ευνοούσε την επιχειρηματικότητα. Στο πλαίσιο αυτό αναπτύχθηκε και η θεωρία του Weber [1904-5] ότι η Προτεσταντική ηθική ήταν το κλειδί για την ανάπτυξη του καπιταλισμού στην Ευρώπη. Η ερμηνεία όμως αυτή του Weber δεν μπορεί να δώσει εξηγήσεις για παρόμοια ανάπτυξη σε άλλες κοινωνίες και σε άλλους χώρους (π.χ. για την Ιαπωνία). Εκτός αυτού, το επιχειρηματικό πνεύμα είναι τόσο παλαιό όσο και η Ιστορία. Αυτό που έκανε ο Προτεσταντισμός δεν ήταν να αυξήσει το καπιταλιστικό πνεύμα αλλά, όπως υποστηρίζει ο Hill [1961], να υπερπηδήσει ορισμένα εμπόδια που είχε θέσει ο Καθολικισμός.

Τα κίνητρα των επιχειρηματιών και η στάση τους έναντι του κέρδους έλκουν την καταγωγή τους από την κοινωνία. Οι αποφάσεις τους επηρεάζονται από τις αξίες και τους περιορισμούς που θέτει η κοινωνία στην ανάληψη του κινδύνου (ρισοκίνδυνοι ή μη), στην αξία της οικονομικής ελευθερίας και στη στάση της έναντι του πλούτου. Η επιχειρηματική επιδίωξη δεν ξεκινά μόνο από την απόκτηση πλούτου αλλά και από τις παραδοσιακές αξίες του κύρους και των παραδοσιακών εννοιών της καλής ζωής [Gasse, 1982, σ. 58]. Για παράδειγμα, εάν το ηθικό, κοινωνικό, θρησκευτικό κτλ. περιβάλλον ενθαρρύνει και προβάλλει σαν 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. Επίσης, η γενική στάση των επιχειρηματιών σε μια κοινωνία έναντι της αβεβαιότητας επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από το εάν η κοι-

νωνία αυτή είναι αισιόδοξη ή απαισιόδοξη. Το φαινόμενο αυτό παρατηρήθηκε στην προπολεμική και μεταπολεμική Ελλάδα και κυρίως μεταξύ των βιομηχάνων. Ο μεγάλος βαθμός αβεβαιότητας που συνόδευε τις δεκαετίες 1950, 1960 [Κανελλόπουλος, 1965-6, σ. 1016-7] την ελληνική οικονομία — πιστεύουμε ότι ακόμη και σήμερα τη συνοδεύει — είχε (και ίσως να έχει ακόμη) ως αποτέλεσμα να στραφούν οι επιχειρηματίες σε εμπορο-κερδοσκοπικές και μικρού μεγέθους επιχειρήσεις. Το κοινωνικό περιβάλλον είναι θετικό για τον επίδοξο επιχειρηματία, όταν τον εφοδιάζει με εμπειρίες, πληροφορίες, γνώσεις της αγοράς, οικονομικές και κοινωνικές γνώριμίες κτλ.

Υπάρχει διαφορά μεταξύ της επιθυμίας να γίνει κάποιος επιχειρηματίας και της δυνατότητας ή εφικτότητας να το επιτύχει. Εάν παραγνωρίσουμε τα προσωπικά του χαρακτηριστικά και ικανότητα, τότε το άμεσο περιβάλλον διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην εφικτότητα να γίνει κανείς επιχειρηματίας. Από εμπειρικές μελέτες [βλ. Brockhaus, 1982, σ. 52, Shapero and Sokol, 1982, σ. 85-6] έχει δειχθεί ότι: α) εάν το οικογενειακό ή φιλικό περιβάλλον βοηθήσει χρηματικά τον επίδοξο επιχειρηματία, τότε η δυνατότητά του να ιδρύσει επιχείρηση αυξάνεται, και β) εάν αρκετά άτομα από το στενό κοινωνικό περιβάλλον του ατόμου έχουν επιτύχει ως επιχειρηματίες, τότε το άτομο αυτό παίρνει ισχυρά ερεθίσματα για να ακολουθήσει την επιχειρηματική καριέρα.

Από την προηγούμενη ανάλυση μπορούμε να σημειώσουμε συμπερασματικά, ότι η εφικτότητα ή δυνατότητα του ατόμου να ιδρύσει δική του επιχείρηση μειώνεται από τις εξής καταστάσεις: α) τους φραγμούς, κοινωνικούς, οικονομικούς, θρησκευτικούς κτλ. που εμποδίζουν τον επιχειρηματία να προσεγγίσει οικονομικούς πόρους και ιδιαίτερα κεφάλαια, β) την ταξική κατανομή των ατόμων στην κοινωνία που εμποδίζει την κινητικότητά τους προς τα άνω και προς τα κάτω (π.χ. αριστοκρατικές, κομματικές κτλ. κοινωνίες), και γ) την άνιση αντιμετώπιση των ατόμων από το κράτος. Από το άλλο μέρος, η εφικτότητα ή δυνατότητα του ατόμου να ιδρύσει δική του επιχείρηση θα εξαρτηθεί αναλογικά από: 1) τον αριθμό των συγγενών και φίλων που είχαν δική τους επιχείρηση, 2) την εκπαίδευση που έχει το άτομο ώστε να σταθμίσει επαρκέστερα τις δυνατότητές του, και 3) την εμπειρία του ατόμου από την εργασία του σε μικρές επιχειρήσεις [βλ. και Shapero, 1984, σ. 27].

