

Κοινωνική Αξιολόγηση της Ελληνικής Επιχειρηματικότητας*

Αναστάσιος Δ. Καραγιάννης
Καθηγητής Πανεπιστημίου Πειραιώς
Οικονομικό Τμήμα
adkar@unipi.gr

Περίληψη

Με «εργαλείο» ένα ερωτηματολόγιο σχετικά σχεδιασμένο να απαντηθεί από επιχειρηματίες (δείγμα 1728 επιχειρηματιών) που είχαν κάποια χαρακτηριστικά (ηλικία, τόπο και τομέα δραστηριότητας, κ.λπ) στην παρούσα εργασία διερευνάται ο τρόπος με τον οποίο η ελληνική κοινωνία αντιμετωπίζει την σταδιοδρομία και την συνεισφορά τους. Με τον τρόπο αυτό αναμένεται να ριχθεί φως σε ένα σημαντικό κίνητρο του επιχειρηματία: την κοινωνική του καταξίωση ή απαξίωση. Ανάλογα με την κοινωνική αυτή αξιολόγηση αναμένεται να ισχυροποιείται ή όχι η επιχειρηματικότητα στα άτομα. Επίσης, διερευνήθηκε εάν το κοινωνικό περιβάλλον επέδρασε στην επιχειρηματική συμπεριφορά και στην πηγή των επιχειρηματικών ιδεών στην οποία στράφηκαν για να ιδρύσουν τις επιχειρήσεις τους. Από τα κύρια συμπεράσματα του άρθρου είναι ότι η Ελληνική κοινωνία δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι αποθαρρύνει σημαντικά την επιχειρηματικότητα, είναι αυτή όμως που σημαντικά επιδρά σε κάποιες συμπεριφορές των επιχειρηματιών.

Εισαγωγή

Οι κοινωνικές επιδράσεις στην επιχειρηματικότητα, είναι πολλές και σημαντικές. Έχει ήδη προταθεί πριν από πολύ καιρό (Johnson, 1951) να χρησιμοποιούνται κοινωνιολογικά στοιχεία στην έρευνα της επιχειρηματικότητας. Η συλλογή άρθρων των de Bruin, Dupuis (2003) εμπεριέχει αναλυτικές μελέτες διαφόρων κοινωνιολογιών στοιχείων που συνοδεύουν την επιχειρηματικότητα σε θεωρητικό και εμπειρικό επίπεδο. Η κοινωνιολογική ανάλυση, για παράδειγμα, μπορεί να οδηγήσει σε διευκρίνιση των παραγόντων που ελκύουν στην επιχειρηματικότητα (Reynolds, 1991, Thornton, 1999). Έχει υποστηριχθεί ότι το περιβάλλον, υπό την ευρεία έννοια των οικονομικο-κοινωνικών και πολιτισμικών συνθηκών του, επιδρά κυρίως στην προδιάθεση και πρόθεση του ατόμου για επιλογή καριέρας και στη συνέχεια εάν υπάρχουν οι κατάλληλες προϋποθέσεις στην ίδρυση νέων επιχειρήσεων. Με ειδικές μελέτες διαπιστώθηκε και ότι στην χώρα μας -όπως και σε άλλες- η θέληση των ατόμων να στραφούν στην ίδρυση δικής τους επιχείρησης επηρεάζεται σε σημαντικό βαθμό από οικογενειακούς και κοινωνικούς παράγοντες.¹ Μια παράμετρος τοιουτοτρόπως που στρέφει ένα νεαρό άτομο στην επιχειρηματική σταδιοδρομία έχει διαπιστωθεί ότι είναι το κοινωνικό και φιλικό του περιβάλλον (Karayiannis, 1996, Busenitz, Lau, 1996). Η μίμηση σταδιοδρομίας και δράσεων είναι ένας παράγοντας που διαχύει την επιχειρηματικότητα στα άτομα και ειδικότερα

* Εκφράζω τις ευχαριστίες μου στους φοιτητές του Οικονομικού τμήματος του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών για την βοήθειά τους στην συγκέντρωση των ερωτηματολογίων. Επίσης ευχαριστώ τους συνεργάτες μου Παναγιώτη Λιότσο, Χρήστο Αλεξανδράκη και Δημήτρη Μωραϊτέλη που βοήθησαν στην στατιστική επεξεργασία των δεδομένων.

¹ Για την χώρα μας βλ.Χασσίδ, Καραγιάννης (1999, κεφ. 6,7) και Καραγιάννης (2004).

στις κοινωνικές, εθνικές και κάθε άλλου είδους μειονότητες (Masurel, Nijkamp, Vindigni, 2004) με σημαντικά αποτελέσματα στην οικονομική ευημερία όχι μόνο περιφερειών αλλά και πόλεων (π.χ. βλ. Bradley, Fryar, van Riper, 2003). Γι' αυτό και εξετάσθηκε (Greenfield, Strickon, 1981) η προσφορά επιχειρηματικότητας βάσει χαρακτηριστικών της εξελικτικής θεωρίας της γενετικής για να δείχθει ότι μια νέα επιχειρηματική συμπεριφορά, θα δημιουργήσει νέους στόχους, με τους οποίους θα επιτευχθεί μια αποδοτικότερη χρήση των πόρων που με την σειρά της, διαμέσου της μίμησης, θα μεταβάλλει τον επιχειρηματικό πληθυσμό. Πέραν αυτών έχει γίνει αποδεκτό, ότι όσο ισχυρά και να είναι τα κίνητρα του ατόμου για να ακολουθήσει την σταδιοδρομία του επιχειρηματία, θα πρέπει να υπάρχει το κατάλληλο κοινωνικό περιβάλλον για να οδηγήσουν αυτά σε επιτυχή επιχειρηματική κατάληξη.² Όλα αυτά δείχνουν το πόσο η ανάλυση της κοινωνικής αντιμετώπισης του φαινομένου της επιχειρηματικότητας είναι ένα θέμα που όχι μόνο έχει πολλές σημαντικές διαστάσεις και επιδράσεις αλλά και ανοικτό ακόμη πεδίο σχετικών ερευνών.

Για τους λόγους αυτούς, στην παρούσα μελέτη διερευνάται το πώς αξιολογεί η Ελληνική κοινωνία την σύγχρονη επιχειρηματικότητα. Εάν την αξιολογεί θετικά και σε σημαντικό βαθμό, αυτό αναμένεται να επιδρά θετικά στην θέληση των ατόμων να γίνουν επιχειρηματίες, εάν την αξιολογεί αρνητικά τότε έχουμε αντίθετα αποτελέσματα. Σύμφωνα με τα στοιχεία του *Global Entrepreneurial Monitor* (GEM, 2005-6, σ. 99) φαίνεται ότι οι επίδοξοι επιχειρηματίες στην χώρα μας αναγνωρίζουν ότι η επιχειρηματική επιτυχία οδηγεί στην κοινωνική καταξίωση της σταδιοδρομίας τους. Συνεπώς, αναμένεται ότι η αξιολόγηση της κοινωνίας είναι σημαντικός παράγοντας προσφοράς επιχειρηματικότητας που αξίζει να διερευνηθεί. Για την διερεύνηση αυτής της αξιολόγησης χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο η διάρθρωση του οποίου αναλύεται στο πρώτο τμήμα. Στο επόμενο, παρουσιάζονται τα ατομικά χαρακτηριστικά και οι ιδιαίτερες εμπειρίες-γνώσεις των επιχειρηματιών. Στο τρίτο, αναλύονται οι πηγές των επιχειρηματικών τους ιδεών έτσι ώστε να έχουμε ένα ολοκληρωμένο προφίλ του επιχειρηματία. Έχοντας διαπιστώσει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τις εμπειρίες-γνώσεις και δυνατότητες των επιχειρηματιών, στο τέταρτο τμήμα αναλύονται οι διάφορες κοινωνικές αξιολογήσεις της επιχειρηματικότητας από πλευρά οικονομικής συμβολής και ηθικής στάθμης.

