

«Παράδοση Εκπαιδευτικού Υλικού Συμβουλευτικής»



Interreg
Greece-Bulgaria



Action Plan for Social
Entrepreneurship

European Regional Development Fund

ΑΝΑΔΟΧΟΣ



ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 5.1.Α «ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗΣ»

**Στο πλαίσιο του έργου «CROSS BORDER ACTION PLAN FOR THE
DEVELOPMENT AND OPERATION OF AN EXECUTIVE MECHANISM FOR THE
SUPPORT AND PROMOTION OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE
CONTEXT OF THE SOCIAL ECONOMY AND SOCIAL INNOVATION**

ACTION PLAN FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP»

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2019

The contents of this study are sole responsibility of Region of Central Macedonia and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries, the Managing Authority and the Joint Secretariat

The Cooperation Programme INTERREG V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and national funds of the countries participating in it

Περιεχόμενα

1.	Εισαγωγή στην Κοινωνική Οικονομία & Κοινωνική Επιχειρηματικότητα	4
1.1	Ορισμοί, χαρακτηριστικά, σκοποί.....	4
1.2	Αρχές της Κοινωνικής Οικονομίας και των Κοινωνικών Επιχειρήσεων	5
1.3	Τομείς δραστηριότητας των Κοινωνικών Επιχειρήσεων.....	6
1.4	Η εξέλιξη του τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας στην Ευρώπη και κυρίως στην Ελλάδα.....	7
1.5	Η Κοινωνική Οικονομία ως εναλλακτική πρόταση κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης.....	8
1.6	Βιωσιμότητα, προοπτική και βήματα δημιουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων	12
2.	Δίκαιο των Φορέων Κοινωνικής Οικονομίας & Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας.....	14
2.1	Ευρωπαϊκές Πολιτικές για την Κοινωνική Οικονομία	14
2.2	Θεσμικό Πλαίσιο- ΚΑΛΟ	17
2.3	Νομική & Διοικητική Διαδικασία Σύστασης Κοινωνικών Επιχειρήσεων και ΚοιΣΠΕ.....	18
2.4	Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας	26
3.	Παράγοντες Ανάπτυξης Των Κοινωνικών Επιχειρήσεων	32
3.1	Κοινωνικό Κεφάλαιο.....	32
3.2	Κοινωνική Δικτύωση.....	33
3.3	Εκτίμηση Επιχειρηματικών Κινδύνων κατά την Εκκίνηση & Λειτουργία των Κοινωνικών Επιχειρήσεων (S.W.O.T. Analysis)	65
3.4	Επιχειρηματικό Σχέδιο των Κοινωνικών Επιχειρήσεων	67
3.5	Διοίκηση Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης και συνεταιρισμού Εργαζομένων	71
3.6	Ζητήματα Ασφαλιστικής και Φορολογικής Νομοθεσίας	72
4.	Παραδείγματα Φορέων Κοινωνικής Οικονομίας & Κοινωνικών Επιχειρήσεων.....	76
4.1	Μοντέλα Κοινωνικών Επιχειρήσεων και Φορέων Κοινωνικής Οικονομίας.....	76
4.2	Παραδείγματα Κοινωνικής Οικονομίας & Κοινωνικών Επιχειρήσεων.....	80
5.	Διοίκηση και Λειτουργία Κοινωνικών Επιχειρήσεων	89
5.1	Διοίκηση & Στελέχωση Επιχειρήσεων: Συγκλίσεις & Αποκλίσεις από τις Κοινωνικές Επιχειρήσεις	89
5.2	Επιχειρηματική Καινοτομία: Προκλήσεις και Προοπτικές.....	92
5.3	Αξιοποίηση Επιχειρησιακών Προγραμμάτων & Άλλων Κοινοτικών Πόρων	98



6. Διαχείριση & Πωλήσεις Προϊόντων από Κοινωνικές Επιχειρήσεις και αξιοποίηση ΤΠΕ	116
6.1 Κοινωνικό Marketing	116
6.2 Εφοδιαστική Αλυσίδα και ασφάλεια των συναλλαγών	119
6.3 Κοινωνική ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα	119
6.4 Ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα	121
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	123



1. Εισαγωγή στην Κοινωνική Οικονομία & Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

1.1 Ορισμοί, χαρακτηριστικά, σκοποί

Ανάμεσα στο Κράτος και στην αγορά είχε -πολύ πριν την εκδήλωση της οικονομικής κρίσης- αρχίσει να αναπτύσσεται σε πολλές προηγμένες αλλά και σε αναπτυσσόμενες οικονομίες ένας τρίτος τομέας, ο επονομαζόμενος τομέας της Κοινωνικής Οικονομίας. Ο τομέας αυτός περιλαμβάνει τους μη-κερδοσκοπικούς οργανισμούς, τις κοινωνικές επιχειρήσεις, τους συνεταιρισμούς και διάφορους τύπους ενώσεων που στηρίζονται στην αυτο-οργάνωση των πολιτών και στην εθελοντική προσφορά υπηρεσιών. Προσπαθεί να καλύψει «κενούς χώρους» στη ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών, συνήθως κοινωνικού χαρακτήρα, των οποίων η παραγωγή και η διάθεση από τους μηχανισμούς της ελεύθερης αγοράς κρίνεται ασύμφορη, η δε παροχή τους από το κράτος πολλές φορές ανέφικτη.

Ο Defourny οριοθετεί την έννοια της Κοινωνικής Οικονομίας δίνοντας τον ακόλουθο ορισμό, ο οποίος χρησιμοποιείται στις περισσότερες χώρες και έχει ως εξής:

Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι πολλοί επιστήμονες, κυρίως οικονομολόγοι και κοινωνιολόγοι, προσπαθούν να θεωρητικοποιήσουν και να οριοθετήσουν το περιεχόμενο της Κοινωνικής Οικονομίας. Οι όροι τους οποίους χρησιμοποιούν εναλλακτικά, και οι οποίοι δεν είναι άμοιροι θεωρητικών και πρακτικών συνεπειών, είναι αλληλέγγυα οικονομία, εναλλακτική οικονομία, τρίτος τομέας της οικονομίας ή τριτογενές σύστημα, τεταρτογενής οικονομία και κοινωνική οικονομία της αγοράς. (Μητροσύλη, 2007 σ. 2).

Αν και οι παραπάνω έννοιες διαφοροποιούνται, τόσο ως προς την κριτική τους τοποθέτηση απέναντι στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, καθώς και την ανάμειξη του κράτους και της αγοράς στο έργο τους, όσο και ως προς το πρακτικό σκέλος, σχετικά με τις δραστηριότητες που αναπτύσσονται στην κάθε μορφής οικονομία, με αποτέλεσμα τα όρια να μην είναι πάντοτε ευδιάκριτα (Montana και Charnov, 2002 σ. 63), ωστόσο ταυτίζονται τελικά σε πολλά σημεία, καθώς κοινό τους σημείο είναι η αναζήτηση λύσεων προς όφελος του ανθρώπου σε σχέση με το κυρίαρχο οικονομικό σύστημα και την κρίση του Κράτους Πρόνοιας.

Ως «Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας» στο νέο Νόμο ορίζονται:

α. Οι **Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις**,

β. οι **Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.)** που διέπονται από το άρθρο 12 του Ν. 2716/1999 (Α' 96), συμπληρωματικά από τις διατάξεις του Ν. 1667/1986 (Α'196), του άρθρου 12 του Ν. 3842/ 2010 (Α' 58) και του παρόντος νόμου,

γ. οι **Συνεταιρισμοί Εργαζομένων**, που συστήνονται με το άρθρο 24 του νέου Νόμου,

δ. οποιοδήποτε άλλο μη μονοπρόσωπο νομικό πρόσωπο, εφόσον έχει αποκτήσει νομική προσωπικότητα, όπως ιδίως αγροτικοί συνεταιρισμοί του Ν. 4384/2016 (Α' 78), αστικοί συνεταιρισμοί του Ν. 1667/1986, Αστικές Εταιρίες των άρθρων 741 επ. του Α.Κ., εφόσον σωρευτικά συντρέχουν οι εξής προϋποθέσεις:

- Αναπτύσσει δραστηριότητες συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας, όπως ορίζονται στις παραγράφους 2 και 3 του άρθρου 2 του νόμου.
- Μεριμνά για την πληροφόρηση και τη συμμετοχή των μελών του και εφαρμόζει δημοκρατικό σύστημα λήψης αποφάσεων, σύμφωνα με την αρχή ένα μέλος μία ψήφος, ανεξάρτητα από τη συνεισφορά κάθε μέλους.



- Το καταστατικό του προβλέπει περιορισμούς στη διανομή του ως εξής:
 - i. ποσοστό τουλάχιστον 5% διατίθεται για το σχηματισμό αποθεματικού,
 - ii. ποσοστό έως 35% αποδίδεται στους εργαζόμενους του Φορέα, εκτός κι αν τα 2/3 των μελών της Γενικής Συνέλευσης αποφασίσουν αιτιολογημένα τη διάθεση του ποσοστού αυτού σε δραστηριότητες του στοιχείου iii,
 - iii. το υπόλοιπο διατίθεται για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη διεύρυνση της παραγωγικής του δραστηριότητας.
- Εφαρμόζει σύστημα σύγκλισης στην αμοιβή της εργασίας, κατά το οποίο ο ανώτατος καθαρός μισθός δεν μπορεί να υπερβαίνει περισσότερο από τρεις φορές τον κατώτατο, εκτός και αν τα 2/3 των μελών της Γενικής Συνέλευσης αποφασίσουν διαφορετικά. Η υποχρέωση του προηγούμενου εδαφίου ισχύει και σε οποιαδήποτε μορφή σύμπραξης δύο ή περισσότερων Φορέων ΚΑΛΟ.
- Αποβλέπει στην ενδυνάμωση των οικονομικών δραστηριοτήτων του και τη μεγιστοποίηση της παραγόμενης κοινωνικής ωφέλειας μέσω της οριζόντιας και ισότιμης δικτύωσης με άλλους φορείς ΚΑΛΟ.
- Δεν έχει ιδρυθεί και δεν διοικείται άμεσα ή έμμεσα από Ν.Π.Δ.Δ. ή Ο.Τ.Α. α' ή β' βαθμού ή από άλλο νομικό πρόσωπο του ευρύτερου δημόσιου τομέα.

Η Έννοια της Κοινωνικής Επιχείρησης δεν ταυτίζεται με την έννοια της Κοινωνικής Οικονομίας. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, επικρατέστερος ορισμός για την Κοινωνική Επιχείρηση είναι αυτός που προέρχεται από το ερευνητικό δίκτυο EMES, το οποίο προτίμησε, αντί ενός ορισμού κλασσικού τύπου, να κατασκευάσει ένα σύνολο οικονομικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών της κοινωνικής επιχείρησης.

1.2 Αρχές της Κοινωνικής Οικονομίας και των Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Οι βασικές αρχές που διαμόρφωσαν την Κοινωνική Οικονομία στον 19ο και 20^ο αιώνα και συνεχίζουν ακόμη να την χαρακτηρίζουν, είναι:

- 1) Η ελεύθερη συμμετοχή
- 2) Η δημοκρατική διοίκηση: «ένα πρόσωπο, μια ψήφος»
- 3) Η δίκαιη (περιορισμένη) διανομή του πλεονάσματος
- 4) Το αδιαίρετο, ολικώς ή μερικώς, του ιδίου κεφαλαίου
- 5) Η αλληλεγγύη
- 6) Το προβάδισμα του ατόμου έναντι του κεφαλαίου
- 7) Η ανεξαρτησία απέναντι στο κράτος ή σε κάθε δημόσια συλλογικότητα.



1.3 Τομείς δραστηριότητας των Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Ξεκινώντας από τα οικονομικά χαρακτηριστικά, παρατηρούμε ότι η έμφαση στη συνεχόμενη παραγωγική δραστηριότητα έχει ως στόχο να οριοθετήσει τις κοινωνικές επιχειρήσεις έναντι άλλων οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών. Το κριτήριο της αυτονομίας τονίζει ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις ακόμα και αν δέχονται κρατικές επιχορηγήσεις έχουν δικαίωμα στην αυτοτέλεια της διοίκησής τους. Η ανάληψη ρίσκου χαρακτηρίζει την επιχειρηματική πρωτοβουλία, ενώ το τελευταίο οικονομικό κριτήριο διαχωρίζει τις κοινωνικές επιχειρήσεις από εθελοντικές ομάδες εφόσον προβλέπει την ύπαρξη αμειβόμενου προσωπικού.

Περνώντας στα κοινωνικά κριτήρια, η κοινωνική αποστολή βρίσκεται στο επίκεντρο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και δεν θεωρείται συμπληρωματική λειτουργία. Η συλλογική πρωτοβουλία τονίζει ότι πρόκειται για εγχειρήματα που απαιτούν τη δημιουργία μίας ομάδας. Επίσης, δίνεται σημασία στην αξία των συνεταιριστικών αρχών και συγκεκριμένα στην αρχή «ένα άτομο-μία ψήφος», ενώ τίθεται το ζήτημα της συμμετοχικότητας και της δημοκρατικής διοίκησης. Αυτή η διάσταση έχει ενσωματωθεί στις νομικές μορφές που έχουν θεσμοθετηθεί για τις κοινωνικές επιχειρήσεις σε διάφορες χώρες της Ε.Ε. (βλ. ενότητα «Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα στην Ευρωπαϊκή Περιφέρεια»). Τέλος, οι κοινωνικές επιχειρήσεις δεν απαγορεύουν τη διανομή των κερδών, αλλά θέτουν περιορισμούς ώστε να μην καθορίσει η μεγιστοποίηση του κέρδους τη λειτουργία τους.

Αναφορικά με το πεδίο δραστηριοποίησης, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να ταξινομηθούν στα ακόλουθα πεδία:

- Εργασιακή (επαν-)ένταξη ατόμων που απειλούνται ή βιώνουν συνθήκες κοινωνικού αποκλεισμού (κοινωνικές επιχειρήσεις ένταξης)
- Παροχή υπηρεσιών στο ευρύ κοινό (κοινωνικών, υγείας, πρόνοιας, πολιτισμού, περιβάλλοντος, βιώσιμης ανάπτυξης)
- Ηθικό εμπόριο (πρωτοβουλίες σύνδεσης παραγωγών και καταναλωτών με δίκαιους όρους)

Ο πυρήνας, εν τέλει, της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι απλός: δημιουργείται μια οργανωμένη μονάδα, που έχει μεν την μορφή επιχείρησης, αλλά ο στόχος της δεν είναι η μεγιστοποίηση των κερδών, όσο η υποστήριξη μιας κοινωνικής ανάγκης. Η φύση αυτής της επιχείρησης ποικίλλει. Μπορεί να παράγει ένα οποιοδήποτε καταναλωτικό προϊόν, αλλά να προσφέρει ένα μεγάλο μέρος των κερδών της για κοινωνικούς σκοπούς. Κάτι τέτοιο συμβαίνει με την παραγωγό μπύρας Finnegans στις ΗΠΑ, που δίνει όλα τα κέρδη της για καλό σκοπό. Σε άλλη περίπτωση, μπορεί να έχει αποκλειστικά κοινωνικό σκοπό, όπως οι ελληνικοί Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (ΚοιΣΠΕ).



1.4 Η εξέλιξη του τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας στην Ευρώπη και κυρίως στην Ελλάδα

Η ιδιαίτερη δυναμική του τομέα της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας και Επιχειρηματικότητας, βασίζεται, μεταξύ άλλων, στη διαπίστωση ότι σε όλες σχεδόν τις χώρες της Ε.Ε. έχουν αυξηθεί και λόγω της οικονομικής δυσπραγίας σημαντικά τα προβλήματα ένταξης στην αγορά εργασίας και γενικότερα εκείνα της κοινωνικο-οικονομικής ενσωμάτωσης των ατόμων εκείνων που θεωρούνται ως «λιγότερο ευνοημένα» ή «μειονεκτούντα».

Έχουν, δηλαδή, περιοριστεί σημαντικά οι δυνατότητες των ατόμων αυτών για πρόσβαση σε υπηρεσίες και προϊόντα που διαθέτει η παραδοσιακή ιδιωτική αγορά, ενώ παράλληλα, λόγω της άσκησης περιοριστικών δημοσιονομικών πολιτικών, διαπιστώνεται δυστοκία στην προσφορά τους.

Από την άλλη πλευρά, είναι δεδομένο ότι η ανάπτυξη δραστηριοτήτων ευρέως φάσματος στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας συνέβαλε τα τελευταία χρόνια στη στήριξη της απασχόλησης και στη δημιουργία θέσεων εργασίας σε πολλές χώρες της Ε.Ε. Ακριβώς γι' αυτό το λόγο ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στον τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τόσο στο πλαίσιο της προηγούμενης προγραμματικής περιόδου (2007-2013), όσο και κατά την νέα προγραμματική περίοδο (2014-2020), μέσα από τα μέτρα που προβλέπει η Κοινωνική Επιχειρηματική Πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Social Business Initiative).

Σε πολλές χώρες μέλη της Ε.Ε. με μακροχρόνια παράδοση στη λειτουργία μη κερδοσκοπικών οργανισμών και φορέων συνεταιριστικού χαρακτήρα, η Κοινωνική Οικονομία έχει βρει εδώ και αρκετό χρόνο γόνιμο έδαφος ανάπτυξης, ενώ έχει ενισχυθεί με κατάλληλα μέτρα πολιτικής. Έτσι, η Κοινωνική Οικονομία αντιπροσωπεύει το 6% της συνολικής απασχόλησης με 11.000.000 εργαζομένους και το 6,7% της μισθωτής απασχόλησης στην Ευρώπη. Στην Ισπανία, στη δεκαετία 1990-2000, η αύξηση της απασχόλησης στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας είναι της τάξης του 57,95% (από 224.000 θέσεις εργασίας σε περίπου 354.000 το 2000).

Στην Ιταλία, μεταξύ 1991 και 2001 η αύξηση στην απασχόληση για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς ανέρχεται στο 400% (από 27.000 θέσεις το 1991 σε 149.000 το 2001).

Έτσι, η Κοινωνική Οικονομία και κυρίως η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, παρά τη δυσκολία ορισμού της, είναι μια ζωντανή πραγματικότητα σε όλες τις ανεπτυγμένες δυτικές κοινωνίες, αλλά ήταν -μέχρι πρόσφατα- κάτι άγνωστο στην Ελλάδα.

Μέχρι και το 2011, έτος θεσμοθέτησης της Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης, οι δραστηριότητές του τομέα δε θα χαρακτηρίζονταν ιδιαίτερα αναπτυγμένες στην Ελλάδα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα η απασχόληση στον τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας να αντιπροσωπεύει μόλις το 1,8% της συνολικής απασχόλησης και το 2,9% της μισθωτής.

Πιο συγκεκριμένα, τη μόνη αναγνωρισμένη με νόμο σύγχρονη μορφή Κοινωνικής Επιχείρησης στην Ελλάδα αποτελούσαν μέχρι πρόσφατα οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.ΣΠΕ) (νόμος 2716/1999, άρθρο 12), ενώ το 2011, οπότε και ψηφίστηκε ο Νόμος 4019 «Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και λοιπές διατάξεις» δημιουργήθηκε το θεσμικό υπόβαθρο για την αναγνώριση της Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης ως μία sui generis μορφή επιχείρησης. Ως αποτέλεσμα, στο Μητρώο Κοινωνικής Οικονομίας του Υπουργείου Εργασίας έχουν εγγραφεί μέχρι σήμερα περισσότερες από 1.000 Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις (Κοιν.Σ.Επ.).

Στην τρέχουσα Προγραμματική περίοδο 2014-2020 η Κοινωνική Οικονομία αποτελεί στρατηγική προτεραιότητα για την Πολιτεία, η οποία αποτυπώνεται στο όραμα της νέας Εθνικής Στρατηγικής, στους σκοπούς και στους άξονες παρέμβασης.



Υπό αυτό το πρίσμα, η Κ.Α.Ο. συνδέεται οριζόντια με πολλαπλά επίπεδα πολιτικής:

- Καταπολέμηση ανεργίας και κοινωνικού αποκλεισμού μέσα από τη διαφορετική οργάνωση της εργασίας (συλλογική ιδιοκτησία, συλλογικός έλεγχος, δημοκρατική διοίκηση).
- Παραγωγική ανασυγκρότηση με έμφαση στην επαναλειτουργία εγκαταλειμμένων/πτωχευμένων επιχειρήσεων με τη συμμετοχή των (πρώην) εργαζομένων, αλλά και την ανάπτυξη διαφανών σχέσεων συνεργασίας και σύμπραξης ανάμεσα στον ευρύτερο δημόσιο τομέα και σε σχήματα της ΚΟ σε νέα πεδία οικονομικής δραστηριοποίησης (προγραμματικές συμφωνίες, παραχώρηση χώρων και εξοπλισμού σε σχήματα της ΚΟ).
- Οικονομική ανάπτυξη μέσα από την ανάπτυξη εγχειρημάτων της ΚΟ σε όλους τους τομείς οικονομικής δραστηριότητας με έμφαση στην κοινωνική και περιβαλλοντική καινοτομία και μέσα από την αξιοποίηση του υψηλού μορφωτικού κεφαλαίου του ανθρώπινου δυναμικού στην Ελλάδα.
- Εμβάθυνση της δημοκρατίας μέσα από τη συγκρότηση του δημόσιου χώρου με τρόπο που επιτρέπει τη θέσπιση του κοινωνικού διαλόγου, τον κοινωνικό έλεγχο και τη συνδιαχείριση των κοινών αγαθών.

Στο πλαίσιο αυτού του πολιτικού παραδείγματος, η Κ.Α.Ο. δεν εργαλειοποιείται αποκλειστικά ως όχημα για την καταπολέμηση της ανεργίας των πλέον αποκλεισμένων ομάδων, αλλά αποτελεί ένα σύνολο αλληλοσυνδεόμενων και ανατροφοδοτούμενων στόχων.

Η νέα Εθνική Στρατηγική εντάσσεται σε αυτό το στρατηγικό όραμα και επιδιώκει να:

- Ενισχύσει την ανάπτυξη όλων των μορφών της Κοινωνικής Οικονομίας και όχι μόνο των Κοιν.Σ.Επ. του Ν. 4019/2011.
- Διευκολύνει τη δικτύωση των σχημάτων στο πεδίο ανεξαρτήτως νομικής μορφής.
- Δημιουργήσει χώρο για τη συμπαραγωγή δημόσιας πολιτικής ανάμεσα σε αντιπροσωπευτικά δίκτυα της ΚΟ και τις δημόσιες αρχές σε όλα τα επίπεδα.
- Διαχύσει την ιδέα της ΚΟ και αναδείξει δημόσια τις πρακτικές που αναπτύσσονται εντός της.

Η νέα Εθνική Στρατηγική που εκπονήθηκε από το Υπουργείο Εργασίας λειτουργεί συμπληρωματικά και ενισχυτικά του νέου νόμου για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία.

Το Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης είναι αρμόδιο για το σύνολο των πολιτικών στο πεδίο της Κ.Α.Ο.. Συγκεκριμένα, το Υπουργείο:

- Σχεδιάζει, προωθεί και παρακολουθεί την εφαρμογή των πολιτικών για την Κ.Α.Ο.
- Κατευθύνει και διευκολύνει το διυπουργικό συντονισμό όπου αυτό απαιτείται.
- Επιβλέπει τη λειτουργία των σχετικών με το πεδίο δημόσιων υπηρεσιών.

1.5 Η Κοινωνική Οικονομία ως εναλλακτική πρόταση κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης

Η ενίσχυση του τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας και η ανάδειξη του ρόλου της στο μετριασμό των επιπτώσεων της κρίσης που μαστίζει την Ελλάδα, στην κοινωνική ένταξη και την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής, αποτελεί έναν από τους κεντρικούς αναπτυξιακούς άξονες της ελληνικής, αλλά και της ευρωπαϊκής πολιτικής ατζέντας.



Η Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση (Κοιν.Σ.Επ.) είναι μια καινοτόμος μορφή ιδιωτικής επιχείρησης που θεσμοθετήθηκε σχετικά πρόσφατα στην Ελλάδα και επαναπροσδιορίζεται στο νέο Νόμο για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία. Είναι μια μορφή αστικού συνεταιρισμού, όπου μια ομάδα ατόμων (5 ή περισσότεροι άνθρωποι) ενώνουν τις δυνάμεις τους για να κάνουν μια κοινά διοικούμενη εταιρεία. Ο καθένας έχει μια ψήφο και έτσι ο κάθε συνεταιίρος έχει λόγο στη διοίκηση της Κοιν.Σ.Επ. Συνεταιίρος σε μια Κοιν.Σ.Επ. μπορεί να είναι οποιοσδήποτε: άνεργος, επιχειρηματίας, φοιτητής, συνταξιούχος, εργαζόμενος, δημόσιος υπάλληλος κοκ.

Οι Κοιν.Σ.Επ. και οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων (θεσμοθετούνται με το νέο Νόμο για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία ως Φορέας Κ.Αλ.Ο.) μπορούν να δράσουν ως εργαλεία ανάπτυξης της Ελληνικής Οικονομίας, και αυτό οφείλεται στον τρόπο λειτουργίας τους. Ο τρόπος λειτουργίας των Κοιν.Σ.Επ., ειδικότερα, επικεντρώνεται στις ακόλουθες θεματικές ενότητες:

- ο κοινός κοινωνικός σκοπός - κοινωνική ωφέλεια
- ο αύξηση απασχόλησης
- ο στήριξη ευπαθών και ειδικών ομάδων
- ο προώθηση δράσεων συλλογικότητας – συλλογικού οφέλους-βιώσιμης ανάπτυξης
- ο προστασία συλλογικών αγαθών μέσω αναπτυξιακών, οικονομικών και κοινωνικών πρωτοβουλιών τοπικού, περιφερειακού ή ευρύτερου χαρακτήρα
- ο κέρδος από δράσεις που εξυπηρετούν το κοινωνικό συμφέρον
- ο δίκαιη και δημοκρατική συμμετοχή
- ο διαφάνεια λειτουργίας
- ο ένα μέλος - μια ψήφος (ανεξαρτήτως συνεταιριστικών μερίδων)
- ο μέλη της Διοικούσας Επιτροπής = μέλη της Κοιν.Σ.Επ.

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενα κεφάλαια οι Κοιν.Σ.Επ. διακρίνονται σε δύο κατηγορίες, Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης και Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής ωφέλειας. Και οι δύο μορφές κοινωνικών επιχειρήσεων αποτελούν δυναμικά εργαλεία οικονομικής ανάπτυξης εξυπηρετώντας παράλληλα κοινωνικούς σκοπούς. Με άλλα λόγια θα μπορούσαμε να πούμε, ότι οι Κοιν.Σ.Επ. αναλαμβάνουν επιχειρηματικές δραστηριότητες οι οποίες αποβλέπουν στην παραγωγή κοινωνικής¹ και συλλογικής² ωφέλειας με όρους κοινωνικής καινοτομίας³.

1 Ως «κοινωνική ωφέλεια» ορίζεται η εξυπηρέτηση κοινωνικών αναγκών τοπικού ή ευρύτερου χαρακτήρα αξιοποιώντας την κοινωνική καινοτομία, μέσα από δραστηριότητες «βιώσιμης ανάπτυξης» ή παροχής «κοινωνικών υπηρεσιών γενικού ενδιαφέροντος» ή παροχής υπηρεσιών ένταξης ευάλωτων ή ειδικών ομάδων, όπως αυτές ορίζονται στον σχετικό άρθρο του Νόμου 4430/2016. Ο τρόπος εξυπηρέτησης της κοινωνικής ωφέλειας πρέπει να περιγράφεται ρητά και με σαφήνεια στο καταστατικό του φορέα κοινωνικής οικονομίας.

2 Ως «συλλογική ωφέλεια» ορίζεται η από κοινού εξυπηρέτηση των αναγκών των μελών του Φορέα Κοινωνικής και Αλληλέγγυα Οικονομίας, μέσα από τη δημιουργία ισότιμων σχέσεων παραγωγής, τη δημιουργία θέσεων σταθερής και αξιοπρεπούς εργασίας και τη συμφιλίωση προσωπικής, οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής.

3 Ως «κοινωνική καινοτομία» ορίζεται η παραγωγή προϊόντων και η παροχή υπηρεσιών, οι οποίες αναπτύσσονται για να ικανοποιούν κοινωνικές ανάγκες και βασίζονται στην ενεργοποίηση κοινωνικών δυνάμεων τόσο του κόσμου της εργασίας κατά τη διαδικασία παραγωγής, όσο και της υπόλοιπης κοινωνίας που δέχεται τα προϊόντα και τις υπηρεσίες κατά τη διαδικασία της κατανάλωσής τους. Η κοινωνική καινοτομία, δίνοντας λύσεις εκεί που η αγορά δε θέλει ή αποτυγχάνει και το κράτος αδυνατεί, προάγει τη συμφιλίωση παραγωγής και κατανάλωσης, συμβάλλει στην εναρμόνιση προσφοράς και ζήτησης και, τελικά, βοηθά στη διαμόρφωση νέου τύπου κοινωνικών σχέσεων που βασίζονται στη συλλογικότητα, στην ισοτιμία, και όχι στον ανταγωνισμό.



Σκοπός, ειδικότερα, των Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης είναι η ένταξη στην οικονομική και κοινωνική ζωή των ατόμων που ανήκουν στις Ευάλωτες και Ειδικές Ομάδες του πληθυσμού. Σε αυτά συμπεριλαμβάνονται, αφενός, τα άτομα με αναπηρίες, τα εξαρτημένα ή απεξαρτημένα από ουσίες άτομα, οι οροθετικοί, οι φυλακισμένοι/αποφυλακισμένοι, οι ανήλικοι παραβάτες και αφετέρου τα θύματα ενδοοικογενειακής βίας και παράνομης διακίνησης και εμπορίας ανθρώπων, οι άστεγοι (και άποροι), οι οικονομικοί μετανάστες, οι πρόσφυγες και οι αιτούντες άσυλο, οι αρχηγοί μονογονεϊκών οικογενειών, τα άτομα με πολιτισμικές ιδιαιτερότητες και οι μακροχρόνια άνεργοι κάτω των είκοσι πέντε και άνω των πενήντα ετών. Για την ίδρυση απαιτούνται τουλάχιστον 7 μέλη. Σκοπός των Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης είναι η παραγωγή και παροχή προϊόντων και υπηρεσιών κοινωνικού προνοιακού χαρακτήρα σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού. Στις ομάδες αυτές περιλαμβάνονται οι ηλικιωμένοι, τα βρέφη, τα παιδιά, τα άτομα με αναπηρία, τα άτομα με χρόνιες παθήσεις. Για την ίδρυση απαιτούνται τουλάχιστον 5 μέλη.

Σκοπός των Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής ωφέλειας, είναι η ανάπτυξη δραστηριοτήτων «βιώσιμης ανάπτυξης», ή και η παροχή «κοινωνικών υπηρεσιών γενικού ενδιαφέροντος», όπως ειδικότερα ορίζονται στο νέο Νόμο περί Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας. Η εν λόγω μορφή Κοιν.Σ.Επ. προωθεί α) τη «βιώσιμη ανάπτυξη» αναπτύσσοντας οικονομικές δραστηριότητες, εμπορικές ή ανταλλακτικές που στοχεύουν στην αειφορία του φυσικού περιβάλλοντος, την οικονομική και κοινωνική ισότητα, καθώς και την ισότητα των φύλων προστατεύουν και αναπτύσσουν τα κοινά αγαθά και προωθούν τη διαγενεακή και πολυπολιτισμική συμφιλίωση, δίνοντας έμφαση στις ιδιαιτερότητες των τοπικών κοινωνιών ή και

β) την παροχή «Κοινωνικών υπηρεσιών γενικού ενδιαφέροντος» που είναι οι υπηρεσίες που είναι προσβάσιμες σε όλους, προάγουν την ποιότητα ζωής και παρέχουν κοινωνική προστασία σε ομάδες όπως ηλικιωμένοι, βρέφη, παιδιά, άτομα με αναπηρία και χρόνιες παθήσεις και περιλαμβάνουν την εκπαίδευση, την υγεία, την κοινωνική στέγαση, την κοινωνική σίτιση, την παιδική φροντίδα, τη μακροχρόνια φροντίδα ηλικιωμένων, βρεφών, παιδιών, ατόμων με αναπηρία και ατόμων με χρόνιες παθήσεις και τις υπηρεσίες κοινωνικής αρωγής, χωρίς, ωστόσο, να υποκαθιστούν τις γενικές υποχρεώσεις του κράτους στην άσκηση της κοινωνικής πολιτικής. Για την ίδρυσή της απαιτούνται τουλάχιστον 5 μέλη.

Οι «Συνεταιρισμοί Εργαζομένων» που θεσμοθετούνται με το νέο Νόμο για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία ως Φορέας Κ.Α.Ο. είναι οι Αστικοί Συνεταιρισμοί του Ν.1667/1986, όπως ισχύει, οι οποίοι έχουν εκ του νόμου εμπορική ιδιότητα, παράγουν «συλλογική ωφέλεια», δηλαδή εξυπηρετούν από κοινού τις ανάγκες των μελών του Φορέα Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, μέσα από τη δημιουργία ισότιμων σχέσεων παραγωγής, τη δημιουργία θέσεων σταθερής και αξιοπρεπούς εργασίας και τη συμφιλίωση προσωπικής, οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής και στους οποίους συμμετέχουν αποκλειστικά και μόνο φυσικά πρόσωπα, τα οποία επιθυμούν να βιοποριστούν με συλλογικό και αυτόνομο τρόπο, παράγοντας από κοινού αγαθά και υπηρεσίες για τρίτους.

Η οικονομική ανάπτυξη και χρηματοδότηση μιας Κοιν.Σ.Επ. ή ενός Συνεταιρισμού Εργαζομένων εξαρτάται από το κεφάλαιο της επιχείρησης, την αναπτυσσόμενη επιχειρηματική της δραστηριότητα, την αξιοποίηση της περιουσίας της επιχείρησης, τις δωρεές τρίτων, τις επιχορηγήσεις από το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων, την Ευρωπαϊκή Ένωση, διεθνείς ή εθνικούς οργανισμούς ή Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης Β' βαθμού, έσοδα από άλλα προγράμματα, κεφάλαια από κληροδοτήματα, δωρεές και παραχωρήσεις της χρήσης περιουσιακών στοιχείων.



Ως κίνητρα για την ανάπτυξη των Κοιν.Σ.Επ. και των Συνεταιρισμών Εργαζομένων λειτουργούν οι ειδικές ρυθμίσεις για ευάλωτες ομάδες πληθυσμού⁴, η εν μέρει απαλλαγή⁵ των κερδών που διανέμονται στους εργαζόμενους από τη φορολογία διανεμόμενων κερδών από νομικά πρόσωπα, φορολογικές ελαφρύνσεις⁶, οι προσβάσεις σε χρηματοδοτήσεις. Αναφορικά με τις χρηματοδοτήσεις ενδεικτικά αναφέρονται ότι δυνητικές πηγές αποτελούν: το Ταμείο Κοινωνικής Οικονομίας, το Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης, σύμφωνα με την περίπτωση γ' της παραγράφου 1 του άρθρου 4 του άρθρου δεύτερου του Κεφαλαίου Α' του ν. 3912/2011 (Α' 17), ο Αναπτυξιακός Νόμος, προγράμματα στήριξης της επιχειρηματικότητας και προγράμματα του Οργανισμού Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (Ο.Α.Ε.Δ.) για τη στήριξη της εργασίας, η σύναψη προγραμματικών συμβάσεων με αντισυμβαλλόμενους το Δημόσιο ή φορείς του ευρύτερου δημόσιου τομέα και τους ΟΤΑ α και β βαθμού, για την υλοποίηση δράσεων που αναφέρονται στους καταστατικούς σκοπούς των αντισυμβαλλομένων, τηρουμένων, κατά τα λοιπά, των αναφερομένων στο άρθρο 100 του ν. 3852/2010 (Α' 87), όπως ισχύουν, η παραχώρηση της χρήσης κινητής και ακίνητης περιουσίας από ΟΤΑ α' και β' βαθμού, τα Ν.Π.Δ.Δ. καθώς και τα Ν.Π.Ι.Δ.-φορείς της Γενικής Κυβέρνησης για την ενίσχυση δραστηριοτήτων συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας.

Τα κέρδη της Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης και του Συνεταιρισμού Εργαζομένων δεν διανέμονται στα μέλη τους, εκτός αν τα μέλη αυτά είναι και εργαζόμενοι στις επιχειρήσεις. Στην περίπτωση αυτή, τα μετά τη φορολόγηση κέρδη διατίθενται ετησίως κατά ποσοστό 5% για το σχηματισμό τακτικού αποθεματικού, κατά ποσοστό μέχρι 35% διανέμονται στους εργαζόμενους της επιχείρησης, και το υπόλοιπο διατίθεται για δραστηριότητες της διευρυμένης παραγωγικής της ικανότητας και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, καθώς και για τη γενικότερη διεύρυνση της παραγωγικής τους δραστηριότητας. (Το ποσοστό του 35% μπορεί να διατεθεί στο σύνολό του ή τμηματικά σε δραστηριότητες για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, καθώς και για τη γενικότερη διεύρυνση της παραγωγικής δραστηριότητας των Φορέων εάν τα 2/3 των μελών της Γενικής Συνέλευσης το αποφασίσουν αιτιολογημένα).

4 Όσοι εξ αυτών λαμβάνουν επίδομα πρόνοιας ή επιδόματα επανένταξης ή οποιασδήποτε μορφής νοσήλιο ή παροχή ή σύνταξη ως άμεσα ή έμμεσα ασφαλισμένοι, συνεχίζουν να εισπράττουν τις παροχές αυτές ταυτόχρονα με την αμοιβή τους από την Κοιν.Σ.Επ. ή το Συνεταιρισμό Εργαζομένων.

5 Το ποσοστό έως 35% των κερδών προ φόρων, το οποίο καταβάλλεται από τους Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας στους εργαζομένους τους. Θεωρείται ως ακαθάριστο εισόδημα από μισθωτή εργασία. Ειδικά, για τους φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, στον προσδιορισμό του κέρδους από επιχειρηματική δραστηριότητα δεν περιλαμβάνεται ποσοστό έως 35% των κερδών προ φόρων, εφόσον αυτό καταβάλλεται στους εργαζομένους τους».

6 Εξαιρέση από την υποχρέωση καταβολής του τέλους επιτηδεύματος για εκείνους τους φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας με τη μορφή Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης ή Συνεταιρισμού Εργαζομένων, εφόσον δεν έχουν παρέλθει πέντε (5) έτη από την πρώτη έναρξη εργασιών τους. Επίσης, ειδικά, για τους φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, στον προσδιορισμό του κέρδους από επιχειρηματική δραστηριότητα δεν περιλαμβάνεται ποσοστό έως 35% των κερδών προ φόρων, εφόσον αυτό καταβάλλεται στους εργαζομένους τους».



1.6 Βιωσιμότητα, προοπτική και βήματα δημιουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων

Επιτυχημένα παραδείγματα Κοινωνικών Επιχειρήσεων σε όλο τον κόσμο καταδεικνύουν ότι προσφέρουν τη δυνατότητα στους ανθρώπους να εργάζονται μαζί και να συστήνουν βιώσιμες επιχειρήσεις οι οποίες δημιουργούν θέσεις εργασίας και προάγουν την ευημερία της κοινωνίας. Μεταξύ των φορέων της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, για να επιτύχουν οι κοινωνικές επιχειρήσεις πρέπει να δραστηριοποιούνται για να δώσουν λύση σε κοινωνικά προβλήματα και για να βελτιώσουν τις προοπτικές των ανθρώπων, τις τοπικές κοινωνίες ή το περιβάλλον. Πρέπει να ανταποκρίνονται σε ανάγκες που δεν έχουν ακόμη ικανοποιηθεί προάγοντας την κοινωνική καινοτομία και έχοντας μακροπρόθεσμο όραμα και όχι πρόσκαιρους οικονομικούς στόχους.

Μια Κοιν.Σ.Επ. ή ένας Συνεταιρισμός Εργαζομένων για να θεωρούνται επιτυχημένη επιχείρηση θα πρέπει - μεταξύ πολλών άλλων- να παράγουν κέρδη. Τα κέρδη θα προέρχονται από την προώθηση-πώληση των προϊόντων ή υπηρεσιών στην ανοιχτή αγορά, ωστόσο τα κέρδη θα πρέπει να επανεπενδύονται στην επιχείρηση για δραστηριότητες της διευρυμένης παραγωγικής της ικανότητας και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, καθώς και για δράσεις κοινωνικής ωφέλειας. Πρόκειται για έναν διαφορετικό τρόπο του επιχειρείν που δίνει έμφαση στον άνθρωπο και στην κοινωνική συνοχή. Επίσης, για την επιτυχία μιας Κοιν.Σ.Επ. απαραίτητη είναι η σύναψη επαφών, η δημιουργία δικτύων με άλλες Κοιν.Σ.Επ., φορείς της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας, αλλά και συμβατικές επιχειρήσεις. Η ανάπτυξη δικτύων και η εξωστρέφεια είναι αυτή που μπορεί να δώσει ευκαιρίες για τη βέλτιστη προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών, αποδίδοντας πολλαπλά οφέλη στην κοινωνία.

Η ίδρυση μιας κοινωνικής επιχείρησης είναι μια επίπονη προσπάθεια που απαιτεί αρκετή προετοιμασία έτσι ώστε να στεφθεί μελλοντικά από επιτυχία. Υπάρχουν αρκετά βήματα που σχετίζονται με αυτή τη διαδικασία και θα πρέπει να ακολουθήσουν όσοι σκέφτονται να δοκιμάσουν αυτήν την πρόκληση με αυξημένες τις πιθανότητες για επιτυχία. Κάθε βήμα είναι ένα εργαλείο και όλα μαζί παρέχουν ένα προσχέδιο για την ίδρυση και την έναρξη λειτουργίας μιας επιτυχημένης κοινωνικής επιχείρησης. Κάθε βήμα απαιτεί τεράστια προσπάθεια και πολλούς ελιγμούς για να λειτουργήσει αποτελεσματικά, ενώ θα πρέπει να προσαρμόζεται καταλλήλως ανάλογα με τη δραστηριοποίηση της κοινωνικής επιχείρησης. Τα βήματα για την επιτυχία μιας κοινωνικής επιχείρησης γενικότερα είναι τα ακόλουθα:

- Ορισμός συνεταιριστικών κοινωνικών στόχων: Η επιτυχία μιας νέας κοινωνικής επιχείρησης απαιτεί συνδυασμό γνώσης και ευκαιριών. Οι στόχοι δίνουν την κατεύθυνση και βοηθούν να φτάσει η επιχείρηση στην επιτυχία, σε ελάχιστο χρόνο, με μικρή προσπάθεια και λίγα έξοδα.

-Προσδιορισμός ενός βιώσιμου τμήματος της αγοράς για το προϊόν/υπηρεσία της κοινωνικής επιχείρησης: Αν η αγορά δεν υποστηρίξει την ιδέα, δεν υπάρχουν αρκετές πιθανότητες για επιτυχία. Γι' αυτό, πρέπει να προσδιοριστούν οι ανάγκες της κοινωνίας, οι ανάγκες των πελατών, που δεν έχουν καλυφθεί και έπειτα να αναπτυχθεί ένα προϊόν ή μία υπηρεσία.

- Ανάπτυξη ενός σχεδίου μάρκετινγκ: Ο σκοπός του σχεδίου μάρκετινγκ είναι να περιγράψει τον τρόπο με τον οποίο η κοινωνική επιχείρηση θα προσεγγίσει και θα διατηρήσει κερδοφόρους πελάτες, υπηρετώντας παράλληλα τον κοινωνικό της σκοπό. Αυτό το σχέδιο μάρκετινγκ, θα αποτελέσει αναπόσπαστο μέρος του συνολικού επιχειρηματικού σχεδίου, θα πρέπει να ολοκληρωθεί εκ των προτέρων και να δηλώνει σε ποιο απευθύνεται, πώς γίνεται διείδυση στην αγορά, με ποιο τρόπο διαφημίζεται, και τέλος ποιο θα είναι το ύψος των πωλήσεων σε ετήσια βάση για τα επόμενα χρόνια.



-Δημιουργία αρχικής έκδοσης του κοινωνικού επιχειρηματικού σχεδίου: Η αρχική έκδοση του επιχειρηματικού σχεδίου είναι μια σύνοψη της κατεύθυνσης προς την οποία θα οδηγηθεί η κοινωνική επιχείρηση, μια ανάλυση των δυνατών και αδύνατων σημείων, καθώς και ένας σκελετός βάσει του οποίου θα δημιουργηθεί το επίσημο επιχειρηματικό σχέδιο, ενώ παράλληλα θα πρέπει να αντανakλά το μοναδικό κοινωνικό περιβάλλον λειτουργίας. Με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζονται συνεργασίες και σημαντικές ευκαιρίες δικτύωσης και αφετέρου να διατυπώνονται οι οικονομικές προβλέψεις.

-Προσδιορισμός των οικονομικών αναγκών: Μετά την ανάπτυξη του αρχικού επιχειρηματικού σχεδίου, πρέπει να ξεκινήσει ο προσδιορισμός των οικονομικών αναγκών, που θα ενσωματωθούν στο επίσημο σχέδιο. Η ανάλυση της αγοράς και των κοινωνικών αναγκών οδηγεί σε προβλέψεις, οι οποίες θα καθορίσουν το επίπεδο στελέχωσης της κοινωνικής επιχείρησης και αυτό με τη σειρά του θα καθορίσει τον λειτουργικό προϋπολογισμό, βάσει του οποίου θα προκύψουν οι οικονομικές προβλέψεις.

-Διαμόρφωση συνεταιριστικής ομάδας (μέλη, εργαζόμενοι): Το αρχικό κοινωνικό επιχειρηματικό σχέδιο που έχει ήδη καταρτιστεί θα βοηθήσει στην αξιοποίηση των μελών της κοινωνικής επιχείρησης, αλλά και στην προσέλκυση ικανών συνεργατών-εργαζομένων με προσόντα. Πριν αναπτυχθεί το επίσημο επιχειρηματικό σχέδιο, πρέπει να διασφαλισθεί η καλλιέργεια καλού κλίματος μεταξύ των μελών της κοινωνικής επιχείρησης και η σύμπλευση για την επίτευξη του κοινωνικού σκοπού με τους συνεργάτες και τους εργαζομένους. - Οριστικοποίηση των οικονομικών αναγκών: Ξεκινώντας από το αρχικό σχέδιο, πρέπει να αναπτυχθεί ένα επίσημο επιχειρηματικό σχέδιο το οποίο θα επιδεικνύει με πειστικό τρόπο ότι η κοινωνική επιχείρηση μπορεί να διαθέσει αρκετά προϊόντα ή υπηρεσίες ώστε να θεωρείται κερδοφόρα, ικανοποιώντας παράλληλα τον κοινωνικό σκοπό και προσελκύοντας υποψήφιους πελάτες.

- Ανάπτυξη στρατηγικής μάρκετινγκ για χρηματοδοτήσεις: Αυτό το βήμα δεν αναφέρεται στη στρατηγική μάρκετινγκ για τη διάθεση των προϊόντων ή των υπηρεσιών, αλλά σε μια στρατηγική για την προώθηση της κοινωνικής επιχείρησης σε χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς προκειμένου να αυξηθεί το απαιτούμενο κεφάλαιο.

-Διαφήμιση προϊόντων/υπηρεσιών και διαχείριση της κοινωνικής επιχείρησης για επίτευξη των στόχων: Το τελευταίο βήμα αφορά στη συνεχή διαχείριση και διαφήμιση της κοινωνικής επιχείρησής και του κοινωνικού έργου που προσφέρει. Για την επιτυχία του συγκεκριμένου βήματος χρειάζεται συνεργατικό πνεύμα και δεξιότητες μάρκετινγκ ώστε να διασφαλισθεί η βιωσιμότητα και η δικτύωση.

Όλα τα ανωτέρω βήματα, εφόσον εκτελεστούν διαδοχικά, οικοδομούν γερά θεμέλια για την επιτυχία της κοινωνικής επιχείρησης. Προσεγγίζοντας με αυτόν τον μεθοδικό τρόπο τη δημιουργία μιας κοινωνικής επιχείρησης, απορρέει και ωφέλεια



2. Δίκαιο των Φορέων Κοινωνικής Οικονομίας & Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας

2.1 Ευρωπαϊκές Πολιτικές για την Κοινωνική Οικονομία

Τα όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και ειδικότερα το Ευρωκοινοβούλιο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (ΕΟΚΕ), έχουν επιχειρήσει να ενισχύσουν την ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μέσω μιας σειράς πρωτοβουλιών πολιτικής.

Η πρώτη Διάσκεψη της κοινωνίας των πολιτών που διοργανώθηκε σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η οποία πραγματοποιήθηκε τον Οκτώβριο του 1999 με πρωτοβουλία της ΕΟΚΕ, επιβεβαίωσε το σημαντικό ρόλο που οφείλουν να διαδραματίσουν οι οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών στην ανάπτυξη ενός συμμετοχικού κοινωνικού προτύπου, καθώς και στη διαμόρφωση και υλοποίηση πολιτικών που μπορούν να ενισχύσουν την εμπιστοσύνη στη δημοκρατική διαδικασία.

Η κοινωνική οικονομία, με το συμμετοχικό χαρακτήρα της και τον ενεργό ρόλο των ενδιαφερόμενων μερών, αναγνωρίστηκε ως φορέας ενός δυναμικού, ικανού να συμβάλει στον εκσυγχρονισμό των ευρωπαϊκών συστημάτων πρόνοιας και την ενεργό εμπλοκή των πολιτών στην εξεύρεση και την εφαρμογή λύσεων για ορισμένες από τις μεγαλύτερες προκλήσεις για την κοινωνία. Οι οργανισμοί κοινωνικής οικονομίας από ολόκληρη την ΕΕ εκπροσωπούνται άμεσα στην ΕΟΚΕ.

Το 2003, το Συμβούλιο της ΕΕ εξέδωσε έναν κανονισμό περί του καταστατικού της Ευρωπαϊκής Συνεταιριστικής Εταιρείας (SCE) με στόχο τη στήριξη της ανάπτυξης των διασυνοριακών και διακρατικών δραστηριοτήτων των συνεταιρισμών. Το 2004, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε μια «Ανακοίνωση για την προώθηση των συνεταιριστικών εταιρειών στην Ευρώπη» στην οποία συνιστούσε να δοθεί μεγαλύτερη προσοχή στα νέα κράτη μέλη και τις υποψήφιες προς ένταξη χώρες, όπου ο συνεταιριστικός τομέας παρουσίαζε σχετικά χαμηλή ανάπτυξη.

ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ EQUAL

Μια μεγάλη ευρωπαϊκή επένδυση στην ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της κοινοτικής πρωτοβουλίας EQUAL, του κλάδου καινοτομίας και του πειραματικού κλάδου του ΕΚΤ κατά την περίοδο προγραμματισμού 2000-2006. Το ΕΚΤ επένδυσε πάνω από 300 εκατομμύρια ευρώ σε πάνω από 420 εταιρικές σχέσεις που είχαν ως βασικό αντικείμενο:

- την εξεύρεση νέων τρόπων βελτίωσης των κανονιστικών συνθηκών για τις κοινωνικές επιχειρήσεις (π.χ. δημόσιες συμβάσεις, μέτρηση αντικτύπου),
- τη στήριξη της σύστασης νέων κοινωνικών επιχειρήσεων (ιδίως κοινωνικών επιχειρήσεων ένταξης σε εργασία και σε τομείς ανάπτυξης, όπως το περιβάλλον, ο τουρισμός, η περίθαλψη και οι υπηρεσίες σε επίπεδο γειτονιάς),
- τη βελτίωση της διαχείρισης ποιότητας και της πρόσβασης σε χρηματοδότηση,
- την αναπαραγωγή επιτυχημένων μοντέλων κοινωνικής επιχείρησης,
- τη συμβουλή στην τοπική ανάπτυξη.



Η πρωτοβουλία EQUAL εφάρμοσε πιλοτικά και πρωτοπόρα σχέδια δημόσιας στήριξης της κοινωνικής οικονομίας σε πολλές χώρες με τη συμμετοχή οργανώσεων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, καθώς και της κοινωνίας των πολιτών, για την καταπολέμηση όλων των μορφών διακρίσεων και ανισότητας στην αγορά εργασίας, τόσο για τους εργαζόμενους όσο και για όσους αναζητούν εργασία. Επίσης, ανέδειξε, διάδωσε και ενσωμάτωσε ορθές πρακτικές.

Οι εταιρικές σχέσεις EQUAL τόνωσαν, στήριξαν και ενίσχυσαν τη σύσταση και εδραίωση πολλών κοινωνικών επιχειρήσεων που συνέβαλαν στον εντοπισμό υφιστάμενων αναγκών μέσω της παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών γενικού συμφέροντος που απευθύνονται σε όσους έχουν ανάγκη.

ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ SBI

Η πρωτοβουλία για την κοινωνική επιχειρηματικότητα (Social Business Initiative – SBI), εγκαινιάστηκε το 2011 και αποτελεί μία από τις ευρύτερες πρωτοβουλίες της ΕΕ μέχρι σήμερα στο πεδίο της κοινωνικής οικονομίας, αποσκοπώντας στην ενίσχυση της ανάπτυξης των κοινωνικών επιχειρήσεων σε ολόκληρη την Ευρώπη.

Η Επιτροπή αντιλαμβάνεται την πρωτοβουλία ως θεμελιώδες συστατικό της ολοκλήρωσης της ενιαίας αγοράς, δίνοντας ώθηση στην επιχειρηματικότητα και τονώνοντας τις πολιτικές απασχόλησης. Το SBI στοχεύει στη δημιουργία σε ολόκληρη την Ευρώπη ενός ευνοϊκού οικοσυστήματος που θα προάγει την ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων και της ευρύτερης κοινωνικής οικονομίας.

Η πρωτοβουλία για την κοινωνική επιχειρηματικότητα αναγνωρίζει ότι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι καινοτόμοι και αποτελούν κινητήριες δυνάμεις κοινωνικής αλλαγής. Περιέχει μέτρα για τη βελτίωση της ορατότητας και της αναγνώρισης των κοινωνικών επιχειρήσεων, την απλοποίηση του κανονιστικού περιβάλλοντος, ώστε οι κοινωνικές επιχειρήσεις να μπορούν ευκολότερα να υπερβαίνουν τα εθνικά σύνορα και την αναβάθμιση της πρόσβασης των κοινωνικών επιχειρήσεων σε χρηματοδότηση.

Η Επιτροπή προέτρεψε τα κράτη μέλη και τις περιφέρειες να καταρτίσουν διεξοδικές στρατηγικές και να εντείνουν τις προσπάθειές τους για την προώθηση των κοινωνικών επιχειρήσεων, αξιοποιώντας πλήρως τα διαρθρωτικά ταμεία της ΕΕ προς το σκοπό αυτό.

Πέρα από το SBI, η Επιτροπή πρότεινε την καθιέρωση, στο πλαίσιο του προγράμματος για την κοινωνική αλλαγή και την καινοτομία 2014-2020, ενός χρηματοπιστωτικού μέσου που θα συμβάλλει στην ανάπτυξη της ευρωπαϊκής αγοράς χρηματοδότησης κοινωνικών επιχειρήσεων, παρέχοντας μέσα συμμετοχής στο κεφάλαιο, δανειοδότησης και καταμερισμού του κινδύνου.

Τον Φεβρουάριο του 2013, η Επιτροπή υπέβαλε ανακοίνωση σχετικά με τις «κοινωνικές επενδύσεις για την ανάπτυξη και τη συνοχή», παρουσιάζοντας ένα όραμα εκσυγχρονισμού του κράτους πρόνοιας στο πλαίσιο της παρατεταμένης οικονομικής κρίσης, καθώς και πιο μακροπρόθεσμων διαρθρωτικών προκλήσεων. Η δέση μέτρων για τις κοινωνικές επενδύσεις παροτρύνει τα κράτη μέλη να δώσουν προτεραιότητα σε δαπάνες που προσφέρουν στα άτομα τη δυνατότητα πλήρους συνεισφοράς στην οικονομία και συμμετοχής στην κοινωνία.

Παράλληλα, υποδεικνύει στα κράτη μέλη πώς μπορούν να ενισχύσουν τις στρατηγικές ενεργού ένταξης και να χρησιμοποιήσουν τους κοινωνικούς προϋπολογισμούς περισσότερο αποτελεσματικά. Δίνει έμφαση στη σημασία των δημοσίων επενδύσεων για την ανάπτυξη και ενεργοποίηση του ανθρώπινου κεφαλαίου καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής του ατόμου, αλλά και αναδεικνύει αυτά που μπορούν να πράξουν ο ιδιωτικός και ο «τρίτος» τομέας για τη βελτίωση της κοινωνικοοικονομικής ένταξης.



Η δέσμη μέτρων για τις κοινωνικές επενδύσεις υπογραμμίζει την ανάγκη και την ευκαιρία για επενδύσεις στην ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, υπό το πρίσμα της συνεισφοράς τους στην απασχόληση χωρίς αποκλεισμούς, την κοινοτική ανάπτυξη και την κοινωνική καινοτομία.

Η πρωτοβουλία για την κοινωνική επιχειρηματικότητα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής βασίσθηκε σε:

A) Βελτίωση της πρόσβασης στις χρηματοδοτήσεις

A1) Διευκόλυνση της πρόσβασης στις ιδιωτικές χρηματοδοτήσεις.

A2) Κινητοποίηση των Ευρωπαϊκών Ταμείων.

B) Βελτίωση της προβολής της κοινωνικής επιχειρηματικότητας

B1) Ανάπτυξη εργαλείων για την καλύτερη κατανόηση του τομέα και για να προβληθεί περισσότερο η κοινωνική επιχειρηματικότητα.

B2) Ενίσχυση των ικανοτήτων διαχείρισης, του επαγγελματισμού και της κοινωνικής δικτύωσης των επιχειρηματιών.

Γ) Βελτίωση του νομικού περιβάλλοντος

Γ1) Ανάπτυξη κατάλληλων ευρωπαϊκών νομικών μορφών που θα μπορούσαν να χρησιμοποιούνται από την ευρωπαϊκή κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Γ2) Δημόσιες συμβάσεις.

Γ3) Κρατικές ενισχύσεις.

Κατά τα τελευταία χρόνια, για την προώθηση της «κοινωνικής οικονομίας της αγοράς με υψηλό βαθμό ανταγωνιστικότητας» η Επιτροπή έχει θέσει την κοινωνική οικονομία και την κοινωνική καινοτομία στο επίκεντρο του προβληματισμού της, τόσο από την άποψη της εδαφικής συνοχής όσο και της αναζήτησης πρωτότυπων λύσεων για τα κοινωνικά προβλήματα, όπως εκφράζεται στη Στρατηγική της «Ευρώπη 2020», στην εμβληματική πρωτοβουλία «Ένωση Καινοτομίας», στην Ευρωπαϊκή πλατφόρμα για την καταπολέμηση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού και στην «Πράξη για την Ενιαία Αγορά» (ΠΕΑ).

Το κοινωνικό μοντέλο της ΕΕ, σύμφωνα με την Στρατηγική «Ευρώπη 2020», αποσκοπώντας στην κοινωνική ευημερία και την προάσπιση των κοινωνικών δικαιωμάτων υποστηρίζει την οικονομική μεγέθυνση, την κοινωνική προστασία για όλους, την ποιότητα ζωής και τις ποιοτικές συνθήκες εργασίας, ενώ οι βασικοί συντελεστές που συμβάλλουν στην κοινωνική ευημερία των πολιτών είναι το κοινωνικό κράτος, οι επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, οι κοινωνικοί εταίροι και οι ΜΚΟ. Ο τομέας της κοινωνικής οικονομίας αντιμετωπίζεται από την ΕΕ ως προνομιακό πεδίο εφαρμογής πολιτικών για την απασχόληση, την τοπική ανάπτυξη, την καταπολέμηση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού ο οποίος ανοίγει νέες διεξόδους επιχειρηματικής δράσης ενώ δημιουργεί προϋποθέσεις επένδυσης στο λεγόμενο «κοινωνικό κεφάλαιο» και στην κοινωνική καινοτομία.

Στη Στρατηγική για την «Ευρώπη 2020» η κοινωνική οικονομία αποτελεί ξεχωριστή πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με στόχο τη συγκέντρωση των φορέων της κοινωνίας των πολιτών και την αξιοποίηση τους προς μια δυναμική και καινοτόμο Ευρώπη. Σε αυτήν αναγνωρίζεται ότι στόχοι και προκλήσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας αποτελούν μια σειρά από θέματα, όπως η ολοκληρωμένη



πολιτική προσέγγιση, το θεσμικό πλαίσιο, η πρόσβαση στη χρηματοδότηση, η προώθηση του θεσμού της καινοτομίας σε πολλά πεδία πολιτικής, καθώς μπορεί να συνδυάσει, μεταξύ άλλων, την κερδοφορία με την αλληλεγγύη, τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής, την ενεργό συμμετοχή των πολιτών και εν γένει την ανάπτυξη μιας οικονομίας με δημοκρατικές αξίες, τοποθετώντας σε πρώτο ρόλο τον άνθρωπο.

