
Περιβάλλον και Επιχειρηματικότητα*

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

6

Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια με την αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος των οικονομολόγων για την επιχειρηματικότητα έχουν εγερθεί σημαντικά θέματα. Ένα από αυτά αφορά στη λειτουργία των μικρών επιχειρήσεων, που αν πράγματι 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.

Στην ανάλυση που ακολουθεί θα εξετάσουμε τον τρόπο με τον οποίο οι διάφοροι παράγοντες 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 και το εξωτερικό φυσικό περιβάλλον επιδρούν στη διαμόρφωση ενός επιχειρηματικού πνεύματος στα άτομα. Με την ανάλυση αυτή επιχειρούμε να δείξουμε τη σπουδαιότητα της επίδρασης του γενικού περιβάλλοντος στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στα άτομα, και επίσης να εξετάσουμε τον τρόπο βελτίωσης του γενικού περιβάλλοντος, ώστε

* Δημοσιεύθηκε στο *Αντιχάρισμα στη Μνήμη του Καθηγητού Ιωάννου Κ. Παπαχαλαρίου*, εκδ. Πάντειο Πανεπιστήμιο, τόμ. Β', 1994, σσ. 1074-1093.

να ενισχυθεί η επιχειρηματική δράση. Γι' αυτό και στο τελευταίο τμήμα της ανάλυσης παρουσιάζουμε μερικές στρατηγικές οικονομικής και κοινωνικής πολιτικής που πρέπει να υιοθετηθούν εάν θέλουμε να αυξήσουμε ή τουλάχιστον να διατηρήσουμε την επιχειρηματικότητα στην οικονομία.

6.1. Περιβάλλον Αξιών

Πριν ακόμη ιδρυθεί μια επιχείρηση ο επιχειρηματίας έχει ήδη πάρει απόφαση να χαράξει ένα "δικό του μονοπάτι στη ζωή". Την απόφαση αυτή την παίρνει επηρεασμένος από ορισμένα εσωτερικά (ψυχολογικά) και εξωτερικά (από το περιβάλλον) κίνητρα, η επίδραση των οποίων διαφαίνεται στην ένταση της επιθυμίας ενός ατόμου για άσκηση της επιχειρηματικότητας. Η επιθυμία όμως μόνη της δεν είναι αρκετή. Αυτό που χρειάζεται για να αποφασίσει το άτομο να προχωρήσει στην ίδρυση επιχείρησης εξαρτάται και από τη δυνατότητα πραγματοποίησης μιας τέτοιας πράξης.

Ας δούμε 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. 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 περιβαλλοντικής καταστροφής, πολλοί επιχειρηματίες ωθούμενοι από τις ανάγκες της κοινωνίας για καλύτερο και καθαρότερο περιβάλλον έστρεψαν την προσοχή τους στον τομέα αυτό.¹

1. Για παραδείγματα αυτού του είδους επιχειρηματικών δραστηριοτήτων βλ. Gilder (1985, σσ. 77-79).

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 περισσότερο τα επιτεύγματα των επιχειρηματιών και όχι τις αδύνατες πλευρές τους.²

Μια ελεύθερη κοινωνία και οικονομία προάγει περισσότερο την επιχειρηματικότητα, όπως μπορούμε εύκολα να διαπιστώσουμε από την αποτυχία των σοσιαλιστικών οικονομιών στην εποχή μας. Και όπως σημείωσε πρόσφατα ο Drucker:

"Η επιχειρηματικότητα... είναι τρόπος συμπεριφοράς μάλλον, παρά χαρακτηριστικό προσωπικότητας. Και οι βάσεις της βρίσκονται στις έννοιες και στις θεωρίες κι 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 μια θεωρία της οικονομίας και της κοινωνίας. Η θεωρία αυτή βλέπει την αλλαγή ως κάτι το φυσιολογικό και, ακριβέστερα, ως κάτι το υγιές".³

Είναι γεγονός ότι ο σχηματισμός της επιχειρηματικότητας εξαρτάται από τις γενικές αξίες της κοινωνίας. Εάν μια κοινωνία θεωρεί ύψιστη αξία την ενασχόληση με τις επιχειρήσεις, τις καινοτομίες κ.λπ., 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.⁴ Ο Cole έχει σημειώσει ότι για να αναπτυχθεί η επιχειρηματικότητα μεταξύ των

2. Βλ. Kirzner (1982, σ. 276), Casson (1987, σ. 152).

3. Βλ. Drucker (1985, σσ. 40-41).

