

ΝΕΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, & ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ (του Γιάννη Ζήση)



Απόσπασμα πρακτικών της ημερίδας που διοργάνωσε το Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο στις 06/12/2006, με θέμα “ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΙΝ – ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ”

Γιάννης Ζήσης

Δημοσιογράφος, συγγραφέας, μέλος του ανώτατου συμβουλίου απονομής οικολογικού σήματος και γενικός γραμματέας του Εθνικού Πάρκου Σχοιριά – Μαραθώνα, εκπρόσωπος της ΜΚΟ “ΣΟΛΩΝ”.

Η κρίση του περιβάλλοντος, η ανάπτυξη μιας νέας στάσης απέναντι στις ανθρώπινες ανάγκες και η ανάδειξη νέων αναγκών, έχουν φέρει στο προσκήνιο τόσο της πολιτικής όσο και της οικονομίας, ζητήματα που αφορούν το περιβάλλον και την ποιότητα ζωής.

Η πρώτη φάση αντίδρασης της οικονομίας και της πολιτικής ήταν μια αντίδραση θεσμοθέτησης και μια αμυντική στάση. Όμως τώρα έχουμε περάσει σε μια πιο ενεργητική φάση όπου η κρίση αυτή και οι νέες ανάγκες δίνουν ευκαιρίες αποτελούν ένα πεδίο ανάπτυξης πρωτοβουλιών και απελευθερώνουν νέες δυνάμεις.

Αυτό είναι ένα τοπίο για μια νέα επιχειρηματικότητα και οι παράγοντες διαμόρφωσης αυτού του πεδίου, βρίσκονται πια και μέσα στην ίδια την αγορά και μέσα στο περιβάλλον της. Υπάρχει μια ορχήστρα νέων επιχειρηματικών οριζόντων που έρχεται να απαντήσει τόσο στην όξυνση των εξωτερικότητων, στην κρίση του κοινωνικού και του περιβαλλοντικού κόστους της οικονομίας όπως επίσης και στην κρίση των πολιτιστικών και των καθημερινών αξιών.

Σημειώνουμε ότι η ποιότητα ζωής συνάδει με την ποιότητα και την προστασία του περιβάλλοντος και αυτό είναι εμφανές και από την εξέλιξη των αξιών της και βέβαια συνάδει και με τον πολιτισμό.

Οι νέες ανάγκες που είναι συναφείς με την νέα ζήτηση είναι συνυφασμένες με τα νέα επαγγέλματα, με τα επαγγέλματα της πράσινης οικονομίας, της αειφορικής ανάπτυξης, με τα κοινωνικά και πολιτιστικά επαγγέλματα που έρχονται να καλύψουν την κοινωνική συνοχή και να ανοίξουν τους ορίζοντες για μια νέα ποιότητα ζωής και που υποστηρίζονται τελικά από τον ρόλο της ευαισθητοποίησης, της πληροφορίας και της γνώσης, και οδηγούν σε μια διεύρυνση τελικά της νέας ζήτησης σε ένα ανατροφοδοτούμενο κύκλο ποιότητας και προοπτικών.

Ποια είναι η βάση και ο πυρήνας τελικά αυτής της νέας επιχειρηματικότητας; Καταρχήν η αναζήτηση εναλλακτικών λύσεων απέναντι στις παγκοσμιοποιημένες αγορές για προϊόντα με τοπικό χαρακτήρα και με ποιότητα, για νέες υπηρεσίες και επίσης οι διευρυνόμενες ανάγκες περιβαλλοντικής συμμόρφωσης αλλά και αειφορικής οικονομίας οδηγούν σε μια συστηματική αλλαγή μέσα στην ίδια τελικά την συμβατική οικονομία και απελευθερώνουν δυνατότητες που πριν από λίγες δεκαετίες ήταν ανύπαρκτες.

