

ΑΡΘΡΟ



Για μια κοινωνία της καινοτομίας

Tα μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτει η, ουσιαστικά πτωχευμένη, Ελλάδα για να γνωρίσει ανάπτυξη είναι το κλίμα της, οι άνθρωποί της, η γεωργία της και οι ποιοτικές υπηρεσίες που θα μπορούσε να προσφέρει στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης.

Το περίφημο «σχέδιο Γιούνκερ» για την ανάπτυξη της Ευρώπης είναι ξεκάθαρο. Οι κυβερνήσεις πρέπει να ξεχάσουν τους παραδοσιακούς συν-

τελεστές παραγωγής πλούτου και ανάπτυξης και να επενδύσουν σε νέους, στους οποίους η Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.) έχει πολλά συγκριτικά πλεονεκτήματα και οι οποίοι δημιουργούν το νέο, παγκοσμιοποιημένο πλέον, επιχειρηματικό, εμπορικό και οικονομικό περιβάλλον. Τεράστια είναι έτσι για την Ευρώπη συνολικά και τις χώρες που τη συνθέτουν ειδικά η σημασία της δημιουργίας αγορών με μοχλό τις καινοτομίες, που μόνον αυτές πλέον προωθούν σε όλα τα επίπεδα την ανάπτυξη μέσω της δημιουργίας νέων προστιθέμενων αξιών.

Στο επίπεδο αυτό, η Ελλάδα μπορεί να αποκτήσει πολλές δυνατότητες που, ωστόσο, για να τις αξιοποιήσει, θα πρέπει πριν απ' όλα να μετασχηματίσει εκ βάθρων το κράτος της. Ένα κράτος, όμως, το οποίο θα χρειαστεί να είναι ιδιαίτερα φιλικό προς την καινοτομία και δημιουργική ιδιωτική πρωτοβουλία. Αρα είναι ζωτική ανάγκη το καινοτόμο κράτος να εδράζεται σε διαφορετικές δομές από τις αντίστοιχες γραφειοκρατικές του παρελθόντος. Θα χρειάζεται απόλυτη ευελιξία και προσαρμοστικότητα και, βεβαίως, η αποτελεσματικότητά του θα εξαρτάται από την ταχύτητά του να λαμβάνει και να εκτελεί αποφάσεις.

Με διαφορετικά λόγια -όπως υποστηρίζουν η καθηγήτρια Μαριάννα Ματσουκάτο, που διδάσκει οικονομικά της καινοτομίας στο πανεπιστήμιο του Σάσεξ, και ο καθηγητής Γιάννης Καλογήρου, που επιμελήθηκε την ελληνική έκδοση του βιβλίου της «Το Επιχειρηματικό Κράτος»- η χώρα έχει ανάγκη περισσότερο από ένα αναπτυξιακό, παρά διοικητικό, κράτος. Αυτό σημαίνει (αν, βέβαια, θέλουμε ανάπτυξη) ότι οι εποχές της μεγάλης ευφορίας για συντεχνίες, διαπλεκόμενα συμφέροντα και πελατειακές κατανομές επενδυτικών πόρων έχουν παρέλθει ανεπιστρεπτή.

Μία γενικότερη προοπτική που ιχνογραφείται από αυτά που προηγούνται είναι αυτή του ριζικού επαναπροσανατολισμού των σχέσεων κράτους και ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Υπό αυτή την έννοια, ένας τρόπος αξιολόγησης μιας επένδυσης, για παράδειγμα, θα πρέπει να είναι αυτός που εξετάζει αν η επένδυση διδάσκει στους εργαζόμενους νέες δεξιότητες και αν οδηγεί στη δημιουργία νέων τεχνολογιών, με παράλληλο άνοιγμα των σχετικών αγορών.

Σε μία εποχή που, στον δυτικό κυρίως κόσμο, τα δημόσια χρέη έχουν εκπναχθεί στα ύψη και συνιστούν πραγματικά ωρολογιακή βόμβα για την παγκόσμια οικονομία, κατά τον Γάλλο σοσιαλιστή οικονομολόγο Ζακ Αταλί οι δημόσιες επενδύσεις πρέπει να ακολουθούν αυστηρούς κανόνες ορθολογικής διαχείρισής τους και υψηλής αποτελεσματικότητας. «Η εποχή των στείρων επιδοτήσεων και των

φιλικών κινήτρων προς ημέτερους μόνον νέες ζημιές προσθέτει στην οικονομία», αναφέρει ο σύμβουλος του Γάλλου πρώην προέδρου Φρανσουά Μιτεράν.

