

ΝΕΟ ΑΦΗΓΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΑΝΑΚΑΜΨΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΟΜΕΝΗ ΜΕΡΑ



ΔΡ. ΑΝΤΩΝΗΣ ΖΑΪΡΗΣ

ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΕΛΠΕ
ΕΠΙΚ. ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΝΕΑΠΟΛΙΣ, ΠΑΦΟΣ, ΚΥΠΡΟΣ.

Το νέο αφήγημα επιχειρηματικότητας στη μετά covid 19 εποχή είναι ανάγκη να συνδεθεί με αυτό που λέμε συλλογικό «γίγνεσθαι» και συλλογικό «πράττειν» με ενισχυμένη την έννοια της ατομικής υπευθυνότητας και της διαδικτυακής ψηφιακής εξοικείωσης των εργαζομένων που θα πλαισιώσουν το νέο περιβάλλον.

Έννοιες όπως κόστος, ποιότητα, εξυπηρέτηση που κάποτε συνιστούσαν συγκριτικό πλεονέκτημα για μία Επιχείρηση σήμερα «φαντάζουν» απολύτως δεδομένες και αυτονόητες ενώ οι θεωρίες περί «διατηρήσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος» κρίνονται ξεπερασμένες από την πραγματικότητα και τις απαιτήσεις του νέου υποδείγματος «Επιχειρείν» που κυοφορείται. Το συνολικά, λειτουργικά παρεχόμενο αποτέλεσμα σε μια δια βίου σχέση με την Επιχείρηση είναι αυτό που στο τέλος της ημέρας ενδιαφέρει τον πελάτη ενώ η διαρκής προσήλωση στη διαφορετικότητα που βασίζεται στην ευρηματικότητα, στον ήλιο, στη θάλασσα, στη μεταποικιακή εργασία και στις νέες πηγές ενέργειας, είναι αυτή που θα καταστήσει την Επιχείρηση του μέλλοντος ανθεκτική τις διεθνείς ανταγωνιστικές πιέσεις άλλων εμπορεύσιμων προϊόντων και θα ανοίξει την «πύρρα» των εξαγωγών.

Η σχέση με τα δίκτυα θα γίνει βίωμα και οι νέες τεχνολογίες θα αλλάξουν την εμπειρία της αγοράς τη λιανική. Είναι χαρακτηριστικό ότι υπερδολιασάστηκαν οι ψηφιακές αγορές μέσω e-shops των καταναλωτών από τον περασμένο Μάρτιο, με την έναρξη της υγειονομικής κρίσης μέχρι σήμερα ενώ το 50% αυτών θα παραμείνουν διαδικτυακοί πελάτες και μετά την κρίση.



Είναι βέβαιο ως χώρα και ως οικονομία ότι πρέπει να στραφούμε σε αλλαγή υποδείγματος καθώς είναι η τελευταία μεγάλη μας ευκαιρία. Η εσωστρεφής εισαγόμενη κατανάλωση θα πρέπει να δώσει τη θέση της στην εξωστρεφή παραγωγή και στις εξαγωγές. Οι μεγάλες αλλαγές ξεκινούν από μικρά αλλά επαναλαμβανόμενα βήματα συνέχειας και συνέπειας. Η υποκατάσταση μέρους των εισαγόμενων αγαθών από αντίστοιχα παραγόμενα που ακολούθως θα γίνει κατανάλωσή τους στη χώρα είναι ένα μικρό αλλά σπουδαίο βήμα που θα ευεργετήσει το εμπορικό ισοζύγιο μέσω της λελογισμένης, αυτή τη φορά, κατανάλωσης εγχωρίως παραγόμενων προϊόντων.

Επιπρόσθετα οι επιλεκτικές παραγωγές και εξαγωγές premium, ελληνικής εντοπιότητας επώνυμων προϊόντων θα διεκδικήσουν επάξια θέση στις διεθνείς αγορές, κάτι που σε ικανοποιητικό βαθμό συντελείται ήδη με το ελληνικό λάδι, το ελληνικό κρασί, τα προϊόντα μαρμάρου κα.

