

Ελληνική Βιομηχανία: Υπάρχει Προοπτική;

Νίκος Χ. Βαρσακέλης

Αναπληρωτής Καθηγητής Βιομηχανικής Πολιτικής

Τμήμα Οικονομικών Επιστημών

1. Εισαγωγή

Το «δόγμα» που έχει επικρατήσει στην Ελλάδα τις τελευταίες δεκαετίες είναι ότι η χώρα δεν μπορεί να αναπτύξει βιομηχανία και ειδικά βιομηχανία υψηλής τεχνολογίας και συνεπώς πρέπει να στραφεί σε τομείς στους οποίους θεωρείται ότι έχει συγκριτικό πλεονέκτημα: τουρισμός και οικιστική ανάπτυξη. Με άλλα λόγια, όπως ατυχώς διетύπωσε ένας υπουργός οικονομίας, «η Ελλάδα είναι ένα καταπληκτικό οικόπεδο». Εν μέσω της κρίσης, η συζήτηση επικεντρώθηκε σε δύο ακόμη τομείς, τον ορυκτό πλούτο, ειδικά τους υδρογονάνθρακες και τον χρυσό, και την ηλιακή ενέργεια (πχ. το πρόγραμμα «Ήλιος»). Το οικόπεδο απέκτησε μεγαλύτερη αξία!

Θεωρώ ότι οι παραπάνω τομείς είναι εξαιρετικής σημασίας. Όμως παρουσιάζουν ένα μειονέκτημα. Είναι χαμηλής προστιθέμενης αξίας και το εγχωρίως παραγόμενο εισόδημα είναι χαμηλό. Αντίθετα, η βιομηχανία (μεταποίηση) έχει σημαντικά περιθώρια για αύξηση της προστιθέμενης αξίας και κατά συνέπεια για τη δημιουργία αυξημένου εισοδήματος. Σημειώνω ότι η ταχύτερη οικονομική ανάπτυξη της χώρας μεταπολεμικά επιτεύχθηκε όταν και μόνο όταν η βιομηχανία της χώρας ακολουθούσε έντονα αυξητικούς ρυθμούς. Αντίθετα, η επιβράδυνση της οικονομίας ακολούθησε την αποβιομηχάνιση της χώρας. Τέλος, οι επιπτώσεις της κρίσης στην ελληνική οικονομία και κοινωνία θα ήταν σημαντικά μικρότερες εάν το μερίδιο της βιομηχανίας στο ΑΕΠ της χώρας ήταν αυτό της δεκαετίας του 1970, πριν δηλαδή ξεκινήσει η αποβιομηχάνιση, και όχι το 9% του 2010.

Μπορεί όμως η χώρα να επανακτήσει βιομηχανία; Η απάντηση είναι θετική. Τι είδους βιομηχανία ταιριάζει στην περίπτωση της Ελλάδας; Θα το εξετάσουμε στη συνέχεια. Ας δούμε όμως πρώτα πώς διαμορφώθηκε το οικονομικό περιβάλλον κατά τις τελευταίες δεκαετίες και το οποίο θεωρούμε ότι είναι ευνοϊκό για την ανάπτυξη της βιομηχανίας στην χώρα. Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε τα προαπαιτούμενα για ορισμένους κλάδους στους οποίους η Ελλάδα έχει μέχρι σήμερα συγκριτικό πλεονέκτημα. Θα κλείσουμε με τις προκλήσεις όπως αυτές διαμορφώνονται στο μεσοπρόθεσμο μέλλον και τις πιθανές απαντήσεις που μπορεί να δώσει η επιχειρηματική δραστηριότητα της χώρας μας.

