

SMecoMP

WP2 Project dissemination and communication

Del. 2.2.3 (II.1.1 Technical Article)

May 2019

FEDERATION OF INDUSTRIES OF GREECE

<i>Deliverable Number</i>	2.2.3
<i>Project Title</i>	<i>A knowledge Alliance in Eco-Innovation Entrepreneurship to Boost SMEs Competitiveness</i>
<i>Project Acronym</i>	SMecoMP
<i>Project Duration</i>	01.12.2017 – 30.11.2019
<i>Project Partners</i>	LB (PB1) <i>University of Macedonia – Department of Economics (GR)</i> PB2 <i>Federation of Industries of Northern Greece (GR)</i> PB3 <i>Bulgarian Industrial Association – Union of the Bulgarian Business (BG)</i> PB4 <i>Trakia University (BG)</i> PB5 <i>"St. Kliment Ohridski University" Bitola, Faculty of Economics-Prilep (FYROM)</i> PB6 <i>Agency for promotion of entrepreneurship of the Republic of Macedonia (FYROM)</i> PB7 <i>Cyprus University of Technology (CY)</i> PB8 <i>Cypriot Enterprise Link (CY)</i> PB9 <i>Youth Entrepreneurship – NE (GR)</i> PB10 <i>Chamber of Commerce and Industry of Ioannina (GR)</i>

SMecoMP

WP3 Eco-Entrepreneurial Surveys and Network Development

**Del.3.2.3 Assessment Surveys on Eco- Innovation
Entrepreneurship Knowledge and Skills
May 2019**

FEDERATION OF INDUSTRIES OF GREECE

Contractor:



Project co-funded by the European Union and National Funds of the participating countries

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ και ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Είναι η περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα κάτι διαφορετικό από την απλή επιχειρηματικότητα; Η σωστή απάντηση μπορεί να είναι και ναι και όχι. Οι περισσότεροι από τους συνήθεις επιχειρηματικούς νόμους, όπως η συσχέτιση μεταξύ κινδύνου και κέρδους, ο σωστός χρόνος για την είσοδο στην αγορά και η ανάγκη για επαρκές οικονομικό και ανθρώπινο κεφάλαιο, ισχύουν και για τις περιβαλλοντικές επιχειρήσεις. Για να θεωρούνται επιτυχημένοι, οι πράσινοι επιχειρηματίες πρέπει να κινηθούν γρήγορα, να παρακινήσουν τους άλλους, να αναλάβουν κινδύνους, καθώς και να ανταποκριθούν και να προμηθεύσουν ό,τι θέλει ένας μεγάλος όγκος ανθρώπων. Ωστόσο, η καθοδηγούμενη από τις ηθικές αξίες ηγεσία συχνά ορθά συνδεδεμένη με τους πράσινους επιχειρηματίες, δίνει μια ιδιαίτερη «γεύση» σε αυτές τις επιχειρήσεις. Οι περισσότερες περιβαλλοντικές start-up επιχειρήσεις έχουν επίσης κάτι κοινό: αναζήτηση περισσότερο βιώσιμων προϊόντων και υπηρεσιών.

Οι περιβαλλοντικές επιχειρήσεις μπορούν να ταξινομηθούν σε τέσσερις διαφορετικές κατηγορίες. Η καθεμία έχει διακριτό χαρακτήρα και η εμφάνισή τους έχει επηρεαστεί από ένα διαφορετικό συνδυασμό παραγόντων. Τρεις κρίσιμοι παράγοντες για την περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα και την τεχνολογία μπορούν να εντοπιστούν:

- ✓ Η γεωγραφική περιοχή επιρροής, η οποία κυμαίνεται από τοπική, περιφερειακή έως παγκόσμια. Η ισορροπία έχει μεταφερθεί από την τοπική ρύπανση, όπως η επεξεργασία λυμάτων, σε παγκόσμια και πιο σύνθετα ζητήματα, όπως η κλιματική αλλαγή.
- ✓ Η άνθηση της αγοράς, είτε χάρη στην νομοθεσία είτε με εκούσιες αποφάσεις των «παικτών» της αγοράς. Εκτός από την παραδοσιακή προσέγγιση του «command and control», τα εργαλεία που βασίζονται στην αγορά και οι εθελοντικές δράσεις έχουν αποκτήσει όλο και μεγαλύτερη σημασία.
- ✓ Ο βαθμός της επιβολής, που κυμαίνεται από υψηλό έως χαμηλό. Ο βαθμός της επιβολής διαφέρει από χώρα σε χώρα και από τον ένα νόμο στον άλλον.

