

## **Παραδοτέο 4.2.3**

### **Εκπαιδευτικό Υλικό**

**Στα πλαίσια του έργου “Enhancement of social entrepreneurship through the establishment of support structures in the CB area” με ακρωνύμιο “Growing Social”**

**INTERREG V-A COOPERATION PROGRAMME**

**GREECE – BULGARIA 2014 - 2020**



# StartUp *for Good!*

Explore the mindset of **‘Doing Well by Doing Good’**

**Interreg**  
**Greece-Bulgaria**  
 **Growing Social**

European Regional Development Fund



## **Unit 1A:**

### **Επιχειρηματικότητα και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα**

ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ: TECHNOPSIS ICT Business Park

Η εκδήλωση πραγματοποιείται στο πλαίσιο υλοποίησης του έργου “Growing Social” του Προγράμματος Συνεργασίας INTERREG V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”, και χρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και ιδίους πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα”



# Μαθησιακοί Στόχοι

## Σκοπός της Ενότητας

Με το πέρας της ενότητας οι συμμετέχοντες θα είναι σε θέση να ξεχωρίσουν τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης και της κοινωνικής επιχείρησης καθώς και την φιλοσοφία πίσω από την επίλυση προβλημάτων για δημιουργία κοινωνικής και οικονομικής αξίας. Θα αναγνωρίσουν την διαφορά μεταξύ ακτιβισμού και κοινωνικής επιχείρησης, επιχείρησης κερδοσκοπικής και μη κερδοσκοπικής και τον ρόλο που μπορεί να παίξει η κάθε μια στο σύγχρονες κοινωνικές προκλήσεις όπως αυτές αποτυπώνονται στου Παγκόσμιους Στόχους Βιωσιμότητας

## Keywords

Entrepreneur, entrepreneurship, social entrepreneurship, Failure, entrepreneurial idea, market failure, social value.

# ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΕΙΚΟΝΙΔΙΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ

Σε αυτό το μάθημα θα εισαχθείτε στην έννοια,



Αυτό το εικονίδιο οδηγεί σε σχετικό Βίντεο



# Εν αρχήν ο ορισμός

Τί είναι επιχειρηματικότητα;

Τι είναι η startup;



**Million Dollar Question :**  
πως ορίζεται κάποιος επιχειρηματίας;





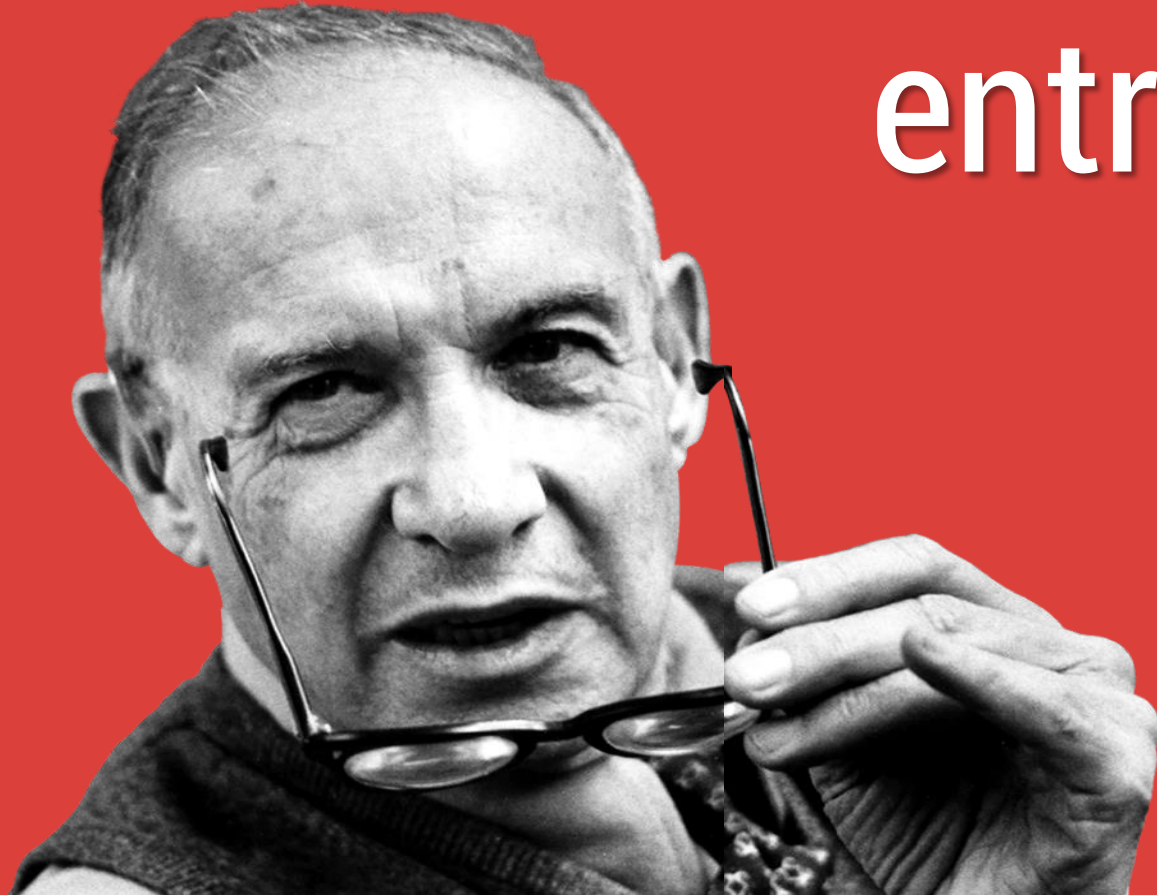
**Επιχειρηματίας** - Ένα ευρηματικό, αυτό-υποκινούμενο άτομο που οργανώνει και λειτουργεί μια ή περισσότερες επιχειρήσεις και αναλαμβάνει μεγαλύτερα από το συνηθισμένο ρίσκα για να το πετύχει. Υποκινείται από τον σκοπό και το όραμα του και χρησιμοποιεί την αποτυχία για ΜΑΘΗΣΗ



Born or Become...



Most People can Learn to  
**Behave Like**  
**entrepreneurs**



# Γιατί είναι τόσο ιδιαίτεροι;

Unbalanced Equilibrium

Creative Destruction

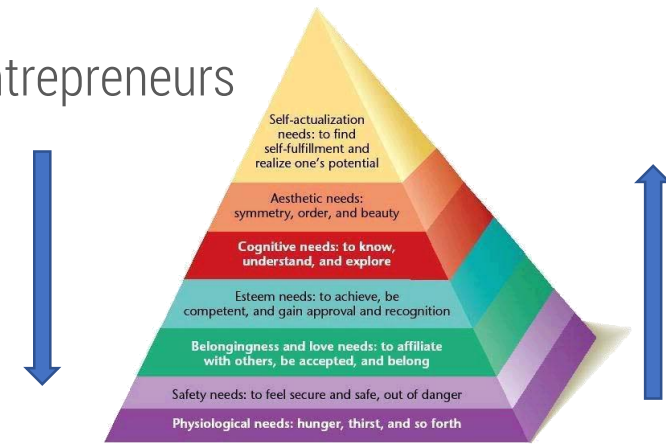
Self-motivation

Επιχειρηματικό πνεύμα



Κλίμακα Αναγκών

Entrepreneurs



Ordinary People

"In any given moment you have two options :  
step forward into growth or step back to safety"

Abraham Maslow

Source: Schumbeter, 19, P.Kottler, 2010





The reasonable man adapts himself to the world; the unreasonable one persists in trying to adapt the world to himself. Therefore, all progress depends on the unreasonable man.

*George Bernard Shaw*

## They change the world

Πρέπει να κάνεις τους άλλους να δουν  
τα πράγματα όπως τα βλέπεις εσύ

Αριστοτέλης Ωνάσης

*If you are so crazy that you  
think you can change the  
world then only you can ..*

**Steve Jobs**

*I didn't fail 10.000 times  
I learned 10.000 ways that  
doesn't work*

*Thomas Edison*



# Τι είναι λοιπόν η επιχειρηματικότητα;

“Όλες οι θεωρητικές προσεγγίσεις συγκλίνουν στην σύνδεση της επιχειρηματικότητας με την ευκαιρία.”

“entrepreneur is the person that has the ability to create value.

French economist  
Jean Baptiste Say (1767 – 1832)

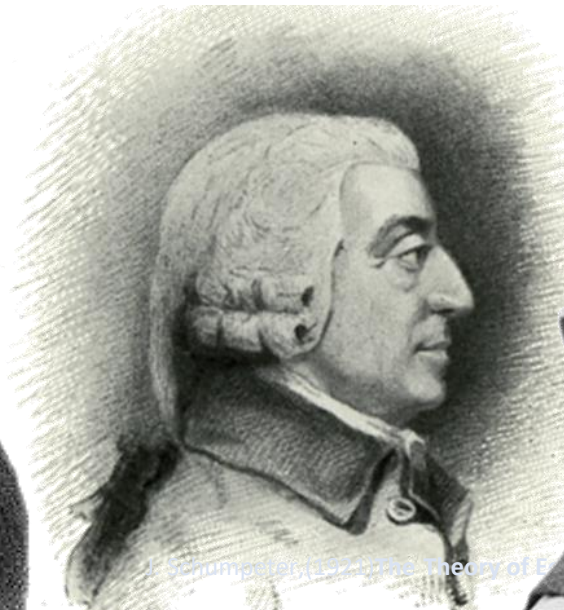
Adam Smith

“seeks always for change, responds to it, and takes advantage as an opportunity” .

Peter Drucker

Creative destruction

Joseph Schumpeter (1934)





# New concepts

## Entrepreneurs



## Green entrepreneurs



## Social entrepreneurs



## Technopreneurs



Lighting your needs

## Intrapreneurs



## Entrepreneurial spirit

Τι στο καλό είναι η  
**Startup?**





# *“Startup is a state of mind”*

“Μια επιχείρηση που επιχειρεί να λύσει ένα πρόβλημα του οποίου η λύση δεν είναι ξεκάθαρη και η επιτυχία αμφισβητήσιμη

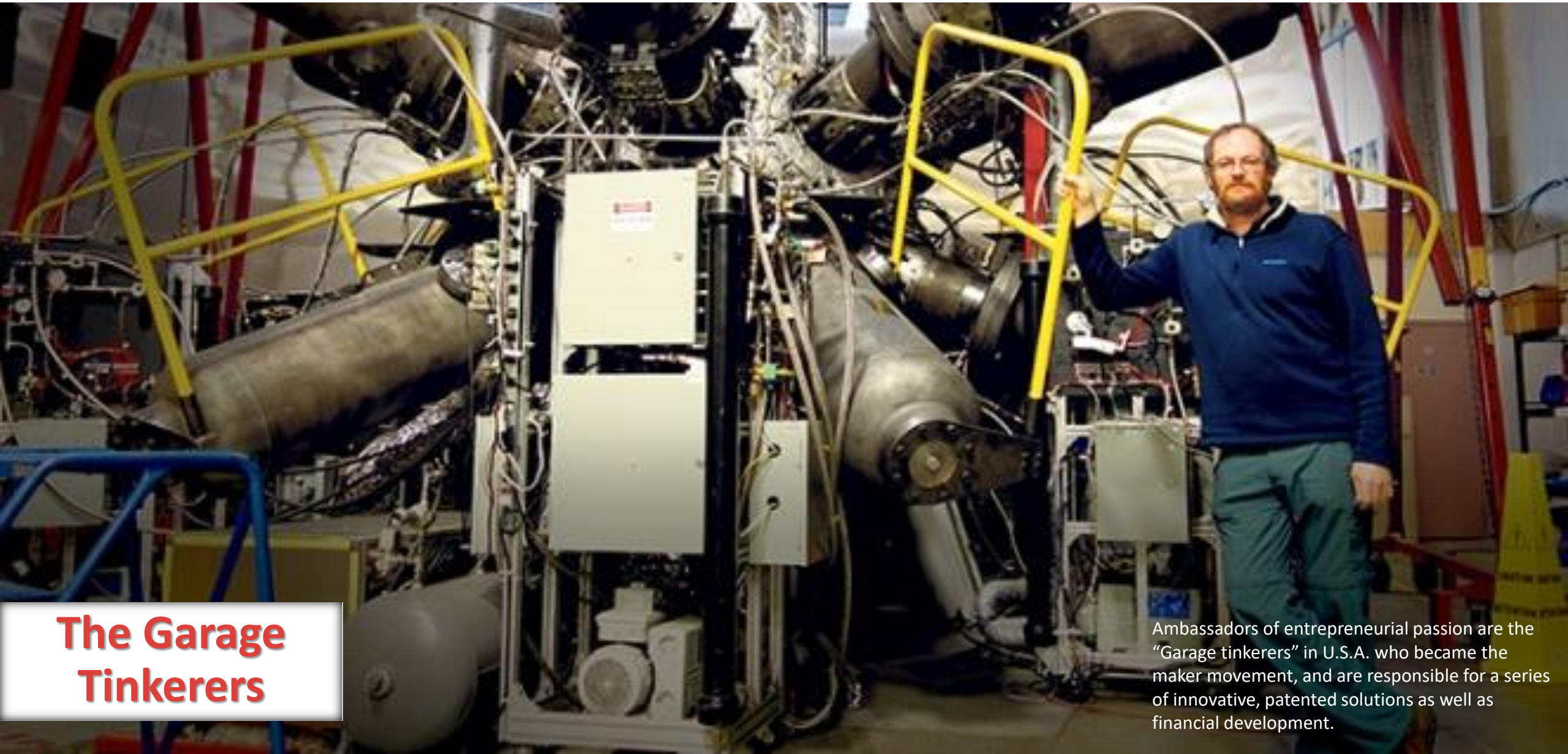
Startups διαφέρουν από την παραδοσιακή επιχείρηση πρωτίστως γιατί το επιχειρηματικό τους μοντέλο είναι σχεδιασμένο για γρήγορη ανάπτυξη.





# Startupper = Πρακτικός Οραματιστής

Εχουν ως βάση την καινοτομία και κύριο Χαρακτηριστικό την επέκταση σε μεγάλη αγορά



**The Garage  
Tinkerers**

Ambassadors of entrepreneurial passion are the “Garage tinkerers” in U.S.A. who became the maker movement, and are responsible for a series of innovative, patented solutions as well as financial development.

Entrepreneurship

as a

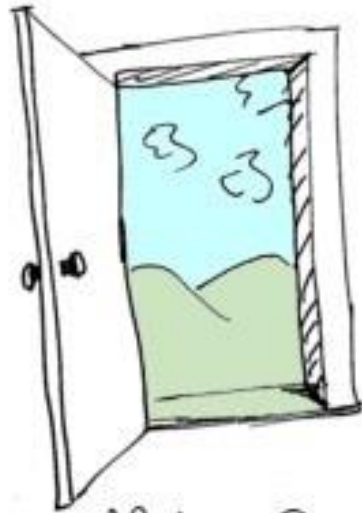
PROCESS

Πολύ απλά...



Good Idea

+



Market Opportunity

+

YOU

Great Execution

=



Successful Business  
ReadySetStartup.com



# Μια καλή ιδέα

OVERNIGHT SUCCESS.....took me almost 15 years

MYTH BUSTED



## ΜΥΘΗ 1:

Idea comes from nothing.