Η ΕΕ έχει υποστηρίξει την εκκίνηση και την ανάπτυξη σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο άλλων σχετικών πρωτοβουλιών ιδίως μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου και του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης. Οι κανονισμοί για τη λειτουργία και των δύο αυτών ταμείων για την περίοδο 2014-2020 προβλέπουν την «προώθηση της κοινωνικής οικονομίας και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας» ως ειδική επενδυτική προτεραιότητα.

Επιπλέον, η ΕΕ έχει προωθήσει τον πειραματισμό στο πεδίο της κοινωνικής οικονομίας, την ανταλλαγή και τη συνεργασία σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες, τον προσδιορισμό και τη διάδοση των ορθών πρακτικών (περιλαμβανομένων όσων αφορούν τη νομοθεσία και τις οργανωτικές μορφές), καθώς και την κατάρτιση των νέων επαγγελματιών της κοινωνικής οικονομίας. Μέσω αυτών των πρωτοβουλιών, η ΕΕ έχει συμβάλει στην καινοτομία των πολιτικών κοινωνικής συνοχής στα κράτη μέλη.

2.2 Θεσμικό Πλαίσιο- ΚΑΛΟ

Το θεσμικό πλαίσιο για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία (Ν.4430/2016, ΦΕΚ 205/Α/31-10-2016, όπως ισχύει) και η εφαρμοστική Υπουργική Απόφαση 61621/Δ5.2643/30-12-2016 (ΦΕΚ 56/Β/18-01-2017), στην οποία προστέθηκε άρθρο υπ' αριθμ. 33 με την Υπουργική Απόφαση 61986/3269 (ΦΕΚ 4757/Β/29-12-2017), ρυθμίζουν το πεδίο της κοινωνικής οικονομίας και την παρέμβαση-εποπτεία του Κράτους σε αυτό.

Σκοπός του εν λόγω θεσμικού πλαισίου είναι η ανάπτυξη του τομέα της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, μέσω της δημιουργίας ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος, που θα διευκολύνει τη συμμετοχή όλων των πολιτών σε όλες τις δυνατές παραγωγικές δραστηριότητες, με τη διάχυση πρακτικών δημοκρατίας, ισότητας, αλληλεγγύης, συνεργασίας, καθώς και του σεβασμού στον άνθρωπο και το περιβάλλον.

Ειδικότερα, το νομοθετικό πλαίσιο για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία στην Ελλάδα είναι το ακόλουθο:

Νόμος 4019/2011 – «Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και λοιπές διατάξεις»:

Το 2011 το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης ανέλαβε την πρωτοβουλία να εισάγει το Νόμο για την Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα (Ν. 4019/2011). Ο νόμος αυτός όρισε για πρώτη φορά στην Ελλάδα την κοινωνική οικονομία. Μια σημαντική πτυχή του Ν.4019/2011 ήταν η δημιουργία και θέσπιση του Μητρώου Κοινωνικών Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων και Κοινωνικών Συνεταιρισμών Περιορισμένης Ευθύνης του ΥΠ.Ε.Κ.Α.Α. (Γενικό Μητρώο Κοινωνικής Οικονομίας) στο οποίο ενεγράφησαν όλοι οι σχετικοί φορείς. Ωστόσο, ο νόμος αυτός δέχτηκε κριτική σχετικά με το επίκεντρο και το πεδίο εφαρμογής του, αλλά και για το ότι ήταν υπερβολικά γραφειοκρατικός.

Νόμος 4430/2016 – «Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία και ανάπτυξη των φορέων της και άλλες διατάξεις»:

Τον Οκτώβριο του 2016, τέθηκε σε εφαρμογή ο νόμος 4430/2016 (ΦΕΚ Α'205) που επιχειρεί να ρυθμίσει οριζόντια τη λειτουργία των Φορέων Κ.Α.Ο. στη χώρα, αφού πρωτίστως οριοθετήσει εκ νέου το πεδίο. Ο



νόμος αυτός παρείχε ένα νέο πλαίσιο για διαφορετικούς τύπους φορέων ή επιχειρήσεων με ξεκάθαρο συλλογικό και κοινωνικό αντίκτυπο, οι οποίοι παράλληλα ανταποκρίνονται σε μια κοινωνική ανάγκη. Στόχο είχε να διαδεχθεί και να βελτιώσει την προγενέστερη νομοθεσία, συμπεριλαμβανομένου του Ν. 4019/2011, αντιμετωπίζοντας ένα σύνολο ζητημάτων. Συγκεκριμένα, οι φορείς της Κ.Α.Ο. δεν καθορίζονται πια από τη νομική τους μορφή, αλλά από το νομικό τους καθεστώς. Επιπλέον, προσδιορίστηκε και κατέστη λειτουργική η ιδέα του «κοινωνικού αντικτύπου», από την άποψη της συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας, μια έννοια που απουσίαζε από την προγενέστερη νομοθεσία. Τέλος, δημιουργήθηκε η Ειδική Γραμματεία για την Κ.Α.Ο. ως η πρώτη διακριτή διοικητική μονάδα για το συγκεκριμένο τομέα.

ΥΑ 61621/Δ5.2643/30-12-2016 – «Τήρηση και λειτουργία του Γενικού Μητρώου Φορέων Κ.Α.Ο. του Ν.4430/2016»:

Η Υπουργική Απόφαση Αριθ. 61621/Δ5.2643/30-12-2016 (ΦΕΚ 56/Β/2017) -στην οποία προστέθηκε άρθρο υπ' αριθμ. 33 με την Υπουργική Απόφαση 61986/3269 (ΦΕΚ 4757/Β/29-12-2017)- ορίζει τις διαδικασίες τήρησης και λειτουργίας του Γενικού Μητρώου Φορέων Κ.Α.Ο. Μεταξύ άλλων ορίζει και τις διαδικασίες για τη μετάπτωση των υφιστάμενων φορέων Κ.Α.Ο. στο νέο Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας.

Με τη ψήφιση του Ν.4430/2016 και την έκδοση της εφαρμοστικής Υπουργικής Απόφασης 61621/Δ5.2643 (30-12-2016) ενεργοποιήθηκαν οι προβλεπόμενες διαδικασίες του θεσμικού πλαισίου για την Κ.Α.Ο. στην Ελλάδα.

Ο Νόμος 4430/2016 «Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία και ανάπτυξη των φορέων της» στοχεύει:

- Στη διάχυση της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας σε όλους τους δυνατούς τομείς οικονομικής δραστηριότητας.
- Στη στήριξη και την ενίσχυση των παραγωγικών εγχειρημάτων αυτοδιαχείρισης και της συλλογικής κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

2.3 Νομική & Διοικητική Διαδικασία Σύστασης Κοινωνικών Επιχειρήσεων και ΚοιΣΠΕ

Έννοια Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας

Στους «Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας» ανήκουν οι ακόλουθες κατηγορίες:

- ✓ Οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις (Κοιν.Σ. Επ.).
- ✓ Οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.).
- ✓ Οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων.
- ✓ Οποιοδήποτε άλλο μη μονοπρόσωπο νομικό πρόσωπο, εφόσον έχει αποκτήσει νομική προσωπικότητα, όπως ιδίως αγροτικοί συνεταιρισμοί του Ν. 4384/2016 (Α' 78), αστικοί συνεταιρισμοί του Ν. 1667/1986, Αστικές Εταιρίες των άρθρων 741 επ. του Α.Κ., εφόσον σωρευτικά συντρέχουν οι εξής προϋποθέσεις:
 - Αναπτύσσει δραστηριότητες συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας.
 - Μερικά για την πληροφόρηση και τη συμμετοχή των μελών του και εφαρμόζει δημοκρατικό σύστημα λήψης αποφάσεων, σύμφωνα με την αρχή ένα μέλος μία ψήφος, ανεξάρτητα από τη συνεισφορά κάθε μέλους.



- Το καταστατικό του προβλέπει περιορισμούς στη διανομή του ως εξής:
- ποσοστό τουλάχιστον 5% διατίθεται για το σχηματισμό αποθεματικού,
- ποσοστό έως 35% αποδίδεται στους εργαζόμενους του Φορέα, εκτός κι αν τα 2/3 των μελών της Γενικής Συνέλευσης αποφασίσουν αιτιολογημένα τη διάθεση του ποσοστού αυτού σε δραστηριότητες του στοιχείου iii,
- το υπόλοιπο διατίθεται για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη διεύρυνση της παραγωγικής του δραστηριότητας.
- Εφαρμόζει σύστημα σύγκλισης στην αμοιβή της εργασίας, κατά το οποίο ο ανώτατος καθαρός μισθός δεν μπορεί να υπερβαίνει περισσότερο από τρεις φορές τον κατώτατο, εκτός και αν τα 2/3 των μελών της Γενικής Συνέλευσης αποφασίσουν διαφορετικά. Η υποχρέωση αυτή ισχύει και σε οποιαδήποτε μορφή σύμπραξης δύο ή περισσότερων Φορέων Κ.Α.Ο.
- Επιπλέον, Αποβλέπει στην ενδυνάμωση των οικονομικών δραστηριοτήτων του και τη μεγιστοποίηση της παραγόμενης κοινωνικής ωφέλειας μέσω της οριζόντιας και ισότιμης δικτύωσης με άλλους φορείς Κ.Α.Ο. Δεν έχει ιδρυθεί και δεν διοικείται άμεσα ή έμμεσα από Ν.Π.Δ.Δ. ή Ο.Τ.Α. α' ή β' βαθμού ή από άλλο νομικό πρόσωπο του ευρύτερου δημόσιου τομέα.
-

Χαρακτηριστικά Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας

Τα μέλη του Φορέα Κ.Α.Ο. που δεν είναι εργαζόμενοι δεν έχουν δικαίωμα στη διανομή των κερδών, με εξαίρεση των μελών των Αστικών Συνεταιρισμών του Ν. 1667/1986 (Α' 196), που έχουν αποκτήσει την ιδιότητα του Φορέα Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, για τα κέρδη που προκύπτουν από τις συναλλαγές μεταξύ των μελών με το συνεταιρισμό, τα οποία και καλούνται πλεόνασμα.

Ο Φορέας Κ.Α.Ο. οφείλει να τηρεί Μητρώο Εθελοντών, στο οποίο καταγράφονται τα μη μέλη, που λειτουργούν ως εθελοντές και υποστηρίζουν τις δράσεις του Φορέα. Ο Φορέας δεν έχει ασφαλιστικές υποχρεώσεις προς τα μη μέλη που λειτουργούν ως εθελοντές εφόσον από την εθελοντική εργασία δεν παράγονται άμεσα έσοδα για το Φορέα και η δράση έχει προαποφασισθεί από το Διοικητικό Συμβούλιο ή τη Διοικούσα Επιτροπή του Φορέα.

Ο Φορέας Κ.Α.Ο. υποχρεούται, από τη δεύτερη χρήση λειτουργίας του, να παρουσιάζει ετήσια δαπάνη μισθοδοσίας τουλάχιστον ίση με το 25% του κύκλου εργασιών της προηγούμενης χρήσης του. Η υποχρέωση αυτή αφορά τους Φορείς με κύκλο εργασιών και έσοδα επιχορηγήσεων της προηγούμενης ετήσιας χρήσης μεγαλύτερα από το 300% του ετήσιου κόστους μισθοδοτικής δαπάνης ενός υπαλλήλου πλήρους απασχόλησης, με βάση τον κατώτατο νομοθετημένο μισθό χωρίς επιδόματα



Κατηγορίες Κ.Α.Ο.

Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις (Κοιν.Σ. Επ.) είναι οι αστικοί συνεταιρισμοί του Ν. 1667/1986, που έχουν ως καταστατικό σκοπό τη συλλογική και την κοινωνική ωφέλεια και διαθέτουν εκ του νόμου εμπορική ιδιότητα.

Ανάλογα με τον ειδικότερο σκοπό τους, οι Κοιν.Σ.Επ. διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

- Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης, οι οποίες διακρίνονται σε δύο υποκατηγορίες:
- Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης Ευάλωτων Ομάδων, οι οποίες επιδιώκουν την ένταξη στην οικονομική και κοινωνική ζωή των ατόμων που ανήκουν στις ευάλωτες κοινωνικές ομάδες. Ποσοστό 30% κατ' ελάχιστον των μελών και των εργαζομένων στις επιχειρήσεις αυτές ανήκουν υποχρεωτικά σε αυτές τις κατηγορίες.
- Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης Ειδικών Ομάδων, οι οποίες επιδιώκουν την ένταξη στην οικονομική και κοινωνική ζωή των ατόμων που ανήκουν στις ειδικές ομάδες πληθυσμού. Ποσοστό 50% κατ' ελάχιστον των μελών και των εργαζομένων στις επιχειρήσεις αυτές ανήκουν υποχρεωτικά σε αυτές τις κατηγορίες.
- Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής ωφέλειας, οι οποίες αναπτύσσουν δραστηριότητες «βιώσιμης ανάπτυξης» ή/και παρέχουν «κοινωνικές υπηρεσίες γενικού συμφέροντος».
- Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.) του άρθρου 12 του Ν. 2716/1999 (θεωρούνται αυτοδικαίως Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Ένταξης).

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Γενικά χαρακτηριστικά

- ❖ Με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης και εφόσον πληρούνται οι προβλεπόμενες στο Ν.4430/2016 προϋποθέσεις, μία Κοιν.Σ.Επ. μπορεί να τροποποιήσει το καταστατικό της με σκοπό να ενταχθεί σε άλλη κατηγορία Κοιν.Σ.Επ. Η τροποποίηση αφορά μόνο στην κατηγορία Κοιν.Σ.Επ. και τα λοιπά στοιχεία εγγραφής και λειτουργίας της διατηρούνται.
- ❖ Η συμμετοχή νομικών προσώπων στην Κοιν.Σ.Επ. δεν μπορεί να υπερβαίνει το 1/3 του συνόλου των μελών της.
- ❖ Δεν επιτρέπεται η συμμετοχή σε αυτήν των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.) και των νομικών προσώπων δημοσίου δικαίου (Ν.Π.Δ.Δ.) που υπάγονται σε Ο.Τ.Α. Κατ' εξαίρεση, στις Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης, μπορούν να είναι μέλη νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου και νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου κατόπιν έγκρισης του δημόσιου φορέα που τα εποπτεύει.
- ❖ Μέλος μίας Κοιν.Σ.Επ. δεν μπορεί να είναι μέλος και άλλης Κοιν.Σ.Επ. με ίδια δραστηριότητα.
- ❖ Η συμμετοχή ενός φυσικού προσώπου μόνο με την ιδιότητα του μέλους σε Κοιν.Σ.Επ. δεν του προσδίδει εμπορική ιδιότητα και δεν δημιουργεί ατομικές ασφαλιστικές ή φορολογικές υποχρεώσεις.
- ❖ Το ποσοστό των ακαθάριστων εσόδων από τις δραστηριότητες της Κοιν.Σ.Επ. που προέρχεται από Ν.Π.Δ.Δ. και Ο.Τ.Α. δεν επιτρέπεται να υπερβαίνει το 65% των συνολικών εσόδων της επιχείρησης, υπολογιζόμενου σε τριετή βάση. Από την πρόβλεψη αυτή, εξαιρούνται οι Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης.



Σύσταση και λειτουργία

Η σύσταση μίας Κοιν.Σ.Επ. και η υπαγωγή της στις διατάξεις του Ν. 4430/2016 συντελείται με την εγγραφή της στο Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο., οπότε αποκτά νομική προσωπικότητα και εμπορική ιδιότητα.

Για τη σύσταση μίας Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας απαιτείται η συμμετοχή σε αυτήν και η υπογραφή του καταστατικού της από τουλάχιστον πέντε πρόσωπα, φυσικά ή νομικά, και από τουλάχιστον επτά, αν πρόκειται για Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης.

Το κεφάλαιο της επιχείρησης διαιρείται σε συνεταιριστικές μερίδες. Ο αριθμός των μερίδων και η ονομαστική τους αξία, η οποία είναι ίδια για κάθε μερίδα, καθορίζονται στο καταστατικό της επιχείρησης. Κάθε μέλος της Κοιν.Σ.Επ. διαθέτει από μία υποχρεωτική συνεταιριστική μερίδα, το ύψος της οποίας δεν μπορεί να είναι κατώτερο των εκατό ευρώ.

Τα όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και ειδικότερα το Ευρωκοινοβούλιο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (ΕΟΚΕ), έχουν επιχειρήσει να ενισχύσουν την ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μέσω μιας σειράς πρωτοβουλιών πολιτικής.

Η πρώτη Διάσκεψη της κοινωνίας των πολιτών που διοργανώθηκε σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η οποία πραγματοποιήθηκε τον Οκτώβριο του 1999 με πρωτοβουλία της ΕΟΚΕ, επιβεβαίωσε το σημαντικό ρόλο που οφείλουν να διαδραματίσουν οι οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών στην ανάπτυξη ενός συμμετοχικού κοινωνικού προτύπου, καθώς και στη διαμόρφωση και υλοποίηση πολιτικών που μπορούν να ενισχύσουν την εμπιστοσύνη στη δημοκρατική διαδικασία.

Η κοινωνική οικονομία, με το συμμετοχικό χαρακτήρα της και τον ενεργό ρόλο των ενδιαφερόμενων μερών, αναγνωρίστηκε ως φορέας ενός δυναμικού ικανού να συμβάλει στον εκσυγχρονισμό των ευρωπαϊκών συστημάτων πρόνοιας και την ενεργό εμπλοκή των πολιτών στην εξεύρεση και την εφαρμογή λύσεων για ορισμένες από τις μεγαλύτερες προκλήσεις για την κοινωνία. Οι οργανισμοί κοινωνικής οικονομίας από ολόκληρη την ΕΕ εκπροσωπούνται άμεσα στην ΕΟΚΕ.

Σχέσεις μεταξύ μελών και της Κοιν.Σ.Επ.

Η είσοδος νέων μελών επιτρέπεται και συντελείται με την εγγραφή τους ως μέλη. Τα νέα μέλη αποκτούν μία υποχρεωτική συνεταιριστική μερίδα, η ονομαστική αξία της οποίας δε μπορεί να είναι μικρότερη από αυτή που ορίζεται στο νόμο 4430/2016 και στο καταστατικό.

Η απώλεια της ιδιότητας του μέλους επέρχεται με την αποχώρηση, την αποβολή ή τη μεταβίβαση της συνεταιριστικής του μερίδας και είναι καταχωριστέα στο Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο.

Η ιδιότητα του μέλους δεν κληροδοτείται και, αν μέλος φυσικό πρόσωπο αποβιώσει, η αξία της συνεταιριστικής του μερίδας καταβάλλεται στον ειδικό ή καθολικό διάδοχο. Αν μέλος νομικό πρόσωπο τεθεί σε εκκαθάριση λόγω λύσης ή πτώχευσής του, η αξία της συνεταιριστικής του μερίδας καταβάλλεται σε αυτό. Αν ο αριθμός των μελών μειώνεται κάτω των πέντε, τότε επιβάλλεται η αναπλήρωσή τους, με την είσοδο νέων μελών, άλλως, η Κοιν.Σ.Επ. λύεται.

Τα μέλη της Κοιν.Σ.Επ. μπορεί να είναι και εργαζόμενοι της με σχέση εξαρτημένης εργασίας. Αμείβονται για την παρεχόμενη εργασία και έχουν όλα τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που απορρέουν από την εργατική και ασφαλιστική νομοθεσία. Υπόχρηη προς απόδοση των ασφαλιστικών εισφορών προς τους οργανισμούς κοινωνικής ασφάλισης είναι η Κοιν.Σ.Επ.



Σχέσεις Κοιν.Σ.Επ. με εργαζόμενους μη μέλη

Ο αριθμός των εργαζομένων μη μελών δε μπορεί να υπερβαίνει σε ποσοστό το 40% του συνόλου των εργαζομένων της Κοιν.Σ.Επ. Το ποσοστό αυτό μπορεί να αυξάνεται μέχρι και το 50% του συνολικού ποσοστού των εργαζομένων της Κοιν.Σ.Επ. κατόπιν αιτιολογημένης απόφασης του Τμήματος Μητρώου Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. επί αιτήσεως της Κοιν.Σ.Επ. για την αντιμετώπιση έκτακτων εποχικών αναγκών για χρονικό διάστημα που δεν μπορεί να υπερβαίνει τους έξι μήνες ανά ημερολογιακό έτος.

Γενική Συνέλευση της Κοιν.Σ.Επ.

Η τακτική Γενική Συνέλευση της Κοιν.Σ.Επ. συγκαλείται υποχρεωτικά τουλάχιστον μία φορά κατ' έτος και σε κάθε περίπτωση πριν την υποβολή της ετήσιας φορολογικής δήλωσης, με σχετική απόφαση της Διοικούσας Επιτροπής ή του διαχειριστή που απευθύνεται προς τα μέλη, προ τουλάχιστον τριών ημερών.

Η Γενική Συνέλευση των μελών συνέρχεται εκτάκτως με πρόσκληση που απευθύνεται προς τα μέλη τουλάχιστον προ δύο ημερών, είτε με απόφαση της Διοικούσας Επιτροπής, είτε με πρωτοβουλία του διαχειριστή, είτε εφόσον υποβληθεί σχετικό αίτημα με συγκεκριμένο θέμα προς τη Διοικούσα Επιτροπή από το 1/3 των μελών της Γ.Σ.

Η Γενική Συνέλευση βρίσκεται σε απαρτία όταν παρευρίσκεται το 1/2 των μελών της. Επί μη απαρτίας, συγκαλείται νέα Γενική Συνέλευση μέσα σε δύο μέχρι επτά ημέρες, κατά την οποία απαιτείται η ίδια ως άνω απαρτία. Οι αποφάσεις της λαμβάνονται με την απόλυτη πλειοψηφία των παρόντων μελών της.

Διοικούσα Επιτροπή της Κοιν.Σ.Επ.

Η Διοικούσα Επιτροπή (Δ.Ε.) απαρτίζεται από τον Πρόεδρο και δύο τουλάχιστον μέλη. Σε κάθε περίπτωση ο συνολικός αριθμός των μελών της πρέπει να είναι περιττός αριθμός. Τα μέλη της Δ.Ε. εκλέγονται από τη Γενική Συνέλευση. Αν η Κοιν.Σ.Επ. έχει μόνο πέντε μέλη, αντί Διοικούσας Επιτροπής, τα μέλη μπορεί να εκλέξουν διαχειριστή, ο οποίος αναλαμβάνει όλες τις αρμοδιότητες της Διοικούσας Επιτροπής.

Η διάρκεια της θητείας των μελών ορίζεται από το καταστατικό. Η Δ.Ε. βρίσκεται σε απαρτία όταν παρευρίσκεται το 1/2 των μελών της και οι αποφάσεις της λαμβάνονται πάντα με την απόλυτη πλειοψηφία των παρόντων μελών της Δ.Ε. Σε περίπτωση ισοψηφίας των παρόντων μελών, υπερτερεί η ψήφος του προέδρου της.

Η Διοικούσα Επιτροπή συνεδριάζει τακτικά μία τουλάχιστον φορά κάθε τρεις μήνες ή συχνότερα αν το ζητήσει το 1/3 των μελών της, αλλά όχι λιγότερα από δύο άτομα.



ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Ορισμός Συνεταιρισμού Εργαζομένων

Συνεταιρισμοί Εργαζομένων είναι οι Αστικοί Συνεταιρισμοί του Ν. 1667/1986 που έχουν ως καταστατικό σκοπό τη «συλλογική ωφέλεια» και διαθέτουν εκ του νόμου εμπορική ιδιότητα. Μέλη τους είναι αποκλειστικά και μόνο φυσικά πρόσωπα, τα οποία επιθυμούν να βιοποριστούν, παράγοντας από κοινού αγαθά και υπηρεσίες για τρίτους.

Μέλος ενός Συνεταιρισμού Εργαζομένων δεν μπορεί να είναι μέλος άλλου Συνεταιρισμού Εργαζομένων.

Σύσταση Συνεταιρισμού Εργαζομένων

Η σύσταση Συνεταιρισμού Εργαζομένων και η υπαγωγή του στις διατάξεις του Νόμου 4430/2016 συντελείται με την εγγραφή του στο Μητρώο Φορέων Κ.Α.Λ.Ο., οπότε αποκτά νομική προσωπικότητα και εμπορική ιδιότητα.

Για τη σύσταση Συνεταιρισμού Εργαζομένων απαιτείται η συμμετοχή σε αυτήν και η υπογραφή του καταστατικού της από τουλάχιστον τρία φυσικά πρόσωπα.

Λειτουργία Συνεταιρισμού Εργαζομένων

Το κεφάλαιο του Συνεταιρισμού Εργαζομένων διαιρείται σε συνεταιριστικές μερίδες. Ο αριθμός των μερίδων και η ονομαστική τους αξία, η οποία είναι ίδια για κάθε μερίδα, καθορίζονται στο καταστατικό της επιχείρησης. Κάθε μέλος του Συνεταιρισμού Εργαζομένων διαθέτει από μία υποχρεωτική συνεταιριστική μερίδα, το ύψος της οποίας δεν μπορεί να είναι κατώτερο των εκατό ευρώ.

Στο καταστατικό μπορεί να προβλέπεται η απόκτηση μέχρι τριών προαιρετικών μερίδων χωρίς δικαίωμα ψήφου.

Για τις εταιρικές υποχρεώσεις ευθύνεται μόνο ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων με την παρουσία του.

Το σύστημα αμοιβών και οι όροι εργασίας των μελών καθορίζονται από το καταστατικό ή από ειδικές ρυθμίσεις εγκεκριμένες από τη Γενική Συνέλευση.

Ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων καταχωρεί στο Μητρώο Φορέων Κ.Α.Λ.Ο. κάθε μεταβολή του καταστατικού του, λοιπών στοιχείων του αλλά και τον ετήσιο προγραμματισμό, τον ετήσιο απολογισμό και ισολογισμό ή οικονομική κατάσταση αποτελεσμάτων, εγκεκριμένα από τη Γενική Συνέλευση των μελών του.

Σχέσεις μεταξύ μελών και του Συνεταιρισμού Εργαζομένων

Η ιδιότητα του μέλους αποκτάται με την εγγραφή του στο Συνεταιρισμό. Τα νέα μέλη αποκτούν μία υποχρεωτική συνεταιριστική μερίδα, η αξία της οποίας δε μπορεί να είναι μικρότερη από αυτή που ορίζεται στο Ν.4430/2016 και στο καταστατικό.

Η απώλεια της ιδιότητας του μέλους επέρχεται με την αποχώρηση, τη μεταβίβαση της συνεταιριστικής του μερίδας, την αποβολή ή το θάνατο και είναι καταχωριστέα στο Τμήμα Μητρώου Φορέων Κ.Α.Λ.Ο.



Η ιδιότητα του μέλους δεν κληροδοτείται, αν μέλος φυσικό πρόσωπο αποβιώσει, η αξία της συνεταιριστικής του μερίδας καταβάλλεται στον ειδικό ή καθολικό του διάδοχο. Αν με το θάνατο του φυσικού προσώπου, ο αριθμός των μελών μειώνεται κάτω των τριών, τότε επιβάλλεται η αντικατάστασή του με την είσοδο νέου μέλους, άλλως ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων λύεται.

Σχέσεις Συνεταιρισμού Εργαζομένων με εργαζόμενους μη μέλη

Ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων μπορεί να προσλαμβάνει εργαζόμενους με σχέση εξαρτημένης εργασίας, χωρίς αυτοί να καθίστανται μέλη του. Υπόχρεος προς απόδοση των ασφαλιστικών εισφορών προς τους οργανισμούς κοινωνικής ασφάλισης είναι ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων.

Ο αριθμός των εργαζόμενων μη μελών δεν μπορεί να υπερβαίνει σε ποσοστό το 25% του αριθμού των μελών. Το ποσοστό αυτό μπορεί να αυξάνεται μέχρι και το 50% του συνόλου των εργαζομένων, κατόπιν αιτιολογημένης απόφασης του τμήματος Μητρώου Φορέων Κ.Α.Λ.Ο. επί αιτήσεως του Συνεταιρισμού Εργαζομένων για αντιμετώπιση έκτακτων εποχικών αναγκών, το οποίο σε κάθε περίπτωση δεν μπορεί να υπερβαίνει τους έξι μήνες ανά ημερολογιακό έτος.

Γενική Συνέλευση Συνεταιρισμού Εργαζομένων

Η τακτική Γενική Συνέλευση συγκαλείται υποχρεωτικά τουλάχιστον μία φορά κατ' έτος και σε κάθε περίπτωση πριν την υποβολή της ετήσιας φορολογικής δήλωσης, με σχετική απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου ή του διαχειριστή που απευθύνεται προς τα μέλη, προ τουλάχιστον τριών ημερών.

Η Γενική Συνέλευση των μελών συνέρχεται εκτάκτως με πρόσκληση που απευθύνεται προς τα μέλη τουλάχιστον προ δύο ημερών, είτε με απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου είτε με πρωτοβουλία του διαχειριστή είτε εφόσον υποβληθεί σχετικό αίτημα με συγκεκριμένο θέμα προς το Διοικητικό Συμβούλιο από το 1/3 των μελών της Γ.Σ.

Η Γενική Συνέλευση βρίσκεται σε απαρτία όταν παρευρίσκεται το 1/2 των μελών της. Επί μη απαρτίας, συγκαλείται νέα Γενική Συνέλευση μέσα σε δύο μέχρι επτά ημέρες, κατά την οποία απαιτείται η ίδια ως άνω απαρτία. Οι αποφάσεις της λαμβάνονται με την απόλυτη πλειοψηφία των παρόντων μελών της.

Διοικητικό Συμβούλιο Συνεταιρισμού Εργαζομένων

Το Διοικητικό Συμβούλιο (Δ.Σ.) απαρτίζεται από τον Πρόεδρο και δύο τουλάχιστον μέλη. Σε κάθε περίπτωση ο συνολικός αριθμός των μελών του πρέπει να είναι περιττός αριθμός. Τα μέλη του Δ.Σ. εκλέγονται από τη Γενική Συνέλευση. Αν ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων έχει μόνο τρία μέλη, αντί Διοικητικού Συμβουλίου, τα μέλη μπορεί να εκλέξουν διαχειριστή, ο οποίος αναλαμβάνει όλες τις αρμοδιότητες του Διοικητικού Συμβουλίου.

Η διάρκεια της θητείας των μελών ορίζεται από το καταστατικό. Το Δ.Σ. βρίσκεται σε απαρτία όταν παρευρίσκεται το 1/2 των μελών του και οι αποφάσεις του λαμβάνονται πάντα με την απόλυτη πλειοψηφία των παρόντων μελών του Δ.Σ. Σε περίπτωση ισοψηφίας των παρόντων μελών, υπερτερεί η ψήφος του προέδρου του.



Το Δ.Σ. συνεδριάζει τακτικά μία τουλάχιστον φορά κάθε τρεις μήνες ή συχνότερα αν το ζητήσει το 1/3 των μελών του, αλλά όχι λιγότερα από δύο άτομα.

ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗ ΚΕΡΔΩΝ ΤΩΝ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. ΚΑΙ ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Τα κέρδη διατίθενται ετησίως ως εξής:

- ο κατά ποσοστό 5% για το σχηματισμό τακτικού αποθεματικού,
- ο κατά ποσοστό 35% διανέμονται στους εργαζομένους της επιχείρησης, εκτός αν τα 2/3 των μελών της Γενικής Συνέλευσης του Φορέα αποφασίσουν αιτιολογημένα τη διάθεση μέρους ή όλου του ποσοστού αυτού σε δραστηριότητες του στοιχείου 3,
- ο υπόλοιπο διατίθεται για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη γενικότερη διεύρυνση της παραγωγικής του δραστηριότητας.

ΠΟΡΟΙ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Ως πόροι των Κοιν.Σ.Επ. και των Συνεταιρισμών Εργαζομένων νοούνται το κεφάλαιο της επιχείρησης, κάθε έσοδο από την επιχειρηματική τους δραστηριότητα και από την αξιοποίηση της περιουσίας τους, δωρεές τρίτων, επιχορηγήσεις από το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων, την Ευρωπαϊκή Ένωση, διεθνείς ή εθνικούς οργανισμούς ή Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης Β' βαθμού, έσοδα από άλλα προγράμματα, κεφάλαια από κληροδοτήματα, δωρεές και παραχωρήσεις της χρήσης περιουσιακών στοιχείων.

Εργαζόμενοι στους Συνεταιρισμούς Εργαζομένων και στις Κοιν.Σ.Επ., οι οποίοι ανήκουν στις Ευάλωτες Ομάδες Πληθυσμού και λαμβάνουν επίδομα πρόνοιας ή επιδόματα επανένταξης ή οποιασδήποτε μορφής νοσήλιο ή παροχή ή σύνταξη ως έμμεσα ασφαλισμένοι, συνεχίζουν να εισπράττουν τις παροχές αυτές ταυτόχρονα με την αμοιβή τους από την Κοιν.Σ.Επ. ή το Συνεταιρισμό Εργαζομένων.

ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΑ ΜΕΤΡΑ

Οι Φορείς που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα μπορεί να εντάσσονται σε προγράμματα στήριξης της επιχειρηματικότητας και σε προγράμματα του Οργανισμού Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (Ο.Α.Ε.Δ.) για τη στήριξη της εργασίας.

Τα Ν.Π.Δ.Δ. και τα Ν.Π.Ι.Δ. - φορείς της Γενικής Κυβέρνησης μπορεί να παραχωρούν με απόφαση του διοικητικού τους οργάνου τη χρήση κινητής και ακίνητης περιουσίας τους σε Φορείς Κ.ΑΛ.Ο. για την ενίσχυση δραστηριοτήτων συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας.

Οι Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας μπορούν να συνάπτουν προγραμματικές συμβάσεις για τη μελέτη και εκτέλεση έργων και προγραμμάτων κοινωνικής ωφέλειας που αναφέρονται στους καταστατικούς σκοπούς τους με αντισυμβαλλόμενους το Δημόσιο ή φορείς του ευρύτερου δημόσιου τομέα και τους Ο.Τ.Α. α' και β' βαθμού.

Οι συμβαλλόμενοι Φορείς για την εκτέλεση των προγραμματικών συμβάσεων μπορεί να χρηματοδοτούνται από το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων μέσω προγραμμάτων συγχρηματοδοτούμενων από την Ευρωπαϊκή Ένωση ή προγραμμάτων που χρηματοδοτούνται αμιγώς από εθνικούς πόρους, τον Τακτικό



Προϋπολογισμό ή άλλα εθνικά ή περιφερειακά προγράμματα, καθώς και από τους προϋπολογισμούς των συμβαλλόμενων φορέων.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΕΝΩΣΕΙΣ ΦΟΡΕΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Οι Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας μπορεί να συμπράττουν μεταξύ τους για οικονομικούς σκοπούς. Για τη σύμπραξη απαιτείται απόφαση των Γενικών Συνελεύσεων των συμπραττόντων Φορέων. Οι μορφές οικονομικής συνεργασίας μεταξύ των Φορέων περιλαμβάνουν:

τη σύναψη συμβάσεων για την ανταλλαγή προϊόντων ή υπηρεσιών,

τη σύσταση κοινοπραξιών, δευτέρου ή ανωτέρου βαθμού συνεταιρισμών, ευρωπαϊκών συνεταιρισμών ή ευρωπαϊκών ομίλων και δικτύων οικονομικής συνεργασίας με διακριτή νομική προσωπικότητα.

Οι συμπράξεις καθίστανται Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας.

Μέλη των ανωτέρω συμπράξεων μπορούν να είναι και φυσικά πρόσωπα, μόνον εφόσον είναι εργαζόμενοι σε αυτές.

Δέκα τουλάχιστον Φορείς Κ.ΑΛ.Ο. μπορούν να συστήσουν Ένωση Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. Η Ένωση αυτή δεν μπορεί να έχει εμπορική ιδιότητα και σκοπός της είναι η προαγωγή και διάδοση των δραστηριοτήτων συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας των μελών της και η ανάπτυξη των αρχών της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας.

Η Γενική Συνέλευση της Ένωσης απαρτίζεται από τους αντιπροσώπους των Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. - μελών. Κάθε Φορέας Κ.ΑΛ.Ο. εκπροσωπείται στη Γενική Συνέλευση της Ένωσης από έναν αντιπρόσωπο και κάθε αντιπρόσωπος έχει μία ψήφο. Η Γενική Συνέλευση εκλέγει Διοικητικό Συμβούλιο.

Για τη σύσταση Ένωσης απαιτείται απόφαση των γενικών συνελεύσεων των Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, που επιθυμούν τη σύστασή της, καθώς και σύνταξη, υπογραφή και έγκριση του καταστατικού της.

2.4 Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας

Το Τμήμα Μητρώου Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. του Υπουργείου Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης είναι η αρμόδια διοικητική αρχή για τον έλεγχο νομιμότητας κατά τη σύσταση των Κοινωνικών Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων και των Συνεταιρισμών Εργαζομένων, για την εποπτεία και τον έλεγχο νομιμότητας αυτών και των υποχρεωτικώς καταχωριστέων στο Μητρώο πράξεών τους κατά τη λειτουργία τους, καθώς και για την απόδοση της ιδιότητας του Φορέα Κ.ΑΛ.Ο. στα νομικά πρόσωπα που πληρούν τις προϋποθέσεις ώστε να εγγραφούν στο Ειδικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο.

Το Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας είναι η βάση δεδομένων που τηρείται σε ηλεκτρονική μορφή από το Τμήμα Μητρώου Φορέων Κ.ΑΛ.Ο., στην οποία εγγράφονται οι Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας. Η τήρηση και η λειτουργία του Γενικού Μητρώου ρυθμίζονται με απόφαση του Υπουργού Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης.

Ως διαδικτυακή πύλη (e-kafo) για την ηλεκτρονική υποβολή αιτήσεων στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. έχει οριστεί ο ιστότοπος kafo.yeka.gr. Η συγκεκριμένη ηλεκτρονική πλατφόρμα αποτελεί βασικό εργαλείο για



τη διευκόλυνση των συναλλαγών των Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. με τις αρμόδιες Υπηρεσίες της Ειδικής Γραμματείας Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας.

Από 10/2/2018, η υποβολή αιτήσεων στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο γίνεται αποκλειστικά μόνο μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας, απλοποιώντας και συντομεύοντας τις διοικητικές διαδικασίες.

- Οι διαδικασίες οι οποίες υλοποιούνται μέσω της διαδικτυακής πύλης είναι οι εξής:
- Εγγραφή στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. και υποβολή πρόσθετων στοιχείων εγγραφής.
- Χορήγηση Πιστοποιητικού Μέλους.
- Χορήγηση βεβαιώσεων καταχώρισης τροποποιήσεων στοιχείων του Φορέα (Καταστατικού ή Οργάνου Διοίκησης).
- Χορήγηση βεβαιώσεων ιστορικού μεταβολών (βεβαίωση τροποποιήσεων καταστατικού, σύνθεσης Οργάνου Διοίκησης, μη λύσης-μη εκκαθάρισης).
- Χορήγηση βεβαιώσεων διαγραφής από το Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο.

Οι παραπάνω διαδικασίες συμπεριλαμβάνουν την υποβολή αίτησης από τον ενδιαφερόμενο, τη διαχείριση της αίτησης από τη Διεύθυνση Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας της Ειδικής Γραμματείας Κ.ΑΛ.Ο. και την έκδοση και κοινοποίηση στον αιτούντα της απάντησης.

Δυνατότητα χρήσης της ειδικής διαδικτυακής πύλης (e-kaio) έχουν όλοι οι πολίτες, εφ' όσον έχουν ήδη πιστοποιηθεί στο σύστημα. Για την πιστοποίηση στο σύστημα, χρησιμοποιείται η διαδικασία και οι κωδικοί πιστοποίησης στις υπηρεσίες της Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Εσόδων (taxisnet).

Οι Βεβαιώσεις, που εκδίδονται και χορηγούνται με χρήση ηλεκτρονικής μεθόδου επικοινωνίας μέσω της διαδικτυακής πύλης Κ.ΑΛ.Ο., αποτελούν διοικητικά έγγραφα και είναι έγκυρα για κάθε χρήση από τους ενδιαφερομένους.

Κατηγορίες Μητρώων Φορέων Κ.ΑΛ.Ο

Το Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας αποτελείται από τα εξής επιμέρους Μητρώα:

Μητρώο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας (Μ.Κ.Ε.), στο οποίο εγγράφονται:

υποχρεωτικά, οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις (Κοιν.Σ.Επ.) και οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων (Συν.Εργ.), οι οποίες συστήνονται με βάση το Ν. 4430/ 2016 και οι Κοι.Σ.Π.Ε. του Ν. 2716/1999 και

προαιρετικά, οι Κοιν.Σ.Επ. που συστάθηκαν με το Ν. 4019/2011.

Το Μ.Κ.Ε περιλαμβάνει πέντε επιμέρους κατηγορίες:

- ✓ Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης Ευάλωτων Ομάδων,
- ✓ Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης Ειδικών Ομάδων,
- ✓ Κοι.Σ.Π.Ε,
- ✓ Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας και
- ✓ Συνεταιρισμοί Εργαζομένων.



Κάθε νομικό πρόσωπο έχει δικαίωμα εγγραφής μόνο σε μία κατηγορία του Μητρώου.

Ειδικό Μητρώο Άλλων Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (Ε.Μ.Α.Φ.Κ.Α.Ο.), στο οποίο εγγράφονται προαιρετικά τα υφιστάμενα νομικά πρόσωπα, τα οποία πληρούν σωρευτικά τα ειδικά κριτήρια που περιγράφονται στο άρθρο 3, παρ.1 εδάφ. δ' του Ν. 4430/2016 (οποιοδήποτε άλλο μη μονοπρόσωπο νομικό πρόσωπο, εφόσον έχει αποκτήσει νομική προσωπικότητα).

Το Ειδικό Μητρώο διακρίνεται σε επιμέρους κατηγορίες ανάλογα με την νομική μορφή των εγγεγραμμένων Φορέων. Ειδικότερα, περιλαμβάνει τις εξής κατηγορίες:

- Αγροτικοί Συνεταιρισμοί του Ν. 4384/2016
- Αστικοί Συνεταιρισμοί του Ν. 1667/1986
- Αστικές εταιρίες των αρ. 741 Α.Κ
- Λοιπές νομικές μορφές.

Τα κριτήρια για την εγγραφή και την πιστοποίηση στο Μητρώο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας διακρίνονται σε:

- Γενικά κριτήρια, τα οποία έχουν οριζόντια εφαρμογή για όλα τα νομικά πρόσωπα ανεξάρτητα από την κατηγορία του Μητρώου που θα εγγραφούν και
- Ειδικά κριτήρια, τα οποία πρέπει να πληρούνται ανάλογα με την επιμέρους κατηγορία του Μητρώου στην οποία επιθυμούν να εγγραφούν.
-

Διαδικασία εγγραφής στο Μ.Κ.Ε. (Κοιν.Σ.Επ. και Συνεταιρισμοί Εργαζομένων)

Ο υποψήφιος Φορέας μετά τη σύνταξη του καταστατικού, οφείλει να υποβάλει ηλεκτρονικά στο Μητρώο αίτηση εγγραφής.

Η αίτηση εγγραφής συνοδεύεται από:

- Το καταστατικό σε ψηφιακή μορφή με εμφανείς τις πρωτότυπες υπογραφές των ιδρυτικών μελών σε όλες τις σελίδες και,
- ξεχωριστή υπεύθυνη δήλωση του Ν. 1599/1986, υπογεγραμμένη από το κάθε ιδρυτικό μέλος, στην οποία θα αναγράφεται ότι δεν συμμετέχει σε άλλη Κοιν.Σ.Επ. με ίδια δραστηριότητα, (για σύσταση Κοιν.Σ.Επ.) ή σε άλλο Συν. Εργ. (για σύσταση Συν.Εργ.) ή διαφορετικά τα στοιχεία της Κοιν.Σ.Επ. ή του Συν.Εργ. στον οποίο συμμετέχει.
- Επιπλέον δικαιολογητικά ανάλογα με την κατηγορία του Φορέα.
- Στην περίπτωση που ιδρυτικό μέλος της Κοιν.Σ.Επ. είναι νομικό πρόσωπο, θα πρέπει επιπρόσθετα να υποβληθούν ακριβή αντίγραφα νομιμοποιητικών εγγράφων για την συμμετοχή του στην υπό σύσταση Κοιν.Σ.Επ. και εξουσιοδότηση σε φυσικό πρόσωπο για την υπογραφή του Καταστατικού της.

Το Τμήμα Μητρώου προβαίνει σε εξέταση της αίτησης εγγραφής. Μετά την εξέτασή της, χορηγείται βεβαίωση εγγραφής που αποτελεί δικαιολογητικό για την πραγματοποίηση της έναρξης εργασιών στην αρμόδια Φορολογική Αρχή, καθώς και για υποβολή σε άλλες Δημόσιες Αρχές.



Ο Φορέας αφού λάβει τη Βεβαίωση Εγγραφής, οφείλει να υποβάλει μέσω της πλατφόρμας τα εξής δικαιολογητικά:

- Αντίγραφο βεβαίωσης έναρξης εργασιών στη Δ.Ο.Υ,
- Ετήσιο Πρόγραμμα Δραστηριοτήτων με περίοδο αναφοράς έως το τέλος του τρέχοντος έτους. Ειδικά, για τις εγγραφές που πραγματοποιούνται τους τελευταίους τέσσερις μήνες του έτους, η περίοδος αναφοράς εκτείνεται έως το τέλος του επόμενου έτους,
- Πρακτικό Γενικής Συνέλευσης για εκλογή της Διοικούσας Επιτροπής (για Κοιν.Σ.Επ.) ή του Διοικητικού Συμβουλίου (για Συν.Εργ.), εκτός εάν αυτή έχει οριστεί απευθείας από το Καταστατικό και
- Πρακτικό της Διοικούσας Επιτροπής (για Κοιν.Σ.Επ.) ή του Διοικητικού Συμβουλίου (για Συν.Εργ.) για συγκρότησή της σε σώμα.
- Τα στοιχεία του Φορέα που έχουν καταχωρηθεί στο Μητρώο τροποποιούνται με ευθύνη του εγγεγραμμένου Φορέα και μετά από έγκριση του Τμήματος Μητρώου στις ακόλουθες περιπτώσεις:
 - τροποποίηση στοιχείων του καταστατικού, και
 - αλλαγή της σύνθεσης της Διοικούσας Επιτροπής (Κοιν.Σ.Επ.) ή του Διοικητικού Συμβουλίου (Συν.Εργ.).

Η διαδικασία υποβολής αιτήσεων τροποποίησης στοιχείων του Φορέα υλοποιείται αποκλειστικά μέσω της πλατφόρμας.

Εγγραφή των Κοι.Σ.Π.Ε. στο Μ.Κ.Ε.

Οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης, που διέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 12 του Ν. 2716/1999 εγγράφονται στο Μ.Κ.Ε. και συγκεκριμένα στην κατηγορία «Ένταξης», αυτοδίκαια.

Ο Κοι.Σ.Π.Ε οφείλει να συμπληρώσει την αίτηση εγγραφής στο Μητρώο και να την υποβάλει ηλεκτρονικά, συνοδευόμενη από τα εξής:

- Ισχύον καταστατικό σε ηλεκτρονική μορφή.
- Πιστοποιητικό εγγραφής και μεταβολών στα Μητρώα του Ειρηνοδικείου.
- Πρακτικό Γενικής Συνέλευσης για την εκλογή Εποπτικού και Διοικητικού Συμβουλίου.
- Πρακτικό συγκρότησης αυτών σε σώμα.
- Αποδεικτικά στοιχεία κατάθεσης των πρακτικών στο Ειρηνοδικείο.
- Βεβαίωση Έναρξης Δραστηριότητας.
- Αναλυτικός πίνακας με τα στοιχεία εργαζομένων για τη χρήση που προηγείται του έτους εγγραφής.
- Άδεια Λειτουργίας ή Βεβαίωση νόμιμης απαλλαγής από αυτή.
- Απόφαση έγκρισης σκοπιμότητας από το Υπουργείο Υγείας.

Το Τμήμα Μητρώου προβαίνει σε εξέταση του ηλεκτρονικού αιτήματος και στην έκδοση της σχετικής βεβαίωσης εγγραφής.

Τα στοιχεία του Μητρώου τροποποιούνται με ευθύνη του εγγεγραμμένου Κοι.Σ.Π.Ε στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- 1.τροποποίηση στοιχείων του καταστατικού,
- 2.αλλαγή της σύνθεσης του οργάνου Διοίκησης ή του Εποπτικού Συμβουλίου και
- 3.αλλαγή λοιπών στοιχείων του Κοι.Σ.Π.Ε.



Η διαδικασία υποβολής αιτήσεων τροποποίησης στοιχείων του Κοι.Σ.Π.Ε υλοποιείται αποκλειστικά μέσω της πλατφόρμας.

Υποχρεώσεις που απορρέουν από τη συμμετοχή στο Μητρώο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας

Οι Φορείς Κ.Α.Λ.Ο. υποχρεούνται σε ετήσια βάση να υποβάλουν στο Τμήμα Παρακολούθησης και Ελέγχου Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας στοιχεία για την λειτουργία τους, από τα οποία να τεκμηριώνεται η πλήρωση των κριτηρίων εγγραφής τους.

Συγκεκριμένα, οφείλουν να υποβάλουν το Ετήσιο Πρόγραμμα Δραστηριοτήτων και Απολογισμού, το οποίο περιλαμβάνει τον προγραμματισμό των δράσεων που θα αναπτύξουν, καθώς και τον απολογισμό των δραστηριοτήτων του προηγούμενου έτους. Επίσης, υποχρεούνται να υποβάλλουν τις Οικονομικές Καταστάσεις που προβλέπονται από το ν. 4308/2014.

Εγγραφή στο Ειδικό Μητρώο Άλλων Φορέων Κ.Α.Λ.Ο.

Κάθε φορέας αυτής της κατηγορίας οφείλει να συμπληρώσει και να υποβάλει ηλεκτρονικά την αίτηση εγγραφής μέσω της πλατφόρμας, συνοδευόμενη από τα εξής δικαιολογητικά:

- Αίτηση εγγραφής (σύμφωνα με προτυποποιημένο έντυπο).
- Κωδικοποιημένο ισχύον καταστατικό.
- Βεβαίωση για τις τροποποιήσεις του καταστατικού από αρμόδια υπηρεσία.
- Πρακτικό της Γενικής Συνέλευσης για την εκλογή Οργάνου Διοίκησης.
- Πρακτικό συγκρότησης του Οργάνου Διοίκησης σε σώμα.
- Αποδεικτικά στοιχεία κατάθεσης των πρακτικών στην αρμόδια υπηρεσία.
- Βεβαίωση έναρξης Δραστηριότητας στη Δ.Ο.Υ.
- Απόφαση αρμοδίου Οργάνου του Φορέα για εγγραφή στο Ειδικό Μητρώο

Το Τμήμα Μητρώου προβαίνει σε εξέταση του ηλεκτρονικού αιτήματος και με την έγκρισή του παράγεται από την πλατφόρμα η Βεβαίωση Εγγραφής στο Ειδικό Μητρώο.

Τα στοιχεία του Μητρώου τροποποιούνται με ευθύνη του εγγεγραμμένου Φορέα στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- 1.τροποποίηση στοιχείων του καταστατικού,
- 2.αλλαγή των μελών του Οργάνου Διοίκησης και
- 3.αλλαγή λοιπών στοιχείων του Φορέα.

Η διαδικασία υποβολής αιτήσεων τροποποίησης στοιχείων του Φορέα υλοποιείται αποκλειστικά ηλεκτρονικά μέσω της πλατφόρμας.



Ειδική Γραμματεία Κ.ΑΛ.Ο.

Η Ειδική Γραμματεία έχει ως κύριο έργο τη χάραξη, εκτέλεση και εφαρμογή της κυβερνητικής πολιτικής για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία με αποτελεσματικότερο τρόπο, καθώς καθίσταται δυνατή η εκπόνηση και η παρακολούθηση βραχυπρόθεσμων αλλά και μεσομακροπρόθεσμων πολιτικών για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία.

Αναλυτικότερα, η Ειδική Γραμματεία:

- καταρτίζει την Εθνική Στρατηγική για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία,
- παρακολουθεί και συντονίζει τις σχετικές δράσεις για την εφαρμογή και τη διασφάλιση της συνεκτικότητας της Εθνικής Στρατηγικής,
- μελετά και παράγει πολιτικές και επιβλέπει την εφαρμογή τους, προς όφελος του πολίτη,
- αναπτύσσει συνεργασία στους θεματικούς τομείς με αρμόδια Υπουργεία,
- εξειδικεύει την Εθνική Στρατηγική ανά τομέα, σε συνεργασία με τα αρμόδια Υπουργεία και φορείς,
- παρακολουθεί τις διεθνείς εξελίξεις.

Εθνική Επιτροπή για Κ.ΑΛ.Ο

Στο Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης συνιστάται Εθνική Επιτροπή για την Κοινωνική Οικονομία. Η Επιτροπή συγκροτείται με απόφαση του Υπουργού Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, αρμόδιου για την κοινωνική οικονομία.

Αρμοδιότητα της Επιτροπής είναι η προώθηση του κοινωνικού διαλόγου για τη διαμόρφωση πολιτικών ανάπτυξης των δραστηριοτήτων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας και η γνωμοδότηση για την αναθεώρηση, την εξειδίκευση και την εφαρμογή του Εθνικού Σχεδίου Δράσης για την Κοινωνική Οικονομία.

Συντονιστική επιτροπή για Κ.ΑΛ.Ο.

Συνιστάται Συντονιστική Επιτροπή για την Κ.ΑΛ.Ο. με Πρόεδρο τον Υπουργό Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, με απόφαση του οποίου συγκροτείται η Επιτροπή.

Η Συντονιστική Επιτροπή έχει τις ακόλουθες αρμοδιότητες:

- 1.Τη γνωμοδότηση για θέματα που αφορούν στην Εθνική Στρατηγική για την Κ.ΑΛ.Ο., η οποία εκπονείται και εφαρμόζεται από το Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης.
- 2.Την αξιολόγηση, παρακολούθηση της εφαρμογής και επικαιροποίηση της Εθνικής Στρατηγικής για την Κ.ΑΛ.Ο.
- 3.Την εισήγηση προς τον Υπουργό Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης και τους συναρμόδιους Υπουργούς, για την εκπόνηση μελετών και προγραμμάτων σχετικά με την προώθηση της εφαρμογής της Εθνικής Στρατηγικής για την Κ.ΑΛ.Ο



3. Παράγοντες Ανάπτυξης Των Κοινωνικών Επιχειρήσεων

3.1 Κοινωνικό Κεφάλαιο

Οι υλικοί και άυλοι πόροι είναι ζωτικής σημασίας για τη λειτουργία και την ανάπτυξη μιας Κοιν.Σ.Επ. Ανάλογα με το άμεσο και ευρύτερο περιβάλλον, όπως και το είδος της δραστηριότητας, προέρχονται από ποικίλες πηγές. Οι λειτουργίες του εντοπισμού με αυτές της απόκτησης των πόρων, παρ' ότι συνδέονται στενά, δεν ταυτίζονται. Είναι συχνό φαινόμενο για τις επιχειρήσεις κάθε μορφής να μην γνωρίζουν την ύπαρξή τους. Άλλο τόσο συχνό είναι να γνωρίζουν τις πηγές, αλλά να μην έχουν τις δυνατότητες να τις αξιοποιήσουν. Απαιτείται επομένως διττή τεχνογνωσία.

Κατηγορίες πόρων

Μια κατηγοριοποίηση των πιθανών πόρων είναι η εξής:

- **Εθελοντική εργασία:** Προέρχεται κυρίως από το άμεσο εξωτερικό περιβάλλον δραστηριοποίησης. Η διαθεσιμότητα εξαρτάται από το οργανωσιακό και επικοινωνιακό προφίλ μιας Κοιν.Σ.Επ. και τα γενικότερα πολιτισμικά χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος. Για παράδειγμα, είναι πιθανότερο να προσελκύσουμε εθελοντές σε μια οργάνωση συλλογικού σκοπού (π.χ. για την διοργάνωση ενός πολιτιστικού φεστιβάλ ή για κάποια οικολογική δραστηριότητα) παρά σε μια οργάνωση που παράγει ιδιωτικά καταναλωτικά αγαθά.
- **Τεχνογνωσία:** Οι ειδικές γνώσεις και ικανότητες που απαιτούνται για τη λειτουργία μιας οργάνωσης. Αποκτώνται μέσω κατάρτισης, συμβουλευτικής ή αμοιβαίας μάθησης στο πλαίσιο συνεργασιών (π.χ. θερμοκοιτίδες επιχειρηματικότητας, δίκτυα συνεργασίας κ.α.).
- **Εξοπλισμός/ Υποδομές:** Μπορούν να αποκτηθούν από διάφορες πηγές: Αγορά/ενοικίαση/leasing, ιδιωτικές δωρεές, κοινή χρήση και διαχείριση με άλλους οργανισμούς, παραχώρηση για χρήση από κάποιον ΟΤΑ, κοινοτικά προγράμματα, από φιλανθρωπικούς ή επενδυτικούς οργανισμούς κ.α. Οι συγκεκριμένοι πόροι ενδέχεται να είναι στοχευμένοι, ανάλογα με τη μορφή και το είδος δραστηριότητας ή τη γεωγραφική τοποθεσία.
- **Χρηματικοί πόροι:** Ανάλογα με την Κοινωνική Επιχείρηση και τη δραστηριότητά της, αυτοί μπορεί να προέρχονται από πώληση αγαθών σε καταναλωτές, συμβόλαια από το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση (π.χ. δημόσιες συμβάσεις κοινωνικής αναφοράς), συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα, μικροπιστώσεις, συνδρομές μελών, εκδηλώσεις οικονομικής υποστήριξης κ.ά. Κάποιοι κατευθύνονται απευθείας για την ενίσχυσή της, ενώ άλλοι (συχνότερα) για την υλοποίηση κάποιου συγκεκριμένου έργου.

Οι ανωτέρω πόροι δύναται να προέρχονται από δημόσιους φορείς, από διαρθρωτικά ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, από υπερεθνικούς οργανισμούς, από οργανισμούς προώθησης της επιχειρηματικής φιλανθρωπίας (venture philanthropy), την τοπική κοινωνία κ.ά.



3.2 Κοινωνική Δικτύωση

Η ανάγκη των επιχειρήσεων για καλύτερη ανταπόκριση στις συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς αλλά και για την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έχει συμβάλει στην ολοένα και μεγαλύτερη εξάπλωση των επιχειρηματικών δικτύων. Οι επιχειρήσεις, και ιδιαίτερα μικρού και μεσαίου μεγέθους, αντιλαμβάνονται την κρισιμότητα να δημιουργούν δίκτυα συνεργασίας και να στοχεύουν σε αγορές μακρύτερα από τον περίγυρό τους, να επενδύουν σε έρευνα και ανάπτυξη και να επιχειρούν την έξοδό τους στη διεθνή αγορά. Προκειμένου να επιτευχθούν τέτοιοι στόχοι με σταθερότητα, οι συνεργασίες των επιχειρήσεων έχουν καθοριστική σημασία, καθώς και η καλλιέργεια κουλτούρας συνεργασίας. Έτσι, η παραδοσιακή οικονομία των αγορών αντικαθίσταται από τη νέα οικονομία των δικτύων όπου οι πωλητές προϊόντων μετατρέπονται σε πάροχοι υπηρεσιών, οι πελάτες σε χρήστες και η πρόσβαση στα δίκτυα αυτά αποκτά βαρύνουσα σημασία. Το ίδιο ισχύει και στην κοινωνική οικονομία και στην ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων. Στη νέα δικτυωμένη οικονομία, οι αγοραίες συναλλαγές παραχωρούν τη θέση τους στις στρατηγικές συμμαχίες, που βασίζονται στην από κοινού άντληση πόρων και κατανομή των κερδών.

Οι νέες επιχειρήσεις συμπεριλαμβανομένων των Κοιν.Σ.Επ. θα πρέπει να συγκεντρώνουν και να μοιράζονται τους συλλογικούς τους πόρους και τις στρατηγικές πληροφορίες, δημιουργώντας μεγάλα δίκτυα προμηθευτών-χρηστών που συνδιαχειρίζονται τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Στο νέο οικονομικό περιβάλλον, η αλλαγή αυτή καθ' εαυτή αποτελεί τη μόνη σταθερά, οδηγώντας τις επιχειρήσεις να ενταχθούν σε ένα δίκτυο αμοιβαία επωφελών σχέσεων που είναι σχεδιασμένες να βελτιστοποιούν τη συλλογική προσπάθεια, εξασφαλίζοντας μεγαλύτερες εγγυήσεις για την επιτυχία του συνόλου του δικτύου, αλλά και της κάθε Κοιν.Σ.Επ. ξεχωριστά. Τα δίκτυα είναι πολύ ευέλικτα και ταιριάζουν καλύτερα στην ευμετάβλητη φύση του νέου οικονομικού περιβάλλοντος και ειδικότερα της εκδηλωνόμενης κρίσης που πλήττει τη χώρα τα τελευταία χρόνια, καθώς η συνεργασία και η ομαδική προσέγγιση στην επίλυση προβλημάτων δίνουν την ευκαιρία στα μέλη να ανταποκρίνονται πιο γρήγορα στις μεταβολές του εξωτερικού περιβάλλοντος.