Τα ακόλουθα τέσσερα τμήματα μπορούν να εντοπιστούν μεταξύ των τεσσάρων διαφορετικών τύπων περιβαλλοντικών επιχειρήσεων:

1. Επιχειρήσεις προσανατολισμένες στη φύση

Αυτές σχετίζονται με τη διατήρηση των οικοτόπων άγριας πανίδας, στον οικότουρισμό και με άλλες επιχειρήσεις προσανατολισμένες στη φύση, που χρησιμοποιούν οικονομικούς και ανθρώπινους πόρους για τη βελτίωση της κατάστασης του περιβάλλοντος. Το πιο «αγνό» τμήμα των πράσινων επιχειρηματιών μπορεί να αποτελείται από εκείνους που προσπαθούν να επιβιώσουν μέσω της βιώσιμης χρήσης των φυσικών πόρων. Οι επιχειρήσεις σε αυτόν τον

κλάδο συχνά διοικούνται από άτομα που εξυπηρετούν κάποιον καλό σκοπό. Ακόμη, συχνά προσφέρουν εθελοντικά και τοπικά μέσα για την διαχείριση των περιβαλλοντικών πόρων.

2. Παραγωγοί περιβαλλοντικής τεχνολογίας

Η παραγωγή της περιβαλλοντικής τεχνολογίας οδηγείται από τη πίεση της νομοθεσίας στην κοινωνία ή στις βιομηχανικές επιχειρήσεις για τη μείωση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου που σχετίζεται με τη χρήση νερού, αέρα και εδάφους. Στόχος της είναι να συμβουλευεί τις επιχειρήσεις να χρησιμοποιούν την περιβαλλοντική αριστεία ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η αντίληψη του κοινού αναφορικά με την περιβαλλοντική τεχνολογία, ένα τμήμα της βιομηχανίας που συνήθως καθοδηγείται από τη συμμόρφωση στη νομοθεσία, είναι περιορισμένη. Η αυστηρότερη εθνική νομοθεσία είναι η σημαντικότερη κινητήρια δύναμη αυτών των περιβαλλοντικών επιχειρήσεων. Ωστόσο, η σημασία των μηχανισμών ανάπτυξης που συνδέονται με την αγορά γίνεται ολοένα και πιο εμφανής στις επιχειρήσεις περιβαλλοντικής τεχνολογίας. Η αυστηρότερη εφαρμογή των διεθνών κανονισμών μπορεί να οδηγήσει σε λιγότερο δεσμευτικές συμφωνίες σε σχέση με τις εθνικές νομοθεσίες, αλλά θα αναγκάσει τις παγκόσμιες επιχειρήσεις να αντιδράσουν πιο γρήγορα και εθελοντικά. Μια τυπική κατάσταση των περιβαλλοντικών επιχειρήσεων σε σχέση με την περιβαλλοντική τεχνολογία είναι η υπερεκτίμηση της νομοθετικής ώθησης και η υποτίμηση της ελκυστικότητας της αγοράς.

