

Conferința Științifică Națională “Regionalizare și Politici Regionale”, Târgu-Jiu, 25-27 Octombrie 2013, România
Regionalizare și Politici Regionale
Coord: Dumitru-Catalin ROGOJANU
ISBN: 978-973-166-373-9; e-ISBN: 978-973-166-477-4

Organic Growth Of A Region
[Dezvoltare organică a unei regiuni]

George NICULESCU
Aron JINARU

pp. 315-322

Organic growth of a region

[Dezvoltare organică a unei regiuni]

George NICULESCU¹
Aron JINARU²

Abstract

The issue of developing an area or locality needs a rethinking and reconceptualising, in order to integrate in the new vision of design and generate the development of strong ideas as it follows: sustainability, viability, (social) diversity, harmony.

Our article is enlisted in the field of the idea of “community development”, (seen as a process of enlarging and development of the ability of both individual and collective action of a community, but also as a response of the improvement of the community as a whole - in different fields: physical, environmental, cultural, social, economic, political etc.) - in connection with the idea of “economic development” (seen as a process of creating the prosperity through mobilization of human, financial, physical-natural resources in order to acquire markets, products and services). We propose a Harmonious Alternative Development of a region research concerning re-thinking and re-conceptualizing of a new vision of design by generating development from the perspective of complexity paradigm, and conceiving a pattern of institutionalizing an organic development through innovation.

Our article propose:

- a new vision of design by generating and conceiving a pattern of institutionalizing of an organic development through innovation;*
- rethinking and reconceptualising of a new vision of design by generating the development from the perspective of the complexity paradigm;*
- conceiving of pattern for institutionalizing an organic development through innovation;*
- conceiving of a framework of shaping and simulating the fulfilment of studies and foresight simulations (future prospecting);*
- accomplishment as an “embryo” the micro-funding of “Community Development”, with the two components: “Community Development Venture Capital” (for innovative businesses) and “Social Venture Capital” (for innovative social activities specific to NGOs).*

Keywords: *organic development, research-action, region, sustainability, viability, (social) diversity, harmony.*

¹ Professor Ph.D., “Constantin Brâncuși” University of Târgu-Jiu

² PhD in Economics, Senior Researcher, Center for Complexity Studies - Bucharest

1. Introducere

De cele mai multe ori creșterea economică s-a făcut și se face încă de o manieră artificială, nesănătoasă, prin exploatarea fără limită a unor resurse neregenerabile (de exemplu cărbune, oțel, petrol) sau regenerabile dar exploatare nesustenabil (de exemplu lemnul), și/sau a unor "resurse simbolice" create artificial dar gestionate prost (de exemplu banii de credit), de către firme devenite corporații multinaționale sau transnaționale, dar care, odată devenite "too big to fail" riscă de o manieră iresponsabilă colapsul unor sectoare economice, a unor economii naționale întregi și chiar a economiei globale în ansamblu.

Dacă natura, eco-biologia în evoluția ei se bazează pe "creștere organică", adică pe o creștere armonioasă, sănătoasă în cadrul unor limite la diverse scări, date de diversele ecosisteme și în final de ecosistemul global al planetei noastre Terra, atunci și comunitățile (sau societățile sau chiar civilizația), mutatis mutandis, au nevoie de o dezvoltare organică pe diverse scări, de la local- comunitar, prin regional-național-european până la scară globală.

Mihailo Mesarovic și Eduard Pestel [Mesarovic și Pestel, 1975] au pus în circulație o nouă teorie și un nou model al creșterii economiei globale – creșterea organică. Ei au stabilit un punct de plecare total diferit în abordarea crizelor fără precedent, "cu care este confruntată omenirea și care se află la o răspântie a evoluției sale istorice", ajungând la ideea "creșterii organice". Aceasta poate – spun ei – să transforme lumea într-un sistem armonios de părți interdependente, fiecare aducându-și contribuția specifică în domenii ca economia, resursele sau cultura. Mesarovic și Pestel arată că o relație globală se poate aplica numai printr-o creștere echilibrată, diferențiată, care este analoagă creșterii organice. Se scoate în evidență decalajul dintre Nord și Sud care se reduce doar dacă acordarea de ajutor pe scară mare este făcută din timp. "O asemenea dezvoltare nu se poate realiza prin transfer tehnologic din regiunile dezvoltate, ci prin elaborarea unei noi tehnologii adecvate procesului de dezvoltare, ținându-se seama de condițiile existente astăzi în țările aflate în curs de dezvoltare. Pentru a se asigura trecerea la un proces de creștere organică, sunt necesare schimbări radicale din punct de vedere social, individual, tehnici, și tehnologic..