Μεθοδολογία και διάρθρωση δείγματος

Η εν λόγω έρευνα διεξήχθη με την χρήση ερωτηματολογίου κλειστών απαντήσεων σε 1728 επιχειρηματίες την άνοιξη του 2006. Ο κάθε σπουδαστής ανέλαβε να συγκεντρώσει δέκα ερωτηματολόγια που έχουν απαντηθεί από τον ιδιοκτήτη -επιχειρηματία της επιχείρησης. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου γινόταν με την παρουσία τους αφού είχαν εκπαιδευθεί για να είναι σε θέση να βοηθήσουν στην κατανόηση των ερωτήσεων από τους επιχειρηματίες. Η επιλογή του δείγματος δεν έγινε βάσει δεδομένων καταλόγων επιχειρήσεων, είχε όμως την έννοια του τυχαίου επειδή ο κάθε φοιτητής επέλεγε τυχαία από περιοχή που είχε πρόσβαση τις επιχειρήσεις που δρούσαν εκεί. Επιλέχθηκε αυτός ο τρόπος συγκέντρωσης και συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου γιατί έχει το πλεονέκτημα της όσο το δυνατόν

² Βλ. Shapero, Sokol (1982), Καραγιάννης (1999, σσ. 129,133), Alvarez, Busenitz (2001, σσ. 267-8), Shane, Locke, Collins (2003, σ. 275).

αληθινής απάντησης των ερωτήσεων, αφού οι συνεργαζόμενοι φοιτητές και επιχειρηματίες είχαν υψηλό βαθμό ειλικρινούς συνεργασίας (λόγω προσωπικής γνωριμίας).

Εκτός αυτών, σύμφωνα με τις οδηγίες που έλαβαν οι φοιτητές το δείγμα θα έπρεπε να έχει τις εξής προδιαγραφές: (α) οι επιχειρήσεις που θα περιλαμβάνονταν να έχουν μια ανάλογη σύνθεση όπως των κλάδων που αποτελούν το ΑΕΠ της χώρας, (β) θα έπρεπε τουλάχιστον το 1/3 του δείγματος να είναι παλιές επιχειρήσεις που θα είχαν ιδρυθεί πριν το 1980, (γ) οι επιχειρήσεις του δείγματος θα είχαν τουλάχιστον τρεις και άνω απασχολούμενους, και (δ) θα έπρεπε τουλάχιστον το 1/3 εξ αυτών να δραστηριοποιούνται εκτός Αττικής. Κάτω από αυτές τις προδιαγραφές, αν και αναγνωρίζονται οι αδυναμίες όχι μόνο της ερευνητικής πρακτικής του ερωτηματολογίου (ερωτήσεις, ύφος, επιλογή δείγματος, κ.ά) αλλά και του τυχαίου της συγκέντρωσής του, θεωρείτε ότι το δείγμα μας μπορεί να δια φωτίσει για αρκετές πτυχές του θέματος της επιχειρηματικότητας και της κοινωνικής της αξιολόγησής της στην χώρα μας.

Η χωροταξική διάρθρωση του δείγματός, φαίνεται στον πίνακα 1, όπου το 65,2% προέρχονται από την Αττική, και το υπόλοιπο 30,9% από άλλες περιοχές της χώρας μας και το 3,9% από την Κύπρο. Η διάκριση των περιοχών που έγινε η δειγματοληψία και ειδικότερα αυτή της Κρήτης και της Κύπρου είχε ως στόχο την διερεύνηση επιχειρηματικών συμπεριφορικών διαφορετικότητας σε οικονομίες οι οποίες έχουν αρκετά υψηλό βαθμό ανάπτυξης και οικονομικής αυτάρκειας και ανεξαρτησίας, όπως της Κρήτης και της Κύπρου.

Πίνακας 1

Τοποθεσία	Απαντήσεις	Ποσοστό
Χωρίο	128	7,4
Κωμόπολη	147	8,5
Πόλη	171	9,9
Αθήνα	1127	65,2
Κρήτη	88	5,1
Κύπρο	67	3,9
Σύνολο	1728	100,0

Οι επιχειρήσεις αυτές επιλέχθηκαν και από τους τρεις τομείς της οικονομίας με την διάρθρωση που παρουσιάζεται στον πίνακα 2. Η σύνθεσή του αντιπροσωπεύει αυτή του ΑΕΠ της χώρας μας. Σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία των *Εθνικών Λογαριασμών (2006)*, στην παραγωγή της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας του εγχώριου προϊόντος συνέβαλλαν κατά: 3,3% η πρωτογενής παραγωγή, 20,7% η δευτερογενής παραγωγή και 76% οι υπηρεσίες. Συγκρίνοντας αυτά τα στοιχεία με εκείνα στο πίνακα 1 παρατηρούμε ότι συμπύκνουν μεν ως προς την κατάταξη των σχετικών μεριδίων, με την έννοια ότι κυριαρχούν οι υπηρεσίες και έπονται κατά την ίδια σειρά η μεταποίηση και οι γεωργικές δραστηριότητες, αλλά διαφέρουν κατά τα απόλυτα ποσοστά. Η διαφορά αυτή οφείλεται βέβαια στο ότι είναι διαφορετική η κατ' αξία σύνθεση του ΑΕΠ από τις επιχειρηματικές μονάδες που αποτελούν τους διάφορους τομείς του. Επομένως μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το δείγμα αντιπροσωπεύει ικανοποιητικά τα σχετικά μερίδια των βασικών κλάδων στην οικονομία της χώρας μας.

Πίνακας 2

Τομέας δράσης επιχείρησης	Απαντήσεις	Ποσοστό
Πρωτογενή	198	11,5
Δευτερογενή	556	32,2
Τριτογενή	974	56,4
Σύνολο	1728	100,0

Ατομικά χαρακτηριστικά και εμπειρίες επιχειρηματία

Η ηλικιακή διάρθρωση του δείγματος με έτος διάκρισης το 1980³ είναι 413 επιχειρήσεις, δηλαδή το 23,9% εκ του συνόλου είχαν ιδρυθεί πριν το έτος αυτό από «παλαιούς» επιχειρηματίες. Οι υπόλοιπες 1315 (76,1%) μετά το έτος αυτό από «νέους» επιχειρηματίες. Εάν εξετάσουμε την ηλικιακή τους σύνθεση που σε μεγάλο βαθμό δείχνει και αυτή του επιχειρηματία, από τον πίνακα 3 παρατηρούμε τα εξής: (α) οι επιχειρήσεις σε ποσοστό 15-17% ιδρύθηκαν ανά πενταετία τα τελευταία 20 χρόνια, (β) το 34,9% έχουν ιδρυθεί την τελευταία δεκαετία, και (γ) ο ρυθμός ίδρυσής τους ανά πενταετία είναι φθίνων αντικατοπτρίζοντας έτσι και τον ρυθμό θνησιμότητά τους.

Πίνακας 3

Πενταετία ίδρυσης επιχειρήσεων	Απαντήσεις	Ποσοστό
2000-2006	302	17,5
1995-1999	301	17,4
1990-1994	259	15,0
1985-1989	265	15,3
1980-1984	182	10,5
1975-1979	141	8,2
1970-1974	80	4,6
1965-1969	56	3,2
1960-1964	52	3,0
1955-1959	24	1,4
1950-1954	25	1,4
1945-1949	15	,9
1940-1944	3	,2
<1940	23	1,3
Σύνολο	1728	100,0

Η κατά φύλλο επιχειρηματία σύνθεση του δείγματος είναι 1306 άνδρες (75,6%) και 422 (24,4%) γυναίκες.⁴ Το μορφωτικό τους επίπεδο ήταν πολύ υψηλότερο της μέσης σύνθεσης του συνολικού πληθυσμού της χώρας.⁵ Όπως

³ Σύμφωνα με την χρονολογία αυτή διάκρισης οι παλαιοί επιχειρηματίες βρίσκονται πλέον στα τελευταία χρόνια πριν την συνταξιοδότησή τους.

⁴ Δεν διαφοροποιείται η σύνθεση κατά φύλλο του επιχειρηματικού δείγματος μας από αυτό που εικάζεται ότι είναι αντιπροσωπευτικό της χώρας μας, όπως φαίνεται από το GEM (2005-6, σ. 62).

⁵ Ίδια διαπίστωση έχει γίνει και σε άλλες έρευνες βλ. π.χ. Χασιδίδ, Καραγιάννης

φαίνεται από τον πίνακα 4, το 45,3% είχαν περατώσει τριτοβάθμια σχολή (13,2% ανωτέρα και 32,1% ανωτάτη).