Κοινώς ..... **ΤΟΥ ΕΚΑΤΣΕ** 

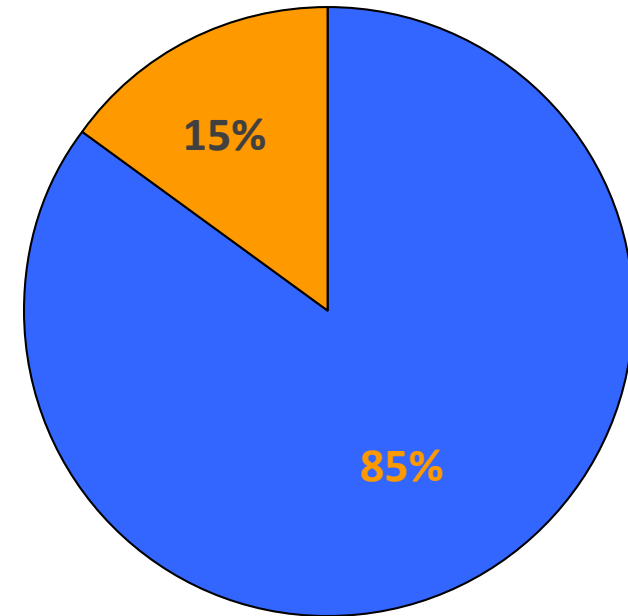
Μια καλή ιδέα

# Μύθος 2

Έχεις μια ιδέα ή δεν έχεις

*Η φαντασία είναι πιο  
σημαντική από την γνώση*

*A. Einstein*



**85%** βασισμένοι σε ιδέες άλλων ανθρώπων

**15%** πάνω σε δικές τους ιδέες

Πηγή: Research Amar Bhide





# Μια καλή ιδέα

MYTH BUSTED

## MYTH 3:

**“There are so many companies with resources and people with ideas”**

**Absolutely Not. As Gladwell puts it:**

*“startup companies, with their new solutions to old problems, often can best Goliaths”*

## MYTH 4:

**“I trust my idea, it will work”**

**As H. Duckworth puts it straight:**

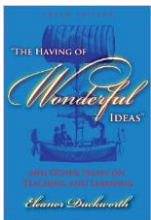
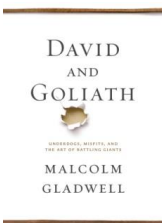
*«I trust my idea doesn't mean its right, it means I am willing to test it »*

## MYTH 5:

**“I cant tell anyone, if I tell they will steal my idea...”**



Πουλος Λεωνίδας, all rights reserved



“ You don't have to look a certain way, or be of a certain faith, or have a certain last name in order to have a good idea.”

President Barack Obama  
@BarackObama



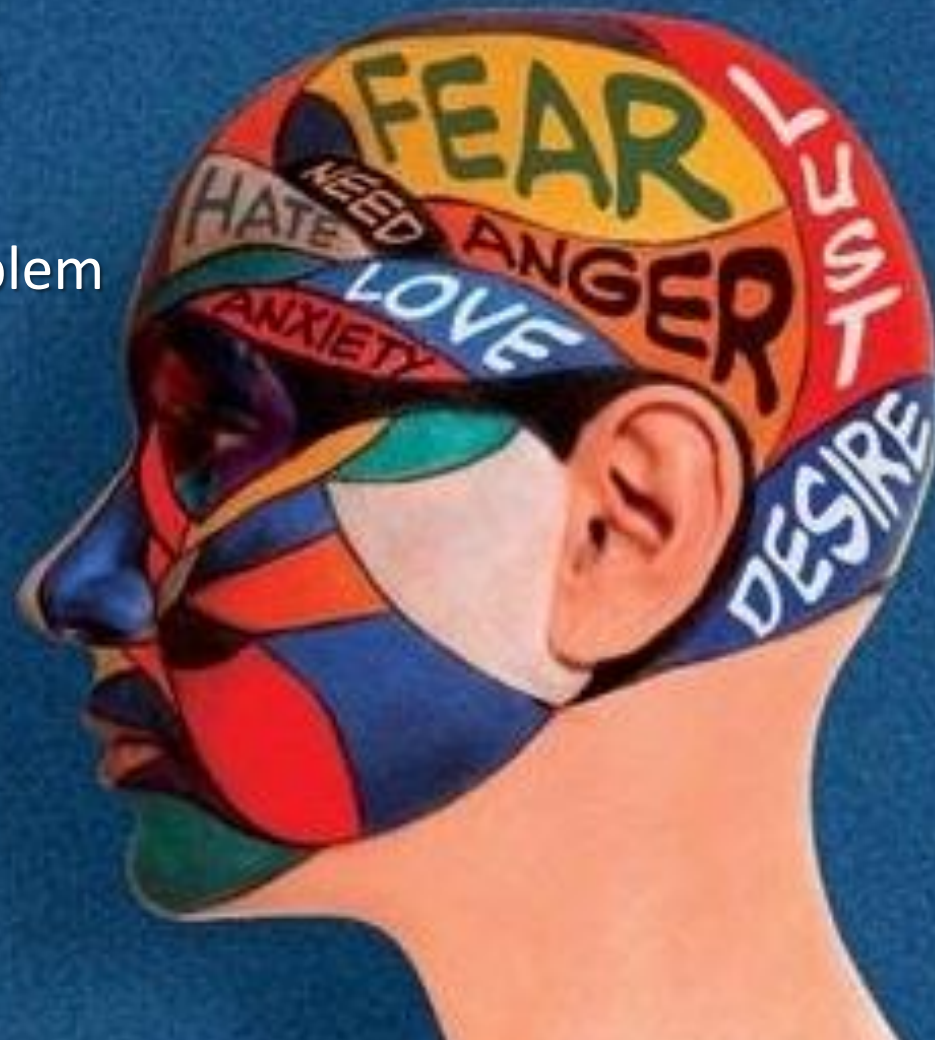
It's not about  
a WILD idea ...





# NO!

Its about Value ....  
Solving a consumer Problem



Business Innovation is about solving a consumer problem





# A Problem a "PAIN" and a Market Opportunity



60-10-0

**THE GREATEST SALESMAN EVER PUT IN A MARKET**  
Positively increases 300% per customer Sales.  
Requires about HALF the space of ordinary carriers.

**THE ONLY PRACTICAL carrier on the market for limited space.**  
It is 11" in diameter in front and the standard 14" diameter in the rear.

**THE VALUABLE FOLDING DESIGN**  
Folds up into a compact size for easy storage and handling.

**Roller Basket Co., Webster Groves Station, St. Louis, Mo.**



Όσο μεγαλύτερο το πρόβλημα που λύνεις τόσο μεγαλύτερα τα κέρδη



Μία ανάγκη....

Όλα ξεκινούν από μια ανάγκη





1968

SILVER STRIKES GOLD

Dr. Spencer Silver discovers a unique, repositionable adhesive while working as a Senior Scientist in 3M's Corporate Research Lab. Dr. Silver shops his idea around to other 3M scientists, trying to discover a problem that his invention can solve.



Post-it<sup>®</sup>  
Brand



what if

1974. Ο Αρτ Φράι, χημικός και ψάλτης στην εκκλησία της γειτονιάς του, εκνευρισμένος που οι σελιδοδείκτες του υμνολογίου του κατέληγαν συχνά στο πάτωμα, θυμήθηκε την εφεύρεση του Σίλβερ.

Θα ήταν ό,τι έπρεπε για να στερεοποιεί τους σελιδοδείκτες του, έχοντας όμως παράλληλα τη δυνατότητα να τους ξεκολλάει ανά πάσα στιγμή, χωρίς να προκαλείται φθορά στο βιβλίο.

1974

A STICKY EPIPHANY

While singing in his church choir, Art Fry, another 3M scientist, tires of losing his place in the hymnal. He dreams of a bookmark that's lightly adhesive. Then he remembers Dr. Silver's adhesive, and his dream begins to become real.

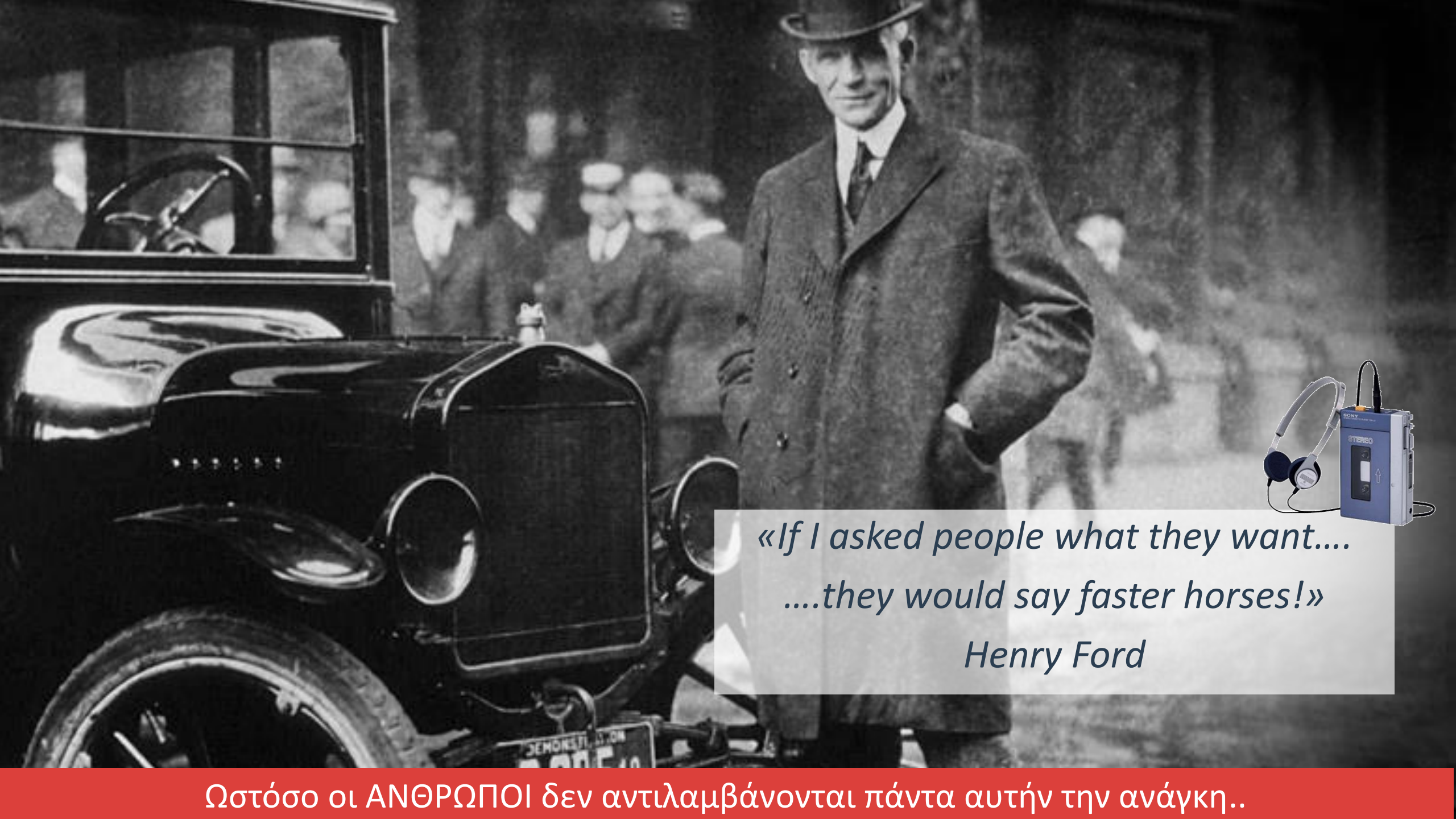


1968. Silver tried to create a powerful glue, instead by accident he created another glue that could be used repetitively without leaving any marks. Ο χημικός της 3M Σπένσερ Σίλβερ στην προσπάθεια να δημιουργήσει μια ισχυρή συγκολλητική ουσία, δημιούργησε μια ουσία η οποία μπορούσε να ξαναχρησιμοποιηθεί χωρίς να αφήνει ίχνη και σημάδια.

Επί 5 χρόνια προσπαθούσε μάταια να προωθήσει την εφεύρεσή του μέσα στην 3M

Ωστόσο οι ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ δεν αντιλαμβάνονται πάντα αυτήν την ανάγκη..





*«If I asked people what they want....  
....they would say faster horses!»*

*Henry Ford*

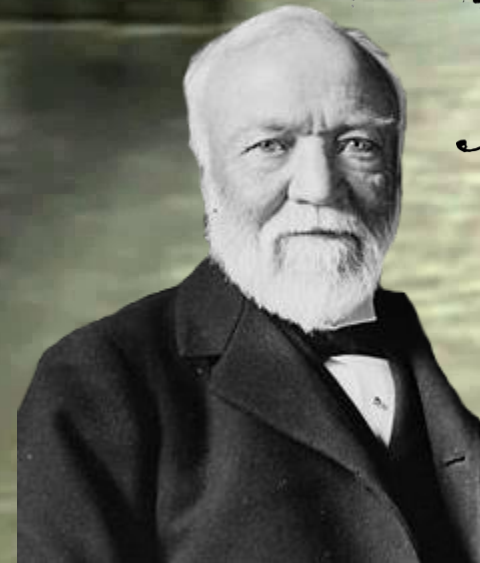
Ωστόσο οι ΑΝΘΡΩΠΟΙ δεν αντιλαμβάνονται πάντα αυτήν την ανάγκη..

bridge over the Mississippi River connecting the cities of St. Louis, Missouri and East St. Louis, Illinois.

The world's first all steel construction

**CARNEGIE**  
=STEEL CO=

*Andrew Carnegie*



Ή την φοβούνται...



“

**We now live in a world  
where those who listen  
the most and best win**

”

---

Professor Jeff French



# Ενεργητική Ακρόαση, Κατανόηση, Ενσυναίσθηση

Η λύση δεν έρχεται απο την γνώση, αντιθέτως απο την κατανόηση.

Η εμπειρία του «ΣΧΕΔΙΑΣΤΗ»



**Design**



**User Experience**

Η εμπειρία του «ΧΡΗΣΤΗ»





# Μια ευκαιρία στην Αγορά

Όλοι είναι οι πελάτες μου

*Όλες οι εταιρείες ανταγωνιζότανε σε ένα μέρος της αγοράς δίνοντας περισσότερα.....  
Η Southwest πήγε σε ένα άλλο τμήμα της αγοράς δίνοντας λιγότερα*



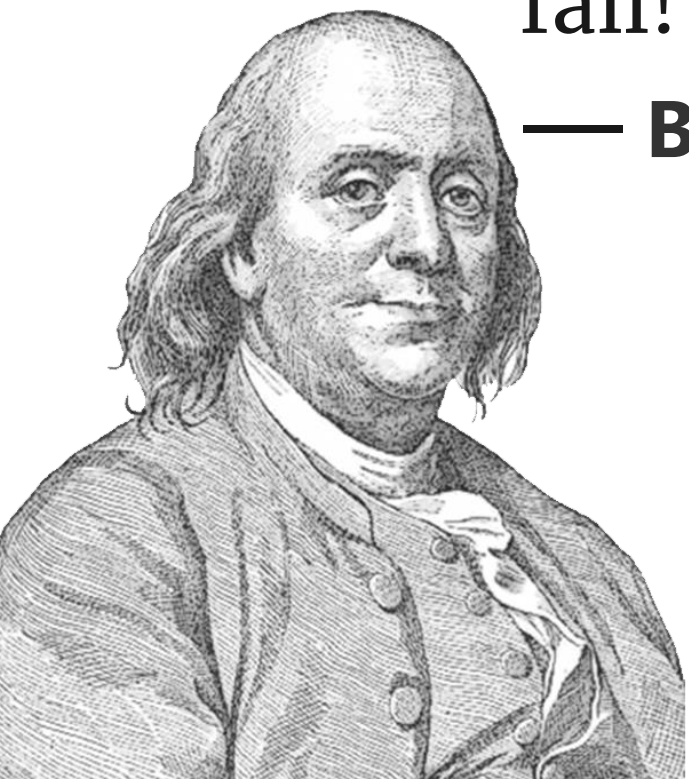
*Πόσοι ΔΕΝ ταξιδεύουν με αεροπλάνο;*

# Μια καλή εκτέλεση

Δεν μπορείς να φτάσεις αν δεν γνωρίζεις που πάς.....