3. Παραγωγοί φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων

Τα προϊόντα αυτά διαφοροποιούνται από τα υπάρχοντα προϊόντα χάρη στις καλύτερες περιβαλλοντικές τους επιδόσεις κατά τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους. Τα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα έχουν την αγορά ως οδηγό τους. Η ζήτηση για αυτά τα προϊόντα προέρχεται από την αυξανόμενη περιβαλλοντική συνείδηση των καταναλωτών. Αυτοί οι καταναλωτές αποτελούν το 10% -20% όλων των καταναλωτών στη δυτική κοινωνία και έχουν την προθυμία να πληρώσουν μια αυξημένη τιμή αγοράς (premium). Επιπλέον των περιβαλλοντικών κριτηρίων, η διαφοροποίησή τους με τα υπόλοιπα αγαθά μπορεί να επιτευχθεί με κοινωνικά κριτήρια, όπως η πώληση προϊόντων δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου.

4. Πάροχοι υπηρεσιών περιβαλλοντικής διαχείρισης

Οι υπηρεσίες περιβαλλοντικής διαχείρισης επιτυγχάνουν το στόχο τους λαμβάνοντας υπόψη κριτήρια προστασίας του περιβάλλοντος σε όλες τις δραστηριότητες σχεδιασμού, υλοποίησης και ελέγχου της εταιρείας, με στόχο τη μείωση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου και την επίτευξη μακροπρόθεσμων εταιρικών στόχων. Αυτό το τμήμα περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, τη συμβουλευτική σχετικά με το σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης, την περιβαλλοντική λογιστική και την επικοινωνία, τις νομικές υπηρεσίες και τις εκτιμήσεις

κύκλου ζωής (LCA). Πρόσφατα, η περιβαλλοντική διαχείριση επεκτάθηκε για να καλύψει την προσέγγιση των τριών πυλώνων (triple bottom line approach).

Εμπόδια στην περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα [1]

Φαίνεται ότι υπάρχουν μερικά κρίσιμα ζητήματα που πρέπει να αντιμετωπίσουν οι επιτυχημένοι πράσινοι επιχειρηματίες, αντίθετα με τους συμβατικούς επιχειρηματίες. Αυτά μπορούν να ταξινομηθούν σε τρεις ευρείες κατηγορίες:

1. Η πρόκληση της δημιουργίας της αγοράς
2. Το εμπόδιο της χρηματοδότησης
3. Ο ηθικός λόγος ύπαρξης

Η πρόκληση της δημιουργίας της αγοράς

Η διάδοση της περιβαλλοντικής συνείδησης αποτελεί σημαντικό παράγοντα στη στήριξη για τη δημιουργία της αγοράς περιβαλλοντικής τεχνολογίας, προϊόντων και υπηρεσιών. Η διάδοση της περιβαλλοντικής συνείδησης και, ακόμη περισσότερο, η αλλαγή στη συμπεριφορά των καταναλωτών αποδείχθηκε αργή. Μια πιθανή εξήγηση για αυτή τη βραδύτητα έγκειται στην περίπλοκη φύση της πρόκλησης της αειφόρου ανάπτυξης. Η περιβαλλοντική διαχείριση και η αειφόρος ανάπτυξη μπορεί να εξακολουθούν να είναι αρκετά δυσφημισμένες έννοιες στον δημόσιο διάλογο και είναι επομένως φυσικό επακόλουθο να απαιτούνται μεγαλύτερες αποδείξεις για αυτές τις νέες και προκλητικές ιδέες, για να αντιπαρατεθούν στις ήδη υπάρχουσες απόψεις.

Ένα πρόβλημα στην επικοινωνία των περιβαλλοντικών προβλημάτων, είναι η δυσκολία στην παροχή σαφών σχέσεων αιτίας-αποτελέσματος. Σκεφτείτε το παρακάτω υποθετικό παράδειγμα για τις εκπομπές του διοξειδίου του άνθρακα: Όταν οδηγείτε ένα αυτοκίνητο σε μια τοπική αγορά, θα επιβαρύνετε το περιβάλλον με εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα που συμβάλλουν στην υπερθέρμανση του πλανήτη, γεγονός που με τη σειρά του θα μπορούσε να οδηγήσει σε έλλειψη τροφίμων καθώς οι καλλιεργούμενες περιοχές θα μειωθούν και, κατά συνέπεια, οι τιμές των τροφίμων θα αυξηθούν μακροπρόθεσμα. Και, φυσικά, θα πρέπει να υπολογίσετε το κόστος καυσίμων, το οποίο έχει άμεσο αντίκτυπο στην τιμή του φαγητού σας.