2. Το περιβάλλον

Η δεκαετία του 1990 έφερε μεγάλες ανατροπές στην παγκόσμια οικονομία. Η μεγάλη πρόοδος της πληροφορικής, οι νέες τεχνολογίες στην παραγωγή και την οργάνωση των παραγωγικών μονάδων, η επιτάχυνση των διαδικασιών διεθνοποίησης των οικονομιών, η δημιουργία της ενιαίας αγοράς στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η κατάρρευση των σοσιαλιστικών καθεστώτων στην Ανατολική Ευρώπη και, τέλος, η είσοδος της Κίνας, της Ινδίας και άλλων αναπτυσσόμενων χωρών στην οικονομία της αγοράς έχουν αλλάξει τον τρόπο λειτουργίας της οικονομίας. Όλες αυτές οι αλλαγές συνοδεύτηκαν από την συνεχή συρρίκνωση του ρόλου των πρώην μεγάλων επιχειρήσεων στις εθνικές οικονομίες των αναπτυγμένων χωρών. Για παράδειγμα, από τις επιχειρήσεις που βρίσκονταν στις εκατό μεγαλύτερες επιχειρήσεις παγκοσμίως κατά την δεκαετία του 1950, πολλές έχασαν την θέση τους, όπως, πχ η IBM ή έκλεισαν, όπως, πχ η RCA και η Kodak. Αντίστοιχα, στις εκατό μεγαλύτερες της δεκαετίας του 2000 θα βρούμε πολλές επιχειρήσεις, αν όχι τις περισσότερες, των οποίων ο ιδρυτής ίσως να μην ζούσε ή να ήταν μαθητής των πρώτων τάξεων του δημοτικού κατά την δεκαετία του 1950, όπως, πχ. η Microsoft, η Apple, η Dell.

Παραγωγικοί κλάδοι που χαρακτήριζαν ολόκληρες χώρες, όπως η χαλυβουργία, έχουν μεταφερθεί στην Κίνα, την Ινδία και σε άλλες αναπτυσσόμενες χώρες, προκειμένου οι επιχειρήσεις να εκμεταλλευτούν το χαμηλό κόστος του εργατικού δυναμικού. Συγχρόνως, παρατηρείται και σημαντική αλλαγή των οργανωτικών δομών των επιχειρήσεων, με κύρια μεταβολή την παραγωγή σημαντικών τμημάτων του προϊόντος ή της υπηρεσίας εκτός της ίδιας της παραγωγικής μονάδας, από υπεργολάβους. Οι εταιρίες, από επιχειρήσεις παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών, μετατρέπονται πλέον σε *αλυσίδες παραγωγής αξίας* και αναθεωρούν τις παλιές αντιλήψεις περί τόπου εγκατάστασης. Η επιχείρηση δεν επιλέγει τον τόπο εγκατάστασης για την παραγωγή ενός συγκεκριμένου προϊόντος, αλλά για την παραγωγή ενός μέρους της *αξιακής αλυσίδας*.

Τέλος, η σύνθεση της αγοράς εργασίας έχει μεταβληθεί με την ένταξη των γυναικών, των νέων, των παλαιών εργαζόμενων, των μεταναστών, ενώ οι νέες τάσεις στις καταναλωτικές προτιμήσεις, τουλάχιστον στις αναπτυγμένες οικονομίες, αλλάζουν με έμφαση στην υιοθέτηση της εξατομίκευσης των προϊόντων και υπηρεσιών και την απομάκρυνση από τα προϊόντα μαζικής παραγωγής.

Σε αυτές τις αλλαγές, ορισμένες εκ των οποίων συνεχίζουν με αυξητική πορεία, η οικονομική ευελιξία και η προσαρμογή στις διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες καθίσταται το σημαντικό εργαλείο για την συνεχή οικονομική μεγέθυνση και την συνεπακόλουθη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των πολιτών μιας χώρας ή μιας περιοχής. Η μικρή επιχείρηση είναι συνώνυμο της ευελιξίας. Η ανάπτυξη της νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας, ειδικά σε τομείς που χαρακτηρίζονται από την ένταση γνώσης, έχει αποτελέσει την απάντηση για πολλές περιφέρειες και χώρες της δύσης στις προκλήσεις του διαρκώς εξελισσόμενου παγκόσμιου οικονομικού περιβάλλοντος. Στόχος δεν είναι

πλέον η συνεχής διελκυστίνδα μεταξύ περιφερειών για το ποια θα προσελκύσει τον ξένο επενδυτή, αλλά η ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών προσπαθειών από το εσωτερικό της περιφέρειας. Η ανάπτυξη της *ενδογενούς επιχειρηματικότητας*.

