

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ



κέντρα
διά βίου
μάθησης



Κοινωνική Οικονομία – Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ ΓΙΑ ΤΑ ΚΕΝΤΡΑ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Συγγραφέας
Ιωάννης Νικολάου

Υπεύθυνος διαμόρφωσης επιστημονικών προδιαγραφών του εκπαιδευτικού υλικού
Σπύρος Λιούκας

ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΑΠΟ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Επιστημονικός Υπεύθυνος για τις εκπαιδευτικές προδιαγραφές του υλικού
Αλέξης Κόκκος

Αναπληρωτής Επιστημονικός Υπεύθυνος
Μάνος Παυλάκης

Επιμέλεια Κειμένων
Έφη Κωσταρά

Το παρόν δημιουργήθηκε στο πλαίσιο του υποέργου 8 με τίτλο «Συγγραφή και αξιολόγηση και αξιοποίηση υφιστάμενων εκπαιδευτικών υλικών προγραμμάτων εθνικής και τοπικής εμβέλειας» των πράξεων «Κέντρα Δια Βίου Μάθησης-Προγράμματα Εθνικής Εμβέλειας & Προγράμματα Τοπικής Εμβέλειας ΑΠ7» και «Κέντρα Δια Βίου Μάθησης-Προγράμματα Εθνικής Εμβέλειας & Προγράμματα Τοπικής Εμβέλειας ΑΠ8» οι οποίες έχουν ενταχθεί στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» (ΕΠΕΔΒΜ) του ΕΣΠΑ (2007-2013), Άξονας Προτεραιότητας 7: «Ενίσχυση της Δια Βίου Εκπαίδευσης Ενηλίκων στις 8 Περιφέρειες Σύγκλισης» με κωδικό MIS 375686 και Άξονας Προτεραιότητας 8: «Ενίσχυση της δια βίου εκπαίδευσης ενηλίκων στις 3 Περιφέρειες σταδιακής εξόδου» με κωδικό MIS 375687 και οι οποίες συγχρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους, μέσω του Προγράμματος Δημοσίων Επενδύσεων (ΠΔΕ) του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων.

Περιεχόμενα

Σκοπός	3
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα.....	3
Λέξεις – Κλειδιά	3
1 Επισκόπηση της Κοινωνικής Οικονομίας.....	2
1.1 Κοινωνική Οικονομία.....	3
1.2 Κοινωνική Επιχειρηματικότητα.....	5
1.3 Κοινωνικές Επιχειρήσεις.....	6
1.4 Λογοδοσία Κοινωνικών Επιχειρήσεων	8
1.5 Κοινωνικά – Ηθικά Κεφάλαια	11
2 Κοινωνική Επιχειρηματικότητα: Διεθνής – Εθνική Εμπειρία.....	14
2.1 Διεθνής Εμπειρία.....	14
2.2 Εθνική Εμπειρία	18
3 Θεσμικό Πλαίσιο Ίδρυσης Κοινωνικών Επιχειρήσεων	20
3.1 Διεθνές Θεσμικό Πλαίσιο	20
3.2 Εθνικό Θεσμικό Πλαίσιο	22
4 Μελέτες Περίπτωσης.....	24
4.1 Μελέτες Περίπτωσης - Διεθνής Εμπειρία.....	24
4.2 Μελέτες Περίπτωσης – Εθνική Εμπειρία.....	30
5 Ίδρυση Κοινωνικών Επιχειρήσεων	32
Σύνοψη	43
Βιβλιογραφία.....	44

Σκοπός

Η θεματική ενότητα έχει σκοπό να συμβάλει διττά στο πεδίο της κοινωνικής οικονομίας. Αρχικά, με την παροχή μιας κριτικής ανάλυσης μιας σειράς όρων που αντλούνται από τη δεξαμενή του νεοεισερχόμενου πεδίου της κοινωνικής οικονομίας, όπως είναι η κοινωνική (ή αλληλέγγυα) επιχειρηματικότητα, ο κοινωνικός επιχειρηματίας, η λογοδοσία των κοινωνικών επιχειρήσεων και οι ηθικοί επενδυτές. Εν συνεχεία, με την προσφορά των κατάλληλων και επαρκών γνώσεων για μια σειρά θεμάτων θεσμικού πλαισίου, πρακτικών ζητημάτων και εμπειρικών αποτελεσμάτων βασιζόμενα στην εθνική και διεθνή εμπειρία, ώστε να προετοιμάσει ικανά στελέχη για να ανταποκριθούν μελλοντικά στις προκλήσεις της κοινωνικής οικονομίας.

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Με την ολοκλήρωση της μελέτης της ενότητας, οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να:

- διακρίνουν τις έννοιες της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και του κοινωνικού επιχειρηματία,
- σχεδιάζουν ένα επιχειρηματικό πλάνο για την ίδρυση μιας επιχείρησης στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας,
- αντλούν ιδέες κοινωνικής επιχειρηματικότητας από τις υφιστάμενες διεθνείς και εθνικές πρακτικές,
- αποκτήσουν επαρκείς εμπειρίες, ώστε να είναι ικανοί να απασχοληθούν σε επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας,
- αποκτήσουν γνώσεις για το θεσμικό πλαίσιο που διέπει την κοινωνική επιχειρηματικότητα σε διεθνές και εθνικό επίπεδο.

Λέξεις – Κλειδιά

- Κοινωνική οικονομία
- Κοινωνική επιχειρηματικότητα
- Κοινωνικός επιχειρηματίας
- Κοινωνική λογοδοσία
- Ηθικά κεφάλαια

1 Επισκόπηση της Κοινωνικής Οικονομίας

Η έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι δημοφιλής εδώ και αρκετά χρόνια και ειδικότερα κατόπιν της οικονομικής κρίσης που έπληξε τη Μεγάλη Βρετανία κατά τη δεκαετία του 1980 και υποχρέωσε την τότε πρωθυπουργό της χώρας Μάργκαρετ Θάτσερ να τονίσει δημόσια την απουσία «επιχειρηματικής κουλτούρας» τόσο στη χώρα της όσο και στην υπόλοιπη Ευρώπη. Μια ανακοίνωση που θεωρήθηκε ως ένα οξύμωρο λεκτικό σχήμα κατά την Elizabeth Chell (2007) διότι συνδέει τον όρο «επιχειρηματικός» ή «επιχείρηση» με σαφώς χαρακτηριστικά ατομικής δράσης με τον όρο «κουλτούρα» που περιέχει γνωρίσματα συλλογικής δράσης. Η οικονομική κρίση του 1980 και η έννοια της «επιχειρηματικής κουλτούρας», όπως διατυπώθηκαν στην Βρετανία, έφεραν το λεγόμενο άνοιγμα των αγορών και τη φιλελευθεροποίηση κάθε οικονομικής έκφανσης, ενώ το αποκορύφωμα της ελεύθερης οικονομίας πραγματοποιήθηκε με την πτώση του υπαρκτού Σοσιαλισμού το 1989 και την επέκταση του φαινομένου της οικονομικής παγκοσμιοποίησης.

Οι αλλαγές στο πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον οδήγησαν τις σύγχρονες οικονομίες σε συρρίκνωση του κράτους πρόνοιας και σε μεταβίβαση τμήματος της περιουσίας που ήταν υπό την ιδιοκτησία του κράτους σε ιδιώτες (privatization ή corporatization). Σε αυτό το συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, ορισμένες νέες μορφές επιχειρηματικότητας, επιχειρήσεων και επιχειρηματιών αναδείχθηκαν, που ουσιαστικά αποπειράθηκαν να καλύψουν το κενό της κρατικής πολιτικής στην αντιμετώπιση των ζητημάτων κοινωνικής πρόνοιας. Οι επιχειρήσεις αυτού του είδους δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην κοινωνική αποτελεσματικότητα και λιγότερο ενδιαφέρον στην οικονομική κερδοφορία.

Αυτές οι επιχειρηματικές προσεγγίσεις δεν περιορίστηκαν μόνο σε κράτη όπου κυβέρνησαν συντηρητικές – φιλελεύθερες κυβερνήσεις με σαφώς πολιτικές απορρύθμισης της οικονομίας, αλλά επίσης εφαρμόστηκαν και σε μια σειρά κρατών με σοσιαλιστικές και σοσιαλδημοκρατικές κυβερνήσεις. Η ανάδειξη τέτοιων προσεγγίσεων από σοσιαλδημοκρατικές κυβερνήσεις δεν θα πρέπει να προκαλεί ιδιαίτερη εντύπωση μιας και το κέντρο βάρους της πολιτικής ατζέντας των κομμάτων της σοσιαλδημοκρατίας σε χώρες της δύσης έχει μετατοπιστεί σαφώς (μετά τη δεκαετία του '80) από την εφαρμογή δημοσιοοικονομικών μέτρων (λ.χ. δημόσιες δαπάνες), που αντλούνταν από τα θεωρητικά μοντέλα του γνωστού οικονομολόγου John Maynard Keynes, προς μέτρα που βασίζονται περισσότερο στις θεωρίες του κοινωνιολόγου Antony Giddens για τον «τρίτο δρόμο» (βλ. Blair, 1998). Σε αυτό το θεωρητικό υπόβαθρο οριοθετούνται, κυρίως στην Ευρώπη, οι έννοιες της κοινωνικής οικονομίας και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Πρέπει επίσης να

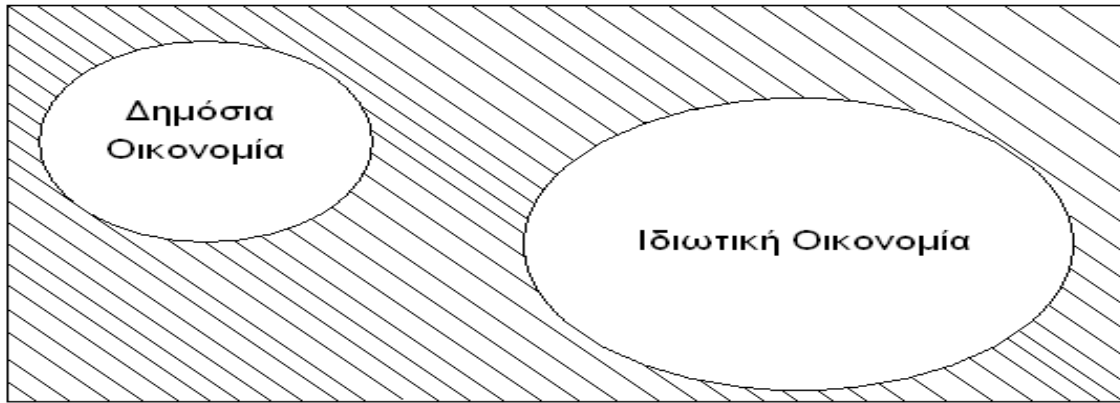
σημειωθεί ότι στην Ευρώπη, τουλάχιστον πριν την πρόσφατη οικονομική κρίση και μέχρι σήμερα, η κοινωνική επιχειρηματικότητα δίνει μεγαλύτερη βαρύτητα στην αντιμετώπιση ζητημάτων κοινωνικού αποκλεισμού και λιγότερο στην επιτυχία συγκεκριμένων χρηματοοικονομικών αριθμοδεικτών (λ.χ. αύξηση της κερδοφορίας). Αντιθέτως, στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (ΗΠΑ) η έμφαση δίνεται περισσότερο στην κερδοφορία και στην εύρεση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών και σε μικρότερη κλίμακα στην κοινωνική αποστολή (social mission) αυτών των επιχειρηματικών πρακτικών.

Στη συνέχεια πραγματοποιείται ανάλυση των εννοιών της κοινωνικής οικονομίας.

1.1 Κοινωνική Οικονομία

Ο όρος της κοινωνικής οικονομίας έλκει την προέλευσή του αιώνες πίσω σύμφωνα με τους Moulart και Ailenet (2005), οι οποίοι παρουσιάζουν παραδείγματα από την αρχαία Ελλάδα για τη συγκέντρωση χρημάτων για τελετουργικές και νεκρικές τελετές και την αρχαία Ρώμη για τη χρηματοδότηση συλλόγων βιοτεχνών. Ο όρος της κοινωνικής οικονομίας περνάει από διάφορα στάδια και αλλάζει περιεχόμενο με την πάροδο των χρόνων. Για παράδειγμα, έως το έτος 1929, ο όρος περιορίζεται κυρίως σε αγροτικούς συνεταιρισμούς και σε αποταμιεύσεις μικρών αγροτών που θέλουν να αντιμετωπίσουν το έντονο ανταγωνιστικό περιβάλλον που διαμορφώθηκε από την οικονομική κρίση του 1873-1895. Κατόπιν της οικονομικής κρίσης του 1929, οι συνεργασίες που προέκυψαν για την παροχή τροφής και στέγασης σε άνεργους ανέπτυξε την αλληλέγγυα οικονομία (Moulart and Ailenet, 2005). Τα υψηλά ποσοστά ανεργίας της δεκαετίας του '80 και ο περιορισμός του κράτους πρόνοιας τη δεκαετία '90 διαμόρφωσαν το πεδίο στο οποίο οικοδομήθηκε η κοινωνική οικονομία με συνεργατικές κυρίως ενώσεις εργατών που σκοπό είχαν να καλύψουν την αδυναμία του κράτους να παρέχει κοινωνικά αγαθά και να βοηθήσουν στην ένταξη των κοινωνικά ευάλωτων ομάδων στην αγορά εργασίας.

Το πεδίο της κοινωνικής οικονομίας οριοθετείται πρώτιστα ανάμεσα στην κρατική πολιτική και την ιδιωτική επένδυση για οικονομική δραστηριότητα. Αναπτύσσεται για να καλύψει εκείνες τις ανάγκες της κοινωνίας για τις οποίες δεν διατίθεται ο ιδιωτικός τομέας εξαιτίας της απουσίας υψηλού κέρδους και δεν δύναται ο κρατικός τομέας να συμβάλει λόγω της απουσίας δημοσιοοικονομικών και χρηματοοικονομικών μέσων. Ο Mertens (1999) καθορίζει την κοινωνική οικονομία ως υπολειμματική (residuals) των άλλων δυο μορφών οικονομίας – ιδιωτικής και δημόσιας – και την αναπαριστά σχηματικά με τη σκιαγραφημένη επιφάνεια όπως φαίνεται στο Σχήμα 1.



Σχ. 1: Οριοθέτηση της Κοινωνικής Οικονομίας (Πηγή: Mertens, 1999)

Στον όρο της κοινωνικής οικονομίας αποδίδεται μια σειρά από εναλλακτικές έννοιες όπως είναι ο τρίτος τομέας, ο μη κερδοσκοπικός τομέας, η αλληλέγγυα οικονομία, η εναλλακτική οικονομία και η οικονομία του μη κέρδους (Westlund, 2003). Τόσο κατά τη χρήση του όρου κοινωνική οικονομία όσο στις περιπτώσεις που γίνεται χρήση των εναλλακτικών όρων δεν συνεπάγεται αυτομάτως ένα μονοσήμαντο νόημα. Το περιεχόμενο της κοινωνικής οικονομίας και η οριοθέτησή του διαφέρει μεταξύ των συγγραφέων που καταπιάνονται με αυτόν τόσο μεταξύ Ευρώπης και ΗΠΑ όσο και μεταξύ διαφορετικών χωρών. Η ποικιλία των νοημάτων οφείλεται, επιπρόσθετα, στα διαφορετικά επιστημονικά πεδία από όπου προέρχονται οι συγγραφείς που προσπαθούν να καθορίσουν το περιεχόμενο του όρου κοινωνική οικονομία. Για παράδειγμα, η πολιτική διάσταση του όρου νοηματοδοτείται ως «η κοινωνική οικονομία φέρνει ανθρώπους να συνεργαστούν μαζί υπό ελεύθερη συμμετοχή και εθελοντική δέσμευση για ένα κοινό σκοπό» (Westlund, p.1193). Όταν η έμφαση δίνεται στην οικονομική διάσταση, τότε σύμφωνα με τους Defourny και Develteve (1999: σελ. 16) η κοινωνική οικονομία ορίζεται ως «οι οικονομικές δραστηριότητες που πραγματοποιούνται από επιχειρήσεις, πρώτιστα συνεργατικά, με αμοιβαία μέλη και ηθικές αξίες που βασίζονται στις ακόλουθες κύριες αρχές: α) να παρέχουν υπηρεσίες στα μέλη τους ή στην κοινότητα δίχως να αποσκοπούν στην κερδοφορία, β) να διοικούνται αυτόνομα, γ) να έχουν δημοκρατικές διαδικασίες διοίκησης – διαχείρισης, και δ) να δίνεται έμφαση στον άνθρωπο έναντι της εργασίας και του κεφαλαίου».

