

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΗΠΕΙΡΟΥ

**ΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**



Π Τ Υ Χ Ι Α Κ Η Ε Ρ Γ Α Σ Ι Α

**Η ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ, ΜΙΑ ΑΝΑΓΚΗ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΑ
ΤΑΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

ΕΥΓΕΝΙΑ ΘΕΟΔΩΡΑΚΟΠΟΥΛΟΥ (ΑΜ 5227)

ΛΕΜΟΝΙΑ ΜΟΥΡΟΥΤΣΟΥ (ΑΜ 6200)

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ:

ΚΟΡΡΕΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

Π Ρ Ε Β Ε Ζ Α 2 0 0 9

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Σελ.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
----------------------	----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΗ

1.1 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΣΗΜΕΡΙΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ.....	4
1.2 ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ.....	5
1.3 Η ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΠΡΑΣΙΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	8
1.3.1 Γενικά.....	8
1.3.2 Περιβάλλον και ποιότητα.....	9
1.4 Η ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΠΡΑΣΙΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	12
1.5 ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΟΥΝ ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	15
1.6 ΜΟΝΤΕΛΟ DPSIR.....	17
1.7 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ.....	21
1.8 ΟΙ ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΙΝΑΙ ΚΕΡΔΟΦΟΡΕΣ.....	22
1.9 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.....	25

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	30
2.2 ΦΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ.....	30
2.2.1 Πρώτη Φάση.....	30
2.2.2 Δεύτερη Φάση.....	31
2.2.3 Τρίτη Φάση.....	35
2.2.4 Τέταρτη Φάση.....	37
2.3 ΟΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΟΣΟ ΑΝΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	39
2.4 ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΑΔΙΑ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ.....	41

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΝΕΑ ΜΟΡΦΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	44
3.2 ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΩΝ ΠΡΑΣΙΝΩΝ «ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ».....	45
3.3 ΠΟΥ ΑΣΚΕΙΤΑΙ Η ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	46
3.4 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	47
3.5 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΗΚΑ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	48
3.5.1 Θεμελιώδη χαρακτηριστικά.....	48
3.5.2 Επιμέρους χαρακτηριστικά.....	49

3.6 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	50
3.6.1 Απαιτούμενα στοιχεία.....	50
3.6.2 Οι περιοχές natura.....	50
3.6.3 Οι επενδύσεις.....	51
3.6.4 Εναλλακτικές λύσεις.....	52
3.6.5 Προτάσεις για Λευκή Βίβλο και Οδηγό Επικοινωνίας.....	52
3.7 ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	53
3.8 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	53

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	57
4.2 ΣΥΣΤΗΜΙΚΗ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ.....	58
4.2.1 Παρεμπόδιση αρνητικών δράσεων.....	58
4.2.2 Διαμόρφωση και ανάδειξη ιδιαιτεροτήτων.....	59
4.2.3 Οι συνιστώσες της οικολογικής συστημικής ανάδειξης της ταυτότητας.....	60
4.2.4 Ορισμός της ταυτότητας.....	60
4.2.5 Στάδια της ολικής συστημικής ανάδειξης της ταυτότητας.....	61
4.2.6 Η οικονομική δραστηριότητα για συστημική ανάδειξη της ταυτότητας.....	62
4.3 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ.....	63
4.3.1 Τι χρηματοδοτείται.....	64
4.3.2 Κατηγορίες χρηματοδοτικών προγραμμάτων.....	64
4.3.3 Η αυτοχρηματοδότηση και η βιωσιμότητα των επενδύσεων.....	65

4.4 ΑΝΑΓΚΑΙΟΙ ΟΡΟΙ ΚΑΙ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	67
---	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΠΟΙΟΤΗΤΑ, ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ, ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΓΟΡΑ

5.1 ΓΕΝΙΚΑ.....	71
5.2 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ - ΚΟΣΤΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ.....	71
5.3 Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ.....	74
5.4 ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	75
5.5 ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ.....	77
5.6 ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΑΣΙΝΟ ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ – ΒΑΘΜΙΔΕΣ ΚΑΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ.....	84

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

6.1 ΟΙΚΟΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΜΕΓΕΝΘΥΣΗ, ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	87
6.1.1 Έξαρση των περιβαλλοντικών απειλών.....	87
6.1.2 Η οικοκαινοτομία προσφέρει λύσεις και ευκαιρίες.....	87
6.1.3 Η οικοκαινοτομία αποτελεί πλέον ακρογωνιαίο λίθο της στρατηγικής της Ε.Ε.....	88
6.1.4 Τα Συμβούλια κορυφής τονίζουν την ανάγκη για οικοκαινοτομία.....	88

6.2 ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ.....	89
6.2.1 Η οικοκαινοτομία και κανονιστική οικορρύθμιση.....	89
6.2.2 Οι οικοβιομηχανίες συμβάλλουν στην οικονομία και την απασχόληση στην Ε.Ε..	89
6.2.3 Ισχυρή μεγέθυνση.....	89
6.2.4 Ισχυρή θέση παγκοσμίως.....	90
6.2.5 Αύξουσες χρηματοοικονομικές επενδύσεις.....	90
6.2.6 Πιστική ανάγκη άμεσης και συστηματικής δράσης σε ευρεία κλίμακα.....	91
6.3 Η ΕΡΕΥΝΑ ΦΘΑΝΕΙ ΣΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ.....	92
6.3.1 Ανάπτυξη και εστίαση της έρευνας και επίδειξης.....	92
6.3.2 Τεχνολογικά πλατύβαθρα.....	92
6.3.3 Επιβεβαίωση τεχνολογίας.....	92
6.4 ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΘΗΚΩΝ ΑΓΟΡΑΣ.....	93
6.4.1 Στόχοι επιδόσεων.....	93
6.4.2 Κινητοποίηση χρηματοοικονομικών μέσων.....	94
6.4.3 Αγοροπαγή μέτρα.....	95
6.4.4 Επανεξέταση των κρατικών ενισχύσεων.....	95
6.4.5 Οικολογικές προμήθειες.....	96
6.5 ΔΡΑΣΗ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΛΙΜΑΚΑ.....	96
6.5.1 Ευκαιρίες χρηματοδότησης παγκοσμίως.....	96
6.5.2 Επενδύσεις και εμπόριο με αίσθηση ευθύνης.....	96
6.5.3 Συντονισμός.....	97
6.5.3.1 Συμμετοχική χρήση υποσχόμενων πρακτικών: οι εθνικοί χάρτες πορείας για το πρόγραμμα ETAP.....	97
6.5.3.2 Συμμετοχή συμφεροντούχων: το φόρουμ για την οικοκαινοτομία.....	98
6.6 ΘΕΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ.....	98
6.6.1 Αύξηση διάδοσης – Αύξηση ζήτησης.....	98

6.6.2	Επέκταση των οικολογικών προμηθειών.....	99
6.6.3	Κινητοποίηση μεγαλύτερου όγκου χρηματοοικονομικών επενδύσεων.....	100
6.6.4	Καθιέρωση συστημάτων επιβεβαίωσης τεχνολογίας και στόχων επιδόσεων.....	101
6.6.5	Οικοδόμηση με βάση υποσχόμενες πρακτικές κρατών μελών.....	101
6.6.6	Εστίαση σε τομείς με υψηλά κέρδη.....	102
6.6.7	Μέτρα στήριξης.....	103

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΠΕΔΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ - ΤΟ «ΠΡΑΣΙΝΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»

7.1	ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ.....	106
7.1.1	Φορείς νέας επιχειρηματικότητας.....	107
7.1.2	Παραδείγματα.....	107
7.2	ΠΡΑΣΙΝΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	111
7.2.1	Product – Προϊόν.....	113
7.2.2	Price – Τιμή.....	114
7.2.3	Place – Τοποθέτηση.....	114
7.2.4	Promotion – Προβολή.....	114

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

8.1	ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ.....	117
-----	-------------------------	-----

8.2 ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΑ ΜΕΤΡΑ.....	117
8.3 ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΔΡΑΝΕΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ.....	118
8.4 ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ	119

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	121
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	121
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	121
ΑΡΘΡΑ.....	122
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ.....	124

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εξετάζει την αναγκαιότητα ευαισθητοποίησης και κοινωνικής ευθύνης των σύγχρονων επιχειρήσεων στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον και στα προκύπτοντα περιβαλλοντικά ζητήματα. Η αναγκαιότητα αυτή συστρατεύει όλους τους θεσμικά και μη εμπλεκόμενους φορείς επιχειρηματικότητας από την επιχείρηση μέχρι τους κρατικούς και Ευρωπαϊκούς φορείς προκειμένου για έναν περισσότερο «πράσινο» προσανατολισμό της πολιτικής των επιχειρήσεων.

Στόχος της εργασίας είναι να αναδείξει το πρόβλημα και να προτείνει λύσεις σε αυτό.

Στο πρώτο κεφάλαιο περιγράφονται αναλυτικά τα χαρακτηριστικά της σημερινής κατάστασης και του πράσινου επιχειρείν σε Ελλάδα και Ευρώπη.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται μια καταγραφή της ιστορίας και των φάσεων της πράσινης επιχειρηματικότητας.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύονται οι κατηγορίες και οι προϋποθέσεις της πράσινης επιχειρηματικότητας, τα χαρακτηριστικά και κάποια ενδεικτικά παραδείγματα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρατίθενται τα χρηματοδοτικά εργαλεία, οι όροι και τα βήματα για το σχεδιασμό της πράσινης επιχειρηματικότητας.

Στο πέμπτο κεφάλαιο περιγράφονται η πιστοποίηση και η ποιότητα όσον αφορά το πράσινο επιχειρείν καθώς και το τοπικό σύμφωνο ποιότητας και οι πιστοποιήσεις - βαθμίδες.

Στο έκτο κεφάλαιο παρακολουθούμε τις τάσεις και τις εξελίξεις της οικοκαινοτομίας για την οικονομική μεγέθυνση και το περιβάλλον και τις δράσεις σε παγκόσμια κλίμακα.

Ενώ στο έβδομο κεφάλαιο αναφέρονται τα πεδία ανάπτυξης της πράσινης επιχειρηματικότητας και το πράσινο μάρκετινγκ.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από τη φύση της η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και της περιβαλλοντικής προστασίας είναι δυναμική και συγκλίνει στη διαπίστωση ότι, οικονομική ανάπτυξη, κέρδος, κοινωνικές ευαισθησίες και ενδιαφέρον για το περιβάλλον δεν είναι έννοιες αντιφατικές και αντικρουόμενες. Σε αυτό το πλαίσιο επισημαίνεται ότι οι επιχειρήσεις δεν αποτελούν ξένα σώματα, αλλά υπάρχουν, λειτουργούν και εξελίσσονται και αυτές μέσα στην κοινωνία. Υπό αυτή την έννοια, αποδεικνύεται ότι όσο πιο πολύ εμπεδώνονται και εφαρμόζονται οι αρχές της κοινωνικής ευθύνης και της προστασίας του περιβάλλοντος τόσο πιο πολύ συγκλίνουν τα οράματα όλων των θεσμικών - συλλογικών και ατομικών - εκφραστών μιας δομημένης κοινωνίας για ένα περισσότερο υγιές και ελπιδοφόρο αύριο.

Η κοινωνία σήμερα φαίνεται να προσδοκά από τις επιχειρήσεις να προσεγγίζουν με ένα ευρύ πνεύμα την έννοια της κερδοφορίας και να λαμβάνουν υπ' όψιν τις ανάγκες της κοινωνίας μέσα στην οποία επιχειρούν καθώς και τις ευρύτερες περιβαλλοντικές ανάγκες.

Έτσι, λοιπόν, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη νοείται ως συμπεριφορά των επιχειρήσεων η οποία υπερβαίνει τις νομικές μας υποχρεώσεις και υιοθετείται εθελοντικά, ενώ συνδέεται στενά με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, καθώς ενσωματώνει τον οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο των δραστηριοτήτων μας. Σε μία σύγχρονη κοινωνία, η επιτυχία μιας στρατηγικής οικονομικής ανάπτυξης εξαρτάται, κυρίως, από τη συμμετοχή του συνόλου των κοινωνικών και οικονομικών δυνάμεων στον σχεδιασμό, στην υλοποίηση και στον έλεγχο όλων των απαραίτητων μέτρων πολιτικής. Η μακροχρόνια και βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη περνάει αναμφίβολα μέσα από τον σεβασμό στο περιβάλλον και στις μελλοντικές γενιές.

Προκύπτει, λοιπόν, έκδηλη η ανάγκη αλληλοσυσχέτισης της πολιτικής Περιβάλλοντος και με άλλες τομεακές αναπτυξιακές πολιτικές, όσο και η ανάγκη μιας συνολικής και ολοκληρωμένης αντιμετώπισης των περιβαλλοντικών ζητημάτων. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αποτελεί παράδειγμα υγιούς νοοτροπίας και πρακτικής, υπό την έννοια ότι αποδεικνύει ότι με αυτό τον τρόπο όλοι μπορεί να βγαίνουν κερδισμένοι. Και οι επιχειρήσεις και οι καταναλωτές. Και πάνω απ' όλα το περιβάλλον. Αναφορικά με το περιβάλλον, έναν τομέα στον οποίο η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης έχει άμεση εφαρμογή, η αξία της έρχεται μέσα από τη συνειδητοποίηση της αντίληψης ότι η κοινωνία του σήμερα δεν

μπορεί και δεν πρέπει να αισθάνεται ότι είναι και ο τελευταίος διαχειριστής του περιβάλλοντος.

Ο περιβαλλοντικός εφησυχασμός απαγορεύεται. Αν θέλουμε να κληροδοτήσουμε ένα βιώσιμο και υγιές μέλλον στις επόμενες γενιές οφείλουμε όλοι από κοινού να αλλάξουμε τους όρους του σήμερα. Και όπως συμβαίνει συνήθως με θέματα αλλαγής νοοτροπιών, η εκπαίδευση παίζει μείζονα ρόλο. Όμως και οι επιχειρήσεις μπορούν και παίζουν σημαντικό ρόλο σε αυτό το επίπεδο. Οι περιβαλλοντικές προκλήσεις της εποχής μας, άλλωστε, απαιτούν συνεργασία μεταξύ όλων των φορέων προκειμένου να υπάρξει η απαραίτητη ευαισθητοποίηση των πολιτών.

Θεωρώ ότι αν συνειδητοποιήσουμε ότι το περιβάλλον είναι το σπίτι του κοινού μας μέλλοντος και ο χώρος της κοινής μας δημιουργίας και της κοινής οικονομικής συμπεριφοράς τότε οι συμπεριφορές όλων μας θα είναι πιο υπεύθυνες.

Λέξεις-κλειδιά: περιβάλλον, επιχείρηση, πράσινη επιχειρηματικότητα





ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΗ

1.1 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΣΗΜΕΡΙΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

1) Βαθμιαία τα περιβαλλοντικά αγαθά γίνονται οικονομικά αγαθά και αποτελούν πεδίο δράσης των επιχειρήσεων.

2) Το περιβάλλον δεν θεωρείται πια για την οικονομία ως άπειρος και ανεξάντλητος πόρος, ως διαρκώς ανανεώσιμος και αυτοαιφορικός συντελεστής παραγωγής.

3) Βιώνουμε πια μαζί με την οικονομική στενότητα και την περιβαλλοντική.

4) Στο παραγωγικό κόστος προστίθεται και το περιβαλλοντικό κόστος, καθώς αρχίζει να αποτιμάται το κόστος όχι μόνον με τις επιταγές των νόμων, αλλά και ως αμιγώς οικονομικό κόστος, άμεσα ή έμμεσα υπολογίσιμο.

5) Η περιβαλλοντική παράμετρος υπολογίζεται τόσο σαν ευκαιρία μείωσης του παραγωγικού κόστους, όσο και σαν θετική αξία τελικού προϊόντος.

6) Η αγορά και η παραγωγική μεθοδολογία προοδεύουν.

7) Η εναλλακτική (μη συμβατική) θεώρηση της παραγωγικότητας, της χρησιμότητας και της ικανοποίησης των καταναλωτών είναι προ των πυλών. Η οικονομία ηθελημένα ή αθέλητα παρακολουθεί τις ανάγκες και την ποιοτική μετατόπιση της ζήτησης στις αναπτυγμένες οικονομίες.

8) Το κόστος της αειφορίας συνυφαίνεται με το κέρδος μέσα από την συνάρτηση της κοινωνικής ευημερίας με την κατανομή του προϊόντος.

9) Μέσα από τις ευκαιρίες της αγοράς επανεγγράφονται με νέους όρους παραδοσιακές μορφές επιχειρηματικών δράσεων. Η πράσινη επιχειρηματικότητα ανταποκρίνεται έτσι στα αιτήματα για ανάπτυξη με τοπικό χρώμα.

10) Η επιχειρηματικότητα αυτή προσαρμόζεται σ' όλες τις κλίμακες και τις διαβαθμίσεις της σύγχρονης οικονομίας. Στον τομέα του περιβάλλοντος μπορούν και δραστηριοποιούνται

και μεγάλης κλίμακας επιχειρήσεις. Αυτές αποτελούν τον τομέα της πράσινης βιομηχανίας και της πράσινης παροχής υπηρεσιών. Παράλληλα όμως οι αναλογίες του «μικρού που είναι όμορφο» βρίσκουν εδώ την κύρια έκφρασή τους, μέσα στην μικρή κλίμακα της πράσινης επιχειρηματικότητας. Η μικρή κλίμακα είναι αυτή που αναδεικνύει την τοπικότητα, την παραδοσιακότητα και την ηπιότητα με όρους ποιότητας και προστασίας του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς.

11) Οι δύο βασικοί κλάδοι της πράσινης επιχειρηματικότητας, πέρα από τα μεγέθη της, εκπληρώνουν την ανάγκη της συνέχειας και την ανάγκη του καινούργιου αντίστοιχα. Έτσι η περιβαλλοντική προσαρμογή των συμβατικών παραγωγικών δράσεων και μεθόδων συνδέεται με τη συνέχεια, τη σταδιακή εξέλιξη και τη μετάβαση, ενώ οι αμιγώς πράσινες οικονομικές δράσεις αποτελούν τον πυρήνα του νέου κόσμου της οικονομίας.

12) Η πράσινη επιχειρηματικότητα δεν ικανοποιεί μόνον μία προσαρμογή της οικονομίας στις νέες ανάγκες, αλλά έρχεται να γεφυρώσει και το χάσμα μεταξύ οικονομίας και πολιτισμού, στοχεύει στην κάλυψη του πολιτιστικού ελλείμματος της αγοράς. Αντιπροσωπεύει άλλες αξίες, αξίες ενός λιγότερο υλιστικού πολιτισμού, με περισσότερο εθελοντισμό και δημιουργική έκφραση χωρίς υπερκαταναλωτισμό. Αυτή η αλλαγή μακροχρόνια διαμορφώνει και για την ίδια την οικονομία μια υγιέστερη κατανομή των παραγωγικών συντελεστών.

1.2 ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Η εποχή μας αποτελεί το αρχικό στάδιο για την Νέα Επιχειρηματικότητα και έχει την ευθύνη και το προνόμιο να χειριστεί τις εξελίξεις εξ αρχής. Η υπόθεση του περιβάλλοντος μπορεί να οδηγήσει σε ενίσχυση της υγιούς ανταγωνιστικότητας και παράλληλα να κάνει πιο συνεργατικές τις αγορές. Να οδηγήσει δηλαδή σε ανάκτηση της Λογικής και του Σκοπού μέσα στην Οικονομία. Η ποιότητα και το περιβάλλον έρχονται να καλύψουν αυτό που ο

L.Mumford ¹είχε ονομάσει ως έλλειμμα σκοπών μέσα σε μια υπερεπάρκεια μέσων μιλώντας για την Οικονομία.

Όλα αυτά βέβαια ισχύουν με μία προϋπόθεση: τη Γνώση. Η γνώση αποτελεί το χωριό και τον θώκο της καινοτομίας. Η καινοτομία βρίσκει προνομιακό πεδίο στο πεδίο της αειφόρου ανάπτυξης.

Η αειφορική ανάπτυξη είναι το προνομιακό πεδίο αξιοποίησης των ανθρώπινων πόρων και απόδοσης του ανθρώπινου κεφαλαίου, που αποτελεί συντελεστή συνολικής μόχλευσης των οικονομικών εξελίξεων.

Συμφωνούμε λοιπόν με όποιον ισχυρίζεται ότι «η άγνοια είναι η μεγαλύτερη ρύπανση», απέναντι στις δυνατότητες, τις ευκαιρίες, τους κινδύνους, τα προβλήματα κτλ. Είναι φανερό ότι σαν κοινωνία πρέπει να χρησιμοποιήσουμε το μόνο ντάμπινγκ, τη μόνη επιδότηση που δεν μπορεί να απαγορευτεί: την γνώση και την πληροφόρηση.

Αυτό το εγχείρημα κυριαρχεί ως στόχος σ' αυτό το εγχειρίδιο. Ενδιαφερθήκαμε να διαμορφώνουμε μια οικονομία κλίμακας, σκέψεων, ιδεών και γνώσης για την πράσινη επιχειρηματικότητα. Η ανάγκη για κάλυψη της απουσίας ενός cluster, δηλαδή μιας συγκεντρωμένης κρίσιμης ποσότητας και ποιότητας πληροφορίας, κυριάρχησε σ' όλη τη διαδικασία συλλογής υλικού και συγγραφής. Αυτό έθεσε σε δεύτερη μοίρα το άλλο μεγάλο πρόβλημα, την ανάγκη της διερμηνείας προς χάρη του κατά το δυνατόν ευρύτερου κοινού, καθώς ελάχιστοι είναι για την ώρα οι εξοικειωμένοι με ένα μέρος της ορολογίας, όπως και με το εγχείρημα του παντρέματος των αθώων περιβαλλοντικών θεωρήσεων με τον χώρο της οικονομίας. Δεν θα μπορούσε να είναι κι' αλλιώς, επειδή η μεν οικονομική δραστηριότητα υποτιμούσε την αξία του περιβάλλοντος και της φύσης, ενώ η οικολογική θεωρούσε το πάντρεμα αυτό μια περίπου «βρώμικη δουλειά».

Μπαίνουν πια ζητήματα όπως το πώς θα αναδείξουμε τις πράσινες πολιτικές ως νόμιμο ντάμπινγκ (επιδότηση) στην αγορά. Η θεσμοθέτηση των περιοχών natura μπορεί και πρέπει να λειτουργήσει ως ένα οικολογικό ντάμπινγκ, ως ενισχυμένη παρουσία της πράσινης παραγωγής και των προϊόντων στην αγορά, ως οικολογική ανάκτηση υγιούς ανταγωνισμού με τη συνεκτίμηση του περιβαλλοντικού κόστους και την αύξηση της ζήτησης ποιότητας.

Έρχεται λοιπόν η εποχή της οικονομικής εξωστρέφειας με όρους ανταγωνιστικότητας και κοινωνικής ζήτησης για την υπόθεση του περιβάλλοντος και της ποιότητας. Για να μη

¹ Mumford, JD, Economic issues related to quarantine in international trade, EUR REV AGRIC ECON, 2002, Vol: 29, Pages: 329 - 348

δυσφημήσουμε όμως αυτό το κοινωνικό στοίχημα, πρέπει από την αρχή να αποφύγουμε ταυτόχρονα τόσο τις περιβαλλοντικές όσο και τις οικονομικές αστοχίες των πολιτικών και της επιχειρηματικής δράσης.

Το πέρασμα από την εποχή της αντίστασης και της καταγγελίας, που κατά κυριολεξία υπήρξε η εποχή της αγωνιστικής, πλην όμως εργαλειακά απεμπλουτισμένης, οικολογίας, στην εποχή της περιβαλλοντικής μόχλευσης της οικονομίας θα πραγματοποιηθεί επιτυχώς, αν υπάρξουν ορισμένες προϋποθέσεις. Αν δηλαδή υπάρξουν επιχειρηματικές ιδέες που θα αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες τόσο μέσα από την ζήτηση των όρων περιβάλλοντος και ποιότητας από τους καταναλωτές και χρήστες όσο και μέσα από το θεσμικό περιβάλλον των κινήτρων.

Καθ' όλο το χρονικό διάστημα που οι ενδιαφερόμενοι για το πράσινο επιχειρούν σταθμίζουν τη στάση τους μπροστά στο νέο επιχειρηματικό τοπίο, συντελείται μια πολύ μεγάλη, οικουμενική και περιφερειακή, αλλαγή πολιτικών. Αυτή η αλλαγή συνίσταται στο σταδιακό πέρασμα των περιβαλλοντικών δικαιωμάτων στην κατηγορία των θεμελιωδών δικαιωμάτων. Αυτό δεσμεύει την πολιτική σε υποχρεωτική στήριξη των περιβαλλοντικών δικαιωμάτων ακόμη και μέσα από το καθεστώς ιδιοκτησίας και νομής, ενώ αλλάζει εκ βάθρων τους όρους της αγοράς. Αυτή η εξέλιξη συνοδοιπορεί με τη στάση της σύγχρονης κοινωνίας που αγωνίζεται να αυτοπροσδιοριστεί και να βρει τον δρόμο της μεταξύ της αγοράς και των πραγματικών αναγκών της ζωής και του περιβάλλοντος.

Το τοπίο αυτής της αλλαγής σημαδεύεται τόσο από την νέα ζήτηση όσο και από το νέο επιχειρηματικό βλέμμα, που διαβλέπει την πολλαπλή και πολύπλευρη υπεραξία της ποιότητας του περιβάλλοντος και του προϊόντος να κυριαρχεί στην αγορά.

Στον 21^ο αιώνα το περιβάλλον και η φύση αποτελούν ένα λανθάνον συγκριτικό πλεονέκτημα, αποτελούν μέρος της επωνυμίας του προϊόντος για την καταναλωτική ζήτηση.

Το ότι «πρασινίζει» η αγορά μέσα από την πράσινη ζήτηση δεν σημαίνει ότι παύει η ευθύνη του δημόσιου τομέα. Το νέο συγκριτικό πλεονέκτημα που από μόνο του είναι ενδογενές σε κάθε τόπο, σε κάθε οικονομική περιφέρεια, για να αξιοποιηθεί, χρειάζεται νέες υποδομές, δικτύωσεις, στρατηγική και δράσεις. Σ' αυτό ο ρόλος του δημόσιου τομέα, με τις δυνατότητες των θεσμικών και τακτικών πόρων του, είναι καθοριστικός. Ο δημόσιος τομέας αποτελεί τον μοχλό για την ανάκτηση και την ανάδειξη του συγκριτικού πλεονεκτήματος όπως και για την στήριξη της καινοτομίας. Ομοίως και στον τομέα του περιβάλλοντος μπορεί να αξιοποιήσει φυσικά και διαρθρωτικά συγκριτικά πλεονεκτήματα. Και αυτό επειδή ο

δημόσιος τομέας διαθέτει επαρκείς πόρους για μια τέτοια δράση, τους οποίους δεν προσδοκά κατ' ανάγκη να πάρει γρήγορα πίσω σε αντίθεση με τον ιδιωτικό τομέα.

Μια άλλη σοβαρή εξέλιξη που βρίσκεται προ των θυρών συνδέεται με την πιθανολογούμενη αλλαγή της παλιάς γενιάς της επιχειρηματικότητας. Η νέα επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζεται από μια ολιστική επιχειρηματική κουλτούρα, μέσα από την οποία ο ιδιωτικός τομέας (η ιδιωτική οικονομία), όχι μόνον επικοινωνεί με την κοινωνική οικονομία, αλλά και την ενισχύει, προσδοκώντας να αναγνωρισθεί η δράση της και τα προϊόντα της και να αυξηθεί έτσι η ζήτησή τους. Σε αυτή την αλλαγή συντελεί σε σημαντικό βαθμό ο τομέας του περιβάλλοντος. Αυτός απαιτεί κατ' ανάγκη συνεργασία πολλών παραγόντων (επιχειρηματία, εμπόρου, παραγωγού, καταναλωτή, τοπικής αυτοδιοίκησης, επιστήμης κτλ.) και αποτελεί έτσι πεδίο πολυμερούς εταιρικού συστήματος συνυφασμένο με τις τοπικές κοινωνίες. Όμως αυτό το σύστημα, επειδή είναι από τη φύση του ανοικτό σε πολλές ιδέες και επιδράσεις, μοιραία ενισχύει αυτή την αλλαγή της επιχειρηματικότητας.

1.3 Η ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΠΡΑΣΙΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Στο νέο παγκόσμιο ανταγωνιστικό πεδίο η Ελλάδα, εκτός των άλλων, καλείται να αξιοποιήσει το πλούσιο και γόνιμο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον της ως συγκριτικό πλεονέκτημα και ως πεδίο ευκαιριών και καινοτομίας, με πολιτικές ποιότητας, διαφοροποίησης του προϊόντος και προβολής

1.3.1 Γενικά

Η Ελλάδα ως επιχειρηματικός και οικονομικός χώρος καλείται να ανταποκριθεί στις νέες ευκαιρίες και τις νέες συνθήκες της εντεινόμενης ανταγωνιστικότητας στο παγκόσμιο περιβάλλον.

Στα νέα ευρωπαϊκά δεδομένα και σε μεγάλο βαθμό στην εξειδίκευση των μεγάλων αγορών το περιβάλλον και η ποιότητα λειτουργούν στρατηγικά για την οικονομία και

αποτελούν παράγοντες πρόσβασης στις αγορές με προτεραιότητα. Ισχυροί αναπτυσσόμενοι τομείς της οικονομίας όπως οι κλάδοι του τουρισμού, της ενέργειας κτλ. αναδεικνύουν ακόμη περισσότερο την σχέση οικονομίας, ποιότητας και περιβάλλοντος. Κλάδοι αναδυόμενοι όπως ο κλάδος της διαχείρισης απορριμμάτων και της ανακύκλωσης (4^{ος} βιομηχανικός κλάδος παγκόσμια) αυξάνουν την δυναμική τους σαν αποτέλεσμα της γενικής οικονομικής μεγέθυνσης.

Μέσα σ' αυτές λοιπόν τις συνθήκες η Ελλάδα αλλού καλείται να κερδίσει χαμένο χρόνο και αλλού να επενδύσει στα συγκριτικά της πλεονεκτήματα. Καθώς γίνεται αναδιάρθρωση των ρόλων και της ανταγωνιστικότητας σε ευρωπαϊκό, περιφερειακό και παγκόσμιο πεδίο, το περιβάλλον όντας συνυφασμένο με την ποιότητα και την καλή κατανομή των παραγωγικών συντελεστών, αποτελεί για την χώρα μας βασικό πεδίο συγκριτικού πλεονεκτήματος.

Όπως και να έχει όμως, το περιβάλλον και η ποιότητα είναι υποχρεωτικά ζητούμενα στην τοπική και διεθνή οικονομική δραστηριότητα.

1.3.2 Περιβάλλον και ποιότητα

Έτσι λοιπόν έχουμε το θέμα «περιβάλλον και ποιότητα» ως :

A. Υποχρεωτική και δεσμευτική παράμετρο στις οικονομικές δράσεις και συναλλαγές και

B. Πεδίο νέων ευκαιριών, υψηλότερων αποδόσεων και ανάδειξης νέων συγκριτικών πλεονεκτημάτων και πεδίων ανταγωνισμού.

Αυτά τα πλεονεκτήματα στον ελλαδικό χώρο είναι ενδεικτικά τα εξής:

1) Η Ελλάδα περιβαλλοντικά δεν είναι καθόλου αδικημένη, αντιθέτως είναι ιδιαίτερα προικισμένη γεωγραφικά με ένα από τα πλουσιότερα οικοσυστήματα όχι μόνον της Ευρώπης αλλά και ευρύτερα. Αυτό κάνει την Ελλάδα ένα ισχυρό οικοτουριστικό και οικοεπιστημονικό πεδίο ενδιαφέροντος.

2) Ο πλούτος των οικοσυστημάτων συνυπαρχει με ένα πολύμορφο και ποικίλο γεωγραφικό ανάγλυφο. Αυτό σημαίνει ειδικότερα ότι υπάρχουν αφ' ενός μεν ισχυρά πεδία φυσικών πόρων που πρέπει να διαχειριστούμε αειφορικά και αφ' ετέρου μεγάλος αισθητικός πλούτος τοπίων, ο οποίος αποτελεί ισχυρό πόλο οικοτουριστικής ανάπτυξης.

3) Συγκριτικά με άλλες χώρες η κατάσταση του περιβάλλοντος στη χώρα μας είναι αρκετά καλή και τα όποια προβλήματα δεν είναι μη αναστρέψιμα. Και αυτό ισχύει, παρά την παραβατικότητα στις χρήσεις γης, την απαξιωτική ρύπανση με απορρίμματα και τις πυρκαγιές, λόγω κάποιων όψεων αναπτυξιακής υστέρησης.

4) Το τοπικό χρώμα, η παράδοση και οι συνθήκες οι απαραίτητες για αναβίωση των παραδοσιακών επαγγελμάτων με σύγχρονους όρους δεν έχουν εκλείψει.

5) Υπάρχει μοναδική πληθώρα μνημείων και παγκόσμια ακτινοβολία της πολιτιστικής κληρονομιάς.

6) Η σύγχρονη Ελλάδα αποτελεί κομβική τοποθεσία και δυναμική, τουλάχιστον μέσα στο περιφερειακό παζλ της παγκοσμιοποιημένης αγοράς. Ανθρωπογεωγραφικά η περιφέρειά μας, παρά τις πολιτισμικές και γεωπολιτικές εντάσεις της, είναι αναδυόμενη στο παγκόσμιο τοπίο των ευκαιριών, ενώ ταυτόχρονα δεν είναι κορεσμένη.

7) Η ιδιαιτερότητα της χώρας, το συγκριτικό της πλεονέκτημα, η εξειδικευμένη τεχνογνωσία και η ανάπτυξη τόσο των υποδομών όσο και των ανθρώπινων πόρων την καθιστούν ικανή να αξιοποιήσει τις νέες ευκαιρίες μέσα από την ποιότητα και το περιβάλλον.

8) Το εσωτερικό θεσμικό περιβάλλον για την ποιότητα και την προστασία του περιβάλλοντος είναι αναπτυσσόμενο, δεν είναι κορεσμένο και έτσι θα αποδώσει περισσότερο σε μήκος χρόνου.

9) Υπάρχουν χρηματοδοτικές δυνατότητες για την ποιότητα του περιβάλλοντος και του προϊόντος μέσα από τους ευρωπαϊκούς και εθνικούς πόρους.

10) Ο τομέας του περιβάλλοντος και της ποιότητας αναπτύσσονται όλο και πιο πολύ στην εσωτερική ζήτηση, τόσο στην ύπαιθρο όπως και στις αστικές κοινωνίες.

11) Η ποιότητα και το περιβάλλον λειτουργούν αναδιαρθρωτικά και εισάγουν συστήματα τοπικά και λειτουργικά που τονώνουν την τοπική παραγωγή και ζήτηση, ενώ συμβάλλουν στην άρση των ενδο και διαπεριφερειακών ανισοτήτων.

12) Υπάρχουν τομείς μέσα από τις περιβαλλοντικές ανάγκες για ανάκαμψη του βιομηχανικού τομέα με όρους οικολογικούς. Η χώρα μας μπαίνει στην εποχή της ολοκληρωμένης πολιτικής προϊόντων και της ολοκληρωμένης διαχείρισης απορριμμάτων. Η χώρα είναι πεδίο υψηλού συγκριτικού πλεονεκτήματος για τις αειφορικές μορφές ενέργειας (αιολική, ηλιακή κτλ.). Επιπλέον έχουμε κάποια διαθέσιμη τεχνογνωσία στον τομέα του υδρογόνου.

13) Στον τομέα της συστηματοποιημένης κοινωνικής οικονομίας είμαστε σχετικά στα αρχικά στάδια και συνεπώς μακριά από το σημείο του να είναι η κοινωνική οικονομία κορεσμένος αναπτυξιακός κλάδος. Το περιβάλλον και η προστασία του είναι άμεσα συνδεδεμένα με την κοινωνική οικονομία και τις μορφές της. Αυτή επιδρά διαρθρωτικά και βελτιώνει πολλούς δείκτες καθοριστικά (ανάπτυξης, απασχόλησης, ανταγωνιστικότητας κτλ.).

14) Τόσο στην κοινωνική οικονομία όσο και σε πλήθος επιχειρηματικών δράσεων για την προστασία του περιβάλλοντος και την ποιότητα των προϊόντων, ανοίγεται ο δρόμος για νέες ομάδες απασχολούμενων και επιχειρηματιών όπως οι γυναίκες, οι νέοι, οι ευπαθείς ομάδες και οι κατηγορίες υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Εργασιακά και επιχειρηματικά έχουμε λοιπόν την ανάδειξη πληθυσμιακών ομάδων που βρίσκονται συνήθως σε καθεστώς υποαπασχόλησης και ανεργίας.

15) Υπάρχουν οι ευκαιρίες και οι δυνατότητες στο εσωτερικό της χώρας και στην διεθνή αγορά, συναφείς με την αειφορική διαχείριση του περιβάλλοντος και την ποιότητα των προϊόντων.

Για όλους αυτούς τους λόγους η Ελλάδα αποτελεί τόπο συγκριτικού πλεονεκτήματος και ευκαιρίας για την πράσινη επιχειρηματικότητα τόσο για την εσωτερική οικονομική και κοινωνική ολοκλήρωσή της όσο και για την διεθνή ανταγωνιστικότητά της. Αυτή η προοπτική ισχύει για το σύνολο της επικράτειας και απλώς υπάρχει αυξημένη έμφαση στις προστατευόμενες περιοχές του δικτύου natura.

Πέραν όλων (δηλαδή των δράσεων και των επενδύσεων), από την προστασία του περιβάλλοντος και την ποιότητα των προϊόντων εξαρτάται η παραγωγική βιωσιμότητα της χώρας μας (π.χ. διατήρηση και βελτίωση ποσοτική και ποιοτική των υδάτων όλων των κατηγοριών) και η βιωσιμότητά μας στις διεθνείς αγορές προϊόντων που απαιτούν πιστοποίηση, επωνυμία, ποιότητα και εξειδίκευση.

Έτσι λοιπόν η πράσινη οικονομία και η επιχειρηματικότητά της είναι επένδυση στις ευκαιρίες για το παρόν και το μέλλον της χώρας μας.

1.4 Η ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΠΡΑΣΙΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η Ευρώπη πρέπει να ενθαρρύνει ακόμη περισσότερο την επιχειρηματικότητα. Χρειάζεται περισσότερες νέες και ανθηρές επιχειρήσεις που να είναι έτοιμες να αξιοποιήσουν το άνοιγμα των αγορών και να ξεκινήσουν δημιουργικές ή καινοτόμες προσπάθειες εμπορικής εκμετάλλευσης σε μεγαλύτερη κλίμακα.

Στα μέσα του προηγούμενου αιώνα, οι οικονομολόγοι προέβλεπαν την επικράτηση των μεγάλων επιχειρήσεων. Το μέγεθος αποτελούσε απαραίτητη προϋπόθεση για την επίτευξη οικονομιών κλίμακας, την αξιοποίηση των ξένων αγορών, την προσαρμογή σε κανονιστικές ρυθμίσεις και την αξιοποίηση των νέων τεχνολογικών ευκαιριών. Πράγματι, στη δεκαετία του 1960 και 1970, οι μεγάλες επιχειρήσεις κυριαρχούσαν στην οικονομία. Από τότε και μετά, η τάση άρχισε να αντιστρέφεται. Οι μεγάλες επιχειρήσεις πραγματοποίησαν εξορθολογισμό με την αναδιάρθρωση τους, την ανάθεση εργασιών σε τρίτους ή τον περιορισμό του μεγέθους τους με αποτέλεσμα στο διάστημα μεταξύ 1972 και 1998 να αυξηθεί ο αριθμός των ιδιωτικών επιχειρήσεων στις χώρες ΟΟΣΑ από 29 σε 45 εκατομμύρια.²

Οι διαρθρωτικές αλλαγές της οικονομίας μετακύλυσαν το συγκριτικό πλεονέκτημα της Ευρώπης προς δραστηριότητες που βασίζονται στη γνώση. Η παγκοσμιοποίηση αύξησε την ανταγωνιστική πίεση στις μεταποιητικές επιχειρήσεις που ήταν εγκατεστημένες σε τόπους υψηλού κόστους, με αποτέλεσμα όχι μόνο να υπάρξει μετατόπιση της παραγωγικής ικανότητας προς χώρες χαμηλού κόστους, αλλά και να αυξηθεί η παραγωγικότητα μέσω της χρησιμοποίησης τεχνολογικών καινοτομιών. Εν τω μεταξύ οι τεχνολογίες των πληροφοριών και των επικοινωνιών (ΤΠΕ) δημιούργησαν νέες αγορές, - προσωπικοί υπολογιστές, λογισμικό και υπηρεσίες που βασίζονται στις ΤΠΕ - με αποτέλεσμα να σημειωθεί επανάσταση στις παραγωγικές μεθόδους σε πολλές βιομηχανίες και να αναπτυχθεί ο τομέας των υπηρεσιών.

Η εσωτερική αγορά, που δημιουργήθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση, αναπτύχθηκε χάρη στην άρση των φραγμών, στην αμοιβαία αναγνώριση και στην εναρμόνιση. Κατά τον τρόπο αυτό διευκολύνονται οι συναλλαγές σε μια αγορά 380 εκατομμυρίων ατόμων που με τη διεύρυνση θα φτάσει τα 450 εκατομμύρια.