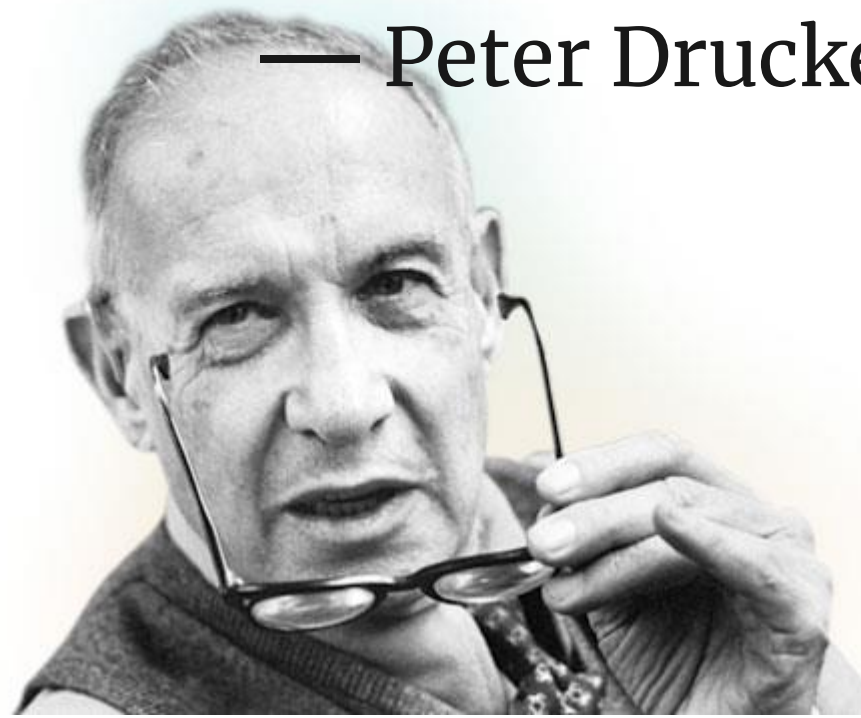
“If you fail to plan,  
you are planning to  
fail!”

— **Benjamin Franklin**



“What gets  
,measured get's  
managed”

— **Peter Drucker**



# Καλή εκτέλεση

Η λύση δεν έρχεται απο την γνώση, αντιθέτως απο την κατανόηση.

CHALLENGE: Learning curve



CHALLENGES





Greece has talented engineers, great technology companies and is developing tech cluster and venture investment ecosystems.

What's missing is the ability to **scale businesses above and beyond our cultural mentality** of building small businesses like restaurants or cafeterias.



#### Smart-Connected Greek IoT Businesses



Tom Katsioulas

Technology Executive | Silicon Valley

At the mindspark Alexandroupolis

#themindspark

# Αντίληψη για την Επιχειρηματικότητα

## Greece

About 2,240,000 results (0.54 seconds)



## International

About 211,000,000 results (0.77 seconds)



**Entrepreneur**



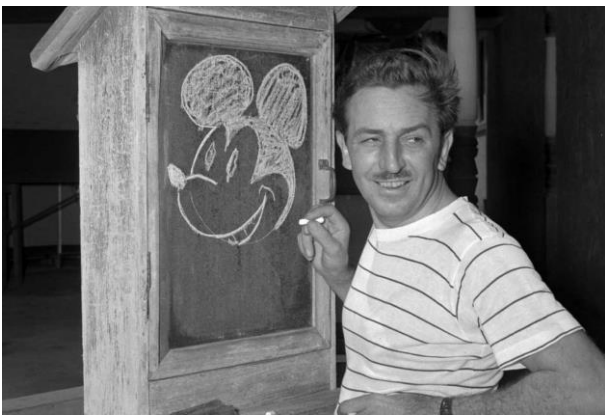
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ  
ΕΥΡΟΥ

*Inspiration series*

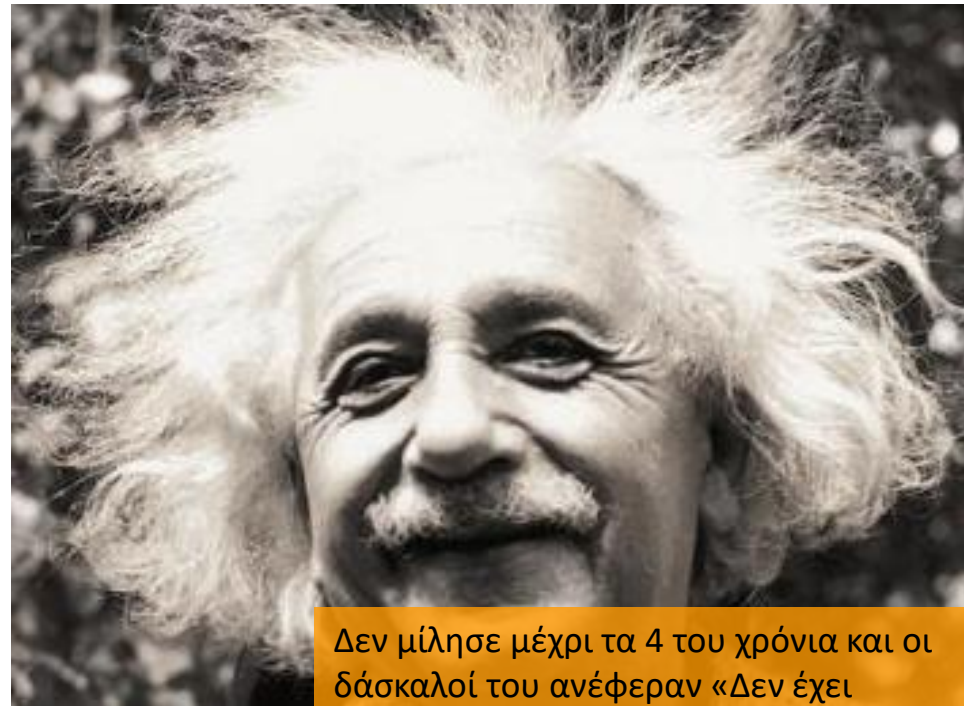


**EMBRACE  
FAILURE**

# "Αποτυχημένοι"



“Κόπηκε στο μάθημα καλλιτεχνικών και αργότερα απολύθηκε γιατί είχε «έλλειψη» Δημιουργικότητας



Δεν μίλησε μέχρι τα 4 του χρόνια και οι δάσκαλοί του ανέφεραν «Δεν έχει προοπτικές» Α. Αϊνστάιν



Απορρίφτηκε από την ομάδα Μπασκετ του σχολείου του λόγω ανικανότητας.

*"I have missed more than 9,000 shots in my career. I have lost almost 300 games. On 26 occasions I have been entrusted to take the game winning shot, and I missed. I have failed over and over and over again in my life. And that is why I succeed."*



Τους απέρριψε το Decca Recording studios και είπαν «δεν μας αρέσει ο μουσική τους, δεν έχουν μέλλον στην show business»

Αν το πλάνο Α αποτύχει  
η ΑΒ έχει άλλα 23 γράμματα

**ΤΑΣΕΙΣ**



# #FACT

## New generations tend to dominate the market

Μια στροφή από τον υλισμό (materialism) προς την ταύτιση με τις προσωπικές αξίες

Generation X

Millenials ή Gen Y



# Ηθική, το νόμισμα του μέλλοντος Δρ Γιάννης Καλογεράκης



# Ford Vs Cadillac

*in entrepreneurial ethical spirit*

## The Challenge

Could we use the entrepreneurial spirit for good?

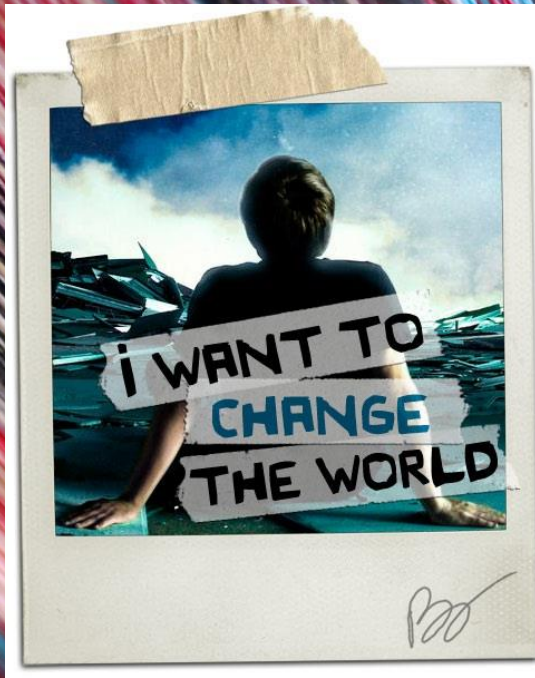












'The old ways of getting things done – public services versus charities, versus private enterprise – are starting to merge, and the future is hybrid.'

*Peter Holbrook, Social Enterprise UK*

# Ποιος είναι ο Κοινωνικός Επιχειρηματίας;



# ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ



Οπτικοποίηση των  
Παγκόσμιων στόχων Βιωσιμότητας:

<https://unstats.un.org/unsd/mdg/Trendalyzer>

‘Σε έναν ιδανικό κόσμο τα κοινωνικά προβλήματα θα λυνότανε με καθαρές και απλές λύσεις. Η πραγματικότητα ωστόσο είναι κάτι τελείως διαφορετικό.’

*The Aspen Institute, Theory of Change*

*Whats your goal? What you care most?*



**Η πιο ισχυρή δύναμη για αλλαγή στον κόσμο, είναι μια ιδέα στα χέρια ενός κορυφαίου Κοινωνικού Επιχειρηματία.**

*Bill Drayton, Founder of Ashoka: Innovators for the Public*



# Αναφέρετε

3 επιχειρήσεις

3 κοινωνικές επιχειρήσεις

3 κοινωνικά υπεύθυνες



Επιχειρηματίας

Κοινωνικός  
Επιχειρηματίας

Κοινωνικά Υπεύθυνος  
Επιχειρηματίας

Φιλάνθρωπος

Χ3

Ακτιβιστής



# ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΥ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΙ

Είναι πολυμήχανοι και επίμονοι. Αντιλαμβάνονται ευκαιρίες εκεί που οι υπόλοιποι βλέπουν προβλήματα.



**Γιατί δεν χρησιμοποιούμε την δυναμική της επιχειρηματικότητας για να επιλύσουμε κοινωνικά προβλήματα;**

Bill Drayton, Ashoka





# Lets Define....

## Ποιος είναι ο επιχειρηματίας

Traditional enterprise is mostly focused on their objective. The targeted beneficiaries are the person that can pay for the service, the shareholders, investors, and the entrepreneur himself. Not everyone in need can have the product or service if they doesn't have the money to pay for it.

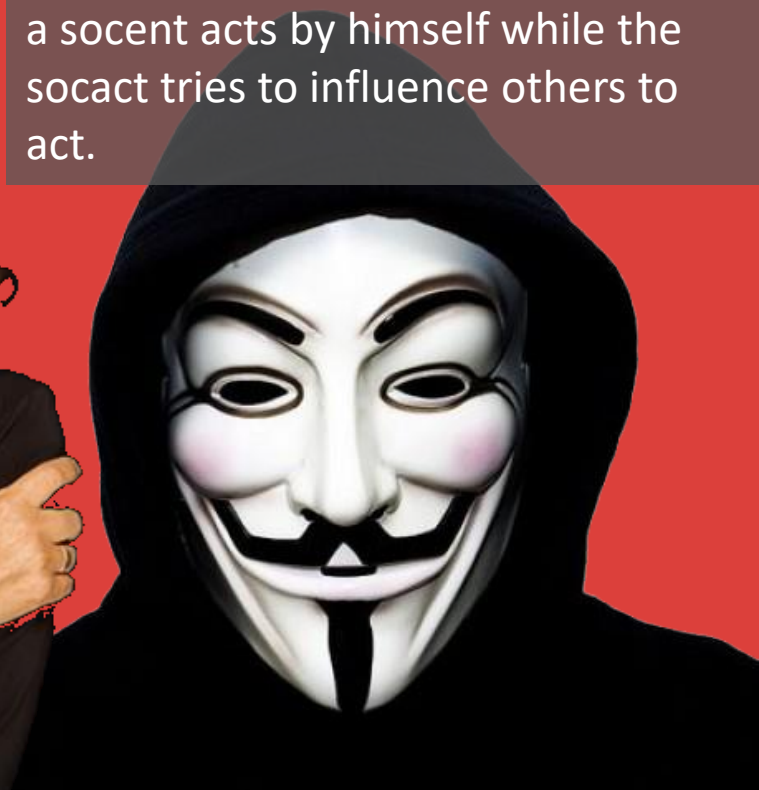
**Philanthropy:** Is 100% dependent on unstable revenue stream. The cost is covered by donations and solidarity actions. Philanthropy can be the mean to cover a specific group needs. Philanthropy can gather resources in money, clothes, food and more.

## Ποιος είναι ο κοινωνικός επιχειρηματίας

They are focused on serving others and secondary on financial results. Serving is the end not the mean. the target beneficiary varies from non-profits, philanthropic organisations, government and society. Soc Ent is more inclusive. They don't care about investors but rather care for the stakeholders and target mostly underserved, excluded and mistreated part of society

## Ποιος είναι ο ακτιβιστής

**SocAct** in general shares the same characteristics and motivators with socent. The difference mainly is that a socent acts by himself while the socact tries to influence others to act.







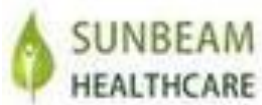
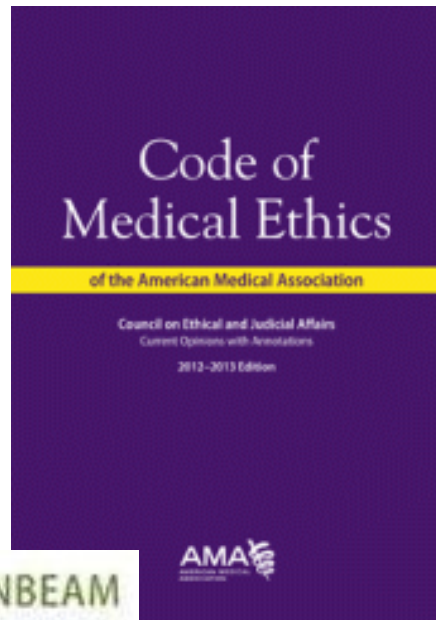
Ο παλιός τρόπος που γινότανε τα πράγματα – δημόσιος τομέας εναντίον ιδρύματα, εναντίον ιδιωτικών επιχειρήσεων – έχει αρχίζει να συνενώνεται και το μέλλον είναι υβριδικό.’

*Peter Holbrook, Social Enterprise UK*



**Social  
Enterprise UK**

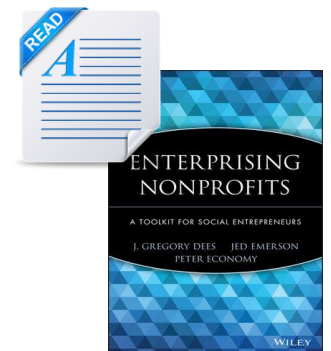
# Η ανάγκη...



«Ενας αυξανόμενος αριθμός Μη Κερδοσκοπικών αναζητούν επιπρόσθετες πηγές εσόδων και συμπεριφέρονται ως κερδοσκοπικοί οργανισμοί.

Μερικοί ΜΚ αντλούν κεφάλαια μέσω βοηθητικών εμπορικών δραστηριοτήτων, ενώ άλλες δημιουργούν επιχειρήσεις για να εξυπηρετήσουν την αποστολή τους»

Gregory, J., Dees



# ΑΠΟΤΥΧΙΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Market failures

+Δυσάρεστες Ισορροπίες

«Οι Κοινωνικοί επιχειρηματίες δεν αρκούνται στο να δώσουν ένα Ψαρί ή να διδάξουν τρόπους Αλιείας. Δεν θα ηρεμήσουν μέχρι να επαναπροσδιορίσουν τον Αλιευτικό Κλάδο»

**Bill Drayton,**  
CEO, chair and founder of Ashoka



Όπως οι επιχειρηματίες, συνεισφέρουν και **αλλάζουν τον κόσμο των επιχειρήσεων**, έτσι και οι Κοινωνικοί επιχειρηματίες λειτουργούν ως **πράκτορες αλλαγής για την Κοινωνία**.

- Εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες να αλλάξουν τα συστήματα,
- Δημιουργούν λύσεις να αλλάξουν την Κοινωνία προς το καλύτερο,
- Εφευρίσκουν νέες προσεγγίσεις σε υπάρχουσες δομές & συστήματα





“Low income markets present a prodigious opportunity for the worlds wealthiest companies – to seek their fortunes and bring prosperity to the aspiring poor”

Prahalad, C. K.,



Annual Per Capita Income*	Tiers	Population in M
More Than \$20,000	1	75-100
\$1,500-\$20,000	2 & 3	1,500-1,750
Less Than \$1,500	4	4,000

\* Based on purchasing power parity in U.S.\$  
Source: U.N. World Development Reports

# ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

## ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΛΗΜΑ Η ΕΥΚΑΙΡΙΑ;

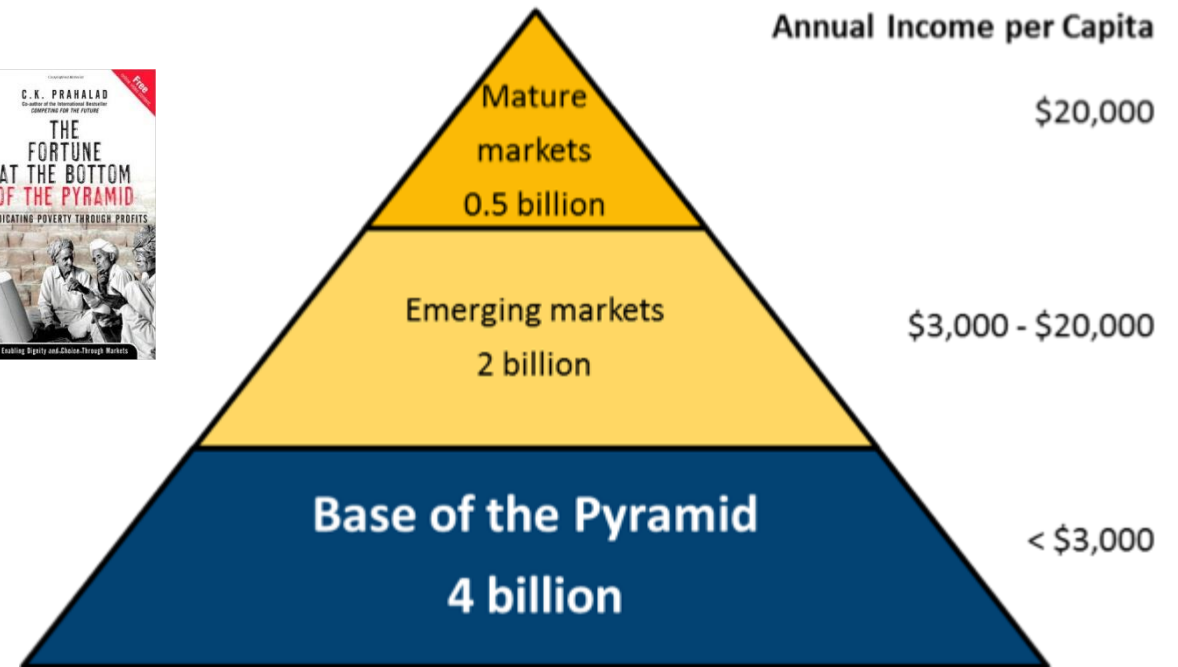
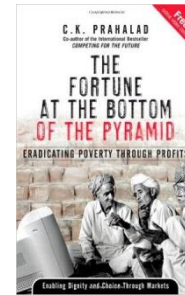
“4 δις άνθρωποι ανήκουν στην βάση της πυραμίδας με ετήσιο εισόδημα που δεν ξεπερνά τα 1500\$ το έτος και περίπου το 1 δις από αυτούς ζει με λιγότερο από 1\$ την ημέρα”.

Exhibit 1: The World Economic Pyramid

Annual Per Capita Income*	Tiers	Population in Millions
More Than \$20,000	1	75-100
\$1,500-\$20,000	2 & 3	1,500-1,750
Less Than \$1,500	4	4,000

\* Based on purchasing power parity in U.S.\$

Source: U.N. World Development Reports



Οι αγορές χαμηλού εισοδήματος αποτελούν μια ευκαιρία για τις πλουσιότερες εταιρείες του κόσμου, για να αναζητήσουν πλούτο παρέχοντας ευημερία στους ταλαιπωρους φτωχούς.

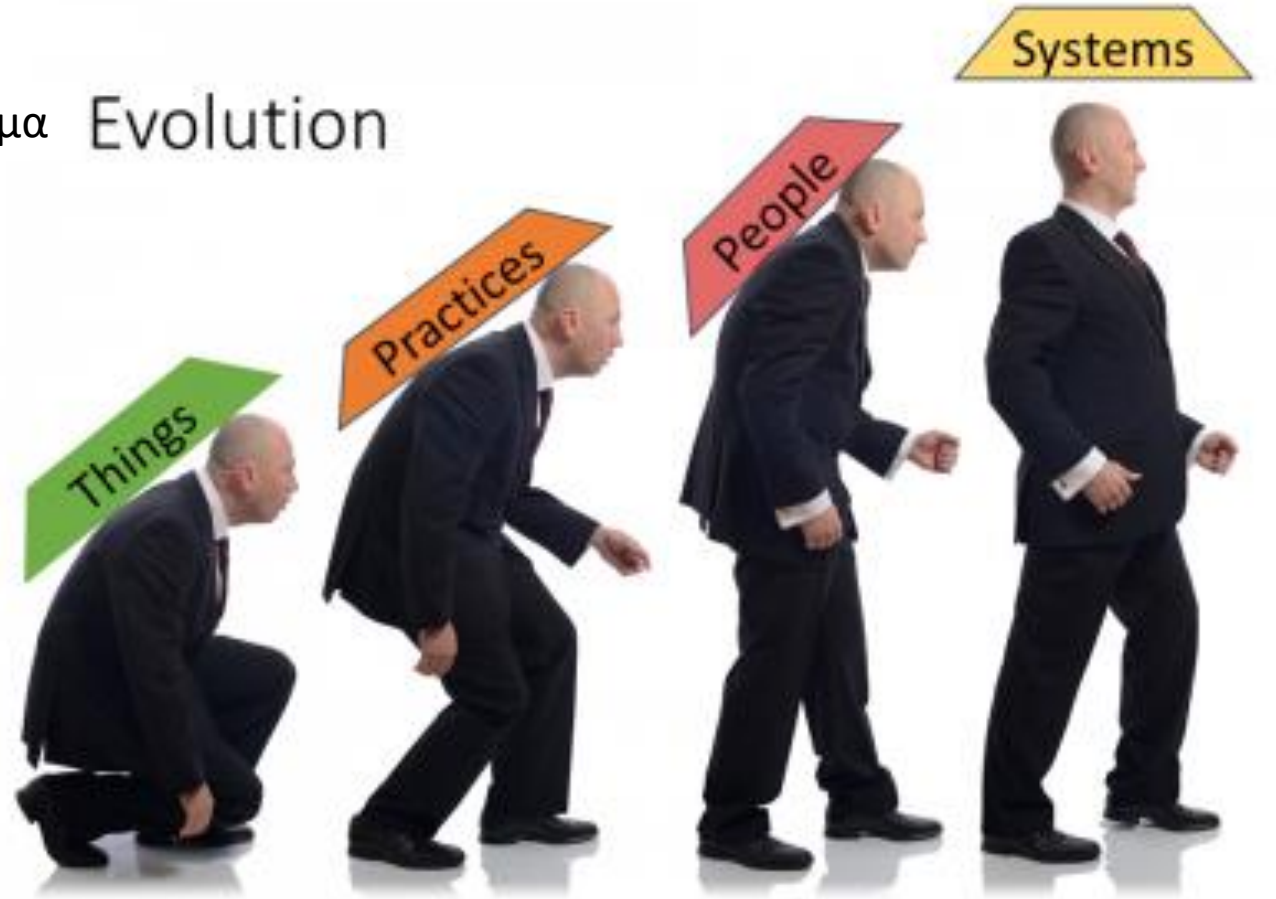
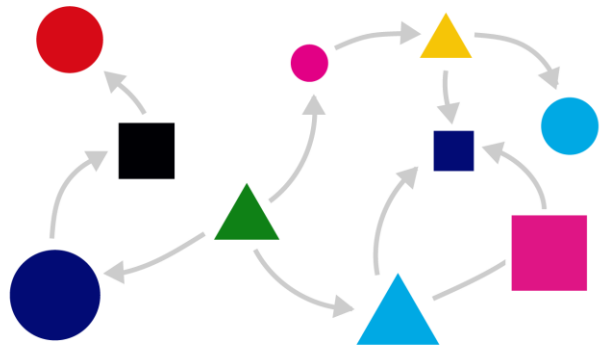
C.K. Prahalad & S.Hart

Source: Prahalad, C. K., and Hart, Stuart, 2002. The Fortune at the. Bottom of the Pyramid, Strategy+ Business, Issue 26

# ΣΥΣΤΗΜΙΚΗ ΣΚΕΨΗ

Αντιμετώπιση των προβλημάτων βλέποντας όλο το σύστημα

Evolution

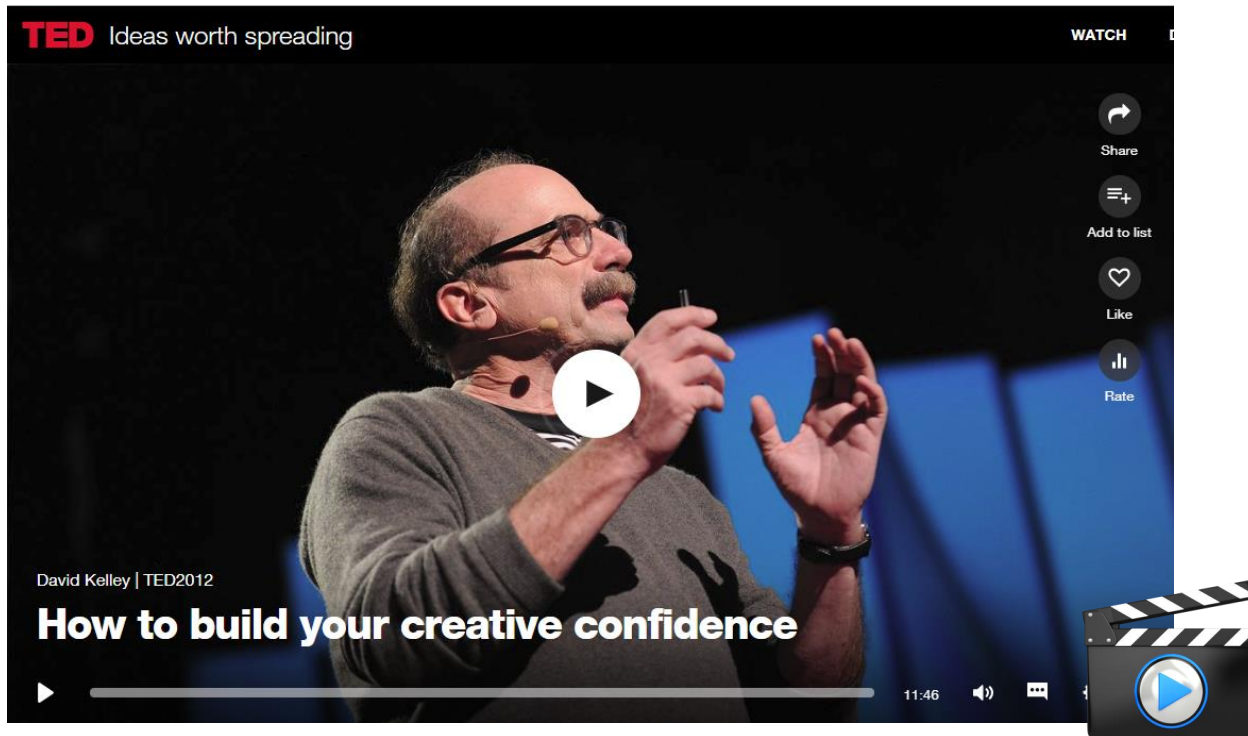


Η συστημική σκέψη είναι ένα πεδίο της Διοίκησης ο οποίος εστιάζει στην κατανόηση ενός συστήματος εξετάζοντας τις συνδέσεις και αλληλεπιδράσεις μεταξύ των μερών αυτού καθολικά. Αυτό επιτρέπει την κατανόηση του συστήματος και δίνει την δυνατότητα σε δημιουργική προσέγγιση για την επίλυση ή βελτίωση μέσα απο ραφιναρισμένες και στοχευμένες παρεμβάσεις.



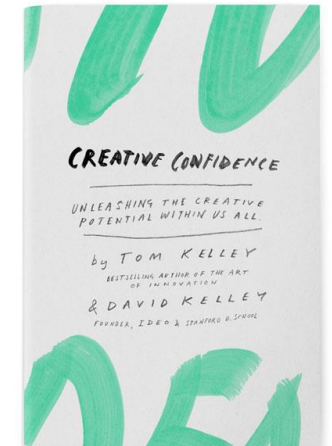
# ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΑΥΤΟΠΕΠΟΙΘΗΣΗ

CREATIVE CONFIDENCE



Η δημιουργική αυτοπεποίθηση είναι η αντίληψη ότι έχεις μεγάλες ιδέες, και είσαι ικανός να τις κάνεις πράξη.

**David Kelley, Founder, IDEO**



*Δείτε την ομιλία του D. Kelley που μιλά για δημιουργική σιγουριά/αυτοπεποίθηση*

Πηγή: [https://www.ted.com/talks/david\\_kelley\\_how\\_to\\_build\\_your\\_creative\\_confidence](https://www.ted.com/talks/david_kelley_how_to_build_your_creative_confidence)

# ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΑ

Δημιουργία Κοινωνικής και Οικονομικής Αξίας



Poor people are bonsai people. There is nothing wrong with their seeds. Only society never gave them a base to grow on."

Muhammad Yunus, (2010) [Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism](#), Public Affairs, NY

They explained to me that the bank cannot lend money to poor people because these people are not creditworthy.

- M. Yunus

## The 16 Decisions of Grameen Bank



To 94% της Graamen Bank ανήκει στους Δανειολήπτες οι οποίοι μέχρι το 2007 ήταν 7.2 εκατομμύρια

# ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΑ

Δημιουργία Κοινωνικής και Οικονομικής Αξίας



**“All the data shows it is not about poor people, it’s about people who *happen to be in poverty*. It’s not the person, it’s the context”**

Mani et al, (2013), Poverty Impedes Cognitive Function.  
<http://science.sciencemag.org/content/341/6149/976.abstract>

## The 16 Decisions of Grameen Bank

1. We respect the four principles of the Grameen Bank - we are disciplined, united, courageous and workers - and we apply them to all our lives.
2. We wish to give our families good living standards
3. We will not live in delapidated houses. We repair them and work to build new ones.
4. We cultivate vegetables the whole year round and sell the surplus.
5. During the season for planting, we pick out as many seedlings as possible.
6. We intend to have small families. We shall reduce our expenses to a minimum. We take care of our health.
7. We educate our children and see that they can earn enough money to finance their training.
8. We see to it that our children and homes are clean.
9. We build laterines and use them.
10. We only drink water drawn from a well. If not, we boil the water or we use alum.
11. We will not accept a marriage dowry for our son and we do not give one to our daughter at her marriage. Our centre is against this practice.
12. We cause harm to no one and we will not tolerate that anyone should do us harm.



# ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΑ

Δημιουργία Κοινωνικής και Οικονομικής Αξίας



**Invisible Cities is a social enterprise that trains people who have experienced homelessness to become walking tour guides of their own city.**

<https://invisible-cities.org/>



EDINBURGH



YORK



MANCHESTER



GLASGOW



CARDIFF

# ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΑ

CASE: GENERATION GENEROUS

**Οι τσάντες Generation Generous, από ανακυκλωμένα πλαστικά μπουκάλια, βοηθούν αυτούς που έχουν ανάγκη.**

«Για πολλά χρόνια σχεδιάζα και κατασκεύαζα αξεσουάρ και ταξίδια πολύ συχνά στην Ασία. Η ιδέα μου ήρθε όταν σε ένα από τα ταξίδια μου στην Ινδία παρατήρησα πως υπήρχε κόσμος που κυκλοφορούσε με χαρτοσακούλες και αναρωτήθηκα γιατί να μην μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τη δύναμη της κατανάλωσης και να μετατρέψουμε την ενέργειά μας σε κάτι θετικό;»

**Νατάσα Αθανασιάδου,  
Founder Generation Generous**

**GENERATION  
GENEROUS\***  
Ethical. Sustainable. Generous.  
Bag-by-Bag.



\*CLEAN WATER  
\*FOOD  
\*SHELTER  
\*HEALTH  
\*EMPOWERMENT

<http://www.generationgenerous.com>

<http://www.fortunegreece.com/tags/generation-generous/>



# ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΑ

CASE: ΜΥΡΤΙΛΟ

Σήμερα το 90% των εργαζομένων στο Myrtillo ανήκει στις ευάλωτες ομάδες (άτομα με αναπηρίες).



EPT Social Growth, Επ. 7 Μυρτίλλο

<https://youtu.be/TsvHx8ktzzc>



<https://www.lifo.gr/team/athens/57711>

<http://www.myrtillocafe.gr/el/>



# ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΑ

CASE: SOFFA



## #1 Ethical

Reintegrate survivor victims of human trafficking to society through training and work; stop exploitation of women and children in production lines through transparent processes and respected labour rights

## #2 Environmental

Produce by sustainable practices with sustainable materials

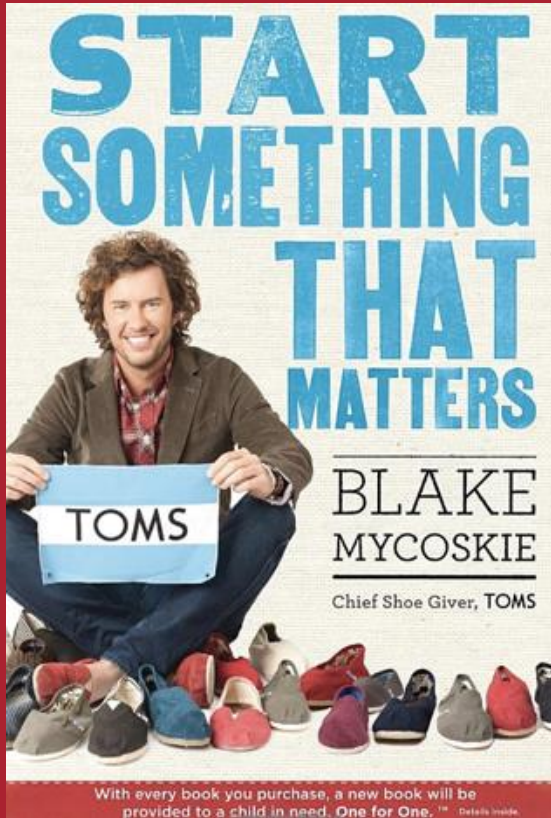
## #3 Social

Create job positions for vulnerable groups

## #4 Economic

Build a vertical structure of a self-sustained garment/accessory/shoe-producing factory

<http://soffa.gr/about/>



# THE SOCIAL ENTERPRISE SPECTRUM

Purely Philanthropic



Purely Commercial

Motives, Methods, and Goals		Appeal to goodwill Mission driven Social value	Mixed motives Mission and market driven Social and economic value	Appeal to self-interest Market driven Economic value
Key Stakeholders	Beneficiaries	Pay nothing	Subsidized rates, or mix of full payers and those who pay nothing	Market-rate prices
	Capital	Donations and grants	Below-market capital, or mix of donations and market-rate capital	Market-rate capital
	Workforces	Volunteers	Below-market wages, or mix of volunteers and fully paid staff	Market-rate compensation
	Suppliers	Make in-kind donations	Special discounts, or mix of in-kind and full-price donations	Market-rate prices





Τι είναι αυτό που  
σε θυμώνει !



'In an ideal world, social problems could be solved with neat, simple solutions. Reality, however, is often quite a different story.'

*The Aspen Institute, Theory of Change*





Τι σκέφτεσαι όταν  
βλέπεις αυτήν την  
εικόνα ;






Τι σκέφτεσαι όταν  
βλέπεις αυτήν την εικόνα ;







Τι σκέφτεσαι όταν  
βλέπεις αυτήν την  
εικόνα ;

A young man with dark hair, wearing a plaid shirt, is driving a car. He is holding a lit cigarette in his right hand and a glass of beer in his left hand. The car's interior, including the steering wheel and dashboard, is visible. The lighting is dramatic, with strong highlights and deep shadows.

Τι σκέφτεσαι όταν  
βλέπεις αυτήν την  
εικόνα ;





Τι σκέφτεσαι όταν  
βλέπεις αυτήν την εικόνα ;





Τι σκέφτεσαι όταν βλέπεις  
αυτήν την εικόνα ;



# Ενότητα 2<sup>η</sup>



Name your  
Teams

# *Change* the world Pitch

# 5'

1. Ποιο είναι το πρόβλημα ;
2. Ποιο είναι το κοινό οι ωφελούμενοι;
3. Ποια είναι οι stakeholders;
4. Ποιοι είναι οι διαθέσιμοι πόροι;
5. Ποια είναι η λύση;
6. Ποιος είναι ο Αντίκτυπος
7. Ποιες είναι οι πηγές εισοδήματος /βιωσιμότητα;
8. Ποια είναι τα πιθανά εμπόδια;
9. Έχει δυνατότητα επέκτασης(scale);



Μάθε πώς  
το έλυσαν οι άλλοι





# Παγκοσμίου κλάσης υπηρεσίες Υγείας για τους φτωχούς

## Τα Mc Donald's της Υγείας

**285**ΕΚ

άνθρωποι παγκοσμίως είναι  
τυφλοί ή με περιορισμένη όραση

**85%**

Αυτών των περιστατικών  
είναι ιάσιμο

The problem of avoidable blindness rapidly escalating remained a major cause of concern in the Indian healthcare scenario. In a developing country like India, the government alone cannot meet the health needs of all owing to a number of challenges like growing population, inadequate infrastructure, low per capita income, aging population, diseases in epidemic proportions and illiteracy.

# Τα Mc Donald's της Υγείας



**3.000.000**

ασθενείς τον χρόνο

**500**

επεμβάσεις την ημέρα

**1**

εγχείρηση πληρώνει για  
δύο ακόμη δωρεάν

What started off as an 11-bed hospital has now become the conglomerate, Aravind Eye Care System. Today, Aravind operates a growing network of [eye care facilities](#), a [postgraduate institute](#), a [management training and consulting institute](#), an [ophthalmic manufacturing unit](#), a [research institute](#) and [eye banks](#). Aravind's eye care facilities include 13 eye hospitals, 6 outpatient eye examination centres and 75 primary eye care facilities in South India.



# Listen, Understand, Empathize,

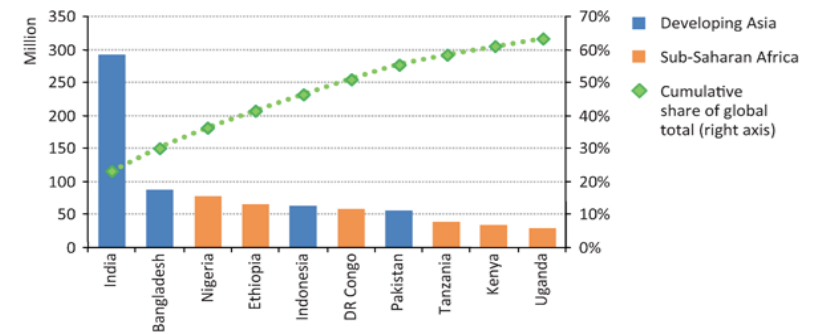
Solution cant come from knowing, rather comes from understanding

*Tell a woman!*

Εκπαίδευσε μια Γιαγιά  
και άλλαξε τον κόσμο



Figure 1: Countries with the largest population without access to electricity, 2010





# Ενεργητική Ακρόαση, **Κατανόηση**, Ενσυναίσθηση

Η λύση δεν έρχεται απο την γνώση, αντιθέτως απο την κατανόηση.

[ALBINA RUIZ](#)



[Watch the Video](#)

<https://www.youtube.com/watch?v=x0LgwcAsNB4>



Ίδρυσε την εταιρεία "Ciudad Saludable", που σημαίνει στα Ισπανικά «Υγιείς Πόλη» και μετέτρεψε ένα πρόβλημα απορριμμάτων μία ιστορία επιχειρηματικής επιτυχίας. Οι συλλέκτες σκουπιδιών (ρακοσυλλέκτες) δεν ήταν εργαζόμενοι αλλά συνέταιροι στην "Ciudad Saludable". Νιώθουν υπεύθυνοι και εκπληρώνουν ένα σημαντικό έργο για την κοινότητα. Για την δουλειά της η Albina Ruiz τιμήθηκε από το Schwab Foundation. Η Ciudad Saludable είναι σήμερα τόσο πετυχημένη που όλο και περισσότερες πόλεις στο Περού και τις γειτονικές χώρες υιοθετούν το μοντέλο.

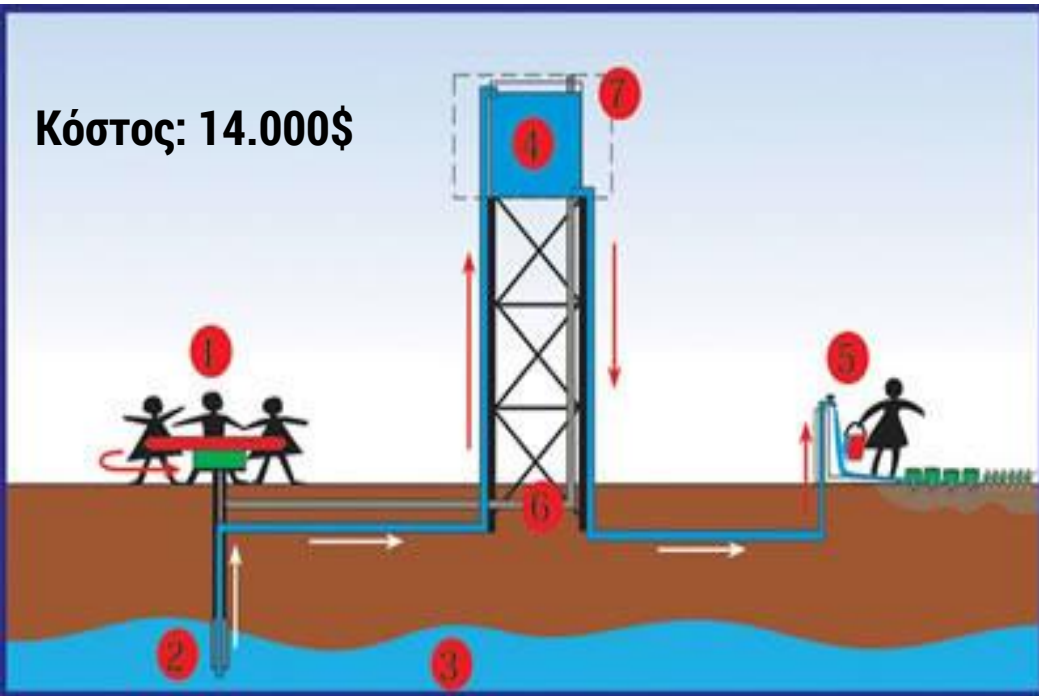
# Roundabout Water Solutions

Case: Roundabout Water Solutions

## The Play Pump

The pump can raise up to 1400 liters of water per hour from a depth of 40 meters. The storage tank has a four-sided advertising panel. Two sides are used to advertise products, thereby providing money for maintenance of the pump,

Κόστος: 14.000\$



Η Αφρική δεν χρειάζεται High Tech καινοτομία αλλά Low Tech | Trevor Field,

Πηγή: Kottler, P., Lee, N. (2009), Up and Out of Poverty: The Social Marketing Solution, Wharton School Publishing







Drop in water wastage and plastic usage

99%

Increase in revenue collected compared to cash systems

341%

Access to clean water 24/7

100%

Tracking of water revenue for maintenance and upgrades

100%

### 3 WAYS TO PAY



#### Mobile Money

Use mobile money from over 12 Mobile Network Operators in East and West Africa. Pay by text using a regular phone and pick up credit by touching your tag onto the tap.



#### App & Cash

Pay by cash to a neighbour, shopkeeper or water seller who can transfer eWater credit directly to a registered tag using mobile money. Smart phone users can buy credit through the eWaterPay app and top up tags directly.



#### Remote Gift

Government departments, urban relatives and international donors can purchase and donate trackable eWATERcredit for any registered tag use. Health clinic and schools can receive an allocation of water.



# Social Marketing

marketing to social enterprise

From social

Understand them...



<http://www.youtube.com/watch?v=-gOfbL3Fh8k>



# Road Crew Results



## Results of the Road Crew project significantly exceeded NHTSA's expectations:

- **19,757 rides** were given to potential drunk drivers from July 1, 2002 through June 30, 2003.
- Rides were estimated to have prevented 15 alcohol-related crashes on area roads, a 17% reduction (see notes, below for calculations).
- The average cost of an alcohol-related crash in Wisconsin was approximately \$56,000; the cost to avoid a crash in the program was about \$15,300.
- There was no **decrease in the percent of patrons** who admitted to drinking and driving, but there was a significant drop in the frequency of occurrences per person compared with control group behavior. On average, people reduced their number of alcohol impaired driving events by about one time every two weeks.
- Among those who were aware of the program, over 80% surveyed had positive feelings, and nearly half of those aware perceived a decrease in driving after excessive drinking in the community.
- Among bar patrons, there was no observable increase in consumption compared to control communities. However, there was an **increase in the number of bars visited**.
- Community leaders felt that the program should continue.

**19,757 rides**

**17% reduction**

**\$15,300 vs \$56,000**

prevention cost

**80%** positive feelings

<http://www.nsmcentre.org.uk/resources/showcase/road-crew>

<http://www.youtube.com/watch?v=-gOfbL3Fh8k>



Δηλαδή τι να  
**ΚΑΝΩ?**



# Δεν γίνεται

Δεν Μπορώ Μονός μου

Δεν έχω Χρήματα

Δεν είμαι καλός

Δεν έχω...άκρες

Δεν βρίσκω ομάδα..

**Ξεφορτώσου  
το σύνδρομο**

# ΔΕΝ

Ακόμη και το μυαλό σου δεν το καταλαβαίνει

Τι να κάνω;

Προσπάθησε να λύσεις ένα Consumer Problem

Μοιράσου την Ιδέα σου

Βρές υποστηρικτές

Χτίσε την ομάδα σου

Αγκάλιαστε την αποτυχία

Δοκίμασε την ιδέα σου (fail=First Attempt in Learning)

Fail Fast = Fail cheap



# Thoughts for DOERS

- Ξεκινήστε με ένα σκοπό  
η με κάτι που σας θυμώνει, unbalanced equilibrium.
- Κάντε αυτό που κάνετε καλύτερα
- Αφήστε τους ανθρώπους να σας κάνουν ερωτήσεις για την ιδέα σας
- Εξασκηθείτε στο Pitching της ιδέας σας
- Μελετήστε επισταμένα την ιστορία, το οικοσύστημα και τις διαστάσεις του προβλήματος που πάτε να λύσετε
- Χτίστε μια αρχική Υπόθεση
- Προχωρήστε σε ένα πρωτότυπο
- Επικεντρωθείτε στην σκέψη των τρόπων που θα μετρήσετε ή θα αξιολογήσετε την επιτυχία.