Interesul și concentrare pe creștere organică într-un mod semnificativ au crescut ca urmare a scandalurilor financiare de la sfârșitul anilor 1990 și începutul următorului deceniu.

2. Spre o creștere organică

Statistica ne arată că majoritatea (peste 75%) start-up-urilor antreprenoriale eșuează în primii ani de la înființare. O foarte mică parte din cele care rezistă cresc artificial în timp (de cele mai multe ori prin "mergers and acquisitions) și devin marile corporații mastodont "too big to fail".

Creșterea economică, din perspectiva noii științe economice a inovării, este în primul rând rezultatul schimbărilor endogene din tehnologie și gusturi și preferințe determinând astfel schimbări în funcțiile de producție și de utilitate, motorul principal fiind creativitatea și inovativitatea agenților economici sau sociali într-un context socio-econo-ecologic dat, devenind de fapt o ”creștere organică” sau ”dezvoltare organico-ecologică” și/sau o ”dezvoltare organico-ecologică în rețea”.

Orice creștere organică sănătoasă și/sau dezvoltare organico-ecologică necesită o abordare care să privească fenomenul la cel puțin două scări: cea micro a individului, entității, organizației, firmei care acționează și cea macro a comunității, a societății, a mediului în care se înscrie. Creșterea organică este mai degrabă un fenomen/proces implicit (emerge, se întâmplă), în timp ce dezvoltarea organico-ecologică este un proces conștient (enactat și manageriat cu o intenționalitate umană).

Un model viabil de cum să realizezi o creștere organică (dezvoltare organico-ecologică) a fost prezentat de E.D. Hess [Hess, 2007] în care a identificat șase chei pentru realizarea unei creșteri organice, arătând și cum să fie încorporate într-o formulă de avantaj competitiv sustenabil:

- dezvoltă un model de afacere simplu, ușor de înțeles și o strategie de creștere;
- fii antreprenorial la punctul de contact cu clienții;
- măsoară totul, de la finanțe la operații la comportamente;
- construiește un ”pipeline” de oameni multi-talentați, loiali și implicați;
- caută operatori focalizați intern și modești care să conducă compania;
- fii un campion al tehnologiei și al execuției.

Prin acest demers, al ”drumului spre creșterea organică” se arată că se poate construi o afacere de succes sustenabilă din interior fără achiziții scumpe, manipulări financiare sau devalorizarea angajaților.

Așa cum arată Edward D. Hess [Hess, 2012, p.127] în ”Grow to Greatness: Smart Growth for Entrepreneurial Businesses”, creșterea poate fi controlată (când și dacă e momentul să crești, cum să faci dezvoltarea, cum să manageriezi procesul de creștere și ce tip de leadership e necesar, ce cultura organizațională să institui, etc.).

Creșterea este cel mai adecvat mijloc pentru a reconcilia, pe termen lung, interesul mutual al clienților, angajaților și acționarilor.

Creșterea organică generează consecințe pe trei paliere:

- raporturile cu clienții:
 - contact continuu cu portofoliul de clienți, ceea ce duce la o relație unică bazată pe respect reciproc, cu dezvoltarea abilităților deosebite în observare, ascultare și punere în aplicare. Aceasta permite companiei să rămână strâns legată de clienții în condițiile în care așteptările sunt în evoluție și inovare continuă.