Πίνακας 4

Βαθμίδα αποφοίτησης	Απαντήσεις	Ποσοστό
Γυμνάσιο	263	15,2
Λύκειο	445	25,8
Τεχνική Σχολή	237	13,7
Ανώτερη Σχολή	228	13,2
Ανώτατη Σχολή	555	32,1
Σύνολο	1728	100,0

Σύμφωνα με το δείγμα μας, όπως βλέπουμε από τον πίνακα 5, το 32,9% εξ' αυτών μεγάλωσαν σε χωριά και κωμοπόλεις, ενώ το υπόλοιπο 67,1% στην Αττική ή σε μεγάλες πόλεις.

Πίνακας 5

Εφηβικά χρόνια	Απαντήσεις	Ποσοστό
Χωρίο	408	23,6
Κωμόπολη	161	9,3
Πόλη	495	28,6
Αττική	664	38,4
Σύνολο	1728	100,0

Επίσης, έχει υποστηριχθεί (Καραγιάννης, 1999, κεφ. 6) ότι οι επίδοξοι επιχειρηματίες μέσω των εμπειριών, κινήτρων και γνώσεων που σχηματίζουν κατά τα χρόνια της εφηβείας τους ακολουθούν επιχειρηματική δραστηριότητα σε συγκεκριμένο κλάδο. Από την σύνθεση του δείγματος βλέπουμε από τον πίνακα 6α ότι οι μισοί επιχειρηματίες έζησαν σε περιοχή που είχε ως βασική της πλουτοπαραγωγική δραστηριότητα το εμπόριο, ακολουθούν αυτοί που έζησαν σε αγροτικό (30,3%), ενώ πολύ λίγοι είναι αυτοί που προήλθαν από περιοχή με μεταποιητικές δραστηριότητες (7,1%).

Πίνακας 6α

	Απαντήσεις	Ποσοστό
Τουριστικό	164	9,5
Βιοτεχνικό	123	7,1
Αγροτικό	523	30,3
Ναυτικό	52	3,0
Εμπορικό	866	50,1
Σύνολο	1728	100,0

Ένας παράγοντας ελκτικός, που έλκει δηλαδή τα άτομα να ακολουθήσουν επιχειρηματική σταδιοδρομία, είναι και το πώς την αντιμετωπίζει σε γενικές γραμμές η κοινωνία. Από τον πίνακα 6β βλέπουμε ότι η ενασχόληση με τον δευτερογενή τομέα είχε την μεγαλύτερη κοινωνική αποδοχή και

(1999, σς. 84-94), GEM (2005-6, σσ. 78-9).

επιβράβευση (57,4%),⁶ στη συνέχεια ήταν η ενασχόληση με τον τριτογενή τομέα (53,7%) και αυτό είναι φυσικό αφού μεγάλο μέρος των επιχειρηματιών μας καταγόταν από περιοχές όπου άκμαζαν επιχειρήσεις τριτογενούς παραγωγής.

Πίνακας 6β: Τομείς δράσης και κοινωνική αποδοχή σταδιοδρομίας κατά την ίδρυση της επιχείρησης

Τομείς	Κοινωνική αποδοχή-επιβράβευση								Σύνολο	
	Πολύ		Μέτρια		Λίγο		Καθόλου			
Πρωτογενή	85	42,9	81	40,9	20	10,1	12	6,1	198	100
Δευτερογενή	319	57,4	186	33,5	43	7,7	8	1,4	556	100
Τριτογενή	523	53,7	347	35,6	75	7,7	29	3	974	100
Σύνολο	927	53,6	614	35,5	138	8,1	49	2,8	1728	100

Η κατάσταση αυτή κάπως άλλαξε από την εποχή της ίδρυσης της επιχείρησης μέχρι το σήμερα. Από τον πίνακα 6γ διαπιστώνεται ότι την μεγαλύτερη κοινωνική αποδοχή πλέον δεν απολαμβάνουν οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον δευτερογενή (58,6%), αλλά στον τριτογενή (65,8%) τομέα. Και αυτό συνάδει με το γεγονός ότι η οικονομία μας με πολύ ταχείς ρυθμούς μετασχηματίστηκε σε οικονομία παροχής υπηρεσιών.

Πίνακας 6γ: Τομείς δράσης και κοινωνική αποδοχή σταδιοδρομίας σήμερα

Τομείς	Κοινωνική αποδοχή-επιβράβευση								Σύνολο	
	Πολύ		Μέτρια		Λίγο		Καθόλου			
Πρωτογενή	89	9,1	69	34,8	27	13,6	13	6,5	198	100
Δευτερογενή	326	58,6	182	32,7	35	6,3	13	2,3	556	100
Τριτογενή	641	65,8	273	28	51	52,3	9	0,9	974	100
Σύνολο	1056	61,1	524	30,4	113	6,5	35	2	1728	100

Εξετάζοντας τώρα το φύλο του επιχειρηματία και τον βαθμό κοινωνικής αποδοχής και επιβράβευσης που απολαμβάνει, όπως γίνεται φανερό από την διαχρονική εξέλιξη της αξιολόγησης αυτής (εποχή ίδρυσης και σήμερα) από τους πίνακες 6δ και 6ε, ότι οι γυναίκες απολαμβάνουν υψηλότερη κοινωνική επιβράβευση από ότι οι άνδρες. Φαίνεται ότι η κοινωνία μας αναγνωρίζει τις περισσότερες δυσκολίες που μπορεί να αντιμετωπίζει η γυναίκα επιχειρηματίας όπως και την υψηλότερη ηθική της, που όπως θα δούμε παρακάτω φαίνεται ότι αυτό επισημαίνει η κοινή γνώμη

⁶ Κάτι που διαπιστώθηκε και σε άλλη μελέτη (Καραγιάννης, 2004, σ. 54).

Πίνακας 6δ: Φύλο και κοινωνική αποδοχή σταδιοδρομίας κατά την ίδρυση της επιχείρησης

Φύλο	Κοινωνική αποδοχή-επιβράβευση								Σύνολο	
	Πολύ		Μέτρια		Λίγο		Καθόλου			
Ανδρας	681	50,2	475	36,4	114	8,7	36	2,7	1306	100
Γυναίκα	246	58,3	139	32,9	24	5,7	13	3,1	422	100
Σύνολο	927	53,6	614	35,6	138	8	49	2,8	1728	100

Πίνακας 6ε: Φύλο και κοινωνική αποδοχή σταδιοδρομίας σήμερα

Φύλο	Κοινωνική αποδοχή-επιβράβευση								Σύνολο	
	Πολύ		Μέτρια		Λίγο		Καθόλου			
Ανδρας	777	59,5	408	31,2	93	7,2	28	2,1	1306	100
Γυναίκα	279	66,1	116	27,5	20	4,7	7	1,7	422	100
Σύνολο	1056	61,1	524	30,3	113	6,6	35	2	1728	100

Ίδρυση επιχείρησης και πηγές επιχειρηματικών ιδεών

Από τις επιχειρήσεις του δείγματός μας οι 1310 (75,8%) έχουν ιδρυθεί από τον ίδιο επιχειρηματία, ενώ οι υπόλοιπες 418 (24,2%) από κάποιον άλλον. Διερευνώντας αυτόν τον άλλον ιδρυτή στις 418 επιχειρήσεις είχαμε τις διαπιστώσεις του πίνακα 7. Από τα στοιχεία αυτά συνάγεται ότι τα 2/3 των επιχειρήσεων στην χώρα μας ιδρύονται από τον ίδιο επιχειρηματία. Αυτό δείχνει την υψηλή τάση των επιχειρηματιών να ιδρύουν και όχι να αποκτούν από άλλους την επιχείρησή τους, κάτι που είχε διαπιστωθεί και σε άλλες σχετικές μελέτες.⁷ Επιπλέον, φαίνεται ότι η οικογενειακή συνέχιση των επιχειρήσεων, όπως έχει διαπιστωθεί και αλλού (Καραγιάννης, 2004, σ. 49) είναι αρκετά υψηλή στην χώρα μας φθάνοντας το 77,7%, όταν βέβαια την επιχείρηση δεν έχει ιδρύσει ο ίδιος ο επιχειρηματίας. Ο βαθμός πραγματικής εξαγοράς και όχι οικογενειακής συνέχισης των επιχειρήσεων δεν είναι πολύ υψηλός φθάνοντας το 21,1%.