Ενώ οι επιχειρηματίες (μέλη και συνέταιροι) μιας Κοιν.Σ.Επ. εκχωρούν έναν βαθμό αυτονομίας και κυριαρχίας, ο αυθορμητισμός και η δημιουργικότητα που απορρέουν από τη δικτυωμένη συνεργασία, θα μπορούσε να δώσει ένα συλλογικό πλεονέκτημα στη νέα, πιο απαιτητική οικονομία. Επειδή τα δίκτυα συνεπάγονται πολλούς διαύλους επικοινωνιών, ποικίλες προοπτικές, παράλληλες επεξεργασίες των πληροφοριών, συνεχή ανάδραση και ανταμείβουν την καινοτομία σκέψη, τα μέλη είναι πιθανότερο να δημιουργήσουν νέες επαφές, να συλλάβουν νέες ιδέες και να καταστρώσουν νέα σχέδια δράσης, λειτουργώντας σε ένα υπερεμπορικό περιβάλλον.

Στα πλαίσια προώθησης δημιουργίας ενός τοπικού δικτύου Κοινωνικής Οικονομίας και Επιχειρηματικότητας, είναι αναγκαίο να επιδιωχθεί η διαμόρφωση μόνιμων δικτύων οριζόντιας και κάθετης συνεργασίας με τοπικούς κοινωνικοοικονομικούς συντελεστές που ενδιαφέρονται ή μπορούν να συμβάλουν στην επίτευξη συγκεκριμένων στόχων συλλογικού οφέλους.

Οι ενδιαφερόμενες Κοιν.Σ.Επ. πρέπει να ξεκινήσουν μια σειρά επαφών με την τοπική αυτοδιοίκηση και τις κοινωνικές και αναπτυξιακές επιχειρήσεις, καθώς και με την Περιφέρεια που ανήκουν, με γενικότερο στόχο την υποστήριξη και την ενίσχυση των επιχειρηματικών προσπαθειών των νέων ή υπό σύσταση κοινωνικών επιχειρήσεων.

Παράλληλα πρέπει να επιδιωχθεί συνεργασία και με εξωτερικούς φορείς, όπως για παράδειγμα τα Επιμελητήρια, τα Κέντρα Δια Βίου Μάθησης, τους Εμπορικούς Συλλόγους, τον ΕΛΟΤ για υπηρεσίες



διασφάλισης ποιότητας, πρότυπα κ.λπ.

Συνέργιες για την ανάπτυξη σχέσεων πρέπει να αναπτυχθούν και με τον ερευνητικό και τεχνολογικό ιστό της περιοχής που ανήκει μια Κοιν.Σ.Επ., όπως Πανεπιστήμια, ΑΤΕΙ κ.ά. ερευνητικά ιδρύματα. Στόχος η σύναψη σταθερού πλαισίου συνεργασίας για παροχή επιστημονικών γνώσεων, η χρήση εργαστηριακού εξοπλισμού έναντι αμοιβής, η συμμετοχή σε εθνικά και κοινοτικά προγράμματα, οι αναζητήσεις εταίρων, η συμμετοχή σε ανθρωποδίκτυα κ.ά.

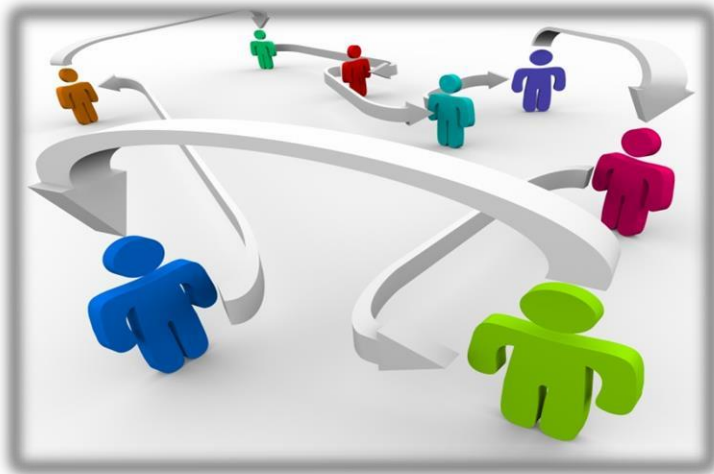
Δίκτυα και Clusters Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Αναφορικά με το διαχωρισμό των δικτύων και των συστάδων κοινωνικών επιχειρήσεων, το δίκτυο είναι: *«Μια μορφή οργανωμένης οικονομικής δραστηριότητας, η οποία περιλαμβάνει ένα σύνολο συναλλασσομένων μερών (ατόμων ή οργανισμών) που συνδέονται μεταξύ τους με ένα σύνολο σχέσεων»*

Όπως προκύπτει από τον παραπάνω ορισμό, τα δίκτυα των Κοιν.Σ.Επ. μπορούν να διακριθούν σε προσωπικά και εταιρικά-συνεταιριστικά. Τα προσωπικά δίκτυα είναι οι σχέσεις συνεργασίας ενός εταίρου με άλλους εταίρους. Προσωπικά δίκτυα αναπτύσσονται σε όλες τις Κοιν.Σ.Επ. μιας και τα ιδρυτικά μέλη αλληλεπιδρούν και συνεργάζονται για την ανάπτυξη και εφαρμογή του κοινωνικού σκοπού της επιχείρησης.

Ιδιαίτερα στις μικρές Κοιν.Σ.Επ., το προσωπικό δίκτυο μεταξύ των εταίρων θεωρείται ως ισοδύναμο του συνολικού επιχειρηματικού δικτύου λόγω του μικρού αριθμού των εργαζομένων.

Τα συνεταιριστικά επιχειρηματικά δίκτυα μπορεί να είναι άτυπα ή τυπικά και να αφορούν στις σχέσεις της κοινωνικής επιχείρησης με άλλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς.



Σαν ένα παράδειγμα άτυπου προσωπικού δικτύου θα μπορούσε να θεωρηθεί: Ένας εκ των συνεταίρων μιας Κοιν.Σ.Επ., προκειμένου να αξιοποιήσει τη γνώση και την πληροφορία προς όφελος της Κοιν.Σ.Επ. που εκπροσωπεί, μπορεί να συνομιλεί με διάφορα άτομα εξωτερικά προς την Κοιν.Σ.Επ. του ή άλλες Κοιν.Σ.Επ. και να αντλεί πληροφόρηση για κοινωνικές διεργασίες, διαδικασίες παραγωγής (σε περιπτώσεις παραγωγικού και συλλογικού σκοπού), τους προμηθευτές και τις αγορές διάθεσης των προϊόντων ή των υπηρεσιών.



Τα άτομα αυτά μπορεί να εργάζονται σε συνεργαζόμενες Κοιν.Σ.Επ., αλλά μπορεί να προέρχονται και από τον κοινωνικό περίγυρο του ή άλλες κοινές επιχειρήσεις. Σε αυτόν τον τύπο κοινωνικού δικτύου, ο χρόνος, ο στόχος και οι συμμετέχοντες του δικτύου δεν προκαθορίζονται με σαφήνεια ούτε προσδιορίζονται συμβατικά, αλλά διαμορφώνονται ατύπως.

Γενικότερα μέσα από τη συνεργασία τους, οι επιχειρήσεις συμπληρώνουν η μία την άλλη και επιτυγχάνουν στόχους τους οποίους δε θα μπορούσαν να επιτύχουν μεμονωμένα. Η συμμετοχή των κοινωνικών επιχειρήσεων σε τυπικά δίκτυα είναι πιο σπάνια από τη διατήρηση άτυπων σχέσεων συνεργασίας, καθώς στα τυπικά δίκτυα οι κοινωνικές επιχειρήσεις πρέπει να πληρούν κάποιες ελάχιστες προδιαγραφές. Τα τυπικά δίκτυα εστιάζουν κυρίως σε εμπορικά θέματα και καθορίζουν με σαφήνεια τον χρονικό ορίζοντα και το στόχο του δικτύου, καθώς και τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις. Αφορά κυρίως τις ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. συλλογικού και παραγωγικού σκοπού. Στο πλαίσιο αυτό, μεταξύ των συνεργαζομένων επιχειρήσεων υπογράφεται κάποιο σύμφωνο συνεργασίας.

Επιχειρηματικά δίκτυα μπορεί να συνάψει μια Κοιν.Σ.Επ. με διάφορες επιχειρήσεις/οργανισμούς, όταν οι συναλλαγές τους υπερβαίνουν τις αυστηρά προδιαγεγραμμένες σχέσεις της αλυσίδας αξίας. Παραδείγματα τέτοιων επιχειρήσεων/οργανισμών αποτελούν: οι πελάτες, οι προμηθευτές, οι διανομείς, οι ανταγωνιστές, τα πανεπιστήμια ή ερευνητικά κέντρα, οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί.

Βαρύνουσα σημασία έχει δοθεί στη σύναψη δικτύων με τους πελάτες και τους προμηθευτές της κοινωνικής επιχείρησης. Οι στενοί και ποιοτικοί δεσμοί με τους πελάτες και η παρακολούθηση των μεταβαλλόμενων προτιμήσεων και αναγκών τους συμβάλλει σημαντικά στην καινοτομία της κοινωνικής επιχείρησης, στη σωστή τοποθέτηση της ίδιας και των προϊόντων ή υπηρεσιών της στην αγορά καθώς και στην εκπλήρωση του κοινωνικού σκοπού.

Οι ουσιαστικές σχέσεις συνεργασίας με τους προμηθευτές είναι επίσης σημαντικές, καθώς μπορούν να προσφέρουν σημαντική πληροφόρηση για την αγορά και τις τεχνολογικές εξελίξεις και να οδηγήσουν στην από κοινού ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών. Σημαντικό ρόλο μπορεί, τέλος, να διαδραματίσει η δικτύωση της κοινωνικής επιχείρησης με πανεπιστήμια ή ερευνητικά κέντρα, ιδίως για την ασφαλέστερη εκτίμηση των αποτελεσμάτων εκπλήρωσης του κοινωνικού τους σκοπού. Αυτού του είδους οι συνεργασίες επιτρέπουν στην κοινωνική επιχείρηση να έχει πρόσβαση σε τεχνολογία αλλά και γνώση, χωρίς να χρειάζεται να κάνει μεγάλες επενδύσεις υψηλού ρίσκου σε εσωτερική έρευνα και ανάπτυξη.

Οι συστάδες επιχειρήσεων (clusters) είναι:

«...γεωγραφικά κοντινές επιχειρήσεις και άλλοι φορείς (όπως πανεπιστήμια), που αλληλεπιδρούν με τη βοήθεια της τεχνολογίας για την υλοποίηση ενεργειών σε συγκεκριμένους τομείς»

Το ίδιο ισχύει και για τις συστάδες κοινωνικών επιχειρήσεων. Κατά κύριο λόγο αποτελούνται από κοινωνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ίδιο κλάδο δραστηριότητας (οριζόντια clusters) ή σε διαφορετικούς κλάδους της διαδικασίας παραγωγής προϊόντων ή παροχής υπηρεσιών, ανήκουν δηλαδή στην ίδια εφοδιαστική αλυσίδα (κάθετα clusters). Οι επιχειρήσεις αυτές ονομάζονται είτε «επιχειρήσεις-εταίροι», είτε «επιχειρήσεις κορμού». Σκόπιμο είναι, όμως, να συμμετέχουν και άλλοι φορείς όπως είναι δημόσιοι φορείς, πανεπιστήμια, χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί, ινστιτούτα κ.λπ.

Σε αντίθεση με τα δίκτυα, οι συστάδες κοινωνικών επιχειρήσεων εντοπίζονται σε συγκεκριμένη γεωγραφικά περιοχή, καθώς η γειννίαση διευκολύνει την επικοινωνία, τις μεταφορές, αλλά και την αλληλεπίδραση μεταξύ τους. Όμως, στην περίπτωση που οι επιχειρηματικές συναλλαγές δεν επηρεάζονται από τη γεωγραφική απόσταση, οι συστάδες δύνανται να αναπτυχθούν σε μεγαλύτερο γεωγραφικά εύρος. Έτσι, υπάρχουν συστάδες σε τοπικό, υπερτοπικό, εθνικό, αλλά και σε διεθνές επίπεδο.



Συστάδες μπορεί ακόμα να αναπτυχθούν σε αστικό ή αγροτικό περιβάλλον.

Οι συστάδες κοινωνικών επιχειρήσεων αποτελούν μια από τις θεμελιακές ιδέες της κοινωνικής οικονομίας, η οποία στηρίζεται στην αλληλοβοήθεια, στην ανταλλαγή γνώσης, στη δημιουργία αλληλεξαρτήσεων έτσι ώστε να προαχθεί ο κοινωνικός σκοπός που επιτελούν.

Οι συστάδες συνήθως αναδύονται μέσα από ανάγκες της αγοράς και της κοινωνίας προκειμένου οι κοινωνικές επιχειρήσεις να:

- αποκτήσουν πρόσβαση σε νέα γνώση και συμπληρωματική τεχνολογία
- αξιοποιήσουν συνέργειες που τυχόν υπάρχουν ή να επιτύχουν οικονομίες κλίμακας
- να εξυπηρετήσουν το κοινωνικό σύνολο
- να εξαλείψουν τον επιχειρηματικό κίνδυνο
- να υλοποιήσουν από κοινού προγράμματα έρευνας και ανάπτυξης
- να ενισχύσουν την αποδοχή στο κοινό
- να ανταλλάξουν προμηθευτές και χρήστες
- να αποκτήσουν αμοιβαία οφέλη όπως προκύπτουν από τη συμπληρωματική χρήση των πόρων και τη συνδυασμένη γνώση
- να επιταχυνθεί η διαδικασία μάθησης
- να μειωθεί το κόστος συναλλαγής
- να ξεπεραστούν εμπόδια διείσδυσης σε νέες αγορές
- να επωφεληθούν χρηματοδοτήσεων

Όμως συχνά δυστοκίες ή ατέλειες δεν επιτρέπουν την ανάδειξη τέτοιων μορφών συνεργασίας είτε αφορούν την κοινωνική οικονομία, είτε παραδοσιακούς κλάδους της οικονομίας. Σε αυτές τις περιπτώσεις η πολιτεία μπορεί να υλοποιήσει πρωτοβουλίες που ενθαρρύνουν την ανάπτυξη των συστάδων. Οι πρωτοβουλίες αυτές δρουν ως καταλύτης και επιταχύνουν τη δημιουργία συστάδων επιχειρήσεων, συμβάλλοντας στη συνειδητοποίηση της ανάγκης ή και παροτρύνοντας την ενεργή συμπεριφορά επιχειρήσεων για τη συμμετοχή τους.

Μια συστάδα κοινωνικών επιχειρήσεων είναι επιτυχής, εφόσον υλοποιεί δράσεις οι οποίες δεν μπορούσαν να προωθηθούν ή προωθούνταν λιγότερο αποτελεσματικά χωρίς τη σύναψη συνεργασιών. Η επιτυχημένη λειτουργία των συστάδων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ικανότητα των ανθρώπων να δημιουργούν σχέσεις και να συμμετέχουν σε δίκτυα, αλλά και από τη διάθεσή τους να μοιραστούν πληροφορίες. Κι αυτό γιατί η ύπαρξη επιχειρηματικών δικτύων μέσα σε μία συστάδα κοινωνικών επιχειρήσεων προωθεί τη συλλογική μάθηση τόσο κάθετα ανάμεσα στους πελάτες και προμηθευτές που ανήκουν στον ίδιο προμηθευτικό κύκλο όσο και οριζόντια μεταξύ ανταγωνιστικών επιχειρήσεων.

Η καλλιέργεια κουλτούρας, η οποία προωθεί τη συνύπαρξη ανταγωνισμού και συνεργασίας, μπορεί να διευκολύνει την ανάπτυξη τέτοιων δεσμών. Καταρχήν, όμως, θα πρέπει να υπάρχει συναίνεση σε βασικά στοιχεία, συνειδητοποίηση της ανάγκης συνεργασίας, κοινή πεποίθηση ότι τα οφέλη θα είναι αμοιβαία, καθώς και συνεχής προσωπική επικοινωνία. Η συνύπαρξη των ανωτέρω στοιχείων δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη εμπιστοσύνης μεταξύ των εμπλεκομένων, η οποία είναι απαραίτητη για τη διάχυση της πληροφορίας και της γνώσης.



Διαφορές συστάδων κοινωνικών επιχειρήσεων και επιχειρηματικών δικτύων κοινωνικών επιχειρήσεων

Οι συστάδες και τα δίκτυα κοινωνικών επιχειρήσεων συχνά θεωρούνται ως έννοιες ταυτόσημες. Κι αυτό γιατί τα δίκτυα αποτελούν βασικό δομικό στοιχείο των συστάδων κοινωνικών επιχειρήσεων. Η ύπαρξη δικτύων μέσα στις συστάδες διευκολύνει τη συνεργασία σε διάφορα θέματα όπως εκπαίδευση, χρηματοδότηση, τεχνολογική ανάπτυξη, επίτευξη κοινωνικού σκοπού, επίλυση κοινωνικών προβλημάτων, εξυπηρέτηση πληθυσμού που πλήττεται κοινωνικά, σχεδιασμό προϊόντων, εφαρμογή σχεδίου μάρκετινγκ, εξαγωγές και διανομή.

Οι βασικές διαφορές που εντοπίζονται μεταξύ των συστάδων και των επιχειρηματικών δικτύων κοινωνικών επιχειρήσεων είναι:

- Οι συστάδες αποτελούνται από πολύ μεγαλύτερο εύρος συνεργαζόμενων κοινωνικών επιχειρήσεων σε σύγκριση με τα δίκτυα κοινωνικών επιχειρήσεων.
- Οι συστάδες έχουν συγκεκριμένο γεωγραφικό προσδιορισμό σε αντίθεση με τα δίκτυα κοινωνικών επιχειρήσεων.
- Οι συστάδες έχουν ευρύτερο στρατηγικό στόχο από τα δίκτυα. Μέσα σε μια συστάδα μπορούν να λειτουργούν παράλληλα πολλά διαφορετικά δίκτυα σε διάφορα επίπεδα.

Αναλυτικότερα οι διαφορές μεταξύ των δύο σχηματισμών αναλύονται στον παρακάτω πίνακα.

<i>Διαφορές συστάδων κοινωνικών επιχειρήσεων από τα δίκτυα κοινωνικών επιχειρήσεων</i>	
<i>Συστάδες (clusters)</i>	<i>Δίκτυα</i>
Συνήθως οι κοινωνικές επιχειρήσεις μέλη της συστάδας γειτνιάζουν	Δεν τίθενται γεωγραφικοί περιορισμοί
Όσο περισσότερα τα μέλη τόσο καλύτερα	Ο αριθμός των μελών καθορίζεται εξαρχής και συνήθως δεν μεταβάλλεται
Η συμμετοχή των μελών είναι ισότιμη	Η συμμετοχή των μελών δεν είναι πάντα ισότιμη
Οι σχέσεις είναι ελαστικές	Οι σχέσεις των μελών είναι καθορισμένες
Αποτελούν ξεχωριστή οντότητα που εξελίσσεται	Αποτελούν δραστηριότητα των κοινωνικών επιχειρήσεων
Οι κοινωνικές επιχειρήσεις - μέλη διαθέτουν συνήθως ανταγωνιστικά προϊόντα /υπηρεσίες	Οι κοινωνικές επιχειρήσεις-μέλη των δικτύων διαθέτουν συνήθως συμπληρωματικά προϊόντα / υπηρεσίες



Ενθαρρύνουν την παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών σε συγκεκριμένη γεωγραφικά περιοχή	Τα δίκτυα επιτρέπουν την ανάπτυξη εξειδικευμένων υπηρεσιών σε χαμηλότερο κόστος
Δύνανται να περιέχουν δίκτυα επιχειρήσεων	Δεν δύνανται να περιέχουν συστάδες
Οι στόχοι μπορεί να είναι ποικίλοι και πάντως διαφορετικοί από τις κοινωνικές επιχειρήσεις που τις απαρτίζουν (π.χ. εξυπηρέτηση του κοινού οφέλους)	Οι στόχοι των δικτύων είναι ομοειδείς με τους στόχους των κοινωνικών επιχειρήσεων που τα απαρτίζουν

Κοινωνικά επιχειρηματικά δίκτυα και η ανάπτυξή τους

Στην παρούσα έκθεση γίνεται αναφορά στις δομές των επιχειρηματικών συμμαχιών, χρησιμοποιώντας τον όρο της δικτύωσης, αφενός γιατί εκφράζει καλύτερα τα δίκτυα μικρομεσαίων επιχειρήσεων όπως και είναι οι περισσότερες κοινωνικές επιχειρήσεις και αφετέρου, γιατί η δικτύωση αναφέρεται στην γενικότερη διαδικασία συνεργασίας και σύναψης συμμαχιών που λαμβάνει χώρα στη δημιουργία δικτύων.

Τις περισσότερες φορές, ομάδες κοινωνικών επιχειρήσεων, οι οποίες συνεργάζονται για την επίτευξη συγκεκριμένων επιδιώξεων, και για τα αποτελέσματα κοινής δραστηριότητας έχουν αναγνωρίσιμο και μετρήσιμο αντίκτυπο στα μέλη τους. Επιπλέον είναι σύνηθες να έχουν περιορισμένο αριθμό μελών που έχουν συμφωνήσει να συνεργαστούν με κάποιο τρόπο για να επιτύχουν συγκεκριμένους επιχειρηματικούς στόχους, οι οποίοι πιθανότατα οδηγούν στην ενίσχυση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και στην δημιουργία αμοιβαίου οικονομικού οφέλους. Τα δίκτυα κοινωνικών επιχειρήσεων δεν είναι αμιγώς στοχευμένα στην ενίσχυση των επιχειρήσεων και κινητοποιούνται για την επίτευξη ευρύτερων στόχων που αφορούν στην περιφερειακή και εθνική οικονομική ανάπτυξη για το καλό του συνόλου της κοινωνίας.

Η βασικότερη διαβάθμιση σε υποκατηγορίες κοινωνικών επιχειρηματικών δικτύων γίνεται με βάση τον βαθμό καθετοποίησής τους και περιλαμβάνει τους εξής τρεις τύπους:

1.Κάθετα δίκτυα: τα μέλη αναπτύσσουν κάποιο βαθμό εξειδίκευσης σε συγκεκριμένο τομέα της παραγωγικής αλυσίδας (ή της παροχής υπηρεσιών). Τα δίκτυα αυτά στηρίζονται σε σχέσεις εισροών-εκροών, όπου το κάθε μέλος αναπτύσσει μια συγκεκριμένη εξειδίκευση στον τομέα του εξυπηρετώντας την αποτελεσματική παραγωγή (ή παροχή υπηρεσίας) και διάθεση μιας συγκεκριμένης κατηγορίας προϊόντων ή υπηρεσιών προς τις τελικές αγορές.

2.Οριζόντια δίκτυα: αποτελούνται από κοινωνικές επιχειρήσεις οι οποίες παράγουν ίδια ή παρόμοια προϊόντα ή υπηρεσίες και ανταγωνίζονται μεταξύ τους. Συνήθως συνίστανται με στόχο την κοινή προώθηση, την έρευνα και ανάπτυξη νέων προϊόντων ή υπηρεσιών, την κοινή προμήθεια πρώτων υλών κ.ά.

3.Συμπληρωματικά δίκτυα: αποτελούνται από κοινωνικές επιχειρήσεις οι οποίες δεν ανταγωνίζονται μεταξύ τους, ούτε συνδέονται μεταξύ τους σε μια αλυσίδα παραγωγής (ή παροχή υπηρεσίας). Συνήθως



συνίστανται για την προώθηση κοινών συμφερόντων διαφορετικών κλάδων κοινωνικών επιχειρήσεων επιχειρήσεων, για τη διαμόρφωση ολοκληρωμένων πακέτων προϊόντων και υπηρεσιών, και τη δημιουργία κέντρων πληροφόρησης κ.ά.

Για τη λειτουργία ενός δικτύου είναι απαραίτητος ο χρονοπρογραμματισμός. Τα μέλη του δικτύου θα πρέπει να εκμεταλλούνται σε πραγματικό χρόνο την προσφερόμενη γνώση, πληροφορία και τη σύναψη επαφών με τα υπόλοιπα μέλη. Οι επαφές θα πρέπει να είναι τακτικές με συναντήσεις των εκπροσώπων των κοινωνικών επιχειρήσεων και με επιτόπιες επισκέψεις για την κατανόηση των αλληλοσυσχετίσεων. Θα πρέπει εξαρχής να καταγραφεί η υφιστάμενη δράση κάθε μέλους κοινωνικής επιχείρησης και να καθοριστεί η μελλοντική σύμπλευση και η κοινή δράση. Ασφαλώς με την πάροδο του χρόνου μπορούν να γίνουν διορθωτικές κινήσεις για την εύρυθμη λειτουργία του δικτύου. Θα πρέπει μεταξύ των μελών να εξειδικευτούν οι θεματικές προτεραιότητες για την ανάπτυξη των πρωτοβουλιών προώθησης των προϊόντων και των υπηρεσιών. Ανάλογα με την εξειδίκευση και την εξυπηρέτηση του κοινωνικού σκοπού που υπηρετούν οι Κοιν.Σ.Επ. θα πρέπει να καταγραφούν οι προϋποθέσεις δικτύωσης εξαρχής και να υπάρχει μια λειτουργία ανάδρασης και ανατροφοδότησης των αποτελεσμάτων της λειτουργίας του δικτύου βάσει του χρονοπρογραμματισμού.

Πέραν του χρονοπρογραμματισμού, άλλα βασικά χαρακτηριστικά των δικτύων είναι:

- ο το περιεχόμενο των δεσμών η δομή του δικτύου και
- ο η ισχύς των δεσμών μεταξύ των συνεργατών

Περιεχόμενο των δεσμών (Network Content)

Το περιεχόμενο ενός δικτύου υποδεικνύει τον τύπο των σχέσεων και τους πόρους που ανταλλάσσονται μεταξύ των συνεργατών και κατ επέκταση των Κοιν.Σ.Επ. Σημαντικοί τύποι δικτύων που μπορούν να συμβάλουν στην κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι μεταξύ άλλων οι εξής:

Δίκτυο πληροφόρησης για την αγορά (market knowledge network)

Η γνώση για την αγορά αντικατοπτρίζει τη γνώση του κοινωνικού επιχειρηματία ή της Κοιν.Σ.Επ. για τους πιθανούς πελάτες, τα κανάλια διανομής, τις κοινωνικές ανάγκες και εν γένει τη λειτουργία της αγοράς. Ένα αποτελεσματικό δίκτυο πληροφόρησης για την αγορά και τις κοινωνικές ανάγκες μπορεί να οδηγήσει την κοινωνική επιχείρηση στην αναγνώριση και εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών, καθώς της παρέχει γνώση για τα προβλήματα και τις τάσεις της οικονομίας και τη βοηθάει να αξιολογήσει τη μελλοντική βιωσιμότητα.

Δίκτυο τεχνολογικής πληροφόρησης (technological knowledge network)

Η τεχνολογική γνώση είναι εξίσου σημαντική για την κοινωνική επιχειρηματικότητα, καθώς η πλειοψηφία των σύγχρονων Κοιν.Σ.Επ., ανεξάρτητα από τον αν είναι Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης, ή Κοιν.Σ.Επ. Κοινωνικής και Συλλογικής Ωφέλειας, χρειάζονται και τεχνολογική γνώση για να πραγματοποιήσουν καινοτομίες και να αξιοποιήσουν αποτελεσματικά και γρήγορα τις ευκαιρίες που εντοπίζουν. Είναι σημαντικό, λοιπόν, για τις Κοιν.Σ.Επ. να διατηρούν ταυτόχρονα δίκτυα πληροφόρησης για την αγορά και για την τεχνολογία, καθώς οι δύο τύποι πληροφόρησης είναι συμπληρωματικοί. Η τεχνολογική αλλαγή από μόνη της δε δημιουργεί απαραίτητα επιχειρηματικές ευκαιρίες, ενώ η γνώση για την αγορά δεν μπορεί να αξιοποιηθεί αποτελεσματικά χωρίς την αξιοποίηση των τεχνολογικών εξελίξεων.



Δίκτυο συνεργασιών σκοπού (cooperative network)

Το δίκτυο συνεργασιών σκοπού αφορά στις συνεργασίες μεταξύ κοινωνικών επιχειρήσεων, που στοχεύουν στην από κοινού επίτευξη ενός σκοπού. Αυτή η μορφή δικτύωσης είναι ιδιαίτερα σημαντική στις Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης. Έτσι προωθούνται πλήρως λύσεις και συνεργασίες για την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων.

Δίκτυο οικονομικού κεφαλαίου (capital network)

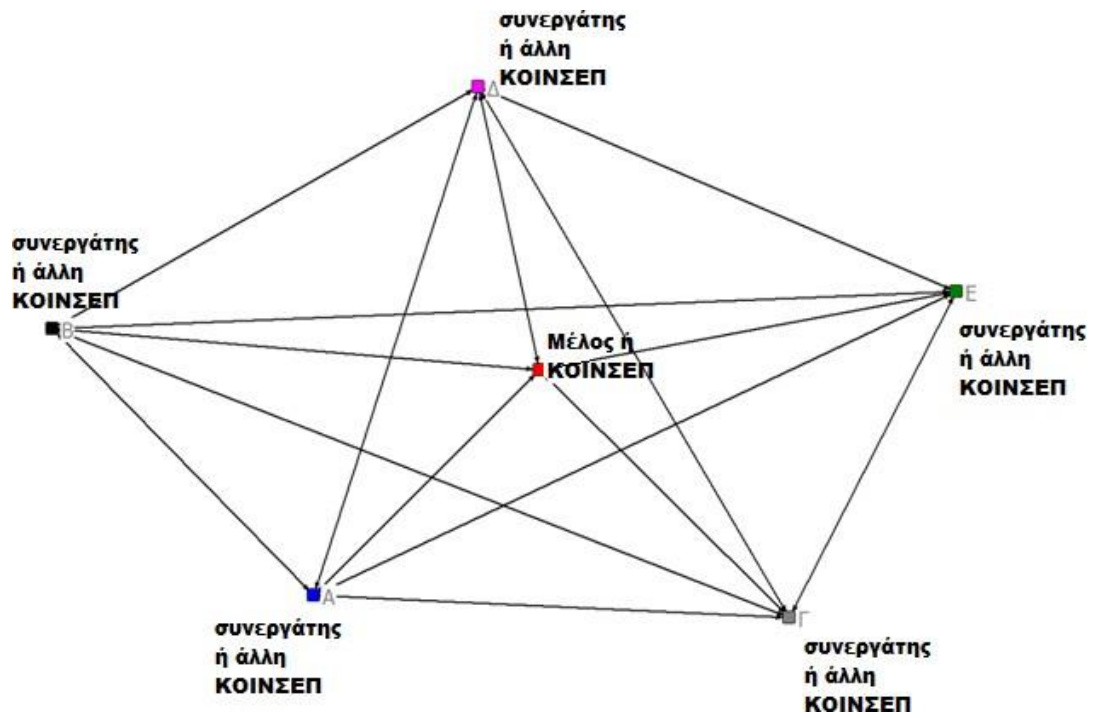
Ο κοινωνικός επιχειρηματίας (ή η κοινωνική επιχείρηση) μπορεί να απευθυνθεί σε ένα ανάλογο δίκτυο οικονομικού κεφαλαίου, προκειμένου να εξασφαλίσει το απαραίτητο οικονομικό κεφάλαιο, για να υλοποιήσει μια καινούρια επιχειρηματική ευκαιρία. Δυστυχώς, λόγω των οικονομικών συγκυριών που πλήττουν την χώρα τα τελευταία χρόνια, ανάλογα δίκτυα είναι δύσκολο να αναπτυχθούν.

Εκτός, όμως, από τον τύπο των δεσμών σημαντικό είναι να μπορεί κανείς να αναγνωρίζει το μέγεθος του δικτύου και τα χαρακτηριστικά των πόρων που αντλεί από αυτό. Για παράδειγμα, σε ένα δίκτυο τεχνολογικής πληροφόρησης θα πρέπει κανείς να προσδιορίσει τον αριθμό των συνεργατών που του παρέχουν τεχνολογική πληροφόρηση, καθώς και την ποσότητα και την καινοτομικότητα της πληροφόρησης που αντλεί από κάθε μέλος και συνολικά σε επίπεδο δικτύου. Αναφορικά με το δίκτυο συνεργασιών σκοπού, θα πρέπει οι Κοιν.Σ.Επ. να προσβλέπουν σε κοινούς στόχους, στο μέγεθος επίτευξης αυτών και στην κοινωνική ανατροφοδότηση, μετρώντας τα αποτελέσματα στην κοινωνία.

Δομή του δικτύου(Network Structure)

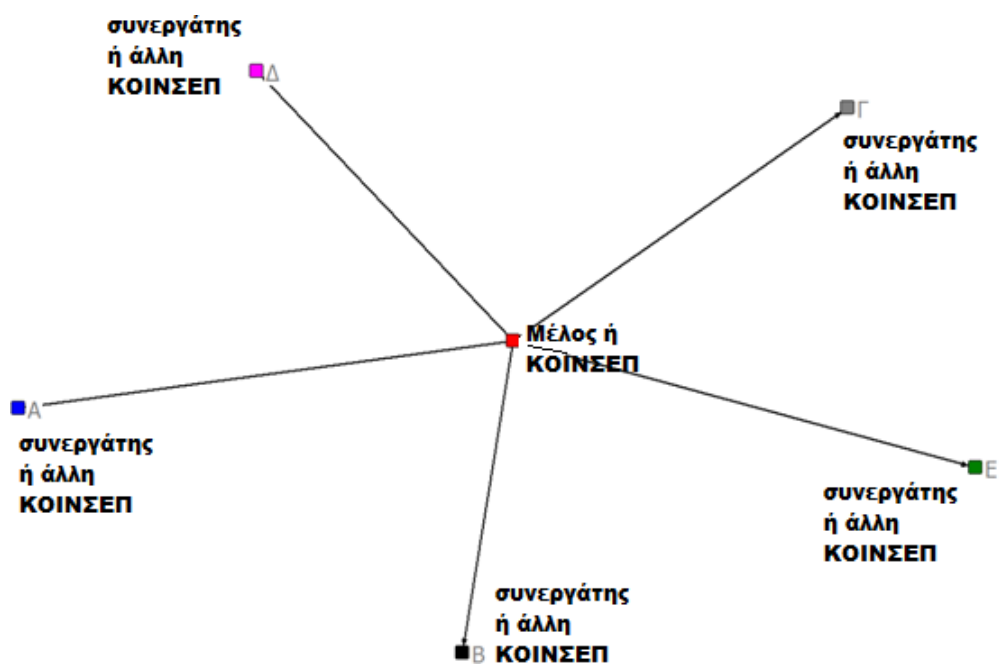
Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά του δικτύου είναι η πυκνότητά του. Ένα δίκτυο είναι πλήρως πυκνό ή κλειστό, όταν όλα τα μέλη του γνωρίζονται μεταξύ τους. Σε αντίθεση, ένα δίκτυο είναι πλήρως ανοικτό, όταν οι συνεργάτες της ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. δεν έχουν καμία αλληλεπίδραση μεταξύ τους. Ακολουθώς παρατίθενται σχήματα τα οποία αναπαριστούν διάφορες δομές δικτύωσης, όπου σα μονάδα είναι ένα μέλος Κοιν.Σ.Επ. ή ολόκληρη η Κοιν.Σ.Επ. του οποίου ή της οποίας το δίκτυο μελετάμε και Α έως Ε είναι οι συνεργάτες του μέλους ή αντίστοιχα άλλες Κοιν.Σ.Επ.



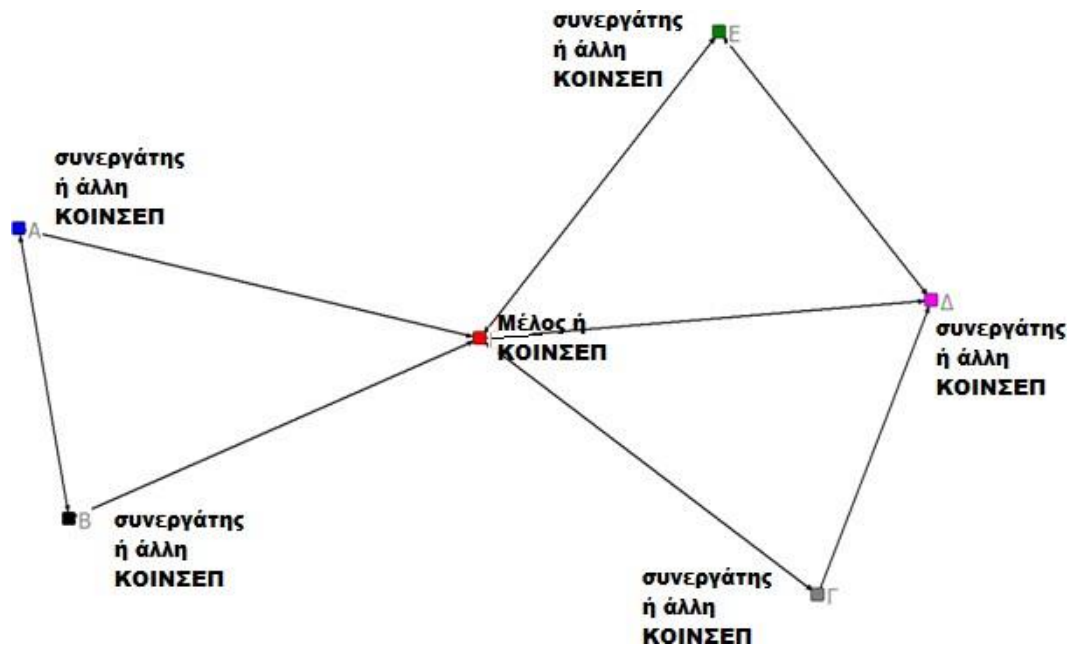


Σχήμα 1: Πλήρως Κλειστό Δίκτυο





Σχήμα 2: Πλήρως Ανοικτό Δίκτυο



Σχήμα 3: Ενδιάμεση δομή δικτύου



Η κλειστή δομή (closed network structure) ενός δικτύου θεωρείται ωφέλιμη για την καινοτομία και την επίτευξη κοινών σκοπών, επειδή η αμοιβαία εμπιστοσύνη και οι καθιερωμένοι κανόνες συνεργασίας που υπάρχουν αποτρέπουν τις μονομερείς συμπεριφορές από πλευράς των συνεργατών. Επιπλέον, εξυπηρετείται επαρκώς ο κοινωνικός σκοπός των Κοιν.Σ.Επ. ενώ τα μέλη ενός κλειστού δικτύου συνήθως γνωρίζονται για μεγάλο χρονικό διάστημα και επικοινωνούν συχνά μεταξύ τους, με αποτέλεσμα να παρουσιάζουν ομοιότητες στη γνώση, τη γλώσσα και το γνωστικό πλαίσιο αναφοράς τους. Αυτό διευκολύνει την επικοινωνία τους και την ταχεία διάχυση της πληροφόρησης με μικρή προσπάθεια, αλλά ταυτόχρονα περιορίζει την ποικιλία και την καινοτομία της πληροφόρησης.

Ωστόσο υπάρχει, όμως, και η άποψη που υποστηρίζει ότι η ανοικτή δομή (open network structure) ενός δικτύου για κοινωνικές επιχειρήσεις είναι πιο ωφέλιμη. Ένα δίκτυο είναι ανοικτό, όταν κανένας ή μια μικρή μερίδα των συνεργατών ενός μέλους (ή μιας Κοιν.Σ.Επ.) αλληλεπιδρούν μεταξύ τους. Σε αυτήν την περίπτωση, το μέλος (ή η Κοιν.Σ.Επ.), του οποίου (της οποίας) το δίκτυο εξετάζουμε, βρίσκεται σε πλεονεκτική θέση και έχει πρόσβαση σε άτομα-συνεργάτες ή άλλες Κοιν.Σ.Επ. με διαφορετικές γνώσεις και εμπειρίες και, κατά συνέπεια, πρόσβαση σε πολύτιμους πόρους και ποικιλόμορφη πληροφόρηση. Η νέα και διαφοροποιημένη εξωτερική πληροφόρηση μπορεί να οδηγήσει στη γένεση καινοτόμων ιδεών και στην αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών με γνώμονα την κοινωνική ευημερία, με την προϋπόθεση ότι θα μπορέσει να γίνει αντιληπτή και κατανοητή από τον αποδέκτη.

Ο ακόλουθος πίνακας παρουσιάζει συνοπτικά τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της κλειστής και της ανοικτής δομής ενός δικτύου.

Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα κλειστής και ανοικτής δομής		
	ΚΛΕΙΣΤΗ ΔΟΜΗ	ΑΝΟΙΚΤΗ ΔΟΜΗ
Πλεονεκτήματα	<i>Εμπιστοσύνη και αμοιβαιότητα Κοινή γλώσσα, εύκολη και ταχεία επικοινωνία</i>	<i>πρόσβαση σε ποικιλόμορφη και νέα πληροφόρηση πρόσβαση σε άτομα με διαφορετικές γνώσεις εμπειρίες και εκπαίδευση</i>
Μειονεκτήματα	<i>επαναλαμβανόμενη πληροφόρηση έλλειψη επαρκούς ποικιλομορφίας στην πληροφόρηση</i>	<i>έντονες διαφοροποιήσεις σε γλώσσα και γνωστικά πλαίσια αναφοράς έλλειψη εμπιστοσύνης</i>

Με βάση τα παραπάνω δεν μπορεί να ειπωθεί ότι η μια δομή δικτύου είναι σε κάθε περίπτωση προτιμότερη από την άλλη για κάθε μια από τις δύο κατηγορίες ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. (ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. Ένταξης, Κοιν.Σ.ΕΠ. Συλλογικής και Κοινωνικής ωφέλειας). Αυτό εξαρτάται από την εμβάθυνση δραστηριοποίησης, την κοινωνικότητα των μελών που απαρτίζουν την Κοιν.Σ.Επ. και τη διάθεση να αλληλεπιδράσουν με άλλες Κοιν.Σ.Επ. ή μέλη Κοιν.Σ.Επ.

Τα οφέλη της κάθε μιας δομής εξαρτώνται επίσης από το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται η Κοιν.Σ.Επ., τον τύπο του δικτύου και το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα της σχέσης συνεργασίας.



Σε γενικές γραμμές, πάντως, μπορεί να υποστηριχθεί ότι ένα ανοικτό δίκτυο ευνοεί την αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών σε επίπεδο κοινωνικής πρόνοιας, επειδή παρέχει πρόσβαση σε καινοτόμο πληροφόρηση. Από την άλλη, ένα κλειστό δίκτυο ευνοεί την πρόσβαση σε οικονομικό κεφάλαιο για την εκμετάλλευση των ευκαιριών αυτών, λόγω της αυξημένης αμοιβαιότητας και εμπιστοσύνης που υπάρχει σε επίπεδο δικτύου και ταιριάζει περισσότερο στις Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας και στους Συνεταιρισμούς Εργαζομένων.

Ένα χρήσιμο εργαλείο με το οποίο μπορεί μια κοινωνική επιχείρηση να αποτυπώσει την πυκνότητα ενός δικτύου παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα. Το συγκεκριμένο παράδειγμα αφορά στην άντληση της τεχνολογικής πληροφόρησης. Το ίδιο εργαλείο μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για άλλους τύπους δικτύων, όπως η πληροφόρηση για την αγορά ή η παροχή επιχειρηματικών συμβουλών για την κοινωνική οικονομία καθώς και δικτύωση με σκοπό την αντιμετώπιση ενός κοινωνικού φαινομένου.

Εργαλείο Αποτύπωσης της Πυκνότητας ενός δικτύου τεχνολογικής πληροφόρησης

Για την ανάπτυξη του εργαλείου από μια κοινωνική επιχείρηση θα πρέπει να ακολουθηθούν τα κάτωθι βήματα:

1. Καταγραφή στον παρακάτω πίνακα των ονομάτων των πιο σημαντικών μελών- ατόμων που δεν ανήκουν στους εταίρους της κοινωνικής επιχείρησης ή δεν εργάζονται σε αυτή και από τους οποίους αντλείται τεχνολογική πληροφόρηση (για την ανάλυση του εργαλείου αποτύπωσης θεωρούνται πέντε μέλη-άτομα Α,Β,Γ,Δ,Ε).
2. Θα πρέπει να γίνει καταγραφή εάν τα μέλη-άτομα αυτά γνωρίζονται μεταξύ τους. Εάν γνωρίζονται, κυκλώνουμε το αντίστοιχο γράμμα.

Αντίστοιχα αντί για μέλη-άτομα μπορούν να καταγραφούν και ονόματα κοινωνικών επιχειρήσεων ή άλλων επιχειρήσεων που εμπλέκονται στο δίκτυο.

	Όνομα	Μέλη-άτομα που γνωρίζονται μεταξύ τους
A		A B Γ Δ Ε
B		A B Γ Δ Ε
Γ		A B Γ Δ Ε
Δ		A B Γ Δ Ε
Ε		A B Γ Δ Ε
Συμπληρώστε όσες γραμμές απαιτούνται σύμφωνα με τον αριθμό των μελών-ατόμων ή κοινωνικών επιχειρήσεων του δικτύου		



Πρότυπα μοντέλα για τη δημιουργία cluster κοινωνικών επιχειρήσεων σε τομεακό και περιφερειακό επίπεδο

Η δημιουργία συστάδων Κοιν.Σ.Επ. αλλά και γενικότερα η δικτύωση μεμονωμένων κοινωνικών επιχειρήσεων σε τομεακό και περιφερειακό επίπεδο μπορεί να δράσει θετικά στην τοπική οικονομία. Μέσω της δικτύωσης και της ανάπτυξης συστάδων σε τομεακό και περιφερειακό επίπεδο θα υποστηριχθούν οι υφιστάμενες κοινωνικές επιχειρήσεις, ενώ θα υποβοηθηθεί και το ξεκίνημα νέων πρωτοβουλιών κοινωνικής επιχειρηματικότητας παρέχοντας συμβουλευτικές υπηρεσίες, μεταφέροντας βέλτιστες πρακτικές κοινωνικών επιχειρήσεων, προσφέροντας τεχνογνωσία, προάγοντας τη συνεργασία μεταξύ αυτών και τοπικών εξωτερικών επιχειρήσεων του ιδιωτικού ή δημοσίου τομέα. Τα οφέλη από την ανάπτυξη συστάδων για την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών μακροπρόθεσμα θα έχουν πολλαπλασιαστικά οφέλη για κάθε περιοχή παρέμβασης αποτελώντας κινητήρια δύναμη για τη βιώσιμη ανάπτυξη αυξάνοντας την κοινωνική συνοχή βελτιώνοντας την οικονομία.

Ένα πρότυπο μοντέλο ανάπτυξης συστάδας για κοινωνικές επιχειρήσεις θα πρέπει να απαρτίζεται από ένα ικανό αριθμό επιχειρήσεων (κοινωνικών κυρίως χωρίς να αποκλείονται και οι συμβατικές επιχειρήσεις) οι οποίες θα συνεργαστούν μεταξύ

τους. Το μέγεθος των επιχειρήσεων παίζει ρόλο και κατά κανόνα όσο μικρότερες είναι οι επιχειρήσεις τόσο πιο εύκολα μπορούν να συνεργαστούν και να αλληλεπιδράσουν. Επίσης οι προοπτικές ανάπτυξης της συστάδας είναι μεγαλύτερες, μιας και η απουσία αλληλοσυγκρουόμενων οικονομικών κυρίως συμφερόντων ελαχιστοποιείται, ενώ τίθεται στο επίκεντρο και η προώθηση του κοινωνικού συμφέροντος.

Η τυπική δομή συστάδας κοινωνικών επιχειρήσεων περιλαμβάνει τις κοινωνικές επιχειρήσεις κορμού, τους υποστηρικτικούς φορείς, την ανάπτυξη κοινών υπηρεσιών γνώσης και την ανάπτυξη κοινών υποδομών.

Σχήμα 5 : Τυπική δομή συστάδας κοινωνικών επιχειρήσεων



Για μια πρότυπη ανάπτυξη μια συστάδας κοινωνικών επιχειρήσεων είναι απαραίτητη η παρουσία και η παράλληλη συνεργασία με ακαδημαϊκά και ερευνητικά ιδρύματα με στόχο την αξιοποίηση των υποδομών και των υπηρεσιών, τους. Ταυτόχρονα θα πρέπει να περιληφθούν τα ακόλουθα βήματα:



- Θα πρέπει να γίνει ένα κάλεσμα σε κοινωνικές επιχειρήσεις με παρόμοιο σκοπό και να δοθεί σε όλες η ευκαιρία συμμετοχής σε δράσεις δικτύωσης, εκπαίδευσης και ενημέρωσης στα πλαίσια της δημιουργούμενης συστάδας
- Θα πρέπει να οριστούν χώροι κοινής δράσης (π.χ. χώροι στέγασης, χώροι φιλοξενίας σε πλήρως εξοπλισμένους χώρους, κοινά διαδικτυακά εργαλεία)
- Δημιουργία εκθεσιακού χώρου όπου θα φιλοξενούνται εκθέματα (προϊόντα ή περιγραφόμενες υπηρεσίες) των κοινωνικών επιχειρήσεων που ανήκουν στη συστάδα
- Δημιουργία ηλεκτρονικής πλατφόρμας ευρέσεως εργασίας που θα λειτουργεί εσωτερικά των εταιρών της συστάδας σε συνεννόηση με τους συνεργαζόμενους φορείς (π.χ. διασύνδεση φοιτητών αν εμπλέκονται ακαδημαϊκά ιδρύματα, ανέργων ή άλλων ατόμων που επιδιώκουν την κοινωνική ενσωμάτωση)
- Δημιουργία συστήματος που να αποσκοπεί στη διοχέτευση δελτίων τύπου για την πρόοδο των εταιρών κοινωνικών επιχειρήσεων της συστάδας αλλά και σημαντικών ανακοινώσεων σε στοχευμένα ηλεκτρονικά μέσα (επίδωξη οικονομιών κλίμακας και διασφάλιση κοινωνικού σκοπού)
- Δημιουργία συστήματος καθημερινής αξιοποίησης πληροφοριών, για θέματα που αφορούν τη συστάδα των κοινωνικών επιχειρήσεων και τον κλάδο συνεργασίας
- Δυνατότητα εξυπηρέτησης του κοινού αλλά και των κοινωνικών ομάδων που εξυπηρετούνται από την παροχή υπηρεσιών και προϊόντων (όλα τα μέλη και τους φορείς του cluster)
- Υποδομή διασύνδεσης με άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις και συμβατικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο ενδιαφέροντος
- Υπαρξη υποδομής για την κάλυψη αναγκών τηλεσυνεργασίας και την επικοινωνία με οποιοδήποτε μέρος του κόσμου
- Ημέρες καριέρας, ημέρες πληροφόρησης και ενημέρωσης του κοινού, ημέρες δικτύωσης και ανταλλαγής απόψεων των εταιρών της συστάδας αλλά και σύναψη νέων επαφών με εταιρους εκτός συστάδας. Επαφή με ακαδημαϊκούς φορείς
- Δυνατότητες ενημέρωσης (μέσω εξειδικευμένων newsletters), εκπαίδευσης κατάρτισης, βιωματικής εκπαίδευσης και κοινωνικής δικτύωσης
- Διασφάλιση κοινωνικής αποδοχής. Η πρωτοβουλία ανάπτυξης cluster για να επιτύχει χρειάζεται κοινωνική αποδοχή, συνεπώς χρειάζεται κοινοποίηση των δράσεων και μαζική κοινοποίηση

Ακολούθως παρατίθεται ένα ενδεικτικό παράδειγμα δημιουργίας νέας συστάδας που αφορά κοινωνικές επιχειρήσεις συλλογικού και κοινωνικής ωφέλειας, σε τομεακό και περιφερειακό επίπεδο. Συγκεκριμένα, το παράδειγμα αφορά συστάδα κοινωνικών επιχειρήσεων διάθεσης προϊόντων ενιαίας ταυτότητας. (π.χ. πιστοποιημένων βιολογικών προϊόντων).

Σαν αντικείμενα δραστηριοποίησης της συστάδας ορίζονται:

- η εφαρμογή κοινού συστήματος πιστοποίησης της προέλευσης/ποιότητας προϊόντων.
- η ένδειξη της ταυτότητας των προϊόντων με χρήση κοινού σήματος πιστοποίησης προέλευσης/ποιότητας
- η δυνατότητα διανομής προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας από κοινού
- η κοινή αναζήτηση και προμήθεια προϊόντων από παραγωγούς. Σύναψη συμφωνιών διανομής προϊόντων ταυτότητας με παραγωγούς, χονδρέμπορους στο πλαίσιο συμμετοχής τους στη συστάδα.
- προβολή κοινωνικών επιχειρήσεων με χρήση κοινής επωνυμίας
- λειτουργία κοινού ηλεκτρονικού καταστήματος e-shop
- σχεδιασμός και χρήση κοινής τιμολογιακής πολιτικής
- παραγωγή και διανομή κοινού πληροφοριακού υλικού
- χάραξη καμπάνιας σε ηλεκτρονικά μέσα



-διερεύνηση νέων διαύλων διανομής προϊόντων

Ως μέλη της συστάδας μπορούν να οριστούν: καταστήματα λιανικού εμπορίου, συνεταιριστικές επιχειρήσεις, βιοτεχνίες, παραγωγοί προϊόντων, φορείς πιστοποίησης, κοινωνικές επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών (αποθήκευσης, διανομής, προβολής και προώθησης) κ.ά.

Βασικοί παράγοντες επιτυχούς ανάπτυξης δικτύων επιχειρήσεων

Με δεδομένους τους λόγους που δυσχεραίνουν την ανάπτυξη clusters επιχειρείται, παρακάτω, να γίνει μια αναλυτική παράθεση των παραγόντων επιτυχούς ανάπτυξης δικτύωσης επιχειρήσεων. Η παρουσία των παραγόντων αυτών αντισταθμίζει τα προαναφερόμενα εμπόδια και συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη των δικτύωσης.

Κλειδί επιτυχίας των σχηματισμών αυτών είναι η εταιρική σχέση, η ανάπτυξη εμπιστοσύνης μεταξύ των μελών, η διάχυση πληροφορίας/γνώσης και η εξασφάλιση χρηματοδότησεων. Οι επιτυχημένες δικτύώσεις/clusters διευρύνονται συνεχώς και ενσωματώνουν νέους εταίρους. Αναλυτικά, οι παράγοντες για την επιτυχή ανάπτυξη δικτύωσης είναι οι ακόλουθοι:

- πρότερο ιστορικό και εμπειρία συνεργασιών για την επιχείρηση
- αυξημένο πνεύμα συνεργασίας και αίσθηση κοινού οράματος
- υψηλό επίπεδο καινοτομίας, τεχνολογικό επίπεδο και υιοθέτηση προγραμμάτων έρευνας και ανάπτυξης
- διάθεση για ανάληψη κινδύνων
- δέσμευση για κατάρτιση προσωπικού και ανάπτυξη ανθρώπινων πόρων
- γεωγραφική θέση του δικτύου και εγγύτητα σε σχέση με οικονομικούς εταίρους, πελάτες, προμηθευτές κ.λπ.
- θετική οικονομική προοπτική και προώθηση της επιχειρηματικότητας στο επίπεδο της Περιφέρειας που δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις του δικτύου
- διαθεσιμότητα μηχανισμών χρηματοδότησης για επενδύσεις
- πρωτοβουλίες δικτύωσης
- διαθεσιμότητα ειδικευμένων υπηρεσιών που διευκολύνουν τις πρωτοβουλίες δικτύωσης
- διαθεσιμότητα γενικών υποδομών (μεταφορικό δίκτυο, τηλεπικοινωνίες, τραπεζικό σύστημα κ.λπ.)
- ύπαρξη ισχυρής και σαφούς ηγεσίας στο δίκτυο
- ύπαρξη κοινών εγκαταστάσεων παραγωγής
- χαμηλό επίπεδο εσωτερικού ανταγωνισμού μεταξύ επιχειρήσεων του δικτύου.

Οφέλη δικτύωσης Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Σύμφωνα με εμπειρικές μελέτες, οι κοινωνικές επιχειρήσεις που δικτυώνονται έχουν καλύτερα αποτελέσματα από άλλες που δεν αναπτύσσουν αντίστοιχη δραστηριότητα. Η συμμετοχή σε συνεργατικούς σχηματισμούς προωθεί τη διάχυση της πληροφορίας, ενθαρρύνει την ανάπτυξη γνώσης και αντισταθμίζει τα εσωτερικά ελλείμματα πόρων και ικανοτήτων των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Η συμμετοχή του κοινωνικού επιχειρηματία ή της κοινωνικής επιχείρησης σε δίκτυα μπορεί να επιφέρει πολλαπλά οφέλη για την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Για παράδειγμα, η έγκαιρη πρόσβαση σε



επικαιροποιημένη πληροφόρηση για την αγορά συνεισφέρει στην προσαρμογή της κοινωνικής επιχείρησης στο συνεχώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον, ενώ η απόκτηση τεχνολογικής γνώσης συμβάλλει στην παρακολούθηση των τεχνολογικών εξελίξεων και στην πραγματοποίηση καινοτομιών σε παρεχόμενα προϊόντα και υπηρεσίες και σε διαδικασίες παραγωγής ή διοίκησης. Επιπλέον, η αναζήτηση και άντληση οικονομικού κεφαλαίου μέσω των σχέσεων συνεργασίας μπορεί να συντελέσει τόσο στην επιβίωση της κοινωνικής επιχείρησης όσο και στην ανάπτυξή της μέσα από την εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών. Τα παραπάνω οφέλη αφορούν όλες τις κοινωνικές επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως ηλικίας και μεγέθους. Αξίζει, όμως, κανείς να επικεντρωθεί στους τύπους και στα οφέλη των δικτύων που μπορούν να βοηθήσουν ένα νέο κοινωνικό επιχειρηματία να υπερβεί τα εμπόδια που προκύπτουν από το μικρό μέγεθος και τη νεότητα της κοινωνικής επιχείρησης, ώστε να επιτύχει γρήγορα τα επιθυμητά οικονομικά αποτελέσματα.

Ο νέος κοινωνικός επιχειρηματίας μπορεί να αξιοποιήσει το κοινωνικό δίκτυο του και ταυτόχρονα να δημιουργήσει επιχειρηματικά δίκτυα με άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις, προκειμένου να υπερβεί τους περιορισμούς σε οικονομικό κεφάλαιο, πόρους και αξιοπιστία που αντιμετωπίζει μια νέα επιχείρηση. Πέντε τύποι δικτύων έχουν ιδιαίτερη σημασία για μια νέα επιχείρηση:

1. Κοινωνικό δίκτυο (social network): Το κοινωνικό δίκτυο των κοινωνικών επιχειρηματιών (συνεταίρων) περιλαμβάνει τις σχέσεις τους με άλλα άτομα (π.χ. τους εταίρους, την οικογένεια, τους φίλους) που προϋπήρχαν της έναρξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας και είναι αρκετά δυνατοί, με αποτέλεσμα να υπάρχει εμπιστοσύνη, οικειότητα και προθυμία για βοήθεια. Συνεπώς, μπορεί να αποτελέσει ένα σημαντικό μέσο για τη γρήγορη ανεύρεση πόρων, όπως οικονομικά κεφάλαια και εργατικό δυναμικό. Μετά τη συν-ίδρυση της κοινωνικής επιχείρησης, όμως, οι εταίροι κοινωνικοί επιχειρηματίες θα πρέπει να βασίζονται ολοένα και λιγότερο στο κοινωνικό τους δίκτυο και να αναπτύσσουν άλλους τύπους δικτύων. Είναι αναμενόμενο ένα δίκτυο, το οποίο αποτελείται από φίλους και συγγενείς, να συμπεριλαμβάνει ισχυρούς δεσμούς και να έχει κλειστή δομή (δηλ. να γνωρίζονται όλα ή έστω τα περισσότερα μέλη μεταξύ τους). Η διαρκής εξάρτηση των κοινωνικών επιχειρηματιών από αυτό δε θα του επιτρέψει την πρόσβαση σε ποικίλη και καινοτόμο πληροφόρηση που αποτελεί τη βάση για την αναγνώριση και εκμετάλλευση κοινωνικών επιχειρηματικών ευκαιριών.

2. Δίκτυο φήμης (reputation network): Ως δίκτυο φήμης ορίζονται οι δεσμοί της κοινωνικής επιχείρησης με επιφανή άτομα ή με επιχειρήσεις υψηλής φήμης, και ηγετίδες εταιρείες (που συνήθως δεν αποτελούν κοινωνικές επιχειρήσεις). Η δημιουργία ενός δικτύου με επιχειρήσεις υψηλής φήμης είναι ιδιαίτερα σημαντική για μια νέα κοινωνική επιχείρηση, καθώς θα αυξήσει την αξιοπιστία της στην αγορά και θα βελτιώσει τη συνεργασία της με πελάτες και προμηθευτές.