Από την πλευρά της, η καθηγήτρια Μαριάννα Ματσουκάτο σε άρθρο της στη γνωστή αμερικανική επιθεώρηση Φόρεϊν Άφερς γράφει: «Το να σκεφτούν οι κυβερνήσεις με ευρύτερο τρόπο για την καινοτομία, δεν είναι μόνο θέμα περισσότερων επενδύσεων με χρήματα των φορολογουμένων σε περισσότερες δραστηριότητες. Απαιτείται εκ βάθρων επανεξέταση του παραδοσιακού ρόλου του κράτους στην οικονομία. Συγκεκριμένα, αυτό σημαίνει την εξουσιοδότηση των κυβερνήσεων να οραματιστούν μία κατεύθυνση για την τεχνολογική αλλαγή και να επενδύσουν σε αυτή την κατεύθυνση. Αυτό σημαίνει την εγκατάλειψη του κοντόφθαλμου τρό-

που που συνήθως αξιολογούνται οι δημόσιες δαπάνες. Αυτό σημαίνει τον τερματισμό της πρακτικής της απομόνωσης του ιδιωτικού τομέα από τον δημόσιο τομέα. Και αυτό σημαίνει να βρεθούν τρόποι για τις κυβερνήσεις και τους φορολογουμένους να αποκομίσουν ορισμένα από τα οφέλη των δημοσίων επενδύσεων αντί μόνον για τα ρίσκα. Μόνον όταν οι πολιτικοί κινήθηκαν πέρα από τους μύθους σχετικά με τον ρόλο του κράτους στην καινοτομία θα σταματήσουν να είναι, όπως το έθεσε ο John Maynard Keynes σε μία άλλη εποχή, «οι δούλοι κάποιου μακαρίτη οικονομολόγου».

Στη βάση αυτή της κείναιανής ρήσης, θα λέγαμε ότι, στη χώρα μας, οι πολιτικοί που λατρεύουν τον κρατισμό θα πρέπει να καταλάβουν ότι δεν μπορούν πλέον να είναι δούλοι ενός φαύλου παρελθόντος. Σε μία πτωχευμένη χώρα, η οποία κρατά το κεφάλι της έξω από το νερό μόνο χάρη στη βοήθεια των εταίρων-δανειστών της, οι απαραίτητες δημόσιες επενδύσεις πρέπει να υπακούουν σε κριτήρια και κανόνες που δεν έχουν καμιά απολύτως σχέση με «πελατειακές διευκολύνσεις» και «συντεχνιακές εξυπηρετήσεις».

«Τα κράτη που στηρίζονται στην εξυπηρέτηση της πολιτικής πελατείας τους και όχι στην πραγματικότητα που τα περιβάλλει, είναι καταδικασμένα στην παρακμή και την κατάρρευση. Για να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν, στη σημερινή φάση της παγκοσμιοποίησης και των ραγδαίων μετασχηματισμών που αυτή συνεπάγεται, θα πρέπει να κατευθύνουν την όποια οικονομική τους πολιτική προς νέα «τεχνικο-οικονομικά παραδείγματα», ικανά να δημιουργούν αγορές υψηλής προστιθέμενης αξίας», αναφέρει η οικονομολόγος Καρλότα Περέζ, με βάση την πλούσια λατινοαμερικανική εμπειρία της.

Μήπως, λοιπόν, οι εγχώριοι θαυμαστές κάποιων λατινοαμερικανικών προτύπων θα έπρεπε να λάβουν σοβαρά υπ' όψιν τους αυτά της τα λόγια:

«Η Ελλάδα», μας έλεγε πρόσφατα στην Πάτρα ο καθηγητής Βασίλης Μακίος, από τους πρωτοπόρους σε καινοτόμες δραστηριότητες στη χώρα μας, «έχει σημαντικές δυνατότητες να γίνει μία υψηλής ποιότητας κοινωνία της καινοτομίας. Για να επιτευχθεί ο στόχος αυτός, κάποιος θα πρέπει να πληροφορηθούν ότι δεν χρειάζονται άφθονα κεφάλαια όσο απαιτείται η προώθηση της γνώσης και η διάδοσή της. Υπό την προϋπόθεση, βέβαια, ότι η αριστεία θεωρείται σημαντική πρώτη ύλη».