Σήμερα είναι δυσεπίτευκτο να εντοπιστεί ένας κοινά αποδεκτός ορισμός για την κοινωνική οικονομία. Η πλειοψηφία των συγγραφέων αποφεύγει να χρησιμοποιεί ορισμούς με μονοδιάστατο προσανατολισμό, αλλά περικλείουν στον όρο μια σειρά από κοινά χαρακτηριστικά που είναι δυνατόν να χαρακτηρίσουν την έννοια της κοινωνικής οικονομίας. Στη λογική αυτή, για τις ανάγκες της εν λόγω θεματικής ενότητας, θα παρουσιαστούν τα χαρακτηριστικά της κοινωνικής οικονομίας όπως προσφέρονται στη χάρτα της Ε.Ε. για την

κοινωνική οικονομία. Συνεπώς, τα κύρια χαρακτηριστικά της κοινωνικής οικονομίας μπορεί να συνοψιστούν ως εξής:

A. τα πρωτεία δίνονται στον ανθρώπινο παράγοντα και την κοινωνική αποστολή σε σχέση με τον οικονομικό σκοπό, B. η εθελοντική και η ανοικτή συμμετοχή των μελών, Γ. ο δημοκρατικός έλεγχος και συμμετοχή των μελών, Δ. ο συνδυασμός των ενδιαφερόντων των μελών/ των χρηστών/ ή του γενικού καλού, E. η υπεράσπιση και η εφαρμογή των αρχών της αλληλεγγύης και της υπευθυνότητας, ΣΤ. η αυτόνομη διοίκηση και η ανεξαρτησία από τις δημόσιες αρχές, και Ζ. το επαρκές πλεόνασμα για την εκτέλεση των βιώσιμων στόχων, και των υπηρεσιών των μελών ή του γενικού καλού.

ΑΣΚΗΣΗ 1 / Κατανόηση της Έννοιας Κοινωνική Οικονομία

Με βάση τα όσα διαβάσατε μπορείτε να απαντήσετε στα ακόλουθα ερωτήματα:

(α) ποια είναι η διαφορά της κοινωνικής οικονομίας και της ιδιωτικής οικονομίας;

(β) ποια είναι η διαφορά της κοινωνικής οικονομίας και της δημόσιας οικονομίας;

(γ) συμφωνείτε με το χαρακτηρισμό του Merters ότι η κοινωνική οικονομία είναι υπολειμματική;

Για την απάντηση του γ ερωτήματος βασιστείτε και στην επόμενη ενότητα.

Τέλος, να γίνει συζήτηση στην τάξη μεταξύ των μαθητών για το περιεχόμενο της κοινωνικής οικονομίας και να καταρτιστεί μια λίστα που να καταγραφούν τα χαρακτηριστικά που θεωρούν οι εκπαιδευόμενοι ότι θα πρέπει να περιέχει η κοινωνική οικονομία.

1.2 Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα θεωρείται κρίσιμη παράμετρος και κατάλληλη πρακτική για την ανακούφιση αρκετών κοινωνικών προβλημάτων που αφενός δεν έχει τη δυνατότητα να επιλύσει το κράτος και αφετέρου ο ιδιωτικός τομέας δεν είναι πρόθυμος να αναλάβει πρωτοβουλίες, αφού τα οικονομικά οφέλη θεωρούνται μηδαμινά. Ο όρος αποτελείται από δυο συστατικά μέρη, την επιχειρηματική και την κοινωνική διάσταση. Το πρώτο συστατικό μέρος, όπως προαναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα, είναι ιδιαίτερα δημοφιλές και ως εκ τούτου ένας μεγάλος αριθμός εργασιών έχει εκπονηθεί κυρίως για να διερευνήσει τους λόγους ύπαρξης της επιχειρηματικότητας. Το δεύτερο συστατικό μέρος προσδιορίζει κυρίως τον κοινωνικό προσανατολισμό της επιχειρηματικότητας. Για την κοινωνική διάσταση εμφανίζεται μια πλειάδα ορισμών με έμφαση κυρίως σε θέματα εύρεσης νέων ευκαιριών υψηλής κοινωνικής αξίας (social value), νέων καινοτομιών και τολμηρών εγχειρημάτων με

χαμηλές οικονομικές αποδόσεις. Ο όρος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μετατόπισε την έμφασή του από αποκλειστικά κοινωνικά θέματα σε μια σειρά οικονομικών ζητημάτων.

Οι Seelos και Mair (2005) ορίζουν την κοινωνική επιχειρηματικότητα ως την οικονομική δραστηριότητα *«που παρέχει νέα παραγωγικά μοντέλα παροχής προϊόντων και υπηρεσιών που εξυπηρετούν τις άμεσες ανθρώπινες ανάγκες των φτωχότερων στρωμάτων της κοινωνίας που παραμένουν αναπάντητες από τις σημερινές οικονομικές και κοινωνικές δομές»* (Seelos & Mair, 2005: 243). Ωστόσο, η κοινωνική επιχειρηματικότητα σημαίνει διαφορετικά πράγματα για διαφορετικούς ανθρώπους. Οι Mair και Martin (2006) συνέλεξαν μια πλειάδα ορισμών για την έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας που είναι δυνατόν να ταξινομηθούν στις ακόλουθες τρεις κατηγορίες, δηλαδή σε ορισμούς που αναφέρονται: α) στους οργανισμούς που αναζητούν κεφάλαια για την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών, β) στους οργανισμούς που εμπορευματοποιούν την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών, και γ) στους οργανισμούς που έχουν μοναδικό στόχο να απαλύνουν τον ανθρώπινο πόνο και να καταλύσουν τις υφιστάμενες κοινωνικές δομές.

Ομοίως, οι Roper και Cheney (2005) προβάλλουν τρεις τύπους κοινωνικής επιχειρηματικότητας με έμφαση στην ιδιοκτησία της επιχείρησης, όπως είναι: α) η ιδιωτική κοινωνική επιχειρηματικότητα (private social entrepreneurship), δηλαδή ιδιωτικές πρωτοβουλίες για την ανακούφιση κοινωνικών προβλημάτων με σκοπό το κέρδος και τη δημιουργία καινοτομιών, β) η κοινωνική επιχειρηματικότητα μη επίτευξης κέρδους (social entrepreneurship in the not-for-profit sector), και γ) η κοινωνική επιχειρηματικότητα του δημόσιου τομέα (public-sector social entrepreneurship), δηλαδή πρωτοβουλίες των δημόσιων οργανισμών για την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων. Μολονότι η συγκεκριμένη ταξινόμηση είναι κάπως γενική και έρχεται σε αντίθεση με την οριοθέτηση της κοινωνικής οικονομίας που αναπαραστάθηκε γραφικά στην προηγούμενη ενότητα, εντούτοις θεωρείται μια επαρκής εννοιολογική διάκριση που μπορεί να ερμηνεύσει διάφορους τύπους της παρούσας κοινωνικής επιχειρηματικότητας και δεν είναι άδικος με κανένα τομέα της οικονομίας που συμβάλλει ουσιαστικά στην επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων.

1.3 Κοινωνικές Επιχειρήσεις

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα υποστασιοποιείται με τη δημιουργία κοινωνικών επιχειρήσεων που είναι και το ζητούμενο της όλης συζήτησης. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι στην κατηγορία των κοινωνικών επιχειρήσεων περιλαμβάνεται ένα μεγάλο εύρος οικονομικών μορφωμάτων που αναλαμβάνουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες όπως είναι οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ), οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, οι συνεταιρισμοί και

οι κοινωνικές επιχειρήσεις κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Ειδικότερα, μια εκτενής συζήτηση έχει διεθνώς αρχίσει για την καταγραφή των διαφοροποιήσεων του όρου κοινωνική επιχείρηση με τους όρους κοινωνική επιχειρηματικότητα και κοινωνική οικονομία. Μια σύντομη διευκρίνιση των διαφορών μεταξύ των όρων προτού οριοθετηθεί εννοιολογικά ο όρος της κοινωνικής επιχείρησης κρίνεται απαραίτητη για την καλύτερη κατανόησή τους. Σε αρκετές περιπτώσεις, αρκετοί συγγραφείς εμπεριέχουν στον όρο της κοινωνικής οικονομίας την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ) των επιχειρήσεων, δηλαδή τις πρωτοβουλίες κοινωνικού ενδιαφέροντος που αναλαμβάνουν οι εμπορικές επιχειρήσεις επικουρικά με τις κύριες οικονομικές δραστηριότητές τους. Ωστόσο, μια τέτοια προσέγγιση από εμπορικές επιχειρήσεις δεν συνεπάγεται αυτόματα την κατάταξή τους στην κοινωνική οικονομία και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να ονομαστούν κοινωνικές. Δηλαδή, μια επιχείρηση τραπεζικών προϊόντων με πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (λ.χ. χρηματοδοτεί την αναδάσωση μιας περιοχής ή απασχολεί εργαζόμενους με ειδικές δεξιότητες) δεν σημαίνει αυτόματα ότι είναι κοινωνική επιχείρηση.

Για να θεωρηθεί μια επιχείρηση κοινωνική πρέπει να πληρούνται ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά όπως είναι η συμμετοχή συνεργαζόμενων μελών με έμμισθη εξαρτημένη εργασία καθώς και εθελοντών με άμισθη εργασία, και σύμπραξη διάφορων ιδιωτικών και δημόσιων οργανισμών. Ομοίως, μια κοινωνική επιχείρηση πρέπει να παρέχει υπηρεσίες που προωθούν τις κοινωνικές αξίες όπως είναι η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, η διατήρηση του πολιτιστικού περιβάλλοντος, η φροντίδα ανθρώπων με ειδικές ανάγκες, και η ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών.

Ο οργανισμός για την Ανάδειξη των Κοινωνικών Επιχειρήσεων στην Ευρώπη (The Emergence of Social Enterprise in Europe) παρουσιάζει ορισμένα χαρακτηριστικά που είναι απαραίτητα προκειμένου να θεωρηθεί μια επιχείρηση ως κοινωνική. Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι:

- (α) η συνεχής δραστηριότητα παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών,
- (β) ο μεγάλος βαθμός αυτονομίας,
- (γ) ο μεγάλος βαθμός οικονομικής διακινδύνευσης (ρίσκου),
- (δ) ο περιορισμένος βαθμός έμμισθης εργασίας,
- (ε) ο ρητός σκοπός να ωφελείται η κοινωνία,
- (στ) η πρωτοβουλία που προωθείται από τις ομάδες της κοινωνίας,
- (ζ) η δύναμη των αποφάσεων να στηρίζεται περισσότερο σε εκείνα τα μέλη που δεν είναι οι κάτοχοι του χρηματικού κεφαλαίου,

(η) η συμμετοχή στην επιχείρηση όλων των ανθρώπων που επηρεάζονται από τη δραστηριότητα, και

(θ) η περιορισμένη διανομή κερδών.

Τέλος, οι Peredo και McLean (2006) παρουσιάζουν ορισμένους τύπους κοινωνικών επιχειρήσεων που εμφανίζονται στις μοντέρνες οικονομίες σύμφωνα με δύο κριτήρια: α) την αποκλειστικότητα των κοινωνικών στόχων τους και β) τον εμπορικό ρόλο των συναλλαγών τους. Σύμφωνα με το πρώτο κριτήριο, οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν αποκλειστικά ή εν μέρει κοινωνικούς στόχους, ενώ το δεύτερο κριτήριο δείχνει ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που παράγονται είναι δυνατόν να προορίζονται ή όχι για εμπορικές συναλλαγές. Σύμφωνα με αυτά τα κριτήρια στην πρώτη κατηγορία τοποθέτησαν τις ΜΚΟς όπου έχουν αμιγώς κοινωνική αποστολή και οι υπηρεσίες/ προϊόντα τους δεν έχουν εμπορικό προορισμό. Στις άλλες κατηγορίες τοποθετούνται ανάλογα με τον αμιγώς κοινωνικό ή οικονομικό χαρακτήρα μια σειρά υφιστάμενων κερδοσκοπικών επιχειρήσεων με συνεταιριστικά χαρακτηριστικά όπως είναι οι κερδοσκοπικού χαρακτήρα κοινωνικές επιχειρήσεις, οι κοινωνικού προσανατολισμού επιχειρήσεις, οι υβριδικόι τύποι κοινωνικής επιχειρηματικότητας με ταυτόχρονη κοινωνική και οικονομική αποστολή.

ΑΣΚΗΣΗ 2/ Κατανόηση της έννοιας κοινωνική επιχείρηση

Προτείνεται να φτιάξετε έναν πίνακα με δύο στήλες με τα κριτήρια που προτείνουν Peredo και Mclean (2006) και τέσσερις γραμμές με διαβαθμίσεις του κοινωνικού και οικονομικού χαρακτήρα των κοινωνικών επιχειρήσεων. Εν συνεχεία, να προσπαθήσετε να εντοπίσετε μέσω Internet ή με τη βοήθεια της τελευταίας ενότητας ορισμένα χαρακτηριστικά παραδείγματα για κάθε μια κατηγορία επιχειρήσεων από την ελληνική και διεθνή εμπειρία. Να συζητήσετε με τους υπόλοιπους μαθητές της τάξης τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της κάθε κατηγορίας επιχειρήσεων.

1.4 Λογοδοσία Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Τελευταία, αρκετή κριτική για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, όπως και γενικότερα για την επιχειρηματικότητα, είναι η επαρκής λογοδοσία (accountability) των επιχειρήσεων στην κοινωνία και τις ενδιαφερόμενες ομάδες (stakeholders). Ουσιαστικά, η επαρκής λογοδοσία των επιχειρηματικών πράξεων νομιμοποιεί (legitimacy) τη λειτουργία των κοινωνικών επιχειρήσεων και τους παρέχει την «άδεια» λειτουργίας όπως συνηθίζεται να αναφέρεται στη διεθνή βιβλιογραφία. Σε αυτό το πλαίσιο, τα κύρια ερωτήματα που προκύπτουν μπορεί να διακριθούν ως εξής:

(α) κατά πόσο τα χρηματικά κεφάλαια που εισρέουν στην επιχείρηση ως αποτέλεσμα της δραστηριότητας επανατοποθετούνται στους κοινωνικούς σκοπούς της επιχείρησης;

(β) κατά πόσο η επιχείρηση επιτυγχάνει τους χρηματικούς και κοινωνικούς στόχους της;

Η λογοδοσία για την ανταπόκριση των κοινωνικών επιχειρήσεων στα προηγούμενα ερωτήματα πραγματοποιείται κυρίως διαμέσου λογιστικών συστημάτων που περιλαμβάνουν ταυτόχρονα χρηματοοικονομικές και κοινωνικές πληροφορίες κυρίως για να δώσουν σήμα στην κοινωνία οι κοινωνικές επιχειρήσεις ότι «κάνουμε καλά πράγματα, δεν κάνουμε;» (Nicholls, 2009). Οι υπεύθυνοι διαχειριστές των κοινωνικών επιχειρήσεων εφαρμόζουν τέτοιου είδους συστήματα λογιστικής λογοδοσίας, καθώς και συστήματα μέτρησης της συμβολής των επιχειρήσεών τους στην κοινωνία για να ενδυναμώσουν τη διαφάνεια προς τους χρηματοδότες τους και τους άμεσα ενδιαφερόμενους (Grimes, 2010).

Ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο για τη διακυβέρνηση και τη λογοδοσία κοινωνικών επιχειρήσεων σύμφωνα με τους Bangoli και Megali (2011) θα πρέπει να περιλαμβάνει τρεις βασικές κατηγορίες πληροφοριών:

(α) τις χρηματοοικονομικές πληροφορίες για τη λειτουργία της επιχείρησης και την κατανομή των κεφαλαίων στις ενδιαφερόμενες ομάδες,

(β) τις πληροφορίες που αποκαλύπτουν την αποδοτικότητα των κοινωνικών στόχων των επιχειρήσεων,

(γ) τις πληροφορίες σχετικά με τη θεσμική νομιμοποίηση της λειτουργίας των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Η πρώτη κατηγορία πληροφοριών περιλαμβάνει χρηματοοικονομικά δεδομένα για την κοινωνική και οικονομική προστιθέμενη αξία (economic and social added value) που προκαλείται διαμέσου της κατανομής των χρηματικών κεφαλαίων της κοινωνικής επιχείρησης προς τις ενδιαφερόμενες ομάδες. Ο πίνακας I παρουσιάζει μια σειρά τέτοιων δαπανών στις κύριες ενδιαφερόμενες ομάδες όπως είναι η διανομή των καθαρών κερδών για τη λειτουργία της κοινωνικής επιχείρησης, των μελών, του προσωπικού της κοινωνίας και των εξωτερικών χρηματοδοτών.

Πίνακας Ι: Οικονομική και κοινωνική προστιθέμενη αξία κοινωνικών επιχειρήσεων

1. Αξία παραγωγικής διαδικασίας (λ.χ. έσοδα, διακυμάνσεις αποθεμάτων, κεφαλαιοποιημένη εργασία, άλλα έσοδα)
2. Διεθνές κόστος παραγωγής (λ.χ. πρώτες ύλες, υπηρεσίες, άλλα εξωτερικά κόστη)
3. Οικονομική και κοινωνική προστιθέμενη αξία υπολογίζεται ως η διαφορά του κόστους (2) από την κατηγορία εσόδων (1) τα οποία διανέμονται ως εξής:
A. Η επιχείρηση A.1 Επενδύσεις και αποσβέσεις, A.2. Σε κέρδη εις νέον
B. Η κοινότητα B.1 Εισοδήματα και φόρους B.2 Χρηματικές εισφορές
Γ. Τα μέλη Γ.1 Εργατικό κόστος (συνεργασία μελών) Γ.2 Κόστος πρώτων υλών (συνεργασία προμηθευτών) Γ.3. Πληρωμές επιτοκίου δανεισμού (συνεργασία τραπεζών)
Δ. Το προσωπικό Δ.1 Εργαζόμενοι Δ.2 Υπηρεσίες
Ε. Συνεργασία με τον κόσμο Ε.1 Υλικά Ε.2 Επιτόκια Ε.3 Αμοιβαία κεφάλαια
ΣΤ. Εξωτερικοί χρηματοδότες ΣΤ.1 Επιτόκια

Πηγή: Bangoli and Megali, 2011 (σελ. 153)

Για τη μέτρηση της κοινωνικής αποδοτικότητας η βιβλιογραφία παρέχει τέσσερις ομάδες δεικτών ως εξής: α) τους δείκτες μέτρησης εισροών (λ.χ. ανθρώπινοι πόροι και πρώτες ύλες), β) τους δείκτες μέτρησης εκροών (λ.χ. υπηρεσίες και προϊόντα), γ) δείκτες μέτρησης των αποτελεσμάτων (λ.χ οφέλη για τις ενδιαφερόμενες ομάδες της επιχείρησης), και δ) δείκτες μέτρησης επιπτώσεων (λ.χ. οφέλη για όλη την κοινωνία) (Bangoli and Megali, 2011). Τέλος, για τη μέτρηση της θεσμικής νομιμοποίησης των κοινωνικών επιχειρήσεων θα πρέπει αυτές

να συμβάλλουν ταυτόχρονα σε δύο στόχους όπως είναι η κοινωνική συνοχή και η συμμόρφωση με την κείμενη νομοθεσία.

ΑΣΚΗΣΗ 3/ Υπολογισμός οικονομικής και κοινωνικής προστιθέμενης αξίας

Προτείνεται να εντοπίσετε μέσω διαδικτυακής έρευνας τους ισολογισμούς (ή τις καταστάσεις πεπραγμένων) 2 κοινωνικών επιχειρήσεων και 2 ισολογισμούς δυο συμβατικών επιχειρήσεων και σύμφωνα με τον πίνακα των Bangoli and Megal (2011) να προσπαθήσετε να υπολογίσετε την κατάσταση οικονομικής και κοινωνικής προστιθέμενης αξίας των επιχειρήσεων. Συγκρίνετε τα αποτελέσματα μεταξύ των κοινωνικών και συμβατικών επιχειρήσεων, τι παρατηρείτε;

1.5 Κοινωνικά - Ηθικά Κεφάλαια

Οι πληροφορίες των λογιστικών συστημάτων και γενικότερα των συστημάτων λογοδοσίας των κοινωνικών επιχειρήσεων (όπως και κάθε τύπου επιχείρησης) είναι ιδιαίτερα χρήσιμα σε μια ευρύτερη ομάδα εμπλεκόμενων που είναι πρόθυμοι να επενδύσουν σε αυτές τις επιχειρήσεις. Πράγματι, μια νέα ομάδα επενδυτών εμφανίζεται τελευταία, οι οποίοι θέτουν μια σειρά κοινωνικών κριτηρίων προκειμένου να επενδύσουν τα χρήματά τους σε μια επιχείρηση και κυρίως εκφράζουν ενδιαφέρον για το περιεχόμενο της κοινωνικής αποστολής των επιχειρήσεων. Σε αυτή την κατηγορία έχουμε μια ευρύτερη ομάδα κεφαλαίων τα οποία είναι δυνατόν να διακριθούν στις ακόλουθες κατηγορίες:

(α) **τα κοινωνικά κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Social venture capital)**: όπου αποτελούν το 6% του συνόλου των κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών. Τα κεφάλαια αυτής της κατηγορίας ονομάστηκαν επίσης «υπομονετικές» συμμετοχές (patient capital) ή φιλανθρωπικές επιχειρηματικές προσπάθειες (philanthropic ventures) και χρηματοδοτούν κοινωνικές επιχειρήσεις με ποσοστό απόδοσης που κυμαίνεται από 21 έως 35% του αρχικού κεφαλαίου (Miller and Wesley, 2010). Στις ΗΠΑ υπάρχουν πάνω από 40 κεφάλαια αυτής της κατηγορίας και στην Ευρώπη τέτοιου είδους κεφάλαια υπολογίζονται πάνω από 150.

(β) **Κοινωνικά/ ηθικά κεφάλαια**: που επικεντρώνονται κυρίως στη χρηματοδότηση επιχειρήσεων και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που έχουν κοινωνικό χαρακτήρα και κοινωνική αποστολή. Τα κεφάλαια αυτά κατά τις προηγούμενες δεκαετίες ήταν κυρίως τα αποθεματικά των εκκλησιών που απέφευγαν τη χρηματοδότηση εταιριών καπνού, αλκοολούχων ποτών, παραγωγή οπλικών συστημάτων, ενώ σήμερα τα κεφάλαια αυτά συμπεριλαμβάνουν στις επενδύσεις τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος και την προώθηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Οι Miller και Megalis (2011) καθορίζουν τα κριτήρια που χρησιμοποιούν κυρίως τα κοινωνικά κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών προκειμένου να επενδύσουν σε μια κοινωνική επιχείρηση ως εξής:

α) την κοινωνική αποστολή της επιχείρησης (λ.χ. η δημιουργία και η διατήρηση της κοινωνικής προστιθέμενης αξίας),

β) το πάθος για κοινωνική αλλαγή των ιδρυτών της επιχείρησης (λ.χ. άνθρωποι που έχουν πάθος για επιχειρηματικές δραστηριότητες που συμβάλλουν στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων),

γ) τα κοινωνικά δίκτυα (λ.χ. οι επιχειρήσεις να βασίζονται στην εμπιστοσύνη της τοπικής κοινότητας και των μελών της),

δ) η καινοτομία (λ.χ. σε νέα προϊόντα, υπηρεσίες ή διαδικασίες παραγωγής),

ε) η εμπειρία των διαχειριστών (η εμπειρία των διαχειριστών να επιτύχουν τους κοινωνικούς και οικονομικούς στόχους),

στ) οι στόχοι κατανομής των εσόδων (διανομή στα μέλη, επανεπένδυση κ.λπ.),

ζ) το εκπαιδευτικό υπόβαθρο των διαχειριστών το οποίο θεωρείται πολύ σημαντικός παράγοντας για τους συγκεκριμένους τύπους επιχειρήσεων,

η) οι δείκτες επίδοσης (λ.χ. έσοδα, έξοδα, λειτουργικά κόστη),

Παρομοίως, ο Renneboog κ.ά. (2008) δίνουν μια ολοκληρωμένη λίστα με κριτήρια αξιολόγησης των κοινωνικών επιχειρήσεων εξαιρώντας αρχικά μια πλειάδα επιχειρήσεων που παράγουν αλκοολούχα ποτά, τυχερά παιχνίδια, οπλισμό, πυρηνική ενέργεια, προϊόντα πορνογραφίας, και ελέγχουν τις γεννήσεις. Στη συνέχεια, θέτουν μια σειρά από κριτήρια που αφορούν στη λειτουργία των επιχειρήσεων όπως είναι οι συνθήκες εργασίας, η σύνθεση των εργαζομένων (λ.χ άνδρες – γυναίκες, παιδική εργασία, απασχόληση μειονοτικών εργαζομένων), η εταιρική διακυβέρνηση, τα ανθρώπινα δικαιώματα, τα πειράματα σε ζώα, η συμμετοχή της κοινωνίας στην επιχείρηση, ο ακτιβισμός των μετόχων και η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

ΑΣΚΗΣΗ 4/ Αξιολόγηση των κριτηρίων κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Προτείνεται να χωριστούν οι εκπαιδευόμενοι σε τέσσερις ομάδες αναλαμβάνοντας τις εξής ιδιότητες: α) η πρώτη ομάδα να είναι οι καταναλωτές των κοινωνικών αγαθών, β) η δεύτερη ομάδα να είναι οι επενδυτές σε κοινωνικές επιχειρήσεις, γ) η τρίτη ομάδα να είναι οι διαχειριστές των κοινωνικών επιχειρήσεων, και δ) η τέταρτη ομάδα να είναι οι κρατικοί

υπάλληλοι που εποπτεύουν τις διάφορες ομάδες της κοινωνικής οικονομίας. Στη συνέχεια, η κάθε ομάδα σύμφωνα με την ιδιότητα που της αποδόθηκε να αναπτύξει ένα ερωτηματολόγιο με τα πιθανά κριτήρια που θεωρεί κρίσιμα, ώστε μια επιχείρηση να μπορεί να ονομάζεται ηθική ή κοινωνικά υπεύθυνη και να βαθμολογηθεί το κάθε κριτήριο στην 5-βάθμια κλίμακα Likert. Στο τέλος να συζητηθούν τα ερωτηματολόγια μέσα στην τάξη. Ποιες είναι οι ομοιότητες; Ποιες είναι οι διαφορές; Ποιος είναι ο λόγος, κατά τη γνώμη των εκπαιδευομένων, που υπάρχουν διαφορές;

2 Κοινωνική Επιχειρηματικότητα: Διεθνής – Εθνική Εμπειρία

Η δεύτερη ενότητα διακρίνεται σε δυο επιμέρους ενότητες για την καλύτερη κατανόηση του περιεχομένου του όρου της κοινωνικής επιχειρηματικότητας τόσο σε διεθνές όσο και σε εθνικό επίπεδο. Στην πρώτη ενότητα περιγράφεται κυρίως η εμπειρία των ΗΠΑ και ορισμένων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα θέματα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, ενώ στη δεύτερη ενότητα αναλύεται το περιεχόμενο του όρου της κοινωνικής επιχειρηματικότητας σύμφωνα με την ελληνική εμπειρία.

2.1 Διεθνής Εμπειρία

Για τον όρο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας σημειώνεται στην τρέχουσα βιβλιογραφία ότι δεν είναι νεοεισερχόμενος ούτε έχει σταθερή μορφή διαχρονικά ή κοινό περιεχόμενο μεταξύ διαφορετικών χωρών. Είναι αληθές ότι ένας μεγάλος αριθμός ορισμών με διαφορετικό περιεχόμενο παρουσιάζεται στην πρόσφατη βιβλιογραφία που για να κατανοηθούν καλύτερα μπορεί να διακριθούν με τη βοήθεια δύο κριτηρίων: α) τη χρονική περίοδο που εμφανίζεται ο ορισμός και β) τη γεωγραφική περιοχή που καταγράφεται ο ορισμός. Έχοντας βασιστεί στις εργασίες των Defourny και Nyssens (2008), Defourny και Nyssens (2010), και του Kerlin (2006) καθώς και στα κριτήρια που περιγράφηκαν, θα περιγραφούν ακολούθως διάφοροι ορισμοί της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Κατά συνέπεια, σύμφωνα με το πρώτο κριτήριο γίνεται διάκριση τριών χρονικών περιόδων: α) τη δεκαετία '80 – '90, β) τη δεκαετία του '90 – '00 και γ) μετά τη δεκαετία '00. Σύμφωνα με το δεύτερο κριτήριο γίνεται διάκριση σε δύο μεγάλες κατηγορίες όπως είναι: α) η εμπειρία των ΗΠΑ και β) η ευρωπαϊκή εμπειρία.

A) Δεκαετία '80

Ο πειρασμός κατά τη δεκαετία του '80, κατόπιν των σφοδρών επιπτώσεων που επέφεραν οι πετρελαϊκές κρίσεις στην παγκόσμια οικονομία, ήταν κυρίως κατά πόσο η κοινωνική οικονομία θα μπορούσε να συμβάλει στην τόνωση της απασχόλησης και στην ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής. Σε αυτές τις συνθήκες, μια σειρά από πρακτικές κοινωνικής επιχειρηματικότητας αναπτύχθηκαν στις δυο πλευρές του Ατλαντικού.

A1) Η εμπειρία των ΗΠΑ

Μια σειρά από όρους χρησιμοποιήθηκαν τη δεκαετία του '80 στις ΗΠΑ για να προσδιορίσουν την κοινωνική αποστολή μιας επιχείρησης. Ορισμένοι από αυτούς τους όρους ήταν η επιχείρηση μη-κερδοσκοπικού χαρακτήρα, η μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα

επιχειρηματικότητα, η επιχείρηση κοινωνικού σκοπού, και η δημόσια επιχείρηση (Defourny and Nyssens, 2008). Ο Kerlin (2006) διευρύνει τη λίστα των όρων που χρησιμοποιούν στις ΗΠΑ την ίδια περίοδο με τους όρους Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και επιχειρήσεις φιλανθρωπίας. Η χρήση του πρώτου όρου χρησιμοποιείται κυρίως για τις εμπορικές επιχειρήσεις που πραγματοποιούν, εκτός της παραγωγής των προϊόντων και των υπηρεσιών, ορισμένες πρακτικές κοινωνικού ενδιαφέροντος.

Ανεξάρτητα τους όρους που τέθηκαν σε κυκλοφορία τη συγκεκριμένη χρονική δεκαετία, οι Dees και Anderson (2006) διακρίνουν δυο σχολές επιστημονικής σκέψης για την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Η πρώτη σχολή σκέψης διακρίνει έναν εμπορικό χαρακτήρα για τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Για παράδειγμα, στη συγκεκριμένη δεκαετία μια σειρά από χειρωνακτικά και οικιακά προϊόντα πωλούνται με πρωτοβουλία των εκκλησιαστικών μη κερδοσκοπικών οργανισμών. Πράγματι, ο Kelrin (2006) παραθέτει τους ορισμούς της κοινωνικής επιχειρηματικότητας που δίνονται από τον έντυπο τύπο της εποχής τη δεκαετία του '80 ως μια: *«αποστολή προσανατολισμένη στα έσοδα ή στη δημιουργία προγραμμάτων που αναλαμβάνονται από τους κοινωνικούς επιχειρηματίες, τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και από τις μη κερδοσκοπικές επιχειρήσεις σε συνεργασία με τις κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχειρήσεις»* (σ. 248- Βιβλιογραφική αναφορά). Δηλαδή, διάφορες πρωτοβουλίες μη κερδοσκοπικών οργανισμών αναπτύσσονται που θα πρέπει να ήταν βιώσιμες και θα έπρεπε να επιζητούν την εισροή εσόδων.