- Μαθήτευσε δίπλα σε experts  
(δούλεψέ χωρίς αμοιβή αν είναι απαραίτητο)
- Γιόρτασε κάθε νίκη ανεξαιρέτως πόσο μικρή είναι
- Ζήτησε συμβουλές από ανθρώπους που θαυμάζεις
- Μείνε πιστός στις αρχές αλλά ευέλικτος στις μεθόδους
- Βρες πηγές έμπνευσης και χρησιμοποίησε τες
- Διάβασε βιογραφίες ανθρώπων της πράξης
- Πάρε ένα μάθημα Οικονομικών
- Ανέπτυξε δεξιότητες στην διαπραγμάτευση
- Απεύθυνε ερωτήσεις σε δημόσια φόρουμ
- Εξασκήσου στην δημόσια ομιλία

# ΠΗΓΕΣ

1. Almqvist, E., Senior, J., Bloch, N., (2016), The Elements of Value, Harvard Business Review [online] <https://hbr.org/2016/09/the-elements-of-value>
2. Bornstein, D., Davis.S., (2010), Social Entrepreneurship What everybody Needs to Know , Oxford University Press [Suggested Reading]
3. Social Innovation: <http://youngfoundation.org/publications/social-innovation-what-it-is-why-it-matters-how-it-can-be-accelerated>
4. Social Entrepreneurship the Case for Definition [online] [http://cddl.fsi.stanford.edu/sites/default/files/2007SP\\_feature\\_martinosberg.pdf](http://cddl.fsi.stanford.edu/sites/default/files/2007SP_feature_martinosberg.pdf)
5. J.G., Dees, (1998) Enterprising Non Profits [online] <https://hbr.org/1998/01/enterprising-nonprofits>
6. J.G. Dees, (1998) The meaning od Social Entreprenurship :<http://community-wealth.org/sites/clone.community-wealth.org/files/downloads/paper-dees.pdf>
7. Mycoskie, B.,(2012) Something that Matters, Reprint edition, Spiegel & Grau
8. Prahalad, C. K., and Hart, Stuart, 2002. The Fortune at the Bottom of the Pyramid, Strategy+ Business, Issue 26 [online] <https://www.strategy-business.com/article/11518?gko=9a4ba>
9. Smith, B., Knapp, J., Barr, T., Stevens, C. and Cannatelli, B. (2010). Social enterprises and the timing of conception: organizational identity tension, management, and marketing. Journal of Nonprofit \& Public Sector Marketing, 22(2), pp.108—134
10. Yunus, M., (2010), Building Social Business: The New kind of capitalism that serves humanity’s most presing needs, Public Affairs, NY
11. Yunus, M., Weber,K. (2010) Building Social Business: The New kind of Capitalism that serves Humanities Pressing Needs”, Public Affairs, NY, pp10-11



E-mail: [lskerletopoulos@gmail.com](mailto:lskerletopoulos@gmail.com)



LinkedIn: [/in/lskerletopoulos](https://www.linkedin.com/company/lskerletopoulos)



Twitter : [@Skerletopoulos](https://twitter.com/Skerletopoulos)



# StartUp *for Good!*

 Explore the mindset of **‘Doing Well by Doing Good’**



**Interreg**  
**Greece-Bulgaria**  
 **Growing Social**



European Regional Development Fund

**ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ:** TECHNOPOLIS ICT Business Park

Η εκδήλωση πραγματοποιείται στο πλαίσιο υλοποίησης του έργου “Growing Social” του Προγράμματος Συνεργασίας INTERREG V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”, και χρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και ιδίους πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα”





**Interreg**  
Greece-Bulgaria



**StartUp** for Good!  
Explore the mindset of *'Doing Well by Doing Good'*

# Unit 2

*The Mindset of Doing Well by Doing Good*

 **Growing Social**  
European Regional Development Fund

Η εκδήλωση πραγματοποιείται στο πλαίσιο υλοποίησης του έργου "Growing Social" του Προγράμματος Συνεργασίας INTERREG V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020", και χρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και ιδίους πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα"

 **TECHNOPOLIS**  
THESSALONIKI ICT BUSINESS PARK

# Μαθησιακοί Στόχοι

## Σκοπός της Ενότητας

Με το πέρας της ενότητας οι συμμετέχοντες θα είναι έχουν κατανοήσει τις καλές πρακτικές και την φιλοσοφία της επιχειρηματικότητας η οπού η κερδοφορία συνδυάζεται με κοινωνική και περιβαλλοντική ωφέλεια. Μέσα από παραδείγματα και βιβλιογραφία θα μάθουν σχετικά με την δημιουργία κοινωνικής και κοινής αξίας, καθώς και τις υφιστάμενες τάσεις. Επίσης θα αναγνωρίσουν την διαφορά κοινωνικής αξίας και κοινωνικής ευθύνης ενώ θα εισαχθούν σε σύγχρονες έννοιες γύρω από την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων. Τέλος θα κατανοήσουν την σημασία της ευθυγράμμισης της ΕΚΕ με την ευρύτερη στρατηγική και θα μπορούν να ξεχωρίσουν αν μια ενέργεια εμπίπτει στο πεδίο της ΕΚΕ, εταιρικής φιλανθρωπίας, δωρεάς, cause marketing ή άλλη τακτική.

## Keywords

Corporate social responsibility, triple bottom line, social value, shared value, corporate social marketing

# ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ



Οπτικοποίηση των  
Παγκόσμιων στόχων Βιωσιμότητας:

<https://unstats.un.org/unsd/mdg/Trendalyzer>

‘Σε έναν ιδανικό κόσμο τα κοινωνικά προβλήματα θα λυνότανε με καθαρές και απλές λύσεις. Η πραγματικότητα ωστόσο είναι κάτι τελείως διαφορετικό.’

*The Aspen Institute, Theory of Change*



“When we come out of this fog,  
this notion that companies  
need to stand for something  
– *they need to be accountable for more  
than just the money they earn* –  
is going to be profound”



**Jeff Immelt**  
CEO General Electric



News > Business > Business News

## Volkswagen says cost of diesel emissions scandal has hit €30bn

German car maker sets aside further €1bn for legal costs to deal with fallout from dieselgate

Ben Chapman | @b\_c\_chapman | Thursday 2 May 2019 09:59 |



© Reuters/K. Pfaffenbach





Who  
made  
my  
clothes?





# Νέα...μόδα

“Κάποια παιδιά είναι ήρωες”



Δύο χρόνια αργότερα, το 2009, το Φυσικό Μεταλλικό Νερό «ΖΑΓΟΡΙ» ανέλαβε μια ξεχωριστή δράση για τα παιδιά και την οικογένεια. Σε συνεργασία με «Το Χαμόγελο του Παιδιού», η εταιρεία μας προχώρησε στη στελέχωση της Γραμμής για παιδιά - SOS 1056, με 9 κοινωνικούς λειτουργούς και 5 ψυχολόγους. Το εξειδικευμένο προσωπικό της Εθνικής Γραμμής, απαντά σε περισσότερες από 330.000 κλήσεις, προσφέροντας έμπρακτη βοήθεια και επιλύοντας προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίζουν οι γονείς σε σχέση με τα παιδιά τους, αλλά και τα ίδια τα παιδιά μεταξύ τους.

Επενδύοντας σε αυτό το πολύτιμο έργο, η ΧΗΤΟΣ Α.Β.Ε.Ε. στάθηκε δίπλα σε ακόμα περισσότερα παιδιά, αλλά και σε ενήλικους, με την ελπίδα να παρακινήσει και άλλους ανθρώπους να συνεισφέρουν σε τέτοιου είδους ενέργειες.

“Στην Κένυα διψάνε”



Το 2007, η ΧΗΤΟΣ Α.Β.Ε.Ε. σε συνεργασία με την ActionAid, υλοποίησε ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα υδροδότησης στην περιοχή Γιουσίγκου της Κένυας, το οποίο διήρκεσε δύο χρόνια. Μέσω αυτής της πρωτοβουλίας, το Φυσικό Μεταλλικό Νερό «ΖΑΓΟΡΙ» εξασφάλισε καθαρό πόσιμο νερό σε 43.000 ανθρώπους, οι οποίοι υπέφεραν από την έλλειψη του. Η επίτευξη του έργου αυτού διευκόλυνε τα παιδιά, ώστε να μη χρειάζεται να διανύσουν καθημερινά δεκάδες χιλιόμετρα για λίγο νερό στον δρόμο τους για το σχολείο. Επιπλέον, χάρη στο έργο της εταιρείας μας, τα κρούσματα επιδημιών που οφείλονταν στην έλλειψη καθαρού νερού μειώθηκαν σε μεγάλο βαθμό, ενώ οι γυναίκες της περιοχής απέκτησαν έναν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο, καθώς “χρίστηκαν” υπεύθυνες για τη διαχείριση και βιωσιμότητα του έργου.

Με αυτή την ενέργεια στην Κένυα, η εταιρεία μας έθεσε τα πρώτα θεμέλια του οράματός της σχετικά με την περαιτέρω ενίσχυση της κοινωνικής ευημερίας.



Ένα ποτήρι γεμάτο αγάπη!





# 40%

Εταιρειών στον δείκτη Standard & Poors 500 δημοσιεύουν εκθέσεις κοινωνικής ευθύνης

**Οι περισσότερες εταιρείες έχουν «ξεμείνει» στην Εταιρικής Κοινωνική Ευθύνη**





«Όσο περισσότερο οι εταιρείες ενσωματώνουν τακτικές CSR τόσο περισσότερο οι κοινωνίες τις θεωρούν υπεύθυνες»

[Michael E. Porter](#) - [Mark R. Kramer](#)





# Η σύνδεση μεταξύ Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος & ΕΚΕ



“The fact is, the prevailing approaches to CSR are so fragmented and **so disconnected from business and strategy...** CSR can be more than a cost, a constraint, or a charitable deed – it can be a source of opportunity, innovation and competitive advantage”

[Michael E. Porter](#) - [Mark R. Kramer](#)

# Το ζήτημα της ευθυγράμμισης

Η παραδοσιακή λογιστική σχετικά με την αξιολόγηση επιχειρήσεων μιλά για τα κοινά «Αποτελέσματα» (**bottom line**) τα οποία μπορεί να είναι κέρδη ή ζημιές.

Μια νέα μορφή αξιολόγησης (3P) κερδίζει έδαφος. Μια νέα που συνυπολογίζει τους Ανθρώπους (People), τον πλανήτη (Planet) και τα κέρδη ή ζημιές (Profit).

Η νέα σχολή της Βιώσιμης Ανάπτυξης με τα 3P

## GREEN PAPER:

### Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility

[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC\\_01\\_9](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9)





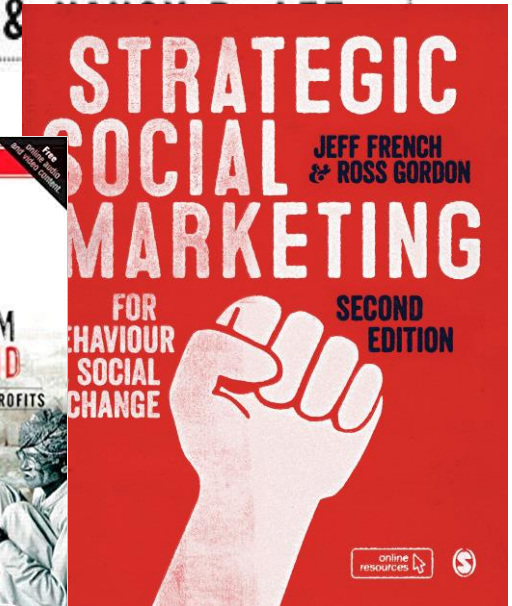
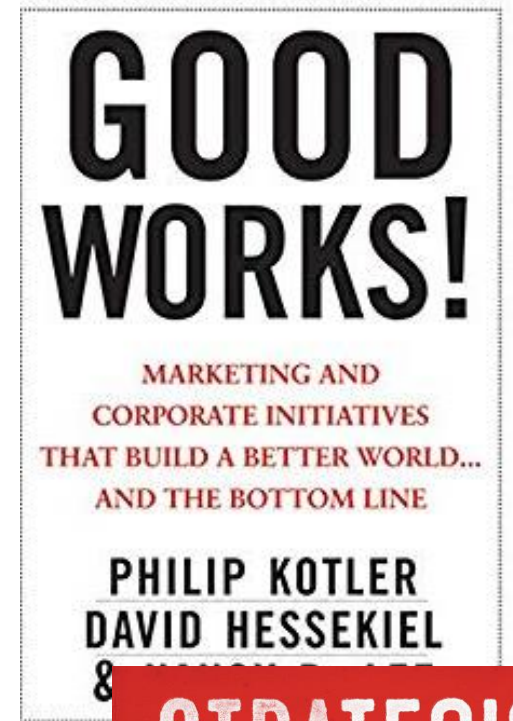
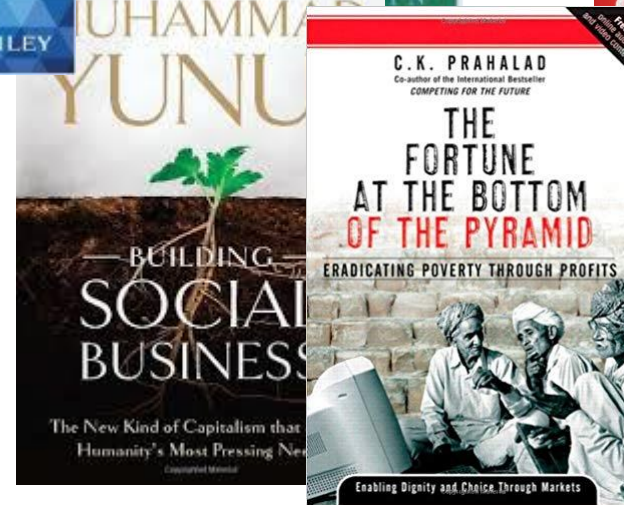
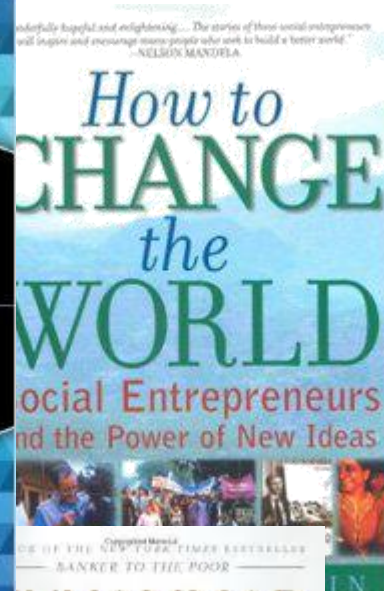
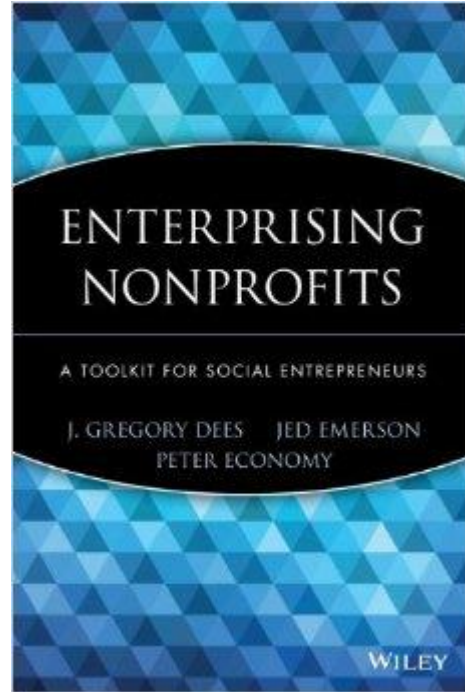
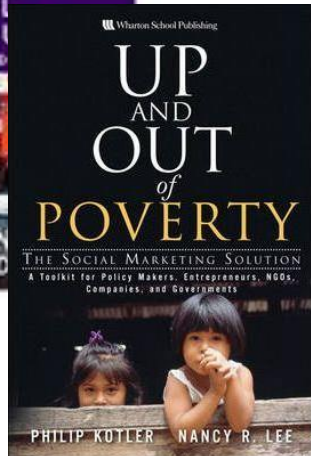
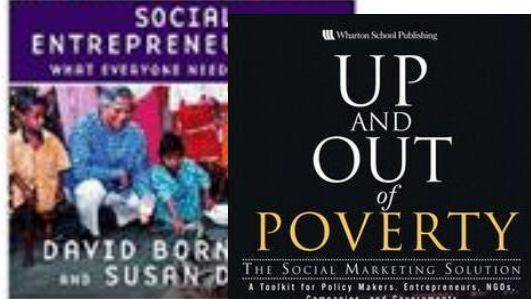
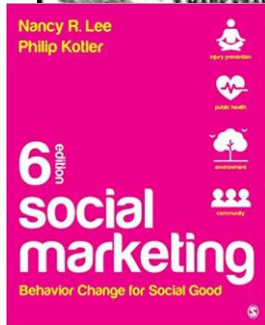
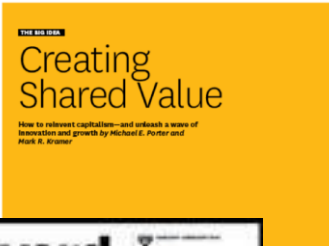
There's a lot of momentum there; around 2,500 businesses worldwide are now certified as B Corps. All are configured around the TBL, dedicated to **be not just “best in the world,” but “best for the world.”**