- relațiile cu personalul:
 - are o valoare educațională prin repetarea sistematică a celor mai bune practici;
 - reprezintă cele mai eficiente mijloace de a dezvolta locuri de muncă, dezvoltarea carierei și abilităților oamenilor, de valorificare promptă a oportunităților care sunt în mod inerent asociate cu o creștere. Se pregătește personalul pentru a deveni, managerial vorbind, mult mai agil în ceea ce privește viteza de reacție, o calitate obligatorie nu doar pentru creștere organică.
 - în ceea ce privește acționarii: este unul dintre criteriile principale pentru evaluarea valorii unei companii. Creșterea organică oferă o rentabilitate pe termen scurt, mai rapidă și mai sigură pe investiții proprii decât creșterea externă. Aceasta creează condițiile pentru obținerea sprijinului efectiv al acționarilor pentru proiectele de creștere externă ambițioasă.

3. Creșterea organică: rețeta IN-HOUSE pentru stimularea creșterii economice.

Creșterea organică are meritul de a proiecta propriul meniu de creștere: à la carte.

Comaniile care generează câștiguri prin creștere organică sunt mult mai susceptibile de a fi organizații durabile, de înaltă performanță și ar trebui să fie evaluate ca atare .

Creșterea organică - prin procesele și provocările sale - va schimba modul de conducere și evaluare și reprezintă o cale de a recompensa crearea de valoare reală.

Creșterea organică oferă o abordare sistematică a descoperirii oportunităților de creștere de trei categorii:

- 1 întreținere
- 2 evoluția vânzărilor
- 3 dezvoltarea de afaceri.

Fiecare dintre acestea implică un nivel diferit de expunere, risc și recompensă. Abordarea organică depinde nu numai de creșterea satisfacției clientului, dar și de consolidarea continuă, a intimității și entuziasmului clienților în capacitatea furnizorului de a crea valoare.

Creșterea organică depistează la timp modificările cosmetice în loc de modificări substanțiale și permite companiei să răspundă în mod constant la oportunitățile de creștere.

Creșterea organică nu este un moft sau un concept sofisticat, avansat, bazat doar pe cercetare academică. Aceasta atrage legitimitatea prin experiențe zilnice - succese și eșecuri - ale managerilor care se confruntă cu probleme reale de afaceri și cu rezultate verificabile în afaceri.

O organizație conștientă începe creștere organică prin consolidarea conturilor clienților și generarea unei noi viteze de reacție.

Creșterea organică funcționează ca un test filtru pentru o strategie al cărei scop este evitarea creșterii necontrolate.

Creșterea ecologică este un sistem cu două surse pentru stimularea creșterii. Ea se bazează pe excelență în proces și, de asemenea, în anumite împrejurări, pe obținerea de dividende prioritare sub forma mai multor informații de la clienți, datorită încrederii lor în companie [Hargadon, 2003]. Creșterea organică necesită extragerea sistematică a informațiilor relevante pentru a descoperi oportunități de creștere a afacerilor existente.

Ea este și o politică de combatere a economiei subterane: totul la vedere și verificabil (de exemplu voucherele prezintă avantaje atât pentru angajator, deoarece nu se plătesc contribuții, cât și pentru angajații beneficiari ai tichetelor de masă, care sunt **scutiți de plata taxelor salariale. De asemenea, este avantajat și statul**, care câștigă prin contribuția sistemului la desființarea comerțului ilegal și muncii la negru și garantând o politică socială consolidată.

Sub numele de "beneficii sociale" se oferă soluții pentru abordarea problemelor legate de bunăstare. Se poate extinde cu atenție portofoliul de servicii la un nou grup de afaceri.

Creșterea organică se bazează pe clienții care au încredere în performanța furnizorului. În acest context, clientul acționează ca un catalizator și poate dicta chiar politica de dezvoltare a companiei.

O consecință a credinței clientului în furnizorul său poartă o semnificație aparte: o provocare pentru furnizor de a gestiona cu atenție relațiile cu furnizorii de nivel doi sau cu partenerii de afaceri, care trebuie să fie și ei mobilizați pentru a satisface cerințele clientului. Scopul final al creșterii organice: produsele și serviciile nu sunt create/prestate pentru a fi vândute, ci pentru a fi cumpărate.