Η δεύτερη σχολή σκέψης περιλαμβάνει μια ομάδα επιχειρήσεων που θα αποτελούσαν κινητήριο μοχλό για την πολλαπλάσια δημιουργία κοινωνικών επιχειρήσεων. Ο κρίσιμος σκοπός των επιχειρήσεων αυτής της κατηγορίας ήταν ο εντοπισμός και η χρηματοδότηση ανθρώπων που έδειχναν ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην επίλυση κοινωνικών ζητημάτων. Αυτού του είδους οι επιχειρήσεις ουσιαστικά ήταν οι προάγγελοι των κοινωνικών συμμετοχικών επενδυτικών κεφαλαίων που προορίζονται για επιχειρήσεις με κοινωνική αποστολή.

A2) Η ευρωπαϊκή εμπειρία

Αυτή τη δεκαετία, στην Ευρώπη παρουσιάζεται μια κινητικότητα στην κοινωνική οικονομία για να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα της ανεργίας και το έλλειμμα των κοινωνικών υπηρεσιών που έχει επιφέρει η περικοπή των προϋπολογισμών των ευρωπαϊκών κρατών εξαιτίας των προγραμμάτων λιτότητας. Σε χώρες όπως το Βέλγιο, η Γαλλία, η Γερμανία και η Ιρλανδία υπάρχει μια σημαντική παρουσία μη κερδοσκοπικών οργανισμών που έχουν σκοπό να συμβάλλουν στις κοινωνικές υπηρεσίες, ωστόσο χρηματοδοτούνται και ελέγχονται από τους δημόσιους οργανισμούς. Ο βασικός σκοπός αυτών των οργανισμών ήταν να

επανεπενδύουν τους ανέργους στην αγορά εργασίας. Δηλαδή να συμβάλλουν στην εκπαίδευσή τους ώστε να γίνουν εκ νέου παραγωγικοί και απαραίτητοι στον παραγωγικό ιστό των χωρών τους. Οι Σκανδιναβικές χώρες είχαν αναπτύξει μια μεγαλύτερη συνεργατική κουλτούρα μεταξύ των εργαζομένων και των αγροτών τη συγκεκριμένη δεκαετία με στόχο να παρέχουν κοινωνικές και ιατρικές υπηρεσίες σε κατηγορίες ανθρώπων που αδυνατούσαν να πληρώσουν. Ωστόσο, στις χώρες του ευρωπαϊκού νότου, η φιλανθρωπία έχει μια ιδιαίτερη σημασία και κυρίως προωθείται από τα εκκλησιαστικά ιδρύματα αυτή τη δεκαετία, ενώ στο Ηνωμένο Βασίλειο εμφανίζεται μια φιλελευθεροποίηση του τρίτου τομέα, ο οποίος συμπεριφέρεται όπως και οι υπόλοιπες επιχειρήσεις και έχει εμπορικό σκοπό.

B) Περίοδος '90 – '00

Η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται κυρίως από την αύξηση των φιλανθρωπικών επιχειρηματικών προσπαθειών στην υπερατλαντική πλευρά και με την θεσμική έξαρση της κοινωνικής οικονομίας στην ευρωπαϊκή πλευρά.

B1) Η εμπειρία των ΗΠΑ

Οι μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχειρήσεις είναι η κύρια μονάδα της κοινωνικής οικονομίας που κατά 46% λαμβάνει χρήματα από συνδρομές μελών, ενώ το υπόλοιπο προέρχεται από εμπορικές δραστηριότητες. Σε αυτή την περίοδο παρουσιάζονται τρεις τύποι επιχειρήσεων που θεωρούνται κοινωνικές όπως (Young, 2001):

(α) οι επιχειρηματικές φιλανθρωπίες: σε αυτή την κατηγορία τοποθετούνται οι επιχειρήσεις κερδοσκοπικού χαρακτήρα που ένα τμήμα των κερδών τους το προορίζουν για να αντιμετωπίσουν τις κοινωνικές προκλήσεις ή να συμβάλουν στα δημόσια αγαθά.

(β) οι οργανισμοί κοινωνικών σκοπών: σε αυτή την κατηγορία συνδυάζονται δυο βασικές πλευρές: η κερδοφορία και η κοινωνική αποστολή των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις αυτής της κατηγορίας έχουν σκοπό να παράγουν προϊόντα που απαλύνουν σημαντικά κοινωνικά προβλήματα με βιώσιμο τρόπο. Δηλαδή, πωλήσεις τυποποιημένων φαγητών χαμηλής τιμής σε ανθρώπους με χαμηλό εισόδημα ή την εκπαίδευση παιδιών από οικογένειες με χαμηλό εισόδημα.

(γ) οι υβριδικοί οργανισμοί: στην κατηγορία αυτή εντάσσονται επιχειρήσεις που έχουν σκοπό να συμβάλουν στα κοινωνικά ζητήματα, αλλά επίσης θέλουν να φέρουν κέρδη στους ιδιοκτήτες τους, τα οποία διανέμονται για την ικανοποίηση της προσωπικής τους ευχαρίστησης.

B2) Η ευρωπαϊκή εμπειρία

Την περίοδο αυτή ωριμάζει στην Ευρώπη η έννοια της κοινωνικής οικονομίας και αρχίζει το θεσμικό πλαίσιο να ενδυναμώνεται στα ζητήματα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας (Defourny and Nyssens, 2010). Μια πλειάδα νόμων θεσπίζεται σε διάφορες χώρες όπως είναι η Ιταλία, η Πορτογαλία και η Ισπανία για τη θεσμική υποστήριξη των κοινωνικών επιχειρήσεων. Παρά τις διαφοροποιήσεις που υπάρχουν στη νομοθεσία των διάφορων ευρωπαϊκών χωρών ακολούθως θα μπορούσε να καταγραφούν ορισμένα κύρια χαρακτηριστικά από αυτές όπως είναι:

- α) η μεγαλύτερη έμφαση στη συμμετοχή των αποφάσεων από τους εργαζόμενους στην επιχείρηση και των συνδρομητών,
- β) το πλεόνασμα της επιχείρησης επαναδιατίθεται για τους κοινωνικούς σκοπούς της επιχείρησης και δεν προορίζεται για τη διανομή στους ιδιοκτήτες και τους μετόχους.

Ωστόσο, χαρακτηριστικό αυτής της χρονικής περιόδου είναι ότι η πλειονότητα των κοινωνικών επιχειρήσεων εστιάζει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας για να απασχοληθούν οι λιγότερο ευνοημένοι της κοινωνίας.

Γ) Περίοδος μετά το '00

Και στις δυο πλευρές του Ατλαντικού έχουμε μια διευκρίνιση των εννοιών της κοινωνικής οικονομίας και κυρίως μετατόπιση από την μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχείρηση στις ΗΠΑ και μετατόπιση από τη δημόσια επιχείρηση στην Ευρώπη.

Γ1) Η εμπειρία των ΗΠΑ

Την περίοδο αυτή αρχίζει να χρησιμοποιούνται περισσότερο οι όροι κοινωνική επιχειρηματικότητα και κοινωνική επιχείρηση σε αναλογία με τον όρο μη κερδοσκοπική επιχείρηση που ήταν δημοφιλής κατά τις προηγούμενες δεκαετίες. Αυτή η εξέλιξη ήταν επακόλουθο της περιορισμένης χρηματοδότησης των κοινωνικών επιχειρήσεων από τις κρατικές υπηρεσίες (Galera and Borzaga, 2009). Αυτό εξηγεί επίσης και την κύρια τάση που επικρατεί στις ΗΠΑ για τις κοινωνικές επιχειρήσεις που θα πρέπει να είναι οικονομικά αυτόνομες με την παροχή κοινωνικών προϊόντων στην ανταγωνιστική αγορά. Επίσης, ένα ακόμα χαρακτηριστικό των κοινωνικών επιχειρήσεων στις ΗΠΑ είναι ότι σε αρκετές περιπτώσεις ελάμβαναν ατομική φυσιογνωμία μιας και η διοίκηση και η επωνυμία τους συνδέονταν άμεσα με τον ιδιοκτήτη τους.

Γ2) Η ευρωπαϊκή εμπειρία

Η προσπάθεια που καταβάλλεται μετά το 2000 επικεντρώνεται κυρίως στη διευκρίνιση του όρου της κοινωνικής επιχείρησης από τον όρο δημόσια επιχείρηση. Όταν γίνεται αναφορά του όρου κοινωνική επιχείρηση, η έμφαση δίνεται στην κοινωνική αποστολή της επιχείρησης, στην επανεπένδυση του οικονομικού πλεονάσματος για τους κοινωνικούς σκοπούς της επιχείρησης και στο συνεργατικό χαρακτήρα αυτών των επιχειρήσεων. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η συνεταιριστική παράδοση της Ευρώπης αποτυπώθηκε στις πρώτες κοινωνικές επιχειρήσεις που η μεγάλη πλειονότητά τους ήταν συνεργατικές.

2.2 Εθνική Εμπειρία

Η κοινωνική οικονομία με το νόημα που έχει στο διεθνές περιβάλλον δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη στην Ελλάδα. Η παράδοση στην Ελλάδα, όπως και στην υπόλοιπη Ευρώπη, είναι άμεσα συνδεδεμένη με τους συνεταιρισμούς που συστήθηκαν στη χώρα σε διάφορες χρονικές περιόδους και κατά συνέπεια οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό τη συνεργατικότητα κυρίως γυναικών και για αγροτικά προϊόντα.

Σε αυτή τη λογική, η κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση (Κοιν.Σ.Επ) είναι η πιο διαδεδομένη μορφή κοινωνικής επιχείρησης στην Ελλάδα. Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά που πρέπει να τονιστεί για τις Κοιν.Σ.Επ. είναι ότι έχουν εμπορική ιδιότητα και νομικά υπάγονται στο αστικό δίκαιο. Ως εκ τούτου, τα μέλη τέτοιου είδους επιχειρήσεων είναι άλλοτε φυσικά πρόσωπα και άλλοτε νομικά πρόσωπα με δικαίωμα μιας ψήφου ανεξαρτήτως των εταιρικών μεριδίων που έχουν στην κατοχή τους.

Στην Ελλάδα παρουσιάζονται διάφοροι τύποι κοινωνικών συνεταιριστικών επιχειρήσεων με διαφορετική αποστολή. Για παράδειγμα, μια κατηγορία κοινωνικών συνεταιριστικών επιχειρήσεων αποσκοπούν στην ομαλή ένταξη ανθρώπων λιγότερο ευνοημένων στην παραγωγική και κοινωνική ζωή. Αυτές οι επιχειρήσεις δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην απασχόληση εργαζομένων που ανήκουν στις ευπαθείς και ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού (τουλάχιστον κατά 40% του συνόλου των εργαζομένων). Άλλες συνεταιριστικές επιχειρήσεις δίνουν έμφαση στην κοινωνική φροντίδα ευάλωτων ομάδων όπως είναι οι ηλικιωμένοι, τα βρέφη και άτομα με κινητικά προβλήματα. Τέλος, ορισμένες κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις εστιάζουν στην παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών. Αυτές οι επιχειρήσεις προσπαθούν να συμβάλουν στη διατήρηση των πολιτιστικών αξιών, των παραδοσιακών αξιών, στην εκπαιδευτική διαδικασία και στο περιβάλλον.

ΑΣΚΗΣΗ 5/ Αξιολόγηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας σε διεθνές και εθνικό επίπεδο

Προτείνεται να μελετήσετε τα βασικά χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιχειρήσεων σε διεθνές και εθνικό επίπεδο και να φτιάξετε έναν συγκριτικό πίνακα για την Ελλάδα, τις ΗΠΑ και την Ευρώπη. Στο τέλος να γίνει συζήτηση στην τάξη για τις ομοιότητες και τις διαφορές που εντοπίσατε στις τρεις περιοχές και να ψηφίσετε ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε σημαντικότερα για την ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα εν μέσω της σφοδρής οικονομικής κρίσης.

3 Θεσμικό Πλαίσιο Ίδρυσης Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Ένα από τα κρίσιμα στοιχεία για την ανάπτυξη οποιουδήποτε τύπου επιχειρηματικότητας είναι η διερεύνηση του θεσμικού πλαισίου και κυρίως του νομοθετικού πλαισίου με το οποίο θα πρέπει να συμμορφώνονται οι επιχειρήσεις. Η ανάλυση του νομοθετικού πλαισίου θέτει τα θεμέλια για μια υγιή επιχειρηματικότητα κυρίως όταν οι όροι λειτουργίας είναι σαφώς καθορισμένοι και σε σχετικά χαμηλή μεταβλητότητα. Σε αυτή τη λογική ακολούθως θα παρουσιαστεί το διεθνές και ελληνικό θεσμικό και νομοθετικό πλαίσιο που διέπει την κοινωνική επιχειρηματικότητα.

3.1 Διεθνές Θεσμικό Πλαίσιο

Τα θέματα της κοινωνικής οικονομίας έχουν τοποθετηθεί στην κορυφή της πολιτικής ατζέντας της ΕΕ ώστε να ενθαρρυνθούν οι πολίτες της να αναπτύξουν επιχειρηματικές ιδέες με κοινωνική αποστολή. Η κεντρική πολιτική της ΕΕ εστιάζει σε ανταγωνιστικές επιχειρήσεις του τρίτου τομέα που να είναι σε θέση να δραστηριοποιηθούν στις διεθνείς αγορές σε όρους ίσους με τις κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχειρήσεις.

Ορισμένες κρίσιμες χρονικές περίοδοι που είναι χρήσιμο να μνημονευθούν για την καλύτερη κατανόηση του πολιτικού πλαισίου είναι για παράδειγμα το έτος 1989 όπου ξεκινάει η προσπάθεια της ΕΕ για τη διάδοση της επιχειρηματικότητας στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, ενώ τον καιρό αυτό μια πλειάδα προγραμμάτων χρηματοδοτήθηκαν για την προώθηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Μεγάλη έμφαση ωστόσο στην κοινωνική οικονομία έχει δοθεί και από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή Οικονομικών και Κοινωνικών υποθέσεων που έχει εγκρίνει μια σειρά χρηματοδοτικών προγραμμάτων για τις ΜικροΜεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ).

Μια ακόμα σημαντική χρονολογία είναι το έτος 2003 όπου το συμβούλιο της ΕΕ προσπάθησε να συμβάλει στην προώθηση της κοινωνικής οικονομίας με την παροχή ενός υποδείγματος για τη σύνταξη καταστατικού συνεταιριστικής εταιρείας. Το επόμενο έτος, η ΕΕ εξέδωσε ειδικό οδηγό και οδηγίες για την προώθηση των συνεταιριστικών εταιριών στην Ευρώπη και τη βελτίωση της τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης (ΕΕ, 2013). Τέλος, μια από τις μεγαλύτερες επενδύσεις που πραγματοποιήθηκαν από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα στην κοινωνική οικονομία ήταν το πρόγραμμα EQUAL.

Μια δεύτερη βασική συμβολή της ΕΕ για την προώθηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι η θέσπιση κατάλληλων νομοθετικών ρυθμίσεων για την ενθάρρυνση των επιχειρηματιών να επενδύσουν στην κοινωνική οικονομία. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το νομικό πλαίσιο δεν είναι ομοιόμορφο σε ολόκληρη την ΕΕ για τις κοινωνικές επιχειρήσεις,

συνεπώς ορισμένες ενδεικτικές νομοθεσίες για κάποιες χώρες θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμες για κάθε ενδιαφερόμενο σχετικά με θέματα κοινωνικής οικονομίας. Για παράδειγμα, στην Ιταλία θεσπίστηκε ο νόμος 381/1991 για την κοινωνική συνεργασία των επιχειρήσεων με νομική μορφή την Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ). Από την εν λόγω νομοθεσία φαίνεται ότι οι δύο τύποι κοινωνικών επιχειρήσεων που είναι δυνατόν να αναπτύσσονται είναι η συνεργατική επιχείρηση τύπου Α, που μπορεί να παρέχει κοινωνικές, εκπαιδευτικές και υγειονομικές υπηρεσίες και η συνεργατική επιχείρηση τύπου Β, που έχει τη δυνατότητα να παράγει προϊόντα και υπηρεσίες και έχει στόχο την απασχόληση ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού. Η ίδρυση των επιχειρήσεων μπορεί να γίνει από τρία άτομα και πάνω, ενώ μπορεί να είναι μέλη στον συνεταιρισμό οι εργαζόμενοι, οι χρηματοδότες, τα μέλη της κοινότητας και οι εθελοντές.

