Project Title/ Τίτλος έργου	Social agri-entrepreneurship for people with disabilities in the crossborder area/ AGRI-ABILITY Κοινωνική αγρο-επιχειρηματικοτητα για ΑμεΑ στη διασυνοριακή περιοχή/ AGRI-ABILITY

Deliverable D.6.1.3/ **Παραδοτέο 6.1.3**	Roadmap for successful social entrepreunership in the CB area/ Ανάπτυξη οδηγού για επιτυχή κοινωνική επιχειρηματικότητα στην διασυνοριακή περιοχή/

PB(s) responsible for the deliverable/ Εταίρος υπεύθυνος για το παραδοτέο	LB: Association for People with Mobility Problems and Friends in the Prefecture of Rhodope "PERPATO" Επικεφαλής εταίρος: ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΚΙΝΗΤΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΦΙΛΩΝ Ν. ΡΟΔΟΠΗΣ – ΠΕΡΠΑΤΩ

Subcontractor/ **Ανάδοχος**	SOCIAL COOPERATIVE ENTERPRISE THRA.KI/ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΘΡΑΚΗΣ ΚΙΝΗΤΡΟ

Link to project website/ Σύνδεσμος στο ιστότοπο του έργου	https://agri-ability.eu/

Disclaimer	The contents of this study are sole responsibility of Association for People with Mobility Problems and Friends in the Prefecture of Rhodope "PERPATO" 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

Interreg Greece-Bulgaria AGRI-ABILITY European Regional Development Fund EUROPEAN UNION	*Το έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ), και από Εθνικούς Πόρους των κρατών που συμμετέχουν σε αυτό* *The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme*

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ (στην Αγγλική γλώσσα) **4**

1. ΟΡΙΣΜΟΙ, ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ, ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΡΙΣΙΜΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ. 5

1.1. Ορισμοί 5

1.2. Βασικές αρχές της κοινωνικής οικονομίας και των οργανώσεών της 7

1.3. Ιστορικό και θεσμικό πλαίσιο 8

1.4. Η γενική εικόνα της Κ.Ο. σε ευρωπαϊκό επίπεδο 9

1.5. Η ιδιαιτερότητα της κοινωνικής οικονομίας και της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας 10

1.6. Τα κρίσιμα στοιχεία για την αναγνωρισιμότητα και τη βιωσιμότητα μιας Κοινωνικής Επιχείρησης 13

1.7. Φορείς Κ.ΑΛ.Ο. 14

1.8. Φορείς Κ.ΑΛ.Ο. σύμφωνα με την Ελληνική νομοθεσία 21

1.9. Φορείς ΚΑΛΟ και διαδικασίες ίδρυσης 23

1.10. Φορείς Κ.ΑΛ.Ο. σύμφωνα με την νομοθεσία στην Βουλγαρία 24

1.11. Φορείς ΚΑΛΟ και δυνατότητες Χρηματοδότησης 25

1.12. Φορείς Κ.ΑΛ.Ο. και επιχειρηματικός σχεδιασμός 26

2. ΦΟΡΕΙΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ 26

2.1. Φορείς Υποστήριξης της Κοινωνικής Οικονομίας 26

3. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ 32

3.1. Τα χαρακτηριστικά της κοινωνικής επιχειρηματικότητας 35

3.2. Μορφές Κοινωνικής Επιχείρησης 38

3.3. Αξίες και αντίκτυπο που δημιουργεί μια Κοινωνική Επιχείρηση. 38

3.4. Κατηγορίες Κοινωνικών Επιχειρηματιών 39

3.5. Χαρακτηριστικά κοινωνικού Επιχειρηματία 41

3.6. Διαστάσεις Επιχειρηματικότητας 43

4. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΙΔΕΩΝ 43

4.1. Διαδικασία Ανάπτυξης Ιδεών 43

4.2. Επιχειρηματικό Μοντέλο 45

4.3. Επιχειρηματικός Καμβάς 45

4.4. Απο την Επιχειρηματική Ιδέα στο Επιχειρηματικό Σχέδιο 48

4.5. Δημιουργία Επιχειρηματικού Σχεδίου 48

5. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ 57

5.1. Διαχείριση Επιχείρησης 57
5.2. Κατηγορίες Διαχείρισης 59
5.3. Διαχείριση αλλαγής 61
5.4. Διαχείριση Ανθρώπινου δυναμικού 62
6. ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΕΠΙΧΕΙΗΣΕΩΝ 64
6.1. Τι είναι το Μάρκετινγκ 64
6.2. Κατηγορίες Μάρκετινγκ 65
6.3. Στρατηγική Μάρκετινγκ 66
7. ΒΑΣΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΥΡΕΣΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ 72
7.1. Οικονομική Διαχείριση 72
7.2. Χρηματοδότηση 74
8. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ, ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΩΡΟ 78
8.1. Παραδείγματα από τον Ευρωπαϊκό Χώρο 78
8.2. Το παράδειγμα του Καναδά 80
8.3. Παραδείγματα από τον Ελληνικό Χώρο 81
9. ΠΕΔΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ Κ.ΑΛ.Ο. 93
9.1. Πεδίο 1ο: Διάγνωση εμποδίων και προβλημάτων ανάπτυξης Κ.ΑΛ.Ο. σε τοπικό επίπεδο 93
9.2. Πεδίο 2ο: Πρωτοβουλίες Ενημέρωσης ευαισθητοποίησης, προβολής και προώθησης της Κ.ΑΛ.Ο. σε τοπικό επίπεδο 94
9.3. Πεδίο 3ο: Αξιοποίηση των φορέων Κ.ΑΛ.Ο. για την τοπική -ενδογενή ανάπτυξη ... 95
9.4. Πεδίο 4ο: Δικτύωση σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο 96
9.5. Πεδίο 5ο: Διερεύνηση - αξιοποίηση της Γνώσης (εξειδικευμένης και ανοικτής) 98

ΠΕΡΙΛΗΨΗ (στην Αγγλική γλώσσα)

In this deliverable, is first made a reference to the definitions, to the historical and institutional framework of the social economy at European level, in Greece and in Bulgaria. A reference is also made to the actors of the social economy and to the possibilities of financing. Then, there is an extensive reference to social entrepreneurship, the forms of social enterprises, the characteristics of the social entrepreneur, the process of developing business ideas and the creation of a business plan. Afterwards, the ways of administration and management of social enterprises, their financial management and financing, as well as the marketing strategy that can be implemented are described. In addition, good practices of social enterprises are presented. Finally, the areas of intervention of local government bodies in social enterprises are analyzed.

1. ΟΡΙΣΜΟΙ, ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ, ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΡΙΣΙΜΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ.

1.1. Ορισμοί

Η κοινωνική οικονομία, ως δραστηριότητα, συνδέεται ιστορικά με τις αρχές των ενώσεων και συνεταιρισμών που συστάθηκαν στην Ευρώπη του 18ου και 19ου αιώνα, ως αντίδραση των πιο ευάλωτων κοινωνικών ομάδων στις δύσκολες συνθήκες διαβίωσης που δημιούργησε η βιομηχανική επανάσταση (Monzon & Chavez, 2012). Από τότε, οι φορείς της κοινωνικής οικονομίας έχουν διαδραματίσει έναν σημαντικό ρόλο, τόσο στην οικονομική ανάπτυξη, όσο και στην κοινωνική συνοχή και ευημερία. Οι κανόνες που διέπουν τις οντότητες (φορείς) της κοινωνικής οικονομίας, σχετικά με τη διανομή κερδών, την ιδιοκτησία, τον κοινωνικό αντίκτυπο, τις τοπικές κοινότητες και την βιώσιμη ανάπτυξη, τις καθιστούν ιδιαίτερα χρήσιμες σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα, ενώ παράλληλα έχουν αποδειχθεί ιδιαίτερα ανθεκτικές σε βραχυπρόθεσμες οικονομικές δυσκολίες.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η κοινωνική οικονομία προοδευτικά θεωρείται ως αποτελεσματικό εργαλείο για την καταπολέμηση της φτώχειας, την ενίσχυση ευάλωτων κοινωνικών ομάδων, τη δημιουργία απασχόλησης και την προώθηση της κοινωνικής συνοχής, γι' αυτό και οι πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης προωθούν την ανάπτυξή της. Η κοινωνική οικονομία αποτελεί βασικό συστατικό στο σχέδιο σύγκλισης της Ευρωπαϊκής Ένωσης, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη μιας οικονομίας βασισμένης στην αλληλεγγύη (European Commission, 2011).

Στον όρο κοινωνική οικονομία αποδίδονται αρκετές εναλλακτικές έννοιες όπως: «τρίτος τομέας», «μη κερδοσκοπικός τομέας», «αλληλέγγυα οικονομία», «εναλλακτική οικονομία», «οικονομία του μη κέρδους» (Westlund, 2003).

Παρά τις προσπάθειες ακαδημαϊκών, διεθνών οργανισμών, θεσμικών οργάνων της Ε.Ε, εθνικών κυβερνήσεων και εκπροσώπων της κοινωνικής οικονομίας δεν υπάρχει ακόμη ένας καθολικά αποδεκτός ορισμός της κοινωνικής οικονομίας. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η κοινωνική οικονομία περιλαμβάνει διάφορες δραστηριότητες, πολλές μορφές οντοτήτων που διεξάγουν αυτές τις δραστηριότητες και δυσδιάκριτες, ορισμένες φορές, διαφορές από άλλους ιδιωτικούς οικονομικούς παράγοντες και το δημόσιο τομέα. Ενδεικτικοί ορισμοί που απαντώνται είναι οι ακόλουθοι:

- Η Γενική Διεύθυνση Εσωτερικής Αγοράς, Βιομηχανίας, Επιχειρηματικότητας και Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αναφέρει ότι η κοινωνική οικονομία έχει ως στόχο να αποφέρει κέρδη για ανθρώπους που δεν είναι επενδυτές ή ιδιοκτήτες μιας επιχείρησης,
- Ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (OECD) αναφέρει ότι η κοινωνική οικονομία είναι ένα ολόκληρο τμήμα της οικονομίας που αποτελείται από οντότητες που στοχεύουν στην αύξηση της κοινωνικής ένταξης και στη μείωση των ανισοτήτων, δημιουργώντας παράλληλα οικονομική αξία.
- Οι Liger, Stefan & Britton (2016) στην πρόσφατη μελέτη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την Κοινωνική Οικονομία, διατύπωσαν τον εξής ορισμό: «η κοινωνική οικονομία αποτελείται από ιδιωτικές, επίσημα οργανωμένες επιχειρήσεις και δίκτυα που λειτουργούν βάσει δημοκρατικών και συμμετοχικών διαδικασιών λήψης αποφάσεων, παράγοντας εμπορικά και μη αγαθά και υπηρεσίες»
- Σύμφωνα με την ΕΟΚΕ (INT 589) "καθώς οι εθνικοί ορισμοί διαφέρουν, η κοινωνική επιχειρηματικότητα θα πρέπει να νοείται στη βάση κοινών χαρακτηριστικών όπως ο κοινωνικός σκοπός, η επανεπένδυση των κερδών και η πλειάδα νομικών μορφών και τρόπων συμμετοχής".

Στην Ελλάδα, ο Ν. 4019/2011, όρισε ως Κοινωνική Οικονομία: "Το σύνολο των οικονομικών, επιχειρηματικών, παραγωγικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων, οι οποίες αναλαμβάνονται από νομικά πρόσωπα ή ενώσεις προσώπων, των οποίων ο καταστατικός σκοπός είναι η επιδίωξη του συλλογικού οφέλους και η εξυπηρέτηση γενικότερων κοινωνικών συμφερόντων".

Ο πιο πρόσφατος νόμος για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία, ο 4430/2016, όρισε ως Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία: «Το σύνολο των οικονομικών δραστηριοτήτων που στηρίζονται σε μία εναλλακτική μορφή οργάνωσης των σχέσεων παραγωγής, διανομής, κατανάλωσης και επανεπένδυσης, βασισμένη στις αρχές της δημοκρατίας, της ισότητας, της αλληλεγγύης, της συνεργασίας, καθώς και του σεβασμού στον άνθρωπο και το περιβάλλον».

Τόσο το θεσμικό όσο και το νομικό, οικονομικό και επιχειρηματικό πλαίσιο διαφέρουν μεταξύ των κρατών μελών. Παρά τις όποιες διαφορές, τα μοντέλα κοινωνικής επιχειρηματικότητας προσδίδουν αναπτυξιακή ώθηση σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Δεν είναι απαραίτητο ούτε και ζητούμενο να υπάρχει ομοιογενής προσέγγιση. Η τοπική ιδιαιτερότητα, εφόσον τηρούνται τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν μια επιχείρηση ως κοινωνική, αποτελεί το βασικό κριτήριο ανάπτυξης των κοινωνικών επιχειρήσεων. Επιπλέον,

"η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι βασικό συστατικό του ευρωπαϊκού κοινωνικού μοντέλου. Συνδέεται στενά με τη στρατηγική "ΕΕ 2020" και συνεισφέρει σημαντικά στην κοινωνία" (ΕΟΚΕ, 2011).

1.2. Βασικές αρχές της κοινωνικής οικονομίας και των οργανώσεών της

Η κοινωνική οικονομία βασίζεται στις αρχές: της δικαιοσύνης, της δημοκρατίας, της αλληλεγγύης, της ισότητας,της ανεξαρτησίας, της ελεύθερης συμμετοχής, του σεβασμού στον άνθρωπο και το περιβάλλον, της προτεραιότητας του ατόμου και της αειφορίας (Rimke, 2000, Borzaga and Defourny, 2001, Defourny, 2001, Μητροσύλη 2007, Φεφές 2007, Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή 2013).

Οι αρχές οι οποίες αφορούν κυρίως στις οργανώσεις της κοινωνικής οικονομίας (και σχετίζονται με τις βασικές αρχές της) είναι: α) η προτεραιότητα του ατόμου έναντι του ιδιωτικού κέρδους, β) το εθελοντικό/συμμετοχικό σύστημα συνεργασίας των μελών τους, γ) η δημοκρατικότητα σε όλες τις διαστάσεις της λειτουργία τους, δ) ο συνδυασμός των συμφερόντων των μελών/χρηστών τους με το κοινωνικό/συλλογικό συμφέρον ε) η εφαρμογή των αρχών της δημοκρατίας, της δικαιοσύνης, της αλληλεγγύης, της ισότητας και της αμοιβαιότητας στη δραστηριοποίησή τους, στ) η αυτόνομη διαχείριση τους και η ανεξαρτησία τους από το κράτος, ζ) η χρήση των πλεονασμάτων (κερδών) τους για την επίτευξη κοινωνικών κυρίως στόχων η) η δημιουργία νέων δράσεων με στόχους τη βιώσιμη ανάπτυξη και την εξυπηρέτηση των συμφερόντων των μελών της κοινότητας (Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή, 2013).

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα και με τον Defourny (2001), οι οργανώσεις κοινωνικής οικονομίας διέπονται από τις ακόλουθες αρχές:

1) στοχεύουν στην παραγωγή αγαθών ή/και την παροχή υπηρεσιών προς τα μέλη τους ή/και την κοινωνία και όχι στην επίτευξη κερδοφορίας,
2) διοικούνται και διαχειρίζονται αυτόνομα και ανεξάρτητα,
3) εφαρμόζουν στις διαδικασίες τους σύστημα δημοκρατικής λήψης αποφάσεων,
4) προτεραιότητα τους είναι τα άτομα και η εργασία και όχι το κεφάλαιο.

1.3. Ιστορικό και θεσμικό πλαίσιο

Το 1997, η σύνοδος κορυφής του Λουξεμβούργου αναγνώρισε το ρόλο των εταιρειών κοινωνικής οικονομίας στην τοπική ανάπτυξη και στην δημιουργία θέσεων απασχόλησης και δρομολόγησε την πιλοτική πρωτοβουλία "Τρίτο σύστημα και απασχόληση", με την κοινωνική οικονομία ως τομέα αναφοράς.

Έντονη δραστηριότητα1 στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, υπήρξε το 1989. Εκείνο το έτος η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε μια ανακοίνωση με τίτλο «Επιχειρήσεις στον τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας: η Ευρωπαϊκή αγορά χωρίς σύνορα», χρηματοδότησε την 1η Ευρωπαϊκή Διάσκεψη για την Κοινωνική Οικονομία στο Παρίσι και επίσης δημιούργησε Μονάδα Κοινωνικής Οικονομίας στο πλαίσιο της Γενικής Διεύθυνσης (ΓΔ) Επιχειρηματικής Πολιτικής, Διανεμητικών Συναλλαγών, Τουρισμού και Κοινωνικής Οικονομίας (σημερινή ΓΔ Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας).

Το 1990 συγκροτήθηκε και λειτούργησε στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, η Διακομματική Ομάδα Κοινωνικής Οικονομίας. Το 2006, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο κάλεσε την Επιτροπή «να σεβαστεί την κοινωνική οικονομία και να παρουσιάσει μια ανακοίνωση σχετικά με αυτόν τον ακρογωνιαίο λίθο του ευρωπαϊκού κοινωνικού μοντέλου». Το 2009, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ενέκρινε έκθεση η οποία αναγνώρισε την κοινωνική οικονομία ως κοινωνικό εταίρο και ως κύριο παράγοντα για την επίτευξη των στόχων της στρατηγικής της Λισαβόνας. Επίσης, το 2011, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανέλαβε σημαντικές πρωτοβουλίες για την προώθηση των κοινωνικών επιχειρήσεων, όπως η Πρωτοβουλία για την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα (Social Business Initiative-2011).

Η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (European Economic and Social Committee - EESC) έχει δημοσιεύσει πολυάριθμες εκθέσεις και γνωμοδοτήσεις σχετικά με την κοινωνική οικονομία και την συμβολή των κοινωνικών επιχειρήσεων στην επίτευξη πολιτικών, οικονομικών και κοινωνικών στόχων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το 2016, η Ομάδα Εμπειρογνωμόνων για την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα (GECES, 2016), στην μελέτη που συνέταξε για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, πρότεινε τέσσερις (4) άξονες παρεμβάσεων για την ενίσχυση της κοινωνικής οικονομίας:

► Αυξημένη ορατότητα, αναγνώριση και ταυτότητα των κοινωνικών επιχειρήσεων, με παρεμβάσεις όπως α) η συλλογή και προβολή καλύτερων στοιχείων σχετικά με την προστιθέμενη αξία των κοινωνικών επιχειρήσεων, β) η προώθηση της συνεργασίας των κοινωνικών επιχειρήσεων σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, γ) η ενσωμάτωση, από πλευράς τοπικών και περιφερειακών αρχών, της διάστασης των κοινωνικών επιχειρήσεων στις σχετικές πολιτικές, προγράμματα και πρακτικές.

► Βελτίωση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση, με παρεμβάσεις όπως: α) παροχή αυξημένων πόρων σε προγράμματα κατάρτισης, θερμοκοιτίδες και ενδιάμεσους φορείς για τη ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων, β) προσέκλυση περισσότερων οικονομικών πόρων για τις κοινωνικές επιχειρήσεις και γ) ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων στις κοινωνικές επιχειρήσεις.

► Βελτίωση του νομικού περιβάλλοντος, με παρεμβάσεις όπως: α) κατασκευή θεσμικού πλαισίου που να προωθεί την κοινωνική επιχειρηματικότητα, β) προώθηση διασυνοριακής συνεργασίας κοινωνικών επιχειρήσεων, γ) χρήση κοινωνικών κριτηρίων στους δημόσιους διαγωνισμούς προμήθειας και δ) αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με τους κανόνες για τις κρατικές ενισχύσεις

► Διεθνής ανάπτυξη, με παρεμβάσεις όπως: α) αύξηση των πληροφοριών ανοιχτού κώδικα σχετικά με την κοινωνική οικονομία και τις κοινωνικές επιχειρήσεις και την υποστήριξη παγκόσμιων οικοσυστημάτων, β) ανάληψη ηγετικού ρόλου στην προώθηση της παγκόσμιας συνεργασίας για την υποστήριξη της κοινωνικής οικονομίας και στην ανταλλαγή γνώσεων και γ) συμπερίληψη της κοινωνικής οικονομίας στην διαμόρφωση όλων των μελλοντικών πολιτικών, οικονομικών και κοινωνικών αποφάσεων και διαπραγματεύσεων.

1.4. Η γενική εικόνα της Κ.Ο. σε ευρωπαϊκό επίπεδο

Οι παραδοσιακές οντότητες Κ.Ο. (συνεταιρισμοί, σύνδεσμοι και αλληλασφαλιστικές εταιρίες) απασχολούσαν πάνω από 14 εκατομμύρια ανθρώπους το 2010, που αντιστοιχούσαν στο 6,5% του συνολικού οικονομικά ενεργού πληθυσμού της Ε.Ε., σε αντίθεση με 11 εκατομμύρια απασχολουμένων το 2002 και 6,5% ποσοστό επί του οικονομικά ενεργού πληθυσμού (μελέτη των Liger, Stefan & Britton (2016) για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής).

Ειδικά οι συνεταιρισμοί, το 2017, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, έφταναν στους 221.960 και ο αριθμός των εργαζομένων σε αυτούς έφτανε τους 4.710.595. Αν συνυπολογιστούν τα μέλη των συνεταιρισμών, το ύψος της συνολικής απασχόλησης ανέρχεται σε 15 εκ. ανθρώπων. Η συνολική απασχόληση σε συνεταιρισμούς, στις 156 χώρες των 5 ηπείρων, που κάλυψε η μελέτη για το 2017, ήταν 279.396.867 (μελέτη του International Organisation of Industrial, Artisanal and Service Producers' Cooperatives (CICOPA).

Στην Ευρώπη υπάρχουν περίπου 2 εκατομμύρια οντότητες κοινωνικής οικονομίας, που αντιπροσωπεύουν περίπου το 10-12% όλων των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων.

Ωστόσο, δεν υπάρχουν ακόμη ακριβή συνολικά συγκρίσιμα ευρωπαϊκά στατιστικά στοιχεία σχετικά με την κοινωνική οικονομία. Ορισμένοι λόγοι έλλειψης στοιχείων είναι:

(i) η απουσία ενός εναρμονισμένου και κοινά αποδεκτού ορισμού της κοινωνικής οικονομίας,
(ii) οι δυσκολίες εξαγωγής ακριβών στοιχείων σχετικά με τις οντότητες κοι νωνικής οικονομίας από άλλες σχετικές υφιστάμενες στατιστικές κατηγορίες και,
(iii)το γεγονός ότι παραδοσιακοί δείκτες όπως το ΑΕΠ δεν λαμβάνουν υπ' όψιν τα βασικά στοιχεία της κοινωνικής οικονομίας.
(iv)η Eurostat δε συγκεντρώνει στατιστικά στοιχεία για την Κ.Ο όσον αφορά στο μέγεθος και τη σύνθεσή της, προσθέτοντας ένα επίπεδο αβεβαιότητας στη σύγκριση των δεδομένων μεταξύ των κρατών μελών για τα οποία υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία.
Στα παραπάνω χρειάζεται να προστεθούν και οι διαφορές που παρατηρούνται στην νομοθεσία των ευρωπαϊκών χωρών, όσον αφορά τις διαθέσιμες νομικές μορφές επιχειρήσεων και οργανισμών καθώς και οι διαφορές σχετικά με την επίσημη αναγνώριση και θεσμοθέτηση της κοινωνικής οικονομίας ως θεσμό. Στατιστικά στοιχεία σχετικά με την επίσημη αποδοχή του όρου Κοινωνική Οικονομία από κάθε ευρωπαϊκή χώρα παρουσιάζονται στην μελέτη των Monzon & Chaves (2012, σ. 39). Οι Monzon & Chaves (2012, σ. 42) στην μελέτη τους παραθέτουν επίσης τις νομικές μορφές κοινωνικών εγχειρημάτων που αναγνωρίζονται σε κάθε ευρωπαϊκή χώρα.
Στο πλαίσιο του παρόντος οδηγού γίνεται η διάκριση μεταξύ:

- Κ.ΑΛ.Ο. που ορίζει ο Διεθνής Οργανισμός Εργασίας (International Labor Organization, ILO) και
- Κ.ΑΛ.Ο. που προβλέπει ο Ν. 4430/2016 (ειδικές μορφές που καθορίζονται στο συγκεκριμένο Νόμο).

1.5. Η ιδιαιτερότητα της κοινωνικής οικονομίας και της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας

Η Κοινωνική Οικονομία και η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα αποτελούν έννοιες με πολλές διαστάσεις: την κοινωνική, την επιχειρηματική, την περιβαλλοντική, την τοπική και την αναπτυξιακή.

Η κοινωνική διάσταση

Είναι αυτή που προσδιορίζει το «άλλο επιχειρείν». Η κοινωνική διάσταση καθορίζει την κοινωνική επιχείρηση. Αυτό το «νέο», το «άλλο» επιχειρείν πρέπει να έχει τη δική του «ανθρώπινη ηθική» που στηρίζεται σε ανθρώπινες αξίες. Η κοινωνική διάσταση επιβάλλει την υιοθέτηση αξιών, όπως, ενδεικτικά, οι ακόλουθες:

Εμπιστοσύνη: Ο πελάτης, ο καταναλωτής, δεν θα πρέπει να αμφιβάλλει ούτε στιγμή ότι το προϊόν ή η υπηρεσία που αγοράζει είναι «κατώτερο» από αυτό που συμφωνήθηκε. Η σχέση εμπιστοσύνης είναι αξία, η οποία κατοχυρώνει και αναδεικνύει την επιχείρηση.

Σεβασμός: Σε κάθε πελάτη, ανεξάρτητα από τους λόγους που προτίμησε την επιχείρηση, οι προσδοκίες του πρέπει να αντιμετωπίζονται με σεβασμό και να ενημερώνεται για κάθε αλλαγή σε αυτό που συμφωνήθηκε.

Ισοτιμία: Το προσφερόμενο προϊόν είναι της ίδιας ποιότητας για όλους τους πελάτες. Οι ανάγκες που οι Κ.ΑΛ.Ο. ικανοποιούν δεν διαφοροποιούνται από πολίτη σε πολίτη. Καμιά διαφοροποίηση δεν δικαιολογείται και με κανένα κριτήριο εισοδηματικό, φιλικό ή συγγενικό. Δεν υπάρχουν πολίτες α' και β' κατηγορίας

Αλληλεγγύη: Η κοινωνική αποστολή, ο κοινωνικός στόχος επιβάλλει στην κοινωνική επιχείρηση να αντιμετωπίζει με αλληλεγγύη ανθρώπους που έχουν την ανάγκη της και όχι μόνο με στόχο την αμοιβή. Η μη λειτουργία με στόχο το κέρδος επιτρέπει αυτή τη συμπεριφορά και την διαφοροποιεί από την κεφαλαιουχική εταιρία.

Ποιότητα: Η κοινωνική επιχείρηση μετουσιώνει όλες τις αρχές της στην ποιότητα. Η ποιότητα είναι το πιο δυνατό της σημείο. Η ποιότητα είναι το διαβατήριο που ανοίγει δρόμους

Συλλογικότητα: Η συλλογικότητα δεν χαρακτηρίζει μόνο τη διοίκηση, μια διοίκηση χωρίς ιεραρχία. Η συλλογικότητα χαρακτηρίζει και τη σχέση που διαμορφώνει με την τοπική κοινωνία και με όλους τους συναλλασσόμενους: πελάτες, προμηθευτές, εργαζόμενους, καταναλωτές, εθελοντές.

Εξειδίκευση: Από τη σύλληψη της ιδέας, μέχρι την ίδρυσή της και τη λειτουργία της μια επιχείρηση Κ.ΑΛ.Ο. οφείλει να προσδιορίσει την ταυτότητά της και τη διαφοροποίησή της ως προς το αντικείμενο της δραστηριότητάς μας, τις σχέσεις με τους προμηθευτές, τους πελάτες, την τοπική κοινωνία, αλλά και με τις άλλες ιδιωτικές επιχειρήσεις.

Καινοτομία:Είναι μια από τις αναγκαίες προϋποθέσεις για τη διατήρηση της συνέχειας της ύπαρξής της.

Αυτοτέλεια: Διοικητική και οικονομική αυτοτέλεια από το κράτος, την αυτοδιοίκηση, ιδιώτη, κόμματα κ.λπ.

Νέες σχέσεις: Διαμορφώνονται νέες σχέσεις, πιο στενές και διαπροσωπικές μεταξύ της επιχείρησης και των πελατών της, μεταξύ παραγωγών – καταναλωτών.

Η Επιχειρηματική διάσταση

Παράλληλα, ωστόσο, δεν πρέπει να αγνοείται ή να υποβιβάζεται το γεγονός ότι η "Κοινωνική Επιχείρηση" είναι Επιχείρηση.

Ως Κοινωνική Επιχείρηση αναλαμβάνει με την ίδρυσή της και τη λειτουργία της, όπως και η κεφαλαιουχική επιχείρηση, τον επιχειρηματικό κίνδυνο. Για να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητά της και τη μακροζωία της πρέπει αυτή, η διοίκησή της, οι συνεταίροι της, να αναλάβουν την πλήρη ευθύνη.

Δεν θα πρέπει, στο όνομα του όρου «κοινωνική» να μετατεθεί η ευθύνη της ορθής λειτουργίας σε κέντρα «έξω» από την επιχείρηση, όπως το κράτος, η Αυτοδιοίκηση κ.λπ., ή στην τύχη.

Και η μείωση του κινδύνου θα πρέπει να στηρίζεται σε μια σειρά παραγόντων επιχειρηματικότητας όπως:

- Σωστή οργάνωση, υπεύθυνη Διοίκηση, σωστή διάταξη δυνάμεων.
- Τεκμηριωμένο, σοβαρό, κατανοητό Επιχειρηματικό Σχέδιο, το οποίο εκπονείται με τη βοήθεια ειδικών και αποτελεί ουσιαστικό εργαλείο λειτουργίας (δεν γίνεται μόνο γιατί έτσι απαιτείται από το Νομικό πλαίσιο).
- Έλεγχος δοσοληψιών και συνεχής παρακολούθηση (προμήθειες, πωλήσεις, δάνεια).
- Σύστημα (συστήματα) με δείκτες, και όχι μόνο, επισημαίνοντας αδυναμίες, λάθη και κινδύνους σε όλα τα μετρήσιμα μεγέθη, αλλά και διαδικασίες που θα επιτρέπουν ν' ανιχνεύονται στοιχεία διαφοροποίησης από τους στόχους.
- Συνεχή ενασχόληση με την παρακολούθηση της πορείας της επιχείρησης.

Η τοπική διάσταση

Εξετάζοντας ιστορικά την εμφάνιση και εξάπλωση του τρίτου συστήματος, του τομέα της Κοινωνικής Αλληλέγγυας Οικονομίας, διαπιστώνουμε ότι:

α. Η χωρική αναφορά είναι εμφανής και

β. Η τοπική διάσταση, διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο

Είναι σαφές ότι ο τόπος και οι αξίες του είναι μια μοναδική πηγή έμπνευσης, ευαισθητοποίησης και κινητοποίησης του ανθρώπινου δυναμικού, των ζωντανών δυνάμεων, ικανός να δημιουργήσει ένα πλαίσιο ελπίδας και αισιοδοξίας.

Οι συνθήκες ενός τόπου, οι σχέσεις (παραγωγικές και κοινωνικές) που επικρατούν στο εσωτερικό του αλλά και οι σχέσεις που διαμορφώνει με το εξωτερικό του περιβάλλον επηρεάζουν αποφασιστικά τη δυναμική του τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας και προσδιορίζουν τόσο τις μορφές όσο και τη σημασία του. Η ιδιαιτερότητα κάθε τόπου (η

οποία ανιχνεύεται κατά τη διαδικασία σύστασης των Κοιν.Σ.Επ), ενισχύει την ανάπτυξη και αποτελεσματικότητα της ΚΑΛΟ, διότι προσδίδει την εξειδίκευση και την καινοτομία, άκρως ενισχυτικά στοιχεία.

Η Αναπτυξιακή διάσταση

Η αναφορά στην αναπτυξιακή διάσταση, έχει την έννοια της συμπόρευσης των κοινωνικών επιχειρήσεων με φορείς χάραξης πολιτικών ανάπτυξης, όπως Τοπική Αυτοδιοίκηση Α΄ και Β΄ βαθμού, με φορείς που συνδράμουν ή διαμορφώνουν κλαδικές πολιτικές, όπως οι συνεταιρισμοί (κάθε μορφής), με την ιδιωτική επιχειρηματικότητα ή συλλογικούς φορείς όπως συνδικάτα, συλλόγους και διάφορες οργανώσεις, στην αναπτυξιακή στρατηγική του τόπου. Η προσέγγιση με διαδικασίες διαλόγου των ως άνω φορέων θα δώσει τη δυνατότητα:

- Να προσδιορίσουν με μεγάλη ακρίβεια το περιβάλλον στο οποίο θα κληθούν να δραστηριοποιηθούν, ώστε να καλύψουν και να ικανοποιήσουν ανάγκες και ν' αξιοποιήσουν τοπικούς πόρους.
- Να καταστήσουν αλληλέγγυες τις τοπικές κοινωνίες και συμπαραστάτες στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα, μέσω της κατάλληλης ενημέρωσης.
- Να δημιουργήσουν σταθερές σχέσεις με τις τοπικές κοινωνίες ώστε να αντιμετωπίζουν έγκαιρα τις νέες αναδυόμενες κοινωνικές ανάγκες.

Όπως είναι ευνόητο αυτή η πρόνοια της κάθε κοινωνικής επιχείρησης θα της επιτρέψει να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητά της, τη μακρόχρονη δραστηριότητά της και τη συμβολή της στη δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος για την ανάπτυξη αυτής της ιδιαίτερης επιχειρηματικής προσπάθειας. Καθοριστικός παράγοντας, θεσμός, σ' αυτή τη διάσταση είναι η Αυτοδιοίκηση.

1.6. Τα κρίσιμα στοιχεία για την αναγνωρισιμότητα και τη βιωσιμότητα μιας Κοινωνικής Επιχείρησης

Σημαντικό ρόλο στην επιτυχία και την βιωσιμότητα μιας Κοινωνικής Επιχείρησης έχουν τα κάτωθι σημεία.