Ένα νέο καταναλωτικό κοινό και μια νέα σχέση κατανάλησης, παραγωγής και εμπορίου σε συνάρτηση βέβαια και με τις ευρωπαϊκές και άλλες οδηγίες και θεσμικές δεσμεύσεις που αναδεικνύουν την ηγεμονία του καταναλωτή και την ανάγκη των δημοσίων και των κοινωνικών ελέγχων στην αγορά σαν υποχρεωτική. Το θέμα μας είναι βέβαια να διεκρινίσουμε και να διερευνήσουμε αναλυτικά αυτά τα νέα πεδία επιχειρηματικότητας.

Οι ρυθμιστικοί παράγοντες

Οι νέες απαιτήσεις είναι ο βασικός ρυθμιστικός συντελεστής για την νέα επιχειρηματικότητα. Στις νέες συνθήκες και τις προκλήσεις, μπορούμε να συμπεριλάβουμε:

- 1) Το θεσμικό πλαίσιο όπως αυτό καλύπτει κίνητρα και αντικίνητρα. Τα κίνητρα συνδέονται με κριτήρια χρηματοδότησης επιχειρηματικών σχεδίων και με κοινωνική και θεσμική στήριξη επιχειρηματικών δράσεων. Αντίθετα τα αντικίνητρα περιλαμβάνουν τις απαγορεύσεις και τις ποινές που λειτουργούν στο πλαίσιο της εφαρμογής των νομικών πλαισίων που δεσμεύουν τον ιδιωτικό τομέα.
- 2) Ένας δεύτερος ρυθμιστικός παράγοντας είναι το στάδιο της οικονομικής ανάπτυξης. Γνωρίζουμε ότι η ευημερία προσανατολίζει προς την ποιότητα και η ποιότητα απαιτεί σημαντικές αλλαγές και νέα επιχειρηματικότητα. Το στάδιο της οικονομικής ανάπτυξης αναδεικνύει νέες καταναλωτικές ανάγκες όπως βάζει στη συνέχεια.
- 3) Η απαιτητικότητα των καταναλωτών, και εδώ δεν αναφερόμαστε στις νέες ανάγκες που αποτελούν ένα χωριστό άξονα ρύθμισης αλλά κυρίως στην εφαρμογή των δικαιωμάτων των καταναλωτών, στην αφόπνιση του καταναλωτικού κοινού απέναντι στα δικαιώματά του. Συντελεστικό ρόλο διαδραματίζει το θεσμικό πλαίσιο στο βαθμό που κατοχυρώνει αυτή τη δυναμική, την εφαιρτικότητα των καταναλωτών στις σχέσεις τους με τα προϊόντα και τις επιχειρήσεις.
- 4) Όσο περισσότερο αναδεικνύονται οι κρίσεις εμπιστοσύνης αλλά και οι στάσεις απέναντι στην παγκοσμιοποίηση των αγορών και τα προβλήματα που δημιουργούνται, τόσο περισσότερο το καταναλωτικό κοινό στρέφεται στην τοπικότητα και αναδεικνύει την ιχνηλασιμότητα σαν ένα ειδικό στοιχείο για την σχέση εμπιστοσύνης, μέσα από την διαφάνεια και τον γεωγραφικό χάρτη των προϊόντων και των επιχειρήσεων που τα παράγουν, τα μεταποιούν και τα εμπορεύονται.
- 5) Το πέμπτο ρυθμιστικό στοιχείο είναι η ίδια η επιχειρηματική εξέλιξη και η ευαισθητοποίηση της επιχείρησης προς τους καταναλωτές. Οι νέες επιχειρήσεις μέσα από την επιχειρηματική κουλτούρα κινούνται όλο και πιο δυναμικά στην ανάληψη μιας σχέσης ευθύνης απέναντι στον καταναλωτή και μιας ευαισθησίας καταγραφής των ιδιαίτερων προτιμήσεων και αναγκών του. Αναδεικνύουν τους άξονες ευθύνης τους σαν άξονες επιχειρηματικής πολιτικής προς τον καταναλωτή.