3. Δίκτυο με τους ανταγωνιστές (co-opetition network): Η κοινωνική επιχείρηση μπορεί να συνεργαστεί με τους ανταγωνιστές της υπό τη μορφή υπερκολαβιών, όταν δεν έχει επαρκή δυνατότητα για κάλυψη του σκοπού της. Επιπλέον, μπορεί να σχηματίζει συμμαχίες με άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις προκειμένου να αναλαμβάνουν από κοινού μεγάλα έργα, τα οποία κάθε μία μεμονωμένα δε θα μπορούσε να αναλάβει. Επίσης, η συνεργασία κοινωνικών επιχειρήσεων για την επίλυση ενός κοινωνικού φαινομένου είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη στην ευρύτερη κοινωνική οικονομία.

4. Δίκτυο πληροφόρησης για την αγορά (market knowledge network): Το δίκτυο πληροφόρησης για την αγορά παρέχει πληροφόρηση για τις τάσεις της αγοράς και τις μεταβολές στις προτιμήσεις των πελατών της κοινωνικής οικονομίας. Η σημασία τους είναι πολύ μεγάλη για τις νέες κοινωνικές επιχειρήσεις, καθώς δεν έχουν αναπτύξει ακόμη εσωτερικές διαδικασίες και ικανότητες παρακολούθησης της αγοράς.



5. Δίκτυο τεχνολογικών συνεργασιών (cooperative technology network): Αφορά στη δημιουργία σχέσεων με άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις με στόχο την από κοινού ανάπτυξη μιας τεχνολογίας και τη δημιουργία καινοτομιών. Οι νέες κοινωνικές επιχειρήσεις κατά την ίδρυσή τους υπολείπονται συνήθως της φήμης και των πόρων για να συμμετέχουν σε τεχνολογικές συνεργασίες και στηρίζονται στη δική τους τεχνολογική βάση. Στη συνέχεια, όμως, και πριν φτάσουν στη φάση της ωριμότητας τους, μπορούν να προχωρήσουν σε συνεργασίες τέτοιου τύπου, ώστε να αυξήσουν το ρυθμό καινοτομίας τους.

Τα προσωπικά και τα κοινωνικά επιχειρηματικά δίκτυα είναι αναμφισβήτητα ωφέλιμα για μια κοινωνική επιχείρηση. Το κατά πόσο, όμως, τα οφέλη της συμμετοχής σε δίκτυα θα μετουσιωθούν σε ευκαιρίες και στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης εξαρτάται από τις εσωτερικές ικανότητες της κοινωνικής επιχείρησης. Όσο πιο ανταγωνιστική και ικανή είναι μια κοινωνική επιχείρηση να ενσωματώνει και να συνδυάζει εσωτερικούς και εξωτερικούς πόρους, τόσο μεγαλύτερα αναμένεται να είναι τα οφέλη της.

Για παράδειγμα, μια κοινωνική επιχείρηση είναι πιθανόν να μην καρπωθεί τα οφέλη ενός δικτύου τεχνολογικής πληροφόρησης, εφόσον δε διαθέτει τις αντίστοιχες τεχνολογικές ικανότητες. Οι τεχνολογικές ικανότητες παρέχουν την προαπαιτούμενη γνώση για την κατανόηση και την απορρόφηση της εξωτερικής τεχνολογικής πληροφόρησης. Επιπλέον, ο συνδυασμός τους με τη νέα εξωτερική πληροφόρηση μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία συνεργειών με αποτέλεσμα την παραγωγή καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών, τον επαναπροσδιορισμό των κοινωνικών στόχων, και την αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών.

Οφέλη από τη λειτουργία συστάδων επιχειρήσεων

Οι συστάδες παρουσιάζουν μια σειρά από πλεονεκτήματα όπου διευκολύνουν την ανάπτυξη κοινωνικής επιχειρηματικής δραστηριότητας, όπως οι οικονομίες κλίμακας, σκοπιμότητας και η μεταφορά νέας τεχνολογίας. Τα οφέλη αυτά απορρέουν από τη συγκέντρωση, τη συνεργασία και τον ανταγωνισμό των κοινωνικών επιχειρήσεων της συστάδας. Αναλυτικότερα, τα οφέλη από την λειτουργία των συστάδων για τις κοινωνικές επιχειρήσεις είναι:

α) Ταχύτερη πρόσβαση σε καινοτομία: Μέσω της εξειδίκευσης και αλληλοσυμπλήρωσης των πόρων και δεξιοτήτων αλλά και των συνεργασιών με ερευνητικά ιδρύματα και πανεπιστήμια, οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν ταχύτερη πρόσβαση στην καινοτομία.

β) Αύξηση της παραγωγικότητας: Μέσω της προσφοράς εξειδικευμένων πόρων και της πρόσβασης στην πληροφορία και στη γνώση, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να αυξήσουν την παραγωγικότητά τους. γ) Διευκόλυνση στη διοχέτευση νέας τεχνολογίας: Μέσω των συνεργασιών και της διάχυσης της γνώσης οι κοινωνικές επιχειρήσεις ενημερώνονται άμεσα για τις νέες τεχνολογίες και ενθαρρύνονται να τις υιοθετήσουν.

δ) Διεθνοποίηση: Η συνάθροιση των πόρων και ικανοτήτων των κοινωνικών επιχειρήσεων επιτρέπει τη διεξόδου σε αγορές του εξωτερικού που μεμονωμένα η κάθε κοινωνική επιχείρηση δε θα μπορούσε να επιτύχει.

ε) Προσέλκυση ζήτησης: Οι πελάτες και οι προμηθευτές έλκονται από την υψηλή συγκέντρωση κοινωνικών επιχειρήσεων του ίδιου κλάδου στις συστάδες. ζ) Ενθάρρυνση νέας κοινωνικής επιχειρηματικότητας: Νέες κοινωνικές επιχειρήσεις ιδρύονται στο πλαίσιο των συστάδων οι οποίες εστιάζουν σε επιλεγμένες αγορές ή δραστηριότητες. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις αυτές στο πρώτο διάστημα λειτουργίας τους τυγχάνουν στήριξης από τη συστάδα σε υποστηρικτικά κομμάτια της λειτουργίας τους.

η) Ενθάρρυνση μετεγκατάστασης υφιστάμενων κοινωνικών επιχειρήσεων: Οι συστάδες δημιουργούν πολλές φορές τοπικά πλεονεκτήματα για τα μέλη τους που είναι δύσκολο για τους μακρινούς ανταγωνιστές να ξεπεράσουν. Έτσι, γίνονται πόλοι έλξης για υφιστάμενες κοινωνικές επιχειρήσεις οι



οποίες μεταφέρουν τη δραστηριότητά τους εντός των γεωγραφικών ορίων της συστάδας. θ) Βελτίωση διαπραγματευτικής ικανότητας: Μέσω της συνένωσης δυνάμεων οι κοινωνικές επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε συστάδες μπορούν να αποκτήσουν υψηλότερη διαπραγματευτική δύναμη απέναντι στους προμηθευτές.

Οφέλη, όμως, από τη λειτουργία των συστάδων κοινωνικών επιχειρήσεων εντοπίζονται και σε επίπεδο τοπικών κοινωνιών εκ των οποίων τα κυριότερα είναι:

α) Ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας: Οι τοπικές κοινωνίες μπορούν να αξιοποιήσουν το υφιστάμενο κοινωνικό επιχειρηματικό δυναμικό για την προσέλκυση επενδύσεων.

β) Προώθηση της συλλογικής μάθησης και καινοτομίας: Η συνδυασμένη γνώση συμβάλει στην προώθηση της συλλογικής μάθησης και της καινοτομίας

γ) Μείωση της ανεργίας: Το στελεχιακό και εργατικό δυναμικό των τοπικών κοινωνιών έχει τη δυνατότητα να απασχοληθεί στις κοινωνικές επιχειρήσεις της συστάδας.

Διεπιχειρησιακές σχέσεις

Πέραν των επιχειρηματικών δικτύων και των clusters, αναφορά θα πρέπει να γίνει και στις διάφορες μορφές διεπιχειρησιακών σχέσεων κάθε μία από τις οποίες χαρακτηρίζεται από διαφορετικό βαθμό ευελιξίας και επιχειρηματικής ολοκλήρωσης και θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν και στο πλαίσιο της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας. Συγκεκριμένες περιπτώσεις διεπιχειρησιακών σχέσεων που εντοπίζονται είναι οι ακόλουθες:

Κοινοπραξίες

Οι Κοινοπραξίες αποτελούν συμβατικές ενώσεις φυσικών ή νομικών προσώπων που προκύπτουν από τη συμφωνία δύο ή περισσότερων μερών για την ανάληψη οικονομικής δραστηριότητας με κοινή συμβολή, η οποία υπόκειται σε από κοινού έλεγχο. Ο σκοπός που επιδιώκεται με την κοινοπραξία μπορεί να είναι είτε εμπορικός είτε όχι, αλλά είναι σαφώς προσδιορισμένος και προσδιορίζεται από την αρχή. Το γεγονός πως καμία πλευρά δεν μπορεί να πετύχει μόνη της τον στόχο αυτό είναι ο κρίκος που κρατά την κοινοπραξία ενωμένη και δημιουργεί στα μέρη της το κίνητρο για επιτυχία. Κοινοπραξίες συναντώνται πολύ συχνά σε περιπτώσεις υλοποίησης δημόσιου ή ιδιωτικού τεχνικού έργου από συμπράττουσες εταιρείες, ή ενώσεις προσώπων για την αγορά οικοπέδου και την κατάτμησή του σε περισσότερα οικοπέδα. Ανάλογα με το χρονικό ορίζοντα της δέσμευσης, το βάθος της σχέσης, το εύρος των κοινών στόχων μεταξύ των συμμετεχουσών εταιρειών συναντώνται κοινοπραξίες χαλαρής, μέτριας και στενής σύνδεσης.

Συμπράξεις Δημόσιου και Ιδιωτικού Τομέα (ΣΔΙΤ)

Οι Συμπράξεις Δημόσιου και Ιδιωτικού Τομέα (ΣΔΙΤ) είναι συμβάσεις -κατά κανόνα μακροχρόνιες- οι οποίες συνάπτονται μεταξύ ενός Δημόσιου Φορέα και ενός Ιδιωτικού Φορέα με σκοπό την εκτέλεση έργων ή/και την παροχή υπηρεσιών.

Μέσω αυτής της συμφωνίας οι δεξιότητες και τα προτερήματα κάθε τομέα (δημόσιου και ιδιωτικού) μοιράζονται στην προσφορά μιας υπηρεσίας ή ενός έργου για τη χρήση του από το ευρύ κοινό. Εκτός από τη διάθεση πόρων και από τους δύο, ανάλογα με την περίπτωση, κάθε συμβαλλόμενο μέρος



μοιράζεται τους κινδύνους και τις μελλοντικές ανταμοιβές/οφέλη. Τα έργα ΣΔΙΤ στην Ελλάδα θεωρούνται βασικός αναπτυξιακός πυλώνας της κρατικής πολιτικής.

Στρατηγικές Συμμαχίες

Στρατηγικές Συμμαχίες ορίζονται οι συμφωνίες συνεργασίας μεταξύ δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων, όπου τα μέλη διατηρούν πλήρως την ανεξαρτησία τους αλλά υιοθετούν μια συνεργασία αμοιβαίου οφέλους και συνεισφέρουν τους απαραίτητους πόρους ή και κεφάλαια για την επιτυχή λειτουργία της. Χαρακτηριστικό της στρατηγικής συμμαχίας αποτελεί η συνένωση συγκεκριμένων τμημάτων των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων, η οποία βελτιώνει την αποτελεσματικότητά τους, καθώς υπάρχει αμοιβαία προσφορά τεχνολογικών δυνατοτήτων, διοικητικών ικανοτήτων ή ακόμα και κεφαλαίου. Οι στρατηγικές συμμαχίες είναι περισσότερο κατάλληλες όταν υπάρχουν «στρατηγικά κενά» σε κρίσιμα σημεία, τα οποία είναι πολύ ακριβά ή χρονοβόρα για να αναπτυχθούν από κάθε εταιρεία μεμονωμένα. Επιπλέον, αποτελούν αρκετά καλή πρακτική, όταν μια εταιρεία επιθυμεί να αποκτήσει πρόσβαση στις ικανότητες μιας άλλης ή όταν ο σύμμαχος που έχει τις επιθυμητές ικανότητες έχει τέτοιο μέγεθος που μια εξαγορά δεν είναι εφικτή. Οι στρατηγικές συμμαχίες συνήθως διαρκούν τουλάχιστον 10 χρόνια.

Εικονικά Δίκτυα Επιχειρήσεων

Τα Εικονικά Δίκτυα Επιχειρήσεων αποτελούνται από ανεξάρτητες επιχειρήσεις οι οποίες αναπτύσσουν συνέργιες και συνδέονται λειτουργικά με ένα κεντρικό (εικονικό) εκτελεστικό φορέα χάρη στην εκτεταμένη ανάπτυξη των Τηλεπικοινωνιών και της Πληροφορικής για την επίτευξη ενός κοινού σκοπού. Το εικονικό οργανωτικό μοντέλο στηρίζεται στην ανάπτυξη δικτύων συμμαχικών επιχειρήσεων, ομάδων και ατόμων, με σκοπό να εκμεταλλευτούν νεοεμφανιζόμενες ευκαιρίες, εκμεταλλεόμενες τους κοινούς, πλέον, πόρους του εικονικού δικτύου. Επίσης, βασικές μορφές διεπιχειρησιακών συνεργασιών που συναντώνται κυρίως στο χώρο του λιανικού και χονδρικού εμπορίου αποτελούν οι προμηθευτικοί συνεταιρισμοί και τα δίκτυα franchise.

Ενώσεις Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας

Πέραν των επιχειρηματικών δικτύων, ιδιαίτερη αναφορά θα πρέπει να γίνει στην πρόβλεψη του νέου Νόμου για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία περί της δυνατότητας σύστασης Ενώσεων Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας. Πιο συγκεκριμένα, ο Νόμος ορίζει ότι «Δέκα (10) τουλάχιστον Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας που διέπονται από τον νόμο μπορούν να συστήσουν Ένωση Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας. Η Ένωση αυτή δεν έχει εμπορική ιδιότητα και σκοπός της είναι η προαγωγή και διάδοση των δραστηριοτήτων συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας των μελών της και η ανάπτυξη των αρχών της κοινωνικής οικονομίας. Η Γενική Συνέλευση της Ένωσης απαρτίζεται από τους αντιπροσώπους των Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας - μελών. Κάθε Φορέας Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας εκπροσωπείται στη Γενική Συνέλευση της Ένωσης από έναν αντιπρόσωπο και κάθε αντιπρόσωπος έχει μία ψήφο. Για τη σύσταση Ένωσης απαιτείται απόφαση των γενικών συνελεύσεων των Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, που επιθυμούν τη σύστασή της, καθώς και σύνταξη, υπογραφή και έγκριση του καταστατικού της. Έδρα της Ένωσης είναι ο δήμος όπου είναι εγκατεστημένη η διοίκησή της. Η διοικητική περιφέρεια της Ένωσης ορίζεται από το καταστατικό της. Στην επωνυμία αναφέρεται η έδρα της Ένωσης. Η επωνυμία πρέπει να διακρίνεται από την επωνυμία άλλης Ένωσης με την ίδια έδρα. Το καταστατικό της Ένωσης εγκρίνεται από το Ειρηνοδικείο της έδρας της.



Προτάσεις και εργαλεία δικτύωσης Κοινωνικών Επιχειρήσεων με στόχο την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών

Στο παρόν κεφάλαιο αναλύονται προτάσεις και εργαλεία δικτύωσης που θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν οι Κοινωνικές και Αλληλέγγυας Οικονομίας Επιχειρήσεις, έτσι ώστε να ενισχύσουν τις κοινωνικές τους δραστηριότητες, να επιτύχουν τους συλλογικούς σκοπούς τους, να εξασφαλίσουν χρηματοδοτήσεις και να αποτελέσουν την επιρροή για την ενδυνάμωση της τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης. Επίσης, προτείνονται διαδικτυακά εργαλεία, νέες τεχνολογίες και πρότυπες ιστοσελίδες που μπορούν να αυξήσουν τη φήμη των κοινωνικών επιχειρήσεων, να βοηθήσουν στη δικτύωση, στην εύρεση νέων πελατών και να προωθήσουν με το βέλτιστο τρόπο τις υπηρεσίες τους και τα προϊόντα τους.

Σύστημα Κοινωνικής Δικαιόχρησης (Social franchising)

Το σύστημα κοινωνικής δικαιοχρησης (social franchising) αφορά τη δημιουργία ενός δικτύου κοινωνικών επιχειρήσεων (δικαιοδόχοι φορείς), οι οποίες αποτελούν επιχειρήσεις των ιδρυτών τους στη βάση της ισοτιμίας, ενώ η δράση τους συντονίζεται από μια μητρική επιχείρηση (δικαιοπάροχος). Η τελευταία καθοδηγεί και υποστηρίζει επιχειρηματικά τις υπόλοιπες κοινωνικές επιχειρήσεις, τις εφοδιάζει με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, προωθεί τα προϊόντα τους σε ενιαίο δίκτυο πωλήσεων και εφαρμόζει κοινή στρατηγική ανάπτυξης.

Τα μέλη του δικτύου δικαιοχρησης (μητρική επιχείρηση – δικαιοπάροχος φορέας και νέες επιχειρήσεις – δικαιοδόχοι φορείς) συγκροτούνται με τη μορφή κοινωνικών επιχειρήσεων, ενώ η κατεύθυνση για τον δικαιοπάροχο μπορεί να μετεξελιχθεί αργότερα σε άλλη μορφή.

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες των επιχειρήσεων του δικτύου κοινωνικής δικαιοχρησης εμπίπτουν κυρίως στον τομέα των βιολογικών, παραδοσιακών και εναλλακτικών προϊόντων. Με βάση το συγκεκριμένο μοντέλο, κάθε επιχείρηση (δικαιοπάροχος – δικαιοδόχοι) διαθέτει στην αγορά συγκεκριμένο προϊόν ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες της περιοχής εφαρμογής, αλλά παράλληλα διακινεί και τα αντίστοιχα προϊόντα των υπόλοιπων κοινωνικών επιχειρήσεων του δικτύου, πάντα με ενιαία επωνυμία (brand name) και σύστημα marketing.

Αναλυτικότερα, οι νέες αυτές κοινωνικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν ενιαίο όνομα, ενιαία επιχειρηματική τεχνογνωσία, ενιαία διαφήμιση, ενιαίο σύστημα προμηθειών, χρηματοδοτήσεων κ.λπ., ώστε να αντιμετωπίζουν ευκολότερα τις συνήθεις δυσκολίες που προκύπτουν στις νέες επιχειρήσεις και, συνεπώς, να αυξήσουν στο μέγιστο βαθμό τις πιθανότητες επιτυχίας τους.

Οι επιχειρηματικοί στόχοι στην περίπτωση αυτή έχουν κοινωνικό χαρακτήρα, αφού προωθείται η συνεταιριστική επιχειρηματικότητα π.χ. ανέργων νέων με ελλιπή προσόντα, ατόμων με κινητικές δυσκολίες και ευάλωτων κοινωνικών ομάδων, στους οποίους δίνεται η δυνατότητα να αναπτύξουν το δυναμικό τους να επιμορφωθούν και να καλλιεργήσουν επιχειρηματική κουλτούρα.

Σύμφωνα με το σχεδιασμό του δικτύου κοινωνικής δικαιοχρησης, κάθε μια από τις επιχειρήσεις - δικαιοδόχους θα έχει ίσο μερίδιο στη μητρική επιχείρηση δικαιοπαροχής, χαρακτηριστικό που κατά βάση διαφοροποιεί το εν λόγω μοντέλο από το κλασικό franchising της ελεύθερης αγοράς. Έτσι η επιχείρηση δικαιοπαροχής θα ανήκει ισότιμα σε όλα τα μέλη του δικτύου, προωθώντας με τον τρόπο αυτό την ελαχιστοποίηση του επιχειρηματικού κινδύνου στις κοινωνικές επιχειρήσεις – δικαιοδόχους, αλλά και τη βιωσιμότητά τους, δεδομένου ότι σε περίπτωση που κάποια επιχείρηση χρειαστεί



κεφαλαιακή υποστήριξη, θα μπορεί να την έχει μέσω της συμμετοχής της στον δικαιούχο φορέα.

Αναφορικά με τα όργανα διοίκησης, κάθε κοινωνική επιχείρηση του δικτύου είναι αυτοδιαχειριζόμενη και βασίζεται σε συμμετοχικές διαδικασίες τόσο διοίκησης όσο και λήψης αποφάσεων. Έτσι σε κάθε επιχείρηση οι αποφάσεις λαμβάνονται πλειοψηφικά από το σύνολο των εταιριών, με συμβουλευτική καθοδήγηση, ενώ παράλληλα σε κεντρικό επίπεδο (δικαιούχος φορέας) συζητούνται ζητήματα γενικής στρατηγικής και πολιτικής προώθησης των προϊόντων των κοινωνικών επιχειρήσεων του δικτύου, καθώς και περαιτέρω ανάπτυξής του. Οι αποφάσεις αυτές λαμβάνονται σε κεντρικό επίπεδο, από μια γενική συνέλευση των εκπροσώπων των κοινωνικών επιχειρήσεων του δικτύου.

Κάθε κοινωνική επιχείρηση του δικτύου είναι, όπως προαναφέραμε, αυτοδιαχειριζόμενη. Η διοίκηση, επομένως, κάθε επιχειρηματικής μονάδας είναι αυτόνομη. Παράλληλα, όμως, λόγω της ιδιαίτερης δομής του μοντέλου κοινωνικής δικαιοχρησίας, η ανάπτυξη και η βιωσιμότητα κάθε κοινωνικής επιχείρησης του δικτύου εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ισόρροπη ανάπτυξη των υπολοίπων. Στο πλαίσιο αυτό, υπάρχει πρόβλεψη διαχείρισης διοικητικών ζητημάτων και σε κεντρικό επίπεδο, σε τακτικά προσδιορισμένα χρονικά διαστήματα, με σύγκληση γενικών συνελεύσεων δικτύου, στις οποίες συμμετέχουν τα μέλη των επιμέρους κοινωνικών επιχειρήσεων. Πρόκειται, συνεπώς, για ένα μικτό σύστημα διοίκησης.

Όσον αφορά το ζήτημα της διανομής των κερδών, κάθε κοινωνική επιχείρηση – δικαιούχος διανέμει τα κέρδη της ισομερώς στους εταίρους της, ή όπως θα πρέπει να προβλέπεται από το καταστατικό τους.

Η καινοτομία, λοιπόν, έγκειται στη μεταφορά της επιτυχημένης επιχειρηματικής πρακτικής της δικαιοχρησίας (franchising) από το πεδίο της ελεύθερης αγοράς στο χώρο της Κοινωνικής Οικονομίας, με όρους και προϋποθέσεις που εγγυώνται τον κοινωνικό προσανατολισμό ενός έργου, στην κατεύθυνση της άρσης των ανισοτήτων πρόσβασης στην αγορά εργασίας που αντιμετωπίζει η ομάδα στόχου.

Γενικότερα, το μοντέλο της κοινωνικής δικαιοχρησίας (social franchising), όσον αφορά στη δημιουργία βιώσιμων κοινωνικών επιχειρήσεων, θεωρείται πως μπορεί να συμβάλει σε σημαντικό βαθμό στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας ατόμων που ανήκουν σε ευπαθείς ομάδες, αξιοποιώντας παράλληλα τα ιδιαίτερα πολιτιστικά και παραδοσιακά χαρακτηριστικά κάθε περιοχής.

Το μοντέλο της κοινωνικής δικαιοχρησίας προσφέρει ιδιαίτερα σημαντικά πλεονεκτήματα στην κατεύθυνση της δημιουργίας και λειτουργίας βιώσιμων κοινωνικών επιχειρήσεων, αφού:

Διασφαλίζει την επιχειρηματική λειτουργία και την υποστήριξη των επιχειρήσεων – μελών του ακόμα και σε περιόδους κάμψης της οικονομικής τους αποδοτικότητας. Δημιουργεί ένα πλέγμα επιχειρηματικής συνεργασίας και αμοιβαιότητας μεταξύ των κοινωνικών επιχειρήσεων του δικτύου, έτσι ώστε να μπορούν να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό της ελεύθερης αγοράς.

Τα πεδία οικονομικής δραστηριότητας που περιλαμβάνει παρουσιάζουν μεγάλη ζήτηση στην εγχώρια αγορά και διαθέτουν σε σημαντικό βαθμό ποιοτικό χαρακτήρα (συνήθως υπάρχει πρόβλεψη για πιστοποίηση της ποιότητας των προϊόντων των κοινωνικών επιχειρήσεων του δικτύου, καθώς και των διαδικασιών λειτουργίας τους).

Η λειτουργία της μητρικής επιχείρησης (δικαιούχος φορέας) δημιουργεί τις προϋποθέσεις κεντρικής υποστήριξης και χάραξης ενιαίας στρατηγικής και marketing, με αποτέλεσμα τη μεγιστοποίηση της προοπτικής βιωσιμότητας και επεκτασιμότητας των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Η επιλογή για πρόβλεψη ίσων μεριδίων των δικαιούχων στον δικαιούχο φορέα, αλλά και ίσων



μεριδίων στη διανομή των κερδών εκφράζεται με δίκαιο και ανακατανομητικό τρόπο στη λειτουργία του δικτύου.

Οι σημαντικότερες δυσκολίες που παρουσιάζονται στη δημιουργία των κοινωνικών επιχειρήσεων με το μοντέλο της κοινωνικής δικαιοχρήσης αφορούν κυρίως στα εξής θέματα:

- στον πιλοτικά χαρακτήρα του κοινωνικού franchising
- στη διαμόρφωση κοινής στρατηγικής του Δικτύου λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των διαφόρων περιοχών
- στη χάραξη ενιαίας πολιτικής, ενιαίου συστήματος προμηθειών, καθώς και ενιαίου συστήματος προώθησης και εμπορίας των προϊόντων

Άλλες πιθανές δυσκολίες που μπορούν να προκύψουν είναι σε θέματα νομικού – φορολογικού χαρακτήρα κατά την ίδρυση του δικαιοπάρου φορέα, ασυμφωνιών μεταξύ των εταίρων των κοινωνικών επιχειρήσεων, ενώ σοβαρές καθυστερήσεις δύναται να προκύψουν από τις δυσκολίες εύρεσης χώρων εγκατάστασης των επιχειρήσεων σε διάφορες πόλεις, που θα επέτρεπαν μια αποτελεσματικότερη και αποδοτικότερη δραστηριότητα προώθησης προϊόντων ή υπηρεσιών.

Ιστοσελίδες

Το διαδίκτυο είναι ένα δίκτυο υπολογιστών το οποίο απαρτίζεται από χιλιάδες ετερογενή δίκτυα ανά τον κόσμο. Κανείς δεν μπορεί να υπολογίσει επακριβώς πόσοι υπολογιστές είναι συνδεδεμένοι στο διαδίκτυο. Οι χρήστες του διαδικτύου έχουν πρόσβαση σε μια μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών, πληροφορίας και διαδραστικής συνεργασίας.

Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερες επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως τομέα δραστηριοποίησης, κάνουν ανοίγματα προς το διαδίκτυο. Σκοπός της δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων της κοινωνικής οικονομίας δεν είναι μόνο η διάδοση πληροφορίας, η προβολή, η αύξηση του πελατολογίου ή η διατήρηση του ήδη υπάρχοντος, αλλά και η προώθηση του κοινωνικού σκοπού τους με τα προκύπτοντα οφέλη στην κοινωνία. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις, ανάλογα με τα περιεχόμενα που θέλουν να προβάλλουν και τις λειτουργίες που τις διέπουν, μπορούν να επιλέξουν από μια σειρά ιστοσελίδων. Γενικά θα πρέπει να αναφερθεί ότι οι ιστοσελίδες του διαδικτύου χωρίζονται σε κατηγορίες ανάλογα με το σκοπό, τις υπηρεσίες και τον στόχο που επιδιώκουν.

Ως βασικές κατηγορίες ιστοσελίδων θα μπορούσαν να θεωρηθούν οι παρακάτω:

- Ιστοσελίδες οργανισμών-φορέων. Στην κατηγορία ιστοσελίδες Οργανισμών και Ιδρυμάτων ανήκουν ιστοσελίδες Πανεπιστημίων, Ιδρυμάτων (φιλανθρωπικού σκοπού), Κυβερνητικές ιστοσελίδες κ.ά. Σκοπός αυτής την κατηγορίας ιστοσελίδων είναι η ενημέρωση και η πληροφόρηση των επισκεπτών χωρίς οι κάτοχοι των ιστοσελίδων να επιδιώκουν ή να αποσκοπούν στο κέρδος.
- Πύλες (Portals). Οι ιστοσελίδες που χαρακτηρίζονται ως «Πύλες» έχουν πάρα πολλές σελίδες (πολύ περιεχόμενο) σχετικά με ένα συγκεκριμένο αντικείμενο ή μια συγκεκριμένη υπηρεσία.
- Προσωπικές ιστοσελίδες. Σε αυτή την κατηγορία ιστοσελίδων ανήκουν οι δικτυακοί τόποι που έχουν αντικείμενο την παρουσίαση κάποιου προσώπου. Σκοπός αυτών των ιστοσελίδων είναι η ενημέρωση για τη ζωή και το έργο κάποιων ανθρώπων (ακόμα και για ιστορικά πρόσωπα), και η προώθησή τους στο κοινό.
- Εμπορικές ιστοσελίδες. Οι εμπορικές ιστοσελίδες καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος του διαδικτύου και είναι αυτές που έχουν καθαρά εμπορικό χαρακτήρα. Σκοπός τους είναι οι αγοροπωλησίες μέσω του διαδικτύου και η προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών.



Στο παρελθόν οι συναλλαγές, οι αγορές και οι πωλήσεις προϊόντων, αλλά και υπηρεσιών γίνονταν με καθαρά συμβατικά μέσα. Ο καταναλωτής, προκειμένου να αγοράσει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία ήταν υποχρεωμένος να μεταβεί στην έδρα του

προμηθευτή των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Στις μέρες μας ο τρόπος διεξαγωγής των συναλλαγών έχει αλλάξει ριζικά. Ένας από τους σύγχρονους και γρήγορους τρόπους εξυπηρέτησης των καταναλωτών είναι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, το οποίο αναπτύσσεται ραγδαία στο εξωτερικό αλλά και στην Ελλάδα. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, εκτός των άλλων, προσφέρει τη δυνατότητα στον καταναλωτή να επιλέξει να κάνει τις αγορές του από το σπίτι, χωρίς την ανάγκη της μετακίνησης στην έδρα της επιχείρησης. Αυτό έχει ως άμεσο

αποτέλεσμα την κατακόρυφη αύξηση των διαθέσιμων επιλογών που έχει ο καταναλωτής στην επιλογή επιχειρήσεων και προϊόντων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί εργαλείο ανάπτυξης και δικτύωσης και στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας. Αρκετές Κοιν.Σ.Επ. χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό τρόπο διάθεσης των προϊόντων και των υπηρεσιών τους μεγιστοποιώντας τα οφέλη, ενδυναμώνοντας παράλληλα την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη.

Ως ηλεκτρονικό εμπόριο ή αλλιώς e-commerce ορίζεται το εμπόριο που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα, βασίζεται δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί έκφραση των λεγόμενων υπηρεσιών εξ αποστάσεως. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μια ολοκληρωμένη συναλλαγή που πραγματοποιείται μέσω δικτύων υπολογιστών ή άλλων ηλεκτρονικών δικτύων και κυρίως μέσω του διαδικτύου, χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, δηλαδή του πωλητή (κοινωνική επιχείρηση) και του αγοραστή, οι οποίοι μπορούν να βρίσκονται σε μεγάλη απόσταση ακόμα και σε διαφορετικές χώρες. Επίσης, είναι οποιαδήποτε συναλλαγή που ενέχει διαδικτυακή δέσμευση για αγορά ή πώληση αγαθών ή υπηρεσιών ή ακόμα και παροχή μη υλικών αγαθών, όπως μουσική ή προγράμματα λογισμικού.

Σήμερα το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν υπολείπεται σε κανένα είδος προϊόντων έναντι του παραδοσιακού εμπορίου. Το ηλεκτρονικό εμπόριο, πλέον, θεωρείται δοκιμασμένο. Πολλοί νέοι κοινωνικοί επιχειρηματίες ξεκινούν την επιχειρηματική τους καριέρα από ένα αμιγώς ηλεκτρονικό κατάστημα. Πιθανότατα, πλέον, να έχουν αντιστραφεί οι όροι και να είναι μικρότερο το ρίσκο επιτυχίας της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας από την παραδοσιακή. Επιπλέον, υπάρχει το πλεονέκτημα για το νέο κοινωνικό επιχειρηματία της απαίτησης μικρότερων οικονομικών κεφαλαίων για το ξεκίνημα μιας ηλεκτρονικής επιχείρησης σε σχέση με την παραδοσιακή. Σε σχέση με τις πρώτες απόπειρες ηλεκτρονικών καταστημάτων, σήμερα το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει αλλάξει μορφή. Πλέον βασίζεται σχεδόν αποκλειστικά στο διαδίκτυο και τις αρχές λειτουργίας των δυναμικών ιστοσελίδων. Έχουν αυτοματοποιηθεί οι διαδικασίες και έχει ελαχιστοποιηθεί η ανάγκη παρέμβασης κάποιου φυσικού προσώπου στη λειτουργία του και στην ολοκλήρωση των συναλλαγών. Στους χρήστες του διαδικτύου το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι γνωστό και δημοφιλές, όπως και σε μεγάλο βαθμό στο σύνολο της κοινωνίας. Παρόλα αυτά, όμως, παρουσιάζεται ακόμα μια δυσπιστία και φοβία για τη χρήση του από ένα σεβαστό ποσοστό του κοινωνικού συνόλου, κυρίως λόγω ελλιπούς πληροφόρησης ή και παραπληροφόρησης γι' αυτό.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μιας κοινωνικής επιχείρησης μπορεί να πάρει διάφορες μορφές, ανάλογα με τους συμμετέχοντες σε αυτό. Από τις μορφές αυτές, μπορεί να είναι ηλεκτρονικό Εμπόριο μεταξύ κοινωνικών επιχειρήσεων και επιχειρήσεων, μεταξύ κοινωνικών επιχειρήσεων και καταναλωτών. Το πιο δημοφιλές στο πλατύ κοινό είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο κοινωνικών επιχειρήσεων με καταναλωτές (B2C), ή αλλιώς το «λιανικό ηλεκτρονικό εμπόριο», που βοηθάει τις κοινωνικές επιχειρήσεις να μειώσουν το τελικό κόστος των προϊόντων ή υπηρεσιών τους που φτάνουν στους καταναλωτές. Η επιτυχία ενός ηλεκτρονικού



καταστήματος λιανικών πωλήσεων είναι συνάρτηση πολλών παραμέτρων. Όπως και στο συμβατικό λιανικό εμπόριο, σημαντικό ρόλο στην επιτυχία έχει η επιχειρηματική συνεταιριστική σκέψη, το όραμα, η ανάλυση του ανταγωνισμού και η δημιουργία μιας στρατηγικής, οι σωστές υποδομές, οι κατάλληλες στρατηγικές συμμαχίες. Τα ποιοτικά προϊόντα ή οι ποιοτικές υπηρεσίες μιας Κοιν.Σ.Επ. σε ανταγωνιστικές τιμές, η εξυπηρέτηση των πελατών με σωστή ενημέρωσή τους, οι νέες δυνατότητες διανομής και παράδοσης και η εκπλήρωση του κοινωνικού σκοπού, επίσης, βοηθούν στην επιτυχία.

Ωστόσο, μια κοινωνική επιχείρηση που θέλει να δραστηριοποιηθεί με το ηλεκτρονικό εμπόριο, εκτός των πολυάριθμων πλεονεκτημάτων, θα πρέπει να λάβει υπόψη και τους ακόλουθους κινδύνους:

- Έλλειψη κοινά αποδεκτών προτύπων ποιότητας, πρωτοκόλλων επικοινωνίας όπως και έλλειψη ασφάλειας και αξιοπιστίας
- Προβλήματα χρήσης του διαδικτύου από το κοινωνικό σύνολο. Πολλές κοινωνικές ομάδες ακόμα και σήμερα δε χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και, συνεπώς, είναι αποκομμένες και από το ηλεκτρονικό εμπόριο
- Πρόσθετο κόστος υποδομών για τις κοινωνικές επιχειρήσεις και για τους καταναλωτές
- Προβλήματα ασφαλείας και προστασίας προσωπικών δεδομένων, είναι ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα στο ηλεκτρονικό εμπόριο το οποίο δεν μπορεί να εκλείψει Έλλειψη εμπιστοσύνης, αφού η συναλλαγή είναι απρόσωπη
- Δεν υπάρχει φυσική επαφή του πελάτη με το προϊόν ή την υπηρεσία πριν γίνει η αγορά

Η ίδρυση ενός νέου ηλεκτρονικού καταστήματος ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. ακολουθεί συνήθως μια συγκεκριμένη διαδικασία που περιλαμβάνει τρία βασικά βήματα:

- Αναγνώριση των αναγκών της κοινωνίας και του καταναλωτή
- Μελέτη της ευκαιρίας
- Προσδιορισμός της ικανότητας των μελών της κοινωνικής επιχείρησης να ικανοποιήσουν τη ζήτηση

Πέρα από τις γενικές αρχές για την επιτυχία του ηλεκτρονικού καταστήματος μιας κοινωνικής επιχείρησης, καλό είναι τα μέλη της ή κάποιο από αυτά να γνωρίζει αρκετά το περιβάλλον του διαδικτύου, αφού μέσα σε αυτό θα λειτουργεί η κοινωνική επιχείρηση και να προσέξουν ιδιαίτερως την εμφάνιση της ιστοσελίδας του ηλεκτρονικού καταστήματος. Βεβαίως, υπάρχουν προϊόντα που για να τα αγοράσει κάποιος πρέπει οπωσδήποτε να τα δει από κοντά, να τα ακουμπήσει, να τα φορέσει. Τέτοια προϊόντα είναι πιο δύσκολο να εμπορευθούν από το διαδίκτυο.

Για τη δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος μιας κοινωνικής επιχείρησης απαιτείται ένα επιχειρησιακό σχέδιο, που θα περιλαμβάνει στρατηγικά και λειτουργικά στοιχεία. Το επιχειρησιακό σχέδιο κάνει πιο σίγουρη την επιτυχία, αφού βοηθάει στην πρόβλεψη προβλημάτων, στην επίτευξη στόχων και στην εκ των υστέρων σωστή αποτίμηση της επιτυχίας.

Newsletters

Πέρα από τη λειτουργία μιας ιστοσελίδας και των υπολοίπων εργαλείων προώθησης μέσω διαδικτύου, το email marketing αποτελεί ένα επιπλέον πολύτιμο εργαλείο για την προώθηση αποτελεσματικά των



προϊόντων και των υπηρεσιών μιας κοινωνικής επιχείρησης, καθώς και για τη γνωστοποίηση των κοινωνικών δραστηριοτήτων. Είναι ένα εργαλείο δικτύωσης με σκοπό την ενημέρωση των πελατών και της κοινωνίας για θέματα που ενδιαφέρουν, ενώ ταυτόχρονα αξιοποιείται καλύτερα η σχέση με το κοινό, αυξάνοντας τις πωλήσεις και δημιουργώντας νέους πελάτες. Πριν ξεκινήσει μια κοινωνική επιχείρηση να στέλνει ηλεκτρονικά μηνύματα (emails και newsletters), θα πρέπει να έχει έναν ξεκάθαρο στόχο για το τι επιθυμεί να πετύχει με αυτό.

Στέλνοντας μια κοινωνική επιχείρηση newsletter στους υποστηρικτές της ή τα μέλη της μπορεί να χτίσει καλύτερα τη σχέση της μαζί τους. Είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για να κερδίσει και να αυξήσει την εμπιστοσύνη της και να τους ενημερώσει για κοινωνικά θέματα που τους ενδιαφέρουν και τους βοηθούν. Παράλληλα διαφημίζεται το έργο της και η κοινωνική συνεισφορά της. Με τα newsletter η κοινωνική επιχείρηση μπορεί να ενημερώσει και να εκπαιδεύσει το κοινό της με συγκεκριμένα άρθρα, συμβουλές κ.λπ. Παρέχει περιεχόμενο το οποίο βοηθά συνήθως τα μέλη της

αλλά και γενικότερα το κοινωνικό σύνολο, ενώ δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για δικτύωση και με άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις. Παρέχονται λύσεις για να αντιμετωπιστούν συγκεκριμένες καταστάσεις και προβλήματα. Τα newsletters εναλλακτικά μπορεί να λαμβάνουν και τη μορφή ενημερωτικών emails. Αυτό το είδος των newsletters είναι αυτά τα οποία αναφέρονται σε συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες που παρέχει κοινωνική επιχείρηση. Τα συγκεκριμένα newsletters δημιουργούν υποψήφιους πελάτες. Θα πρέπει να είναι πολύ στοχευμένα και να τους οδηγούν συγκεκριμένα να κάνουν κάτι π.χ. να αγοράσουν κάποιο προϊόν, να δοκιμάσουν κάποια υπηρεσία δωρεάν, να συνεισφέρουν σε κάποια δράση κ.ά. Επίσης τα newsletters μπορεί να είναι και διαφημιστικά emails. Είναι τα emails που περιλαμβάνουν προσφορές. Ο όγκος των διαφημιστικών newsletters θα πρέπει να είναι περιορισμένος όσο το δυνατόν, μιας και υπάρχει κίνδυνος να βαρεθούν και να κουραστούν οι παραλήπτες από αυτά, αφού κατακλύζονται καθημερινά από αντίστοιχα άλλων επιχειρήσεων. Για να κερδίσει έναν πελάτη μια κοινωνική επιχείρηση ή να δικτυωθεί με άλλες επιχειρήσεις χρειάζεται συστηματική δουλειά και ασφαλώς να αποδειχθεί ο κοινωνικός και συλλογικός της σκοπός που τη διαφοροποιεί από τις κοινές επιχειρήσεις.

Άλλος τύπος newsletter μπορεί να είναι για κάποια εκδήλωση-δράση που διοργανώνει η κοινωνική επιχείρηση. Είναι συγκεκριμένου τύπου emails και διακινούνται για να προσκαλέσει η επιχείρηση το κοινό να παρευρεθεί σε κάποια εκδήλωση ή δράση που διοργανώνει π.χ. σεμινάριο, έκθεση, κοινωνική δράση που λαμβάνει μέρος ίδια κ.λπ. Στο newsletter θα πρέπει να φροντίσει η ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. να αναγράφονται όλες οι απαραίτητες πληροφορίες ώστε ο παραλήπτης να έχει στη διάθεσή του όλα τα στοιχεία και να μη αναγκάζεται να επικοινωνήσει για να μάθει περισσότερα.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας των ανθρώπων γενικά, αλλά και των Ελλήνων συγκεκριμένα. Σύμφωνα με πανελλήνια έρευνα του εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, που δημοσιεύτηκε για τη «Στάση, αξιοποίηση και εμπιστοσύνη των Ελλήνων στα social media», οι Έλληνες χρήστες μπορούν να χαρακτηριστούν ως έμπειροι, αφού το 50% δηλώνει ότι χρησιμοποιεί τα social media πάνω από 3 χρόνια. Τα κοινωνικά δίκτυα διαθέτουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά: Υποστηρίζουν ποικιλία των μορφών περιεχομένου, όπως κείμενο, βίντεο, φωτογραφίες, ήχο, κ.ά. Πολλά από αυτά κάνουν χρήση περισσότερων του ενός από αυτές τις επιλογές ως προς το περιεχόμενο. Επιτρέπουν αλληλεπιδράσεις που περνούν μία ή περισσότερες πλατφόρμες μέσω διαμοιρασμού, email και τροφοδοσίες.

Χαρακτηρίζονται από διαφορετικά επίπεδα εμπλοκής του χρήστη, οι οποίοι μπορούν να δημιουργήσουν, να σχολιάσουν ή να παρακολουθούν μέσω των δικτύων social media. Απλοποιούν, βελτιώνουν την ταχύτητα και το εύρος της διάδοσης των πληροφοριών. Προσφέρουν την ενός- προς-ένα, την ενός-προς-πολλούς και



των πολλών-προς-πολλούς επικοινωνία. Επιτρέπουν την επικοινωνία αυτή να πραγματοποιείται σε πραγματικό χρόνο ενώ αξιοποιούνται από πληθώρα συσκευών. Ο χρήστης μπορεί να χρησιμοποιήσει για τη διεύθυνση σε social media έναν υπολογιστή, ή κινητές συσκευές (tablets και smartphones ιδιαίτερα).

Οι πιο δημοφιλείς ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης σήμερα και τα χαρακτηριστικά που τους διαφοροποιούν είναι οι εξής:

- Facebook: Άμεσο, προσωπικό, συνδυασμός πολλών μορφών περιεχομένου Twitter: Σύνομα μηνύματα, ανοιχτή επικοινωνία, hashtags που δηλώνουν το θέμα
- Google+: Διαλειτουργικότητα με τα εργαλεία της Google
- YouTube: Προβολή video, ανοιχτή πρόσβαση χωρίς εγγραφή
- Blogger: Εύκολη δημιουργία blogs
- LinkedIn: Επαγγελματικό, δημιουργία προφίλ, ανεύρεση εργασίας, συνεργατών
- Instagram: Επεξεργασία και δημοσίευση φωτογραφιών Pinterest: Αποθήκευση προϊόντων, ευρύ γυναικείο κοινό
- Foursquare: Γεωγραφικά δεδομένα χρηστών (check-ins)
- Flickr: Αποθήκευση φωτογραφιών

Σε παγκόσμιο επίπεδο τα μέσα με τους περισσότερους χρήστες είναι το Facebook.com, το Twitter.com, το Youtube.com, το Myspace.com, το Flickr.com, η Wikipedia.org, το Blogger.com και το Digg.com. Αναφορικά με το πλήθος των χρηστών, το 68% των Ελλήνων επισκέπτεται σελίδες κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook) και το 60% blogs και forums. Επίσης, 1 στους 2 Έλληνες αναζητά πληροφορίες σε σελίδες με αξιολογήσεις χρηστών. Παγκοσμίως περισσότεροι από 330 εκατομμύρια χρήστες παρακολουθούν online βίντεο, ενώ το Twitter έχει χρήστες παγκοσμίως. Το Myspace έχει 110 εκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως. Δεν είναι, λοιπόν, τυχαίο που η πλειονότητα μεγάλων εταιριών, αλλά πλέον και κοινωνικών επιχειρήσεων ασχολείται όλο και περισσότερο με αυτό τον τρόπο δικτύωσης.

Το μάρκετινγκ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Το μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media marketing) έχει γίνει πλέον απαραίτητο συστατικό του online marketing κάθε επιχείρησης. Τα online κοινωνικά δίκτυα είναι ιδιαίτερα σημαντικά για όλες τις επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένων και των κοινωνικών επιχειρήσεων, για τους εξής λόγους: Είναι εξαιρετικά δημοφιλή (600 εκατομμύρια μέλη μόνο το Facebook) στα οποία μάλιστα ξοδεύουν αρκετό προσωπικό χρόνο. Αποτελέσαν ένα νέο εργαλείο επικοινωνίας για τους καταναλωτές και ένα νέο εργαλείο διαφήμισης για τις επιχειρήσεις. Περιέχουν έναν τεράστιο αριθμό προσωπικών πληροφοριών που εθελούσια δημοσιεύονται σε αυτά τα δίκτυα. Μέσω των κοινωνικών δικτύων δημιουργήθηκαν ορισμένες νέες μέθοδοι διαφήμισης και επικοινωνίας με τους καταναλωτές, όπως το eWOM (electronic word of mouth ή ελληνιστή ηλεκτρονική δια στόματος διαφήμιση), το viral marketing (ή ιογενές μάρκετινγκ) και το direct marketing (ή άμεσο μάρκετινγκ). Το social media marketing απευθύνεται σε μεγάλες αλλά και μικρές επιχειρήσεις και είναι κατάλληλο εργαλείο για τη δικτύωση μεταξύ επιχειρήσεων αλλά και με τους πελάτες τους με απώτερο σκοπό την προώθηση των υπηρεσιών και των προϊόντων τους. Διάσημες επιχειρήσεις της αγοράς από όλους τους οικονομικούς κλάδους χρησιμοποιούν τα social media για να προσελκύσουν νέους πελάτες, καθώς και να διατηρήσουν τη φήμη και το όνομά τους, ενώ παράλληλα στοχεύουν σε ένα ευρύ κοινό καταναλωτών.

Στα πλαίσια μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής για την παρουσία των κοινωνικών επιχειρήσεων στα social media, πρέπει να τεθούν κατάλληλοι στόχοι, να σχεδιαστούν, να αναπτυχθούν και να υλοποιηθούν απαραίτητες τακτικές ενέργειες προκειμένου να προκύψουν τα βέλτιστα οφέλη για την επιχείρηση και τα προωθούμενα προϊόντα και υπηρεσίες. Η κοινωνική επιχείρηση θα πρέπει να επιλέξει ποια είναι τα



καταλληλότερα social media γι' αυτή και να καταστρώσει στρατηγικά την παρουσία της στο καθένα από αυτά. Μέσω της κοινωνικής δικτύωσης μια επιχείρηση μπορεί να αλληλεπιδρά με το κοινό της, που σημαίνει πως θέτει τις βάσεις για το χτίσιμο μακροχρόνιων σχέσεων με όλους τους εμπλεκομένους. Ως γνωστόν, τα social media στοχεύουν στη σύναψη σχέσεων και με συνεργάτες, με προμηθευτές, με το προσωπικό της επιχείρησης και άλλων μερών που σχετίζονται με αυτή. Επικοινωνώντας τακτικά με τα μέλη η κοινωνική επιχείρηση δεν έχει απλά μια παρουσία στα social media, αλλά δημιουργεί προστιθέμενη παράλληλη αξία.

Μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να:

- Προωθήσουν προϊόντα με πιο προσωπικό και φιλικό τρόπο
- Κρατάνε ανοιχτή επικοινωνία με πολλούς δυνητικούς πελάτες
- Κερδίζουν ακόμα περισσότερο στις μηχανές αναζήτησης και αυξάνουν την επισκεψιμότητα του Διαδικτυακού τους Τόπου
- Συνεισφέρουν αποτελεσματικά και φθηνά στη διαφήμιση του κοινωνικού τους σκοπού



Ηλεκτρονική Πλατφόρμα Δικτύωσης των Κοιν.Σ.Επ.

Η Ειδική Υπηρεσία για την Κοινωνική Ένταξη και την Κοινωνική Οικονομία (Ε.Υ.Κ.Ε.Κ.Ο.) του Υπουργείου Εργασίας διαμόρφωσε μία διαδραστική πλατφόρμα δικτύωσης και προβολής του έργου των Κοιν.Σ.Επ., η οποία προσδευτικά μπορεί να αποτυπώσει το πλήθος των επιχειρημάτων με δυνατότητα ταξινόμησής τους ανά κλάδο δραστηριότητας και γεωγραφική περιοχή. Η συγκεκριμένη εφαρμογή αποβλέπει τόσο στη δικτύωση των Κοιν.Σ.Επ. μεταξύ τους, όσο και με το εξωτερικό τους περιβάλλον (προμηθευτές, πελάτες, αγοραστές, υποψήφιους κοινωνικούς επιχειρηματίες), στην πληροφόρηση του ευρύτερου κοινού για το έργο των Κοιν.Σ.Επ. με έντονο κοινωνικό αποτύπωμα και, σε κάθε περίπτωση, στην ενδυνάμωση της ικανότητας του Υπουργείου Εργασίας να επικοινωνεί με τους φορείς της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας (Κοιν.Σ.Επ.). Η πλατφόρμα σχεδιάστηκε επί τη βάση ανοιχτού λογισμικού και με δυνατότητα κλειστής λίστας διαχειριστών, δυνατότητα εγγραφής και επεξεργασίας στοιχείων απευθείας από τους χρήστες και δυνατότητα πρόσβασης σε άτομα με αναπηρία. Η πλατφόρμα δικτύωσης Κοιν.Σ.Επ. φαίνεται δημόσια στη διεύθυνση: <http://koinsep.keko.gr/> και μπορεί να αξιοποιηθεί από όλες τις Κοιν.Σ.Επ. προκειμένου να δικτυωθούν μεταξύ τους, όπως και με το ευρύτερό τους περιβάλλον (προμηθευτές, πελάτες, συνεργάτες, δυνητικά μέλη και εργαζόμενους, κ.λπ.).

Αναπτύχθηκε από την Κοιν.Σ.Επ. Sociality σε συνεργασία με την ΕΥΚΕΚΟ, σε περιβάλλον drupal, που είναι ένα πολύ διαδεδομένο παγκοσμίως εργαλείο ανάπτυξης εφαρμογών διαχείρισης περιεχομένου (content management).

Η πληροφορία ομαδοποιήθηκε στη βάση των κατηγοριών δραστηριοτήτων στις οποίες εντάσσονται οι Κοιν.Σ.Επ. και στους αριθμούς ΚΑΔ της Γενικής Γραμματείας Πληροφοριακών Συστημάτων του Υπουργείου Οικονομικών.

Δημιουργία Περιφερειακών Κέντρων Στήριξης για την υποστήριξη των Φορέων Κοινωνικής Οικονομίας σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο

Σύμφωνα με την επικαιροποιημένη Εθνική Στρατηγική για την ανάπτυξη της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας, κομβικής σημασίας δράση είναι η δημιουργία Περιφερειακών Κέντρων Στήριξης σε όλη την επικράτεια. Σκοπός της δημιουργίας Περιφερειακών Κέντρων Στήριξης είναι η υποστήριξη της δημιουργίας, λειτουργίας και ανάπτυξης Φορέων Κοινωνικής Οικονομίας σε τοπικό επίπεδο, η διάχυση της ιδέας της Κοινωνικής Οικονομίας και η εδραίωσή της μέσω μόνιμων δικτύων συνεργασίας και τοπικών συμφωνιών. Οι Μηχανισμοί αυτοί θα δημιουργηθούν από τοπικούς και περιφερειακούς παράγοντες, συμπεριλαμβανομένων εκπροσώπων της κοινωνίας των πολιτών, οι οποίοι θα συνενώσουν τις δυνάμεις τους για να υλοποιήσουν δράσεις ανάπτυξης της Κοινωνικής Οικονομίας ευρείας κλίμακας. Ειδικότερα:

Τα Περιφερειακά Κέντρα Στήριξης καλύπτουν το σύνολο της χώρας, παρέχουν υπηρεσίες μίας στάσης (one-stop-shop) για τους υφιστάμενους και δυνητικούς κοινωνικούς επιχειρηματίες και για όσους επιθυμούν να αναλάβουν πρωτοβουλία στον τομέα της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας και εξυπηρετούν τις ανάγκες της κάθε Περιφέρειας, ανάλογα με τις ιδιαιτερότητές της.

- Συμβάλλουν στη διάχυση της ιδέας της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας σε κάθε περιφέρεια,
- Υποστηρίζουν τη δημιουργία, λειτουργία και ανάπτυξη των επιχειρήσεων της κοινωνικής οικονομίας σε κάθε περιφέρεια,
- Ενισχύουν την επιχειρηματική δραστηριότητα των Κοινωνικών Επιχειρήσεων, μέσω της προώθησης τοπικών συμφωνιών συνεργασίας (local pacts) μεταξύ των κοινωνικών επιχειρήσεων και δημοσίων οργανισμών ή ιδιωτικών επιχειρήσεων,
- Επιδιώκουν τη δικτύωση των κοινωνικών επιχειρήσεων σε τοπικό επίπεδο σε παραγωγικές συνέργειες (clusters),

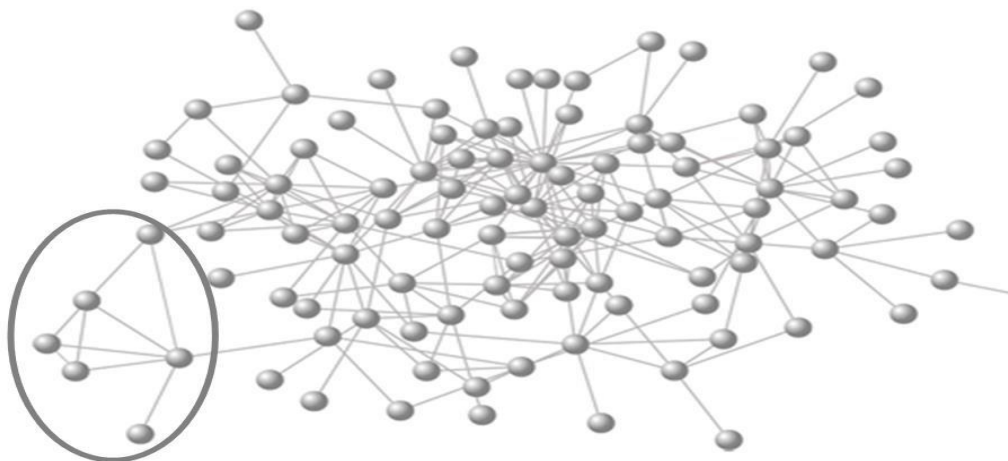


- Συνδιαμορφώνουν κατευθύνσεις παραγωγικής στόχευσης των υπό δημιουργία επιχειρήσεων της κοινωνικής οικονομίας σε συνεργασία με ερευνητικούς φορείς, επιμελητήρια, δημόσιους φορείς σε συνδυασμό με διαγνωσμένες κοινωνικές ανάγκες,
- Παρέχουν υπηρεσίες θερμοκοιτίδας, όπως συμβουλευτική στην Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, διοικητική, νομική και λογιστική υποστήριξη, εξειδικευμένες υπηρεσίες επιχειρηματικής συμβουλευτικής, δικτύωσης κ.λπ.
- Διασυνδέουν τις επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας με ΟΤΑ, με στόχο τη διαμόρφωση ενός διαφανούς πλαισίου συνεργασίας για τη σύναψη προγραμματικών συμβάσεων, συμμετοχή σε δημόσιες συμβάσεις κοινωνικής αναφοράς και αξιοποίηση δημόσιας ακίνητης περιουσίας από εγχειρήματα κοινωνικής οικονομίας,
- Επιδιώκουν τη δικτύωση των κοινωνικών επιχειρήσεων σε τοπικό επίπεδο σε παραγωγικές συνέργειες (clusters),
- Συνδιαμορφώνουν κατευθύνσεις παραγωγικής στόχευσης των υπό δημιουργία επιχειρήσεων της κοινωνικής οικονομίας σε συνεργασία με ερευνητικούς φορείς, επιμελητήρια, δημόσιους φορείς σε συνδυασμό με διαγνωσμένες κοινωνικές ανάγκες,
- Παρέχουν υπηρεσίες θερμοκοιτίδας, όπως συμβουλευτική στην Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, διοικητική, νομική και λογιστική υποστήριξη, εξειδικευμένες υπηρεσίες επιχειρηματικής συμβουλευτικής, δικτύωσης κ.λπ.,
- Διασυνδέουν τις επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας με ΟΤΑ, με στόχο τη διαμόρφωση ενός διαφανούς πλαισίου συνεργασίας για τη σύναψη προγραμματικών συμβάσεων, συμμετοχή σε δημόσιες συμβάσεις κοινωνικής αναφοράς και αξιοποίηση δημόσιας ακίνητης περιουσίας από εγχειρήματα κοινωνικής οικονομίας.

Χαρτογράφηση και ανάλυση των σχέσεων των ενδιαφερόμενων μερών

Στην κλασική ανάλυση των ενδιαφερόμενων μερών συνήθως περιοριζόμαστε στη σχέση που δημιουργείται μεταξύ του δικού μας οργανισμού και του εκάστοτε άλλου παράγοντα. Όμως κάθε άνθρωπος ή φορέας που συναλλασσόμαστε έχει ανάλογα τα δικά του ενδιαφερόμενα μέρη. Τελικά διαμορφώνεται ένα πλέγμα από δίκτυα που συμπεριλαμβάνουν ποικίλες μορφές συναλλαγών. Στο επόμενο σχήμα παρουσιάζεται ένα δίκτυο που μπορεί να περιλαμβάνει πελάτες, προμηθευτές, συνεργαζόμενους φορείς κ.ά. Οι γραμμές μεταξύ τους υποδηλώνουν ότι υπάρχει κάποιας μορφής σχέση. Σκοπός μας είναι να εντοπίσουμε και να διερευνήσουμε τις σχέσεις των δικών μας ενδιαφερόμενων μερών με τα δικά τους, ενώ ο κύκλος υποδηλώνει την ύπαρξη μίας οργάνωσης που συνδέεται με το συγκεκριμένο δίκτυο.