1. Το εταιρικό σχήμα. Προϋπόθεση είναι οι συνεταίροι να κατακτήσουν τη συλλογική συνύπαρξη και λειτουργία έχοντας διαμορφώσει από κοινού τους στόχους, τις επιδιώξεις και τις προσδοκίες και έχοντας καταλήξει στον καταμερισμό εργασιών και στον τρόπο λειτουργίας. Η επίτευξη της συνεργασίας και των σχέσεων εμπιστοσύνης, σεβασμού,

αλληλοϋποστήριξης μεταξύ των εταίρων δεν είναι θέμα φιλίας ή συγγένειας. Είναι εταιρικό σχήμα «επιχείρησης». Κοινωνικής μεν, αλλά «Επιχείρησης».

2. Ο καθορισμός των κοινωνικών σκοπών δεν είναι θέμα μόνο καταστατικού (περιγραφή) αλλά και αυτός που θα καθορίσει την πορεία της, το επιχειρηματικό σκέλος, και τη διαφοροποίηση της από μια κεφαλαιουχική εταιρία, ή μια αστική μη κερδοσκοπική εταιρία.

3. Η επιχειρηματική διάσταση. Ο όρος «κοινωνική», σε ορισμένες περιπτώσεις, δρα αποπροσανατολιστικά προς δυο κατευθύνσεις.

- Στην μία, τις συνδέει με επιχορηγήσεις.
- Στην αντίθετη, παραγκωνίζοντας την ιδιαιτερότητα της κοινωνικής, επικεντρώνεται στον όρο επιχείρηση (έστω και με τους περιορισμούς στη διανομή του κέρδους, της μη λειτουργίας με όρους κεφαλαίου αλλά με συντελεστή την εργασία) με αποτέλεσμα ν' ακυρώνει το σκοπό της ίδρυσής της.

4. Η αυτοτέλεια και ανεξαρτησία, πολιτική – διοικητική – οικονομική, από κάθε κέντρο εξουσίας και Διοίκησης (Κράτους, Αυτοδιοίκησης και κάθε οργανισμό ή φορέα). Η Επιχείρηση είναι σκόπιμο να αυτοπροσδιορίζεται και όχι να ετεροπροσδιορίζεται. Η δημιουργία και η λειτουργία της «ξεπηδά» από την ανάγκη επίλυσης κοινωνικών αναγκών, από τη δυναμική του κάθε τόπου, από την ωριμότητα και τη δυνατότητα ενεργοποίησης του κοινωνικού κεφαλαίου, και όχι από τις σκοπιμότητες και τα συμφέροντα του όποιου φορέα.

5. Η ανάπτυξη συνεργασιών και η δικτύωση, είναι αναγκαία, έτσι ώστε να διασφαλίζεται μια συνεχής και σταθερή συνεργασία, σε όλα τα επίπεδα (τοπικό, περιφερειακό, εθνικό) και με όλους τους φορείς, με στόχο να κατατεθεί και ν' αξιοποιηθεί κάθε κατάκτηση που επιτυγχάνεται, χωρίς ανταγωνισμούς. Η δημιουργία και η λειτουργία των Δικτύων χωρίς ηγεμονίες και σκοπιμότητες είναι ο μόνος τρόπος, η μόνη διαδικασία που εγγυάται και εξασφαλίζει την ανάπτυξη της Κ.ΑΛ.Ο. και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

1.7. Φορείς Κ.ΑΛ.Ο.

Φορείς Κ.ΑΛ.Ο σύμφωνα με τον Διεθνή Οργανισμό Εργασίας

Ο Διεθνής Οργανισμός Εργασίας (International Labor Organization, ILO), διακρίνει τους φορείς της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (στο εξής φορείς Κ.ΑΛ.Ο.) σε πέντε (5) κατηγορίες:

1. Συνεταιρισμούς

2. Αλληλασφαλιστικά Ταμεία (Mutual Funds)
3. Ενώσεις Πολιτών (Σύλλογοι, Σωματεία κλπ)
4. Κοινωνικές Επιχειρήσεις που δεν ανήκουν στις παραπάνω κατηγορίες
5. Ιδρύματα

Πιο αναλυτικά:

Συνεταιρισμοί

Οι συνεταιρισμοί αποτελούν τον κύριο κορμό των επιχειρήσεων της Κοινωνικής Οικονομίας. Έχουν μεγάλη ιστορία, τόσο στη χώρα μας όσο και παγκόσμια. Ενδεικτικά μεγέθη που παρατίθενται στη συνέχεια και που αναφέρονται στον επίσημο ιστότοπο της Διεθνούς Συνεταιριστικής Συμμαχίας (ICA, International Cooperatives Alliance),6 δείχνουν την τεράστια δυναμική των συνεταιρισμών:

- Περισσότερο από το 12% της ανθρωπότητας είναι μέλος σε ένα συνεταιρισμό
- Οι κορυφαίοι 300 συνεταιρισμοί και εταιρείες αλληλασφάλισης αναφέρουν συνολικό κύκλο εργασιών 2,1 τρισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ, σύμφωνα με το World Cooperative Monitor (2017).
- Οι συνεταιρισμοί συμβάλλουν στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη και στη σταθερή και ποιοτική απασχόληση, απασχολώντας 280 εκατομμύρια άτομα σε ολόκληρο τον κόσμο, ή το 10% του παγκόσμιου απασχολούμενου πληθυσμού.

Έχει επίσης παρατηρηθεί ότι:

- Στις χώρες, στις οποίες οι συνεταιρισμοί συμμετέχουν στην παραγωγή ενός σημαντικού τμήματος του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος (ΑΕΠ), οι οικονομικές κρίσεις (όπως αυτή που έπληξε τη χώρα μας) δεν έχουν τόσο μεγάλο βάθος, διάρκεια και ένταση.
- Οι ισχυρότεροι συνεταιρισμοί βρίσκονται στις ισχυρότερες οικονομίες, οι περισσότερες των οποίων έχουν ισχυρό συνεταιριστικό κίνημα. Για παράδειγμα, είναι σχεδόν άγνωστο στη χώρα μας ότι στις ΗΠΑ, 1 στους 4 αμερικανούς είναι μέλος ενός τουλάχιστον συνεταιρισμού. Μόνον στους ενεργειακούς συνεταιρισμούς είναι εγγεγραμμένοι 42 εκ. αμερικανοί πολίτες.

Στη χώρα μας, αν και το Συνεταιριστικό Κίνημα βρίσκεται σε κάμψη, συμβάλλοντας στην παραγωγή μόνον του 1,4% του ΑΕΠ,8 υπάρχουν πολλοί νόμοι που αναφέρονται σε διαφορετικές μορφές συνεταιρισμών, συμβάλλοντας (κατά τους ειδικούς) στον κατακερματισμό του συνεταιριστικού κινήματος.9 Εκτός της πολυνομίας, υπάρχει και το αρνητικό φαινόμενο των πολύ συχνών αλλαγών των νόμων ή των προβλέψεων σε αυτούς για ρυθμίσεις από Υπουργικές Αποφάσεις, αρκετές των οποίων δεν εκδίδονται ποτέ. Τέλος,

διαφορετικά Υπουργεία εμπλέκονται στην παραγωγή νόμων και ρυθμίσεων για τους συνεταιρισμούς, ενώ είναι συχνό το φαινόμενο της έλλειψης επικοινωνίας μεταξύ τους.

Αγροτικοί Συνεταιρισμοί (Ν.4384/2016)

Η νομοθεσία για την κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα, μπορεί να θεωρηθεί ότι ξεκίνησε με τον νόμο 602/1914 για την αναγνώριση των αγροτικών συνεταιρισμών. Πρόσφατα ο Ν. 1673/20 όρισε ότι : Οι Αγροτικοί Συνεταιρισμοί (ΑΣ) είναι αυτόνομες εθελοντικές ενώσεις προσώπων, οι οποίες συγκροτούνται σύμφωνα με τις διατάξεις του παρόντος νόμου και επιδιώκουν την οικονομική ανάπτυξη και προαγωγή των μελών τους, μέσω μιας συνιδιόκτητης και δημοκρατικά διοικούμενης αγροτικής συνεταιριστικής επιχείρησης. Ως ΑΣ θεωρούνται συνεταιρισμοί, οποιουδήποτε κλάδου ή δραστηριότητας στον τομέα της αγροτικής οικονομίας, μεταξύ άλλων και οι αλιευτικοί, κτηνοτροφικοί, πτηνοτροφικοί, μελισσοκομικοί, σηροτροφικοί, αγροτουριστικοί, αγροτοβιοτεχνικοί, οικοτεχνικοί και γυναικείοι. Οι δασικοί συνεταιρισμοί και οι ενώσεις τους δεν εμπίπτουν στις διατάξεις του παρόντος νόμου.

Οι ΑΣ είναι νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου και έχουν εμπορική ιδιότητα. Αναπτύσσουν κάθε είδους δραστηριότητα για την επίτευξη των σκοπών τους στο πλαίσιο του νόμου και του καταστατικού τους.»

Αστικοί Συνεταιρισμοί (Ν.1667/1986)

Οι Αστικοί Συνεταιρισμοί είναι εκούσιες ένωσεις προσώπων (συνήθως κατοίκων πόλεων) με οικονομικό σκοπό, που, χωρίς να αναπτύσσουν δραστηριότητες αγροτικής οικονομίας, αποβλέπουν ιδίως στην οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική ανάπτυξη των μελών τους και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής τους.

Με βάση το σκοπό τους είναι κυρίως παραγωγικοί, καταναλωτικοί, προμηθευτικοί, πιστωτικοί, μεταφορικοί και τουριστικοί. Στις κυριότερες δραστηριότητες τους περιλαμβάνονται:

- Η κοινή οργάνωση της παραγωγής.
- Η προμήθεια αγαθών για την κάλυψη επαγγελματικών, βιοτικών και άλλων αναγκών των μελών τους.
- Η παροχή τεχνικής ή οργανωτικής βοήθειας στα μέλη τους, για την αύξηση ή βελτίωση της παραγωγής τους.
- Η μεταποίηση ή διάθεση προϊόντων των μελών τους.
- Η παροχή δανείων, εγγυήσεων ασφαλειών ή άλλων οικονομικών διευκολύνσεων στα μέλη τους.
- Η επαγγελματική, συνεταιριστική και πολιτιστική εκπαίδευση.

- Η ικανοποίηση κοινωνικών και πολιτιστικών αναγκών.

Για τη σύσταση αστικού συνεταιρισμού απαιτείται η σύνταξη καταστατικού, που υπογράφεται από δεκαπέντε τουλάχιστον πρόσωπα και η καταχώρησή του στο μητρώο συνεταιρισμών του ειρηνοδικείου στην περιφέρεια του οποίου εδρεύει ο συνεταιρισμός.

Ενεργειακές Κοινότητες (Ν.4513/2018)

Αποτελούν αστικούς συνεταιρισμούς αποκλειστικού σκοπού, ο οποίος μπορεί να αφορά:

❖ την προώθηση της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας10 και της καινοτομίας στον ενεργειακό τομέα,

❖ την αντιμετώπιση της ενεργειακής ένδειας και την προαγωγή της ενεργειακής αειφορίας,

❖ την παραγωγή, αποθήκευση, ιδιοκατανάλωση, διανομή και προμήθεια ενέργειας,

❖ την ενίσχυση της ενεργειακής αυτάρκειας και ασφάλειας σε νησιωτικούς δήμους, καθώς και

❖ τη βελτίωση της ενεργειακής αποδοτικότητας στην τελική χρήση, σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο,

μέσω της δραστηριοποίησης στους τομείς των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (Α.Π.Ε.), της Συμπαραγωγής Ηλεκτρισμού και Θερμότητας Υψηλής Απόδοσης (Σ.Η.Θ.Υ.Α.), της ορθολογικής χρήσης ενέργειας, της ενεργειακής αποδοτικότητας, των βιώσιμων μεταφορών, της διαχείρισης της ζήτησης και της παραγωγής, διανομής και προμήθειας ενέργειας.

Μέλη μιας Ε.Κοιν. μπορεί να είναι:

- Φυσικά πρόσωπα με πλήρη δικαιοπρακτική ικανότητα,
- Νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου, εκτός των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.) α΄ και β΄ βαθμού ή νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου,
- Ο.Τ.Α. α΄ βαθμού της ίδιας Περιφέρειας εντός της οποίας βρίσκεται η έδρα της Ε.Κοιν. ή επιχειρήσεις αυτών, κατ' εξαίρεση του άρθρου 107 του ν. 3852/2010 (Α΄ 87),
- Ο.Τ.Α. β΄ βαθμού της έδρας της Ε.Κοιν., κατ' εξαίρεση του άρθρου 107 του ν. 3852/2010.

Δασικοί Συνεταιρισμοί (Ν.4423/2016)

Η Δασική Συνεταιριστική Οργάνωση (ΔΑ.Σ.Ο.), είναι αυτόνομη ένωση προσώπων, η οποία συγκροτείται εθελοντικά και επιδιώκει την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη των μελών της, με ισότιμη συνεργασία και αμοιβαία βοήθεια. Οι ΔΑ.Σ.Ο. είναι νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου και έχουν εμπορική ιδιότητα. Οι ΔΑ.Σ.Ο. δεν υποχρεούνται να εγγράφονται στα Εμπορικά Επιμελητήρια της χώρας.

Διακρίνονται σε πρωτοβάθμιες και δευτεροβάθμιες: Πρωτοβάθμιοι είναι οι Δασικοί Συνεταιρισμοί Εργασίας, στο εξής ΔΑ.Σ.Ε. και δευτεροβάθμιες οι Ενώσεις Δασικών Συνεταιρισμών Εργασίας (Ε.ΔΑ.Σ.Ε.).

Οι ΔΑ.Σ.Ο. δραστηριοποιούνται στις δασικές εργασίες και στη διακίνηση, εμπορία, επεξεργασία και μεταποίηση δασικών προϊόντων. Δασικές εργασίες είναι οι «υλοτομικές εργασίες και οι εργασίες συγκομιδής, οι εργασίες ρητινοσυλλογής και συλλογής εν γένει δευτερευουσών καρπώσεων από τα δάση, οι φυτεύσεις δασικών ειδών, οι κλαδεύσεις, αραιώσεις και οι καθαρισμοί δασών, η κατασκευή κορμοδεμάτων και κλαδοπλεγμάτων εναρμονίσουν τα καταστατικά τους σύμφωνα με τον Νόμο 1667/1986 «Αστικοί Συνεταιρισμοί και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ Α'196/6-12-1986) και η εποπτεία της λειτουργίας τους ανατέθηκε στο Υπουργείο Οικονομικών, ενώ το Υ.Π.Α.Π.ΕΝ. διατήρησε την αρμοδιότητά του σε διαδικασίες χωροθέτησης, πολεοδόμησης, έγκρισης μελετών περιβαλλοντικών επιπτώσεων, τον καθορισμό όρων και περιορισμών δόμησης, και θέματα ενέργειας των εκτάσεων των Οικοδομικών Συνεταιρισμών, για την προστασία και συντήρηση του δασικού εδάφους, εργασίες για την προστασία και ανάπτυξη της βλάστησης και της αναγέννησης, εργασίες πρόληψης δασικών πυρκαγιών, καθώς και κάθε άλλη δραστηριότητα για την εξυπηρέτηση των σκοπών της δασοπονίας».

Μέλη ΔΑ.Σ.Ε. μπορεί να γίνουν μόνο φυσικά πρόσωπα, τα οποία έχουν πλήρη ικανότητα για δικαιοπραξία και έχουν αποκτήσει την ιδιότητα του δασεργάτη, η δε μόνιμη κατοικία τους βρίσκεται εντός της περιφέρειας του ΔΑ.Σ.Ε., όπως ορίζεται από το οικείο καταστατικό. Ως δασεργάτης νοείται το φυσικό πρόσωπο που δραστηριοποιείται αυτοπροσώπως στις δασικές εργασίες που αναφέρθηκαν παραπάνω. Για τη σύσταση ΔΑ.Σ.Ε. απαιτείται η σύνταξη καταστατικού και η υπογραφή του από είκοσι ένα (21) τουλάχιστον πρόσωπα που έχουν αποκτήσει την ιδιότητα του δασεργάτη, καθώς και η έγκρισή του από το Ειρηνοδικείο της έδρας του συνεταιρισμού.

Σχολικοί συνεταιρισμοί (Ν.1566/1985, άρθρο 46)

Ο σχολικός συνεταιρισμός (νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα) είναι θεσμός κοινωνικής ζωής του σχολείου. Βασίζεται στην έμφυτη κοινωνικότητα του παιδιού, την ελεύθερη συμμετοχή, την αμοιβαία κατανόηση και τον αλληλοσεβασμό. Εφαρμόζει τις αρχές της αυτοδιοίκησης και των δημοκρατικών διαδικασιών. Έχει ως σκοπό τη διαπαιδαγώγηση των μαθητών σχετικά με τις αρχές της αλληλοβοήθειας, της συνεργασίας και της κοινωνικής ευθύνης, την ανάπτυξη της ανεξάρτητης σκέψης και δημοκρατικής συνείδησης, καθώς και τη γνώση συλλογικών μορφών οικονομικής δραστηριότητας.

Αλληλασφαλιστικά Ταμεία (Mutuals)

Τα αλληλασφαλιστικά ταμεία και οι συνεταιρισμοί αμοιβαίων εγγυήσεων έχουν αναπτυχθεί σε χώρες (π.χ. Γαλλία, Καναδάς) που διακρίνονται για τις οικονομικές επιδόσεις τους, την καινοτομία και τη διαφοροποίηση του παραγωγικού τους συστήματος. Στην Ελλάδα δεν αναπτύχθηκαν αυτού του είδους οι επιχειρήσεις Κοινωνικής Οικονομίας. Πρόκειται για χρηματοπιστωτικά εργαλεία που απαιτούν ιδιαίτερη τεχνογνωσία και εξειδικευμένη διαχείριση και συντελούν σε σημαντικό βαθμό στην αναπτυξιακή διαδικασία.

Ενώσεις Πολιτών (Σύλλογοι, Σωματεία κλπ)

Πρόκειται για φορείς που παίζουν σημαντικό ρόλο καθημερινά και σε πολλούς τομείς της κοινωνικής και οικονομικής δραστηριότητας. Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται:

- Σύλλογοι διαφόρων σκοπών: Πολιτιστικοί, μορφωτικοί, αθλητικοί, φιλανθρωπικοί, περιβαλλοντικοί, φιλοζωικοί, επαγγελματικοί κλπ. Μέσω των συλλόγων οι πολίτες οργανώνουν τη συλλογική τους έκφραση και δράση. Οι σύλλογοι αποτελούν τη βάση ανάπτυξης του εθελοντισμού και του Κοινωνικού Κεφαλαίου. Η Τοπική Αυτοδιοίκηση, σχεδόν καθημερινά, μέσω των συλλόγων, συνομιλεί με την κοινωνία των πολιτών και παρεμβαίνει υποστηρικτικά στον πολιτισμό, στην υποστήριξη ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού, στο περιβάλλον κ.λπ.
- Σωματεία: Πρόκειται για συλλογικότητες συνδικαλιστικού ή επαγγελματικού χαρακτήρα, χωρίς να αποκλείονται και άλλοι σκοποί, παρόμοιοι με αυτούς των συλλόγων.
- Αστικές μη κερδοσκοπικές εταιρίες (ΑΜΚΕ): Ευέλικτες ενώσεις πολιτών, οι οποίες μπορούν να αναπτύσσουν και οικονομική δραστηριότητα, με την προϋπόθεση της μη διανομής των κερδών στα μέλη ή εταίρους.

Η ίδρυση των συλλόγων και των σωματείων απαιτεί την κατάρτιση καταστατικού το οποίο υπογράφεται από 21 τουλάχιστον μέλη. Το καταστατικό ισχύει από την ημερομηνία έγκρισής του από το Πρωτοδικείο της Περιφέρειας στην οποία βρίσκεται ο σύλλογος ή το σωματείο. Οι σύλλογοι και τα σωματεία, συνήθως, είναι φορείς ανοιχτοί στην εγγραφή νέων μελών, δεδομένου ότι η δράση τους βασίζεται στην εθελοντική προσφορά, στις συνδρομές των μελών και στις δωρεές από μέλη και μη μέλη.

Οι ΑΜΚΕ είναι πιο «κλειστοί» φορείς και η εγγραφή νέων μελών έχει ορισμένες προϋποθέσεις και απαιτεί συγκεκριμένες διαδικασίες. Δεν υπάρχει ελάχιστος αριθμός μελών ως προϋπόθεση ίδρυσης μιας ΑΜΚΕ.iii

Ιδρύματα

Τα ιδρύματα, συνήθως, είναι κληροδοτήματα που χρηματοδοτούνται από περιουσιακά στοιχεία που τους διαβιβάστηκαν από κάποιο φυσικό ή νομικό πρόσωπο (ευεργέτης).

Πολλοί ΟΤΑ στη χώρα μας είναι διαχειριστές τέτοιων Ιδρυμάτων, μέσω των οποίων (σύμφωνα με την επιθυμία του δωρητή – ιδρυτή) παρέχονται υποτροφίες σε απόρους μαθητές, επιχορηγούνται πολιτιστικές δραστηριότητες, υποστηρίζονται πρόσωπα που χρήζουν βοήθειας, αναπτύσσονται οι τέχνες, προάγεται η υγεία κλπ.

Γνωστά ιδρύματα στη χώρα μας (ενδεικτικά) είναι:

- Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος
- Ίδρυμα Βασίλη και Ελίζας Γουλανδρή
- Ίδρυμα Ωνάση
- Ίδρυμα ΤΙΜΑ
- Ίδρυμα Ευγενίδου
- Ιδρύματα Ιωάννου Διαμαντή Πατέρα
- Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού
- Ίδρυμα Μποδοσάκη
- Ιδρύματα Α. & Μ. Κ.ΑΛ.Ο.καιρινού

Τέλος, υπάρχουν ιδρύματα άλλων χωρών που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα καθώς και ιδρύματα που προάγουν τον πολιτικό πολιτισμό ή τις ιδέες συγκεκριμένων πολιτικών χώρων.

Κοινωνικές Επιχειρήσεις

Σε διεθνές επίπεδο, όπως προαναφέρθηκε, απαντώνται διαφορετικοί ορισμοί και ερμηνείες των κοινωνικών επιχειρήσεων. Σε κάποιες χώρες (κυρίως στις Αγγλοσαξωνικές) ο ορισμός των φορέων Κ.ΑΛ.Ο. δεν προσδιορίζεται μέσω νόμων, αλλά εθιμικά ή εκ του αποτελέσματος (κοινωνικός αντίκτυπος, social impact). Σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση, ακόμη και μια ατομική μη κερδοσκοπική επιχείρηση, η οποία έχει θετικό κοινωνικό ή περιβαλλοντικό αντίκτυπο, θεωρείται «Κοινωνική Επιχείρηση». Η προσέγγιση του διεθνούς διεπιστημονικού δικτύου EMES για τις κοινωνικές επιχειρήσεις περιλαμβάνει τους άξονες της οικονομικής – επιχειρηματικής διάστασης, της κοινωνικής διάστασης και της διακυβέρνησης. Η Ευρωπαϊκή Ένωση με την Social Business Initiative αντιλαμβάνεται και προωθεί την Κοινωνική Οικονομία και Επιχειρηματικότητα ως θεμελιώδες συστατικό της ολοκλήρωσης της ενιαίας αγοράς, συνδυάζοντας μεταξύ άλλων την κοινωνική οικονομία με τις πολιτικές τόνωσης της απασχόλησης.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή χρησιμοποιεί τον όρο "κοινωνική επιχείρηση" αναφερόμενη σε επιχειρήσεις που:

- Έχουν ως πρωταρχικό σκοπό την επίτευξη κοινωνικού αντικτύπου, παρά κερδών για τους ιδιοκτήτες και τους μετόχους,

- Λειτουργούν εντός του πλαισίου της αγοράς, μέσω της παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών με επιχειρηματικό και καινοτόμο τρόπο,
- Χρησιμοποιούν το πλεόνασμά τους για την επίτευξη των κοινωνικών τους σκοπών,
- Διοικούνται από κοινωνικούς επιχειρηματίες που λειτουργούν με διάφανο τρόπο, και συνεργάζονται στενά με τους εργαζόμενους, τους πελάτες και τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη που επηρεάζονται από την επιχειρηματική δραστηριότητα τους

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις, ως επιχειρήσεις της Κοινωνικής Οικονομίας, πανευρωπαϊκά και διεθνώς, αποτελούν βασικό συστατικό του χώρου και είναι ο επιχειρηματικός βραχίονας πολλών πρωτοβουλιών που εστιάζουν στο τρίπτυχο, άνθρωπος, οικονομία, περιβάλλον.

1.8. Φορείς Κ.ΑΛ.Ο. σύμφωνα με την Ελληνική νομοθεσία

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με το Νόμο 4430/16, φορείς Κ.ΑΛ.Ο. θεωρούνται μόνον όσοι έχουν εγγραφεί στο Γενικό Μητρώο φορέων Κ.ΑΛ.Ο., εξαιρώντας έτσι πολλά μέλη των κατηγοριών που αναφέρθηκαν στην προηγούμενη ενότητα (κατηγοριοποίηση του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας), ή και ολόκληρες κατηγορίες (π.χ Ιδρύματα, Ενώσεις Πολιτών). Ως αποτέλεσμα, οι περισσότεροι φορείς που έχουν εγγραφεί στο μητρώο είναι ΚοινΣΕπ. Σύμφωνα με την έκθεση που δημοσιοποίησε τον Μάϊο του 2019 η Ειδική Γραμματεία Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, με τίτλο «Υφιστάμενη κατάσταση της Κ.ΑΛ.Ο. στην Ελλάδα», από το σύνολο των 1.464 φορέων του Γενικού Μητρώου Φορέων Κ.ΑΛ.Ο (ν.4430/2016), οι 1.393 (95,2%) εντάσσονται στο Μητρώο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας, ενώ οι 71 (4,8%) στο Ειδικό Μητρώο Άλλων Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. Στο Μητρώο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας κυριαρχούν (με ποσοστό 93,8%) οι φορείς με τη νομική μορφή της Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας, ενώ σχετικά περιορισμένος είναι ο αριθμός των λοιπών νομικών μορφών (Κοι.Σ.Π.Ε., Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης Ευάλωτων Ομάδων, Συνεταιρισμοί Εργαζομένων και Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης Ειδικών Ομάδων). Στο Ειδικό Μητρώο Άλλων Φορέων οι περισσότεροι φορείς (67,6%) είναι Αστικές Εταιρίες των αρ. 741 επ. Α.Κ.

Σύμφωνα με το Νόμο (Ν. 4430/2016), «Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας» είναι:

1. οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις ΚοινΣΕπ (του άρθρου 14 του Νόμου)
2. οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.)
3. οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων, που συστήνονται με το άρθρο 24 του Νόμου,
4. 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, και εφόσον:

- αναπτύσσει δραστηριότητες συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας,
- 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 κερδών,
- εφαρμόζει σύστημα σύγκλισης στην αμοιβή της εργασίας,
- αποβλέπει στην ενδυνάμωση των οικονομικών δραστηριοτήτων του και τη μεγιστοποίηση της παραγόμενης κοινωνικής ωφέλειας μέσω της οριζόντιας και ισότιμης δικτύωσης με άλλους φορείς Κ.ΑΛ.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

Σύμφωνα με το Ν. 4430/2016 οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις (Κοιν.Σ.Επ.), μπορούν να διακριθούν στις κάτωθι κατηγορίες:

1. Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης, οι οποίες διακρίνονται σε δύο υποκατηγορίες:

i) Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης Ευάλωτων Ομάδων13, 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.

ii) Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης Ειδικών Ομάδων14, 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.

2. Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.) του άρθρου 12 του ν. 2716/1999, (θεωρούνται αυτοδικαίως Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Ένταξης.)

3. Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής ωφέλειας, οι οποίες αναπτύσσουν δραστηριότητες «βιώσιμης ανάπτυξης», ή και παρέχουν «κοινωνικές υπηρεσίες γενικού ενδιαφέροντος».

4. Συνεταιρισμοί Εργαζομένων. Οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων, βάσει του άρθρου 24 του Ν. 4430/2016 (ΦΕΚ 205/Α΄/31.10.2016), 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.

1.9. Φορείς ΚΑΛΟ και διαδικασίες ίδρυσης

Οι διαδικασίες ίδρυσης και έναρξης λειτουργίας φορέων Κ.ΑΛ.Ο. είναι σχετικά απλές και περιλαμβάνουν τα βήματα που προβλέπονται για την ίδρυση ενός αστικού συνεταιρισμού, ενώ επιπλέον απαιτείται και η εγγραφή στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας.

Συγκεκριμένα, η σύσταση Κοιν.Σ.Επ. και Συν. Εργαζομένων, η σχέση μεταξύ των μελών, η διοίκηση, η λειτουργία καθώς και η λύση διέπονται από τον Ν. 1667/1986, εκτός αν ορίζεται διαφορετικά στον Ν. 4430/2016. Η Υ.Α 61621/δ5/2643/30-12-2016 (ΦΕΚ 56/Β/2017) με τίτλο «Τήρηση και λειτουργία του Γενικού Μητρώου Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας του ν. 4430/2016 (ΦΕΚ 205/Α/31.10.2016)» διευκρινίζει τη διαδικασία ίδρυσης.

Το πρώτο βήμα είναι η εγγραφή στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, από το οποίο λαμβάνουν Αριθμό Γενικού Μητρώου Κοινωνικής Οικονομίας (Α.Γε.Μ.Κ.Ο). Όπως αναφέρθηκε, το συγκεκριμένο «Μητρώο» είναι μια βάση δεδομένων, η οποία τηρείται από το Τμήμα Γενικού Μητρώου Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. της Διεύθυνσης Κοινωνικής & Αλληλέγγυας Οικονομίας του Υπουργείου Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης.

Η εγγραφή υλοποιείται με την υποβολή αίτησης σε ειδική διαδικτυακή πύλη15 (παρέχεται σχετικό εγχειρίδιο χρήσης στην αρχική σελίδα της πλατφόρμας) επισυνάπτοντας το καταστατικό του Φορέα. Επιπλέον, άλλα προαπαιτούμενα δικαιολογητικά σχετίζονται με τη μη συμμετοχή των μελών σε άλλους φορείς Κ.ΑΛ.Ο. ή περιπτώσεις μελών που συνιστούν νομικά πρόσωπα. Η προσκόμιση των παραπάνω δικαιολογητικών οδηγεί στην καταχώρηση του Φορέα Κ.ΑΛ.Ο. εντός ενός μήνα, εκτός των περιπτώσεων όπου οι προϋποθέσεις εγγραφής δεν πληρούνται και χρειάζεται περαιτέρω διερεύνηση.

Με την ολοκλήρωση του ελέγχου εκδίδεται η βεβαίωση εγγραφής η οποία αποτελεί δικαιολογητικό για την πραγματοποίηση της έναρξης εργασιών στην αρμόδια Φορολογική Αρχή καθώς και για υποβολή σε άλλες Δημόσιες Αρχές. Αφού η βεβαίωση εγγραφής έχει εκδοθεί, δίνεται προθεσμία ενός μήνα για την υποβολή, μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας, των εξής δικαιολογητικών:

- Αντίγραφο βεβαίωσης έναρξης εργασιών στη Δ.Ο.Υ.
- Ετήσιο Πρόγραμμα Δραστηριοτήτων, με περίοδο αναφοράς έως το τέλος του τρέχοντος έτους

- Πρακτικό Γενικής Συνέλευσης για εκλογή της Διοικούσας Επιτροπής (για Κοιν.Σ.Επ.) ή του Διοικητικού Συμβουλίου (για Συν.Εργ.), εκτός εάν αυτό έχει οριστεί απευθείας από το Καταστατικό. Αν στον Φορέα συμμετέχουν μέχρι 5 άτομα, τότε ορίζεται διαχειριστής που ασκεί τα καθήκοντα της Διοικούσας Επιτροπής.
- Πρακτικό της Διοικούσας Επιτροπής (για Κοιν.Σ.Επ.) ή του Διοικητικού Συμβουλίου (για Συν.Εργ.) για συγκρότησή του σε σώμα.

1.10. Φορείς Κ.ΑΛ.Ο. σύμφωνα με την νομοθεσία στην Βουλγαρία

Στην Βουλγαρία δεν υπάρχει ένας συγκεκριμένος νόμος για την κοινωνική οικονομία και την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα. Υπάρχει ένα πλαίσιο πολιτικής το οποίο αναπτύχθηκε ως αποτέλεσμα της εφαρμογής της Στρατηγικής ΕΕ 2020 και του Εθνικού Προγράμματος μεταρρυθμίσεων «Βουλγαρία 2020» για των εκσυγχρονισμό των κοινωνικών υπηρεσιών, των υπηρεσιών υγείας και της εκπαίδευσης, καθώς και καταπολέμησης της φτώχειας, της ανεργίας και του κοινωνικού αποκλεισμού.
Επιπροσθέτως, δεν υπάρχει συγκεκριμένη νομική μορφή για την κοινωνική επιχείρηση στη Βουλγαρία. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να εμπίπτουν στις ακόλουθες κανονιστικές ρυθμίσεις:

• Εμπορική Πράξη
•Πράξη περί συνεταιρισμών
•Πράξη περί μη κερδοσκοπικών νομικών προσώπων
•Πράξη για την ένταξη των ατόμων με αναπηρίες
•Πράξη περί κοινωνικής πρόνοιας
•Πράξη για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις
•Πράξη για τις βιοτεχνίες
•Πράξη για την προστασία και την ανάπτυξη του πολιτισμού
•Πράξη περί φόρου εισοδήματος εταιρειών

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις στη Βουλγαρία έχουν συνήθως μία από τις ακόλουθες μορφές:

• Μη κερδοσκοπικά νομικά πρόσωπα (ΜΚΝΠ) με καθεστώς κοινής ωφελείας (ενώσεις και ιδρύματα) με δραστηριότητες που παράγουν έσοδα.

• Συνεταιρισμοί που επιδιώκουν ένα κοινωνικό σκοπό, συμπεριλαμβανομένων των συνεταιρισμών για τα άτομα με ειδικές ανάγκες.

• Ειδικευμένες επιχειρήσεις για άτομα με αναπηρίες.

• Κοινωνικές επιχειρήσεις που δημιουργούνται από δήμους, και

• Άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις (π.χ. πολιτιστικά κέντρα, λύκεια κ.λπ.).