În creșterea organică nu putem neglija faza de pregătire, care are ca scop crearea contextului adecvat. Conceptul este ca un iceberg, astfel încât, înainte de a urca în partea de sus, o scufundare în mare/ocean ar putea fi utilă pentru a ști unde suntem [Zook, 2001].

4. Dezvoltarea organică a unei localități/regiuni

Problematika dezvoltării unei zone/localități are nevoie de o regândire și reconceptualizare, care să integreze în noua viziune de design al generării dezvoltării și idei forte precum: sustenabilitate, viabilitate, (socio)diversitate, armonie.

Căile de creștere ale unei zone/localități oscilează între două viziuni (paradigme), între una de tip "individualist spontan-anarhic" și una de tip "colectivist rigid-planificat". Fiecare dintre aceste două tipuri de creștere și-a atins limita unor creșteri nesustenabile și e necesară o nouă viziune (paradigmă) de (re)gândire nu a unei creșteri, ci a unei dezvoltări organice, care să ducă la o cale de tip "comunitar generativ-designat" [Le Moigne, 2006].

Articolul nostru se înscrie în domeniul ideii de "dezvoltare comunitară", (văzută ca un proces de mărire și dezvoltare a capacității de acțiune individuală și

colectivă a unei comunități, dar și ca un rezultat al acțiunii de îmbunătățire a comunității în ansamblu, pe diverse direcții: fizic, de mediu, cultural, social, economic, politic, etc.), în corelație cu ideea de ”dezvoltare economică” (văzută ca proces de creare a prosperității prin mobilizarea resurselor umane, financiare, fizico-naturale etc. pentru realizarea de produse și servicii de piață).

Dacă, pe de o parte, creșterea economică în sine, prin focalizarea ei doar pe aspectele cantitative (”mai mult mai bun”), poate să fie sau să nu fie benefică unei comunități, atunci, pe de altă parte, dezvoltarea economică implică schimbare structurală și îmbunătățiri în cadrul sistemelor comunitare, ea fiind de fapt acțiune deliberată pentru a determina schimbări structurale dorite [Mason. & Rohner, 2002]. Astfel, o comunitate poate să aibă creștere fără dezvoltare (situație de evitat), dezvoltare fără creștere (specifică pentru comunitățile mature) și dezvoltare cu creștere (comunitățile tinere).

Pe parcursul istoriei, în evoluția diverselor societăți / comunități / civilizații omenești de pe mapamond s-a văzut că, așa cum arată omul de știință (geobiolog) Jared Diamond [Diamond, 2005 pp. 4-5], că fenomenul de colapsare a unor civilizații (o drastică reducere în mărimea populației umane și/sau a complexității politice/ economice/ sociale pe o arie considerabilă și pentru o perioadă mare de timp) de-a lungul istoriei de pe tot globul terestru s-a datorat, în special, ecocidului (suicidul ecologic). ”Procesele prin care societățile (civilizațiile) trecute s-au subminat ele însele prin vătămarea propriului mediu se clasifică în 8 categorii, a căror importanță relativă diferă de la caz la caz: despădurirea și distrugerea habitatului, problemele solului (eroziune, salinizare și pierderea fertilității), probleme de management al apei, supravănătoarea, suprapescuitul, efectele de introducere a speciilor peste speciile native, creșterea populației umane și creșterea impactului pe cap de individ al oamenilor” [Diamond, 2005 p. 5]. Diamond mai arată că civilizațiile au avut un declin rapid după ce au ajuns în vârf.

Așdar, natura, eco-biologia în evoluția ei se bazează pe ”creștere organică”, adică pe o creștere armonioasă, sănătoasă în cadrul unor limite la diverse scări, date de diversele ecosisteme și în final de ecosistemul global al planetei noastre. Mergând pe calea naturală, atunci și comunitățile/societățile au nevoie de o dezvoltare organică pe diverse scări, de la local- comunitar, prin regional-național-european până la scară globală.

Articolul își propune să prefigureze o regândire și o reconceptualizare a unei noi viziuni de design al generării dezvoltării din perspectiva paradigmei complexității, și de a concepe un model de enactare a dezvoltării organice prin inovare.