Πίνακας 7

Ίδρυτής	Απαντήσεις	Ποσοστό t
Στενός συγγενής	325	77,7
Μακρινός συγγενής	5	1,2
Άλλος	88	21,1
Σύνολο	418	100

⁷ Βλ. για παράδειγμα Χασσίδ, Καραγιάννης (1999, σσ.56-7), Καραγιάννης (2004, σσ. 47-8).

Για να δούμε την διάσταση αυτής της οικογενειακής συνέχειας στη επιχειρηματική σταδιοδρομία θα εξετάσουμε το επάγγελμα του πατέρα των σημερινών επιχειρηματιών του δείγματος. Από αυτούς το 48,4% (826 άτομα) ο πατέρας τους ήταν επιχειρηματίας ή είχε ανεξάρτητο επάγγελμα. Από τους υπόλοιπους 51,6% (892 άτομα) ο πατέρα τους ήταν μισθωτός υπάλληλος. Αυτό είναι ένα δείγμα ότι η ελληνική κοινωνία δεν έχει στεγανά στην συνέχιση της επιχειρηματικής σταδιοδρομίας, αν και αυτοί που έζησαν σε επιχειρηματικό περιβάλλον φαίνεται να δέχθηκαν περισσότερα ερεθίσματα ελκυστικά προς αυτή την σταδιοδρομία.

«Πλούτος δεν είναι τα αντικείμενα αλλά οι ιδέες που τα δημιουργούν». Αυτή η ρήση (βλ. Gilder, 1984, σ. 68) απηχεί την πραγματικότητα και δείχνει ότι σε ένα περιβάλλον στο οποίο καλλιεργούνται νέες ιδέες, ωθείται και ενισχύεται η επιχειρηματικότητα και αυξάνεται ο πλούτος των ατόμων και της κοινωνίας. Οι πηγές επιχειρηματικών ευκαιριών δεν είναι εύκολο να εντοπισθούν και να καταγραφούν λεπτομερώς. Έχει επισημανθεί σε γενικές γραμμές, ότι ο επίδοξος επιχειρηματίας βρίσκει επιχειρηματικές ιδέες διερευνώντας με εγρήγορση ποικιλοτρόπως την αγορά, με στόχο:

(α) να αξιοποιήσει απρόσμενα γεγονότα, τις αποτυχίες άλλων επιχειρηματιών, και την άγνοια άλλων ατόμων (επιχειρηματιών και καταναλωτών),

(β) να εντοπίσει και να καλύψει τις αλλαγές των καταναλωτικών προτιμήσεων που επέρχονται λόγω κοινωνικο-οικονομικών και δημογραφικών μεταβολών, της τεχνολογικής εξέλιξης ακόμη και μεταβολών στην στάση ζωής και τις αντιλήψεις των ατόμων έναντι σημαντικών θεμάτων,

(γ) να αξιοποιήσει ειδικές γνώσεις και εμπειρίες που κατέχει, και

(δ) να ακολουθήσει τον «δρόμο» κάποιων άλλων επιχειρηματιών υιοθετώντας την «δημιουργική μίμηση».⁸

Ας δούμε με ποιο τρόπο ή τρόπους ο Έλληνας επιχειρηματίας αξιοποιεί αυτές τις πηγές ευκαιριών κέρδους.

Όπως φαίνεται από τον πίνακα 8α, οι επιχειρηματίες μας ακολούθησαν περισσότερο το μονοπάτι της εμπειρίας και γνώσης και λιγότερο της έρευνας της αγοράς. Πιο αναλυτικά, οι περισσότεροι εξ' αυτών συνεχίζουν την οικογενειακή παράδοση (27,1% ή εργάζονταν σε παρόμοια επιχείρηση (22,7%). Οι πιο λίγοι απ' αυτούς χρησιμοποιούν την έρευνα αγοράς για να εξετάσουν εάν οι επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν δεν καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες των καταναλωτών σε ποσότητα (14,4%) και ποιότητα (8,7%) αγαθών και υπηρεσιών.

Πίνακας 8^α

Πηγή επιχειρηματικής ιδέας	Απαντήσεις	Ποσοστό
(α) συνέχισε την οικογενειακή παράδοση	469	27,1
(β) ήταν συνέχεια των σπουδών του	224	13,0

⁸ Για αναλυτική παρουσίαση των διαφόρων ερευνών που έχουν διεξαχθεί για να καταγραφούν οι διάφορες επιχειρηματικές ευκαιρίες και ιδέες κερδοφόρας επιχείρησης βλ. Shook, Priem, McGee (2003).

(γ) μιμήθηκε κάποιον άλλο επιχειρηματία	122	7,1
(δ) εργαζόταν σε παρόμοια επιχείρηση	392	22,7
(ε) αναγνώρισε ότι τέτοιες επιχειρήσεις δεν υπήρχαν πολλές	248	14,4
(στ) αναγνώρισε ότι οι παρόμοιες επιχειρήσεις δεν κάλυπταν ικανοποιητικά τους καταναλωτές	150	8,7
(ζ) από σύμπτωση - τύχη	74	4,3
(η) άλλος λόγος	49	2,8
Σύνολο	1728	100,0

Ενοποιώντας τα στοιχεία του πίνακα 8α σε γενικότερες κατηγορίες παρατηρούμε από τον πίνακα 8β ότι οι εμπειρίες που είχαν οι επίδοξοι επιχειρηματίες από το εργασιακό τους περιβάλλον και οι γνώσεις που αποκτούσαν από τις σπουδές τους, ήταν η σημαντικότερη πηγή επιχειρηματικών τους ιδεών- κάτι όμως που παρατηρείται και σε άλλες προηγμένες οικονομίες (βλ. π.χ. Gilder, 1984, σσ. 60-5).⁹

Πίνακας 8β

Πηγές επιχειρηματικών ιδεών	
	%
Εμπειρίες-Γνώσεις (β + δ)	35,7
Μίμηση (α + γ)	34,2
Διερεύνηση αγοράς (ε + στ)	23,1
Συμπτώσεις	4,3
Άλλοι λόγοι	2,7
Σύνολο	100,0

Επισημάνθηκε παραπάνω ότι οι επιχειρηματίες μας ακολούθησαν την οικογενειακή παράδοση σε σημαντικό βαθμό. Ας δούμε εάν βοηθήθηκαν στα πρώτα τους βήματα από την οικογένειά τους και τι είδους ήταν αυτή η βοήθεια. Από τις απαντήσεις τους δηλώνεται ότι οι περισσότεροι από αυτούς (1178 άτομα, ή 68,2%) έλαβαν σημαντική βοήθεια, ενώ οι άλλοι (550 άτομα ή 31,8%) δεν είχαν καμία βοήθεια. Η βοήθεια που έλαβαν οι πρώτοι εξ' αυτών, όπως φαίνεται από τον πίνακα 9, σε ποσοστό άνω το 70% ήταν υλική και ηθική και μόνο σε ποσοστό 10,4% ήταν μόνο υλική.

Πίνακας 9

Είδος οικογενειακής βοήθειας	Απαντήσεις	Ποσοστό

⁹ Τδια ιεράρχηση των πηγών των επιχειρηματικών ιδεών έχει παρατηρηθεί και σε άλλη σχετική έρευνα, βλ. Καραγιάννης, Ζαρίφης, Πουλάκος (2005, σσ. 22-3).

Υλική	123	10,4
Ηθική	220	18,7
Και τα δύο	835	70,9
Σύνολο	1178	100,0

Οι επιχειρήσεις που ίδρυσαν και ανέπτυξαν οι επιχειρηματίες μας δεν είναι πολύ μεγάλες. Το μέγεθός τους βάσει του αριθμού των απασχολουμένων που έχουν παρουσιάζεται στον πίνακα 10. Από τον πίνακα αυτό το 67,8% των επιχειρήσεων του δείγματος απασχολούν λιγότερους από 10 εργαζόμενους, είναι δηλαδή πολύ μικρές. Συγκρίνοντας την μεταβολή σε αριθμό απασχολουμένων που έλαβε χώρα τα τελευταία 5 χρόνια, παρατηρείτε ότι πράγματι έχουμε μια αύξηση του μεγέθους τους. Με άλλα λόγια, αυτές που κατόρθωσαν να επιβιώσουν αυξήθηκαν σε μέγεθος, αλλά όχι όμως και σε σημαντικό βαθμό.