1.11.Φορείς ΚΑΛΟ και δυνατότητες Χρηματοδότησης

Οι χρηματοδοτήσεις αποτελούν μια σημαντική παράμετρο για την ανάληψη αναπτυξιακών πρωτοβουλιών σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο. Συνήθως δράσεις αναλαμβάνονται ή όχι ανάλογα με την ύπαρξη ή μη κατάλληλων χρηματοδοτικών πόρων και εργαλείων. Εκτός από τις κλασικές πηγές χρηματοδότησης των ΟΤΑ, που είναι το Πρόγραμμα Δημόσιων Επενδύσεων (ΠΔΕ) και οι χρηματοδοτήσεις της Ε.Ε. (ΕΣΠΑ), υπάρχει μια σειρά από χρηματοδοτικά εργαλεία που μπορούν να αξιοποιηθούν για την υλοποίηση δράσεων διαφορετικής στόχευσης, μεγέθους και αποτελεσμάτων. Τα χρηματοπιστωτικά εργαλεία (δανειακά προϊόντα και υπηρεσίες) έχουν κυριαρχήσει παγκοσμίως. Δεν είναι όμως τα μόνα. Γενικά, θα ήταν ίσως σκόπιμο (αν όχι αναγκαίο) να γίνεται χρήση προϊόντων και υπηρεσιών που δεν βασίζονται στο χρέος (δανεισμό), με γνώμονα το μέτρο και την αλληλεγγύη.

Η τεχνική επιτροπή εμπειρογνωμόνων για την Κ.Ο. και την κοινωνική επιχειρηματικότητα της Ε.Ε. (GECES), από το 2013, στην πρότασή της για το στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης της κοινωνικής οικονομίας, αναφέρεται στην ανάπτυξη ενός Ταμείου Κοινωνικής Οικονομίας και αντίστοιχης κλαδικής υποδομής που θα διευκόλυνε την πρόσβαση σε χρηματικά κεφάλαια για την ανάπτυξη και επέκταση των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Ωστόσο, μέχρι σήμερα δεν έχουν τεθεί επαρκώς σε λειτουργία τα εργαλεία οικονομικής υποστήριξης. Συγκεκριμένα, δεν έχει δημιουργηθεί το λειτουργικό πλαίσιο για την επένδυση πόρων του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου και απουσιάζουν μέχρι σήμερα εξειδικευμένα χρηματοοικονομικά εργαλεία για την υποστήριξη έναρξης λειτουργίας Κοινωνικών Επιχειρήσεων.

Εκτός των δυνητικών πηγών χρηματοδότησης και οικονομικών πόρων που ορίζονται στο άρθρο 34 του Ν. 4430/2016 (έσοδα δραστηριότητας, αξιοποίηση περιουσίας, δωρεές, κ.α), οι κατά νόμο οριζόμενες επιχειρήσεις της Κοινωνικής Οικονομίας μπορούν να έχουν πρόσβαση στο Ταμείο Κοινωνικής Οικονομίας (το οποίο παραμένει ανενεργό) και στο Εθνικό Ταμείο για την Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη. Μπορούν επίσης να αναζητήσουν χρηματοδότηση από τον Αναπτυξιακό Νόμο.

1.12.Φορείς Κ.ΑΛ.Ο. και επιχειρηματικός σχεδιασμός

Πέραν των απαιτούμενων νομικών διαδικασιών για την ίδρυση της κοινωνικής επιχείρησης, είναι σημαντικό να έχει προηγηθεί επιχειρηματικός σχεδιασμός. Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός μπορεί να βοηθήσει τους νέους επιχειρηματίες να υπολογίσουν το ύψος της απαιτούμενης επένδυσης για την έναρξη της επιχείρησης, να υπολογίσουν τα αναμενόμενα έσοδα και έξοδα, να θέσουν στόχους παραγωγής και πωλήσεων και εν τέλει να αξιολογήσουν αν μια ιδέα αξίζει να υλοποιηθεί επιχειρηματικά ή όχι. Επίσης ο επιχειρηματικός σχεδιασμός παρέχει έναν οδηγό για την παρακολούθηση της πορείας της επιχείρησης και την εφαρμογή διορθωτικών κινήσεων.

Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός γίνεται μέσω της σύνταξης επιχειρησιακού σχεδίου, το οποίο ενδεικτικά αναλύει τις λειτουργίες / υπηρεσίες/ προϊόντα που θα προσφέρει η επιχείρηση, τον χώρο εγκατάστασης, τους στόχους της, το μάρκετινγκ, το ανθρώπινο δυναμικό και την χρηματοοικονομική ανάλυση του εγχειρήματος. Πέραν της χρησιμότητάς του για τον ίδιο τον επιχειρηματία, το σχέδιο χρησιμεύει στην αδειοδότηση μιας νέας επιχείρησης από το κράτος, στην πληροφόρηση μιας ομάδας ενδιαφερομένων (π.χ. τοπικοί φορείς, πελάτες, συνεργάτες) ή και στην προσέλκυση επενδυτών. Ως εκ τούτου, οι αποδέκτες του σχεδίου μπορεί να είναι κρατικοί ή επαγγελματικοί οργανισμοί, τράπεζες, υποψήφιοι επενδυτές ή χρηματοδότες, δυνητικοί εταίροι, πελάτες ή η ευρύτερη κοινωνία.

2. ΦΟΡΕΙΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ

2.1. Φορείς Υποστήριξης της Κοινωνικής Οικονομίας

Υπηρεσίες /Δομές υποστήριξης

Η αρμόδια Υπηρεσία για την τήρηση του Γενικού Μητρώου Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας είναι το Τμήμα Μητρώου Κοινωνικής Οικονομίας της Διεύθυνσης Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, του Υπουργείου Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης (ΥΠΕΚΑΑ). Ιδρύθηκε με την Υπουργική Απόφαση Αριθ. 61621/Δ5.2643 και έχει ως αρμοδιότητα τη λειτουργία βάσης δεδομένων στην οποία εγγράφονται οι Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας. Κάποιες από τις βασικές λειτουργίες του Μητρώου είναι οι εξής:

- Η καταγραφή των φορέων Κ.ΑΛ.Ο., βάσει των κριτηρίων της νομοθεσίας,
- Η έκδοση αριθμού μητρώου εγγραφής στο Μητρώο (Αριθμό Γενικού Μητρώου Κοινωνικής Οικονομίας - Α.Γε.Μ.Κ.Ο),

- Η τήρηση στοιχείων για κάθε φορέα Κ.ΑΛ.Ο, όπως π.χ. στοιχεία μελών, διάρκεια θητείας Διοικητικού Συμβουλίου, στοιχεία έναρξης, οικονομικές καταστάσεις, Ετήσιο Πρόγραμμα Δραστηριοτήτων και Απολογισμού, τροποποιήσεις καταστατικού κ.ά.,
- Ο έλεγχος τήρησης της νομοθεσίας σχετικά με την συμμετοχή μελών από Ευάλωτες και Ευπαθείς ομάδες καθώς και το μισθολογικό κόστος,
- Η διαγραφή μελών κ.ά.

Μια νέα μορφή υποστήριξης των Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. είναι τα εγκεκριμένα Κέντρα Στήριξης, τα οποία συμβάλουν στην ενημέρωση του ευρύτερου κοινού αλλά κυρίως συμβουλεύουν νέους και υφιστάμενους φορείς Κ.ΑΛ.Ο. Ο αριθμός τους ανέρχεται σε δέκα πέντε (15).

Σύμφωνα με την προδημοσίευση της δράσης "Επιχορήγηση υφιστάμενων φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (Κ.ΑΛ.Ο)" από την Επιτελική Δομή ΕΣΠΑ Απασχόλησης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης του Υπουργείου Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, σκοπός των Κέντρων Στήριξης είναι:

- η στήριξη και ενίσχυση των παραγωγικών εγχειρημάτων αυτοδιαχείρισης και της συλλογικής κοινωνικής επιχειρηματικότητας,
- η μείωση της ανεργίας,
- η ενίσχυση της απασχόλησης με τη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης,
- η βελτίωση των οικονομικών αποτελεσμάτων της επιχειρηματικής δραστηριότητας των υφισταμένων Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (Κ.ΑΛ.Ο.),
- η ενίσχυση της βιωσιμότητας και της ανταγωνιστικότητας των υφισταμένων Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. και η μεγέθυνση της κοινωνικής ωφέλειας που οι Φορείς Κ.ΑΛ.Ο. δημιουργούν.

Αρμόδια Υπηρεσία για τις χρηματοδοτήσεις της Κοινωνικής Οικονομίας, στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ, είναι η Επιτελική Δομή ΕΣΠΑ του Υπουργείου Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, Τομέα Απασχόλησης και Κοινωνικής Οικονομίας ΕΥ ΕΣΠΑ ΑπΚΟ, (πρώην ΕΥ ΚΕΚΟ).

Αποστολή της Επιτελικής Δομής ΕΣΠΑ Απασχόληση και Κοινωνική Οικονομία (ΑπΚΟ) είναι η υποστήριξη του Υπουργείου Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων, (πρώην Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης) και των φορέων που εποπτεύονται από αυτό, στην αποτύπωση, ιεράρχηση και εξειδίκευση των αναγκών στους τομείς πολιτικής «Απασχόληση» και «Κοινωνική Οικονομία», καθώς και η ενίσχυση της διοικητικής ικανότητας του Υπουργείου και των εποπτευομένων από αυτό φορέων σε σχέση με τα Επιχειρησιακά Προγράμματα (Ε.Π.) του ΕΣΠΑ. Έχει επίσης την αρμοδιότητα του σχεδιασμού των πολιτικών απασχόλησης και κοινωνικής οικονομίας του ως άνω

Υπουργείου, του προγραμματισμού, της εξειδίκευσης, της προετοιμασίας και της υλοποίησης έργων ή δράσεων που χρηματοδοτούνται από τα ΕΔΕΤ μέσω των ΕΠ του ΕΣΠΑ της περιόδου 2014- 2020, καθώς και τον προγραμματισμό, τη διαχείριση, παρακολούθηση, χρηματοδότηση, υλοποίηση κάθε άλλης συναφούς ενέργειας ή/και προγράμματος που συνδέεται με πράξεις ή/και έργα, που συγχρηματοδοτούνται από λοιπά προγράμματα ή/και χρηματοδοτικούς μηχανισμούς της Ε.Ε. ή/και του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ, εφεξής) σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 4314/2014.

Συλλογικότητες (Ομοσπονδίες, Συνομοσπονδίες, Δίκτυα), Αναπτυξιακές Συμπράξεις και Φορείς

Ορισμένες συλλογικότητες, με υποστηρικτικό ρόλο, στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, ενδεικτικά, είναι:

- Το Forum Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας, μια άτυπη σύμπραξη επιχειρήσεων της κοινωνικής οικονομίας, δικτύων Κοιν.Σ.Επ και υποστηρικτικών φορέων που ενώνουν τις δυνάμεις τους για να συμβάλουν στην αλληλοβοήθεια, υποστήριξη, δικτύωση, αυτό-οργάνωση και ανάπτυξη του χώρου των κοινωνικών επιχειρήσεων και συνεταιρισμών στην Ελλάδα. Η σύμπραξη αυτή ξεκίνησε με τη διοργάνωση του πρώτου Φόρουμ Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας, το Νοέμβριο του 2014 στην Αθήνα, ενός διήμερου ανοιχτού συνεδρίου, το οποίο έληξε με μία πρώτη κοινή διακήρυξη των συμμετεχόντων. Στη συνέχεια ακολούθησαν τα συνέδρια του 2015 και 2016, καθώς και περιφερειακά συνέδρια στην Κοζάνη, Θεσσαλονίκη και Καρδίτσα που έθεσαν τις βάσεις για κοινές θέσεις, ένα πλαίσιο αξιών κι αρχών και έναν Κώδικα Δεοντολογίας Κοινωνικών Επιχειρήσεων.
- Η Ηλεκτρονική πλατφόρμα δικτύωσης φορέων Κ.ΑΛ.Ο που, από το 2015, συνιστά ένα διαδικτυακό τόπο στον οποίο όλοι οι Φορείς Κ.ΑΛ.Ο. δύνανται να εγγραφούν (προαιρετικά) με σκοπό τη δικτύωση, ενημέρωση και διαφάνεια της λειτουργίας τους
- η Πανελλήνια Ομοσπονδία των Κοι.Σ.Π.Ε (Π.Ο.Κοι.Σ.Π.Ε.), η οποία αποτελεί δευτεροβάθμιο συλλογικό όργανο των Κοι.Σ.Π.Ε. και αριθμεί 30 μέλη
- η Πανελλήνια Ομοσπονδία Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας με διακριτικό τίτλο Π.Ο.Κοιν.Σ.Επ. (http://pokoinsep.org), που είναι υπό σύσταση, με 105 μέλη και αποτελεί ιδιωτική πρωτοβουλία.
- Το Δίκτυο Κοιν.Σεπ Κεντρικής Μακεδονίας (ΔΙΚΚΕΜ), μια πρωτοβουλία που θέλει να θέσει ως προτεραιότητα την Κοινωνική & Αλληλέγγυα Οικονομία, τις δομές μορφής Κοινωνικών Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων και τις Οργανώσεις της Κοινωνίας των Πολιτών, καθώς και τα θέματα που αντιμετωπίζουν οι Κοιν.Σ.Επ. Το Δίκτυο προωθεί την συνεργασία

με όλους τους φορείς της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας που αναγνωρίζουν, ενισχύουν και υποστηρίζουν την Κ.ΑΛ.Ο. και τις δομές της, όπως οι Κοιν.Σ.Επ., οι Συνεταιρισμοί, οι Ηθικές Τράπεζες, η Κοινωνικά Υποστηριζόμενη Γεωργία κλπ

- Το Δίκτυο Κ.Α.Π.Α. (από το 2008), Αστική Μη κερδοσκοπική Εταιρεία που προήλθε από ιδιωτική πρωτοβουλία και προωθεί μια συνεταιριστική νομοθεσία η οποία θα βασίζεται στις Διεθνείς Συνεταιριστικές Αρχές και την Συνεταιριστική Εκπαίδευση, ως τα κλειδιά της επιτυχίας για την ίδρυση συνεταιρισμών. Έδρα της είναι τα Ιωάννινα.
- Το Δίκτυο Κοιν.Σ.Επ. Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης,26 που συστάθηκε και λειτουργεί από το 2015 με απώτερο σκοπό την γνωριμία, τη δικτύωση και τη συνεργασία των Κοιν.Σ.Επ. στον γεωγραφικό χώρο της Περιφέρειας ΑΜΘ. Από τη σύστασή του μέχρι σήμερα, το Δίκτυο συμμετέχει ενεργά στις δημόσιες διαβουλεύσεις για την κοινωνική οικονομία και επιχειρηματικότητα και υλοποιεί δράσεις για την ενημέρωση των κοινωνικών επιχειρηματιών και την ευαισθητοποίηση-πληροφόρηση του κόσμου για τα οφέλη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, ιδιαίτερα στον τομέα της βιώσιμης ανάπτυξης χωρίς αποκλεισμούς.
- Πρωτοβουλία Συνεργασίας για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία ΠΡΩ.Σ.Κ.ΑΛ.Ο, με σκοπό την συμβολή της στη διατύπωση ενός δημόσιου λόγου και στην ενεργοποίηση μιας κοινωνικής πράξης με τη μορφή ενός σχεδίου δράσης σε οικονομικό, κοινωνικό, περιβαλλοντικό, πολιτικό και ιδεολογικό πλαίσιο.
- Πανελλήνια Ένωση Συμπράξεων Κοινωνικής Οικονομίας (Π.Ε.Σ.Κ.Ο). Ιδρύθηκε τον Αύγουστο του 2012 με νομική φυσιογνωμία Αστικής Μη Κερδοσκοπικής Εταιρίας και έχει ως μέλη της, περισσότερες από 15 Συμπράξεις και Δίκτυα.
- Ένωση "Συντονισμός Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. Αθήνας" που αποτελεί δευτεροβάθμιο όργανο εκπροσώπησης φορέων Κ.ΑΛ.Ο. Όλα τα μέλη είναι οικονομικώς ενεργά. Κυρίαρχος κλάδος είναι αυτός της Δημιουργικής και Πολιτιστικής Βιομηχανίας και ακολουθούν οι τομείς της μεταποίησης/εστίασης/εμπορίας.
- Ένωση Συνεταιριστικών Τραπεζών Ελλάδας (ΕΣΤΕ). Η ΕΣΤΕ, θεσμικό όργανο εκπροσώπησης συνεταιριστικών τραπεζών της χώρας, συμβάλλει ενεργά στη στήριξη της Κοινωνικής Οικονομίας και σε δράσεις της. Παράδειγμα αποτελεί η συμμετοχή της σε πιλοτικό έργο της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την κοινωνική χρηματοοικονομική SES-Net και το SEE.GR που ακολούθησε.
- Κλίμακα, Φορέας Ανάπτυξης Ανθρώπινου και Κοινωνικού Κεφαλαίου για την αντιμετώπιση του κοινωνικού αποκλεισμού. Η ΚΛΙΜΑΚΑ είναι ένας κοινωνικός φορέας, μη κερδοσκοπικός – μη κυβερνητικός οργανισμός (ΝΠΙΔ), που ιδρύθηκε το 2000 και

δραστηριοποιείται στην παροχή υπηρεσιών ψυχικής υγείας και στην υλοποίηση προγραμμάτων κοινωνικής ένταξης αποκλεισμένων πληθυσμιακών ομάδων στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

Ακαδημαϊκά / Ερευνητικά Ιδρύματα

Η κοινωνική οικονομία στηρίζεται, επίσης, ερευνητικά και διδακτικά από τα κάτωθι ερευνητικά κέντρα και τριτοβάθμια ιδρύματα (ενδεικτικά):

- Το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών (Ε.Κ.Κ.Ε.)31 το οποίο δραστηριοποιείται ερευνητικά από τα μέσα της δεκαετίας του 1990. Έχει αναπτύξει μια σειρά από ειδικές μελέτες για το αντικείμενο της Κοινωνικής Οικονομίας. Ενδεικτικά, έχει δημιουργήσει: α) Παρατηρητήριο με σκοπό τη συστηματική διερεύνηση, παρακολούθηση και αξιολόγηση των παρεμβάσεων που αφορούν στην κοινωνική και επαγγελματική (επαν-)ένταξη των ψυχικά ασθενών, συμπεριλαμβανομένων των αναδυόμενων εναλλακτικών μορφών απασχόλησης στον τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας, όπως οι «Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης» β) Κόμβο Τεκμηρίωσης, Υποστήριξης και Πληροφόρησης στο πεδίο της Κοινωνικής Οικονομίας και γ) Παρατηρητήριο της Κοινωνικής Οικονομίας ως διακριτό πόλο έρευνας, τεκμηρίωσης και υποστήριξης των δραστηριοτήτων της Κοινωνικής Οικονομίας στην Ελλάδα. Επίσης συνέβαλλε στη δημιουργία ενός Διαρκούς Φόρουμ για την Κοινωνική Οικονομία, με τη συμμετοχή εκπροσώπων των αρμόδιων δημόσιων φορέων, Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης, κοινωνικών εταίρων και φορέων της Κοινωνικής Οικονομίας.
- Το Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο προσφέρει το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία», το οποίο έχει διεπιστημονικό χαρακτήρα, συνδυάζοντας γνώσεις από την πλειονότητα των κοινωνικών επιστημών. Στοχεύει αφενός στην παροχή εξειδικευμένης θεωρητικής και ερευνητικής γνώσης, σε ένα διεθνώς ραγδαία αναπτυσσόμενο επιστημονικό πεδίο και αφετέρου στην παροχή εξειδικευμένης πρακτικής, εμπειρικής και εφαρμοσμένης γνώσης.
- Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών προσφέρει Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας
- Το Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος με το νέο νόμο 4610/2019 αναμένεται να λειτουργήσει το Ινστιτούτο Κοινωνικής Οικονομίας.
- Το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών έχει ιδρύσει το Εργαστήριο Αγροτικής Πολιτικής και Συνεταιρισμών, το οποίο επικεντρώνεται στην αγροτική πολιτική και τη χρηματοδότηση αγροτικών επιχειρήσεων και συνεταιρισμών.

- Το Πάντειο Πανεπιστήμιο προσφέρει μαθήματα στο Τμήμα Δημόσιας Διοίκησης σε προπτυχιακό επίπεδο (Συνεταιριστική Οικονομία) και σε μεταπτυχιακό επίπεδο (Κοινωνική Οικονομία).
- Το Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου προσφέρει μαθήματα στο Τμήμα Κοινωνικής και Εκπαιδευτικής Πολιτικής, σε προπτυχιακό επίπεδο (Κοινωνική Οικονομία, Πολιτικές Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας).
- Το Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο προσφέρει μαθήματα στο Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας, σε προπτυχιακό επίπεδο (Κοινωνική Οικονομία & Κοινωνική Επιχειρηματικότητα) και Μεταπτυχιακό επίπεδο, Πρόγραμμα Βιώσιμη Ανάπτυξη, ειδίκευση Τοπική Ανάπτυξη (Κοινωνική Οικονομία).
- Το Πανεπιστήμιο Κρήτης προσφέρει μαθήματα στο Τμήμα Κοινωνιολογίας σε προπτυχιακό επίπεδο.
- Το ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας με το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και την Κατεύθυνση Διοίκησης Επιχειρήσεων Κοινωνικής Οικονομίας στο ΣΤ' και Ζ' Εξάμηνο με 8 μαθήματα σε προπτυχιακό επίπεδο.

Επιπλέον, έχουν εκπονηθεί και εκπονούνται πτυχιακές και μεταπτυχιακές εργασίες καθώς και διδακτορικές διατριβές σε Ελληνικά και ξένα Πανεπιστήμια στα αντικείμενα της Κοινωνικής Οικονομίας, της Κοινωνικής Καινοτομίας, στα συνεργατικά σχήματα και στην συλλογική ηγεσία των συνεργατικών σχημάτων.

Ανώνυμες Αναπτυξιακές Εταιρείες ΟΤΑ

Οι Ανώνυμες Αναπτυξιακές Εταιρίες Ο.Τ.Α., παρότι δεν είναι φορείς Κ.ΑΛ.Ο., αναπτύσσουν πολυποίκιλες δράσεις στο χώρο της Κοινωνικής Οικονομίας και αρκετές από αυτές υποστηρίζουν δυναμικά την ίδρυση και ανάπτυξη φορέων Κ.ΑΛ.Ο. στην περιοχή παρέμβασής τους.

Οι πρώτες Αναπτυξιακές ιδρύθηκαν στα μέσα της δεκαετίας του '80. Πρόσφατα με τον Ν. 4674/20 η Αυτοδιοίκηση μπορεί να συστήνει και Αναπτυξιακούς Οργανισμούς με την μορφή ανωνύμων εταιρειών ειδικού σκοπού.

Οι πολυμετοχικές Αναπτυξιακές Εταιρίες έχουν αποδείξει την ικανότητά τους να προάγουν την καινοτομία, η οποία στη συνέχεια ενσωματώνεται στο τοπικό παραγωγικό σύστημα. Αυτό επιτυγχάνεται γιατί λειτουργούν ως εργαλείο έκφρασης και σύνθεσης πολιτικών με τη συνεργασία όλων των τοπικών φορέων (Δήμων, Περιφέρειας, Συνεταιρισμών, Επιμελητηρίων κλπ). Τέλος, έχουν μεγάλη και πολύχρονη εμπειρία στην κινητοποίηση και

συμμετοχή της τοπική κοινωνίας στο σχεδιασμό και την εφαρμογή αναπτυξιακών προγραμμάτων (LEADER, ΟΠΑΑΧ, CLLD κλπ).
Σημαντικός αριθμός των Ανωνύμων Αναπτυξιακών Εταιριών ΟΤΑ (περίπου 50), υλοποιούν το σήμερα πρόγραμμα CLLD/LEADER στο πλαίσιο του προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2020

Τραπεζικό Σύστημα

Οι επιχειρήσεις της Κοινωνικής Οικονομίας, όπως και οι επιχειρήσεις όλων των μορφών, έχουν ανάγκη πρόσβασης σε κεφάλαια, για την υλοποίηση των στόχων τους και της αποστολής τους. Το Τραπεζικό σύστημα, από την άλλη, έχει ως βασικό πυλώνα του την παροχή χρηματοδοτήσεων σε επιχειρήσεις. Στο πλαίσιο λειτουργίας της οικονομίας και του οικονομικού συστήματος παρουσιάζονται δυσκολίες στη χρηματοδότηση επιχειρήσεων, ιδιαίτερα σε περιόδους οικονομικής ύφεσης και κάμψης της γενικής οικονομικής δραστηριότητας, ενώ θα έπρεπε να ισχύει το αντίθετο37.
Στην Ελλάδα οι τράπεζες που είναι εγγύτερα στις επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας είναι οι Συνεταιριστικές Τράπεζες. Η Συνεταιριστική Τράπεζα Καρδίτσας είναι από τα πρωτοπόρα συνεταιριστικά ιδρύματα στην ενίσχυση των κοινωνικών επιχειρήσεων και της κοινωνικής οικονομίας. Στην ίδια κατεύθυνση δραστηριοποιούνται και οι Συνεταιριστικές Τράπεζες Χανίων, η Συνεταιριστική Τράπεζα Ιωαννίνων κ.α, κάνοντας χρήση των χρηματοδοτικών εργαλείων EaSI της Ε.Ε. και μικροπιστώσεων. Η Συνεταιριστική Τράπεζα Καρδίτσας και πρόσφατα η Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων έχουν λάβει τον τίτλο της Ηθικής Τράπεζας.
Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα, μέχρι στιγμής, δεν έχει εξειδικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες για τις επιχειρήσεις της Κοινωνικής Οικονομίας, όπως έχουν οι τράπεζες σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Περιορίζονται σε προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, σε μια σειρά από δράσεις κοινωνικού / περιβαλλοντικού χαρακτήρα, αλλά αυτές δεν μπορούν να ονομαστούν, ούτε και είναι κοινωνική χρηματοοικονομική.

3. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Όσον αφορά στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, η έννοιά της εμφανίστηκε τη δεκαετία του 1990 στις αγγλοσαξονικές κυρίως χώρες. Όπως στην έννοια της κοινωνικής οικονομίας επίσης καθολικά αποδεκτός εννοιολογικός προσδιορισμός για την κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν υπάρχει.
Οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι αποτέλεσμα ανάληψης πρωτοβουλιών από πολίτες για την

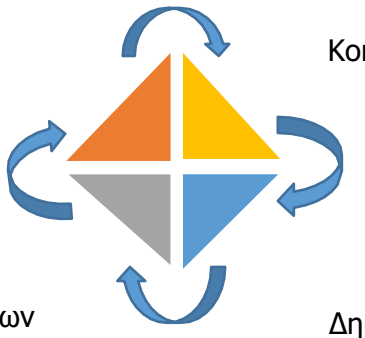
παραγωγή αγαθών και την προσφορά υπηρεσιών με πρωταρχικό τον κοινωνικό σκοπό (όφελος των μελών της κοινότητας) και με περιορισμένη ύπαρξη οικονομικού οφέλους (Defourny, 2001:13, Μητροσύλη, 2007:22-23), δηλαδή αφορά στις πρωτοβουλίες και τα εγχειρήματα τα οποία βασίζονται σε επιχειρηματική δυναμική για την επίτευξη ενός κοινωνικού πρωτίστως σκοπού (Γεώρμας και Κώστας:448).

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις ξεκινούν από ανθρώπους με όραμα και επιμονή (πολλές φορές και από ανθρώπους με ανάγκη), ώστε να επιτύχουν κοινωνική αλλαγή και βιώσιμες κοινωνικές και οικονομικές λύσεις με διάρκεια, σύμφωνα με τις βασικές αρχές της επιχειρηματικότητας (Κατσίκης και Παπαγιαννάκης, 2012).

Σύμφωνα με τους Στραβοσκούφη και Γεώρμα (2013:139-142), οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι μία νέα, καινοτόμα και εναλλακτική μορφή επιχείρησης με σκοπό να επιλύσει τα προβλήματα της λειτουργίας της αγοράς εργασίας αλλά και να καλύψει κενά του δημόσιου και του κοινωνικού τομέα, ενώ παράλληλα, προσπαθούν να καταπολεμήσουν τις καταστάσεις της φτώχειας, του κοινωνικού αποκλεισμού, της ανεργίας κ.ά., της εποχής μας, χρησιμοποιώντας πόρους εντός και εκτός της αγοράς (Γεώρμας και Κώστας:448).

Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα είναι μία από τις ολοένα και δημοφιλέστερες μορφές επιχειρηματικότητας που στοχεύει:
α) στην επίτευξη ενός κοινωνικού σκοπού μέσω της δημιουργίας κοινωνικής αξίας και
β) στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων όπως η προστασία του περιβάλλοντος, η εκπαίδευση, η ανεργία, οι υπηρεσίες υγείας, η φτώχεια, τα ανθρώπινα δικαιώματα, ο ρατσισμός, η ενέργεια, η ανισότητα των φύλων, οι υδάτινοι πόροι, η προστασία των ζώων κ.λ.π

Κοινωνική Επιχειρηματικότητα



Κοινωνικός σκοπός

Επίλυση των Κοινωνικών Προβλημάτων

Δημιουργία κοινωνικής αξίας

Σύμφωνα με ένα γενικό προσδιορισμό, κοινωνική επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζει το ευρύ φάσμα σχέσεων, δράσεων, πρωτοβουλιών και επιχειρηματικών λειτουργιών, που ρητά επιδιώκουν, μεταξύ άλλων, κάποιον κοινωνικό σκοπό και στοχεύουν στην επίλυση, κοινωνικών κυρίως προβλημάτων, τα οποία δε μπορεί να καλύψει το κράτος και δεν επιθυμεί να παρέμβει η αγορά (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2013: 14).

Επιπλέον, η κοινωνική επιχειρηματικότητα διαμορφώνεται ως ένας νέος εναλλακτικός και καινοτόμος θεσμός με σκοπό την επίλυση ζωτικών προβλημάτων λειτουργίας της αγοράς εργασίας, μέσα από την ανάπτυξη δράσεων παραγωγής αγαθών και προσφοράς υπηρεσιών, ενίσχυσης της απασχόλησης, υποστήριξης της επιχειρηματικότητας, παροχής αναγκαίων κοινωνικών υπηρεσιών κ.ά. για τη βελτίωση της κοινωνικής συνοχής, την τοπική ανάπτυξη, την υιοθέτηση νέων ευέλικτων μορφών απασχόλησης, την ανταγωνιστικότητά και τη συνεχή κοινωνική και οικονομική δραστηριότητα της κοινότητας και των μελών της (Borzaga and Defourny, 2001, Χρυσάκης κ.ά., 2002, Γεώρμας, 2013, Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2013).

Μία κοινωνική επιχείρηση κάνει συγκεκριμένες ενέργειες και παρέχει συγκεκριμένες λύσεις που συχνά γίνεται μέσω της εφαρμογής καινοτόμων πρακτικών.

Ωστόσο, τι είναι αυτό που την διαφοροποιεί από την συνηθισμένη επιχείρηση που όλοι γνωρίζουμε;

Σε αυτό το ερώτημα δεν υπάρχει σαφής απάντηση, παρόλα αυτά όμως, μπορεί να προσδιοριστεί ως εξής: κοινωνική επιχείρηση είναι η επιχείρηση που μπορεί να είναι κερδοσκοπική και μη.

Ένα βασικό στοιχείο που διαχωρίζει την κοινωνική από την παραδοσιακή, είναι ότι στοχεύει στην επίλυση συγκεκριμένων κοινωνικών προβλημάτων και όχι μόνο στην επίτευξη οικονομικών αποτελεσμάτων.

Ο κοινωνικός επιχειρηματίας, όπως και στην περίπτωση του κανονικού επιχειρηματία, χρειάζεται να παίρνει ρίσκα, να είναι αποφασισμένος και να αντιμετωπίζει προκλήσεις για να

επιτύχει.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα θεωρείτε ως **συνδυασμός 3 πυλώνων**:

- επιχείρηση,
- κοινωνική δέσμευση και
- κοινωνικές υπηρεσίες.

3.1. Τα χαρακτηριστικά της κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα αποτελεί μια διακριτή μορφή επιχειρηματικότητας για την επίτευξη κοινωνικού σκοπού μέσω της δημιουργίας κοινωνικής αξίας, στοχεύει στην επίλυση σημαντικών κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών προβλημάτων όπως είναι η φτώχεια, ο κοινωνικός αποκλεισμός, η ανεργία, η αδυναμία πρόσβασης σε κοινωνικές υπηρεσίες και υπηρεσίες υγείας, η μόλυνση του περιβάλλοντος κ.ά. και λαμβάνει τόσο κερδοσκοπική όσο και μη κερδοσκοπική μορφή, χωρίς όμως να αλλάζει ο τελικός σκοπός της, δηλαδή η επίτευξη κοινωνικού σκοπού (Κατσίκης και Παπαγιαννάκης, 2012:3).

Σύμφωνα με τον Light (2006:50), όπως παρουσιάζουν οι Κυριακίδου και Σαλαβού (2014:34-35), η κοινωνική επιχειρηματικότητα αναλαμβάνεται και αναπτύσσεται από ένα κάθε άτομο, μία ομάδα, μία οργάνωση, ένα δίκτυο κ.ά., με σκοπό τη βιώσιμη κοινωνική αλλαγή μέσω καινοτόμων ιδεών για την αντιμετώπιση καίριων κοινωνικών προβλημάτων που δεν μπορούν καλυφθούν από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς και περιλαμβάνουν συνδυασμό πόρων με στόχο την αξιοποίηση ευκαιριών για να ικανοποιήσουν τις κοινωνικές ανάγκες που δεν μπορούν καλυφθούν από το δημόσιο ή/και τον ιδιωτικό τομέα (Mair and Marti, 2006:37, όπ. αναφ. οι Κυριακίδου και Σαλαβού, 2014:34-35).