Στην Ισπανία το νομικό πλαίσιο που αφορά στις συνεργατικές επιχειρήσεις είναι κυρίως ο Ν. 27/1999, ενώ υπάρχει μια πλειάδα από σχετικές νομοθεσίες που έχουν ισχύ μόνο σε επίπεδο περιφέρειας. Τουλάχιστον 14 διαφορετικές νομοθεσίες παρουσιάζονται σε περιφερειακό επίπεδο και ισχύουν μόνο για την περιφέρεια που έχουν θεσπιστεί. Οι τύποι συνεργατικών επιχειρήσεων που έχουν υπαγορεύονται από αυτές τις νομοθεσίες, αφορούν συνεργασίες νοικοκυριών, συνεργασίες καταναλωτών και συνεργασίες ασφαλιστικών και τραπεζικών υπηρεσιών.

Το Ηνωμένο Βασίλειο εισήγαγε το 2004 την έννοια της κοινοτικά ενδιαφερόμενης επιχείρησης με τη νομοθεσία companies ACT 2004 (audit, investigations and community interest company). Η βασική ιδέα είναι να αναπτυχθούν επιχειρήσεις περιορισμένης ευθύνης που προσφέρουν οφέλη στην κοινωνία και όχι επιχειρήσεις με μόνο στόχο την κερδοφορία τους. Οι περισσότερες επιχειρήσεις που έχουν αναπτυχθεί είναι περιορισμένης ευθύνης με εγγυήσεις και πολύ λίγες περιορισμένης ευθύνης με μετοχές.

Η Γερμανία παρουσιάζει μια ποικιλία ως προς τους τύπους κοινωνικών επιχειρήσεων που έχουν στόχο κυρίως την ενσωμάτωση ευάλωτων ομάδων στην αγορά εργασίας. Η ίδρυση των κοινωνικών επιχειρήσεων πραγματοποιείται από διάφορους δημόσιους (λ.χ. δήμους, δημοτικές επιχειρήσεις), ιδιωτικούς οργανισμούς και πολίτες. Η νομική μορφή που λαμβάνουν οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι συνεταιριστικής μορφής και προσλαμβάνουν ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού, όπως είναι οι χρόνια άνεργοι.

Τέλος, στη Γαλλία οι πλειάδα των υφιστάμενων κοινωνικών επιχειρήσεων αφορούν στην ενσωμάτωση στην αγορά μακροχρόνια ανέργων και στην απασχόληση ενός πολύ μικρού ποσοστού εργαζομένων που είναι εκτός αγοράς εργασίας για χρονικό διάστημα μικρότερο

του ενός έτους. Η χρηματοδότηση αυτών των επιχειρήσεων γίνεται είτε από δημόσιους πόρους είτε από τους κατοίκους μιας περιοχής για τις υπηρεσίες που παρέχονται από τις κοινωνικές επιχειρήσεις.

3.2 Εθνικό Θεσμικό Πλαίσιο

Το θεσμικό πλαίσιο στην Ελλάδα μπορεί να διακριθεί στις κρατικές πολιτικές και στο υφιστάμενο νομοθετικό πλαίσιο για την κοινωνική οικονομία. Στην πρώτη κατηγορία μπορεί να συμπεριληφθούν τα προγράμματα που έχουν σχεδιαστεί με τη βοήθεια της ΕΕ για την προώθηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Για παράδειγμα, η εφαρμογή του ευρωπαϊκού προγράμματος Equal που εφαρμόστηκε και στην Ελλάδα είχε σκοπό να αυξήσει την απασχόληση ευάλωτων ομάδων και να διαμορφώσει τις κατάλληλες προϋποθέσεις για ίσες ευκαιρίες στην αγορά εργασίας. Ειδικότερα, η συγκεκριμένη πρωτοβουλία είχε σκοπό να βοηθήσει σε μια σειρά θεμάτων, όπως είναι: α) η ενσωμάτωση και η εξομοίωση κοινωνικών ομάδων που υπόκεινται σε διακρίσεις στην αγορά εργασίας, β) η ανάπτυξη επιχειρηματικού πνεύματος σε θέματα κοινωνικής επιχειρηματικότητας, γ) η συνεχής προσαρμογή των εργαζομένων και των επιχειρήσεων στις νέες οικονομικές και τεχνικές προκλήσεις και ε) η αποφυγή του επαγγελματικού διαχωρισμού μεταξύ ανδρών και γυναικών.

Επίσης, το ελληνικό κράτος έχει θεσπίσει έναν αριθμό ασφαλιστικών και φορολογικών μέτρων, ενώ έχει θεσπιστεί και μια ομάδα μέτρων για τη διατήρηση επιδομάτων και συνταξιοδοτικών δικαιωμάτων των εργαζομένων που ανήκουν στις ευάλωτες ομάδες και εργάζονται σε κοινωνικές επιχειρήσεις. Παράλληλα, μια σειρά από χρηματοδοτικά εργαλεία έχουν προβλεφθεί, καθώς και φορολογικές απαλλαγές για το ποσό των κερδών των κοινωνικών επιχειρήσεων που προορίζονται για τη δημιουργία αποθεματικών.

Η κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα νομικά κατοχυρώθηκε με το Ν.2716/1999 όπου καθορίζονται οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένοι Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.) με βασικό ρόλο την ενσωμάτωση στην αγορά εργασίας ατόμων με ψυχοκοινωνικά προβλήματα. Ωστόσο, οι Κοι.Σ.Πε είναι δυνατόν να έχουν παραγωγικές, καταναλωτικές, εμπορικές, πιστωτικές, εκπαιδευτικές και πολιτικές υπηρεσίες. Η νομοθεσία που αφορά στην κοινωνική οικονομία και στην κοινωνική επιχειρηματικότητα επικαιροποιείται με το Ν. 4019/2011 από όπου προκύπτει μια νέα μορφή κοινωνικής επιχείρησης, η λεγόμενη Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση (Κοιν.Σ.Επ.). Ειδικότερα, αυτός ο τύπος κοινωνικής επιχείρησης μπορεί να λάβει τη μορφή αστικού συνεταιρισμού με κοινωνική αποστολή και έχει εμπορική ιδιότητα. Τα μέλη μιας Κοιν.Σ.Επ. μπορεί να είναι είτε φυσικά πρόσωπα είτε φυσικά πρόσωπα και νομικά πρόσωπα.

Ορισμένα χρήσιμα στοιχεία του Ν.4019/2011 για την κατανόηση των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι:

(α) η καταγραφή των ιδρυόμενων κοινωνικών επιχειρήσεων στο Μητρώο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας,

(β) ο αστικός και συνεταιριστικός χαρακτήρας των κοινωνικών επιχειρήσεων που υπάγονται στο αστικό δίκαιο και επιβάλλεται η υπογραφή του καταστατικού από επτά άτομα, όπως επιβάλλεται και με τους αστικούς συνεταιρισμούς,

(γ) η σύνθεση των μελών δύναται να είναι τουλάχιστον κατά τα 2/3 από φυσικά πρόσωπα και το υπόλοιπο 1/3 να αποτελείται από νομικά πρόσωπα,

(δ) η συμμετοχή των φυσικών μελών δεν συνδέεται με ασφαλιστικές και φορολογικές υποχρεώσεις,

(ε) η διανομή των κερδών στα μέλη θεωρείται απαγορευμένη ενέργεια παρά μόνο στην περίπτωση όπου αυτά ταυτόχρονα αποτελούν τους εργαζόμενους της επιχείρησης σε ποσοστό 37%. Το υπόλοιπο 5% παρακρατείται ως αποθεματικό και το υπόλοιπο ποσό μοιράζεται ως δώρο για την αύξηση της παραγωγικότητας στους εργαζομένους,

(στ) οι πόροι μπορεί να είναι από τις εμπορικές δραστηριότητες της επιχείρησης, από δωρεές τρίτων και από εισφορές δημόσιων οργανισμών.

ΑΣΚΗΣΗ 6/ Συγκριτική ανάλυση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας σε διεθνές και εθνικό επίπεδο

Προτείνεται να μελετήσετε τα βασικά χαρακτηριστικά της νομοθεσίας που υπάγονται οι κοινωνικές επιχειρήσεις σε διεθνές και εθνικό επίπεδο και να συντάξετε έναν συγκριτικό πίνακα για την Ελλάδα και την Ευρώπη. Εν συνεχεία, να αναπτυχθεί συζήτηση εντός της τάξης για τις ομοιότητες και τις διαφοροποιήσεις που εντοπίσατε στις περιοχές μελέτης και να ψηφίσετε ποιες νομοθετικές ρυθμίσεις θεωρείτε σημαντικές και ποιες όχι. Μετά τη διαδικασία αυτή, να τεθούν στην τάξη οι ακόλουθες ερωτήσεις:

Υπάρχουν κρίσιμες ρυθμίσεις που πρέπει να ενσωματωθούν στην υπάρχουσα ελληνική νομοθεσία οι οποίες κατά τη γνώμη σας απουσιάζουν;

Υπάρχουν ρυθμίσεις που υπάρχουν στα νομοθετικά πλαίσια του εξωτερικού και κρίνετε σκόπιμο να ενσωματωθούν στην ελληνική νομοθεσία για την κοινωνική οικονομία;

Ποια σημεία της ελληνικής νομοθεσίας θεωρείτε χρειάζονται περαιτέρω διερεύνηση ή εξαίρεση;

4 Μελέτες Περίπτωσης

Στην τελευταία ενότητα θα παρουσιαστεί μια σειρά από πετυχημένα παραδείγματα κοινωνικής επιχειρηματικότητας από τη διεθνή και εθνική εμπειρία.

4.1 Μελέτες Περίπτωσης - Διεθνής Εμπειρία

Σήμερα, υπάρχει μια σειρά παραδειγμάτων κοινωνικών επιχειρήσεων διεθνώς που αναδεικνύουν τα οφέλη που αποκομίζει τόσο η κοινωνία όσο και η οικονομία. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορεί να ταξινομηθούν σε διάφορες κατηγορίες, όπως είναι αυτές που δραστηριοποιούνται στον χρηματοπιστωτικό τομέα, στις εμπορικές και στις κοινωνικές υπηρεσίες. Ορισμένα χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτών των κατηγοριών παρουσιάζονται ακολούθως:

(Α) Κοινωνικές επιχειρήσεις του χρηματοπιστωτικού τομέα

Η ενότητα αυτή περιλαμβάνει επιχειρήσεις της κοινωνικής οικονομίας που δραστηριοποιούνται στον τομέα των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, δηλαδή της χρηματοδότησης κοινωνικών επιχειρήσεων.

Περίπτωση Πρώτη: Τράπεζα Triodos

Ιστοσελίδα: <http://www.triodos.com/en/about-triodos-bank/>

Σύντομη Περιγραφή

Η τράπεζα Τρίδος ιδρύθηκε το 1980 με υποκαταστήματα σε μια πλειάδα ευρωπαϊκών χωρών όπως είναι το Βέλγιο, το Ηνωμένο βασίλειο, η Ισπανία και η Γερμανία. Οι βασικές υπηρεσίες της εστιάζουν στις επενδύσεις και στην ιδιωτική τραπεζική κυρίως σε επιχειρήσεις, οργανισμούς και προγράμματα που έχουν σκοπό να προωθήσουν κοινωνικούς, περιβαλλοντικούς και πολιτισμικούς σκοπούς. Βασικό χαρακτηριστικό των τραπεζικών λειτουργιών είναι να υποστηρίξει αιεφορικές στρατηγικές σε θέματα όπως είναι οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, η βιολογική γεωργία, οι τέχνες και ο πολιτισμός, τα αιεφορικά κτήρια, η διατήρηση των φυσικών πόρων και η συνεργασία μικροεπενδυτών. Τέλος, ένα μέρος των λειτουργιών της τράπεζας εστιάζει σε επενδυτικά προϊόντα και υπηρεσίες στην αγορά κεφαλαίου που αφορούν επιχειρήσεις με καλές στρατηγικές αιεφορίας.

Περίπτωση Δεύτερη: Charity Bank

Ιστοσελίδα: <http://www.charitybank.org/>

Σύντομη Περιγραφή

Η τράπεζα φιλανθρωπίας ιδρύθηκε το 2002 με σκοπό τη χορήγηση δανείων χαμηλού επιτοκίου για φιλανθρωπίες και κοινωνικές επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν εμπόδια και δυσκολίες άντλησης κεφαλαίων από τις συμβατικές πηγές χρηματοδότησης. Η τράπεζα συλλέγει κεφάλαια από τους λεγόμενους ηθικούς επενδυτές και από κοινωνικά ευαίσθητους καταθέτες και τα διοχετεύει μόνο σε κοινωνικές επιχειρήσεις και φιλανθρωπικά ιδρύματα, μετρώντας κυρίως τις θετικές επιπτώσεις των επενδύσεων στην κοινωνία. Ένα χαρακτηριστικό στοιχείο της τράπεζας είναι ότι ο πρόεδρος και το διοικητικό συμβούλιο της τράπεζας εργάζονται εθελοντικά και χωρίς έμμισθη εργασία. Επίσης, η τράπεζα παρέχει τη δυνατότητα στους καταθέτες να ενημερωθούν για τον προορισμό των καταθέσεών τους και γενικότερα τον τρόπο που επενδύονται τα χρήματα της τράπεζας. Οι αποταμιευτές καλούνται επίσης σε μια ανοικτή ημέρα για την καλύτερη ενημέρωσή τους σε θέματα που αφορούν στις επενδύσεις της τράπεζας και στην άμεση επικοινωνία με τον πρόεδρο και το διοικητικό συμβούλιο.

Τρίτη Περίπτωση: Unity Bank Trust

Ιστοσελίδα: <http://www.unity.co.uk/>

Σύντομη Περιγραφή

Η ενοποιημένη τράπεζα εμπιστοσύνης ιδρύθηκε το 1984 και εξειδικεύεται στις τραπεζικές υπηρεσίες για ενώσεις εμπόρων και φιλανθρωπίες κυρίως στο Ηνωμένο Βασίλειο. Τα συνδικάτα και οι ομοσπονδίες κατέχουν περισσότερο από το 70% της τράπεζας, το υπόλοιπο ανήκει σε συνεργατική τράπεζα. Η κεντρική φιλοσοφία της τράπεζας είναι η επιτυχία στόχων που βασίζονται στη λογική των κοινών αγαθών με την προώθηση κοινωνικά υπεύθυνων και αιεφορικών κριτηρίων δανεισμού.

Τέταρτη Περίπτωση: Futurebuilders

Ιστοσελίδα: <http://www.futurebuilders-england.org.uk/>

Σύντομη Περιγραφή

Το συγκεκριμένο αμοιβαίο κεφάλαιο επενδύει σε κοινωνικές επιχειρήσεις που συμβάλλουν στην αναβάθμιση των δημόσιων υπηρεσιών. Μεγάλη έμφαση δίνεται στη χρηματοδότηση δανείων, στην αξιολόγηση και στη διαχείριση γνώσης. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το συγκεκριμένο κεφάλαιο χρηματοδοτείται κυρίως από την κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου και σκοπεύει να υπερβεί εμπόδια που υποβαθμίζουν τις κοινωνικές υπηρεσίες, να παρέχει μια σύγχρονη μορφή χρηματοδότησης στις κοινωνικές επιχειρήσεις και να αυξήσει το σκοπό και το μέγεθος της εθελοντικής συμμετοχής της κοινωνίας στις κοινωνικές υπηρεσίες. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η πρωτοβουλία της κυβέρνησης είχε τη βοήθεια την Τράπεζας Φιλανθρωπίας, της Ενωμένης Τράπεζας Εμπιστοσύνης και του Εθνικού Συμβουλίου για τους Οργανισμούς Εθελοντισμού.