Πίνακας 10

Απασχολούμενοι στην επιχείρηση	Χαρακτηρισμός	Αριθμός περιπτώσεων σήμερα	Ποσοστό	Αριθμός Περιπτώσεων πριν 5 χρόνια	Ποσοστό πριν 5 χρόνια
0		-	-	122	7.1
1-10	Πολύ-πολύ μικρές	1172	67.8	1150	66.5
11-50	Μικρές	429	24.8	359	20.8
51-100	Μέτριες	66	3.8	56	3.2
101-500	Μεγάλες	53	3	36	2.1
501 και ανω	Πολύ μεγάλες	8	0.6	5	0.3
			100		100

(Ο μηδενικός αριθμός απασχολουμένων δείχνει ότι πριν πέντε χρόνια δεν υπήρχαν 122 επιχειρήσεις).

Εξετάζοντας με μεγαλύτερη κατάρτιση τις μικρές επιχειρήσεις σε όρους μεγέθους απασχολουμένων και συγκρίνοντας το μέγεθός τους με την πηγή της επιχειρηματικής ιδέας εξάγονται από τον πίνακα 11 ενδιαφέροντα συμπεράσματα: Η διερεύνηση της αγοράς ως πηγή επιχειρηματικής ιδέας, επειδή εφοδιάζει με ειδικές γνώσεις και πληροφορίες για την αγορά τον επιχειρηματία τον καθιστά και περισσότερο ικανό να αναπτύξει την επιχείρησή του σε σύγκριση με άλλους επιχειρηματίες των οποίων οι ιδέες είχαν άλλες πηγές. Για παράδειγμα, αυτών που στράφηκαν στην διερεύνηση της αγοράς αυξήθηκε το μέγεθος των επιχειρήσεων μεταξύ 11-25 άτομα από 4,4% σε 5,7%, έναντι αυτών που είχαν άλλες πηγές επιχειρηματικών ιδεών όπου η αύξηση ήταν μικρότερη ή ακόμη παρατηρήθηκε και μείωση του αριθμού τους. Από το άλλο μέρος, πηγή επιχειρηματικών ιδεών όπως η μίμηση δεν εξασφάλισε ταχεία αναπτυξιακή πορεία στις επιχειρήσεις.

Πίνακας 11

Ιδέα	Εμπειρίες-Γνώσεις		Μίμηση		Διερεύνηση Αγοράς		Συμπτώσεις		Άλλοι Λόγοι	
	Πριν	Σήμερα	Πριν	Σήμερα	Πριν	Σήμερα	Πριν	Σήμερα	Πριν	Σήμερα
Απασχολούμενοι										
1-10	26,0%	25,6%	25,2%	23,4%	15,5%	13,8%	2,7%	3,0%	2,2%	2,1%
11-25	6,5%	5,6%	5,0%	5,4%	4,4%	5,7%	0,4%	0,6%	0,2%	0,5%

26-50	2,0%	2,6%	1,5%	2,4%	1,7%	1,9%	0,5%	0,2%	0,2%	0,0%
51-100	0,9%	1,2%	1,7%	1,4%	0,7%	0,8%	0,1%	0,3%	0,1%	0,1%
101 και άνω	0,5%	0,6%	1,2%	1,6%	0,6%	0,9%	0,1%	0,2%	0,1%	0,2%

Κοινωνική αξιολόγηση επιχειρηματικής δραστηριότητας

Ένας παράγοντας που επηρεάζει την προσφορά επιχειρηματικότητας είναι και ο βαθμός αποδοχής και επιβράβευσης μιας τέτοιας ενασχόλησης από το κοινωνικό περίγυρο του ατόμου. Εξετάσθηκε ο βαθμός αποδοχής της σταδιοδρομίας αυτής όταν ιδρύθηκε η επιχείρηση, και όπως βλέπουμε από τον πίνακα 12, σε ποσοστό 53,6% οι επιχειρηματίες μας την βρήκαν πολύ αποδεκτή. Κάτι που καθιστά φανερό ότι δεν υπήρχε έντονος κοινωνικός αρνητικός αντίκτυπος στην προσφορά επιχειρηματικότητας.

Πίνακας 12

Κοινωνική αποδοχή επιχειρηματικής σταδιοδρομίας την εποχή της ίδρυσης της επιχείρησης	Απαντήσεις	Ποσοστό
Πολύ	927	53,6
Μέτρια	614	35,5
Λίγο	138	8,0
Καθόλου	49	2,8
Σύνολο	1728	100,0

Αλλά και σήμερα η κοινωνία φαίνεται ότι επικροτεί ακόμη περισσότερο αυτή την σταδιοδρομία, όπως δείχνει ο πίνακας 13 όπου το 61,1% των επιχειρηματιών θεωρεί ότι η επιβράβευση αυτή είναι πολύ σημαντική.

Πίνακας 13

Σημερινή κοινωνική αποδοχή επιχειρηματικής σταδιοδρομίας	Απαντήσεις	Ποσοστό
Πολύ	1056	61,1
Μέτρια	524	30,3
Λίγο	113	6,5
Καθόλου	35	2,0
Σύνολο	1728	100,0

Από τον συγκριτικό πίνακα 14 που εξάγεται βάσει των δύο παραπάνω βλέπουμε την βελτίωση της κοινωνικής αποδοχής της επιχειρηματικής σταδιοδρομίας. Αυτό βέβαια οφείλεται κατά κύριο λόγο στο ότι οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες- αν όχι όλοι- έχουν για χρόνια επιβιώσει και αναπτυχθεί ως επιχειρηματίες, κάτι που αποδεικνύει την επιχειρηματική τους επιτυχία που οδηγεί την κοινωνία να τους επικροτήσει γι' αυτό. Ένας άλλος λόγος, είναι ότι σήμερα η επιχειρηματική σταδιοδρομία φαίνεται να απολαμβάνει μεγαλύτερης κοινωνικής καταξίωσης από ότι παλιά.

Πίνακας 14

Βαθμός κοινωνικής αποδοχής επιχειρηματικής σταδιοδρομίας	Την εποχή ίδρυσης της επιχείρησης	Σήμερα
Πολύ	927 (53,6)	1056 (61,1)
Μέτρια	614 (35,5)	524 (30,3)
Λίγο	138 (8,0)	113 (6,5)
Καθόλου	49 (2,8)	35 (2,0)
Σύνολο	1728 (100)	1728 (100)

Η κοινωνική αξιολόγηση του επιχειρηματικού έργου δεν σχετίζεται μόνο με το είδος της σταδιοδρομίας αλλά και την συμπεριφορά του ατόμου που την επιλέγει. Εκλήθησαν οι επιχειρηματίες να μας ενημερώσουν για το πώς τους αντιμετωπίζει ως οικονομούντα άτομα το κοινωνικό τους περιβάλλον. Όπως παρατηρείτε από τον πίνακα 15, ένα μεγάλο ποσοστό των επιχειρηματιών του δείγματός (66,3%) θεωρεί ότι η κοινωνία τους βλέπει ως δημιουργικά άτομα, ενώ μικρό μόνο ποσοστό θεωρεί ότι τους αντιμετωπίζει ως εκμεταλλευτή (3,5%) ή ως φοροφυγάδες (2,3%). Αυτή η σημαντική θετική κοινωνική αξιολόγηση για το άτομό τους, είναι φυσική, αφού οι περισσότεροι απ' αυτούς για να έχουν επιβιώσει θα πρέπει να είναι και επιτυχημένοι επιχειρηματίες που θα χαίρουν κοινωνικής επιβράβευσης για την οικονομική τους συμβολή.¹⁰ Επίσης, φαίνεται ότι τα τελευταία χρόνια με την γενική στροφή της οικονομίας μας από την μεγάλη και την δημόσια επιχείρηση στο άτομο επιχειρηματίας, η κοινωνία αντιλαμβάνεται και επικροτεί τα θετικά του ρόλου του.