Αντίστοιχα, όπως παρουσιάζουν οι Κυριακίδου και Σαλαβού (2014:34-35), η κοινωνική επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει εκείνες τις λειτουργίες, τις δράσεις και τις διαδικασίες που επιδιώκουν την αξιοποίηση ευκαιριών για την επίτευξη κοινωνικής ευημερίας μέσω της δημιουργίας καινοτόμων νέων ή υφιστάμενων εγχειρημάτων και πρωτοβουλιών (Zahra, Gedajlovic, Neubaum and Shulman, 2009), ενώ ο Yunus (2008), σύμφωνα με τις Κυριακίδου και Σαλαβού (2014:34-35) επίσης, επεκτείνει τα όρια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και τη συνδέει με κάθε κοινωνική πρωτοβουλία και κάθε δράση που

προσπαθεί να βοηθήσει τα άτομα και την κοινωνία της οποίας τα χαρακτηριστικά μπορεί να είναι οικονομικά ή μη οικονομικά, κερδοσκοπικά ή μη κερδοσκοπικά.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα τα τελευταία χρόνια έχει πάρει τη μορφή κοινωνικού κινήματος, για την αντιμετώπιση των αυξανόμενων κοινωνικών προβλημάτων (ανεργία, φτώχεια, κοινωνικός αποκλεισμός κ.ά.), τα οποία το κράτος δεν έχει τη δυνατότητα να επιλύσει, ιδίως κατά τη διάρκεια της τρέχουσας οικονομικής συγκυρίας (οικονομική κρίση), ενώ, από την άλλη μεριά, ο ιδιωτικός τομέας είτε «δεν επιθυμεί» να αναλάβει πρωτοβουλίες, αφού τα οικονομικά οφέλη είναι ελάχιστα, είτε δεν έχει τη δυνατότητα να παρέχει οργανωμένες και ποιοτικές κοινωνικές υπηρεσίες (Κυριακίδου και Σαλαβού, 2014).

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την Κοινωνική Οικονομία (EMES), το 1999, παρουσιάστηκε ότι για να προσδιοριστούν οι κοινωνικές επιχειρήσεις πρέπει να πληρούνται τα ακόλουθα 4 οικονομικά και 5 κοινωνικά χαρακτηριστικά:

Τα οικονομικά χαρακτηριστικά τους είναι (EMES, 1999):
α) η συνεχής παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών από αυτές,
β) ο υψηλός βαθμός διαχειριστικής και διοικητικής τους αυτονομίας,
γ) η ανάληψη επιχειρηματικού και οικονομικού κινδύνου στη λειτουργία τους,
δ) η ύπαρξη αμειβόμενης και ασφαλιζόμενης εργασίας στις δράσεις τους.

Τα κοινωνικά τους χαρακτηριστικά είναι (EMES, 1999):
α) ο στόχος τους να επωφεληθούν από αυτές τα μέλη τους και η κοινότητα,
β) η συλλογική διάσταση της λειτουργίας τους,
γ) η συμμετοχή των μελών τους στις αποφάσεις,
δ) η πολύ-εταιρικότητα τους και
ε) ο περιορισμός στη διανομή του πλεονάσματος και των κερδών τους

Αντίστοιχα, σύμφωνα με τους Γεώρμα και Κώστα (2018:468), η κοινωνική επιχείρηση πρέπει να τηρεί τα παρακάτω κριτήρια:
• να δραστηριοποιείται σε μια επιχειρηματική δραστηριότητα σε σταθερή βάση παράγοντας αγαθά ή/και προσφέροντας υπηρεσίες,
• να διαθέτει καθορισμένο κοινωνικό σκοπό,
• να θέτει αυστηρές προδιαγραφές στη διανομή των κερδών ώστε αυτά να

επανεπενδύονται στην ίδια με στόχο δημιουργία μεγαλύτερου κοινωνικού αντίκτυπου,
• να είναι ανεξάρτητη από το κράτος ή από επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα,
• να διοικείται δημοκρατικά και να συμμετέχουν σε αυτή τόσο οι εργαζόμενοι όσο και όσοι επηρεάζονται από τις εμπορικές της δραστηριότητες (μέλη, εταίροι κ.ά.).

Συνδυαστικά και επιπρόσθετα, για τον προσδιορισμό μιας επιχείρησης ως κοινωνικής θα πρέπει να ικανοποιούνται οκτώ σημαντικά κριτήριά (Σακελλαρόπουλος και Οικονόμου, 2007, όπ. Αναφ. στον Κώστα, 2014:54-55):
1) Ο ανθρωποκεντρικός τους χαρακτήρας με βασικό σκοπό την ικανοποίηση κοινωνικών αναγκών από τη δραστηριότητά τους.
2) Η φιλικότητά τους προς τους εργαζόμενούς τους και η απασχόληση σε αυτές ανέργων που ανήκουν σε ευπαθείς και ευάλωτες κοινωνικές ομάδες.
3) Η απουσία διανομή των κερδών για τα μέλη τους, αλλά η επανεπένδυση τους στην επιχείρηση για τους κοινωνικούς της σκοπούς.
4) Ο συνδυασμός των κοινωνικών και οικονομικών τους στόχων ώστε να εξασφαλίζουν την οικονομική τους βιωσιμότητα με την παράλληλη επίτευξη των κοινωνικών τους στόχων.
5) Η κοινή τους ιδιοκτησία, όχι προς το όφελος κάποιου ιδιώτη, αλλά προς όφελος της κοινότητας.
6) Ο δημοκρατικός και δίκαιος τρόπος λειτουργίας τους και η τήρηση της διαφάνειας στη λήψη των αποφάσεων.
7) Η δυνατότητα παροχής εθελοντικής εργασίας στις δράσεις τους, χωρίς αμοιβή, με αντάλλαγμα προσωπική ηθική ικανοποίηση.
8) Ο προσανατολισμός τους στην τοπική κοινωνία, με στόχο την κοινωνική συνοχή και την οικονομική ανάπτυξη σε τοπικό επίπεδο.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από πολύ-εταιρικότητα καθώς μέλη/συνεταιριστές/μέτοχοι/ιδιοκτήτες μπορεί να είναι φυσικά ή/και νομικά πρόσωπα με διευρυμένη συμμετοχή τους (μισθωτοί, ελεύθεροι επαγγελματίες, εθελοντές, χρήστες υπηρεσιών, δημόσιοι και ιδιωτικοί οργανισμοί κ.ά.) στη λειτουργία και τις δράσεις τους (Μητροσύλη, 2007:22), δημιουργούν νέες ευκαιρίες πρόσβασης στην αγορά εργασίας για άτομα που αδυνατούν να ενταχθούν σε αυτήν με άλλον τρόπο (όπως άτομα που ανήκουν σε ευπαθείς και ευάλωτες κοινωνικές ομάδες, μακροχρόνια άνεργοι, άνεργες γυναίκες, άνεργοι με χαμηλά προσόντα, νέοι ή/και ηλικιωμένοι άνεργοι, μέλη μονογονεϊκών οικογενειών, άτομα με αναπηρίες, πρώην χρήστες ουσιών, αποφυλακισμένοι, μετανάστες

κ.ά.) και διοικούνται με «ανοικτό» τρόπο, δηλαδή με τη συμμετοχή όλων των μερών (μέλη, εργαζόμενοι κ.ά.), δίχως να περιορίζεται η εμπλοκή «χαρισματικών» ηγετών (Defourny 2001: 13, Μητροσύλη 2007: 22-23, Κώστας, 2014, European Commission, 2013:33).

3.2. Μορφές Κοινωνικής Επιχείρησης

Μία κοινωνική επιχείρηση μπορεί να πάρει **οποιαδήποτε μορφή**. Μπορεί να ανήκει δηλαδή σε οποιονδήποτε τομέα.

Στο παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται ένα πρόβλημα (αριστερή στήλη) και ιδέες κοινωνικών επιχειρήσεων στις οποίες μπορούν να εργασθούν οι κοινωνικά ευπαθείς ομάδες (δεξιά στήλη):

Κοινωνικό Πρόβλημα	Κοινωνική Επιχείρηση
Άστεγοι	Επιχείρηση ξενάγησης
Ανεργία Νέων	Καφετέρια/Εστιατόριο
Πρόσφυγες και Αιτούντες Άσυλο	Μανάβικο
Άτομα με ιδιαιτερότητες (ΑΜΕΑ)	Περιοδικό/Εφημερίδα
Ηλικιωμένοι	Κατάστημα ανακύκλωσης
Μειονότητες	Πινακοθήκη/ Γκαλερί

3.3. Αξίες και αντίκτυπο που δημιουργεί μια Κοινωνική Επιχείρηση.

πως σε κάθε επιχείρηση, μία κοινωνική επιχείρηση προσπαθεί να πουλήσει κάποιο προϊόν ή υπηρεσία από την οποία θα έχει έσοδα ώστε να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητά της. Όμως, για να επιτύχει, χρειάζεται να κάνει ξεκάθαρο τον κοινωνικό της σκοπό και την αξία που προσφέρει. Κάποιες από τις αξίες που προσφέρει μία κοινωνική επιχείρηση μπορεί να είναι:

- Αξιοποίηση των κερδών της επιχείρησης για κοινωνικό ή περιβαλλοντικό σκοπό.
- Εύρεση νέων λύσεων στον τρόπο εργασίας για την αντιμετώπιση των κοινωνικών προβλημάτων.
- Εφαρμογή εμπορικών στρατηγικών για την επίτευξη βελτιώσεων στην ανθρώπινη ευεξία και περιβαλλοντική ευημερία.
- Καινοτόμα χρήση επαγγελματικών τεχνολογιών και πόρων.
- Εργασία προσανατολισμένη στους τομείς του περιβάλλοντος, του πολιτισμού κ.λπ.

για άμεσο αντίκτυπο στους ανθρώπους.

- Επαν-ίδρυση των τοπικών κοινοτήτων και επανεπένδυση στις τοπικές οικονομίες.

Εκτός των αξιών, ένα εξίσου σημαντικό στοιχείο μίας κοινωνικής επιχείρησης είναι ο αντίκτυπος. Ως αντίκτυπο, στην συγκεκριμένη περίπτωση, νοείται το αποτέλεσμα της πώλησης των προϊόντων ή υπηρεσιών.

Πιο συγκεκριμένα, ο **αντίκτυπος** μία κοινωνική επιχείρηση μπορεί να είναι:

- Δημιουργία ευκαιριών για εργασία
- Αύξηση της απασχόλησης και διαμοιρασμός της εργασιακής γνώσης στου νέους, προκειμένου να προετοιμαστούν κατάλληλα ώστε να ενταχθούν στο περιβάλλον εργασίας
- Χρήση ενός ποσοστού των κερδών για την οικονομική ενίσχυση των αστέγων ή την ενίσχυση απασχόλησης των τοξικομανών
- Κατ'οίκων παροχή γευμάτων σε ηλικιωμένους και σε άτομα με ιδιαιτερότητες κ.πλ.

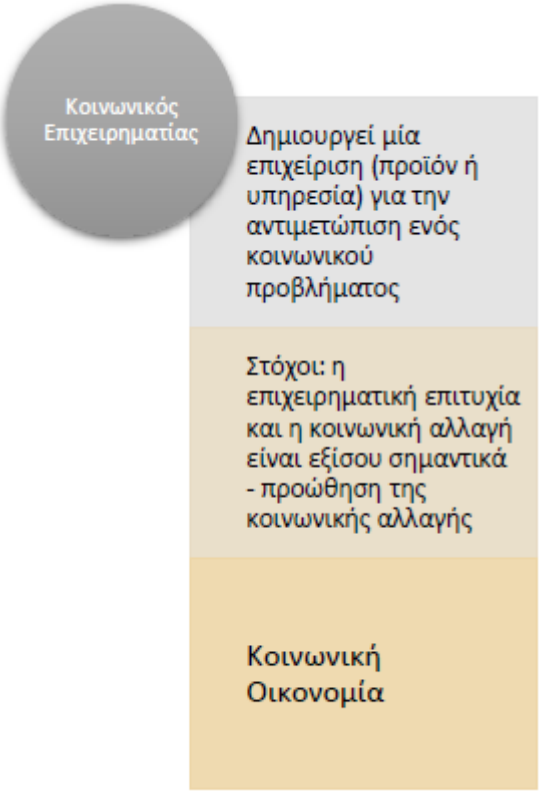
3.4. Κατηγορίες Κοινωνικών Επιχειρηματιών

Όπως αναφέρουν οι Κατσίκης και Παπαγιαννάκης (2012), ο κοινωνικός επιχειρηματίας είναι ο επιχειρηματίας που αναπτύσσει πρωτοβουλία με κοινωνικό σκοπό, ελέγχει το οικονομικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται, πειραματίζεται στα εγχειρήματά του και η διαδικασία λήψης αποφάσεων του γίνεται σε συνθήκες αβεβαιότητας (Prabhu, 1999).

Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τους Γεώρμα και Κώστα (2018:470), κοινωνικός επιχειρηματίας έχει πρωταρχικό κίνητρο τη δημιουργία «κοινωνικής αξίας», δηλαδή δημιουργία προστιθέμενης κοινωνική ωφέλειας προς την κοινότητα στην οποία δραστηριοποιείται, μέσω μιας κοινωνικής, περιβαλλοντικής, πολιτιστικής ή προνοιακής πρωτοβουλίας, με στενή σύνδεση με την ίδια την τοπική κοινωνία. Συνεπώς, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι τα άτομα που μετουσιώνουν νέες ιδέες σε πράξη για την αντιμετώπιση σημαντικών κοινωνικών προβλημάτων χωρίς αντιμετωπίζοντας τα εμπόδια και τις δυσκολίες και συνεχίζοντας να ακολουθούν το όραμά τους και να διαχέουν την ιδέα τους όσο περισσότερο μπορούν (Bornstein, 2004:1-2, όπ. αναφ. οι Κυριακίδου και Σαλαβού, 2014:34-35).

Οι Κοινωνικοί Επιχειρηματίες επιδιώκουν να παράγουν φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα, επικεντρώνονται σε φιλανθρωπικές δραστηριότητες ή προσφέρουν με διάφορους τρόπους στις κοινότητες και στην κοινωνία υιοθετώντας επιχειρηματικά μοντέλα που παρέχουν δημιουργικές λύσεις σε σύνθετα κοινωνικά προβλήματα.

Ο κοινωνικός επιχειρηματίας για να πετύχει τον σκοπό του χρησιμοποιεί τις συμβατικές επιχειρηματικές αρχές και δεν διαφοροποιείται ως προς τα μέσα που χρησιμοποιεί για να πετύχει τους κοινωνικούς σκοπούς του. Η βασική ιδιαιτερότητα και διαχωρισμός του από το «συμβατικό επιχειρηματία» είναι, πως δημιουργεί μια επιχείρηση με πρωταρχικό στόχο την κοινωνική αλλαγή ή/και την κοινωνική βελτίωση και όχι αποκλειστικά για το οικονομικό όφελος (Κατσίκης και Παπαγιαννάκης, 2012). Αντίστοιχα, όπως αναφέρουν οι Κυριακίδου και Σαλαβού (2014:34-35), οι κοινωνικοί επιχειρηματίες έχουν τα ίδια βασικά χαρακτηριστικά με τους συμβατικούς επιχειρηματίες (δημιουργικότητα, γνώσεις, δεξιότητες, ικανότητα, ποιότητα, θέληση, αποδοτικότητα, αποτελεσματικότητα, ισχυρή ηθική στάση κ.ά. (Drayton, 2002:124), ενώ από την άλλη μεριά διαφοροποιούνται από τους συμβατικούς επιχειρηματίες λόγω της προτεραιότητας της κοινωνικής τους αποστολής (Dees, 2001:2).



3.5. Χαρακτηριστικά κοινωνικού Επιχειρηματία

Κάθε επιχειρηματίας χρειάζεται να θέσει έναν στόχο, τον οποίο μπορεί να επιτύχει με συγκεκριμένες ενέργειες. Σε ορισμένες περιπτώσεις, η επίτευξη ενός στόχου απαιτεί πολύ χρόνο. Έχοντας μία ιδέα και έναν στόχο ο επιχειρηματίας μπορεί να καθορίσει τα μονοπάτια που πρέπει να ακολουθήσει.

Παρόλο που δεν υπάρχει συγκεκριμένο προφίλ του κοινωνικού επιχειρηματία, ορισμένα χαρακτηριστικά του είναι τα ακόλουθα (Austin et. al, 2006):

• δημιουργεί τόσο κοινωνική όσο και οικονομική αξία για τη βιωσιμότητα της επιχειρηματική του δράσης,

• επικοινωνεί το όραμα και τους στόχους του στα μέλη και την κοινότητα ώστε κατανοήσουν την ορθότητα και τη χρησιμότητά τους ώστε να κερδίζει τη συμπαράσταση ατόμων ή ενδιαφερομένων ομάδων (όπως είναι οι εργαζόμενοι της επιχείρησης, οι επενδυτές, η τοπική κοινωνία, το κράτος κ.α.), υιοθετώντας τις προτάσεις και τις υποδείξεις τους για την επιτυχία της κοινωνικής επιχείρησης,

• κινητοποιεί και ενεργοποιεί διαφορετικά συμφέροντα και κίνητρα (αλλά και ανάγκες) καθώς μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών και ομάδων υπάρχουν αντικρουόμενα συμφέροντα, η μη ικανοποίηση των οποίων, μπορεί να οδηγήσει σε αποτυχία των δράσεων της κοινωνικής επιχείρησης,

• ενθαρρύνει (και δεν έρχεται σε αντίθεση με) τις προσπάθειες άλλων κοινωνικών δράσεων και δεν προσπαθεί να ενισχύσει μόνο τη δική του πρωτοβουλία και επιτυχία καθώς, όπως αναφέρθηκε, πρωταρχικός σκοπός του δεν είναι το οικονομικό όφελος αλλά η βελτίωση των κοινωνικών συνθηκών, με αποτέλεσμα οι κοινωνικές δράσεις άλλων επιχειρηματιών να μην είναι ανταγωνιστικές αλλά συμπληρωματικές και θεμιτές.

Σύμφωνα με την Αδάμ (2014:19-22), βασικά προαπαιτούμενα συγκρότησης μίας ιδρυτικής ομάδας κοινωνικών επιχειρηματιών για την επιτυχία σύστασης και τη βιώσιμη ανάπτυξη μίας κοινωνικής επιχείρησης είναι τα ακόλουθα:

▪ οι κοινές αξίες, η κοινή αντίληψη, τα κοινά κίνητρα και οι κοινοί σκοποί/στόχοι τους,

▪ οι κοινές προσδοκίες και τα αναμενόμενα αποτελέσματα που επιδιώκουν,

▪ η δέσμευση τους για τη τήρηση του δημοκρατικού και συνεταιριστικού πλαισίου λειτουργίας τους,

▪ το να διαθέτουν ή να έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν γνώσεις, δεξιότητες, ικανότητες

και τεχνογνωσία σύστασης, ανάπτυξης και επιτυχίας βιωσιμότητας μίας κοινωνικής επιχείρησης,

▪ η υιοθέτηση συγκεκριμένων κριτηρίων και διαδικασιών εγγραφής και εισόδου νέων μελών,

▪ η τήρηση συγκεκριμένων προδιαγραφών για τη διαδικασία επιλογής εργαζομένων και συνεργατών,

▪ η δυνατότητα εμπλοκής στις δραστηριότητες της κοινωνικής επιχείρησης άλλων εταίρων, μελών, εθελοντών ή/και της τοπικής κοινότητας,

▪ η σωστή και δίκαιη κατανομή εργασιών (καταμερισμός εργασιών) για την ίδρυση, λειτουργία και ανάπτυξη της επιχείρησης.

Τέλος, συνδυαστικά και επιγραμματικά, τα βασικά χαρακτηριστικά του κοινωνικού επιχειρηματία είναι (Brooks, 2010):

▪ η οραματικότητα, η δημιουργικότητα και η καινοτομικότητα του,

▪ ο προσανατολισμός του σε κοινωνικούς σκοπούς και η κοινωνική του ευαισθησία,

▪ η αξιοπιστία, η ευθύνη, η θετική του σκέψη και η αποτελεσματικότητά του,

▪ η ανάληψη οικονομικού κινδύνου και ρίσκου για την κοινωνική αλλαγή,

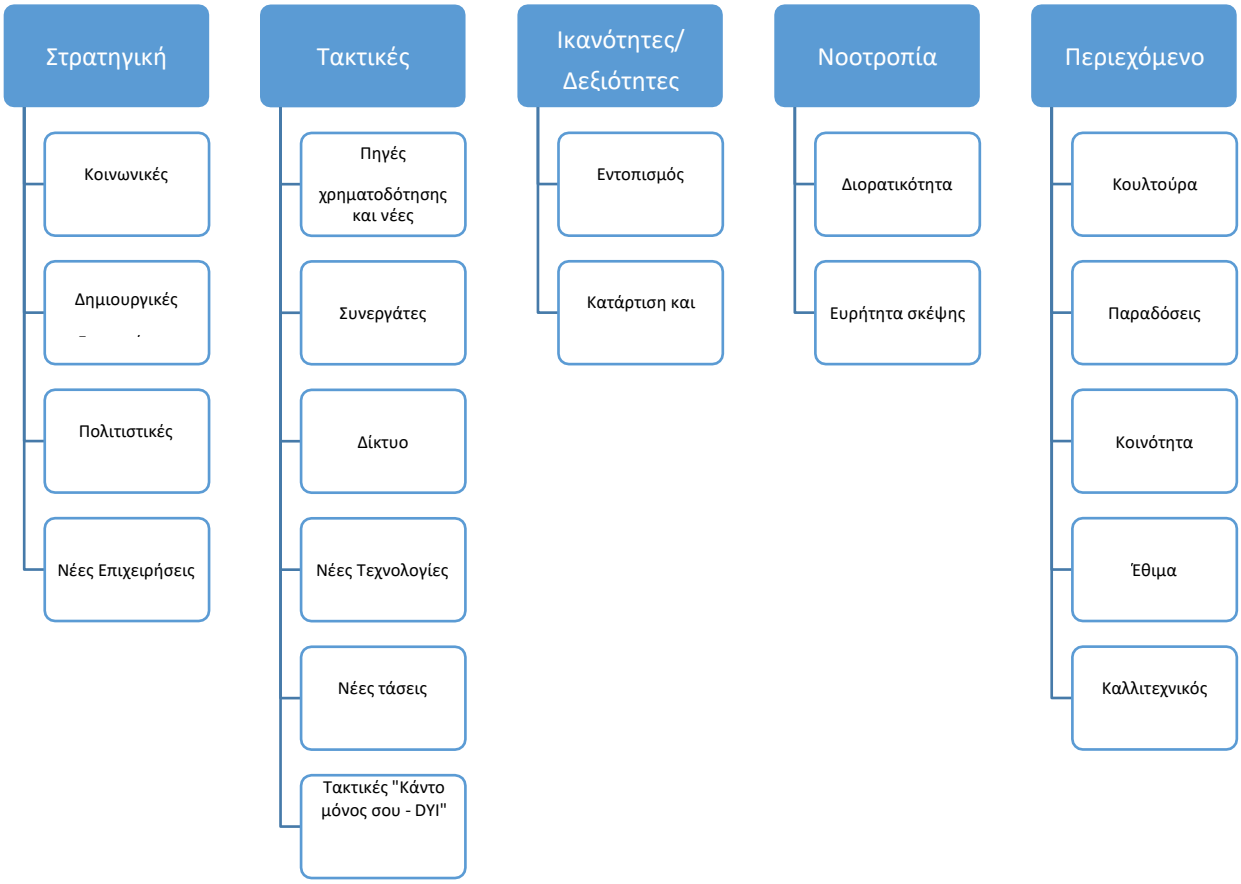
▪ η διοικητική και διαχειριστική του αυτονομία και ανεξαρτησία,

▪ η τήρηση από μέρους του των κοινωνικών αξιών, όπως της δημοκρατίας, της δικαιοσύνης, της ισότητας, της αλληλεγγύης, της συλλογικότητας κ.ά.

Ορισμένες από τις δεξιότητες που χρειάζεται να έχει ένας κοινωνικός επιχειρηματίας είναι:

Δημιουργικότητα	**Επικοινωνία**	**Κριτική και Σχεδιαστική Σκέψη**	**Επιχειρηματική Αφήγηση**
Πάθος	Ενσυναίσθηση και Αυτογνωσία	Διορατικότητα	Λήψη Αποφάσεων
Αυτο-παρακίνηση και Αυτοπεποίθηση	Ομαδική εργασία και Συνεργασία	Προσήλωση στον στόχο	Διαχείριση Χρόνου και Στρες
Αισιοδοξία	Δικτύωση και Οικοδόμηση Σχέσεων	Ευελιξία	Νοοτροπία Ανάπτυξης
Θετικό όραμα και αποστολή	Καινοτομία και Ανάληψη Ρίσκου	Δυνατότητα παρακίνησης, καθοδήγησης και υποστήριξης άλλων	Ψηφιακή γνώση, επιθυμία και ικανότητα συνεχούς μάθησης

3.6. Διαστάσεις Επιχειρηματικότητας



4. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΙΔΕΩΝ

4.1. Διαδικασία Ανάπτυξης Ιδεών

Η αναζήτηση ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας μπορεί να μοιάζει δύσκολη κάποιες φορές. Μία επιχείρηση ξεκινά από μία ιδέα. Κατά τη διάρκεια της ζωής σας, πολλές ιδέες ενδέχεται να έχουν περάσει από το μυαλό σας. Τεχνικές όπως ο καταιγισμός ιδεών και η σχεδιαστική σκέψη θα σας βοηθήσουν να έρθετε πιο κοντά στο όραμα, την αποστολή και το πάθος σας.

Πως να βρείτε ιδέες για ένα νέο προϊόν ή μία υπηρεσία;

1. Ξεκινήστε με ότι έχετε

Ιδεοκαταιγισμός: Ξεκινήστε να καταγράφετε όλες τις ιδέες που σας έρχονται στο μυαλό. Στη συνέχεια, αφιερώστε λίγο χρόνο στην κάθε ιδέα, αξιολογήστε την και βρείτε πιθανές δυνατότητες για ανάπτυξη.

Ιδέες που έχετε ήδη: Μπορεί να είναι μία ιδέα που έχετε στο μυαλό σας εδώ και καιρό ή ακόμη και χρόνια. Γιατί να μην δοκιμάσετε;

Σκεφτείτε βάση της εμπειρίας που έχετε: Μπορεί να έχετε κάποιο ταλέντο ή ένα σύνολο από επαγγελματικές εμπειρίες και ικανότητες που σας κάνουν εμπειρογνώμονα σε ένα συγκεκριμένο αντικείμενο και σας επιτρέπει με αυτόν τον τρόπο να εισέλθετε στην αγορά πιο εύκολα και γρήγορα. Καταγράψτε αυτές σας τις εμπειρίες και μάθετε πως μπορείτε να τις μετατρέψετε σε ιδέες.
Στεφτείτε βάση των ενδιαφέροντων σας: Το πάθος σας για κάτι είναι η πιο ισχυρή - κινητήρια - πηγή ιδεών γιατί σας επιτρέπει να ασχοληθείτε και να κάνετε αυτό που σας αρέσει. Υπάρχει ένα ρητό που λέει "αν αγαπάς αυτό που κάνεις δεν θα χρειαστεί να δουλέψεις ούτε μία μέρα στη ζωή σου".

2. Αναζητήστε ιδέες στην κοινότητά σας
- Δώστε προσοχή σε αυτά που συζητούν τα άτομα της κοινότητας και καταγράψτε τους πιο συχνούς προβληματισμούς. Οι τοπικές εφημερίδες μπορούν επίσης να αποτελέσουν μια μεγάλη πηγή πληροφοριών.
- Αναζητήστε για ιδέες γύρω από το σπίτι σας, τη γειτονιά, τη δουλειά σας και την καθημερινή σας ζωή. Στεφτείτε ποια προϊόντα θα κάνουν την ζωή σας πιο εύκολη. Υπάρχει κάτι που να είναι δύσκολο να βρεθεί στην τοπική αγορά; Υπάρχει κάτι που κάνει την κοινότητά σας να ξεχωρίζει το οποίο μπορείτε να μοιραστείτε και σε άλλες κοινότητες;
- Μια καλή πηγή ιδεών είναι συνήθως οι ιδέες που προσφέρουν λύση στα προβλήματα των ανθρώπων. Ένα προϊόν ή μία υπηρεσία που βοηθά τους ανθρώπους να επιλύσουν ορισμένα από τα προβλήματά τους ή να βελτιώσουν τον τρόπο ζωής τους είναι μία εξαιρετική πηγή για την δημιουργία και ανάπτυξη ιδεών.

3. Ακολουθήστε τις τάσεις των καταναλωτών
Το να ακολουθείτε τις τάσεις των καταναλωτών είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να μάθετε προς τα που να κατευθυνθείτε, ώστε το προϊόν σας να μπει στην αγορά. Με αυτόν τον τρόπο μπορείτε να βρείτε ακόμη και νέες κατηγορίες προϊόντων που ενδεχομένως να μην φανταζόσασταν.
Μία εξίσου σημαντική πηγή εξερεύνησης τάσεων των καταναλωτών είναι τα ταξίδια. Ταξιδεύοντας, σας δίνεται η δυνατότητα να παρατηρήσετε τις τάσεις που υπάρχουν στον κόσμο δημιουργώντας μεγαλύτερη πηγή έμπνευσης ιδεών.

4. Δείτε τι υπάρχει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Τα κοινωνικά μέσα και τα μέσα δικτύωσης όπως είναι το Facebook, το Instagram, το eBay, η Amazon κ.πλ. αποτελούν μία εξίσου σημαντική πηγή από την οποία μπορείτε να αντλήσετε ιδέες για προϊόντα ή υπηρεσίες.

5. Σχεδιαστική Σκέψη

Η σχεδιαστική σκέψη είναι μία τεχνική που σας βοηθά να κατανοήσετε την πλευρά του χρήστη, να εντοπίσετε τις προκλήσεις και να επαναπροσδιορίσετε ένα πρόβλημα προκειμένου να δημιουργήσετε νέες προσεγγίσεις στη λύση του.

4.2. Επιχειρηματικό Μοντέλο

Το επιχειρηματικό μοντέλο είναι μία μέθοδος διαμόρφωσης επιχείρησης, η οποία αξιοποιεί τους διαθέσιμους πόρους για να παρέχει λύσεις σε προβλήματα και ανάγκες πελατών. Συγκεκριμένα, ένα επιχειρηματικό μοντέλο μπορεί να απεικονίζει με συγκεκριμένο τρόπο το πως η κοινωνική επιχείρηση διαθέτει τα προϊόντας της, το κοινωνικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει και τον τρόπο διανομής των κερδών της.

4.3. Επιχειρηματικός Καμβάς

Ο καμβάς για κοινωνικές επιχειρήσεις είναι ένα πολύ χρήσιμο επιχειρηματικό εργαλείο. Περιγράφει και παρουσιάζει εν συντομία όλο το επιχειρηματικό περιβάλλον μίας επιχείρησης. Βοηθά, επίσης, στη διαδικασία διαμόρφωσης του επιχειρηματικού σας σχεδίου (θα το εξετάσουμε στην επόμενη υπο-ενότητα).

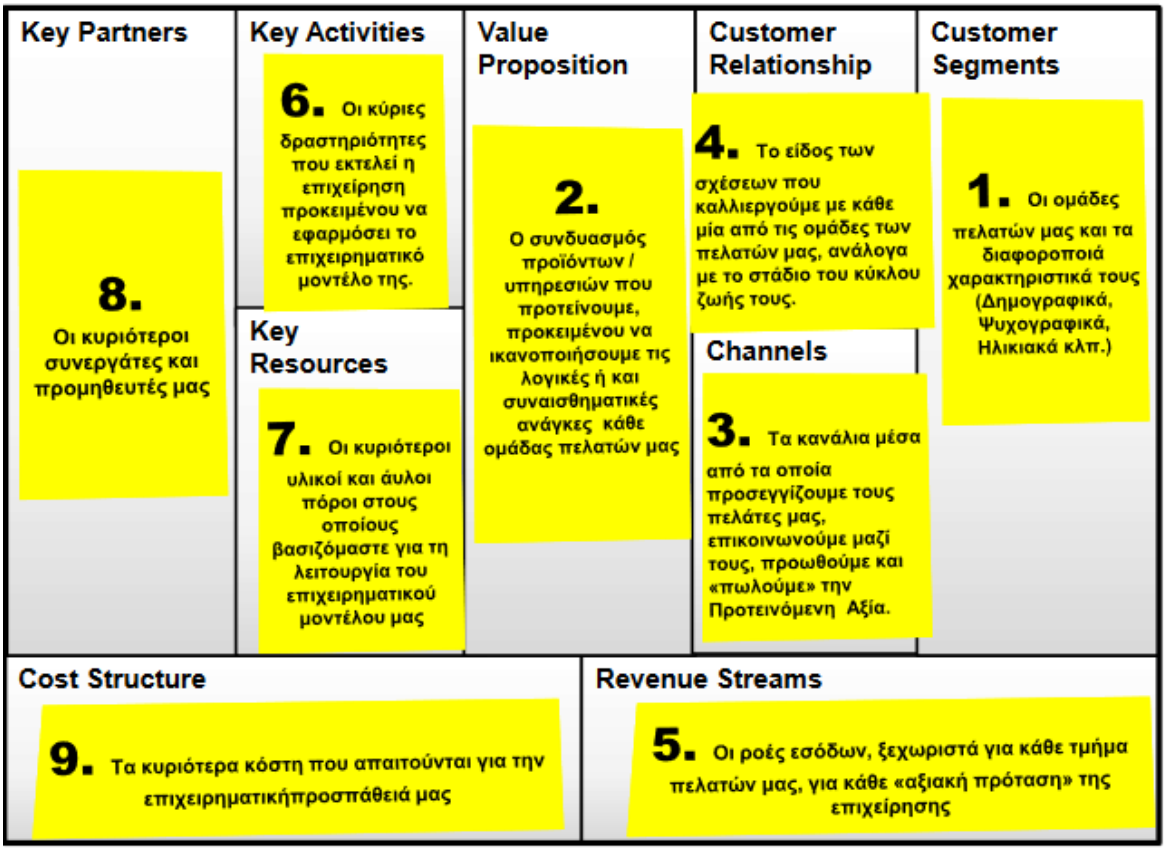
Ο καμβάς δημιουργήθηκε από τον Alexander Osterwalder το 2010. Σας επιτρέπει να επικεντρωθείτε στον στρατηγικό, το λειτουργικό και διαχειριστικό τομέα της επιχείρησης.

