

Η ανάπτυξη μιας οικογενειακής εμπορικής επιχείρησης τον 19ο αιώνα

Ο οίκος Γερούση, από τη Σμύρνη, τη Σύρο και την Τεργέστη των χρόνων της Επανάστασης στη νεοελληνική Πάτρα του 1835

Μαρία-Χριστίνα Χατζηλιωάννου
Οικογενειακή στρατηγική και εμπορικός ανταγωνισμός. Ο οίκος Γερούση τον 19ο αιώνα.
ΜΙΕΤ, σ. 324.

της ΒΑΣΩΣ ΣΕΙΡΗΝΙΔΟΥ*

Μια μελέτη που δημοσιεύεται αρκετά χρόνια ύστερα από την πρώτη φάση της επεξεργασίας, αναγκάζει τον κριτικό αναγνώστη να τη διαβάσει ιστορικά, να αναζητήσει τον τρόπο που αυτή ανταποκρίνεται στα μεταβαλλόμενα ερωτήματα και αιτήματα της επιστημονικής κοινότητας στο διάστημα που μεσολάβησε από την αρχική έκδοσή της. Η μονογραφία της Μαρίας-Χριστίνας Χατζηλιωάννου, «Οικογενειακή στρατηγική και εμπορικός ανταγωνισμός. Ο οίκος Γερούση τον 19ο αιώνα», ΜΙΕΤ 2003, αποτελεί μια τέτοια περίπτωση.

Επεξεργασμένη μορφή μιας διατριβής που κατατέθηκε το 1989, το βιβλίο απεικονίζει την προσπάθεια που σημειώθηκε συστηματικά από τη δεκαετία του 1980, να μελετηθεί η ελληνική εμπορική δραστηριότητα του 18ου-19ου αιώνα όχι ως «αρετή» ή ως «ατέλεια», αλλά ως υπό διερεύνηση ιστο-

ρική πραγματικότητα και με όρους Οικονομικής και Κοινωνικής Ιστορίας. Η συγγραφέας συνθέτει μέσα από το υλικό ενός εμπορικού αρχειού την ιστορία μιας οικογενειακής επιχείρησης μεσαίων, ως προς το μέγεθος των διακινούμενων κεφαλαίων τους, εμπόρων που από τις αρχές του 19ου αιώνα συμμετείχαν ως ενδίδμεσοι στο εμπόριο της οθωμανικής αυτοκρατορίας με τις διεθνείς αγορές.

Δύο φάσεις

Η ιστορία του οίκου Γερούση διακρίνεται σε δύο φάσεις. Η πρώτη καλύπτει τη δεκαετία 1825-1835, την περίοδο δηλαδή που οι αδελφοί Γερούση οργανώνουν το εμπορικό τους κύκλωμα στον οθωμανικό, ελληνικό και ευρωπαϊκό χώρο. Με κέντρο επιχειρηματικής δράσης τη Σμύρνη, τη Σύρο και την Τεργέστη, οι Κωνσταντίνος, Μανώλης και Σωτήρης Γερούσης αντίστοιχα στήνουν δίκτυα συνεργατών σε δορυφορικές αγορές, διεκδικώντας έτσι την ακτίνα των συναλλαγών της οικογενειακής επιχείρησης. Το εμπορικό σύστημα των Γερούση την περίοδο αυτή είναι προσαρμοσμένο στην οικονομία της οθωμανικής αυτοκρατορίας. Η εξαγωγή πρώτων υλών είναι η βασική τους εμπο-

κή δραστηριότητα και ο δανεισμός στην Ανατολή η πιο κερδοφόρα τους επιχείρηση. Η δεύτερη φάση ορίζεται από την εγκατάλειψη του εμπορικού άξονα Σμύρνης-Σύρου-Τεργέστης και την εγκατάσταση της οικογένειας στη νεοελληνική Πάτρα, το 1835. Η πλεονία του ανταγωνισμού στο εμπόριο ανοικτών συνόρων προσανατολίζει τους Γερούσηδες στην εθνική οικονομία, στην αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσέφεραν η απόκτηση εγγείου ιδιοκτησίας και το σταφιδεμπό-

ρης προηγούμενης περιόδου εγκαταλείπεται και κάθε αδελφός προωθεί ανεξάρτητες επιχειρήσεις, ενώ στην επόμενη γενιά τα όρια της επιχειρηματικής παράδοσης εξαντλούνται.