4. Βλ. Shapero και Sokol (1982, σ. 84). Ο Alexander (1964, σ. 129), αναλύοντας την περίοδο 1961-1963, βρήκε ευνοϊκούς κοινωνικούς παράγοντες και περιβάλλον για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας. Ο Κομινός (1963-1964, σ. 106), όμως, παρατηρεί ότι η ελληνική κοινωνία δεν είχε την εποχή αυτή ακόμη τοποθετήσει στην προσήκουσα βαθμίδα κοινωνικών αξιών την προσφορά του βιομήχανου επιχειρηματία, με αποτέλεσμα το κοινωνικό κλίμα για την προσφορά του να είναι ανασχετικό.

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.⁵

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 "ως απατεώνες και εκμεταλλευτές",
- (β) δεν είναι αποδεκτή ή εφαρμόσιμη η αρχή: "όσο προσπαθείς, τόσο θα αμείβεσαι" και
- (γ) δεν συγχωρούνται κοινωνικά οι αποτυχίες.⁶

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 επιχειρήσεων.⁷

5. Βλ. Cole (1946, σ. 39).

6. 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. Ο Glade (1967, σ. 256, υποσ. 4) υποστηρίζει σχετικά ότι πολλές φορές η μορφή της πολιτικής ηγεσίας σε μερικές χώρες, όπως το Μεξικό, σχετιζόταν άμεσα με την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στη χώρα.

7. Γι' αυτό και ο Παπαστράτος στην αυτοβιογραφία του (1964, σσ. 145, 246) τονίζει την τιμιότητα των επιχειρηματιών ως προϋπόθεση για την οικονομική τους επιτυχία και κοινωνική άνοδο.

Εάν σε μια κοινωνία κυριαρχήσει η εντύπωση ότι δεν αμείβεται κάποιος σύμφωνα με αυτό που κάνει, αλλά σύμφωνα με τις γνωριμίες που έχει κ.λπ., 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 αντιτίθεται στα χαρακτηριστικά και προσόντα που πρέπει να διαθέτει κάποιος επιχειρηματίας, όπως υποστηρίζει η ψυχολογική σχολή του Rotter, που θα αναλύσουμε περισσότερο στο επόμενο κεφάλαιο. 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 καχεξία.

Η αποτυχία είναι τόσο συνυφασμένη με την ανθρώπινη προσπάθεια όσο και η επιτυχία. Όταν σε μια κοινωνία δεν 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 πλέον ελπίδες επιτυχίας. Εκτός αυτών, δεν πρέπει να ξεχνάμε τα λόγια του von Mises:

"Ελευθερία σημαίνει στην πραγματικότητα την ελευθερία να κάνεις λάθη".⁸

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, κ.λπ. φραγμών, που εμποδίζουν να "αδραχθεί" η επιχειρηματική ευκαιρία από τον καθένα. Όταν ένα περιβάλλον δεν είναι εχθρικό προς την

8. Βλ. von Mises (1979, σ. 46).

επιχειρηματικότητα, αλλά χαρακτηρίζεται από διάφορους φραγμούς προς την εκμετάλλευση των επιχειρηματικών ευκαιριών σε διάφορα άτομα (π.χ. λόγω πολιτικών, κοινωνικών κ.λπ. πεποιθήσεων), τότε σε αυτή την κοινωνία υπάρχει επαρκής επιχειρηματικότητα, αλλά περιορίζεται μόνο σε συγκεκριμένα άτομα "τους εκλεκτούς" (π.χ. οι προσκείμενοι σε πολιτικά κόμματα σε ορισμένες χώρες κ.λπ.). 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 στο ελληνικό κλίμα για την επιχειρηματικότητα έχουμε να επισημάνουμε τα εξής: Δεν υπάρχουν σημαντικά και ανυπέρβλητα εμπόδια για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας. Η ελληνική κοινωνία 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 Ελλάδας.⁹ 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, καθώς 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 από αυτή την κοινωνία και φέρνει απογοήτευση στους μελλοντικούς επιχειρηματίες είναι η άνιση μεταχείριση (διαμέσου γνωριμιών κ.λπ.) των πολιτών από μέρους της πολιτείας. Ένα κλίμα ισότητας και ίσων επιχειρηματικών ευκαιριών από μέρους της πολιτείας είναι απαραίτητο για την ενίσχυση της προδιάθεσης για επιχειρήσεις στους νέους.

9. Για τις ιδέες και απόψεις που είχαν αναπτύξει για την επιχειρηματικότητα οι αρχαίοι Έλληνες βλ. το κεφάλαιο 3.