Η μέχρι τώρα αδυναμία της εγχώριας οικονομίας να στραφεί σε εμπορεύσιμα, ανταγωνιστικά προϊόντα την αποστερεί σε μεγάλο βαθμό να ανταποκριθεί επάξια στις παγκόσμιες μεταβολές της ζήτησης όταν αυτή αποκατασταθεί στη μετά κορωνοϊό εποχή και ως εκ τούτου άλλες χώρες να ανταποκρίνονται με μεγαλύτερη ευκολία από εμάς.

Από την άλλη, τα μονοθεματικά χαρακτηριστικά της Οικονομίας μας βασισμένα σε εμπόριο και τουρισμό σε συνδυασμό με τον μεγάλο αριθμό των μικρών επιχειρήσεων (98% του συνόλου των επιχειρήσεων), τους πολλούς αυτοαπασχολούμενους ακόμα και τις χαμηλές ταχύτητες στο internet κάνουν τις επιπτώσεις της κρίσης βαρύτερες για την ελληνική Οικονομία.

Όλα αυτά πιθανόν συντείνουν στη μερική βεβαίως αποδόμηση της κλασικής θεωρίας του εμπορικού καταστήματος, της προστιθέμενης αξίας της βέλτιστης εξυπηρέτησης, της δημιουργίας ατμόσφαιρας και εμπειρίας και όλα μετεξελισσονται σε νέες διαδικτυακές πλατφόρμες e-shops που αποτελούν πλέον τους νέους εμπορικούς πεζόδρομους με καταναλωτές που θα κάνουν της ιντερνετικής τους αγορές σε ένα νέο, πολλά υποσχόμενα, ψηφιακό περιβάλλον. Όπως σε κάθε αλλαγή έτσι και τώρα κάποιες επιχειρήσεις θα έχουν τη δυνατότητα να προσαρμοστούν άμεσα στα νέα δεδομένα και κάποιες άλλες όχι. Αυτές που θα επιδιώξουν και θα το επιτύχουν θα έλθουν αντιμέτωπες και με τις προκλήσεις της επόμενης μέρας.

Ο αναπροσανατολισμός της χώρας είναι προ των πυλών και θα πρέπει να δομηθεί μέσα από ένα νέο Στρατηγικό Σχέδιο που θα εκφράζει αυτόν τον Εθνικό στόχο. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός της οικονομίας απαραίτητος αν θέλουμε να μιλάμε για ανάκαμψη οιοδήποτε Τύπου V ή U για το 2021, διαφορετικά η άλλη επιλογή είναι η απομόνωση και η εσωστρέφεια και αυτό δεν το θέλει κανείς.

Οι χρηματοδοτικές μεταβιβάσεις του νέου πακέτου στήριξης που μπορούν να φθάσουν και τα 60δισ έχουν νόημα αν από πίσω υπάρχει ένα σοβαρό Στρατηγικό Σχέδιο που αυτοί που εκπονούν θα ενημερώνουν την Κοινωνία ανά τακτά διαστήματα, κατά το πρότυπο της υγειονομικής ενημέρωσης στην κρίση, που πάνε όλα αυτά τα χρήματα; που καταλήγουν; και ποιες ομάδες επιχειρήσεων και συμπολιτών μας ανακουφίζουν;

Διαφορετικά τα χρήματα θα καθούν στους διαδρόμους της γραφειοκρατικής Δημόσιας διοίκησης και των Υπουργείων, θα ξεφανιστούν στο βαθύ κράτος.

Αφενός, η ανανέωση των δομών της Δημόσιας διοίκησης και ο εκσυγχρονισμός του κράτους και αφετέρου, η διασφάλιση της κοινωνικής συνοχής με ενίσχυση των Πολιτικών Υγείας, την ανανέωση των δομών εκπαίδευσης και κατάρτισης και τη φροντίδα των ευάλωτων κοινωνικών ομάδων αποτελούν προτεραιότητες της Κυβερνητικής Πολιτικής που θα εντάσσονται σε αυτό το νέο Στρατηγικό Σχέδιο, που όλοι ελπίζουμε αυτή τη φορά να μην είναι «άσκηση επί χάρτου».