

Ανάπτυξη οικολογικών λύσεων από τις αγορές

Από τις δημόσιες συζητήσεις και την κοινωνική ατμόσφαιρα διαπιστώνεται ότι οι σημαντικότερες πρωτοβουλίες για μείωση των περιβαλλοντικών συνεπειών αναμένονται από την πλευρά των κυβερνήσεων, ακόμη και για τις επιλογές της επιχειρηματικής δράσης.

Αυτή η προσέγγιση, όταν αναφέρεται στην επιχειρηματική δραστηριότητα, παρόλο που αναγνωρίζεται ότι έχει θετικά αποτελέσματα, επικεντρώνεται σε ελέγχους και οικονομικά κίνητρα και έχει δύο βασικές αδυναμίες. Καταρχήν, οι περιβαλλοντικοί στόχοι πετυχαίνονται με κεντρικά σχεδιαζό-



ΤΟΥ ΦΙΛΙΠΠΟΥ Ι. ΚΑΡΥΠΙΔΗ
καθηγητή στο Αλεξάνδρειο
ΤΕΙ Θεσσαλονίκης

μενη προσπάθεια που δεν είναι η πιο αποτελεσματική, αφού το κράτος δεν μπορεί να έχει την ευελιξία, την ευρηματικότητα και την αποτελεσματικότητα κόστους που πετυχαίνει η ιδιωτική δράση, σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον πιο σύνθετο και πιο ρευστό από πριν. Το πιο σημαντικό, όμως, είναι ότι το κράτος γίνεται οδηγητής των επιχειρηματικών εξελίξεων και κάνει την επιχειρηματική σκέψη να προσκολλάται στις κρατικές αποφάσεις, αφήνοντας σε κατώτερη θέση την αξιοποίηση των άπειρων παγκόσμιων ευκαιριών.

Νέες ισορροπίες

Οι ευκαιρίες στην παγκόσμια αγορά είναι συνυφασμένες με τη στάση των κοινωνιών και τα αγοραστικά ενδιαφέροντα για τις φιλοπεριβαλλοντικές πλευρές της επιχειρηματικής δράσης. Οι αναγνωρίσεις της κοινωνικής υπευθυνότητας των επιχειρήσεων και οι αγοραστικές προτιμήσεις μπορούν να δώσουν προβάδισμα στις επιχειρήσεις που σκέπτονται και δρουν φιλοπεριβαλλοντικά και να αναδιαρθρώσουν το χώρο των συναλλαγών. Έτσι δημιουργείται «κίνηση προς νέες ισορροπίες» στην αγορά και γεννιούνται ελπίδες ότι αυτός ο «δαιμονοποιημένος» θεσμός μετατρέπεται σε θετικό-πλοηγό των περιβαλλοντικών εξελίξεων. Αυτή η όδευση προς μια επιχειρηματική δράση «αιεφορική», που εξισορροπεί τα επιτεύγματα του

παρόντος με τις ανάγκες και τις προσδοκίες των μελλοντικών γενεών, μπορεί να εξασθενήσει τις απαισιόδοξες εκτιμήσεις για αντιμετώπιση του περιβαλλοντικού προβλήματος.

Υπάρχουν αξιόλογες ενδείξεις ότι μια τέτοια εξέλιξη είναι πολύ πιθανή, αφού πάνω από το 75% των Ευρωπαίων καταναλωτών βρέθηκε να πιστεύει (2008) πως μπορεί να βοηθήσει στη μείωση των συνεπειών της κλιματικής αλλαγής και περισσότερο από τους μισούς καταναλωτές παγκοσμίως προτιμούν να αγοράζουν προϊόντα και υπηρεσίες από εταιρίες με ισχυρή φιλοπεριβαλλοντική θέση. Ακόμη, πάνω από το 80% των εργαζομένων προτιμά να εργάζεται σε περιβαλλοντικά ηθικό επιχειρηματικό οργανισμό. Οι αριθμοί αυτοί αλλάζουν ταχύτατα, αναδιαρθρώνοντας το σκηνικό της αγοράς, με ρυθμούς που μπορεί να αιφνιδιάσουν τη «συμβατική» επιχειρηματική δράση. Ενδεικτική είναι η διαπίστωση ότι το μερίδιο των καταναλωτών που είναι οι πλέον δραστήριοι περιβαλλοντικά τριπλασιάστηκε μέσα σε δεκαεπτά έτη στις ΗΠΑ και από 11% το 1990 έφτασε στο 30% το 2007.