Στην ελληνική κοινωνία, σύμφωνα με τα συμπεράσματα του Alexander [1964, σ. 77], υπήρχε κινητικότητα μεταξύ των τάξεων και ανυπαρξία αριστοκρατίας ή κάστας, γι' αυτό και οι επιχειρηματίες προέρχονταν από όλα τα οικονομικά και κοινωνικά στρώματα⁷. Πολλοί επίσης Έλληνες βιομήχανοι κατάγονταν από τη χαμηλότερη οικονομικά τάξη και ήταν αυτοδημιούργητοι. Δεν υπήρχαν στην Ελλάδα αρνητικά ταμπού για την εξάσκηση της επιχειρηματικότητας. Αντίθετα, η επιτυχία στον επιχειρηματικό και οικονομικό τομέα αναβίβαζε το άτομο κοινωνικά και αποκτούσε τον σεβασμό της κοινωνίας [Alexander, 1964, σ. 80-2]. Μάλλον η ίδια κατάσταση επικρατεί και σήμερα, παρά την πολλές φορές αντικοινωνική συμπεριφορά κάποιων επιχειρηματιών και την κατακραυγή που μερικές φορές ξεσήκωνε (δίκαια ή άδικα;) η συμπεριφορά αυτή. Για να εκφράσουμε όμως εγκυρότερη άποψη για τον τρόπο που «αντιμετωπίζει» η σημερινή ελληνική κοινωνία τον επιχειρηματία, είναι απαραίτητο να γίνουν εμπειρικές μελέτες όπως αυτή του Alexander.

Ας δούμε τώρα τον τρόπο που επιδρά το οικογενειακό περιβάλλον στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

Ο McClelland [1961a, σ. 239-253], ανέπτυξε την ψυχολογική θεωρία του «της θέλησης για επιτεύγματα» (need for Achievements) για την επιχειρηματικότητα, βασισμένος στον τρόπο που διαπαιδωνούνται τα παιδιά στην οικογένεια και στην κοινωνία και τις ηθικές και κοινωνικές αξίες που ενστερνίζονται και υιοθετούν. Εάν ο τρόπος διαπαιδαγώγησης του παιδιού είναι θετικός για την ανάπτυξη της επιθυμίας του για επιτεύγματα, τότε το παιδί, με την προϋπόθεση ότι η κοινωνία αποδίδει υψηλό κύρος στην επιχειρηματική καριέρα, θα ακολουθήσει την καριέρα αυτή. Σαν τρόπο ορθό για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στα παιδιά, ο McClelland [1961b, σ. 121], θεωρεί αυτή τη συμπεριφορά των γονέων που δεν είναι υπερπροστατευτική και που συνεχώς διαχέει στα παιδιά το συναίσθημα να βάζουν επιτεύγματα όλο και υψηλότερα και να προσπαθούν να τα φέρουν σε πέρας. Ο Kilby [1971, σ. 8] έχει συνοψίσει τη θεωρία αυτή του McClelland με το ακόλουθο σχήμα:

ιδεολογικές	κοινωνική κατάσταση	επιθυμία για	επιχειρηματική
αξίες	της οικογένειας	επιτεύγματα	συμπεριφορά

Ο McClelland έφθασε σε αυτό το συμπέρασμα αφού εξέτασε με διάφορους τρόπους τη συμπεριφορά παιδιών σε διάφορες κοινωνίες

της δεκαετίας του 1950. Μια από τις τεχνικές που ακολούθησε ήταν να εξετάσει το περιεχόμενο των παιδικών βιβλίων και παραμυθιών. Με τον τρόπο αυτό ήθελε να δείξει ότι εάν τα παιδιά διαβάζουν παραμύθια που δείχνουν την προσπάθεια επιτυχίας του ατόμου, τότε τα παιδιά αυτά αναπτύσσουν ένα υψηλότερο βαθμό επιθυμίας για επιτεύγματα. Ένα μειονέκτημα όμως της τεχνικής αυτής του McClelland ήταν ότι αμέλησε να συσχετίσει το περιεχόμενο των παραμυθιών με τη γενική κατάσταση της κοινωνίας την εποχή που γράφτηκαν τα παραμύθια αυτά.

Επίσης, ο Hagen [1963, σ. 135], στήριξε τη θεωρία του περί οριακών κοινωνικών ομάδων ως πηγή της επιχειρηματικότητας σε ορισμένες εποχές και κοινωνίες, στην υπόθεση ότι το μήνυμα που παίρνουν τα παιδιά από τους γονείς τους είναι θετικό γι' αυτό το σκοπό. Δηλαδή, όταν οι γονείς εμπνέουν στα παιδιά τους την επιθυμία να ξανακερδίσουν τη χαμένη οικονομική και κοινωνική τους θέση, τα παιδιά αυτά θα προσπαθήσουν να το επιτύχουν, εκτός των άλλων, και με την επιχειρηματική δραστηριότητα.