Πίνακας 15

Κοινωνική αξιολόγηση επιχειρηματία	Απαντήσεις	Ποσοστό
Ως ύποπτο	44	2,5
Ως εκμεταλλευτή	61	3,5
Ως δημιουργικό	1146	66,3
Ως άνθρωπο που συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη	438	25,3
Ως φοροφυγά	39	2,3
Σύνολο	1728	100,0

Στη συνέχεια, διερευνήθηκε εάν η εποχή ίδρυσης της επιχείρησης συνοδεύει και μια διαφορετική αντιμετώπιση του επιχειρηματία από την κοινωνία. Όπως βλέπουμε από τον 16 πίνακα έχουμε δύο διαφορετικές αντιμετώψεις: (α) οι παλαιοί αναγνωρίζουν ότι η σημερινή κοινωνία τους δίνει περισσότερο χαρακτηρισμούς όπως «ύποπτος», «εκμεταλλευτής», αλλά και ως άτομα που συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη, (β) οι πιο νέοι θεωρούν ότι η

¹⁰ Παρόμοια στάση της κοινωνίας διαπιστώθηκε και σε άλλη έρευνα (Καραγιάννης, 2004, σ. 55).

κοινωνία τους βλέπει ως δημιουργικά άτομα. Αν και από πρώτη ματιά αυτές οι επισημάνσεις δείχνουν αντικρουόμενες, δεν είναι καθόλου έτσι. Οι παλαιοί αντιλαμβάνονται ότι η διαχρονική ηθική στο επάγγελμά τους έχει φθίνει και η κοινωνία, έστω και λίγο πιο πολύ, τους βλέπει κάπως αρνητικά.¹¹ Από το άλλο μέρος όμως, επειδή εργάζονται μεγαλύτερο διάστημα στο επάγγελμά τους από ότι οι νέοι, η κοινωνία γνωρίζει την συμβολή τους και την αξιολογεί θετικά. Όσον αφορά τους πιο νέους, εφόσον δεν γνώρισαν καλύτερες εποχές από ηθικής πλευράς, βλέπουν μόνο ότι η επιτυχία τους στις επιχειρήσεις ως «δημιουργοί» (μεταφρασμένη κυρίως σε χρήμα) είναι αυτή που έχει σημαντικότερο αντίκτυπο στην κοινωνία.

Πίνακας 16: Έτος ίδρυσης και κοινωνική αξιολόγηση επιχειρηματία

Έτος ίδρυσης	Κοινωνική αξιολόγηση										Σύνολο	
	Ως ύποπτο		Ως εκμεταλλευτή		Ως δημιουργικό		Ως άνθρωπο που συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη		Ως φοροφυγά			
<1980	11	2,7	16	3,9	260	63,0	117	28,3	9	2,1	413	100
>=1980	33	2,5	45	3,4	886	67,4	321	24,4	30	2,3	1315	100
Σύνολο	44	2,2	61	3,6	1146	66,3	438	25,4	39	2,2	1728	100

Μια άλλη ενδιαφέρουσα παράμετρο που εξετάστηκε είναι εάν έχει σημασία ο τομέας που δραστηριοποιείται ένας επιχειρηματίας με το πώς τον χαρακτηρίζει η κοινωνία. Από τον πίνακα 17 παρατηρείται ότι αυτοί που ασχολούνται με τον πρωτογενή τομέα θεωρούν ότι τους βλέπουν οι άλλοι ως άτομα που συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη, ενώ οι επιχειρηματίες που ασχολούνται στους άλλους τομείς θεωρούν ότι τους βλέπουν ως δημιουργικούς. Αυτοί οι χαρακτηρισμοί στην ουσία αντικατοπτρίζουν το πώς οι άνθρωποι βλέπουν ή αντιμετωπίζουν τις συμβολές των παραγωγικών τομέων. Δεν είναι τυχαίο που ακόμη και σήμερα τα άτομα που ασχολούνται στον πρωτογενή τομέα θεωρείται ότι βοηθούν καίρια στην οικονομική ανάπτυξη (η πρόσδεση του ανθρώπου με τις δημιουργικές δυνάμεις της φύσης)..

Πίνακας 17: Έτος ίδρυσης και κοινωνική αξιολόγηση επιχειρηματία

Τομείς	Κοινωνική αξιολόγηση	Σύνολο
--------	----------------------	--------

¹¹ Οι αιτίες αυτής της ηθικής υποβάθμισης αναλύονται στο Μπήτρος, Καραγιάννης (2008).

	Ως ύποπτο		Ως εκμεταλλευτή		Ως δημιουργικό		Ως άνθρωπο που συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη		Ως φοροφυγά			
	8	4,0	11	5,6	100	50,5	77	38,9	2	1,0		
πρωτογενή	8	4,0	11	5,6	100	50,5	77	38,9	2	1,0	198	100
δευτερογενή	16	2,9	19	3,4	385	69,2	124	22,3	12	2,2	556	100
τριτογενή	20	2,1	31	3,2	661	67,9	237	24,3	25	2,5	974	100
Σύνολο	44	2,6	61	3,5	1146	66,3	438	25,4	39	2,2	1728	100

Για να δούμε πόσο αντίθετο ή ανεκτικό ήταν το κοινωνικό περιβάλλον για την ίδρυση της επιχείρησης, εξετάσθηκε το αντίθετό του, δηλαδή κατά πόσο η κοινωνία αποδεχόταν και επικροτούσε την επιχειρηματικότητα διαχρονικά. Από τον πίνακα 18 φαίνεται ότι όσο πιο παλαιοί είναι οι επιχειρηματίες, τόσο περισσότερο η κοινωνία αποδεχόταν και επικροτούσε το επάγγελμά τους. Αυτό δείχνει ότι διαχρονικά η κοινωνία βλέπει με πιο ύποπτο μάτι τους επιχειρηματίες.

Πίνακας 18: Έτος ίδρυσης και κοινωνική αποδοχή κατά την ίδρυση της επιχείρησης

Έτος ίδρυσης	Κοινωνική αποδοχή								Σύνολο	
	Πολύ		Μέτρια		Λίγο		Καθόλου			
<1980	237	57,4	133	32,2	30	7,3	13	3,1	413	100
>=1980	690	52,5	481	36,6	108	82,2	36	2,7	1315	100
Σύνολο	927	53,6	614	35,5	138	8	49	2,9	1728	100

Μια τρίτη παράμετρος που ερευνήθηκε για να διαπιστωθεί με ποιο τρόπο χαρακτηρίζει η κοινωνία τους επιχειρηματίες σχετίζεται με το φύλο τους. Από τον πίνακα 19 παρατηρεί ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν τους λιγότερο αρνητικούς χαρακτηρισμούς σε σχέση με τους άνδρες συναδέλφους τους. Από το άλλο μέρος, οι άνδρες χαρακτηρίζονται περισσότερο ως άτομα που συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη (είναι αναμενόμενο αφού πολλοί από αυτούς ασχολούνται στον πρωτογενή τομέα), ενώ οι γυναίκες ως δημιουργικές.

Πίνακας 19: Φύλο και κοινωνική αξιολόγηση του επιχειρηματία

Φύλο	Κοινωνική αξιολόγηση	Σύνολο

	Ως ύποπτο		Ως εκμεταλλευτή		Ως δημιουργικό		Ως άνθρωπο που συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη		Ως φοροφυγά			
Ανδρας	37	2,8	48	3,7	845	64,7	345	36,4	31	2,4	1306	100
Γυναίκα	7	1,7	13	3,1	301	71,3	93	22,0	8	1,9	422	100
Σύνολο	44	2,5	61	3,5	1146	66,3	438	25,4	39	2,3	1728	100

Πέραν από αυτά, ζητήθηκε από τους επιχειρηματίες να σημειώσουν τους τρεις σημαντικότερους χαρακτηρισμούς που θεωρούν ότι τους αποδίδει η κοινωνία για το έργο και την συμπεριφορά τους. Από τον πίνακα 20 διαπιστώνεται ότι η εξυπνάδα, η εργατικότητα και η προοδευτικότητα είναι τα κυρίαρχα χαρακτηριστικά που θεωρούν ότι τους αποδίδει η κοινωνία. Αυτό βέβαια, όπως βλέπουμε από τον πίνακα αυτόν, δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν και αρκετοί επιχειρηματίες που θεωρούν ότι η κοινωνία τους βλέπει ως εκμεταλλευτές και απατεώνες.