Έναυσμα για αλλαγές

Στη σημερινή οικονομική συγκυρία, η ευαισθητοποίηση απέναντι στις περιβαλλοντικές εξελίξεις μπορεί να δώσει το έναυσμα για αλλαγές στο επιχειρηματικό τοπίο και να τροφοδοτήσει την ανάπτυξη σε μια χώρα με καλές φυσικές προϋποθέσεις, όπως η Ελλάδα. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με αλλαγές στρατηγικού και οργανωσιακού χαρακτήρα στις επιχειρήσεις, όπως η ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών με φιλοπεριβαλλοντική βάση, η υιοθέτηση φιλοπεριβαλλοντικών πρακτικών, η εφαρμογή συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης, η συμμετοχή σε πλήθος από φιλοπεριβαλλοντικά δρώμενα.

Στη νέα εποχή, το επιχειρηματικό περιβάλλον είναι πιο σύνθετο, πιο ανοικτό και πιο ρευστό από πριν. Για να κτίσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα η επιχείρηση δεν αρκείται σε μια εντυπωσιακή μοναδικότητα, όπως πριν, αλλά συνθέτει ένα μεγάλο σύνολο από «μικρά στοιχεία», όπως διαδικασίες, προϊόντα, υπηρεσίες, τεχνολογίες, συστήματα. Έτσι, η φιλοπεριβαλλοντική όδευση των επιχειρήσεων δεν μπορεί να βασίζεται μόνο σε παρακολούθηση των ανταγωνιστών, αλλά χρειάζεται μια διαρκής πρωτοπορία και «συνολικότητα» για προσφορά αιεφορικών λύσεων. Αυτή η πρόδοος που θέλει την επιχείρηση να προετοιμάζεται και να αλλάζει συνεχώς, μέσα στις σύνθετες μετα-

βαλλόμενες συνθήκες, δεν μπορεί να επιτευχθεί χωρίς αλλαγές στη σκέψη, στα οράματα και στις καινοτομίες που υιοθετεί.

Η στρατηγική σκέψη

Η σύγχρονη επιχειρηματική σκέψη χρειάζεται να ενσωματώνει όλο το φάσμα κοινωνικών, οικονομικών, περιβαλλοντικών, αγοραίων, τεχνολογικών και διοικητικών υπευθυνοτήτων σε ένα παγκόσμιο εταιρικό σύστημα διοίκησης και σε μια παγκόσμια οργανωτική δομή. Στη στρατηγική σκέψη συνδέονται επιχειρηματίες, εργαζόμενοι, πελάτες, κοινωνία, σε ένα σύστημα αλληλεπιδράσεων που επικεντρώνεται στη δημιουργία αξίας με αιεφορικές λύσεις και χαρακτηρίζεται από μια ολιστική θεώρηση της ικανοποίησης. Η οραματική ηγεσία συνδυάζει το οραματικό στοιχείο και την ηγεσία αρχών με: γνώση, αναλυτικές ικανότητες, δημιουργικότητα, ενθάρρυνση προληπτικών στρατηγικών και πρωτοβουλιών, πρωτοποριακή αλλαγή, δημιουργία ρηξικέλευθων λύσεων για τις παρούσες και τις μελλοντικές ανάγκες του παγκόσμιου επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Οι καινοτομίες προϊόντων και τεχνολογιών οδηγούν σε δημιουργία λύσεων, ώστε οι ευκαιρίες να μετατραπούν σε αιεφορική επιτυχία. Εξαρτώνται από το διανοητικό κεφάλαιο κάθε επιχειρηματικού οργανισμού (γνώσεις, μάθηση, εμπειρία, δημιουργικά ταλέντα, εμπορικά μυστικά, πρωτόκολλα, βάσεις δεδομένων), τα συστήματα και τις διαδικασίες του.

Φιλοπεριβαλλοντική στροφή

Συμπερασματικά, διαπιστώνεται ότι πλήθος από παγκόσμιες ευκαιρίες και απειλές για την επιχείρηση είναι συνυφασμένες με τη φιλοπεριβαλλοντική στροφή της. Η ανάγκη για μια «επιχειρηματική αλλαγή» προς τη «στρατηγική ολιστικότητα» καθιστά τον άνθρωπο (πολίτη, καταναλωτή, επιχειρηματία, στέλεχος, εργαζόμενο) ακόμη πιο σπουδαίο παράγοντα από πριν. Η ανάγκη για συνεχή ανάπτυξη της σκέψης και των ικανοτήτων του, σε συνδυασμό με την ανάγκη για συνεχή ανανέωση της «επιχειρηματικής και κοινωνικής γνώσης», δείχνει πόσο απαραίτητες είναι οι αλλαγές στην αποστολή, στους στόχους, στις μεθόδους, στην οργάνωση της εκπαίδευσης (διά βίου) και της έρευνας, ώστε να τροφοδοτείται μια κοινωνικά επωφελής «αιεφορική επιχειρηματική πορεία» που διασφαλίζει ή προσφέρει θέσεις εργασίας και συνεισφέρει στην προστασία του περιβάλλοντος.