Ως αποτέλεσμα, αναδύθηκε η *κοινωνία της επιχειρηματικότητας* (entrepreneurial society), όπως ονομάστηκε από τον Audretsch (2007). Σύμφωνα με τους Acs και Strough (2008), πέντε είναι τα βασικά χαρακτηριστικά της κοινωνίας της επιχειρηματικότητας. Πρώτο, οι αγορές και οι ατομικές επιχειρήσεις αντικαθιστούν τις γραφειοκρατίες. Αυτό που χαρακτήριζε την παλιά οικονομία, σύμφωνα με τον Galbraith «*πολλοί εργάτες, μεγάλες επιχειρήσεις και μεγάλη κυβέρνηση*», αντικαθίσταται, σε πολλές χώρες, με μείωση του μεριδίου την εργαζόμενων στο εργατικό δυναμικό και την παράλληλη αύξηση της αυτοαπασχόλησης, τη μείωση του ρόλου των μεγάλων επιχειρήσεων και τη μείωση του ρόλου των κυβερνήσεων. Δεύτερο, η γνώση είναι πιο σημαντική από τους υπόλοιπους παραγωγικούς συντελεστές. Τρίτο, η δομή και η οργάνωση των επιχειρήσεων είναι σήμερα πιο δυναμική. Τέταρτο, η φύση και η διαδικασία της καινοτομικής δραστηριότητας είναι σήμερα διαφορετική. Σχεδόν όλες οι σημαντικές καινοτομίες της εποχής μας ήταν αποτέλεσμα της καινοτομικής δραστηριότητας των νέων επιχειρηματιών και όχι των μεγάλων επιχειρήσεων. Πέμπτο, το αιτούμενο για ίσες ευκαιρίες σε όλους χωρίς εμπόδια στην άσκηση της επιχειρηματικής δράσης. Πλήρης ελευθερία εισόδου και εξόδου στον κάθε κλάδο.

Το νέο περιβάλλον, όπως παρουσιάστηκε παραπάνω, προσφέρει στην Ελλάδα ένα σημαντικότερο πλεονέκτημα για την ανάπτυξη της βιομηχανίας, η οποία θα στηρίζεται στην μικρομεσαία επιχείρηση έντασης γνώσης. Στην επόμενη ενότητα θα συζητήσουμε τις εξελίξεις σε ορισμένους κλάδους που μέχρι σήμερα ενδιέφεραν και θα συνεχίσουν να ενδιαφέρουν τη χώρα.

3. Οι κλάδοι

Το βασικό ερώτημα που τίθεται κατά την συζήτηση για την βιομηχανική ανάπτυξη της Ελλάδας αναφέρεται στην επιλογή των κλάδων στους οποίους θα πρέπει να επικεντρωθεί η χώρα. Στόχος αυτής της ενότητας δεν είναι να υποδείξει συγκεκριμένους κλάδους αλλά να αναδείξει τα προαπαιτούμενα για την ανάπτυξη των όποιων κλάδων επιλεγούν.

Βασική παράμετρος στην επιλογή των κλάδων θα πρέπει να είναι η συνεισφορά τους στην διαρκή βελτίωση του εισοδήματος των πολιτών της χώρας και κατά συνέπεια του βιοτικού επιπέδου τους. Από αυτήν την παραδοχή προκύπτει ότι η Ελλάδα πρέπει να επικεντρωθεί σε κλάδους παραγωγής προϊόντων: α) με υψηλή προστιθέμενη αξία, β) που

χαρακτηρίζονται από υψηλή εισοδηματική ελαστικότητα και γ) με ελαστικότητα ως προς την τιμή που δίνει τη δυνατότητα άσκησης επιθετικής τιμολογιακής πολιτικής.