Όταν ακούσετε την παραπάνω επιχειρηματολογία για πρώτη φορά, θα την ενστερνιστείτε και θα μειώσετε την οδήγησή σας, προκειμένου να μειώσετε τις τιμές των τροφίμων σας; Πιθανώς όχι. Συνήθως, δεν είναι δυνατό για μια κοινωνία να ανταποκρίνεται ακόμη και σε σοβαρά περιβαλλοντικά προβλήματα μέχρι να γίνουν δημοσίως γνωστά, μέσα από το σύστημα κοινωνικής επικοινωνίας. Οι περιβαλλοντικές απειλές γίνονται κοινωνικές απειλές

μέσω της επικοινωνίας. Αυτή η κοινωνικοποίηση των απειλών αποτελεί επίσης προϋπόθεση για την εξάλειψή τους.

Μια νεοσύστατη εταιρεία αντιμετωπίζει πάντα μια μεγάλη πρόκληση: η καλή επιχειρηματική ιδέα πρέπει να υλοποιηθεί στην πράξη. Η δημιουργία της αγοράς απαιτεί ισχυρή πίστη στο όραμα και στις ικανότητες του επιχειρηματία. Η ανάγκη δημιουργίας μιας νέας αγοράς για νέα προϊόντα αποδεικνύεται συχνά δύσκολη.

Όταν η πρόκληση της δημιουργίας της αγοράς συνδυάζεται με επενδύσεις υψηλού επιπέδου κεφαλαίου για να καταστεί δυνατή η βιομηχανικής κλίμακας παραγωγή, οι μικρές επιχειρήσεις συχνά καταλήγουν να αντιμετωπίζουν σημαντικά οικονομικά εμπόδια τόσο στην ίδρυση, όσο και στην ανάπτυξη τους.

Το εμπόδιο της χρηματοδότησης

Από τη μία, οι πράσινοι επιχειρηματίες με κίνητρα και ιδέες συχνά δυσκολεύονται να βρουν επενδυτές που μοιράζονται τους στόχους και τα ιδανικά τους. Από την άλλη, οι άνθρωποι που ενδιαφέρονται για άμεσες επενδύσεις σε περιβαλλοντικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην εύρεση επιχειρήσεων τις οποίες να μπορούν να πιστέψουν και να υποστηρίξουν. Πολλές περιβαλλοντικές επιχειρήσεις φαίνεται να γνωρίζουν ελάχιστα για την επενδυτική κοινότητα και πολλοί επενδυτές πιστεύουν ότι οι πράσινοι επιχειρηματίες δεν έχουν γνώση σχετικά με την πραγματικότητα των χρηματοπιστωτικών αγορών και δε μπορούν να κατανοήσουν τα συμφέροντα του επενδυτή. Ασχέτως αν οι προκαταλήψεις αυτές δικαιολογούνται ή όχι, δημιουργούν εμπόδια στη διάθεση και στην απόκτηση κεφαλαίων.

Πολλοί πράσινοι επιχειρηματίες εκφράζουν την ανάγκη για την ύπαρξη μιας περιόδου ανάπτυξης προϊόντων που θα είναι μεγαλύτερη από την περίοδο που επιθυμούν οι τυπικοί επενδυτές κεφαλαίων, οι οποίοι μπορεί να επιδιώξουν να εγκαταλείψουν την επένδυσή τους μετά από δύο με τρία χρόνια. Αυτό το χρονικό διάστημα μπορεί να μην είναι αρκετό ώστε οι διάφορες περιβαλλοντικές καινοτομίες να γίνουν εμπορικά βιώσιμες. Ως αποτέλεσμα, το περιβαλλοντικό επιχειρηματικό κεφάλαιο θεωρείται περιθωριακό. Ένας στέλεχος επενδυτικού κεφαλαίου το έθεσε αρκετά σαφές: Το περιβάλλον μπορεί να είναι ένα επιτυχημένο κριτήριο για την εξεύρεση πιθανών αναπτυσσόμενων εταιρειών, αλλά δεν επηρεάζει τη λήψη αποφάσεων [για επενδύσεις]. Είναι δύσκολο να πωληθεί στους επενδυτές μια νέα επιχειρηματική ιδέα που περιέχει θετικά περιβαλλοντικά επιχειρήματα.