6.2. Κοινωνικό και Οικογενειακό Περιβάλλον

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 κ.λπ., δεν ευνοούσε την επιχειρηματικότητα. Στο πλαίσιο αυτό αναπτύχθηκε και η θεωρία του Weber (1904-1905) 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 η ενδυνάμωση του καπιταλιστικού πνεύματος αλλά, όπως υποστηρίζει ο Hill (1961), η παράκαμψη ορισμένων εμποδίων που είχε θέσει ο Καθολικισμός.

Τα κίνητρα των επιχειρηματιών και η στάση τους έναντι του κέρδους αντλούνται από την κοινωνία. Οι αποφάσεις τους επηρεάζονται από τις αξίες και τους περιορισμούς που θέτει η κοινωνία στην ανάληψη του κινδύνου (ριψοκίνδυνη ή μη), στην αξία της οικονομικής ελευθερίας και στη στάση της έναντι του πλούτου. Η επιχειρηματική επιδίωξη δεν υποκινείται μόνο από την απόκτηση πλούτου αλλά και από τις παραδοσιακές αξίες του κύρους και των παραδοσιακών εννοιών της "ορθής ζωής".¹⁰ Για παράδειγμα, εάν το ηθικό, κοινωνικό, θρησκευτικό κ.λπ. περιβάλλον ενθαρρύνει και προβάλλει ως αξία της ζωής την ιδιοκτησία επιχείρησης, τότε 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 κοινωνία 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 την ελληνική οικονομία -πιστεύουμε ότι ακόμη και σήμερα τη συνοδεύει- είχε (και ίσως να έχει ακόμη) ως αποτέλεσμα να στραφούν οι επιχειρηματίες σε εμποροκερδοσκοπικές

10. Βλ. Gasse (1982, σ. 58).

και μικρού μεγέθους επιχειρήσεις.¹¹ Το κοινωνικό περιβάλλον είναι θετικό για τον επίδοξο επιχειρηματία, μόνο όταν τον εφοδιάζει με εμπειρίες, πληροφορίες, γνώσεις της αγοράς, οικονομικές και κοινωνικές γνωριμίες κ.λπ.

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 για την πραγμάτωση της επιθυμίας να γίνει κάποιος επιχειρηματίας. Από εμπειρικές μελέτες 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.¹²

Από την προηγούμενη ανάλυση μπορούμε να σημειώσουμε συμπερασματικά, ότι η δυνατότητα ή το εφικτό της επιθυμίας του ατόμου να ιδρύσει δική του επιχείρηση μειώνεται από τις εξής καταστάσεις:

- (α) τους φραγμούς, κοινωνικούς, οικονομικούς, θρησκευτικούς κ.λπ., 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 κ.λπ. κοινωνίες), και
- (γ) την άνιση αντιμετώπιση των ατόμων από το κράτος.

Από το άλλο μέρος, η 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

11. Βλ. Κανελλόπουλος (1965-1966, σσ. 1016-1017).

12. Βλ. Brockhaus (1982, σ. 52), Shapero και Sokol (1982, σ. 85-86).

- (3) την εμπειρία του ατόμου από την εργασία του σε μικρές επιχειρήσεις.¹³

Στην ελληνική κοινωνία, σύμφωνα με τα συμπεράσματα του Alexander, υπήρχε κινητικότητα μεταξύ των τάξεων και ανυπαρξία αριστοκρατίας ή κάστας, γι' αυτό και οι επιχειρηματίες προέρχονταν από όλα τα οικονομικά και κοινωνικά στρώματα. 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 αυτό εξασφάλιζε τον σεβασμό της κοινωνίας.¹⁴ Μάλλον η ίδια κατάσταση επικρατεί και σήμερα, παρά την πολλές φορές αντικοινωνική συμπεριφορά κάποιων επιχειρηματιών και την κατακραυγή που μερικές φορές εγείρει (δίκαια ή άδικα;) η συμπεριφορά αυτή.