Δεν είναι όμως μόνο η συμπεριφορά των γονέων προς το παιδί σημαντική για τη διαμόρφωση επιχειρηματικών κινήτρων και χαρακτηριστικών στο άτομο, αλλά και το επάγγελμα των γονέων παίζει σημαντικό ρόλο. Έχει παρατηρηθεί ότι η εργασία που κάνουν οι γονείς πολλές φορές επηρεάζει αυτή που ακολουθούν τα παιδιά τους. Ένα μεγάλο ποσοστό των επιχειρηματιών προέρχονται από γονείς (πατέρα κυρίως) που ήταν επιχειρηματίες [Shapiro and Sokol, 1982, σ. 84]. Ο Marshall όμως πριν από ένα αιώνα [1890, σ. 249-50], παρατήρησε ότι μολονότι τα παιδιά των επιχειρηματιών έχουν συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλα παιδιά για να ακολουθήσουν την επιχειρηματική καριέρα, δεν μπορούμε να μιλήσουμε για «κάστα» επιχειρηματιών. Ο λόγος είναι ότι τα παιδιά των επιχειρηματιών απολαμβάνοντας «καλή» οικονομική ζωή είναι πιθανό να στραφούν σε άλλο επάγγελμα.

Η οικογενειακή οικονομική κατάσταση έχει θετική και αρνητική επίδραση στη στροφή του ατόμου προς την επιχειρηματικότητα. Με άνετες οικονομικές οικογενειακές δυνατότητες, το νεαρό άτομο μπορεί να σπουδάσει ευκολότερα και να ακολουθήσει άλλη καριέρα εκτός από αυτή του επιχειρηματία. Επίσης, εάν το νεαρό άτομο θέλει να ακολουθήσει την καριέρα του επιχειρηματία, έχει τα

απαραίτητα κεφάλαια για το ξεκίνημά του. Από το άλλο μέρος, η κακή οικονομική κατάσταση της οικογένειας που θα εξαναγκάσει το άτομο να εργασθεί από μικρή ηλικία και να μάθει να είναι περισσότερο αυτόνομο και να στηρίζεται στις δικές του δυνάμεις, επιδρά θετικά στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητάς του. Βέβαια, και σε πολλές περιπτώσεις, η κακή οικονομική κατάσταση της οικογένειας αποστερεί τον επίδοξο επιχειρηματία από τα απαραίτητα για το ξεκίνημά του κεφάλαια και μπορεί να αποτελέσει παράγοντα διακοπής ή και αναστολής της επιθυμίας του να ιδρύσει δική του επιχείρηση.

Ο τρόπος και η έκταση με την οποία επιδρά το επάγγελμα των γονέων στην καριέρα που θα ακολουθήσει το παιδί εξαρτάται από πολλές μεταβλητές οικονομικής, κοινωνικής αλλά και ιστορικής (δηλ. ήθη και έθιμα) φύσης. Για παράδειγμα, εάν οι Έλληνες γονείς προσπαθούν να δημιουργήσουν καλύτερες οικονομικές συνθήκες για τα παιδιά τους, περισσότερο απ' ό,τι άλλοι γονείς άλλης χώρας, τότε αναμένεται να είναι μεγαλύτερο το ποσοστό των Ελλήνων που θα ακολουθήσουν το επάγγελμα των γονέων τους. Ο λόγος είναι προφανής, οι γονείς με την εμπειρία και τις γνωριμίες που έχουν από το επάγγελμά τους θα μπορέσουν να βοηθήσουν περισσότερο ενεργά τα παιδιά τους. Ειδικότερα, στη συγκεκριμένη καριέρα του επιχειρηματία, εάν οι γονείς προσπαθούν να δημιουργήσουν κάποια επιχείρηση όχι τόσο για τον εαυτό τους όσο για τα παιδιά τους, τότε θα πρέπει να αναμένουμε ένα υψηλότερο ποσοστό των παιδιών να ακολουθούν την καριέρα και το επάγγελμα των γονέων τους, αφού το ξεκίνημα αυτής της καριέρας δε θα έχει τις συνηθισμένες δυσκολίες που συνοδεύουν πάντα μια νέα αρχή.

Από το άλλο μέρος, εάν οι γονείς είναι δυσαρεστημένοι από το επάγγελμα ή την επιχείρησή τους, τότε ίσως να προσπαθήσουν να εμψυχήσουν μια απέχθεια για την καριέρα αυτή στο παιδί τους. Στον ελληνικό χώρο υπάρχει η υποψία — χωρίς να έχει ερευνηθεί το θέμα — ότι η γενιά των γονέων μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο επιθυμούσε και τόνιζε στα παιδιά την καριέρα του μισθωτού και μάλιστα του δημοσίου υπαλλήλου. Ένας από τους λόγους ήταν ότι η αβεβαιότητα και οι γενικοί κίνδυνοι που είχαν οι ίδιοι αντιμετωπίσει ήταν τόσο μεγάλοι, ώστε να υπερτονίζουν τη σημασία του σχετικά σταθερού εισοδήματος των μισθωτών και να υποτονίζουν τα θετικά στοιχεία της επιχειρηματικής καριέρας.

Μία από τις πρώτες έρευνες που έγιναν στη χώρα μας για την επίδραση του επαγγέλματος των γονέων στην επιλογή της καριέρας των παιδιών είναι αυτή του Alexander. Ο Alexander [1964, σ. 45, 85] έχει δείξει ότι από τους Έλληνες βιομηχάνους των αρχών της δεκαετίας του 1960 το 30% περίπου προέρχονταν από πατέρα βιομήχανο. Αποτελέσματα αντίστοιχων περισσότερο πρόσφατων ερευνών που έχουν γίνει σε άλλες χώρες [βλ. Shapiro, 1984, σ. 26-7] έχουν δείξει ότι σε ποσοστό άνω του 60% οι νέοι επιχειρηματίες προέρχονται από γονείς που ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες.