Πέμπτη Περίπτωση: Grammen Bank

Ιστοσελίδα: <http://www.grameen-info.org/>

Σύντομη περιγραφή

Η τράπεζα είναι επίσης γνωστή ως η τράπεζα των φτωχών και είναι η πιο δημοφιλής λόγω της απονομής νόμπελ ειρήνης για τις δραστηριότητές της. Η βασική δραστηριότητά της είναι η παροχή μικρο-δανείων σε πολύ φτωχούς ανθρώπους χωρίς να είναι απαραίτητη η υποθήκευση περιουσιακών στοιχείων ή άλλου είδους εγγύηση. Η τράπεζα ιδρύθηκε το 1976 από τον καθηγητή οικονομικών Μοχαμάντ Γιάνους που θέλησε να χρηματοδοτείται ο αγροτικός τομέας και κυρίως φτωχές γυναίκες για την ίδρυση μικρών επιχειρήσεων για την επιβίωσή τους.

ΑΣΚΗΣΗ 9/ Τραπεζικά κριτήρια δανεισμού κοινωνικών επιχειρήσεων

Προτείνεται να χωριστούν οι εκπαιδευόμενοι σε ομάδες και να προσπαθήσουν να προσδιορίσουν μια ομάδα κοινωνικά ευάλωτη που πιστεύουν ότι θα πρέπει οι τράπεζες φιλανθρωπίας να χρηματοδοτούν στη χώρα μας για να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις που προκαλούνται από την οικονομική κρίση. Στη συνέχεια, η κάθε ομάδα να προσπαθήσει να βάλει κριτήρια δανεισμού που θεωρεί κατάλληλα ότι πρέπει να ορίζει η τράπεζα κατά τη σύναψη επιχειρηματικών δανείων με αυτές τις ομάδες επιχειρηματιών, ώστε να είναι και η

ίδια βιώσιμη. Τέλος, οι λίστες κριτηρίων να συζητηθούν μέσα στην τάξη, ώστε να φανεί ο τρόπος προσέγγισης της κάθε ομάδας.

(B) Κοινωνικές επιχειρήσεις παραγωγικών υπηρεσιών

Περίπτωση πρώτη: Fifteen

Ιστοσελίδα: <http://www.fifteen.net/>

Σύντομη περιγραφή

Η κοινωνική επιχείρηση Fifteen ιδρύθηκε το 2002 στις Ηνωμένες Πολιτείες με σκοπό να εκπαιδεύσει νέους, ηλικίας 18-24, σε θέματα παρασκευής φαγητού. Για την προώθηση των φαγητών και την απασχόληση των νέων, η επιχείρηση ίδρυσε επίσης και μια σειρά από εστιατόρια. Ο στόχος της επιχείρησης ήταν να βοηθήσει άνεργους νέους να ενσωματωθούν στην αγορά εργασίας και επίσης να προσφέρει στους πελάτες ποιοτικό φαγητό. Οι εκπαιδευόμενοι νέοι επιστρατεύονταν κυρίως από κοινωνικά ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού, όπως είναι άνθρωποι εθισμένοι στο αλκοόλ και στις ναρκωτικές ουσίες.

Περίπτωση δεύτερη: Solar Sister

Ιστοσελίδα: <http://www.solarsister.org/>

Σύντομη Περιγραφή

Η κοινωνική επιχείρηση Solar Sister προσπαθεί να εξαλείψει την ενεργειακή φτώχεια με την ενδυνάμωση γυναικών στην Αφρικάνικη Ήπειρο για την άντληση οικονομικών ευκαιριών. Σκοπός είναι να αναπτυχθεί ένα δίκτυο εξειδικευμένων γυναικών σε θέματα ηλιακής ενέργειας, για να κατασκευάσουν και να προωθήσουν την ηλιακή ενέργεια και στις πιο απομακρυσμένες περιοχές της Αφρικής. Η επιχείρηση επενδύει σε γυναικείες επιχειρήσεις οι οποίες έχουν αποδειχθεί βιώσιμες.

Περίπτωση Τρίτη: Foodcycle

Ιστοσελίδα: <http://foodcycle.org.uk/>

Σύντομη Περιγραφή

Η επιχείρηση FoodCycle ιδρύθηκε το 2009. Το όραμα της επιχείρησης είναι η ύπαρξη μιας κοινωνίας όπου δεν θα σπαταλιέται η τροφή. Για το λόγο αυτό, τα μέλη της επιχείρησης προσπαθούν να συνδυάσουν μεταξύ ομάδων εθελοντών, πλεονάσματος τροφίμων, χώρων για μαγείρεμα για την παραγωγή τροφίμων για ανθρώπους που βρίσκονται σε κίνδυνο ή είναι κοινωνικά περιθωριοποιημένοι. Η επιχείρηση έχει δυο κύρια προγράμματα, τα εξής: (α) το Hub όπου εκπονείται σε διάφορα τοπικά μέρη του Ηνωμένου Βασιλείου με σκοπό να συγκεντρώσουν εθελοντές, πλεονάζον φαγητό και να προετοιμαστεί τροφή και (β) το Sky Community Cafe όπου προωθείται η υγιεινή διατροφή και υποστηρίζουν εθελοντές να κερδίσουν ικανότητες και αυτοπεποίθηση για να εισέλθουν στην αγορά εργασίας.

Περίπτωση τέταρτη: MyBnk

Ιστοσελίδα: <http://mybnk.org/>

Σύντομη περιγραφή

Η φιλανθρωπική επιχείρηση MyBnk καταβάλλει προσπάθειες να συμβάλει στην εκπαίδευση νέων σε θέματα επιχειρηματικότητας και χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Προετοιμάζει προγράμματα άμεσα για τα σχολεία και για τις ενώσεις νέων. Έχουν προετοιμαστεί διαδραστικά παιχνίδια για τους μαθητές σε θέματα που αφορούν στις αποταμιεύσεις, στην κατανάλωση και στη χρηματοδότηση πανεπιστημίων. Χρησιμοποιούνται συνήθως πραγματικά χρήματα, ώστε οι φοιτητές και οι μαθητές να συμπεριφέρονται σε πραγματικό περιβάλλον, σε αποταμιεύσεις και στην αποπληρωμή δανείων.

Περίπτωση Πέμπτη: SoleRebels

Ιστοσελίδα: <http://www.solerebelsfootwear.co/>

Σύντομη Περιγραφή

Η SoleRebels είναι μια συνεργατική επιχείρηση που εδρεύει στην Αφρική και κατασκευάζει άνετα και φιλικά προς το περιβάλλον παπούτσια. Σε αυτή τη λογική, οι εταίροι της

επιχείρησης εμπνέονται από την πολιτιστική παράδοση την οποία αναμειγνύουν με τις σύγχρονες τάσεις σχεδιασμού παπουτσιών.

(Γ) Κοινωνικές επιχειρήσεις κοινωνικών υπηρεσιών

Περίπτωση πρώτη: Skoll foundation

Ιστοσελίδα: <http://www.skollfoundation.org/>

Σύντομη περιγραφή

Η επιχείρηση Skoll Foundation ιδρύθηκε το 1999 για να προωθήσει θέματα ειρήνης και ευημερίας σε διάφορες περιοχές του κόσμου. Ο στόχος του ιδρύματος είναι να επενδύσει σε κοινωνικές επιχειρήσεις που επιλύουν κοινωνικά προβλήματα μεγάλης κλίμακας. Η επιχείρηση έχει προσφέρει πάνω από 250 εκατομμύρια δολάρια σε πάνω από 85 κοινωνικές επιχειρήσεις και 70 οργανισμούς παγκοσμίως. Επίσης, η επιχείρηση έχει αναπτύξει δυο προγράμματα για την ενδυνάμωση των σχέσεων ανάμεσα στις κοινωνικές επιχειρήσεις μέσα από μια διαδικτυακή κοινωνική πλατφόρμα (Social Skoll Forum) και μια διαδικτυακή κοινότητα κοινωνικών επιχειρήσεων (Social Edge).

Περίπτωση δεύτερη: Noncello

Ιστοσελίδα: <http://www.coopnoncello.it/>

Σύντομη περιγραφή

Η κοινωνική επιχείρηση Noncello έχει συνεταιριστικό χαρακτήρα και ιδρύθηκε το 1981 με έδρα την Ιταλία. Οι εμπνευστές ήταν τρεις ψυχίατροι και έξι ασθενείς ψυχιατρείου που ήθελαν να απαντήσουν στην κατάργηση των ψυχιατρικών ασύλων μετά από σχετικές νομικές διατάξεις της ιταλικής νομοθεσίας. Οι πρώτες υπηρεσίες που προσέφερε ο συνεταιρισμός ήταν ο καθαρισμός νοσοκομείων και πανεπιστημίων της ευρύτερης περιοχής όπου εδρεύει η επιχείρηση. Στη συνέχεια, μια σειρά από εξειδικευμένο προσωπικό προετοιμάστηκε για την παροχή βοήθειας σε ηλικιωμένα άτομα και σε ανθρώπους με ψυχικές ασθένειες, καθώς και σε ζητήματα που αφορούν στην υποβάθμιση του περιβάλλοντος.

Περίπτωση Τρίτη: Nika Water

Ιστοσελίδα: <http://www.nikawater.org/>

Σύντομη Περιγραφή

Η επιχείρηση Nika Water είναι μια κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνη επιχείρηση που εμφιαλώνει νερό και το προωθεί σε μια σειρά από καφετέριες, ξενοδοχεία, σχολεία και γυμναστήρια. Η επιχείρηση παρέχει πληροφορίες στους καταναλωτές για τον τρόπο εμφιαλώσεως καθώς και πληροφορίες για παγκοσμίου ενδιαφέροντος προβλήματα. Τα έσοδα της επιχείρησης επανεπενδύονται σε προγράμματα εκπαίδευσης, υγιεινής και εξάλειψης της φτώχειας στις αναπτυσσόμενες χώρες. Επίσης, η επιχείρηση έχει επενδύσει πάνω από \$400,000 σε συστήματα ύδρευσης σχολείων σε διάφορες χώρες της Αφρικής και της Νότιας Αμερικής.

4.2 Μελέτες Περίπτωσης – Εθνική Εμπειρία

Στην ενότητα αυτή περιγράφονται ορισμένα χαρακτηριστικά παραδείγματα κοινωνικών επιχειρήσεων που εδρεύουν στην Ελλάδα.

Περίπτωση Πρώτη: Η επιχείρηση Ηθικού Εμπορίου

Ιστοσελίδα: <http://www.fairtrade.gr/>

Σύντομη Περιγραφή

Η επιχείρηση Ηθικού Εμπορίου Ελλάδας θεωρείται Μη Κυβερνητική Οργάνωση (Μ.Κ.Ο) που ιδρύθηκε το 2004 με νομική μορφή αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρείας (ΑμΚΕ). Ο βασικός σκοπός της είναι να προωθήσει τις αρχές του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου για την καταπολέμηση της φτώχειας στην Ελλάδα.

Περίπτωση Δεύτερη: Η Ηλιαχτίδα

Ιστοσελίδα: <http://www.iliahtida.gr/gr/index.html>

Σύντομη Περιγραφή

Η Ηλιαχτίδα είναι μια κοινωνική επιχείρηση με αστική μη κερδοσκοπική μορφή (ΑμΚΕ). Η επιχείρηση ιδρύθηκε το 1999 και εδρεύει στην πόλη της Μυτιλήνης. Ο σκοπός της επιχείρησης είναι η ενσωμάτωση των ανθρώπων με ειδικές ανάγκες (ΑΜΕΑ) στην αγορά

εργασίας. Οι εργαζόμενοι στην Ηλιαχτίδα κατασκευάζουν κυρίως προσκλητήρια, δώρα, κάρτες, χειροποίητα κοσμήματα αλλά και σαπούνια.

Περίπτωση Τρίτη: Κρατικό Θεραπευτήριο Λέρου

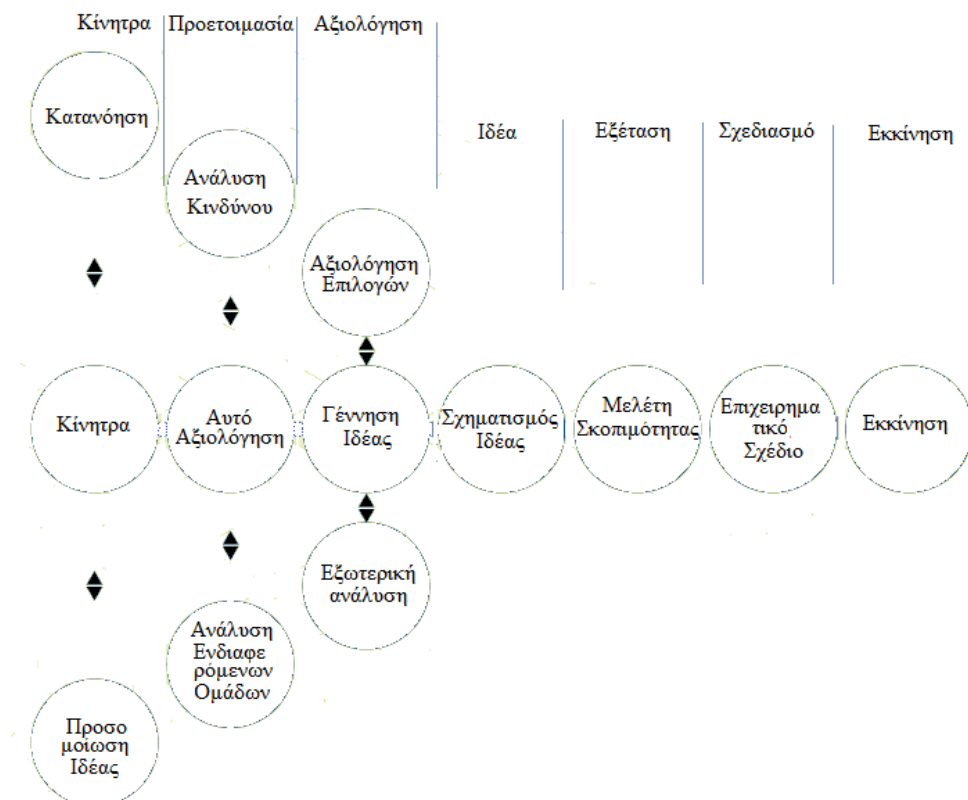
Ιστοσελίδα: <http://www.koispe.gr/index.php?categoryid=4>

Σύντομη Περιγραφή

Η Ειδική Δράση Λέρου σε συνεργασία με το Κρατικό Θεραπευτήριο Λέρου και άλλους φορείς ιδρύσαν ένα Κοι.Σ.Π.Ε. με σκοπό α) την παρέμβαση στο καθεστώς της μαύρης εργασίας και β) την κοινωνική και εργασιακή αποκατάσταση των ασθενών. Οι τομείς που δραστηριοποιείται ο Κοι.Σ.Π.Ε. είναι ο αγροτικός τομέας, το εργαστήριο ζαχαροπλαστικής και η επεξεργασία μελιού.

5 Ίδρυση Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Μια κρίσιμη και σημαντική ενότητα είναι ο προσδιορισμός των βασικών βημάτων για την υλοποίηση μιας κοινωνικής επιχείρησης. Σύμφωνα με την έκθεση των NATWEST και της Royal Bank of Scotland τα κύρια βήματα που θα πρέπει να ακολουθήσει κάποιος για να αναπτύξει μια κοινωνική επιχείρηση είναι τα ακόλουθα επτά (Διάγραμμα 2):



Διάγραμμα 2: Τα βήματα ίδρυσης μια κοινωνικής επιχείρησης (NATWEST and Scotland Royal Bank, 2012).