² Πράσινη Βίβλος - Για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη

Οι αλλαγές αυτές δημιούργησαν ευκαιρίες για νέες επιχειρηματικές καινοτομίες ιδιαίτερα στον τομέα των υπηρεσιών. Ο όλο και πιο πολύπλοκος χαρακτήρας των παραγωγικών μεθόδων απαιτεί ποικιλία εξειδικευμένων υπηρεσιών. Επίσης η μείωση του κόστους διαβίβασης των γνώσεων στο χώρο καθιστά λιγότερο δαπανηρές τις υπηρεσίες των εξωτερικών πάροχων υπηρεσιών. Το μεγαλύτερο άνοιγμα των αγορών επιτρέπει στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε εξειδικευμένες αγορές να κινηθούν σε περισσότερο ευρωπαϊκή ή διεθνή κλίμακα.

Η ικανότητα προσαρμογής στις οικονομικές αλλαγές έχει καίρια σημασία για την ανταγωνιστικότητα. Το 2000, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Λισσαβόνας καθόρισε τους στόχους του σε επίπεδο απασχόλησης, οικονομικής μεταρρύθμισης και κοινωνικής συνοχής. Για το 2010, η Ένωση φιλοδοξεί «να γίνει η πλέον ανταγωνιστική και δυναμική οικονομία της γνώσης στον κόσμο, ικανή για βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή». Το 2001, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο ενέκρινε μία στρατηγική βιώσιμης ανάπτυξης και πρόσθεσε μία περιβαλλοντική διάσταση στη στρατηγική της Λισσαβόνας. Το Συμβούλιο αναγνώρισε την ανάγκη ριζικής μεταρρύθμισης της οικονομίας, προκειμένου να δημιουργηθούν περίπου 15 εκατ. νέες θέσεις εργασίας έως το 2010.

Η ύπαρξη φιλικού περιβάλλοντος κατά την εκκίνηση και ανάπτυξη των επιχειρήσεων είναι πολύ σημαντική για την επίτευξη αυτών των στόχων. Επομένως κρίνεται επιτακτική ανάγκη η δημιουργία πρασίνων επιχειρήσεων.

Έντονη δραστηριοποίηση έχουν οι τράπεζες, οι επιχειρήσεις λιανικής – η Coca-Cola εστιάζοντας στο θέμα της διαχείρισης του νερού, η PepsiCo με περιβαλλοντικές δράσεις, ακόμα και η Wall-Mart – αλλά και εταιρίες ενέργειας και πετρελαιοειδών όπως η Shell και η BP που γνώρισαν σε προηγούμενα χρόνια περιβαλλοντικές κρίσεις και καταναλωτικά μπουκοτάζ υπό την πίεση μη-Κυβερνητικών Οργανώσεων. Δραστηριοποιούνται έντονα και οι αυτοκινητοβιομηχανίες – η Toyota με το υβριδικό μοντέλο Prius αλλά και την πολυτελή Lexus. Η General Electric θεωρείται ηγέτης της πράσινης επιχειρηματικότητας με το επενδυτικό πρόγραμμα στην ηλιακή ενέργεια eco-magination.com. Διακρίνονται επίσης η Alstom, η Siemens και η Dupont. Πειραματίζονται και επενδύουν σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, μετέχουν στο εμπόριο των ρύπων, επανασχεδιάζουν παραγωγικές διαδικασίες, καινοτομούν.

Εντυπωσιακή είναι η κατεύθυνση που ακολουθεί η νορβηγική κρατική εταιρία πετρελαίου Statoil η οποία άρχισε να «φυλακίζει» και να αποθηκεύει το CO₂ μετά την

επιβολή φόρου από τη νορβηγική κυβέρνηση στις εκπομπές του αερίου του θερμοκηπίου (βλέπε σχετικό άρθρο στο αφιέρωμα του Economist για το περιβάλλον με τίτλο «Cleaning Up», 2 Ιουνίου 2007). Οι γνώμες και η στάση όμως των επιχειρήσεων – όπως είναι αναμενόμενο – δεν είναι ενιαία. Στην άλλη όχθη, είναι μια μεγάλη μερίδα επιχειρήσεων που αρχικά συνασπίστηκαν το 2002 υπό την Παγκόσμια Συμμαχία για το Κλίμα (Global Climate Coalition) με στόχο να αμφισβητήσουν την ορθότητα της επιστημονικής τεκμηρίωσης της ευθύνης των ανθρώπων και άρα και των επιχειρήσεων για την κλιματική αλλαγή, και κυρίως να αντιταχθούν στη λήψη μέτρων για τη μείωση των ρύπων. Η Exxon Mobil συγκαταλεγόταν ανάμεσα σε αυτές (σήμερα τροποποιεί τη στάση της).

Η ευθύνη έχει κόστος. Άλλες επιχειρήσεις θεώρησαν ότι μπορούν να συνεχίσουν τις συνήθεις δραστηριότητές τους (business as usual) αγνοώντας τις πολλαπλές πιέσεις από όλο το φάσμα της κοινωνίας και της οικονομίας. Άλλες, ακολουθούν διστακτικά το πράσινο ρεύμα, υιοθετώντας κυρίως περιβαλλοντικά προγράμματα και δράσεις με κύριο στόχο να υπερασπιστούν τη φήμη τους, να διαχειριστούν το ρίσκο και τις κρίσεις, παρά να έχουν μια ουσιαστική συμβολή στην αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών ζητημάτων. Πόσο μεγάλο ρίσκο παίρνουν, λοιπόν, οι επιχειρήσεις επενδύοντας στην καθαρή ενέργεια, σε καινοτομικά «πράσινα» προϊόντα και υπηρεσίες, φροντίζοντας παράλληλα να μετρούν και να μειώνουν τους ρύπους τους σταδιακά; Είναι προς το συμφέρον τους να δείξουν περιβαλλοντική εγρήγορση και ευθύνη; Οι ισχυρισμοί τους στα προϊόντα με πράσινες ταμπέλες είναι αληθινοί ή είναι κυρίως ένα πράσινο φρεσκάρισμα στην κουρασμένη ή απειλούμενη με κρίσεις και μπουκοτάζ εικόνα τους, όπως ισχυρίζονται οι επικριτές τους; Οι καταναλωτές έχουν δίκιο να δυσπιστούν; Η πράσινη κατανάλωση και το πράσινο lifestyle κερδίζει έδαφος. Είναι όμως ικανά να δώσουν ισχυρό κίνητρο στις επιχειρήσεις; Τα αποτελέσματα πολυάριθμων σχετικών ερευνών δεν συμφωνούν μεταξύ τους. Έχουμε σοβαρές ενδείξεις και για την αύξηση του ποσοστού των υπεύθυνων και πράσινων καταναλωτών, αλλά έχουμε επίσης ενδείξεις για απουσία ισχυρού κινήτρου να προχωρήσουν σε πράσινες καταναλωτικές επιλογές, όταν η ποιότητα και η τιμή των οικολογικών προϊόντων δεν τους ικανοποιεί.

Ο πολίτης - καταναλωτής ως σημαντικός κρίκος της αλυσίδας της περιβαλλοντικής ευθύνης μπορεί με τις επιλογές του να δώσει πιο ξεκάθαρο και σταθερό μήνυμα για τις περιβαλλοντικές του προσδοκίες σε κυβερνήσεις και επιχειρήσεις. Ο συνδυασμός ευθύνης, αποτελεσματικότητας και απόλαυσης στο πεδίο της κατανάλωσης, φαίνεται ότι διαμορφώνει σταδιακά ένα νέο καταναλωτικό ήθος και δίνει ώθηση σε πολιτικούς και επιχειρηματίες να αναζητήσουν νέες περιβαλλοντικά βιώσιμες λύσεις. Η Εταιρική Ευθύνη έχει αποκτήσει

μεγάλη δυναμική στις μέρες μας. Ο μέχρι σήμερα απολογισμός μας, μετρά ενδιαφέρουσες αλλά περιορισμένες πολιτικές στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής από πλευράς κρατών, Ευρωπαϊκής Ένωσης και διεθνών οργανισμών. Λίγες ηγετικές επιχειρήσεις διακρίνονται για τις σοβαρές περιβαλλοντικές επενδύσεις τους. Αρκετές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε μικρής κλίμακας περιβαλλοντικά προγράμματα και δράσεις, ως ασπίδα για τη φήμη τους. Και ακόμα περισσότερες είναι οι επιχειρήσεις που διστακτικά ακολουθούν ή και απέχουν από τη γενική περιβαλλοντική κινητοποίηση. Η περιβαλλοντική κρίση μάς έδωσε τη δυνατότητα να διαπιστώσουμε από «πρώτο χέρι» πόσο αλληλένδετα και παγκόσμια, αλλά και πόσο απτά για τον καθένα μας μπορούν να γίνουν (στις συνέπειες και τα οφέλη τους) τα οικονομικά, κοινωνικά, περιβαλλοντικά αλλά και γεωπολιτικά ζητήματα.

Η καινοτόμος περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα θέτει τις επιχειρήσεις στο πεδίο της δημόσιας σφαίρας με τρόπο διαφορετικό από ό,τι ισχύει μέχρι σήμερα, είτε αφορά νόμιμες είτε αδιαφανείς πρακτικές (lobbying, πολιτικό χρήμα) επιρροής του δημόσιου βίου από τον επιχειρηματικό κόσμο. Το διαφοροποιό στοιχείο είναι η δημόσια λογοδοσία μέσω της διαμόρφωσης νέων θεσμών συνεργασίας αλλά και ελέγχου (θεσμική καινοτομία) μεταξύ του κρατικού –δημόσιου, του κοινωνικού (ΜΚΟ) και του ιδιωτικού – εταιρικού τομέα, σε χρόνια και αναδυόμενα ζητήματα που άπτονται της διαχείρισης των κοινών μας πόρων αλλά και του μέλλοντός μας, ως ανθρώπινες κοινωνίες και πολιτικές δημοκρατίες. Η οικονομική, η τεχνολογική ή ηθική διάσταση της κλιματικής αλλαγής συναντώνται ή συγκρούονται στο πλέγμα των αξιών που υιοθετούμε ή θα υιοθετήσουμε ως οδηγό για τα επόμενα βήματά μας. Η φιλοδοξία διαχείρισης σύνθετων προβλημάτων που εμπλέκουν αντικρουόμενα συμφέροντα, αξίες και οράματα προϋποθέτουν την ενδυνάμωση μιας ανοιχτής κουλτούρας διαβούλευσης, δημιουργικότητας και καινοτομίας που ενισχύει την εμπιστοσύνη και τη συνεργασία σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον υψηλών κινδύνων αλλά και νέων ευκαιριών.

1.5 ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΟΥΝ ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Οι μεγαλύτερες εταιρείες στον κόσμο υιοθετούν πράσινες τακτικές στην παραγωγή και την προσφορά προϊόντων με λιγότερο βλαβερές συνέπειες για το περιβάλλον. Πέραν όμως

της οικολογικής «ευσυνειδησίας» των εταιρειών, μια νέα αγορά ανοίγεται με μεγάλες προοπτικές επενδύσεων.

Ο ΟΗΕ εκτιμά ότι μόνο για τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας θα απαιτούνται ετησίως 200 δις δολάρια. Τα κεφάλαια αυτά θα προέλθουν από τα μεγάλα πιστωτικά ιδρύματα. Οι τράπεζες έχουν ήδη δημιουργήσει επενδυτικά προγράμματα (funds) που σχετίζονται με την πράσινη οικονομία.

Μια ιδιαίτερα ανεπτυγμένη επένδυση είναι η «αγορά ρύπων». Οι χώρες της Ευρώπης έχουν δεσμευτεί από το πρωτόκολλο του Κιότο να μειώσουν τις ρυπογόνες εκπομπές. Κάθε χώρα δίνει στις επιχειρήσεις της, συγκεκριμένα όρια. Πολλές βιομηχανίες καταφέρνουν να βρίσκονται κάτω από το όριο των επιτρεπόμενων εκπομπών ρύπων και μεταπωλούν τα δικαιώματά τους, σε άλλες επιχειρήσεις. Όμως σε αρκετές περιπτώσεις η μείωση αυτή δεν επιτυγχάνεται λόγω χρησιμοποίησης καθαρής ενέργειας. Οι επιχειρήσεις απλά βρήκαν έναν νέο τρόπο κερδοφορίας: Μειώνουν την παραγωγή και πωλούν τα δικαιώματά τους, βγάζοντας κέρδος από ένα καινούργιο επιχειρηματικό πεδίο. Με άλλα λόγια δημιουργείται ένα διεθνές χρηματιστήριο ρύπων, μέσα στο οποίο έχουν εισέλθει τραπεζικοί κολοσσοί όπως η BNP Paribas και η Morgan Stanley. Στην Ευρώπη οι πρώτες χώρες σε αγορές δικαιωμάτων ρύπων είναι η Βρετανία, η Γερμανία, η Φιλανδία ενώ κυριότεροι πωλητές είναι χώρες του πρώην ανατολικού μπλοκ μετά και την αποδυνάμωση της βιομηχανίας τους, λόγω της κατάρρευσης της ΕΣΣΔ.

Η Ευρώπη θέλοντας να μειώσει την εξάρτησή της από το πετρέλαιο, προωθεί την χρήση βιοκαυσίμων. Ήδη οι πρώτες αρνητικές συνέπειες έχουν φανεί, με την κατακόρυφη αύξηση της τιμής των σιτηρών και των δημητριακών που έχουν προκαλέσει το διατροφικό πρόβλημα στις χώρες του τρίτου κόσμου. Αναλυτές εκτιμούν πως όσο περισσότερο αυξάνεται η ζήτηση για βιοκαύσιμα, τόσο θα ακριβαίνουν τα τρόφιμα. Όμως υπάρχουν και άλλες ενστάσεις σχετικά με τη χρήση τους. Τα βιοκαύσιμα απαιτούν τεράστιες ποσότητες νερού για την καλλιέργειά τους, ενώ για να παραχθεί 1,3 λίτρα ισοδύναμου πετρελαίου χρησιμοποιείται 1 λίτρο πετρελαίου. Ακόμα και αν χρησιμοποιηθεί όλη η έκταση της καλλιεργήσιμης γης στον κόσμο, δεν επαρκεί για να καλυφθούν οι ενεργειακές ανάγκες. Οι χώρες της Λατινικής Αμερικής που ετοιμάζονται να μπουν στο ενεργειακό παιχνίδι, αφού προσφέρουν βιοκαύσιμα σε πολύ χαμηλές τιμές, θα αποψιλώσουν τροπικά δάση και περιοχές του Αμαζονίου. Όμως ένα μεγάλο μέρος της εκπομπής ρύπων οφείλεται στην καταστροφή των δασών. Πίσω από τον παρότρυνση της Ευρώπης για χρήση βιοκαυσίμων, πολλοί βλέπουν παραφουσκωμένες επιδοτήσεις των κρατών σε μεγαλέμπορους σιτηρών και αναστάτωση στις αγορές.

Το 2006 δημοσιοποιήθηκε η έκθεση Στερν που προκάλεσε πολλές αντιδράσεις. Πέραν της παραδοχής της κλιματικής επιβάρυνσης του πλανήτη, περιγράφεται και ένα μεgalόπνοο σχέδιο στρατηγικού φιλελευθερισμού απέναντι στις κλιματικές αλλαγές. Οι δράσεις για μείωση των εκπομπών, θα πρέπει να αντιμετωπίζονται ως επενδύσεις με ανεκτό κόστος και προοπτικές ανάπτυξης στο μέλλον. Οι εκτός αγοράς επιδράσεις (non-market impacts), δηλαδή οι συνέπειες στο περιβάλλον και την υγεία, αναμένεται να μειώσουν την κατά κεφαλήν κατανάλωση. Ο Στερν υποστηρίζει πως η σημερινή συγκυρία ευνοεί το πέρασμα στην πράσινη οικονομία και όσο πιο γρήγορα το αντιληφθούν οι χώρες τόσο περισσότερο όφελος θα αποκομίσουν μελλοντικά, αφού οι πράσινες αγορές αναμένεται να ανέλθουν σε 500 δις δολάρια ετησίως μέχρι το 2050.

1.6 MONTEΛO DPSIR

Η έννοια της «πράσινης» επιχειρηματικότητας συνάδει με την πράσινη ή οικολογική πολιτική, υπονοεί δηλαδή μια επιχειρηματικότητα που στοχεύει στη βελτίωση της ποιότητας του περιβάλλοντος ή, τουλάχιστον, στη μη υποβάθμισή της. Η αναγνώριση τέτοιων ενδεχόμενων επιχειρηματικών ευκαιριών απαιτεί μια μεθοδική κατανόηση των τρόπων που επηρεάζουμε το περιβάλλον. Στην παρούσα προσέγγιση θα αξιοποιήσουμε ένα αναλυτικό περιβαλλοντικό εργαλείο που αναπτύχθηκε για έναν αρκετά διαφορετικό σκοπό, από τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Περιβάλλοντος.

Πρόκειται για το μοντέλο DPSIR για τους περιβαλλοντικούς δείκτες, το οποίο αναφέρεται:

- (1) Στις **Κινητήριες Δυνάμεις** (Driving Forces), όπως είναι οι παραγωγικές διαδικασίες, και
- (2) τις σχετικές **Πιέσεις** (Pressures) που ασκούνται
- (3) στην υφιστάμενη **Κατάσταση** (State) των περιβαλλοντικών πόρων
- (4) με αποτέλεσμα συγκεκριμένες **Επιπτώσεις** (Impacts) και
- (5) τις συνεπακόλουθες πολιτικές **Ανταπόκρισης** (Responses) κάθε μορφής

Αν και αποτελεί εκλαϊκευση, το μοντέλο παρέχει μια καλή εποπτεία της σύνθετης επίδρασης της παραγωγικής διαδικασίας στους περιβαλλοντικούς πόρους. Για παράδειγμα, δείχνει ότι η επίδραση αυτή δεν είναι απαραίτητα άμεση, αλλά μπορεί να προκύπτει ως συνέπεια συγκεκριμένων επιλογών, όπως είναι η χρήση φυτοφαρμάκων στη γεωργία.

Κατ' αντιστοιχία με τις πολιτικές Ανταπόκρισης του μοντέλου DPSIR, μπορούμε να αναγνωρίσουμε επιχειρηματικές ευκαιρίες σε καθεμία από τις ενότητες, από τις Κινητήριες Δυνάμεις μέχρι τις Επιπτώσεις. Αξίζει να σημειωθεί ότι ιστορικά η εξέλιξη ακολούθησε μάλλον την αντίστροφη πορεία, στοχεύοντας πρώτα στην απόσβεση των Επιπτώσεων και τελευταία στη μεταρρύθμιση των Κινητηρίων Δυνάμεων.

Παρακάτω δίνουμε παραδείγματα για κάθε ενότητα από την ελληνική πραγματικότητα. Παρότι υπάρχουν πιο εντυπωσιακά παραδείγματα σε άλλες χώρες, είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε ότι η ιδιωτική πρωτοβουλία στην Ελλάδα έχει ήδη αντιληφθεί πολλές πράσινες επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Περιορίζοντας τις Επιπτώσεις: Το πιο απλό παράδειγμα είναι οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στη διαχείριση στερεών αποβλήτων, από το μελετητικό σκέλος, μέχρι τα ίδια τα έργα και τη λειτουργία τους. Σε αυτές περιλαμβάνονται και τα διάφορα Συστήματα εναλλακτικής διαχείρισης, ή ανακύκλωσης όπως συνήθως καταχρηστικά αναφέρονται. Τον περασμένο Μάρτιο, η γνωστή LAMDA Development ανακοίνωσε την ίδρυση θυγατρικής εταιρείας που θα δραστηριοποιείται στη διαχείριση στερεών αποβλήτων. Μια ακόμη ένδειξη των προοπτικών ανάπτυξης του κλάδου;

Διατηρώντας την καλή Κατάσταση των περιβαλλοντικών πόρων: Στην προστασία των φυσικών πόρων δραστηριοποιούνται πολλές περιβαλλοντικές μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, καθώς και οι Φορείς Διαχείρισης των προστατευόμενων περιοχών. Ένα παράδειγμα κερδοσκοπικής δραστηριότητας στον τομέα αυτόν είναι το Αττικό Ζωολογικό Πάρκο, ένας χώρος δηλαδή για τη διατήρηση της βιοποικιλότητας.

Μειώνοντας τις Πιέσεις: Στη μείωση των Πιέσεων δραστηριοποιούνται μεταξύ άλλων εταιρείες που εφαρμόζουν τεχνολογίες αντιρρύπανσης στη βιομηχανία, π.χ. τις λεγόμενες end of pipe solutions όπως είναι τα φίλτρα. Μια ενδιαφέρουσα περίπτωση στην ενότητα αυτή είναι οι Εταιρείες Ενεργειακών Υπηρεσιών (Energy Services Companies - ESCOs). Στις υπηρεσίες των εταιρειών αυτών περιλαμβάνεται η διενέργεια ενεργειακών αξιολογήσεων σε κτίρια και εγκαταστάσεις και η παροχή τεχνικών συμβουλών για τη βελτίωση της ενεργειακής τους απόδοσης. Αντίθετα με τις κλασικές end of pipe solutions, οι υπηρεσίες των

ESCOs οδηγούν γενικά σε μείωση του λειτουργικού κόστους, μπορούν δηλαδή να είναι αυτοχρηματοδοτούμενες.

Αλλάζοντας τις Κινητήριες Δυνάμεις: Στην πιο «ώριμη» κατηγορία βρίσκονται οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στην αναδιάρθρωση των ιδίων των παραγωγικών διαδικασιών. Είναι οι επιχειρήσεις της πράσινης οικονομίας του μέλλοντος, των οποίων η κύρια δραστηριότητα εντάσσεται αρμονικά στους περιβαλλοντικούς κύκλους –νερό, ενέργεια, υλικές εισροές και εκροές. Το πιο προφανές παράδειγμα είναι οι επιχειρήσεις των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (ΑΠΕ), των οποίων η δραστηριότητα δεν υποβαθμίζει την ποιότητα των πόρων που αξιοποιεί (ήλιος, αέρας, νερό, βιομάζα). Ένα άλλο πιο καινοτόμο παράδειγμα είναι το «κλείσιμο» των παραγωγικών κύκλων, η αξιοποίηση δηλαδή όλων των παραπροϊόντων μιας παραγωγικής διαδικασίας, στην ίδια ή σε μια παράλληλη διαδικασία. Όπως σοφά αναφέρει μια τέτοια εταιρεία, τα απόβλητα είναι προϊόντα τα οποία δεν μπορούν να πουληθούν, άρα γιατί να τα παράγουμε; Γιατί όμως χαρακτηρίζουμε την τελευταία προσέγγιση ως πιο ώριμη; Η απάντηση είναι κάτι που ήδη γνώριζε ο Ιπποκράτης: ότι η πρόληψη είναι πιο αποτελεσματική από τη θεραπεία. Με όρους θερμοδυναμικής, θα λέγαμε ότι η αύξηση της εντροπίας συνεπάγεται απώλεια ενέργειας σε κάθε κρίκο της αλυσίδας από τις Κινητήριες Δυνάμεις ως τις Επιπτώσεις. Εν ολίγοις, το ενεργειακό – και κατά συνέπεια το οικονομικό- κόστος του περιορισμού των Επιπτώσεων είναι πολύ μεγαλύτερο από αυτό της αλλαγής των αρχικών Κινητηρίων Δυνάμεων και των σχετικών Πιέσεων.

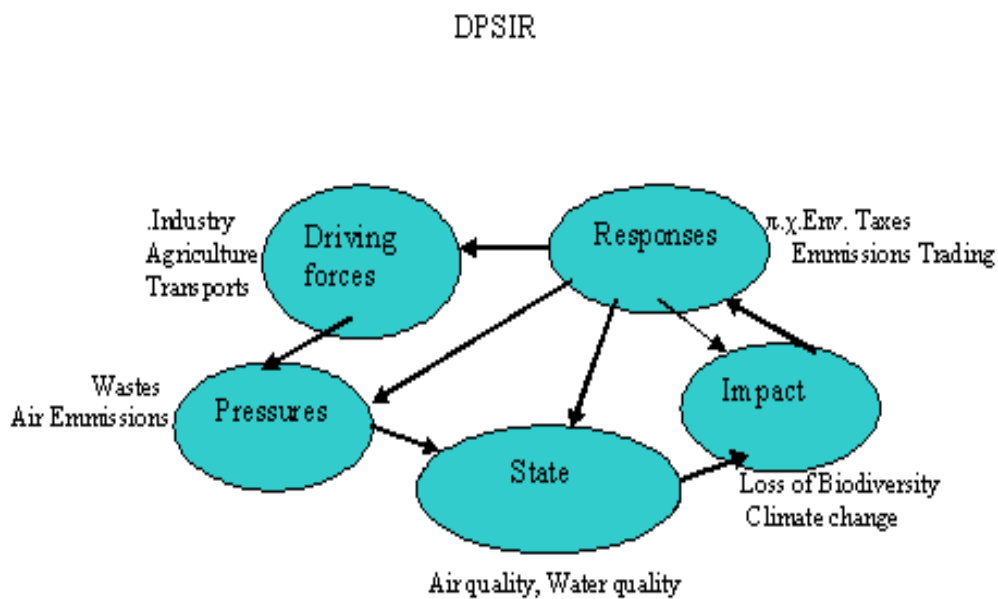
Η πράσινη επιχειρηματικότητα που συνδέεται με την αναδιάρθρωση της παραγωγικής διαδικασίας είναι αυτή που έχει τις καλύτερες προοπτικές μακροπρόθεσμης κερδοφορίας

Από την άλλη μεριά θα μπορούσε κανείς να πει ότι η άμεση προστασία της Κατάστασης των περιβαλλοντικών πόρων, π.χ. με την απομόνωσή τους από τις όποιες Πιέσεις έχει επίσης χαμηλό ενεργειακό κόστος. Πράγματι, σε περιπτώσεις απομακρυσμένων φυσικών πόρων, όπως είναι ο ορυκτός πλούτος της Ανταρκτικής, το ενεργειακό κόστος της πρόσβασης σε αυτούς είναι τόσο υψηλό που διερωτάται κανείς αν το αποτέλεσμα αξίζει τον κόπο και τις «παράπλευρες απώλειες», έστω και με στενά οικονομικά κριτήρια. Δυστυχώς όμως, η Κατάσταση των πόρων βρίσκεται συνηθέστερα εντός της σφαίρας επιρροής των Κινητηρίων Δυνάμεων μας, τόσο λόγω της εξάπλωσης των ανθρώπινων δραστηριοτήτων, όσο και της μεγάλης ακτίνας δράσης των σχετικών Πιέσεων, όπως στην περίπτωση της καταστροφής του όζοντος της στρατόσφαιρας από τη χρήση συγκεκριμένων ψυκτικών μέσων.

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε ότι η πράσινη επιχειρηματικότητα που συνδέεται με την αναδιάρθρωση της παραγωγικής διαδικασίας είναι αυτή που έχει τις καλύτερες

προοπτικές μακροπρόθεσμης κερδοφορίας. Ταυτόχρονα, είναι εκείνη που έχει περισσότερες πιθανότητες να εκτοπίσει σταδιακά άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες –πράσινες ή μη– που σχετίζονται με το περιβάλλον. Για παράδειγμα, η ανάπτυξη των ΑΠΕ θα μειώσει μακροπρόθεσμα την ανάγκη εξόρυξης ορυκτών καυσίμων –ή ενδεχομένως θα επέλθει ως συνέπεια της αναμενόμενης σπανιότητάς τους. Αντιστοίχως, η ανάπτυξη κλειστών κύκλων παραγωγής και πλήρως ανακυκλώσιμων προϊόντων θα περιορίσει τα απόβλητα και, κατά συνέπεια, την ανάγκη διαχείρισής τους.

Η παραπάνω ανάλυση εκ των πραγμάτων εκλαϊκεύει την πραγματικότητα, χωρίς όμως να χάνει την ουσία. Τα συμπεράσματά της επιβεβαιώνονται μέρα με τη μέρα. Άλλωστε, αν δούμε την εξέλιξη της επιχειρηματικότητας σε άλλους τομείς της οικονομίας θα διαπιστώσουμε ότι αυτή κινήθηκε μακροπρόθεσμα προς αντίστοιχες κατευθύνσεις, δηλαδή μάλλον προς την υπέρβαση, παρά τη διαχείριση των προβλημάτων.



European Environment Agency

ΣΧΗΜΑ 1.1 ΜΟΝΤΕΛΟ DPSIR

1.7 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Σύμφωνα με στοιχεία του ΟΟΣΑ, η περιβαλλοντική απασχόληση καλύπτει παγκοσμίως το 0,4% - 3% της συνολικής απασχόλησης, ενώ στην Ευρώπη των 15 το αντίστοιχο ποσοστό είναι κατά μέσο όρο 1,3%, με πρωτοπόρους τους Αυστριακούς, τους Βέλγους και τους Δανούς. Οι ευεργετικές επιπτώσεις των πράσινων επενδύσεων είναι κάτι παραπάνω από ορατές, αφού σύμφωνα με εκτιμήσεις του Οργανισμού 500.000 νέες θέσεις εργασίας δημιουργούνται κάθε έτος, αριθμός που αντιστοιχεί στο ή 3% περίπου των ανέργων της Ε.Ε. Στην Ελλάδα, οι εργαζόμενοι στον τομέα διαχείρισης των στερεών και τοξικών αποβλήτων ανέρχονται στους 15000, ενώ άλλοι τόσοι είναι οι απασχολούμενοι στον τομέα διαχείρισης των υγρών αποβλήτων και της διαχείρισης των νερών. Τέλος, 1200 απασχολούνται στον τομέα προστασίας και γενικότερης διαχείρισης του φυσικού περιβάλλοντος.³

Πίνακας 1. Ποσοστά πράσινης απασχόλησης στην Ευρώπη των 15 (2)	
Κράτος	Απασχόληση ως % της ανεργίας
Αυστρία	10%
Βέλγιο	6%
Γαλλία	2%
Γερμανία	4%
Δανία	5%
Ελλάδα	4%
Ιρλανδία	5%
Ισπανία	2%
Ιταλία	2%
Λουξεμβούργο	12%
Μ. Βρετανία	3%
Ολλανδία	12%
Πορτογαλία	7%
Σουηδία	3%
Φιλανδία	3%

ΣΧΗΜΑ 1. 2 ΠΟΣΟΣΤΑ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

³ Αλεξανδρίδου Ευτυχία, περιοδικό «Αμφίβιο»
Ζήσης Ιωάννης, Πράσινο Επιχειρείν, έκδοση ΥΠΕΧΩΔΕ, Αθήνα 2006

1.8 ΟΙ ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΙΝΑΙ ΚΕΡΔΟΦΟΡΕΣ

Αποτελούν μόνο το 2% της ευρωπαϊκής οικονομίας, αλλά οι πράσινες επιχειρήσεις –ή οικοβιομηχανία– αναπτύσσονται με ταχύτητα και δεν θεωρούνται πλέον μόδα του μάρκετινγκ. Οι πιο τολμηρές εταιρείες θέλουν να καταστήσουν τα πράσινα ζητήματα σημαντικό τμήμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ) και βασικό κομμάτι της εμπορικής στρατηγικής τους, θεωρώντας πως ό,τι είναι καλό για το περιβάλλον είναι καλό και για τις ίδιες. Όμως οι περισσότερες παραμένουν δύσπιστες απέναντι στη «νέα βιομηχανική επανάσταση» και θα χρειαστούν περισσότερη ενθάρρυνση από την αγορά και τους φορείς χάραξης πολιτικής.

«Βγάζουμε πολλά χρήματα από τις πράσινες τράπεζες», είπε ο Μπαρτ-Γιαν Κράουβελ, επικεφαλής ΕΚΕ της Rabobank στις Κάτω Χώρες. Κατά την ομιλία του σε ένα εργαστήριο της Πράσινης Εβδομάδας 2007, ανέφερε δύο νέες πρωτοβουλίες που στοχεύουν να κάνουν τους πελάτες της τράπεζάς του να δράσουν βιώσιμα.

«Η οικοβιομηχανία αναπτύσσεται με ταχύτητα και δεν θεωρείται πλέον μόδα του μάρκετινγκ.»

Η πρώτη είναι μια «κλιματική πιστωτική κάρτα», που εγκαινιάστηκε μαζί με το WWF: η τράπεζα καλύπτει τις εκπομπές CO₂ που συνδέονται με αγορές οι οποίες γίνονται με την κάρτα επενδύοντας σε προγράμματα καθαρής τεχνολογίας (ηλιακής, αιολικής, υδάτινης και βιομάζας) σε αναπτυσσόμενες χώρες. Εγκαινιάστηκε επίσης μια «κλιματική υποθήκη», με την οποία προσφέρεται στους πελάτες έκπτωση μέχρι και 25% του επιτοκίου αν προσθέσουν συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας στα σπίτια τους. Είπε ότι η ίδια η τράπεζα εξοικονόμησε εκατομμύρια ευρώ χρησιμοποιώντας 100% πράσινη ενέργεια και μέσω του συστήματος πράσινης εκμίσθωσης αυτοκινήτων.

Ένα πράσινο χρυσωρυχείο

Η σημερινή αξία της πράσινης αγοράς στις Κάτω Χώρες είναι περίπου έξι δισ. ευρώ, σημείωσε ο Κράουβελ, ο οποίος συνέστησε σε άλλα κράτη μέλη της ΕΕ να ακολουθήσουν το παράδειγμα της χώρας του στην ενθάρρυνση της πράσινης χρηματοδότησης. Πιστεύει ότι μια

ευρεία γκάμα πρωτοβουλιών, και όχι μόνο επιδοτήσεων, είναι ο καλύτερος τρόπος για να ενθαρρυνθούν οι επιχειρήσεις να προσανατολιστούν προς την αειφόρο ανάπτυξη: «Ο χρηματοδοτικός τομέας μπορεί να παίζει σημαντικό ρόλο στη δημιουργία μιας βιώσιμης κοινωνίας επιλέγοντας ποιους επιχειρηματίες θα βοηθήσει και ιδρύοντας κοινοπραξίες με τον δημόσιο τομέα και τις μη κυβερνητικές οργανώσεις».

Η υιοθέτηση περιβαλλοντικών μέτρων μπορεί να οδηγήσει σε σημαντικά οικονομικά οφέλη, είπε ο Γκέργκελι Τοτ, γενικός γραμματέας του Ουγγρικού Συλλόγου για την Περιβαλλοντικά Ευαίσθητοποιημένη Διοίκηση Επιχειρήσεων. Αυτή η ΜΚΟ στον τομέα των «πράσινων επιχειρήσεων» προσφέρει εκπαίδευση ΕΚΕ σε ανώτατα στελέχη και «εναλλακτικούς επιχειρηματίες». Επίσης βαθμολογεί τις επιχειρήσεις ανάλογα με την αειφορία τους και συντάσσει μελέτες για τις καλύτερες ανάμεσά τους.

«Πενήντα ουγγρικές εταιρείες εξοικονόμησαν από κοινού ενέργεια που ισοδυναμεί με 43 εκατ. ευρώ τα τελευταία πέντε χρόνια», είπε. «Αυτό αντιστοιχεί στην ετήσια κατανάλωση ενέργειας 250.000 νοικοκυριών.»

Προτεραιότητα στους ανθρώπους

«Οι επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται για την αειφόρο ανάπτυξη πρέπει να σκεφτούν σε τοπικό επίπεδο και να αλλάξουν τη νοοτροπία τους, θέτοντας ως στόχο τους ανθρώπους, όχι το κέρδος», ισχυρίστηκε ο Τοτ. Ανέφερε το αιολικό πάρκο Βεπ της Ουγγαρίας, το οποίο εγκαινιάστηκε από τρεις εθελοντές με δικά τους κεφάλαια και κάποια χρήματα από την Ευρώπη. Σήμερα οι στρόβιλοί του επιφέρουν σημαντικά κέρδη για μια απομακρυσμένη αγροτική κοινότητα, στην οποία ανήκει το 65% της επιχείρησης.

Οι ομιλητές στο εργαστήριο αναγνώρισαν ότι η οικοβιομηχανία ήταν κάποτε περιθωριακή, αλλά σήμερα αποτελεί έναν σημαντικό και αναπτυσσόμενο τομέα στην ΕΕ και ήδη παρέχει περίπου 3,5 εκατ. θέσεις εργασίας. Είπαν ότι η Ευρώπη θα αποκομίσει τεράστια οφέλη αν πουλήσει στο εξωτερικό την εμπειρία της στην ενεργειακή αποδοτικότητα, στην καθαρή τεχνολογία και στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, καθώς και σχετικά προϊόντα και υπηρεσίες.

Η πράσινη βιομηχανική επανάσταση της Ευρώπης πρέπει να επιταχυνθεί μέσω ενός συνδυασμού οικονομικών αγορακεντρικών μέσων, όπως το ευρωπαϊκό σύστημα εμπορίας δικαιωμάτων εκπομπής, και αυστηρής ρύθμισης της αγοράς, πρότεινε ο Κλοντ Τιρμές, μέλος του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου. Άλλοι συμμετέχοντες στο εργαστήριο κάλεσαν τους φορείς χάραξης ευρωπαϊκής πολιτικής να καταστήσουν τις εκθέσεις ΕΚΕ υποχρεωτικές και συγκρίσιμες για όλες τις επιχειρήσεις, ώστε να εξασφαλιστεί η πλήρης ενσωμάτωση της ΕΚΕ στις δραστηριότητές τους.

Το Carrefour πρασινίζει

- Ο δεύτερος σε μέγεθος όμιλος λιανικού εμπορίου: η αειφόρος ανάπτυξη κατέχει πλέον κεντρικό ρόλο στη στρατηγική του.
- Μείωση της κατανάλωσης φυσικών πόρων και ενέργειας, διαλογή και μείωση των αποβλήτων, έλεγχος της ρύπανσης.
- Λανσάρισμα προϊόντων οργανικής γεωργίας.
- Βελτιστοποιημένα μεταφορικά οχήματα για τον περιορισμό των εκπομπών και των περιβαλλοντικών επιπτώσεων.
- Χρήση βιοκαυσίμων στη Γαλλία

Η Vestas Hellas Τεχνολογία Αιολικής Ενέργειας, και η Νεονάκης Α. Α.Ε. βρέθηκαν στη 14η και στην 31η θέση αντίστοιχα, των πιο κερδοφόρων επιχειρήσεων για το 2007.

Η Vestas Hellas, είναι θυγατρική της δανέζικης εταιρείας Vestas και δραστηριοποιείται στο χώρο των συστημάτων παραγωγής ρεύματος μέσω αιολικής ενέργειας. Σύμφωνα με στοιχεία της Stat Bank, στην Ελλάδα έχουν πουληθεί 408 τέτοια συστήματα, συνολικής ισχύος 353 MW. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η Vestas Hellas αύξησε τα προ φόρου κέρδη της κατά 507,47% από το 2004, ενώ ο κύκλος εργασιών της διευρύνθηκε κατά 267,71% το ίδιο διάστημα.

Όσον αφορά την εταιρεία Νεονάκης Α. Α.Ε., αυτή δραστηριοποιείται στο χώρο της εναλλακτικής διαχείρισης σιδηρούχων και μη σιδηρούχων μετάλλων από το 1960. Τα οικονομικά μεγέθη της εταιρείας όμως «απογείωσε» η είσοδός της στον τομέα της ανακύκλωσης αυτοκινήτων. Η Νεονάκης Α. Α.Ε. διαθέτει πρότυπες εγκαταστάσεις όπου πραγματοποιείται απορρύπανση και ανακύκλωση παλαιών αυτοκινήτων, σε συνεργασία με

τη μη κερδοσκοπική εταιρεία Εναλλακτική Διαχείριση Οχημάτων Ελλάδος (ΕΔΟΕ). Αξίζει να αναφερθεί ότι τα προ φόρου κέρδη της επιχείρησης παρουσίασαν αύξηση 48.5% από το 2004, ενώ ο κύκλος εργασιών της διευρύνθηκε κατά 38,15% το ίδιο διάστημα. Είναι γεγονός ότι η περίοδος που διανύουμε είναι ιδιαίτερα κερδοφόρα για τις «πράσινες» επιχειρήσεις, οι οποίες βλέπουν τα οικονομικά τους μεγέθη να αυξάνονται. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η εταιρεία Vestas με συνολικό τζίρο για το 2005, 3,58 δισεκατομμύρια ευρώ, το μερίδιο του οποίου στην παγκόσμια αγορά υπολογίζεται σε 27,9%. Η οικολογία «πουλάει» και, όπως είναι φυσικό, οι επιχειρήσεις εκμεταλλεύονται την τάση της εποχής για να αυξήσουν τα κέρδη τους.

1.9 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής συνιστώσας στην οικονομία συνδέεται και με ένα κόστος μελετών και γραφειοκρατίας, που διαμορφώνει και πελατειακές στρεβλώσεις. Είναι πολιτικό το ζήτημα του περιορισμού αυτών των στρεβλώσεων και του διοικητικού κόστους μεγέθυνσης της γραφειοκρατίας. Το πρόβλημα είναι σε ένα βαθμό το ίδιο με αυτό που συναντάμε και στη μεγέθυνση της κοινωνικής οικονομίας, των ΜΚΟ αλλά και των επιχειρήσεων: είναι το πρόβλημα του περιορισμού της αναλογίας του λειτουργικού κόστους σε σχέση με το τελικό καθαρό προϊόν και το παραδοτέο.

Όπως και να έχει πάντως «όσα κέρδη βγήκαν και βγαίνουν από την κατάρρευση του περιβάλλοντος, τόσα μπορούν να βγουν και από την ανοικοδόμηση και την ανάκτησή του».