Από την πλευρά της προσφοράς, οι παρακάτω παράγοντες θα καθορίσουν τη μελλοντική επιτυχία των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτούς τους βιομηχανικούς κλάδους. Πρώτο, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η υιοθέτηση τεχνολογιών στηριγμένων στη γνώση αποτελεί βασικό προαπαιτούμενο για κάθε κλάδο είτε αυτός είναι υψηλής τεχνολογίας είτε χαμηλής. Δεύτερο, οι επιχειρήσεις πρέπει να επενδύουν σε άυλα στοιχεία του ενεργητικού σε σχέση με τα υλικά, όπως, για παράδειγμα σε κεφάλαιο έρευνας και ανάπτυξης, σε ανθρώπινο κεφάλαιο, σε σχεδιασμό, σε πνευματικά δικαιώματα, σε επωνυμία, σε ονομασία προελεύσεως. Τρίτο, οι κλάδοι των χημικών, του μηχανολογικού και ηλεκτρολογικού εξοπλισμού καθορίζουν την πορεία τους καθοδηγούμενοι από την τεχνολογία (technology-driven). Τέταρτο, η κλωστοϋφαντουργία, η ένδυση, τα προϊόντα δέρματος και τα τρόφιμα θα συνεχίσουν να έχουν πολύ θετικό μέλλον και θα παίξουν σημαντικό ρόλο στο μεσοπρόθεσμο διάστημα, στηριζόμενα όμως σε υψηλά ποιοτικά πρότυπα και στην μακροχρόνια παράδοση. Πέμπτο, η ενσωμάτωση υψηλής τεχνολογίας σε παραδοσιακούς κλάδους χαμηλής τεχνολογίας. Αυτό προϋποθέτει την ύπαρξη ανθρώπινου κεφαλαίου υψηλής ειδίκευσης, ικανό να ενσωματώσει την υψηλή τεχνολογία. Έκτο, η ανάδειξη του περιβαλλοντικών βιομηχανιών. Έβδομο, η αγροτική παραγωγή θα υποστεί την σημαντική επίδραση των εξελίξεων στη βιοτεχνολογία.

Οι εξελίξεις από την πλευρά της προσφοράς δεν μπορούν αυτοτελώς να καθορίσουν την πετυχημένη πορεία ενός κλάδου. Είναι σημαντικό να δούμε σε αυτό το σημείο πως προβλέπεται να διαμορφωθεί η ζήτηση στο μεσοπρόθεσμο διάστημα. Καθώς η Ελλάδα ανήκει στην ΕΕ και το σημαντικότερο μέρος των εξαγόμενων προϊόντων μας κατευθύνεται προς χώρες της ΕΕ, κρίνεται σκόπιμο να παρουσιαστούν μερικά σχόλια σχετικά με την ζήτηση στην Ευρώπη. Η ζήτηση της ΕΕ αντιστοιχεί στο 80% των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται στην Ευρώπη. Συνεπώς, τόσο η ιδιωτική, όσο και η δημόσια ζήτηση, επηρεάζουν σε σημαντικό βαθμό την εγχώρια παραγωγή. Κατά μέσο όρο η ιδιωτική κατανάλωση κυμαίνεται μεταξύ 55-75% του ΑΕΠ στις χώρες της ΕΕ και η δημόσια κατανάλωση μεταξύ 15-25%. Λόγω των δημοσιονομικών εξελίξεων, η δημόσια ζήτηση αναμένεται να παραμείνει είτε σταθερή είτε να ακολουθήσει πτωτική πορεία για τα επόμενα χρόνια και κατά συνέπεια η ιδιωτική ζήτηση θα είναι αυτή που θα καθορίσει το μέλλον της Ευρωπαϊκής και της Ελληνικής παραγωγής. Οι κλάδοι που στηρίζονται στην δημόσια ζήτηση αναμένεται να αντιμετωπίσουν προβλήματα (το βλέπουμε ήδη στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια) και απαιτείται άμεσος αναπροσανατολισμός της εθνικής παραγωγής. Με βάση τα παραπάνω παρουσιάζουμε μόνο τις μελλοντικές αλλαγές στη ιδιωτική ζήτηση που οφείλονται στην αύξηση της αγοραστικής δύναμης των Ευρωπαίων, τις μεταβολές στον τρόπο ζωής (life style), τις κοινωνικές αλλαγές που συντελούνται, τις δημογραφικές