Μία σύγχρονη προσέγγιση στην έρευνα των πηγών της επιχειρηματικότητας είναι η ψυχο-κοινωνική προσέγγιση που προτάθηκε με τον όρο «θεωρία κοινωνικής μάθησης» (social learning theory) [βλ. Schere, Adams, Wiebe, 1989, σ. 17-20]. Με τη θεωρία αυτή επιχειρείται να εξαχθούν συμπεράσματα από τον τρόπο που μαθαίνει να συμπεριφέρεται ένα άτομο παρατηρώντας τη συμπεριφορά των άλλων ατόμων. Με την προσέγγιση αυτή μπορεί να εξηγηθεί ο τρόπος σχηματισμού της επιχειρηματικότητας στα άτομα, σε σχέση με τη συμπεριφορά του περιβάλλοντος και τον τρόπο με τον οποίο ενστερνίσθηκαν ή απέρριψαν τη συμπεριφορά αυτή τα άτομα. Με άλλα λόγια, εάν ένα παιδί παρατηρώντας τη συμπεριφορά και τις αξίες των επιχειρηματιών γονέων του αξιολογήσει θετικά την καριέρα τους, τότε είναι πολύ πιθανό να την ακολουθήσει, ενώ εάν την αξιολογήσει αρνητικά είναι πολύ πιθανό να την απορρίψει.

III. ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Σύμφωνα με μελέτες που έγιναν σε προηγμένες οικονομίες (κυρίως στις ΗΠΑ), έχει δειχθεί ότι η επιχειρηματικότητα επηρεάζεται από ορισμένες οικονομικές μεταβλητές που βρίσκονται σε δεδομένο τοπικό περιβάλλον. Οι παράγοντες που επηρεάζουν τη συγκέντρωση των επιχειρηματιών σε έναν τόπο [βλ. Bruno and Tyebjee, 1982, σ. 293-7] είναι οι εξής:

1) Η δυνατότητα εύρεσης κεφαλαίων για την ίδρυση δυναμικών επιχειρήσεων. Τα κεφάλαια αυτά συνήθως προέρχονται από άλλους επιχειρηματίες που βρίσκονται σε αυτή την περιοχή και έχουν επιτύχει.

2) Η παρουσία επιτυχημένων επιχειρηματιών κινεί το ενδιαφέ-

ρον και προσελκύει επίδοξους επιχειρηματίες να ακολουθήσουν τα βήματά τους. Αυτό οδηγεί σε άνθηση μιας συγκεκριμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας ακόμη και σ' ένα πολύ μικρό μέρος⁸.

3) Η συγκέντρωση και ευκολία εξεύρεσης ειδικού τεχνικού προσωπικού σε κάποια περιοχή ευνοεί τη συγκέντρωση των επιχειρηματιών.

4) Όταν υπάρχει σε έναν τόπο υποδομή, δυνατότητα και ευκολία πρόσβασης στους προμηθευτές και πελάτες. Η ύπαρξη κατάλληλου και επαρκούς εδάφους για την ίδρυση επιχειρήσεων και η ύπαρξη άλλων αναγκών υποδομής επηρεάζουν τη συγκέντρωση των επιχειρήσεων.

5) Όταν η κρατική οικονομική πολιτική ευνοεί την εμφάνιση της επιχειρηματικότητας σε κάποια περιοχή. Στην Ελλάδα για παράδειγμα, έγινε προσπάθεια με τους διάφορους αναπτυξιακούς νόμους (π.χ. 1262/82, 1892/90 κτλ.) να συγκεντρωθεί η επιχειρηματικότητα σε περιοχές που ήταν είτε υποανάπτυκτες ή όπου έπρεπε να τονισθεί το στοιχείο της εθνικής παρουσίας.

6) Η απόσταση από τα Πανεπιστημιακά και άλλα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα. Η εγγύτητα των ιδρυμάτων αυτών σε μια περιοχή όχι μόνο παρέχει ειδικευμένο προσωπικό αλλά και πολύ επιχειρηματίες προέρχονται κατευθείαν από τα ιδρύματα αυτά.

IV. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Εάν υιοθετήσουμε τη σύγχρονη και πολύ διαδεδομένη μεταξύ των σύγχρονων οικονομολόγων άποψη, ότι το επιχειρηματικό πνεύμα που κυριαρχεί σε μια κοινωνία είναι ένας από τους βασικότερους μοχλούς οικονομικής ανάπτυξης, τότε θα πρέπει η οικονομική και κοινωνική πολιτική να ενθαρρύνει την επιχειρηματικότητα. Η σημερινή οικονομική πολιτική της «νέας εποχής της επιχειρηματικότητας» — όπως μπορούμε να χαρακτηρίσουμε την εποχή που ανοίγεται μπροστά μας — πρέπει να διαφοροποιηθεί από την πολιτική που ακολουθούνταν στο μεγαλύτερο μέρος του Δυτικού κόσμου τις δεκαετίες 1960-1970, που μπορούν να χαρακτηρισθούν σαν οι δεκαετίες των μεγάλων επιχειρήσεων και των managers. Η δημιουργία και ανάπτυξη μικρών και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων έχει παρατηρηθεί ότι οδηγεί σε ευνοϊκότερα οικονομικά απο-