Η πράσινη στενότητα ως άμεση και εν δυνάμει είναι μπροστά μας, καθώς το οικολογικό χρέος της οικονομίας μεγαλώνει. Η φύση δεν είναι μόνον η μήτρα της οικονομίας, αλλά κυρίως είναι η γενεσιουργός συνθήκη της ζωής. Έτσι τα οικολογικά ελλείμματα κάποια στιγμή αναπόφευκτα -και στον βαθμό που η κοινωνική και ατομική ζήτηση εξελίσσεται υγιώς- θα γίνουν και οικονομικά. Αν λοιπόν συνεχίσουμε να παραγνωρίζουμε αυτή τη σχέση αλληλεπίδρασης οικονομικού και οικολογικού, οι εγγυήσεις του συστήματος θα καταπέσουν αφήνοντας σαν ερειπωμένη ανάμνηση την «βελούδινη ευημερία».

Η αμοιβαιότητα του οικολογικού με τον οικονομικό χώρο αναδεικνύεται και στα μοντέλα θεώρησης. Όπως η αγορά είναι αδιαίρετη έτσι, και ακόμη περισσότερο, είναι αδιαίρετη η φύση και η ζωή. Μέσα από αυτή την θεμελιώδη παραδοχή και με το συλλογικό κύρος των κοινωνιών και των πολιτικών πρέπει να αντιμετωπισθούν οι τάσεις των οικονομικών μονάδων να αποκρούουν και να απομακρύνουν από τον εαυτό τους και την αγορά το μακροχρόνιο κοινωνικό και περιβαλλοντικό κόστος που δημιουργούν με τις εξωτερικές επιβαρύνσεις. Είναι καιρός να αναθεωρηθεί η θεώρηση της αγοράς ως πεδίου παιγνίου με κανόνες νίκης-ήττας κατά τη διαμόρφωση της ισορροπίας των ιδιωτικών προσδοκιών και πράξεων. Σε διαφορετική περίπτωση θα έλθουμε αντιμέτωποι με την ανάγκη για μια πράσινη λιτότητα, σταθεροποίηση και εξυγίανση της οικονομίας. Αυτό θα συμβεί αναπόφευκτα κάποια στιγμή, γιατί το οικολογικό νόμισμα δεν μπορεί να υποτιμηθεί, καθώς είναι η ίδια η ζωή.

Μέχρι τώρα μέσα στην αναπτυξιακή διαδικασία δεν υπολογιζότανε παρά η νίκη στο παίγνιο της αγοράς ως κίνητρο και κινητήρια δύναμη. Όμως αρχίζουμε πια να υποψιαζόμαστε πως αυτή η νίκη δεν είναι άλλο από την αυταπάτη της ευημερίας σε τεχνητές συνθήκες, χωρίς φύση και τελικά χωρίς ζωή. Και είναι αυταπάτη, επειδή η «ανάπτυξη για την ανάπτυξη» (σύμφωνα με τον Edward Abbey) και η «αγορά για την αγορά» αποτελούν νεοπλασματικές, άτυπες, αυτοκαταστροφικές και άρρυθμες δράσεις. Η φύση είναι ασθενής παίκτης στο παιχνίδι της ανάπτυξης, είναι παθητικός συντελεστής και δεν υπολογίζεται πολύ ως πόλος του παιχνιδιού, καθώς υφίσταται μόνον πειρατικές και ληστρικές επιδρομές. Η φύση όμως είναι ισχυρή έως και παντοδύναμη στην εκδίκησή της, και κυρίαρχη ως μοίρα σε τραγικό παιχνίδι.

Ο Boulding μας είπε ότι ζούμε με κοινό μέλλον μέσα στο Διαστημόπλοιο Γη. Εμείς προσθέτουμε ότι η Γη και η Φύση δεν έχουν έξοδο κινδύνου. Αυτή τη διαπίστωση οφείλουμε να την συνυπολογίσουμε στο λογιστήριο της ανάπτυξης και της αγοράς.

Η θεσμοθέτηση του δικτύου natura και όλων των αναγκαστικών περιβαλλοντικών πολιτικών δείχνει ότι η φύση γίνεται οικονομικό αγαθό που βρίσκεται σε στενότητα και διακινδύνευση. Ο Κοινωνικός Χάρτης της Πράσινης Οικονομίας βασίζεται στη θεμελιώδη αναγνώριση της αειφόρου ανάπτυξης, ότι δηλαδή αναπτυσσόμαστε με δάνεια από το μέλλον της φύσης, της ζωής και του περιβάλλοντος. Αυτά τα δάνεια δεν πληρώνονται μόνον με χρήμα και τεχνολογία, αλλά αποτελούν κόστος ζωής και μια μη αποδοτική σε βάθος χρόνου παραγωγή.

Αυτή η παραδοχή καθιστά επιτακτική την αρχή της πρόληψης και της δικαιοσύνης. Η αρχή αυτή θεμελιώνεται λειτουργικά στη συνεκτίμηση:

- Ø Της βιώσιμης Φέρουσας Ικανότητας.
- Ø Του Κόστους των Εξωτερικών Επιβαρύνσεων της ανάπτυξης και
- Ø Της Δικαιοδοσίας τόσο των ρυθμιστικών φορέων, όσο και των δικαιούχων της οικονομικής δραστηριότητας στη βάση του νόμου και της νομιμότητας. Ο νόμος υπήρχε πάντοτε, παρά την αγορά, επειδή πάντοτε υπήρχαν εξωτερικές επιβαρύνσεις, καθώς επίσης και ανάγκες που δεν έβρισκαν στέγη στην αγορά.

Έτσι προκύπτουν τρεις αρχές και στόχοι για την πράσινη οικονομία που αποτελούν την βάση για την πρόληψη και τον μερισμό του κόστους μέσα και από την αγοραία ανάκτησή του:

- i. Η βιωσιμότητα (η περιβαλλοντική και η κοινωνική). Αυτή η βιωσιμότητα θεμελιώνεται πάνω στις αξίες και τα δικαιώματα της υγείας, της ποιότητας ζωής, της φύσης, του περιβάλλοντος, της παιδείας, του πολιτισμού και την εισοδηματική βιωσιμότητα και επάρκεια.
- ii. Η αποτελεσματικότητα του κόστους.
- iii. Τα θεμιτά δικαιώματα

Είναι φανερό ότι παρ' όλες τις μέχρι τώρα επιτεύξεις του το «Αόρατο Χέρι» δεν μπορεί ούτε να διαχειριστεί τις εξωτερικές επιδράσεις ούτε όμως να καλύψει τις ανάγκες, τις αξίες και τα δικαιώματα επαρκώς. Γι' αυτό στα εργαλεία της πράσινης οικονομίας δίπλα από την αγορά και την κοινωνική ζήτηση είναι ο συστημικός σχεδιασμός. Το γαλλικό κίνημα των κοινωνικών οικονομολόγων του 2000, που έγινε πια διεθνές, καταγγέλλει την συμβατική οικονομία ως καταστροφικά «αυτιστική». Εξ άλλου πέρα από το ψηφιακό και τεχνολογικό χάσμα ανισότητας διαμορφώνεται ένα νέο χάσμα ανισότητας - το περιβαλλοντικό. Η ποιότητα του περιβάλλοντος αναδεικνύεται σε αναπτυξιακό συντελεστή πρώτης τάξης καθώς οι παλιές αναπτυξιακές προσεγγίσεις που απαξίωναν το περιβάλλον αποκαλύπτονται ως αναπτυξιακός αναλφαβητισμός για την εποχή της βιώσιμης ανάπτυξης.

Ήδη η κοινωνική ζήτηση διαμορφώνει νέα εργαλεία όπως τα συστήματα της κοινωνικής οικονομίας, το ηθικό και δίκαιο εμπόριο και τα τοπικά και δικτυακά συστήματα ανταλλαγών. Η πράσινη ευελιξία της οικονομίας είναι προσαρμοσμένη στην εξυπηρέτηση των νέων

αναγκών. Για παράδειγμα η αντικαταναλωτική διαμαρτυρία ωριμάζει οικονομικά και γίνεται κοινωνική συμφωνία τιμής, γίνεται κατανάλωση ποιότητας με τιμές ποιότητας και με κοινωνικές πολιτικές μείωσης του κόστους.

Με όλα αυτά μπορούμε να συμπεράνουμε ένα πράγμα, ότι δηλαδή η οικολογία είναι το «άλας» των επιστημών και του μέλλοντος, καθώς αποτελεί την σύνδεση των επιστημών της φύσης με τις επιστήμες και τις πολιτικές του ανθρώπου για το μέλλον της ζωής. Ανάλογα η πράσινη οικονομία συνθέτει το χθες και το σήμερα της οικονομίας με τις ανάγκες του μέλλοντος.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η πράσινη επιχειρηματικότητα δεν είναι κάτι καινούργιο, καθώς υπήρχε ήδη στους πρώτους πολιτισμούς που είχαν πολύ στενή σχέση με τη φύση (α' φάση).

Στη β' φάση, που είναι πλέον ιστορική, εμφανίστηκε πιο οργανωμένα αρχίζοντας από τον Αριστοτέλη με το πρώτο ζωολογικό πάρκο, τον ινδό αυτοκράτορα Ασόκα με διατάγματα για την προστασία των ζώων και την Μεσοποταμία με το αρδευτικό της σύστημα, περνώντας από την αρχαία Ρώμη με τα αποχετευτικά έργα και τον Μεσαίωνα με τα προβλήματα ρύπανσης και φθάνοντας μέχρι τον 18^ο αι. Στην περίοδο αυτή παρουσιάστηκαν διάφορα περιβαλλοντικά προβλήματα (ύδρευσης, αποχέτευσης, σκουπιδιών κ.ά.) λόγω της πυκνοκατοίκησης πόλεων και έγιναν οι πρώτες απόπειρες συστηματικής προστασίας του περιβάλλοντος. Επίσης σε αυτή τη φάση άρχισαν να αναπτύσσονται οι πρώτες περιβαλλοντικές αρχές.

Η γ' φάση ξεκίνησε από τον 19^ο αι. όμως εκφράστηκε βασικά στον 20^ο αι. στις ΗΠΑ και στην Ευρώπη κυρίως με τη θέσπιση προστατευόμενων περιοχών.

Στην δ' φάση έχουμε πια πολύ ακραία περιβαλλοντικά προβλήματα που οδηγούν το 1972 στη Διάσκεψη της Στοκχόλμης, το 1992 στη Διάσκεψη του Ρίο, το 2002 στη Διάσκεψη του Γιοχάνεσμπουργκ με πολλές ενδιάμεσες μεγάλες διασκέψεις όπως επίσης και στην προχωρημένη νομοθεσία και πολιτική της Ε.Ε., η οποία και αποτελεί σήμερα το πλαίσιο για την πράσινη επιχειρηματικότητα.

2.2 ΦΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

2.2.1 Πρώτη Φάση

Η εποχή της αρμονίας με τη φύση.

Η ιστορία της πράσινης επιχειρηματικότητας σίγουρα χάνεται στο βάθος των πρώτων πολιτισμών, των πολιτισμών εκείνων που λειτουργούσαν όλη τους την οικονομική δραστηριότητα, αν μπορούμε να μιλήσουμε για τέτοιου είδους δραστηριότητα, σε επαφή με τη φύση. Λειτουργούσαν αειφορικά μέσα στη φύση αυτογενώς. Είναι η εποχή της χαμένης αθωότητας. Είναι μια εποχή που αναζητάει η οικολογία του βάθους ή σε ένα μικρότερο βαθμό η ριζοσπαστική οικολογία. Εκείνο που μας αφήνει σαν παρακαταθήκη είναι ότι υπήρξαν εποχές στις οποίες το ανθρώπινο χωριό μπορεί να ήταν μέσα στο δάσος και να ήταν συντελεστής αειφορίας του δάσους. Μπορεί να ήταν σε ένα δρυμό ή οπουδήποτε αλλού και να λειτουργούσε συνεργατικά με τη φύση.

Η συνέχεια βέβαια αυτής της εποχής και οι καταβολές της βρίσκονται μέσα σε όλες τις φάσεις της ιστορίας. Ακόμα και σήμερα υπάρχουν εστίες στη γη όπου αυτές οι συνθήκες διαβίωσης συνεχίζουν να υπάρχουν, αλλά είναι τελείως αποσπασμένες από το καταναλωτικό και βιομηχανικό επίπεδο της ζωής, της καθημερινότητας και της οικονομικής δραστηριότητας που έχουμε στην χώρα μας και γενικά στις αναπτυγμένες οικονομικά επικράτειες. Αυτή λοιπόν η δυναμική μας είναι χρήσιμη κυρίως στο να ανακτήσουμε μια εικόνα ενός προτύπου σχέσεων και στο να προβληματιστούμε βαθύτερα για τη συνύπαρξή μας με περιοχές όπου η φύση οργιάζει και είναι σε πλήρη ζωτικότητα και ακμαιότητα, έξω από το γκέτο των πόλεων και των οικονομικά αναπτυγμένων ανθρωπογεωγραφικών ζωνών.

Παρ' όλα αυτά και στην βουκολική εποχή της αθωότητας ενυπήρχε η νοοτροπία κατάκτησης της φύσης. Γι' αυτό ως μια από τις πιο διαχρονικές εκφράσεις της αναπτυξιακής νοοτροπίας και απληστίας μπορεί να θεωρηθεί η περίπτωση του μυθικού βασιλιά Γίμα που περιγράφεται στην ιρανική Γραφή της διδασκαλίας του Ζαρατούστρα, στην Ζεν Αβέστα. Αυτή θα μπορούσε να ονομαστεί ως «σύνδρομο του βασιλιά Γίμα». Ο Γίμα κάθε φορά που έφτανε σε κορεσμό (που δημιουργούσε η τότε αναπτυξιακή χρήση του εδάφους) προφανώς κατακτούσε νέα γη. Φαίνεται πως σε αρχέγονους κύκλους πολιτισμών υπήρχε η περιβαλλοντική όχληση, όπως σαφώς διαφαίνεται στο Έπος του Γκιλγκαμές, καθώς εκεί η καταστροφική οργή των θεών που οδήγησε στον κατακλυσμό αποδίδεται στον υπερβολικό θόρυβο των πόλεων που δεν επέτρεπε στους θεούς να κοιμηθούν.

2.2.2 Δεύτερη Φάση

1. Δράσεις προστασίας της φύσης και της βιοποικιλότητας.

Τη δεύτερη φάση της πράσινης επιχειρηματικότητας, που είναι εντατικά προσανατολισμένη προς το περιβάλλον, την συναντάμε πλέον στην ιστορία στην αρχαία Ινδία σαν πρότυπο κατά την περίοδο του ηγεμόνα Ασόκα. Βρίσκεται αρκετά ολοκληρωμένα στη συμβιωτική και αειφορική προσέγγιση της φύσης. Σ' εκείνη την βραχύβια φάση βλέπουμε τα στρατεύματα να λειτουργούν σαν παράγοντες παροχής υπηρεσιών σε ζώα ή ανθρωπιστικών υπηρεσιών ή υπηρεσιών για την ανασύσταση του περιβάλλοντος και την προστασία του από φωτιές και άλλες καταστροφές. Βλέπουμε τις πρώτες συστηματικές απόπειρες περίθαλψης ζώων και πουλιών και επίσης έναν σεβασμό προς τη φύση. Αυτός ο σεβασμός εκφράζεται ακόμη και στη φάση της συγκομιδής των καρπών με τη ρύθμιση του χρόνου της συγκομιδής ανάλογα με τους όρους τους απαιτούμενους για την προστασία της τοπικής βιοποικιλότητας, έστω και σε βάρος της ποσότητας της συγκομιδής.

Είναι μια περίοδος κατά την οποία διακηρύσσεται η αρχή της αβλάβειας στη σχέση μεταξύ των ανθρώπων, αλλά και στη σχέση μεταξύ ανθρώπου, κοινωνίας και φύσης.

Ελάχιστα χρόνια πιο πριν ο Αριστοτέλης είχε ξεκινήσει την πρώτη συστηματική παρακολούθηση των ειδών της πανίδας στον ζωολογικό κήπο του. Έτσι θεμελιώθηκε το πρώτο σύστημα επιστημονικής παρακολούθησης (ΣΕΠ) στο πρώτο ζωολογικό πάρκο της γνωστής ιστορίας.

Μεσολαβεί μια μακριά ιστορική περίοδος ανάμεσα στον Ασόκα και τον Γουσταύο Αδόλφο της Σουηδίας, οπότε βρίσκουμε στο ευρωπαϊκό έδαφος μια σχετικώς ανάλογη πολιτική. Ο Γουσταύος Αδόλφος είναι περισσότερο γνωστός σαν ένας ικανότατος στρατηγός και ένας μεγάλος ηγέτης. Πρόσφατα όμως ακούσαμε γι' αυτόν μέσα από τη θεσμοθέτηση του Συνηγόρου του Πολίτη, ότι δηλαδή ήταν ο πρώτος που φαίνεται ότι είχε συλλάβει αυτή την ιδέα για την προστασία του πολίτη απέναντι στη λειτουργία των αρχών και γενικότερα, έχοντας θεσμοθετήσει έναν ανάλογο θεσμό τρεισήμισι και πλέον αιώνες πριν από σήμερα. Και τώρα είναι καιρός πια να τον μάθουμε και σαν έναν από τους πρώτους που ξεκίνησαν να εφαρμόζουν προγράμματα προστασίας περιοχών φύσης και να αναδεικνύουν ουσιαστικά τη φύση ως ένα ζωτικό πόρο, να αναγνωρίζουν στη φύση το δικαίωμα για τη δική της ύπαρξη, να αναγνωρίζουν στη φύση την αξία της απέναντι στον άνθρωπο περιορίζοντας τις ανθρώπινες δραστηριότητες σ' αυτήν.

2.-Η χαμένη οικολογική αρμονία των πόλεων, τα προβλήματα και η αντιμετώπισή τους.

Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι σίγουρα κάποια προβλήματα ήταν αρκετά αρχαία και είχαν απαιτήσει συγκεκριμένες ρυθμίσεις και πολιτικές. Το πρόβλημα της ύδρευσης και της άρδευσης αποτελούσε ένα δείγμα των αρνητικών αποτελεσμάτων των αναπτυγμένων πολιτισμών. Χαρακτηριστική περίπτωση άρδευσης και των προβλημάτων της έχουμε στην αρχαία Μεσοποταμία. Επίσης το πρόβλημα των λυμάτων και των σκουπιδιών έδειχνε την αρνητική πλευρά των πόλεων από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Πάντοτε υπήρχε μια πρόκληση για καλή διαχείριση ενός τέτοιου προβλήματος. Για παράδειγμα, ο Επαμεινώνδας αποτέλεσε όχι μόνον έναν σημαντικό στρατηγό και ηγέτη της αρχαίας Ελλάδας, αλλά και έναν άνθρωπο που ανέδειξε στην πόλη της αρχαίας Θήβας σε αξίωμα πρώτης γραμμής τα πιο ταπεινά καθήκοντα, αυτά της διαχείρισης των σκουπιδιών και της καθαριότητας, όταν του ανατέθηκαν για λόγους περιορισμού της ισχύος του και υποβιβασμού της αίγλης του. Όπως λέγεται και φημολογείται, ο Επαμεινώνδας ανέδειξε τόσο καλά αυτό το αξίωμα, ώστε τελικά όσοι έκτοτε ήθελαν να αναδειχθούν στα δρώμενα του δήμου της ίδιας πόλης επιδίωκαν να περάσουν από αυτό το αξίωμα και να διαχειριστούν αυτή την υπηρεσία.

Στην περίοδο ανόδου της ρωμαϊκής κυριαρχίας εκτελείται στη Ρώμη το μεγαλύτερο αποχετευτικό έργο της αρχαιότητας, το “cloaca maxima”, όπως και ένα πλήθος υδραγωγείων, για να αντιμετωπιστούν οξυμένα προβλήματα.

Αξίζει επίσης να συμπεριλάβουμε και περιπτώσεις μεγάλων ιστορικών εγχειρημάτων που όμως αστόχησαν από περιβαλλοντική άποψη. Τέτοια είναι η περίπτωση της Φατεπούρ, μιας νέας πόλης στην Ινδία που προοριζόταν να γίνει η ινδική «Αλεξάνδρεια» από τον μεγάλο μογγόλο ηγεμόνα Ακμπάρ. Όμως μπήκε σε άμεση παρακμή λόγω της ανεπάρκειας του νερού. Επίσης από τον Μεσαίωνα ήδη παρατηρούνται προβλήματα ρύπανσης στις πόλεις. Τέτοια προβλήματα πήραν διαστάσεις κρίσης αργότερα, όπως για παράδειγμα στο Λονδίνο αρχικά με τον καπνό των τζακιών και αργότερα με τα απόβλητα των ίππων.

3.-Θεωρητικές και επιστημονικές απόψεις για τη σχέση ανθρώπου και φύσης

Ένας άλλος σταθμός για την προσέγγιση και την ανάδειξη του περιβάλλοντος βρίσκεται στην εποχή που γεννιούνται οι οικονομικές σχολές. Σε αυτή την εποχή μαζί με το διαφωτισμό διαμορφώνονται και ρεύματα οικονομικής σκέψης τα οποία φτάνουν μέχρι τις μέρες μας. Πέρα από τη ρουσσωϊκή θέση για την ανάκτηση της χαμένης αθωότητας στην προσωπική σχέση του ανθρώπου με τη φύση και μέσα από την εκπαιδευτική διαδικασία και εμπειρία, σημαντικότητα, αλλά όχι επαρκώς αναδειχθείσα θέση, ήταν αυτή του Τζέρεμι Μπένθαμ.

Αυτός ήταν ένας φιλελεύθερος ωφελμιστής, ένας από τους διαμορφωτές των τάσεων του σύγχρονου αστικού νομικού πολιτισμού. Η θέση του για το περιβάλλον έχει ξεφύγει της προσοχής πολλών. Σε κάποιο σημείο η θέση αυτή φαίνεται να αγγίζει και να ανακυκλώνει το ζήτημα προς τη χαμένη αθωότητα με την αναγνώριση δικαιωμάτων ακόμη και στα πράγματα, πολύ δε περισσότερο στα ζώα και στα φυτά. Η λογική της επαναφέρει μια προοπτική αβλάβειας στις σχέσεις του ανθρώπου με τη φύση, επειδή αναδεικνύει την αυταξία όλων των τμημάτων του περιβάλλοντος.

Ανάλογες θέσεις είχαν εκφραστεί προγενέστερα από άλλους, όπως από τον μαθητή του Αριστοτέλη Θεόφραστο, τον πατέρα της Βοτανικής, που αναγνωρίζει τη θεμελιώδη λογική του οικοσυστήματος και των εμβίων όντων. Μετά από αυτόν η αγιοπνευματική θεώρηση της φύσης από τους πρώτους Πατέρες του Χριστιανισμού εκφράσθηκε και πήρε εμπράκτως την κορυφαία ποιότητά της από τον Φραγκίσκο της Ασίζης.

Το σημαντικό όμως στην περίπτωση του Τζ. Μπένθαμ είναι ότι η άποψη εκφράσθηκε και από διαμορφωτές των συγχρόνων οικονομικών και πολιτικών ρευμάτων σκέψης. Αυτή η θέση έμεινε στο περιθώριο, μέχρι να φτάσουμε ουσιαστικά στον 20^ο αιώνα, όπου, χωρίς να είναι σαφείς οι ρίζες, οι πηγές και οι κύκλοι των ιδεών, υπάρχουν πλέον ρεύματα τα οποία κινούνται σε ανάλογη κατεύθυνση.

Ο Τζων Στιούαρτ Μιλλ ενδιάμεσα μας προσφέρει δύο μοχλεύσεις. Η πρώτη συνδέεται με την αξίωση της ποιότητας ζωής και η δεύτερη βρίσκεται στην ιστορική θεώρησή του για την εξέλιξη της οικονομικής δραστηριότητας, καθώς συνδέεται με τη σταδιακή κατάδυση στη φύση, πρώτα στο ζωϊκό κόσμο, κατόπιν στο φυτικό και τελικά στον ορυκτό. Η πράσινη επιχειρηματικότητα είναι η ανάδυση, όπως θα δούμε, καθώς αποτελεί επιχειρηματικότητα ελαχιστοποίησης της εκμετάλλευσης, ανάταξης της φύσης και αποσύνδεσης (με μείωση των υλικών ροών).

Σε καμμία από τις μέχρι τώρα επιχειρησιακές παρεμβάσεις ή προσεγγίσεις ή αντιλήψεις για τη φύση δεν υπήρχε αμιγής πράσινη επιχειρηματικότητα. Μπορεί να είχαν υπάρξει κάποια πράσινα επαγγέλματα στην εποχή του Ασόκα, μπορεί η παράδοση να αποτελεί έναν ήπιο άξονα πράσινης επιχειρηματικότητας, ωστόσο αμιγής θεώρηση και ανάδειξη πράσινης επιχειρηματικότητας δεν υπήρχε. Υπήρχαν προσωπικές θεωρίες, θέσεις και στάσεις από ανθρώπους που διαμόρφωναν συλλογικές τάσεις, αλλά η έμφαση βρισκόταν στον αντίποδα της πράσινης επιχειρηματικότητας.

2.2.3 Τρίτη Φάση

1. Τα πρώτα θεσμικά πεδία πράσινης επιχειρηματικότητας και οικονομικής πολιτικής για το περιβάλλον

Η πράσινη επιχειρηματικότητα αρχίζει και μπαίνει στις αρχές του 20^{ου} αιώνα στις ΗΠΑ επί προεδρίας του Θεοδώρου Ρούσβελτ . Ο Θεόδωρος Ρούσβελτ εγκαθιδρύει την πρώτη Επιτροπή Φύσης το 1908 και εγκαινιάζει το Πρόγραμμα του Τενεσή, όπου υπάρχει μια απόπειρα αειφορικής ρύθμισης. Την ίδια εποχή διαμορφώνονται και οι πρώτοι θεσμοί προστασίας της εργασίας και εργασιακού περιβάλλοντος (νόμος Perkins). Υπήρχαν όμως λάθη που συνδεόντουσαν με τις θεωρητικές και επιστημονικές αντιλήψεις της εποχής (π.χ. γύρω από την χρησιμότητα των φραγμάτων).

Οι πρόδρομες καταστάσεις αυτής της πράσινης επιχειρηματικότητας είχαν εμφανιστεί πιο πριν.

Την 1^η Μαρτίου 1872, ξεκίνησε το Εθνικό Πάρκο του Yellowstone, ενώ αργότερα μπήκαν οι βάσεις του Πάρκου της Νέας Υόρκης.

Επίσης το 1889 ιδρύθηκε στην Αγγλία η Εταιρεία για την Προστασία των Πουλιών και το 1895 η Εθνική Ένωση στη Βρετανία.

Η πράσινη επιχειρηματικότητα και απασχόληση αναπτύσσεται πιο καθοριστικά στην εποχή του New Deal μετά το κραχ, επί εποχής Φραγκλίνου Ρούσβελτ. Σε μια απόπειρα να αντιμετωπιστεί η ανεργία και η ύφεση με κεϋνσιανές στρατηγικές υπήρξε μια ένταση πρόσληψης προσωπικού και μια διάχυση κεφαλαίων παροχής υπηρεσιών στην κατεύθυνση του πολιτισμού, του ελέγχου της ρύπανσης του περιβάλλοντος, της ανάδειξής του κτλ. Το πρόγραμμα είχε επικριθεί για τη διαφθορά και την κρατικοδίαιτη πολιτική ως πελατειακό σύστημα, καθώς το διαχειριζόταν ο στενός συνεργάτης του Φραγκλίνου Ρούσβελτ, Χάρι Χόπκινς, ένας από τους βασικούς εμπνευστές του, πέρα από το πολυώνυμο trust εγκεφάλων.

Αξιοσημείωτο σ' αυτήν την περίπτωση είναι επίσης το ότι, ενώ η θεωρία του Κεϋνς δεν συνδέθηκε με το περιβάλλον, ωστόσο, αντίθετα από ό,τι συνέβη με τους νεοκλαστικούς, η πρώτη κεϋνσιανή πολιτική συνυφάνθηκε στενά με τη φύση, το περιβάλλον, την κοινωνική αλληλεγγύη - συνοχή και τον πολιτισμό, δημιουργώντας την πρώτη ευρείας κλίμακας πράσινη αγορά εργασίας και απασχόλησης.

2. Επιστημονική και πολιτική ευαισθητοποίηση.

Μπορούμε να πούμε ότι το ζήτημα του περιβάλλοντος και της φύσης παίρνει μια νέα δυναμική μετά το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. Αυτό γίνεται με διεθνή κείμενα και τάσεις, που συνδέονται με την αναγνώριση της καταστροφής του περιβάλλοντος, της υποβάθμισης της ποιότητας της ζωής μέσα στα προβλήματα των μεγάλων πόλεων αλλά και των μικρότερων. Από τον Malthous μέχρι τους νεοκλαστικούς Marshall και Pigou το περιβάλλον και η φύση μπαίνουν σε αδρές γραμμές στη Θεωρία της Πολιτικής Οικονομίας. Από τον Pigou παίρνει την πρώτη μορφή της η αρχή «ο ρυπαίνων πληρώνει» με την πρότασή του για τον περιορισμό της ρύπανσης στο Λονδίνο το 1920. Άρχισε λοιπόν να γίνεται φανερό πως υπάρχουν συνθήκες, που τόσο η αγορά όσο και η αύξηση του εθνικού προϊόντος δεν εξυπηρετούν το σκοπό τους.

Ο Gray το 1914 και ο Hotelling το 1931 διατυπώνουν τον νεοκλαστικό κανόνα για την άριστη χρήση των εξαντλήσιμων πόρων, ενώ ο Gordon το 1954 των ανανεώσιμων.

Το επίκεντρο θεώρησης μεταφέρθηκε στη συνέχεια πέρα από την μαλθουσιανή θεωρία, που ήταν ποσοτική και ανθρωποκεντρική και όχι ποιοτική και οικολογικοκεντρική. Ο συνδυασμός των οικολογικών επιστημών, οι οποίες ξεκίνησαν από τον πατέρα της Ζωολογίας Αριστοτέλη και από τον μαθητή του Θεόφραστο, με τις σύγχρονες οικονομικές θεωρίες άργησε να έλθει.

Με τη «Σιωπηλή Άνοιξη» της R.Carson την δεκαετία 1960-1970 έγινε φανερό ότι η λειτουργική αλυσος της ζωής και της φύσης αναδείχθηκε ως ασύμβατη και αποκλίνουσα από την παραγωγική και καταναλωτική αλυσος του ανθρώπινου πολιτισμού λόγω της κυριαρχίας των αμέσως «οικονομικότερων» επιλογών και της έρπουσας σε μήκος χρόνου άγνοιας των κινδύνων, καθώς αυτήν την εξόπλιζε η αδιαφορία.

Ο Mishan τότε φέρνει στο προσκήνιο τους πράσινους δείκτες ανάπτυξης και συνεχίζει τον Τζ. Σ. Μιλ με το δικαίωμα της ευζωίας.

Το δε παράδειγμα του Dolan έδειξε ότι μέσα από τις εξωτερικές περιβαλλοντικές επιβαρύνσεις είμαστε άμεσα αντιμέτωποι με μία ανεπιθύμητη διαστροφή της κατανομής των παραγωγικών συντελεστών. Σε αυτό το παράδειγμα αναδεικνύεται η πλασματικότητα της ανάπτυξης σε μία βιομηχανική περιοχή, όπου η αιθάλη λερώνει τα ρούχα των κατοίκων και πολλές γυναίκες ζουν εισοδηματικά πλένοντας ρούχα, ενώ κερδίζουν οι βιομηχανίες και οι έμποροι του σαπουνιού. Θα μπορούσαμε σήμερα να αντιμετωπίσουμε μία ανάλογη

περίπτωση, όπως π.χ. με το όζον, όπου αυξάνεται το εισόδημα των δερματολόγων, ενώ βέβαια παράλληλα κερδίζουν οι εταιρείες παραγωγής αντιηλιακών προϊόντων.

Ο Τζ. Ρωλς εισάγει την Θεωρία της Ισότητας των Γενεών και θέτει το κριτήριο της αμεροληψίας του δικαίου. Έτσι αναγνωρίζονται τα περιβαλλοντικά ζητήματα ως διαγενεακά πεδία δικαιωμάτων και υποχρεώσεων. Επίσης ο Nash στη Θεωρία των Παιγνίων δείχνει τον κίνδυνο των ανταγωνιστικών παιγνίων της οικονομίας για τη φύση.

Η διαδρομή αυτή των «θεωρητικών», με τη βοήθεια των μη κυβερνητικών οργανώσεων, διαμορφώνει ένα παγκόσμιο σκηνικό για την προστασία του περιβάλλοντος.

2.2.4 Τέταρτη Φάση

1. Οι Παγκόσμιες Διασκέψεις και οι πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Φτάνουμε έτσι στη φάση αυτή, στην οποία η πορεία από την Στοκχόλμη (μέσα από την έκθεση Μπρούτλαντ για το κοινό μας μέλλον) οδηγεί στο Ρίο. Το Ρίο τόσο συμβολικά όσο και συγκυριακά και πολιτικά απέκτησε μεγάλο ειδικό βάρος και επικοινωνιακό όγκο για τα ζητήματα της περιβαλλοντικής διακυβέρνησης. Με ορόσημο το Ρίο είχαμε πριν και – κυρίως - μετά από αυτό πολλές διασκέψεις, μέχρι να φτάσουμε στην πιο πρόσφατη συνέχεια του Ρίο στο Γιοχάνεσμπουργκ το 2002.

Αυτή είναι μια πορεία που παρακολουθείται και από την εξέλιξη του ευρωπαϊκού κεκτημένου (μέσα στην ΕΟΚ και μετέπειτα Ε.Ε.) και παίρνει την πλέον εμφαντική δυναμική. Η εξέλιξη αυτή παρακολουθείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση κυρίως με το Πέμπτο Πρόγραμμα Δράσης που ακολουθείται από το έκτο. Συνδέεται με τη συνολική ρύθμιση της οικονομικής ανάπτυξης, αλλά και με την ανάδειξη προστατευόμενων περιοχών μέσα από διεθνείς συνθήκες, ευρωπαϊκές πρακτικές, οδηγίες και κανονισμούς, κατά τη διάρκεια κυρίως της τελευταίας δεκαετίας του 20^{ού} αιώνα.

Σε αυτές τις τάσεις που διαμορφώθηκαν θα αναφερθούμε στη συνέχεια πιο διεξοδικά. Θα ολοκληρώσουμε αυτή τη μικρή προσέγγιση στην ιστορία της πράσινης επιχειρηματικότητας τονίζοντας πως πολλές από τις δράσεις που σε όλες τις εποχές είχαν σχέση με τη διαχείριση ή με τη ρύθμιση της ανάπτυξης των πόλεων ή με τους όρους για την οικονομική δραστηριότητα ήταν διεπόμενες από κάποιους περιβαλλοντικούς κανόνες. Δεν υπήρχε βέβαια αυτή η συστηματοποίηση των κανόνων και αυτή η διεπιστημονική δυναμική

κανονισμού και ρύθμισης, η οποία συναντιέται σήμερα. Αυτή επιβάλλεται σήμερα από τις απαιτήσεις μιας, οικουμενικής και πλανητικής κλίμακας, ρύθμισης της ανάπτυξης, όπως για παράδειγμα συμβαίνει για τα αέρια του θερμοκηπίου, για την αλλαγή του κλίματος, για την πολιτική για το όζον, για τη βιοποικιλότητα κτλ. Η νέα κατάσταση συνδέεται με συνολικά και οικουμενικά ρυθμιστικά πλαίσια, τα οποία συνοδεύονται από περιφερειακά και τοπικά ρυθμιστικά πλαίσια, από ιδιαίτερες προοπτικές και δυναμικές.

2. Τεχνοκρατικές κατακτήσεις για τη διαχείριση του περιβάλλοντος και τη ρύθμιση του ιδιωτικοοικονομικού τομέα.

Τέλος όλα αυτά εξειδικεύονται στα πλαίσια των περιβαλλοντικών μελετών και των περιβαλλοντικών πιστοποιήσεων. Η σειρά του ISO 14000, το ΕΜΑΣ και τα Οικολογικά Σήματα (eco-labels) αποτελούν κάποιες τεχνοκρατικές κατακτήσεις για την πράσινη διαχείριση της οικονομίας, για την πράσινη προσαρμογή της. Αυτές αναδεικνύουν σαν συγκριτικό πλεονέκτημα την πράσινη προσαρμογή των οικονομικών δράσεων και διαμορφώνουν εργαλεία ελέγχου, παρακολούθησης, αξιολόγησης και πιστοποίησης με συστηματικό τρόπο. Παράλληλα με αυτά τα εργαλεία η θεσμοθέτηση προστατευόμενων περιοχών αποτελεί μια θεσμική κατάκτηση που διαμορφώνει ειδικές ζώνες για την πράσινη επιχειρηματικότητα.

Τα μεγάλα προβλήματα και η συλλογική στρατηγική διαχείρισής τους, όταν για παράδειγμα μιλάμε για το πρόβλημα των σκουπιδιών, των λυμάτων, κτλ, διαμορφώνουν ένα νέο πλαίσιο δημόσιου τομέα και όχι μόνο. Το πλαίσιο αυτό επίσης αφορά την αυτοδιοίκηση και τα πολυμορφικά εταιρικά σχήματα για πράσινες υπηρεσίες, για πράσινες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών και παραγωγής προϊόντων, ελέγχου και ρύθμισης περιβαλλοντικών προβλημάτων κτλ.

Αξίζει να μνημονεύσουμε ένα ιδιαίτερο πρόβλημα, που παρατηρείται ως τάση. Είναι το πρόβλημα του ότι η θεώρηση του όρου της βιώσιμης ανάπτυξης δίνει έμφαση στη βιωσιμότητα της ανάπτυξης, με παράλληλη όμως ελαχιστοποίηση της σημασίας του όρου της βιωσιμότητας και προστασίας της ίδια της φύσης, της βιοποικιλότητας κτλ. Έτσι στην ουσία υπάρχει μια μεγάλη διακύβευση, για μια ανεπαρκή πλέον προσέγγιση του προβλήματος συνολικά της βιωσιμότητας, της φύσης, της κοινωνίας και της οικονομίας. Αυτό προέρχεται από τις δυνάμεις ανασύνταξης των συμφερόντων, που λειτουργούν ανταγωνιστικά απέναντι στην προστασία της φύσης και που δεν έχουν την ευελιξία να παρουσιάσουν μια

εναλλακτική, υγιή, οικονομική μορφή δραστηριότητας, μια αυθεντική μορφή βιώσιμης επιχειρηματικότητας για τη βιωσιμότητα, μια επιχειρηματικότητα ανάδειξης και προστασίας της φύσης. Γι' αυτό και παίζει ένα σημαντικό ρόλο, το να κατακτήσουμε γρήγορα μια υγιή πράσινη επιχειρηματικότητα. Η υγιής πράσινη επιχειρηματικότητα χρειάζεται φαντασία. Χρειάζεται μια νέα γενιά ιδεών και μεθόδων, αλλά και ένα ανθρώπινο δυναμικό καταρτισμένο, ώστε αυτή η φάση να μην περάσει σαν ένας διάκοσμος της επιδείνωσης, σαν μια απόπειρα συγκάλυψης της επιδείνωσης των συνθηκών και της ανεπάρκειας των υφιστάμενων μέτρων και δράσεων.

Η Πράσινη Οικονομία δεν αναπτύσσεται μόνον ως δημόσιος και ιδιωτικός τομέας, αλλά αναπτύσσεται και μέσα από κοινωνικές επιχειρήσεις ως Κοινωνική Οικονομία, ενώ αγγίζει και τους τέσσερις τομείς (πρωτογενή, δευτερογενή, τριτογενή και τεταρτογενή).

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, οι Κύκλοι Ποιότητας και Ζωής των προϊόντων και το καταναλωτικό κοινό διαμορφώνουν νέες προοπτικές και δυναμικές. Αναπτύσσουν θετικά το περιβάλλον της πράσινης επιχειρηματικότητας, της οποίας η ιστορία μόλις αρχίζει, καθώς αποτελεί τη αξιόπιστη απάντηση στο μέλλον χωρίς πατερναλιστικές υπερβολές και αστοχίες.

2.3 ΟΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΟΣΟ ΑΝΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Στην Ελλάδα η πορεία των τελευταίων ετών κερδίζει μέρος του χαμένου χρόνου μέσα από τη διάχυση της εφαρμογής και τη δεσμευτικότητα του ευρωπαϊκού κεκτημένου. Ταυτόχρονα όμως η φύση δεν έχει υποστεί την ίδια απαξίωση, όπως σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, καθότι τα οικολογικά προβλήματα, πέραν αυτού των πυρκαγιών, ήταν περιορισμένα. Πριν ακόμη από την ίδρυση του ελληνικού κράτους ο Κοσμάς ο Αιτωλός προσεγγίζει με προφητείες εσχατολογικές και καταστροφικές την εξαφάνιση των κήπων και των δέντρων από τις πόλεις, επαναλαμβάνοντας τον προφήτη Ησαΐα. Έτσι συναντάμε την αγωνία για την επιβίωση της φύσης και πριν από τη δημιουργία του ελληνικού κράτους.