Αντιληπτόν;

[SID:9605344]



Του Αθαν. Χ. Παπανδρόπουλου

Ένας τρόπος αξιολόγησης μιας επένδυσης, για παράδειγμα, θα πρέπει να είναι αυτός που εξετάζει αν η επένδυση διδάσκει στους εργαζόμενους νέες δεξιότητες και αν οδηγεί στη δημιουργία νέων τεχνολογιών, με παράλληλο άνοιγμα των σχετικών αγορών.



[Initiative] Έρευνα για τη γενιά των millennials

Η πατρότητα ενισχύει αυτοπεποίθηση και επιχειρηματικότητα

Της Σοφίας Εμμανουήλ
semm@naftemporiki.gr

Η πατρότητα, παρά την οικονομική αβεβαιότητα, ενισχύει την αυτοπεποίθηση, την αισιοδοξία και το επιχειρηματικό πνεύμα των ανδρών της γενιάς των millennials, εκ των οποίων οι επτά στους δέκα (70%) πιστεύουν ότι έχουν τη δύναμη της επιλογής του τρόπου ζωής τους, ενώ το 67% πιστεύει στην ισότητα και διαθέτει πολλά gadgets, σύμφωνα με μια νέα έρευνα της Initiative για τους Millennial Dads (πλικίας 25-34), που διεξήχθη σε 19 αγορές παγκοσμίως.

Η έρευνα δείχνει ότι οι μπαμπάδες της γενιάς των millennials (millennial dads), επαναπροσδιορίζουν την πατρότητα ως μια ευκαιρία να ζήσουν μια πιο τολμηρή και δημιουργική ζωή, καθώς είναι ενθουσιώδεις, έχουν ενεργό συμμετοχή στα θέματα που τους αφορούν και είναι οικονομικά σταθεροί. Μάλιστα, σύμφωνα με τους αναλυτές της Initiative, οι marketers θα πρέπει να υιοθετήσουν τρόπους επικοινωνίας με αυτή την κοινωνική ομάδα που θα ενισχύουν τα εν λόγω χαρακτηριστικά.

Ενδεικτικό συμπέρασμα της έρευνας είναι επίσης ότι το 67% των millennial dads πιστεύει -σε αντίθεση με τους μη γονείς millennial άντρες και με τις mil-

lennial mums- ότι οι γυναίκες έχουν τις ίδιες ευκαιρίες με τους άντρες. Αυτό ίσως δείχνει και ότι νιώθουν τον ρόλο τους ισάξιο με όλων μέσα στην οικογένειά τους.

Η πατρότητα αλλάζει επίσης τον τρόπο που ψωνίζουν οι άντρες - οι millennial dads είναι περισσότερο «ενεργοί», πρακτικοί και «έξυπνοι» αγοραστές, ενώ αναζητούν περισσότερες πληροφορίες για τα προϊόντα που χρειάζεται το σπίτι τους. Το 45% των millennial dads λέει ότι τα brands παίζουν σημαντικό ρόλο στη ζωή του σε αντίθεση με το 39% των millennial αντρών που δεν έχουν γίνει γονείς. Επίσης είναι πολύ περισσότερο πιθανόν να προτείνουν brands (65%) από τους μη γονείς millennial άντρες (56%) και από τις millennial mums (60%).

Επίσης είναι περισσότερο κοινωνικά ευαισθητοποιημένοι και είναι πολύ πιθανό να προτιμήσουν προϊόντα εταιρειών που είναι επίσης περισσότερο κοινωνικά ευαισθητοποιημένες. Διαθέτουν ακόμη τις περισσότερες συσκευές απ' όλους τους millennials. Το 62% των millennial dads διαθέτει 3 ή περισσότερες συσκευές και το 82% διαθέτει smartphone - το οποίο είναι και το πρώτο μέσο που χρησιμοποιούν όταν θέλουν να βρουν πληροφορίες για κάποιο προϊόν.

[SID:9592050]