Ο ηθικός λόγος ύπαρξης

Οι οικονομικοί παράγοντες και οι παράγοντες της αγοράς είναι κρίσιμης σημασίας για όλους τους επιχειρηματίες. Ως εκ τούτου, ίσως το πιο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό πολλών

περιβαλλοντικών επιχειρήσεων είναι η ρητά εκπεφρασμένη ηθική τους συλλογιστική, που έχει θετικές και αρνητικές επιπτώσεις στην επιχείρηση και στην εταιρική της διακυβέρνηση. Η δεοντολογική διάσταση είναι ένα σημαντικό ζήτημα που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη στις περιβαλλοντικές επιχειρήσεις και στις καινοτομίες τους.

Στη θετική πλευρά των πραγμάτων, οι περισσότεροι πράσινοι επιχειρηματίες είναι ιδιαίτερα αφοσιωμένοι στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Ο λόγος για τη λειτουργία μιας επιχείρησης δεν είναι μόνο να κερδίσουν χρήματα, αλλά και η προθυμία τους να κάνουν τον κόσμο ένα καλύτερο μέρος για να ζήσουν. Αυτή η προσωπική δέσμευση αυξάνει επίσης την αξιοπιστία τους ως εμπορικούς εταίρους.

Ένα άλλο ζήτημα είναι ότι μερικές φορές αυτή η προθυμία για την εξυπηρέτηση καλών σκοπών, υπερβαίνει ακόμη και την επιθυμία να κερδηθούν χρήματα. Οι περιβαλλοντικές επιχειρήσεις μετρούνται πράγματι με πολυδιάστατα κριτήρια επιτυχίας, πολλά από τα οποία δεν είναι οικονομικά. Ο συνδυασμός κριτηρίων βασισμένων σε γεγονότα και σε αξίες που συνδέονται με διάφορα επίπεδα επιπτώσεων - από ατομικό επίπεδο έως και παγκόσμιο επίπεδο -, αφήνει περιθώρια για μια μεγάλη ποικιλία δεικτών απόδοσης και δυσχεραίνει τον προσδιορισμό της επιτυχίας. Η ενσωμάτωση οικονομικών και οικολογικών προοπτικών αποδείχθηκε δύσκολη, αν όχι αδύνατη. Η τρέχουσα έλλειψη σαφήνειας των κριτηρίων βιωσιμότητας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι «καλές επιχειρήσεις» είναι συνεχώς ανοικτές σε πολλαπλές ερμηνείες.

Είναι επίσης δυνατό να εντοπιστούν αρνητικά ζητήματα σχετικά με τον ηθικό λόγο ύπαρξης. Πρώτον, η αναζήτηση ηθική αριστείας περιπλέκει τη διαχείριση. Για παράδειγμα, οι αποφάσεις για την πρόσληψη και την επανατοποθέτηση προσωπικού δεν είναι ποτέ εύκολες, αλλά μπορεί να είναι ακόμη πιο δύσκολες σε επιχειρήσεις καθοδηγούμενες από ηθικές αξίες. Στις επιχειρήσεις αυτές, οι άνθρωποι που προσλαμβάνονται θα πρέπει φυσικά να είναι ταλαντούχοι και παραγωγικοί, αλλά να επιδεικνύουν επίσης την ικανότητα να δεσμευτούν στην αξία της βελτίωσης του κόσμου. Επιπρόσθετα, αν στην επιχείρηση προκύψει η ανάγκη να μειώσει το εργατικό της δυναμικό, η απόλυση των ανθρώπων θα είναι δύσκολη, καθώς θα υπάρχει η τάση να λαμβάνεται υπόψη μια ευρύτερη ποικιλία παραγόντων από ό, τι θα συνέβαινε εάν η απόφαση βασιζόταν αποκλειστικά στη κοινή λογική. Δεύτερον, πολλές από αυτές τις εταιρείες με υψηλό ηθικό προφίλ φαίνεται να μοιάζουν περισσότερο με μη κερδοσκοπικές ενώσεις παρά επιχειρηματικές οργανώσεις, όσον αφορά στη διακυβέρνηση και στη λήψη αποφάσεων.