Πίνακας 20

Κοινωνική αξιολόγηση χαρακτηριστικών επιχειρηματία	Ποσοστό
Εξυπνος	28,0
Εργατικός	20,0
Προοδευτικός	18,0
Εκμεταλλευτής	15,0
Απατεώνας	10,0
Καταπιεστής	8,0
Τεμπέλης	1,0
Σύνολο	100

Η αρκετά θετική αποδοχή και επιβράβευση του επιχειρηματικού ρόλου από την κοινωνία (βλ. πίνακας 21), ωθεί τους επιχειρηματίες να ενθαρρύνουν σε σημαντικό ποσοστό (53,1%) τα παιδιά τους να ακολουθήσουν αυτή την σταδιοδρομία.

Πίνακας 21

Ενθάρρυνση παιδιών για επιχειρηματική σταδιοδρομία	Απαντήσεις	Ποσοστό
Πολύ	917	53,1
Μέτρια	487	28,2
Λίγο	169	9,8
Καθόλου	155	9,0
Σύνολο	1728	100,0

Εξετάζοντας τώρα την ηλικία ίδρυσης της επιχείρησης με την διάθεση του επιχειρηματία να ενθαρρύνει σε κάποιο βαθμό τα παιδιά του να ακολουθήσουν ίδια σταδιοδρομία, φαίνεται από τον πίνακα 22 ότι οι νέοι επιχειρηματίες ωθούν τα παιδιά τους προς αυτή την κατεύθυνση περισσότερο έντονα από τους παλαιούς. Μια ερμηνεία αυτού είναι ότι τα τελευταία χρόνια έχουν περιορισθεί οι επαγγελματικές ευκαιρίες των νέων λόγω της πολύ υψηλής ανεργίας και έτσι οι νεότεροι επιχειρηματίες ωθούν τα παιδιά τους να ακολουθήσουν αυτή την σταδιοδρομία. Από το άλλο μέρος, ενδεχομένως τα παιδιά των παλαιών επιχειρηματιών έχουν «βρει τον δρόμο» τους και έτσι δεν χρειάζονται συστάσεις και προτροπές.

Πίνακας 22:Ετος ίδρυσης και βαθμός ενθάρρυνσης παιδιών

Ετος ίδρυσης	Ενθάρρυνση παιδιών για επιχειρηματική σταδιοδρομία								Σύνολο	
	Πολύ		Μέτρια		Λίγο		Καθόλου			
<1980	218	52,8	99	24,0	41	9,9	55	13,3	413	100
>=1980	699	53,2	388	29,5	128	9,7	100	7,6	1315	100
Σύνολο	917	53,0	487	28,2	169	9,8	155	9,0	1728	100

Εκτός αυτού, θελήσαμε να δούμε εάν το φύλο του επιχειρηματία επηρεάζει την στάση του ως προς τον βαθμό ενθάρρυνσης των παιδιών του να ακολουθήσουν επιχειρηματική σταδιοδρομία. Όπως φαίνεται (πίνακας 23), οι άνδρες ενθαρρύνουν πολύ τα παιδιά τους να στραφούν σε αυτή την σταδιοδρομία πολύ περισσότερο από τις γυναίκες. Αυτό μπορεί να οφείλεται στον διπλό (πολύ κουραστικό) ρόλο της εργαζόμενης και μητέρας που καλείτε να διαδραματίσει η γυναίκα, όπως επίσης στο ότι στην κοινωνία μας ακόμη και σήμερα ο άνδρας είναι αυτός που περισσότερο φροντίζει την αποκατάσταση των παιδιών.

Πίνακας 23: Φύλο και βαθμός ενθάρρυνσης παιδιών

Φύλο	Ενθάρρυνση παιδιών για επιχειρηματική σταδιοδρομία								Σύνολο	
	Πολύ		Μέτρια		Λίγο		Καθόλου			
Άνδρας	711	54,4	357	27,3	129	9,9	109	8,4	1306	100
Γυναίκα	206	48,8	130	30,8	40	9,5	46	10,9	422	100
Σύνολο	917	53,0	487	10,2	169	9,8	155	9,0	1728	100

Πέραν αυτών, όπως αναμενόταν, και παρατηρούμε από τον πίνακα 24, οι επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στον πρωτογενή τομέα λόγω των επίπονων προσπαθειών που απαιτούνται στην σταδιοδρομία τους (και σε σημαντικό βαθμό του αβέβαιου αποτελέσματος), είναι πιο διστακτικοί στο να ενθαρρύνουν τα παιδιά τους να στραφούν σε αυτό το επάγγελμα, από ότι είναι κατά σειρά αυτοί του τριτογενή (55%) και του δευτερογενή τομέα (54,3%).

Πίνακας 24: Τομέας Δράσης βαθμός ενθάρρυνσης παιδιών

Τομείς	Ενθάρρυνση παιδιών για επιχειρηματική σταδιοδρομία								Σύνολο	
	Πολύ		Μέτρια		Λίγο		Καθόλου			
πρωτογενή	79	39,9	53	26,8	35	17,7	31	15,6	198	100
δευτερογενή	302	54,3	150	27,0	51	9,2	53	9,5	556	100
τριτογενή	536	55,0	284	29,2	83	8,5	71	7,3	974	100
Σύνολο	917	53,3	487	28,2	169	9,7	155	8,9	1728	100

Όχι μόνο πρόθεσή τους είναι να ενθαρρύνουν τα παιδιά τους να ακολουθήσουν παρόμοια σταδιοδρομία με την δική τους, αλλά όπως φαίνεται και από τον πίνακα 25, σε ποσοστό 19,3% θέλουν τα παιδιά τους να συνεχίσουν την ίδια την επιχείρησή τους.

Πίνακας 25

Μέλλον επιχείρησης	Απαντήσεις	Ποσοστό
Να την διατηρήσω στο ίδιο μέγεθος	219	12,7
Να την μεγαλώσω αργά και με σταθερό ρυθμό	915	53,0
Να την μεγαλώσω όσο μπορώ γρηγορότερα	116	6,7
Να την πουλήσω	144	8,3
Να την δώσω στα παιδιά μου	334	19,3
Σύνολο	1728	100,0

Εξετάζοντας τις διαθέσεις των επιχειρηματιών ανάλογα του φύλου τους διαπιστώνονται από τον πίνακα 26 χαρακτηριστικά που είχαν επισημανθεί και παραπάνω. Δηλαδή, οι άνδρες θεωρούν την επαγγελματική τους υπόσταση ως σκαλοπάτι για το μέλλον των παιδιών τους, ενώ οι γυναίκες μάλλον την αντιμετωπίζουν συντηρητικά προτιμώντας να πουλήσουν την επιχείρηση ή να την διατηρήσουν ως έχει. Οι άνδρες από το άλλο μέρος, επιθυμούν να την μεγαλώσουν και να την παραδώσουν στα παιδιά τους.