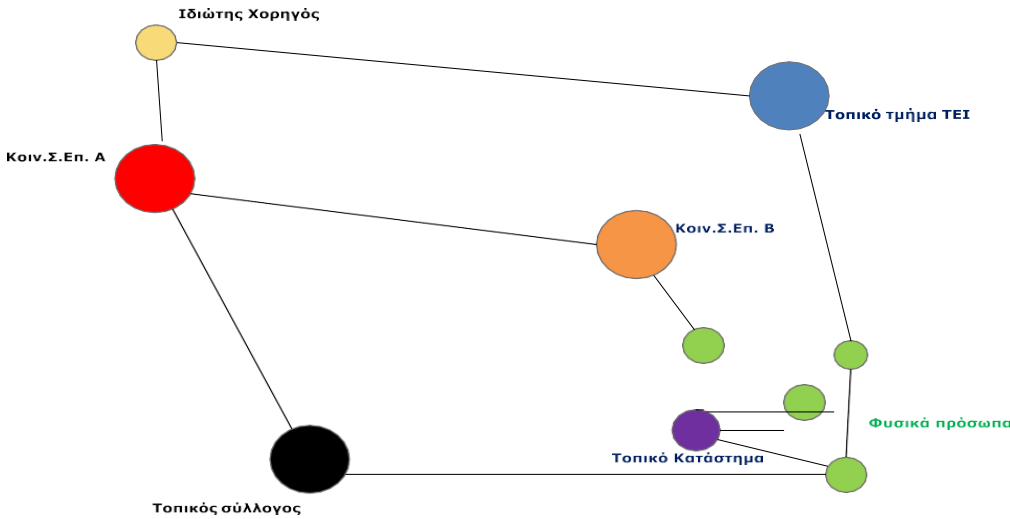
Εικόνα 1 Ένα κοινωνικό δίκτυο

Γιατί χρειάζεται να διερευνήσουμε τα δίκτυα των άλλων; Υπάρχουν πολλαπλοί λόγοι. Κατ' αρχάς, για να γνωρίζουμε καλύτερα με ποιους συναλλασσόμαστε. Ένα κλασικό ρητό λέει: «δείξε μου τους φίλους σου να σου πω ποιος είσαι». Αλλά και κατά δεύτερον, για να διερευνήσουμε ολόκληρο το πεδίο συνεργασιών που αναπτύσσουν τα ενδιαφερόμενα μέρη σε ένα συγκεκριμένο περιβάλλον. Συγκεντρώνουμε πληροφορίες, αποκτούμε προσβάσεις σε άλλα πιθανά ενδιαφερόμενα μέρη. Εντέλει γνωρίζουμε όχι μόνον ποια είναι τα ενδιαφερόμενα μέρη και τι ανάγκες έχουν, αλλά και πώς διαρθρώνονται οι μεταξύ τους σχέσεις. Μια οργανωμένη χαρτογράφηση μας παρέχει τη δυνατότητα να σχεδιάσουμε έναν «στρατηγικό χάρτη», για να κατανοήσουμε το πεδίο δραστηριοποίησής μας, και να σχεδιάσουμε τις απαιτούμενες ενέργειες, όπως θα αναφερθούμε στο τρίτο κεφάλαιο. Τέλος, μπορούμε να δημιουργήσουμε σχέσεις με έναν παράγοντα που μας ενδιαφέρει διαμέσου άλλων.

Οι κύριες ενότητες γνώσεων επιμερίζονται σε:

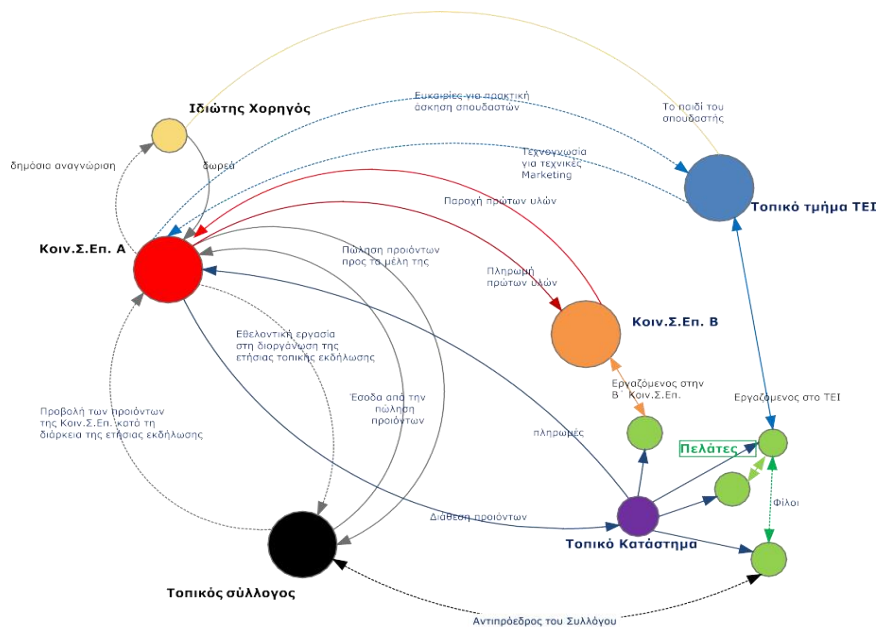
α) Ανάλυση του κοινωνικού δικτύου (social network analysis): Διερευνούμε τις διασυνδέσεις των παραγόντων που μας ενδιαφέρουν. Ένα ενδεικτικό σχήμα σχεδιασμού είναι το παρακάτω. Από αυτό μπορούμε να σχεδιάσουμε στρατηγικές για να πλησιάσουμε και να αξιοποιήσουμε παράγοντες που μας ενδιαφέρουν, παρ' ότι αυτοί αρχικά δεν ενδιαφέρονται για εμάς.





Εικόνα 2: Μοντέλο κοινωνικής δικτύωσης

β) Ανάλυση δικτύου αξιών (value net): Εμφανίζει τις σχέσεις και τις συναλλαγές που δημιουργούν τα ενδιαφερόμενα μέρη μεταξύ τους, όπως και με τη δική μας Κοιν.Σ.Επ. Μέσω άλλων μπορούμε να δημιουργήσουμε περισσότερες επαφές και ενδεχομένως στο μέλλον συναλλαγές.



Εικόνα 4: Ανάλυση δικτύου αξίας (value net)

Η ανάλυση δικτύων αποτελεί μια ιδιαίτερη ενότητα στον επιχειρησιακό και στρατηγικό σχεδιασμό μιας επιχείρησης, με ιδιαίτερη αξία για τις Κοιν.Σ.Επ. Εφαρμόζεται τόσο κατά την έναρξη και τον αρχικό σχεδιασμό, όσο και για τις ανάγκες της σχεδιασμένης ανάπτυξης και επέκτασης σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή. Οι συγκεκριμένες πρακτικές ακολουθούνται μάλλον εμπειρικά από τις περισσότερες επιχειρήσεις, όμως ο οργανωμένος τρόπος μέσω στρατηγικών και εργαλείων που έχουν αναπτυχθεί είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Ίσως εκ πρώτης όψεως να φαίνεται σε κάποιους πολύπλοκο, αλλά στην πραγματικότητα δεν



είναι. Χρειάζεται, ωστόσο, ειδική εκπαίδευση, ώστε ο Κοινωνικός επιχειρηματίας να είναι γνώστης της αξίας της ανάλυσης δικτύων, αλλά και κάποιων άλλων εργαλείων που θα διευκολύνουν το έργο του.³⁸

Αναλυτικότερα περί του εξωτερικού περιβάλλοντος:

Ως εξωτερικό περιβάλλον μπορούμε, ευρύτερα, να ορίσουμε τις δυνάμεις που βρίσκονται έξω από τα όρια της επιχείρησης αλλά μπορούν να επηρεάσουν την υλοποίηση ή μη του στόχου της. Το εξωτερικό περιβάλλον χωρίζεται στο άμεσο εξωτερικό περιβάλλον και το έμμεσο εξωτερικό περιβάλλον.

Το άμεσο εξωτερικό περιβάλλον είναι τα στοιχεία του εξωτερικού περιβάλλοντος που οι δυνάμεις του έχουν άμεση επίδραση στην επιχείρηση. Το άμεσο εξωτερικό περιβάλλον αποτελείται από τους καταναλωτές, τους ανταγωνιστές, τους προμηθευτές, την κεφαλαιαγορά, τις δημόσιες υπηρεσίες και επιχειρήσεις και το διαθέσιμο ανθρώπινο δυναμικό.

Το έμμεσο εξωτερικό περιβάλλον αποτελείται από την οικονομία, την τεχνολογία, το πολιτικό-νομικό περιβάλλον, το κοινωνικό περιβάλλον, το οικολογικό περιβάλλον, το διεθνές περιβάλλον. Το έμμεσο εξωτερικό περιβάλλον είναι τα στοιχεία του εξωτερικού περιβάλλοντος που δεν επηρεάζουν άμεσα τη λειτουργία του οργανισμού.

38 Οι εικόνες που παρουσιάζονται στο συγκεκριμένο κεφάλαιο συμπεριλαμβάνονται στο εκπαιδευτικό υλικό του ΤΕΙ της Αθήνας για τις Κοιν.Σ.Επ., Βλ. Ζάννης, Π., 2015.



3.3 Εκτίμηση Επιχειρηματικών Κινδύνων κατά την Εκκίνηση & Λειτουργία των Κοινωνικών Επιχειρήσεων (S.W.O.T. Analysis)

Μια επιχείρηση για να σχεδιάσει την πιο αποτελεσματική στρατηγική για την ίδια, πέρα από την ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος, χρειάζεται να μελετήσει τις δυνατότητες και τις αδυναμίες της στο εσωτερικό της και τις ευκαιρίες και τους κινδύνους που μπορεί να προκύψουν από το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Έτσι τα στελέχη που λαμβάνουν αποφάσεις θα πρέπει να εναρμονίσουν τους στόχους με τα μέσα που έχει η επιχείρηση (Θερίου, 2005). Βασική επιδίωξη της ανάλυσης αυτής είναι η απάντηση σε δυο βασικά ερωτήματα:

A) πού βρίσκεται η επιχείρηση και B) πού θέλει να πάει

Η ανάλυση S.W.O.T, ανάλογα με τον τρόπο εφαρμογής της, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για δυο σκοπούς: (Τζωρτζάκης & Τζωρτζάκη, 2002)

Για την ανάλυση της ανταγωνιστικής θέσης μιας οργανωτικής μονάδας της επιχείρησης, ενός προϊόντος ή υπηρεσίας. Για να είναι αποτελεσματική η ανάλυση θα πρέπει να βασίζεται σε κάποιες προϋποθέσεις. Αυτές είναι:

Εστίαση. Θα πρέπει να εστιαστεί η ανάλυση σε μια αγορά, έναν ανταγωνιστή, ένα τμήμα της επιχείρησης ή ένα τμήμα πελατών και όχι στο σύνολο της επιχείρησης, κάτι που δεν θα βγάλει σαφές αποτέλεσμα.

Συλλογικό Όραμα: Όταν η ανάλυση SWOT γίνεται από μια ομάδα στελεχών έχει μεγαλύτερη πιθανότητα επιτυχίας, καθώς τα δεδομένα προέρχονται από πολλές πηγές και σε συντομότερο διάστημα από όταν συλλέγοντας ατομικά. Έτσι θα υπάρξει και ομοφωνία ως προς το όραμα που έχουν τα στελέχη για το μέλλον της επιχείρησης.

Προσανατολισμός προς τους πελάτες: Η ανάλυση ως κύριο στόχο έχει να αναζητήσει τρόπους καλύτερης προσέγγισης του πελάτη και ικανοποίησης του. Έτσι δύναμη ή αδυναμία που δεν γίνεται αντιληπτή από τους πελάτες, καλό θα ήταν να μην συμπεριληφθεί, για απλοποίηση της ανάλυσης.

Αντικειμενική ανάλυση περιβάλλοντος: Οι ευκαιρίες και οι απειλές είναι πραγματικές μόνο όταν είναι εξωτερικές και δε συναρτώνται από την ύπαρξη ή μη της επιχείρησης στην αγορά. Επίσης, χρειάζεται να μην προστεθούν στην ανάλυση ήδη γνωστές τακτικές, γιατί σκοπός της ανάλυσης είναι η εξαγωγή νέων συμπερασμάτων.

Λαμβάνοντας υπόψη τις προϋποθέσεις παραπάνω, μπορούμε να δημιουργήσουμε δυο ειδών στρατηγικές:

A) Συνδυαστικές στρατηγικές, όπου συνδυάζουμε τις δυνάμεις με τις ευκαιρίες, όπως επίσης συνδυασμό απειλών και αδυναμιών.

B) Στρατηγικές μετατροπής ή εξουδετέρωσης, όπου προσπαθούμε να μετατρέψουμε τις αδυναμίες σε δυνάμεις και τις απειλές σε ευκαιρίες ή προσπαθούμε να μετριάσουμε τις επιδράσεις.





Συγκεντρωτικά η ανάλυση S.W.O.T περιλαμβάνει στοιχεία που φαίνονται στον παρακάτω πίνακα:

Δυνάμεις (Strengths)	Αδυναμίες (Weaknesses)
<p>Ευέλικτη στρατηγική</p> <p>Ισχυρή χρηματοοικονομική κατάσταση</p> <p>Πλεονέκτημα κόστους</p> <p>Ισχυρό όνομα-εικόνα στην αγορά</p> <p>Ικανότητα στη δημιουργία καινοτομικών προϊόντων</p> <p>Ηγετική θέση στην αγορά</p> <p>Ισχυρές υπηρεσίες μετά την πώληση</p> <p>Τεχνολογία προστατευόμενη από</p>	<p>Ασαφής στρατηγική κατεύθυνση</p> <p>Μεγάλη δανειακή επιβάρυνση</p> <p>Απαρχαιωμένες παραγωγικές εγκαταστάσεις</p> <p>Εσωτερικά λειτουργικά προβλήματα</p> <p>Υψηλότερα κόστη έναντι των ανταγωνιστών</p> <p>Έλλειψη ορισμένων ικανοτήτων που ζητάει η αγορά</p>



<p>πατέντες Ισχυρή διαφήμιση Ποιότητα προϊόντων-υπηρεσιών Στενές σχέσεις με επιχειρήσεις-συμμάχους</p>	<p>Αδυναμίες σε θέματα Έρευνας & Ανάπτυξης Πολύ «ρηχή» γραμμή προϊόντων Αδυναμίες στον τομέα μάρκετινγκ</p>
<p>Ευκαιρίες(Opportunities)</p>	<p>Απειλές (External Threats)</p>
<p>Προσέγγιση επιπλέον τμημάτων της αγοράς Επέκταση σε νέες αγορές ή νέες γεωγραφικές περιοχές Επέκταση της γραμμής προϊόντος Μεταφορά ικανοτήτων σε νέα προϊόντα Καθετοποίηση δραστηριοτήτων Προσπάθεια απόσπασης μεριδίων αγοράς από ανταγωνιστές Εξαγοράζοντας ανταγωνιστών Στρατηγικές συμμαχίες για είσοδο σε νέες αγορές Υιοθέτηση νέων τεχνολογιών</p>	<p>Είσοδος στην αγορά ισχυρών ανταγωνιστών Απώλεια εισόδων από υποκατάστατα προϊόντα Επιβραδυνόμενη ανάπτυξη αγοράς Δυσμενείς αλλαγές σε συναλλαγματικές ισοτιμίες Επαχθής οικονομικά, νέες κρατικές ρυθμίσεις παρεμβάσεις Αυξανόμενη ισχυροποίηση πελατών ή προμηθευτών Αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών Δημογραφικές αλλαγές</p>

Πηγή: Thopson & Strickland(2001)

3.4 Επιχειρηματικό Σχέδιο των Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός είναι η απάντηση στο πρόβλημα της γρήγορης μεταβολής και της αστάθειας του περιβάλλοντος μιας τυπικής επιχείρησης, ενώ το ίδιο ισχύει και για τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Η υψηλή ανταγωνιστικότητα, οι γρήγοροι ρυθμοί αλλαγής των προϊόντων και των αγορών, καθώς και η ταχύτατη εξέλιξη της τεχνολογίας καθιστούν σήμερα επιτακτική την ανάγκη εκπόνησης και εφαρμογής επιχειρηματικών σχεδίων στις κοινωνικές επιχειρήσεις.

Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός είναι μια συνοπτική γραπτή περιγραφή των στόχων που ελπίζει να πετύχει κάθε κοινωνικός επιχειρηματίας αναλύοντας, ταυτόχρονα, τις μεθόδους και τις στρατηγικές που θα εφαρμόσει για να τους πετύχει, ενώ περιλαμβάνει ανάλυση, διάγνωση και αξιολόγηση του μελλοντικού περιβάλλοντος για τον εντοπισμό των ευκαιριών και κινδύνων, καθώς και αξιολόγηση των δυνατοτήτων και αδυναμιών της κοινωνικής επιχείρησης.



Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός λειτουργεί ως εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού, επικοινωνίας, διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού, μάρκετινγκ, αποτελεσματικότητας και προώθησης της επιχειρηματικής ιδέας. Στην περίπτωση των κοινωνικών επιχειρήσεων, το επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως βασικό πειστήριο για να πείσει τόσο τους συνεταιίρους-μέλη για να συμμετέχουν, όσο και τους δυνητικούς πελάτες/συνεργάτες να αγκαλιάσουν το εγχείρημα.

Υπάρχουν σημαντικές διαφορές, μεταξύ των διαφόρων κοινωνικών επιχειρήσεων, όσον αφορά στο μέγεθος, τη φύση των δραστηριοτήτων, την τεχνολογία που εφαρμόζουν, τα οικονομικά στοιχεία, τη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων, το ειδικό ρυθμιστικό πλαίσιο, τις συνθήκες αγοράς, τον κλάδο, ή τομέα της οικονομίας στον οποίο ανήκουν κ.λπ. Έτσι το ακριβές περιεχόμενο του επιχειρηματικού σχεδίου κάθε κοινωνικής επιχείρησης και το βάθος ανάλυσης που γίνεται σε κάθε τμήμα του, πρέπει να διαμορφώνεται ανάλογα με τις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητές της. Γενικά, όμως, εκτιμάται ότι σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να περιλαμβάνονται σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό οι ακόλουθες έξι ενότητες:

• Αποστολή ιστορικού και συνοπτική περιγραφή της κοινωνικής επιχείρησης

Το τμήμα αυτό περιλαμβάνει την καταγραφή του οράματος και των αόριστων σκέψεων των κοινωνικών επιχειρηματιών, όπως αυτές διαμορφώνονται μέσα στις συνθήκες και την πίεση του περιβάλλοντος, οι οποίες οδηγούν στη διαμόρφωση ενός συστήματος προθέσεων που είναι πραγματοποιήσιμες και ακολούθως καταλήγει στη διατύπωση της αποστολής της κοινωνικής επιχείρησης. Επίσης, στο τμήμα αυτό γίνεται μια σύντομη αναδρομή της λειτουργίας της κοινωνικής επιχείρησης και αποτυπώνονται τα επιτεύγματα και η στρατηγική που έχει ακολουθηθεί μέχρι σήμερα για την ανάπτυξή της.

• Ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος της κοινωνικής επιχείρησης

Το τμήμα αυτό περιλαμβάνει ανάλυση-διάγνωση και αξιολόγηση του εξωτερικού περιβάλλοντος, προκειμένου να προσδιορισθούν οι προοπτικές και προϋποθέσεις ανάπτυξης της κοινωνικής επιχείρησης, στο πλαίσιο των ευκαιριών και απειλών που υπάρχουν στο περιβάλλον που αυτή δραστηριοποιείται.

• Ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος της κοινωνικής επιχείρησης

Το τμήμα αυτό περιλαμβάνει ανάλυση-διάγνωση και αξιολόγηση των δυνατοτήτων ή αδυναμιών της κοινωνικής επιχείρησης, καθώς και τον προσδιορισμό των στρατηγικών πλεονεκτημάτων που έχει η επιχείρηση σήμερα. Στην ουσία γίνεται η διαγνωστική ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης προκειμένου να καθορισθεί επακριβώς η θέση της, να εντοπιστούν οι περιοχές βελτίωσης και να προδιαγραφούν οι μελλοντικοί στόχοι της. Η ανάλυση εστιάζεται στις λειτουργίες, τους πόρους και τα συστήματα της κοινωνικής επιχείρησης, και στο τέλος παρουσιάζονται τα χρηματοοικονομικά στοιχεία της τελευταίας πενταετίας.

• Αξιολόγηση του εξωτερικού και εσωτερικού περιβάλλοντος της κοινωνικής επιχείρησης – ανάπτυξη των σχεδίων δράσης

Στο τμήμα αυτό γίνεται αξιολόγηση της υπάρχουσας στρατηγικής της κοινωνικής επιχείρησης, σε συνδυασμό με τα συμπεράσματα από την ανάλυση και αξιολόγηση τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού περιβάλλοντος της. Επίσης, το τμήμα αυτό περιλαμβάνει την ανάλυση και αξιολόγηση (ανάλυση SWOT) των δυνατών και αδύνατων σημείων της κοινωνικής επιχείρησης και των ευκαιριών και απειλών του περιβάλλοντος, προκειμένου να γίνει επανεξέταση και αξιολόγηση της υπάρχουσας στρατηγικής. Επίσης, το τμήμα αυτό περιλαμβάνει τη σύνθεση όλων των προηγούμενων, τα οποία θα οδηγήσουν στη διαμόρφωση-κατάρτιση της νέας στρατηγικής της κοινωνικής επιχείρησης. Τέλος, στο τμήμα αυτό αναπτύσσονται τα σχέδια



δράσης, τα οποία αφορούν όλες τις λειτουργίες και τα συστήματα της επιχείρησης και περιλαμβάνουν τους επιμέρους στόχους, τις ενέργειες που πρέπει να αναληφθούν, τους πόρους που θα απαιτηθούν, τις υπευθυνότητες και το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης.

• Προβλέψεις οικονομικών αποτελεσμάτων

Στο τμήμα αυτό περιλαμβάνονται οι προβλέψεις των οικονομικών αποτελεσμάτων της κοινωνικής επιχείρησης (για τα επόμενα χρόνια), δηλαδή οι βασικές οικονομικές καταστάσεις όπως ο ισολογισμός, η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης, οι πηγές και χρήσεις πόρων κ.λπ. Στο τμήμα αυτό εντοπίζονται οι κρίσιμες παράμετροι οι οποίες, εάν μεταβληθούν, θα επηρεάσουν σημαντικά τα αποτελέσματα (ανάλυση ευαισθησίας).

Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός θέτει συγκεκριμένους αντικειμενικούς σκοπούς και στόχους μιας κοινωνικής επιχείρησης, έχοντας εξετάσει και αποκωδικοποιήσει το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον, στο οποίο αυτή δραστηριοποιείται. Το επόμενο βήμα είναι χάραξη της πολιτικής μάρκετινγκ της κοινωνικής επιχείρησης, έτσι ώστε να προσδιοριστούν οι παράγοντες εκείνοι που θα καταστήσουν εφικτούς και υλοποιήσιμους τους στόχους.

Η λειτουργία ενός σχεδίου μάρκετινγκ αφορά τη διάγνωση και τον προγραμματισμό για τον καθορισμό των στόχων, τη στρατηγική αλλά και το σχέδιο δράσης της κοινωνικής επιχείρησης. Αυτά τα στοιχεία οδηγούν στην ανάπτυξη της κοινωνικής επιχείρησης και αποτελούν αντικείμενο του σχεδίου μάρκετινγκ. Η λειτουργία του μάρκετινγκ περιλαμβάνει όλες εκείνες τις ενέργειες που είναι απαραίτητες για να φθάσουν τα προϊόντα ή υπηρεσίες της κοινωνικής επιχείρησης στον καταναλωτή, καθώς είναι η γέφυρα μεταξύ παραγωγής και κατανάλωσης, αποτελώντας το συνδετικό κρίκο της κοινωνικής επιχείρησης και του περιβάλλοντος.

Το σχέδιο μάρκετινγκ αποτελείται από τις παρακάτω επιμέρους ενότητες:

• Ανάλυση του περιβάλλοντος της κοινωνικής επιχείρησης και των ευκαιριών στην αγορά.

Στην ανάλυση του περιβάλλοντος γίνεται εξέταση και αξιολόγηση των συνθηκών στην αγορά και της θέσης της κοινωνικής επιχείρησης σε αυτή. Οι κυριότερες ευκαιρίες και τα προβλήματα εξετάζονται, ενώ εναλλακτικές λύσεις και στρατηγικές προτείνονται και αξιολογούνται. Εξετάζονται όχι μόνο η αγορά με τους πελάτες, αλλά και οι προμηθευτές, οι ανταγωνιστές, οι διανομείς κ.ά. Η ανάλυση του περιβάλλοντος περιλαμβάνει και τον καθορισμό της ανταγωνιστικής θέσης της κοινωνικής επιχείρησης στην αγορά, μεταξύ των διαφόρων τύπων ανταγωνισμού.

• Έρευνα και ανάλυση της αγοράς.

Είναι η συστηματική, αντικειμενική και σχολαστική συγκέντρωση, καταχώρηση και ανάλυση στοιχείων της αγοράς με σκοπό να κατευθυνθεί η κοινωνική επιχείρηση στη δημιουργία προβλέψεων για πωλήσεις των προϊόντων ή υπηρεσιών της, τη σχεδίαση νέων προϊόντων, τη συσκευασία, την ανάλυση πωλήσεων ή κόστους την αξιολόγηση των διαφημίσεων κ.λπ. Το σχέδιο μάρκετινγκ περιλαμβάνει πολλά υποδεέστερα τμήματα έρευνας, τα πιο σπουδαία από τα οποία είναι η έρευνα και ανάλυση αγοράς, η έρευνα προϊόντος, η έρευνα πωλήσεων, η έρευνα καταναλωτών και η έρευνα προβολής και προώθησης.

• Στρατηγική μάρκετινγκ και το σχέδιο δράσης.

Η δημιουργία της στρατηγικής μάρκετινγκ περιλαμβάνει δυο ξεχωριστά αλλά συγχρόνως συσχετιζόμενα βήματα, την επιλογή αγοράς-στόχου (το τμήμα εκείνο της αγοράς, που επιλέχθηκε για να εξυπηρετηθούν οι



ανάγκες της κοινωνικής επιχείρησης), με τη δημιουργία και προσφορά ενός προϊόντος ή υπηρεσίας και την ανάπτυξη του μίγματος μάρκετινγκ (να επιλέγουν, δηλαδή, τα στοιχεία που πρόκειται να συνδυάσουν την προσπάθεια ικανοποίησης των αναγκών της αγοράς- στόχου). Οι μεταβλητές που μπορεί να επηρεάσουν την επιτυχία της προσπάθειας μπορούν να συγκεντρωθούν σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες, προϊόν, τιμή, περιοχή και προώθηση ή προβολή.

•Εφαρμογή του προγράμματος μάρκετινγκ.

Η εφαρμογή της στρατηγικής marketing και των σχεδίων δράσης στην πράξη είναι το επόμενο δύσκολο βήμα, καθώς οποιοδήποτε σχέδιο δεν αξίζει εάν δεν μπορεί να εφαρμοστεί στην πράξη και να μεταφραστεί σε αποτέλεσμα.

•Έλεγχος και επαναπληροφόρηση

Ο έλεγχος στο πρόγραμμα μάρκετινγκ πρέπει να είναι προγραμματισμένος και τακτικός, να λειτουργεί έτσι ώστε κάθε ενέργεια μάρκετινγκ, πριν προχωρήσει σε επόμενο βήμα, να εξετάζεται και να ελέγχεται.

Μετά την ολοκλήρωση της ανάλυσης του μάρκετινγκ, ο κοινωνικός επιχειρηματίας μπορεί να δημιουργήσει το επίσημο σχέδιο μάρκετινγκ. Είναι σημαντικό να γνωρίζουμε ότι κάθε κοινωνική επιχείρηση είναι διαφορετική και κάθε σχέδιο μάρκετινγκ είναι μοναδικό. Ένας κοινωνικός επιχειρηματίας δε θα πρέπει να αισθάνεται ότι πρέπει να δημιουργήσει μια πανομοιότυπη έκδοση του σχεδίου μιας άλλης κοινωνικής επιχείρησης. Το σχέδιο μάρκετινγκ θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει μέρη της ανάλυσης της αγοράς, του ανταγωνισμού και της στρατηγικής μάρκετινγκ.

Το σχέδιο μάρκετινγκ μιας κοινωνικής επιχείρησης κατευθύνει τις ενέργειες που πρέπει να υλοποιηθούν, προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι που έχουν τεθεί στο επιχειρηματικό σχέδιο, ενώ διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ των μελών των διαφόρων τμημάτων της κοινωνικής επιχείρησης, καθώς προσφέρει τη δυνατότητα πλήρους ενημέρωσής τους, σχετικά με το τι πρέπει να ακολουθηθεί στην πορεία λειτουργίας της κοινωνικής επιχείρησης και με ποιους τρόπους πρέπει να εφαρμοστεί. Συνοπτικά, το σχέδιο μάρκετινγκ περιλαμβάνει τις παρακάτω τρεις βασικές φάσεις.

- Ανάλυση υφιστάμενης κατάστασης: ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος, ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος και ανάλυση SWOT
- Καθορισμός στόχων και στρατηγικής: καθορισμός στόχων μάρκετινγκ, καθορισμός στρατηγικής, αγορά-στόχος
- Πρόγραμμα δράσης: καθορισμός μίγματος μάρκετινγκ (προϊόν, τιμή, περιοχή, προώθηση), καθορισμός προϋπολογισμού, καθορισμός χρονοδιαγράμματος ενεργειών, υλοποίηση-παρακολούθηση-αναθεώρηση.

Με βάση τα παραπάνω, ένα σχέδιο μάρκετινγκ (marketing plan) περιλαμβάνει τα ακόλουθα μέρη, όπως αυτά παρατίθενται ακολούθως:

- Περίληψη
- Υφιστάμενη κατάσταση (ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος, νομική μορφή κοινωνικής επιχείρησης, ιστορικό και πεδία δράσης, αποστολή της επιχείρησης, επιχειρησιακοί στόχοι, υπάρχοντα προϊόντα-υπηρεσίες, χρηματοοικονομική κατάσταση)
- Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος (αγορά, ανταγωνισμός, προμηθευτές, δίκτυα διανομής, πελάτες)
- SWOT Analysis



- Καθορισμός στρατηγικής μάρκετινγκ (προσδιορισμός πεδίου δράσης, καθορισμός ομάδας στόχου, μίγμα μάρκετινγκ, προϊόν, τιμή διανομή, διαφήμιση, προώθηση πωλήσεων)
- Χρονοδιάγραμμα προγράμματος
- Προϋπολογισμός προγράμματος
- Παράρτημα (πίνακες, διαγράμματα)

Τέλος, το σχέδιο μάρκετινγκ των κοινωνικών επιχειρήσεων θα πρέπει να περιλαμβάνει σε κάθε βήμα την επαλήθευση τήρησης του κοινωνικού σκοπού και των κοινωνικών δεσμεύσεων.

3.5 Διοίκηση Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης και συνεταιρισμού Εργαζομένων

Σύμφωνα με όσα ορίζει ο Νόμος για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία, προκειμένου να συστήσουμε Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση Ένταξης απαιτείται ιδρυτική ομάδα 7 μελών, για τη σύσταση Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας η απαίτηση περιορίζεται σε 5 μέλη, ενώ για τη σύσταση Συνεταιρισμού Εργαζομένων στα τρία. Στους Συνεταιρισμούς Εργαζομένων τα μέλη μπορούν να είναι αποκλειστικά φυσικά πρόσωπα, ενώ στις Κοιν.Σ.Επ. τα μέλη μπορεί να είναι είτε φυσικά είτε νομικά, εφόσον βεβαίως τα νομικά πρόσωπα δεν ξεπερνούν το 1/3 του συνόλου των μελών. Η συμμετοχή των φορέων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης απαγορεύεται, με μόνη εξαίρεση τις Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης, όπου και επιτρέπεται η συμμετοχή Ν.Π.Δ.Δ. που υπάγονται σε Ο.Τ.Α. με την προϋπόθεση ότι έχουν εξασφαλίσει την έγκριση του εποπτευόμενου φορέα. Μέλος μίας Κοιν.Σ.Επ. δεν μπορεί να είναι μέλος και άλλης Κοιν.Σ.Επ. με ίδια δραστηριότητα, ενώ κάθε μέλος μπορεί να συμμετέχει μόνο σε έναν Συνεταιρισμό Εργαζομένων. Κάθε μέλος της Κοιν.Σ.Επ. ή του Συνεταιρισμού Εργαζομένων διαθέτει από μία υποχρεωτική συνεταιριστική μερίδα, το ύψος της οποίας δεν μπορεί να είναι κατώτερο των εκατό (100) ευρώ. Στο καταστατικό μπορεί να προβλέπεται η απόκτηση μέχρι και πέντε προαιρετικών μερίδων στην περίπτωση μιας Κοιν.Σ.Επ., ενώ αντίστοιχα για το Συνεταιρισμό Εργαζομένων ο αριθμός των προαιρετικών μερίδων δεν μπορεί να ξεπερνά τις τρεις. Η είσοδος νέων μελών επιτρέπεται με την υποχρέωση αγοράς τουλάχιστον μίας μερίδας.

Η διοίκηση της Κοιν.Σ.Επ. και του Συν.Εργ. γίνεται από τη Γενική Συνέλευση των μελών της και τη Διοικούσα Επιτροπή/Διοικητικό Συμβούλιο, αντίστοιχα, η οποία/το οποίο εκλέγεται από τη Γενική Συνέλευση, αποτελείται από τουλάχιστον τρία μέλη, συνεδριάζει τακτικά, τουλάχιστον, μία φορά ανά τρεις μήνες, ή όσο συχνά κριθεί αναγκαίο από το 1/3 των μελών της, αλλά όχι λιγότερα από δύο άτομα. Η ιδιότητα του μέλους Διοικούσας Επιτροπής/Διοικητικού Συμβουλίου είναι άμισθη. Αν η Κοιν.Σ.Επ. έχει μόνο πέντε (5) μέλη, αντί Διοικούσας Επιτροπής, τα μέλη μπορεί να εκλέξουν διαχειριστή, ο οποίος αναλαμβάνει όλες τις αρμοδιότητες της Διοικούσας Επιτροπής. Αντίστοιχα, αν ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων έχει μόνο τρία μέλη, αντί Διοικητικού Συμβουλίου, τα μέλη μπορεί να εκλέξουν διαχειριστή, ο οποίος και σ' αυτή την περίπτωση αναλαμβάνει όλες τις αρμοδιότητες του Διοικητικού Συμβουλίου.

Η Γενική Συνέλευση συνέρχεται τακτικά, κατόπιν απόφασης της Διοικούσας Επιτροπής/Δ.Σ., μία τουλάχιστον φορά κάθε έτος και σε κάθε περίπτωση πριν την υποβολή της ετήσιας φορολογικής δήλωσης, με σχετική απόφαση της Διοικούσας Επιτροπής ή του διαχειριστή που απευθύνεται προς τα μέλη, προ τουλάχιστον τριών (3) ημερών. Η Γενική Συνέλευση των μελών συνέρχεται εκτάκτως με πρόσκληση που απευθύνεται προς τα μέλη τουλάχιστον προ δύο (2) ημερών, είτε με απόφαση της Διοικούσας Επιτροπής/Διοικητικού Συμβουλίου, είτε με πρωτοβουλία του διαχειριστή, είτε εφόσον υποβληθεί σχετικό αίτημα με συγκεκριμένο θέμα προς τη



Διοικούσα Επιτροπή από το 1/3 των μελών της Γ.Σ. Αν η Διοικούσα Επιτροπή/Διοικητικό Συμβούλιο αρνείται τη σύγκληση αυτή, τα μέλη αυτά δικαιούνται να τη συγκαλέσουν αυτοβούλως.

3.6 Ζητήματα Ασφαλιστικής και Φορολογικής Νομοθεσίας

Διανομή κερδών

Ο Νόμος για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία προβλέπει περιορισμένη διανομή των κερδών αποκλειστικά στα μέλη-εργαζομένους και στους απλούς εργαζομένους της Κοιν.Σ.Επ. και του Συν.Εργ. σύμφωνα με το ακόλουθο τρόπο:

- Ποσοστό έως 35% διανέμεται στα μέλη-εργαζομένους και στους απλούς εργαζομένους της Κοιν.Σ.Επ. και του Συν.Εργ. ως κίνητρο απόδοσης,
- Ποσοστό έως 5% διατίθεται για το σχηματισμό του τακτικού αποθεματικού της επιχείρησης
- Ποσοστό έως 60% διατίθεται για δραστηριότητες της διευρυμένης παραγωγικής ικανότητας της επιχείρησης και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Τα μέλη της Κοιν.Σ.Επ. και του Συν.Εργ. που δεν είναι εργαζόμενοι δεν έχουν, λοιπόν, δικαίωμα στη διανομή των κερδών. Από την πρόβλεψη του προηγούμενου εδαφίου, εξαιρούνται τα μέλη των Αστικών Συνεταιρισμών του Ν. 1667/1986 (Α' 196), που έχουν αποκτήσει την ιδιότητα του Φορέα Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, για τα κέρδη που προκύπτουν από τις συναλλαγές μεταξύ των μελών με το συνεταιρισμό, τα οποία και καλούνται πλεόνασμα. Για το σχηματισμό του πλεονάσματος τηρείται διακριτός λογαριασμός. Με απόφαση των Υπουργών Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης και Οικονομικών ρυθμίζονται οι λεπτομέρειες τήρησης και εφαρμογής του ανωτέρω λογαριασμού.

Φορολογικές Ελαφρύνσεις

Μάλιστα, το ποσοστό έως 35% των κερδών προ φόρων, το οποίο καταβάλλεται από τους Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας στους εργαζομένους τους θεωρείται ως ακαθάριστο εισόδημα από μισθωτή εργασία. Ειδικά, για τους φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, στον προσδιορισμό του κέρδους από επιχειρηματική δραστηριότητα δεν περιλαμβάνεται αυτό το ποσοστό έως 35% των κερδών προ φόρων, εφόσον αυτό καταβάλλεται στους εργαζομένους τους».

Επιπρόσθετα στο Νόμο έχει προβλεφθεί εξαίρεση από την υποχρέωση καταβολής του τέλους επιτηδεύματος για εκείνους τους φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας με τη μορφή Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης ή Συνεταιρισμού Εργαζομένων, εφόσον δεν έχουν παρέλθει πέντε (5) έτη από την πρώτη έναρξη εργασιών τους.

Υποχρεώσεις της Κοιν.Σ.Επ.

Τα μέλη της Κοιν.Σ.Επ. μπορεί να είναι και εργαζόμενοι της με σχέση εξαρτημένης εργασίας. Αμείβονται για την παρεχόμενη εργασία και έχουν όλα τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που απορρέουν από την εργατική



και ασφαλιστική νομοθεσία. Υπόχρη προς απόδοση των ασφαλιστικών εισφορών προς τους οργανισμούς κοινωνικής ασφάλισης είναι η Κοιν.Σ.Επ.

Επισημαίνεται, ότι η συμμετοχή ενός φυσικού προσώπου μόνο με την ιδιότητα του μέλους σε Κοιν.Σ.Επ. δεν του προσδίδει εμπορική ιδιότητα και δεν δημιουργεί ατομικές ασφαλιστικές ή φορολογικές υποχρεώσεις.

Βεβαίως, η παροχή υπηρεσιών προς εξυπηρέτηση του σκοπού της Κοιν.Σ.Επ. από μέλη της, τα οποία δεν βρίσκονται σε εργασιακή σχέση με αυτήν, είναι μη αμειβόμενη σύμβαση εντολής κατ' άρθρο 713 επ. Α.Κ.. Η σύμβαση εντολής που συνάπτεται μεταξύ μελών και Κοιν.Σ.Επ. οφείλει να γίνεται εγγράφως, να περιγράφει με σαφήνεια την παρεχόμενη υπηρεσία και σε καμία περίπτωση δε μπορεί να υπερβαίνει τις 16 ώρες εβδομαδιαίως. Με απόφαση του Υπουργού Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης θα ρυθμιστούν οι ειδικότεροι όροι υπό τους οποίους παρέχονται οι σχετικές υπηρεσίες και κάθε άλλο σχετικό θέμα. Για τους Κοι.Σ.Π.Ε. εφαρμόζεται το άρθρο 12 του Ν. 2716/1999 (Α' 270).

Η Κοιν.Σ.Επ. οφείλει να τηρεί Μητρώο Εθελοντών, στο οποίο καταγράφονται τα μη μέλη, που λειτουργούν ως εθελοντές και υποστηρίζουν τις δράσεις του Φορέα. Οι λεπτομέρειες τήρησης του Μητρώου Εθελοντών καθορίζονται με απόφαση του Υπουργού Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης. Η Κοιν.Σ.Επ. δεν έχει ασφαλιστικές υποχρεώσεις προς τα μη μέλη που λειτουργούν ως εθελοντές, εφόσον πληρούνται σωρευτικά οι παρακάτω προϋποθέσεις:

α. Από την εθελοντική δράση δεν παράγονται άμεσα έσοδα για το Φορέα.

β. Η δράση έχει προαποφασισθεί από το Διοικητικό Συμβούλιο ή τη Διοικούσα Επιτροπή του Φορέα. Η απόφαση, η πρόσκληση και το πρόγραμμα της δράσης που θα γίνει χρήση εθελοντών καταγράφονται σε πρακτικό, το οποίο προδημοσιεύεται στην ιστοσελίδα του Φορέα.

Ο Φορέας Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας: α) Ευθύνεται για τυχόν ζημιές που προξενήθηκαν στον εθελοντή κατά την παροχή της εθελοντικής του απασχόλησης στο Φορέα. β) Σε περίπτωση που ο εθελοντής απασχολείται στο εξωτερικό, ο Φορέας παροχής εθελοντικής απασχόλησης αναλαμβάνει πλήρως τα έξοδα ταξιδιού, διαβίωσης, καταλύματος, επαναπατρισμού και ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης, καθώς και κάθε άλλη δαπάνη που θα προκύψει κατά τη διάρκεια διαμονής του εθελοντή στο εξωτερικό.

Ο αριθμός των εργαζομένων μη μελών δε μπορεί να υπερβαίνει σε ποσοστό το 40% του συνόλου των εργαζομένων της Κοιν.Σ.Επ.. Το ποσοστό αυτό μπορεί να αυξάνεται μέχρι και το 50% του συνολικού ποσοστού των εργαζομένων της Κοιν.Σ.Επ. κατόπιν αιτιολογημένης απόφασης του Τμήματος Μητρώου επί αιτήσεως της Κοιν.Σ.Επ. για την αντιμετώπιση έκτακτων εποχικών αναγκών για χρονικό διάστημα που δεν μπορεί να υπερβαίνει τους έξι (6) μήνες ανά ημερολογιακό έτος.

Ειδικά για τις Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης Ευάλωτων Ομάδων ποσοστό 30% κατ' ελάχιστον των μελών και των εργαζομένων στις επιχειρήσεις αυτές ανήκουν υποχρεωτικά σε αυτές τις κατηγορίες. Η συμμετοχή σε αυτές των φυσικών προσώπων που ανήκουν στις Ευάλωτες Ομάδες Πληθυσμού και προσμετρώνται στο παραπάνω ποσοστό πρέπει να διενεργείται για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, το οποίο προσδιορίζεται στο καταστατικό της Κοιν.Σ.Επ.. Αν για οποιονδήποτε λόγο σταματήσει να πληρούται το ανωτέρω ποσοστό, ο Φορέας πρέπει εντός τριών (3) μηνών να προβεί στις απαραίτητες εγγραφές μελών ή προσλήψεις εργαζομένων. Άλλως μετατρέπεται σε Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας.



Ομοίως για τις Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης Ειδικών Ομάδων, ποσοστό 50% κατ' ελάχιστον των μελών και των εργαζομένων στις επιχειρήσεις αυτές ανήκουν υποχρεωτικά σε αυτές τις κατηγορίες. Η συμμετοχή σε αυτές των φυσικών προσώπων που ανήκουν στις Ειδικές Ομάδες Πληθυσμού και προσμετρώνται στο παραπάνω ποσοστό πρέπει να διενεργείται για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, το οποίο προσδιορίζεται στο καταστατικό της Κοιν.Σ.Επ.. Αν για οποιονδήποτε λόγο σταματήσει να πληρούται το ανωτέρω ποσοστό, ο Φορέας πρέπει εντός τριών (3) μηνών να προβεί στις απαραίτητες εγγραφές μελών ή προσλήψεις εργαζομένων.

Η Κοιν.Σ.Επ. υποχρεούται, από τη δεύτερη χρήση λειτουργίας της, να παρουσιάζει ετήσια δαπάνη μισθοδοσίας τουλάχιστον ίση με το 25% του κύκλου εργασιών της προηγούμενης χρήσης του. Η υποχρέωση αυτή αφορά τους Φορείς με κύκλο εργασιών και έσοδα επιχορηγήσεων της προηγούμενης ετήσιας χρήσης μεγαλύτερα από το 300 % του ετήσιου κόστους μισθοδοτικής δαπάνης ενός υπαλλήλου πλήρους απασχόλησης, με βάση τον κατώτατο νομοθετημένο μισθό χωρίς επιδόματα. Ο ετήσιος κύκλος εργασιών λαμβάνεται, όπως ορίζεται στο Παράρτημα Α', του Ν. 4308/2014 (Α' 251).

Το ποσοστό των ακαθαρίστων εσόδων από τις δραστηριότητες της Κοιν.Σ.Επ. που προέρχεται από Ν.Π.Δ.Δ. και Ο.Τ.Α. δεν επιτρέπεται να υπερβαίνει το 65% των συνολικών εσόδων της επιχείρησης, υπολογιζόμενου σε τριετή βάση. Από την πρόβλεψη του προηγούμενου εδαφίου, εξαιρούνται οι Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης της περίπτωσης α' της παραγράφου 2 του άρθρου 14 του Νόμου.

Για τις εταιρικές υποχρεώσεις ευθύνεται μόνο η Κοιν.Σ.Επ. με την περιουσία της. Ειδικά, για τις υποχρεώσεις προς το Δημόσιο ο διαχειριστής ή ο πρόεδρος της διοικούσας επιτροπής της ευθύνεται αλληλεγγύως και εις ολόκληρον με την Κοιν.Σ.Επ. για τις οφειλές της προς το Δημόσιο, σύμφωνα με το άρθρο 31 του Ν. 4321/2015 (Α' 32), το άρθρο 115 του Ν. 2238/1994 (Α' 151) και το άρθρο 4 του Ν. 2556/1997 (Α' 270) και διατηρεί δικαίωμα αναγωγής κατά των λοιπών μελών της Κοιν.Σ.Επ. Για τις οφειλές προς το Δημόσιο διατηρεί δικαίωμα αναγωγής κατά των λοιπών μελών της Κοιν.Σ.Επ., τα οποία για τις οφειλές του προηγούμενου εδαφίου, ευθύνονται έναντί του απεριόριστα και εις ολόκληρον.

Γενικά, η φορολόγηση των κερδών των Κοιν.Σ.Επ. ακολουθεί το συντελεστή φορολόγησης που ισχύει για τις Μ.Μ.Ε. Δεν υπόκεινται σε φορολογία των συνδρομών των μελών τους, καθώς και των δωρεών ή χορηγιών που τους γίνονται. Τέλος, το διανεμόμενο στους εργαζόμενους ποσό εκ των κερδών λογίζεται ως εισόδημα από μισθωτή εργασία και απαλλάσσεται της φορολογίας περί εισοδήματος νομικών προσώπων, της φορολογίας διανεμόμενων κερδών από νομικά πρόσωπα. Τέλος, οι Κοιν.Σ.Επ. έχουν υποχρέωση ενημέρωσης βιβλίων Β' κατηγορίας για ακαθάριστα έσοδα έως του ποσού του 1.500.000 ευρώ, ενώ για μεγαλύτερα ακαθάριστα έσοδα υποχρεούνται σε τήρηση βιβλίων Γ' κατηγορίας.

Υποχρεώσεις του Συνεταιρισμού Εργαζομένων

Το σύστημα αμοιβών και οι όροι εργασίας των μελών καθορίζεται από το καταστατικό ή ειδικές ρυθμίσεις εγκεκριμένες από τη Γενική Συνέλευση, που πάντως οφείλουν να κινούνται στο πλαίσιο της ισχύουσας εργατικής νομοθεσίας.

Ως προς τις ασφαλιστικές τους υποχρεώσεις, τα μέλη του Συνεταιρισμού Εργαζομένων εγγράφονται και ασφαλίζονται στον Οργανισμό Ασφάλισης Ελευθέρων Επαγγελματιών, διέπονται από τις ρυθμίσεις των παραγράφων 1, 2, 3 και 9 του άρθρου 39 και της παρ. 2 του άρθρου 41 του Ν. 4387/2016 (Α' 85), από την



έναρξη εφαρμογής αυτών. Το ασφαλισμένο κατά τα ανωτέρω μέλος του Συνεταιρισμού Εργαζομένων δεν υπόκειται σε περαιτέρω ή άλλη παράλληλη ασφαλιστική υποχρέωση που προκύπτει εξ άλλης ιδιότητάς ή ως επιτηδευματίας ατομικής δραστηριότητας, και μόνη η ως άνω ασφαλιστική του κάλυψη, εκ της ιδιότητάς του ως μέλος του Συνεταιρισμού Εργαζομένων, το απαλλάσσει από κάθε άλλη προηγούμενη ή επόμενη ταυτόχρονη ασφαλιστική υποχρέωση, από την οποία να απορρέει ασφάλιση. Τέλος, η δαπάνη για τις ασφαλιστικές εισφορές των μελών βαρύνει το Συνεταιρισμό Εργαζομένων και εκπίπτει φορολογικά από τα έσοδά του.

Ως προς τις φορολογικές τους υποχρεώσεις για τις αμοιβές που λαμβάνουν τα μέλη, υπάγονται στις διατάξεις του εδαφίου δ' της παρ. 2 του άρθρου 12, καθώς και στις διατάξεις της παρ. 1 του άρθρου 15 του Ν. 4172/2013 περί Κ.Φ.Ε., οι δε αμοιβές τους εκπίπτουν από τα ακαθάριστα έσοδα του Συνεταιρισμού.

Ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων δύναται να προσλαμβάνει εργαζόμενους με σχέση εξαρτημένης εργασίας, χωρίς αυτοί να καθίστανται μέλη του. Το ποσοστό αυτό μπορεί να αυξάνεται μέχρι και το 50% του συνόλου των εργαζομένων, κατόπιν αιτιολογημένης απόφασης του τμήματος Μητρώου επί αιτήσεως του Συνεταιρισμού Εργαζομένων για αντιμετώπιση έκτακτων εποχικών αναγκών, το οποίο σε κάθε περίπτωση δεν μπορεί να υπερβαίνει τους έξι (6) μήνες ανά ημερολογιακό έτος. Ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων υποχρεούται να αποδίδει τις ασφαλιστικές εισφορές κάθε εργαζομένου στο οικείο ταμείο υπαγωγής του. Ο αριθμός των εργαζόμενων μη μελών δεν μπορεί να υπερβαίνει σε ποσοστό το 25% του αριθμού των μελών.

Ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων υποχρεούται, από τη δεύτερη χρήση λειτουργίας του, να παρουσιάζει ετήσια δαπάνη μισθοδοσίας τουλάχιστον ίση με το 25% του κύκλου εργασιών της προηγούμενης χρήσης του. Η υποχρέωση αυτή αφορά τους Φορείς με κύκλο εργασιών και έσοδα επιχορηγήσεων της προηγούμενης ετήσιας χρήσης μεγαλύτερα από το 300 % του ετήσιου κόστους μισθοδοτικής δαπάνης ενός υπαλλήλου πλήρους απασχόλησης, με βάση τον κατώτατο νομοθετημένο μισθό χωρίς επιδόματα. Ο ετήσιος κύκλος εργασιών λαμβάνεται, όπως ορίζεται στο Παράρτημα Α', του Ν. 4308/2014 (Α' 251).

Ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων οφείλει να τηρεί Μητρώο Εθελοντών, στο οποίο καταγράφονται τα μη μέλη, που λειτουργούν ως εθελοντές και υποστηρίζουν τις δράσεις του Φορέα. Οι λεπτομέρειες τήρησης του Μητρώου Εθελοντών καθορίζονται με απόφαση του Υπουργού Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης. Ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων δεν έχει ασφαλιστικές υποχρεώσεις προς τα μη μέλη που λειτουργούν ως εθελοντές, εφόσον πληρούνται σωρευτικά οι παρακάτω προϋποθέσεις:

α. Από την εθελοντική δράση δεν παράγονται άμεσα έσοδα για το Φορέα.

β. Η δράση έχει προαποφασισθεί από το Διοικητικό Συμβούλιο ή τη Διοικούσα Επιτροπή του Φορέα. Η απόφαση, η πρόσκληση και το πρόγραμμα της δράσης που θα γίνει χρήση εθελοντών καταγράφονται σε πρακτικό, το οποίο προδημοσιεύεται στην ιστοσελίδα του Φορέα.

Ο Φορέας Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας:

α) Ευθύνεται για τυχόν ζημιές που προξενήθηκαν στον εθελοντή κατά την παροχή της εθελοντικής του απασχόλησης στο Φορέα.

β) Σε περίπτωση που ο εθελοντής απασχολείται στο εξωτερικό, ο Φορέας παροχής εθελοντικής απασχόλησης αναλαμβάνει πλήρως τα έξοδα ταξιδιού, διαβίωσης, καταλύματος, επαναπατρισμού και ιατροφαρμακευτικής



περίθαλψης, καθώς και κάθε άλλη δαπάνη που θα προκύψει κατά τη διάρκεια διαμονής του εθελοντή στο εξωτερικό.

Για τις εταιρικές υποχρεώσεις ευθύνεται μόνο ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων με την περιουσία του. Ειδικά για τις υποχρεώσεις προς το Δημόσιο, ο Διαχειριστής ή ο πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου του Συνεταιρισμού Εργαζομένων ευθύνεται αλληλεγγύως και εις ολόκληρον με το Συνεταιρισμό Εργαζομένων, σύμφωνα με το άρθρο 31 του Ν. 4321/2015 (Α' 32), το άρθρο 115 του Ν. 2238/1994 (Α' 151) και το άρθρο 4 του Ν. 2556/1997 (Α' 270) και διατηρεί δικαίωμα αναγωγής κατά των λοιπών μελών του Συνεταιρισμού Εργαζομένων, τα οποία για τις οφειλές αυτές ευθύνονται έναντί του απεριόριστα και εις ολόκληρον.

Γενικά, η φορολόγηση των κερδών των Συνεταιρισμών Εργαζομένων ακολουθεί το συντελεστή φορολόγησης που ισχύει για τις Μ.Μ.Ε. Δεν υπόκεινται σε φορολογία των συνδρομών των μελών τους, καθώς και των δωρεών ή χορηγιών που τους γίνονται. Τέλος, το διανεμόμενο στους εργαζόμενους ποσό εκ των κερδών λογίζεται ως εισόδημα από μισθωτή εργασία και απαλλάσσεται της φορολογίας περί εισοδήματος νομικών προσώπων, της φορολογίας διανεμόμενων κερδών από νομικά πρόσωπα. Όπως διευκρινίστηκε και για τις Κοιν.Σ.Επ. και για τους Συνεταιρισμούς Εργαζομένων έχει προβλεφθεί εξαίρεση από την υποχρέωση καταβολής του τέλους επιτηδεύματος για εκείνους τους φορείς, που δεν έχουν παρέλθει πέντε (5) έτη από την πρώτη έναρξη εργασιών τους. Τέλος, οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων έχουν υποχρέωση ενημέρωσης βιβλίων Β' κατηγορίας για ακαθάριστα έσοδα έως του ποσού του 1.500.000 ευρώ, ενώ για μεγαλύτερα ακαθάριστα έσοδα υποχρεούνται σε τήρηση βιβλίων Γ' κατηγορίας.

4. Παραδείγματα Φορέων Κοινωνικής Οικονομίας & Κοινωνικών Επιχειρήσεων

4.1 Μοντέλα Κοινωνικών Επιχειρήσεων και Φορέων Κοινωνικής Οικονομίας

Η διαδικασία σύστασης μιας Κοιν.Σ.Επ. ή ενός Συνεταιρισμού Εργαζομένων είναι απλή και συντομευμένη συγκριτικά με τη σύσταση ενός αστικού συνεταιρισμού του Ν.1667. Σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο νέο Νόμο για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία και στο Άρθρο 15. «Σύσταση της Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης» και Άρθρο 25. «Σύσταση Συνεταιρισμού Εργαζομένων», «η σύσταση Κοιν.Σ.Επ./Συνεταιρισμού Εργαζομένων και η υπαγωγή τους στις διατάξεις του νόμου αυτού συντελείται με την εγγραφή τους στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (εφεξής

«Μητρώο»), οπότε αποκτούν νομική προσωπικότητα και εμπορική ιδιότητα. Η αίτηση, το Καταστατικό και τα λοιπά απαιτούμενα έγγραφα κατατίθενται προς έγκριση στο Τμήμα Μητρώου.

Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας

Σύμφωνα με το άρθρο 4 «Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας» του νέου Νόμου για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία συνιστάται Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, το οποίο ως βάση δεδομένων τηρείται σε ηλεκτρονική μορφή. Η τήρηση και η λειτουργία του Γενικού Μητρώου ρυθμίζονται με απόφαση του Υπουργού Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης. Το Μητρώο υπάγεται στο Τμήμα Μητρώου Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (εφεξής «Τμήμα Μητρώου») της Διεύθυνσης Κοινωνικής Προστασίας της Γενικής Διεύθυνσης Εργασίας &



Ένταξης στην Απασχόληση, του Υπουργείου Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης. Όπου στο νόμο 1667/1986 αναφέρεται καταχώριση στο «Μητρώο Συνεταιρισμών του Ειρηνοδικείου» ή «στο Μητρώο της παραγράφου 3 του άρθρου 1» θεωρείται το «Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας». Στο Μητρώο εγγράφεται το σύνολο των Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, δηλαδή οι φορείς του άρθρου 3 του Νόμου 4430/2016 και η πρόσβαση σε αυτό γίνεται ατελώς. Πιο συγκεκριμένα στο Μητρώο εγγράφονται:

«α. Οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις του άρθρου 14,

β. οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.) που διέπονται από το άρθρο 12 του Ν. 2716/1999 (Α' 96), συμπληρωματικά από τις διατάξεις του Ν. 1667/1986 (Α' 196), του άρθρου 12 του Ν. 3842/2010 (Α' 58) και του παρόντος νόμου,

γ. οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων, που συστήνονται με το άρθρο 24,

δ. οποιοδήποτε άλλο μη μονοπρόσωπο νομικό πρόσωπο, εφόσον έχει αποκτήσει νομική προσωπικότητα, όπως ιδίως αγροτικοί συνεταιρισμοί του Ν. 4384/2016 (Α' 78), αστικοί συνεταιρισμοί του Ν. 1667/1986, Αστικές Εταιρίες των άρθρων 741 επ. του Α.Κ., εφόσον σωρευτικά συντρέχουν οι εξής προϋποθέσεις:

- Αναπτύσσει δραστηριότητες συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας, όπως ορίζονται στις παραγράφους 2 και 3 του άρθρου 2.

- Μεριμνά για την πληροφόρηση και τη συμμετοχή των μελών του και εφαρμόζει δημοκρατικό σύστημα λήψης αποφάσεων, σύμφωνα με την αρχή ένα μέλος μία ψήφος, ανεξάρτητα από τη συνεισφορά κάθε μέλους.

- Το καταστατικό του προβλέπει περιορισμούς στη διανομή του ως εξής:

- ποσοστό τουλάχιστον 5% διατίθεται για το σχηματισμό αποθεματικού,
- ποσοστό έως 35% αποδίδεται στους εργαζόμενους του Φορέα, εκτός κι αν τα 2/3 των μελών της Γενικής Συνέλευσης αποφασίσουν αιτιολογημένα τη διάθεση του ποσοστού αυτού σε δραστηριότητες του στοιχείου iii,
- το υπόλοιπο διατίθεται για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη διεύρυνση της παραγωγικής του δραστηριότητας.

- Εφαρμόζει σύστημα σύγκλισης στην αμοιβή της εργασίας, κατά το οποίο ο ανώτατος καθαρός μισθός δεν μπορεί να υπερβαίνει περισσότερο από τρεις φορές τον κατώτατο, εκτός και αν τα 2/3 των μελών της Γενικής Συνέλευσης αποφασίσουν διαφορετικά. Η υποχρέωση του προηγούμενου εδαφίου ισχύει και σε οποιαδήποτε μορφή σύμπραξης δύο ή περισσότερων Φορέων ΚΑΛΟ.

- Αποβλέπει στην ενδυνάμωση των οικονομικών δραστηριοτήτων του και τη μεγιστοποίηση της παραγόμενης κοινωνικής ωφέλειας μέσω της οριζόντιας και ισότιμης δικτύωσης με άλλους φορείς ΚΑΛΟ.