A) Τα κίνητρα

Σε αυτό το βήμα κάθε ενδιαφερόμενος που θέλει να επενδύσει στην κοινωνική επιχειρηματικότητα πρέπει να εντοπίσει και να καταγράψει τα ενδεχόμενα κίνητρα που θεωρεί σημαντικά για να αναλάβει μια τέτοια πρωτοβουλία. Πρέπει, αρχικά, να αποκαλυφθούν κίνητρα όπως είναι:

(α) η δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης για ανθρώπους με ειδικές δεξιότητες και εργαζόμενους που ανήκουν στις ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού,

(β) η ίδρυση συνεργατικής επιχείρησης για την αποδοτικότερη διαχείριση και τη διασπορά του κινδύνου σε περισσότερα άτομα σε περίπτωση αποτυχίας του εγχειρήματος,

(γ) η ίδρυση κοινωνικής επιχείρησης για τη συμβολή στο κοινωνικό προϊόν σε τομείς όπου το κράτος αποτυγχάνει και ο ιδιωτικός τομέας αποφεύγει.

Επίσης, ο ενδιαφερόμενος πρέπει να αναρωτηθεί αρχικά για τις γνώσεις τους για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, ποιος είναι ο σκοπός ίδρυσής τους και ποια είδη κοινωνικών επιχειρήσεων υπάρχουν. Η ίδρυση μιας κοινωνικής επιχείρησης θέλει αρχικά επιχειρηματίες με κοινωνικές ευαισθησίες και πάθος για την προστασία των κοινωνικά ευάλωτων ομάδων. Συνεπώς, μια σειρά από ερωτήματα προκύπτουν που θα πρέπει να απαντήσει ο ενδιαφερόμενος επιχειρηματίας όπως είναι:

- *Κατά πόσο έχω το πάθος για την επίλυση κοινωνικών ζητημάτων;*
- *Κατά πόσο θέλω να είμαι μέλος μιας συνεργατικής επιχείρησης;*
- *Κατά πόσο έχω συνεργατικό πνεύμα;*
- *Κατά πόσο γνωρίζω τις ικανότητές μου;*
- *Κατά πόσο αντιλαμβάνομαι τον κίνδυνο από την ίδρυση μιας κοινωνικής επιχείρησης;*
- *Κατά πόσο μπορώ να πάρω αποφάσεις;*
- *Κατά πόσο ακούω συμβουλές;*
- *Κατά πόσο μπορώ να εμπνεύσω ανθρώπους;*

Επίσης, σε αυτό το βήμα θα πρέπει να εκπονηθούν δυο επιμέρους έρευνες από τον ενδιαφερόμενο επιχειρηματία. Η πρώτη έρευνα θα πρέπει να εστιάσει στο κατά πόσο υπάρχει κάποια ιδέα στην κοινωνική οικονομία που θα ήταν κατάλληλη ώστε να επενδυθούν χρήματα και να ιδρυθεί μια νέα επιχείρηση. Αν και η προθυμία και το πάθος του επιχειρηματία είναι αναγκαίες συνθήκες για την ίδρυση μιας κοινωνικής επιχείρησης, εντούτοις δεν αποτελούν τις ικανές συνθήκες επιτυχίας. Θα πρέπει περαιτέρω να υπάρχει μια ιδέα στην οποία θα επενδύσουν οι ενδεχόμενοι επιχειρηματίες.

Το δεύτερο που θα πρέπει να πραγματοποιηθεί είναι η προσομοίωση της ιδέας, ώστε να φανούν εκ των προτέρων οι πιθανές δυναμικές και αδυναμίες εφαρμογής της επιχειρηματικής ιδέας. Με τον τρόπο αυτό θα αποκαλυφθεί καλύτερα ο κίνδυνος που αναλαμβάνεται από τους ενδιαφερόμενους επιχειρηματίες κατά την υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας.

B) Προετοιμασία

Σε αυτό το βήμα, οι ενδιαφερόμενοι επιχειρηματίες ενδείκνυται να διερευνήσουν μια σειρά από θέματα που μπορεί να συνοψιστούν σε τρεις κύριες κατηγορίες, τις ακόλουθες:

- (α) τους σκοπούς του οργανισμού,
- (β) τις απαιτήσεις των ενδιαφερόμενων ομάδων,
- (γ) την ανάλυση των ενδεχόμενων κινδύνων.

Για την καταγραφή των σκοπών της προτεινόμενης κοινωνικής επιχείρησης επιβάλλεται να προσδιοριστούν οι θεμελιώδεις αρχές που θα βασίζεται ο οργανισμός, οι απαραίτητες δραστηριότητες που αξίζει να αναπτυχθούν, οι ικανότητες των ενδιαφερόμενων επιχειρηματιών και εργαζομένων για να πετύχουν τους σκοπούς της επιχείρησης, τα σχέδια της επιχείρησης να αντιμετωπίσει τις ενδεχόμενες κοινωνικές και οικονομικές προκλήσεις και τα σχέδια για τη συνεχή αξιολόγηση του ανθρώπινου δυναμικού ως προς την καταλληλότητα για την επίτευξη των σκοπών της επιχείρησης.

Η ανάλυση των ενδιαφερόμενων ομάδων είναι μια προσέγγιση που έχει μεταφερθεί στις επιχειρήσεις τις τελευταίες δεκαετίες περισσότερο ως ένα ακαδημαϊκό επινόημα και όχι απαραίτητα ως ένα πρακτικό εργαλείο. Η έννοια των ενδιαφερόμενων ομάδων μεταφέρει το κέντρο βάρους της επιχείρησης από τους μετόχους (shareholders) σε μια πλειάδα ομάδων που ενδιαφέρονται για τη λειτουργία της επιχείρησης (stakeholders), δηλαδή στους εργαζόμενους, στους διοικητές, στους χρηματοδότες, στην κοινωνία και στους πελάτες. Στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, η έννοια των ενδιαφερόμενων ομάδων έχει μια ιδιαίτερη σπουδαιότητα μιας και εξ ορισμού οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν κεντρική επιδίωξη να ικανοποιήσουν σαφώς συγκεκριμένες ομάδες του πληθυσμού και του επιχειρηματικού σχηματισμού (λ.χ. τους εργαζόμενους και τους συνεταιίρους).

Σε αυτό το βήμα θα πρέπει ο ενδεχόμενος επιχειρηματίας να απαντήσει τα εξής ερωτήματα:

Ποιες είναι οι ενδιαφερόμενες ομάδες της επιχείρησής σας;

Ποια είναι η επίδρασή τους στην επιχείρησή σας;

Πώς μπορούν να αλλάξουν τις αποφάσεις σας;

Τέλος, η ανάλυση κινδύνων θεωρείται μια από τις σημαντικότερες διαδικασίες προελέγχου για την προετοιμασία μιας επιχείρησης. Για παράδειγμα, είναι σημαντικό να αναλυθούν οι πιθανές πηγές χρηματοδότησης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και των ενδεχόμενων χρηματοδοτών, διότι αυτό διαμορφώνει τις προϋποθέσεις για την ασφάλεια ίδρυσης μιας επιχείρησης. Επακόλουθο της οικονομικής ανάλυσης είναι να αποφασιστεί το λογιστικό σύστημα που θα ακολουθήσει η επιχείρηση. Αν και αυτό ορίζεται συνήθως από τη νομοθεσία, ωστόσο μια σειρά ανεπίσημων λογιστικών συστημάτων υπάρχει, τα οποία είναι κατάλληλα για τη διαχείριση των οικονομικών κινδύνων των κοινωνικών επιχειρήσεων που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν επικουρικά.

Μια σειρά επιπρόσθετων θεμάτων που αξίζει να διερευνηθούν, προκειμένου να αποφευχθούν μελλοντικοί κίνδυνοι, είναι το κόστος της αρχικής επένδυσης και η προοπτική της χρηματοδότησης διαμέσου τραπεζικού δανεισμού. Μια τέτοια προοπτική απαιτεί τη διερεύνηση των όρων δανεισμού και την πολιτική επιτοκίων, ώστε να αποφευχθούν μελλοντικές δαπάνες ασύμφορες για την επιχείρηση. Τέλος, μια στρατηγική προσέγγισης φιλανθρωπικών κεφαλαίων και εθελοντικών ετήσιων συνδρομών θα πρέπει να διερευνηθεί.

Γ) Αξιολόγηση της Ιδέας

Σε αυτό το βήμα είναι αναγκαίο να αναπτυχθεί μια έρευνα για τη σπουδαιότητα της επιχειρηματικής ιδέας. Ειδικότερα, μια σειρά από ερωτήματα συνιστούν αυτή τη διαδικασία όπως ποιο είναι το κατάλληλο επιχειρηματικό μοντέλο για τη διαχείριση της ιδέας; Υπάρχουν εναλλακτικές ιδέες που θα μπορούσαν να αναιρέσουν την ιδέα; Υπάρχουν στοιχεία που θα μπορούσαν να αποδυναμώσουν ή να ενδυναμώσουν την ιδέα;

Η βασική παραδοχή που θα άξιζε να γίνει είναι ότι κανένας δεν μπορεί εκ των προτέρων να είναι ασφαλής για την επιτυχία της ιδέας του, παρά μόνο αφού την υλοποιήσει. Δεδομένης αυτής της λογικής παραδοχής, η ανάπτυξη επιχειρηματικών ιδεών μπορεί να διακριθεί σε δύο κατηγορίες: α) το σταδιακό σχεδιασμό μιας επιχειρηματικής ιδέας και β) το σχεδιασμό της επιχειρηματικής ιδέας από το μηδέν.

Στην πρώτη περίπτωση, η επιχειρηματική ιδέα είναι συνήθως μια παραλλαγή, μετεξέλιξη ή αναβάθμιση μιας υφιστάμενης ιδέας που έχει υλοποιηθεί στην αγορά με επιτυχία. Συνεπώς, ο επιχειρηματίας προσπαθεί με τη βοήθεια των υφιστάμενων δεδομένων να αναπτύξει την επιχειρηματική του ιδέα και να αξιολογήσει την επιτυχία ή την αποτυχία της. Στη δεύτερη περίπτωση, η επιχειρηματική ιδέα αρχίζει από την αρχή ή από το «μηδέν», όπως συνηθίζεται να αναφέρεται. Δηλαδή, ο ενδεχόμενος επιχειρηματίας εντοπίζει μια ευκαιρία να

αντιμετωπίσει ένα κοινωνικό ζήτημα με οικονομικά βιώσιμο τρόπο και ως εκ τούτου προετοιμάζει την ιδέα του, ώστε να υλοποιηθεί.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η δεύτερη προσέγγιση παρουσιάζει ορισμένα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα ως εξής:

Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα
<ul style="list-style-type: none">- Αυτονομία- Πάθος για την ιδέα- Ευελιξία προσαρμογής στις οικονομικές αλλαγές- Εύρεση κεφαλαίων χρηματοδότησης καινοτόμων ιδεών- Κάλυψη οικονομικού και κοινωνικού κενού	<ul style="list-style-type: none">- Αβεβαιότητα για την επιτυχία της ιδέας- Δυσκολία εύρεσης επιχειρηματικού κενού- Μεγαλύτερο κόστος ίδρυσης και λειτουργίας λόγω κόστους μάρκετινγκ- Απουσία βοήθειας επιχειρηματιών που έχουν επενδύσει σε παρόμοια παραδείγματα

Πίνακας II: Πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα ανάπτυξη νέας ιδέας

Σε αυτό το βήμα πρέπει να αναπτυχθεί και ένα σύστημα αξιολόγησης των εναλλακτικών επιλογών που ενδεχομένως έχει ο επιχειρηματίας, κυρίως για την επιλογή του σκοπού που θα εστιάζει η επιχειρηματική ιδέα, όπως για παράδειγμα την απασχόληση ατόμων από ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού ή από την αγορά εργασίας, θα εμπεριέχονται στα μέλη της εταιρίας και νομικά πρόσωπα, θα υπάρχουν κεφάλαια από συνδρομές δημόσιων οργανισμών και άλλες εναλλακτικές αποφάσεις.

Σε αυτό το βήμα πρέπει να εκπονηθεί και μια εξωτερική ανάλυση για τις δυνάμεις που ενδεχομένως έχουν σημαντικές επιδράσεις στη λειτουργία της υπό ίδρυση επιχείρησης. Τέλος, ορισμένα κρίσιμα ερωτήματα που πρέπει να διερευνηθούν μπορεί να είναι τα εξής:

- Ποιοι εξωτερικοί παράγοντες είναι κρίσιμοι για την επιτυχή υλοποίηση της ιδέας σας;
- Οι τάσεις των μοντέρνων αγορών είναι δυνατόν να επηρεάσουν την υλοποίηση της ιδέας σας;
- Πόσο επικίνδυνο είναι για την ιδέα σας το πολιτικό περιβάλλον;

Η καταγραφή του εξωτερικού περιβάλλοντος μπορεί να συνδυαστεί και με τις ενδιαφερόμενες ομάδες, δηλαδή τις επιδράσεις των ενδιαφερόμενων ομάδων στην ιδέα.

ΑΣΚΗΣΗ 7/ Εξωτερική αξιολόγηση νέας ιδέας

Προτείνεται να χωριστούν οι εκπαιδευόμενοι σε ομάδες και η κάθε ομάδα να αναπτύξει μια νέα επιχειρηματική ιδέα στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας. Στη συνέχεια, κάθε ομάδα να καταγράψει έναν πίνακα με τις εξωτερικές προκλήσεις. Ακολούθως, οι πίνακες με τις πληροφορίες που θα προκύψουν από κάθε ομάδα να δοθούν εναλλάξ στις υπόλοιπες ομάδες της τάξης, ώστε αυτές να αξιολογήσουν την πληρότητα και την αξιοπιστία της εργασίας, ενώ να προσθέσουν τις τυχόν επιπλέον πληροφορίες που θεωρούν σημαντικές και να αφαιρέσουν τις πληροφορίες που θεωρούν πλεονάζουσες. Τέλος, να παρουσιαστούν στην τάξη όλοι οι τελικά διαμορφωμένοι πίνακες.

Δ) Ιδέα

Σε αυτό το βήμα καταβάλλεται προσπάθεια, ώστε να αναδειχθεί ο βαθμός ανταπόκρισης της ιδέας στην αγορά, δηλαδή διερευνώνται οι πιθανότητες ώστε η ιδέα να είναι βιώσιμη. Μια σειρά από θέματα εγείρονται, όπως είναι ο εντοπισμός των ενδεχόμενων καταναλωτών και το ενδεχόμενο να καλυφθούν οι προτιμήσεις των σημερινών καταναλωτών από το παραγόμενο προϊόν ή υπηρεσία.

Κρίνεται απαραίτητο σε αυτό το βήμα να εκπονηθεί έρευνα αγοράς για να εντοπιστούν οι ενδεχόμενοι καταναλωτές του προϊόντος ή της υπηρεσίας που επρόκειτο να παραχθεί, καθώς και το ύψος της τιμής που θα ήταν πρόθυμοι να πληρώσουν για να αποκτήσουν το προϊόν ή την υπηρεσία. Επιπρόσθετα, είναι απαραίτητο να υπολογιστούν τα ενδεχόμενα έσοδα που θα εισρεύσουν στην επιχείρηση από τις πωλήσεις της, ενώ θα πρέπει να υπολογιστεί η πωλούμενη ποσότητα προϊόντος που επιτυγχάνεται το νεκρό σημείο της επιχείρησης (δηλαδή, τα έξοδα ισούνται με τα έσοδα). Επίσης, στα έσοδα θα πρέπει συνυπολογιστούν οι δωρεές ιδιωτών και τα κεφάλαια που ενδεχομένως να εισρεύσουν από τις κρατικές υπηρεσίες στα πλαίσια των κοινοτικών κονδυλίων για την κοινωνική οικονομία.

Η έρευνα πρέπει επίσης να επεκταθεί στον τύπο της διαφήμισης και τα μέσα επικοινωνίας που θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση του προϊόντος. Σημαντικό τμήμα της έρευνας θα εστιαστεί στη λειτουργία της επιχείρησης και κυρίως στις ανάγκες της σε ανθρώπινο δυναμικό (λ.χ. εκπαιδευμένο, εξειδικευμένο, ανειδίκευτο) και στον απαραίτητο εξοπλισμό για την παραγωγή του προϊόντος. Τέλος, χρήσιμο είναι να προσδιοριστεί κατά προσέγγιση το κόστος εκκίνησης και λειτουργίας της επιχείρησης.

ΑΣΚΗΣΗ 8/ Ανάπτυξη νέας ιδέας

Σύμφωνα με τις ιδέες που έχουν αναπτυχθεί στην τάξη να παροτρυνθούν οι εκπαιδευόμενοι να καταγράψουν τα πιθανά κόστη και τα πιθανά έσοδα που θα είχε η προτεινόμενη κοινωνική επιχείρηση.