Πίνακας 26: Μέλλον επιχείρησης και φύλο

Μέλλον επιχείρησης	Φύλο				Σύνολο	
	Άνδρας		Γυναίκα			
Να την διατηρήσω στο ίδιο μέγεθος	148	67,6	71	32,4	219	100
Να την μεγαλώσω αργά και με σταθερό ρυθμό	705	77,1	210	22,9	915	100

Να την μεγαλώσω όσο μπορώ γρηγορότερα	94	81,0	22	19,0	116	100
Να την πουλήσω	102	70,8	42	29,2	144	100
Να την δώσω στα παιδιά μου	257	76,9	77	23,1	334	100
Σύνολο	1306	75,6	422	24,4	1728	100

Συμπεράσματα

Από την παραπάνω εξέταση των κοινωνικών επιδράσεων στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας εξάγονται οι εξής ενδιαφέρουσες επισημάνσεις:

- Το δείγμα (1728 επιχειρήσεις) αντιπροσωπεύει ικανοποιητικά την κατανομή του ΑΕΠ, την χωροταξική του σύνθεση, δείχνει την γυναικεία επιχειρηματικότητα (λιγότερο από το 1/3 των ανδρών) και μια ηλικιακή σύνθεση επιχειρήσεων (24% έχουν ιδρυθεί πριν το 1980 και οι υπόλοιπες αργότερα).
- Το μορφωτικό επίπεδο των επιχειρηματιών δεν είναι κατώτερο του συνολικού πληθυσμού (το 45% τελειόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης).
- Μετατοπίστηκε διαχρονικά η κοινωνική αποδοχή και επιβράβευση της επιχειρηματικής δράσης από τον δευτερογενή στον τριτογενή τομέα, μάλλον γιατί η οικονομία μας με πολύ ταχείς ρυθμούς μετασχηματίστηκε σε οικονομία παροχής υπηρεσιών.
- Οι γυναίκες επιχειρηματίες απολαμβάνουν υψηλότερη κοινωνική επιβράβευση από ότι οι άνδρες.
- Η ελληνική κοινωνία δεν έχει στεγανά στην συνέχιση της επιχειρηματικής σταδιοδρομίας, αν και αυτοί που έζησαν σε επιχειρηματικό περιβάλλον φαίνεται να δέχθηκαν περισσότερα ερεθίσματα ελκυστικά προς αυτή την σταδιοδρομία.
- Οι εμπειρίες που αποκτούσαν οι επίδοξοι επιχειρηματίες από το εργασιακό τους περιβάλλον και οι γνώσεις από τις σπουδές τους ήταν οι σημαντικότερες πηγές επιχειρηματικών τους ιδεών και όχι η έρευνα της αγοράς.
- Η οικογενειακή βοήθεια στην ίδρυση των επιχειρήσεων είναι αρκετά σημαντική.
- Το μέγεθος των επιχειρήσεων σε όρους αριθμού απασχολούμενων, δεν αυξήθηκε σε σημαντικό βαθμό τα τελευταία χρόνια
- Η διερεύνηση της αγοράς όμως, ως πηγή επιχειρηματικών ιδεών, ήταν αυτή που οδηγούσε σε ταχύτερα αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις.
- Δεν διαφαίνονται φυλετικές διαφοροποιήσεις της κοινωνίας μας στην επαγγελματική σταδιοδρομία γυναικών-ανδρών. Αντιθέτως, τα στοιχεία που έχουμε δείχνουν ότι η κοινωνία αντιμετωπίζει πιο εχθρικά τον άνδρα επιχειρηματία, δηλαδή υποψιάζεται ότι είναι περισσότερο παράνομος, από ότι την γυναίκα επιχειρηματία.
- Την φοροδιαφυγή, οι περισσότεροι από τους επιχειρηματίες του δείγματος - και κυρίως οι νέοι- την θεωρούν ως πράξη αμύνης τους απόλυτα δικαιολογημένη έναντι ενός αδηφάγου και αυθαίρετου κράτους.
- Σε γενικές γραμμές, η κοινωνία μας δεν ήταν ούτε και είναι αντίθετη στην επιχειρηματική σταδιοδρομία που την θεωρεί ως δημιουργική και ως συμβάλλουσα στην οικονομική ανάπτυξη. Αν και οι παλαιοί επιχειρηματίες επισημαίνουν ότι σήμερα τους αντιμετωπίζει η κοινωνία με πιο «ύποπτο μάτι» από ότι πριν το 1980.

- Η εξυπνάδα, η εργατικότητα και η προοδευτικότητα είναι τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά που τους αποδίδει η κοινωνία.
- Η κοινωνική αποδοχή της επιχειρηματικότητας ωθεί τους περισσότερους επιχειρηματίες (σε μεγαλύτερο βαθμό τους νέους) να θέλουν και τα παιδιά τους να ακολουθήσουν ίδια σταδιοδρομία. Την ενθάρρυνση αυτή δείχνουν περισσότερο έντονα οι άνδρες σε σχέση με τις γυναίκες επιχειρηματίες.
- Οι επιχειρηματίες μας θεωρούν ότι η εργατικότητα, η ηθική και οι καλές σχέσεις με τους πελάτες είναι τα κύρια χαρακτηριστικά που τους έκαναν να επιτύχουν ως επιχειρηματίες.

Βιβλιογραφία

- Alvarez,S., Busenitz,L. (2001) "The entrepreneurship of resource-based theory", *Journal of Management*, τομ. 27, σσ. 755-775.
- Bradley,D., Fryar,S., van Riper,D. (2003) "Effects of the Hispanic Population on Arkansas Small Business", *Academy of Entrepreneurship Journal*, τομ. 9, No 2, σσ. 91-112.
- Bruin,de A., Dupuis,A. (επιμ.) (2003) *Entrepreneurship: New Perspective in a Global Age*, New York: Ashgate.
- Busenitz,L, Lau,C. (1996) "A cross-cultural cognitive model of new venture creation", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, τομ. 20, No 4, σσ. 25-39
- Gilder,G. (1984) *The Spirit of Enterprise*, London: Guild Publishing, 1985.
- Global Entrepreneurship Monitor *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα* (2005-6) υπό Σ.Ιωαννίδη, Α. Τσακανίκας, Αθήνα: IOBE, 2006.
- Greenfield,S., Strickon,A. (1981) "A New Paradigm for the Study of Entrepreneurship and Social Change", *Economic Development and Cultural Change*, τομ. 29, No 3, σσ. 467-499.
- Johnson,H. (1951) "Sociological Aspects of Change and the Entrepreneur", *Journal of Economic History*, τομ. 11, No 1, σσ. 50-54.
- Καραγιάννης, Α.Δ. (1999) *Επιχειρηματικότητα και Οικονομία: Μελέτες*, Αθήνα: Interbooks, Αθήνα.
- Καραγιάννης,Α.Δ. (2004) "Οικογενειακές και Κοινωνικές επιδράσεις στην Επιχειρηματικότητα των Ελλήνων", *Διοίκηση και Οικονομία*, No 1, 2004, σσ. 45-61.
- Καραγιάννης,Α.Δ., Α.Ζαρίφης, Κ.Πουλάκος (2005) «Πηγές Επιχειρηματικών Ιδεών των Ελλήνων Επιχειρηματιών», *Διοίκηση και Οικονομία*, No 2, σσ. 11-31,
- Karayiannis,A.D. (1996) "Entrepreneurial Pluralism and Cultural Diversity", στο L.Bekemans, R. Picht (επιμ.) *European Societies between Diversity and Convergence*, Τομ. II, εκδ. College of Europe, European Interuniversity Press, Brussels, σσ.189-203.
- Μπήτρος,Γ.Κ, Καραγιάννης, Α.Δ. (2008) «Προσδιοριστικοί παράγοντες της επιχειρηματικής ηθικής: Μερικές ενδείξεις από την Ελλάδα», *Επιστήμη και Κοινωνία*, τευχ. 19, σσ. 1-18
- Masurel,E., Nijkamp,P., Vindigni,G. (2004) "Breeding places for ethnic entrepreneurs: a comparative marketing approach", *Entrepreneurship & Regional Development*, τομ. 16, No 1, σσ. 77-86.
- Reynolds,P. (1991) "Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, τομ. 16, No 2, σσ. 47-70.

- Shane,S. Locke,E. Collins,J. (2003) "Entrepreneurial motivation", *Human Resource Management Review*, τoμ. 13, σσ. 257-279.
- Shapero,A., Sokol,L. (1982) "The Social Dimensions of Entrepreneurship", στο Kent,C., Sexton,D., Vesper,K. (επιμ.) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, New Jersey: Prentice-Hall, σσ. 72-90.
- Shook,C., Priem,R., McGee,J. (2003) "Venture Creation and the Enterprising Individual: A Review and Synthesis", *Journal of Management*, τoμ. 29, No 3, σσ. 379-399.
- Thornton,P. (1999) "The Sociology of Entrepreneurship", *Annual Review of Sociology*, τoμ. 25, No 2, σσ. 19-46.
- Χασσίδ,Ι. Καραγιάννης,Α.Δ. (1999) *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Οικονομία: Οικονομική και Κοινωνική Προσέγγιση*, Αθήνα: Interbooks.