

ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΒΕΣΚΟΥΚΗΣ

v.vescoukis@cs.ntua.gr

Περί αγορών

... Μπορεί κανείς να διαφωνεί με αυτή τη λογική της ισοπέδωσης των ιδιαιτεροτήτων των αγορών και, διαμέσω αυτών, των πολιτισμών και εμείς ανήκουμε σε αυτούς που πράγματι διαφωνούν...

Αναρωτηθήκαμε πριν από 5 μήνες, τι νόημα έχουν οι τεράστιες διαφημιστικές δαπάνες στην αγορά της κινητής τηλεφωνίας. Ισχυριστήκαμε τότε ότι δεν δικαιολογούνται από την ήδη εντυπωσιακή διείσδυση των υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας στην αγορά, η οποία "πόσο ακόμη μπορεί να μεγαλώσει;". Είχαμε αποδώσει το φαινόμενο σε εκτόνωση λόγω έλλειψης κατεύθυνσης, φαντασίας και γενικά κινητήριας δύναμης στην αγορά των νέων τεχνολογιών.

Οφείλουμε να παραδεχτούμε ότι κάναμε λάθος. Όχι διότι οι σκέψεις μας ήταν παράλογες, αλλά ακριβώς διότι σκεφτήκαμε με τη λογική που υπαγορεύει ότι οι πάσης φύσεως πόροι δεν αξιοποιούνται σωστά όταν αποδίδονται σε μια

αγορά χωρίς μεγάλα περιθώρια αύξησης, σύμφωνα με την κοινή διαίσθηση. Δεν λογαριάσαμε την φιλοσοφία της παγκοσμιοποίησης, με βάση την οποία καμία τέτοια επιφύλαξη δεν δικαιολογείται. Και εξηγούμαστε.

Σύμφωνα με τη φιλοσοφία αυτή, αν στην Ευρώπη ο μέσος όρος διείσδυσης της κινητής τηλεφωνίας στον πληθυσμό είναι 50%, τότε αυτό το ποσοστό αποτελεί "λογική" επιδίωξη για όλες τις τοπικές αγορές, από το οποίο αυτές δεν μπορεί να εμφανίζουν μεγάλες αποκλίσεις. Αν στην Ελλάδα το σημερινό ποσοστό είναι -ας πούμε- 35%, τότε, λαμβανομένων υπόψη και των απολύτων μεγεθών αλλά και του ότι πολλές επενδύσεις έχουν ήδη αποσβεστεί, δικαιολογείται "μια χαρά" ως στόχος το να πιάσουμε το 50% και τα μέσα που αποδίδονται στην επίτευξή του. Οι "τοπικές ιδιαιτερότητες" δεν επιτρέπονται, παρά μόνο αν πρόκειται για ακραίες καταστάσεις, όπως για παράδειγμα αυτή των Σκανδιναβικών χωρών όπου για το συγκεκριμένο παράδειγμα η απόκλιση είναι προς τα πάνω.

Μπορεί κανείς να διαφωνεί με αυτή τη λογική της ισοπέδωσης των ιδιαιτεροτήτων των αγορών και, διαμέσω αυτών, των πολιτισμών και εμείς ανήκουμε σε αυτούς που πράγματι διαφωνούν. Ωστόσο, η διαφωνία αυτή δεν μας εμποδίζει να αναγνωρίσουμε όσα προαναφέραμε και μάλιστα και σε άλλες αγορές. Δείτε την αγορά του

αυτοκινήτου: "Πόσα ακόμη αυτοκίνητα μπορεί να πουληθούν" ώστε να δικαιολογείται η σημερινή αναλογία (περίπου 1:2) των διαφημίσεων αυτοκινήτων στην τηλεόραση; Απάντηση χωρίς τη λογική της παγκοσμιοποίησης; Ελάχιστα, εκτός εάν αλλιάξουν πρώτα πάρα πολλά πράγματα στους δρόμους, την υποδομή, την εκπαίδευση και την οργάνωση της ζωής. Απάντηση σύμφωνα με τη λογική της παγκοσμιοποίησης: τόσα, όσα χρειάζεται για να φτάσει η αναλογία πληθυσμού ανά αυτοκίνητο στη μέση τιμή της Ευρώπης.

Δεν θα προχωρήσουμε τη συζήτηση στα λογικώς επόμενα "ναι μεν - αλλά" σχετικά με τα αυτοκίνητα. Θα τονίσουμε, όμως, τη νέα φιλοσοφία εκτίμησης των στόχων για τα μεγέθη των αγορών, η οποία αγγίζει όλες περί την νέα οικονομία αγορές. Σύμφωνα με τη νέα αυτή φιλοσοφία, στην Ελλάδα υπάρχει τεράστιο περιθώριο για αύξηση των αγορών πιστωτικών καρτών, στεγαστικών δανείων, PDAs, συνδέσεων Internet και πάρα πολλών άλλων αγαθών και υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένου και αυτού του οικιακού υπολογιστή. Και μάλιστα, όσο και να υποτιμούμε όσους δεν ασχολούνται με "corporate computing" και δεν επιδιώκουν "μόνιμους δεσμούς με τον πελάτη" ώστε η σχέση να έχει μέλλον, δεν μπορούμε παρά να αναγνωρίσουμε την εμπορική επιτυχία όσων πωλούν υπολογιστές ως αν ήταν συσκευές τηλεφώνου, για να μην πούμε ψυγεία. Μια ματιά σε πλήθος ερευνών που στην αγορά των οικιακών PC μας φέρνει τελευταίους στην Ευρώπη με μεγάλη απόσταση από τον μέσο όρο, αρκεί για να υποψιάσει τον οποιονδήποτε.

Επιχειρηματικές ευκαιρίες; Μακροπρόθεσμες ίσως, πρόσκαιρες σίγουρα ναι. Η αντίληψη ενός περιττού υπολογιστή δεν κοστίζει το ίδιο με την αντίληψη ενός περιττού αυτοκινήτου, μιας και ο υπολογιστής δεν κυκλοφορεί στους δρόμους. Άνοδος του βιοτικού επιπέδου; Σαφώς όχι, αν το μόνο που γίνει είναι η κατανάλωση. Η κατανάλωση, βέβαια, θα τονώσει την αγορά, η οποία (θεωρητικά) αποτελεί το όχημα και όχι τον προορισμό της ευημερίας του ανθρώπου. Αυτά ίσως να είναι "ψιλά γράμματα" στα marketing plans, εμείς απλά τα αναφέρουμε. Αλήθεια, είπε κανείς τίποτε για αναταραχές στη Μέση Ανατολή και για "νέα τάξη";