εξελιξείς. Έξι αναδυόμενες περιοχές της ζήτησης αναμένεται να γνωρίσουν υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης.

Η κατανάλωση με έμφαση στην ποιότητα όπως, για παράδειγμα, το έξυπνο σπίτι με τη χρήση ηλεκτρονικών συσκευών, τα εγγυημένα, ασφαλή και ποιοτικά τροφίμων που αναμένεται να αυξήσει την παρουσία αυτών των τροφίμων στα σουπερ-μάρκετ. Οι προστιθέμενες υπηρεσίες στα προϊόντα θα παίζουν όλο και μεγαλύτερο ρόλο. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προσφέρουν προϊόντα με υπηρεσίες προσαρμοσμένες στον κάθε πελάτη. Επίσης θα αυξηθούν οι αποϋλοποιούμενες μορφές κατανάλωσης όπως οι εφημερίδες στο Internet και το ζητούμενο είναι πως θα ενσωματωθούν προϊόντα στις υπηρεσίες με «έξυπνο» τρόπο. Καθώς οι κοινωνίες θα στηρίζονται ολοένα και περισσότερο στη γνώση και τις τεχνολογίες και οι τεχνολογικές και οικονομικές αλλαγές θα είναι γρήγορες, ανακύπτει η ανάγκη-ζήτηση για ικανότητες προσαρμογής μέσω της εκπαίδευσης. Έτσι απαιτείται για σημαντικό μέρος του πληθυσμού εκπαίδευση και κατάρτιση σε νέες τεχνολογίες και αυτό θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη από τις επιχειρήσεις, ειδικά των τεχνολογικά προηγμένων κλάδων. Ο πληθυσμός της Ευρώπης γεννά με αποτέλεσμα το ποσοστό του πληθυσμού που ανήκει σε μεγαλύτερες ηλικίες θα αυξάνει στις επόμενες δεκαετίες. Αυτός ο πληθυσμός θα έχει εισόδημα και διαθέσιμο χρόνο. Αναμένεται, λοιπόν, ραγδαία ανάπτυξη για προϊόντα και υπηρεσίες προσαρμοσμένα σε ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας. Καθώς οι κοινωνίες μετατρέπονται όλο και περισσότερο σε ατομιστικές, η ανάγκη για αυτό-επιβεβαίωση, που χαρακτηρίζει την ατομιστική συμπεριφορά, καθιστά αναγκαία την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που θα απευθύνονται σε συγκεκριμένο άτομο. Οι τελευταίες δεκαετίες χαρακτηρίζονται από την ολοένα και αυξανόμενη ευαισθησία για το περιβάλλον εκ μέρους του κοινού. Ο αριθμός των καταναλωτών που αλλάζουν τον τρόπο της ζωής τους, υιοθετώντας φιλικότερη προς το περιβάλλον καταναλωτική συμπεριφορά, αναμένεται να αυξηθεί στο μέλλον. Επομένως, αναμένεται να αυξηθεί το ενδιαφέρον των καταναλωτών για φιλικές προς το περιβάλλον μεθόδους παραγωγής.

4. Οι προκλήσεις

Οι επιχειρήσεις της Ελλάδας, υπάρχουσες και δυνάμει, θα πρέπει να ανταποκριθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στα τρία γεγονότα – προκλήσεις, όπως τα συνόπισε ο Gary Hammel. Η ανταπόκριση σε αυτές τις προκλήσεις αποτελεί την συνθήκη *sine qua non* για την διατηρήσιμη ανάπτυξη των επιχειρήσεων και της χώρας.