τελέσματα σε σχέση προς την πολιτική της γιγάντωσης και ενοποίησης των επιχειρήσεων για τους εξής λόγους:

Πρώτο: Για να εισαχθεί μία καινοτομία από τη μεγάλη επιχείρηση, θα πρέπει αυτή να εξασφαλίσει μεγάλο όγκο παραγωγής για να εκμεταλλευτεί τις οικονομίες κλίμακας που διαθέτει. Ενώ μια μικρή επιχείρηση για να εισάγει μία καινοτομία θα αρκестθεί σε χαμηλότερο όγκο παραγωγής. Αυτό δείχνει [βλ. Kent, 1984, σ. 6-7, Shapiro, 1984, σ. 22] ότι οι μικρές και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις μπορούν να εισάγουν περισσότερες καινοτομίες από ό,τι οι μεγάλες και αυτό είναι ένας σημαντικός παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης.

Δεύτερο: Η ενδεχόμενα κακή οικονομική κατάσταση μιας μεγάλης επιχείρησης αποτελεί μεγάλο βάρος για το σύνολο της οικονομίας και μια υποχρέωση οικονομική, κοινωνική, ακόμη και «πατριωτική» που πρέπει να επιλυθεί. Η πίεση που εξασκεί μια μεγάλη επιχείρηση στην κυβέρνηση και το σύνολο της κοινωνίας για τη σωτηρία της είναι πολύ ισχυρή. Εάν όμως κάποιες μικρές επιχειρήσεις αποτύχουν για διάφορους λόγους, η επιβάρυνση για το σύνολο της κοινωνίας θα είναι σχετικά μικρή.

Τρίτο: Τα τελευταία χρόνια σε ορισμένες προηγμένες οικονομίες (π.χ. Η.Π.Α.) το μεγαλύτερο μέρος των νέων θέσεων εργασίας προήλθε από τις μικρές και μεσαίου μεγέθους ατομικές επιχειρήσεις [Kent, 1984, σ. 5-8, Drucker, 1985, σ. 13-4].

Η οικονομική πολιτική μπορεί με πολλούς τρόπους να γίνει μοχλός ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας σε μία κοινωνία⁹. Μερικοί από τους τρόπους αυτούς είναι οι εξής:

1) Αναδιάρθρωση του φορολογικού συστήματος υπέρ των μικρών και όχι των μεγάλων επιχειρήσεων. Ένα φορολογικό σύστημα που βοηθά τα πρώτα βήματα μιας επιχείρησης (δηλ. μικρή φορολογία) είναι απαραίτητο, εάν θέλουμε να ενθαρρύνουμε την επιχειρηματικότητα στους νέους [Drucker, 1985, σ. 300-1]. Επίσης, εάν η φορολογία εισοδήματος είναι υψηλή, μια μείωσή της κρίνεται σκόπιμη εάν θέλουμε να αυξήσουμε τη συσσώρευση κεφαλαίων στα μεμονωμένα άτομα που πιθανό να τα χρησιμοποιήσουν για την ίδρυση δικής τους επιχείρησης¹⁰.

2) Η μείωση και απλοποίηση της γραφειοκρατίας είναι ακόμη ένας σημαντικός παράγοντας που όχι μόνο θα απελευθερώσει χρόνο και κεφάλαια για την άσκηση της επιχειρηματικότητας, αλλά θα

μειώσει και το «ψυχολογικό» κόστος των επίδοξων επιχειρηματιών. Μην ξεχνάμε ότι η γραφειοκρατία για τον νέο επιχειρηματία σημαίνει σπατάλη κεφαλαίων και χρόνου. Επίσης, όπως έχει σημειωθεί από παλαιούς επιχειρηματίες [π.χ. βλ. Παπαστράτος, 1964, σ. 139, 166-7, 238], στη χώρα μας η γραφειοκρατία αποτελεί και τροχοπέδη για την είσοδο καινοτομιών από τις ελληνικές επιχειρήσεις.

3) Το τραπεζικό σύστημα πρέπει να αντιμετωπίζει τους μικρούς επιχειρηματίες με την ίδια, αν όχι καλύτερη συμπεριφορά απ' ό,τι τους μεγάλους. Η βοήθεια σε κεφάλαια στα πρώτα βήματα της επιχείρησης είναι πολύ σημαντική, θα πρέπει να βοηθηθεί το ξεκίνημα των μικρών επιχειρήσεων όχι μόνο για τους λόγους που αναφέραμε, αλλά και γιατί οι περισσότερες μεγάλες επιχειρήσεις ξεκίνησαν και αναπτύχθηκαν από μικρές¹¹. Η διοχέτευση των κεφαλαίων βάσει της αρχής των ίσων ευκαιριών, χωρίς ειδικούς φραγμούς για ορισμένα άτομα (ειδικότερα της επιχειρηματικής ηλικίας των 25-35 ετών), είναι ένα από τα ουσιαστικότερα μέσα ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας. Δυστυχώς, όπως έχουμε δείξει σε άλλη μελέτη μας [Καραγιάννης, 1992], ο κρατικός έλεγχος του τραπεζικού συστήματος τα τελευταία 40 χρόνια είχε σαν αποτέλεσμα να μη βοηθηθούν οικονομικά όσο θα έπρεπε οι επιχειρηματικές προσπάθειες των Ελλήνων. Το τραπεζικό μας σύστημα είναι απαραίτητο να στραφεί λιγότερο στη χρηματοδότηση των αναγνωρισμένων και προβληματικών ή δύναμει προβληματικών επιχειρήσεων, και περισσότερο στη χρηματοδότηση των νέων και δυναμικών επιχειρηματικών μονάδων.