**John Elkington**

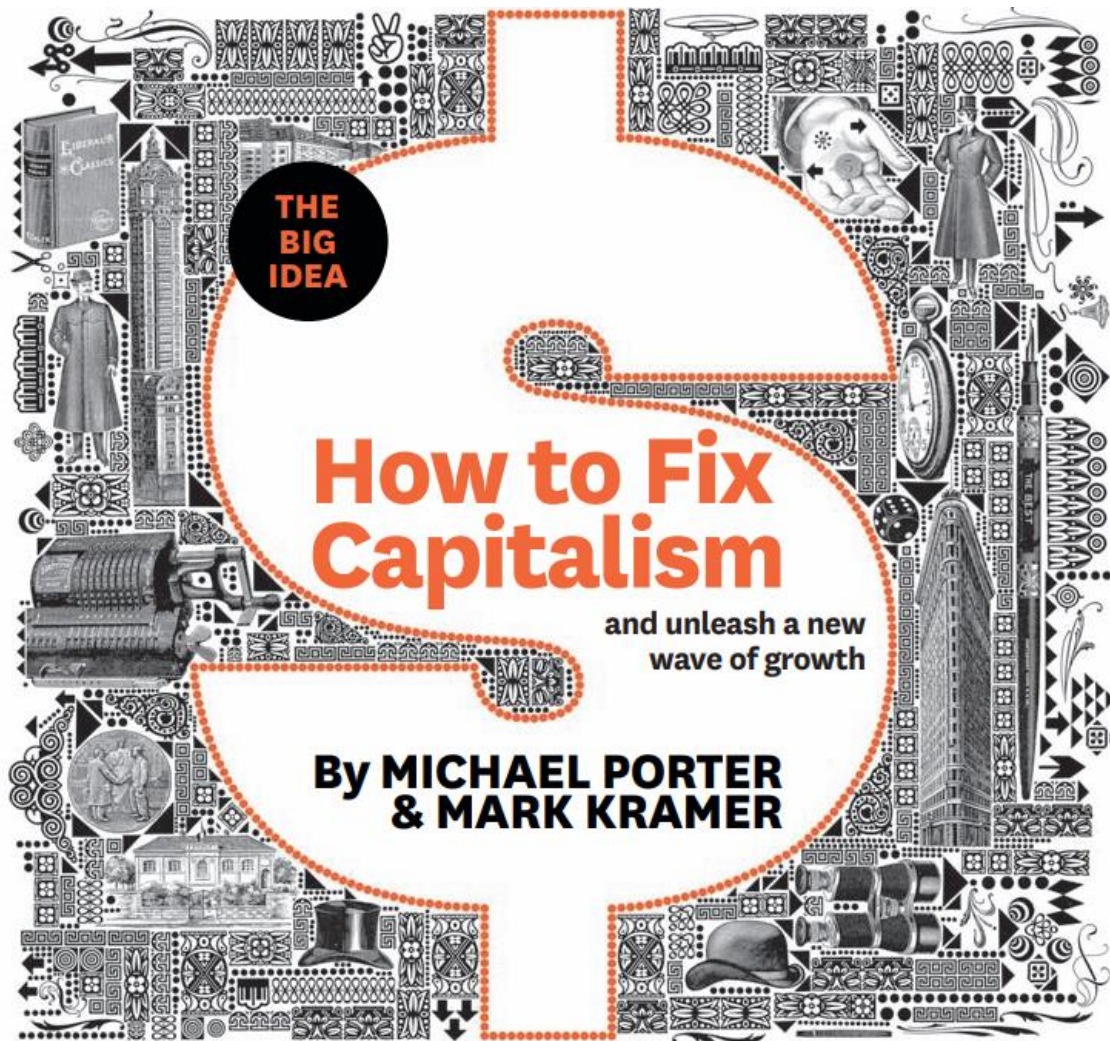




# Παγκόσμιος Διάλογος







## Capitalism ins UNDER Siege

*«Societal needs, not just conventional economic needs, define markets, and social harms can create internal costs for firms».*

«Οι εταιρείες ξοδεύουν εκατομμύρια ευρώ να πολεμήσουν τον ακτιβισμό αντί να διορθώσουν τα προβλήματα που τον προκάλεσαν εξ' αρχής».

# ΤΑΣΕΙΣ: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΟΙΝΗΣ ΑΞΙΑΣ

Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την δυναμική της επιχειρηματικότητας για καλό σκοπό; (Shared Value)

“Το καπιταλιστικό σύστημα βρίσκεται υπο πολιορκία. Στα σημερινά χρόνια οι επιχειρήσεις έχουν κατακριθεί για την συμβολή τους ως οι βασικοί παράγοντες για τα κοινωνικά, περιβαλλοντικά και οικονομικά προβλήματα. Οι επιχειρήσεις θεωρούνται γενικά ότι ευημερούν εις βάρος των κοινωνιών”.



**Michael Porter (2011)**

Bishop William Lawrence University Professor ,  
Harvard Business School

<https://youtu.be/xuG-1wYHOjY>





# ΤΑΣΕΙΣ: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΟΙΝΗΣ ΑΞΙΑΣ

Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την δυναμική της επιχειρηματικότητας για καλό σκοπό; (Shared Value)

*“Πρέπει να επαναπροσδιορίσουμε τον Καπιταλισμό και να γεφυρώσουμε την σχέση των επιχειρήσεων με την κοινωνία και τον πλανήτη”*

**Michael Porter (2011)**

Bishop William Lawrence University Professor ,  
Harvard Business School

<https://youtu.be/xuG-1wYHOjY>

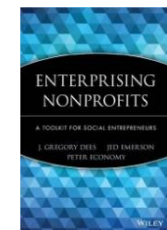


# ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΞΙΑΣ



“Η κοινωνική αξία αφορά κοινωνική ένταξη και πρόσβαση με σεβασμό και ανοιχτούς θεσμούς. Αφορά την ιστορία, γνώση, κληρονομιά και πολιτισμική ταυτότητα. Είναι αξία που δεν μειώνεται από οικονομικούς και κοινωνικοοικονομικούς όρους”

*J. Gregory Dees*





*Υπάρχει μια ιδέα ότι οι αξίες διαχωρίζονται σε κοινωνικές και οικονομικές, όμως αυτό είναι καθολικά λάθος τρόπος να προσεγγίσουμε πώς δημιουργείται η αξία. Ο κόσμος δεν χωρίζεται σε «κακούς» ανθρώπους των επιχειρήσεων και κοινωνικούς ήρωες'*

**Jed Emerson**

at the World Economic Forum





**DOING GOOD**

Από το συμβολικό  
στο ουσιαστικό

# Τι είναι Καλό;

Corporate Social Responsibility

# Καλό



Corporate Social Responsibility

Corporate Community Involvement

Corporate Philanthropy

Community Development

Corporate Citizenship

Corporate Responsibility

Global Citizenship

Corporate Giving

Community affairs

Corporate Societal Marketing

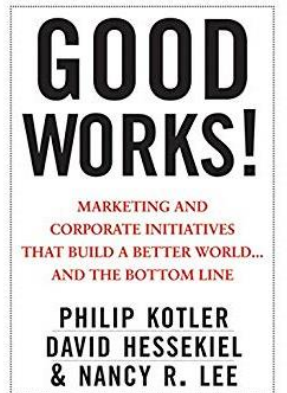
Community Relations

Source: Kotler, P., Hessekiel, D., Lee, N. (2012) Good Works, Willey



# Marketing can do GOOD

*“Mother of Social Marketing”*





# A Shift from Obligation to Strategy

## New Corporate Philanthropy

Μια στροφή προς Μακροχρόνιες δεσμεύσεις σε κοινωνικά ζητήματα

Η εταιρεία χρηματοδοτεί ένα σκοπό ή ένα ίδρυμα απευθείας.



Η Apple έχει συλλέξει περίπου 25 εκατ. δωρεές υπαλλήλων για ΜΚΟ ανα τον κόσμο.



Παραδείγματα: <https://www.careeraddict.com/corporate-philanthropy>

<https://philanthropynetwork.org/news/special-report-corporate-philanthropy>

<https://hbr.org/1994/05/the-new-corporate-philanthropy>



# The New Moral Marketplace Factor

Αυξάνεται ο ρόλος της αντιληπτής ηθικής στις αποφάσεις των καταναλωτών, πελατών και εργαζομένων



# Παραδοσιακή Προσέγγιση

Εκπληρώνοντας μια υποχρέωση





# Η Νέα Προσέγγιση

Υποστηρίζοντας τους εταιρικούς στόχους

INTRODUCING

## THE **E.V.A.** INITIATIVE

EQUAL VEHICLES FOR ALL

**Cars should protect everyone**

Some people are less safe on the road than others. That's why it's time to share more than 40 years of safety research – to help make cars safer for everyone. Not just the average male.

# Γιατί να κάνω... καλό;

- Αύξηση μεριδίου αγοράς και πωλήσεων
- Ισχυροποίηση του Brand
- Ενίσχυση της εταιρικής εικόνας
- Προσέλκυση, κινητοποίηση και διατήρηση προσωπικού
- Μειωμένα λειτουργικά κόστη
- Καλύτερη αντιμετώπιση από Επενδυτές και Οικονομικούς Αναλυτές



# Γιατί να κάνω... καλό;

Αύξηση μεριδίου αγοράς και πωλήσεων

Οι άνθρωποι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερο αν θεωρούν ότι ένα προϊόν είναι δίκαιο

French, J. Gordon R., 2019, Strategic Social Marketing

# 94%

είναι πιθανό να αλλάξουν μάρκα σε όμοια προϊόντα αν το ένα συνδέεται κοινωνικό ζήτημα

# 91%

Θα αγοράζαν ένα προϊόν που έχει ταύτιση με ένα κοινωνικό σκοπό (cause) - 66% το έχουν κάνει.

<https://www.dandad.org/awards/professional/2019/experiential/230241/kraft-now-pay-later/>







# Γιατί να κάνω... καλό;

Ισχυροποίηση του Brand

Η σύνδεση μιας εταιρείας ή μάρκας με κοινωνικό σκοπό ένα cause ή ίδρυμα μπορεί να ενισχύσει το “spirit of the Brand”



Believe in something. Even if it means sacrificing everything.

**The  
Guardian**





# Γιατί να κάνω... καλό;

## Ενίσχυση της εταιρικής εικόνας

### 100 Best Corporate Citizens

#### CR Magazine's 100 Best Corporate Citizens

Since 1999, 100 Best Corporate Citizens has recognized outstanding environmental, social and governance (ESG) transparency and performance among the 1,000 largest U.S. public companies.

Our 2019 ranking - the 20th anniversary - is topped by Owens Corning, followed by Intel, General Mills, Campbell Soup Company and HP Inc. Companies new to the ranking in 2019 include Allstate, Delta Airlines and Mondelez International. Biggest gainers from 2018 include Ball Corp., CBRE, Ford and Xylem, Inc.

[View the complete 2019 ranking](#)

#### About 100 Best Corporate Citizens

100 Best Corporate Citizens ranks the entire Russell 1000 Index on ESG factors. ISS-ESG, the responsible investment research arm of Institutional Shareholder Services, conducts the research.

To compile the ranking, information is obtained from publicly available resources only, rather than questionnaires or surveys. Companies have



# FORTUNE

## WORLD'S MOST

# ADMIRIED

## COMPANIES® 2019

# Γιατί να κάνω... καλό;

Προσέλκυση, κινητοποίηση και διατήρηση προσωπικού

Σχεδόν 9 στους 10    Σχεδόν 1 στους 10

86%

των millennials

9%

Babyboomers

θα σκεφτότανε μείωση απολαβών για να εργαστούν σε μια επιχείρηση της οποίας ο σκοπός και οι αξίες ευθυγραμμίζεται με τις δικές τους.

[Workplace Culture report](#)

<https://blog.linkedin.com/2018/june/26/workplace-culture-trends-the-key-to-hiring-and-keeping-top-talent>

## Tips for Attracting, Retaining and Fostering Top Talent Today

So what does this mean for employers who want to hire and retain top talent?

### BUILD PRIDE IN YOUR COMPANY

87% of Americans say having pride in the company they work for matters - one of the top factors is having a positive impact on society (46%)



### MAINTAIN VALUES IN THE WORKPLACE

Professionals would leave their current job if their employer asks them to do something they have an ethical or moral conflict with (39%)



### FOCUS ON BENEFITS OVER PERKS

Such as having time off during holidays (47%) more so than tangible perks like game rooms (12%)



Methodology: This Censuswide research, on behalf of LinkedIn, was conducted online in the U.S. between April 26-May 2, 2018 among 3,010 adult full time workers.

**LinkedIn**



# Γιατί να κάνω... καλό;

Προσέλκυση, κινητοποίηση και διατήρηση προσωπικού

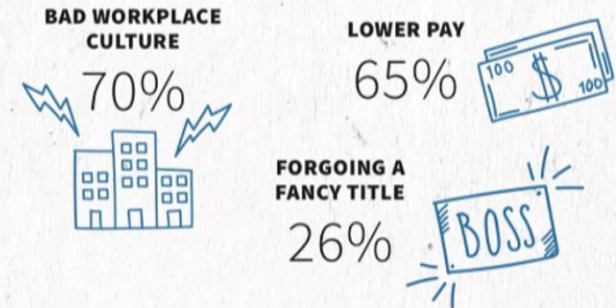
## Millennials want to work for employers committed to values and ethics

Ignoring the mood of the next generation means companies are cutting themselves off from two-thirds of the young talent pool, research suggests



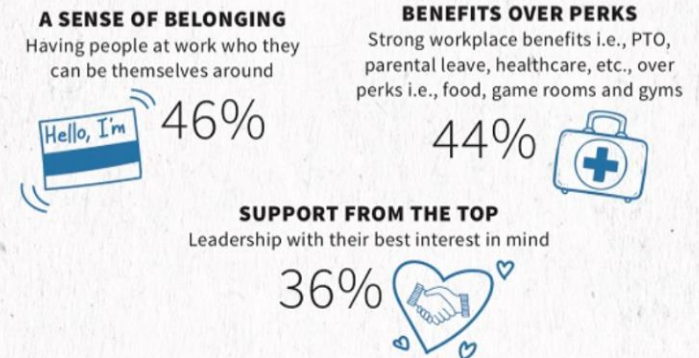
### The Hiring Dealbreakers

Professionals today would not work at a leading company if it meant they had to tolerate:



### What's Making Them Stay for the Next 5+ Years

The top three factors that would keep professionals at their company are:



# Γιατί να κάνω... καλό;

Μειωμένα λειτουργικά κόστη



 Think before you print.

Λιγότερα κόστη εκτύπωσης,  
Διαχείριση, κατανάλωσης  
ενέργειας, νερού κ.ο.κ.