Η Ελλάδα μπήκε στην πορεία προστασίας του περιβάλλοντος με τους Εθνικούς Δρυμούς του Ολύμπου και του Παρνασσού το 1938 με το ν. 856/1937. Οι επιλογές αυτές φαίνεται ότι

συνέδεαν την αρχαιολατρεία της δύσκολης εποχής του μεσοπολέμου, με την προστασία της φύσης. Μετά από τον παγκόσμιο και τον εμφύλιο πόλεμο ο νόμος 1465/1950, ο Δασικός Κώδικας 86/1969 και ο νόμος 996/1971 για τα αισθητικά δάση αποτέλεσαν σταθμούς, ενώ θεσπίστηκαν και νέες εθνικά προστατευόμενες περιοχές στη δεκαετία 1960/1970.

Στη μεταπολίτευση το άρθρο 24 του Συντάγματος (σήμερα τροποποιημένο) και οι νόμοι 360/76, 998/79, 1032/80 και 1337/83 (Ζώνες Οικιστικού Ελέγχου) και το π.δ. 402/88 διαμόρφωσαν περαιτέρω ζητήματα προστασίας περιβάλλοντος φυσικού και ανθρώπινου. Σταθμός όμως ήταν ο ν. 1650/1986, που προβλέπει πέντε κατηγορίες προστατευόμενων περιοχών, η ΚΥΑ 69269/5387/90 σχετικά με την κατάταξη έργων και δραστηριοτήτων και με το περιεχόμενο ΜΠΕ και ΕΠΜ συναφώς με τις οδηγίες εφαρμογής 17/59862/1687/94 και η ΚΥΑ 75308/5812 σχετικά με τον τρόπο ενημέρωσης του κοινού, μαζί με το ν. 2637/1998 για τα καταφύγια της άγριας ζωής και τον ν. 2742/1999 για τον χωροταξικό σχεδιασμό και την αειφόρο ανάπτυξη. Η ΚΥΑ 3044/02 επισπεύδει την δημιουργία των φορέων διαχείρισης, ενώ παράλληλα για πρώτη φορά στελεχώνεται η επιτροπή «Επιτροπή Φύση». Η επιτροπή αυτή αναμένεται μεταξύ των άλλων να παίζει καθοριστικό ρόλο στις εξελίξεις των περιβαλλοντικών θεμάτων μαζί με θεσμούς όπως ο Συνήγορος του Πολίτη κτλ. Τέλος το 2003 οι ΚΥΑ και τα Πρ. Δ/τα για τους διαχειριστικούς φορείς, καθώς και οι προωθούμενες νομικές ρυθμίσεις σχετικά με την Ευρωπαϊκή Οδηγία για τα Νερά 60/2000 αποτελούν επίσης ένα σταθμό στην εξέλιξη των περιβαλλοντικών ζητημάτων, που διαφοροποιεί μαζί με όλες τις ρυθμίσεις για τη διαχείριση των απορριμμάτων και τους ΧΥΤΑ το μέλλον. Προδιαγράφει τους όρους ενός διευρυμένου πεδίου για την πράσινη επιχειρηματικότητα. Πέραν τούτων υπάρχει μεγάλη σειρά νομικών πλαισίων που ρυθμίζουν και προδιαγράφουν αναπτυξιακά ζητήματα παραγωγής και ποιότητας για όλες τις επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Τα πλαίσια αυτά, παράλληλα με τις διεθνείς προδιαγραφές (π.χ. Συνθήκη Ramsar 1971) και τις ευρωπαϊκές κατευθύνσεις και δεσμεύσεις (Οδ. 79/409 ΕΟΚ για πουλιά, 92/43 ΕΟΚ για οικοτόπους – ειδικές ζώνες διατήρησης – natura), διαμόρφωναν το καθεστώς προστασίας. Όμως παράλληλα οι νόμοι για τις αδειοδοτήσεις, την ποιότητα των προϊόντων, την προστασία του καταναλωτή κτλ. διάρθρωσαν την προστασία της φύσης με το σύνολο των πολιτικών.

Τώρα πια μπορούμε να πούμε πως με τον Ευρωπαϊκό Οδικό Χάρτη για τη Φύση και τη Βιώσιμη Ανάπτυξη ήλθε η ώρα για ενεργητικές επιχειρηματικές δράσεις. Οι δράσεις αυτές θα αξιοποιήσουν επιθετικά τα θεσμικά και τα χρηματοπιστωτικά εργαλεία της περιβαλλοντικής διακυβέρνησης, αναδεικνύοντας τα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά της Ελλάδας σε

συγκριτικό πλεονέκτημα πολύπλευρης ανάπτυξης, που προστατεύει και αναδεικνύει το περιβάλλον. Αυτό είναι δυνατόν καθώς στο σύνολο των θεσμικών και χρηματοδοτικών πολιτικών της Ευρωπαϊκής Ένωσης συμπεριλαμβάνεται σε μεγάλο βαθμό η αξίωση για την προστασία του περιβάλλοντος και του καταναλωτή. Παράλληλα η χώρα μας, δεδομένου του παγκόσμιου ανταγωνιστικού οικονομικού περιβάλλοντος, πρέπει να αξιοποιήσει αντισταθμιστικά το περιβαλλοντικό συγκριτικό πλεονέκτημα και να στηρίξει την ανταγωνιστικότητά της στην ποιότητα του περιβάλλοντος και των προϊόντων της.

2.4 ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΑΔΙΑ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Α΄ ΦΑΣΗ έως την κλασική αρχαιότητα.

Φυσική - οικολογική αρμονικότητα ανθρώπινων και οικονομικών δράσεων.

Β΄ ΦΑΣΗ

Από την κλασική αρχαιότητα έως και τον 19^ο αιώνα.

1) Περιστασιακές δράσεις προστασίας της φύσης και της βιοποικιλότητας ως βραχυχρόνιες.

2) Αντισταθμιστικές δράσεις και ρυθμίσεις σε προβλήματα απώλειας της περιβαλλοντικής ισορροπίας ανθρώπινων και οικολογικών συστημάτων π.χ. με τη δημιουργία αποχετευτικών και υδρευτικών συστημάτων, τη διαχείριση σκουπιδιών, με απαγορεύσεις κτλ.

3) Θεωρητικές και επιστημονικές απόψεις και προσεγγίσεις για τα δικαιώματα και το λειτουργικό περιβάλλον του ανθρώπου, της φύσης και των εμβίων όντων.

Γ΄ ΦΑΣΗ

Από τα τέλη του 19^{ου} αι. έως τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο.

- 1) Οι πρώτες θεσμικές κατακτήσεις προστασίας της φύσης.
- 2) Κεϋνσιανές πολιτικές ελέγχου της ρύπανσης και παρακολούθησης του περιβάλλοντος.

Δ΄ ΦΑΣΗ

Από την αρχή της μεταπολεμικής περιόδου έως σήμερα.

- 1) Διεθνείς Διασκέψεις και Συνθήκες.
- 2) Ευρωπαϊκές και εθνικές περιβαλλοντικές πολιτικές.
- 3) Ευαισθητοποίηση του κοινού και της αγοράς στο κοινό μέτωπο υγείας, ποιότητας ζωής και περιβάλλοντος.
- 4) Κοινωνική οικονομία για το περιβάλλον και εθελοντικές πολιτικές ποιότητας και διαδικασίας παραγωγής (βιολογική γεωργία-κτηνοτροφία, σειρά ISO 1400, EMAS - Ecolabel) σε όλους τους τομείς παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών.
- 5) Περιβαλλοντική ζωνοποίηση οικονομικών δραστηριοτήτων – δίκτυο natura και τομεακές πολιτικές για το περιβάλλον.
- 6) Ιδιωτικοοικονομικές πολιτικές για το περιβάλλον και εταιρική κοινωνική ευθύνη.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΝΕΑ ΜΟΡΦΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η πράσινη επιχειρηματικότητα αποτελεί μια αναδύομενη μορφή οικονομικής δραστηριότητας, που βασίζεται πρωταρχικά σε ζωτικές ανάγκες που έχουν σχέση με την ποιότητα της ζωής και του περιβάλλοντος.

Οι ανάγκες αυτές αναδεικνύουν τη φύση και τη διατήρησή της ως ζωτικό πυλώνα όχι μόνον της οικονομικής δραστηριότητας αλλά και της βιωσιμότητας της κοινωνίας.

Η πράσινη επιχειρηματικότητα αποτελεί έναν επιχειρηματικό κλάδο με μεγάλη ευρύτητα πεδίου. Ο κλάδος αυτός στηρίζεται:

1) Σε μια νέα ζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών, που είναι και η γενεσιουργός του αιτία. Αυτή η ζήτηση μπορεί να είναι τόσο η ατομική ζήτηση του καταναλωτή όσο και η κοινωνική ζήτηση για ένα νέο φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών.

2) Σε ένα νέο σχεδιασμό και

3) Σε μια ανασυγκρότηση της οικονομίας στο σύνολό της απέναντι στη φύση, στην κοινωνία και στον άνθρωπο.

Τα νέα αυτά προϊόντα και υπηρεσίες καλούνται να επιτελέσουν δυο σημαντικές αποστολές: αφ' ενός μεν να βοηθήσουν στην προσαρμογή της οικονομίας στη φύση και την κοινωνική ανάπτυξη, αφ' ετέρου δε να καλύψουν την ανάγκη των καταναλωτών για μια άλλη ποιότητα ζωής που έρχεται μετά το κεκτημένο της ευημερίας των αναπτυγμένων οικονομιών.

Αυτές οι δυο ανάγκες έχουν και κοινό τόπο αλλά και μια διαφοροποίηση μεταξύ τους. Το σίγουρο όμως είναι ότι έχουν κοινή προοπτική για την εκπλήρωσή τους.

3.2 ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΩΝ ΠΡΑΣΙΝΩΝ «ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ»

Η πράσινη επιχειρηματικότητα είναι ένας τομέας, στον οποίο μπορούμε να δούμε να ενεργοποιούνται:

Α.-Οι αυτοδιοικήσεις πρώτου και δεύτερου βαθμού, οι ομάδες παραγωγών, οι συνεταιρισμοί και οι οργανώσεις των καταναλωτών, διαμορφώνοντας έτσι ένα νέο πλαίσιο προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών. Σε αυτό το πλαίσιο έχει θέση και μια νέα εμπορευματική σχέση και δυναμική, που διαμορφώνει μια καινούργια αγορά.

Β.-Επίσης τα πανεπιστήμια, οι μη κυβερνητικές οργανώσεις αλλά και οι συναφείς εταιρείες δραστηριοποιούνται στον τομέα της πράσινης επιχειρηματικότητας, σε διάφορους ερευνητικούς τομείς και προγράμματα παρακολούθησης.

Γ.-Σε ορισμένους άλλους τομείς ενεργοποιούνται οι μη κυβερνητικές οργανώσεις (μόνες τους ή σε εταιρικά σχήματα), οι διαχειριστικοί φορείς των προστατευόμενων περιοχών και ακόμη και το ίδιο το κράτος. Το κράτος διαθέτει ένα βραχίονα πράσινης επιχειρηματικότητας, που λειτουργεί σαν μια δραστηριότητα η οποία διαμορφώνει μια οικονομία κλίμακας και έναν στρατηγικό σχεδιασμό για τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Δ.-Το πιο κρίσιμο όμως σημείο για την πράσινη επιχειρηματικότητα, η πιο κρίσιμη δυναμική διαμορφώνεται και θα διαμορφωθεί σε καθαρά ιδιωτικοοικονομική κατεύθυνση. Αυτό συμβαίνει επειδή είναι ένας τομέας πρόκλησης για νέους επιχειρηματίες, για τις γυναίκες, καθώς για αυτές αποτελεί ένα προνομιακό πεδίο και μια έξοδο στις δραστηριότητες ήπιας παραγωγής, ή για υφιστάμενες επιχειρήσεις και για νέα εταιρικά σχήματα. Αυτή η πρόκληση αναδεικνύεται στην αναζήτηση παραγωγής νέων προϊόντων και στον προσδιορισμό και κάλυψη μιας νέας καταναλωτικής ζήτησης, που θα μπορεί να εκπληρώνει τους όρους τόσο της βιώσιμης ανάπτυξης όσο και της ιδιαίτερης εκείνης πλευράς της βιώσιμης ανάπτυξης που εκπληρώνει τους όρους της αποσύνδεσης

Η αποσύνδεση περιλαμβάνει την μείωση των υλικών ροών που επιβαρύνουν τη φύση με τρόπο όμως που να μη μειώνονται οι δείκτες ευημερίας.

3.3 ΠΟΥ ΑΣΚΕΙΤΑΙ Η ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1) Στις προστατευόμενες περιοχές.

Η πράσινη επιχειρηματικότητα είναι ένας προνομιακός και καθοριστικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας για τη βιωσιμότητα των προστατευόμενων περιοχών.

Στις προστατευόμενες περιοχές η πράσινη επιχειρηματικότητα έρχεται να αναδείξει ένα συγκριτικό μειονέκτημα εντατικής ανάπτυξης - λόγω ειδικών περιορισμών που υφίσταται στις περιοχές αυτές- σε συγκριτικό πλεονέκτημα μιας άλλης κατεύθυνσης της ανάπτυξης. Έτσι στις προστατευόμενες περιοχές διαμορφώνεται εκείνη η δυναμική που αποτελεί τον πιλότο και την καινοτομία για την οικοανάπτυξη, για τον πυρήνα αυτού του μοντέλου ανάπτυξης, που πρέπει να εξαπλωθεί όλο και πιο πολύ κατά τη διάρκεια του 21^{ου} αιώνα.

Οι περιοχές αυτές διακρίνονται από την έμφαση στην ποιότητα της βιώσιμης ανάπτυξης. Αν και ο πυρήνας της προστατευόμενης περιοχής αποτελεί ένα πεδίο κυρίως μη επιχειρηματικότητας, ωστόσο το τμήμα της προστατευόμενης περιοχής που τον περιβάλλει είναι αυτό στο οποίο κυρίως θα ασκηθούν οι νέες αυτές επιχειρηματικές δράσεις με τη συγκεκριμένη ποιότητα. Παρόμοιες δράσεις θα ασκούνται και στην ευρύτερη περιοχή που περιβάλλει το σύνολο της προστατευόμενης περιοχής.

Επομένως η εσωτερική ζωνοποίηση των περιοχών Natura (δηλ. ο διαχωρισμός τους σε ζώνες), όπως διαφαίνεται στα ΣΔ (Σχέδια Διαχείρισης) και τις ΕΠΜ (Ειδικές Περιβαλλοντικές Μελέτες), προσδιορίζει και διαφοροποιεί και τις επιτρεπόμενες οικονομικές δραστηριότητες ανάλογα με τον επιδιωκόμενο βαθμό προστασίας για κάθε ζώνη, όπως θα δούμε παρακάτω.

2) Σε μη προστατευόμενες περιοχές.

Αυτές μπορεί να είναι είτε η ευρύτερη περιοχή που περιβάλλει μια προστατευόμενη περιοχή είτε μια άλλη περιοχή που να μην έχει καμμία σχέση με μια προστατευόμενη. Οι περιοχές αυτές διακρίνονται από μια ζήτηση για μια νέα ποιότητα ζωής που συνδέεται με την προστασία του περιβάλλοντος και της φύσης και γι' αυτό στοχεύει στην ισορροπία ανάμεσα σε αυτήν και τον άνθρωπο.

Πλήθος πολιτικών, για το νερό, την ενέργεια, τον καταναλωτή, τα απορρίμματα κ.ά. συνοδεύονται από την ανάπτυξη μιας ανάλογης πράσινης επιχειρηματικότητας χωρίς

γεωγραφικά όρια. Ωστόσο στις προστατευόμενες περιοχές η ανάγκη και οι ευκαιρίες για πράσινη επιχειρηματικότητα αποκτάει μεγαλύτερη έμφαση.

3.4 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η πράσινη επιχειρηματικότητα λοιπόν αποτελεί ένα στοίχημα, μια πρόκληση και μια νέα δυναμική για την ανάδειξη νέων επιχειρηματιών και επιχειρήσεων, για τη διαμόρφωση μιας νέας αγοράς και μιας νέας εμπορευματικής δυναμικής που μπορεί και συνδέεται με την τοπικότητα με έναν ιδιαίτερο τρόπο. Η τοπικότητα αυτή εκφράζεται μέσα από τη φύση, την κοινωνία, την παράδοση, την καινοτομία και τις πιλοτικές δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος.

Το πρόβλημα της πράσινης επιχειρηματικότητας βρίσκεται στο ότι είναι μόλις στην αρχή της, με μικρή προϊστορία, και έτσι δεν έχει αυτές τις υποδομές που θα της επιτρέψουν να διαμορφώσει ζωτικούς χώρους αγοράς. Με άλλα λόγια η πράσινη επιχειρηματικότητα είναι προνομιακά συνδεδεμένη με ένα νέο καταναλωτικό ύφος και ήθος. Αυτό, για να διαμορφωθεί ολοκληρωμένα, χρειάζεται κάποιες στρατηγικές κλίμακας και πολιτικές στήριξης, ώστε να λειτουργήσει άμεσα και αποτελεσματικά, για να μην έχουμε μια αποτυχημένη φάση κιόλας στην αφετηρία του εγχειρήματος.

Οφείλουμε να αναγνωρίσουμε πως η πράσινη επιχειρηματικότητα στο πεδίο του ανταγωνισμού από τη μια έχει κάποια συγκριτικά πλεονεκτήματα ποιότητας, από την άλλη όμως υστερεί σοβαρά, επειδή δεν συνδέεται με τη μαζική παραγωγή και με τις οικονομίες κλίμακας στην παραγωγή των προϊόντων, των αγαθών και των υπηρεσιών. Έτσι έχει ένα υψηλό κόστος παραγωγής προϊόντων και παροχής υπηρεσιών.

Η πολιτική ρύθμιση της ανταγωνιστικότητας που στοχεύει στη στήριξη της πράσινης επιχειρηματικότητας επιβάλλει τις γενικές δεσμεύσεις που συνδέονται με το καθεστώς της ανταγωνιστικότητας. Μπορεί όμως επιπλέον να συνδέεται αφ' ενός με ειδικά εργαλεία που θέτουν όρους στην παραγωγή και το παραγόμενο προϊόν και αφ' ετέρου με τη θέσπιση τέτοιων εργαλείων αναγνώρισης των προϊόντων και των υπηρεσιών, που να αποτελούν μια έμμεση στήριξη για αυτές τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τα προσφερόμενα προϊόντα. Παράλληλα η στήριξη της πράσινης επιχειρηματικότητας προϋποθέτει υποδομές που

διαμορφώνουν ένα πλαίσιο οικονομίας κλίμακας, όπως επίσης δημόσιες υπηρεσίες και θεσμούς που θέτουν απαιτήσεις προσαρμογής στην προστασία, τη διατήρηση και την ανάδειξη του περιβάλλοντος.

Η δημόσια διοίκηση και οι θεσμοί θέτουν όρους για τη διασφάλιση της ποιότητας της ζωής και γενικότερα όρους αειφορικής ανάπτυξης.

Επομένως η πράσινη επιχειρηματικότητα απαιτεί ορισμένα ιδιαίτερα standards, τα οποία, όταν εκπληρωθούν, ανασυνθέτουν το σύνολο της δυναμικής ενός τόπου και μιας κοινωνίας.

Αυτό είναι το ειδικό πλαίσιο μέσα στο οποίο καλούμαστε να αναζητήσουμε τους τρόπους, τη μεθοδολογία και τα εργαλεία για την προώθηση της πράσινης επιχειρηματικότητας. Θα μας βοηθήσει σε ένα βαθμό σε αυτή την κατεύθυνση το εγχείρημα της αναφοράς μας στην ιστορία της πράσινης επιχειρηματικότητας. Η ιστορία είναι ένα εργαλείο εμπειρίας και ένα πεδίο μάθησης, αν και, όπως είπαμε προηγουμένως, βασικά η πράσινη επιχειρηματικότητα είναι κάτι που θα αναδειχθεί πολύ περισσότερο στο μέλλον από ό,τι έχει αναδειχθεί στο παρελθόν. Οι ρίζες της είναι μικρής χρονικής και ιστορικής εμβέλειας, μπορούν όμως να μας προσφέρουν κάποιες χρήσιμες εμπειρίες και προσεγγίσεις.

3.5 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

3.5.1 Θεμελιώδη Χαρακτηριστικά

- 1) συμβιωτικότητα με τα τοπικά χαρακτηριστικά και
- 2) ικανότητα ανάδειξης αυτών των χαρακτηριστικών.

Αυτά πρέπει να υπάρχουν σε κάθε περίπτωση και να αποτελούν το υπόστρωμα στο οποίο στηρίζονται όλα τα υπόλοιπα. Αυτό βέβαια αναφέρεται στην μικρής κλίμακας πράσινη επιχειρηματικότητα.

Στις μεγάλης κλίμακας πράσινες επιχειρήσεις και πάλι συνεκτιμώνται αυτοί οι παράγοντες, με έμφαση όμως στην υψηλή περιβαλλοντική αναγκαιότητα αυτών των επιχειρήσεων (αιολικά πάρκα, βιομηχανίες ανακύκλωσης κτλ.). Η ίδια η εγκατάσταση της μεγάλης ή βιομηχανικής επιχείρησης δεν στοχεύει στο να συμβιώνει κατ' ανάγκη με τα

τοπικά χαρακτηριστικά ή να τα αναδείξει. Για παράδειγμα, το εργοστάσιο κατασκευής ανεμογεννητριών ενδεχομένως δεν μπορεί να εγκατασταθεί σε κάποια περιοχή, όμως τα προϊόντα του (οι ανεμογεννήτριες) θα ωφελούσαν υπό όρους μια τέτοια περιοχή. Τα προϊόντα επομένως της μεγάλης επιχείρησης εμπίπτουν σε αυτή την αναγκαιότητα κατά ένα μικρό ή μεγάλο βαθμό. Επίσης για παράδειγμα στην περίπτωση των αιολικών πάρκων σε επίπεδο τοπικών χαρακτηριστικών συνεκτιμάται και το αιολικό δυναμικό, η απόσταση από τους οικισμούς κτλ.

Στις υπερτοπικής σημασίας τέτοιες δραστηριότητες η έμφαση μπαίνει στη συνεισφορά τους στην εθνική κλίμακα περιβαλλοντικής προσαρμογής της οικονομίας, με όσο το δυνατόν μικρότερες τοπικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Π.χ. η καθαρή ενέργεια είναι φανερό ότι αφορά τα δάση, τη βιοποικιλότητα, την ποιότητα ζωής και έτσι το προϊόν της αειφορικής παραγωγής ενέργειας διαχέεται σε κάθε τόπο.

3.5.2 Επιμέρους Χαρακτηριστικά

Οι δράσεις που κατευθύνονται στην πράσινη επιχειρηματικότητα θα πρέπει να διαθέτουν όσο το δυνατόν περισσότερα από τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- 1) ποιοτική πρωτοπορία,
- 2) συστηματικότητα,
- 3) συλλογικότητα,
- 4) προοδευτικό πραγματισμό και ρεαλισμό,
- 5) οικονομική βιωσιμότητα,
- 6) να συνδέονται με την οικονομική και κοινωνική ευημερία του τόπου και
- 7) να συνηγορούν στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα

8) απουσία επιχειρηματικού πληθωρισμού, δηλαδή δεν είναι καλό να υπάρχουν πολλές ομοειδείς επιχειρήσεις επειδή έτσι μειώνεται η βιωσιμότητά τους. Ο πληθωρισμός αναιρεί αυτή καθ' εαυτή την πράσινη επιχειρηματικότητα, η οποία γι' αυτό τον λόγο πρέπει να βασίζεται σε μια δικτυακή συμπληρωματική διαφοροποίηση των πράσινων επιχειρήσεων και προϊόντων σε ένα τόπο, πράγμα που σημαίνει καινοτομία και φαντασία, καθώς επίσης και

ήπια επιχειρηματικότητα για ήπιες δράσεις. Η ήπια πολυλειτουργική δραστηριότητα ενισχύει την επιχειρηματική βιωσιμότητα.

Σε μεγάλο βαθμό στρατηγικό εργαλείο για την πράσινη επιχειρηματικότητα είναι η ολοκλήρωση της ατζέντα 21 για τις προστατευόμενες περιοχές, έτσι ώστε οι πρωτοπόροι να μην είναι απομονωμένοι «μοναχικοί καβαλάρηδες».

3.6 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

3.6.1 Απαιτούμενα στοιχεία

Το κλειδί της επιτυχίας για την οικονομική βιωσιμότητα των δράσεων που αποσκοπούν στην πράσινη επιχειρηματικότητα αποτελούν:

- 1) η διαθεσιμότητα των φυσικών πόρων,
- 2) η νοοτροπία του επενδυτή και του κοινωνικού περιβάλλοντος,
- 3) η αξιοποίηση των πόρων,
- 4) το επιχειρηματικό επιχειρησιακό σχέδιο,
- 5) οι επενδύσεις.

6) τα δίκτυα σήμανσης ποιότητας που μπορούν και πρέπει να συνδυαστούν με δίκτυα κινήτρων και στήριξης της επιχειρηματικότητας και της απασχόλησης, εκεί όπου η πράσινη απασχόληση είναι αλληλένδετη με την επιχειρηματικότητα.

3.6.2 Οι περιοχές natura

Η εσωτερική ζωνοποίηση των περιοχών natura ρυθμίζει και θέτει κριτήρια επιλεξιμότητας κατά τον οικονομικό σχεδιασμό των δράσεων. Επομένως οι χάρτες των προστατευόμενων περιοχών και η γεωγραφία τους είναι εργαλεία στρατηγικής και

χωροταξικής προσέγγισης για τη βιώσιμη ανάπτυξη και για τη βιωσιμότητα των επιχειρηματικών δράσεων.

Στις περιοχές natura πρέπει να έχουμε χαμηλή ένταση επενδύσεων, που όμως πρέπει να την αντισταθμίζουμε. Γι' αυτό πρέπει να έχουμε επενδύσεις χαμηλής μεν έντασης αλλά υψηλών αποδόσεων. Δυστυχώς όμως σε αυτές τις περιοχές έχουμε και χαμηλή ένταση επενδύσεων και ταυτόχρονα χαμηλή ανταγωνιστικότητα, επειδή δεν έχουμε αξιοποιήσει ακόμη τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα. Αυτές οι περιοχές στον τομέα των αποδόσεων βρίσκονται χαμηλά, ενώ η ποιοτική ανταγωνιστικότητα δεν λειτουργεί ακόμη. Η τιμή ανά μονάδα προϊόντων πρέπει να διαμορφωθεί με βάση την ποιότητα και σύμφωνα με τους όρους του μάρκετινγκ.

3.6.3 Οι επενδύσεις

Η οικονομική βιωσιμότητα εξαρτάται και από τις επενδύσεις που διαμορφώνουν το γενικότερο κλίμα και χρωματίζουν αναπτυξιακά την περιοχή.

Αυτές οι επενδύσεις συνδέονται κυρίως με έργα του δημόσιου τομέα και της αυτοδιοίκησης και αποτελούν υπόστρωμα για τις ιδιωτικό - οικοοικονομικές επενδύσεις. Αυτές οι επενδύσεις καθορίζουν το γενικό επιχειρηματικό περιβάλλον και ρυθμίζουν για παράδειγμα την τουριστική δυναμική ενός τόπου.

Προς διευκόλυνση λοιπόν των ιδιωτικοοικονομικών επενδύσεων πρέπει να αξιοποιηθούν πλήρως οι υπάρχουσες υποδομές. Οι υποδομές αυτές μπορούν να ενσωματωθούν τόσο στις στρατηγικές ανάπτυξης όσο και στη στρατηγική προστασίας περιβάλλοντος. Ταυτόχρονα όμως χρειάζονται έρευνες οικονομικής νοοτροπίας και συμπεριφοράς σε τοπικό επίπεδο με παράλληλη ανάπτυξη δεξιοτήτων.

Εν προκειμένω οι ιδιωτικές τουριστικές μονάδες ως μια κατηγορία επιχειρηματικών δράσεων αξιοποιούν αυτές τις υποδομές και αποδίδουν προστιθέμενη αξία.

3.6.4 Εναλλακτικές λύσεις

Η πολιτική του φορέα διαχείρισης αλλά και του επιχειρηματία θα πρέπει να έχει τρεις εναλλακτικές λύσεις προς την αγορά:

- 1) τη λύση «πόρτα – πόρτα»,
- 2) τη λύση «δίκτυα έξω» και

3) τη διαρθρωτική προσέγγιση και δυναμική στην διάχυση των προϊόντων της πράσινης επιχειρηματικότητας και στην υποστήριξή τους από το κοινωνικό περιβάλλον. Απαιτείται ένα γενικότερο κλίμα που να δίνει τον τόνο της αλλαγής των εξελίξεων, μέχρι να παγιωθεί η νέα αγορά. Αυτό θα λέγαμε ισχύει περισσότερο για τον φορέα διαχείρισης, δεν παύει όμως να είναι αναγκαίο και για την επιχείρηση.

Τα βήματα της πρώτης επιχειρηματικότητας χρειάζονται:

- 1) αναγκαίες υποδομές, κατόπιν τούτου
- 2) προβολή και στη συνέχεια

3) ανάπτυξη των επιχειρηματικών ευκαιριών για την ανάδειξη, την ποιότητα και την ασφάλεια του περιβάλλοντος.

Η επιχειρηματικότητα, οι αγορές, τα επαγγέλματα και η απασχόληση αρχίζουν να στοιχίζονται στο περιβαλλοντικό τοπίο. Η διαμορφούμενη αγορά είναι τοπική και υπερτοπική.

3.6.5 Προτάσεις για Λευκή Βίβλο και Οδηγό Επικοινωνίας

1) Επειδή η πράσινη επιχειρηματικότητα έχει σοβαρά προβλήματα στον ανταγωνισμό λόγω του κόστους της, ενώ παράλληλα αποτελεί έναν αναγκαίο μοχλό για τη βιώσιμη ανάπτυξη, πρέπει να υπάρξει ευρωπαϊκή πρωτοβουλία για μια λευκή βίβλο πράσινης επιχειρηματικότητας μέσα στα πλαίσια μιας γενικότερης λευκής βίβλου για το περιβάλλον. Μετά τη λευκή βίβλο για την απασχόληση και την αντιμετώπιση της ανεργίας χρειάζεται μια συνοδευτική λευκή βίβλος για την πράσινη επιχειρηματικότητα.

2) Για την αξιοποίηση των ευκαιριών της αγοράς οι επιχειρήσεις χρειάζεται και ένας οδηγός επικοινωνίας για ένα πράσινο μάρκετινγκ.

3.7 ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1) Παραγωγή και πώληση πιστοποιημένων προϊόντων της προστατευόμενης περιοχής, π.χ. αγροτικά προϊόντα από περιοχές natura.

2) Παραγωγή και πώληση προϊόντων βιολογικής γεωργίας και κτηνοτροφίας.

3) Δραστηριότητες οικοξενάγησης .

4) Ενοικίαση και πώληση εξοπλισμού για τουριστικές δραστηριότητες στην προστατευόμενη περιοχή.

5) Παραγωγή και εμπορία τουριστικών αναμνηστικών.

6) Παραγωγή και προώθηση οπτικοακουστικού υλικού προβολής της περιοχής και ειδικών θεμάτων.

7) Ρυθμιστικές υπηρεσίες πρόσβασης στις οικοπεριοχές.

8) Τοπικές παραδοσιακές επαγγελματικές δραστηριότητες.

9) Αειφορική παραγωγή ενέργειας μικρής ή μεγαλύτερης κλίμακας.

10) Υπηρεσίες συστήματος επιστημονικής παρακολούθησης (ΣΕΠ) και μελέτες.

11) Δημιουργία και αξιοποίηση υποδομών ανάδειξης προστατευόμενων περιοχών.

Η παραπάνω λίστα είναι απλώς ενδεικτική και εξαιρετικά μικρή, για να διευκολύνει εισαγωγικά κάθε ενδιαφερόμενο στη διαμόρφωση μιας πρώτης άποψης.

3.8 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Οι δυνατότητες χρηματοδότησης των πράσινων επιχειρήσεων είναι πολλές. Όλα σχεδόν τα προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης ενσωματώνουν την πράσινη συνιστώσα στα επί μέρους μέτρα και δράσεις τους. Προγράμματα χρηματοδότησης πράσινων επιχειρήσεων

- **Επιχειρησιακό απασχόλησης - κατάρτισης**

- ο 1.5 Κατάρτιση ανέργων (περιβάλλον - πολιτισμός)

- 1.4 πράσινη αυτοαπασχόληση
- **Leader Plus**
 - Αγροτουρισμός
 - Αξιοποίηση φυσικών πόρων
 - Κοινά τουριστικά πακέτα με γειτονικά κράτη (Τρίγωνο Πρεσπών)
- **URBAN**
 - Προστασία - ανάπλαση αστικών περιοχών
- **EQUAL**
 - Ισότητα - Ίσες ευκαιρίες στην απασχόληση
 - Περιβαλλοντικές δράσεις
- **INTEREG III**
 - Διασυνοριακή συνεργασία (Πρέσπα ΕΙΠΠ)
- **Π.Ε.Π. Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα**
 - Άμβλυση περιφερειακών ανισοτήτων
 - Περιβαλλοντική διάσταση
 - 1.8 Προστασία ανάδειξη δασών (Στερεά Ελλάδα)
- **Γ' Κ.Π.Σ (αφορά πολλά Υπουργεία) π.χ. ΕΠ.ΑΝ. (Ανταγωνιστικότητα) για Υπ. Ανάπτυξης**
 - Ενεργειακή αειφορία
 - Α.Π.Ε., Εξοικονόμηση, Τ/Θ, Φ/Α, βιομάζα, κτίρια
- **LIFE (Ευρωπαϊκό)**
 - Φύση
 - Περιβάλλον (π.χ. Τ.Ε.Ι.)
- **ΕΤΕΡΠΣ (Εθνικό)**
 - Αρνητικές εμπειρίες

- **Επιμέρους προγράμματα ανά Υπουργείο π.χ. ΕΠΕΑΕΚ του Υπ. Παιδείας**
 - ο 2.6 Προγράμματα προστασίας Περιβάλλοντος και Π.Ε.





ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην πράσινη επιχειρηματικότητα καθοριστικό ρόλο παίζει ο τόπος στον οποίο ασκείται αυτή. Γι' αυτό χρειάζεται να αναδειχθεί η ιδιαιτερότητα αυτού του τόπου από φυσική και πολιτιστική άποψη, χωρίς όμως υπερβολές, γιατί αυτό θα έφερνε τελικά αντίθετα αποτελέσματα.

Πολλές φορές η ανάδειξη και αξιοποίηση ενός προστατευόμενου τόπου αποτρέπει τις παράνομες οικονομικές δράσεις, γιατί ο έλεγχος και η προστασία σ' αυτόν είναι πιο ισχυρά και η νέα δράση αποφέρει εισοδήματα στους κατοίκους.

Για την ανάδειξη της ταυτότητας ενός τόπου απαιτείται οργάνωση των διαφόρων παραμέτρων του συστήματος (π.χ. τεχνολογική, οικονομική κ.ά.). Υπάρχουν επτά στάδια από τα οποία πρέπει να περάσει η προσπάθεια για την ανάδειξη της ταυτότητας.

Δύο σοβαρά στοιχεία πρέπει να διακρίνουν την πράσινη επιχειρηματικότητα η τήρηση των όρων της βιώσιμης ανάπτυξης και η πιστοποίηση της συμβατότητάς της με το περιβάλλον, γιατί αυτά υποδηλώνουν την ποιότητα πάνω στην οποία βασίζεται η ανταγωνιστικότητα της πράσινης επιχειρηματικότητας.

Βέβαια είναι απαραίτητη η εξεύρεση χρηματοδοτικών πηγών. Αυτές είναι τα διάφορα προγράμματα και η αυτοχρηματοδότηση που, για να πετύχει, χρειάζεται προσεκτικό σχεδιασμό. Οι βασικές όμως αρχικές επενδύσεις γίνονται από τον δημόσιο τομέα, γιατί αυτός μπορεί να διαθέσει τα απαιτούμενα κονδύλια για τις υποδομές.

Προτάσεις: Χρήσιμη θα ήταν η σύνταξη μιας Λευκής Βίβλου για την πράσινη επιχειρηματικότητα και ενός Οδηγού Επικοινωνίας για το πράσινο μάρκετινγκ.

Η βάση της πράσινης επιχειρηματικότητας (Π.Ε.) συνδέεται αφενός μεν με τη συστημική ανάπτυξη και ανάδειξη της ταυτότητας μιας περιοχής, αφετέρου δε με τα χρηματοδοτικά εργαλεία της επιχειρηματικότητας. Η επιχειρηματικότητα αυτή μπορεί να

αναπτυχθεί στον τομέα του περιβάλλοντος, στον τομέα της ανάδειξης της περιοχής και στον τομέα που συνδυάζει τη βιώσιμη ανάπτυξη με την αποσύνδεση (δηλ. με τη μείωση των αρνητικών υλικών επιδράσεων). Η πράσινη επιχειρηματικότητα αποτελεί έκφραση της αποσύνδεσης. Αυτό συμβαίνει επειδή στηρίζεται στην παροχή υπηρεσιών με τρόπο που να δημιουργεί εισοδήματα και απασχόληση, χωρίς να δημιουργείται μια εντατική εκμετάλλευση στον τομέα του περιβάλλοντος και του φυσικού πόρου.

4.2 ΣΥΣΤΗΜΙΚΗ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

Μία από τις έννοιες στις οποίες βασίζεται η πράσινη επιχειρηματικότητα είναι η συστημική ανάδειξη της ταυτότητας, που βέβαια ως αφηρημένη έννοια είναι κάτι πολύ ευρύτερο και πληρέστερο από αυτό που εκφράζεται από την πράσινη επιχειρηματικότητα ως ανάδειξη ταυτότητας. Για την επιχειρηματικότητα είναι κυρίως η συμβιωτικότητα μιας επιχείρησης με τα τοπικά χαρακτηριστικά.

Η συστημική ανάδειξη και ανάπτυξη της ταυτότητας ενός τόπου συνδέεται με την ιδιαιτερότητα και τη σπανιότητα του τόπου και της βιοποικιλότητάς του. Σχετίζεται αφενός με το φυσικό του περιβάλλον όπως το συναντούμε σε μια ισχυρά προστατευόμενη περιοχή φύσης και αφετέρου με τη λειτουργική και αισθητική ανάδειξη που οδηγεί σε απασχόληση στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος. Η συστημική ανάδειξη της ταυτότητας και ανάπτυξη της ποιότητας αποτελεί τη βάση για μια δυναμική διαφοροποίηση του προϊόντος.

4.2.1 Παρεμπόδιση αρνητικών δράσεων

Η αισθητική ανάδειξη και ο σεβασμός προς τη φύση σε μερικές περιπτώσεις μπορούν να συνοδοιπορήσουν, καθώς μπορούν να δράσουν παρεμποδιστικά σε αρνητικές δράσεις.

Τέτοιες αρνητικές δράσεις δυστυχώς γίνονται σε μερικές από τις περιοχές που προστατεύονται, επειδή αυτές από τη φύση τους μπορούν να χρησιμοποιηθούν και σαν περιοχές παραβατικότητας. Δηλαδή χρησιμοποιούνται ως χώρος οικονομικών δράσεων που

είναι έξω από τα πλαίσια της καλώς εννοούμενης νομιμότητας και διαφάνειας τόσο στην εκμετάλλευση φυσικού πόρου όσο και στη λογική μιας οικονομικής δραστηριότητας που κινείται σκιωδώς και αποφεύγει την δημοσιότητα. Π.χ. παράνομη οικοδόμηση σε δασική έκταση, παράνομες καλλιέργειες, λαθραία βοσκή, κυνήγι κ.ά.

Η διαχειριστική επισημοποίηση τέτοιων περιοχών φύσης με την οικοτουριστική τους αξιοποίηση και έναν οργανωμένο και συντεταγμένο τρόπο κατά τη διάρκεια όλου του έτους διαμορφώνει ήδη μια προστασία, επειδή εκτοπίζει αυτές τις παραβατικές οικονομικές δραστηριότητες. Ταυτόχρονα όμως συντελεί και στην καλλιέργεια στην κοινωνία του σεβασμού προς τη φύση. Αναδεικνύει έτσι την προστατευόμενη αυτή περιοχή σαν μια περιοχή που μπορεί να φέρει οικονομικούς πόρους στους περιόικους της με τρόπο που να είναι συμβατός με την προστασία του περιβάλλοντος.

4.2.2 Διαμόρφωση και ανάδειξη ιδιαιτεροτήτων

Η συστημική ανάδειξη ταυτότητας έρχεται να διαμορφώσει τις ιδιαιτερότητες των περιοχών και να τις αναδείξει σε σχέση με το ανθρωπογενές περιβάλλον. Αυτό ισχύει και για ευρύτερες περιοχές, που περιλαμβάνουν ένα δομημένο περιβάλλον (αστικές και ημιαστικές) ή περιοχές ποικίλης οικονομικής δραστηριότητας, με γεωργικές εκμεταλλεύσεις κτλ. Σε αυτές τις περιπτώσεις η συστημική ανάδειξη ταυτότητας είναι πιο δυσχερής στην προσέγγιση, την αναγνώριση και την ανίχνευσή της. Αντίθετα στο ισχυρά προστατευόμενο περιβάλλον οι θύλακες που είναι μέσα στα δίκτυα natura ή στις περιοχές ισχυρής προστασίας ή υπό καθεστώς Ramsar, εθνικών δρυμών κτλ. αναδεικνύονται σαν αμιγώς φυσικό περιβάλλον. Σε αυτό εντοπίζονται εύκολα και με πιο οργανωμένο και επιστημονικό τρόπο οι ταυτότητες των περιοχών αυτών.