4) Η αύξηση και η βελτίωση της παρεχόμενης εκπαίδευσης, όπως έχει δείξει ο Schultz [1975, σ. 836-39], οδηγεί τα άτομα και ειδικότερα τους επιχειρηματίες σε αύξηση της ικανότητάς τους να ανακατανέμουν τους παραγωγικούς πόρους που έχουν στη διάθεσή τους, όταν μεταβάλλονται οι οικονομικές συνθήκες της αγοράς. Με αυτό τον τρόπο μειώνεται η σπατάλη των παραγωγικών πόρων μιας οικονομίας και έχουμε γρηγορότερη διόρθωση των οικονομικών ανισορροπιών. Ο επιχειρηματίας, τη σημερινή εποχή, πρέπει να έχει αρκετά υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης και τεχνικής κατάρτισης για να μπορεί να παίρνει τις σημαντικές αποφάσεις που σχετίζονται με την οργάνωση της επιχείρησης, την προώθηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας, με τον έλεγχο της επιχείρησης κτλ.¹².

5) Η ακαδημαϊκή έρευνα και διδασκαλία πρέπει να απεγκλωβι-

σθεί από το συντηρητικό πλαίσιο της προετοιμασίας των σπουδαστών για καριέρα μισθωτού στις μεγάλες επιχειρήσεις και το δημόσιο. Θα πρέπει η διδασκαλία να κατευθύνεται και προς τις απαιτούμενες γνώσεις για την ίδρυση και ανάπτυξη μιας μικρής επιχείρησης. Γι' αυτό και το μάθημα της «επιχειρηματικότητας» (entrepreneurship) τα τελευταία χρόνια έχει εισαχθεί σε πολλά πανεπιστήμια του εξωτερικού και κυρίως στις ΗΠΑ, όπου στο χρονικό διάστημα 1967-1980 από 12 περίπου πανεπιστήμια που πρόσφεραν αυτό το μάθημα έγιναν 130 με μια τάση συνεχώς αυξανόμενη [Vesper, 1982, σ. 321-8]. Η διδασκαλία της επιχειρηματικότητας γίνεται κυρίως στα τμήματα διοίκησης επιχειρήσεων, στα οικονομικά και στις σχολές μηχανικών και συστημάτων παραγωγής. Η διδασκαλία μπορεί να γίνει με τη μελέτη άρθρων και βιβλίων, από ειδικό καθηγητή αλλά και επιχειρηματίες, και με την ανάπτυξη από τους σπουδαστές διαφόρων θεωρητικών επιχειρηματικών ιδεών και δραστηριοτήτων. Επίσης, το ακαδημαϊκό σύστημα μπορεί και πρέπει να βελτιώσει με τις έρευνές του την οικονομική και κοινωνική «εικόνα» του μικρού επιχειρηματία σε όλους τους κλάδους παραγωγής και υπηρεσιών.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Θα συμφωνήσουμε και εμείς με την παρατήρηση του Drucker [1985, σ. 296] ότι μια οικονομία που δεν αναπτύσσει την επιχειρηματικότητα δε θα μπορέσει να εκμεταλλευτεί προς όφελός της διάφορα τεχνολογικά και άλλου είδους επιτεύγματα. Πλούτος σε μια οικονομία δεν είναι οι παραγωγικοί μόνο πόροι αλλά και οι ιδέες των ανθρώπων. Σημαντικό μέρος αυτών των ιδεών αποτελούν και οι επιχειρηματικές ιδέες, που μόνο όταν μπορέσουν να εφαρμοσθούν και να αξιολογηθούν από την αγορά συμβάλλουν αποφασιστικά όχι μόνο στην οικονομική ανάπτυξη αλλά και στη διόρθωση των οικονομικών ανισορροπιών.

Εάν θέλουμε να εμπνεύσουμε την επιχειρηματικότητα στους νέους, θα πρέπει να κατευθύνουμε με κατάλληλο τρόπο τις διάφορες παραμέτρους του γενικού περιβάλλοντος στο οποίο δημιουργείται και αναπτύσσεται η επιχειρηματικότητα. Αλλά για να καταλήξουμε σε μια ωφέλιμη και δημιουργική προς αυτή την κατεύθυνση στρα-