Η σχέση μεταξύ των αξιών που πρεσβεύει ο χρηματοπιστωτικός τομέας και των αξιών της περιβαλλοντικής επιχειρηματικότητας χρήζει ιδιαίτερης μνείας. Μερικές φορές είναι ασαφές εάν η είσοδος των επενδυτών σε περιβαλλοντικές επιχειρήσεις αποτελεί μόνο θετικό φαινόμενο. Πολύ συχνά, η τυφλή θέληση για απόκτηση χρημάτων παραβιάζει τον ηθικό

προσανατολισμό, που είναι ένα από τα θετικά χαρακτηριστικά πολλών περιβαλλοντικών επιχειρήσεων.

Τυπολογία των πράσινων επιχειρηματιών [2]

Οι περισσότεροι ερευνητές συμφωνούν ότι υπάρχουν δύο κατηγορίες περιβαλλοντικών επιχειρηματιών - εκείνων που έχουν κέρδος ή οικονομικό προσανατολισμό και εκείνων που έχουν τον προσανατολισμό της αειφόρου ανάπτυξης και θέλουν να βοηθήσουν στην αλλαγή ή στη βελτίωση του περιβάλλοντος. Αυτές οι δύο κατηγορίες αναφέρονται ως οι δύο άκρες του οικολογικού προσανατολισμού. Στο ένα άκρο είναι οι πράσινοι επιχειρηματίες που υιοθετούν συνεχώς φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές και στο άλλο άκρο είναι επιχειρηματίες που δεν παρουσιάζουν καμία οικολογική συνείδηση αναφορικά με τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων τους. Με άλλα λόγια, οι περιβαλλοντικοί επιχειρηματίες είτε ξεκινούν πράσινες επιχειρήσεις είτε κάνουν πράσινες τις επιχειρήσεις τους.

Ο ρόλος της Επιχειρηματικής Εκπαίδευσης στην τόνωση της Περιβαλλοντικής Επιχειρηματικότητας [2]

Με βάση τα παραπάνω, προκύπτει ότι η περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα δεν μπορεί να βασίζεται αποκλειστικά στην απλή επιχειρηματική εκπαίδευση. Η ερώτηση που γεννάται είναι πώς μπορούμε να τονώσουμε τη μελλοντική περιβαλλοντική συμπεριφορά; Επί του παρόντος, η δυναμικότητα των φοιτητών και των επιχειρηματιών που σχετίζονται με την περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα, είναι περιορισμένη. Η επιχειρηματική εκπαίδευση, με έμφαση την αειφορία, τη διατήρηση της ενέργειας και τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, είναι ένας από τους μηχανισμούς που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την τόνωση της μελλοντικής επιχειρηματικής συμπεριφοράς στους τομείς της ενέργειας, της βιώσιμης παραγωγής και της κατανάλωσης. Η επιχειρηματική εκπαίδευση έχει την ευθύνη για την αύξηση της περιβαλλοντικής συνείδησης των μαθητών, των γνώσεων και των δεξιοτήτων και των αξιών που απαιτούνται για τη δημιουργία ενός δίκαιου και βιώσιμου μέλλοντος. Ο στόχος είναι να εκτεθούν τόσο οι φοιτητές όσο και οι νέοι επιχειρηματίες σε ζητήματα περιβαλλοντικής επιχειρηματικότητας και αειφορίας.