Για παράδειγμα: στην περίπτωση ενός προστατευόμενου είδους η ταυτότητα της περιοχής προκύπτει άμεσα από το είδος αυτό και το βιοτοπικό περιβάλλον του. Δεν είναι όμως το ίδιο εύκολη η αντίληψη της ταυτότητας εκεί όπου υπεισέρχονται πολιτιστικοί και ιστορικοί παράγοντες μαζί με κοινωνικοοικονομικούς. Μπορούμε να ισχυριστούμε πως κάθε ζώνη μιας περιοχής natura έχει διαφορετική ταυτότητα που συμμετέχει στη σύνθεση της ταυτότητας στο σύνολό της.

4.2.3 Οι συνιστώσες της οικολογικής συστημικής ανάδειξης της ταυτότητας

Αυτές είναι:

- 1) η οικονομική οργάνωση,
- 2) η τεχνολογική οργάνωση, οι τεχνολογικές εφαρμογές στην προστασία της φύσης, στην ανάπτυξη και επίλυση των προβλημάτων,
- 3) η νομική οργάνωση, το καθεστώς προστασίας και ρύθμισης,
- 4) η πολιτική οργάνωση, η διοίκηση της περιοχής και το σχήμα λήψης των αποφάσεων,
- 5) η πολιτιστική και εθιμική οργάνωση σαν ενεργός πολιτισμός και πολιτιστική κληρονομιά και
- 6) η οικολογική οργάνωση, (δηλ. το οικοσύστημα).

4.2.4 Ορισμός της ταυτότητας

Κύριο ζήτημα είναι επίσης ο ορισμός ταυτότητας και η συγκριτική βάση των ταυτοτήτων – το τί είναι ταυτότητα.

Η φύση λίγο-πολύ είναι ένα κρυμμένο κεφάλαιο, που ταυτοποιείται αναπτυξιακά μέσα από:

- 1) την τουριστική σχέση μας μαζί της,
- 2) την αξιοποίησή της και
- 3) την θεσμική προστασία της.

Πέρα όμως από την αναπτυξιακή ταυτοποίησή της η φύση αποκαλύπτεται στο σύγχρονο άνθρωπο σαν ένας περιβαλλοντικός πακτωλός. Έτσι με το πέρασμα του χρόνου υπερβαίνουμε τη μονοδιάστατη τουριστική αναπτυξιακή σχέση.

Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι η εμπορική αξιοποίηση και ανάδειξη της φύσης δεν είναι το ίδιο πράγμα με την άγρια εμπορευματοποίηση που αλλοτριώνει τη φύση. Η εμπορική αξιοποίηση και ανάδειξη δεν αλλοιώνει το φυσικό περιβάλλον, αν περιλαμβάνει προϊόντα αισθητικής ανάδειξης και σεβασμού της φύσης και αν είναι πηγή πόρων για την προστασία της.

4.2.5 Στάδια της ολικής συστημικής ανάδειξης της ταυτότητας

Υπάρχουν επτά στάδια για την ολική συστημική ανάδειξη της ταυτότητας, που είναι:

1) Συστημική στόχευση (όπου δηλαδή το σύνολο, και όχι μόνο μέρος του, στοχεύει) με διαδικασία ανταποκριτικότητας και μάθησης. Στο στάδιο αυτό χωρίς υπερβολές ανοιγόμαστε σε καταγραφές και αναζητήσεις.

2) Συγκριτική συστημική ανάλυση μεταξύ διαφόρων ομοειδών ή διαφοροποιημένων υποδειγμάτων. Για παράδειγμα ποιές είναι οι διαφορές και οι ομοιότητες μεταξύ Ολύμπου και Παρνασσού ή ακόμη ποιές είναι οι διαφορές μεταξύ των περιοχών Μαραθώνα και Κερκίνης.

Μέσα λοιπόν στα στρατηγικά εργαλεία μπορούμε να συμπεριλάβουμε μια συγκριτική ανάλυση με τα συγκριτικά πλεονεκτήματα ανάπτυξης. Αυτό πρέπει να είναι από την αρχή ένα εργαλείο σε σχέση με την ολική συστημική ανάδειξη της ταυτότητας και με την τοπικοποίηση της ανάπτυξης, ώστε αυτή η πράσινη ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στον συγκεκριμένο τόπο να μη μεταναστεύει, αλλά να αποτελεί οργανική ταυτότητα του τόπου.

3) Συστημικός προσδιορισμός της ταυτότητας και της δυναμικής. Στο σημείο αυτό συναντάμε ένα πρόβλημα. Το πρόβλημα αυτό συνίσταται στην αποξένωση της τοπικής κοινωνικής πραγματικότητας από την οικολογική πραγματικότητα. Σαν παράδειγμα γι' αυτό μπορούμε να αναφέρουμε το γεγονός ότι η ταυτότητα και η δυναμική αξιοποίησης του ελληνοπυγόστεου (μικρού ψαριού) στην περιοχή του Σπερχειού δεν έχει συνυφανθεί καθόλου με την τοπική πραγματικότητα. Η οικοτουριστική αξιοποίησή του είναι μηδενική.

4) Συστημική συνδυαστική ενίσχυση με προωθητικές πολιτικές και δράσεις.

5) Συστημική ανάδειξη της ταυτότητας στο optimum. Τί σημαίνει αυτό σε συνάφεια με την ανάλυση της βιωσιμότητας και της φέρουσας ικανότητας; Δεν είναι ζητούμενο μια απλή τοπική αναπτυξιακή μεγέθυνση, που συνήθως αντιβαίνει στην προστασία του περιβάλλοντος, την ποιότητα ζωής των κοινωνιών. Συνεχίζοντας το παράδειγμα του ελληνοπυγόστεου στο Σπερχειό ποταμό, είναι φανερό ότι δεν πρέπει να δημιουργηθεί μια κατάσταση τουριστικής ανάδειξης και αξιοποίησης που τελικά να απειλήσει το συγκεκριμένο μικρό ψάρι ή να επιβαρύνει εν γένει το περιβάλλον. Ωστόσο η περιοχή του Σπερχειού μπορεί να χρησιμοποιήσει το ψαράκι αυτό για την ανάδειξη αυτής της οικολογικής της ταυτότητας αφ' ενός μεν διεθνώς και αφ' ετέρου ως μοναδικότητας που συνδυάζεται με άλλες διεθνείς συνιστώσες προβολής και ταυτότητας της περιοχής.

6) Συστημική πραγμάτωση στόχων με συνέπεια χωρίς υπερβολικές αντιφάσεις και τέλος

7) Καθολική δικτύωση (δηλαδή να συνδέονται όλοι οι συντελεστές με δημιουργικές αλληλεπιδράσεις). Αυτό κάνει το σύστημα να είναι ανοικτό στην ενέργεια του περιβάλλοντός του και στην δημιουργική πανσπερμία των παραγόντων.

Στην καθολική δικτύωση καθοριστικοί είναι και οι διεθνείς ορίζοντες. Το διεθνές πεδίο πρέπει να θεωρηθεί σαν ένα πεδίο προνομιακό για την προβολή της τοπικότητας από την αρχή. Το γεγονός ότι το πράσινο προϊόν θα έχει μια ανιχνευσιμότητα τοπική και ένα χρώμα τοπικότητας πρέπει να συνδυαστεί με την προβολή στη διεθνή αγορά με όλα τα δυνατά μέσα είτε μέσα από το διαδίκτυο είτε μέσα από το επικοινωνιακό προϊόν είτε μέσα από την προσέγγιση συγκεκριμένων δικτύων συμμετοχής σε εκθέσεις κτλ.

Προτείνουμε γι' αυτό έναν συλλογικό φορέα από όλες τις προστατευόμενες περιοχές και μια συμμετοχή όλων των προστατευόμενων περιοχών σε όλες τις διεθνείς εκθέσεις τουρισμού και ταυτόχρονα στις εκθέσεις που συνδέονται με την προβολή ποικίλων προϊόντων στο διεθνή χώρο. Υπάρχει επίσης η διάσταση της διεθνούς αδελφοποίησης φορέων διαχείρισης. Οι αδελφοποιήσεις των φορέων διαχείρισης στο εθνικό πεδίο θα λειτουργήσουν και σαν παράγοντες ενός εσωτερικού τουρισμού. Μπορεί ακόμη να θεσπιστεί μια τέτοια ειδική έκθεση για τις προστατευόμενες περιοχές σχετικά με την πράσινη αγορά.

Οι διακρατικές συνεργασίες και τα διακρατικά προγράμματα μπορούν να αποτελέσουν έναν πόλο για την πράσινη επιχειρηματικότητα.

-Το τρίπτυχο λοιπόν είναι: ταυτότητα - εταιρικές σχέσεις - δίκτυα. Στο σχήμα αυτό πρέπει να είμαστε παρόντες και όχι αδρανείς.

4.2.6 Η οικονομική δραστηριότητα για συστημική ανάδειξη της ταυτότητας

Ερχόμαστε τώρα στο θέμα του ποια ακριβώς είναι η οικονομική δραστηριότητα της συστημικής ανάδειξης της ταυτότητας μιας περιοχής. Η συστημική ανάδειξη ταυτότητας είναι συμβατή στις προστατευόμενες περιοχές με δυο μορφές οικονομικής δράσης:

1) με τις γενικές προϋποθέσεις της βιώσιμης ανάπτυξης και

2) με την ανάπτυξη, που γίνεται με όρους πιστοποιημένης, αν είναι δυνατόν, συμβατότητας με το περιβάλλον.

Για παράδειγμα: με μια σταδιακή ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας στις περιοχές της natura, με μια σταδιακή προσέγγιση των βιομηχανιών – βιοτεχνιών σε μια διαδικασία ISO 14000 ή απόκτησης του σήματος EMAS ή οικολογικών σημάτων ecolabels στο χώρο της τουριστικής παραγωγής υπηρεσιών και των τουριστικών υποδομών. Ακόμη στον τομέα των παραγόμενων και μεταποιούμενων τροφίμων με HACCP, σαν ένα πρώτο βήμα στην κατεύθυνση ανίχνευσης των αρνητικών ή των επικίνδυνων σημείων τους καθώς αυτό ισχύει κυρίως για τις βιομηχανίες παραγωγής τροφίμων και μεταποιήσεις. Μέσα από όλη αυτή τη συμβατοποίηση των υφισταμένων οικονομικών δράσεων έχουμε τον κύριο κορμό της βιώσιμης ανάπτυξης.

Ωστόσο υπάρχει και ένας άλλος κορμός οικονομικής δραστηριότητας, ο οποίος συνδέεται με την αποσύνδεση από την εκμετάλλευση των φυσικών πόρων. Αυτός αναπτύσσεται με δυο τρόπους:

1) με τα προγράμματα, που συνδέονται με αναδιαρθρώσεις χρήσεων γης ή γαιών ειδικά στον τομέα των αγροαναπαύσεων ή επίσης των δασώσεων και

2) στην περίπτωση που έχουμε αισθητική ανάδειξη μιας περιοχής, αυτή συνδέεται όχι με την εκμετάλλευση του φυσικού πόρου αλλά με την επισκεψιμότητά του. Αυτό ισχύει και για τους χώρους της πολιτιστικής κληρονομιάς και για τις πολιτιστικές λειτουργίες. Εκεί έχουμε μια ανάδειξη και μια αξιοποίηση του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και δυναμικού με τρόπο που δεν οδηγεί στην εξαντλητική εντατικοποίηση αλλά στην διασύνδεση της οικονομικής δραστηριότητας ή της όποιας δραστηριότητας με τη φύση.

4.3 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Ερχόμαστε στα θέματα των χρηματοδοτικών εργαλείων σχετικά με τη συστημική ανάδειξη της ταυτότητας και τη βιώσιμη ανάπτυξη, όπως αυτή μπορεί να προσεγγιστεί στις προστατευόμενες περιοχές.

4.3.1. Τι χρηματοδοτείται

Στα επιχειρησιακά προγράμματα και στις διαχειριστικές αρχές τους υπάγονται δραστηριότητες των οποίων προβλέπεται η χρηματοδότηση, στο βαθμό που αυτές συμβατικοποιούνται με το περιβάλλον σύμφωνα με τους όρους της βιώσιμης ανάπτυξης όλων ανεξαιρέτως των παραγωγικών δραστηριοτήτων. Αυτό ισχύει και για την πιστοποίηση και ιδιαίτερα για εκείνες τις πιστοποιήσεις που έχουν να κάνουν με τη βελτίωση του περιβαλλοντικού προφίλ και της περιβαλλοντικής συμβατότητας των επιχειρήσεων. Και εννοούμε εδώ τα Σήματα Πιστοποίησης, τα οποία αναφέραμε προηγουμένως.

4.3.2 Κατηγορίες χρηματοδοτικών προγραμμάτων

Οι κατευθύνσεις άντλησης πόρων δίνονται τόσο από τα επιχειρησιακά τομεακά προγράμματα όσο και από τα περιφερειακά. Υπάρχουν βέβαια ομοιότητες μεταξύ περιφερειακών και τομεακών προγραμμάτων, που προκύπτουν από το πώς δομούνται τα ίδια τα επιχειρησιακά πλάνα τόσο στις περιφέρειες όσο και στους τομείς.

Τα μεν περιφερειακά αποτελούν μια σύνθεση, που έχει μέσα της τμήματα των τομεακών προγραμμάτων με κάποια ευελιξία προσαρμογής στις περιφερειακές ιδιαιτερότητες και στις περιφερειακές ή τοπικές συνθήκες. Δηλαδή αναφέρονται στα γεωγραφικά όρια των διοικητικών περιοχών της χώρας και περιλαμβάνουν το σύνολο των θεματικών πεδίων.

Τα δε επιχειρησιακά αποτελούν προγράμματα, τα οποία έχουν μέσα τους μεγαλύτερη αρτιότητα ειδίκευσης. Ωστόσο δεν είναι τόσο προσαρμοσμένα όπως τα περιφερειακά, τα οποία αντίθετα διαθέτουν και μια συνθετικότητα, καθώς λειτουργούν με μια μεγαλύτερη αμεσότητα και επικουρικότητα. Τα επιχειρησιακά συνδέονται με ειδικούς τομείς όπως π.χ. περιβάλλον, πολιτισμός, παιδεία, ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα, απασχόληση και κατάρτιση κτλ. και έχουν ως πεδίο εφαρμογής τους το σύνολο της χώρας.

Τέλος υπάρχουν και οι κοινοτικές πρωτοβουλίες και τα προγράμματα για τις διακρατικές συνεργασίες, που στοχεύουν στη δημιουργία πιλοτικών δυναμικών. Σημαντική μπορεί να είναι και η συνεισφορά χρηματοδοτήσεων π.χ. μέσα από το ΕΤΕΡΠΣ, τα χρηματοδοτικά πλαίσια της αυτοδιοίκησης ή άλλους εθνικούς πόρους. Στην τελευταία κατηγορία υπάγονται δράσεις που χρηματοδοτούνται από προϋπολογισμούς υπουργείων και σε μικρότερο βαθμό από ιδρύματα και χορηγούς.

4.3.3 Η αυτοχρηματοδότηση και η βιωσιμότητα των επενδύσεων

Όταν αναζητούμε τους πόρους για την οικολογική ή την πράσινη επιχειρηματικότητα, πρέπει να προσεγγίσουμε και το θέμα των ιδίων κεφαλαίων και της βιωσιμότητας των οικονομικών δράσεων, έστω και χωρίς άλλα χρηματοδοτικά εργαλεία που να συνδέονται με ευρωπαϊκά προγράμματα ή με εθνικούς πόρους κτλ.

Η βιωσιμότητα αυτών των επιχειρηματικών δράσεων εξαρτάται από:

- 1) την έρευνα αγοράς,
- 2) την ιδέα πάνω στην οποία διαμορφώνεται το συγκεκριμένο ιδιωτικό επιχειρησιακό πλάνο και
- 3) τα εργαλεία παρακολούθησης που θα υπάρξουν από πλευράς της επιχείρησης για την υλοποίηση της ιδέας ή του επιχειρησιακού της πλάνου.

Όπωςδήποτε πρέπει να παρακολουθούμε την ενεργητική εξέλιξη μιας δράσης και όχι μόνο να έχουμε στη διάθεσή μας εργαλεία πρόληψης κινδύνων και μείωσης ρίσκων κατά την εμφάνιση των προβλημάτων.

Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι οι ιδέες αυτές πρέπει να έχουν ένα προσανατολισμό στην τοπικότητα και να βασίζονται σε ένα «συμβόλαιο τοπικής ποιότητας», αμοιβαιότητας και συμπληρωματικότητας αγαθών και υπηρεσιών σε τοπική βάση κυκλοφορίας του προϊόντος. Οι ιδέες αυτές είναι ανάγκη να συνδέονται οργανικά με κάθε πλευρά του ανθρωπογενούς και του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής.

Το Συμβόλαιο Τοπικής Ποιότητας είναι μια εθελοντική συμφωνία για τοπικές προδιαγραφές και διαδικασίες παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών που αναδεικνύουν την τοπικότητα και την ποιότητα σαν οριζόντιους και κάθετους άξονες διασύνδεσης. Για παράδειγμα, οι κτηνοτροφικές μονάδες παίρνουν τοπικά παραγόμενες και συγκεκριμένης ποιότητας ζωοτροφές (όσο είναι δυνατόν), το τυροκομείο παίρνει τοπικά παραγόμενο γάλα συγκεκριμένων προδιαγραφών, το εστιατόριο σερβίρει τοπικά παραγόμενα τυριά, γάλα κ.ο.κ. Ο όρος ποιότητα σε αυτό το συμβόλαιο δεν χρησιμοποιείται με την τεχνική έννοια της ποιότητας, αλλά με μια πολύ ευρύτερη έννοια που συνδέεται περισσότερο με την ταυτότητα του προϊόντος και ενός τόπου.

Οι ιδέες αυτές έχουν να κάνουν με μια δυναμική που δεν έχει ακόμη δοκιμαστεί παρά μόνο σε περιπτώσεις όπου έχουν λειτουργήσει προηγουμένως χρηματοδοτικά πλάνα, δηλαδή σε περιοχές με leader και σε περιοχές ολοκληρωμένης ανάπτυξης αγροτικού χώρου. Οι

δράσεις σ' αυτές τις τελευταίες περιοχές ξεκινάνε ουσιαστικά τώρα. Αντιθέτως στις περιπτώσεις των περιοχών με leader έχουμε μια δυναμική ήδη εμπεδωμένη με ένα στρατηγικό σχέδιο που εφαρμόζεται στο σύνολο των τοπικών κοινωνιών. Σε όλες τις παραπάνω περιπτώσεις χρειάστηκε η ιδιωτικοοικονομική προσέγγιση, για να αναπτυχθούν περαιτέρω οι στρατηγικές ιδέες ανάπτυξης των περιοχών και για να μουν στην αγορά οι επιχειρηματικές δράσεις με ένα τρόπο δυναμικό.

Έτσι σιγά - σιγά αναπτύσσεται μια νέα γενιά επιχειρήσεων και οι ιδέες σχετικά με την ανάδειξη του περιβάλλοντος ως ενός οικονομικού πόρου για την κοινωνία διαχέονται πλέον και σε παραδοσιακούς επιχειρηματίες.

Μια ιδιαίτερη περίπτωση πράσινου επιχειρηματία ή οικολογικού παράγοντα επιχειρησιακής και επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι οι οργανισμοί αυτοδιοίκησης. Οι οργανισμοί αυτοί έχουν μια πλειάδα πόρων (όχι μόνον για λόγους ανταποδοτικούς) και μπορούν να διαρθρώσουν έτσι τις δράσεις τους - και τις διαρθρώνουν σιγά σιγά - διαμορφώνοντας δεδομένα τόσο μέσα από τις λειτουργικές τους ανάγκες, όπως στις περιπτώσεις των βιολογικών καθαρισμών και της αποκομιδής και της ανακύκλωσης απορριμμάτων, όσο και στις περιπτώσεις της παρακολούθησης ή της ανάδειξης προστατευόμενων περιοχών, με τις οποίες συνδέονται τουλάχιστον για λόγους τουριστικούς.

Έχουμε δηλαδή έναν ιδιότυπο επιχειρησιακό φορέα που είναι η αυτοδιοίκηση (νομαρχιακή και δημοτική - κοινοτική), η οποία μπορεί να λειτουργήσει για να διαμορφώσει και το στρατηγικό πλαίσιο. Το πλαίσιο αυτό όμως είναι δαπανηρό στην αφετηρία του. Επομένως αυτό το στρατηγικό πλάνο μιας περιοχής δεν θα μπορούσε να είναι διαθέσιμο από τον ιδιώτη και τον μεμονωμένο επιχειρηματία, επειδή αυτός κατά κανόνα δεν έχει τα απαιτούμενα κεφάλαια ή έστω δεν τα διαθέτει σε αυτή τη φάση, γιατί αυτή δεν είναι ανταποδοτική άμεσα σ' αυτόν.

Μέσα λοιπόν σε αυτό το περιβάλλον που θα διαμορφώσουν οι οργανισμοί αυτοδιοίκησης και οι Δ.Φ., ο επιχειρηματίας μπορεί να προσφέρει τις δικές του υπηρεσίες και τα δικά του προϊόντα. Αυτό μπορεί να το κάνει με μια θετική συνέργεια και βασιζόμενος στο συλλογικό πλαίσιο - διαφορετικό για την κάθε περίπτωση - που διαμορφώνεται για το περιβάλλον σαν οικονομικό πόρο της κοινωνίας και σαν οικονομικό πόρο της επιχείρησης.

Το σύνολο αυτών των δράσεων λειτουργεί σαν ένα ευρύτατο περιβάλλον συνέργειας για την πράσινη επιχειρηματικότητα και εδώ πρέπει να εκτιμηθούν και οι συνέργειες που υπάρχουν και είναι.

✓ οι έμμεσες συνέργειες, όπως αυτές που προκύπτουν από τα προγράμματα κατάρτισης, και

✓ οι άμεσες, όπως αυτές που προκύπτουν από τις αναγκαστικές διατάξεις των νόμων ή την εφαρμογή των προβλεπόμενων περιβαλλοντικών μελετών.

Αυτές όλες διαμορφώνουν και τις ανάγκες απασχόλησης και τις ανάγκες επιχειρηματικών δράσεων ή των συμβάσεων για ζητήματα περιβάλλοντος.

Η πράσινη επιχειρηματικότητα πρέπει να εκμεταλλευτεί με ένα τρόπο πιο ολοκληρωμένο τις περιπτώσεις εκείνες που έχουμε Προγράμματα Ολοκληρωμένης Παρέμβασης - όπου ο δικαιούχος που κατευθύνει τους πόρους είναι ο ΟΑΕΔ, καθώς και τις περιπτώσεις που έχουμε Τοπικά Σύμφωνα Απασχόλησης ή τοπικές δράσεις απασχόλησης. Ακόμη περισσότερο τις περιπτώσεις που έχουμε ειδικές και χωροθετημένες παρεμβάσεις τομεακών και περιφερειακών προγραμμάτων, όπως οι περιπτώσεις που αναφέραμε προηγουμένως των ΟΠΑΑΧ, των leader κτλ. Ο επιχειρηματίας μπορεί να συνδυάσει τα ευεργετήματα.

Σαν στρατηγικό πλαίσιο και στρατηγικά εργαλεία για την ανάπτυξη της πράσινης επιχειρηματικότητας σίγουρα πρέπει να λειτουργήσουν τόσο οι φορείς προστασίας του περιβάλλοντος όσο και οι τοπικές κοινωνίες με τις οικονομικές δραστηριότητες που πρέπει να ενταχθούν μέσα σε μια προστατευόμενη περιοχή.

4.4 ΑΝΑΓΚΑΙΟΙ ΟΡΟΙ ΚΑΙ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Το ζήτημα είναι να υπάρξει ήπια παραγωγικοποίηση και εμπορευματοποίηση του περιβάλλοντος με:

1) ελάχιστες υλικές ροές (αποσύμπλεξη) και

2) ισχυρή προστιθέμενη αξία και συνέργεια,

ώστε να διευρυνθεί η οικονομική φέρουσα ικανότητα και να ξεπεράσουμε την κορεσμένη δυνατότητα, διατηρώντας και αυξάνοντας την τοπική ευημερία.

Τα κύρια βήματα για το σχεδιασμό της πράσινης επιχειρηματικότητας είναι τα παρακάτω:

1) Σε μια ζώνη για την οικολογική επιχειρηματικότητα προσεγγίζουμε το ζήτημα με ένα γενικό σχέδιο που περιγράφει τα συστατικά του συστήματος μέσα στο οποίο πρόκειται να κινηθεί η επιχειρηματική δράση.

Για παράδειγμα, μέσα στις προστατευόμενες περιοχές natura πρέπει να έχουμε κλαδικές και ολικές στρατηγικές για την πράσινη επιχειρηματικότητα, όπου οι κλαδικές αφορούν τα συστατικά του συστήματος και οι ολικές που αφορούν το γενικό σχέδιο.

2) Στη συνέχεια προχωράμε σε ένα σύστημα υποστήριξης του αυτοσχεδιασμού για κάθε ενδιαφερόμενο που να μπορεί να παρακολουθεί τα δεδομένα και τις εξελίξεις και να τροποποιεί το πρόγραμμά του αντιμετωπίζοντας τις αλλαγές του περιβάλλοντος.

3) Το τρίτο είναι ένα στοιχείο διαφοροποίησης και ένταξης, χωροθέτησης της πράσινης επιχειρηματικής δράσης, ώστε να υπάρχει η ιδιοτυπία και η κατοχύρωση της δράσης.

4) Το τέταρτο είναι η εξέταση των πόρων που μπορεί να έχει αυτή η δράση, τόσο των δικών της άμεσων πόρων όσο και της ανατροφοδότησής της από την αγορά και τα προγράμματα, ποια είναι δηλαδή η δυναμική του ζωτικού πεδίου της. Σε κάθε δε πράσινη δραστηριότητα πρέπει να υπολογίζουμε:

- (α) το δυνατό,
- (β) το διαθέσιμο,
- (γ) το χρησιμοποιούμενο,
- (δ) το αποδιδόμενο και
- (ε) το ανανεούμενο.

5) Το πέμπτο σημείο είναι η δυνατότητα που έχει αυτή η δράση:

- (α) για αναπαραγωγή και
- (β) για δικτύωση και συνεργασία με άλλες ομοειδείς δράσεις, ώστε να δημιουργείται μια οικονομία κλίμακας και έτσι να αποφεύγεται η παρακμή, η απομόνωση και η περιθωριοποίηση της δράσης.

6) Το έκτο είναι αυτή καθαυτή η αντίληψη των προβλημάτων. Αυτά πρέπει να εκτιμώνται με ακέραιο τρόπο και να μην προτάσσονται οι επιθυμίες και οι προσδοκίες. Συνεπώς πρέπει να υπάρχει μια καλή μελέτη αυτών των προβλημάτων.

7) Το έβδομο είναι η δυναμική της κωδικοποίησης με τρόπο ζωτικό, ώστε τα ιδιαίτερα ζητήματα να μπορούν να αναπτύσσονται με τη χρήση της πληροφορίας και να αντιμετωπίζονται συστηματικά.

Σε κάθε περίπτωση βέβαια θα πρέπει να εκτιμήσουμε το δραστικό, δηλαδή το ενεργό κοινό, δηλαδή το άμεσα εμπλεκόμενο ανθρώπινο δυναμικό (εργαζόμενους, καταναλωτές) που θα υιοθετήσει μια δραστηριότητα κι ένα προϊόν, και το ωφέλιμο (φορείς, κοινωνία), που θα είναι εποικοδομητικό, διαμορφώνοντας ένα θετικό εξωτερικό περιβάλλον για την επιχείρηση.

Θα πρέπει όμως να τονίσουμε εδώ ότι η ιδιαιτερότητα και η τοπικότητα μπορεί τελικά να εκφυλιστούν, αν γίνουν μονομέρεια και βάσεις ενός τοπικού υπερκαθορισμού, όπως θα έλεγε ο Wallerstein. Ο υπερκαθορισμός ή η υπερταυτοποίηση (δηλ. η υπερβολική έμφαση στην ταυτότητα και ο φυσικός και πολιτιστικός υπερπροστατευτισμός) των περιοχών *natura* δεν είναι ομαλή εξέλιξη.

Στις σύγχρονες ανθρωπιστικές επιστήμες αυτές οι περιοχές μπορεί να θεωρηθούν εκφράσεις μιμιδίων ή νεοτονικών πλασμάτων, αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι επιτρέπεται να υπερβάλουμε συγχέοντας τον τοπικισμό με την τοπική ολοκλήρωση της προστατευόμενης περιοχής. Οι περιοχές αυτές πρέπει να βγουν από τη «γυάλα» και να αναπνέουν σε ανοικτούς ορίζοντες.

Και τα μεν μιμείδια είναι έννοια που αναφέρεται κατά κάποιο τρόπο σε άυλα πολιτισμικά γονίδια, σε προτυποποιήσεις της βιωσιμότητας των πολιτισμικών στοιχείων. Την έννοια εισήγαγε ο R. Dokiens και έχει μια ιδιαίτερα επιτυχημένη πορεία.

Τα δε νεοτονικά πλάσματα βασίστηκαν στη θεωρία του ολλανδού ανθρωπολόγου Bolk, σύμφωνα με την οποία η αναστολή ορισμένου είδους ανάπτυξης συνδυάζεται με τη διατήρηση της νεότητας και δημιουργεί ευκαιρίες για μείζονα μελλοντική ανάπτυξη. Αυτό νομίζουμε ότι ταιριάζει πλήρως στις περιοχές *natura*.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΠΟΙΟΤΗΤΑ, ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ, ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΓΟΡΑ

5.1 ΓΕΝΙΚΑ

Η ποιότητα αναφέρεται στην κάλυψη των αναγκών του καταναλωτή καθώς επίσης και στην εσωτερική διαδικασία παρακολούθησης της παραγωγής του προϊόντος και της οργάνωσης αυτής της παραγωγής. Η ποιότητα συνιστά τη σύνδεση των εσωτερικών διαδικασιών της παραγωγής και της οργάνωσής της και αποτελεί τον ιδιαίτερο σύνδεσμο σύνδεσης της επιχείρησης και του προϊόντος με τον καταναλωτή και συνεπώς με την αγορά.

Η πράσινη επιχειρηματικότητα στοχεύει και βασίζεται στην ποιότητα, σε ειδικές ανάγκες και σε ένα απαιτητικό καταναλωτικό κοινό. Συνεπώς οφείλει με έναν εθελοντικό, συστηματικό ή εκ του συστάδην τρόπο να αναπτύξει ένα σύστημα διοίκησης με ολική ποιότητα. Ολική ποιότητα είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων και των μεθόδων που εφαρμόζονται σε έναν οργανισμό με στόχο την ικανοποίηση του πελάτη και τη ταυτόχρονη ενεργοποίηση του δυναμικού του οργανισμού της επιχείρησης με το μικρότερο δυνατό κόστος.

5.2 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ - ΚΟΣΤΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Η ποιότητα έχει τελείως διαφορετικά δεδομένα για την εφαρμογή της στις μικρές από ό,τι στις μεγάλες επιχειρήσεις.

1) Η πράσινη επιχειρηματικότητα στις μικρής κλίμακας επιχειρήσεις είναι μια επιχειρηματικότητα που δεν βασίζεται στην απασχόληση μεγάλου αριθμού εργατικού δυναμικού. Συνδέεται με επιχειρήσεις που μπορεί να είναι και οικογενειακές και συνεπώς σ'

αυτήν είναι άλλη η διαδικασία που θα πρέπει να προσεγγίσει ο ενδιαφερόμενος για να εφαρμόσει την ποιότητα. Είναι μια διαδικασία που βγαίνει έξω από το κόστος της εφαρμογής μιας εξωτερικής πιστοποίησης και παρακολούθησης. Ωστόσο, και σ' αυτή την περίπτωση, τα τέσσερα επίπεδα διοίκησης ποιότητας αρχίζουν από τη βαθμολόγηση, δηλαδή την αξιολόγηση μέσα από την επιθεώρηση, την παρακολούθηση, τις διορθωτικές ενέργειες και τον προσδιορισμό των αιτιών των προβλημάτων.

2) Το επόμενο βήμα συνδέεται με το εγχειρίδιο ποιότητας, τις επιθεωρήσεις, τις δοκιμές προϊόντος, το βασικό σχεδιασμό ποιότητας, τη στατιστική επιτήρηση.

3) Το αμέσως επόμενο είναι ο έλεγχος συστημάτων, ο σχεδιασμός ποιότητας, ο στατιστικός και ποιοτικός έλεγχος, η πιστοποίηση από τρίτους, το κόστος της ποιότητας, η ανάλυση των αιτιών, των αστοχιών.

4) Το τέταρτο είναι η συνεχής βελτίωση, η συμμετοχή των πελατών - προμηθευτών, η μέτρηση της απόδοσης, η εμπλοκή όλων, η ολιστική θεώρηση των λειτουργιών της επιχείρησης, η ομαδική εργασία και η συμμετοχή των εργαζομένων και των υπαλλήλων.

Όλα αυτά έχουν να διδάξουν και στις επιχειρήσεις μικρής κλίμακας τρόπους με τους οποίους μπορεί να υπάρξει μια προσαρμογή στο μοντέλο της ποιότητας και στη διοίκησή της.

Επιθεώρηση, έλεγχος ποιότητας, διασφάλιση ποιότητας, διοίκηση ολικής ποιότητας και ολική ποιότητα αποτελούν συστατικά ενός πλήρους κύκλου ποιότητας. Οι κύκλοι αυτοί πρέπει να συνδυαστούν με τους κύκλους ζωής του προϊόντος και τους κύκλους εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Αυτός ο οδικός χάρτης ποιότητας δεν βλέπει το θέμα της ποιότητας με όρους μόνον μεγάλης επιχειρηματικής κλίμακας. Η πελατοκεντρική θεώρηση θέτει προτεραιότητα στη δυναμική της εξωτερικής ανάδρασης και όχι στο μέγεθος της επιχείρησης. Έτσι το θέμα της ποιότητας απελευθερώνεται εν μέρει από την έμφαση στο εσωτερικό μέγεθος. Οι εσωτερικές λειτουργίες, η κατάτμησή τους και η εξειδίκευση παραμένουν σημαντικά θέματα για την οργάνωση της ποιότητας και για τη διαφοροποίηση του προϊόντος.

Πέραν από τα γενικά στοιχεία της οργάνωσης και της διοίκησης της ποιότητας, που συνδέονται και με την πιστοποίηση, πρέπει να παρακολουθήσουμε την περιβαλλοντική ποιότητα και την ποιοτική διαχείριση των προϊόντων και των υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει η φύση. Πρέπει να παρακολουθήσουμε και να δημιουργήσουμε μια ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών ανάλογη μ' αυτήν που υπάρχει στη φύση και στο οικοσύστημα, για να έχουμε οικοανάπτυξη και παραγωγή των προϊόντων και των υπηρεσιών που προείπαμε.

Γι' αυτό χρειάζεται ο συνδυασμός τόσο της γνώσης της φύσης και του περιβάλλοντος, δηλαδή του πεδίου των δυνατοτήτων που προσφέρεται από τη φύση και την περιβαλλοντική προστασία, όσο και των συστημάτων ποιότητας και πιστοποίησης.

Ας δούμε τι συνθέτει το κόστος της ποιότητας. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς επιχειρείται η μετατόπιση του επίκεντρου από την ανταγωνιστικότητα κόστους στην ανταγωνιστικότητα ποιότητας. Το κόστος της ποιότητας συντίθεται από:

1) Το κόστος της πρόληψης.

Η περιβαλλοντική πολιτική από μόνη της οδηγείται σε μια αποτίμηση του κόστους της πρόληψης των περιβαλλοντικών καταστροφών και της ανάταξης της φύσης. Το κόστος της πρόληψης αναλύεται στο:

- (α) κόστος της εφαρμογής νέων διαδικασιών,
- (β) κόστος της εκπαίδευσης και
- (γ) κόστος δημιουργίας νέων συστημάτων παραγωγής.

2) Το κόστος επιθεώρησης.

Αυτό συνδέεται με τον έλεγχο της παραγωγικής διαδικασίας και των προϊόντων και τον περιορισμό των αστοχιών.

- 3) Το κόστος της αστοχίας, που συνδέεται με την διόρθωση του ελαττωματικού προϊόντος, την ανάκτηση της ποιότητας για το προϊόν ή την υπηρεσία.

Εδώ μπορούμε να δούμε το γεγονός ότι συνδυάζεται η εφαρμογή των μέτρων αυτών για την ρύθμιση των εξωτερικών επιδράσεων με τη θετική ρύθμιση για την ποιότητα και τη στήριξη των πολιτικών ποιότητας και πιστοποίησης από την πλευρά της διασύνδεσης δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.

Η διασύνδεση αυτή αναπτύσσεται επίσης ιδιαίτερα στο τομεακό πρόγραμμα ΕΠΑΝ, που είναι το επιχειρησιακό ανταγωνιστικότητας, όπως θα δούμε σ' άλλο σημείο.

5.3 Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Η πολιτική ποιότητας μπορεί να υποστηριχθεί και να εφαρμοσθεί με διάφορους τρόπους, όπως είναι:

1) Η πολιτική της «ανοικτής πόρτας», που είναι ένας παράγοντας στήριξης της πολιτικής ποιότητας στις επιχειρηματικές δράσεις. Είναι μια πολιτική που συνδέεται και με τα πολιτικά ζητήματα του περιβάλλοντος, αλλά είναι και μια πολιτική που συνδέεται και με τις επιχειρηματικές δράσεις σε σχέση με την αγορά, την πελατοκεντρική προσέγγισή της και με την κατανόηση και την αποκατάσταση ενός κλίματος αμοιβαιότητας. Αυτό το κλίμα είναι ιδιαίτερα ζωτικό για την εφαρμογή συστημάτων τοπικής ποιότητας αλλά και για την λειτουργία σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο των διαχειριστικών φορέων προστασίας του περιβάλλοντος και των επιχειρήσεων διαχείρισης περιβάλλοντος. Η «ανοικτή πόρτα» διαμορφώνει αμεσότητα ενημέρωσης και επικοινωνίας χωρίς διοικητικά στεγανά και ιεραρχικές οργανωτικές υπερβολές.

2) Η ομαδική προσέγγιση στα ζητήματα της ποιότητας και η σταδιακότητα που προσφέρει ως δυνατότητες το μοντέλο των κύκλων ποιότητας.

Αυτό είναι ένα μοντέλο που μπορεί να εφαρμοστεί τόσο διεπιχειρησιακά, δηλαδή όχι σε μία μόνο επιχείρηση, όσο και σαν μια ομπρέλα στην τοπική οικονομία και να λειτουργήσει και με τον στόχο και με τη διαδικασία ενός συμφώνου τοπικής ποιότητας.

3) Η χρησιμοποίηση του διαγράμματος Pareto.

Αυτό είναι ένα άλλο εργαλείο, που θα συστήναμε τόσο για την ανάλυση των προβλημάτων που παρουσιάζονται στην προστασία του περιβάλλοντος όσο και για τα προβλήματα των προϊόντων που προσφέρονται από τις επιχειρήσεις στον τομέα αυτό.

Αυτή η εφαρμογή του διαγράμματος προϋποθέτει ότι έχουμε μία βάση καταγραφής, για παράδειγμα στο θέμα των σκουπιδιών, στα θέματα των απόψεων των πελατών, στις λειτουργίες ενός διαχειριστικού φορέα κτλ. Στο διάγραμμα Pareto απεικονίζονται ποσοτικά και ποιοτικά τα αίτια των προβλημάτων και του φόρτου ορισμένων λειτουργιών. Η ερμηνεία και η εξαγωγή συμπερασμάτων από τα διαγράμματα Pareto χρειάζεται και τη χρήση της αρχής του Pareto και του κανόνα 80/20, σύμφωνα με τον οποίο το 80% των προβλημάτων δημιουργείται από το 20% των πιθανών αιτιών και το ανάστροφο, το 20% του προβλήματος δημιουργείται από το 80% των πιθανών αιτιών. Απαιτείται δηλαδή για την ερμηνεία του μια

δυναμική πλάγιας σκέψης και φαντασίας, ώστε να έχουμε μια ολιστική σύλληψη της πραγματικότητας και της διασύνδεσης της αρχής του Pareto με το διάγραμμα Pareto.

4) Το διάγραμμα Ishikawa, (παραπομπή σελ, 172).

Αυτό το διάγραμμα είναι υποστηρικτικό για τη διασύνδεση αιτίου αποτελέσματος. Μπορεί να εφαρμοστεί γενικότερα για την παρακολούθηση των προβλημάτων δυναμικής και αποτελεσματικότητας ενός διαχειριστικού φορέα στην προστασία της φύσης, αλλά και για την παραγωγικότητα και την ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών από μια πράσινη επιχείρηση.

5) Η διοίκηση της ολικής ποιότητας αναφερόμενη στο καθεστώς λειτουργίας των οργανισμών και μάλιστα των διαχειριστικών φορέων, των ΜΚΟ, των ΟΤΑ, των επιχειρήσεων κτλ.