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

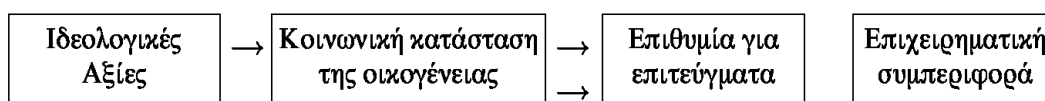
Ο McClelland ανέπτυξε την ψυχολογική θεωρία "της θέλησης για επιτεύγματα" (need for Achievements) για την επιχειρηματικότητα, βασισμένος στον τρόπο που διαπαιδαγωγούνται τα παιδιά στην οικογένεια και στην κοινωνία και τις ηθικές και κοινωνικές αξίες που ενστερνίζονται και υιοθετούν.¹⁵ Εάν ο τρόπος διαπαιδαγώγησης του παιδιού είναι θετικός ως προς 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. Ως ορθό τρόπο για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στα παιδιά, ο McClelland, θεωρεί αυτή τη συμπεριφορά των γονέων που δεν είναι υπερπροστατευτική και που συνεχώς εμπνέει στα παιδιά την επιθυμία να στοχεύουν επιτεύγματα όλο και υψηλότε-

13. Βλ. και Shapero (1984, σ. 27).

14. Βλ. Alexander (1964, σσ. 77, 80-82). Στην Ελλάδα, η μεσαία τάξη που περιλάμβανε τους ελεύθερους επαγγελματίες και τους ανώτερους δημόσιους υπάλληλους αυξήθηκε μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, ενώ η ανώτερη τάξη δεν είχε ομοιογένεια ούτε και παράδοση, βλ. 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.

15. Βλ. McClelland (1961α, σσ. 239-253).

ρα και να προσπαθούν να τα φέρουν σε πέρας.¹⁶ Ο Kilby¹⁷ έχει συνοψίσει τη θεωρία αυτή του McClelland με το ακόλουθο σχήμα:



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 χρησιμοποίησε ήταν η εξέταση του περιεχομένου 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 έναν 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.

Ο Hagen, παρόμοια, στήριξε τη θεωρία του περί περιθωριακών 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 τον σκοπό.¹⁸ 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 των γονέων πολλές φορές επηρεάζει αυτή που ακολουθούν τα παιδιά τους. Ένα μεγάλο ποσοστό των επιχειρηματιών προέρχονται από γονείς (πατέρα κυρίως) που ήταν επιχειρηματίες.¹⁹ Ο Marshall, πριν από έναν αιώνα,

16. Βλ. McClelland (1961β, σ. 121).

17. Βλ. Kilby (1971, σ. 8).

18. Βλ. Hagen, (1963, σ. 135).

19. Βλ. Shapero και Sokol (1982, σ. 84).

παρατήρησε όμως ότι μολονότι τα παιδιά των επιχειρηματιών έχουν σαφές πλεονέκτημα, σε σχέση με άλλα παιδιά, για να ακολουθήσουν την επιχειρηματική καριέρα, δεν μπορούμε να μιλήσουμε για "κάστα" επιχειρηματιών.²⁰ 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 ανεξάρτητο και να στηρίζεται στις δικές του δυνάμεις, επιδρά θετικά στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητάς του. Βέβαια, σε πολλές περιπτώσεις, η κακή οικονομική κατάσταση της οικογένειας στερεί στον επίδοξο επιχειρηματία τα απαραίτητα για το ξεκίνημά του κεφάλαια και μπορεί να αποτελέσει ανασταλτικό ή και καθοριστικό παράγοντα καταστολής 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 (δηλαδή 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

20. Βλ. Marshall (1890, σσ. 249-250).

Ξεκίνημα αυτής της καριέρας δεν 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 εμφυσήσουν 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 για τα παιδιά και τους τόνιζε ότι έπρεπε ν' ακολουθήσουν 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 υποβαθμίζουν τα θετικά στοιχεία της επιχειρηματικής καριέρας.

Μια 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 έχει δείξει ότι από τους Έλληνες βιομήχανους των αρχών της δεκαετίας του 1960 το 30% περίπου προέρχονταν από πατέρα βιομήχανο.²¹ Αποτελέσματα αντίστοιχων, περισσότερο πρόσφατων, ερευνών που έχουν γίνει σε άλλες χώρες, έχουν δείξει ότι σε ποσοστό άνω του 60% οι νέοι επιχειρηματίες προέρχονται από γονείς που ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες.²²

Μια σύγχρονη προσέγγιση στην έρευνα των πηγών της επιχειρηματικότητας είναι η ψυχοκοινωνική προσέγγιση, που προτάθηκε με τον όρο "θεωρία κοινωνικής μάθησης" (social learning theory).²³ 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 ανάπτυξης 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.

21. Βλ. Alexander (1964, σσ. 45, 85).

22. Βλ. Shapero (1984, σσ. 26-27).

23. Βλ. Schere, Adams, Wiebe (1989, σσ. 17-20).