- Δεν έχει ιδρυθεί και δεν διοικείται άμεσα ή έμμεσα από Ν.Π.Δ.Δ. ή Ο.Τ.Α. α' ή β' βαθμού ή από άλλο νομικό πρόσωπο του ευρύτερου δημόσιου τομέα



Σύσταση της Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης

Η σύσταση Κοιν.Σ.Επ. και η υπαγωγή της στις διατάξεις του νόμου αυτού συντελείται με την εγγραφή της στο Μητρώο, οπότε αποκτά νομική προσωπικότητα και εμπορική ιδιότητα. Η αίτηση, το Καταστατικό και τα λοιπά απαιτούμενα έγγραφα κατατίθενται προς έγκριση στο Τμήμα Μητρώου.

Για τη σύσταση Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας απαιτείται η συμμετοχή σε αυτήν και η υπογραφή του καταστατικού της από τουλάχιστον πέντε

(5) πρόσωπα, φυσικά ή νομικά, και από τουλάχιστον επτά (7), αν πρόκειται για Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης.

Το καταστατικό της Κοιν.Σ.Επ. πρέπει να εξειδικεύει τη συνδρομή των προϋποθέσεων του άρθρου 3 και να περιέχει:

α) Την επωνυμία, την έδρα και το σκοπό της Κοιν.Σ.Επ. Ως έδρα ορίζεται ο δήμος, στην περιφέρεια του οποίου έχει την έδρα του ο φορέας. Η επωνυμία της Κοιν.Σ.Επ. ορίζεται από το σκοπό της και το είδος της Κοιν.Σ.Επ.

Ονόματα μελών ή τρίτων δεν περιλαμβάνονται στην επωνυμία της Κοιν.Σ.Επ..

β) Για τα φυσικά πρόσωπα: τα ονοματεπώνυμα, τις διευθύνσεις κατοικίας, τους Α.Φ.Μ. των ιδρυτικών μελών και αντίστοιχα για τα νομικά πρόσωπα: την επωνυμία, την έδρα, τον Α.Φ.Μ. και τον αριθμό Γ.Ε.Μ.Η.

γ) Τους όρους εξόδου και εισόδου των μελών και τους λόγους αποβολής ενός μέλους.

δ) Την έκταση της ευθύνης των μελών, όπως ορίζεται στην παράγραφο 5 του άρθρου 16.

ε) Το ύψος της συνεταιριστικής μερίδας.

στ) Τον ορισμό της προσωρινής Διοικούσας Επιτροπής που θα μεριμνήσει για την έγκρισή του και τη σύγκληση της πρώτης γενικής συνέλευσης για ανάδειξη των οργάνων διοίκησης της Κοιν.Σ.Επ.

Κατά τα λοιπά, το καταστατικό μπορεί να παραπέμπει στις διατάξεις των οικείων νόμων.

Προβολή ακυρότητας σχετικά με τη σύσταση Κοιν.Σ.Επ. επιτρέπεται από οποιονδήποτε έχει έννομο συμφέρον με αγωγή που ασκείται μέσα σε αποσβεστική προθεσμία δύο (2) μηνών από τη σύσταση της Κοιν.Σ.Επ.

Σύσταση Συνεταιρισμού Εργαζομένων

Η σύσταση Συνεταιρισμού Εργαζομένων και η υπαγωγή του στις διατάξεις του παρόντος νόμου συντελείται με την εγγραφή του στο Μητρώο, οπότε αποκτά νομική προσωπικότητα και εμπορική ιδιότητα. Η αίτηση, το καταστατικό και τα λοιπά απαιτούμενα έγγραφα κατατίθενται προς έγκριση στο Τμήμα Μητρώου.

Για τη σύσταση Συνεταιρισμού Εργαζομένων απαιτείται η συμμετοχή σε αυτήν και η υπογραφή του καταστατικού της από τουλάχιστον τρία φυσικά πρόσωπα.

Το καταστατικό πρέπει να εξειδικεύει τη συνδρομή των προϋποθέσεων του άρθρου 3 και να περιέχει:

α) Την επωνυμία, την έδρα και το σκοπό του Συνεταιρισμού Εργαζομένων. Ως έδρα ορίζεται ο δήμος, στην περιφέρεια του οποίου έχει την έδρα του ο φορέας. Η επωνυμία του Συνεταιρισμού Εργαζομένων ορίζεται



από το σκοπό του και την έκταση της ευθύνης των μελών του. Ονόματα μελών ή τρίτων δεν περιλαμβάνονται στην επωνυμία,

β) τα ονοματεπώνυμα, τις διευθύνσεις κατοικίας, τους Α.Φ.Μ. των ιδρυτικών μελών,

γ) τους όρους εισόδου και εξόδου των μελών και τους λόγους αποβολής των μελών,

δ) το ύψος της συνεταιριστικής μερίδας,

ε) τον ορισμό του προσωρινού Διοικητικού Συμβουλίου που θα μεριμνήσει για την έγκρισή του και τη σύγκληση της πρώτης γενικής συνέλευσης για ανάδειξη των οργάνων διοίκησης του Συνεταιρισμού Εργαζομένων.

Για λοιπά στοιχεία, το καταστατικό μπορεί να παραπέμπει στις διατάξεις των οικείων νόμων.



4.2 Παραδείγματα Κοινωνικής Οικονομίας & Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Η ανάπτυξη των πρωτοβουλιών κοινωνικής επιχειρηματικότητας άρχισε να απασχολεί τη δημόσια συζήτηση στην Ευρώπη από τις αρχές της δεκαετίας του 1990. Αρχικά, οι σχετικές παρεμβάσεις αφορούσαν κατά κύριο λόγο την πρωτοβουλία κάποιων Κρατών Μελών της ΕΕ (Ιταλία, Βέλγιο, Πορτογαλία) να κατοχυρώσουν θεσμικά ένα αυτοτελές οργανωτικό και λειτουργικό μοντέλο για την άσκηση κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 2010, όλο και περισσότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Περιφέρειας προχωρούν με εντατικό ρυθμό σε πολλαπλές θεσμικές και επιχειρησιακές πρωτοβουλίες με στόχο την ολοκληρωμένη ενίσχυση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Η πρόσφατη επικέντρωση των δημόσιων πολιτικών στην αξιοποίηση δράσεων κοινωνικής επιχειρηματικότητας αποδίδεται σε μεγάλο βαθμό στην ανάδειξη της κοινωνικής καινοτομίας (και συνακόλουθα των κοινωνικών επιχειρήσεων ως βασικών εκφραστών της) ως έναν από τους βασικούς πυλώνες της Στρατηγικής Ευρώπη 2020.

Ωστόσο, η συγκριτική έρευνα αναδεικνύει έντονες διαφοροποιήσεις μεταξύ των εθνικών μοντέλων αφενός ως προς την οριοθέτηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, αφετέρου ως προς τον χαρακτήρα της παρέμβασης των δημόσιων αρχών (λόγοι παρέμβασης, στόχοι, τεχνικές). Στα περισσότερα Ευρωπαϊκά κράτη, η προώθηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας αποτελεί ένα νέο και σχετικά ανεξερεύνητο πεδίο ανάπτυξης εθνικών, περιφερειακών και τοπικών πολιτικών. Σε θεσμικό επίπεδο, η κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν έχει ακόμη διακριτό νομικό πλαίσιο οριοθέτησης και ρύθμισης σε όλες τις χώρες, ενώ ακόμα και στα εθνικά συστήματα που διαθέτουν αντίστοιχη νομοθεσία δεν υιοθετούνται ομοιόμορφες λύσεις. Σε επιχειρησιακό επίπεδο, είναι χαρακτηριστικό ότι στην πλειοψηφία των εθνικών συστημάτων δεν έχουν ακόμα διαμορφωθεί συστημικοί μηχανισμοί χρηματοδοτικής και τεχνικής υποστήριξης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

1. Υποδείγματα Κοινωνικών Επιχειρήσεων στη Γαλλία

Η Γαλλία είναι μία από τις χώρες με τον πλέον ανεπτυγμένο τομέα κοινωνικής επιχειρηματικότητας σύμφωνα με το υπόδειγμα της «Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας» (Economie Sociale Solidaire)⁷. Με βάση τον Χάρτη της Κοινωνικής Οικονομίας (Charte de l'Economie Sociale)⁸, ο συγκεκριμένος τομέας περιλαμβάνει φορείς του ιδιωτικού τομέα με συγκεκριμένη νομική μορφή (αλληλοβοηθητικές οργανώσεις, συνεταιρισμοί, ιδρύματα και ενώσεις σωματειακού τύπου - mutuelles, cooperatives, fondations, associations) που στοχεύουν στην ικανοποίηση μίας ανάγκης των μελών τους ή του κοινωνικού συνόλου μέσω της από κοινού αξιοποίησης των γνώσεων, της εμπειρίας και της δράσης των μελών τους σύμφωνα με τις ακόλουθες βασικές αρχές:

- α) οικονομική δραστηριότητα με στόχευση στην παροχή υπηρεσιών στα μέλη τους ή στην κοινότητα,
- β) ελευθερία συμμετοχής,
- γ) ελευθερία οικονομικής διαχείρισης και διοικητική ανεξαρτησία,
- δ) δημοκρατικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων, ε) προτεραιότητα των προσώπων και της εργασίας σε σχέση με το κεφάλαιο.

7 Βλ. σχετικά Atelier – Centre de ressources regional de l' economie sociale et solidaire en Ile-de-France, Qu'est que c'est l' economie sociale et solidaire, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα www.atelier-idf.org. 8 Ο Χάρτης αποτελεί θεμελιώδες διακηρυκτικό κείμενο του «τρίτου τομέα» στην Γαλλία και υιοθετήθηκε το 1989 από τις οργανώσεις που συγκροτούν την Εθνική Επιτροπή της Ένωσης των Αλληλοβοηθητικών, Συνεταιριστικών και Σωματειακών Δράσεων (Comite National de l' Union des Activites Mutualistes, Cooperatives et Associationistes).



Το 2012, ο τομέας της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας στη Γαλλία διατηρούσε περίπου 217.000 δομές σε όλη τη χώρα, παρουσιάζει ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 5-6% και απασχολεί περίπου 2 εκατομμύρια εργαζομένους (10% του συνολικού αριθμού θέσεων εργασίας της χώρας) σε 203.000 φορείς «εργοδότες» (από τους οποίους η συντριπτική πλειοψηφία με ποσοστό 78% είναι ενώσεις σωματειακής μορφής)⁹. Οι προσωπικές υπηρεσίες (*services a la personne*)¹⁰ αποτελούν το βασικό πεδίο δραστηριοποίησης των φορέων της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, καθώς στο συγκεκριμένο πεδίο απασχολείται το μεγαλύτερο μέρος (36,8%) των εργαζομένων του τομέα¹¹.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα επιτυχημένης κοινωνικής επιχειρηματικότητας αποτελούν οι φορείς GROUPE SOS¹², και η ADIE¹³. Πρόκειται για φορείς που αυτοχαρακτηρίζονται ως «κοινωνικές επιχειρήσεις» χωρίς να έχουν λάβει το νομικό ένδυμα του SCIC¹⁴, συνδυάζοντας όμως την οικονομική βιωσιμότητα με τον υψηλό βαθμό κοινωνικής καινοτομίας των υπηρεσιών τους.

Η GROUPE SOS¹⁵ είναι ένας όμιλος κοινωνικής επιχειρηματικότητας που προήλθε από την ένωση περισσότερων εθελοντικών οργανώσεων, συνεταιρισμών και επιχειρήσεων. Δραστηριοποιείται σε πολλούς και διαφορετικούς τομείς με σημαντικό κοινωνικό αντίκτυπο (υπηρεσίες υγιεινής, προσωπικές κοινωνικές υπηρεσίες και ιατρικές υπηρεσίες, υπηρεσίες εκπαίδευσης και κατάρτισης, εργασιακή ένταξη, δίκαιο εμπόριο) εφαρμόζοντας επιχειρηματικές μεθόδους της ιδιωτικής αγοράς.

9 Βλ. Republique Francaise, Premier Ministre - Centre d' Analyse Strategique, Note d' Analyse no 268/mars 2012 – Questions Sociales, “Quelle place pour l’entrepreneuriat social en France?”, σ. 2.

10 Πρόκειται για τις υπηρεσίες που είναι γνωστές και ως «υπηρεσίες εγγύτητας» (services de

proximite) και περιλαμβάνουν τις υπηρεσίες που έχουν ως αντικείμενο την προσωπική ή οικογενειακή φροντίδα καθώς και την βελτίωση της ποιότητας ζωής και καθημερινότητας των εξυπηρετούμενων.

11 Αντίστοιχα ποσοστά διάθεσης προσωπικού σε άλλα πεδία είναι 15,8% στην εκπαίδευση, 11,8% σε χρηματοοικονομικές και ασφαλιστικές υπηρεσίες, 7,7% σε υπηρεσίες υγείας, 4,4% σε υπηρεσίες στήριξης κοινωνικών επιχειρήσεων, 3,8% σε υπηρεσίες ψυχαγωγίας και αθλητισμού.

12 www.groupe-sos.org.

13 www.adie.org.

14 Οι SCIC λαμβάνουν τη νομική μορφή της ανώνυμης εταιρίας ή της εταιρίας περιορισμένης ευθύνης αλλά διαφοροποιούνται από τις κλασικές εμπορικές επιχειρήσεις, καθώς δίνουν έμφαση στο «κοινωνικό κεφάλαιο» (capital social), διοικούνται από μία γενική συνέλευση, οφείλουν να εξασφαλίζουν την διοικητική και διαχειριστική τους αυτονομία και διέπονται σε μεγάλο βαθμό από τις αρχές και τις υποχρεώσεις των συνεταιρισμών με βάση τη σχετική νομοθεσία του 1947 (π.χ. ένας εταίρος – μία ψήφος, ειδικό σύστημα διανομής κερδών στους εργαζομένους σε συνδυασμό με υποχρεωτικά αποθεματικά για την βιωσιμότητα του συνεταιρισμού κλπ.).

15 www.groupe-sos.org.



Ξεκίνησε την πορεία της ως συνεταιρισμός με την επωνυμία «Alliance Immobiliere» που συνέστησαν τρεις μεγάλες προνοιακές εθελοντικές οργανώσεις (SOS Drogue International¹⁶, Habitat et Soins και Insertion et Alternatives) με στόχο να ενώσουν τις διαφορετικές τεχνογνωσίες τους για την υλοποίηση ενός καινοτομικού σχεδίου κοινωνικής κατοικίας για φορείς του HIV και άτομα με προβλήματα εξάρτησης. Επιδιώκοντας τη διεύρυνση και τη βέλτιστη οργάνωση και διαχείριση των κοινών τους δραστηριοτήτων, οι οργανώσεις-εταίροι ίδρυσαν έναν όμιλο οικονομικού συμφέροντος¹⁷ καθώς και άλλες συνδεδεμένες κοινωνικές επιχειρήσεις με διάφορα αντικείμενα (π.χ. προώθηση δίκαιων εμπορικών πρακτικών, υποστήριξη κοινωνικών start ups κλπ.).

Σήμερα, στην GROUPE SOS μετέχει ένας μεγάλος αριθμός εθελοντικών οργανώσεων (με την μορφή της ένωσης) και εμπορικών επιχειρήσεων. Ο όμιλος απασχολεί 10.000 εργαζομένους, διατηρεί 283 δομές σε όλη τη χώρα, διαθέτει ένα σημαντικό πελατολόγιο με 450 μεγάλους πελάτες και ο ετήσιος τζίρος της ανέρχεται στα 430.000.000 Ευρώ (με ποσοστό μόνο 1% να προέρχεται από κρατική επιχορήγηση).

Η ADIE (Association pour le Droit a l'Initiative Economique) είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που ιδρύθηκε στο Παρίσι το 1989 από τη M. Nowak, οικονομολόγο με μεγάλη εμπειρία στην αναπτυξιακή βοήθεια προς χώρες του τρίτου κόσμου. Σκοπός της ADIE είναι η ανάπτυξη και παροχή χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών σε μικρούς επιχειρηματίες που αποκλείονται από τις υπηρεσίες του κλασσικού τραπεζικού τομέα και συνεπώς από την αγορά κεφαλαίου.

Η ADIE διατηρεί ένα δίκτυο 15 περιφερειακών διευθύνσεων, 119 ανταποκριτών και 168 γραφείων σε όλη τη χώρα. Απασχολεί συνολικά 463 εργαζομένους και

1.700 εθελοντές παρέχοντας υπηρεσίες μικροπίστωσης, παρακολούθησης μικρών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών και υποστήριξης μικροεπιχειρηματιών¹⁸.

Ειδικότερα, παρέχει δάνεια για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας σε συνδυασμό με συμβουλευτική υποστήριξη σε λήπτες προνοιακών επιδομάτων (RMI- ελάχιστο εγγυημένο εισόδημα) που επιθυμούν να δημιουργήσουν μία δική τους επιχείρηση. Παράλληλα, παρέχει δάνεια και υπηρεσίες καθοδήγησης για την ανάπτυξη ήδη υφιστάμενων μικρών επιχειρήσεων. Το ποσοστό βιωσιμότητας των επιχειρήσεων που συστήνονται με την υποστήριξη της ADIE ανέρχεται σε ποσοστό 68% μετά τα πρώτα δύο έτη λειτουργίας και ισούται με τον εθνικό μέσο όρο.

16 Πλέον υπό την επωνυμία «Prevention et Soins des Addictions».

17 Νομικό μάρφωμα γνωστό ως «groupement d'interet economique» που αποτελεί ενδιάμεσο τύπο μεταξύ εμπορικής εταιρίας και μη κερδοσκοπικής ένωσης και παρέχει τη δυνατότητα στα μέλη του να υλοποιήσουν από κοινού τις δραστηριότητές τους προκειμένου να μεγιστοποιήσουν ή να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητά τους. Θεσμοθετήθηκε το 1967 και διέπεται από τα άρθρα L. 251-1επ. του Εμπορικού Κώδικα. Η σύστασή του δεν απαιτεί ελάχιστο υποχρεωτικό κεφάλαιο, ο σκοπός του μπορεί να είναι αστικού ή εμπορικού χαρακτήρα και τα μέλη του ευθύνονται αλληλεγγύως για τα χρέη του. Χρησιμοποιείται κυρίως από επαγγελματίες που επιδιώκουν ένα πλαίσιο πάγιας και συστηματικής συνεργασίας ή από φορείς που επιθυμούν να αναπτύξουν ένα σύστημα τεχνικής (π.χ. λογιστικής) υποστήριξης για την κοινή τους εξυπηρέτηση.

18 Στα 22 χρόνια λειτουργίας της, η ADIE έχει χορηγήσει 113.283 μικροπιστώσεις, έχει υποστηρίξει τη δημιουργία 81.396 μικρών επιχειρήσεων και έχει συμβάλει στη δημιουργία 107.00 θέσεων εργασίας.



2. Υποδείγματα Κοινωνικών Επιχειρήσεων στο Ηνωμένο Βασίλειο

Η πρακτική της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στο Ηνωμένο Βασίλειο έχει τις ρίζες της στη βιομηχανική επανάσταση του 18ου αιώνα και στις απαρχές του συνεταιριστικού κινήματος. Ωστόσο, η σύγχρονη κοινωνική επιχειρηματικότητα άρχισε να αναπτύσσεται αργά κατά τη δεκαετία του 1970¹⁹ και γνώρισε θεαματική διάδοση από τις αρχές της δεκαετίας του 1990. Ανταποκρινόμενη σε αυτή την

«έκρηξη» κοινωνικής επιχειρηματικότητας, η κεντρική διοίκηση προχώρησε από τις αρχές της δεκαετίας του 2000 σε μία συστηματική προώθηση πολιτικών για την ενίσχυση και την επέκτασή της. Σήμερα, το Ηνωμένο Βασίλειο είναι μία από τις χώρες με τον πιο ανεπτυγμένο τομέα κοινωνικής επιχειρηματικότητας παγκοσμίως και οι σχετικές πολιτικές αξιοποιούνται ως πρότυπο για αντίστοιχες παρεμβάσεις σε άλλες χώρες²⁰.

Σύμφωνα με την ισχύουσα μεθοδολογία, που καταμετρά μόνο τους φορείς που αποκομίζουν άνω του 50% των εσόδων τους από επιχειρηματική δράση και διαθέτουν άνω του 50% των κερδών προς επίτευξη κοινωνικού σκοπού, ο αριθμός των κοινωνικών επιχειρήσεων στο Η.Β. εκτιμάται σε 8.500. Το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο δεν οριοθετεί την έννοια της «κοινωνικής επιχείρησης», ενώ οι επιχειρησιακοί ορισμοί που έχουν δοθεί κατά καιρούς από την κεντρική διοίκηση είναι αρκετά ευρείς και ασαφείς. Σύμφωνα, όμως, με τον ορισμό του πλέον αντιπροσωπευτικού φορέα συλλογικής εκπροσώπησης των κοινωνικών επιχειρήσεων στο Η.Β. (*Social Enterprise UK*)²¹, μία επιχείρηση χαρακτηρίζεται κοινωνική όταν ενσωματώνει τα ακόλουθα ελάχιστα χαρακτηριστικά:

- πρωταρχικά κοινωνικό ή περιβαλλοντικό σκοπό που δηλώνεται ρητά στα καταστατικά της έγγραφα
- ικανότητα να περιγράψει και να τεκμηριώσει την αξία της κοινωνικής αλλαγής στην οποία φιλοδοξεί να συμβάλει
- αποκόμιση εισοδήματος από επιχειρηματική δραστηριότητα σε ποσοστό άνω του 50% (ώστε να μη συγχέονται με τους συμβατικούς φιλανθρωπικούς φορείς)
- επανεπένδυση κερδών στον κοινωνικό/περιβαλλοντικό σκοπό σε ποσοστό άνω του 50% (ώστε να μη συγχέονται με τις συμβατικές εμπορικές επιχειρήσεις)
- ανεξαρτησία από φορείς του δημόσιου τομέα
- ιδιοκτησία και έλεγχος προς όφελος του κοινωνικού ή περιβαλλοντικού σκοπού
- υιοθέτηση μηχανισμού «κλειδώματος της περιουσίας» του φορέα (asset lock), ώστε αυτή να διατίθεται αποκλειστικά και μόνο για τον κοινωνικό/περιβαλλοντικό σκοπό και να μην μπορεί να εξαγορασθεί από τρίτους
- διαφάνεια και λογοδοσία τόσο ως προς την οικονομική τους διαχείριση όσο και ως προς τον κοινωνικό/περιβαλλοντικό αντίκτυπο της δράσης τους (π.χ. μέσω της δημοσίευσης ετήσιων απολογισμών ή του διορισμού ενός εξωτερικού συμβούλου αξιολόγησης).

19 Χαρακτηριστική περίπτωση κοινωνικής επιχειρηματικότητας της δεκαετίας του 1970 στην Βρετανία θεωρείται η αλυσίδα καταστημάτων BODY SHOP που ιδρύθηκε με στόχο να συνδυάσει την επιχειρηματικότητα με την κοινωνική δράση για τα δικαιώματα των μεταναστών, την καταπολέμηση αισθητικών προτύπων που προκαλούν νευρική ανορεξία, την απαγόρευση πειραμάτων σε ζώα και την προστασία του περιβάλλοντος. Βλ. επίσης κατά τις δεκαετίες 1990 και 2000 την εφημερίδα με άστεγους διανομείς BIG ISSUE και την αλυσίδα εστιατορίων για εργασιακή ένταξη φτωχών νέων του Ιδρύματος FIFTEEN.

20 Βλ. Social Enterprise UK, Fightback Britain – A report on the State of Social Enterprise Survey 2011, www.socialenterprise.org.uk.

21 Βλ. στην ιστοσελίδα της οργάνωσης www.socialenterprise.org.uk.



Όσον αφορά τη νομική μορφή των επιχειρήσεων, το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο προβλέπει πολλές και διαφορετικές επιλογές, που περιλαμβάνουν κοινωνικές

επιχειρήσεις με εταιρική μορφή (Companies Limited by Shares, Community Interest Companies), κοινωνικές επιχειρήσεις με τη μορφή αλληλοβοηθητικής ένωσης (Industrial & Provident Societies)²² και κοινωνικές επιχειρήσεις με μορφή φιλανθρωπικού φορέα (Trusts, Unincorporated associations, Company limited by guarantee²³, Charitable Incorporated Organization).

Ο μεγαλύτερος και πλέον αντιπροσωπευτικός φορέας συλλογικής εκπροσώπησης των κοινωνικών επιχειρήσεων στο Η.Β. αντιστοιχεί στην οργάνωση Social Enterprise UK (SEUK). Η SEUK (πρώην Social Enterprise Coalition) συστάθηκε στις αρχές της δεκαετίας του 2000 ως μία ένωση στην οποία μπορούν να μετέχουν όλες οι κοινωνικές επιχειρήσεις. Οι πόροι για τη σύσταση και την αρχική της λειτουργία συγκεντρώθηκαν από τις κοινωνικές επιχειρήσεις που την ίδρυσαν αλλά και από χορηγίες ισχυρών συμβατικών επιχειρήσεων που ενδιαφέρονται για την υποστήριξη της κοινωνικής καινοτομίας (PWC, Royal Bank of Scotland Group, O2). Οι υπηρεσίες που παρέχει η SEUK στις κοινωνικές επιχειρήσεις-μέλη²⁴ της περιλαμβάνουν ένα μεγάλο φάσμα υπηρεσιών συμβουλευτικής, ενημέρωσης, τεχνικής υποστήριξης, προβολής κ.λπ.

Σε επίπεδο χρηματοδότησης, οι βασικοί μηχανισμοί πρόσβασης των κοινωνικών επιχειρήσεων σε ιδιωτικά κεφάλαια περιλαμβάνουν:

- εξειδικευμένους οργανισμούς (συνεταιριστικές τράπεζες και τράπεζες που αποτελούν οι ίδιες κοινωνικές επιχειρήσεις) που παρέχουν υπηρεσίες μικροπίστωσης και χρηματοοικονομικής υποστήριξης²⁵ σε κοινωνικές επιχειρήσεις
- επενδυτικές εταιρίες που αποτελούν κοινωνικές επιχειρήσεις και οι ίδιες, καθώς ο βασικός τους σκοπός είναι η προώθηση κοινωνικών επενδύσεων²⁶
- έναν αριθμό ισχυρών συμβατικών επιχειρήσεων²⁷ που χρηματοδοτούν και υποστηρίζουν τεχνικά κοινωνικά καινοτόμες νέες επιχειρήσεις
- είκοσι ειδικά προγράμματα ενίσχυσης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας²⁸ που χρηματοδοτούνται κυρίως από τον δημόσιο τομέα.

22 Πρόκειται για ειδικό τύπο νομικής προσωπικότητας που λαμβάνουν συνήθως δύο είδη κοινωνικών επιχειρήσεων: οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων (workers' cooperatives) και οι Ενώσεις Τοπικής Ανάπτυξης (community businesses) που συστήνονται από κοινωνικοοικονομικούς παράγοντες μίας περιοχής. 23 Πρόκειται για μικτό τύπο νομικού προσώπου που εγγράφεται τόσο στο μητρώο των φιλανθρωπικών φορέων (Charity Commission) όσο και στο μητρώο εταιριών (Companies House). Τον προτιμούν έως πρόσφατα συνεταιρισμοί εργαζομένων και τοπικές αναπτυξιακές ενώσεις γιατί ήταν ο μόνος που παρείχε τη δυνατότητα για συναλλαγές με τρίτους (π.χ. προσλήψεις) χωρίς να προκαλεί απώλεια του «φιλανθρωπικού» χαρακτήρα της δραστηριότητας. 24 Κάθε μέλος πληρώνει ετήσια συνδρομή που κυμαίνεται ανάλογα με το ύψος του ετήσιου τζίρου της, ενώ για τις νέες επιχειρήσεις με διάρκεια ζωής κάτω των δύο ετών (startups) η ιδιότητα του μέλους απαιτεί την καταβολή ενός συμβολικού μόνο ποσού. 25 Π.χ. Charity Bank, Triodos UK, The Co-operative Bank, Unity Trust Bank. Η SEUK επίσης προσφέρει χρηματοοικονομικές υπηρεσίες στα μέλη της μέσω του Social Investment Fund. 26 Οι σημαντικότερες περιλαμβάνουν τις Big Issue Invest, Social Investment Business, Bridges Social Entrepreneurs Fund, CAFVenturesome. 27 Η πιο σημαντική πρωτοβουλία αντιστοιχεί στο Πρόγραμμα «Deloitte Social Innovation Pioneers» που υλοποιεί η εταιρία DELOITTE σε συνεργασία με την SEUK. 28 Βλ. ενδεικτικά τα προγράμματα Capacity Builders, Big Lottery Basis, The Contract Readiness Fund, National Programme for Third Sector Commissioning, Commissioning Academy, Risk Capital Fund, Mutuals Support Programme, Futurebuilders England.



Χαρακτηριστικά παραδείγματα επιτυχημένης κοινωνικής επιχειρηματικότητας αποτελούν οι φορείς **BIG ISSUE**²⁹ και **SUNDERLAND HOME CARE ASSOCIATES**³⁰.

Η BIG ISSUE ιδρύθηκε το 1991 στη Μ. Βρετανία με τη μορφή φιλανθρωπικού σωματείου (charity) και σκοπό την υποστήριξη της επανένταξης των αστέγων του Λονδίνου. Βασίστηκε στην επιχειρηματική ιδέα της έκδοσης ενός περιοδικού ποικίλης ύλης που θα διανεμόταν αποκλειστικά και μόνο από αστέγους με στόχο να τους βοηθήσει να εξασφαλίσουν ένα εργασιακό εισόδημα και να βελτιώσουν τις συνθήκες διαβίωσής τους.

Οι άστεγοι παραλαμβάνουν ένα πρώτο πακέτο περιοδικών προς διανομή δωρεάν και έχουν δικαίωμα να κρατήσουν το σύνολο των εισπράξεων αυτού του πρώτου πακέτου. Από το δεύτερο πακέτο και μετά, έχουν υποχρέωση να αποδίδουν ποσοστό επί των εισπράξεων στην BIG ISSUE, όπως θα συνέβαινε εάν συνεργάζονταν με οποιοδήποτε εκδοτικό φορέα. Με αυτό τον τρόπο, εντάσσονται σταδιακά στην λογική της αμειβόμενης απασχόλησης και παράλληλα λαμβάνουν μέσω εξειδικευμένων οργανώσεων που συνεργάζονται με την BIG ISSUE υπηρεσίες κοινωνικής υποστήριξης που τους βοηθούν προς μία ολοκληρωμένη αποκατάσταση.

Σήμερα, η BIG ISSUE διαθέτει δίκτυο 2.000 διανομένων σε όλη τη χώρα, οι οποίοι είναι άτομα που αντιμετωπίζουν προβλήματα στέγασης (έλλειψη στέγης ή ανεπαρκής στέγαση) σε όλη τη χώρα. Κατά το 2011, η BIG ISSUE δήλωσε ότι κατέβαλε το συνολικό ποσό των 5 εκατομμυρίων λιρών ως αμοιβή στους άστεγους πωλητές της.

Η SUNDERLAND HOME CARE ASSOCIATES ιδρύθηκε το 1994 με τη μορφή συνεταιρισμού εργαζομένων (employee owned social enterprise) από επαγγελματίες κοινωνικής φροντίδας με σκοπό την παροχή υπηρεσιών βοήθειας στο σπίτι υψηλής ποιότητας και την ευημερία των ατόμων με χαμηλή δυνατότητα αυτοεξυπηρέτησης.

Τα 160 μέλη του συνεταιρισμού είναι όλοι επαγγελματίες κατ' οίκον φροντίδας ηλικιωμένων (νοσηλευτές, κοινωνικοί λειτουργοί, φυσικοθεραπευτές, κοινωνικοί φροντιστές κ.λπ.) και έχουν οι ίδιοι την πλήρη ευθύνη της λειτουργίας και της διαχείρισης του συνεταιρισμού, καθώς και της παροχής των υπηρεσιών. Για την εργασία τους, τα μέλη αμείβονται με μηνιαίο μισθό.

Ο συνεταιρισμός εξασφαλίζει έσοδα χρεώνοντας αντίτιμο για τις υπηρεσίες που παρέχει είτε στους ίδιους τους εξυπηρετούμενους είτε σε δημόσιους φορείς που είναι υπόχρεοι για την κάλυψη της σχετικής δαπάνης (π.χ. δήμοι, ασφαλιστικά ταμεία κλπ.). Ωστόσο, στα μέλη διανέμεται μόνο ένα πολύ μικρό μέρος των κερδών (μόλις 3,5% του ετήσιου τζίρου), ενώ το μεγαλύτερο μέρος των κερδών επανεπενδύεται στον συνεταιρισμό.

Σήμερα, η SUNDERLAND HOME CARE ASSOCIATES συγκαταλέγεται στους κορυφαίους παρόχους κοινωνικής φροντίδας, παρέχοντας 3.500 ώρες φροντίδας την εβδομάδα και με ετήσιο τζίρο 1,5 εκατομμύριο λίρες το 2013.

29 www.bigissue.com.

30 www.sunderlandhomecare.co.uk.



3. Υποδείγματα Κοινωνικών Επιχειρήσεων στην Ιταλία

Η Ιταλία ήταν η πρώτη Ευρωπαϊκή χώρα που κατοχύρωσε θεσμικά μία αυτοτελή νομική μορφή για την άσκηση κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Συγκεκριμένα, με το Νόμο 381/1991 θεσμοθετήθηκε ο «Κοινωνικός Συνεταιρισμός» (Cooperativa Sociale - CI) ως ειδική μορφή κοινωνικής επιχειρηματικότητας με έμφαση στα πεδία των υπηρεσιών κοινωνικής πρόνοιας και κοινωνικής ένταξης.

Οι φορείς που λαμβάνουν τη μορφή CI συγκεντρώνουν τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- μη κερδοσκοπικός χαρακτήρας
- επιδίωξη σκοπών γενικού συμφέροντος της τοπικής κοινότητας, όπως ιδίως η ανάπτυξη των ανθρώπινων πόρων και η προώθηση της κοινωνικής ένταξης ευπαθών ομάδων
- δραστηριοποίηση σε κρίσιμα πεδία «κοινωνικής χρησιμότητας» (εκπαίδευση και κοινωνική/ιατρική φροντίδα) ή δραστηριοποίηση σε οποιονδήποτε τομέα οικονομικής δραστηριότητας (γεωργία, βιομηχανία, εμπόριο, υπηρεσίες), αλλά με την εφαρμογή διαδικασιών εργασιακής ένταξης ευπαθών ομάδων³¹ (κάλυψη 30% τουλάχιστον των θέσεων εργασίας)
- οργάνωση, διοίκηση και λειτουργία με βάση τις διατάξεις που ισχύουν για τους συνεταιρισμούς.

Η ανάπτυξη των CI στην Ιταλία υπήρξε εντυπωσιακή με 10-20% ετήσιο ρυθμό αύξησης του αριθμού τους κατά την πρώτη πενταετία από την έναρξη ισχύος του νόμου. Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι η μεγάλη πλειοψηφία των κοινωνικών επιχειρήσεων λάμβανε τη νομική μορφή ενός CI, ιδιαίτερη δραστηριότητα στο πεδίο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας συνέχισαν να αναπτύσσουν και άλλοι ιδιωτικοί μη κερδοσκοπικοί φορείς με διαφορετική νομική φύση (αστικές εταιρίες, εθελοντικές οργανώσεις κλπ.)³².

Με το Νόμο 118/2005 και το Διάταγμα 155/2006, το ιταλικό θεσμικό πλαίσιο για την κοινωνική επιχειρηματικότητα υιοθέτησε μία ιδιαίτερα διευρυμένη οριοθέτηση τόσο των οργανωτικών χαρακτηριστικών, όσο και των πεδίων δράσης των κοινωνικών επιχειρήσεων, αποσυνδέοντας την ιδιότητα της «κοινωνικής επιχείρησης» (και τα αντίστοιχα πλεονεκτήματα) από τη νομική μορφή του φορέα.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα επιτυχημένης κοινωνικής επιχείρησης με ιδιαίτερα στοιχεία καινοτομίας αποτελεί η ARCI LE NUVOLE (ALN). Η ALN ιδρύθηκε ως εθελοντική οργάνωση το 1994 στη Σικελία με σκοπό την ενίσχυση της τοπικής κοινωνίας ενάντια στο οργανωμένο έγκλημα μέσω της πρόληψης του αποκλεισμού και της παραβατικότητας παιδιών και εφήβων.

31 Η σχετική νομοθεσία προβλέπει μία περιοριστική οριοθέτηση της έννοιας «ευπαθείς ομάδες», καθώς αναφέρεται σε άτομα με αναπηρία, χρήστες ουσιών, αποφυλακισμένους και ανήλικους από οικογένειες σε κρίση.

32 Στην Ιταλία, οι μη κερδοσκοπικοί φορείς διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: αυτοί που παρέχουν αγαθά ή υπηρεσίες μόνο για τα μέλη τους και αυτοί που παρέχουν αγαθά και υπηρεσίες κοινής ωφέλειας (για την εξυπηρέτηση του γενικού (συλλογικού) συμφέροντος). Η δεύτερη κατηγορία είναι γνωστή ως « τρίτος τομέας » (σε αντίδιαστολή με το δημόσιο τομέα και τον ιδιωτικό κερδοσκοπικό τομέα).



Το σκεπτικό της ALN ήταν ότι εάν υποστήριζε τα ευάλωτα παιδιά εγκαίρως, θα μπορούσε να εξασφαλίσει τη βελτίωση των προοπτικών τους για επαγγελματική και κοινωνική ένταξη, με αποτέλεσμα να μην αναγκάζονται να εξασφαλίζουν το εισόδημά τους από παράνομη δραστηριότητα. Στο πλαίσιο αυτό, η ALN παρείχε ένα ευρύτατο πλέγμα υποστηρικτικών υπηρεσιών όπως:

- κατ' οίκον ενισχυτική διδασκαλία σε ευάλωτα παιδιά και εφήβους
- κοινωνική και ψυχολογική υποστήριξη σε ευάλωτα παιδιά και τις οικογένειές τους
- κοινωνική και ψυχολογική υποστήριξη σε εφήβους σε συνθήκες κρίσης
- εργασιακή ένταξη νέων ανέργων.

Αξιοποιώντας την εμπειρία της και προκειμένου να εξασφαλίσει έσοδα για την κοινωνική της δράση, η ALN ξεκίνησε από τις αρχές του 2000 μία καινοτομική μορφή επιχειρηματικότητας στο πεδίο του εναλλακτικού τουρισμού. Ειδικότερα, η ALN οργανώνει τουριστικά πακέτα «ειδικής προσβασιμότητας» για παιδιά και εφήβους με αναπηρία. Τα πακέτα περιλαμβάνουν φιλοξενία των παιδιών σε δομές προσαρμοσμένες στις ανάγκες τους, ξενάγηση σε ειδικά διαμορφωμένες διαδρομές και τη γνωριμία τους με τη φύση και τον πολιτισμό της Σικελίας. Η συγκεκριμένη δραστηριότητα προτάθηκε το 2011 για το βραβείο του Δικτύου Κοινωνικών Επιχειρήσεων URBAN στο πλαίσιο του Προγράμματος URBACT του ΕΤΠΑ.

4. Υποδείγματα Κοινωνικών Επιχειρήσεων στο Βέλγιο

Η Βελγική νομοθεσία προβλέπει δύο βασικές μορφές νομικών προσώπων:

- α) τα σωματεία και οι ενώσεις προσώπων μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα (Association Sans But Lucratif- ASBL) που εξυπηρετούν κοινωνικούς σκοπούς, χωρίς όμως να έχουν τη δυνατότητα να ασκούν εμπορικές δραστηριότητες
- β) οι εμπορικές εταιρίες κάθε μορφής που ασκούν εμπορικές και βιομηχανικές δραστηριότητες.

Το 1995 θεσμοθετήθηκαν ως τρίτο αυτοτελές μόρφωμα οι «Επιχειρήσεις Κοινωνικού Σκοπού» (Société à Finalité Sociale - SFS)³³, καθώς ο νομοθέτης επεδίωξε τη δημιουργία της Κοινωνικής Επιχείρησης, συμφιλιώνοντας τις εμπορικές δραστηριότητες με τον κοινωνικό σκοπό. Η μορφή των «Επιχειρήσεων Κοινωνικού Σκοπού» μπορεί να υιοθετηθεί από οποιαδήποτε εμπορική επιχείρηση, εφόσον πληροί συγκεκριμένους όρους, όπως:

- η επιδίωξη μικρού ποσοστού κέρδους (ή καθόλου)
- ο καθορισμός συγκεκριμένων κοινωνικών στόχων
- η δυνατότητα των μελών του προσωπικού της εταιρείας να γίνει εταίρος μετά την πάροδο ενός χρόνου απασχόλησης του
- η υποχρέωση τήρησης έκθεσης σχετικά με την πορεία των ενεργειών κοινωνικού χαρακτήρα της επιχείρησης
- η υποχρέωση της εταιρείας, σε περίπτωση διάλυσης, της κατανομής της οποιασδήποτε υπεραξίας σε άλλες εταιρείες κοινωνικού σκοπού.

33 Βλ. <http://www.saw-b.be/outils/doctrav/SFSynthese.pdf>.



Με βάση τη νομοθεσία του 1995 έχουν ιδρυθεί και λειτουργούν στην Περιφέρεια της Βαλλονίας συγκεκριμένες μορφές κοινωνικών επιχειρήσεων³⁴, όπως:

α) Οι Επιχειρήσεις Κατάρτισης μέσω της Απασχόλησης (Entreprises de Formation par le Travail - EFTs) που προσφέρουν μεταβατικές υπηρεσίες κατάρτισης μέσω της απασχόλησης

β) Οι Κοινωνικές Επιχειρήσεις Ενσωμάτωσης στην Απασχόληση (Entreprises de Travail Adapté - ETAs) που επιδιώκουν την ένταξη άνεργων στην αγορά εργασίας παρέχοντας «συμβόλαια» απασχόλησης. Οι επιχειρήσεις αυτές υποχρεούνται να απασχολούν το λιγότερο σε ποσοστό 30% του προσωπικού τους μειονεκτούντα άτομα κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας, ενώ στη συνέχεια το ποσοστό αυτό αυξάνεται (γίνεται τον επόμενο χρόνο 40% και στη συνέχεια 50%). Η κοινωνική επιχείρηση επιδοτείται για την έναρξη της καθώς και κατά τη λειτουργία της με ένα προκαθορισμένο ποσό ανά απασχολούμενο άτομο.

Παράλληλα, έχουν ιδρυθεί και λειτουργούν στην Περιφέρεια της Φλάνδρας οι ακόλουθες μορφές κοινωνικών επιχειρήσεων:

- τα Κοινωνικά Εργαστήρια (Sociale Werkplaatsen - SWPs)
- τα Κέντρα Εργασίας-Φροντίδας (Arbeidszorgcentra - AZCs)
- οι Επιχειρήσεις Εγγυημένης Απασχόλησης (Invoegbedrijven - IBS)
- τα Προστατευόμενα Εργαστήρια (Beschutte Werkplaatsen - BWS).

Οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις εξυπηρετούν διαφορετικές ομάδες στόχου: οι BWS παρέχουν μόνιμες θέσεις εργασίας σε ΑμεΑ με σωματικές ή ψυχικές νόσους, οι AZCs παρέχουν θέσεις εργασίας σε μακροπρόθεσμη βάση για άτομα με περιορισμένα εργασιακά προσόντα ή προβλήματα εξάρτησης (τοξικομανία), ενώ οι SWPs επικεντρώνονται σε μακροχρόνια ανέργους (για τουλάχιστον πέντε έτη).

³⁴Οι συγκεκριμένες μορφές επιχειρήσεων έχουν έσοδα τόσο από την αγορά μέσω των πωλήσεων αγαθών και υπηρεσιών όσο και από κρατικές επιδοτήσεις.



5. Διοίκηση και Λειτουργία Κοινωνικών Επιχειρήσεων

5.1 Διοίκηση & Στελέχωση Επιχειρήσεων: Συγκλίσεις & Αποκλίσεις από τις Κοινωνικές Επιχειρήσεις

Ο βασικότερος συντελεστής παραγωγής σε μια κοινωνική επιχείρηση είναι το ανθρώπινο δυναμικό της ιδιαίτερα όταν, όπως συνήθως, δημιουργείται σε συνθήκες έλλειψης κεφαλαίου. Συνεπώς, η συγκρότηση της ιδρυτικής ομάδας έχει μεγάλη σημασία για την πορεία του όλου εγχειρήματος. Δυστυχώς, δε δίνουμε την απαιτούμενη σημασία σε αυτό το στάδιο, θεωρώντας πως η δημιουργία ομάδας είναι αυτονόητη και εύκολη υπόθεση. Σε αυτήν την ενότητα, θα παρουσιάσουμε ορισμένα προαπαιτούμενα για τη συγκρότηση της ιδρυτικής ομάδας μίας κοινωνικής επιχείρησης.

Κοινές αξίες

Η κοινή ιδεολογία ή/και η φιλία δεν επαρκούν για να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις που συνεπάγεται η λειτουργία μίας επιχείρησης, αν και είναι καλή αρχή. Είναι σημαντικό κάθε μέλος να συγκεκριμενοποιήσει τις αξίες του αναφορικά με το υπό σύσταση εγχείρημα: Ποιες είναι οι ηθικές/πολιτικές αρχές που θα διέπουν την κοινωνική επιχείρηση (π.χ. αγορά πρώτων υλών από συνεταιριστικές επιχειρήσεις και τοπικούς παραγωγούς ή από την ευρύτερη αγορά). Αδιαμφισβήτητα, η διατύπωση των προσωπικών ορίων συνεπάγεται και παραχωρήσεις στη διαδικασία της αλληλεπίδρασης. Δεν είναι ούτε θεμιτό ούτε σκόπιμο να θεωρούμε ότι θα τους πείσουμε όλους/όλες με το λόγο μας ή να υποτιμήσουμε τη δυσκολία μας να λειτουργήσουμε με πολύ διαφορετικές αρχές από αυτές που πιστεύουμε.

Δέσμευση στο συνεταιριστικό πλαίσιο λειτουργίας

Το συνεταιριστικό πλαίσιο λειτουργίας μπορεί να γίνει ταυτόχρονα ευχή και κατάρα. Οι περισσότεροι/ες από εμάς έχουμε συνηθίσει σε άλλες λογικές από αυτές που προωθεί το συνεταιριστικό πρόταγμα όπως ο ανταγωνισμός και η ιεραρχία με αποτέλεσμα να δυσκολευόμαστε να λειτουργήσουμε συλλογικά. Υπάρχουν άνθρωποι που «προτιμούν» το κατευθυντικό πλαίσιο της εργοδοσίας από την αυξημένη ευθύνη που συνεπάγεται η συμμετοχή σε μια συνεταιριστική επιχείρηση. Είναι, λοιπόν, σημαντικό να τεθούν οι βάσεις για μια συλλογική διαδικασία αποφάσεων και εύρεσης λύσεων από την αρχή. Θα συμμετέχουν όλα τα μέλη; Με ποιο τρόπο θα λαμβάνονται οι αποφάσεις (συναίνεση ή ψηφοφορία); Η δέσμευση των ιδρυτικών μελών στο συλλογικό πλαίσιο λειτουργίας είναι πολύτιμη παρακαταθήκη ακόμα και αν τροποποιηθεί στη συνέχεια λόγω των καθημερινών απαιτήσεων της επιχείρησης ή της αύξησης του αριθμού των μελών.

Κοινές προσδοκίες

Όλοι/ες έχουμε διαφορετικές προσωπικές προσδοκίες από τη συμμετοχή σε μια κοινωνική επιχείρηση. Είναι προτιμότερο αυτές να διατυπωθούν με σαφήνεια στην αρχή. Πόσες ώρες θέλω και μπορώ να εργάζομαι; Πόσα χρήματα χρειάζομαι για να ανταποκριθώ στις απαιτήσεις της ζωής; Αυτές οι ερωτήσεις πρέπει να απαντηθούν προσωπικά και να συμφωνηθούν συλλογικά, έτσι ώστε να αντιμετωπίσουμε πιο εύκολα δύσκολες καταστάσεις που είναι ιδιαίτερα πιθανές τα πρώτα χρόνια λειτουργίας (π.χ. υπερωρίες, χαμηλές αμοιβές κ.ο.κ.).

Δεξιότητες/ικανότητες/γνώσεις

Μία συνεταιριστική επιχείρηση απαιτεί ένα σύνολο δεξιοτήτων/ικανοτήτων/γνώσεων που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με τη συγκεκριμένη παραγωγική δραστηριότητα που αναπτύσσεται. Ενώ τις περισσότερες φορές τα



ιδρυτικά μέλη διαθέτουν τις απαιτούμενες για την κύρια δραστηριότητα ικανότητες και γνώσεις, υποτιμούν την αναγκαιότητα των λεγόμενων περιφερειακών αλλά εξίσου σημαντικών καθηκόντων (π.χ. λογιστική παρακολούθηση, οικονομική διαχείριση, συλλογική διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, καθαριότητα/συντήρηση χώρων και εξοπλισμού, τεχνική υποστήριξη). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα είτε να καλύπτονται πλημμελώς τα συγκεκριμένα καθήκοντα ή/και να τα επιφορτίζονται συστηματικά συγκεκριμένα μέλη, δημιουργώντας επιπλέον φόρτο εργασίας και δυσφορία στα ίδια. Είναι, επομένως, σημαντικό να σκιαγραφήσουμε όλες οι σχετικές απαιτήσεις και να αποφασίσουμε εγκαίρως ένα σύστημα κατανομής των καθηκόντων. Ενδεικτικά, μέλη που διαθέτουν τις απαιτούμενες γνώσεις μπορούν να αναλάβουν επιπλέον καθήκοντα με τον όρο να απαλλαγθούν από άλλες πτυχές της εργασιακής καθημερινότητας ή οι συγκεκριμένες εργασίες να ανατεθούν επ' αμοιβή σε εξωτερικούς συνεργάτες. Είναι χρήσιμο σε αυτό το στάδιο να ζητήσουμε βοήθεια από άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις για τον τρόπο με τον οποίο ρύθμισαν την κατανομή των καθηκόντων ή/και να προσφύγουμε σε εκπαιδευτικά σεμινάρια με στόχο να αυξήσουμε τις γνώσεις/δεξιότητες για συγκεκριμένα καθήκοντα.

Επιλογή μελών

Παρά τον αρχικό ενθουσιασμό, είναι πιθανό μετά από τις προηγούμενες διαβουλεύσεις να συρρικνωθεί ο αρχικός πυρήνας των μελών. Σε κάθε περίπτωση, είναι απαραίτητο να θέσουμε συγκεκριμένα κριτήρια και διαδικασίες για την είσοδο νέων μελών. Για παράδειγμα, ορισμένοι συνεταιρισμοί επιλέγουν να εγκρίνουν την είσοδο νέων μελών μόνο στο βαθμό που προτείνονται ή υπάρχει συγκεκριμένος αριθμός συστάσεων από υπάρχοντα μέλη. Σε εργατικούς συνεταιρισμούς (worker co-ops) είθισται να τίθεται ως όρος η προσφορά ενός ελάχιστου αριθμού ωρών εργασίας/εβδομάδα από κάθε μέλος. Ένα άλλο σημαντικό ζήτημα αφορά τις απαιτήσεις συνεισφοράς κεφαλαίου για την έγκριση νέων μελών (π.χ. ισάξιο με το αρχικό μερίδιο, άπαξ ή σταδιακή αποπληρωμή).

Επιλογή εργαζομένων

Αντιστοίχως, είναι αναγκαίο να τεθούν κριτήρια για την επιλογή των εργαζομένων. Ενδεικτικά, ένας συνεταιρισμός μπορεί να θέσει ως απαραίτητη προϋπόθεση την ιδιότητα του μέλους, ενώ ένας άλλος να επιτρέπει εργαζόμενους/ες που δεν είναι μέλη στο βαθμό που εξυπηρετούν βραχυπρόθεσμα έκτακτες ανάγκες. Επίσης, σύμφωνα με το οργανόγραμμα της κοινωνικής επιχείρησης, είναι δυνατόν να τεθούν κριτήρια με βάση τις δεξιότητες/ικανότητες/γνώσεις για την επιλογή των εργαζομένων. Παρόλο που φαντάζει άχαρο, είναι σημαντικό να τεθούν διαδικασίες αλληλοελέγχου (peer review) σε τακτά χρονικά διαστήματα και αποχώρησης σε περίπτωση που υπάρχει συστηματική παραβίαση των κοινά συμφωνηθέντων πλαισίων συνεργασίας.

Εμπλοκή άλλων εταίρων - τοπικής κοινότητας

Όπως προαναφέρθηκε, μια κοινωνική επιχείρηση διακρίνεται από την πολυεταιρική της. Για παράδειγμα, μια κοινωνική επιχείρηση εντάσσει ως μέλη άτομα και φορείς που επιθυμούν να συνδράμουν στους στόχους της. Έτσι επιτρέπει να εισακούεται η γνώμη όλων των μερών που επηρεάζονται από τη λειτουργία της (π.χ. προμηθευτών, πελατών, χρηματοδοτών) και όχι μόνο των εργαζομένων. Αν το επιθυμούμε, μπορούμε να προβλέψουμε την εκπροσώπηση αυτών των μελών και στα διοικητικά όργανα. Ωστόσο, αυτό το άνοιγμα αυξάνει τις απαιτήσεις εσωτερικής δημοκρατίας σε βάρος της αποτελεσματικότητας που προσφέρουν συνήθως τα μικρά ομοιογενή σχήματα. Διαφορετικά, μία κοινωνική επιχείρηση μπορεί να προσκαλεί σε τακτά χρονικά διαστήματα όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη δίνοντας δικαίωμα λόγου αλλά όχι δικαίωμα απόφασης για ζητήματα λειτουργίας.



Κατανομή εργασιών για την ίδρυση της επιχείρησης

Εφόσον η ιδρυτική ομάδα έχει πλέον διαμορφωθεί και ζυμωθεί μέσα από τη διαβούλευση για τα προηγούμενα ζητήματα, είναι σε θέση να κατανείμει τις εργασίες που σχετίζονται με την ίδρυση της κοινωνικής επιχείρησης (π.χ. κατάρτιση επιχειρηματικού σχεδίου, επιλογή νομικής μορφής, επιλογή έδρας, προετοιμασία χώρων, προμήθεια εξοπλισμού, άδειες και έναρξη, κ.ο.κ.). Η κατανομή πρέπει να γίνει προσεκτικά, ώστε αφενός να είναι όσο το δυνατόν περισσότερο ισότιμη και αφετέρου να αποφεύγει τη δημιουργία πρωταγωνιστών και κομπάρσων από το στάδιο της ίδρυσης. Σε κάθε περίπτωση, δεν μπορούν όλες οι εργασίες να γίνονται ταυτόχρονα και από κοινού γιατί είναι αναποτελεσματικό και χρονοβόρο. Οι τακτικές συναντήσεις αποτελούν ένα χρήσιμο εργαλείο ανατροφοδότησης για την πρόοδο των εργασιών που έχει αναλάβει η κάθε υποομάδα.

Η ανάλυση αυτών των προαπαιτούμενων μπορεί να εγείρει την ακόλουθη ένσταση: «Αν αρχίσουμε έτσι, δε θα βγάλουμε άκρη γιατί θα πουν όλοι/ες το μακρύ και το κοντό τους». Είναι προφανές ότι αυτός ο κίνδυνος υπάρχει σε κάθε συλλογικό εγχείρημα. Είναι, λοιπόν, σημαντικό να θυμόμαστε δύο πράγματα σε αυτήν την κατεύθυνση: α) Είναι προτιμότερο να γνωστοποιούνται παρά να υποβόσκουν οι διαφορετικές οπτικές. β) Οι στοχεύσεις είναι αποτέλεσμα αλληλεπίδρασης και είναι δυναμικές στο χρόνο. Πολλές από τις προσδοκίες θα επανακαθοριστούν μετά από την εξειδίκευση του επιχειρηματικού σχεδίου (βλ. επόμενη ενότητα), την αλληλεπίδραση με τα άλλα ιδρυτικά μέλη και την είσοδο νέων μελών.

Και η πιο σημαντική συμβουλή για το τέλος: Μην εμπλέκετε άτομα στην κοινωνική επιχείρηση μόνο και μόνο για να καλύψετε τον απαιτούμενο αριθμό μελών ανάλογα με τη νομική μορφή, διότι αν δεν ενδιαφέρονται πραγματικά, θα αποτελούν απλά ένα βαρίδιο για το μέλλον.

Ερωτήσεις-κλειδιά:

1. Ποιοι/ες θα είναι τα μέλη;
2. Ποιοι/ες θα είναι οι εργαζόμενοι/ες;
3. Πώς θα αποφασίζουμε;
4. Πώς θα μπαίνουν νέα μέλη;
5. Πώς θα μπαίνουν νέοι/ες εργαζόμενοι/ες;
6. Ποιος/α αναλαμβάνει τι;

Τι πρέπει να έχουμε ετοιμάσει στο τέλος:

1. Προσχέδιο εσωτερικού κανονισμού λειτουργίας
2. Προσχέδιο οργανογράμματος
3. Συγκρότηση υποομάδων για την ίδρυση της επιχείρησης Πιθανοί κίνδυνοι:
 1. Οι συζητήσεις κρατούν σε μάκρος και δεν παράγουν αποτέλεσμα
 2. Δημιουργούνται οι πρώτες εντάσεις/συγκρούσεις Χρήσιμα εργαλεία:
 1. Ορίζουμε τη μέγιστη διάρκεια και τον μέγιστο αριθμό συναντήσεων



- 2.Κρατάμε πρακτικά των συναντήσεων
- 3.Καλούμε «ειδικούς» για να μας πουν τη γνώμη τους
- 4.Μιλάμε με μέλη και εργαζόμενους/ες άλλων κοινωνικών επιχειρήσεων

5.2 Επιχειρηματική Καινοτομία: Προκλήσεις και Προοπτικές

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις ανήκουν στις επιχειρήσεις εκείνες που από μόνες τους λόγω της δομής τους και της συνεισφοράς τους θα μπορούσαν να θεωρηθούν καινοτομικές. Αυτό γίνεται εύκολα κατανοητό υπό την έννοια της προσφοράς καινοτομικών λύσεων στα υφιστάμενα κοινωνικά προβλήματα, αφού στα πρώτα στάδια ανάπτυξής τους, οι κοινωνικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν δυσκολίες που σχετίζονται με την απουσία ενός περιβάλλοντος ευνοϊκού για την περαιτέρω ανάπτυξή τους.

Στην Ελλάδα η έννοια της κοινωνικής καινοτομίας είναι λιγότερο ανεπτυγμένη σε σχέση με πολλές ευρωπαϊκές χώρες. Σε αυτό συνεισέφερε η έλλειψη μέχρι πρότινος ενός σχετικού θεσμικού πλαισίου που δεν επέτρεψε την ανάπτυξη και ανάδειξη της καινοτομίας. Στο νέο, όμως, Νόμο για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία ως «κοινωνική καινοτομία» ορίζεται «η παραγωγή προϊόντων και η παροχή υπηρεσιών, οι οποίες αναπτύσσονται για να ικανοποιούν κοινωνικές ανάγκες και βασίζονται στην ενεργοποίηση κοινωνικών δυνάμεων τόσο του κόσμου της εργασίας κατά τη διαδικασία παραγωγής, όσο και της υπόλοιπης κοινωνίας που δέχεται τα προϊόντα και τις υπηρεσίες κατά τη διαδικασία της κατανάλωσής τους. Η κοινωνική καινοτομία, δίνοντας λύσεις εκεί που η αγορά δεν θέλει ή αποτυγχάνει και το κράτος αδυνατεί, προάγει τη συμφιλίωση παραγωγής και κατανάλωσης, συμβάλλει στην εναρμόνιση προσφοράς και ζήτησης και, τελικά, βοηθά στη διαμόρφωση νέου τύπου κοινωνικών σχέσεων που βασίζονται στη συλλογικότητα, στην ισοτιμία, και όχι στον ανταγωνισμό. Σε κάθε περίπτωση, η καινοτομία είναι απαραίτητη μιας και με τον τρόπο αυτό παρουσιάζονται περισσότερες ευκαιρίες για δικτύωση και αμοιβαία αποδοχή».

Αδιαμφισβήτητα, σήμερα όσο ποτέ άλλοτε η ανάγκη ενίσχυσης της κοινωνικής καινοτομίας εμφανίζεται επιτακτική. Τα υψηλά ποσοστά ανεργίας και η συρρίκνωση των δημοσίων προϋπολογισμών δημιουργούν ανάγκες για ενίσχυση της κοινωνικής οικονομίας και καινοτομίας ώστε να προσφέρονται εναλλακτικές λύσεις και δομές στην κοινωνία. Δεν είναι τυχαίο, άλλωστε, που ιδιαίτερα σήμερα παρατηρούμε την εμφάνιση πολλών κοινωνικών καινοτομιών, όπως τα δίκτυα χωρίς μεσάζοντες, τα κοινωνικά ιατρεία, τα ανταλλακτικά δίκτυα κ.ά. Είναι, πλέον, απαραίτητη η εφαρμογή συγκεκριμένων πολιτικών που θα ενισχύσουν τον τρίτο τομέα και θα ευνοήσουν την ανάπτυξη κοινωνικών καινοτομιών. Στο πλαίσιο της στρατηγικής για την «Ευρώπη 2020», η κοινωνική καινοτομία αποτελεί ξεχωριστή πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, με στόχο τη συγκέντρωση όλων των φορέων της κοινωνίας των πολιτών και την αξιοποίησή τους προς μια δυναμική, επιχειρηματική και καινοτόμο Ευρώπη.