1^ο Γεγονός- Πρόκληση: Ο ρυθμός της αλλαγής έχει αλλάξει. Εάν παρατηρήσει κανείς την εξέλιξη της οικονομίας τα τελευταία 200 χρόνια, θα διαπιστώσει ότι ο ρυθμός των αλλαγών στην οικονομία ήταν γραμμικός. Δηλαδή, η οικονομία εξελισσόταν με σταθερό ρυθμό μέσα στον χρόνο. Αναφέρω τον ρυθμό αύξησης των κυκλοφορούντων αυτοκινήτων στα

τελευταία 100 χρόνια, τις συνδέσεις σταθερού τηλεφώνου, την αγορά ηλεκτρικών συσκευών κ.α. Όμως μετά το 1980 και με μεγαλύτερη ένταση την τελευταία 15ετία, ο ρυθμός των αλλαγών έχει γίνει εκθετικός. Ο ρυθμός αύξησης της υπολογιστικής ισχύος των Η/Υ, ο ρυθμός αύξησης των νέων συνδέσεων στο διαδίκτυο, ο ρυθμός πωλήσεων των κινητών τηλεφώνων κ.α. Αυτή, όμως, η εκθετικά αυξανόμενη τεχνολογική μεταβολή και η αναλόγως διευρυνόμενη έμφαση στην καινοτομία και τη γνώση για την παραγωγή των προϊόντων και των υπηρεσιών προσφέρει σε χώρες μικρού μεγέθους, όπως η Ελλάδα, ένα σημαντικό πλεονέκτημα. Μειώνει την σημασία του μεγέθους και των οικονομιών κλίμακας και αυξάνει την σημασία της γνώσης.

2^ο Γεγονός - Πρόκληση: Υπέρ-ανταγωνισμός. Στις προηγούμενες δεκαετίες, η κυβέρνηση, σε κάθε χώρα, κρατούσε το παιχνίδι κλειστό για τους πολλούς και άφηνε χώρο μόνο για τις μεγάλες ιδιωτικές και κρατικές επιχειρήσεις. Σήμερα, η βασική απαίτηση είναι το άνοιγμα του παιχνιδιού, ώστε όλοι να ωφεληθούν από την πιθανή ύπαρξη των ευκαιριών. Έτσι, όλες κυβερνήσεις προχώρησαν και συνεχίζουν να προχωρούν στην σταδιακή κατάργηση κανόνων και νόμων που εμποδίζουν την ελεύθερη είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά. Αποτέλεσμα αυτή της διαδικασίας, που εξελίσσεται σε παγκόσμια κλίμακα, είναι ότι όλες σχεδόν οι αγορές προϊόντων και υπηρεσιών έχουν καταστεί πιο ευμετάβλητες ως αποτέλεσμα του διευρυνόμενου αριθμού ανταγωνιστών, τόσο από επιχειρήσεις στην ίδια την χώρα όσο και από επιχειρήσεις από άλλες χώρες. Κατά συνέπεια τόσο οι υπάρχουσες επιχειρήσεις όσο και οι νέες πρέπει να βρίσκονται σε μια συνεχή προσαρμογή στις απαιτήσεις της αγοράς.