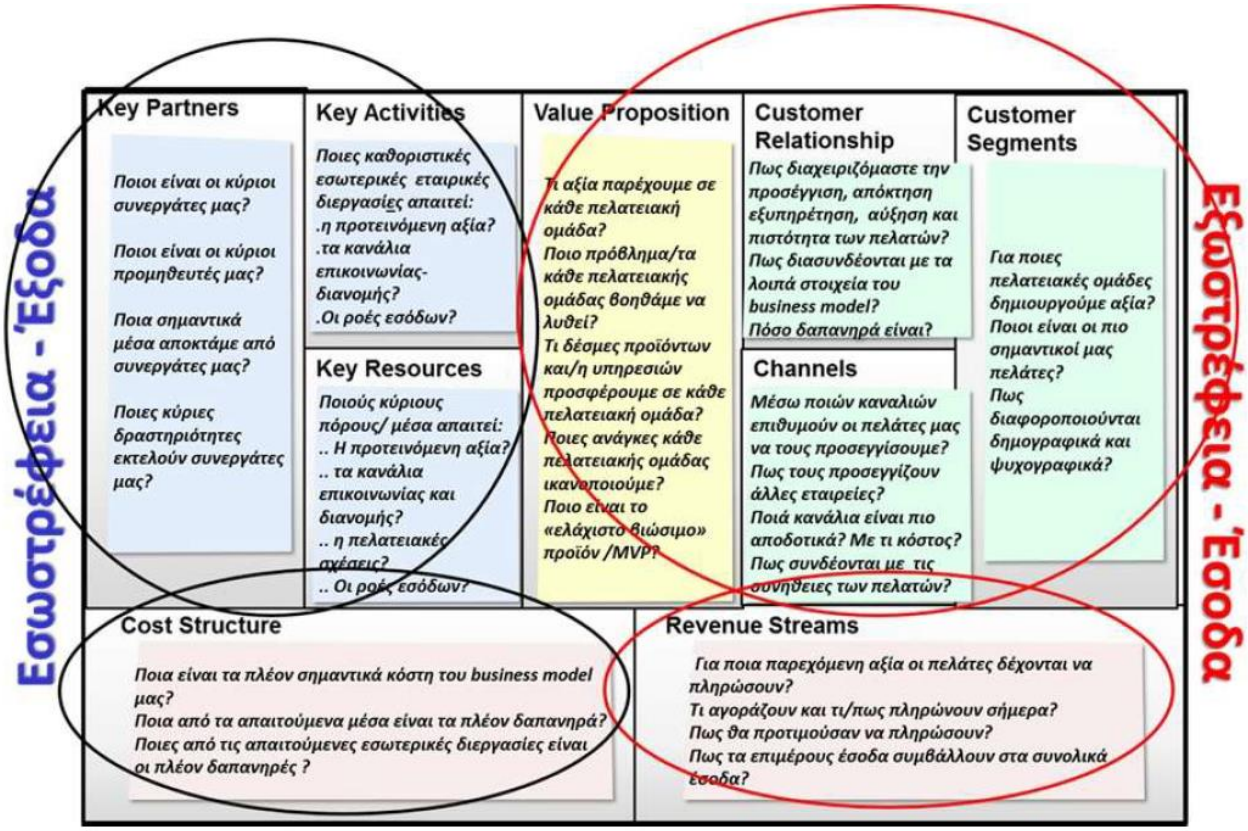
Για αυτό το λόγο ο καμβάς αποτελείται από 9 μπλοκ. Κάθε μπλοκ διαθέτει ερωτήσεις που θα σας βοηθήσουν να εξερευνήσετε σε βάθος την ιδέα σας λαμβάνοντας υπόψιν κάποιες παραμέτρους.

Το Business Model Canvas καθοδηγεί τον επιχειρηματία «υποχρεωτικά» να ακολουθήσει την πελατοκεντρική αυτή προσέγγιση, με τις 4 ενότητες του

1. Value Proposition
2. Customer Segments
3. Customer Relationships
4. Channels

όπου τα 4P (Product, Place, Price, Promotion) μετασχηματίζονται με βάση το SAVE σε 4Π (Πελάτες, Προτεινόμενη αξία, Πρόσβαση, Πελατειακές σχέσεις).





Βασικοί Συνεργάτες: αναφέρεται σε όλες τις εταιρίες, οργανισμούς, δημόσιους ή ιδιωτικούς, μεωμομένα άτομα ή ενώσεις που θα βοηθήσουν την επιχείρησή σας να αποκτήσει πόρους ώστε να θέση σε εφαρμογή κάποιες από τις δραστηριότητές της.

Βασικές δραστηριότητες: πρόκειται για τις πιο σημαντικές ενέργειες που πρέπει να κάνει η επιχείρηση για να λειτουργήσει.

Βασικοί πόροι: επιτρέπουν σε μία επιχείρηση να δημιουργήσει και να προσφέρει μία προστιθέμενη αξία, να προσεγγίσει αγορές, να δημιουργήσει και να διατηρήσει σχέσεις με τους πελάτες και να αποκτήσει έσοδα. Οι πόροι μπορεί να είναι φυσικοί, οικονομικοί, ανθρώπινοι ή άυλοι. Μπορεί, επίσης, να ανήκουν στην ίδια την επιχείρηση, να μισθώνονται από την επιχείρηση ή να αποκτώνται από τους βασικούς συνεργάτες.

Προστιθέμενη αξία: λύνει το πρόβλημα ενός πελάτη ή ικανοποιεί τις ανάγκες του.

Αγορές στόχοι: πρόκειται για την τμηματοποίηση των πιθανών πελατών ακολουθώντας ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά που ενδέχεται να έχουν, όπως κοινές ανάγκες, συμπεριφορές ή άλλα χαρακτηριστικά.

Σχέσεις με πελάτες: δημιουργεί το είδος σχέσης που επιθυμεί να έχει η επιχείρηση με τους πελάτες. Οι σχέσεις μπορεί να κυμαίνονται από προσωπικές μέχρι αυτοματοποιημένες.

Κανάλια επικοινωνίας: καθιστά το προϊόν ή την υπηρεσία ορατή στους πελάτες. Τα κανάλια παίζουν σημαντικό ρόλο στην εμπειρία των πελατών.

Κάποιες από τις λειτουργίες που εξυπηρετούν τα κανάλια είναι:

• Ενημερώνουν τους πελατές σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της επιχείρησης

• Βοηθούν τους πελάτες να αξιολογήσουν την προστιθέμενη αξία που προσφέρει η επιχείρηση

• Επιτρέπουν στους πελάτες να αγοράζουν συγκεκριμένα προϊόντα και υπηρεσίες

• Προωθούν την λύση που προσφέρουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες στα προβλήματα ή τις ανάγκες των πελατών

Δομή κόστους: περιγράφει τα πιο σημαντικά κόστη που προκύπτουν κατά τη λειτουργία της επιχείρησης.

Ροή εσόδων: περιγράφει τα έσοδα που προκύπτουν από τις δραστηριότητες της επιχείρησης.

4.4. Απο την Επιχειρηματική Ιδέα στο Επιχειρηματικό Σχέδιο

4.5. Δημιουργία Επιχειρηματικού Σχεδίου

Η διαδικασία δημιουργίας ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι μία καλή ευκαιρία για να σκεφτείτε προσεκτικά το κάθε βήμα που θα κάνετε για να ανοίξετε τη δική σας κοινωνική επιχείρηση.

Αυτή είναι η ευκαιρία σας να ανακαλύψετε τυχόν αδυναμίες στην επιχειρηματική σας ιδέα, να εντοπίσετε τις ευκαιρίες που ίσως δεν είχατε σκεφτεί ότι μπορεί να υπάρχουν και να σχεδιάσετε πώς θα αντιμετωπίσετε τις προκλήσεις που ενδέχεται να προκύψουν. Ένα καλογραμμένο επιχειρηματικό σχέδιο θα σας βοηθήσει να επικεντρωθείτε στο στόχο και την αποστολή σας, να βάλετε προτεραιότητες και να δημιουργήσετε εργασίες, να αναπτύξετε και να γνωστοποιήσετε την ιδέα σας στους πελάτες και σε όσους ενδιαφέρονται για αυτήν.

Συνεπώς, ένα επιχειρηματικό σχέδιο χρειάζεται να είναι σαφές και πλήρες, ώστε οποιοδήποτε άτομο εξωτερικά της επιχείρησης να μπορεί να το καταλάβει.

Παρακάτω παρουσιάζετε το βασικό σκελετό ενός επιχειρηματικού σχεδίου.

1. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ – ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα περιεχόμενα και η περίληψη δε θα πρέπει να ξεπερνούν τη μία με δύο σελίδες το πολύ. Καλό θα είναι οι σελίδες αυτές να παρουσιάζονται ξεχωριστά από το υπόλοιπο σχέδιο. Θα πρέπει να υπογραμμισθεί ότι τα περιεχόμενα παρουσιάζουν σε τίτλους τα κύρια σημεία που περικλείονται στο επιχειρηματικό σχέδιο. Αρκετές τράπεζες ή επενδυτικές εταιρείες που πρόκειται να χρηματοδοτήσουν προγράμματα επενδύσεων που περιγράφονται στο επιχειρηματικό σχέδιο, ζητούν πρώτα να δουν αυτές τις μία ή δύο σελίδες των περιεχομένων και της περίληψης. Αν τους ενδιαφέρει η επένδυση ζητούν και το υπόλοιπο

επιχειρηματικό σχέδιο. Επομένως, η περίληψη και τα περιεχόμενα του επιχειρηματικού σχεδίου θα πρέπει αναλυτικά να παρουσιάζονται όπως παρακάτω:

Α) ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

--- Επωνυμία Επιχείρησης

--- Κλάδος Δραστηριότητας

--- Αντικείμενο Εργασιών

--- Έτος Ίδρυσης

--- Νομική Μορφή Επιχείρησης.

Β) ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

--- Τίτλος του επιχειρηματικού σχεδίου

--- Σύντομη περιγραφή του προτεινόμενου επιχειρηματικού σχεδίου

2. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ Ο ΚΛΑΔΟΣ ΟΠΟΥ ΘΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΘΕΙ.

Το μήμα αυτό του επιχειρηματικού σχεδίου είναι πολύ σημαντικό διότι παρουσιάζει την εικόνα της επιχείρησης διαχρονικά στα μάτια των υποψήφιων επενδυτών. Στο τμήμα αυτό του επιχειρηματικού σχεδίου περιλαμβάνει:

--- **Τον σκοπό & συνοπτική περιγραφή της επιχείρησης και ανάληψης επιχειρηματικής δέσμευσης** (περιγραφή του σκοπού, της βασικής ιδέας πάνω στην οποία στηρίζεται η επιχείρηση).

--- **Στόχοι της Επιχείρησης** (αναφέρονται αναλυτικά και οριοθετούνται οι στόχοι της επιχείρησης, τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά).

3. ΤΡΟΠΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ.

Σε αυτή την ενότητα η επιχείρηση αναφέρει τον τρόπο με τον οποίο θα χρηματοδοτήσει την έναρξη της παραγωγικής της διαδικασίας, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα ή πώς προβλέπει να χρηματοδοτήσει μία καινοτομία , που ενδεχομένως έχει βρει και θέλει να αναπτύξει:

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

	Έτος 1ο	Έτος 2ο	Έτος 3ο	Σύνολο
Ίδια Κεφάλαια				
Ίδια Κεφάλαια %				
Δάνεια τραπεζών εσωτερικού				
Δάνεια τραπεζών εσωτερικού %				
Επιχορήγηση Δημοσίου				
Επιχορήγηση Δημοσίου %				
Σύνολα				
Σύνολα %				

3. ΠΡΩΤΟΤΥΠΙΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ.

Σε αυτό το σημείο του επιχειρηματικού σχεδίου αναφέρεται η καινοτομία που ενδεχομένως έχει ανακαλυφθεί και που θα οδηγήσει την επιχείρηση να παράγει ένα νέο προϊόν, ή να επεκτείνει τις δραστηριότητές της ή ενσωματώνει υψηλή τεχνολογία ή τεχνογνωσία ή εν τέλει οτιδήποτε νέο που θα δώσει στην επιχείρησή μας ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των υπολοίπων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ίδιο κλάδο. Επίσης θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στη μοναδικότητα του προϊόντος που το καθιστά και ανταγωνιστικό στα πλαίσια της αγοράς. Στα πλαίσια αυτής της προσέγγισης μπορεί να δοθεί έμφαση στα ποιοτικά standards, στο χαμηλό κόστος παραγωγής κλπ.

4.ΑΓΟΡΑ

Είναι σημαντικό να οριστεί επακριβώς το κομμάτι της αγοράς που η επιχείρηση θα προσπαθήσει να προσελκύσει. Να βρεθεί το «target group» των καταναλωτών στους οποίους στοχεύει. Οι νέες τεχνολογίες και οι ιδιοφυείς ανακαλύψεις πολλές φορές μπορεί να είναι άχρηστες χωρίς την ύπαρξη καταναλωτικού κοινού που θα ενδιαφερθεί για το καινοτόμο προϊόν. Στα πλαίσια του τμήματος αυτού προκύπτει:

--- **Η τμηματοποίηση της Αγοράς** (σε ποιο αγοραστικό κοινό απευθύνεται το προϊόν της εταιρείας και γιατί)

---**Ανάλυση του τόπου εγκατάστασης** (αιτιολόγηση του τόπου εγκατάστασης της Επιχείρησης, τι πλεονεκτήματα προσδίδει το συγκεκριμένος μέρος που θα επιλεχθεί)

--- **Ανταγωνισμό που έχει να αντιμετωπίσει η εταιρεία από τις άλλες επιχειρήσεις** (αναφέρεται η τρέχουσα κατάσταση, η πιθανή αντίδραση των ανταγωνιστών στην εμφάνιση της δικής μας επιχείρησης και πώς σκοπεύει να τους αντιμετωπίσει, ποιες διαθέσιμες αξιόπιστες πληροφορίες υπάρχουν για το άμεσο μέλλον κτλ)

--- **Χαρακτηριστικά και συνολική εκτίμηση του κλάδου και θέση της επιχείρησης σε αυτόν** (αξιολόγηση του κλάδου και της αγοράς μέσα στην οποία δραστηριοποιείται η εταιρεία και περιγραφή της εξέλιξης που αναμένεται να έχει ο συγκεκριμένος κλάδος τα επόμενα χρόνια).

--- SWOT ANALYSIS. Η SWOT Analysis μας προσδιορίζει τα Πλεονεκτήματα / Μειονεκτήματα και τις Ευκαιρίες / Απειλές που αντιμετωπίζει η επιχείρηση από το ευρύτερο χρηματοοικονομικό περιβάλλον και από τις άλλες επιχειρήσεις του κλάδου. Συνήθως παρουσιάζεται σε μορφή πίνακα όπως φαίνεται παρακάτω:

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	**ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ**
• **……** • **…….** • **……**	• **…….** • **…….** • **……..**
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	**ΑΠΕΙΛΕΣ**
• ……. • ……. • …….	• …….. • …….. • ……..

5. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Σε αυτή την ενότητα περιγράφουμε το προϊόν ή τις υπηρεσίες που θα προσφέρει η επιχείρηση, τα χαρακτηριστικά του προϊόντος και αναλύουμε τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που πιθανώς να στοιχειοθετούν τη μοναδικότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Επίσης σε αυτό το σημείο ορίζεται επίσης η πιθανή γκάμα των προϊόντων που θα προσφέρονται.

6. ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Σε αυτό το κομμάτι του επιχειρησιακού σχεδίου παρέχονται όλες οι πληροφορίες για το πώς θα τελεστεί η παραγωγική διαδικασία και πως θα λειτουργήσει η γραμμή παραγωγής, ενώ αναφέρονται και τα πιθανά προβλήματα που ενδεχομένως παρουσιαστούν από τη χρήση νέων τεχνολογιών. Πιο αναλυτικά:

--- Περιγραφή της παραγωγικής διαδικασίας. Αναφερόμαστε στα στάδια παραγωγής και την οργάνωση της παραγωγικής διαδικασίας ή του τρόπου σχεδιασμού και υλοποίησης της προσφερόμενης υπηρεσίας ?(εάν πρόκειται για την παροχή υπηρεσιών).

--- Προμηθευτές. Αναφέρουμε τους προμηθευτές που έχει εντοπίσει η επιχείρησή μας προκειμένου να προμηθευτεί τις πρώτες ύλες που είναι απαραίτητες για την παραγωγή του προϊόντος της. Επιπλέον αναφέρουμε τη σχέση της επιχείρησής μας με τους προμηθευτές όσον αφορά κάποιους διακανονισμούς που πιθανώς μπορεί να λάβουν χώρα για την αποπληρωμή τους.

--- Προσωπικό Παραγωγής. Διατυπώνουμε αναλυτικά τι προσωπικό θα απασχοληθεί για την παραγωγή του νέου προϊόντος, τι ειδικότητας εργατικό προσωπικό χρειάζεται να προσληφθεί, με τι δεξιότητες και το συνολικό αριθμό των ατόμων που θα απασχοληθούν.

--- Οργανόγραμμα. Η συνηθέστερη μέθοδος ομαδοποίησης των λειτουργιών που κάθε άτομο αναλαμβάνει μέσα στην επιχείρηση γίνεται με το οργανόγραμμα. Μέσα από αυτό φαίνεται η κάθε κατηγορία λειτουργιών που αναλαμβάνει ο καθένας όπως: η προώθηση των πωλήσεων, η οικονομική διαχείριση, ο υπεύθυνος προσωπικού, οι πωλητές κτλ.

--- Ανάλυση παραγωγικού εξοπλισμού. Αν σε αυτό το σημείο τι εξοπλισμός χρειάζεται να αποκτηθεί προκειμένου να ξεκινήσει η παραγωγική διαδικασία.

7. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΉ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ ΜΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

--- Προσδιορισμός τιμών πώλησης. Περιγράφουμε την τιμολογιακή πολιτική που προτίθεται να ακολουθήσει η επιχείρηση, τη διαμόρφωση των τιμών της σε σχέση με τον ανταγωνισμό και τους στόχους της για προσέλκυση και ικανοποίηση των πελατών.

--- Στρατηγική Πωλήσεων και Διανομής. Συγκεκριμενοποιούμε τους στόχους που έχουμε θέσει για τις πωλήσεις ανά προϊόν της εταιρείας, με ποιο τρόπο διατίθεται να προωθήσει τα προϊόντα στην αγορά, πιθανές συνεργασίες με άλλες παρεμφερείς ή συμπληρωματικές επιχειρήσεις, ως προς το αντικείμενο της δικής μας επιχείρησης. Τέλος, αναφέρουμε πιθανές εξαγωγές του προϊόντος στο εξωτερικό.

--- Πλάνο Προώθησης και Επικοινωνίας. Αναφέρουμε πώς σκοπεύει η εταιρεία να προωθήσει το προϊόν της (π.χ διαφήμιση), το χρονοδιάγραμμα και το κόστος της διαφημιστικής καμπάνιας.

8. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

---ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΕΝΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ

Στοιχεία Κόστους	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος
Εξοπλισμός			
Μισθοδοσία			
Υπηρεσίες τρίτων			
Ενοίκιο			
Διάφορα λειτουργικά έξοδα			
Διαφήμιση			
Ασφάλεια κτιρίου			
Έξοδα μετακινήσεων			
Πάγια έξοδα λειτουργίας			
Μεταφορικά μέσα			
Διάφοροι φόροι			
Χρεωστικοί τόκοι			

Σύνολα			

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΝΑΡΞΗΣ

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	ΠΟΣΑ
Υπηρεσίες τρίτων	
Άδεια λειτουργίας	
Ενοίκιο	
Κόστος προσωπικού	
Βελτιωτικά έργα	
Φωτεινή επιγραφή	
Εξοπλισμός	
Μεταφορικά μέσα	
Λοιπός εξοπλισμός (Υ/Τ)	
Ασφάλιση κτιρίου	
Σύνολο	

---ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΙ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	Έτος 1ο	Έτος 2ο	Έτος 3ο
Δείκτες Αποδοτικότητας			
Δείκτες Ρευστότητας			
Δείκτες Δραστηριότητας			

---ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ & ΧΡΗΣΕΩΣ

	2004	**2005**	**2006**
Κύκλος Εργασιών			
– **Κόστος Πωλήσεων**			
Μικτό Κέρδος Εκμετάλλευσης			
– **Μισθοδοσία**			

– **Διάφορα έξοδα λειτουργίας**			
– **Ενοίκια**			
– **Έξοδα διαφήμισης**			
Αποτέλεσμα προ φόρων, τόκων			
– **Τόκοι χρεωστικοί**			
Καθαρό αποτέλεσμα χρήσεως προ φόρων			
– **Φόρος εισοδήματος**			
Κέρδη προς Διάθεση			

--- ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΣ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΧΡΗΣΗΣ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	ΠΟΣΑ	ΠΑΘΗΤΙΚΟ	ΠΟΣΑ
Έξοδα εγκατάστασης		**ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ**	
		Μετοχικό κεφάλαιο	
		Αποτελέσματα εις Νέον	
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		Σύνολο ιδίων κεφαλαίων	
Γήπεδα			
Κτίρια			
Μηχανήματα		**ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ**	
Μεταφορικά μέσα		Προμηθευτές	
Έπιπλα και λοιπός Εξοπλισμός		Διάφοροι πιστωτές	
		Τράπεζες	
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
Απαιτήσεις			
Πελάτες			
Επισφαλείς Πελάτες		**Σύνολο υποχρεώσεων**	
Διαθέσιμα			
Ταμείο Καταθέσεις Όψεως			

Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού			
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ		**ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ**	

9. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΧΕΡΕΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Με βάση τα προηγούμενα στοιχεία αξιολογούμε πως αναμένουμε (πιστεύουμε) να εξελιχθεί η πορεία της επιχείρησης και του νέου προϊόντος (μία παράγραφο).

10. ΤΕΛΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Σε μία παράγραφο αναφέρουμε συνοπτικά ορισμένα τελικά συμπεράσματα που προκύπτουν από το σύνολο κατάρτισης του επιχειρηματικού σχεδίου.

Εμπλεκόμενοι	Ανάγκες	Αντίκτυπος	Δείκτης
Άτομα που ανήκουν σε ευπαθείς κοινωνικά ομάδες	- Ανεργία - Έλλειψη επαγγελματικής κατάρτισης - Ένταξη στον κοινωνικό ιστό	- Προσφορά εργασίας - Ανάπτυξη επαγγελματικών δεξιοτήτων - Ποιότητα ζωής (αυτοπεποίθηση, κοινωνικοποίηση)	- Αριθμός ατόμων που εργάζονται κάθε έτος - Αριθμός καταρτιζόμενων/ Ικανοποίηση από την εκπαίδευση / αξιολόγηση εργασίας / εύρεση εργασίας σε άλλη επιχείρηση μετά το δεύτερο έτος (τέλος εκπαίδευσης) - Ικανοποίηση από την εργασία & μειωμένες απουσίες εργασίας / Συνολική ικανοποίηση
Πελάτες του καφέ / κοινωνία	- Έλλειψη πραγματικής αλληλεπίδρασης με άτομα που ανήκουν σε ευπαθείς κοινωνικά ομάδες	- Ευαισθητοποίηση για τα άτομα που ανήκουν σε ευπαθείς κοινωνικά ομάδες - Μείωση «φόβου» από αλληλεπίδραση	- 12 εκδηλώσεις κάθε έτος - Άρθρα στον τύπο (πετυχημένες ιστορίες) - Ικανοποίηση πελατών
Δημόσιοι φορείς	- Καταπολέμηση της ανεργίας - Αντιμετώπιση των δυσκολιών που αντιμετωπίζουν τα άτομα από ευπαθείς ομάδες στον εργασιακό βίο	- Μείωση της ανεργίας - Αύξηση της πιθανότητας εύρεσης εργασίας	- Αριθμός ατόμων που εργάζονται κάθε έτος - Εύρεση εργασίας σε άλλη επιχείρηση μετά το δεύτερο έτος

5. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

5.1. Διαχείριση Επιχείρησης

Για να διαχειριστείτε αποτελεσματικά μία επιχείρηση απαιτείται να υπάρχει οργάνωση και ισορροπία 5 επιπέδων:

Εάν ένας επιχειρηματίας είναι σε θέση να διατηρεί την ισορροπία στην διαχείριση, τότε υπάρχει μεγαλύτερη πιθανότητα επιτυχίας.

ΔΡΑΣΕΙΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

① Δημιουργία άμεσης και αποτελεσματικής επικοινωνίας

Όταν κάποιος ανταποκρίνεται αμέσως σε μία επικοινωνία και προσπαθεί να βοηθήσει, αυτό δημιουργεί μία σχέση εμπιστοσύνης. Προσπαθήστε να ακούτε και να κατανοείτε αυτό που σας λένε οι άλλοι, διότι τα σχόλια τους θα σας βοηθήσουν να γίνεται καλύτεροι, να βελτιώσετε τα προϊόντα σας και να παρέχετε καλύτερες υπηρεσίες στην κοινωνία.

② Δημιουργία μία καλής ομάδας

Μία ομάδα δίνει τη δυνατότητα στους ανθρώπους εντός της επιχείρησης να συνεργάζονται αποτελεσματικά μεταξύ τους. Δύο μυαλά είναι καλύτερα από ένα. Προσπαθήστε να δημιουργήσετε μια ομάδα όπου τα μέλη χαίρονται να συνεργάζονται μεταξύ τους. Με αυτόν τον τρόπο, τα άτομα θα μπορούν να μοιράζονται τις ιδέες τους, μέσω των οποίων θα προκύπτουν νέες, πιο καινοτόμες λύσεις στα προβλήματα.

③ Γνώση διαχείρισης οικονομικών

Η γνώση διαχείρισης οικονομικών, επιτρέπει στον επιχειρηματία να θέσει στόχους και να δημιουργήσει μια στρατηγική που θα τον οδηγήσει στην επιτυχία. Με αυτόν τον τρόπο, ο επιχειρηματίας θα είναι σε θέση να εκτιμήσει ανά πάσα στιγμή ποιο θα είναι το επόμενό του βήμα και πόσο θα του κοστίσει. Η καλή οικονομική διαχείριση δίνει την δυνατότητα στην επιχείρηση να είναι βιώσιμη και να αξιοποιεί μεγαλύτερα ποσά στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων. Διότι, εάν μία κοινωνική επιχείρηση δεν είναι βιώσιμη, αυτό έχει ως συνέπεια να δυσκολευτεί να ανταποκριθεί στα καθήκοντά της.

④ Κινητοποίηση των εργαζομένων και δημιουργία ενός θετικού περιβάλλοντος στον χώρο εργασίας

Το εργασιακό περιβάλλον είναι ένα από τα βασικά στοιχεία επιτυχίας μιας επιχείρησης. Εάν οι εργαζόμενοι και οι άνθρωποι που βρίσκονται στον οργανισμό ή οι συνεργάτες που αλληλοεπιδρούν με τον οργανισμό είναι ευχαριστημένοι, τότε ο καθένας θα επιθυμεί να κάνει τη δουλειά του όσο καλύτερα γίνεται. Αν οι εργαζόμενοι αισθάνονται ότι αυτό που κάνουν έχει σημασία ή κάποιο κοινωνικό αντίκτυπο τότε θα προσπαθούν από μόνοι τους να βρουν νέους καινοτόμους τρόπους για να ανταποκριθούν στα καθήκοντά τους. Η ενδυνάμωση παρακινεί τους ανθρώπους να αναπτύξουν νέες δεξιότητες που θα τους βοηθήσουν στην επικοινωνία, τη συνεργασία και την παροχή καλύτερων υπηρεσιών στην κοινωνία.

⑤ Να αποτελεί παράδειγμα

Γίνετε το άτομο ή η επιχείρηση που θα θαυμάζατε. Βρείτε τα χαρακτηριστικά που επιθυμείτε να σας αναγνωρίσει κάποιος, για παράδειγμα: άτομο που βρίσκει λύσεις στα προβλήματα, άτομο που του αξίζει ο σεβασμός, επιχείρηση που έχει πραγματικό κοινωνικό αντίκτυπο, επιχείρηση που αποτελεί παράδειγμα για τις νέες επιχειρήσεις κ.λπ. Κάντε πράξη αυτό που λέτε ή αφήστε τις πράξεις σας να μιλήσουν από μόνες τους.

5.2. Κατηγορίες Διαχείρισης

Ο όρος διαχείριση έχει πολλές έννοιες. Ενδεικτικά, πρόκειται για

- Διαχείριση εργασιών , όπου ο επιχειρηματίας δίνει έμφαση στην οργάνωση και την πρόβλεψη
- Διαχείριση προσωπικού, όπου ο επιχειρηματίας δίνει έμφαση στην υλοποίηση των καθηκόντων και την επίτευξη των αλλαγών

- Διαχείριση στόχου, όπου ο επιχειρηματίας δίνει έμφαση στην ανάληψη των απαιτούμενων ενεργειών για να εξασφαλίσει την βιωσιμότητα και την ανάπτυξη της επιχείρησης

Μία κοινωνική επιχείρηση για την επίτευξη της αποστολής της θα χρειαστεί άτομα που εκτελούν εργασίες και δραστηριότητες που κρατούν τον οργανισμό σε λειτουργία.

Έτσι, η διαχείριση έχει δύο πτυχές: την βραχυπρόθεσμη και την μακροπρόθεσμη.

Βραχυπρόθεσμη διαχείριση (τακτική διαχείριση): είναι η διαχείριση των καθημερινών λειτουργιών της επιχείρησης, η κατανομή των αρμοδιοτήτων και των εργασιών και η παρακολούθηση της προόδου του κάθε τομέα. Οι κατηγορίες βραχυπρόθεσμης διαχείρισης είναι: i) η διαχείριση των καθημερινών καθηκόντων ii) η διαχείριση των καθημερινών στόχων και iii) ο συνδυασμός και των δύο.

Διαχείριση καθηκόντων: αναφέρεται στη διαχείριση και πρόβλεψη των εργασιών που έχει ο κάθε εργαζόμενος.

Διαχείριση στόχων: αναφέρεται στην ομαλή λειτουργία της επιχείρησης με εμπιστοσύνη και ευελιξία. Οι στόχοι μπορούν να επιτευχθούν με αυτό-οργάνωση.

Μακροπρόθεσμη διαχείριση (στρατηγική διαχείριση): είναι ο συνεχής σχεδιασμός, παρακολούθηση, ανάλυση και αξιολόγηση του τι είναι απαραίτητο για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης. Μία τυπική στρατηγική διαχείρισης περιλαμβάνει: την ανάλυση των πλεονεκτημάτων και των αδυναμιών (ανάλυση swot), τη δημιουργία σχεδίων δράσης, την εφαρμογή των σχεδίων, την αξιολόγηση και μέτρηση των αποτελεσμάτων.

Στην περίπτωση που έχετε πολλές εργασίες μαζί (multitasking), αυτό που μπορείτε να κάνετε είναι:

1. Να εκτιμήσετε τον χρόνο που χρειάζεται η κάθε εργασία
2. Να βάλετε σε σειρά προτεραιότητας τις εργασίες, με βάση την αναγκαιότητα και την σημαντικότητά τους
3. Διατηρήστε την ισορροπία μεταξύ προσωπικής και επαγγελματικής ζωής, διαχείριση του στρες

5.3. Διαχείριση αλλαγής

Ορισμένες φορές, η αλλαγή είναι απαραίτητη προκειμένου να αποφευχθεί η επιχείριση να παγιδευτεί στον δικό της κόσμο. Στην προσπάθεια μας να ορίσουμε τι είναι η αλλαγή, βρήκαμε τόσο πλεονεκτήματα όσο και μειονεκτήματα. Από την μία πλευρά, η αλλαγή βοηθά μία επιχείρηση στη βελτίωση των εργασιών και δραστηριοτήτων της, στην πιθανότητα ανάπτυξης, στον εντοπισμό νέων ευκαιριών, στην αλλαγή της καθημερινής ρουτίνας και στην δυνατότητα δημιουργίας νέας πορείας. Από την άλλη πλευρά όμως, η αλλαγή είναι αβέβαιη. Ότι είναι άγνωστο και αβέβαιο συνήθως κάνει τους ανθρώπους να έχουν αρνητική στάση απέναντί του.

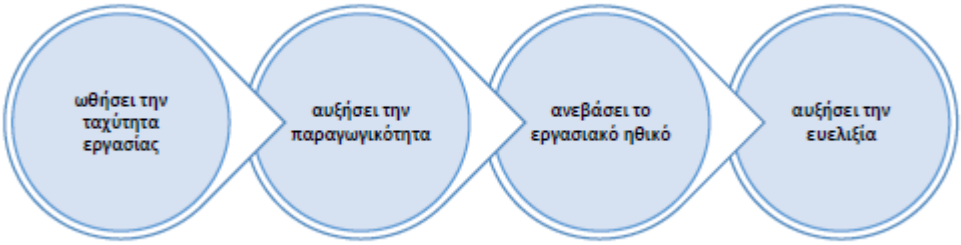
Σε αυτό το σημείο θα ονομάσουμε την αλλαγή ως "πρόβλημα". Όταν έχετε ένα πρόβλημα, το πρώτο πράγμα που πρέπει να κάνετε είναι να συνειδητοποιήσετε και να κατανοήσετε ποια είναι η κατάσταση. Στη συνέχεια, διαιρέστε το κύριο πρόβλημα σε μικρότερα προβλήματα, προκειμένου να το απλοποιήσετε και να βρείτε άμεσα λύσεις. Εάν χρειαστεί, μπορείτε να διαιρέσετε τα προβλήματα σε άλλα μικρότερα προβλήματα, σε περίπτωση που είναι πολύ γενικά και δυσκολεύεστε να βρείτε λύση. Αφού βρείτε λύση στα μικρότερα προβλήματα αυτό σημαίνει ότι θα μπορέσει να λυθεί και το κύριο πρόβλημά σας. Το επόμενο βήμα είναι να εφαρμόσετε τις λύσεις. Μοιραστείτε το πρόβλημα ή την κατάσταση με τους υπαλλήλους σας, εξηγήστε τους γιατί πρέπει να γίνει αυτή η αλλαγή δίνοντας έμφαση στα οφέλη που προσφέρει στην επιχείρηση και στους ίδιους. Κάθε φορά που κάποιος υπάλληλος έχει μια ανησυχία, προσπαθήστε να επαναλάβετε τα οφέλη, σε περίπτωση που τα έχουν ξεχάσει. Αφού μοιραστείτε το πρόβλημα ή την κατάσταση, παρουσιάστε τις λύσεις ή ρωτήστε τους υπαλλήλους να προτείνουν εκείνοι κάποιες καλύτερες από αυτές που προτείνατε εσείς. Δώστε προσοχή σε αυτά που έχουν να σας

πουν. Αφού έχετε τις λύσεις, ξεκινήστε να εφαρμόζετε όλες τις κατάλληλες ενέργειες που απαιτεί η αλλαγή. Αυτό είναι και το πιο δύσκολο κομμάτι, η εφαρμογή της. Όμως σε κάθε περίπτωση να είστε ψύχραιμοι και συγκεντρωμένοι. Καταγράψτε τι λειτουργεί και τι όχι και προχωρήστε στις αντίστοιχες βελτιώσεις

Η αλλαγή μπορεί να απευθύνεται εσωτερικά της επιχείρησης, για παράδειγμα απουσία ή αποχώρηση προσωπικού, ή εξωτερικά όπως είναι οι κοινωνικές, οικονομικές ή πολιτικές αλλαγές. Οι εσωτερικοί παράγοντες αλλαγής είναι πιο εύκολοι στη διαχείρισή τους σε σχέση με τους εξωτερικούς.