Είναι σημαντικό να γίνει αντιληπτό ότι οι κοινωνικές καινοτομίες μπορούν να λειτουργήσουν ως μια νέα μέθοδος προσέγγισης των σύγχρονων κοινωνικών προβλημάτων, η οποία προσανατολίζεται στη βελτίωση της ποιότητας ζωής και των οικονομικών ευκαιριών, ενώ βρίσκει πεδία εφαρμογής στους τομείς της απασχόλησης, της κοινωνικής προστασίας και της τοπικής οικονομικής ανάπτυξης.

Μοναδικός τρόπος για μία κοινωνική επιχείρηση να αναπτυχθεί είναι να καινοτομεί, αναδεικνύοντας την αλλαγή σε ευκαιρία και την ευκαιρία σε αλλαγή. Η κοινωνική καινοτομία μιας επιχείρησης είναι ο πετυχημένος



συνδυασμός μιας νέας ιδέας με μια διαγνωσμένη ανάγκη που υπάρχει στην αγορά. Η ενίσχυση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μέσω της κοινωνικής καινοτομίας συνιστά το σύγχρονο τρόπο λειτουργίας για τη διασφάλιση της επιχειρηματικής επιβίωσης και τη δημιουργία των απαραίτητων συνθηκών για την εν γένει ανάκαμψη της οικονομίας. Κατανοώντας ότι η κοινωνική καινοτομία αποτελεί τη νέα αναγκαιότητα, θα πρέπει οι επιχειρήσεις να στηριχτούν σε ενέργειες για την ανάπτυξη νέων ιδεών, ώστε να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να μπορούν να προσαρμόζονται έγκαιρα στις απαιτήσεις του σύγχρονου περιβάλλοντος και στα νέα δεδομένα της αγοράς. Η μετατροπή της γέννησης έξυπνων ιδεών σε πρακτική εφαρμογή και εμπορική εκμετάλλευση προϋποθέτει ότι η κοινωνική καινοτομία οργανώνεται ως μία συστηματική διεργασία, η οποία περιλαμβάνει μια διαρκή και οργανωμένη αναζήτηση ευκαιριών για εισαγωγή αλλαγών. Ακόμα και η συνεχής βελτίωση της βασικής κοινωνικής επιχειρηματικής ιδέας συνιστά μια διαδικασία σταδιακής καινοτομίας, καθώς αποτελεί μικρής κλίμακας αλλαγή.

Σε κάθε περίπτωση, η κοινωνική επιχειρηματική καινοτομία απαιτεί μεθόδευση, σύστημα, οργάνωση και υψηλού επιπέδου διαχείριση ενδεχόμενων κινδύνων και ρίσκων, υπό το πρίσμα μιας συλλογικής προσπάθειας. Προϋποθέτει, επίσης, την απόκτηση και χρησιμοποίηση της νέας γνώσης. Η ικανότητα καινοτομίας μιας κοινωνικής επιχείρησης είναι η απάντηση στις νέες προκλήσεις που αφορούν τη ραγδαία ανάπτυξη των σύγχρονων τεχνολογιών και την εμφάνιση νέων αγορών. Η ανάπτυξη αυτής της ικανότητας από τις κοινωνικές επιχειρήσεις είναι ο παράγοντας-κλειδί για τη μακροπρόθεσμη διασφάλιση της επιτυχίας. Η καινοτομία, επίσης, είναι μια πρακτική η οποία μπορεί να οδηγήσει σε δικτύωση με άλλους φορείς, ή επιχειρήσεις και να βελτιώσει τη συνεργασία σε κεντρικό ή περιφερειακό επίπεδο.

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ (Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης), έχουν οριστεί τα επόμενα τέσσερα είδη καινοτομίας που μπορούν να έχουν εφαρμογή στις κοινωνικές επιχειρήσεις:

- καινοτομία προϊόντος ή υπηρεσίας, όπου ένα νέο (ή σημαντικά αναβαθμισμένο) προϊόν ή υπηρεσία εισέρχεται στην αγορά. Το προϊόν ή η υπηρεσία μπορεί να στηρίζεται σε νέα γνώση ή σε νέο συνδυασμό υπαρχόντων τεχνολογιών
- καινοτομία διαδικασίας, όπου μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) διαδικασία (π.χ. παραγωγής ή διανομής ενός προϊόντος-υπηρεσίας) χρησιμοποιείται
- εμπορική καινοτομία, όπου εφαρμόζεται μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) μέθοδος μάρκετινγκ από μια κοινωνική επιχείρηση. Η νέα αυτή μέθοδος μπορεί να αναπτυχθεί από την ίδια την κοινωνική επιχείρηση ή να υιοθετηθεί από άλλες επιχειρήσεις (π.χ. αφορά στο σχεδιασμό προϊόντος, στη συσκευασία-αποθήκευση-διανομή, στη διαφήμιση μιας υπηρεσίας ή στην τιμολόγηση)
- οργανωσιακή καινοτομία (organizational innovation) όπου μια κοινωνική επιχείρηση εφαρμόζει μια νέα (ή σημαντικά αναβαθμισμένη) μέθοδο οργάνωσης της εμπορικής της πρακτικής, της εργασίας και των αρμοδιοτήτων στο εσωτερικό της, όπως και στις σχέσεις της με εξωτερικούς οργανισμούς ή άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις. Βασική προϋπόθεση είναι η νέα μέθοδος οργάνωσης να μην είναι περιστασιακή, αλλά να εντάσσεται στην πάγια στρατηγική της κοινωνικής επιχείρησης

Είναι προφανές ότι οποιαδήποτε καινοτομία είναι συνδεδεμένη με την αβεβαιότητα και το ρίσκο για το νέο προϊόν ή τη νέα υπηρεσία. Ο βασικός λόγος για την υιοθέτηση καινοτομίας από τις κοινωνικές επιχειρήσεις



είναι η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η ανάγκη αυτή είναι ακόμη μεγαλύτερη για τις νέες κοινωνικές επιχειρήσεις οι οποίες επιθυμούν να εισέλθουν και να αποκτήσουν μερίδιο σε μια αγορά.

Η κοινωνική καινοτομία είναι μια νέα λύση σε ένα κοινωνικό πρόβλημα που είναι πιο αποτελεσματική, είναι βιώσιμη και η αξία που δημιουργεί είναι για την κοινωνία ως σύνολο και όχι για το άτομο. Ιστορικά υπάρχουν αρκετές εκφράσεις της, από τη δημοκρατία και τους συνεταιρισμούς, στα νοσοκομεία και τη μικρο-χρηματοδότηση.

Μοντέλα Κοινωνικής Καινοτομίας

Το σύστημα κοινωνικής καινοτομίας αδιαμφισβήτητα επηρεάζει τη δημιουργία, ανάπτυξη και επιτυχία μιας κοινωνικής επιχείρησης.

Οι αποφάσεις και τα στάδια ανάπτυξης της κοινωνικής καινοτομίας είναι:

- προσδιορισμός κοινωνικού ζητήματος,
- προσδιορισμός πληθυσμού στόχου ωφελουμένων,
- προσδιορισμός επιθυμητού αντικτύπου,
- σχεδιασμός θεωρίας αλλαγών,
- επιλογή δραστηριότητας,
- κινητοποίηση πόρων

Για να ενισχύσει μια επιχείρηση την κοινωνική της καινοτομία, χρειάζεται να έχει διαδικασίας συστημικής εκμάθησης, να κινητοποιεί υπαρκτούς τοπικούς πόρους εύλωτων ομάδων, να έχει δυνατά στοιχεία εδραίωσης σε δίκτυα, να στοχεύει σε μετασηματισμό των υπαρχόντων θεσμών (πολιτικών, κοινωνικών, οικονομικών, πολιτισμικών). Είναι σημαντικό να γνωρίζουμε ότι η κοινωνική καινοτομία δεν έχει κανένα συσχετισμό με οργανωσιακά χαρακτηριστικά όπως μέγεθος, συστήματα διοίκησης κ.λπ. Επίσης, δε συσχετίζεται με τα προσωπικά χαρακτηριστικά του ατόμου, δηλαδή με τη μόρφωση, την εμπειρία, την ηλικία, το επάγγελμα, την ανατροφή των κοινωνικών επιχειρηματιών. Μια κοινωνία που θέλει να ενισχύσει την κοινωνική καινοτομία, πρέπει να κατευθύνει εθνικούς πόρους και να επιδοτήσει τέτοιες ενέργειες, καθώς υπάρχει σαφής θετική σχέση μεταξύ επιδοτήσεων και κοινωνικής καινοτομίας (Meyskens et al, 2010:668).

Η τιμολογιακή στρατηγική - Price

Η «κοινωνική τιμή» σε σχέση με την αλλαγή συμπεριφοράς πρέπει να συνεκτιμήσει το κόστος και τα οφέλη για τον πελάτη όταν αλλάζει τη συμπεριφορά του, λαμβάνοντας υπόψη τις περιβαλλοντικές, πολιτιστικές και άλλες παραμέτρους που καθιστούν την προσφορά ευαίσθητη στην τιμή ή ίσως και δυναμική. Όσον αφορά τις τιμολογιακές εκστρατείες, το κοινωνικό marketing πρέπει πάντοτε να επιδεικνύει δημιουργικότητα και προδραστικότητα στην αναζήτηση χρηματοδότησης από πολλαπλά ενδιαφερόμενους φορείς, όπως επιχειρηματικούς εταίρους, ιδρύματα, δωρεές και κυβερνητικές υπηρεσίες, γεγονός που μπορεί να επηρεάσει τις τιμές, τον διαφημιστικό προϋπολογισμό και την ανάπτυξη του προϊόντος.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν συνήθως δύο αγορές στόχους: τους ωφελούμενους τον οποίων τις ανάγκες ικανοποιούν και τους πελάτες οι οποίοι χρηματοδοτούν και το κόστος των προϊόντων/υπηρεσιών που



προσφέρονται στους ωφελούμενους. Άρα αυτή είναι μια σημαντική διάσταση στη χάραξη της τιμολογιακής τους πολιτικής. Αφού μπορούν να μεταφέρουν το κόστος από τη μια ομάδα στην άλλη.

Η τιμολογιακή πολιτική των κοινωνικών συνεταιριστικών επιχειρήσεων επηρεάζεται από το υψηλότερο κόστος που αντιμετωπίζουν, λόγω του ότι απασχολούν ενδεχομένως άτομα από ευάλωτες κοινωνικές ομάδες τα οποία ενδέχεται να χρειάζονται εκπαίδευση και συμβουλευτική στήριξη, καθώς και χρόνο μέχρι να προσαρμοστούν στις εργασιακές απαιτήσεις. Μια άλλη, όμως, διάσταση είναι τα ευεργετικά οφέλη από την αξιοποίηση της εργασίας των εθελοντών. Επόμενη διάσταση της τιμολογιακής πολιτικής των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι η επιτυχημένη ή μη άντληση κεφαλαίων από τις ενέργειες fundraising, από εθνικές και ευρωπαϊκές επιχορηγήσεις.

Σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να θεωρούμε ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες των κοινωνικών επιχειρήσεων έχουν μηδενικές τιμές και προσφέρονται δωρεάν. Το ζητούμενο και η διαφοροποιός διάσταση της κοινωνικής επιχείρησης είναι ότι πρέπει να είναι ταυτοχρόνως και οικονομικά και κοινωνικά και περιβαλλοντικά βιώσιμη (Sustainability- Triple Bottom Line). Πρέπει να μπορεί να συνεχίζει να εξυπηρετεί τους ωφελούμενους της και τους κοινωνικούς σκοπούς της ακόμη και όταν τελειώσουν τα επιδοτούμενα και χρηματοδοτούμενα κεφάλαια. Πρέπει να είναι αυτόνομη, αυτάρκης, ανεξάρτητη.

Στρατηγική προώθησης- Promotion

Στο κοινωνικό marketing χρησιμοποιούνται με δημιουργικό και διορατικό τρόπο παραδοσιακές τεχνικές του εμπορικού marketing για την προώθηση προϊόντων στις επίμαχες κοινωνικές ομάδες. Αποκτούν, επίσης, μία κατ' ανάγκη πιο μακροπρόθεσμη προοπτική, διότι η αλλαγή συμπεριφοράς είναι μία συνεχής διαδικασία μάθησης για την οποία απαιτείται αμοιβαία κατανόηση.

Οι στρατηγικές προώθησης που χρησιμοποιούν οι κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις βασίζονται στις αρχές του χαμηλού κόστους και ταυτοχρόνως μεγάλης εμβέλειας και κοινωνικού αντικτύπου. Συνήθως η ευαισθητοποίηση του κοινού γίνεται μέσω πολιτιστικών γεγονότων, όπως είναι τα πολιτιστικά και κάθε τύπου φεστιβάλ. Εκεί μπορεί η κοινωνική επιχείρηση να έχει τη δική της παρουσία - συνήθως «πάγκο»- και εκεί να παρουσιάσει το έργο της μοιράζοντας υλικό έντυπο, προβάλλοντας βίντεο και φωτογραφίες ή εκτελώντας εργαστήρια δημιουργικά και εμπειρικά.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις στο μάρκετινγκ mix τους χρησιμοποιούν και αρκετά από τα εργαλεία που χρησιμοποιεί ο μη κυβερνητικός χώρος, όπως είναι οι καμπάνιες. Οι καμπάνιες ευαισθητοποίησης έχουν πολύ συγκεκριμένη μεθοδολογία και στρατηγική ώστε να είναι επιτυχημένες και να δημιουργήσουν τη συμπεριφορική ή άλλου τύπου αλλαγή στην οποία στοχεύουν (όπως εξάλειψη του αλκοολισμού, της παιδικής πορνογραφίας, του trafficking, της κακοποίησης, της προστασίας του περιβάλλοντος, της ανακύκλωσης κ.ά.).

Μια πολύ σημαντική πολιτική των κοινωνικών επιχειρήσεων σε ό,τι αφορά τη δημιουργία εσόδων, που πάλι δανείζονται από το μη κερδοσκοπικό χώρο, είναι το “Fundraising”. Η άντληση, δηλαδή, κεφαλαίων σε μορφή επιδοτήσεων, χορηγιών και υποτροφιών από το κερδοσκοπικό χώρο, κυρίως από τις μεγάλες επιχειρήσεις. Οι μεγάλες επιχειρήσεις στα πλαίσια της στρατηγικής τους Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης διαχειρίζονται ένα ποσοστό του τζίρου τους για τη δημιουργία κοινωνικής αξίας.



Οι κοινωνικές επιχειρήσεις καλούνται να δημιουργήσουν ένα σχέδιο διεκδίκησης μέρους αυτού του κεφαλαίου από άλλους σκοπούς άλλων κοινωνικών επιχειρήσεων και μη κερδοσκοπικών οργανώσεων. Εδώ, λοιπόν, έχει σημασία είναι η μέτρηση του κοινωνικού τους αντικτύπου και των κοινωνικών τους αποδόσεων, στα οποία και στηρίζονται για να πείσουν τα διοικητικά τμήματα των ΕΚΕ. Χρειάζεται ένας σαφής απολογισμός δράσεων, μια πολύ καλή παρουσίαση όπου να δίδονται με σαφήνεια οι βασικές πληροφορίες για τις παρελθοντικές δράσεις και για το πού θα δαπανηθούν αυτά τα κεφάλαια και τι αντίκτυπο θα δημιουργήσουν. Για να ενισχύσουν την ικανότητα τους fundraising οι κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις πρέπει να έχουν αναπτύξει ένα δυνατό “brand management”, να έχουν φήμη, πρόσβαση σε δίκτυα, εμπιστοσύνη, αξιοπιστία και διαφάνεια στις λειτουργίες τους. Όλες οι διαστάσεις διακυβέρνησης βάσει συσχετιστικών μεταβλητών είναι αυτές που στην ουσία ενισχύουν την ικανότητά τους να διεκδικήσουν κεφάλαια από τις μεγάλες επιχειρήσεις. Επίσης, εδώ διαφαίνεται η δύναμη της συμμετοχής τους σε δίκτυα, η συσχετιστική/σχεσιακή και δομική εδραίωσή τους σε αυτά. Διότι τότε μπορούν να αξιοποιήσουν τις δυο διαστάσεις εξουσίας των δικτύων, που είναι η φήμη και οι συστάσεις (reputational power, referent power), και να επιτύχουν τους στόχους της πολιτικής τους fundraising.

Η στρατηγική διανομής- Place

Όταν αναφερόμαστε στο χώρο, εδώ μιλάμε για τα κανάλια διανομής που χρησιμοποιεί μια κοινωνική επιχείρηση για να στοχεύσει τον πελάτη ή/και ωφελομένό της. Το διαδίκτυο είναι ένα πολύ φθηνό κανάλι διανομής για τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Επίσης, οι συνεργαζόμενες εταιρείες είναι συνήθως το κανάλι διανομής τους ή τα μέλη του συνεταιρισμού και του συλλόγου. Αναφερόμαστε στο εάν θα χρησιμοποιήσει μεσάζοντες, αν θα ακολουθήσει χονδρικά ή λιανικά κανάλια διανομής. Μια πολύ σημαντική στρατηγική της κοινωνικής επιχείρησης είναι η αξιοποίηση των δικτύων της. Όπως είπαμε, οι κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις πρέπει να στοχεύσουν επιθετικά από την αρχή στη συμμετοχή τους σε δίκτυα και άλλες μορφές συμπράξεων και συνασπισμών. Πολύ σημαντικά είναι τα δίκτυα ομοίων, “peer networks”, που αναπτύσσονται μεταξύ των ίδιων των κοινωνικών επιχειρηματιών. Το κοινό – στόχος δε θα προσπαθήσει από μόνο του να κατανοήσει το μήνυμα της εκστρατείας κοινωνικού marketing, γι’ αυτό και το μήνυμα θα πρέπει να είναι άμεσο και εύκολα κατανοητό. Είναι απαραίτητο αυτά τα μηνύματα να εντάσσονται στο ευρύτερο πλαίσιο του κοινού και να του παρέχουν την ευκαιρία να ενημερώνεται εύκολα για το προϊόν και να εκδηλώνει τη συμπεριφορά του.

Άνθρωποι- People

Όταν αναφερόμαστε στον ανθρώπινο παράγοντα, τονίζουμε τη διάσταση των ανθρώπων και εργαζομένων στην υλοποίηση των προγραμμάτων των κοινωνικών επιχειρήσεων. Όπως έχουμε τονίσει, ο ανθρώπινος πόρος έχει βαρύνουσα σημασία για την εκπλήρωση των στόχων της κοινωνικής επιχείρησης. Αναφερόμαστε στην παρουσία των ανθρώπων, τη συμπεριφορά τους απέναντι στους ωφελομένους, στις αξίες τους, στην κουλτούρα τους.

Διαδικασίες- Processes/Policy

Οι διαδικασίες και πολιτικές αναφέρονται στη μεθοδολογία προσφοράς των υπηρεσιών και προϊόντων στους πελάτες και ωφελομένους μιας κοινωνικής επιχείρησης ώστε να υπάρχουν υψηλά επίπεδα ικανοποίησής τους, εξυπηρέτησής τους και ανταπόκρισης στις ανάγκες και ιδιαιτερότητές τους. Η έννοια της εκπαίδευσης είναι πολύ συνήθης στις κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες βλέπουμε να εκτελούν διάφορα προγράμματα εκπαιδευτικά και ενημερωτικά προς τους ωφελομένους, τις οικογένειες τους, τις ομάδες



συμφερόντων και το ευρύ κοινό. Για παράδειγμα, μια κοινωνική επιχείρηση που δραστηριοποιείται στο χώρο της σίτισης και της τροφής θα δούμε πολύ συχνά να εκτελεί εκπαιδευτικά προγράμματα υγιούς σίτισης.

Φυσική Παρουσία- Physical Evidence

Εδώ αναφερόμαστε στην υλική και φυσική παρουσία μιας κοινωνικής επιχείρησης. Δηλαδή αναφερόμαστε στο χώρο που είναι εγκατεστημένη και στα γραφεία της. Αναφερόμαστε στη διαδικτυακή της εικόνα, στις επιχειρηματικές κάρτες της, στον ιστότοπό της. Είναι πολύ βασικό οι συνεταιρισμοί να δίνουν έμφαση στις νέες τεχνολογίες και στη παρουσία στο διαδίκτυο. Είναι ο τρόπος εξάλειψης των μεγεθών μεταξύ των επιχειρήσεων, είναι ο τρόπος διεθνοποίησης μιας κοινωνικής επιχείρησης και διαχείρισης και επέκτασης του δικτύου της πέρα από τα στενά τοπικά γεωγραφικά της όρια.

Όσο αφορά το φυσικό χώρο, οι κοινωνικές επιχειρήσεις δεν έχουν -αρχικά τουλάχιστον- τα κεφάλαια να καλύψουν υψηλά έξοδα ενοικίασης, εξοπλισμών και ενέργειας. Έτσι μπορούν, εναλλακτικά, να αναζητούν φυσικό χώρο σε μεγάλες συνεργαζόμενες επιχειρήσεις ή σε θερμοκοιτίδες και συνεργατικούς χώρους που χρηματοδοτούνται από εναλλακτικούς πόρους. Στην Ελλάδα υπάρχουν δυο δομές εξειδικευμένες στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, το The Nest (είναι το Ελληνικό Κέντρο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας που είναι μια κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση μεταξύ κοινωνικών επιχειρηματιών, ακαδημαϊκών, ειδημόνων, εργαζομένων και άλλων) και το Impact Hub Athens (είναι μέλος του παγκόσμιου δικτύου Impact Hubs το οποίο είναι μια μορφή κοινωνικού franchise), αλλά μπορούν να βρουν φιλοξενία και στις υπόλοιπες δομές συμβατικής επιχειρηματικότητας, που είναι είτε θερμοκοιτίδες είτε συνεργατικοί χώροι, όπως Aephoria, ACEinn του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, EGG της Eurobank, Orange Grove της Ολλανδικής Πρεσβείας, Blue Growth της Aephoria, Social Growth (συνεργατικό πρόγραμμα της Aephoria με την The Nest), Foundation, The Cube κ.ά.

Τοποθέτηση- Positioning

Το θέμα της τοποθέτησης είναι στρατηγικής σημασίας για την κοινωνική επιχείρηση και έχει να κάνει με το πώς τοποθετείται στο μυαλό του κοινού της. Όταν κάποιος σκέπτεται την επωνυμία της, τι του έρχεται στο μυαλό; Αυτό, λοιπόν, είναι κάτι που πρέπει η κοινωνική επιχείρηση να το σχεδιάσει και να το στοχεύσει.



5.3 Αξιοποίηση Επιχειρησιακών Προγραμμάτων & Άλλων Κοινοτικών Πόρων

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει αναπτύξει στο πλαίσιο της **Πολιτικής Συνοχής**³⁵ μια σειρά από σύνθετα χρηματοδοτικά εργαλεία υποστήριξης των δράσεων κοινωνικής επιχειρηματικότητας, που προωθούνται μέσω των **Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών και Επενδυτικών Ταμείων** (ΕΔΕΤ)³⁶. Οι σχετικές παρεμβάσεις εντάχθηκαν:

- στα Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης της περιόδου 1994-1999 (διαχειριζόμενα από κοινού από την Επιτροπή και τα Κράτη Μέλη μέσω Τομεακών ή Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων)
- στα Στρατηγικά Πλαίσια Αναφοράς της περιόδου 2000-2013 (διαχειριζόμενα από κοινού από την Επιτροπή και τα Κράτη Μέλη μέσω Τομεακών ή Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων)³⁷
- Στα Σύμφωνα Εταιρικής Σχέσης της περιόδου 2014-2020 (διαχειριζόμενα από κοινού από την Επιτροπή και τα Κράτη Μέλη)³⁸
- στις δράσεις υποστήριξης ενός συγκεκριμένου θέματος ή τομέα πολιτικής (όπως οι Κοινοτικές Πρωτοβουλίες EQUAL και URBACT)³⁹ στα Ανταγωνιστικά Προγράμματα (διαχειριζόμενα από την Επιτροπή).

³⁵Το άρθρο 174 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ) προβλέπει ότι, προς ενίσχυση της οικονομικής, κοινωνικής και εδαφικής συνοχής της, η Ένωση πρέπει να αποσκοπεί στη μείωση των διαφορών μεταξύ των επιπέδων ανάπτυξης των διαφόρων περιοχών και στη μείωση της καθυστέρησης των πλέον μειονεκτικών περιοχών ή νήσων, και ότι ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δίδεται στις αγροτικές περιοχές, στις περιοχές στις οποίες συντελείται βιομηχανική μετάβαση και στις περιοχές που πλήττονται από σοβαρά και μόνιμα φυσικά ή δημογραφικά προβλήματα, ενώ το άρθρο 175 ΣΛΕΕ ορίζει ότι η Ένωση στηρίζει την υλοποίηση αυτών των στόχων με τη δράση που αναλαμβάνει μέσω του Ευρωπαϊκού Γεωργικού Ταμείου Προσανατολισμού και Εγγυήσεων, του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου, του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης, της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων και άλλων μέσων.

³⁶Το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο εντάσσει στην κατηγορία αυτή το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ), το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ), το Ταμείο Συνοχής, το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ) και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας.

³⁷Το άρθρο 2 του Κανονισμού 1083/2006 της 11 Ιουλίου 2006 «Περί καθορισμού γενικών διατάξεων για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και το Ταμείο Συνοχής και την κατάργηση του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1260/1999» ορίζει ως Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «το έγγραφο που υποβάλλεται από το κράτος μέλος και εγκρίνεται από την Επιτροπή και το οποίο καθορίζει μια αναπτυξιακή στρατηγική με τη χρήση ενός συνεκτικού συνόλου προτεραιοτήτων, που θα επιτευχθεί με τη συνδρομή ενός Ταμείου ή, στην περίπτωση του στόχου «Σύγκλιση», με τη συνδρομή του Ταμείου Συνοχής και του ΕΤΠΑ», ενώ το άρθρο 34 παρ. 2 εισάγει την ρήτρα της συμπληρωματικότητας μεταξύ των πηγών χρηματοδότησης, προβλέποντας ότι «Με την επιφύλαξη των παρεκκλίσεων που προβλέπονται στους ειδικούς κανονισμούς των Ταμείων, το ΕΤΠΑ και το ΕΚΤ μπορούν να χρηματοδοτούν, κατά συμπληρωματικό τρόπο και εντός ορίου 10% της κοινοτικής χρηματοδότησης του κάθε άξονα προτεραιότητας ενός επιχειρησιακού προγράμματος, δράσεις που εμπίπτουν στο πεδίο συνδρομής του άλλου Ταμείου, εφόσον απαιτούνται για την ικανοποιητική υλοποίηση της πράξης και συνδέονται άμεσα με αυτήν». ³⁸Το άρθρο 2 του Κανονισμού 1303/2013 της 17ης Δεκεμβρίου 2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου «Περί καθορισμού κοινών διατάξεων για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, το Ταμείο Συνοχής, το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας, τα οποία καλύπτονται από το κοινό στρατηγικό πλαίσιο, περί καθορισμού γενικών διατάξεων για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και το Ταμείο Συνοχής και για την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1083/2006» ορίζει ως Σύμφωνο Εταιρικής Σχέσης «ένα έγγραφο που συντάσσει κράτος μέλος με τη συμμετοχή εταιρών, βάσει της προσέγγισης της πολυεπίπεδης διακυβέρνησης, το οποίο ορίζει τη στρατηγική του εν λόγω κράτους μέλους, τις προτεραιότητες και τις ρυθμίσεις για τη χρήση των πόρων των ΕΔΕΤ με αποτελεσματικό και επαρκή τρόπο προκειμένου για την επίτευξη της στρατηγικής της Ένωσης σχετικά με την έξυπνη, διατηρήσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη, και το οποίο εγκρίνεται από την Επιτροπή μετά από αξιολόγηση και διάλογο με το οικείο κράτος μέλος».

³⁹Βλ. European Commission, Communication establishing the guidelines for the Community Initiative EQUAL concerning transnational co-operation to promote new means of combating all forms of discrimination and inequalities in connection with the labour market, C (2000) 853/14.4.2000 και European Commission, ESF support to transnational cooperation 2007-2013, 2008.



Υποδείγματα παρέμβασης των ΕΔΕΤ την περίοδο 2014-2020

A. Η ενίσχυση των κοινωνικών επιχειρήσεων μέσω του ΕΤΠΑ

(α) Ο Κανονισμός για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ)⁴⁰ υιοθετεί στο Προοίμιο του τον στόχο καταπολέμησης της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού⁴¹, ενώ περιλαμβάνει ρητώς την προώθηση της κοινωνικής ένταξης ανάμεσα στις έντεκα επενδυτικές του προτεραιότητες. Σύμφωνα με το άρθρο 5, το ΕΤΠΑ θα υποστηρίξει τις εθνικές πολιτικές προώθησης της κοινωνικής ένταξης και καταπολέμησης της φτώχειας και οποιωνδήποτε διακρίσεων, μέσω:

- α) επενδύσεων στις υποδομές υγείας και στις κοινωνικές υποδομές που συμβάλλουν στην εθνική, περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη, μείωσης των ανισοτήτων όσον αφορά την κατάσταση στον τομέα της υγείας, και προώθησης της κοινωνικής ένταξης με τη βελτίωση της πρόσβασης σε υπηρεσίες κοινωνικού, πολιτιστικού και ψυχαγωγικού χαρακτήρα και με τη μετάβαση από θεσμικές υπηρεσίες σε υπηρεσίες σε επίπεδο κοινότητας
- β) παροχής στήριξης για φυσική, οικονομική και κοινωνική αναζωογόνηση υποβαθμισμένων κοινοτήτων εντός αστικών και αγροτικών περιοχών
- γ) παροχής στήριξης για κοινωνικές επιχειρήσεις
- δ) επενδύσεων που θα πραγματοποιηθούν στο πλαίσιο στρατηγικών τοπικής ανάπτυξης με πρωτοβουλία των τοπικών κοινοτήτων.

B. Η ενίσχυση των κοινωνικών επιχειρήσεων μέσω του ΕΚΤ

Ο Κανονισμός για το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο⁴² προβλέπει ότι το ΕΚΤ θα αποτελέσει το βασικό πυλώνα χρηματοδοτικής στήριξης (με δεσμεύσεις τουλάχιστον 80 δις. ευρώ) των εθνικών πολιτικών εκπαίδευσης, απασχόλησης και ένταξης⁴³ σε συνέργεια με το νέο Πρόγραμμα για την Απασχόληση και Κοινωνική Καινοτομία, συνθέτοντας την Ευρωπαϊκή Πρωτοβουλία για την Απασχόληση και την Κοινωνική Ένταξη. Σύμφωνα με το άρθρο 3, το ΕΚΤ θα υποστηρίξει τον γενικό στόχο προώθησης της κοινωνικής ένταξης και καταπολέμησης της φτώχειας και οποιωνδήποτε διακρίσεων, μέσω των ακόλουθων επενδυτικών προτεραιοτήτων:

⁴⁰Βλ. Κανονισμός 1301/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 17ης Δεκεμβρίου 2013 σχετικά με το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και για τη θέσπιση ειδικών διατάξεων σχετικά με τον στόχο «Επενδύσεις στην ανάπτυξη και την απασχόληση» και για την κατάργηση του Κανονισμού 1080/2006, ΕΕ L347/20.12.2013.

⁴¹Το Σημείο (15) του Προοιμίου επισημαίνει χαρακτηριστικά ότι «Προκειμένου να προωθηθεί η κοινωνική ένταξη και να καταπολεμηθεί η φτώχεια, ιδίως μεταξύ των περιθωριοποιημένων κοινοτήτων, είναι ανάγκη να βελτιωθεί η πρόσβαση σε κοινωνικές και πολιτιστικές υπηρεσίες και υπηρεσίες αναψυχής, μέσω της παροχής υποδομών μικρής κλίμακας, λαμβάνοντας υπόψη τις ειδικές ανάγκες των ατόμων με αναπηρία και των ηλικιωμένων».

⁴² Βλ. Κανονισμός 1304/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 17 Δεκεμβρίου 2013 για το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και την κατάργηση της Οδηγίας 1081/2006, ΕΕ L347/20.12.2013.

⁴³ Ο Κανονισμός επικεντρώνει τη στόχευση του ΕΚΤ σε τέσσερις θεματικούς στόχους: Προώθηση της απασχόλησης και στήριξη της κινητικότητας των εργαζομένων, Προώθηση της κοινωνικής ένταξης και καταπολέμηση της φτώχειας, Επενδύσεις στην εκπαίδευση, στις δεξιότητες και στη δια βίου μάθηση, Ενίσχυση της θεσμικής επάρκειας και της αποτελεσματικής δημόσιας διοίκησης.



- την ενεργό ένταξη, με σκοπό, μεταξύ άλλων, την προώθηση της ισότητας των ευκαιριών, και της ενεργού συμμετοχής και της βελτίωσης της απασχολησιμότητας
- την κοινωνικοοικονομική ενσωμάτωση περιθωριοποιημένων κοινοτήτων, όπως οι Ρομά
- την καταπολέμηση κάθε μορφής διακρίσεων και την προώθηση της ισότητας των ευκαιριών
- τη βελτίωση της πρόσβασης σε οικονομικά προσιτές, βιώσιμες και υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων της υγειονομικής περίθαλψης και των κοινωνικών υπηρεσιών γενικού συμφέροντος
- την προαγωγή της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και της επαγγελματικής ένταξης σε κοινωνικές επιχειρήσεις καθώς και την προώθηση της κοινωνικής οικονομίας και της οικονομίας της αλληλεγγύης προκειμένου να διευκολυνθεί η πρόσβαση στην απασχόληση
- τις στρατηγικές τοπικής ανάπτυξης με πρωτοβουλία τοπικών κοινοτήτων.

Συνοπτικά, όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενες ενότητες οι Κοινωνικές Επιχειρήσεις προβλέπεται να έχουν πρόσβαση στο υπό σύσταση Ταμείο Κοινωνικής Οικονομίας, το Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης, στις ενισχύσεις του Αναπτυξιακού Νόμου, σε προγράμματα στήριξης της επιχειρηματικότητας, καθώς σε προγράμματα του Οργανισμού Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (Ο.Α.Ε.Δ.) για τη στήριξη της εργασίας.

Σημειώνεται, ότι κατά την τρέχουσα Προγραμματική περίοδο 2014-2020 για την ανάπτυξη της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας και των φορέων της έχουν προβλεφθεί δράσεις σε Τομεακά και Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα με προϋπολογισμό που ξεπερνά τα 150.000 εκατομμύρια ευρώ.



Η ενίσχυση των κοινωνικών επιχειρήσεων μέσω των Ευρωπαϊκών Ταμείων Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας

Τα Ευρωπαϊκά Ταμεία Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας (ΕΤΚΕ) αποτελούν ένα νέο θεσμό διαχείρισης συλλογικών επενδύσεων που προτάθηκε στα μέσα του 2011 από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή⁴⁴ ως μηχανισμός προώθησης της Πρωτοβουλίας για την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και διέπεται από τις διατάξεις του Κανονισμού 346/2013⁴⁵. Κύριος στόχος του Κανονισμού είναι η υποστήριξη της αγοράς των κοινωνικών επιχειρήσεων, βελτιώνοντας την αποτελεσματικότητα της συγκέντρωσης κεφαλαίων από επενδυτικά ταμεία που επιθυμούν να διαθέσουν πόρους στις επιχειρήσεις αυτές⁴⁶.

Τα ΕΤΚΕ είναι οργανισμοί συλλογικών επενδύσεων που επενδύουν ελάχιστο ποσοστό 70% του συνόλου των εισφορών κεφαλαίου τους και του δεσμευμένου κεφαλαίου που δεν έχουν κληθεί να καταβάλουν τα μέλη τους σε περιουσιακά στοιχεία που συνιστούν ειδικές επενδύσεις. Οι διαχειριστές ΕΤΚΕ διασφαλίζουν ότι, κατά την απόκτηση περιουσιακών στοιχείων εκτός των ειδικών επενδύσεων, ποσοστό έως το 30% του συνόλου των εισφορών κεφαλαίου του ΕΤΚΕ και του δεσμευμένου κεφαλαίου που δεν έχουν κληθεί να καταβάλουν τα μέλη του χρησιμοποιείται για την απόκτηση περιουσιακών στοιχείων εκτός των ειδικών επενδύσεων (για τον υπολογισμό αυτού του ορίου δεν λαμβάνονται υπόψη βραχυπρόθεσμες συμμετοχές σε διαθέσιμα και ισοδύναμα διαθέσιμων).

Οι διαχειριστές ΕΤΚΕ δεν δανείζονται, δεν εκδίδουν χρεωστικά ομόλογα, δεν παρέχουν εγγυήσεις στο επίπεδο του ΕΤΚΕ, δεν χρησιμοποιούν, στο επίπεδο του ΕΤΚΕ, οποιαδήποτε μέθοδο βάσει της οποίας θα αυξηθεί η έκθεση του ταμείου, είτε μέσω δανεισμού διαθέσιμων ή χρεογράφων είτε μέσω της συμμετοχής σε παράγωγες θέσεις ή με άλλα μέσα.

Οι διαχειριστές ΕΤΚΕ προωθούν εμπορικά μερίδια και μετοχές των ΕΤΚΕ που διαχειρίζονται, αποκλειστικά σε επενδυτές που θεωρούνται επαγγελματίες πελάτες σύμφωνα με το μέρος Ι του Παραρτήματος ΙΙ της Οδηγίας 2004/39/ΕΚ ή που μπορεί, εάν ζητηθεί, να αντιμετωπισθούν ως επαγγελματίες πελάτες σύμφωνα με το μέρος ΙΙ του Παραρτήματος ΙΙ της Οδηγίας 2004/39/ΕΚ, ή σε άλλους

⁴⁴βλ. σχετικά πρόταση Κανονισμού COM(2011) 862, 2011/0418/7.12.2011, http://ec.europa.eu/internal_market/investment/social_investment_funds_en.htm, η οποία εκδόθηκε μετά από δημόσια διαβούλευση που διεξήχθη με πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής από τον Ιούλιο μέχρι το Σεπτέμβριο 2011.

⁴⁵βλ. Κανονισμός 346/2013 της 17ης Απριλίου 2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου «Σχετικά με τα Ευρωπαϊκά Ταμεία Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας», ΕΕ L 115/ 25.4.2013.

⁴⁶Η στοχοθεσία του Κανονισμού αναδεικνύει την υπαγωγή των ΕΤΚΕ στον σκληρό πυρήνα του “Επενδυτικού Κράτους” (Social Investment State), αντανακλώντας τις κοινωνικές διαστάσεις των ιδιωτικών επενδύσεων σε περιόδους ύφεσης.



επενδυτές, στην περίπτωση που: α) οι εν λόγω άλλοι επενδυτές δεσμεύονται να επενδύσουν ελάχιστο ποσό 100.000 ευρώ, β) οι εν λόγω άλλοι επενδυτές δηλώνουν εγγράφως, σε ξεχωριστό έγγραφο από τη σύμβαση που θα συναφθεί για τη δέσμευση επένδυσης, ότι έχουν λάβει γνώση των κινδύνων που συνδέονται με τη σχεδιαζόμενη δέσμευση, γ) ο διαχειριστής ΕΤΚΕ πραγματοποιεί εκτίμηση της τεχνογνωσίας, της πείρας και των γνώσεων του επενδυτή, χωρίς να προϋποτίθεται ότι ο επενδυτής έχει γνώσεις της αγοράς και πείρα στα ζητήματα που αναφέρονται στο μέρος Ι του Παραρτήματος ΙΙ της Οδηγίας 2004/39/ΕΚ, δ) ο διαχειριστής ΕΤΚΕ έχει λάβει εύλογη διασφάλιση, βάσει της φύσης της δέσμευσης που σχεδιάζεται, ότι ο επενδυτής μπορεί να λαμβάνει τις δικές του επενδυτικές αποφάσεις και να κατανοεί τους ενεχόμενους κινδύνους και ότι μια τέτοιο είδους δέσμευση είναι κατάλληλη για τον εν λόγω επενδυτή, ε) ο διαχειριστής ΕΤΚΕ επιβεβαιώνει εγγράφως ότι έχει πραγματοποιήσει την εκτίμηση που αναφέρεται στο στοιχείο γ) και ότι έχει καταλήξει στο συμπέρασμα που αναφέρεται στο στοιχείο δ).

Δ. Η ενίσχυση των κοινωνικών επιχειρήσεων μέσω του Προγράμματος

«Για την Απασχόληση και την Κοινωνική Καινοτομία»

Το Πρόγραμμα «Για την Απασχόληση και την Κοινωνική Καινοτομία» (**Programme for Employment and Social Innovation**) αποτελεί βασικό χρηματοδοτικό εργαλείο των κοινωνικών στόχων της Στρατηγικής «Ευρώπη 2020», που θα διαρκέσει από την 1η Ιανουαρίου 2014 έως τις 31 Δεκεμβρίου 2020, αντικαθιστώντας τις συναφείς δράσεις της περιόδου 2007- 2013: α) το Πρόγραμμα Progress⁴⁷, β) το Πρόγραμμα EURES⁴⁸ και γ) τον Ευρωπαϊκό Μηχανισμό Μικροχρηματοδοτήσεων Progress για την Απασχόληση και την Κοινωνική Ένταξη⁴⁹. Προτάθηκε τον Οκτώβριο του 2011 από την

⁴⁷Το Πρόγραμμα θεσπίσθηκε το 2006 και στηρίζει την ανάπτυξη, την εφαρμογή, την παρακολούθηση και την αξιολόγηση της πολιτικής για την απασχόληση, της κοινωνικής πολιτικής και της νομοθεσίας για τις συνθήκες εργασίας της Ένωσης, προάγοντας την τεκμηριωμένη χάραξη πολιτικής και την καινοτομία, σε συνεργασία με τους κοινωνικούς εταίρους, τις οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Βλ. σχετικά Decision No 1672/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 24 October 2006 establishing a Community Programme for Employment and Social Solidarity
- Progress, JO L 315/15.11.2006.

⁴⁸Το Πρόγραμμα υποστηρίζει τις δραστηριότητες που αναλαμβάνονται στο πλαίσιο του δικτύου EURES, δηλαδή τις ειδικευμένες υπηρεσίες που έχουν ορισθεί από τα Κράτη Μέλη του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ) και την Ελβετική Συνομοσπονδία, από κοινού με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, για την ανάπτυξη της ανταλλαγής και της διάδοσης πληροφοριών, καθώς και άλλων μορφών συνεργασίας για την προώθηση της γεωγραφικής κινητικότητας των εργαζομένων.

⁴⁹Το Πρόγραμμα θεσπίσθηκε το 2010 με την Απόφαση 283/2010/ΕΕ και διευκολύνει την πρόσβαση των επιχειρηματιών στη χρηματοδότηση, ιδίως εκείνων που είναι οι πλέον απομακρυσμένοι από την αγορά εργασίας, και των επιχειρήσεων κοινωνικής οικονομίας.



Ευρωπαϊκή Επιτροπή με τον τίτλο Πρόγραμμα «Για την Κοινωνική Αλλαγή και την Καινοτομία»⁵⁰ (προϋπολογισμού 958,19 εκατ. ευρώ), εγκρίθηκε στις 28.6.2013 από το Συμβούλιο και το Κοινοβούλιο (τροποποίησαν τον τίτλο του σε Πρόγραμμα

«Για την Απασχόληση και την Κοινωνική Καινοτομία», μειώνοντας τον προϋπολογισμό του κατά 40 εκατ. Ευρώ⁵¹) και διέπεται από τις διατάξεις του Κανονισμού 1296/2013⁵².

Το Πρόγραμμα επικεντρώνεται στους τομείς προτεραιότητας της προαγωγής ενός υψηλού επιπέδου ποιότητας και βιώσιμης απασχόλησης, της διασφάλισης επαρκούς και αξιοπρεπούς κοινωνικής προστασίας, της καταπολέμησης του κοινωνικού αποκλεισμού και της φτώχειας, και της βελτίωσης των συνθηκών εργασίας, επιδιώκοντας τους ακόλουθους γενικούς στόχους:

α) ενίσχυση της οικειοποίησης μεταξύ των φορέων χάραξης πολιτικής σε όλα τα επίπεδα και ανάληψη συγκεκριμένων, συντονισμένων και καινοτόμων δράσεων τόσο σε επίπεδο Ένωσης όσο και σε επίπεδο κρατών μελών, σε στενή συνεργασία με τους κοινωνικούς εταίρους, οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών και δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς

β) υποστήριξη της ανάπτυξης κατάλληλων, προσιτών και αποτελεσματικών συστημάτων κοινωνικής προστασίας και αγορών εργασίας και διευκόλυνση της πολιτικής μεταρρύθμισης, ιδίως με την προαγωγή της αξιοπρεπούς εργασίας και των αξιοπρεπών συνθηκών εργασίας, μιας νοοτροπίας πρόληψης όσον αφορά την υγεία και την ασφάλεια στην εργασία, μιας καλύτερης ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και ιδιωτικής ζωής, της χρηστής διακυβέρνησης για κοινωνικούς στόχους, συμπεριλαμβανομένης της σύγκλισης, καθώς και της αμοιβαίας μάθησης και της κοινωνικής καινοτομίας⁵³

⁵⁰βλ. σχετικά European Commission, Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a European Union Programme for Social Change and Innovation, COM/2011/0609 final - 2011/0270 (COD) <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52011PC0609:EN:NOT/>.

⁵¹βλ. <http://portal.empl.cec/Units/01/Pages/PROGRESS.aspx>.

⁵²βλ. Κανονισμός 1296/2013 της 11ης Δεκεμβρίου 2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου «Για τη θέσπιση προγράμματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την απασχόληση και την κοινωνική καινοτομία («EaSI») και την τροποποίηση της απόφασης αριθ. 283/2010/ΕΕ για τη δημιουργία Ευρωπαϊκού Μηχανισμού Μικροχρηματοδοτήσεων Progress για την απασχόληση και την κοινωνική ένταξη», ΕΕ L347/20.12.2013.

⁵³Η παρ. 5 του άρθρου 2 του Κανονισμού 1296/2013 προσδιορίζει ως «κοινωνικές καινοτομίες» τις καινοτομίες που είναι κοινωνικές τόσο ως προς τον σκοπό τους όσο και ως προς τα μέσα που χρησιμοποιούν και ιδίως όσες αφορούν συγκεκριμένα την ανάπτυξη και εφαρμογή νέων ιδεών (όσον αφορά προϊόντα, υπηρεσίες και πρότυπα), οι οποίες ικανοποιούν κοινωνικές ανάγκες και δημιουργούν νέες κοινωνικές σχέσεις ή συνεργασίες,



γ) διασφάλιση ότι η νομοθεσία της Ένωσης στους τομείς προτεραιότητας εφαρμόζεται αποτελεσματικά και, όταν κρίνεται αναγκαίο, συμβολή στον εκσυγχρονισμό της νομοθεσίας της Ένωσης, σύμφωνα με τις αρχές της αξιοπρεπούς εργασίας και λαμβάνοντας υπόψη της αρχές της «έξυπνης νομοθεσίας»

δ) προώθηση της οικειοθελούς γεωγραφικής κινητικότητας των εργαζομένων σε μια σωστή βάση και αύξηση των ευκαιριών απασχόλησης με την ανάπτυξη υψηλής ποιότητας και άνευ αποκλεισμών αγορών εργασίας της Ένωσης, ανοικτών για όλους και προσιτών από όλους, με τον σεβασμό και την εξασφάλιση της ελεύθερης κυκλοφορίας και των δικαιωμάτων των εργαζομένων σε ολόκληρη την Ένωση

ε) προώθηση της απασχόλησης και της κοινωνικής ένταξης με την αύξηση της διαθεσιμότητας μικροχρηματοδότησης⁵⁴ και της προσβασιμότητας για ευάλωτα άτομα που επιθυμούν να ξεκινήσουν μια πολύ μικρή επιχείρηση καθώς και για υφιστάμενες πολύ μικρές επιχειρήσεις και με την αύξηση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση για επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας⁵⁵.

Ωφελούμενοι του Προγράμματος είναι:

α) Οι Ευρωπαίοι πολίτες, οι οποίοι θα κατοχυρώσουν:

- ισότιμη προστασία στο χώρο εργασίας, ιδίως όσον αφορά τους λιγότερο προστατευμένους τομείς και τις πιο ευάλωτες κατηγορίες εργαζομένων (νέοι, εργαζόμενοι με συμβάσεις ορισμένου χρόνου, εργαζόμενοι με χαμηλό επίπεδο ειδίκευσης, μετανάστες, κ.λπ.)
- περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης στο εξωτερικό
- ευκολότερη πρόσβαση σε μικροπιστώσεις.

⁵⁴Η παρ. 4 του άρθρου 2 του Κανονισμού 1296/2013 ορίζει ότι η μικροχρηματοδότηση περιλαμβάνει εγγυήσεις, μικροπιστώσεις, ίδια κεφάλαια και οιονεί ίδια κεφάλαια των οποίων η παροχή επεκτείνεται σε άτομα και σε πολύ μικρές επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν δυσκολίες όσον αφορά την πρόσβαση στις πιστώσεις, ενώ η παρ. 2 του άρθρου 2 προσδιορίζει ως μικροπιστώσεις τα δάνεια ύψους μέχρι 25.000 €.

⁵⁵Η παρ. 4 του άρθρου 2 του Κανονισμού 1296/2013 ορίζει ως «κοινωνική επιχείρηση» μία επιχείρηση, ανεξαρτήτως νομικής μορφής, η οποία:

α) σύμφωνα με το καταστατικό της ή με άλλο νομοθετικό έγγραφο με το οποίο ορίζεται η ίδρυση της επιχείρησης, έχει ως πρωταρχικό της στόχο μάλλον την επίτευξη μετρήσιμου, θετικού κοινωνικού αντικτύπου, παρά τη δημιουργία κέρδους για τους ιδιοκτήτες, τα μέλη και τα ενδιαφερόμενα μέρη της, όπου η επιχείρηση: παρέχει υπηρεσίες ή αγαθά που δημιουργούν κοινωνική ανταπόδοση· και/ή χρησιμοποιεί μέθοδο παραγωγής αγαθών ή υπηρεσιών που ενσωματώνει τον κοινωνικό της στόχο

β) χρησιμοποιεί τα κέρδη της πρωτίτως και κυρίως για την επίτευξη του πρωταρχικού της στόχου και διαθέτει προκαθορισμένες διαδικασίες και κανόνες για κάθε διανομή των κερδών στους μετόχους και τους ιδιοκτήτες, ούτως ώστε να διασφαλισθεί ότι τυχόν διανομή των κερδών δεν υπονομεύει τον πρωταρχικό στόχο γ) αποτελεί αντικείμενο διαχείρισης με επιχειρηματικό, υπεύθυνο και διαφανή τρόπο, ιδίως με τη συμμετοχή των εργαζομένων, των πελατών και/ή των ενδιαφερομένων μερών που επηρεάζονται από τις επιχειρηματικές της δραστηριότητες.



β) Οι μικρές και οι κοινωνικές επιχειρήσεις, οι οποίες θα εξασφαλίσουν:

- εργαλεία στήριξης για την απασχόληση νέων
- ευκολότερη πρόσβαση σε χρηματοδότηση για την ανάπτυξη, εδραίωση και επέκταση των δραστηριοτήτων τους.

γ) Οι εθνικές, περιφερειακές και τοπικές αρχές στην ΕΕ, που θα λαμβάνουν συστηματικά:

- οδηγίες και κατάρτιση για την αποτελεσματική εφαρμογή της νομοθεσίας της ΕΕ
- στήριξη για την αποτελεσματική αναμόρφωση της κοινωνικής πολιτικής και της πολιτικής για την απασχόληση
- αξιόπιστα στοιχεία και στατιστικές σε επίπεδο ΕΕ
- ενημέρωση για βέλτιστες πρακτικές και χρηματοδοτική στήριξη για τη δοκιμή και ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων που στοχεύουν στην αναμόρφωση της αγοράς εργασίας και των συστημάτων κοινωνικής πρόνοιας.

Οι πιστώσεις για την εφαρμογή του Προγράμματος ανέρχονται σε 919.469.000 ευρώ και κατανέμονται ενδεικτικά στους ακόλουθους Άξονες: α) ένα ποσοστό 61% στον Άξονα Progress⁵⁶, του οποίου τουλάχιστον 15% πρέπει να διατίθεται για την προαγωγή του κοινωνικού πειραματισμού⁵⁷ ως μεθόδου για τη δοκιμή και την αξιολόγηση καινοτόμων λύσεων με σκοπό την εφαρμογή τους σε ευρύτερη κλίμακα (Budget for social innovation and social policy experimentation), β) ένα ποσοστό 18% στον Άξονα EURES, γ) ένα ποσοστό 21% στον Άξονα Μικροχρηματοδότησης και Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας (Microfinance Facility and Social Entrepreneurship)⁵⁸.

⁵⁶ Η εσωτερική κατανομή του Άξονα Progress εξειδικεύεται ως εξής: Απασχόληση, ιδίως για την καταπολέμηση της ανεργίας των νέων: 20% Κοινωνική προστασία, κοινωνική ένταξη και μείωση και πρόληψη της φτώχειας:

50%

Συνθήκες εργασίας: 10%

Προαγωγή του κοινωνικού πειραματισμού: 15% - 20%.

⁵⁷ Η παρ. 6 του άρθρου 2 του Κανονισμού 1296/2013 προσδιορίζει ως «πειραματική κοινωνική πολιτική» τις παρεμβάσεις πολιτικής που παρέχουν καινοτόμες απαντήσεις σε κοινωνικές ανάγκες, οι οποίες εφαρμόζονται σε μικρή κλίμακα και σε συνθήκες που διασφαλίζουν τη δυνατότητα μέτρησης του αντικτύπου τους, προκειμένου να επαναληφθούν σε ευρύτερη κλίμακα εάν τα αποτελέσματα αποδειχθούν πειστικά.

⁵⁸ 77,75 εκατ. ευρώ δεσμεύθηκαν για τις δράσεις Μικροχρηματοδότησης, 8 εκατ. ευρώ για την υποστήριξη του θεσμού της κοινωνικής οικονομίας και 85 εκατ. ευρώ για τη χρηματοδότηση κοινωνικών επιχειρήσεων.



Οι τύποι δράσεων που μπορούν να χρηματοδοτηθούν είναι:

α. Δραστηριότητες ανάλυσης

- Συλλογή δεδομένων και στατιστικών, καθώς και ανάπτυξη κοινών μεθοδολογιών, ταξινομήσεων, δεικτών και σημείων αναφοράς
- Έρευνες, μελέτες, αναλύσεις και εκθέσεις, ιδίως με την χρηματοδότηση δικτύων εμπειρογνομόνων
- Εκτιμήσεις και αξιολογήσεις αντικτύπου
- Παρακολούθηση και αξιολόγηση της μεταφοράς στο εθνικό δίκαιο και της εφαρμογής της νομοθεσίας της Ένωσης
- Προετοιμασία και εφαρμογή κοινωνικού πειραματισμού ως μέθοδος για τη δοκιμή και την αξιολόγηση καινοτόμων λύσεων
- Διάδοση των αποτελεσμάτων αυτών των δραστηριοτήτων ανάλυσης.

β. Δραστηριότητες αμοιβαίας μάθησης, ευαισθητοποίησης και διάδοσης

- Ανταλλαγές και διάδοση ορθών πρακτικών, καινοτόμων προσεγγίσεων και εμπειριών, αξιολογήσεις από ομότιμους ειδικούς, συγκριτική αξιολόγηση και αμοιβαία μάθηση σε ευρωπαϊκό επίπεδο
- Πρωτοβουλίες, συνέδρια και σεμινάρια της προεδρίας του Συμβουλίου
- Κατάρτιση νομικών και υπεύθυνων χάραξης πολιτικής, καθώς και συμβούλων EURES
- Σύνταξη και δημοσίευση οδηγών, εκθέσεων και μορφωτικού υλικού
- Δραστηριότητες πληροφόρησης και επικοινωνίας
- Ανάπτυξη και συντήρηση των πληροφοριακών συστημάτων με σκοπό την ανταλλαγή και τη διάδοση πληροφοριών σχετικά με την πολιτική και τη νομοθεσία της Ένωσης, καθώς και πληροφοριών σχετικά με την αγορά εργασίας.

γ. Υποστήριξη των κύριων παραγόντων όσον αφορά:

- Το κόστος λειτουργίας των βασικών δικτύων σε επίπεδο Ένωσης, οι δραστηριότητες των οποίων αφορούν τους στόχους του άξονα Progress
- Ενίσχυση ικανοτήτων των εθνικών διοικήσεων, των εξειδικευμένων οργανισμών που είναι αρμόδιοι για την προαγωγή της γεωγραφικής κινητικότητας και των παρόχων μικροπιστώσεων
- Δικτύωση και συνεργασία μεταξύ ειδικών φορέων, εθνικών, περιφερειακών και τοπικών αρχών, καθώς και υπηρεσιών απασχόλησης σε επίπεδο Ένωσης
- Χρηματοδότηση παρατηρητηρίων σε ευρωπαϊκό επίπεδο



- Ανταλλαγή προσωπικού μεταξύ των εθνικών διοικητικών υπηρεσιών.

δ. Δράσεις για την προαγωγή της κινητικότητας των ατόμων στην Ένωση, ιδίως στοχευμένες ενέργειες κινητικότητας για την πλήρωση κενών θέσεων εργασίας, εφόσον έχουν εντοπιστεί ελλείψεις στην αγορά εργασίας και/ή η ανάγκη παροχής βοήθειας σε συγκεκριμένες ομάδες εργαζομένων, όπως οι νέοι.

Ε. Η ενίσχυση των κοινωνικών επιχειρήσεων μέσω του Προγράμματος

«ΟΡΙΖΩΝ 2020»

Το Πρόγραμμα «Ορίζων 2020»⁶¹ αποτελεί το βασικό εργαλείο για την υλοποίηση της Εμβληματικής Πρωτοβουλίας «Ένωση της Καινοτομίας»⁶¹ στο πλαίσιο της Στρατηγικής ΕΕ 2020, με βάση τα Συμπεράσματα του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της 4ης Φεβρουαρίου 2011 και το σχετικό Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 12ης Μαΐου 2011 σχετικά με την Ένωση της Καινοτομίας. Θα υλοποιηθεί την περίοδο 1.1.2014-31.12.2020 με χρηματοδοτικό πρωτόκολλο ύψους 77 δισ. ευρώ, αντικαθιστώντας τις συναφείς πρωτοβουλίες της περιόδου 2007-2013⁶² με τη σώρευση των πόρων της ΕΕ για έρευνα και καινοτομία⁶³, που

⁶⁰βλ. <http://ec.europa.eu/research/horizon2020/pdf/>.

⁶¹COM(2010) 546.

⁶²βλ. ιδίως Απόφαση αριθ. 1982/2006/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 18ης Δεκεμβρίου 2006, σχετικά με το έβδομο πρόγραμμα-πλαίσιο δραστηριοτήτων έρευνας, τεχνολογικής ανάπτυξης και επίδειξης της Ευρωπαϊκής Κοινότητας (2007-2013), ΕΕ L 412/30.12.2006 και Απόφαση αριθ. 1639/2006/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 24ης Οκτωβρίου 2006, σχετικά με τη θέσπιση προγράμματος-πλαισίου για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία (2007- 2013, ΕΕ L 310/9.11.2006.

⁶³βλ. Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ανακοίνωση σχετικά με το «Ορίζων 2020» – Πρόγραμμα- πλαίσιο έρευνας και καινοτομίας (2014-2020), COM(2011) 808/30.11.2011.



περιλαμβάνει: α) το Πρόγραμμα Πλαίσιο Έρευνας⁶⁴, β) τις σχετικές με την Καινοτομία δραστηριότητες του Προγράμματος Πλαισίου Ανταγωνιστικότητας και Καινοτομίας, γ) το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Καινοτομίας και Τεχνολογίας (ETI)⁶⁵.

Το Πρόγραμμα διέπεται από τις διατάξεις του Κανονισμού 1291/2013⁶⁶ και της Απόφασης 2013/743⁶⁷, εξασφαλίζοντας χρηματοδοτικούς πόρους 77.028,3 εκατομμυρίων ευρώ για τρεις διακριτές, αλληλοεπισυμπεπληρούμενες προτεραιότητες:

α) *Επιστήμη Αριστείας* (προϋπολογισμού 24.441,1 εκ. ευρώ). Εδώ επιχειρείται να ανέλθει το επίπεδο αριστείας στην επιστημονική βάση της Ευρώπης και να διασφαλισθεί σταθερή ροή έρευνας παγκοσμίου επιπέδου, ώστε να βελτιωθεί μακροπρόθεσμα η ανταγωνιστικότητα της Ευρώπης. Θα στηριχθούν οι καλύτερες ιδέες, θα αναπτυχθούν ταλέντα στην Ευρώπη, θα δοθεί στους ερευνητές πρόσβαση σε υποδομή για έρευνα με προτεραιότητα και θα καταστεί η Ευρώπη ελκυστικός τόπος για τους καλύτερους ερευνητές του κόσμου.