Αυτή είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για την παρακολούθηση της εξέλιξής τους, επειδή εισάγει μια αντικειμενικοποίηση στην εκτίμηση της λειτουργίας των διαχειριστικών φορέων και στα οικονομικά τους αποτελέσματα. Γι' αυτό καλό θα είναι να χρησιμοποιηθούν και υποδείγματα εντύπων προσαρμοσμένα ειδικά π.χ. στους διαχειριστικούς φορείς για την ποιότητα που διασυνδέεται με τις υπηρεσίες στον τομέα του περιβάλλοντος.

6) Η πολιτική της ποιότητας μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Αυτή αναπτύσσεται και καλό θα είναι να παρακολουθείται διαρκώς, καθώς πρόσφατα είχαμε και την ενημέρωση για την ολοκληρωμένη πολιτική προϊόντων μέσα από τα συμπεράσματα του Συμβουλίου. Η πολιτική προϊόντων είναι πολύ ευρύτερης γκάμας, αλλά ωστόσο είναι ένα μέρος που συνδέεται με την ποιότητα των προϊόντων σε σχέση με την περιβαλλοντική προσαρμογή.

5.4 ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η εξέλιξη των αγορών οδηγεί τις επιλογές μεταξύ κόστους συμβατικής παραγωγής και κόστους ποιότητας και επωνυμίας στην αγορά. Το κόστος της συμβατικής παραγωγής ρυθμίζεται από τον ανταγωνισμό, δηλαδή φθηνότερη παραγωγή δίνει φθηνότερο τελικό προϊόν, που έτσι είναι πιο ανταγωνιστικό.

Όμως εδώ σημειώνουμε ότι η υπόθεση της ανταγωνιστικότητας είναι ιδιαίτερα πολύπλοκη, όπως θα δούμε παρακάτω.

Ακόμη και όταν η επιλογή του καταναλωτή είναι προϊόν με χαμηλή τιμή, και πάλι υπάρχει παράλληλα και μια τάση του για επιλογή προϊόντος που να βασίζεται στην ποιότητα. Όμως αυτή η τελευταία τάση δεν είναι κυρίαρχη, αλλά μπορεί να εκφραστεί μόνον όταν ο καταναλωτής έχει να επιλέξει ανάμεσα σε περισσότερα προϊόντα με περίπου όμοια τιμή, οπότε επιλέγει το καλύτερο.

Με αντίστοιχο τρόπο, όταν ο καταναλωτής επιλέγει την ποιότητα, δηλαδή, όταν επιλέγει το ακριβότερο προϊόν επειδή είναι ποιοτικότερο, και πάλι έχει την τάση να επιλέξει το φθηνότερο ανάμεσα σε πολλά προϊόντα ίδιας ποιότητας.

Οπότε είναι προφανές ότι το κόστος και η ποιότητα ως κριτήρια αγοράς συνυπάρχουν, όμως άλλοτε καθοριστικό και πρωτεύοντα ρόλο παίζει το ένα και άλλοτε το άλλο. Υπάρχουν επομένως διάφορα επίπεδα ανταγωνισμού, δηλαδή:

- 1) Ανάμεσα στα προϊόντα της συμβατικής αγοράς.
- 2) Ανάμεσα στη συμβατική αγορά και την αγορά προϊόντων ποιότητας.
- 3) Ανάμεσα στα προϊόντα ποιότητας.

Επομένως δεν είναι το χαμηλό κόστος η μόνη ανταγωνιστική επιλογή, αλλά μπορεί και η ποιότητα να είναι μια άλλη, μόνον που δεν είναι επαρκής η μεταφορά του επίκεντρου της ανταγωνιστικότητας από το κόστος στην ποιότητα. Η μεταφορά αυτή δεν είναι επαρκής, επειδή ο καταναλωτής διακατέχεται από άγνοια και άγχος περιορισμού της καταναλωτικής του δαπάνης. Αυτό συμβαίνει, επειδή, πέραν των άλλων, η ποιότητα δεν έχει αποκτήσει ακόμη μερίδιο στην αγορά (δηλαδή δεν αποτελεί ακόμη κυρίαρχο κριτήριο για τη ζήτηση των προϊόντων) και επιπλέον σημαίνει και πρόσθετο κόστος. Η ποιότητα δεν είναι ταυτόσημη με την επωνυμία, αλλά συνδέεται άρρηκτα μαζί της. Η επωνυμία είναι ένα ζήτημα πολύπλοκο, όπως και η ποιότητα, αλλά διαφορετικό από αυτήν.

5.5 ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Το κόστος και το όφελος από την πιστοποίηση είναι ένα κρίσιμο ζήτημα. Το κόστος της πιστοποίησης σίγουρα καλύπτει και ανάγκες συντεχνιακές, ανάγκες αμοιβής της τεχνογνωσίας και διεύρυνσης του πελατειακού μεριδίου σε ειδικότητες όπως αυτής των γεωτεχνικών, των οικονομολόγων, των επιστημόνων του περιβάλλοντος κτλ. Πρέπει να δούμε το ζήτημα του πώς θα περιορίσουμε και πως θα κατανείμουμε το κόστος της πιστοποίησης κυρίως, όχι στις βιομηχανικές μονάδες, αλλά στον αγροτικό τομέα, επειδή ο αγροτικός τομέας βαρύνεται από αύξηση ενός κόστους που δεν λειτουργεί εύκολα ανταποδοτικά για τον παραγωγό. Επομένως η δαπάνη της πιστοποίησης είναι ένα κρίσιμο ζήτημα και ο περιορισμός αυτής της δαπάνης πρέπει να είναι μια σταθερή μέριμνα. Σ' αυτό το σημείο πρέπει να είμαστε ειλικρινείς, κυρίως απέναντι σε ορισμένες επαγγελματικές ομάδες που αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα βιωσιμότητας και επιβίωσης.

Παρ' όλα αυτά ο στόχος της ποιότητας παραμένει. Υπάρχει εξάλλου η δυνατότητα για επίτευξη της ποιότητας χωρίς όμως πιστοποίηση, οπότε δεν θα υπάρχει το βάρος του κόστους της πιστοποίησης. Σε αυτή βέβαια την περίπτωση η ποιότητα θα είναι γραφειοκρατικά αδύναμη στην αγορά, επειδή δεν θα είναι αποδείξιμη, αλλά εντούτοις έχει και αυτή ένα σημαντικό μερίδιο δυναμικής στις αλλαγές που μπορούν να γίνουν.

Η πιστοποιημένη ποιότητα της παραγωγικής διαδικασίας αλλά και της ποιότητας του προϊόντος είναι μια ολοκληρωμένη μορφή πιστοποίησης και επομένως έχει τα πλεονεκτήματα αυτής της ολοκλήρωσης. Σε ένα μεγάλο βαθμό το κρίσιμο ζήτημα είναι κατά πόσον αυτή η πιστοποίηση μπορεί να παρακολουθεί πραγματικά τις σχετικές δραστηριότητες και δεν είναι απλώς μια άυλη γραφειοκρατική μορφή οικονομίας που αποτελεί μόνον έναν οικονομικό αέρα χωρίς όμως ολοκληρωμένα αποτελέσματα.

Σε μεγάλο βαθμό η ολοκλήρωση των αποτελεσμάτων εξαρτάται αφ' ενός μεν από τους χρήστες των προσφερόμενων υπηρεσιών πιστοποίησης και τους επαγγελματίες και αφ' ετέρου από την αναδιάρθρωση των λειτουργιών και της νοοτροπίας που συνδέεται με την παραγωγική διαδικασία.

Αυτή η αναδιάρθρωση έχει δυο σκέλη:

- ✓ την παραγωγική διαδικασία και
- ✓ το παραγόμενο προϊόν και την ποιότητά του.

Στην παραγωγική διαδικασία μπορεί να ενταχθεί μέσα από τον εξορθολογισμό και την ποιότητα μια ανασύνταξη της παραγωγικότητας και της αποδοτικότητας. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να αντισταθμιστεί το κόστος της πιστοποίησης από τον παραγωγό. Ίσως να υπερσκελιστεί τελικά η διαφορά ανάμεσα στο κόστος και το όφελος υπέρ του οφέλους, καθότι υπάρχει μια προστιθέμενη αξία στον επαγγελματία και την οργάνωση της παραγωγικής διαδικασίας.

Από το άλλο μέρος η πιστοποίηση μπορεί να προσφέρει καθαρά οφέλη στην αγορά και να διαμορφώσει μια σχέση αξιοπιστίας με τον καταναλωτή. Αυτή η σχέση αξιοπιστίας με τον καταναλωτή μπορεί να οδηγήσει σε μια αυξανόμενη ζήτηση και σε μια συμφωνία για την τιμή των προϊόντων μεταξύ προσφοράς και ζήτησης. Τέτοιες συμφωνίες για την τιμή προϊόντων μπορούν να γίνουν είτε μεταξύ εμπόρου και παραγωγού είτε μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή. Σε κάθε περίπτωση όμως αυτό βασίζεται στην αξιοπιστία με κέντρο την ποιότητα και πάντως η συμφωνία καθαυτή δεν είναι μαζικό φαινόμενο της αγοράς, αν και μπορεί να έχει μαζική επιρροή. Η συμφωνία για την τιμή βοηθάει στο να γίνει βιώσιμη η παραγωγή της ποιότητας, επειδή η ζήτηση παραιτείται από το να απαιτεί συνεχώς χαμηλές τιμές προϊόντων, δίνοντας προτεραιότητα στην ποιότητα. Αυτού του είδους οι συμφωνίες είναι ένα νέο εργαλείο για την εξειδίκευση των αγορών.

Δεν είναι μόνο το συγκριτικό πλεονέκτημα που κερδίζεται στον τομέα του ποιοτικού ανταγωνισμού, αλλά είναι και το συγκριτικό πλεονέκτημα που κερδίζεται από μια προωθημένη σχέση προσφοράς και ζήτησης και μια αμοιβαιότητα που βγάζει τα προϊόντα έξω από αυτή την ανταγωνιστικότητα της τιμής και του κόστους. Αυτό εξαρτάται από το είδος του προϊόντος και το πώς λειτουργεί η αγορά σε σχέση μ' αυτό το προϊόν για τη διασφάλιση του συγκριτικού πλεονεκτήματος της ποιότητας.

Στον αγροτικό τομέα είδαμε ότι οι πιστοποιήσεις δεν επηρεάζουν ακόμη επαρκώς την αγορά. Στον τομέα όμως τον βιοτεχνικό, τον βιομηχανικό και της παροχής των υπηρεσιών οι πιστοποιήσεις είναι ανταποδοτικότερες, επειδή παίζουν έναν ισχυρό ρόλο στην πρόσβαση στην αγορά και στην αναγνώριση του προϊόντος στην αγορά. Παράλληλα έχουν ένα τεράστιο περιθώριο συνεισφοράς στην αναδιοργάνωση της παραγωγής του προϊόντος και στον εσωτερικό έλεγχο του κόστους παραγωγής, και αυτό για τους εξής λόγους:

1) Για να γίνει πιστοποίηση είναι απαραίτητη η αναδιοργάνωση της διαδικασίας της παραγωγής, που πρέπει να βασίζεται στον εξορθολογισμό και σε ποιοτικές παραμέτρους

απόδοσης. Διότι η πιστοποίηση εντοπίζει τα αρνητικά σημεία και τις αστοχίες της παραγωγής.

2) Αυτό αυξάνει όχι μόνον την ποιότητα παραγωγής και προϊόντος αλλά και την παραγωγικότητα. Και

3) Έτσι επέρχεται μείωση του κόστους της παραγωγής πολύπλευρα.

Πιο αναλυτικά:

Σημειώνουμε ότι το πρώτο έτος η αναμενόμενη μείωση του κόστους ανέρχεται στο 8-10%, το δεύτερο έτος στο 15-20%, με τάση σταθεροποίησης στη συνέχεια. Έτσι το κόστος της πιστοποίησης και της προσαρμογής του παραγωγικού δυναμικού απορροφάται σε διάστημα 5-7 ετών. Στο υπόλοιπο της ζωής της επιχείρησης η πιστοποίηση λειτουργεί ως κερδοφόρος επένδυση.

Σημαντική είναι η ενοποίηση των Συστημάτων Ποιότητας και Περιβάλλοντος με την εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, επειδή αυτή, πέραν της μείωσης του κόστους στην παραγωγή, συνδυάζει και την αύξηση των περιβαλλοντικών επιδόσεων, με τη μείωση της κατανάλωσης της ενέργειας, την αύξηση της αξιοποίησης των ανανεώσιμων πόρων, την αύξηση της λειτουργικότητας των παραγωγικών συντελεστών και διαδικασιών όπως και του παραγόμενου προϊόντος, την επέκταση της ζωής του προϊόντος και συνεπώς την μείωση του ανακυκλωτικού φόρτου της αγοράς, την αύξηση της ανακυκλωσιμότητας του προϊόντος και των υποπροϊόντων του, την μείωση των ρύπων και εν γένει των αρνητικών εκπομπών προς το οικοσύστημα.

Όμως πέραν των παραπάνω το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης λειτουργεί και σαν πρόσβαση στον ανταγωνισμό της αγοράς με όρους ποιότητας, καθώς έχει διαπιστωθεί ότι ο καταναλωτής είναι διατεθειμένος να πληρώσει περισσότερο προϊόντα επιχειρήσεων που δεν ρυπαίνουν το περιβάλλον και που εφαρμόζουν μοντέλα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Οι εταιρείες που συμμετέχουν σε συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης έχουν πολλαπλές ευκαιρίες πιστοποίησης, όπως για παράδειγμα μπορούν να έχουν πιστοποιητικό εναλλακτικής διαχείρισης σύμφωνα με τον νόμο 2939/01, ενώ παράλληλα συμβατικοποιούνται πιο εύκολα με τις προδιαγραφές του ΕΛΟΤ.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση προωθεί την ολοκληρωμένη πολιτική προϊόντων και την εφαρμογή της ανάλυσης του Κύκλου Ζωής τους με πολιτικές που συνδυάζονται με την πιστοποίηση της ποιότητας και της διαχείρισης των προϊόντων. Οι πολιτικές αυτές είναι:

1) Υποχρεωτικές, στις οποίες περιλαμβάνονται η απαγόρευση ουσιών και υλικών, οι οικονομικές κυρώσεις για τους παραβάτες και οι ελάχιστοι όροι περιβαλλοντικών σχεδιασμών, μαζί με τη δυνατότητα των αρχών να επιβάλλουν περιβαλλοντικά τέλη και φόρους.

2) Εθελοντικές, στις οποίες περιλαμβάνονται οι εθελοντικές συμφωνίες, οι οικολογικές σημάνσεις, τα οικονομικά κίνητρα, το σύστημα των πράσινων προμηθειών και ο αυξημένος περιβαλλοντικός σχεδιασμός.

Οι πολιτικές αυτές συνεισφέρουν στην ολοκλήρωση της περιβαλλοντικής διακυβέρνησης, καθώς η εφαρμογή τους φέρνει σε συνεργασία πολλούς εταίρους και φορείς.

Το σχήμα και το αντικείμενο των πιστοποιήσεων έχει μια ευρύτητα ποικιλίας και έτσι συναντάμε, πέραν των συστημάτων ISO κτλ., και πιστοποιήσεις εστιασμένες, όπως π.χ. στην ποιότητα του νερού, στην ολοκληρωμένη διαχείριση των ακτών (Γαλάζιες Σημαίες) κ.ο.κ.

Η πιστοποίηση έχει δύο σκέλη, που είναι:

a) Η συμβατική πιστοποίηση που συνδέεται με τη σχέση της αξιοπιστίας αλλά και με την ποιότητα της παραγωγικής διαδικασίας επισκοπούμενη συμβατικά. Εδώ περιέχονται και περιβαλλοντικές παράμετροι.

b) Η περιβαλλοντική πιστοποίηση, που είναι αυστηρότερη. Αυτό ισχύει σε σχέση με τη σειρά ISO 14000 σε αντιστοιχία με την ISO 9000. Η έννοια της ποιότητας διασυνδέεται όλο και πιο πολύ με την έννοια των περιβαλλοντικών όρων παραγωγής και κατανάλωσής της και με την ασφάλεια που παρέχει το παραγόμενο προϊόν - την παραγωγική και την καταναλωτική. Ζητήματα όπως η ελαχιστοποίηση των αποβλήτων στην παραγωγική και καταναλωτική διαδικασία, η ενεργειοβόρος ή μη παραγωγή και άλλα αποτελούν θέματα στις περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις.

Εδώ αξίζει να δούμε την ιστορία της περιβαλλοντικής πιστοποίησης. Υπάρχουν διάφορα συστήματα περιβαλλοντικής πιστοποίησης. Άλλα είναι οικουμενικά και άλλα τοπικά, άλλα εκπροσωπούν μια διαφορετική ποιοτική προσέγγιση στο θέμα της πιστοποίησης. Δεν πέρασαν παρά εννέα περίπου χρόνια από τη θέσπιση του ISO 9000 έως τη δημιουργία της σειράς του ISO 14000 από το 1987 έως το 1996, ενώ το 1984 κυκλοφορεί το πρώτο περιβαλλοντικό σύστημα και το 1992 η Ευρωπαϊκή Ένωση προτείνει τη διαχείριση με περιβαλλοντικούς ελέγχους.

Το μοντέλο ISO 14001 έχει μια πολύ ευρεία συνάφεια με εταιρείες ποικίλου τύπου και μεγέθους. Αποβλέπει στην εγκατάσταση και τη διατήρηση ενός συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης και στη συνέχεια βεβαιώνεται η συμμόρφωση με την περιβαλλοντική πολιτική. Η συμμόρφωση αυτή είναι προσβάσιμη σε τρίτους και πιστοποιείται από έναν εξωτερικό οργανισμό που επιπλέον καθιστά γνωστή τη συμμόρφωση στο διεθνές αυτό πρότυπο.

Στην σειρά ISO 14000 ενδιαφέρον έχει η περιβαλλοντική διαχείριση αξιολόγησης του κύκλου ζωής που συνδέεται με τα μοντέλα 40, 41, 42. Η γενίκευση της εφαρμογής των συστημάτων πιστοποίησης, π.χ. στον τομέα της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών, θα συμπεριλάβει τελικά το κόστος της πιστοποίησης στο κόστος της αγοράς. Το κόστος της πιστοποίησης είναι ένα διοικητικό και λειτουργικό κόστος, αλλά ταυτόχρονα είναι και ένα κοινωνικό κόστος. Η ενσωμάτωση αυτού του κόστους στην αγορά του προϊόντος και της υπηρεσίας θα οδηγήσει τελικά σε μια απελευθέρωση από την δαμόκλειο σπάθη της ανταγωνιστικότητας κόστους στον τομέα της πιστοποίησης. Έτσι σε μήκος χρόνου θα λειτουργήσουν μόνον οι θετικές διαστάσεις της πιστοποιητικής διαδικασίας.

Εκείνο που επιτυγχάνεται μέσα από το σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης είναι η ανάδειξη της ευθύνης στην αντιμετώπιση του περιβάλλοντος και η μείωση του λειτουργικού κόστους. Αυτό συνδέεται και με τις προμήθειες και με την παραγωγικότητα. Η μείωση της λειτουργικής γραφειοκρατίας και η διαχείριση των υποπροϊόντων στην παραγωγική διαδικασία που προσαρμόζεται στις περιβαλλοντικές απαιτήσεις σημαίνει οπωσδήποτε μια καλύτερη σχέση με την κοινωνία και την αγορά.

Ούτως ή άλλως, άσχετα από την ένταξη ή μη σε ένα μοντέλο πιστοποίησης, η μελέτη των συστημάτων πιστοποίησης είναι ιδιαίτερα ζωτική για τους επιχειρηματίες εκείνους που προσπαθούν να συστηματικοποιήσουν τη σχέση τους με την παραγωγή και την αγορά, αλλά και για εκείνους, επιχειρηματίες ή μη, που προσπαθούν να κάνουν αξιολόγηση ως παρατηρητές.

Μια άλλη κατηγορία πιστοποίησης συνδέεται με το κοινοτικό οικολογικό σήμα, γνωστό ως eco-label που έχει τη μορφή πράσινου λουλουδιού. Εδώ υπάρχει η ιδιαιτερότητα ότι το ecolabel αναφέρεται σε κατηγορία προϊόντων και όχι σε διαδικασία ή περιβάλλον παραγωγής. Π.χ. αφορά τα πλυντήρια πιάτων, τα πλυντήρια ρούχων, τα χαρτιά υγείας, τα χαρτιά κουζίνας, τα βελτιωτικά εδάφους, τις μπογιές, τα βερνίκια και τα απορρυπαντικά ρούχων. Συνδέεται συνεπώς με μια περιβαλλοντική διαχείριση, όπως για παράδειγμα τέτοια

διαχείριση στον τομέα του τουρισμού, καθώς όλα αυτά συνδέονται με τα αναλώσιμα και τις υποδομές της φιλοξενίας.

Το οικολογικό σήμα, όπως έχει αναθεωρηθεί από τον κανονισμό 1980/2000, απονέμεται σε προϊόντα, ώστε να βελτιώνονται σημαντικά οι οικολογικές παράμετροι. Στην προηγούμενη λίστα έχουν προστεθεί πλέον και οι ηλεκτρικές σκούπες, το φωτοαντιγραφικό χαρτί, τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, τα είδη υπόδησης, τα στρώματα των κρεβατιών, οι προσωπικοί και οι φορητοί υπολογιστές. Βρίσκονται υπό εξέλιξη ή είναι διαμορφωμένα ζητήματα που συνδέονται με τις τηλεοράσεις, τις ηλεκτρικές εγκαταστάσεις, τα έπιπλα, τις τουριστικές εγκαταστάσεις, τα σκληρά υλικά επικάλυψης δαπέδων.

Το οικολογικό σήμα στη μορφή του συμβολίζεται με ένα άνθος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ο τελικός αρμόδιος φορέας που σχεδιάζει την ευρωπαϊκή πολιτική για τα οικολογικά σήματα είναι η νέα Ευρωπαϊκή Επιτροπή Οικολογικής Σήμανσης. Περιλαμβάνεται περίπου το 30% των προϊόντων της αγοράς και η λίστα αναμένεται ότι θα διευρύνεται σε μήκος χρόνου.

Η στρατηγική του οικολογικού σήματος βρίσκεται στο ότι επιδρά στη διαμόρφωση του περιβάλλοντος μέσα από τις προδιαγραφές των παραγόμενων προϊόντων. Οι προδιαγραφές αυτές έχουν επιδράσεις και στα κριτήρια με τα οποία επιλέγουν τις προμήθειές τους διάφορα νομικά πρόσωπα ή επιχειρήσεις, (π.χ. ξενοδοχεία, κράτος, ΟΤΑ, νοσοκομεία κλπ. μπορεί να επιλέξουν να προμηθευτούν στρώματα με οικολογικό σήμα ή χαρτιά κουζίνας με τέτοιο σήμα κτλ.).

Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι το οικολογικό σήμα είναι ένα ισχυρό διαφημιστικό εργαλείο και λειτουργεί σε όλα τα επίπεδα της αγοράς. Επηρεάζει τη διαδικασία και τις επιλογές παραγωγής, συνδέεται με το εμπόριο, με τους πρωτογενείς και δευτερογενείς χρήστες του προϊόντος και έτσι καλύπτει και την κατανάλωση αλλά και την παροχή των υπηρεσιών. Στον τομέα των οικολογικών σημάτων πρέπει να σημειώσουμε ότι οι επιδόσεις της χώρας μας είναι σχετικά ικανοποιητικές και σχεδόν άνω του μέσου όρου της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σε αυτό βοήθησε αποτελεσματικά ο ΑΣΑΟΣ (ο ελληνικός φορέας απονομής οικολογικού σήματος) και το πρόγραμμα «Life - Πράσινες Σημαίες» για τα ξενοδοχεία.

Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι στην ουσία όλα τα συστήματα πιστοποίησης συνδέονται με την διοίκηση και διαχείριση της ολικής ποιότητας και, εκτός αυτού, συνδέονται και με τη διαχείριση του κόστους.

Στις τέσσερις κατηγορίες σύμφωνα με τον κ. Παπουτσή το 1996 πρέπει να συμπεριλάβουμε το κόστος πρόληψης, το κόστος ελέγχου της ποιότητας, το εσωτερικό και εξωτερικό κόστος των μη συμμορφώσεων.

Σε σχέση με τη βιομηχανία τροφίμων αξίζει να αναφέρουμε την πιστοποίηση HACCP, που αποτελεί ανάλυση επικινδυνότητας κρίσιμων σημείων ελέγχου και που έχει μικρότερη δυναμική από το σύστημα ISO 14000.

Διαφορές ανάμεσα στο EMAS και το ISO.

1) Το σύστημα EMAS εστιάζεται στον χώρο δραστηριοτήτων, σε αντίθεση με το ISO 14001 που εστιάζεται στην επιχείρηση.

2) Το EMAS προϋποθέτει την ικανοποίηση της νομιμότητας, ενώ το ISO 14000 συνδέεται με τη νομιμότητα.

3) Το EMAS έχει σαν βασικό του στοιχείο τη συνεχή βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων, ενώ αυτό δεν απαιτείται για το ISO.

Η δυνατότητα διασύνδεσης του EMAS με την τοπική αυτοδιοίκηση είναι αυξημένη και ενθαρρύνει την προώθηση πράσινων πρακτικών και λειτουργιών - σε αυτό πιλότος υπήρξε η Αγγλία. Το EMAS αποτελεί κοινοτικό σύστημα διαχείρισης και ελέγχου και το σήμα του συνδέεται με την ακρωνυμιακή περιγραφή, περιβαλλόμενη από τα αστέρια της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Εδώ πρέπει δώσουμε προσοχή σε μερικά σημεία:

Ø Η πιστοποίηση αποτελεί και μια μέθοδο πρόληψης των περιττών δαπανών, του περιττού κόστους, πρωταρχικά κάνοντας μια διάγνωση των σημείων του περιττού κόστους.

Ø Η πιστοποίηση αποτελεί μια μέθοδο για την αύξηση της απόδοσης πρωταρχικά με όρους ποιοτικούς και κατά δεύτερο λόγο ποσοτικούς.

Ø Προλαμβάνει επίσης το θεσμικό κόστος, δηλαδή το κόστος από ατυχήματα, από παραγωγικές συμπεριφορές εκτός νομιμότητας.

Ø Ακόμα αποτελεί ένα κόστος διαφήμισης, κόστος μάρκετινγκ.

Ø Αποτελεί επίσης ένα περιβαλλοντικό ντάμπινγκ (υποστήριξη) ποιότητας στην αγορά, αποδεκτό από τους κανόνες του ανταγωνισμού.

Έτσι, αν αναλύσουμε τη διαδικασία της πιστοποίησης, κυρίως στον τομέα των μεγάλων μονάδων, αλλά και των μεσαίων, θα διαπιστώσουμε ότι το κόστος πιστοποίησης είναι ισχυρότερα ανταποδοτικό, πολύ δε περισσότερο που μπορεί σε μήκος χρόνου να συμπεριληφθεί μέσα στην αγορά.

Αυτό πρέπει να αποτελέσει μια στρατηγική για τις προστατευόμενες περιοχές σε σχέση με τις παραγωγικές δραστηριότητες και στις χρησιμοποιούμενες υποδομές για τις υπηρεσίες, όπως για παράδειγμα στον τομέα του τουρισμού. Η πιστοποίηση μπορεί να συνδυαστεί επίσης με άλλες εθελοντικές συμφωνίες με τοπικές και συλλογικές διαδικασίες και με την εταιρική κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη.

5.6 ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΑΣΙΝΟ ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ – ΒΑΘΜΙΔΕΣ ΚΑΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ

1. Με βάση την παραγωγική διαδικασία. Η πρώτη βαθμίδα (επιδιωκόμενη από το ΥΠΕΧΩΔΕ) για το πράσινο τοπικό σύμφωνο ποιότητας περιλαμβάνει τα προϊόντα που παράγονται εντός της προστατευόμενης περιοχής

2. Η δεύτερη βαθμίδα (συμβατική και έγκυρη) θέτει ποιοτικές απαιτήσεις ως προς τον τρόπο παραγωγής ή τις προστιθέμενες διαρθρωτικές αξίες. Το προϊόν της ολοκληρωμένης παραγωγής για παράδειγμα έχει δεσμεύσεις στον τρόπο και στο πρωτόκολλο της παραγωγής του. Αντίστοιχα οι προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης και οι προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις έχουν γενικότερα - διαφορετικά χαρακτηριστικά για την ποιότητα. Στη βαθμίδα αυτή δεν περιλαμβάνονται αμιγείς περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις.

3. Αυτή η βαθμίδα (άτυπη δυνητικά) περιλαμβάνει προϊόντα χωρίς καταναλωτικές χημικές επιβαρύνσεις. Και εδώ δεν αναφερόμαστε μόνο στη γεωργία αλλά σίγουρα εδώ συμπεριλαμβάνονται και τα βιολογικά προϊόντα.

Εδώ περιλαμβάνονται προϊόντα που ούτως ή άλλως δεν έχουν αυτό που θα λέγαμε χημικό υπόλοιπο μέσα από τη χρήση τους και την κατανάλωσή τους. Τέτοια μπορεί να είναι για παράδειγμα τα ξύλα (πλην της καύσης, για παραδοσιακές και τεχνικές χρήσεις), και άλλα καθημερινά χρησιμοποιούμενα τα οποία δεν φέρουν ή δεν αποδίδουν στον καταναλωτή

χημικές επιβαρύνσεις. Δεν συνδέεται αυτό με την βιολογική γεωργία που προϋποθέτει μια ολοκληρωμένη πιστοποίηση παραγωγής, αλλά θα μπορούσαν να συμπεριληφθούν όμως και προϊόντα βιολογικής γεωργίας τα οποία κυρίως εμπίπτουν στην 6^η βαθμίδα.

4. Η τέταρτη βαθμίδα (μόνο τοπικά έγκυρη) τοπικού συμφώνου ποιότητας περιλαμβάνει προϊόντα με τοπική διασύνδεση στην αλυσίδα παραγωγής. Υπάρχει δηλαδή μια τοπική καθετοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας η οποία δεν σημαίνει απόλυτα ορισμένη ποιότητα αλλά σημαίνει ολοκλήρωση της τοπικής βιώσιμης ανάπτυξης.

5. Η πέμπτη βαθμίδα (δυνητική) έχει προϊόντα με τοπικές προδιαγραφές ποιότητας.

Τα προϊόντα αυτά βέβαια συνδέονται με ένα ευρύ φάσμα τομέων παραγωγικών δραστηριοτήτων. Συνδέονται με πρόσθετες δεσμεύσεις και προδιαγραφές που μπορεί να θέτει η τοπική κοινωνία και η οικονομία στη βάση των εθελοντικών συμφωνιών. Σ' αυτή την περίπτωση μπορούν να μπουν όροι που να συνδυάζουν μια ταυτότητα της τοπικής ποιότητας και όχι απλώς να περιέχουν μια τοπικότητα στα μέσα και στις ύλες που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή.

6. Τέλος η έκτη βαθμίδα περιλαμβάνει προϊόντα πράσινης πιστοποίησης ή αμιγείς πράσινες πιστοποιήσεις (έγκυρες και οικολογικές) συνδέονται με την βιολογική γεωργία και κτηνοτροφία ή συνδέονται με την φυσική παραγωγή. Η φυσική παραγωγή δεν πιστοποιείται αλλά μπορεί να λειτουργήσει στη βάση μιας εθελοντικής δέσμευσης και αξιοπιστίας. Ακόμη είναι προϊόντα τα οποία διασύνδεουν πιστοποιήσεις όπως το EMAS και το ISO 14000, όταν έχουμε δηλαδή μια ταυτόχρονη τέτοια πιστοποίηση και όταν έχουμε χρήσεις, για παράδειγμα προϊόντων που φέρουν οικολογικό σήμα παρότι δεν είναι τοπικά έχουμε μια ολοκληρωμένη πράσινη πιστοποίηση. Στην κατηγορία αυτή δεν είναι οι πιστοποιήσεις που συνδέονται με τα τρόφιμα και με την μεταποίησή τους (HACCP), που είναι προσαρμοστικά ενδιάμεσες.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

(2005-2006)

6.1 ΟΙΚΟΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΜΕΓΕΘΥΝΣΗ, ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

6.1.1 Έξαρση των περιβαλλοντικών απειλών

Οι περιβαλλοντικές απειλές εξελίσσονται πολύ ταχύτερα απ' ό,τι αναμενόταν αρχικά. Εάν δράσουμε αμέσως, υπάρχει ακόμη δυνατότητα αντιμετώπισης των απειλών αυτών. Απαιτείται συστηματική και συνεκτική δράση σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο. Το ερώτημα που τίθεται είναι : “Πώς μπορούμε να ενεργήσουμε κατά τον αποτελεσματικότερο τρόπο και εγκαίρως;” Αυτό είναι δυνατό να επιτευχθεί έτσι ώστε να διατηρηθεί η οικονομική μεγέθυνση. Χρησιμοποιώντας τα κατάλληλα εργαλεία για την προώθηση της *καινοτομίας* μπορούμε να ανταποκριθούμε στις προκλήσεις που αντιμετωπίζουμε. Η Ευρώπη είναι σε θέση να τεθεί επικεφαλής στην πορεία αυτή.

6.1.2 Η οικοκαινοτομία προσφέρει λύσεις και ευκαιρίες

Για να υπάρξει πρόοδος πρέπει να επέλθει πλήρης στροφή στις βιομηχανικές διεργασίες, τα προϊόντα και τις επιχειρηματικές πρακτικές. Για να πραγματοποιηθούν οι υπερβάσεις είναι αναγκαίες η οικοκαινοτομία και οι περιβαλλοντικές τεχνολογίες. Η τεχνολογία μπορεί τώρα να συμβάλει στη λύση τους. Απώτερος στόχος μας είναι η διείσδυση της οικοκαινοτομίας σε όλους τους βιομηχανικούς κλάδους. Έτσι θα μπορέσουμε να αντιμετωπίσουμε πολλές από τις περιβαλλοντικές προκλήσεις ενώπιον των οποίων βρισκόμαστε σήμερα. Με τα ενδεδειγμένα μέτρα, π.χ. οικονομική ενίσχυση ή κανονιστική ρύθμιση και οικοκαινοτομία είναι δυνατόν να κατευθύνουμε τις δυνάμεις της αγοράς προς μία διεθνώς πρωτοπόρα οικονομία που θα είναι ταυτόχρονα ανταγωνιστική και οικολογική.

6.1.3 Η οικοκαινοτομία αποτελεί πλέον ακρογωνιαίό λίθο της στρατηγικής της ΕΕ

Η ανανεωμένη στρατηγική της Λισαβόνας για την Ε.Ε. αποδίδει στις περιβαλλοντικές τεχνολογίες “δυναμικό σημαντικό από άποψη οικονομική, περιβαλλοντική και απασχόλησης”. Το εαρινό Συμβούλιο του 2006 ενέκρινε την “έντονη προώθηση και διάχυση των οικοκαινοτομιών και των περιβαλλοντικών τεχνολογιών”. Η νέα στρατηγική της Ε.Ε. για την αειφόρο ανάπτυξη χαρακτηρίζει το πρόγραμμα ΕΤΑΡ αναγκαίο για την αντιμετώπιση της κλιματικής μεταβολής, την παραγωγή καθαρής ενέργειας, την αειφόρο κατανάλωση και παραγωγή. Αναμένεται ότι το προβλεπόμενο Ευρωπαϊκό Τεχνολογικό Ινστιτούτο θα δώσει ιδιαίτερη προτεραιότητα στις περιβαλλοντικές προκλήσεις⁴.

6.1.4 Τα Συμβούλια κορυφής τονίζουν την ανάγκη για οικοκαινοτομία

Η σημασία της οικοκαινοτομίας έχει αναγνωριστεί και από τα Συμβούλια κορυφής. Η αυστριακή προεδρία και η προεδρία του ΗΒ θεώρησαν την οικοκαινοτομία και τις περιβαλλοντικές τεχνολογίες όργανα για την οικονομική μεγέθυνση και την απασχόληση. Η φινλανδική προεδρία προώθησε “νέα γενεά περιβαλλοντικής πολιτικής”, βασιζόμενη στην οικοαπόδοση και στην οικοκαινοτομία. Η τωρινή γερμανική προεδρία προωθεί “νέα προσέγγιση” όσον αφορά το περιβάλλον, την οικονομία και την απασχόληση⁵.

Το ΕΤΑΡ είναι το πρόγραμμα δράσης της Ε.Ε. για τις περιβαλλοντικές τεχνολογίες⁶ με στόχο την τόνωση της οικοκαινοτομίας και την προώθηση περιβαλλοντικών τεχνολογιών σε ευρεία κλίμακα. Το σχέδιο δρομολογήθηκε το 2004 και χαρτογραφεί τη δράση σε ευρωπαϊκό επίπεδο, από κράτη μέλη και από συμφεροντούχους. Το 2005 δημοσιεύθηκε η πρώτη έκθεση⁷. Η ανά χείρας έκθεση:

- σκιαγραφεί τάσεις και εξελίξεις
- περιγράφει την πρόοδο όσον αφορά την εκτέλεση του σχεδίου
- συνιστά τομείς προτεραιότητας για μελλοντική δράση

⁴ ec.europa.eu/education/policies/educ/eit/index_en.html

⁵ Οικολογική βιομηχανική πολιτική, υπόμνημα για “Νέα προσέγγιση” γερμανικό Υπουργείο Περιβάλλοντος (2006).

⁶ COM(2004) 38 τελικό.

⁷ COM(2005) 16 τελικό.

6.2 ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

6.2.1 Η οικοκαινοτομία και κανονιστική οικορρύθμιση

Το δυναμικό οικοκαινοτομίας των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων έχει υποεκτιμηθεί. Αποδεικνύεται ότι η εύστοχη νομοθεσία παίζει ρόλο οδηγού για την καινοτομία και τις περιβαλλοντικές τεχνολογίες, που με τη σειρά τους μπορούν να βοηθήσουν τις εταιρείες να μειώσουν ουσιαστικά τις δαπάνες⁸. Μελλοντικά θα ενισχύσει περαιτέρω την οικοκαινοτομία η πλήρης εφαρμογή της νομοθεσίας της ΕΕ (οικοσχεδιασμός, ολοκληρωμένη πρόληψη και έλεγχος της ρύπανσης/IPPC, η οδηγία πλαίσιο για το έδαφος, οδηγία για απόβλητα ηλεκτρολογικών και ηλεκτρονικών εξοπλισμών/WEEE, οδηγία για τον περιορισμό ορισμένων επικίνδυνων ουσιών/RoHS).

6.2.2 Οι οικοβιομηχανίες συμβάλλουν στην οικονομία και την απασχόληση στην ΕΕ

Οι ευρωπαϊκές οικοβιομηχανίες αντιστοιχούν σε σημαντικό και ταχέως αναπτυσσόμενο μερίδιο της οικονομίας της ΕΕ στην οποία αντιπροσωπεύουν το 2,1% του ΑΕΠ στην Ε.Ε⁹. Οι οικοβιομηχανίες καλύπτουν π.χ.: την καταπολέμηση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης, τη διαχείριση των υγρών αποβλήτων, τη διαχείριση των στερεών αποβλήτων, την αποκατάσταση του εδάφους, τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και την ανακύκλωση. Οικοβιομηχανίες και σχετικές υπηρεσίες συντηρούν 3,5 εκατ. θέσεις πλήρους απασχόλησης. Από αυτές περίπου το 75% αφορούν τομείς εντάσεως εργασίας όπως η διαχείριση υγρών και στερεών αποβλήτων.

6.2.3 Ισχυρή μεγέθυνση

Στην Ευρώπη και παγκοσμίως σε ορισμένους τομείς παρατηρείται ισχυρή μεγέθυνση. Η εγκατάσταση ανεμογεννητριών έχει αυξηθεί κατά 20-25% στην τελευταία 5ετία¹⁰. Η

⁸ Δυναμική καινοτομίας ως αποτέλεσμα της περιβαλλοντικής πολιτικής (2006) και εκ των υστέρων εκτιμήσεις κόστους για τις επιχειρήσεις της ΕΕ λόγω περιβαλλοντικής νομοθεσίας (2006).

⁹ Η οικοβιομηχανία, το μέγεθός της και προοπτικές για την απασχόληση και εμπόδια για την ανάπτυξη στη διευρυμένη ΕΕ. (2006).

¹⁰ *Wind Force 10* GWEC (2005) (ενέργεια από τον άνεμο, GWEC τεύχος 10, 2005).

παγκόσμια αγορά φωτοβολταϊκών αναμένεται ότι θα αυξηθεί μελλοντικά κατά 25-35%¹¹ ενώ η διαχείριση υδάτων αναμένεται ότι θα σημειώνει αύξηση 6% ετησίως στην επόμενη 10ετία¹². Κατά το χρονικό διάστημα 2000-2004 ο κλάδος της ανακύκλωσης στερεών αποβλήτων έχει σημειώσει αύξηση 4,5% ετησίως¹³.

6.2.4 Ισχυρή θέση παγκοσμίως

Οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις οικοβιομηχανίας κατέχουν παγκοσμίως ισχυρή θέση. Στις οικοβιομηχανίες το μερίδιο της ΕΕ εκτιμάται ότι ανέρχεται στο 1/3 της παγκόσμιας αγοράς¹⁴. Ο δείκτης αειφορίας Dow Jones δείχνει ότι οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις είναι οι πλέον αειφόρες σε 13 από τους 18 κύριους οικονομικούς κλάδους¹⁵.