5.4. Διαχείριση Ανθρώπινου δυναμικού

Πίσω από κάθε επιτυχημένη επιχείρηση κρύβεται μία ομάδα. Μια ομάδα μπορεί να:



Η διαδικασία διαχείριση ανθρώπινων πόρων περιλαμβάνει τέσσερα σημαντικά στοιχεία:

- Πρόληψη
- Μισθοδοσία
- Υγεία
- Επαγγελματική Ασφάλεια

Η διαδικασία πρόληψης:

① Σχεδιασμός

Ο σχεδιασμός και προγραμματισμός είναι πολύ σημαντικός όταν πρόκειται να δημιουργήστε μία ομάδα για την επιχείρησή σας. Αποφασίστε πόσα μέλη προσωπικού θα χρειαστείτε, τι δεξιότητες, ικανότητες και ταλέντα χρειάζεται να έχουν για να ταιριάξουν με την επιχείρησή σας.

② Περιγραφή εργασίας

Ίσως έχετε ήδη στο μυαλό σας το προφίλ του κατάλληλου άτομο για τη συγκεκριμένη θέση. Μπορεί να είναι ένα άτομο που γνωρίζετε και εμπιστεύεστε. Όμως, εάν δεν έχετε βρει ακόμη αυτό το άτομο, χρειάζεται να δημιουργήσετε μία επίσημη περιγραφή της θέσης εργασίας μέσω μίας επίσημης διαδικασίας πρόληψης.

③ Συνέντευξη

Καταγράψτε την ημερομηνία, την ώρα και τα βασικά σημεία της συζήτησης με τον κάθε υποψήφιο ξεχωριστά. Σημειώστε με ποιόν τρόπο έγινε η συνέντευξη, και για ποιόν λόγο καταλήξατε στην απόφαση επιλογής και μη.

④ Πρόσληψη

Έχετε λάβει την απόφαση να προσφέρετε την θέση εργασίας στον κατάλληλο υποψήφιο.

⑤ Σύμβαση εργασίας

Είναι σημαντικό να συνάψετε σύμβαση εργασίας με τον υποψήφιο που επιλέξατε για τη συγκεκριμένη θέση εργασίας. Η σύμβαση είναι μία συμφωνία μεταξύ του εργαζομένου και του εργοδότη και αποτελεί τη βάση της εργασιακής σχέσης. Η σύμβαση θα πρέπει να περιλαμβάνει τους κύριους όρους και τις προϋποθέσεις απασχόλησης μαζί με τα ακόλουθα στοιχεία: πλήρες όνομα εργαζομένου και εργοδότη, επωνυμία και διεύθυνση επιχείρησης, φύσης της εργασίας, ημερομηνία πρόσληψης, διάρκεια σύμβασης, πεδίο αναφοράς αμοιβής, περίοδος πληρωμής πχ. εβδομαδιαία, μηνιαία κ.λπ., ώρες απασχόλησης, ασφάλιση, άδειες, προϋποθέσεις εκπαίδευσης κ.λπ.

⑥ Εκπαίδευση

Εκπαιδεύστε τους νέους υπαλλήλους όσον αφορά τις εργασίες που πρέπει να εκτελέσουν έτσι ώστε να εργάζονται σύμφωνα με το ίδιο σύστημα και τους στόχους της επιχείρησης.

6. ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΕΠΙΧΕΙΗΣΕΩΝ

6.1. Τι είναι το Μάρκετινγκ

Η έννοια του μάρκετινγκ είναι συνήθως δύσκολη να καθοριστεί λόγω της συνεχής εξέλιξης της ψηφιακής τεχνολογίας. Σύμφωνα με τους ειδικούς:

- Μάρκετινγκ είναι η **κάλυψη των ανθρώπινων αναγκών και επιθυμιών**. Είναι η στρατηγική της επιχείρησης που περιλαμβάνει **έρευνα, στόχευση και διαφήμιση.**
- Μάρκετινγκ είναι η δραστηριότητα, το σύνολο θεσμών και διαδικασιών για τη **δημιουργία**, **επικοινωνία**, **παράδοση** και **την ανταλλαγή προσφορών** που έχουν αξία για τους πελάτες, τους καταναλωτές, τους συνεργάτες και την κοινωνία.
- Το μάρκετινγκ αποσκοπεί στο **να γνωρίσει και να κατανοήσει τον πελάτη** τόσο καλά, ώστε το προϊόν ή η υπηρεσία να ταιριάζει στις ανάγκες και τις επιθυμίες του.

Η πλειοψηφία των ανθρώπων, εκείνοι δηλαδή που δεν έχουν εργαστεί στο τομέα του μάρκετινγκ ή εκείνοι που μπορεί να έχουν μικρή επαγγελματική εμπειρία, πιστεύουν ότι

μάρκετινγκ είναι απλώς η διαφήμιση ή η πώληση. Πρόκειται ωστόσο για μία λανθασμένη αντίληψη. Προκειμένου να μάθετε τι είναι το μάρκετινγκ, χρειάζεται να μάθετε πρώτα τι δεν είναι μάρκετινγκ. Στα βίντεο που ακολουθούν παρουσιάζεται εν συντομία οι δυο αυτές περιπτώσεις.

Σε γενικά πλαίσια, το μάρκετινγκ αποσκοπεί:
✓ Να προσεγγίσει νέους πελάτες παρέχοντας κάποια προστιθέμενη αξία που να ικανοποιεί τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους.
✓ Να διατηρήσει τους ήδη υπάρχοντες πελάτες παρέχοντας τους περισσότερες προσφορές και υπηρεσίες.

Αναπόσπαστο κομμάτι στην κατανόηση της έννοιας του μαρκετινγκ, είναι οι λέξεις "ανάγκη" και "επιθυμία".

"Ανάγκη" είναι κάτι που είναι απαραίτητο και σημαντικό για τους ανθρώπους. Οι ανάγκες των ανθρώπων είναι είτε φυσικές όπως το νερό, το φαγητό, η θέρμανση είτε κοινωνικές όπως το να ανήκουν σε μία οικογένεια, να έχουν φίλους κ.λπ.

"Επιθυμία" είναι η αίσθηση που έχει κάποιος όταν θέλει να αποκτήσει κάτι ή όταν θέλει να του συμβεί κάτι. Για παράδειγμα, στις ΗΠΑ οι άνθρωποι επιθυμούν να τρώνε χάμπουργκερ ενώ στην Ελλάδα επιθυμούν να τρώνε σουβλάκι.

Δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε όμως και τη "ζήτηση", η οποία συμβάλει εξίσου σημαντικά στην διαδικασία του μαρκετινγκ. Οι άνθρωποι τείνουν να επιθυμούν να έχουν μία ποικιλία επιλογών, ώστε να είναι σε θέση να κάνουν την καλύτερη επιλογή λαμβάνοντας υπόψη τον προϋπολογισμό τους.

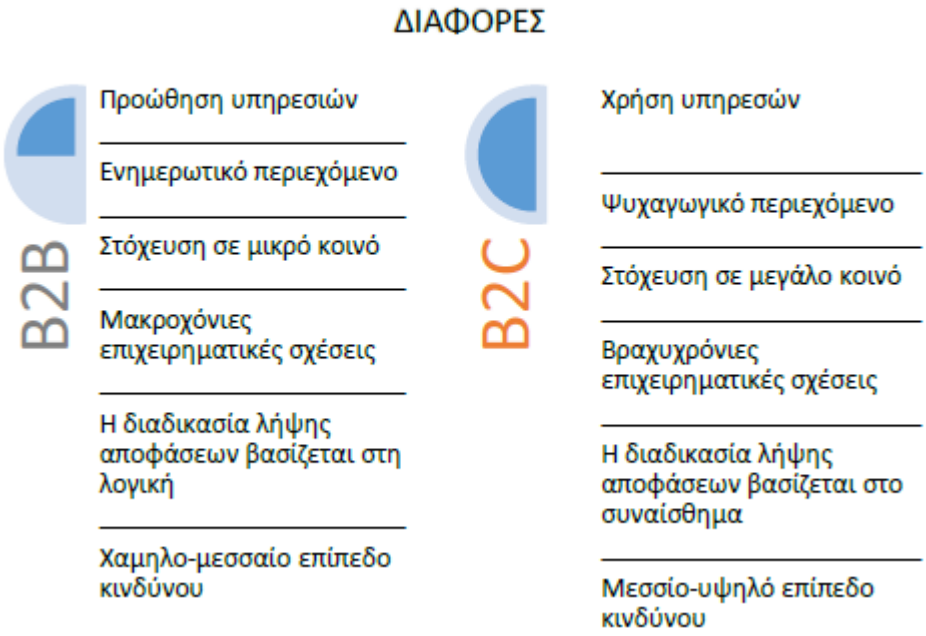
Κοινωνικό Μάρκετινγκ

6.2. Κατηγορίες Μάρκετινγκ

Γενικά, εντοπίζονται αρκετές κατηγορίες μάρκετινγκ, ωστόσο θα επικεντρωθούμε μόνο σε δύο από αυτές, B2B και B2C μάρκετινγκ.

B2B – Μάρκετινγκ Επιχείρηση προς Επιχείρηση: ορίζεται ως η παροχή υπηρεσιών μάρκετινγκ σε άλλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς.

B2C – Μάρκετινγκ Επιχείρηση προς Πελάτη/Καταναλωτή: ορίζεται ως η παροχή υπηρεσιών μάρκετινγκ που απευθύνονται σε μεμονωμένα άτομα για την χρήση αγαθών στην καθημερινή τους ζωή.



6.3. Στρατηγική Μάρκετινγκ

Μια στρατηγική μάρκετινγκ σας βοηθά να καθορίσετε ποιοι είναι οι πελάτες σας, να κατανοήσετε τις ανάγκες τους, και σας καθοδηγεί στη διαδικασία εύρεσης των ενεργειών που πρέπει να κάνετε ώστε να καλύψετε αυτές τις ανάγκες.

Αντιλαμβανόμαστε ότι μια στρατηγική μάρκετινγκ πρέπει να είναι σαφής και ευέλικτη ώστε να υπάρχουν περιθώρια αλλαγών.

Το πρώτο βήμα που χρειάζεται να κάνετε για να ξεκινήσετε να διαμορφώνετε μία στρατηγική μάρκετινγκ είναι η ανάλυση SWOT. Η ανάλυση SWOT είναι μία χρήσιμη τεχνική που δίνει την ευκαιρία να αποκτήσετε μία σαφή εικόνα της θέσης στην αγορά.

Είναι σημαντική η ανάλυση SWOT για μία κοινωνική επιχείρηση; Ναι, είναι διότι σας βοηθά:

✓ Να εντοπίσετε τα δυνατά σας σημεία

✓ Να εντοπίσετε ευκαιρίες

✓ Να βρείτε νέους τρόπους βελτίωσης των αδυναμιών σας

✓ Να αντιμετωπίσετε τις προκλήσεις και τις ενδεχόμενες απειλές που υφίστανται

ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το μείγμα μάρκετινγκ αφορά την τοποθέτηση του σωστού προϊόντος, στο σωστό μέρος, στη σωστή τιμή και την κατάλληλη στιγμή. Είναι γνωστό ως 4Ps (προϊόν - Product, τοποθεσία - Place, τιμή - Price και προώθηση – Promotion).

Προϊόν

Ως προϊόν, ή υπηρεσία, νοείται το αγαθό που προσφέρει μία επιχείρηση σε ένα πελάτη/καταναλωτή. Ορισμένες φορές, νοείται και η εμπειρία που μπορεί προσφέρει το ίδιο προϊόν ή η υπηρεσία.

Τοποθεσία

Σε ποιο μέρος θα διανεμηθεί αυτό το προϊόν ή η υπηρεσία; Μπορεί να είναι ένα φυσικό ή ένα ηλεκτρονικό κατάστημα.

Τιμή

Τιμή είναι το χρηματικό ποσό που πληρώνει ο πελάτης για να αποκτήσει το προϊόν ή την υπηρεσία. Είναι σημαντικό να επιλέξετε τη σωστή τιμή για το προϊόν σας, επειδή από αυτή θα εξαρτηθεί σε μεγάλο βαθμό η επιτυχία ή η αποτυχία της επιχείρησής σας. Προτού καταλήξετε στην τιμή σκεφτείτε την προσωπική εργασία που καταβάλατε για την δημιουργία του προϊόντος, και τις τιμές που έχουν οι ανταγωνιστές σας.

Προώθηση

Η προώθηση είναι ένας εξίσου σημαντικός παράγοντας του μάρκετινγκ μαζί με το κομμάτι των πωλήσεων. Μέσω της προώθησης το προϊόν σας θα είναι ορατό στους πιθανούς πελάτες.

Στις μέρες μας, ένας νέος παράγοντας που προστίθεται στο μείγμα μάρκετινγκ είναι η συμπεριφορά του πελάτη και ο τρόπος με τον οποίο είναι εφικτό να δομηθούν σχέσεις μαζί του. Στο πλαίσιο αυτό, τα 4Ps γίνονται 7Ps, και συμπεριλαμβάνονται παράγοντες όπως οι άνθρωποι, οι διαδικασίες και το υλικό.

Άνθρωποι: μη ξεχνάτε οι άνθρωποι είναι ο συνδετικός κρίκος της επιχείρησης. Χωρίς τους ανθρώπους, μία επιχείρηση χρειάζεται πολύ παραπάνω χρόνο για την υλοποίηση των δραστηριοτήτων της. Να επιλέγετε μία σωστή ομάδα.

Διαδικασίες: πως θα γίνει η παράδοση του προϊόντος στον τελικό χρήστη; διαδικασία συσκευασίας; μεταφορά;

Υλικό: σχεδόν όλες οι υπηρεσίες χρειάζεται να αποτελούνται από τουλάχιστον ένα φυσικό στοιχείο, αυτό μπορεί να είναι το λογότυπο, ένα φυλλάδιο κ.λ.π

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ

Τμηματοποίηση είναι η διαδικασία διαίρεσης των δυνητικών πελατών σε μικρότερες ομάδες με βάση κάποια κοινά χαρακτηριστικά που έχουν μεταξύ τους, όπως είναι η ηλικία, το φύλο κ.λπ.

Η αγορά μπορεί να χωριστεί σε 4 τμήματα :

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑΤΟΣ

Πως να ξεκινήσετε;

1. Ιστοσελίδα

2. Λίστα με E-mail
3. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
4. Google analytics
5. Περιεχόμενο

1. ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ

- Να έχετε ένα URL που είναι εύκολο στην απομνημόνευση.
- Όλες οι σημαντικές πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα, τις υπηρεσίες, τις προσφορές, την αποστολή, το όραμα και την ομάδας σας θα πρέπει να είναι ορατές.
- Η ιστοσελίδα πρέπει να είναι καλά δομημένη και εύκολη στην πλοήγηση
- Ο σχεδιασμός και τα χρώματα πρέπει είναι προσελκυστικά.
- Η ιστοσελίδα πρέπει να είναι φιλική προς έξυπνες συσκευές και να ανταποκρίνεται σε συσκευές όπως τα κινητά, τηλέφωνα, τάμπλετ και iPad.

2. ΛΙΣΤΑ ΜΕ E-MAIL

Ξεκινήστε και δημιουργήσετε τη λίστα με τις επαφές σας και συμπεριλάβετε ότι επαφές έχετε ήδη:

- Προσωπικές επαφές
- Επαγγελματικές επαφές
- Επαφές από τα social media

Με αυτόν τον τρόπο θα ξεκινήσετε να δημιουργήσετε μια κοινότητα δικτύωσης για την δική σας επιχείρηση.

3. ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

- ► Facebook
- ► Twitter
- ► LinkedIn
- ► YouTube
- ► Instagram

4. GOOGLE ANALYTICS

- ► Μία από τις ευρέως χρησιμοποιούμενες υπηρεσίες ανάλυσης ιστοσελίδων που υπάρχουν στο Διαδίκτυο.
- ► Είναι ένα δωρεάν εργαλείο που παρέχει η Google.
- ► Παρακολουθεί την κίνηση της ιστοσελίδας σας.
- ► Σας παρέχει αναφορές για την ιστοσελίδας σας.
- ► Παρέχει ένα εργαλείο ανάπτυξης λογισμικού που επιτρέπει τη συλλογή δεδομένων χρήσης από συσκευές iOS και Android, γνωστό ως εργαλείο Google Analytics για κινητές συσκευές.

5. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

► Να είναι σχετικό με τα προϊόντα/υπηρεσίες που παρέχετε
► Να είναι φιλικό στο SEO
► Να είναι εύκολο στην ανάγνωση
► Να περιέχει μοναδικές πληροφορίες

7. ΒΑΣΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΥΡΕΣΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

7.1. Οικονομική Διαχείριση

Η έναρξη μία κοινωνικής επιχείρησης είναι δύσκολη υπόθεση, πόσο μάλλον η εύρεση του κεφαλαίου εκκίνησης.
Το κόστος εκκίνησης περιλαμβάνει έξοδα που σχετίζονται με τον εξοπλισμό, την ανακαίνηση, τις προμήθειες κλπ.

Παρακάτω θα βρείτε μία λίστα με όλα τα κόστη που πρέπει να λάβετε υπόψη στη διαδικασία υπολογισμού του κεφαλαίου έναρξης για την επιχείρησή σας.

Λίστα με τα κόστη λειτουργίας της επιχείρησης

1 Μισθός ιδιοκτήτη
2 Μισθός προσωπικού * άτομα
3 Ενοικίαση επαγγελματικού χώρου
4 Ενοικίαση/δανισμός μηχανημάτων
5 Διαφήμιση
6 Προμήθειες
7 Έξοδα παράδοσης/μεταφοράς
8 Έξοδα τηλεφώνου, fax, internet
9 Έξοδα ηλεκτρισμού

10 Άλλα πάγια έξοδα/συνδρομές (π.χ νερό, κοινόχρηστα κ.πλ.) 11 Ασφάλιση

12 Φορολογικές επιβαρύνσεις

13 Τόκοι και Επιτόκια

14 Έξοδα επαγγελματιών (δικηγόρος, λογιστης κ.λπ)

15 Έξοδα συντήρισης

16 Έκτακτα έξοδα (π.χ έξοδα επαγγελματικών ταξιδιών, βλάβη μηχανημάτων κ.λπ.)

Κόστη εκκίνησης επιχείρησης

1 Έπιπλα και εξοπλισμός

2 Διακόσμηση και ανακαίνηση

3 Εγκατάσταση επίπλων και εξοπλισμού

4 Αρχικό απόθεμα

5 Έξοδα επαγγελματιών

6 Βοηθητικά δημόσια προγράμματα

7 Άδειες και δικαιώματα

8 Διαφήμιση για τα εγκαίνια

9 Διαθέσιμο κεφάλαιο έναρξης

10 Έκτακτα έξοδα

ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ

Η τιμολόγηση ενός προϊόντος γίνεται συνήθως με αντικειμενικά κριτήρια, ενώ η τιμολόγηση μίας υπηρεσίας με υποκειμενικά.

Θεωρητικά, η τιμολόγηση είναι μία τακτική που χρησιμοποιούν οι εταιρίες για να καθορίσουν την αξία του προϊόντος ή της υπηρεσίας που παρέχουν σε σύγκριση με:

- Τον χρόνο και την εργασία που καταβλήθηκε για την παραγωγή ή δημιουργία και
- Τα υλικά που χρησιμοποιήθηκαν

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ

Η κατάσταση λογαριασμού αποτελεσμάτων χρήσης (income statement), ή αλλιώς κατάσταση κέρδους-ζημίας, παρουσιάζει το κέρδος ή τη ζημία μίας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου και προβλέπει την μελλοντική οικονομική απόδοση βάσει των πληροφοριών που συλλέγονται από προηγούμενες καταγραφές. Ο τρόπος καταγραφής είναι σχετικά απλός για

τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όμως όσον αφορά τις μεγάλες η διαδικασία είναι ελαφρώς διαφορετική.

Έσοδα: είναι το χρηματικό ποσό που μεταφέρεται στην επιχείρηση από τις δραστηριότητές της. Δύο τύποι εσόδων α) λειτουργικά και β) μη λειτουργικά έσοδα.

Έξοδα-Κόστη: είναι το χρηματικό ποσό που χρησιμοποιείται για την παραγωγή των προϊόντων, για τις μισθοδοσίες των υπαλλήλων κ.λπ. Τρεις τύποι εξόδων α) έξοδα κατασκευής, β) άμεσα και έμμεσα έξοδα και γ) μεταβλητό και σταθερό κόστος .

Ταμειακές ροές: είναι το καθαρό ποσό χρημάτων που μεταφέρονται εντός και εκτός επιχείρησης.

Καθαρά έσοδα = έσοδα πωλήσεων – συνολικά κόστη

Έσοδα πωλήσεων > συνολικά κόστη = κέρδος (κέρδος οργανισμού, ευκαιρία επένδυσης)

Έσοδα πωλήσεων < συνολικά κόστη = ζημία (επαναπρογραμματισμός δραστηριοτήτων)

Έσοδα πωλήσεων = συνολικά κόστη = > μη κερδοσκοπική επιχείρηση, κοινωνική επιχείρηση (ψάξτε για χορηγίες, χρηματοδότηση μέσω Ευρωπαϊκών προγραμμάτων)

7.2. Χρηματοδότηση

Η διαδικασία συγκέντρωσης κεφαλαίου (fundraising) είναι αρκετά περίπλοκη. Απαιτεί αρκετό χρόνο και εργασία. Ένας ιδρυτής θα συναντήσει πολλά είδη επενδυτών στη διάρκεια της διαδικασίας, με την πλειοψηφία να είναι επενδυτές που θα τον αμφισβητήσουν. Ο καλύτερος τρόπος σε αυτές τις περιπτώσεις είναι ο ιδρυτής να είναι προετοιμασμένος για ενδεχόμενη απόρριψη και να προχωράει μπροστά καθ' όλη τη διαδικασία.

ΠΩΣ ΝΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΤΕ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ

Η προσέγγιση ενός επενδυτή δεν είναι εύκολη υπόθεση, όμως το κλειδί είναι συνεχώς να ψάχνετε και να ρωτάτε. Είναι σημαντικό να κάνετε ξεκάθαρο στον επενδυτή τον ρόλο του στη διαδικασία και με ποιόν τρόπο μπορεί να σας υποστηρίξει. Βέβαια, το πιο δύσκολο κομμάτι είναι να έρθετε σε επαφή μαζί τους.

Υπάρχουν πολλές πρακτικές που μπορεί να χρησιμοποιήσει ένας ιδρυτής προκειμένου να **προσεγγίσει έναν επενδυτή** άμεσα και αποτελεσματικά.

- Επισκεφτείτε την εταιρία του
- Δημιουργήστε μία σαφή και σύντομη επικοινωνία μέσω email
- Προσεγγίστε τον μέσα από τα social media, π.χ. το LinkedIn που θεωρείτε η πλατφόρμα των επαγγελματιών
- Ζητήστε από τρίτους να σας συστήσουν σε κάποιον

ΣΥΝΔΥΑΣΜΌΣ ΔΗΜΌΣΙΑΣ-ΙΔΙΩΤΙΚΉΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΌΤΗΣΗΣ

Εθνικοί μηχανισμοί χρηματοδότησης και ενίσχυσης

Οι εθνικοί μηχανισμοί χρηματοδότησης και ενίσχυσης απευθύνονται πλέον στις κοινωνικές επιχειρήσεις και μπορούν να ενισχυθούν είτε από στοχευμένες παρεμβάσεις είτε από γενικότερα μέτρα ενίσχυσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. (Αδάμ Σ., 2014)

Στρατηγικό Σχέδιο Δράσης για την Ανάπτυξη του Τομέα της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας

Το Στρατηγικό Σχέδιο, το οποίο καθυστέρησε στην εφαρμογή του, προβλέπει:

• Πρακτική άσκηση μέχρι 2 μελών Κοιν.Σ.Επ. σε κοινωνική επιχείρηση του εξωτερικού με κάλυψη οδοιπορικών και εξόδων διαμονής από το Πρόγραμμα ERASMUS entrepreneurs και επιπλέον καταβολή υποτροφίας 3.000 ευρώ για πρακτική άσκηση 3 μηνών ανά μέλος-επιχειρηματία.
• Υποστήριξη για την εκπόνηση επιχειρηματικού σχεδίου και διεκπεραίωση διαδικασιών ίδρυσης από ιδιώτες συμβούλους ή από τους περιφερειακούς μηχανισμούς υποστήριξης που θα συγκροτηθούν αξιοποιώντας το σύστημα των vouchers (κουπόνια). Το κόστος συμβουλευτικών υπηρεσιών για την εκπόνηση επιχειρηματικού σχεδίου και για τις διαδικασίες ίδρυσης δεν μπορεί να υπερβαίνει τις3.000 ευρώ ανά ιδρυόμενη Κοιν.Σ.Επ.

• Υπηρεσίες θερμοκοιτίδας (επιμόρφωση, προώθηση – προβολή και δικτύωση, καθοδήγηση, υποστήριξη και παροχή εξειδικευμένων επιχειρηματικών συμβουλών) από ιδιώτες φορείς ή τους περιφερειακούς μηχανισμούς υποστήριξης με ανώτατο όριο αμοιβών το κόστος που ορίζουν οι περιφερειακοί μηχανισμοί.

• Κατάρτιση εργαζομένων σε Κοιν.Σ.Επ. με κάλυψη του κόστους κατάρτισης από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού βάσει των αναγκών σε ειδικευμένες θέσεις που αποτυπώνονται στο επιχειρηματικό σχέδιο κάθε κοινωνικής επιχείρησης.

• Ενίσχυση της κεφαλαιακής επάρκειας των νεοσύστατων ή των υπό ίδρυση Κοιν.Σ.Επ. μέσω της χρηματοδότησης για αγορά εταιρικών μεριδίων από τα ενδιαφερόμενα μέλη. Δυνητικοί δικαιούχοι είναι όλα τα φυσικά πρόσωπα που απαρτίζουν την αρχική εταιρική σύνθεση της Κοιν.Σ.Επ. και έχουν ταυτόχρονα την ιδιότητα του/της εργαζομένου/ης. Το ποσό της επιχορήγησης εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά του δικαιούχου και α) 5.000 ευρώ για δικαιούχο ΑμεΑ, β) 4.000 ευρώ για δικαιούχο από λοιπές ευάλωτες ομάδες πληθυσμού και γ) 3.000 ευρώ για δικαιούχο από ειδικές ομάδες πληθυσμού.

• Επιχορήγηση νεοπροσλαμβανόμενων σε Κοιν.Σ.Επ. οι οποίες ανήκουν στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), έχουν εγγραφεί στο Μητρώο Κοινωνικής Οικονομίας και έχουν κλείσει την πρώτη τους διαχειριστική χρήση ή (σε περίπτωση υπερδωδεκάμηνης χρήσης) έχουν ήδη υποβάλει το πρώτο Ετήσιο Πρόγραμμα Δραστηριοτήτων και Απολογισμού. Στις επιχορηγούμενες νέες θέσεις απασχόλησης μπορούν να συνυπολογίζονται θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν έξι μήνες μετά την ίδρυση και μέχρι την υποβολή του αιτήματος χρηματοδότησης, καθώς και θέσεις που πρόκειται να δημιουργηθούν στη συνέχεια. Το ύψος της επιχορήγησης εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά του νεοπροσλαμβανόμενου/ης: α) 5.000 ευρώ για κάθε νεοπροσλαμβανόμενο/η εργαζόμενο/η με αναπηρία, β) 4.000 ευρώ για κάθε νεοπροσλαμβανόμενο/η εργαζόμενο/η από λοιπές ευάλωτες ομάδες πληθυσμού και γ) 3.000 ευρώ για κάθε νεοπροσλαμβανόμενο/η εργαζόμενο/η από ειδικές ομάδες πληθυσμού.

• Επιπλέον, τόσο το Στρατηγικό Σχέδιο όσο και ο Ν. 4019/2011 αναφέρονται στο Ταμείο Κοινωνικής Οικονομίας, το οποίο αναμένεται να συσταθεί με κοινή απόφαση των υπουργών Οικονομικών, Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, και Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Πρόνοιας με στόχο τη χρηματοδότηση των Κοιν.Σ.Επ. και των ΚΟΙΣΠΕ. Μέχρι την ολοκλήρωση του παρόντος Οδηγού, δεν υπάρχουν εξελίξεις σε αυτή την κατεύθυνση.

Πρωτοβουλία για την Κοινωνική Επιχείρηση

Η Πρωτοβουλία για την Κοινωνική Επιχείρηση (Social Business Initiative) επιχειρεί να δημιουργήσει ένα οικοσύστημα για την ενίσχυση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Στο πλαίσιο αυτής της πρωτοβουλίας, ορίζονται με τον Κανονισμό 346/2013 τα Ευρωπαϊκά Ταμεία Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας ως οργανισμοί συλλογικών επενδύσεων που χρηματοδοτούν ένα σημαντικό ποσοστό του κεφαλαίου τους σε επιχειρήσεις κοινωνικού σκοπού.

Ενίσχυση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ)

Οι Κοινωνικές επιχειρήσεις ανήκοντας στην κατηγορία των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων έχουν τη δυνατότητα να αξιοποιούν τα διαθέσιμα χρηματοδοτικά μέσα που δίνονται από την ΕΕ και την Ελλάδα.

Προγράμματα του Οργανισμού Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ)

Σύμφωνα με το θεσμικό πλαίσιο, «οι Κοιν.Σ.Επ. μπορούν να εντάσσονται σε προγράμματα στήριξης της επιχειρηματικότητας, σε προγράμματα του Οργανισμού Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ) για τη στήριξη
της εργασίας και στις κάθε είδους ενεργητικές πολιτικές απασχόλησης».

Προγράμματα του ΕΣΠΑ

Τα τελευταία χρόνια οι Κοιν.Σ.Επ. αποτελούν επιλέξιμη μορφή επιχείρησης για τα διάφορα προγράμματα του ΕΣΠΑ, τόσο σε αυτά που αφορούν στην ίδρυση νέας επιχείρησης, όσο και σε αυτά για τις ήδη υφιστάμενες επιχειρήσεις, δίνοντας ένα ακόμα χρηματοδοτικό εργαλείο στη διάθεση των Κοιν.Σ.Επ.

Ευρωπαϊκοί Μηχανισμοί Χρηματοδότησης και Ενίσχυσης

Οι Ευρωπαϊκοί Μηχανισμοί Χρηματοδότησης και Ενίσχυσης δηλαδή οι απευθείας επιδοτήσεις από την ΕΕ δίνονται ανά θεματική ενότητα.

1. Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (ΕΤΕ)
2. Επιταχυντής Κοινωνικού Αντίκτυπου (Social Impact Accelerator)
3. Ευρωπαϊκός Μηχανισμός Μικροχρηματοδοτήσεων Progress
4. Πρωτοβουλία Κοινοί Ευρωπαϊκοί Πόροι για Πολύ Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις (Joint European Resources for Micro to Medium Enterprise s – JEREMIE)
5. Πρωτοβουλία Joint Action to Support Micro finance Institutions (JASMINE)

6. Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης (ΕΤΕΑΝ)

ΙΔΙΩΤΙΚΉ ΧΡΗΜΑΤΟΔΌΤΗΣΗ

ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΈΣ ΚΑΙ ΗΘΙΚΈΣ ΤΡΆΠΕΖΕΣ

Οι συνεταιριστικές τράπεζες παρέχουν χορηγήσεις κυρίως στα μέλη τους, τα οποία μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Οι ευρωπαϊκές συνεταιριστικές τράπεζες έχουν σχηματίσει τον Ευρωπαϊκό Όμιλο Συνεταιριστικών Τραπεζών. Στην Ελλάδα λειτουργούν πλέον 10 Συνεταιριστικές Τράπεζες, 5 Πιστωτικοί Συνεταιρισμοί και 1 Χρηματοπιστωτικό Ίδρυμα, μέλη της Ένωσης Συνεταιριστικών Τραπεζών Ελλάδας. Οι συνεταιριστικές τράπεζες δείχνουν μια στροφή προς την υποστήριξη κοινωνικών επιχειρήσεων. Άλλωστε, η Παγκρήτια Συνεταιριστική Τράπεζα αποτελεί έναν από τους εγκεκριμένους παρόχους μικροπιστώσεων από τον Ευρωπαϊκό Μηχανισμό Μικροχρηματοδοτήσεων Progress.

CROWD-FUNDING

Η βασική ιδέα είναι απλή: Συγκεντρώνονται μικρά ποσά κεφαλαίου από πολλά άτομα τα οποία επιθυμούν να ενισχύσουν μια κοινωνική επιχείρηση συνήθως χρησιμοποιώντας ειδικές πλατφόρμες στο διαδίκτυο. Η χρηματοδότηση μπορεί να λάβει τη μορφή δωρεάς, οικονομικής συνεισφοράς με αντάλλαγμα, προπαραγγελίας για την αγορά προϊόντων από την επιχείρηση, δανεισμού ή αγοράς εταιρικών μεριδίων. Η Ευρωπαϊκή

Επιτροπή έχει πρόσφατα πραγματοποιήσει διαβούλευση με στόχο τη διερεύνηση των δυνατοτήτων και των κινδύνων που συνεπάγεται αυτή η μορφή χρηματοδότησης, καθώς και των εθνικών θεσμικών πλαισίων που άπτονται αυτής της πρακτικής.Για περισσότερες πληροφορίες, μπορείτε να επισκεφτείτε τη σχετική ιστοσελίδα της ΕΕ.

8. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ, ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΩΡΟ

8.1. Παραδείγματα από τον Ευρωπαϊκό Χώρο

Η Κοινωνική Οικονομία και επιχειρηματικότητα, ανεξάρτητα από τις νομικές και λειτουργικές/επιχειρησιακές μορφές που έχουν οι φορείς της, έχουν παρουσία σε ολόκληρο τον πλανήτη με διαφορετικούς βαθμούς ανάπτυξης και περιεχόμενο δράσης (Tremblay, 2012). Καλύπτουν τοπικές, κυρίως, ανάγκες, προσαρμόζονται στην τοπική ιδιαιτερότητα της περιοχής δράσης τους και παρέχουν λύσεις σε κοινωνικά προβλήματα, προϊόντα και υπηρεσίες για την τοπική οικονομία, προσαρμόζονται εύκολα στις αλλαγές που προκύπτουν και αποτελούν πηγή δημιουργικότητας. Τομείς όπως η διατροφική ασφάλεια, η Κοινοτικά

Υποστηριζόμενη Γεωργία, ο τουρισμός, η πρόνοια και η φροντίδα ηλικιωμένων, η εκπαίδευση, η στέγαση, ο πολιτισμός αποτελούν πεδία δραστηριότητας τόσο συνεταιριστικών όσο και κοινωνικών επιχειρήσεων.