Obiective generice pentru dezvoltarea organică a unei regiuni:

- regândirea și reconceptualizarea unei noi viziuni de design al generării dezvoltării din perspectiva paradigmei complexității;
- conceperea unui model de enactare a dezvoltării organice prin inovare orientată pentru zonă/regiune;

- conceperea unui cadru de modelare și simulare pentru realizarea studiilor și simulărilor foresight (prospectare a viitorului) adecvat unei zone/regiuni;
- conceperea unui model adecvat de ”micro Fond de dezvoltare Comunitară”, care să integreze atât o componentă de tip ”Community Development Venture Capital (pentru afaceri inovative), cât și una de tip ”Social Venture Capital pentru activități sociale inovative specifice NGO-urilor), pertinent pentru dezvoltare economică și schimbare socială, adecvat pentru zona/regiunea respectivă:
 - inițierea (enactarea) fenomenului/procesului de dezvoltare organică prin inovare orientată a zonei/regiunii printr-un demers de tip cercetare-acțiune;
 - realizarea unui prim studiu și de simulare foresight (prospectare a viitorului);
 - realizarea sub formă de ”germene” a micro-Fond de Dezvoltare Comunitară”, cu cele două componente: ”Community Development Venture Capital” (pentru afaceri inovative), și ”Social Venture Capital” (pentru activități sociale inovative specifice NGO-urilor).

5. Concluzii

În ultima perioadă creșterea organică a căpătat noi dimensiuni și o aplicare conștientă, adaptată noilor cerințe și exigențe ale realității contemporane. Astfel, dacă creșterea organică este mai degrabă un fenomen/proces implicit (emerge, se întâmplă), noul tip de dezvoltare organico-ecologică este un proces conștient (enactat și manageriat de o intenționalitate umană).

Treptat, mediile instituționale încep să facă presiuni asupra organizațiilor care își pot permite să aibă oportunități de creștere organică.

Creșterea organică oferă o abordare sistematică a descoperirii oportunităților de creștere.

- Creșterea organică se bazează pe clienții care au încredere în performanța furnizorului. În acest context, clientul acționează ca un catalizator și poate dicta chiar politica de dezvoltare a companiei.

- Orice creștere organică sănătoasă și/sau dezvoltare organico-ecologică necesită o abordare care să privească fenomenul la cel puțin două scări: cea micro a individului, entității, organizației, firmei care acționează și cea macro a comunității, a societății, a mediului în care se înscrie. Creșterea organică este mai degrabă un fenomen/proces implicit (emerge, se întâmplă), în timp ce dezvoltarea organico-ecologică este un proces conștient (enactat și manageriat cu o intenționalitate umană).

Problematica dezvoltării unei zone/localități are nevoie de o regândire și reconceptualizare, care să integreze în noua viziune de design al generării dezvoltării și idei forte precum: sustenabilitate, viabilitate, (socio)diversitate, armonie.

BIBLIOGRAFIE

1. Hess D. Edward (2007). *The Road to Organic Growth: How Great Companies Consistently Grow Market Share from Within*, McGraw-Hill Professional, New York, 2007.
2. Hess D. Edward (2012). *Grow to Greatness: Smart Growth for Entrepreneurial Business. Concepts and Cases*, Stanford University Press, Stanford California.
3. Diamond, Jared (2005). *Collapse How Societies Choose to Fail or Succeed*, Viking.
4. Hargadon, A. (2003). *How Breakthroughs Happen: The Surprising Truth About How Companies Innovate*. Boston: Harvard Business School Press.
5. Le Moigne, Jean-Louis (2006). *La théorie du système général. Théorie de la modélisation*, PUF. Reeditare.
6. Mesarovic M. ,Pestel E. (1975). *Omenirea la răspântie*, Editura Politică București.
7. Mason, H. & Rohner, T. (2002). *The Venture Imperative: A New Model for Corporate Innovation*. Boston: Harvard Business School Press.
8. Mognetti, Jean-Frédéric (2002). *Organic Growth Cost-Effective Business Expansion From Within*, by John Wiley & Sons, Ltd.
9. Zook, C. (2001). *Profit from the Core: Growth Strategy in an Era of Turbulence*. Boston: Harvard Business School Press.