- 6) Το επόμενο σημείο, το έκτο σημείο, είναι το συγκριτικό πλεονέκτημα που πλέον συστηματικά αναζητείται από την επιχείρηση για την ίδια και το προϊόν που παράγει. Το συγκριτικό πλεονέκτημα γίνεται ένα σημείο ολιστικής δυναμικής και προσέγγισης και εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι υπάρχει μια ευρύτητα φάσματος συγκριτικών πλεονεκτημάτων και συνεργειών που τελικά χαρακτηρίζουν την νέα επιχειρηματικότητα πολυσύνθετα και αποτελεσματικά. Περισσότερο από ότι στο παρελθόν.
- 7) Το έβδομο σημείο, είναι η αναζήτηση της διαφοροποίησης του προϊόντος και του επιχειρηματικού προφίλ καθώς αυτό έχει συνάφεια βέβαια και με το συγκριτικό πλεονέκτημα ενώ αποτελεί μια πτυχή του φάσματος του πλεονεκτήματος αυτού. Η διαφοροποίηση αυτή του προϊόντος είναι συνυφασμένη με μια ολοκληρωμένη πολιτική προϊόντος όπως και η διαφοροποίηση του επιχειρηματικού προφίλ.
- 8) Το όγδοο σημείο βρίσκεται στις νέες ανάγκες, για παράδειγμα στο χώρο της διατροφής. Η εισαγωγή των τεστ δυσανεξίας σε ευρύτερη χρήση θα έχει σαν επιπτώσεις νέες διατροφικές ανάγκες που θα απαιτούν ένα άλλο μοντέλο και στο εμπόριο προς τους καταναλωτές, τόσο των πρώτων υλών όσο και των συσκευασμένων διατροφικών προϊόντων, όπως επίσης και νέα γνήσια υπηρεσίες και τα προσφερόμενα προϊόντα στους χώρους εστίασης. Στο αμέσως προηγούμενο σημείο μας, είδαμε τον ρόλο που έχει η νέα γνώση και πληροφορία, βασισμένη στην επιστημονική έρευνα.
- 9) Ακριβώς λοιπόν, το ένατο σημείο μας, είναι η περισσότερο γνώση, πληροφορία και επιστημονική έρευνα που διαμορφώνει ένα νέο επιχειρηματικό και καταναλωτικό τοπίο.
- 10) Το επόμενο σημείο μας είναι η γενικευμένη κρίση του περιβάλλοντος και η ευαισθητοποίηση σαν μια μεγάλη εξωτερικότητα, που περιβάλλει γενικότερα τις επιχειρηματικές κινήσεις αλλά και την γενική στάση του κοινού. Αυτό συνδέεται με το επόμενο που είναι το εντέκατο σημείο:
- 11) Ο εντέκατος παράγοντας που είναι η κοινωνική μίμηση, είναι η διάχυση των συμπεριφορών, των νοοτροπιών και των στάσεων που τείνει να γενικεύσει και να διαμορφώσει το κοινωνικό υπόβαθρο και για την επιχειρηματικότητα και για την κατανάλωση των προϊόντων και των υπηρεσιών.

Τομείς νέας επιχειρηματικότητας

Ας δούμε όμως τώρα τους τομείς της νέας επιχειρηματικότητας.