6.2.5 Αύξουσες χρηματοοικονομικές επενδύσεις

Κατά το διάστημα 2003-2006 πραγματοποιήθηκαν στην καθαρή τεχνολογία επιχειρηματικές επενδύσεις ύψους περίπου 2 δισεκατομμυρίων ευρώ, που αντιστοιχούν στο 10% του επιχειρηματικού κεφαλαίου στην Ευρώπη¹⁶. Οι επενδύσεις προέρχονται ολοένα και περισσότερο από υφιστάμενες επιχειρήσεις¹⁷. Κατά τα τελευταία έτη στον τραπεζικό τομέα αυξήθηκαν σημαντικά οι επενδύσεις που συνδυάζουν αειφορία και κοινωνική ευθύνη¹⁸. Σε επίπεδο ΕΕ η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤρΕ) δρομολόγησε το χρηματοδοτικό μηχανισμό για την κλιματική μεταβολή/CCFF.

Είναι όμως ανάγκη να γίνουν πολύ περισσότερα για να αντληθούν περιβαλλοντικά οφέλη στην απαιτούμενη κλίμακα

¹¹ *Solar Generation EPIA (2006) (ηλιακή ηλεκτροπαραγωγή, EPIA, 2006).*

¹² *Περιβάλλον, Καινοτομία, Απασχόληση. Γερμανικό Υπουργείο Περιβάλλοντος, 2006.*

¹³ *Ευρωπαϊκές επιχειρήσεις. Γεγονότα και αριθμοί, 2005.*

¹⁴ *Ανάλυση των οικοβιομηχανιών της ΕΕ, το δυναμικό τους για την απασχόληση και τις εξαγωγές. ECOTEC (2002).*

¹⁵ *Dow Jones Sustainability Indexes, Annual Review (2006).*

¹⁶ *European Cleantech Investment Report (2006).*

¹⁷ *Cleantech goes global, Environmental Finance (June 2006)*

¹⁸ *European SRI Study – 2006. European Social Investment Forum*

Όλες αυτές οι θετικές ενδείξεις έρχονται σε οξεία αντίθεση με τις ενδείξεις για την κατάσταση του περιβάλλοντος. Οι τελευταίες αυτές προκαλούν σοβαρές ανησυχίες και περιλαμβάνουν:

- απειλές κλιματικής μεταβολής, τα επίπεδα εκπομπών αερίων θερμοκηπίου καθώς και τις δυσκολίες επίτευξης των στόχων του Κιότο στην Ε.Ε¹⁹.
- αν και στην Ευρώπη η ποιότητα του ατμοσφαιρικού αέρα βελτιώνεται σταθερά²⁰, η ατμοσφαιρική ρύπανση είναι υπαίτια για την απώλεια 750.000 ετών ζωής ετησίως στην Ευρώπη²¹
- τα οικοσυστήματα υποβαθμίζονται με ρυθμούς μη διατηρήσιμους, λόγω υπερκατανάλωσης φυσικών πόρων²².

6.2.6 Πιεστική ανάγκη άμεσης και συστηματικής δράσης σε ευρεία κλίμακα

Για να αρχίσει να φαίνεται κάποια διαφορά όσον αφορά το περιβάλλον – σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα – απαιτείται χρήση περιβαλλοντικών τεχνολογιών με μεγαλύτερη ένταση και σε μεγαλύτερη έκταση ανά την Ε.Ε. και σε παγκόσμιο επίπεδο. Η οικοκαινοτομία πρέπει να καταστεί το κοινό στοιχείο της ευρωπαϊκής καινοτομίας και να αποτελεί απαιτούμενη προδιαγραφή σε ολόκληρη την οικονομία. *Δεν υπάρχει χρόνος για εφησυχασμό.*

¹⁹ Τάσεις και προβλέψεις για τις εκπομπές αερίων θερμοκηπίου στην Ευρώπη, 2006. ΕΟΠ (2006).

²⁰ LRTAP Convention Emission Inventory 1990-2004. ΕΟΠ (2006).

²¹ Health Aspects of Air Pollution, ΠΟΥ (2004).

²² COM(2006) 216 τελικό.

6.3 Η ΕΡΕΥΝΑ ΦΘΑΝΕΙ ΣΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ

6.3.1 Ανάπτυξη και εστίαση της έρευνας και επίδειξης

Από τη δρομολόγηση του προγράμματος ETAP και μετά διατέθηκαν περίπου 1,4 δισεκατομμύρια ευρώ για έργα περιβαλλοντικής τεχνολογίας στο πλαίσιο του 6^{ου} προγράμματος πλαίσιο. Με βάση το 7^ο πρόγραμμα πλαίσιο εκτιμάται ότι μέχρι 30% του προϋπολογιζόμενου ποσού των 32 δισεκατομμυρίων ευρώ θα διατεθεί για περιβαλλοντικές τεχνολογίες όπως: κυψέλες υδρογόνου και καυσίμου, καθαρές παραγωγικές διεργασίες, εναλλακτικές πηγές ενέργειας, δέσμευση CO₂, βιοκαύσιμα και βιοδιυλιστήρια, ενεργειακή απόδοση, τεχνολογίες πληροφοριών για αειφόρο οικονομική μεγέθυνση, καθαρές και αποδοτικές μεταφορές, υδατικές τεχνολογίες, διαχείριση εδάφους και αποβλήτων, περιβαλλοντικώς φιλικά υλικά.

6.3.2 Τεχνολογικά πλατύβαθρα

Έχουν ξεκινήσει περισσότερα από 30 τεχνολογικά πλατύβαθρα. Ορισμένα περιλαμβάνουν περιβαλλοντικές τεχνολογίες στο πλαίσιο ως μέρος των προγραμματικών τους σημείων²³. Ορισμένα πλατύβαθρα αποβλέπουν στην υλοποίηση μέρους των στόχων τους μέσω κοινών τεχνολογικών πρωτοβουλιών/JTI με δημιουργία εταιρικών συμπράξεων δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.

6.3.3 Επιβεβαίωση τεχνολογίας

Προχωρούν οι εργασίες σχετικά με κάποιο *Σύστημα Επιβεβαίωσης Περιβαλλοντικών Τεχνολογιών*. Αποδεικνύεται ότι η απουσία επιβεβαίωσης εξακολουθεί να αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα στην πρόσβαση σε νέες περιβαλλοντικές τεχνολογίες²⁴. Επί του παρόντος ορισμένα ερευνητικά έργα²⁵ καθορίζουν τη βάση κάποιου καθεστώτος στους τομείς της επεξεργασίας νερού, της αποκατάστασης εδαφών και της ατμοσφαιρικής ρύπανσης.

²³ cordis.europa.eu/technology-platforms.

²⁴ *Environmental Innovation - bridging the gap between environmental necessity and economic opportunity* (DTI 2006).

²⁵ www.promote-etv.org; www.est-testnet.net; www.eurodemo.info.

Μεταξύ των προβλεπόμενων παραδιδόμενων περιλαμβάνονται πρωτόκολλα δοκιμής των τεχνολογιών αυτών. Για τον προσδιορισμό των ενδεδειγμένων τομέων εφαρμογής βρίσκεται σε εξέλιξη έρευνα αγοράς²⁶. Με τη βοήθεια πειραματικού σχήματος στο πλαίσιο του προγράμματος LIFE θα δοκιμαστεί ένα σύστημα επιβεβαίωσης βασισμένο σε 10-15 τεχνολογίες.

Προς ένα Ευρωπαϊκό στρατηγικό σχέδιο ενεργειακής τεχνολογίας (SET-Plan)

Το πρόσφατα εγκριθέν στρατηγικό σχέδιο ενεργειακής τεχνολογίας²⁷ έχει στόχο τη μείωση κόστους της καθαρής ενέργειας και την ανάδειξη της βιομηχανίας της Ε.Ε. σε πρωτοπόρο στον ταχέως αναπτυσσόμενο τομέα των χαμηλών εκπομπών άνθρακα. Το σχέδιο προσδιορίζει τις τεχνολογίες για τις οποίες η Ε.Ε. πρέπει να κινητοποιήσει πόρους και να επιταχύνει την ανάπτυξη και την επέκταση.

6.4 ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΘΗΚΩΝ ΑΓΟΡΑΣ

6.4.1 Στόχοι επιδόσεων

Έχουν εκτελεστεί μελέτες για να καταρτιστεί στην Ε.Ε. στοχοδιάγραμμα επιδόσεων. Εδώ περιλαμβάνονται ανάλυση του ιαπωνικού προγράμματος Top - Runner²⁸, στόχοι επιδόσεων για διεργασίες²⁹ και πιλοτικό έργο για τις ακόλουθες ομάδες προϊόντων: τσιμέντο, παράθυρα, ελαστικά οχημάτων, επεξεργασία κόπρου και κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα. Με βάση την εργασία αυτή θα προσδιοριστούν με δημόσιο διάλογο οι βέλτιστες επιχειρησιακές παράμετροι για το στοχοδιάγραμμα, μεταξύ των οποίων ο ρόλος της οικοσήμανσης, της ενεργειακής σήμανσης³⁰ και η οροσήμανση προϊόντων.

²⁶ A market survey of companies on the potential of an EU wide verification system IPTS (προσεχώς).

²⁷ COM (2006) 847. COM (2007) 1 τελικό.

²⁸ Το πρόγραμμα Top Runner στην Ιαπωνία – η αποτελεσματικότητά του και η σημασία του για την ΕΕ. Σουηδικός οργανισμός προστασίας περιβάλλοντος (Νοέμβριος 2005).

²⁹ Στόχοι επιδόσεων σε παραγωγικές διεργασίες, IPTS (δεν έχει ακόμη δημοσιευθεί).

³⁰ Οδηγίες 92/75/ΕΚ και 2005/32/ΕΚ.

6.4.2 Κινητοποίηση χρηματοοικονομικών μέσων

Ο σημαντικότερες σήμερα πηγές χρηματοδότησης περιλαμβάνουν:

- Το πρόγραμμα "Ανταγωνιστικότητα και καινοτομία"/CIP

Για την προώθηση της οικοκαινοτομίας στο πλαίσιο του πυλώνα "Επιχειρηματικότητα και καινοτομία" έχουν διατεθεί 433 εκατομμύρια ευρώ.

Στα μέσα χρηματοδότησης, και ειδικότερα στο μηχανισμό **"Οικονομική μεγέθυνση και καινοτομία**, θα διατεθούν περίπου 228 εκατομμύρια ευρώ υπό τη διαχείριση του Ευρωπαϊκού Ταμείου Επενδύσεων/ΕΤαΕ που θα συνεπενδύσει χρήματα σε επιχειρηματικά κεφάλαια για την οικοκαινοτομία, με 205 εκατ. ευρώ για έργα και δίκτυα εμπορικής εφαρμογής. Για την ενεργειακή απόδοση και τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας θα διατεθούν 728 εκατομμύρια ευρώ.

- Την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων/ΕΤρΕ

Η ΕΤρΕ και η Επιτροπή αναπτύσσουν κοινό **χρηματοδοτικό μηχανισμό με καταμερισμό του κινδύνου/RSFF**. Στόχος είναι η βελτίωση της πρόσβασης στην χρηματοδότηση χρέους για έρευνα ιδιωτικού και δημόσιου τομέα με κατατομή υψηλού κινδύνου. 2 δισεκατομμύρια ευρώ θα διατεθούν για έργα που εμπίπτουν στα θέματα FP7 και ο μηχανισμός θα δώσει τη δυνατότητα στην Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων να χορηγήσει δάνεια ύψους μέχρι 10 δισεκατομμυρίων ευρώ.

- Την υποκινητική πολιτική συνοχής

Μέχρι τώρα το 21% των διαρθρωτικών ταμείων έχουν διατεθεί για την καινοτομία και η Επιτροπή κάλεσε τα κράτη μέλη να αυξήσουν το μερίδιο αυτό κατά τη νέα περίοδο προγραμματισμού. Στην πολιτική συνοχής (2007-13) η οικοκαινοτομία, οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, η ενεργειακή απόδοση και οι καθαρές αστικές μεταφορές αποτελούν προτεραιότητες. Οι στρατηγικές κατευθυντήριες γραμμές της Κοινότητας για τη συνοχή υπογραμμίζουν εμφαντικά ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να επενδύσουν στην οικοκαινοτομία για να ενισχύσουν τη θέση τους μελλοντικά³¹.

- Το πρόγραμμα LIFE

³¹

Κανονισμός αριθ. 1083/2006 του Συμβουλίου, απόφαση αριθ. 2006/702/ΕΚ του Συμβουλίου.

Το πρόγραμμα LIFE για το περιβάλλον έχει συγχρηματοδοτήσει περίπου 2.750 καινοτομικά πιλοτικά επιδεικτικά έργα από το 1992 με συνολική επένδυση άνω των 2,6 δισεκατομμυρίων ευρώ. Περίπου τα δύο τρίτα των επενδύσεων υποστήριξαν έργα προώθησης περιβαλλοντικών τεχνολογιών³².

6.4.3 Αγοροπαγή μέτρα

Πρόσφατα η Επιτροπή εξέδωσε Πράσινη Βίβλο σχετικά με αγορακεντρικά μέσα³³. Εκεί εξετάζονται μέσα οικονομικά αποδοτικά (όπως φόροι για την ενέργεια, τις μεταφορές και άλλες πηγές ρύπων καθώς και ευρύτερη χρήση καθεστώτων εμπορίας εκπομπών) που θα ήταν δυνατό να χρησιμοποιηθούν στο πλαίσιο κινήτρων ρυθμιστικού και οικονομικού χαρακτήρα. Η βίβλος έχει στόχο την τόνωση συζήτησης σχετικά με τη χρήση των μέσων αυτών σε κοινοτικό και εθνικό επίπεδο.

6.4.4 Επανεξέταση των κρατικών ενισχύσεων

Το κοινοτικό πλαίσιο για κρατικές ενισχύσεις στην έρευνα, την ανάπτυξη και την καινοτομία έχει εγκριθεί. Εκεί ορίζονται οι προϋποθέσεις υπό τις οποίες τα κράτη μέλη είναι δυνατόν να παρέχουν κρατικές ενισχύσεις για την έρευνα, την ανάπτυξη και την καινοτομία. Το πλαίσιο περιλαμβάνει ειδική μνεία για την οικοκαινοτομία³⁴. Επίσης έχουν εγκριθεί κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με κρατικές ενισχύσεις για την υποστήριξη της χρηματοδότησης ΜΜΕ με επιχειρηματικό κεφάλαιο. Επιπλέον, βρίσκεται σε εξέλιξη η επανεξέταση των κατευθυντήριων γραμμών σχετικά με τις κρατικές ενισχύσεις για το περιβάλλον. Εδώ θα περιληφθούν όροι για ενισχύσεις σε επιχειρήσεις που σκοπεύουν να επενδύσουν σε περιβαλλοντικές τεχνολογίες.

³²

ec.europa.eu/environment/life.

³³

(COM²⁰⁰⁷) 140 τελικό

³⁴

ec.europa.eu/comm/competition/state_aid/reform/rdi_en.pdf.

6.4.5 Οικολογικές προμήθειες

Ορισμένα κράτη μέλη έχουν αρχίσει να εφαρμόζουν σχέδια δράσης για οικολογικές κρατικές προμήθειες ενώ άλλα προχωρούν προς την κατεύθυνση αυτή. Το εγχειρίδιο της Επιτροπής σχετικά με τις οικολογικές προμήθειες έχει ευρέως διανεμηθεί σε όλες τις γλώσσες της Ε.Ε. Σε νέο ιστότοπο περιγράφονται η ορθή πρακτική καθώς και εθνικές στρατηγικές για οικολογικές προμήθειες. Στο στάδιο της εκπόνησης βρίσκεται ιστοπαγές εργαλείο που θα χρησιμεύσει ως οδηγός με νομικές και οικονομικές συμβουλές προς το προσωπικό προμηθειών³⁵.

6.5 ΔΡΑΣΗ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΛΙΜΑΚΑ

6.5.1 Ευκαιρίες χρηματοδότησης παγκοσμίως

Το θεματικό πρόγραμμα της Ε.Ε. για το περιβάλλον και την αειφόρο διαχείριση φυσικών πόρων/ENRTP³⁶ καλύπτει τη συμμόρφωση προς τα περιβαλλοντικά πρότυπα, την αειφόρο κατανάλωση και παραγωγή ενώ μπορεί να προωθήσει περιβαλλοντικές τεχνολογίες. Το παγκόσμιο ταμείο ενεργειακής απόδοσης και ανανεώσιμων πηγών ενέργειας/GEEREF³⁷ θα παρέχει αρχικό κεφάλαιο για έργα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας σε διάφορες περιφέρειες. Επί του παρόντος η ΕΤρΕ και η Επιτροπή εξετάζουν τον τρόπο συνεργασίας τους για το πρόγραμμα. Ο Χρηματοδοτικός μηχανισμός για την κλιματική μεταβολή/CCFF της ΕΤρΕ θα δώσει επίσης τη δυνατότητα για κάποια χρηματοδότηση έργων παγκοσμίως.

6.5.2 Επενδύσεις και εμπόριο με αίσθηση ευθύνης

Στο πλαίσιο των διαπραγματεύσεων του ΠΟΪ για την ελευθέρωση των πολυμερών εμπορικών συναλλαγών (γύρος Ντόχα) η Επιτροπή βρέθηκε στην πρωτοπορία σχετικά με τη μείωση ή τον περιορισμό των δασμών καθώς και την κατάργηση εμποδίων μη δασμολογικού

³⁵ Βλ. <http://ec.europa.eu/environment/gpp>.

³⁶ ec.europa.eu/development/body/theme/environment/ENRTP.htm.

³⁷ COM(2006) 583.

χαρακτήρα στις εμπορικές συναλλαγές περιβαλλοντικών προϊόντων, τεχνολογιών και υπηρεσιών. Επίσης εξετάζει τις προοπτικές για την ταχεία εισαγωγή των θεμάτων αυτών στις περιφερειακές συμφωνίες ελευθέρων συναλλαγών για τις οποίες θα πραγματοποιηθούν διαπραγματεύσεις κατά τα επόμενα έτη με ορισμένους από τους κύριους εμπορικούς της εταίρους, ιδιαιτέρως στην Ασία.

6.5.3 Συντονισμός

6.5.3.1 Συμμετοχική χρήση υποσχόμενων πρακτικών: οι εθνικοί χάρτες πορείας για το πρόγραμμα ETAP

Είκοσι ένα κράτη μέλη και η Νορβηγία συμπλήρωσαν χάρτες πορείας για την εφαρμογή του προγράμματος ETAP. Οι χάρτες, στους οποίους η πρόσβαση είναι ελεύθερη, αντιπροσωπεύουν σημαντικό όγκο γνώσης σχετικά με τα προγράμματα, τα συστήματα και τα παραδείγματα υποσχόμενων πρακτικών σε κράτη μέλη³⁸. Ανάλυση των χαρτών πορείας δείχνει ότι σε κάποια κράτη μέλη έχουν τεθεί σε εφαρμογή υποσχόμενα συστήματα και παρουσιάζεται ευκαιρία οικοδόμησης πάνω σε αυτά και άντλησης συμπερασμάτων σε ολόκληρη την ΕΕ (βλ. Παράρτημα). Στα παραδείγματα περιλαμβάνονται:

- Το γερμανικό σύστημα τιμολόγησης ηλεκτρικής ενέργειας για τις επιχειρήσεις διανομής, το οποίο υπήρξε μέσον καθοριστικό όσον αφορά την προώθηση της χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας – ορισμένα κράτη μέλη έχουν υιοθετήσει ανάλογα συστήματα.
- Εθνικό νομοθετικό μέτρο στην Ιταλία, το οποίο απαιτεί τουλάχιστο το 30% των αγαθών που αγοράζονται από δημόσιες αρχές να προέρχονται από ανακύκλωση.
- Οι εθνικές και περιφερειακές πολιτικές στην Ισπανία, οι οποίες έχουν δώσει ώθηση στην επέκταση της ηλιακής ενέργειας με διάφορα συντονισμένα μέτρα.
- Το εθνικό πρόγραμμα του ΗΒ "National Industrial Symbiosis Programme" (Εθνικό βιομηχανικό πρόγραμμα συμβίωσης), το οποίο έχει στόχο

³⁸

ec.europa.eu/environment/etap/roadmaps_en.htm.

την εξοικονόμηση ενός εκατομμυρίου τόνων απορριμμάτων σε κάθε περιφέρεια ετησίως, με σύστημα μεσιτείας για επιχειρήσεις.

· Σειρά οικονομικών μέτρων για την προώθηση της οικοκαινοτομίας, π.χ. όπως εκείνα των Κάτω Χωρών, της Δανίας, της Φινλανδίας και της Σουηδίας.

6.5.3.2 Συμμετοχή συμφεροντούχων: το φόρουμ για την οικοκαινοτομία

Το φόρουμ για την οικοκαινοτομία προβλέπει πλατύβαθρο όπου οι συμφεροντούχοι είναι δυνατόν να συνέρχονται, να δικτυώνονται και να προτείνουν μελλοντικές ενέργειες. Η πρώτη συνάντηση του φόρουμ έλαβε χώρα στο Poznan, στην Πολωνία. Το θέμα του πρώτου φόρουμ ήταν “Χρηματοδότηση της οικοκαινοτομίας”. Το φόρουμ θα πραγματοποιείται δύο φορές το χρόνο για σχετικά θέματα³⁹

6.6 ΘΕΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

6.6.1 Αύξηση διάδοσης – Αύξηση ζήτησης

Για να αρχίσει να γίνεται εμφανής η διαφορά στην απαιτούμενη κλίμακα, η οικοκαινοτομία πρέπει να αποκτήσει διεισδυτικότητα σε όλες τις επιχειρήσεις και στη βιομηχανία. Για να προκύψουν σημαντικά οφέλη, ο βαθμός στον οποίο οι περιβαλλοντικές τεχνολογίες εξαπλώνονται και εισάγονται πρέπει να αυξηθεί σημαντικά. Με την εισαγωγή περιβαλλοντικών τεχνολογιών οι οποίες ήδη υπάρχουν στην αγορά είναι δυνατόν να αντληθούν μεγάλα περιβαλλοντικά οφέλη αλλά το πρόβλημα είναι ότι πολλές από τις τεχνολογίες αυτές παραμένουν σε μικρές εξειδικευμένες αγορές. Ένα παράδειγμα αποτελεί ο ενεργειακά αποδοτικός λαμπτήρας, ο οποίος μέχρι τώρα καλύπτει ποσοστό μικρότερο του 3% της ευρωπαϊκής αγοράς λαμπτήρων⁴⁰. *Για την ενθάρρυνση της διάδοσης και την*

³⁹ ec.europa.eu/environment/etap/forum_en.htm.

⁴⁰ *Οικιακή κατανάλωση για φωτισμό και δυνατότητες εξοικονόμησης στη διεθρυμένη ΕΕ, ΚΚΕρ (2006).*

εισαγωγή οικοκαινοτομιών σε ευρεία κλίμακα πρέπει να τεθούν σε ενέργεια νέες κινητήριες δυνάμεις.

Στην έκθεση Aho σχετικά με τη δημιουργία μιας Ευρώπης της καινοτομίας⁴¹, στην πρόσφατη ανακοίνωση για την καινοτομία⁴² και αλλού⁴³, ενθαρρύνεται η “*ωθούμενη από τη ζήτηση*” προώθηση της καινοτομίας. Ως τονωτικό μέσο για τη ζήτηση είναι δυνατό να χρησιμεύσουν οι “*πρωτοπóρες αγορές*”^{44 45}. Η ανάλυση των εθνικών χαρτών πορείας για το πρόγραμμα ETAP (βλ. Παράρτημα) δείχνει ότι σε όλα σχεδόν τα κράτη μέλη εκτελούνται συστηματικά δραστηριότητες E&A για τις περιβαλλοντικές τεχνολογίες – όμως πολιτικές για την αύξηση της ζήτησης εξακολουθούν να εφαρμόζονται πολύ λιγότερο συστηματικά.

Είναι αναγκαία η συστηματική και συντονισμένη δραστηριότητα στην πλευρά της ζήτησης. Πρέπει να ενταθούν όλα τα μέσα όπως οι οικολογικές δημόσιες προμήθειες, μέσα βασιζόμενα στην αγορά, η χρηματοδότηση επιχειρήσεων για τη μετάβαση προς οικολογικές τεχνολογίες, η ευαισθητοποίηση επιχειρήσεων και καταναλωτών. Οι ενέργειες αυτές είναι δυνατό να αυξήσουν τη ζήτηση τόσο σε ευρωπαϊκό επίπεδο όσο και σε επίπεδο κρατών μελών και να συμβάλουν σε γενικότερη κίνηση ώστε περιβαλλοντικές τεχνολογίες και προϊόντα να αποτελέσουν την επικρατούσα τάση.

Η Επιτροπή και τα κράτη μέλη πρέπει να επιδιώξουν ενεργά και να εντείνουν όσες δράσεις του προγράμματος ETAP αυξάνουν περαιτέρω τη ζήτηση κατά τρόπο συστηματικό και συντονισμένο⁴⁶.

6.6.2 Επέκταση των οικολογικών προμηθειών

Από τη φύση τους οι προμήθειες του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα διαφέρουν εντελώς – αλλά και οι δύο είναι δυνατόν να ανοίξουν το δρόμο για τις καταναλωτικές συμπεριφορές και πρότυπα.

⁴¹ *Δημιουργία Ευρώπης της καινοτομίας.* Ευρωπαϊκή Επιτροπή, EUR22005 (2006).

⁴² COM(2006) 502 τελικό.

⁴³ A Will to Compete: a competitive, clean and clever Europe (2006).

⁴⁴ Έκθεση για την ευρωπαϊκή ανταγωνιστικότητα. SEC(2006) 1467/2.

⁴⁵ Συμβούλιο για την ανταγωνιστικότητα, 15717/06, Δεκέμβριος 2006.

⁴⁶ Είναι δυνατή η ανάληψη περαιτέρω δράσεων με βάση τα συμπεράσματα της Πράσινης Βίβλου για μέσα βασιζόμενα στην αγορά.

- Οι προμήθειες του δημόσιου τομέα ανέρχονται στο 16% περίπου του ΑΕΠ της Ε.Ε. Έχει συντελεστεί σημαντικό έργο και απαιτείται πλέον να αρχίσει η πρακτική εφαρμογή σε ολόκληρη την Ευρώπη.

- Οι προμήθειες του ιδιωτικού τομέα είναι επίσης σημαντικές, αν και δεν διέπονται από περιεκτικό σύνολο κανόνων. Οι μεγάλες επιχειρήσεις επηρεάζουν και διαμορφώνουν τη ζήτηση στις αλυσίδες προμηθευτών τους.

- **Δράση:** Οικοδόμηση επί του έργου που έχει ήδη συντελεστεί και επιτάχυνση των οικολογικών δημόσιων προμηθειών. Διάδοση υποδείγματος προδιαγραφών για διαγωνισμούς. Εκπόνηση ανακοίνωσης για τις δημόσιες προμήθειες (2007), καθορισμός (προαιρετικών) στόχων, κατευθύνσεις για δείκτες και συγκριτικές αξιολογήσεις.

- **Δράση:** ΕΚ, κράτη μέλη και συμφεροντούχοι αναπτύσσουν στρατηγικές για προμήθειες του δημόσιου τομέα.

6.6.3 Κινητοποίηση μεγαλύτερου όγκου χρηματοοικονομικών επενδύσεων

Ο χρηματοοικονομικός τομέας (τράπεζες, ασφαλιστικές επιχειρήσεις, ταμεία συντάξεων επενδυτές) είναι δυνατόν να παίξει ευρύτερο ρόλο, ωθώντας επιχειρήσεις και βιομηχανία στην εισαγωγή περιβαλλοντικών τεχνολογιών. Η εστίαση της πολιτικής για τη συνοχή στην οικοκαινοτομία, οι πρωτοβουλίες της ΕΤεΕ και του ΕΤαΠ καθώς και η καθιέρωση του CIP αποτελούν βήματα προς την κατεύθυνση αυτή. Είναι δυνατόν να ενισχυθούν ενέργειες που έχουν στόχο την ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών και την εμπλοκή μεγάλων χρηματοοικονομικών οργανισμών σε ολόκληρη την Ευρώπη και διεθνώς.

- **Δράση:** Χρήση χρηματοοικονομικών μέσων της Ε.Ε. Χρησιμοποίηση κοινοτικών χρηματοοικονομικών πόρων με σκοπό την ώθηση για περαιτέρω αναλήψεις χρηματοοικονομικών υποχρεώσεων. Σύγκληση μεγάλων χρηματοοικονομικών οργανισμών. Ενθάρρυνση κατευθυντηρίων γραμμών και στόχων για χρηματοοικονομικές επενδύσεις στην οικοκαινοτομία.

6.6.4 Καθιέρωση συστημάτων επιβεβαίωσης τεχνολογίας και στόχων επιδόσεων

Είναι δυνατόν να καθοριστούν μέσω προτύπων επίπεδα επιδόσεων και να δημιουργηθεί στην αγορά αίσθημα ασφαλείας. Τα συστήματα επιβεβαίωσης παρέχουν στην αγορά αξιόπιστα μέτρα περιβαλλοντικής επίδοσης. Ο καθορισμός στόχων επιδόσεων για ομάδες προϊόντων είναι δυνατόν να στραφεί προς βελτιωμένες περιβαλλοντικές επιδόσεις. Είναι δυνατή η επίτευξη οικονομιών κλίμακας εάν τα συστήματα στόχων επιδόσεων δώσουν ώθηση σε προϊόντα κάποιου τομέα. Ήδη εξετάζονται οι διασυνδέσεις μεταξύ του καθεστώτος στόχων επιδόσεων και της οικοσήμανσης. Παρουσιάζεται η ευκαιρία να αναβαθμιστούν τα ισχύοντα κριτήρια επισήμανσης προϊόντων και υπηρεσιών (οικοσήμανση, ενεργειακή σήμανση προγράμματα Energy Star) και να ευθυγραμμιστούν προς τις διεθνείς εξελίξεις για ανάλογα συστήματα.

- **Δράση:** Ολοκλήρωση μελετών για τον καθορισμό στόχων τόσο ως προς την επιβεβαίωση τεχνολογιών όσο και τις επιδόσεις. Διεξαγωγή και ολοκλήρωση πιλοτικών προγραμμάτων. Αναζήτηση διασυνδέσεων με το σύστημα οικοσήμανσης. Εκπόνηση νομοθετικών προτάσεων για την επιβεβαίωση περιβαλλοντικών τεχνολογιών (2008) και ανακοίνωση με αντικείμενο συστήματα στόχων επιδόσεων (2008). Αναθεώρηση και αναβάθμιση των ισχυόντων συστημάτων επισήμανσης. Ευθυγράμμιση προς διεθνή συστήματα.

6.6.5 Οικοδόμηση με βάση υποσχόμενες πρακτικές κρατών μελών

Από τους εθνικούς χάρτες πορείας για το πρόγραμμα ETAP είναι σαφές ότι εφαρμόζονται κάποιες υποσχόμενες πολιτικές για την προώθηση της οικοκαινοτομίας. Δίδεται σημαντική ευκαιρία να αντληθούν γνώσεις και να υπάρξει ανάπτυξη με βάση τα συστήματα αυτά, ιδίως εκείνα με τα οποία αυξάνεται η ζήτηση. Κάποιος τρόπος *προάσπισης των πολιτικών οικοκαινοτομίας* θα μπορούσε να αποτελέσει ορόσημο και να συμβάλει στη διάδοση των αποτελεσματικότερων εθνικών συστημάτων. Με τον τρόπο αυτό τα κράτη μέλη θα ήταν δυνατό να αντλήσουν διδάγματα από ανάλογες πολιτικές, να προσαρμοστούν προς αυτές και να τις εφαρμόσουν ώστε να προκύψει πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα σε ολόκληρη την Ευρώπη.

- **Δράση:** Το έτος 2007 καθορισμός αρχικής φάσης κατά την οποία τα κράτη μέλη προτείνουν συστήματα βέλτιστης πρακτικής και ανταλλάσσουν

εμπειρίες. Ανάπτυξη κανόνων για την εφαρμογή πλήρους συστήματος το έτος 2008.

6.6.6 Εστίαση σε τομείς με υψηλά κέρδη

Βραχυπρόθεσμα είναι δυνατή η επίτευξη υψηλών κερδών με εστίαση σε τομείς όπου μπορούν ταχέως να σημειωθούν υψηλές περιβαλλοντικές επιδόσεις (στρατηγική “του καρπού που κρέμεται χαμηλά”). Εδώ περιλαμβάνεται η εστίαση σε τομείς στους οποίους οι οικοκαινοτομίες, οι περιβαλλοντικές τεχνολογίες, τα βελτιωμένα προϊόντα, διεργασίες και υπηρεσίες μπορούν να αποφέρουν υψηλά περιβαλλοντικά οφέλη. Στους τομείς αυτούς περιλαμβάνονται:

- Κτίρια
- Τα τρόφιμα και ποτά
- Οι ιδιωτικές μεταφορές
- Οι βιομηχανίες ανακύκλωσης και επεξεργασίας υγρών αποβλήτων

Μελέτες δείχνουν ότι οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις προϊόντων είναι υψηλότερες στους τρεις πρώτους τομείς⁴⁷. Άλλες μελέτες δείχνουν ότι και αυτοί οι τομείς προσφέρουν δυνατότητες αειφόρου οικονομικής μεγέθυνσης⁴⁸. Π.χ. η αειφόρος κατασκευή αποτελεί το αντικείμενο κοινής πρωτοβουλίας κρατών μελών⁴⁹.

Τα μέσα για διάθεση κονδυλίων έρευνας, οικολογικές προμήθειες, πρότυπα επιδόσεων, χρηματοδότηση, υποσχόμενες εθνικές πρακτικές και βελτιστοποίηση κανονιστικών όρων θα ήταν δυνατόν να εφαρμοστούν για την προώθηση της οικοκαινοτομίας σε αυτούς τους τομείς. Επίσης παρουσιάζεται η ευκαιρία να επηρεάσουν οι προσεγγίσεις αυτές τη διαμόρφωση *πρωτοπόρων αγορών* όπως προβλέπει η ανακοίνωση της Επιτροπής για την καινοτομία όπου είναι δυνατόν να παίζει ρόλο η οικοκαινοτομία.

⁴⁷ Περιβαλλοντικές επιπτώσεις προϊόντων EIPRO και μέριμνα IMPRO σχετικά με τρόπους μείωσης των επιπτώσεων αυτών. Οι μελέτες βασίζονται σε ανάλυση του κύκλου ζωής π.χ. τα «Κτίρια» περιλαμβάνουν τις νέες κατασκευές, τη συντήρηση, τις επιδορθώσεις και την κατεδάφιση. Εν προκειμένω ο όρος «Κτίρια» χρησιμοποιείται αντί του όρου «Στέγαση». Εδώ περιλαμβάνεται ο εξοπλισμός με έπιπλα, με οικιακές συσκευές και με ενεργειακές συσκευές για σκοπούς όπως η θέρμανση δωματίων και νερού.

⁴⁸ www.popa-ctda.net; www.ectp.org.

⁴⁹ www.ukswedensustainability.org.

- **Δράση:** Έναρξη το έτος 2007, προσδιορισμός των νευραλγικών τομέων όπου η τεχνολογία και τα προϊόντα της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα μπορούσαν να πρωταγωνιστήσουν παγκοσμίως, αποδίδοντας υψηλά περιβαλλοντικά και οικονομικά οφέλη.

6.6.7 Μέτρα στήριξης

Επιπλέον προς τις πέντε δράσεις για την αύξηση της ζήτησης, απαιτείται έργο στήριξης γενικότερου χαρακτήρα.

Εξασφάλιση στρατηγικού χαρακτήρα πηγής γνώσης σχετικά με την οικολογική καινοτομία

Υπάρχει πραγματική ανάγκη για αξιόπιστη ανάλυση των τάσεων στον τομέα της οικοκαινοτομίας. Η σύγκλιση επίκαιρης *στρατηγικής γνώσης* για ευρωπαϊκούς δημόσιους οργανισμούς, συναφείς επιχειρήσεις και χρηματοδότες μπορεί να συμβάλει περαιτέρω σε οικονομική μεγέθυνση και επενδύσεις⁵⁰. Οι υπηρεσίες της Επιτροπής αναλύουν τον τρόπο με τον οποίο θα μπορούσαν να συλλέγουν, συνθέτουν και να μοιράζονται αποτελεσματικά ανάλογες γνώσεις, ιδίως μάλιστα τη σκοπιμότητα δημιουργίας ενός «δικτυωμένου παρατηρητηρίου» για την οικολογική καινοτομία που θα μπορούσε να βασιστεί σε σειρά ήδη υφιστάμενων έργων και δικτύων και στο οποίο θα ήταν δυνατό να συμμετάσχουν και ορισμένα από τα κυριότερα ινστιτούτα παρατήρησης σε ολόκληρη την Ευρώπη.

- **Δράση:** Η εξασφάλιση ουσιαστικού και στρατηγικού χαρακτήρα πόρου γνώσεων για την οικολογική καινοτομία που θα μπορούσε να παρέχει στατιστικά δεδομένα, πληροφορίες σχετικά με τις αναδυόμενες τάσεις και πληροφορίες για επιχειρηματικές ευκαιρίες παγκοσμίως.

Προώθηση της ευαισθητοποίησης και της ενεργού συμμετοχής.

Σημαντική παράμετρος της ευαισθητοποίησης είναι η προώθηση της ενεργού συμμετοχής καταναλωτών και επιχειρήσεων. Η δημιουργία ευρωπαϊκού φόρουμ για την οικοκαινοτομία αποτελεί απλώς μικρό βήμα προς την κατεύθυνση αυτή. Παρόμοιες δραστηριότητες θα ήταν δυνατό να εκτελεστούν σε περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.

⁵⁰ Ανάλογη υπηρεσία παρέχει το παρατηρητήριο ICT: www.eito.com.

- **Δράση:** Καθορισμός ενεργειών με κράτη μέλη στο πλαίσιο του προγράμματος LIFE. Επέκταση της επικοινωνίας σε επίπεδο ΕΚ. Συνέχιση της λειτουργίας του ευρωπαϊκού φόρουμ και διεύρυνση της συμμετοχής. Προώθηση της οικοκαινοτομίας διεθνώς.

Εντατική έρευνα

Τα αποτελέσματα μπορούν να βελτιστοποιηθούν με περαιτέρω διοχέτευση και ένταση της έρευνας στο πλαίσιο του 7^{ου} προγράμματος πλαίσιο, με συνεργίες μεταξύ θεμάτων έρευνας, τεχνολογικά πλατύβαθρα, αναδυόμενες πρωτοπόρες αγορές και κανονιστικές ρυθμίσεις. Η έρευνα με αντικείμενο τη μεθοδολογία εκτίμησης τεχνολογίας μπορεί επίσης να συμβάλει στη βελτίωση μελλοντικών συστημάτων επιβεβαίωσης και τυποποίησης. Παρέχεται η ευκαιρία προώθησης περαιτέρω ερευνών στις περιβαλλοντικές τεχνολογίες σε διεθνές επίπεδο.

- **Δράση:** Διοχέτευση των μελλοντικών θεμάτων έρευνας (2007-13) με βάση προτεραιότητες του προγράμματος ΕΤΑΡ και μελλοντικές πρωτοπόρες αγορές όπου η οικοκαινοτομία παίζει ρόλο.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΠΕΔΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ – ΤΟ «ΠΡΑΣΙΝΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»

7.1 ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Η νέα επιχειρηματικότητα αναπτύσσεται πρωταρχικά στην παραγωγή νέων καταναλωτικών προϊόντων και αυτό είναι άσχετο σε πρώτη προσέγγιση από τους περιβαλλοντικούς όρους και τις δεσμεύσεις που αφορούν αυτά τα προϊόντα και την διαδικασία παραγωγής τους.

1) Τα νέα αυτά καταναλωτικά προϊόντα, ανταποκρίνονται στη νέα ζήτηση, νέες ανάγκες που πολλές φορές μπορεί να είναι και αντίθετη με τις περιβαλλοντικές επιταγές.

2) Παράλληλα όμως αυτοτελώς, και αυτό είναι το δεύτερο πεδίο, απαιτούνται προϊόντα μειωμένης περιβαλλοντικής επιβάρυνσης όποιο και αν είναι το προϊόν που παράγεται πρέπει να παράγεται όσο το δυνατόν μικρότερη περιβαλλοντική επιβάρυνση, με μικρότερο περιβαλλοντικό και κοινωνικό κόστος.

3) Το τρίτο πεδίο συνδέεται με προϊόντα και υπηρεσίες με ευελιξία απέναντι στις ιδιαιτερότητες των καταναλωτών. Οι ιδιαιτερότητες, όπως για παράδειγμα στον τομέα της διατροφής, προσδιορίζονται από εξετάσεις δυσανεξίας, αλλεργίας, κτλ. και φυσικά τέτοιες ιδιαιτερότητες μπορούν να είναι ατομικές και μαζικές.

4) Το τέταρτο πεδίο είναι στην κατεύθυνση του εντοπισμού και της ανάδειξης των ιδιαιτεροτήτων, των υπηρεσιών εντοπισμού και ανάδειξης των ιδιαιτεροτήτων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το παράδειγμα στην διατροφή με τα ερευνητικά κέντρα ή επίσης με τα κέντρα τα διαγνωστικά για τα ζητήματα της τροφικής ιδιαιτερότητας του καταναλωτή.