τηγική, θα πρέπει να προηγηθεί η χρηματοδότηση και ανάληψη ειδικών εμπειρικών μελετών ώστε να αξιολογήσουμε τους σημαντικούς παράγοντες που επιδρούν στην επιχειρηματικότητα των Ελλήνων.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Alexander, A. [1964] *Greek Industrialists*, έκδ. Κ.Ε.Π.Ε., Αθήνα.
- Brockhaus, H.R. [1982] "The Psychology of the Entrepreneur", στο Kent, C., Sexton, D., Vesper, K. (eds): *Encyclopedia of Entrepreneurship*, έκδ. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Bruno, A., Tyebjee, T. [1982] "The Environment for Entrepreneurship", στο Kent, C., Sexton, D., Vesper, K. (eds): *Encyclopedia of Entrepreneurship*, έκδ. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Casson, M. [1987] "Entrepreneur", στο *The New Palgrave: A Dictionary of Economics*, έκδ. The Macmillan Press Limited, London, τόμ. 2.
- Cochran, T. [1965] "The Entrepreneur in Economic Change", *Explorations in Entrepreneurial History*.
- Cole, A. [1946] "An Approach to the Study of Entrepreneurship: A Tribute to Edwin F. Gay", στο H. Aitken (ed.): *Explorations in Enterprise*, έκδ. Harvard University Press, 1965.
- Drucker, P. [1985] *Innovation and Entrepreneurship*, ελλην. μετφ. Γ. Γαλάτης, έκδ. ΑΣΕ Βιβλιοθήκη Μάνατζμεντ, 1990.
- Gasse, Y. [1982] "Elaborations on the Psychology of the Entrepreneur", στο Kent, C., Sexton, D., Vesper, K. (eds): *Encyclopedia of Entrepreneurship*, έκδ. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Gibb, A. [1988] "The Enterprise Culture: Threat or Opportunity", στο S. Atkinson, G. Wills (eds): *Entrepreneurs: A Blue Print for Action*, έκδ. MCB University Press Limited.
- Gilder, G. [1985]: *The Spirit of Enterprise*, έκδ. Cuild Publishing, London.
- Glade, W. [1967] "Approaches to a Theory of Entrepreneurial Formation", *Explorations in Entrepreneurial History*, 2nd series, τόμ. 4, αριθ. 3.
- Hagen, E. [1963] "How Economic Growth Begins: A Theory of Social Change", στο P. Kilby (ed.): *Entrepreneurship and Economic Development*, έκδ. The Free Press, 1971.
- Hill, C. [1961] "Protestantism and the Rise of Capitalism", στο F.J. Fisher (ed.): *Essays in the Economic and Social History of Tudor and Stuart England: In Honour of R.H. Tawney*, έκδ. Cambridge University Press.
- Κανελλόπουλος, Α. [1965-6] «Ο Επιχειρηματίας και η Οικονομική Ανάπτυξις», *Σπουδαί*, τόμ. ΙΣΤ, 1965-6.
- Καραγιάννης, Α.Δ. [1992] *Η Εξέλιξη της Κεφαλαιαγοράς και η Χρηματοδότηση*

- της *Ελληνικής Οικονομίας*, μελέτη για το Κέντρο Ερευνών του Πανεπιστημίου Πειραιώς.
- Καραγιάννης, Α.Δ. [1993] «Κίνητρα και χαρακτηριστικά του Επιχειρηματία» (αδημοσίευτο).
- Karayiannis, A.D. [1992] "Entrepreneurship in Classical Greek Literature", *The South African Journal of Economics*, τόμ. 60, αριθ. 1.
- Karayiannis, A.D. [1993] "Entrepreneurship and the Transition from Socialism to a Free Market Economy", *International Journal of New Ideas*, τόμ. 2, αριθ. 1.
- Κομινού, Α. [1963-4]: «Αισθητή η παρ' ημίν έλλειψις φορέων Επιχειρηματικής Δράσεως», *Σπουδαί*, τόμ. ΙΔ, τεύχ. 1.
- Kent, C.A. [1984] "The Rediscovery of the Entrepreneur", στο C.A. Kent (ed.): *The Environment for Entrepreneurship*, έκδ. Lexington Books.
- Kilby, P. [1971] "Hunting the Heffalump", στο P. Kilby (ed.): *Entrepreneurship and Economic Development*, έκδ. The Free Press.
- Kirzner, M. I. [1982] "The Theory of Entrepreneurship in Economic Growth", στο Kent, C., Sexton, D., Vesper, K. (eds): *Encyclopedia of Entrepreneurship*, έκδ. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- McClelland, D. [1961a] *The Achieving Society*, έκδ. D. van Nostrand Comp.
- McClelland, D. [1961b] "The Achievement Motive in Economic Growth", στο P. Kilby (ed.): *Entrepreneurship and Economic Development*, έκδ. The Free Press, 1971.
- Marshall, A. [1890] *Principles of Economics*, 8η έκδ. Macmillan, 1959.
- Von Mises, L. [1979] *Economic Policy*, ελλ. μετφ. Γ. Λοβέρδος, *Η Οικονομική της Ελευθερίας*, έκδ. Ευρωεκδοτική, 1984.
- New York Times* [6 Μαΐου 1976].
- Παπαστράτος, Ε. [1964] *Η Δουλειά και ο Κόπος της: Από τη Ζωή μου*, έκδ. Αθήνα.
- Schere, R., Adams, J., Wiebe, F. [1989] "Developing Entrepreneurial Behaviours: A Social Learning Theory Perspective", *Journal of Organizational Change Management*, τόμ. 2, αριθ. 3.
- Schultz, T. [1975] "The Value of the Ability to Deal with Disequilibria", *Journal of Economic Literature*.
- Shapiro, A. [1984] "The Entrepreneurial Event", στο C.A. Kent (ed.): *The Environment for Entrepreneurship*, έκδ. Lexington Books.
- Shapiro, A., Sokol, L. [1982] "The Social Dimensions of Entrepreneurship", στο Kent, C., Sexton, D., Vesper, K. (eds): *Encyclopedia of Entrepreneurship*, έκδ. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Vesper, H. K. [1982] "Research on Education for Entrepreneurship", στο Kent, C., Sexton, D., Vesper, K. (eds): *Encyclopedia of Entrepreneurship*, έκδ. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Weber, M. [1904-5] *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, ελλ. μετφ. Δ. Κούρτοβικ, έκδ. Κάλβος, 1978.

ΥΠΟΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

1. Για παραδείγματα αυτού του είδους επιχειρηματικών δραστηριοτήτων βλ. Gilder [1985, σ. 77-9].

2. Ο Alexander [1964, σ. 129] αναλύοντας την περίοδο 1961-3, βρήκε ευνοϊκούς κοινωνικούς παράγοντες και περιβάλλον για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας. Ο Κομινός [1963-4, σ. 106] όμως, παρατηρεί ότι η ελληνική κοινωνία δεν είχε την εποχή αυτή ακόμη τοποθετήσει στην προσήκουσα βαθμίδα κοινωνικών αξιών την προσφορά του βιομηχάνου επιχειρηματία, με αποτέλεσμα το κοινωνικό κλίμα για την προσφορά του να είναι ανασχετικό.

3. Ο Gibb [1988, σ. 8] παρατηρεί ότι η ιδεολογία και πολιτική των κυβερνήσεων έναντι του μικρού ανεξάρτητου επιχειρηματία επιδρά στην αύξηση ή μείωση της επιχειρηματικότητας σε μια χώρα. Επίσης, ο Glade [1967, σ. 256, σημ. 4] υποστηρίζει ότι πολλές φορές η μορφή της πολιτικής ηγεσίας σε μερικές χώρες όπως το Μεξικό, σχετιζόταν άμεσα με την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στη χώρα.

4. Γι' αυτό και ο Παπαστράτος στην αυτοβιογραφία του [1964, σ. 145, 246] τονίζει την τιμιότητα των επιχειρηματιών ως προϋπόθεση για την οικονομική τους επιτυχία και κοινωνική άνοδο.

5. Για μια κριτική ανάλυση των κινήτρων και των χαρακτηριστικών του επιχειρηματία, βλ. Καραγιάννης [1993].

6. Για τις ιδέες και απόψεις που είχαν αναπτύξει για την επιχειρηματικότητα οι αρχαίοι Έλληνες, βλ. Karayiannis [1992].

7. Στην Ελλάδα η μεσαία τάξη που περιελάμβανε τους ελεύθερους επαγγελματίες, δημόσιους ανώτερους υπαλλήλους, αυξήθηκε μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, ενώ η ανώτερη τάξη δεν είχε ούτε ομοιογένεια μόρφωσης ούτε και παράδοση, αλλά αποτελούνταν από βιομηχάνους, εμπόρους, εφοπλιστές, γιατρούς, δικηγόρους κτλ. [Alexander, 1964, σ. 79]. Επομένως, δεν υπήρχε οξύς ταξικός περιορισμός στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, όπως συνέβη σε άλλες χώρες και σε άλλες εποχές.

8. Για παράδειγμα, στους New York Times [6 Μαΐου 1976] αναφέρονται οι Οινούσες, ένα πολύ μικρό και άγονο νησί, ως το μέρος από το οποίο προέρχονται 30 περίπου οικογένειες Ελλήνων εφοπλιστών που κατέχουν το 1/4 του ελληνικού εμπορικού στόλου, από τους μεγαλύτερους στον κόσμο.

9. Για την οικονομική πολιτική που πρέπει να ακολουθήσουν οι χώρες του πρώην Ανατολικού μπλοκ για να αυξήσουν την επιχειρηματικότητα στις οικονομίες τους βλ. Karayiannis [1993].

10. Ο Gilder [1985, σ. 137 κε.] υποστηρίζει ότι η αύξηση της επιχειρηματικότητας στην Ιαπωνία και η δημιουργία του Ιαπωνικού θαύματος είναι αποτέλεσμα των φορολογικών μειώσεων στους φόρους εισοδήματος και αποταμιεύσεων που εισήγαγαν στο τέλος της δεκαετίας του 1950 οι υπουργοί οικονομικών και μετέπειτα πρωθυπουργοί Ishibashi και Ikeda.

11. Βλ. Alexander [1964] για τα υψηλά ποσοστά μετασχηματισμού της ελληνικής βιοτεχνίας σε βιομηχανία τις δεκαετίες 1950, 1960.

12. Μελέτες που έγιναν στις ΗΠΑ στη δεκαετία του 1970 έδειξαν ότι το επίπεδο εκπαίδευσης και μόρφωσης των επιχειρηματιών έχει ανέλθει έναντι των προηγούμενων χρόνων [Gasse, 1982, σ. 64]. Επιπλέον, έχει παρατηρηθεί [Brockhaus, 1982, σ. 55], ότι οι επίδοξοι επιχειρηματίες είναι άτομα λιγότερο μορφωμένα και με ειδικές γνώσεις από ό,τι οι managers. Αυτό μπορεί να εξηγηθεί από το γεγονός ότι οι managers που έχουν υψηλότερη επιστημονική και επαγγελματική κατάρτιση βρίσκουν εύκολα εργασίες που τους ικανοποιούν, άρα είναι λιγότερο πρόθυμοι να προχωρήσουν σε ίδρυση δικής τους επιχείρησης.