- 1) Θα αξιολογήσουμε σαν πρώτο τομέα, τον τομέα της διατροφής καθώς εδώ αναμένονται οι πιο σαρωτικές και ανατρεπτικές εξελίξεις μέσα από την ιατρική, μέσα από την μαζική ευαισθησία στις διατροφικές εξελίξεις και στην ειδησιογραφία για τις διατροφικές κρίσεις, κ.ο.κ. Η διατροφή είναι ένας βασικός τομέας για την νέα επιχειρηματικότητα και γι' αυτό θα την χρησιμοποιήσουμε σαν μελέτη παραδείγματος στο τέλος.
- 2) Ο δεύτερος τομέας είναι τα είδη καθημερινής καταναλωτικής χρήσης, ένδυση, υπόδηση κ.ο.κ. Βλέπουμε την σημαντικότητα αυτού του τομέα, μια σημαντικότητα που είναι συνυφασμένη και με την υγεία και με την οικογενειακή οικονομική κατάσταση.
- 3) Ο τρίτος τομέας είναι στις υποδομές τις καθημερινότητας, στα οικοδομικά υλικά, στην ασφάλεια των χώρων διαβίωσης, στην ενεργειακή αυτάρκειά τους κ.ο.κ.
- 4) Ο τέταρτος τομέας, συνδέεται με την εναλλακτική διαχείριση της υπολειμματικότητας της κατανάλωσης. Είναι ένας τομέας που στη χώρα μας τώρα μόλις αναδεικνύεται, με μικρή αποτελεσματικότητα ακόμη λόγω αδράνειας νοοτροπιών, συμπεριφορών και θεσμικών πλαισίων, που όμως μπορεί να πρέπει να γίνει ένας από τους ιδιαίτερα παραγωγικούς τομείς νέας επιχειρηματικότητας.
- 5) Ο επόμενος τομέας είναι συνυφασμένος με την μείωση των παραγωγικών οχλήσεων σε σχέση με το περιβάλλον και την ποιότητα ζωής. Η παραγωγική διαδικασία πρέπει να γίνει πιο αβλαβής για το περιβάλλον και για τον άνθρωπο. Και εδώ αναπτύσσεται μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, για την μείωση αυτών των οχλήσεων και για την αλλαγή του παραγωγικού εξοπλισμού.
- 6) Οι άλλοι δύο τομείς είναι τομείς και μεικτού χαρακτήρα κοινωνικού και ιδιωτικού. Συνδέονται με επιχειρήσεις που είναι προσανατολισμένες στην παραγωγή άυλων αγαθών και προϊόντων. Ο έκτος τομέας συνδέεται με την πολιτισμική ανάπτυξη και την ποιότητα ζωής στον οποίο δραστηριοποιείται βέβαια και ο ιδιωτικός τομέας και ο κοινωνικός τομέας όπως και ο δημόσιος.
- 7) Τέλος ο έβδομος τομέας είναι ο τομέας των κοινωνικών υπηρεσιών και της αλληλεγγύης όπου λειτουργεί ο εθελοντισμός και η κάλυψη κοινωνικών ευρύτερων αναγκών του ανθρώπου, ειδικών και γενικών.
- 8) Πρέπει τέλος να προσθέσουμε άλλον έναν τομέα νέας επιχειρηματικότητας που συνδέεται με τις ίδιες τις επιχειρήσεις, είναι η οραματική και μεθοδολογική συμβουλευτική για τα επιχειρηματικά σχέδια. Δεν απαιτείται πια μόνο η μείωση των παραγωγικών οχλήσεων, αλλά οπωσδήποτε χρειάζονται επιχειρηματικές ιδέες και αξιόπιστες μεθοδολογίες για τον ιδιωτικό τομέα που παίζουν ένα καταλυτικό ρόλο σε σχέση με την περιβαλλοντική συμμόρφωση και με τις συνέργειες των επιχειρηματικών σχεδίων, με την ποιότητα ζωής των τοπικών κοινωνιών και με τον πολιτισμό.

Εδώ έχουμε για παράδειγμα την εταιρική κοινωνική ευθύνη και τη συμβουλευτική για την εταιρική κοινωνική ευθύνη που μπορεί να προσφέρει πολλά και να διαμορφώσει ένα νέο πεδίο επιχειρηματικότητας και επιχειρηματικών σχεδίων και δράσεων.

28 Αυγούστου 2008,
Γιάννης Ζήσης, Δημοσιογράφος – συγγραφέας,
Μέλος της γραμματείας της ΜΚΟ ΣΟΛΩΝ