Αρκετά εκπαιδευτικά ιδρύματα ενσωματώνουν την αειφόρο ανάπτυξη στα προπτυχιακά προγράμματα σπουδών τους. Εκτός από τα μαθήματα, υπάρχουν επίσης προγράμματα και διεπιστημονικά κέντρα σε πανεπιστημιακό επίπεδο που εστιάζουν στην αειφόρο ανάπτυξη.

Ενσωμάτωση της Περιβαλλοντικής Επιχειρηματικότητας στην Επιχειρηματική Εκπαίδευση [2]

Οι φοιτητές επιχειρηματικότητας αποτελούν σημαντική ομάδα-στόχο για την επέκταση της καινοτομίας και των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στον τομέα της αειφόρου ανάπτυξης.

Ωστόσο, ο αριθμός των μαθημάτων που επικεντρώνονται στην περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα και την αειφορία είναι ακόμη περιορισμένος. Ανταποκρινόμενη στην ανάγκη για περισσότερα μαθήματα στον τομέα της περιβαλλοντικής επιχειρηματικότητας και της επιχειρηματικότητας με στόχο την αειφόρο ανάπτυξη, η ενότητα αυτή περιγράφει την ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής επιχειρηματικότητας στο πρόγραμμα σπουδών για την επιχειρηματικότητα.

Μία από τις προκλήσεις του προγράμματος σπουδών είναι εάν πρέπει να υπάρξει ένα μάθημα εξ ολοκλήρου αφιερωμένο στην περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα ή να ενσωματωθεί η περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα στο υπάρχον πρόγραμμα σπουδών. Εάν επιλεγεί η δεύτερη επιλογή, εξακολουθεί να υπάρχει το ερώτημα εάν πρέπει να εισάγεται η αειφόρος ανάπτυξη στα διάφορα θέματα μέσα σε ένα παραδοσιακό μάθημα ή να συμπεριληφθεί ως ξεχωριστό μάθημα του προγράμματος σπουδών. Η επιλεγμένη παιδαγωγική προσέγγιση μπορεί να εξαρτάται από τους πόρους του τμήματος και του πανεπιστημίου, την εξειδίκευση του εκάστοτε τμήματος και το ενδιαφέρον των μαθητών για το θέμα, μεταξύ άλλων παραγόντων.

Το επίπεδο γνώσεων και το σύνολο δεξιοτήτων που απαιτείται για να γίνει κάποιος πράσινος επιχειρηματίας είναι πολύ ευρεία. Η ευαισθητοποίηση τόσο σε τοπικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, η ευαισθητοποίηση σχετικά με τις μελλοντικές τάσεις, η απόκτηση περιβαλλοντικών αξιών και η εμπλοκή στην οικολογική ή συστηματική σκέψη αποτελούν κάποιες από τις δεξιότητες.

Η αειφόρος ανάπτυξη (2008) εντόπισε επίσης πρόσθετα σύνολα δεξιοτήτων που απαιτούνται από τον φοιτητή μια σχολής που σχετίζεται με την αειφόρο ανάπτυξη: την ικανότητα να αναζητά νέους τρόπους αντιμετώπισης των αναγκών και την ικανότητα εντοπισμού νέων επιχειρηματικών μοντέλων που να υποστηρίζουν τα προκύπτοντα καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες. Επιπλέον, οι γνώσεις και οι δεξιότητες για την περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα πρέπει να βοηθήσουν τους αποφοίτους να κατανοήσουν την κρίσιμη πρόκληση των πράσινων επιχειρηματιών, δηλαδή την παραγωγή αγαθών που μπορούν να διανεμηθούν, να καταναλωθούν και να διατεθούν με τρόπο που δεν επηρεάζει την περιβαλλοντική ποιότητα ζωής των μελλοντικών γενεών. Πάνω απ' όλα, τα προγράμματα περιβαλλοντικής επιχειρηματικότητας πρέπει να παράγουν φοιτητές που να κατανοούν την περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα και να μπορούν να εφαρμόσουν τις στρατηγικές της αειφόρου ανάπτυξης για το σχεδιασμό νέων προϊόντων, υπηρεσιών και διαδικασιών.