Στο πλαίσιο αυτό, θα στηριχθούν τα πλέον προικισμένα και δημιουργικά άτομα και οι ομάδες τους, ώστε να εκτελέσουν έρευνα αιχμής της υψηλότερης δυνατής ποιότητας, οικοδομώντας στην επιτυχία του *Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Έρευνας*, θα χρηματοδοτηθεί η συνεργατική έρευνα, ώστε να ανοιχθούν νέοι και υποσχόμενοι τομείς έρευνας και καινοτομίας μέσω στήριξης *Τεχνολογιών του Μέλλοντος και Αναδυόμενων Πεδίων* (TMA - FET), θα δοθούν στους ερευνητές με εξαιρετική κατάρτιση και σταδιοδρομία αναπτυξιακές ευκαιρίες μέσω των *Δράσεων Marie Skłodowska-Curie («Δράσεις Marie Curie»)* και θα διασφαλισθεί η διαθεσιμότητα στην Ευρώπη παγκόσμιας κλάσης *ερευνητικών υποδομών*, όπου θα έχουν πρόσβαση όλοι οι ερευνητές εντός και εκτός Ευρώπης.

⁶⁴βλ. Πρόταση Κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με το «Ορίζων 2020» – Πρόγραμμα-πλαίσιο έρευνας και καινοτομίας (2014-2020), COM(2011) 809.

⁶⁵βλ. Κανονισμός 294/2008 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαρτίου 2008 «Για την ίδρυση του Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου Καινοτομίας και Τεχνολογίας», ΕΕ L 97/9.4.2008.

⁶⁶βλ. Κανονισμός 1291/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Δεκεμβρίου 2013 «Για τη θέσπιση του προγράμματος-πλασίου «Ορίζων 2020» για την έρευνα και την καινοτομία (2014-2020) και την κατάργηση της απόφασης αριθ. 1982/2006/ΕΚ», ΕΕ L347/20.12.2013.

⁶⁷βλ. Απόφαση 2013/743 του Συμβουλίου της 3ης Δεκεμβρίου 2013 «Για τον καθορισμό του ειδικού προγράμματος υλοποίησης του προγράμματος Ορίζων 2020 – Πρόγραμμα-πλαίσιο για την έρευνα και την καινοτομία (2014 – 2020) και για την κατάργηση των αποφάσεων 2006/971/ΕΚ, 2006/972/ΕΚ, 2006/973/ΕΚ, 2006/974/ΕΚ και 2006/975/ΕΚ», ΕΕ L347/20.12.2013.



β) *Βιομηχανική Υπεροχή* (προϋπολογισμού 17.015,5 εκ. ευρώ). Εδώ επιχειρείται να καταστεί η Ευρώπη ελκυστικότερος τόπος επένδυσης σε έρευνα και καινοτομία, με προώθηση συμπράξεων κράτους και αγοράς⁶⁸. Επιδιώκεται να εξασφαλισθούν μεγάλες επενδύσεις σε νευραλγικής σημασίας βιομηχανικές τεχνολογίες, να μεγιστοποιηθεί το αναπτυξιακό δυναμικό των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων με την παροχή σε αυτές επαρκούς χρηματοδότησης και να ενισχυθούν καινοτόμες ΜΜΕ για να εξελιχθούν σε εταιρίες με παγκόσμια πρωτοπορία.

Στο πλαίσιο αυτό, θα οικοδομηθεί η υπεροχή σε ικανοδοτικές και βιομηχανικές τεχνολογίες, με αποκλειστική στήριξη για ΤΠΕ, νανοτεχνολογίες, προηγμένα υλικά, βιοτεχνολογία, προηγμένη παραγωγή και διεργασίες, και διαστημική, με ταυτόχρονη παροχή στήριξης σε διατέμνουσες δράσεις για να συλλεχθούν τα συσσωρευμένα οφέλη που παρέχει ο συνδυασμός διαφόρων θεμελιώδους σημασίας τεχνολογιών, θα διευκολυνθεί η πρόσβαση στη χρηματοδότηση και θα δοθεί στην Ένωση ευρεία στήριξη για καινοτομία σε ΜΜΕ.

γ) *Κοινωνικές Προκλήσεις* (προϋπολογισμού 29.679 εκ. ευρώ). Η συγκεκριμένη Προτεραιότητα αντανακλά τις κοινωνικές διαστάσεις της Στρατηγικής «Ευρώπη 2020» και προσανατολίζεται στην επίλυση σημαντικών προβλημάτων των πολιτών, προωθώντας εκτός των άλλων τη σύναψη δεσμών (σε εθνικό και διακρατικό επίπεδο μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών φορέων) μέσω των Ευρωπαϊκών Συμπράξεων Καινοτομίας⁶⁹.

Η χρηματοδότηση της Προτεραιότητας γ) θα επικεντρωθεί στις ακόλουθες προκλήσεις:

- *Υγεία, δημογραφική μεταβολή και κοινωνική ευημερία*
- *Επισιτιστική ασφάλεια, βιώσιμη γεωργία, έρευνα για τη θάλασσα και τη ναυτιλία, και βιοοικονομία*
- *Ασφαλής, καθαρή και αποδοτική ενέργεια*
- *Έξυπνες, περιβαλλοντικά φιλικές και ολοκληρωμένες μεταφορές*
- *Δράση για το κλίμα, απόδοση πόρων και πρώτες ύλες*

⁶⁸βλ. σχετικά Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ανακοίνωση «Συμπράξεις δημόσιου-ιδιωτικού τομέα στο πλαίσιο του Προγράμματος «Ορίζοντας 2020»: ένα ισχυρό εργαλείο για την καινοτομία και την ανάπτυξη στην Ευρώπη», COM(2013) 494/10.7.2013.

⁶⁹Οι Ευρωπαϊκές Συμπράξεις Καινοτομίας θα αναλάβουν την αντιμετώπιση εθνικών, νομοθετικών και επιχειρησιακών εμποδίων για την καινοτομία στην Ευρώπη, με σύναψη κατά τον τρόπο αυτό στερεών δεσμών μεταξύ μέτρων προς την πλευρά της προσφοράς και μέτρων προς την πλευρά της ζήτησης.



- Η Ευρώπη σε ένα μεταβαλλόμενο κόσμο - πολυδεκτικές, καινοτόμες και στοχαστικές κοινωνίες
- Ασφαλείς κοινωνίες - Προάσπιση της ελευθερίας και εγγύηση της ασφάλειας της Ευρώπης και των πολιτών της.

ΤΑΜΕΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Σύμφωνα με το νέο Νόμο 4430/2016 συνιστάται Ν.Π.Ι.Δ. με την επωνυμία

«**Ταμείο Κοινωνικής Οικονομίας**». του Υπουργείου Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης και εδρεύει στην Αθήνα. Σκοπός του Ταμείου είναι η χρηματοδότηση προγραμμάτων και δράσεων για την ενίσχυση των Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, όπως αυτοί ορίζονται στο παρόντα νόμο. Οι πόροι του Ταμείου προέρχονται από τον προϋπολογισμό Δημοσίων Επενδύσεων (εθνικό ή/και συγχρηματοδοτούμενο σκέλος), καθώς και από άλλες πηγές χρηματοδότησης. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, Οικονομικών και Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού καθορίζονται οι λεπτομέρειες για την κατάρτιση Οργανισμού και Κανονισμού Λειτουργίας του Ταμείου. Μέχρι την ολοκλήρωση των διαδικασιών ίδρυσης και λειτουργίας του φορέα της παραγράφου 1, δημιουργείται λογαριασμός «Ταμείο Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας» υπό την εποπτεία της Ειδικής Γραμματείας Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, Οικονομικών και Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού καθορίζονται οι λεπτομέρειες διαχείρισης του ως άνω Λογαριασμού, κατ' εφαρμογή των εδαφίων 2 και 3 του παρόντος άρθρου.

Παράλληλα, εκ του νέου Νόμου για την Κ.Α.Ο προβλέπεται ότι «Οι Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας μπορούν να συνάπτουν προγραμματικές συμβάσεις για τη μελέτη και εκτέλεση έργων και προγραμμάτων κοινω-νικής ωφέλειας που αναφέρονται στους καταστατικούς σκοπούς τους με αντισυμβαλλόμενους το Δημόσιο ή φορείς του ευρύτερου δημόσιου τομέα και τους Ο.Τ.Α. α' και β' βαθμού. Στις προγραμματικές συμβάσεις που συνάπτονται από Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας απαραίτητα ορίζονται το αντικείμενο της σύμβασης, ο σκοπός και το περιεχόμενο των μελετών, των έργων, των προγραμμάτων ή των υπηρεσιών, ο προϋπολογισμός τους, τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις των συμβαλλομένων, το χρονοδιάγραμμα εκτέλεσης της



σύμβασης, οι πόροι από τους οποίους θα καλυφθούν οι αναλαμβανόμενες οικονομικές υποχρεώσεις και η διάρκεια της σύμβασης. Επίσης, ορίζεται το όργανο παρακολούθησης της εφαρμογής της και οι αρμοδιότητές του, καθώς και οι ρήτρες σε βάρος του συμβαλλομένου που παραβαίνει τους όρους της προγραμματικής σύμβασης. Οι συμβαλλόμενοι φορείς για την εκτέλεση των προ-γραμματικών συμβάσεων μπορεί να χρηματοδοτούνται από το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων μέσω προ-γραμμάτων συγχρηματοδοτούμενων από την Ευρωπαϊκή Ένωση ή προγραμμάτων που χρηματοδοτούνται αμιγώς από εθνικούς πόρους, τον Τακτικό Προϋπολογισμό ή άλλα εθνικά ή περιφερειακά προγράμματα, καθώς και από τους προϋπολογισμούς των συμβαλλόμενων φορέων. Είναι δυνατή η χρηματοδότηση των συμβαλλομένων και από φορείς του δημόσιου τομέα που δεν μετέχουν στην προγραμματική σύμβαση.»

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ

Ορισμός-περιεχόμενο

Ως «κοινωνικά υπεύθυνες δημόσιες συμβάσεις» ή «δημόσιες συμβάσεις κοινωνικής αναφοράς» νοούνται οι πράξεις σύναψης συμβάσεων που λαμβάνουν υπόψη μία ή περισσότερες από τις ακόλουθες κοινωνικές πτυχές: ευκαιρίες απασχόλησης, αξιοπρεπής εργασία, συμμόρφωση με κοινωνικά και εργασιακά δικαιώματα, κοινωνική ένταξη (περιλαμβανομένων των ατόμων με αναπηρίες), ίσες ευκαιρίες, σχεδιασμός της προσβασιμότητας για όλους, συνεκτίμηση των κριτηρίων, αειφορίας, περιλαμβανομένων θεμάτων ηθικού εμπορίου και ευρύτερη εκούσια συμμόρφωση με την εταιρική κοινωνική ευθύνη (ΕΚΕ), ενώ παράλληλα τηρούνται οι αρχές που εμπεριέχονται στη Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση (Συνθήκη ΕΕ) και στις οδηγίες για τις δημόσιες συμβάσεις. Οι κοινωνικά υπεύθυνες δημόσιες συμβάσεις καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα κοινωνικών πτυχών, οι οποίες μπορούν να λαμβάνονται υπόψη από τις αναθέτουσες αρχές στο κατάλληλο στάδιο της διαδικασίας σύναψης συμβάσεων.

Οφέλη

Οι κοινωνικά υπεύθυνες δημόσιες συμβάσεις μπορούν να συνεισφέρουν στη δημιουργία κοινωνικά ευσυνειδητών αγορών, στην επίδειξη μιας σύγχρονης διακυβέρνησης που ανταποκρίνεται σε κοινωνικές αξίες και ανάγκες, στην εξασφάλιση πιο αποτελεσματικών δημοσίων δαπανών με κοινωνικό αποτύπωμα και εν τέλει στην προώθηση του κοινωνικού μοντέλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Η νομική βάση για τις δημόσιες συμβάσεις Κοινωνικής Αναφοράς στην Ευρωπαϊκή Ένωση παρέχεται από τις οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ, οι οποίες, ενσωματώθηκαν στην ελληνική έννομη πραγματικότητα με τον πρόσφατο Νόμο 4412/2016 «Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών». Οι αναφερθείσες οδηγίες αντικατέστησαν τις προγενέστερες οδηγίες 2004/17/ΕΚ1 και 2004/18/ΕΚ2 (οι «οδηγίες για τις δημόσιες συμβάσεις»), οι οποίες προσέφεραν μέχρι πρότινος το πλαίσιο για τη συνεκτίμηση των κοινωνικών πτυχών.

Σύμφωνα με την επιχειρηματολογία που εκτίθεται στην ανακοίνωση της Επιτροπής με τίτλο «Ευρώπη 2020 — Στρατηγική για έξυπνη, διατηρήσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη» («Στρατηγική Ευρώπη 2020 για έξυπνη, διατηρήσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη»), «οι δημόσιες προμήθειες διαδραματίζουν βασικό ρόλο στη στρατηγική «Ευρώπη 2020», ως ένα από τα αγορακεντρικά εργαλεία που πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη έξυπνης, διατηρήσιμης και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξης, παράλληλα με τη διασφάλιση της πλέον αποδοτικής χρήσης των δημόσιων πόρων. Για τον σκοπό αυτόν, οι ισχύοντες κανόνες για τις δημόσιες προμήθειες που εγκρίθηκαν δυνάμει της οδηγίας 2004/17/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (4) και της οδηγίας 2004/18/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (5), θα πρέπει να αναθεωρηθούν και να εκσυγχρονιστούν, για να αυξηθεί η αποδοτικότητα των δημόσιων δαπανών, με τη διευκόλυνση ιδίως της συμμετοχής μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) στις δημόσιες προμήθειες, καθώς και για να μπορέσουν οι αγοραστές να αξιοποιήσουν καλύτερα τις δημόσιες προμήθειες για την επίτευξη κοινών κοινωνικών στόχων».

Με απώτερο σκοπό τα παραπάνω, οι νέες οδηγίες (2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ) επιφυλάσσουν περιοπτη θέση στο ζήτημα της ενσωμάτωσης κοινωνικών παραμέτρων στις δημόσιες συμβάσεις, όπως και στη συμμετοχή των κοινωνικών επιχειρήσεων στις δημόσιες συμβάσεις, γενικά.

Εθνικό νομικό πλαίσιο

Ακολούθως, παρουσιάζονται τα άρθρα του νέου εθνικού Νόμου (4412/16) για τις Δημόσιες Συμβάσεις, που ενσωμάτωσαν τις κοινοτικές οδηγίες.

Άρθρο 20 Συμβάσεις ανατιθέμενες κατ' αποκλειστικότητα (άρθρο 20 της Οδηγίας 2014/24/ΕΕ)



1. Οι αναθέτουσες αρχές μπορούν να παραχωρούν κατ' αποκλειστικότητα, υπό τους ειδικότερους όρους του παρόντος άρθρου και του προεδρικού διατάγματος της παραγράφου 4, το δικαίωμα συμμετοχής σε διαδικασίες σύναψης δημοσίων συμβάσεων σε:

(α) Προστατευμένα Παραγωγικά Εργαστήρια του άρθρου 17 του ν. 2646/1998 (Α'

236),

(β) Κοινωνικούς Συνεταιρισμούς Περιορισμένης Ευθύνης του άρθρου 12 του ν. 2716/1999 (Α' 96),

(γ) Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Ένταξης της περίπτωσης α' της παρ. 2 του άρθρου 2 του ν. 4019/2011 (Α' 216) και

(δ) κάθε άλλο οικονομικό φορέα που έχει ως κύριο σκοπό, δυνάμει του καταστατικού του, την επαγγελματική και κοινωνική ένταξη ατόμων με αναπηρία ή μειονεκτούντων προσώπων, εφόσον περισσότεροι από 30% των εργαζομένων του φορέα είναι εργαζόμενοι με αναπηρία ή μειονεκτούντες εργαζόμενοι.

2. Οι αναθέτουσες αρχές μπορούν να προβλέπουν την εκτέλεση των δημόσιων συμβάσεων στο πλαίσιο προγραμμάτων προστατευμένης απασχόλησης, εφόσον περισσότεροι από 30% των εργαζομένων στα προγράμματα αυτά είναι εργαζόμενοι με αναπηρία ή μειονεκτούντες εργαζόμενοι.

3. Η επιλογή των αναδόχων μεταξύ των ως άνω κατηγοριών οικονομικών φορέων πραγματοποιείται δυνάμει σχετικής πρόσκλησης που απευθύνεται στο σύνολο αυτών των φορέων. Η προκήρυξη του διαγωνισμού και η πρόσκληση αναφέρει το παρόν άρθρο.

4. Με προεδρικό διάταγμα που εκδίδεται κατόπιν πρότασης των Υπουργών Εσωτερικών και Διοικητικής Ανασυγκρότησης, Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού, Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης και Οικονομικών καθορίζονται:

α) το κατώτατο ποσοστό των συμβάσεων τις οποίες οι αναθέτουσες αρχές αναθέτουν υποχρεωτικά δυνάμει του παρόντος άρθρου και ο τρόπος υπολογισμού του,

β) τα είδη και οι κατηγορίες των συμβάσεων του παρόντος άρθρου,

γ) οι ειδικότεροι όροι ανάθεσης των συμβάσεων του παρόντος άρθρου,

δ) διαφορετικό ελάχιστο ποσοστό εργαζομένων που ανήκουν σε ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού, εφόσον ορίζεται ανώτερο από το 30% και οποιοδήποτε άλλο σχετικό θέμα.

Άρθρο 86 Κριτήρια ανάθεσης των συμβάσεων (άρθρο 67 της Οδηγίας 2014/24/ΕΕ)



«Παράδοση Εκπαιδευτικού Υλικού Σεμιναρίων»

1. Με την επιφύλαξη των εθνικών διατάξεων νόμου ή διοικητικών πράξεων σχετικά με την τιμή ορισμένων αγαθών ή την αμοιβή ορισμένων υπηρεσιών, οι αναθέτουσες αρχές βασίζουν την ανάθεση των δημόσιων συμβάσεων στην πλέον συμφέρουσα από οικονομική άποψη προσφορά.
2. Η πλέον συμφέρουσα από οικονομική άποψη προσφορά κατά την κρίση της αναθέτουσας αρχής προσδιορίζεται βάσει της τιμής ή του κόστους, με χρήση προσέγγισης κόστους-αποτελεσματικότητας, όπως της κοστολόγησης του κύκλου ζωής, σύμφωνα με το άρθρο 87 και μπορεί να περιλαμβάνει τη βέλτιστη σχέση ποιότητας - τιμής, η οποία εκτιμάται βάσει κριτηρίων, συμπεριλαμβανομένων, μεταξύ άλλων, ποιοτικών, περιβαλλοντικών ή/και κοινωνικών πτυχών που συνδέονται με το αντικείμενο της συγκεκριμένης δημόσιας σύμβασης.
3. Τα κοινωνικά χαρακτηριστικά, κατά την προηγούμενη παράγραφο, εξειδικεύονται ιδίως σε:
 - α) απασχόληση εργαζομένων που ανήκουν σε ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού κατά την έννοια της παρ. 4 του άρθρου 1 του ν. 4019/2011 (Α' 216), για χρονικό διάστημα τουλάχιστον δώδεκα (12) μηνών πριν τη συμμετοχή του οικονομικού φορέα σε διαδικασία ανάθεσης δημόσιας σύμβασης,
 - β) διευκόλυνση της κοινωνικής ή/και εργασιακής ένταξης ατόμων που προέρχονται από ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού,
 - γ) καταπολέμηση των διακρίσεων ή/και
 - δ) προαγωγή της ισότητας ανδρών και γυναικών.

Άρθρο 110 Αποκλειστικές συμβάσεις για ορισμένες υπηρεσίες (άρθρο 77 Οδηγίας 2014/24/ΕΕ)

1. Οι αναθέτουσες αρχές μπορεί να παραχωρούν κατ' αποκλειστικότητα το δικαίωμα συμμετοχής σε διαδικασίες σύναψης δημόσιων συμβάσεων στις αναφερόμενες στο άρθρο 107 υγειονομικές, κοινωνικές και πολιτιστικές υπηρεσίες που καλύπτονται από τους κωδικούς CPV 75121000-0, 75122000-7, 75123000-4, 79622000-0, 79624000-4, 79625000-1, 80110000-8, 80300000-7, 80420000-4, 80430000-7, 80511000-9, 80520000-5, 80590000-6, από 85000000-9 έως 85323000-9, 92500000-6, 92600000-7, 98133000-4, 98133110-8 σε Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις που είναι εγγεγραμμένες στο Μητρώο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας της παραγράφου 1 του άρθρου 14 του ν. 4019/2011 (Α' 216) και έχουν ως κύριο σκοπό, δυνάμει του καταστατικού τους, την επαγγελματική και κοινωνική ένταξη ατόμων με αναπηρία ή μειονεκτούντων προσώπων, εφόσον περισσότεροι από τουλάχιστον 30% των εργαζομένων της επιχείρησης είναι εργαζόμενοι με αναπηρία ή μειονεκτούντες εργαζόμενοι.
2. Οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις της παραγράφου 1 πρέπει να πληρούν σωρευτικά τις ακόλουθες προϋποθέσεις:
 - α) να έχουν σκοπό την επιδίωξη αποστολής δημόσιας υπηρεσίας από τις αναφερόμενες στην παράγραφο 1,
 - β) τα κέρδη να επενδύονται εκ νέου ώστε να επιτευχθεί ο στόχος ιδιοκτησίας της Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης της παραγράφου 1. Στην περίπτωση διανομής ή αναδιανομής κερδών, αυτή θα πρέπει να γίνεται υπό όρους συμμετοχικότητας,
 - γ) οι δομές διοίκησης ή ιδιοκτησίας της Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης της παραγράφου 1 που εκτελεί τη σύμβαση να βασίζονται στην ιδιοκτησία των υπαλλήλων ή σε αρχές συμμετοχικότητας ή να απαιτούν την ενεργή συμμετοχή υπαλλήλων, των χρηστών ή των ενδιαφερομένων, και

«Παράδοση Εκπαιδευτικού Υλικού Σεμιναρίων»

δ) να μην έχει ανατεθεί στην Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση της παραγράφου 1 από τη συγκεκριμένη αναθέτουσα αρχή σύμβαση για τις εν λόγω υπηρεσίες, σύμφωνα με το παρόν άρθρο κατά την τελευταία τριετία.

3. Η μέγιστη διάρκεια της σύμβασης δεν υπερβαίνει τα τρία έτη.

4. Η επιλογή των αναδόχων μεταξύ των επιχειρήσεων της παραγράφου 1 πραγματοποιείται δυνάμει σχετικής προκήρυξης διαγωνισμού που απευθύνεται στο σύνολο αυτών και αναφέρει το παρόν άρθρο.

5. Με προεδρικό διάταγμα που εκδίδεται κατόπιν πρότασης των Υπουργών Εσωτερικών και Διοικητικής Ανασυγκρότησης, Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού, Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης και Οικονομικών καθορίζονται:

α) το κατώτατο ποσοστό των κατ' αποκλειστικότητα ανατιθέμενων συμβάσεων και ο τρόπος υπολογισμού του,

β) τα είδη των κατ' αποκλειστικότητα ανατιθέμενων συμβάσεων εκ των αναφερόμενων στην παρ. 1,

γ) οι ειδικότεροι όροι ανάθεσης των συμβάσεων του παρόντος άρθρου, ιδίως σε περιπτώσεις ύπαρξης περισσότερων προσφορών από επιχειρήσεις της παρ. 2,

δ) κάθε άλλο σχετικό θέμα για την εφαρμογή του παρόντος άρθρου.

Συμπερασματικά των παραπάνω, οι Δημόσιες Συμβάσεις Κοινωνικής Αναφοράς, δηλαδή η σύναψη Συμβάσεων, που θα ενσωματώνουν κοινωνικά κριτήρια στην ανάθεση αλλά και στην εκτέλεσή τους εκτός από τη διασφάλιση ποιοτικών χαρακτηριστικών στις παρεχόμενες υπηρεσίες προς την ιδιωτική ή την κοινωνική αγορά, ή αγορά του δημοσίου τομέα αποτελούν ταυτόχρονα μια σημαντική, εν δυνάμει, πηγή εσόδων για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, που θα πρέπει να

αξιοποιηθεί το δίχως άλλο τόσο από τις αναθέτουσες αρχές όσο και από τους δυνητικούς αναδόχους-κοινωνικές επιχειρήσεις.

Άρθρο 130 Όροι εκτέλεσης της σύμβασης (άρθρο 70 της Οδηγίας 2014/24/ΕΕ)

2. Οι αναθέτουσες αρχές μπορούν να επιβάλλουν και άλλους ειδικούς όρους σχετικά με την εκτέλεση της σύμβασης, υπό την προϋπόθεση ότι συνδέονται με το αντικείμενο της σύμβασης, κατά την έννοια της παρ. 8 του άρθρου 86 παραπάνω, και επισημαίνονται στην προκήρυξη διαγωνισμού ή στα έγγραφα της σύμβασης. Οι εν λόγω όροι μπορούν να περιλαμβάνουν οικονομικές, περιβαλλοντικές, κοινωνικές παραμέτρους ή παραμέτρους που αφορούν την καινοτομία και την απασχόληση.

3. Οι κοινωνικές παράμετροι αφορούν κυρίως:

α) την απασχόληση εργαζομένων που ανήκουν σε ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού κατά την έννοια της παρ. 4 του άρθρου 1 του ν. 4019/2011 (Α' 216), β) τη διευκόλυνση της κοινωνικής ή/και εργασιακής ένταξης ατόμων που προέρχονται από ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού,

γ) την καταπολέμηση των διακρίσεων ή/και

δ) την προαγωγή της ισότητας ανδρών και γυναικών.

4. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Εσωτερικών και Διοικητικής Ανασυγκρότησης, Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού, Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης και Οικονομικών καθορίζονται το ελάχιστο ποσοστό απασχόλησης εργαζομένων που ανήκουν σε ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού, καθώς και οποιοδήποτε άλλο σχετικό θέμα για την εφαρμογή της παραγράφου 3.

6. Διαχείριση & Πωλήσεις Προϊόντων από Κοινωνικές Επιχειρήσεις και αξιοποίηση ΤΠΕ

6.1 Κοινωνικό Marketing

Η έννοια του μάρκετινγκ είναι μια συγκεχυμένη ιδέα για πολλές επιχειρήσεις κυρίως μικρού και μεσαίου μεγέθους. Τροχοπέδη στην εφαρμογή διαδικασιών μάρκετινγκ αποτελεί το κόστος της εφαρμογής και της ένταξης του μάρκετινγκ στις καθημερινές λειτουργίες μιας επιχείρησης που κρίνεται από εκείνες απλησίαστο. Αυτό που δε γίνεται άμεσα αντιληπτό είναι ότι το φαινομενικά αυτό υψηλό κόστος του προσεκτικά σχεδιασμένου μίγματος μάρκετινγκ θα ενίσχυε την προοπτική βιωσιμότητας της επιχείρησης.

Αδιαμφισβήτητα, η εφαρμογή των βασικών ιδεών του μάρκετινγκ διευκολύνει τη διοίκηση των επιχειρήσεων αφού πέρα από τις σύγχρονες και αποτελεσματικές τεχνικές επίλυσης προβλημάτων, υιοθετείται και μια συγκεκριμένη φιλοσοφία. Το μάρκετινγκ μας βοηθά να προσαρμοστούμε στη γρήγορη εξέλιξη του περιβάλλοντος μιας επιχείρησης.

Η φιλοσοφία του Marketing

Μία επιχείρηση θα πρέπει να λειτουργεί έχοντας ως σημείο εκκίνησης, αλλά και ως τελικό στόχο κάθε δραστηριότητάς της, τον πελάτη (αγοραστή/τελικό καταναλωτή).

Η έννοια του marketing

Πολλοί ερευνητές και ακαδημαϊκοί έχουν ασχοληθεί με την επιστήμη του μάρκετινγκ. Ένας από τους πρώτους επιστήμονες του χώρου, που έχει χαρακτηριστεί και ως «ο πατέρας του μάρκετινγκ», είναι ο Philip Kotler. Σύμφωνα με την έννοια του μάρκετινγκ, το κλειδί για την επίτευξη των οργανωσιακών στόχων βρίσκεται στον εντοπισμό των αναγκών και των επιθυμιών των στοχούμενων αγορών και στην παροχή της επιθυμητής ικανοποίησης με τρόπο περισσότερο αποδοτικό και αποτελεσματικό από αυτόν του ανταγωνισμού. Το μάρκετινγκ, λοιπόν, μίας επιχείρησης πρέπει να οργανωθεί με βάση τους πραγματικούς ή υποψήφιους καταναλωτές, να εντοπίζει τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους και να προσπαθεί να τις ικανοποιήσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

Ο ορισμός του Κοινωνικού Marketing

Η Αμερικάνικη Ένωση Μάρκετινγκ (1948) όρισε το Μάρκετινγκ ως «... ένα σύνολο επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που κατευθύνουν τη ροή των αγαθών και των υπηρεσιών από τον παραγωγό στον τελικό καταναλωτή ή χρήστη».

Συνδέει, δηλαδή, την παραγωγή με την κατανάλωση. Περιλαμβάνει το σύνολο των ενεργειών που κάνουν οι επιχειρήσεις προκειμένου να αναγνωρίσουν τις ανάγκες των καταναλωτών, να αναπτύξουν τα κατάλληλα προϊόντα και υπηρεσίες, να τα προωθήσουν και, τέλος, να τα διανέμουν, ικανοποιώντας με αυτόν τον τρόπο τις ανάγκες του κοινωνικού συνόλου για αγαθά και τις ανάγκες της εταιρίας για κερδοφορία.

Σύμφωνα με νεότερο ορισμό της Αμερικανικής Ένωσης Marketing (American Marketing Association), «... Το

«Παράδοση Εκπαιδευτικού Υλικού Σεμιναρίων»

Marketing είναι η δραστηριότητα, το σύνολο των οργανισμών και οι διαδικασίες για τη δημιουργία, επικοινωνία, διανομή και ανταλλαγή προϊόντων και υπηρεσιών που έχουν αξία για τους πελάτες, τους συνεργάτες και την κοινωνία» (AMA, 2013).

Η βασική λογική του μάρκετινγκ είναι ότι, για να είναι επιτυχής μια επιχείρηση, θα πρέπει να διαθέτει ικανοποιημένους πελάτες που θα επιστρέφουν σε αυτή για περαιτέρω συναλλαγές. Με άλλα λόγια, η ικανοποίηση του πελάτη αποτελεί τον κεντρικό στόχο του μάρκετινγκ. Οι μάρκετες θα πρέπει διαρκώς να αξιολογούν τις απαιτήσεις και τις ανάγκες των πελατών τους και να τροποποιούν ανάλογα τις δραστηριότητες τους. Η αξιολόγηση των ευκαιριών του μάρκετινγκ είναι μια διαρκώς εξελισσόμενη διαδικασία, η οποία απαιτεί συστηματική αναθεώρηση και ενημέρωση.

Με αυτή τη λογική το μάρκετινγκ αφορά όχι μόνο το σχετικό τμήμα της επιχείρησης, αλλά ολόκληρο τον οργανισμό και τις δραστηριότητές του, από το τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης του προϊόντος (R&D-Research and Design) μέχρι το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών και υποστήριξης μετά την πώληση (after-sales- service). Πρόκειται για μια φιλοσοφία η οποία διέπει και κατευθύνει ολόκληρο τον οργανισμό.

Το κοινωνικό marketing μπορεί να οριστεί ως η συστηματική εφαρμογή του marketing σε συνδυασμό με άλλες έννοιες και τεχνικές για την επίτευξη συγκεκριμένων συμπεριφορικών στόχων ως προς ένα κοινωνικό αγαθό. Σύμφωνα με τον Kotler (2005), «Το κοινωνικό marketing υποστηρίζει πως καθήκον της επιχείρησης αποτελεί ο καθορισμός των αναγκών, επιθυμιών και ενδιαφερόντων της αγοράς-στόχου και η ικανοποίηση αυτών κατά τρόπο περισσότερο αποτελεσματικό και αποδοτικό εν συγκρίσει με τον ανταγωνισμό και με τρόπο τέτοιο, ώστε να διασφαλίζεται και να ενισχύεται η ευημερία των πελατών αλλά και του κοινωνικού συνόλου».

Το κοινωνικό marketing χρησιμοποιείται για την προώθηση αγαθών ιδιαίτερης κοινωνικής σημασίας ή για να πείσει τα μέλη μιας κοινωνίας να αποφύγουν κοινωνικά απαξιωμένα αγαθά προάγοντας έτσι την ευεξία της κοινωνίας ως σύνολο. Αυτό συμβαίνει, για παράδειγμα, όταν ζητάμε από ανθρώπους να μην καπνίζουν σε δημόσιους χώρους ή να βάζουν ζώνες ασφαλείας ή όταν τους παροτρύνουμε να μην υπερβαίνουν τα όρια ταχύτητας.

Παρά το γεγονός πως το κοινωνικό marketing θεωρείται ότι περιορίζεται μόνο στη χρήση τυποποιημένων εμπορικών πρακτικών marketing για την επίτευξη μη εμπορικών στόχων, αυτή η θεώρηση είναι μια υπεραπλούστευση. Ο πρωταρχικός στόχος του κοινωνικού marketing είναι «το κοινωνικό καλό». Το κοινωνικό marketing παραδοσιακά είχε τη μορφή «εκστρατείας marketing» και δε χρησιμοποιούσε τους κοινωνικούς στόχους μιας επιχείρησης στο πλαίσιο της επιχειρηματολογίας πώλησης ή ακόμα και ως μοναδικό σημείο πώλησης. Οι περισσότερες λεπτομερείς μελέτες περιπτώσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο αφορούν εκστρατείες marketing και σχετίζονται περισσότερο με προγράμματα αλλαγής συμπεριφοράς και όχι με γενικές τεχνικές marketing.

Ως εκ τούτου, το κοινωνικό marketing μπορεί να οριστεί ως η χρησιμοποίηση της έρευνας, των αντιλήψεων, των επικοινωνιών και άλλων στρατηγικών marketing με στόχο να παράσχει το κίνητρο στο κοινό να αλλάξει τη συμπεριφορά του εκουσίως.

«Παράδοση Εκπαιδευτικού Υλικού Σεμιναρίων»

Το κοινωνικό marketing θεωρείται ολοένα και συχνότερα ότι έχει δυο γονείς: έναν «κοινωνικό γονέα», που συνδυάζει τις κοινωνικές επιστήμες και την κοινωνική πολιτική, και έναν «γονέα marketing», ο οποίος συνδυάζει εμπορικές και δημόσιες προσεγγίσεις marketing. Αυτή η μεικτή ερμηνευτική προσέγγιση είναι πιο χρήσιμη στο πλαίσιο των κοινωνικών συνεταιρισμών και του ευρύτερου τομέα των κοινωνικών επιχειρήσεων. Το κοινωνικό marketing όχι απλώς δε μιμείται τις τεχνικές του παραδοσιακού marketing, αλλά έχει τόση δυναμική παρουσία που το έχει επηρεάσει εν γένει.

Λανθασμένα το κοινωνικό marketing συγχέεται με την κοινωνική δικτύωση για τη δημιουργία περιεχομένου από χρήστες και τη συμμετοχή χρηστών, τα οποία συχνά αποκαλούνται κοινωνικό marketing μέσω ενημέρωσης. Το κοινωνικό marketing μέσω μαζικής ενημέρωσης αποτελεί συνιστώσα ενός ολοκληρωμένου σχεδίου marketing και επικοινωνίας.

Η στρατηγική του marketing

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις δείχνουν μια αδυναμία αξιοποίησης των τεχνικών μάρκετινγκ για να πετύχουν το στόχο τους, επιπλέον της δυνατότητάς τους να διαφοροποιηθούν από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις λόγω των ηθικών και κοινωνικών τους διαστάσεων. Τα εργαλεία τα επιχειρησιακά του μάρκετινγκ είναι ιδιαίτερα πολύτιμα για μια κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση, αλλά χρειάζονται πολλές φορές εξειδικευμένες γνώσεις και πρόσβαση σε μοντέλα και τεχνικές. Το διαδίκτυο και οι τεχνολογίες κάνουν πολύ πιο εύκολη την υλοποίηση πετυχημένων στρατηγικών μάρκετινγκ για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, χωρίς να χρειάζονται υπέρογκα ποσά.

Μια περίπτωση είναι οι κοινωνικές συμμαχίες μάρκετινγκ, όταν, δηλαδή, οι κοινωνικές επιχειρήσεις δημιουργούν συμμαχίες με κερδοσκοπικές επιχειρήσεις προκειμένου να τρέξουν ένα πρόγραμμα, να δημιουργήσουν έσοδα, να αποκτήσουν πρόσβαση σε κανάλια διανομής, σε τεχνολογίες, σε διοικητικές ικανότητες. Μια περίπτωση βέλτιστης πρακτικής έχουμε δει στην Ελληνική αγορά και αυτή ήταν μεταξύ των Γιατρών Χωρίς Σύνορα και της Arivita. Η τελευταία κυκλοφόρησε στα κανάλια διανομής της (φαρμακεία) ένα κουτάκι με καραμέλες σε σχήμα χαπιών όπου τα έσοδα από τις πωλήσεις πήγαιναν για τα προγράμματα των Γιατρών Χωρίς Σύνορα. Τα αποτελέσματα ήταν πολύ πετυχημένα και είχαν μισό εκατομμύριο πωλήσεις. Τέτοιες εταιρικές κοινωνικές συμπράξεις και συμμαχίες πρέπει να ενισχυθούν και να προωθηθούν και από τις κοινωνικές επιχειρήσεις.

Η χρήση των εργαλείων του συσχετιστικού/σχεσιακού μάρκετινγκ (relationship marketing) έχουν μεγάλη εφαρμογή στις κοινωνικές επιχειρήσεις, οι οποίες βασίζονται στις σχέσεις όπως έχουμε τονίσει. Μιλάμε για ένα αξιακό μάρκετινγκ όπου οι πελάτες και οι ωφελούμενοι θα καθορίσουν τι θέλουν από τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Από τις πιο σημαντικές διαστάσεις εξουσίας των δικτύων και των συνεταιρισμών είναι η φήμη τους. Η χρήση στρατηγικών μάρκετινγκ αποφέρει στις

κοινωνικές επιχειρήσεις αυτό ακριβώς, φήμη, πρεστίζ, ταυτότητα εταιρική, εμπιστοσύνη, σχέσεις και κοινωνικό κεφάλαιο.

6.2 Εφοδιαστική Αλυσίδα και ασφάλεια των συναλλαγών

Σημαντικό στοιχείο για μια ηλεκτρονική εταιρεία είναι η θέση της στην εφοδιαστική αλυσίδα και η εξάρτησή της από τους προμηθευτές της. Ανάλογα με το επιχειρηματικό τους μοντέλο, οι εταιρείες μπορούν να πωλούν σε καταναλωτές (B2C) ή σε άλλες εταιρείες (B2B). Μπορούν επίσης να είναι τόπος διαπραγμάτευσης (εταιρείες δημοπρασιών) τόσο ανάμεσα σε πελάτες (C2C), όπως για παράδειγμα το eBay, το Etsy ή το Ricardo στην Ελλάδα, όσο και ανάμεσα σε εταιρείες (B2B), όπως για παράδειγμα το freemarkets και άλλες εταιρείες ηλεκτρονικών προμηθειών. Είναι φανερό ότι οι εταιρείες που διαμεσολαβούν στην ηλεκτρονική πώληση προϊόντων στηρίζονται στους προμηθευτές τους και στην αξιοπιστία τους. Οι εταιρείες που εφοδιάζουν άλλες εταιρείες θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα υπεύθυνες στο έργο τους ώστε να μην καλούνται να αποζημιώνουν τους προμηθευόμενους, οι εταιρείες που μεσολαβούν για τις δημοπρασίες θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικές στη διασφάλιση της αξιοπιστίας των συναλλαγών κ.ο.κ. Ανάλογα λοιπόν με το είδος της επιχείρησης που περιγράφεται σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο, θα πρέπει να λαμβάνονται ρητά υπόψη οι διάφοροι κίνδυνοι λόγω δυσλειτουργίας στην αλυσίδα εφοδιασμού.

Ένας άλλος, αρκετά συνηθισμένος κίνδυνος για τις ηλεκτρονικές εταιρίες είναι η κακόβουλη χρήση του διαδικτύου. Είναι σε όλους μας γνωστός ο τρόπος και η συχνότητα που διαδίδονται ιοί στο ίντερνετ, η μεταβίβαση κακόβουλου λογισμικού από υπολογιστή σε υπολογιστή, η υποκλοπή ηλεκτρονικών δεδομένων, κ.ά. Ο πρόσφατος όρος ηλεκτρονικό έγκλημα (e-crime) περιλαμβάνει ενέργειες όπως: κακόβουλο λογισμικό, επιθέσεις άρνησης εξυπηρέτησης, κακόβουλες εισβολές σε δίκτυα (hacking), ανεπιθύμητη ηλεκτρονική αλληλογραφία, διακίνηση παιδικού πορνογραφικού υλικού, επιθέσεις σε δικτυακούς τόπους, ηλεκτρονικό «ψάρεμα», πειρατεία λογισμικού, διαδικτυακή τρομοκρατία, απάτη στο διαδίκτυο, επιθέσεις παρενόχλησης, υποκλοπή προσωπικών δεδομένων, κ.ά. Το ηλεκτρονικό έγκλημα διώκεται πλέον από τις αντίστοιχες υπηρεσίες δίωξης ηλεκτρονικού εγκλήματος.

Η ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών απασχόλησε πρωτίστως τον τραπεζικό τομέα. Μέσω της κρυπτογραφίας έχουν κατασκευαστεί σήμερα πρωτόκολλα επικοινωνίας τα οποία διασφαλίζουν σε μεγάλο βαθμό τα δεδομένα που διακινούνται ηλεκτρονικά. Πέρα από τα πρωτόκολλα αυτά υπάρχουν λογισμικά όπως τα αντιβιοτικά, τα φίλτρα ανεπιθύμητης αλληλογραφίας, τα firewalls, κ.ά. τα οποία προστατεύουν την ασφάλεια των ηλεκτρονικών δικτύων και συστημάτων. Υπάρχουν επίσης πιστοποιητικά ασφαλείας τα οποία χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές εταιρείες για πληρωμές μέσω πιστωτικών καρτών όπως και ηλεκτρονικές εταιρείες για μικροπληρωμές μέσω του διαδικτύου (PayPal, Google Checkout, Amazon Payments, κ.ά.). Παρ' όλα αυτά, ο κίνδυνος που αφορά στην ασφάλεια των ηλεκτρονικών εταιρειών είναι μεγάλος και για το λόγο αυτό θα πρέπει στο εκάστοτε επιχειρηματικό σχέδιο να λαμβάνεται ειδική μέριμνα και να γίνονται σαφείς αναφορές και υπολογισμοί. Η μέριμνα αυτή αφορά τόσο στην ανάπτυξη προϊόντων ή υπηρεσιών όσο και στη νομική κάλυψη της εταιρείας.

6.3 Κοινωνική ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα

Όμοια με την κοινωνική επιχειρηματικότητα, η κοινωνική ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα δεν αποβλέπει μόνο στην άντληση αγοραίας αξίας από το «τίποτα» (Timmons, 1994) αλλά και κοινωνικής αξίας. Όπως επισημαίνει ο Dees (1998), η βασική δυσκολία ως προς την κοινωνική αξία είναι ότι δεν μπορεί να αποτιμηθεί το ίδιο αποτελεσματικά με την αγοραία. Ενώ δηλαδή η αγορά των συμβατικών προϊόντων θεωρείται αρκετά ώριμη να «εκτοπίσει» (να αφαιρέσει το μερίδιο) προϊόντων τα οποία δεν είναι ποιοτικά και αποτελεσματικά, η «αγορά» της κοινωνικής αξίας δε βρίσκεται στην ίδια φάση. Οι μη κερδοσκοπικές εταιρείες μπορούν μόνο έμμεσα να

«Παράδοση Εκπαιδευτικού Υλικού Σεμιναρίων»

παρακολουθήσουν την απήχηση που λαμβάνουν μέσω των χορηγιών και των νέων συνεργατών που προστίθενται στην προσπάθειά τους και στον σκοπό τους. Η αποτυχία μιας κοινωνικής επιχείρησης μπορεί να μην οφείλεται αποκλειστικά στις υπηρεσίες που παρέχει αλλά και σε ποικίλα άλλα εξωγενή αίτια. Ωστόσο, η κοινωνική επιχειρηματικότητα εξαπλώνεται ολοένα και περισσότερο σήμερα και η αντίστοιχη κοινωνική οικονομία αποτελεί ξεχωριστό πεδίο μελέτης.

Μια κοινωνική ηλεκτρονική επιχείρηση λοιπόν, δεν αποβλέπει στο αγοραίο κέρδος αλλά στην επίλυση μιας κοινωνικής ανάγκης την οποία περιλαμβάνει ρητά στο σκοπό της. Χρησιμοποιεί δηλαδή τα έσοδά της, ή το μεγαλύτερο μέρος αυτών, για την επίτευξη του σκοπού της. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι οικειοθελής και δεν θα πρέπει να συγχέεται με την έννοια της κοινωνικής εταιρικής ευθύνης. Η τελευταία αφορά σε μεγάλους οργανισμούς και είναι επίσης οικειοθελής αλλά δεν έχει συγκεκριμένο στόχο την συστηματική επίλυση συγκεκριμένης κοινωνικής ανάγκης. Είναι αποσπασματικές δράσεις σε τομείς που είναι κοινώς αποδεκτό ότι αποτελούν ανάγκες της κοινωνίας. Είναι δε αρκετοί οι ερευνητές που προτείνουν να περιοριστεί και η έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και να αντικατασταθεί από αυτή της *κοινωνικής καινοτομίας*. Το επιχείρημά τους στηρίζεται στο γεγονός ότι η πρώτη συνδέεται άμεσα με πρόσωπα και προσωπικά κίνητρα, τους κοινωνικούς επιχειρηματίες, ενώ η δεύτερη επικεντρώνεται στην επίλυση της κοινωνικής ανάγκης ανεξάρτητα από πρόσωπα και περιστασιακές δραστηριοποιήσεις. Για παράδειγμα, το Ubuntu Foundation το οποίο προωθεί το ανοιχτό λειτουργικό σύστημα Linux είναι προσπάθεια του κοινωνικού επιχειρηματία Mark Shuttleworth στην Νότιο Αφρική. Το πρότζεκτ “One Laptop Per Child”, το οποίο ξεκίνησε ο Nicholas Negroponte στο MIT, μπορεί να θεωρηθεί παράδειγμα κοινωνικής καινοτομίας. Στον τόμο αυτό δεν θα κάνουμε περαιτέρω διάκριση ανάμεσα στις έννοιες αυτές. Ο τρόπος που αναπτύχθηκε το διαδίκτυο τα τελευταία τριάντα χρόνια εμπερικλείει εγγενώς κοινωνικές αξίες και κατά συνέπεια προσφέρεται για την ανάπτυξη της κοινωνικής ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας.

Μερικά κλασικά παραδείγματα κοινωνικής ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας μπορούν να θεωρηθούν τα προγράμματα ανοιχτού κώδικα (open source) ή το Wikipedia. Η *κίνηση ανοιχτού κώδικα* (open source movement) ξεκίνησε από τα προϊόντα πληροφορικής προκειμένου να ξεπεραστούν αποκλεισμοί από το υψηλό κόστος προγραμμάτων προστατευμένων από πνευματικά δικαιώματα. Οι δημιουργοί προϊόντων ανοιχτού κώδικα διέθεταν το προϊόν τους ελεύθερα μαζί με τον πηγαίο κώδικα (source code, από εκεί παίρνει το όνομά της η κίνηση). Συνεπώς, οι χρήστες μπορούσαν εύκολα να διαμορφώσουν τα προγράμματα αυτά περαιτέρω, με την προϋπόθεση να διανείμουν κι αυτοί τα όποια παράγωγα προγράμματα ως προϊόντα ανοιχτού κώδικα. Έτσι, δημιουργήθηκαν, μέσω κοινοτήτων ανοιχτού κώδικα, πολλά και αξιόπιστα εργαλεία (π.χ. τα λειτουργικά συστήματα linux και android, ο φυλλομετρητής mozilla firefox, το wordpress, το openoffice, servers, server's software, κ.ά.). Ως επί το πλείστον, η οικονομική βοήθεια για τις προσπάθειες αυτές έχει προέλθει από χορηγίες.

Ιδιαίτερο επίσης παράδειγμα κοινωνικής ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας αποτελεί η ανοιχτή εγκυκλοπαίδεια wikipedia η οποία συγγράφεται από «όλους» (δηλαδή την παγκόσμια κοινότητα) – ακόμα και ανώνυμα. Η Wikipedia διευθύνεται από το Wikimedia Foundation το οποίο είχε το 2006 πέντε εργαζομένους και το 2012 είχε 140. Το ίδρυμα χρηματοδοτείται μέσω χορηγιών οι οποίες το 2012 ανέρχονταν σε 38 εκατομμύρια δολάρια.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο γενικότερα έχει διευκολύνει και την μεικτή ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα. Κλασικές κοινωνικές κινήσεις, όπως το Fairtrade για παράδειγμα, έχουν διευκολυνθεί στην προβολή και στη διανομή των

προϊόντων τους από ηλεκτρονικά καταστήματα. Επίσης, υπηρεσίες όπως το youtube διευκολύνουν ανεξάρτητους καλλιτέχνες και καλλιτεχνικά σχήματα στην εμφάνισή τους στην παγκόσμια σκηνή. Ακόμη, ορισμένες μικρές φάρμες παραγωγής ποιοτικών προϊόντων διανέμουν τα προϊόντα τους μέσω προεγγεγραμμένων παραγγελιών στην ιστοσελίδα τους.

6.4 Ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα

Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα (*η- επιχειρείν*) δεν ταυτίζεται με το ηλεκτρονικό εμπόριο και αποτελεί ευρύτερη έννοια αυτού. Για να ορίσουμε την ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα θα πρέπει να ανατρέξουμε σε διάφορους ορισμούς για την επιχειρηματικότητα γενικότερα.

Αρχικά, η επιχειρηματικότητα νοείται ως ίδρυση μιας νέας επιχείρησης (Gartner, 1988, Low & MacMillan, 1988). Ο Timmons (1994) ορίζει γενικότερα την επιχειρηματικότητα ως δημιουργία πράγματος ή υπηρεσίας που έχει αξία από το πρακτικά «τίποτα». Ο δε Drucker (1985) ορίζει την επιχειρηματικότητα ως *πράξη καινοτομίας* ενώ οι McGrath & MacMillan (2000) ως *τρόπο σκέψης*. Πέρα από τις επιμέρους διαφορές στον ορισμό της έννοιας της επιχειρηματικότητας (Κακούρης, 2010), αδιαμφισβήτητο το επιχειρείν αναφέρεται σε ίδρυση νέων μικρομεσαίων επιχειρήσεων (start-ups). Συνεπώς η *ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα* διαφέρει από το ηλεκτρονικό εμπόριο και μπορεί να οριστεί σε πρώτη φάση ως «*ίδρυση νέας επιχείρησης η οποία χρησιμοποιεί το διαδίκτυο ή άλλα ηλεκτρονικά μέσα στις εγγενείς της διαδικασίες*».

Για παράδειγμα, μια νέα επιχείρηση που στοχεύει στην αξιοποίηση του GPS (Global Positioning System) για την παροχή πληροφόρησης σχετικής με αρχαιολογικούς χώρους σε τουρίστες πληροί όλα τα κριτήρια για να θεωρηθεί ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα ενώ μια υπάρχουσα επιχείρηση η οποία αποφασίζει να δημιουργήσει ηλεκτρονικό κατάστημα για να αυξήσει τις πωλήσεις της δεν μπορεί να θεωρείται περίπτωση ηλεκτρονικού επιχειρείν.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Το *επιχειρηματικό μοντέλο* (business model) είναι ο τρόπος με τον οποίο μια επιχείρηση αντλεί αξία από την αγορά. Ο τρόπος δηλαδή που δημιουργεί και αντλεί το εισόδημά της. Για παράδειγμα, άλλες εταιρείες απευθύνονται άμεσα στον καταναλωτή άλλες εφοδιάζουν επιχειρήσεις άλλες βασίζονται σε χορηγίες ενώ άλλες αντλούν έμμεσα έσοδα από διαφημίσεις. Ο ειδικός συνδυασμός όλων αυτών των διαφορετικών τρόπων δημιουργίας εσόδων καθορίζει το επιχειρηματικό μοντέλο της εκάστοτε επιχείρησης.

Αναφέρονται συνήθως ως επιχειρηματικά μοντέλα ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας αυτά που προέρχονται από τη θεωρία του μάρκετινγκ για το ηλεκτρονικό εμπόριο:

- **B2C** (Business to Consumer): η εταιρεία πωλεί προϊόντα απευθείας σε καταναλωτές
- **B2B** (Business to Business): η εταιρεία πωλεί προϊόντα (εφοδιάζει) σε άλλη εταιρεία

Η πρώτη μορφή τοποθετεί την εταιρεία στη βάση της *εφοδιαστικής αλυσίδας* ενώ η δεύτερη ψηλότερα. Οι δύο προηγούμενες μορφές είναι οι συνηθέστερες στο ηλεκτρονικό επιχειρείν.

Πέρα όμως από την προηγούμενη κατηγοριοποίηση, το επιχειρηματικό μοντέλο είναι ευρύτερα

«Παράδοση Εκπαιδευτικού Υλικού Σεμιναρίων»

συνδεδεμένο με τη *στρατηγική* μιας ηλεκτρονικής επιχείρησης και με την *καινοτομία* της (Teese, 2010). Αποτελεί δηλαδή ένα μοναδικό τρόπο άντλησης αξίας από την αγορά τον οποίο ο εκάστοτε επιχειρηματίας σχεδιάζει. Έτσι, οι σύγχρονες εξελίξεις στην ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα αναφέρουν επιχειρηματικά μοντέλα για αξιοποίηση του Web 2.0 (κοινωνική δικτύωση), για στρατηγικές συμμαχίες μεταξύ εταιρειών, για εξάλειψη μεσαζόντων, για δικαιοδοσία (franchise), για πρακτόρευση (factoring) κ.ά. Επίσης, η «αξία» μπορεί να μην είναι μόνο υλική αλλά και ηθική ή κοινωνική. Τα άλλα ήδη αξίας απαντώνται κυρίως σε θέματα *κοινωνικής εταιρικής ευθύνης* και *κοινωνικής επιχειρηματικότητας*. Συνεπώς, ο όρος «επιχειρηματικό μοντέλο» χρησιμοποιείται ποικιλοτρόπως στη σύγχρονη βιβλιογραφία και μπορεί να υπαινίσσεται περισσότερο από τον τρόπο που η επιχείρηση φαίνεται να πωλεί τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Στην τρίτη ενότητα θα αναφερθούμε στο πρότυπο Καμβάς (Business Model Canvas) για την παρουσίαση ενός επιχειρηματικού μοντέλου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Εθνικό Θεματικό Δίκτυο Κοινωνικής Οικονομίας και Υπ. Απασχόλησης
2. «Πρόταση Δημιουργίας Πλαισίου για τη θεσμική, διοικητική και χρηματοδοτική στήριξη των πρωτοβουλιών που αναλαμβάνονται στον τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας στην Ελλάδα» που εκπονήθηκε από το Εθνικό Θεματικό Δίκτυο για την Κοινωνική Οικονομία που συνέστησε και συντόνισε η Ειδική Υπηρεσία για τη διαχείριση της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας Equal από το 2005 έως και το 2008
3. Το «Εγχειρίδιο διαδικασιών οργάνωσης, τήρησης, διαχείρισης και λειτουργίας του Μητρώου Κοινωνικής Οικονομίας του ν. 4019/2011» που εκπονήθηκε από το Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών στο πλαίσιο του Υποέργου της Συστημικής Παρέμβασης για την Κοινωνική Οικονομία «Μελέτη για τη δημιουργία και λειτουργία Γενικού Μητρώου Κοινωνικής Οικονομίας»
4. Τα προϊόντα του Έργου «Δημιουργία και λειτουργία Κεντρικού Μηχανισμού Υποστήριξης της ανάπτυξης και της προώθησης των Κοινωνικών Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων (ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ.) και ευρύτερα των πρωτοβουλιών της Κοινωνικής Οικονομίας και ειδικότερα τα ακόλουθα:
5. «Εκπαιδευτικό υλικό για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες σχετικά με θέματα διαχείρισης των Κοιν.Σ.Επ.», *Bic of Attica*,
6. «Εκπαιδευτικό Υλικό για το επαγγελματικό περίγραμμα του Συμβούλου Υποστήριξης της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας», *ΕΚΚΕ*,
7. «Εκπόνηση Εκπαιδευτικού Υλικού για τους συμβούλους των Περιφερειακών Μηχανισμών Υποστήριξης των Κοιν.Σ.Επ.», *ΤΕΙ Αθήνας*,
8. «Εκπόνηση Εκπαιδευτικού Υλικού για στελέχη των εμπλεκόμενων με την Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα δημοσίων φορέων», *ΤΕΙ Αθήνας*,
9. «Εκπόνηση Έκθεσης και ανάπτυξη εργαλείων παρακολούθησης για την κινητοποίηση, ενδυνάμωση, στήριξη και δικτύωση των κοινωνικών επιχειρηματιών με στόχο την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών τους, τα οποία θα είναι προσβάσιμα από ΑΜΕΑ», *Περιφέρεια Αττικής*,
10. «Σύνταξη Έκθεσης Σχεδίου Ενσωμάτωσης Πολιτικών Δημοσίων Συμβάσεων Κοινωνικής Αναφοράς», *Περιφέρεια Αττικής*.
11. Γκαγκάτσιος, Ι. (2011). *Καινοτομία–Επιχειρηματικότητα–Επιχειρήσεις*. Αθήνα: Κέντρα Δια βίου Μάθησης.
12. Δουκίδης, Γ., Παπαζαφειροπούλου, Ν., Θεμιστοκλεούς, Μ. & Δράκος, Β. (1998). *Ηλεκτρονικό Εμπόριο, ηλεκτρονικές εκδόσεις, ηλεκτρονικές υπηρεσίες, ηλεκτρονικό κατάστημα*. Αθήνα:

«Παράδοση Εκπαιδευτικού Υλικού Σεμιναρίων»

Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών.

13. Ιγγλεζάκης, Ι.Δ. (2003). *Το νομικό πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου*. Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.
14. Κακούρης, Α. (2010). *Εννοιολογικές προσεγγίσεις στην επιχειρηματικότητα καινοτομίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Δίαυλος.
16. Audretsch, D.B., & Feldman, M.P. (1996), *R&D spillovers and the geography of innovation and production*, *American Economic Review*, 86(3), 630–640.
17. Audretsch, D.B. & Keilbach, M. (2008). *Resolving the knowledge paradox: Knowledge-spillover entrepreneurship and economic growth*. *Research Policy*, 37, 1697–1705.
18. Bussgang, J. (2012). *The Secrets to TripAdvisor's Impressive Scale*. Διαθέσιμο στο <http://blogs.hbr.org/2012/10/the-secrets-to-tripadvisors-im/>
19. Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston: Harvard Business School Press.
20. Dees, J.G. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship*, Διαθέσιμο στο <http://www.redalmarza.cl/ing/pdf/TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf>
21. Drucker, P.F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship. Practice and Principles*. New York: Harper & Row.
22. Fenn, J. & Raskino, M. (2008), *Mastering the Hype Cycle: How to Choose the Right Innovation at the Right Time*. Cambridge, MA: Harvard Business Press.
23. Gartner, W.B. (1988). 'Who Is an Entrepreneur?' is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12, 11–32.
24. Gloor, P. A. (2006). *Swarm creativity*. Oxford, UK: Oxford University Press.
25. Low, M.B. & MacMillan, I.C. (1988). *Entrepreneurship: past research and future challenges*. *Journal of Management*, 14, 139–161.
27. McGrath, R.G. & MacMillan, I.C. (2000). *The Entrepreneurial Mindset*. Boston: Harvard Business School Press.
28. OECD (2005). *Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition*. OECD and Eurostat. Διαθέσιμο στο <http://www.oecd.org/innovation/inno/oslomanualguidelinesforcollectingandinterpretininnovationdata3rdedition.htm>
29. Romer, P.M. (1986). *Increasing Returns and Long-Run Growth*. *Journal of Political Economy*, 94(5), 1002–1037.
30. Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Boston: Harvard University Press.
- Teece D. J. (2010). *Business models, business strategy and innovation*. *Long Range Planning*,

«Παράδοση Εκπαιδευτικού Υλικού Σεμιναρίων»

43(2/3), 172–194.

31. Timmons, J.A. (1994). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, 4th edition. Irwin: Burr Ridge.
32. Tanev, S. (2012). *Global from the Start: The Characteristics of Born Global Firms in the Technology Sector*. *Technology Innovation Management Review*, 3, 5–8.
33. Tzuo, T. (2012). *The end of ERP*. *Forbes*, Διαθέσιμο στο <http://www.forbes.com/sites/ciocentral/2012/02/09/the-end-of-erp/>