3^ο Γεγονός - Πρόκληση: Η γνώση τείνει να γίνει «εμπόρευμα». Σήμερα η γνώση τείνει να γίνει «εμπόρευμα», δηλαδή ένα αγαθό στο οποίο ο κάθε κάτοικος του πλανήτη (με ορισμένες εξαιρέσεις σήμερα που όμως αναμένεται να εκλείψουν στα επόμενα 15 χρόνια, σύμφωνα με το νέο πρόγραμμα του ΟΗΕ) μπορεί να έχει πρόσβαση σε οποιαδήποτε πληροφορία, τεχνολογία, γνώση μέσω μηχανισμών όπως το διαδίκτυο, η εκπαίδευση, οι εκθέσεις, το benchmarking, οι πατέντες, τα επιστημονικά και τεχνικά περιοδικά κ.α. με ελάχιστο ή μηδενικό κόστος. Αυτή η πρόσβαση στην γνώση έχει οδηγήσει ταυτόχρονα και στην αύξηση του ρυθμού παραγωγής νέας γνώσης. Χαρακτηριστικό είναι ότι ακόμη και στις επιστήμες υπάρχει μια τεράστια παραγωγή εξ αυτού του γεγονότος. Υπολογίζεται ότι περίπου διακόσιες πενήντα χιλιάδες θεωρήματα αποδεικνύονται ετησίως! Άρα από αυτό που ήταν γνωστό μέχρι σήμερα ως «Τι είδους γνωσιολογικό πλεονέκτημα έχω ως επιχείρηση ή χώρα τώρα» περνάμε στο πλεονέκτημα από το «Πόσο γρήγορα δημιουργώ νέα γνώση». Συνεπώς, δεν πρέπει πλέον να μιλάμε για «Κοινωνία της Γνώσης» αλλά για «Κοινωνία Δημιουργίας Γνώσης».

Τα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά ιδρύματα της Ελλάδας θα είναι ο κατεξοχήν πυλώνας σε αυτή την νέα οικονομία της δημιουργίας γνώσης που έχει ανατείλει. Μέχρι σήμερα, τα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά ιδρύματα της χώρας παράγουν σημαντικό ερευνητικό έργο το οποίο όμως δεν έχει αξιοποιηθεί οικονομικά προς όφελος της χώρας, για λόγους που δεν εμπίπτουν σε αυτό το κείμενο για ανάλυση. Σύμφωνα με το European Innovation Scoreboard 2013, οι δημοσιεύσεις Ελλήνων καθηγητών και ερευνητών σε διεθνή περιοδικά και σε συνεργασία με ερευνητές από άλλες χώρες είναι σχεδόν διπλάσιες από τον μέσο όρο της ΕΕ των 27. Αντίθετα, οι δαπάνες για ΕΤΑ του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα είναι αρκετά χαμηλότερες από τον μέσο όρο. Η μεν δημόσια χρηματοδότηση της ΕΤΑ βρίσκεται στο 57% του μέσου όρου, ενώ η ιδιωτικά χρηματοδοτούμενη ΕΤΑ βρίσκεται στο απελπιστικά χαμηλό 11% του μέσου όρου.

5. Οι απαντήσεις

Στις προηγούμενες ενότητες παρουσιάσαμε τις εξελίξεις σε ορισμένους κλάδους της μεταποίησης και τις διαμορφούμενες τάσεις στην ζήτηση και κλείσαμε με τις τρεις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν και θα αντιμετωπίσουν στο προβλεπτό μέλλον, τόσο οι επιχειρήσεις όσο και οι εθνικές οικονομίες. Πώς μπορούμε να απαντήσουμε ως χώρα στις προκλήσεις αυτές; Μέσω της δημιουργίας επιχειρήσεων και τελικά οικονομίας που θα αλλάζουν τόσο γρήγορα όσο και η αλλαγή! Δηλαδή θα αλλάζουν με εκθετικό ρυθμό. Για να μπορούν όμως οι επιχειρήσεις και οργανισμοί να αλλάζουν γρήγορα θα πρέπει η καινοτομία να αποτελεί συστατικό στοιχείο της καθημερινότητας τους. Θα πρέπει να βρίσκονται σε μια διαρκή διαδικασία απορρόφησης και δημιουργίας γνώσης. Να σημειώσουμε σε αυτό το σημείο ότι η απορρόφηση της γνώσης που δημιουργείται από άλλους δεν είναι δυνατόν να πραγματοποιηθεί από μια επιχείρηση εάν και η ίδια δεν δημιουργεί γνώση. Άρα καθίσταται αναγκαία η σύμπραξη των ελληνικών πανεπιστημίων και των επιχειρήσεων για την καλύτερη δυνατή απάντηση στις προκλήσεις.