Από τους φοιτητές θα ζητηθεί να προτείνουν επιχειρηματικές λύσεις σε έντονα περιβαλλοντικά προβλήματα. Μερικά παραδείγματα των θεμάτων θα περιλαμβάνουν προϊόντα ή υπηρεσίες που θα συμβάλλουν στη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας, στην εξοικονόμηση ενέργειας και νερού, στη βελτίωση του καθαρισμού και φιλτραρίσματος του

νερού, στη βελτίωση των συστημάτων διαχείρισης αποβλήτων και στην αναζήτηση εναλλακτικών πηγών ενέργειας. Άλλες δραστηριότητες μπορεί να είναι ένα γραπτό κείμενο και μια παρουσίαση που θα περιλαμβάνει μια βιομηχανική μελέτη, μια μελέτη αγοράς και μια περιγραφή της επιχειρηματικής ιδέας. Επίσης, θα πρέπει να ζητηθεί από τους φοιτητές να παρουσιάσουν ένα σχέδιο / έκθεση βιωσιμότητας για μια δεδομένη εταιρεία ή κρατική οντότητα.

Το μάθημα θα δώσει έμφαση στην ενεργό, βιωματική μάθηση και στην επίλυση προβλημάτων σε πραγματικό χρόνο στην τάξη, στην πανεπιστημιούπολη και στην τοπική κοινότητα. Είναι γνωστό από εκπαιδευτικές έρευνες ότι οι φοιτητές αφομοιώνουν το 80% της πρακτικής άσκησης, και μόνο το 10% έως 20% όσων ακούν ή διαβάζουν. Ως εκ τούτου, για να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη διατήρηση των γνώσεων, των δεξιοτήτων και των αξιών, το πρόγραμμα σπουδών θα προσφέρει εμπειρίες μάθησης στους φοιτητές μέσω της εργασίας σε πραγματικά προβλήματα που αντιμετωπίζει η πανεπιστημιούπολη, η κοινότητα, η κυβέρνηση και η βιομηχανία. Η εκπαιδευτική εμπειρία πρέπει να ευθυγραμμιστεί με τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης και να βοηθήσει τους φοιτητές να κατανοήσουν τις οικολογικές υπηρεσίες που είναι κρίσιμες για την ανθρώπινη ύπαρξη και πώς μπορεί να γίνει ορατό το οικολογικό και κοινωνικό αποτύπωμα της ανθρώπινης δραστηριότητας.

Η επιχειρηματική εκπαίδευση διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στην αξιοποίηση της καινοτόμου δυναμικής των πράσινων επιχειρηματιών και στη βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Επίσης, η επιχειρηματική εκπαίδευση συμβάλλει στην ανάπτυξη περιβαλλοντικής συνείδησης μεταξύ των φοιτητών και στην ενθάρρυνσή τους να εφαρμόσουν τις γνώσεις τους για την περιβαλλοντική επιχειρηματικότητα, ώστε να βελτιώσουν τις διαδικασίες μέσα στις δικές τους επιχειρήσεις. Συνεπώς, οι ακαδημαϊκοί και άλλοι εκπαιδευτές πρέπει να προσδιορίσουν τις νέες ικανότητες που απαιτούνται για τις νέες περιβαλλοντικές τεχνολογίες, να αναπτύξουν το απαραίτητο πρόγραμμα σπουδών και στη συνέχεια να αξιολογήσουν τον αντίκτυπο των μαθημάτων στις περιβαλλοντικές επιδόσεις των πτυχιούχων [2].

Βιβλιογραφία

[1] Lassi Linnanen, “An Insider’s Experiences with Environmental Entrepreneurship”, Helsinki University of Technology, Finland.

[2]. Thaddeus McEwen, “Ecopreneurship as a Solution to Environmental Problems: Implications for College Level Entrepreneurship Education, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences May 2013, Vol. 3, No. 5.