Χαρακτηριστικά Ευρωπαϊκών Πρακτικών

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, τα σημαντικότερα ορόσημα που αφορούν το μέλλον της κοινωνικής οικονομίας είναι: η «Διακήρυξη του Λουξεμβούργου», του 2015, η «Διακήρυξη της Μπρατισλάβα», το 2016, η «Διακήρυξη της Λιουμπλιάνα» το 2017 και το πιο πρόσφατο ορόσημο είναι η «Διακήρυξη της Μαδρίτης» η οποία ολοκληρώθηκε στις 23.05.2017. Όλες οι προαναφερθείσες διακηρύξεις αποτελούν συμφωνίες μεταξύ ευρωπαϊκών χωρών, που έχουν σκοπό τη δημιουργία ισχυρών θεμελίων για την κοινωνική οικονομία. Ωστόσο το επίκεντρο όλων θα πρέπει να είναι η τοπική κλίμακα προκειμένου να αυξηθεί η κοινωνική προβολή και η κοινωνική δεκτικότητα (CIRIEC 2017: 105).

Λόγω της πρόσφατης ένταξης των πολιτικών για την κοινωνική οικονομία σε κάθε κράτος, αλλά και στην Ε.Ε. γενικότερα, δεν υφίσταται πλούσια βιβλιογραφία σχετικά με την αξιολόγησή τους. Οι σχετικές πολιτικές που ακολούθησαν τα ευρωπαϊκά κράτη, δύνανται να κατηγοριοποιηθούν σε ήπιες και δεσμευτικές, με τις πρώτες να αφορούν την καλλιέργεια φιλικού περιβάλλοντος και τις δεύτερες να αφορούν τις ίδιες τις κοινωνικές επιχειρήσεις και τη λειτουργία τους (CIRIEC 2018). Παρ' όλα αυτά μια από τις σημαντικότερες κινήσεις του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου έγινε το 2011 με την «Κοινωνική Επιχειρηματική Πρωτοβουλία», η οποία στοχεύει στη δημιουργία ευνοϊκού κλίματος για τις κοινωνικές επιχειρήσεις και τους βασικούς παράγοντες της κοινωνικής οικονομίας και καινοτομίας. Ένας από τους στόχους-κλειδιά αφορά την ιδιωτική και δημόσια χρηματοδότηση της κοινωνικής οικονομίας. Αναλυτικότερα, ο ρόλος του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου (ESF) έχει αποδειχθεί κομβικός στην πολυεπίπεδη υποστήριξη της κοινωνικής οικονομίας.

Όπως δείχνει η ανάλυση καλών πρακτικών κοινωνικής οικονομίας στις χώρες τις Ε.Ε. (National Association of Human Resources Specialists 2013 και Cace 2010), υπάρχει, σε μεγάλο βαθμό, ποικιλομορφία και πολλαπλότητα στα εγχειρήματα Κ.ΑΛ.Ο. Μολαταύτα κοινά χαρακτηριστικά είναι η καινοτομία, η βιωσιμότητα, η συνεργασία και η δημοκρατική διαχείριση. Αυτά τα χαρακτηριστικά ουσιαστικά διαμορφώνουν την θετική επίδραση που δύναται να επιφέρει η κοινωνική οικονομία στην κοινωνική συνοχή (Cace 2010: 190), πάγιο σκοπό της Ε.Ε.

Οικοσύστημα Τρέντο

Στο Τρέντο της Ιταλίας δραστηριοποιείται, από το 2008, το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Έρευνας για τις Συνεταιριστικές και Κοινωνικές Επιχειρήσεις (EURICSE40), ένα πολυσυμμετοχικό οργανωτικό σχήμα φορέων για την ανάπτυξη της Κ.Ο και της Συνεταιριστικής Οικονομίας με πλούσια και ουσιαστική δράση για την ανάπτυξη του κλάδου σε τοπικό, περιφερειακό και διεθνές επίπεδο. Ιδρυτικά μέλη είναι: η Περιφέρεια, το Πανεπιστήμιο, το Τραπεζικό ίδρυμα, η Ένωση Συνεταιρισμών του Τρέντο και οι Cooperatives Europe. Το Euricse ασχολείται ενεργά στα πεδία της έρευνας, της κατάρτισης, της συμβουλευτικής, εκδίδει το περιοδικό JEOD και συμμετέχει ενεργά στο Ευρωπαϊκό και στο διεθνές συνεταιριστικό γίγνεσθαι, μέσω δικτύων. Το Trento είναι μια από τις πόλεις με υψηλότατο βιοτικό επίπεδο σε όλη την Ιταλία, καταλαμβάνοντας τη 2η θέση στην ανάπτυξη επιχειρηματικότητας με κυρίαρχη συμβολή της συνεταιριστικής και κοινωνικής οικονομίας.

Οικοσύστημα Συνεταιρισμών Εργαζομένων Mondragon

Στην Ισπανία, το οικοσύστημα του βιομηχανικού Συνεταιρισμού Mondragon41 αποτελεί ένα ξεχωριστό διεθνές παράδειγμα στο χώρο της Κοινωνικής Οικονομίας. Ιδρύθηκε το 1956 από τον καθολικό ιερέα Josι Marva Arizmendiarrieta, στη Χώρα των Βάσκων, για να συνδράμει στη βελτίωση της ζωής των κατοίκων που βρίσκονταν σε δραματικά χαμηλό επίπεδο. Σήμερα αποτελεί ένα πολυεθνικό δίκτυο 260 συνεταιριστικών επιχειρήσεων και θυγατρικών που διοικούνται και ανήκουν στους 75.000 εργαζόμενους σε 35 χώρες. Διατηρεί την έδρα του στη Χώρα των Βάσκων, έχει παρουσία σε 97 χώρες με πωλήσεις 12 δις ευρώ σε περισσότερες από 150 χώρες. Ο Mondragon δραστηριοποιείται στους κλάδους των Χρηματοοικονομικών (Συνεταιριστική Τράπεζα και Συνεταιριστική Ασφαλιστική Εταιρεία), της βιομηχανίας (μηχανές, εργαλεία, κατασκευές, κλπ), των λιανικών πωλήσεων (συνεταιριστικά super markets) των υπηρεσιών (αρχιτεκτονική, επιχειρηματική συμβουλευτική κλπ) και της Γνώσης (Συνεταιριστικό Πανεπιστήμιο Mondragon, τεχνολογικά κέντρα).

8.2. Το παράδειγμα του Καναδά

Εκτός των χωρών της ΕΕ και της Ευρώπης, ο Καναδάς, σε όλα τα επίπεδα διοίκησης και εκπροσώπησης, έχει να επιδείξει μια μακροχρόνια δέσμευση στην ανάπτυξη της Κοινωνικής Οικονομίας και Καινοτομίας με θετικά αποτελέσματα. Σε τοπικό επίπεδο οι Δήμοι αλλά και οι Περιφερειακές Κυβερνήσεις, συμβάλλουν στην ανάπτυξη υλικών και άυλων υποδομών για την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού, την καταπολέμηση της ανεργίας, την ενδυνάμωση της τοπικής ανάπτυξης.

8.3. Παραδείγματα από τον Ελληνικό Χώρο

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται ορισμένα παραδείγματα και πρωτοβουλίες ανάπτυξης του πεδίου της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας στην Ελλάδα: το οικοσύστημα της Καρδίτσας, που θεωρείται και το πιο αναπτυγμένο, το παράδειγμα της Κρήτης και το παράδειγμα του Δήμου Αθηναίων.

Η περίπτωση της Καρδίτσας

Η Καρδίτσα έχει παράδοση στην Κοινωνική Οικονομία. Οι συνεταιρισμοί, οι πιο δυναμικές οργανώσεις της Κοινωνικής Οικονομίας, άλλαξαν την όψη των χωριών, ιδιαίτερα, μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο και τον εμφύλιο που ακολούθησε. Μέσω αυτών οργανώθηκε η εισαγωγή της γνώσης και της καινοτομίας σε μια ερημωμένη ύπαιθρο, με σημαντικά αποτελέσματα (η αυτάρκεια στα δημητριακά, που τέθηκε τότε σαν εθνικός στόχος, επιτεύχθηκε γρήγορα, μέσα σε λιγότερα από 10 χρόνια). Η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Καρδίτσας εξελίχτηκε σε έναν ισχυρό οικονομικό παράγοντα του Νομού. Οργάνωσε την αποθήκευση και εμπορία εφοδίων και των παραγομένων προϊόντων (σιτηρά, καλαμπόκι), τη μεταποίηση σε διάφορους κλάδους της παραγωγής (βαμβάκι, αμπελουργία) και την παροχή υπηρεσιών στους αγρότες του Νομού. Όμως, η εξάρτηση των συνεταιρισμών από την Αγροτική Τράπεζα και το κράτος, η πλημμελής τήρηση των συνεταιριστικών αρχών και η καθυστέρηση να προσαρμοστούν στις νέες και ταχύτατα μεταβαλλόμενες συνθήκες, όπως διαμορφώθηκαν, ιδιαίτερα μετά την ένταξη της χώρας στην ΕΕ (τότε ΕΟΚ), οδήγησαν στον μαρασμό, την κατάρρευση και την οριστική τους διάλυση στις αρχές του 21ου αιώνα.

Η κρίση που άρχισε το 2009 βρήκε το Νομό με αρκετά καινοτόμα εργαλεία, τα οποία – ωστόσο – δεν ήταν αρκετά να αντιμετωπίσουν το βάθος και την έντασή της. Έτσι, θεωρήθηκε αναγκαία η δρομολόγηση νέων εγχειρημάτων με στόχο την αξιοποίηση κι άλλων τοπικών διαθέσιμων πόρων. Δρομολογήθηκε η υποστήριξη συλλογικών εγχειρημάτων, δεδομένου ότι μέσω αυτών κατανέμεται ο επενδυτικός κίνδυνος και καθίσταται δυνατή η συγκέντρωση των απαραίτητων κεφαλαίων. Οι πυλώνες που στήριξαν αυτά τα εγχειρήματα ήταν δύο: Η Συνεταιριστική Τράπεζα που παρείχε τις αναγκαίες χρηματοπιστωτικές διευκολύνσεις και η Αναπτυξιακή Καρδίτσας που παρείχε στα περισσότερα εγχειρήματα την τεχνική υποστήριξη και σε αρκετά από αυτά και τη φιλοξενία στη «θερμοκοιτίδα Συνεργατισμού» η οποία απέκτησε πλέον υπόσταση ως τέτοια.

Η δημιουργία του «Οικοσυστήματος Συνεργατισμού»

Εν μέσω κρίσης, ιδρύθηκαν συνεταιρισμοί «νέου τύπου» που έχουν κλαδικό χαρακτήρα – σε αντίθεση με τους «παραδοσιακούς», που είχαν γεωγραφική βάση σε επίπεδο κοινότητας ή Δήμου. Ιδρύθηκαν, με στόχο την υλοποίηση ενός επιχειρησιακού σχεδίου, που έχει συμφωνηθεί με δημοκρατικό τρόπο από όλα τα ενδιαφερόμενα μέλη, τα οποία εξασφαλίζουν και την κεφαλαιακή επάρκεια του συνεταιρισμού. Συνήθως, οι συνεταιρισμοί «νέου τύπου» οργανώθηκαν στη βάση μιας «αλυσίδας αξίας» ή μιας «εφοδιαστικής αλυσίδας» καλύπτοντας όλα τα ενδιάμεσα στάδια που παρεμβάλλονται ανάμεσα στους παραγωγούς και στους καταναλωτές.

Οι συνεταιρισμοί αυτοί έχουν διάφορες νομικές μορφές (αγροτικοί, αστικοί ή ΚοινΣΕπ) και δραστηριοποιούνται σε τομείς όπως η ενέργεια (αξιοποίηση βιομάζας), η παραγωγή προϊόντων όπως η στέβια, οι υπερτροφές, τα όσπρια, τα σαλιγκάρια, το κρασί και τα αποστάγματα, η ντομάτα, το γάλα, τα σιτηρά, η παραγωγή παραδοσιακών τοπικών προϊόντων και η παροχή υπηρεσιών.

Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό των συνεταιρισμών «νέου τύπου» και άλλων συλλογικών σχημάτων (δίκτυα επιχειρήσεων, σύλλογοι ή ενώσεις επαγγελματιών), που δραστηριοποιούνται στο Νομό Καρδίτσας, είναι ότι συνεργάζονται μεταξύ τους, ανεξάρτητα από τα έτη λειτουργίας τους, ή το μέγεθός τους, ή τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιούνται. Έτσι, έχει δημιουργηθεί ένα σύμπλεγμα σχέσεων συνεργασίας τόσο μεταξύ των συνεργατικών σχημάτων, όσο και μεταξύ αυτών και των τοπικών φορέων (Αυτοδιοίκηση, Επιμελητήρια, ΑΝ.ΚΑ ΑΕ). Το σύνολο των φορέων που συνεργάζονται και οι σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ τους απαρτίζουν το «Οικοσύστημα Συνεργατισμού». Η ύπαρξή του βασίζεται στην ανάπτυξη κοινών υπηρεσιών, όπως η εκπαίδευση, η υποστήριξη των νεοφυών συλλογικών σχημάτων, η κοινή προώθηση των προϊόντων, η ανάπτυξη σύγχρονων χρηματοπιστωτικών εργαλείων (μικροχρηματοδοτήσεις, συμβολαιακή γεωργία, διακλαδικές συμβάσεις, επενδυτικές διευκολύνσεις), κλπ.

Η ύπαρξη και η αποτελεσματική λειτουργία του «Οικοσυστήματος συνεργατισμού» ενθαρρύνει τη δημιουργία νέων συλλογικών σχημάτων που συμπληρώνουν και εμπλουτίζουν το παραγωγικό σύστημα του Νομού, επιταχύνοντας την παραγωγή πλούτου και την ανάπτυξη. Έχει γίνει αντικείμενο μελέτης ως «σύστημα εισαγωγής και διαχείρισης της καινοτομίας» και ως οργανωμένο σύστημα Κοινωνικής Οικονομίας. Πολλές από τις παραγωγικές μονάδες που κατασκευάστηκαν μέσα στην κρίση είναι μοναδικές, σε επίπεδο χώρας (υπερτροφές, ενεργειακός συνεταιρισμός) ή και Ευρώπης (μονάδα εκχύλισης στέβιας). Οι κοινές υπηρεσίες που αναπτύσσονται για λογαριασμό του «Οικοσυστήματος»

από την ΑΝ.ΚΑ έχουν καινοτόμο χαρακτήρα και, μερικές, εμφανίζονται για πρώτη φορά σε επίπεδο χώρας. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες περιλαμβάνουν:

- εκπαίδευση,
- παροχή τεχνικής υποστήριξης,
- φιλοξενία σε νεοφυή συλλογικά σχήματα,
- φιλοξενία και υποστήριξη τοπικών πρωτοβουλιών όπως το Karditsa Restart, Contact Group νέων,
- διασύνδεση με Πανεπιστήμια, Τεχνολογικά Ιδρύματα και Ερευνητικά Κέντρα,
- αναζήτηση σχετικών προγραμμάτων και συνεργασιών σε επίπεδο ΕΕ κλπ

Παράλληλα, η Συνεταιριστική Τράπεζα αναπτύσσει καινοτόμες υπηρεσίες, όπως η παροχή μικροχρηματοδοτήσεων, η δημιουργία ταμείου υποστήριξης της Κοινωνικής Οικονομίας κ.λπ.

Η διάχυση του μοντέλου «Οικοσύστημα Συνεργατισμού» αποτελεί προτεραιότητα για τους τοπικούς φορείς. Γι' αυτό, με όχημα το νέο LEADER (που μετονομάζεται σε CLLD, Community Led Local Development ή Τοπική Ανάπτυξη με Πρωτοβουλία των Τοπικών Κοινοτήτων) οργανώνεται μια σύνθετη και φιλόδοξη Διαπεριφερειακή Συνεργασία, με τη συμμετοχή 13 Αναπτυξιακών Εταιριών, με στόχο να δημιουργηθούν μηχανισμοί υποστήριξης των τοπικών Οικοσυστημάτων, αρχικά, σε ισάριθμες περιοχές (Περιφερειακές Ενότητες) της χώρας και τη διάχυσή τους, στη συνέχεια, στις υπόλοιπες περιοχές.

Το «Οικοσύστημα Συνεργατισμού», εκτός από την ΑΝ.ΚΑ, τους φορείς Αυτοδιοίκησης και το Επιμελητήριο, περιλαμβάνει:

- 14 Αγροτικούς Συνεταιρισμούς
- 5 Αστικούς Συνεταιρισμούς
- 3 ΚοινΣΕπ
- 2 Δασικούς Συνεταιρισμούς
- 1 Συνεταιρισμό Γυναικών
- 5 ΑΜΚΕ
- 2 Επαγγελματικά Σωματεία
- 3 Επαγγελματικούς Συλλόγους
- 1 Ένωση (δευτεροβάθμια) Πολιτιστικών Συλλόγων

Η προϊστορία του «Οικοσυστήματος Συνεργατισμού»

Είναι σκόπιμο να σημειωθεί ότι, πολύ πριν τη δημιουργία του "Οικοσυστήματος Συνεργατισμού", υπάρχει μια πλούσια ιστορία πρωτοβουλιών που ξεκίνησε με την εμφάνιση των πρώτων δυσλειτουργιών στους συνεταιρισμούς και μια σειρά αποφάσεων που οι

τοπικοί φορείς, από κοινού και σταδιακά, έλαβαν, που έμελλε να παίξουν σημαντικό ρόλο στη χάραξη της νέας στρατηγικής ανάπτυξης.

Κατ' αρχήν αποφάσισαν την ίδρυση της Αναπτυξιακής Καρδίτσας (ΑΝ.ΚΑ ΑΕ), το 1989, της οποίας καθήκον είναι να υποστηρίζει τους τοπικούς φορείς, να εισάγει γνώση και καινοτομία στο τοπικό παραγωγικό σύστημα και να παίζει το ρόλο της «θερμοκοιτίδας» σε κάθε νέο συλλογικό εγχείρημα. Το Διοικητικό της Συμβούλιο λειτουργεί ως «πολιτικό στρατηγείο» σχεδιασμού και σ' αυτό συμμετέχουν όλα τα μέλη της «τοπικής εταιρικής σχέσης»: Η Αυτοδιοίκηση, οι Συνεταιρισμοί και το Επιμελητήριο.

Στη συνέχεια αποφασίστηκε η ανάληψη κάποιων εγχειρημάτων «μεγάλης κλίμακας». Το πρώτο εγχείρημα ήταν να σχεδιαστεί και να υποστηριχτεί η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στον ορεινό όγκο, με εστίαση στη Λίμνη Πλαστήρα. Στο πλαίσιο αυτό υποστηρίχτηκαν από την ΑΝ.ΚΑ ΑΕ συλλογικά σχήματα νέου τύπου, όπως οι Συνεταιρισμοί Γυναικών και το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας, που φιλοξενήθηκαν στις εγκαταστάσεις της. Παράλληλα, σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν συμπληρωματικά προγράμματα (όπως το LEADER, το LIFE κα), τα οποία είχαν ως αποτέλεσμα να μετατρέψουν μια άγνωστη περιοχή σε έναν από τους πρώτους τουριστικούς προορισμούς της χώρας.

Το δεύτερο μεγάλο εγχείρημα ήταν η συλλογική αξιοποίηση ενός τοπικού πόρου: της αποταμίευσης. Το 1994 αποφασίστηκε η ίδρυση ενός Πιστωτικού Συνεταιρισμού ο οποίος κλήθηκε να οργανωθεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να αποφευχθούν τα προβλήματα που είχαν ήδη αρχίσει να παρουσιάζουν οι συνεταιρισμοί παλαιού τύπου. Το εγχείρημα υποστηρίχτηκε από όλους τους τοπικούς φορείς, αλλά το μεγαλύτερο βάρος της προώθησης του νέου θεσμού στην τοπική κοινωνία, αναλήφθηκε από το Επιμελητήριο με την τεχνική υποστήριξη της ΑΝ.ΚΑ ΑΕ, η οποία ανέλαβε και τη φιλοξενία του εγχειρήματος για τα πρώτα δύο έτη, ώστε να μηδενιστεί το κόστος έναρξης. Μετά από 4 χρόνια ο Πιστωτικός Συνεταιρισμός μετεξελίχθηκε στη σημερινή Συνεταιριστική Τράπεζα Καρδίτσας με 9.000 μέλη, η οποία παίζει κυρίαρχο ρόλο στην υποστήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας, τόσο της ιδιωτικής όσο και της συνεταιριστικής. Ειδικότερα, κατά τη διάρκεια της κρίσης, ήταν το μόνο τραπεζικό ίδρυμα που διπλασίασε τις χορηγήσεις στις επιχειρήσεις, στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις και στα νοικοκυριά, υποστηρίζοντας αποκλειστικά παραγωγικούς σκοπούς.

Το τρίτο μεγάλο εγχείρημα ήταν η οργάνωση των μικρών, αδύναμων, οικογενειακών επιχειρήσεων σε δίκτυα, με στόχο να δημιουργηθούν συνέργειες μεταξύ τους και να αποκτήσουν εξωστρέφεια. Η προσπάθεια οργανώθηκε από την τότε Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση και το Επιμελητήριο, με την Τεχνική υποστήριξη της ΑΝ.ΚΑ ΑΕ, από το 2005 και μετά. Έτσι, προέκυψαν τρία δίκτυα στους κλάδους Τρόφιμα – Ποτά, Δομικά υλικά και

Τουρισμός. Μέσω των δικτύων, οι επιχειρήσεις (πολλές από αυτές για πρώτη φορά) συμμετείχαν σε εκθέσεις, ενώ άρχισε η οργανωμένη προβολή των τοπικών προϊόντων, αλλά και της περιοχής. Έτσι, η διείσδυση των προϊόντων στην αγορά διευρύνθηκε ενθαρρύνοντας νέους ανθρώπους να δημιουργήσουν επιχειρήσεις ή να συνεργαστούν με στόχο τη δημιουργία παραγωγικών συνεταιρισμών.

Την ίδια περίοδο με την οργάνωση των δικτύων και για τον ίδιο σκοπό (την εξωστρέφεια και την εισαγωγή καινοτομίας), υλοποιήθηκαν οι δράσεις της «Εμποροβιοτεχνικής Έκθεσης» και του «Αναπτυξιακού Συνεδρίου», το οποίο συγκαλούνταν ανά διετία. Το «Αναπτυξιακό Συνέδριο» πραγματοποιήθηκε 2 φορές με πρωτοβουλία της (τότε) Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης

Παράλληλα και με πρωτοβουλία, επίσης, της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης, οργανώθηκαν πολλές συναντήσεις ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης στα χωριά, με στόχο τη δημιουργία συλλογικοτήτων σε κλαδικό και τομεακό επίπεδο. Αποτέλεσμα των συναντήσεων ήταν η εκπόνηση του «Πιλοτικού Σχεδίου Αγροτικής Ανάπτυξης του Νομού», που ήταν ο προπομπός των συνεταιρισμών νέας γενιάς και του «Οικοσυστήματος Συνεργατισμού».

Οι συνεργασίες των φορέων σε Ευρωπαϊκό επίπεδο

Η συνεργασία των τοπικών φορέων δεν γίνεται στο πλαίσιο μιας «κλειστής κοινωνίας», αλλά έχει χαρακτηριστικά εξωστρέφειας. Για παράδειγμα:

- Ο Δήμος Καρδίτσας είναι μέλος του Ευρωπαϊκού Δικτύου Πόλεων και Περιφερειών που υποστηρίζουν και αναπτύσσουν πολιτικές για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία (REVES).
- Η Συνεταιριστική Τράπεζα Καρδίτσας είναι μέλος της Ένωσης Ηθικών και Εναλλακτικών Τραπεζών Ευρώπης (FEBEA) και μάλιστα εκπροσωπείται στο Διοικητικό Συμβούλιο. Είναι η πρώτη τράπεζα από την Ελλάδα που υπέγραψε συνεργασία με το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (EIF) για την ανάπτυξη προγράμματος μικροχρηματοδοτήσεων στην ευρύτερη περιοχή σε συνεργασία με την ΑΝ.ΚΑ ΑΕ, η οποία παρέχει τις μη χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες.
- Η Ενεργειακή Συνεταιριστική Εταιρία Καρδίτσας (ΕΣΕΚ) είναι μέλος του Δικτύου Ενεργειακών Συνεταιρισμών Ευρώπης (RESCOOP).
- Η ΑΝ.ΚΑ ΑΕ συμμετέχει σε πληθώρα Ευρωπαϊκών Συμπράξεων που υλοποιούν διάφορα μικρά και μεγάλα έργα (Erasmus+, H2020 κλπ)

Αποτίμηση του εγχειρήματος «Οικοσύστημα Συνεργατισμού»

Στη λειτουργία του «Οικοσυστήματος Συνεργατισμού» Καρδίτσας υπάρχουν ισχυρά και αδύναμα σημεία. Τα ισχυρά περιλαμβάνουν:

- Την ύπαρξη ενός ισχυρού υποστηρικτικού μηχανισμού (την Αναπτυξιακή Καρδίτσας), ως συστατικό στοιχείο του «Οικοσυστήματος», στην οποία συμμετέχουν όλοι οι τοπικοί φορείς (Δήμοι, Επιμελητήριο, Συνεταιριστική Τράπεζα) και η Περιφέρεια Θεσσαλίας.
- Την ύπαρξη ενός ισχυρού, υγιούς και εξωστρεφούς χρηματοπιστωτικού μηχανισμού (της Συνεταιριστικής Τράπεζας Καρδίτσας), επίσης ως συστατικό στοιχείο του «Οικοσυστήματος», με ευρεία λαϊκή συμμετοχή (πάνω από 10.000 πολίτες είναι συνεταίροι)
- Την εδραιωμένη παράδοση συνεργασίας και συμμετοχής των πολιτών σε συνεργατικά σχήματα
- Την ύπαρξη μιας κρίσιμης μάζας συμπληρωματικών συνεταιριστικών σχημάτων που δραστηριοποιούνται στους πιο κρίσιμους κλάδους του παραγωγικού συστήματος
- Το δικαίωμα συμμετοχής στο «Οικοσύστημα» και πρόσβασης στις υπηρεσίες υποστήριξης, που παρέχεται σε κάθε συνεργατική δομή, ανεξάρτητα από τη νομική της μορφή

Τα αδύναμα σημεία της λειτουργίας του «Οικοσυστήματος Συνεργατισμού» Καρδίτσας περιλαμβάνουν:

- Την άτυπη μορφή της λειτουργίας, λόγω απουσίας του κατάλληλου νομοθετικού πλαισίου που να προβλέπει την ίδρυση νομικών προσώπων (ενώσεις, ομοσπονδίες κλπ) από φορείς με διαφορετικές νομικές μορφές, με την προϋπόθεση ότι δρουν στο πεδίο της Κοινωνικής Οικονομίας και της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας.
- Την απουσία συστηματικής εκπαίδευσης, ιδιαίτερα των μελών των Διοικητικών Συμβουλίων των συνεργατικών δομών – μελών του «Οικοσυστήματος». Η εκπαίδευση που παρέχεται, βασίζεται σε εθελοντικές προσπάθειες και έχουν περιστασιακό χαρακτήρα
- Την παντελή έλλειψη πρόσβασης σε χρηματοδοτήσεις, λόγω του άτυπου χαρακτήρα του «Οικοσυστήματος»
- Την έλλειψη τοπικού κοινού μηχανισμού ελέγχου για την εδραίωση της διαφάνειας και της εμπιστοσύνης μεταξύ των μελών του «Οικοσυστήματος» και κατ' επέκταση των συνεταίρων και των πολιτών. Ο δημοκρατικός έλεγχος αποτελεί μια από τις επτά βασικές αρχές του Συνεταιριστικού κινήματος. Αποτελεί ευθύνη κάθε συνεταιρισμού. Ωστόσο, το «Οικοσύστημα» δεν μπορεί να θέσει τις προϋποθέσεις για τη συμμετοχή μιας συνεργατικής δομής σ' αυτό, διότι απλώς δεν μπορεί να τις διαπιστώσει. Πρόκειται για την τήρηση, τουλάχιστον, των κανόνων της εσωτερικής δημοκρατικής λειτουργίας, καθώς και για την

τήρηση των κανόνων χρηστής διαχείρισης των οικονομικών. Έτσι, η συμμετοχή στο «Οικοσύστημα» στηρίζεται στην αμοιβαία εμπιστοσύνη και όχι σε τεκμηριωμένα στοιχεία.

- Την πλημμελή και ανεπαρκή παροχή τεχνικής υποστήριξης στα μέλη του «Οικοσυστήματος». Αυτό οφείλεται σε δύο λόγους:

- στην έλλειψη πόρων για την επαγγελματική οργάνωση της παροχής υπηρεσιών τεχνικής στήριξης, η οποία, τελικά, στηρίζεται στον εθελοντισμό και στην ανταλλαγή εμπειριών μεταξύ των μελών
- στο γεγονός ότι η όποια τεχνική στήριξη παρέχεται βάσει των αιτημάτων της Διοίκησης κάθε συνεργατικού σχήματος και όχι βάσει των διαπιστωμένων με επιστημονικό τρόπο πραγματικών αναγκών. Ωστόσο, η διαγνωστική εμπειρία των στελεχών της Διοίκησης, δεν είναι δεδομένη. Ιδιαίτερα οι νεοϊδρυόμενοι συνεταιρισμοί, επειδή δεν διαθέτουν στελέχη, είναι εκτεθειμένοι σε περισσότερους κινδύνους.

Κρήτη: Οικοσύστημα και Ομάδα Κ.Ο. της Περιφέρειας

Το 2018, συστάθηκε σε επίπεδο Περιφέρειας, Ομάδα Συντονισμού και Παρακολούθησης Δράσεων για την Κοινωνική Οικονομία και Επιχειρηματικότητα (εφεξής Ομάδα). Στο έργο της Ομάδας περιλαμβάνονταν συναντήσεις με τις επιχειρήσεις Κ.ΑΛ.Ο., σε Ρέθυμνο και Ηράκλειο και η εκκίνηση της διαδικασίας συμμετοχικού περιφερειακού στρατηγικού σχεδιασμού για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία, μέσω της πλατφόρμας ηλεκτρονικών διαβουλεύσεων42 της Περιφέρειας Κρήτης.

Στην Περιφέρεια Κρήτης δραστηριοποιούνταν,iv μέχρι τον Ιούλιο του 2020, 89 φορείς Κ.ΑΛ.Ο. (2 Συνεταιρισμοί Εργαζομένων, 81 Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας, 1 Κοιν.Σ.Επ Ένταξης Ευάλωτων Ομάδων, 4 Κοι.Σ.Π.Ε, 1 Αστική Εταιρεία του αρ. 741 του Αστικού Κώδικα). Αν συνυπολογιστούν και οι προσωρινές διαγραφέςν ανέρχονταν συνολικά σε 107.

Έργο της Ομάδας αποτέλεσε η μελέτη, η επεξεργασία και η εισήγηση στον Περιφερειάρχη προτάσεων σχετικά με το σχεδιασμό, ανάπτυξη ή/και υποστήριξη:

- δράσεων της Περιφέρειας Κρήτης, ως αρωγού οικείων φορέων Κοινωνικής, Συνεταιριστικής, Συνεργατικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, στο πλαίσιο της ενίσχυσης της βιώσιμης ανάπτυξης και του τρίπτυχου "άνθρωπος-περιβάλλον-κοινωνία (ESG)"
- δράσεων της Περιφέρειας Κρήτης στο πλαίσιο της έξυπνης εξειδίκευσης (RIS3CRETE)
- εξειδικευμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων, στο αντικείμενο της Κοινωνικής Οικονομίας και Κοινωνικής Καινοτομίας, για το προσωπικό και τους αιρετούς της Περιφέρειας (και παρακολούθηση της υλοποίησής τους)

- δημιουργίας πρότυπης πιστοποιημένης ειδικότητας «Διοικητικό και Οικονομικό Στέλεχος Κοινωνικών Επιχειρήσεων», σε συνεργασία με Κ.Ε.ΚΑ.Π.ΕΡ. - Περιφέρειας Κρήτης και
- διοργάνωσης, σε όλες τις Περιφερειακές Ενότητες της Κρήτης, συμμετοχικών δράσεων για την Κοινωνική Οικονομία, την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και την Κοινωνική

Επιπροσθέτως, έργο της Ομάδας ήταν η μελέτη, η επεξεργασία και η εισήγηση στον Περιφερειάρχη προτάσεων σχετικά με:

- την επιστημονική υποστήριξη των αρμόδιων, για τα θέματα «Απασχόλησης, Εμπορίου Τουρισμού», υπηρεσιών της Περιφέρειας, σύμφωνα με το άρθρο 11 του 4430/2016
- την επιστημονική υποστήριξη του Περιφερειακού Συμβουλίου Καινοτομίας στα αντικείμενα της Κοινωνικής Οικονομίας, Κοινωνικής Καινοτομίας και του ESG
- την αξιοποίηση υπαρχόντων καναλιών κοινωνικής χρηματοοικονομικής και την ανάπτυξη νέων, για την ενίσχυση και τη βιωσιμότητα του κλάδου της κοινωνικής, συνεργατικής και αναγεννητικής (regenerative) οικονομίας στην Κρήτη
- την επιλογή και παρακολούθηση των εκστρατειών Crowdfunding στο σχετικό ιστοχώρο της Περιφέρειας.
- την ανάπτυξη δεξιοτήτων κοινωνικής ενδο-επιχειρηματικότητας (social intrapreneurship) του προσωπικού της Περιφέρειας Κρήτης και κινήτρων για τη διατήρησή της
- τη διοργάνωση ενημερωτικών εκδηλώσεων και επιστημονικών /κλαδικών συνεδρίων και την υποστήριξη αντίστοιχων δράσεων από φορείς κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας του νησιού
- την αναζήτηση χρηματοδοτήσεων από φορείς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και κοινωνικούς επενδυτές για την ανάπτυξη του κλάδου της κοινωνικής οικονομίας και κοινωνικής επιχειρηματικότητας στο νησί
- τη διατύπωση προτάσεων για την επίλυση οριζόντιων προβλημάτων των κοινωνικών επιχειρήσεων του νησιού

Αποτίμηση του εγχειρήματος

Οι δράσεις που παρουσιάστηκαν στην προηγούμενη ενότητα αποτελούν συνέχεια πολλαπλών δράσεων στο πεδίο της Κοινωνικής και της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας στην Κρήτη οι οποίες και συνεχίζονται με την θεματική Αντιπεριφέρεια Επιχειρηματικότητας Εμπορίου και Καινοτομίας που έχει ως διακριτή αρμοδιότητα της Κοινωνική Οικονομία . Ήδη από τα Προγράμματα EQUAL, οι αναπτυξιακές εταιρείες43 του

νησιού και οι σχετικοί φορείς είχαν εκκινήσει διαδικασίες χτίζοντας δίκτυα και δομές υποστήριξης της κοινωνικής οικονομίας. Το συνεταιριστικό κίνημα στην Κρήτη αποτέλεσε μια δυναμική βάση κατά το παρελθόν. Η αναγέννηση του συνεταιριστικού κινήματος και των πρωτοβουλιών του αποτέλεσαν σημαντική πρόκληση.