5) Το πέμπτο πεδίο νέας επιχειρηματικότητας είναι στην κατεύθυνση των συνολικών και ολοκληρωμένων περιβαλλοντικών και λοιπών παρεμβάσεων, το οποίο βέβαια λειτουργεί σαν πεδίο μικρής και μεγάλης κλίμακας. Στη μεγάλη του κλίμακα οπωσδήποτε είναι κυρίως πεδίο επιχειρηματικότητας του δημόσιου τομέα.

7.1.1 Φορείς νέας επιχειρηματικότητας

1. Πρώτος εδώ είναι ο δημόσιος τομέας καθώς είναι ένας φορέας που συνδέεται τόσο με δράσεις μεγάλης κλίμακας όσο και με την επιχειρηματικότητα που συνδέεται με την έρευνα καθώς αναγκαστικά σε κάποιους τομείς είναι πρωτοστάτης. Επίσης είναι παράγοντας που συνδέεται με τις συνολικές ρυθμίσεις κ.ο.κ.

2. Επόμενος φορέας είναι η αυτοδιοίκηση που εμφανίζει αναλογίες με τον δημόσιο τομέα αλλά είναι κατά βάση κοινωνικού χαρακτήρα φορέας.

3. Τρίτος φορέας της νέας επιχειρηματικότητας είναι οι θεσμικοί και κοινωνικοί φορείς όπως τα επιμελητήρια, συνεταιριστικές ενώσεις κτλ.

4. Τέταρτος φορέας είναι οι εθελοντικοί κοινωνικοί φορείς, οι ΜΚΟ, οι εθελοντικές οργανώσεις ή σύλλογοι και

5. Τέλος ένας καθοριστικός φορέας με την πιο μεγάλη άμεση κινητικότητα είναι ο ιδιωτικός τομέας ο κόσμος των επιχειρήσεων, ο οποίος όμως εμφανίζει ανταπόκριση όταν προβλέπονται άμεσα κέρδη και γρήγορες αποσβέσεις του επενδυτικού κόστους.

Σε όλη την διαδικασία προσέγγισης αυτής της νέας επιχειρηματικότητας σε συνάρτηση με το περιβάλλον, την ποιότητα της ζωής και τον πολιτισμό, σημαντικό ρόλο παίζουν τα συστήματα ποιότητας και τα εργαλεία, οι μεθοδολογίες που αναπτύσσονται που οπωσδήποτε διαμορφώνουν σαν αναγκαία νέα ζητούμενα και αναδεικνύουν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Οι σύμβουλοι ποιότητας, οι εταιρείες συμβούλων ποιότητας, είναι ένας ανερχόμενος κλάδος όπως φυσικά είναι ένας ανερχόμενος κλάδος ο κλάδος των συμβούλων για την κοινωνική και περιβαλλοντική ολοκλήρωση των επενδύσεων και των επιχειρηματικών σχεδίων. Δεδομένου μάλιστα ότι πολλές επιχειρήσεις αναζητούν χρηματοδοτήσεις ευρωπαϊκές και εθνικές, εδώ συμπεριλαμβάνονται κριτήρια κοινωνικά και περιβαλλοντικά τα οποία με την πάροδο του χρόνου αυξάνουν.

7.1.2 Παραδείγματα

Θα έρθουμε τώρα στην μελέτη ενός παραδείγματος για να δούμε πόσο καταλυτική είναι η εξέλιξη των πραγμάτων για την δημιουργία νέας επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο του

περιβάλλοντος, της ποιότητας ζωής, της υγείας και του πολιτισμού. Το παράδειγμα που έχουμε διαλέξει, κινείται στον τομέα της διατροφής και εδώ έχουμε επτά βασικούς άξονες πάνω στους οποίους μπορούμε να κινηθούμε για να εκτιμήσουμε τις επιπτώσεις.

1) Ο πρώτος άξονας είναι η ιδιοτυπική σχέση του ανθρώπου με την διατροφή και εδώ εννοούμε οπωσδήποτε το γούστο και τις πολιτισμικές επιλογές αλλά εδώ δίνουμε προτεραιότητα σε υγειονομικούς συντελεστές, στις δυσανεξίες και στις αλλεργίες, που προσεγγίζονται με τρόπο ολοκληρωμένο από την επιστημονική εξέταση και διάγνωση και που μπορούν να αποβούν καταλυτικοί παράγοντες αλλαγών των διατροφικών συνηθειών.

2) Πέρα όμως και από την ιδιοτυπική σχέση μας με την διατροφή, ερχόμαστε στον τομέα της γενικής υγιεινής θεώρησης ασφάλειας τροφίμων, της ανάγκης της ασφάλειας των τροφίμων. Εδώ περνάμε σε ζητήματα που συνδέονται, π.χ με τους όρους παραγωγής, αποθήκευσης, επεξεργασίας προϊόντων, όπως για παράδειγμα με στόχο να αποφύγουμε την ύπαρξη επικινδύνων χημικών ουσιών, ή φυσικών και τεχνητών βιοχημικών ρυπαντών όπως για παράδειγμα στην μία περίπτωση οι φυτοπροστατευτικές ουσίες ή στην άλλη περίπτωση οι αφλατοξίνες.

Η ασφάλεια των τροφίμων αναδεικνύεται σαν ένας καθοριστικός ρυθμιστής που επιβάλλει εσωτερικές αλλαγές στην αλυσίδα παραγωγής και που απαιτεί ειδικούς επιχειρηματικούς συμβούλους, εξωτερικούς ή εσωτερικούς. Οι διατροφικές κρίσεις, τα γενετικά τροποποιημένα και άλλα κρίσιμα θέματα διαμορφώνουν ένα νέο τοπίο αγοράς.

3) Όμως το καταναλωτικό κοινό δεν απαιτεί μόνο ασφαλή τρόφιμα, αλλά και τρόφιμα με ποιότητα, ποιότητα που αναφέρεται στην χημική ανάλυση των τροφών. Η ποιότητα των τροφίμων βέβαια συμπεριλαμβάνει και την συσκευασία στη σχέση που υπάρχει μεταξύ του καταναλωτή και του προϊόντος.

Σε αυτή την κατεύθυνση αναπτύσσονται συστήματα τα οποία οπωσδήποτε είναι δεσμευτικά και για τα ζητήματα ασφάλειας τροφίμων. Όπως τα ζητήματα ασφάλειας τροφίμων έτσι και τα ζητήματα ποιότητας έχουν πολλές κλίμακες, πλην όμως τα ζητήματα ποιότητας έχουν κυρίως μια εθελοντική επιχειρηματική διαβάθμιση και συνδέονται με την ευκολία διαμόρφωσης μιας νέας τιμής αλλά και μιας σχέσης εμπιστοσύνης που διευρύνει το μερίδιο της αγοράς μεταξύ του παραγωγού και του καταναλωτή, στη σχέση παραγωγού – καταναλωτή.

4) Ένας τέταρτος παράγοντας συνδέεται με την υγιεινή διατροφή που δεν αναφέρεται μόνο στην ποιότητα του τροφίμου, αλλά κυρίως αναφέρεται στην επιλογή τροφίμων από τον

καταναλωτή τα οποία έχουν για παράδειγμα μειωμένα λιπαρά ή έχουν παράγοντες αντιοξειδωτικούς κ.ο.κ. ή επίσης αναφέρεται στις επιλογές σε τρόφιμα για τα οποία υπάρχει μια βάσιμη πεποίθηση ότι κάνουν καλό στην υγεία.

5) Ένας πέμπτος άξονας διαμόρφωσης νέων διατροφικών συνθηκών και νέας επιχειρηματικότητας προς τον κλάδο των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην διατροφή και την εστίαση, βρίσκεται στις βιοηθικές διατροφικές συνήθειες και επιλογές. Για παράδειγμα η ανάπτυξη ενός κινήματος αβλάβειας απέναντι στα ζώα, η εμφάνιση των vegetarians, στο προσκήνιο μέσα από ηθικές και πολιτισμικές προτιμήσεις, μέσα από μια ευρύτερη κουλτούρα ζωής, είναι ένας παράγοντας που αλλάζει το τοπίο αλλού εντονότερα και αλλού όχι.

6) Ένας επόμενος βασικός άξονας βρίσκεται στον τομέα των ηθικών προσφορών και επιλογών. Όταν γνωρίζουμε για παράδειγμα ότι τα αγροτικά προϊόντα που αγοράζουμε προέρχονται από μία περιοχή του τρίτου κόσμου που βρίσκεται σε καθεστώς λοιμού ή φτώχειας, ή μια περιοχή που αντιμετωπίζει προβλήματα που μας γεννούν συναισθήματα συμπάθειας και αλληλεγγύης, σε αυτή την περίπτωση μπορούμε να αποφασίσουμε να υποστηρίξουμε αυτούς τους παραγωγούς από αυτές τις χώρες ή ακόμη από περιοχές προβληματικές που τελούν σε καθεστώς “αποκλεισμού” και ενδοπεριφερειακής ανισότητας μέσα στην χώρα μας, αγοράζοντας τα προϊόντα τους, και συχνά μάλιστα σε καλύτερη τιμή.

Έτσι αναπτύσσεται μια ηθική και δίκαιη συναλλαγή, που όρος της είναι η διαφάνεια και επίσης όρος της είναι η σχέση εμπιστοσύνης και η διάθεση της αλληλεγγύης. Οι ηθικές και οι δίκαιες προσφορές και επιλογές αποτελούν έναν αναδυόμενο άξονα νέας επιχειρηματικότητας καθώς απαιτούν ένα ειδικό πλαίσιο οργάνωσης και πιστοποίησης της ανιχνευσιμότητας στην παραγωγή του προϊόντος και στην εμπορία του, ενώ διαμορφώνουμε ένα ιδιαίτερο πλαίσιο συμφωνιών τιμής έξω από την απολύτως αγοραία ρύθμιση των τιμών. Αυτό το πλαίσιο πρέπει να υποστηριχθεί και με θεσμικά κίνητρα.

7) Τέλος ένας ακόμη άξονας στην διαμόρφωση νέων επιχειρηματικών πλαισίων και προοπτικών στο χώρο της διατροφής, βρίσκεται στις ευκαιρίες και τις βαθμίδες εξυπηρέτησης που πρέπει να προσφέρονται στον καταναλωτή. Αυτή τη στιγμή μπορούμε να προσθέσουμε εδώ ότι είναι φανερό ότι ένα Super Market ή ένα εστιατόριο χωρίς ειδικό προσανατολισμό, όπως και πολλές μονάδες παραγωγής, δεν έχουν την δυνατότητα να προσαρμοστούν σε μια μαζική αλλαγή των διατροφικών συνηθειών π.χ. μέσα από τα τεστ διατροφικής δυσανεξίας.

Είναι φανερό για παράδειγμα ότι οι επισημάνσεις στις ετικέτες δεν αναφέρονται στην παρουσία ή την απουσία της γλουτένης, μιας ουσίας που είναι ισχυρός παράγοντας δυσανεξίας και που καλύπτει όλο το φάσμα των δημητριακών και αντίστοιχα αυτό συμβαίνει για την πλειονότητα των προϊόντων και των ουσιών. Εδώ λοιπόν βλέπουμε νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες και νέα πεδία ανάδειξης επιχειρηματικών δράσεων και σαρωτικών αλλαγών επίσης στο επιχειρηματικό τοπίο. Ερχόμαστε έτσι σε μια αναθεώρηση μαζικής διαδικασίας των μεγάλων αλυσίδων εστίασης όπως οι αλυσίδες του Fast Food, ή επίσης για τις μεγάλες εμπορικές αλυσίδες όπως τα Super Market.

Οι αλλαγές που θα επέλθουν στις επόμενες δεκαετίες θα είναι σαρωτικές και ίσως θα επαναφέρουν στο προσκήνιο αυτό που χαρακτηρίζει σαν ένα εναλλακτικό ολιστικό πρότυπο επιχειρηματικότητας, και οικονομικής ανάπτυξης ο Σουμάχερ στο βιβλίο του: “Το μικρό είναι όμορφο”. Ίσως σύντομα δούμε π.χ. αλυσίδες ή μικρά εστιατόρια Slow Food.

Οι αλλαγές τώρα που εστιάζονται στην επιχειρηματικότητα συνδέονται με τους χώρους παραγωγής, τους χώρους μεταποίησης και συσκευασίας, σε σχέση με την διατροφή πάντα, τα ειδικά καταστήματα και τα Super Market και τους χώρους εστίασης. Παράλληλα βέβαια σε σχέση με την επιχειρηματικότητα στο διατροφικό τομέα σημαντικό ρόλο έχουν οι ανάγκες για αποτροπή διατροφικών κρίσεων αλλά και για την διαχείριση των διατροφικών κινδύνων.

Έχουμε έτσι λοιπόν, ένα ευρύτατο πεδίο αλλαγών στην επιχειρηματικότητα το οποίο είναι συναφές, αλλάζει και τον πολιτισμό της διατροφής, αλλάζει την ποιότητα ζωής. Η ποιότητα ζωής επηρεάζεται καθοριστικά από την εφαρμογή ενός προγράμματος αποφυγής των διατροφικών δυσανεγιών για παράδειγμα, αλλάζει επίσης και την περιβαλλοντική σχέση, αλλάζει όλο το περιβάλλον.

Είναι από τα πιο ολιστικά πεδία νέας επιχειρηματικότητας ο χώρος της διατροφής και γι’ αυτό και τον διαλέξαμε σαν παράδειγμα. Είναι ένας χώρος που μεταφέρει το κύρος της επιστημονικής γνώσης πολύ ισχυρότερα και καθοριστικότερα παρακάμπτοντας τις αναίτιες και χωρίς τεκμηρίωση διατροφικές προτιμήσεις μας που έχουν παραδοσιακό χαρακτήρα.

Βέβαια εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι στο χώρο της διατροφής είναι φανερό ότι το πολιτισμικό στοιχείο μπορεί να συνδεθεί καθοριστικά.

Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση με προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης και Γεωγραφικής Ένδειξης (Π.Ο.Π και Γ.Ε) όπου η παράδοση παίζει σημαντικό ρόλο. Είναι συνυφασμένη με την ποιότητα των τροφίμων, με την τοπική ποιότητα ζωής, συνδέεται με το περιβάλλον, με την προσαρμογή στο περιβάλλον παραγωγής και διαβίωσης

των ανθρώπων, συνδέεται επίσης και με την ταυτότητα των τοπικών κοινωνιών και του τοπικού περιβάλλοντος.

Όλα αυτά τα στοιχεία μας αναδεικνύουν τον ολιστικό χαρακτήρα της νέας επιχειρηματικότητας στο χώρο της διατροφής και μας αναδεικνύουν την διαλεκτική της ενότητας μέσα στην οποία πρέπει να κινηθεί η νέα επιχειρηματικότητα. Εδώ βέβαια η νέα επιχειρηματικότητα θα αφυπνιστεί αν αφυπνιστεί ο καταναλωτής με έναν πιο ριζικό και τεκμηριωμένο τρόπο σε ανάγκες και σε προτιμήσεις που είναι βαθύτερες από ότι μέχρι σήμερα. Μέσα από αυτή την αφύπνιση το ζητούμενο είναι να μπορέσει ο καταναλωτής να χειραφετηθεί από εξωτερικές επιδράσεις όπως η επίδραση της διαφήμισης, και εδώ δεν στρεφόμαστε ενάντια στην διαφήμιση, αλλά βλέπουμε τον καταναλωτή σαν ένα παράγοντα ρυθμιστικό και των διαφημιστικών προσεγγίσεων και πλάνων.

Από την άλλη μεριά είναι αναγκαίο ο καταναλωτής να απελευθερωθεί επίσης από την διατροφική μόδα και να διαμορφώσει με μια πιο ουσιαστική σχέση προσωπικής απόλαυσης και αισθητικής χρησιμότητας σε σχέση με τις διατροφικές του επιλογές. Υπάρχουν και άλλα πεδία παραδειγμάτων π.χ. είναι αναδυόμενα ως πεδία επιχειρηματικής δράσης τα Πάρκα Εναλλακτικής Διαβίωσης και Αναψυχής, η διαχείριση των Θέσεων Θέας που αναδεικνύονται στην ελληνική ύπαιθρο και πολλές άλλες περιπτώσεις που αφορούν δράσεις κάλυψης κοινωνικών, πολιτιστικών, περιβαλλοντικών και υγειονομικών αναγκών.

Είμαστε μπροστά σε μια ανάλογη επανάσταση στο χώρο της επιχειρηματικότητας όπως αυτές που συνέβησαν με την βιομηχανική και την ψηφιακή επανάσταση. Αυτή είναι Εναλλακτική Επανάσταση.

7.2 ΠΡΑΣΙΝΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το «Πράσινο Μάρκετινγκ» συνεπάγεται την ανάπτυξη και την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών που θα ικανοποιούν τις επιθυμίες και τις ανάγκες των πελατών σας για ποιότητα, απόδοση, προστιτές τιμές και εξυπηρέτηση χωρίς να επιδρούν αρνητικά στο περιβάλλον.

Η περιβαλλοντική βιωσιμότητα δεν είναι απλώς θέμα συμμόρφωσης ή διαχείρισης κινδύνου. Οι επιχειρήσεις όλο και περισσότερο αναγνωρίζουν τα πολλά ανταγωνιστικά

πλεονεκτήματα και τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που μπορεί να προκύψουν από την οικολογική βιωσιμότητα και το «Πράσινο Μάρκετινγκ».

Διεθνείς έρευνες δείχνουν ότι οι καταναλωτές ανησυχούν για το περιβάλλον και αλλάζουν βαθμιαία τη συμπεριφορά τους. Έτσι, έχει αρχίσει να αναπτύσσεται αγορά για βιώσιμα και κοινωνικά υπεύθυνα προϊόντα και υπηρεσίες. Ο χαρακτήρας των επιχειρήσεων, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που παράγουν και οι προσεγγίσεις τους στο Marketing αλλάζουν.

Οι καταναλωτές δείχνουν ότι στην πλειοψηφία τους θέλουν να κάνουν το σωστό, έτσι, η πρόκληση αλλά και η ευκαιρία για τον «πράσινο marketer» είναι να διευκολύνει τους πελάτες του να το πράξουν. Όταν όλα τα άλλα είναι ίσα -ποιότητα, τιμή, απόδοση και διαθεσιμότητα-, το περιβαλλοντικό όφελος πιθανότατα θα κρίνει τελικά την προτίμηση του κοινού για το προϊόν ή την υπηρεσία.

Οι επιτυχημένοι «πράσινοι marketers» θα ανταμειφθούν από την αγορά με υψηλές αποδόσεις στα επενδεδυμένα κεφάλαια και με αυξημένη μελλοντική μετοχική αξία, έχοντας ταυτόχρονα συμβάλλει να γίνει ο κόσμος ένα καλύτερο μέρος για το μέλλον.

Οι εταιρείες που αναπτύσσουν νέα και βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες, λαμβάνοντας υπόψη τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις, αποκτούν πρόσβαση σε νέες αγορές, αυξάνουν ουσιαστικά τα κέρδη τους και απολαμβάνουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα σε σύγκριση με εκείνες που επιλέγουν μη περιβαλλοντικά υπεύθυνες λύσεις.

Ας μην ξεχνάμε ότι όλο και πιο συχνά οι θεσμικοί επενδυτές ψάχνουν για εταιρείες που αποδεικνύουν κοινωνική και περιβαλλοντική υπευθυνότητα, παράλληλα με καλά οικονομικά αποτελέσματα. Ανταγωνιστικές επιχειρήσεις που αποβλέπουν σε αναδυόμενες δυνάμεις της αγοράς απευθύνουν τις επιδόσεις τους.

Τα τέσσερα P του «Πράσινου Μάρκετινγκ»

Όπως και οι συμβατικοί marketers, οι «πράσινοι marketers» πρέπει να αντιμετωπίσουν τα «τέσσερα P» με καινοτόμους τρόπους.

7.2.1 Product - Προϊόν

Οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να αξιοποιήσουν τις αναδυόμενες «πράσινες αγορές» θα πρέπει:

α) να εντοπίσουν τις περιβαλλοντικές ανάγκες των πελατών και να αναπτύξουν προϊόντα που να ικανοποιούν τις ανάγκες αυτές ή

β) να αναπτύξουν προϊόντα που να έχουν μικρότερες επιπτώσεις στο περιβάλλον από αυτά των ανταγωνιστών τους.

Η ολοένα και ευρύτερη ποικιλία στην αγορά των προϊόντων που στηρίζουν την αειφόρο ανάπτυξη περιλαμβάνει:

- Προϊόντα που προέρχονται από ανακυκλωμένα αγαθά.
- Προϊόντα που μπορούν να ανακυκλωθούν ή να επαναχρησιμοποιηθούν.
- Προϊόντα που συμβάλλουν στην εξοικονόμηση νερού, ενέργειας ή βενζίνης, εξοικονομούν χρήματα και μειώνουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις.
- Προϊόντα με περιβαλλοντικά υπεύθυνα συσκευασία.
- Προϊόντα με πράσινη ετικέτα, τα οποία προσφέρουν τεκμηριωμένη πληροφόρηση.
- Βιολογικά προϊόντα - πολλοί καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για τα βιολογικά προϊόντα, τα οποία προσφέρουν την υπόσχεση της ποιότητας, της γεύσης κ.λπ.

Όποιο και αν είναι το προϊόν ή η υπηρεσία, είναι ζωτικής σημασίας να εξασφαλιστεί ότι τα προϊόντα πληρούν ή υπερβαίνουν τις προσδοκίες ποιότητας των πελατών και έχουν δοκιμαστεί σχολαστικά.

7.2.2 Price – Τιμή

Η τιμή είναι πάντα ένα κρίσιμο στοιχείο του marketing mix. Οι περισσότεροι πελάτες θα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν κάτι παραπάνω, αν υπάρχει μια αντίληψη της πρόσθετης προϊοντικής αξίας.

Αυτή η τιμή μπορεί σημαίνει βελτιωμένες επιδόσεις, λειτουργία, σχεδιασμό, οπτική έφεση ή γεύση. Περιβαλλοντικά οφέλη είναι συνήθως ένα πρόσθετο προτέρημα, αλλά θα γίνονται όλο και πιο συχνά ο αποφασιστικός παράγοντας προτίμησης μεταξύ των προϊόντων ίσης αξίας και ποιότητας.

Τα περιβαλλοντικά υπεύθυνα προϊόντα, ωστόσο, είναι συχνά λιγότερο δαπανηρά, όταν το κόστος του κύκλου ζωής του προϊόντος λαμβάνεται υπόψη. Για παράδειγμα, τα καύσιμα των οχημάτων, οι λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης και πολύ μεγάλης διάρκειας ζωής.

7.2.3 Place – Τοποθέτηση

Η επιλογή του πού και πότε να κάνουν ένα προϊόν διαθέσιμο θα έχει σημαντικό αντίκτυπο στην προσέλκυση πελατών.

Πολύ λίγοι καταναλωτές θα επιλέξουν να αγοράσουν «πράσινα προϊόντα» μόνο και μόνο από φιλοσοφία. Marketers που αναζητούν να εισάγουν επιτυχώς νέα «πράσινα προϊόντα» πρέπει, στις περισσότερες περιπτώσεις, να τα διανέμουν ευρέως στην αγορά, ώστε να μην είναι ελκυστικά μόνο σε μια μικρή «πράσινη» εξειδικευμένη αγορά. Ο χώρος στον οποίο τοποθετείται το προϊόν οφείλει να είναι σε συμφωνία με την εικόνα που θέλουμε να προβάλλουμε, ώστε να μην επιτρέπει στον ίδιο το χώρο να κυριαρχεί ή να υπονομεύει το προϊόν.

7.2.4 Promotion – Προβολή

Η προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών σε αγορές - στόχους περιλαμβάνει τη διαφήμιση, τις δημόσιες σχέσεις, την προώθηση πωλήσεων, το άμεσο μάρκετινγκ και τις προωθητικές ενέργειες. Έξυπνοι «πράσινοι marketers» θα είναι σε θέση να ενισχύσουν την περιβαλλοντική αξιοπιστία χρησιμοποιώντας βιώσιμα εργαλεία και πρακτικές marketing και επικοινωνίας.

Οι έμποροι λιανικής πώλησης, για παράδειγμα, αναγνωρίζουν την αξία των συμμαχιών με άλλες εταιρείες, των περιβαλλοντικών ομάδων, ΜΚΟ και των ερευνητικών οργανισμών κατά την προώθηση της περιβαλλοντικής τους δέσμευσης. Για τη μείωση της χρήσης πλαστικών σακουλών και την προώθηση της «πράσινης δέσμευσης», ορισμένες εταιρείες λιανικής πωλούν σακούλες φιλικές προς το περιβάλλον.

Το κλειδί για επιτυχημένο «Πράσινο Μάρκετινγκ» είναι η αξιοπιστία. Οι εταιρείες δεν πρέπει να γεννούν στους καταναλωτές εξωπραγματικές προσδοκίες και οφείλουν να επικοινωνούν με τους πελάτες απλά και μέσω πηγών (καναλιών πώλησης) που αυτοί εμπιστεύονται.

Επίσης, καλό είναι οι εταιρείες να προωθούν τις «πράσινες» πιστοποιήσεις και τα επιτεύγματά τους σ' αυτόν τον τομέα, να δημοσιοποιούν τις «πράσινες» πρωτοβουλίες της επιχείρησης ή των εργαζομένων, καθώς και να λαμβάνουν μέρος σε σχετικούς θεσμούς με σκοπό τη βράβευση των περιβαλλοντικών επιτευγμάτων τους.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Έχει επιτευχθεί σημαντική πρόοδος ενώ μένει να σημειωθεί ακόμη περισσότερη. Για να αντιμετωπιστούν οι παγκόσμιες περιβαλλοντικές προκλήσεις που βρίσκονται ενώπιόν μας, για να αντληθούν ευρείας κλίμακας περιβαλλοντικά και οικονομικά οφέλη από την ύπαρξη των πράσινων επιχειρήσεων, για να καταστεί η Ευρώπη ικανή να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες – *πρέπει να κλιμακωθούν όλες οι δραστηριότητες και να εκτελεστούν σε νέα κλίμακα με πολύ μεγαλύτερη έμφαση στη ζήτηση.*

8.1 ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

- Û Επέκταση των οικολογικών προμηθειών.
- Û Κινητοποίηση μεγαλύτερων χρηματοοικονομικών επενδύσεων.
- Û Καθιέρωση συστημάτων για επιβεβαίωση τεχνολογιών και με στόχους επιδόσεων.
- Û Οικοδόμηση σε υποσχόμενες πρακτικές κρατών-μελών.
- Û Εστίαση σε τομείς υψηλών κερδών.

8.2 ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΑ ΜΕΤΡΑ

- Û Δημιουργία γνωστικού πόρου στρατηγικής σημασίας για την οικοκαινοτομία.
- Û Προώθηση της ευαισθητοποίησης και της ενεργού συμμετοχής.
- Û Αξιοποίηση της έρευνας.

8.3 ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΔΡΑΝΕΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Εάν δεν αναληφθούν νέες δράσεις πολιτικής στις επόμενες δεκαετίες διατρέχουμε τον κίνδυνο να μεταβάλουμε ανεπανόρθωτα την περιβαλλοντική βάση που είναι απαραίτητη για τη διατήρηση της οικονομικής ευημερίας. Για να αποφευχθεί κάτι τέτοιο απαιτείται επείγουσα δράση για την αντιμετώπιση ιδιαίτερα των θεμάτων που εντάσσονται στην κατηγορία « κόκκινο φως », δηλαδή την κλιματική αλλαγή, την απώλεια βιοποικιλότητας, τη λειψυδρία και τις επιπτώσεις στην υγεία από τη ρύπανση και τις επικίνδυνες χημικές ουσίες.

Χωρίς την άσκηση περαιτέρω πολιτικών έως το 2030, για παράδειγμα:

- Οι παγκόσμιες εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου αναμένεται να αυξηθούν περαιτέρω κατά 37% και κατά 52% έως το 2050. Τούτο θα μπορούσε να επιφέρει αύξηση της θερμοκρασίας του πλανήτη μεταξύ 1,7-2,4°C πάνω από τα προβιομηχανικά επίπεδα έως το 2050, με αποτέλεσμα να ενταχθούν τα καιρικά φαινόμενα όπως τα κύματα καύσωνα, οι ξηρασίες, οι καταιγίδες και οι πλημμύρες με σοβαρότατες συνέπειες για τις βασικές υποδομές και τις καλλιέργειες.
- Ένας σημαντικός αριθμός των γνωστών σήμερα ζωικών και φυτικών ειδών ενδέχεται να εξαφανιστούν, κυρίως λόγω της επέκτασης των υποδομών και της γεωργίας, καθώς και λόγω της κλιματικής αλλαγής. Η παραγωγή τροφίμων και βιοκαυσίμων θα απαιτήσει την αύξηση κατά 10% της καλλιεργήσιμης γης παγκοσμίως επιφέροντας περαιτέρω απώλεια των ενδιαιτημάτων άγριας ζωής. Η συνεχιζόμενη απώλεια βιοποικιλότητας ενδέχεται να περιορίσει τις δυνατότητες της Γης να παρέχει τις πολύτιμες οικοσυστημικές υπηρεσίες που στηρίζουν την οικονομική μεγέθυνση και την ανθρώπινη ευεξία.
- Η λειψυδρία θα επιδεινωθεί λόγω της μη αειφόρου χρήσης και διαχείρισης των πόρων, καθώς και λόγω της κλιματικής αλλαγής ο αριθμός των ανθρώπων που ζουν σε περιοχές που πλήττονται από σοβαρά προβλήματα νερού αναμένεται να αυξηθεί κατά ένα ακόμα δισεκατομμύριο υπερβαίνοντας έτσι τα 3,9 δισεκατομμύρια.
- Οι επιπτώσεις της ατμοσφαιρικής ρύπανσης στην υγεία θα αυξηθούν παγκοσμίως, καθώς ο αριθμός των πρόωρων θανάτων που σχετίζονται με το όζον σε επίπεδο εδάφους (τροποσφαιρικό όζον) θα τετραπλασιαστεί και ο αριθμός των θανάτων που σχετίζονται με τα αιωρούμενα σωματίδια θα υπερδιπλασιαστεί. Η παραγωγή χημικών ουσιών στις χώρες μη μέλη του ΟΟΣΑ αυξάνεται με γρήγορο

ρυθμό, ενώ τα στοιχεία για την πλήρη αξιολόγηση των κινδύνων από τα χημικά στο περιβάλλον και τα προϊόντα είναι ανεπαρκή.

Οι μεγαλύτερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις θα γίνουν αισθητές στις αναπτυσσόμενες χώρες οι οποίες δε διαθέτουν επαρκή μέσα διαχείρισης και προσαρμογής. Όμως το οικονομικό και το κοινωνικό κόστος της αδράνειας ή της καθυστέρησης στην ανάληψη δράσης στους τομείς αυτούς είναι σημαντικό και ήδη πλήττει όλες τις οικονομίες (συμπεριλαμβανόμενου των χωρών του ΟΟΣΑ), άμεσα (π.χ. μέσω του κόστους των υπηρεσιών υγειονομικής περίθαλψης) και έμμεσα (π.χ. μέσω της μείωσης της παραγωγικότητας της εργασίας). Το κόστος της αδράνειας απέναντι στην απώλεια της βιολογικής ποικιλότητας (π.χ. αλιεία) και την κλιματική μεταβολή μπορεί να είναι σημαντικό.

8.4 ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Σήμερα παρουσιάζεται μια μοναδική ευκαιρία για την εισαγωγή φιλόδοξων αλλαγών για την αντιμετώπιση των βασικών περιβαλλοντικών προβλημάτων και την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης. Οι επενδυτικές επιλογές που πραγματοποιούνται σήμερα πρέπει να κατευθύνονται προς ένα καλύτερο περιβαλλοντικό μέλλον, ιδιαίτερα αυτές που θα προωθήσουν τρόπους διαχείρισης της ενέργειας, υποδομές μεταφορών και κτιριακά αποθέματα για τις επόμενες δεκαετίες. Οι ακόλουθες δράσεις είναι θεμελιώδεις:

- Χρήση ενός συνδυασμού συμπληρωματικών πολιτικών για την επίλυση των πιο απαιτητικών και περίπλοκων περιβαλλοντικών προβλημάτων, με ιδιαίτερη έμφαση σε μηχανισμούς της αγοράς, όπως φόροι και εμπορεύσιμες άδειες, προκειμένου να μειωθεί το κόστος των δράσεων.
- Ιεράρχηση των δράσεων στους βασικούς τομείς που επιφέρουν περιβαλλοντική υποβάθμιση: ενέργεια, μεταφορές, γεωργία και αλιεία. Οι υπουργοί Περιβάλλοντος δεν μπορούν να το κάνουν αυτό μόνοι τους. Οι περιβαλλοντικές ανησυχίες θα πρέπει να ενσωματωθούν στο σύνολο της διαδικασίας θα πρέπει να ενσωματωθούν στο σύνολο της διαδικασίας χάραξης πολιτικής από τα σχετικά υπουργεία συμπεριλαμβανομένου των Υπουργών Οικονομίας, Οικονομικών και

Εμπορίου, και θα πρέπει να αντικατοπτρίζονται σε όλες τις αποφάσεις σχετικά με την παραγωγή και την κατανάλωση.

- Διασφάλιση ότι η παγκοσμιοποίηση μπορεί να οδηγήσει σε πιο αποτελεσματική χρήση των πόρων, και ανάπτυξη και διάδοση της καινοτομίας στον τομέα της οικολογίας. Οι επιχειρήσεις και οι βιομηχανίες χρειάζεται να διαδραματίσουν πρωταγωνιστικό ρόλο, αλλά οι κυβερνήσεις πρέπει να παράσχουν σαφή και συνεκτικά μακροπρόθεσμα πλαίσια πολιτικής για να προωθήσουν την οικολογική καινοτομία και για να διασφαλίσουν την επίτευξη των περιβαλλοντικών και κοινωνικών στόχων.

- Βελτίωση των συμπράξεων μεταξύ χωρών μελών και μη μελών του ΟΟΣΑ για την ανάπτυξη των παγκόσμιων περιβαλλοντικών προσκλήσεων. Η Βραζιλία, η Ρωσία, η Ινδία, η Ινδονησία, η Κίνα και η Νότια Αφρική οι επονομαζόμενες χώρες «BRICS» ιδιαίτερα αποτελούν βασικούς εταίρους δεδομένης της προϊούσας επιρροής τους στην παγκόσμια οικονομία και του αυξανόμενου μεριδίου τους στις παγκόσμιες πιέσεις. Περαιτέρω περιβαλλοντική συνεργασία μεταξύ των χωρών μελών και μη μελών του ΟΟΣΑ θα βοηθούσε στη διάδοση των γνώσεων και των βέλτιστων τεχνολογικών πρακτικών.

- Ενίσχυση της διεθνούς περιβαλλοντικής διακυβέρνησης για την καλύτερη επίλυση των διασυνοριακών και παγκόσμιων περιβαλλοντικών προκλήσεων.

- Μεγαλύτερη προσοχή στο περιβάλλον στο πλαίσιο των προγραμμάτων αναπτυξιακής συνεργασίας και προώθηση πιο συνεκτικών πολιτικών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Ζήσης Ιωάννης, Πράσινο Επιχειρείν, έκδοση ΥΠΕΧΩΔΕ, Αθήνα 2003
2. Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2003). Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη. Βρυξέλες COM(2003/27)
3. Ευρωπαϊκή Επιτροπή (1995). Πράσινη Βίβλος για την Καινοτομία, Βρυξέλες

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Andersen, A.R. (1998) 'Cultivating the Garden of Eden: Environmental Entrepreneurship', *Journal of Organisational Change Management* 11.2: 135-44.
- Bennett, S.J. (1991). *Ecopreneuring: The complete guide to small business opportunities from the environmental revolution*. New York: John Wiley & Sons.
- Berle, G. (1990). *The green entrepreneur: Business opportunities that can save the earth and make you money*. Liberty Hall Press.
- Elkington, J., & Burke, T. (1989). *The green capitalists: How to make money-- and protect the environment*. London: Victor Gollancz Ltd.
- Hunter, L.M., & Starik, M. (1995). Environmental entrepreneurship: Nature and success. In D.Nigh and D. Collins (Eds.), *International Association for Business and Society 1995 Proceedings*, (pp.532-537)

- Keogh, P.D., and M.J. Polonsky (1998) 'Environmental Commitment: A Basis for Environmental Entrepreneurship?' *Journal of Organisational Change Management* 11.1: 38- 49.
- Lovins, Amory, Hunter Lovins, and Paul Hawken (2000) *Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution*. Back Bay.
- Isaak, R. (1998) *Green Logic: Ecopreneurship, Theory and Ethics* (Sheffield, UK: Greenleaf Publishing).
- Keogh, P.D., and M.J. Polonsky (1998) 'Environmental Commitment: A Basis for Environmental Entrepreneurship?' *Journal of Organisational Change Management* 11.1: 38- 49.
- Mumford, JD, Economic issues related to quarantine in international trade, *EUR REV AGRIC ECON*, 2002, Vol: 29, Pages: 329 - 348
- Quinn, J.B. (1971) 'Next Big Industry: Environmental Improvement', *Harvard Business Review*, September/October 1971.

ΑΡΘΡΑ

1. Αλεξανδρίδου Ευτυχία, περιοδικό «Αμφίβιο», Αθήνα 2006
2. Ζήσης Ιωάννης, Πράσινο Επιχειρείν, έκδοση ΥΠΕΧΩΔΕ, Αθήνα 2006
3. Πράσινη Επιχειρηματικότητα: "Το τερπνό μετά του ωφελίμου" Λάζαρου Ι. Τσικριτζή, Καταναλωτικά Βήματα - Τεύχος Ιουνίου - Ιουλίου 2006
4. Καρανάσιος Νικόλαος, Επιχειρηματικότητα των σπουδαστών σε προστατευόμενες περιοχές, Ημερίδα "Τουρισμός, επιχειρηματικότητα και γραφεία διασύνδεσης", Σπέτσες, Μάιος 2005.
5. Οικολογική βιομηχανική πολιτική, υπόμνημα για "Νέα προσέγγιση" γερμανικό Υπουργείο Περιβάλλοντος (2006).

6. Δυναμική καινοτομίας ως αποτέλεσμα της περιβαλλοντικής πολιτικής (2006) και εκ των υστέρων εκτιμήσεις κόστους για τις επιχειρήσεις της ΕΕ λόγω περιβαλλοντικής νομοθεσίας (2006).
7. Η οικοβιομηχανία, το μέγεθός της και προοπτικές για την απασχόληση και εμπόδια για την ανάπτυξη στη διευρυμένη ΕΕ. (2006).
8. Wind Force 10 GWEC (2005) (ενέργεια από τον άνεμο, GWEC τεύχος 10, 2005).
9. Solar Generation EPIA (2006) (ηλιακή ηλεκτροπαραγωγή, EPIA, 2006).
10. Περιβάλλον, Καινοτομία, Απασχόληση. Γερμανικό Υπουργείο Περιβάλλοντος, 2006.
11. Ευρωπαϊκές επιχειρήσεις. Γεγονότα και αριθμοί, 2005.
12. Ανάλυση των οικοβιομηχανιών της ΕΕ, το δυναμικό τους για την απασχόληση και τις εξαγωγές. ECOTEC (2002).
13. Dow Jones Sustainability Indexes, Annual Review (2006).
14. European Cleantech Investment Report (2006).
15. Cleantech goes global, Environmental Finance (June 2006)
16. European SRI Study – 2006. European Social Investment Forum
17. Τάσεις και προβλέψεις για τις εκπομπές αερίων θερμοκηπίου στην Ευρώπη, 2006. ΕΟΠ (2006).
18. LRTAP Convention Emission Inventory 1990-2004. ΕΟΠ (2006).
19. Health Aspects of Air Pollution, ΠΟΥ (2004).
20. Environmental Innovation - bridging the gap between environmental necessity and economic opportunity (DTI 2006).
21. Το πρόγραμμα Top Runner στην Ιαπωνία – η αποτελεσματικότητά του και η σημασία του για την ΕΕ. Σουηδικός οργανισμός προστασίας περιβάλλοντος (Νοέμβριος 200 Βλ. <http://ec.europa.eu/environment/gpp>).
22. *Οικιακή κατανάλωση για φωτισμό και δυνατότητες εξοικονόμησης στη διευρυμένη ΕΕ*, ΚΚΕρ (2006).
23. A Will to Compete: a competitive, clean and clever Europe (2006).
24. A Will to Compete: a competitive, clean and clever Europe (2006).

25. Συμβούλιο για την ανταγωνιστικότητα, 15717/06, Δεκέμβριος 2006.

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

http://www.europa.eu.int/eur-lex/el/com/gpr/2003/com2003_0027el01.pdf

<http://www.enthesis.net/index.php?news=597>

http://www.ekt.gr/content/display?ses_lang=el&ses_mode=rnd&prnbr=74198

http://www.morax.gr/article_show.php?article_id=1724

<http://www.greenpeace.org/greece/>

Environment & Business <http://www.cutter.com/envibusi/>

Environmental Industry <http://www.enviroindustry.com/>

Environmental Market Opportunities <http://www.envirotech.org/home/green/index.>

Environmental products <http://envirolink.org/products>

Environmental Organization Web Directory <http://www.webdirectory.com/>

Econet <http://www.igc.org/igc/econet>

Green pages - Global Directory for Environmental Technology <http://eco-web.com/>

International Marketplace for the Environment <http://www.ecoexpo.com/>

Yahoo http://www.yahoo.com/environment_and_nature

www.popa-ctda.net; www.ectp.org.

www.ukswedensustainability.org

www.promote-etv.org

www.est-testnet.net

www.eurodemo.info