Η ιστορία του οίκου Γερούση θα μπορούσε να διαβαστεί ως ένα υλικό που συμπληρώνει τις γνώσεις μας για την ελληνική εμπορική δραστηριότητα τον 19ο αιώνα, ως ένα παράδειγμα που, σε συνδυασμό με αντίστοιχα άλλων μονογραφιών, διευκολύνει την εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματι-

κής οργάνωσης και του εμπορίου της περιόδου. Παρακολουθώντας με ακρίβεια την ανάπτυξη του εμπορικού κύκλωματος, την επιχειρηματική στρατηγική και τις εμπορικές πράξεις των αδελφών Γερούση, η συγγραφέας αναδεικνύει στοιχεία που θα μπορούσαν να θεωρηθούν κοινά για τον ελληνικό εμπορικό κόσμο του 18ου και 19ου αιώνα. Για παράδειγμα, την οικογενειακή επιχειρηματική οργάνωση, τον κεντρικό ρόλο της συγγένειας και της εντοπιότητας στη συγκρότηση δικτύων με στόχο την ανταλλαγή πληροφοριών, την κυριαρχία των μικρών και παράλληλων οικονομικών πράξεων, την εξάρτηση από τις διεθνείς αγορές, την αυτοκρατοροδότηση του μεσολάου και μικρού κεφαλαίου, την παρέμβαση στην αγροτική παραγωγή προκειμένου να αντιμετωπιστεί ο διεθνής ανταγωνισμός.

Παραγωγή κουλτούρας

Ωστόσο, στόχος του βιβλίου δεν είναι η αναζήτηση αντιπροσωπευτικών τύπων. Αντίθετα, με άξονα το οικογενειακό επιχειρηματικό σχήμα, ένα από τα πλέον αναγνωρίσιμα στην ιστορία των επιχειρήσεων, η συγγραφέας αναδεικνύει την ιδιαιτερότητα της οικογενειακής επιχείρησης, τους διαφο-

ρετικούς τρόπους με τους οποίους ακόμα και τα ίδια της τα μέλη ανταποκρίνονται στις υπάρχουσες καταστάσεις. Αυτό το επιτυγχάνει με το να εξετάζει την επιχειρηματική συμπεριφορά των υποκειμένων σε στενή συνάρτηση προς τις αγορές μέσα στις οποίες δραστηριοποιούνται. Η Σμύρνη, η Σύρος, η Τεργέστη, η Πάτρα ως γεωγραφικοί και οικονομικοί χώροι με διαφορετικά χαρακτηριστικά αγοράς και οικονομικής κουλτούρας συμβάλουν ανάλογα στα διαμορφωσις της επιχειρηματικής αλλά και κοινωνικής συμπεριφοράς των αδελφών Γερούση. Ακριβώς στο σημείο αυτό η μελέτη της κ. Χατζηλιωάννου παρεμβαίνει αποφασιστικά στη διεθνή συζήτηση, που έχει αναπτυχθεί με αφορμή κυρίως το παράδειγμα των εμπορικών διασπορών, γύρω από τη σχέση επιχειρηματικότητας και κουλτούρας: δεικνύοντας ότι οι οικονομικές πρακτικές δεν εγγράφονται απλά στην κουλτούρα μιας ομάδας, αλλά προάγονται και οι ίδιες πολιτισμικές αξίες που ορισμένες φορές θέτουν αυτήν την κοινή κουλτούρα σε δοκιμασίες.

* Η κ. Βάσω Σεϊρήνιδου είναι ιστορικός, διδάκτωρ του Πανεπιστημίου Αθηνών.



Η Τεργέστη από τη θάλασσα στις πρώτες δεκαετίες του 19ου αιώνα.