Πώς μπορεί όμως μια επιχείρηση να απορροφά και να δημιουργεί γνώση και να αλλάζει γρήγορα ώστε να προσαρμόζεται στο νέο; Η απάντηση σε αυτό το σημείο είναι μία: να διαθέτει ανθρώπους που έχουν διάθεση για ανάληψη πρωτοβουλιών, που είναι δημιουργικοί και έχουν πάθος για το νέο.

Παράλληλα, όμως, το ελληνικό μάνατζμεντ πρέπει να προσαρμοστεί. Οι ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να απαντούν στις προκλήσεις και να εξελίσσουν το μάνατζμεντ τους πιο γρήγορα από τους ανταγωνιστές τους ώστε να καθίστανται πιο ευπροσάρμοστες, πιο καινοτόμες και πιο ελκυστικοί τόποι εργασίας ώστε να επιθυμούν άνθρωποι με τα χαρακτηριστικά που ανέφερα παραπάνω να θέλουν να εργαστούν σε αυτές.

Τέλος, η αμφισβήτηση του δόγματος! Όπως σημείωσα και στην αρχή, η επικρατούσα άποψη είναι ότι στην Ελλάδα δεν μπορεί πλέον να αναπτυχθεί βιομηχανία, ότι στην Ελλάδα δεν μπορεί να αναπτυχθεί βιομηχανία υψηλής τεχνολογίας, ότι στην Ελλάδα δεν μπορεί να υπάρξει καινοτομία. Οφείλουμε λοιπόν να αμφισβητήσουμε αυτό το δόγμα. Οφείλουμε να πούμε στους εαυτούς μας ότι η Ελλάδα μπορεί να αναπτύξει βιομηχανία και μάλιστα βιομηχανία υψηλής τεχνολογίας. Και αυτήν την αμφισβήτηση θα την κάνει ο καθένας από μας. Στην εποχή της κρίσης υπάρχουν άνθρωποι και επιχειρήσεις που αμφισβήτησαν αυτό το δόγμα και παράγουν προϊόντα σε αρκετούς κλάδους – και υψηλότατης τεχνολογίας- στα οποία έχουν ενσωματώσει γνώση με αποτέλεσμα να αυξάνει η προστιθέμενη αξία και τα αντίστοιχα εισοδήματα. Για την ιστορία να αναφέρω ότι μεταπολεμικά το κίνημα των «παιδιών των λουλουδιών» ήταν αυτό που αμφισβήτησε το τότε δόγμα της αμερικάνικης κοινωνίας, δηλαδή, ότι μετά το σχολείο και το πανεπιστήμιο κάθε Αμερικανός θα δούλευε στις μεγάλες επιχειρήσεις με διά βίου απασχόληση. Αυτό το δόγμα αμφισβητήθηκε από νέους που ένιωθαν απελευθερωμένοι και αναζητούσαν αυτό που θεωρούσαν ως δική τους δημιουργία. Η σύγχρονη οικονομία είναι, εν πολλοίς, δημιούργημα του κινήματος των παιδιών των λουλουδιών. Ίσως ή κρίση που βιώνει η ελληνική κοινωνία να οδηγήσει τους νέους ανθρώπους να αμφισβητήσουν το τρέχον δόγμα της διά βίου απασχόλησης στο δημόσιο και να δημιουργήσουν την δική τους οικονομία.

Αντί συμπεράσματος

Όλοι αναρωτιούνται πιο είναι το μέλλον της οικονομίας. Θα δώσω μια απάντηση χρησιμοποιώντας τα λόγια του Ilya Prigogine: «Η οικονομία μέχρι το 1970 στηριζόταν στην φυσική και στην χημεία. Στο μέλλον μάλλον θα στηρίζεται στις επιστήμες της πληροφορικής και της βιολογίας. Και όλα αυτά σε μια κοινωνία που μετατρέπεται όλο και περισσότερο σε συνδεδεμένη κοινωνία». Ας τα λάβουμε υπόψη.