Ε) Εξέταση

Σε αυτό το βήμα πραγματοποιείται μια σε βάθος εξέταση του σκοπού της επιχείρησης. Μέχρι τώρα, ο ενδιαφερόμενος επιχειρηματίας έχει εντοπίσει την αγορά και επεκτείνεται στον υπολογισμό του εύρους της αγοράς που θα ήταν κατάλληλο, ώστε η επιχειρηματική ιδέα του να είναι βιώσιμη. Σε αυτό το βήμα, μια έρευνα αγοράς θα εκπονηθεί σχετικά με ζητήματα όπως είναι το προϊόν ή η υπηρεσία, το προφίλ των καταναλωτών, το επίπεδο του ανταγωνισμού, την τιμολογιακή πολιτική, τη γεωγραφική περιοχή προώθησης του προϊόντος και τις στρατηγικές μάρκετινγκ. Επίσης, σε βάθος ανάλυση θα πραγματοποιηθεί για τον εντοπισμό των χρηματοδοτικών πηγών που είναι απαραίτητες για την επένδυση. Τέλος, θα εντοπιστούν και θα καταγραφούν όλα τα ενδεχόμενα εμπόδια που θα επιδράσουν αρνητικά στην υλοποίηση της ιδέας και θα προσδιοριστεί σαφώς ο κοινωνικός χαρακτήρας της ιδέας.

Σε αυτό το βήμα ουσιαστικά εκπονείται η έρευνα σκοπιμότητας υλοποίησης της επιχειρηματικής ιδέας. Για πρακτικούς λόγους, οι βασικές ενότητες ενός σχεδίου ή έρευνας σκοπιμότητας για μια κοινωνική επιχείρηση παρουσιάζονται ακολούθως:

Περιεχόμενα Μελέτης Σκοπιμότητας

1) Ανάλυση Αγοράς και Στρατηγική Μάρκετινγκ:

Η ενότητα περιλαμβάνει μια σειρά χρήσιμων στρατηγικών για την προώθηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας.

- a. Ορισμός και Ανάλυση της Αγοράς: η ενότητα περιέχει ακριβείς και ποσοτικές αναλύσεις για τα προϊόντα ή υπηρεσίες, τους πελάτες, του προμηθευτές, τους ανταγωνιστές και τη διανομή του προϊόντος.
- b. Ανάλυση εγχώριας αγοράς: η ενότητα περιέχει πληροφορίες για τη διάρθρωση της εγχώριας αγοράς και τους παράγοντες ανταγωνισμού που διαμορφώνονται στην εσωτερική αγορά.
- c. Ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος: η ενότητα περιλαμβάνει τους ανταγωνιστές, το μερίδιο της αγοράς που κατέχουν και την ολοκληρωμένη δομή του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος.

- d. Στρατηγική μάρκετινγκ: η ενότητα εμπεριέχει την στοχοθέτηση του προϊόντος, την τοποθέτηση του προϊόντος και την κατοχύρωση του εμπορικού σήματος (στην περίπτωση που υπάρχει).
- e. Η τακτική του μάρκετινγκ: αυτή η ενότητα είναι ιδιαίτερα κρίσιμη, διότι περιέχει την προβολή και τη διανομή του προϊόντος.

2) Πρώτες Ύλες και Εφόδια:

Η ενότητα αυτή περιλαμβάνει μια πλήρη καταγραφή του είδους και της ποσότητας των πρώτων και των βοηθητικών υλών που είναι απαραίτητα για τη λειτουργία της επιχείρησης.

- 2.1 Πρώτες ύλες: αυτή η ενότητα περιγράφει τις πρώτες ύλες που είναι απαραίτητες για την παραγωγή του προϊόντος.
- 2.2 Βοηθητικές ύλες: η ενότητα περιλαμβάνει τις ενδεχόμενες βοηθητικές ύλες που είναι απαραίτητες για την παραγωγή των προϊόντων.
- 2.3 Εφόδια: η ενότητα περιλαμβάνει τα απαραίτητα εφόδια που συμβάλλουν στην παραγωγή των προϊόντων.

3) Μηχανολογικός Εξοπλισμός:

Στην ενότητα αυτή καταγράφεται ο απαραίτητος εξοπλισμός για τη λειτουργία της επιχείρησης.

- 3.1 Δυναμικότητα της μονάδας: στην ενότητα αυτή προσδιορίζεται ο απαραίτητος μηχανολογικός εξοπλισμός σύμφωνα με τη δυναμικότητα της επιχείρησης.
- 3.2 Κόστος μηχανολογικού εξοπλισμού: η ενότητα αυτή παρουσιάζει το κόστος του μηχανολογικού εξοπλισμού που είναι απαραίτητο για τη λειτουργία της επιχείρησης.

4) Οργάνωση της Επιχείρησης:

Στην ενότητα αυτή περιγράφονται οι τεχνικές και τα μοντέλα που είναι κατάλληλα για τη διοίκηση της επιχείρησης.

- 4.1 Οργανωσιακή δομή: η ενότητα αυτή περιλαμβάνει το οργανόγραμμα διοίκησης της επιχείρησης και τα μοντέλα διοίκησης που είναι κατάλληλα για τις κοινωνικές επιχειρήσεις.
- 4.2 Εντοπισμός κέντρων κόστους: η ενότητα αυτή καταγράφει μια σειρά από τομείς που προκαλούν κόστος όπως είναι το παραγωγικό, το υποστήριξης και εξυπηρέτησης,

το διοίκησης και χρηματοοικονομικής και, τέλος, μια λίστα με τα προβλεπόμενα γενικά έξοδα.

5) Ανθρώπινοι Πόροι:

Στην ενότητα αυτή πραγματοποιείται εις βάθος ανάλυση για τις ανάγκες της επιχείρησης σε ανθρώπινο δυναμικό και το είδος του ανθρώπινου δυναμικού που είναι κατάλληλο για την επιχείρηση.

5.1 Προσδιορισμός ανθρώπινου δυναμικού: στην ενότητα αυτή πραγματοποιείται υπολογισμός του ακριβούς αριθμού εργαζομένων που είναι απαραίτητοι για τη λειτουργία της επιχείρησης. Επίσης, υπολογίζεται το είδος και οι ικανότητες των εργαζομένων.

5.2 Εύρεση ανθρώπινου δυναμικού: στην ενότητα αυτή πραγματοποιείται ανάλυση των πηγών προσέλκυσης εργατικού δυναμικού από την αγορά και ο τρόπος προσέλκυσης.

5.3 Προετοιμασία εκπαιδευτικών προγραμμάτων: στην ενότητα αυτή γίνεται προγραμματισμός και υπολογισμός του κόστους των αρχικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων που θα πρέπει να εφαρμοστούν στην επιχείρηση.

5.4 Εκτίμηση του κόστους εργασίας: στην ενότητα αυτή γίνεται παρουσίαση των πολιτικών που εφαρμόζονται για τον προσδιορισμό της μισθοδοσίας του προσωπικού.

6) Αξιολόγηση της Επένδυσης

Στην ενότητα αυτή γίνεται ανάλυση του κόστους και του χρόνου αποπληρωμής της επένδυσης.

6.1 Ανάλυση συνολικού κόστους επένδυσης: στην ενότητα αυτή υπολογίζεται το κόστος επένδυσης όπως είναι το πάγιο ενεργητικό, το κεφάλαιο κίνησης και το κόστος παραγωγής.

6.2 Κατάρτιση λογιστικών καταστάσεων: στην ενότητα αυτή καταρτίζονται οι αρχικές λογιστικές καταστάσεις, όπως είναι ο ισολογισμός και ο πίνακας χρηματικών ροών.

6.3 Τεχνικές αξιολόγησης της επένδυσης: στην ενότητα αυτή υπολογίζεται με τη βοήθεια διαφόρων τεχνικών η βιωσιμότητα της επένδυσης. Τέτοιες τεχνικές είναι η τεχνική επανείσπραξης του κόστους επένδυσης, η καθαρή παρούσα αξία και η μέθοδος εσωτερικού συντελεστή απόδοσης.

Ζ) Χώρος Εγκατάστασης

Στην ενότητα αυτή επιλέγεται ο χώρος εγκατάστασης της επιχείρησης και οι εναλλακτικές τοποθεσίες, καθώς και οι τεχνικές αξιολόγησης για την επιλογή της κατάλληλης τοποθεσίας.

ΑΣΚΗΣΗ 9/ Ανάπτυξη νέας ιδέας

Να προετοιμαστεί και να παρουσιαστεί μελέτη σκοπιμότητας από κάθε ομάδα εκπαιδευομένων για την επιχειρηματική ιδέα τους.

ΣΤ) Σχεδιασμός

Στο βήμα αυτό αναπτύσσεται ένα ολοκληρωμένο επιχειρησιακό σχέδιο για την υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας. Στην πραγματικότητα εδώ αναπτύσσονται δύο τεχνικές για να εντοπιστούν οι παράγοντες που απειλούν τη βιωσιμότητα της ιδέας. Η πρώτη τεχνική είναι η SWOT που προκύπτει από τα αρχικά των λέξεων δυναμικές (strengths), αδυναμίες (weaknesses), ευκαιρίες (opportunities) και κίνδυνοι (threats). Αυτές οι λέξεις αποτελούν τέσσερις υπο-ενότητες που πρέπει ο κάθε ενδιαφερόμενος επιχειρηματίας να διερευνήσει, προκειμένου να επενδύσει σε μια επιχείρηση. Οι πρώτες δύο υπο-ενότητες (οι δυναμικές και οι αδυναμίες) αφορούν στους εσωτερικούς παράγοντες της επένδυσης δηλαδή τις αποτυχίες ή τις δυναμικές που μπορεί να συνδέονται με το προσωπικό ή με τη διαχείριση της επιχείρησης. Ενώ, στις επόμενες δυο υπο-ενότητες καταγράφονται ευκαιρίες και κίνδυνοι που ενδεχομένως να επιδράσουν στην επιχειρηματική ιδέα από το εξωτερικό περιβάλλον ως αποτέλεσμα των οικονομικών και κοινωνικών αλλαγών.

Η δεύτερη τεχνική που θα πρέπει να εφαρμοστεί στη συγκεκριμένη ενότητα είναι η PEST. Σύμφωνα με την PEST τεχνική θα πρέπει να πραγματοποιηθεί ανάλυση του πολιτικού, του οικονομικού, του κοινωνικού και του υφιστάμενου τεχνολογικού περιβάλλοντος, ώστε να εντοπιστούν οι ευκαιρίες και οι αδυναμίες για την υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας.

ΑΣΚΗΣΗ 10/ Τεχνικές SWOT και PEST

Προτείνεται να δοθεί από τον εκπαιδευτή μια επιχειρηματική ιδέα στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας ή να προσδιοριστεί η ιδέα μετά από συζήτηση εντός της τάξης από τους εκπαιδευόμενους. Στη συνέχεια να χωριστούν οι εκπαιδευόμενοι σε ομάδες και η κάθε ομάδα να εφαρμόσει την τεχνική SWOT και PEST για την επιχειρηματική ιδέα. Τέλος, η κάθε ομάδα να παρουσιάσει στην τάξη τα αποτελέσματά τους. Στη συνέχεια να γίνει συζήτηση των

ομοιοτήτων και των διαφορών για τους παράγοντες που χρησιμοποιήθηκαν από τις διάφορες ομάδες. Να δοθεί εξήγηση για τις διαφοροποιήσεις που παρουσιάστηκαν.

Η) Εκκίνηση – Έναρξη

Σε αυτό το βήμα θα υλοποιηθεί το ολοκληρωμένο σχέδιο που αναπτύχθηκε σε αυτή την ενότητα. Δηλαδή, θα αρχίσει η λειτουργία της επιχείρησης.

Σύνοψη

Η Ενότητα της κοινωνικής οικονομίας περιγράφει εν συντομία τις βασικές έννοιες και τους όρους που αφορούν στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, στις κοινωνικές επιχειρήσεις, στην κοινωνική λογιστική και στους κοινωνικά υπεύθυνα επενδύτες. Ειδικότερα, η Ενότητα διακρίθηκε σε πέντε επιμέρους και αλληλοσυνδεόμενες ενότητες, όπως είναι η επισκόπηση της κοινωνικής οικονομίας, η διεθνής εμπειρία για τα ζητήματα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, το θεσμικό πλαίσιο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, ο τρόπος ίδρυσης μιας κοινωνικής επιχείρησης και ορισμένα επιτυχημένα παραδείγματα κοινωνικής επιχειρηματικότητας από τη διεθνή και εθνική εμπειρία. Η λογική αλληλουχία των θεμάτων της κοινωνικής οικονομίας όπως παρουσιάζεται σε αυτή τη θεματική Ενότητα περνά από τα γενικά θέματα της κοινωνικής οικονομίας σε θέματα κοινωνικής λογοδοσίας διαμέσου συστημάτων λογιστικής και θέματα ηθικών επενδυτών, ώστε να φανεί το ολοκληρωμένο πλέγμα των παραγόντων που διαδραματίζουν ρόλο στην ίδρυση επιχειρήσεων κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Βιβλιογραφία

- Bangoli, L. and Megali, C. (2011) . Measuring performance in social enterprises, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40 (1), 149-165.
- Blair, T. (1998) *The Third Way: New Politics for the New Century*, The Fabian Society, London.
- Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship: towards a convergent theory of the entrepreneurial process, *International Small Business Journal*, 25 (1), 5-26.
- Dees, J.G. and Anderson, B.B. (2006) . Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought, in Research on Social Entrepreneurship ARNOVA *Occasional Paper Series*, 1 (3), 39-66.
- Defourny, J. and Develtere, P.(1999). The social economy: the worldwide making of a third sector, book chapter in J. Defourny, P. Develtere and B. Fonteneau, *De Boeck*.
- Defourny, J. and Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: recent trends and development, *Social Enterprise Journal*, 4(3), 202-228.
- Defourny, J. and Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprises and social entrepreneurship in Europe and the United States convergence and divergence, *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32-53.
- Galera, G. and Borzaga, S. (2009). Social enterprise: an international overview of its conceptual evolution and legal implementation, *Social Enterprises Journal*, 5(5), 210-228.
- Grimes, M. (2010). Strategic sensemaking within funding relationships: the effects of performance measurement on organizational identity in the social sector, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 763-783.
- Kerlin, J.A. (2006). Social enterprise in the United States and Europe: understanding and learning from the differences, *Vountas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17(3), 202-228.
- Mertens, S. (1999). Nonprofit organizations and social economy: two ways of understanding the third sector, *Annals of Public and Cooperative Economics*, 70(3), 501-520.
- Miller, T.L. and Wesley, C.L. (2010). Assessing mission and resources for social change: an organizational identity perspective on social venture capitalists; decision criteria, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34 (4), 705-733.

- Moolaert, F. and Ailenet, O.(2005). Social economy, third sector and solidarity relations: a conceptual synthesis for history of present, *Urban Studies*, 42 (1), 2037-2053.
- Nicholls, A. (2009). 'We do good things, don't we?': 'Blended Value Accounting' in social entrepreneurship, *Accounting, Organizations and Society*, 34, 755-769.
- Peredo, A.M. and McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: a critical review of the concept, *Journal of World Business*, 41, 56-65.
- Renneboog, L., Horst, J.T. and Zhang, C. (2008). Socially responsible investments: institutional aspects, performance, and investor behavior, *Journal of Banking and Finance*, 32, 1723-1742.
- Roper, J. and Cheney, G. (2005). Leadership, learning and human resource management: the meanings of social entrepreneurship today, *Corporate Governance*, 5 (3), 95104.
- Seelos, C. and Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor, *Business Horizons*, 48, 241—246
- Young, D.R. (2001). *Social enterprise in the United States: alternative identities and forms, The EMES conference. The social enterprise: a comparative perspective*. Trento, Italy.
- E.E. (2013). *Κοινωνική οικονομία και κοινωνική επιχειρηματικότητα*, Οδηγός για την Κοινωνική Επιτροπή, τ. 4, Λουξεμβούργο.