Σήμερα (2020) υπάρχει ένας ικανός αριθμός κοινωνικών συνεταιριστικών επιχειρήσεων στο νησί, που χρειάζεται ενδυνάμωση, ιδιαίτερα στην εκπαίδευση και κατάρτιση των μελών και των εργαζομένων. Παράλληλα, απαιτείται μεγαλύτερη διασύνδεση και συνέργειες με τους υπάρχοντες συνεταιρισμούς αλλά και με επιχειρήσεις της συμβατικής οικονομίας.

Η Ομάδα:

- πραγματοποίησε 2 συναντήσεις με τις επιχειρήσεις Κ.ΑΛ.Ο. του νησιού, φέρνοντας κοντά σχήματα και ομάδες που γνωρίζονταν, ή δεν είχαν συναντηθεί στο παρελθόν μέχρι την ενεργοποίηση των Κέντρων Στήριξης του νησιού (Ηράκλειο και Χανιά), παρέχοντας ενημέρωση και απαντώντας σε ερωτήματα επιχειρήσεων και Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. στο νησί.
- συνέταξε, με συλλογικές και ανοικτές διαδικασίες, σχέδιο Περιφερειακού Στρατηγικού Σχεδίου για την Κοινωνική Οικονομία και Επιχειρηματικότητα44, το οποίο τέθηκε περαιτέρω σε δημόσια διαβούλευση45.
- ξεκίνησε τις διαδικασίες για την ενεργοποίηση της πλατφόρμας Crowdfunding (δωρεών) για φορείς Κ.ΑΛ.Ο. και οργανώσεις της Κοινωνίας των Πολιτών.
- εκπόνησε σχέδιο ειδικότητας "Στέλεχος Κοινωνικών Επιχειρήσεων", σε συνεργασία με το ΚΕΚ της Περιφέρειας Κρήτης – ΠΕ Ρεθύμνου (Κ.Ε.Κ.Α.ΠΕ.Ρ.) και θα το υποβάλει για πιστοποίηση αρμοδίως, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη στελεχών των επιχειρήσεων Κ.ΑΛ.Ο. και μειώνοντας το μεγάλο κενό που υπάρχει στον χώρο στο συγκεκριμένο επίπεδο εκπαίδευσης.

Η Περιφέρεια όπως αναφέρθηκε ήδη συμπεριέλαβε ως (νέα) αρμοδιότητα της Κοινωνικής Οικονομίας στην θεματική Αντιπεριφέρεια «Επιχειρηματικότητας, Εμπορίου, Καινοτομίας» και προχωράει δυναμικά στο χτίσιμο του οικοσυστήματος της Κοινωνικής Οικονομίας και Επιχειρηματικότητας και στην ενδυνάμωση των φορέων της ΚΑΛΟ στο νησί.

Πρωτοβουλίες της πόλης της Αθήνας

Η πρωτοβουλία του Δήμου «συνΑθηνά»[i] αποτελεί εμβληματικό έργο για την ανάδειξη δράσεων και βέλτιστων πρακτικών της Κοινωνίας των Πολιτών και της Κοινωνικής Οικονομίας μέσω της Κοινωνικής Καινοτομίας.

Το συνΑθηνά είναι ο κοινός τόπος συνάντησης, διευκόλυνσης και αξιοποίησης των ομάδων πολιτών που πραγματοποιούν δράσεις για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής στην πόλη. Μέσα από τον συντονισμό του ανθρωπίνου κεφαλαίου (των ομάδων πολιτών), ο Δήμος

Αθηναίων άκουσε ανάγκες της κοινωνίας και εκσυγχρονίστηκε περαιτέρω. Ενδυναμώνοντας τις δράσεις των πολιτών, ο δήμος διαμόρφωσε μια νέα αντίληψη για τη σχέση της κοινωνίας των πολιτών με την τοπική αυτοδιοίκηση και καλλιέργησε μια αμφίδρομη και δυναμική μεταξύ τους σχέση. Το συνΑθηνά δημιουργήθηκε τον Ιούλιο του 2013 και υπάγονταν στην Αντιδημαρχία Κοινωνίας των Πολιτών και Καινοτομίας. Από την έναρξη της λειτουργίας της, τον Ιούλιο του 2013 έως και σήμερα, η ιστοσελίδα και η στέγη του συνΑθηνά έχουν φιλοξενήσει συνολικά 3.824 δράσεις τις οποίες πραγματοποίησαν 427 ομάδες πολιτών και φορείς, σε συνεργασία με 139 υποστηρικτές. Κάθε ομάδα πολιτών μπορεί να χρησιμοποιήσει δωρεάν τη στέγη του συνΑθηνά (365 μέρες τον χρόνο, 24 ώρες το 24ωρο). Η στέγη του συνΑθηνά βρίσκεται ακριβώς απέναντι από τη Βαρβάκειο Αγορά, στην οδό Αθηνάς 55, εκτείνεται σε έναν βιοκλιματικό χώρο 30 τ.μ. και διαθέτει υπαίθριο χώρο.

Στις πρωτοβουλίες του Δήμου Αθηναίων περιλαμβάνεται και η Εταιρία Ανάπτυξης και Τουριστικής Προβολής Αθηνών (ΕΑΤΑ) με το πλούσιο και συνεχές έργο της στο πεδίο της Κοινωνικής Οικονομίας και Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας. Η ΕΑΤΑ οργάνωσε ειδικά θεματικά εργαστήρια στο πλαίσιο του προγράμματος "Επιχειρώ Κοινωνικά"[ii] του Δήμου Αθηναίων. Το πρόγραμμα ξεκίνησε από το 2014, με ημερίδες, εργαστήρια και συνέδρια και με την παροχή εκπαιδευτικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών και έχει συμβάλλει στην προώθηση της κοινωνικής επιχειρηματικής δράσης. Στοχεύοντας στη σύνθεση ενός κοινού πλαισίου αναφοράς βασίστηκε στις ακόλουθες παραμέτρους:

- Το Κοινωνικό όφελος που δημιουργεί ή/και την κοινωνική ανάγκη που εξυπηρετεί η επιχείρηση και αν λύνει το εν λόγω πρόβλημα.
- Τη Διακυβέρνηση, δηλαδή τους τρόπους λήψης αποφάσεων, συμμετοχής, διαφάνειας και λογοδοσίας του φορέα.
- Τις Οικονομικές σχέσεις τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον του φορέα.
- Το Επιχειρείν μέσω του επιχειρηματικού σχεδίου και την οικονομική βιωσιμότητα του φορέα.

Το πρόγραμμα δημιούργησε ένα αξιόπιστο πλαίσιο το οποίο βοήθησε στην ενδυνάμωση των δράσεων της κοινωνίας των πολιτών, μέσα από τη διασύνδεσή τους με διαφορετικούς φορείς, εν δυνάμει υποστηρικτές, χορηγούς, ιδρύματα καθώς και με άλλες δράσεις του δικτύου.

Βασικό εργαλείο της διασύνδεσης αποτέλεσαν οι «Ανοιχτές Δευτέρες» αλλά και στοχευμένες θεματικές συναντήσεις, όπου, ομάδες πολιτών, υπηρεσίες του δήμου, και ιδιωτικοί φορείς συζητούν παραγωγικά πάνω σε συγκεκριμένες προτεραιότητες της πόλης.

Ορισμένες δράσεις και συνεργασίες, κομβικές για την επιτυχία του προγράμματος και την αποδοχή του, είναι οι ακόλουθες:

- ACCMR: Συνεργασία με κέντρο Συντονισμού για θέματα μεταναστών & Προσφύγων, Κύκλος φιλοξενίας και ενδυνάμωσης στο Social Dynamo, Βιβλιοθήκη για πρόσφυγες σε κέντρο φιλοξενίας στην Αθήνα
- Εργασίες δικτύου της οδού Πανεπιστημίου για καθαρές προσόψεις
- Το Impact Hub ανέλαβε τη διαχείριση της Δημοτικής αγοράς Κυψέλης
- Ολοκληρώθηκε Festival Break the Chain
- Εκπαίδευση και Πρόγραμμα Εργασιακής Ένταξης για πρόσφυγες και μετανάστες
- Υλοποίηση Project στην Πλατεία Βικτωρίας
- Kindness Revolution
- The Athens we need : Kerameikos

Επίσης, ο Δήμος Αθηναίων εφαρμόζοντας τη δράση «Κατάστημα στο Κέντρο», του πιλοτικού προγράμματος ΠΟΛΗ² έθεσε τις κοινωνικές επιχειρήσεις στο επίκεντρο δίνοντάς τους τη δυνατότητα για 6 μήνες (από τον Δεκέμβριο του 2018 μέχρι και τον Ιούλιο του 2019) να δραστηριοποιηθούν σε 10 κλειστά καταστήματα που βρίσκονται στη Στοά Εμπόρων. Επιπρόσθετα, τα κίνητρα που παρέχονται αφορούν την κάλυψη του ενοικίου και των λειτουργικών εξόδων για τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Στόχος της δράσης ήταν η έμπρακτη υποστήριξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας αλλά και η δημιουργία ενός παραγωγικού πυρήνα εντός της Στοάς, η οποία τα τελευταία χρόνια παρέμενε αδρανής και ερημοποιημένη

Επιπλέον, σε μια προσπάθεια ενίσχυσης και προβολής της κοινωνικής οικονομίας κατέληξε στην απόφαση μετατροπής της Δημοτικής Αγοράς Κυψέλης στην πρώτη Αγορά Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας. Διαχειριστής του εγχειρήματος είναι το Impact Hub Athens και σκοπός είναι η επίτευξη κοινωνικής συνοχής σε ένα από τα πιο κεντρικά σημεία της Αθήνας. Τα εγκαίνια έγιναν το 2018 και οι κοινωνικοί φορείς που στεγάζονται εκεί απαριθμούνται σε 12.[iv]

Athens digital Lab

Το ADL είναι ένα πρωτοποριακό εγχείρημα, στην "καρδιά" του ελληνικού οικοσυστήματος που εισάγει και εμφυσεί καινοτομία στις δομές του Δήμου, υποστηρίζει την επιχειρηματικότητα των νέων και δημιουργεί τις προϋποθέσεις που οδηγούν στην ανάπτυξη εργαλείων χάραξης πολιτικής με στόχο την οικονομική ευημερία και ανάπτυξη.

Το ADL ενισχύει τη σχέση μεταξύ πόλης, ιδιωτικού τομέα και νεοφυών επιχειρήσεων, επιτρέποντας στην άνθηση ενός νέου μοντέλου αστικής διακυβέρνησης και συμμετοχής

των ίδιων των πολιτών στην πόλη τους. Η προσέγγιση του πειραματισμού και της στρατηγικής του ADL έφερε την αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο σκεφτόμαστε το μέλλον του πολεοδομικού σχεδιασμού.

Κάθε χρόνο ανακοινώνεται μια ανοιχτή πρόσκληση που εστιάζει σε διαφορετικά θέματα, τα οποία συμβαδίζουν με το στρατηγικό σχέδιο του Δήμου και καλεί νέους επιχειρηματίες / νεοσύστατες επιχειρήσεις, φοιτητές / αποφοίτους πανεπιστημίου και ερευνητικές ομάδες να υποβάλουν τις καινοτόμες ιδέες τους.

Ανοιχτά Σχολεία

Τα «Ανοιχτά Σχολεία» είναι μια πρωτοβουλία του δήμου Αθηναίων, που υλοποιείται από τη Διεύθυνση Παιδικής Ηλικίας, Παιδείας και Δια Βίου Μάθησης του Δήμου Αθηναίων με την υποστήριξη της Εταιρείας Ανάπτυξης και Τουριστικής Προβολής του Δήμου Αθηναίων Ε.Α.Τ.Α. Α.Ε.

Σχολεία μοιρασμένα και στις 7 δημοτικές κοινότητες, σε διαφορετικές γειτονιές, παραμένουν ανοιχτά τα απογεύματα και τα σαββατοκύριακα και μετατρέπονται σε χώρους συνάντησης των κατοίκων της γειτονιάς φιλοξενώντας δωρεάν δράσεις πολιτισμού, εκπαίδευσης, ψυχαγωγίας, άθλησης και τεχνολογίας.

Ο δήμος Αθηναίων ανοίγει τις πόρτες των σχολικών κτηρίων με οργανωμένο και ασφαλή τρόπο, δίνει πρόσβαση στη δωρεάν γνώση – ψυχαγωγία σε πολίτες όλων των ηλικιών και δημιουργεί καινούριες πλατείες στις γειτονιές, αναβαθμίζοντας την ποιότητα ζωής των κατοίκων της πόλης.

Υιοθέτησε την πόλη σου

Ο Δήμος Αθηναίων στο πλαίσιο του προγράμματος «Υιοθέτησε την πόλη σου» καλεί τους κατοίκους της Αθήνας, μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις, ιδρύματα και φορείς αλλά και κάθε ενδιαφερόμενο να «υιοθετήσουν» έναν δρόμο, ένα πεζοδρόμιο, ένα πάρκο, μια πλατεία, μια παιδική χαρά, ένα γήπεδο, μια γειτονιά για να γίνουν πιο φωτεινά, πιο πράσινα, πιο φιλικά για τους κατοίκους και τους επισκέπτες.

Το πρόγραμμα βασίζεται στην πεποίθηση «ότι είναι δημόσιο δεν είναι και κρατικό». Ο δημόσιος χώρος ανήκει σε όλους και η ποιοτική αναβάθμιση και η βιώσιμη ανάπτυξη συνιστούν επιλογή όλων των υγιών και παραγωγικών δυνάμεων της πόλης. Στο Δήμο Αθηναίων υπάρχουν 7 κοινότητες, 38 συνοικίες, 129 γειτονιές. Η βοήθεια όλων για την προστασία, την αναβάθμιση και τη συντήρηση των δημόσιων χώρων είναι πολύτιμη.

Το πρόγραμμα αφορά παρεμβάσεις κάθε κλίμακας σε όλη την έκταση του Δήμου Αθηναίων. Οι ενδιαφερόμενοι καλούνται να συνδράμουν στο έργο του Δήμου Αθηναίων με ιδέες,

με υλικοτεχνική υποδομή και με χρήματα. Κάθε επιχείρηση και εμπορικό κατάστημα στην Αθήνα μπορεί να ξεκινήσει από το δρόμο και το πεζοδρόμιό της, το δικό της ζωτικό χώρο. Τα έργα του προγράμματος έχουν στόχο να φέρουν σημαντικά αποτελέσματα σε τομείς όπως η καθαριότητα, ο φωτισμός, το πράσινο, η βιώσιμη ανάπτυξη, η αστεγία, ο πολιτισμός, η κοινωνική αλληλεγγύη, ο αθλητισμός, η εκπαίδευση και οι νέες τεχνολογίες. Οι συμπράξεις μεταξύ του Δήμου και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας μπορούν να δημιουργήσουν μια υπεραξία που θα καρπώνονται όλοι οι πολίτες του μεγαλύτερου δήμου της χώρας.

9. ΠΕΔΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ Κ.ΑΛ.Ο.

9.1. Πεδίο 1ο: Διάγνωση εμποδίων και προβλημάτων ανάπτυξης Κ.ΑΛ.Ο. σε τοπικό επίπεδο

Ένα πρώτο πεδίο παρέμβασης της Τοπικής Αυτοδιοίκησης αφορά στη διάγνωση των εμποδίων και των προβλημάτων που αντιμετωπίζει στο χωρικό επίπεδο η Κ.ΑΛ.Ο. και στην προώθηση λύσεών τους. Ενδεικτικά προβλήματα είναι:

1. Μειωμένη αναγνωρισιμότητα. Σε μεγάλο βαθμό οφείλεται στην καθυστέρηση θεσμοποίησης (μόλις το 2011). Ενώ στη Ευρώπη ο θεσμός λειτουργεί εδώ και πολλά, χρόνια με σημαντικά αποτελέσματα, με μεγάλο μερίδιο στην οικονομία και στην απασχόληση, στη χώρα μας και ιδιαίτερα σε τοπικό επίπεδο, πρέπει να γίνουν πολλά βήματα.
2. Η δυναμική της τοπικής κοινωνίας και το κοινωνικό κεφάλαιο. Το διαθέσιμο ανθρώπινο δυναμικό, αλλά και κοινωνικό κεφάλαιο (κουλτούρα συνεργασίας, αμοιβαιότητα, σεβασμός, εμπιστοσύνη) καθορίζουν τη στάση της κοινωνίας για την ανάδειξη της Κοινωνικής Οικονομίας και της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας.
3. Επιχειρηματικότητα-Διαχείριση: Έννοιες που πρέπει να επεξηγηθούν στους «εν δυνάμει» κοινωνικούς επιχειρηματίες, αλλά και τα στελέχη που καλούνται να συμβάλλουν στο εγχείρημα. Και τούτο γιατί οι απαιτήσεις για τη δημιουργία και τη λειτουργία της Κοιν.Σ.Επ είναι διαφορετικές από αυτές που αφορούν στις ιδιωτικές επιχειρήσεις.
4. Κατάρτιση-Συμβουλευτική Η «παραδοσιακή» κατάρτιση και Συμβουλευτική όχι μόνο δεν συμβάλλει στο εγχείρημα αλλά αποπροσανατολίζει. Και τούτο γιατί οι Κοιν.Σ.Επ και οι επιχειρήσεις της Κοινωνικής Οικονομίας αντιμετωπίζονται ως κεφαλαιουχικές επιχειρήσεις/εταιρείες χωρίς να προσδιορίζεται το «άλλο» επιχειρείν. Απαιτείται μια διαφορετική, καινοτομική προσέγγιση, που λόγω έλλειψης εμπειρίας, απουσιάζει.

5. Έλλειψη Δικτύων και Μηχανισμών: Η μεταφορά εμπειριών, πρακτικών και εξειδικευμένων γνώσεων είναι ιδιαίτερα σημαντική για τη δημιουργία και υποστήριξη των επιχειρήσεων Κοινωνικής Οικονομίας. Η δικτύωση είναι ίσως η καλύτερη και αποτελεσματικότερη λύση, εφόσον μπορεί να στηρίξει τους εν δυνάμει επιχειρηματίες στην επίλυση προβλημάτων, στην αποφυγή λαθών και στην προώθηση των στόχων τους, προστατεύοντας μακροπρόθεσμα και την αξία της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

9.2. Πεδίο 2ο: Πρωτοβουλίες Ενημέρωσης ευαισθητοποίησης, προβολής και προώθησης της Κ.ΑΛ.Ο. σε τοπικό επίπεδο

Στο πλαίσιο των εκστρατειών ενημέρωσης και διάχυσης της γνώσης για τη φύση και τις δυνατότητες της Κ.ΑΛ.Ο. υλοποιήθηκαν στο πρόσφατο παρελθόν και σε εθνικό επίπεδο Εκθέσεις Κ.ΑΛ.Ο., με την επιχορήγηση του ΕΠ.ΑΝ.Α.Δ.ΒΜ68. Οι εκθέσεις αυτές συμπληρώνονταν και από Περιφερειακές Εκθέσεις Κ.ΑΛ.Ο. καθώς και από πρωτοβουλίες κοινωνικών επιχειρήσεων, με σκοπό τη διάθεση των προϊόντων τους σε εκθέσεις σε διάφορες πόλεις της χώρας. Κλασικό παράδειγμα προβολής επιχειρήσεων και πωλήσεων των προϊόντων τους είναι οι εκθέσεις που πραγματοποιούνται στους χώρους του μετρό στο Σύνταγμα. Εξίσου σημαντική είναι και η παρουσία των φορέων Κ.ΑΛ.Ο. σε υπαίθριες αγορές.

Στο πλαίσιο των τοπικών υποθέσεων και της τοπικής ιδιαιτερότητας και με βάση την αρχή "σκέψου παγκόσμια δράσε τοπικά" οι 17 στόχοι του ΟΗΕ για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη69 μπορούν να αποτελέσουν βασικές ενότητες ενημέρωσης και δράσεων που μπορούν να οργανώσουν οι ΟΤΑ για την προώθηση της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας. Οι στόχοι του ΟΗΕ είναι:

1. Μηδενική φτώχεια
2. Μηδενική πείνα
3. Καλή υγεία και ευημερία
4. Ποιοτική εκπαίδευση
5. Ισότητα των φύλων
6. Καθαρό νερό και αποχέτευση
7. Φτηνή και καθαρή ενέργεια
8. Αξιοπρεπής εργασία και οικονομική ανάπτυξη
9. Βιομηχανία,καινοτομία και υποδομές
10. Λιγότερες ανισότητες
11. Βιώσιμες πόλεις και κοινότητες

12. Υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή
13. Δράση για το κλίμα
14. Ζωή στο νερό
15. Ζωή στη στεριά
16. Ειρήνη, δικαιοσύνη και ισχυροί θεσμοί

Οι ΟΤΑ, με βάση το προφίλ του τόπου τους, τις ικανότητες των τοπικών φορέων και τις κατάλληλες συνεργασίες, όπου απαιτείται, με φορείς σε περιφερειακό, εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, μπορούν να υλοποιήσουν καμπάνιες ενημέρωσης και δράσης, με πυλώνες τους προαναφερθέντες στόχους. Όπως επίσης και να παραχωρήσουν χώρους για εκθέσεις και εκδηλώσεις προβολής και ενημέρωσης για τις κοινωνικές επιχειρήσεις.

9.3. Πεδίο 3ο: Αξιοποίηση των φορέων Κ.ΑΛ.Ο. για την τοπική -ενδογενή ανάπτυξη

Η Τ.Α., στο πλαίσιο του ρόλου της, για την προώθηση και την ενίσχυση της τοπικής-ενδογενούς ανάπτυξης, μπορεί να αξιοποιήσει τους φορείς της Κ.ΑΛ.Ο. προκειμένου:

- Να δημιουργήσει θέσεις εργασίας και εισόδημα.
- Να παρέμβει στην αγορά:

o προσφέροντας περισσότερες επιλογές στους καταναλωτές, με προϊόντα και υπηρεσίες ποιότητας

o αποτρέποντας τη δημιουργία μονοπωλίων

o μειώνοντας τις τιμές λιανικής

o μειώνοντας την αστάθεια των τιμών που συχνά χαρακτηρίζει τη γεωργική παραγωγή, διασφαλίζοντας την επιζητούμενη σταθερότητα από τους αγρότες και παρέχοντας τη δυνατότητα προγραμματισμού (με την προώθηση της συμβολαιακής γεωργίας).

- Να συμβάλλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη της συμμετοχής και της κουλτούρας συνεργασίας, επιτρέποντας στους πολίτες να προωθήσουν την ικανοποίηση των κοινωνικών τους αναγκών με μορφές αλληλεγγύης και συνεργασίας.
- Να προστατεύσει περιοχές από την οικονομία της αγοράς, όταν αυτή πολλές φορές τις οδηγεί στην περιθωριοποίηση, κάνοντας καλύτερη χρήση των τοπικών πόρων και δυνατοτήτων.
- Να σταθεροποιεί τις τοπικές οικονομίες και τα συστήματα αναδιανομής, αναβαθμίζοντας την τοπική διακυβέρνηση και εισάγοντας μορφές συλλογικής παρέμβασης
- Να επηρεάσει την ιδιωτική κατανάλωση, παράγοντας και προσφέροντας προϊόντα και υπηρεσίες στο πλαίσιο της αμοιβαιότητας, υιοθετώντας κριτήρια εντοπιότητας, ποιότητας

και συλλογικής συμμετοχής, επιλέγοντας υπηρεσίες και αγαθά υψηλής τοπικής έντασης εργασίας (και όχι κεφαλαίου) που συμβάλλουν στη δημιουργία κοινωνικού πλούτου. Επισήμανση: Οι κοινωνικοοικονομικοί οργανισμοί αντιμετωπίζουν αρκετές αβεβαιότητες. Από την άλλη όμως, το ενεργό κοινωνικό κεφάλαιο εξαλείφει τα κόστη συναλλαγών μεταξύ των εξωτερικών μετόχων (καταναλωτές, δωρητές, δημόσιες αρχές) και της επιχείρησης.

- Να συνεισφέρει στην κοινωνική ευημερία, ενισχύοντας την αξία του κοινωνικού κεφαλαίου και διαμορφώνοντας μια κοινή αντίληψη του κοινού συμφέροντος και του κοινού καλού, που κάνει το ζήτημα της πορείας του τόπου να μην είναι μόνο έργο «των ειδικών» αλλά και να γίνεται κτήμα των πολιτών.

9.4. Πεδίο 4ο: Δικτύωση σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο

Σε αρκετές περιοχές της χώρας, λόγω παράδοσης ή άλλων ευνοϊκών συνθηκών, υπάρχουν επιτυχημένα εγχειρήματα Κοινωνικής Οικονομίας. Μερικά από αυτά, μάλιστα, είναι ιδιαίτερα δυναμικά και συμβάλουν στην τοπική ανάπτυξη, στον πολιτισμό, στην προστασία του περιβάλλοντος, στην άμβλυνση των κοινωνικών προβλημάτων και στη δημιουργία θέσεων εργασίας. Οι ιδέες, η γνώση, η εμπειρία και οι πρακτικές αυτές μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στην προώθηση του τομέα, εφόσον δημιουργηθούν τα αναγκαία δίκτυα συνεργασίας. Η αναγκαιότητα δημιουργίας δικτύων προκύπτει από την διαπίστωση ότι η συνεργασία των εγχειρημάτων που ανήκουν σε διαφορετικές κατηγορίες, ακόμα και σε τοπικό επίπεδο, είναι σχεδόν ανύπαρκτη.

Η Αυτοδιοίκηση έχει τη δυνατότητα να προωθεί και να ενισχύει τη συνεργασία και τη δημιουργία δικτύων, του συνόλου των φορέων που δρουν στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, τόσο στο τοπικό όσο και στο περιφερειακό και εθνικό επίπεδο (μέσω των συλλογικών της φορέων). Η δημιουργία και η λειτουργία των Δικτύων, χωρίς ηγεμονίες και σκοπιμότητες, εγγυάται και εξασφαλίζει την ανάπτυξη της Κ.ΑΛ.Ο. και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Πρόκειται ωστόσο για απαιτητικό έργο, που ελλοχεύει πισωγυρίσματα, αστοχίες, αντιπαλότητες και ρήξεις, αποκλεισμούς και περιθωριοποιήσεις. Το Δημόσιο, οι Κοινωνικές Επιχειρήσεις, τα Πανεπιστημιακά και Ερευνητικά Ιδρύματα, οι Ο.Τ.Α. α’ και β’ βαθμού και οι Αναπτυξιακές Εταιρίες μπορούν και είναι σκόπιμο να συζητήσουν, να προβληματιστούν και να συνεργαστούν σε ισότιμη βάση, στην κατεύθυνση δημιουργίας δικτύων.

Τα δίκτυα μπορούν να σχεδιάσουν κοινές υπηρεσίες, τις οποίες όλα τα εγχειρήματα χρειάζονται και να αναπτύξουν οικονομίες κλίμακας, σε ζητήματα όπως:

- Η εκπαίδευση των μελών τους (και κυρίως των μελών της συλλογικής διοίκησης)

- Ο εντοπισμός Καλών Πρακτικών και η διάχυσή τους
- Η ανάπτυξη και αξιοποίηση κοινών «μοντέλων» και εργαλείων
- Η αναζήτηση πόρων
- Η υποστήριξη των υπό ίδρυση εγχειρημάτων κλπ
- Ο δημοκρατικός έλεγχος

Σε περιοχές όπου υπάρχουν δραστήριες Αναπτυξιακές Δομές, όπως (ενδεικτικά) Ανώνυμες Αναπτυξιακές Εταιρίες ΟΤΑ ή Κοινωφελείς Δημοτικές Επιχειρήσεις, θα μπορούσαν πιο εύκολα να λειτουργήσουν τα πιλοτικά δίκτυα που αναφέρονται παραπάνω, με καταλύτη και συντονιστή της προσπάθειας τις Αναπτυξιακές Δομές. Οι Δομές αυτές διαθέτουν τεχνογνωσία για να παρέχουν υποστήριξη στο δίκτυο, αξιοποιώντας διαθέσιμους τοπικούς, εθνικούς και ευρωπαϊκούς πόρους.

Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί το Οικοσύστημα Συνεργατισμού Καρδίτσας, το οποίο παρουσιάζεται στη συνέχεια και το οποίο αποδεικνύει την εφικτότητα της ανάπτυξης ενός τοπικού δικτύου.

Τέλος, είναι κρίσιμο να αναφερθεί ότι η συγκρότηση ενός Εθνικού Δικτύου, σε κεντρικό επίπεδο, με τη συμμετοχή φορέων όπως:

- Πανεπιστημιακά και ερευνητικά ιδρύματα
- Κοινωνικοί Εταίροι
- Επιμελητήρια
- Παραγωγικοί, καταναλωτικοί, αναπτυξιακοί φορείς
- Συνεταιρισμοί, Πανελλήνιας ή Περιφερειακής Εμβέλειας
- Φορείς του Δημοσίου και Φορείς της Αυτοδιοίκησης, θα συνεισέφερε σημαντικά στο όλο εγχείρημα της ΚΑΛΟ. Ενδεικτικές δραστηριότητες του Δικτύου μπορεί να είναι:

- Η καταγραφή και αποτίμηση του συνόλου των προϊόντων/υπηρεσιών, των πρακτικών, των καινοτομιών και των προτάσεων που παρήχθησαν από φορείς που συστήθηκαν στο πλαίσιο και των δύο Νόμων 4019/2011 και 4430/2016 (που αφορούν στην Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία)
- Η συγκρότηση και υποστήριξη περιφερειακών δικτύων.
- Η σύνθεση και αναβάθμιση όλων των εφαρμογών που σχεδιάστηκαν και χρησιμοποιούνται και κυρίως όσων λειτουργούν προς όφελος των ομάδων-στόχων και των χρηστών (πλήθος Βάσεων Δεδομένων, Portals, δικτυακών τόπων, που σήμερα λειτουργούν αποσπασματικά ή δεν αξιοποιούνται επαρκώς, μπορούν να αναδειχθούν και να συνεισφέρουν στον τομέα)

- Η δημοσιοποίηση, ενημέρωση και ανάδειξη εμπειριών και πρακτικών σε εθνικό επίπεδο, αξιοποιώντας κάθε πρόσφορο μέρος.
- Η διαμόρφωση εισηγήσεων σε σχέση με το θεσμικό πλαίσιο.

9.5. Πεδίο 5ο: Διερεύνηση - αξιοποίηση της Γνώσης (εξειδικευμένης και ανοικτής)

Η περίοδος που διανύουμε στηρίζεται, όπως είναι γνωστό, στην οικονομία της γνώσης, με τη γνώση ως κυρίαρχο παραγωγικό συντελεστή. Στο πλαίσιο αυτό, προκύπτει εύλογα το ερώτημα του κατά πόσον έχει ρόλο η Τοπική Αυτοδιοίκηση σε αυτό το παγκόσμιο σκηνικό που διαμορφώνεται, ή αν αφορά μόνο τα κράτη αλλά και αν υπάρχει κάποιος ρόλος για την κοινωνική οικονομία και επιχειρηματικότητα;

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, σε κορυφαίο επίπεδο πολιτικής, στηρίζει το μέλλον της Ένωσης στο "τρίγωνο της Γνώσης", δηλαδή στην Εκπαίδευση, στην Έρευνα και στην Καινοτομία. Οι τρεις αυτοί πυλώνες βασίζονται α) σε ένα ανοικτό σύστημα Γνώσης στην Ευρώπη, β) στην ευελιξία και πειραματισμό στην καινοτομία και γ) στη συνεργασία σε Ευρωπαϊκό επίπεδο (European Commission Expert Group, 2015).

Η κοινωνική οικονομία και η καινοτομία που τη συνοδεύει (η κοινωνική καινοτομία), αποτελούν πυλώνες του Ευρωπαϊκού οικοδομήματος για τον 21ο αιώνα. Στηρίζουν την κοινωνική συνοχή, την βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης, τη μείωση των ανισοτήτων, την προστασία του περιβάλλοντος. Στην οικονομία της γνώσης, ήδη υπάρχουν παραδείγματα ψηφιακής κοινωνικής καινοτομίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση (DSI, 2015). Η κοινωνική επιχειρηματικότητα εδράζεται στο δημογραφικό, πολιτικό, θεσμικό και κοινωνικό-οικονομικό πλαίσιο, αξιοποιώντας τους ανθρώπους, τους πόρους, τη γνώση και τις ευκαιρίες (Kabir, 2019).

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση μπορεί να αναλάβει, ως κατά τόπο αρμόδιος φορέας, την ανάπτυξη των προϋποθέσεων που θα δώσουν ώθηση στην οικονομία της γνώσης, με δημοκρατικό τρόπο, αξιοποιώντας π.χ. τα Δίκτυα. Τα Δίκτυα μπορούν να αυξήσουν τη δύναμη της γνώσης και να δημιουργήσουν πολλαπλασιαστικά οφέλη. Λαμβάνοντας υπόψη και την τοπική ιδιαιτερότητα κάθε ΟΤΑ, ως μέλος του Δικτύου μπορεί να δημιουργήσει το κατάλληλο έδαφος για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων που θα αποφέρουν οφέλη στις τοπικές κοινωνίες, σε οικονομικό, κοινωνικό, περιβαλλοντικό και πολιτισμικό επίπεδο