# Γιατί να κάνω... καλό;

Καλύτερη αντιμετώπιση από Επενδυτές και Οικονομικούς Αναλυτές



over 1,340 organizations currently manage USD 502 billion in impact investing assets worldwide

[https://thegiin.org/assets/Sizing%20the%20Impact%20Investing%20Market\\_webfile.pdf](https://thegiin.org/assets/Sizing%20the%20Impact%20Investing%20Market_webfile.pdf)



# Major Challenges to Doing Good

# Major Challenges of Doing Good

Επιλογή Κοινωνικού Ζητήματος

Ένα ζήτημα που υποστηρίζει τους εταιρικούς στόχους, δεν το τρέχει ήδη ανταγωνιστής και δεν έχει φόβο να κάνει backfire

**30% of all Bangladeshis and 56% of Bangladeshi children under the age of 5 suffer from moderate to severe malnutrition.**







# Major Challenges of Doing Good

Επιλογή Πρωτοβουλίας για την επίλυση του Ζητήματος



**Grameen Danone Foods was founded in 2006 in order to fight malnutrition. The joint venture produces a yoghurt enriched with crucial nutrients at a price of 6 BDT (= 0.06 EUR) which even the poorest can afford.**



Annexure 5: Danone and Grameen Bank Business Collaboration

# Major Challenges of Doing Good

Ανάπτυξη και εφαρμογή Προγράμματος



«Η παιδική θνησιμότητα ήταν πολύ μεγάλη και η μεγαλύτερη αιτία θανάτου ήταν η διάρροια, η οποία είναι πολύ απλό να αντιμετωπισθεί.»  
Simon Berry

# Major Challenges of Doing Good

Αξιολόγηση

## Το πρόγραμμα Change4Life

ξεπέρασε τους αρχικούς στόχους:

- Η καμπάνια έφτασε το 99% των οικογενειών που στόχευσε
- 413,466 οικογένειες συμμετείχαν στο πρόγραμμα Change4Life τους πρώτους 12 μήνες
- Περισσότερες από 44,833 οικογένειες εκτιμάται ότι ήταν ενεργές 6 μήνες μετά την είσοδο τους στο πρόγραμμα Change4Life
- Περισσότερες από 1.9 εκ. απαντήσεις (postal, online, face-to-face, telephone) παρελήφθησαν τον 1<sup>ο</sup> χρόνο



If you can't measure it,  
you can't manage it





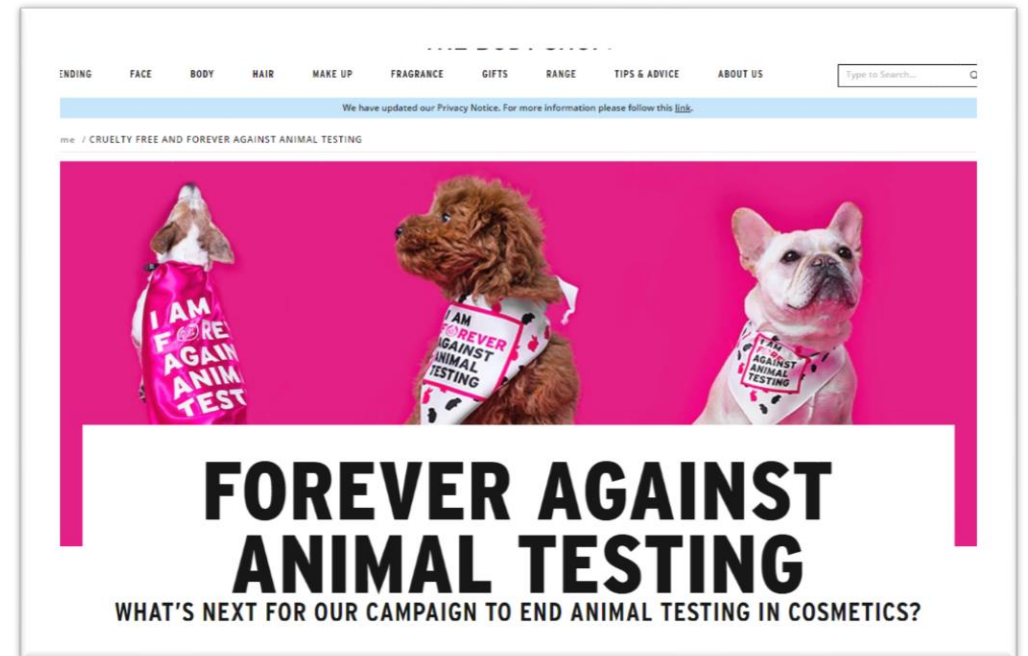
Καλές Πρακτικές

Market Driven  
Πρωτοβουλίες

# Cause Promotion

## WHAT IS FOREVER AGAINST ANIMAL TESTING?

Our Forever Against Animal Testing global campaign is how we put our passion for animal rights into action – we're working towards a worldwide ban on animal tested cosmetics... forever. Approximately 80% of countries have no laws around animal testing, which is why we haven't stopped fighting for the rights of animals since 1989.





# Cause Related Marketing

# Kraft Heinz



## **Kraft Heinz's Rise Against Hunger Partnership**

Το 2011, η Kraft Heinz ξεκίνησε μια καμπάνια ψηφιακής προσφοράς «Huddle to Fight Hunger» όπου κάθε φορά που κάποιος αγόρασε από vending machine εκανε δωρεά ένα γεύμα σε τράπεζες γευμάτων. Η καμπάνια δώρισε επίσης ένα γεύμα κάθε φορά που κάποιος έκανε like στο Facebook page. *Μια προσφορά που συνδύασε την φιλανθρωπία με τα social media marketing ενισχύοντας το brand awareness.*

# Corporate Social Marketing

Corporate Driven Πρωτοβουλίες



# Corporate Philanthropy



Shoes for Tomorrow



# Workforce volunteering

Κάθε χρόνο το προσωπικό συμμετέχει σε δύο εξορμήσεις περιβαλλοντικού χαρακτήρα, μία η οποία διοργανώνεται σε εργάσιμη ημέρα και μία η οποία πραγματοποιείται Σαββατοκύριακο.



# Socially Responsible Business Practices



Adidas, Reebok και H&M είναι από τα brands που οδηγούν τον κλάδου όσο αφορά την διαφάνεια στην εφοδιαστική αλυσίδα.



# ΠΗΓΕΣ

- Bornstein, D., Davis.S., (2010), Social Entrepreneurship What everybody Needs to Know , Oxford University Press [Suggested Reading]
- Dees, J.C., (1998) Enterprising Non Profits [online] <https://hbr.org/1998/01/enterprising-nonprofits>
- Elkington, J., (1994), Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development, California Management Review 36(2): 90-100
- Emmerson J., (2003), The Blended Value Proposition: Integrating Social and Financial Returns, California Management Review, Vol 45; No4 [online] <http://www.blendedvalue.org/wp-content/uploads/2004/02/pdf-proposition.pdf> [accessed at 27/7/2018)
- Kotler, P., & Lee, N. (2004). Best of Breed. *Stanford Social Innovation Review*, 1, 14-23.
- Kotler, P., Lee, N., (2010) Up and Out Of Poverty, Wharton School Publishing
- Nicholls, J., (2007), *Why Measuring and Communicating Social Value can Help Social Enterprise become more Competitive*, Cabinet office of the Third Sector, November 2007
- Porter, M., Kramer M., (2007), Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, Harvard Business Review, December
- Porter, M., Kramer, M. (2011), Creating Shared Value, Harvard Business Review [online]: <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>
- Schumpeter, J., (1908) On the Concept of Social Value [online] <https://www.jstor.org/stable/pdf/1882798.pdf>
- Yunus, M., (2010), Building Social Business: The New kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs, Public Affairs, NY
- Yunus, M.,(2010) Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism, Public Affairs, NY

# ΠΗΓΕΣ

- Elkington, J., (1994), Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development, California Management Review 36(2): 90-100
- Emmerson J., (2003), The Blended Value Proposition: Integrating Social and Financial Returns, California Management Review, Vol 45; No4 [online] <http://www.blendedvalue.org/wp-content/uploads/2004/02/pdf-proposition.pdf> [accessed at 27/7/2018)
- Nicholls, J., (2007), *Why Measuring and Communicating Social Value can Help Social Enterprise become more Competitive*, Cabinet office of the Third Sector, November 2007
- Porter, M., Kramer M., (2007), Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, Harvard Business Review, December
- Porter, M., Kramer, M. (2011), Creating Shared Value, Harvard Business Review [online]: <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>
- Schumpeter, J., (1908) On the Concept of Social Value [online] <https://www.jstor.org/stable/pdf/1882798.pdf>
- Yunus, M., (2010), Building Social Business: The New kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs, Public Affairs, NY
- Yunus, M.,(2010) Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism, Public Affairs, NY

# Unit 2

*The Mindset of Doing Well by Doing Good*





# StartUp *for Good!*

Explore the mindset of **“Doing Well by Doing Good”**

WORKSHOP

**Interreg**

**Greece-Bulgaria**

 **Growing Social**

European Regional Development Fund



## Unit 3 A-B

**Εισαγωγή στον Ανθρωποκεντρικό Σχεδιασμό**

(Design Thinking-Theory of Change)

Η εκδήλωση πραγματοποιείται στο πλαίσιο υλοποίησης του έργου “Growing Social” του Προγράμματος Συνεργασίας INTERREG V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”, και χρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και ιδίους πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα”

# Μαθησιακοί Στόχοι

## Σκοπός της Ενότητας

Με το πέρας της ενότητας οι συμμετέχοντες θα είναι έχουν κατανοήσει τις βασικές αρχές και τις έννοιες του Ανθρωποκεντρικού σχεδιασμού και της Θεωρίας της Αλλαγής. Οι μαθητές θα έχουν εξοικειωθεί επίσης με την πρακτική ενότητα στην εφαρμογή των αρχών και των μοντέλων για την ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας.

## Keywords

Entrepreneur, entrepreneurship, social entrepreneurship, Failure, entrepreneurial idea, market failure, social value.



# Theory of Change

## Logic Model for social Change

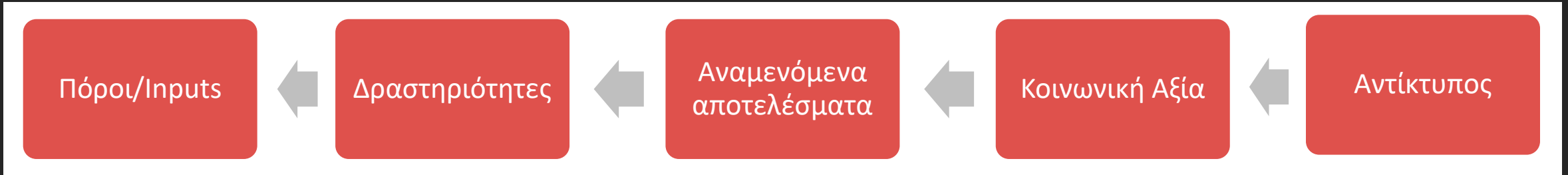
Οι κοινωνικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν μια reversed thinking λογική η οποία αποτυπώνεται αποτελεσματικά σε ένα μοντέλο ToC

PASSION LED US HERE





# Theory of Change Model



Συγκεκριμένοι πόροι που χρειάζονται για να πραγματοποιηθεί το πρόγραμμά σου

- Φυσικοί
- Ανθρώπινο Κεφάλαιο
- Κοινωνικό Κεφάλαιο
- Τεχνολογικό
- Οικονομικοί
- Γνώση

Your Planned Work

Πώς θα παραχθεί αυτό; Ποιες είναι διαδικασίες και δραστηριότητες που χρειάζεται να γίνουν για να παραχθεί το αναμενόμενο αποτέλεσμα.

- Διαδικασίες
- Εργαλεία
- Εκδηλώσεις
- Τεχνολογία

Τι θα πρέπει να παραχθεί για να πετύχουμε τα αποτελέσματα που έχεις καθορίσει;

Παραχθέν προϊόν, υπηρεσία, άλλο...

Your Intended Results

Τι θα πετύχουμε, ποιο το όφελος για τους ωφελούμενους μας;

Π.χ. Αλλαγή στην συμπεριφορά, γνώση, δεξιότητες κ.ο.κ.

Ποιο είναι το μακροπρόθεσμο αποτέλεσμα;

Ποιος είναι ο αντίκτυπος που θα δημιουργήσουμε;

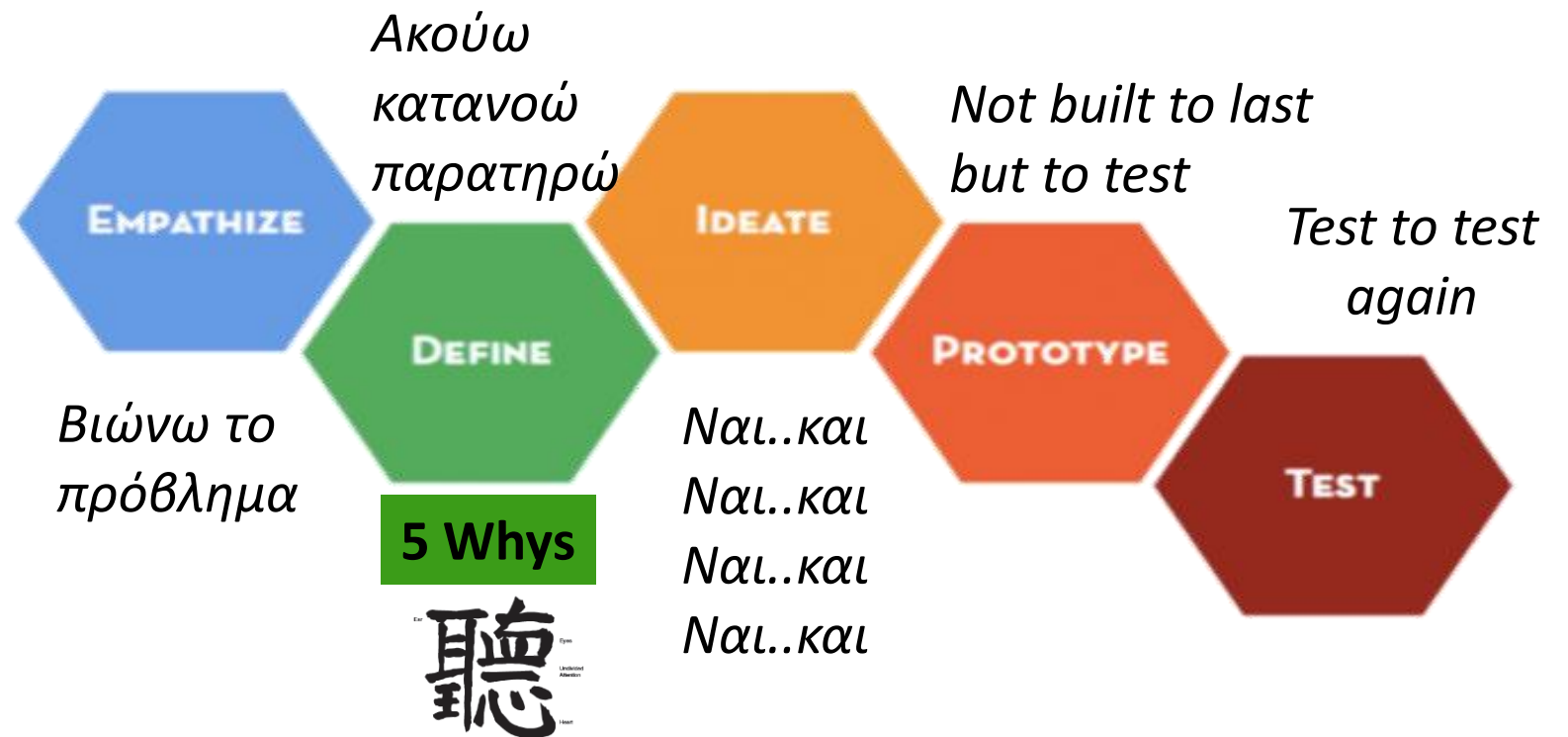
Π.χ. Αλλαγή στην συμπεριφορά, γνώση, δεξιότητες κ.ο.κ.

# Design Thinking



# ΑΝΘΡΩΠΟΚΕΝΤΡΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Η λύση δεν έρχεται από την γνώση, έρχεται από την κατανόηση



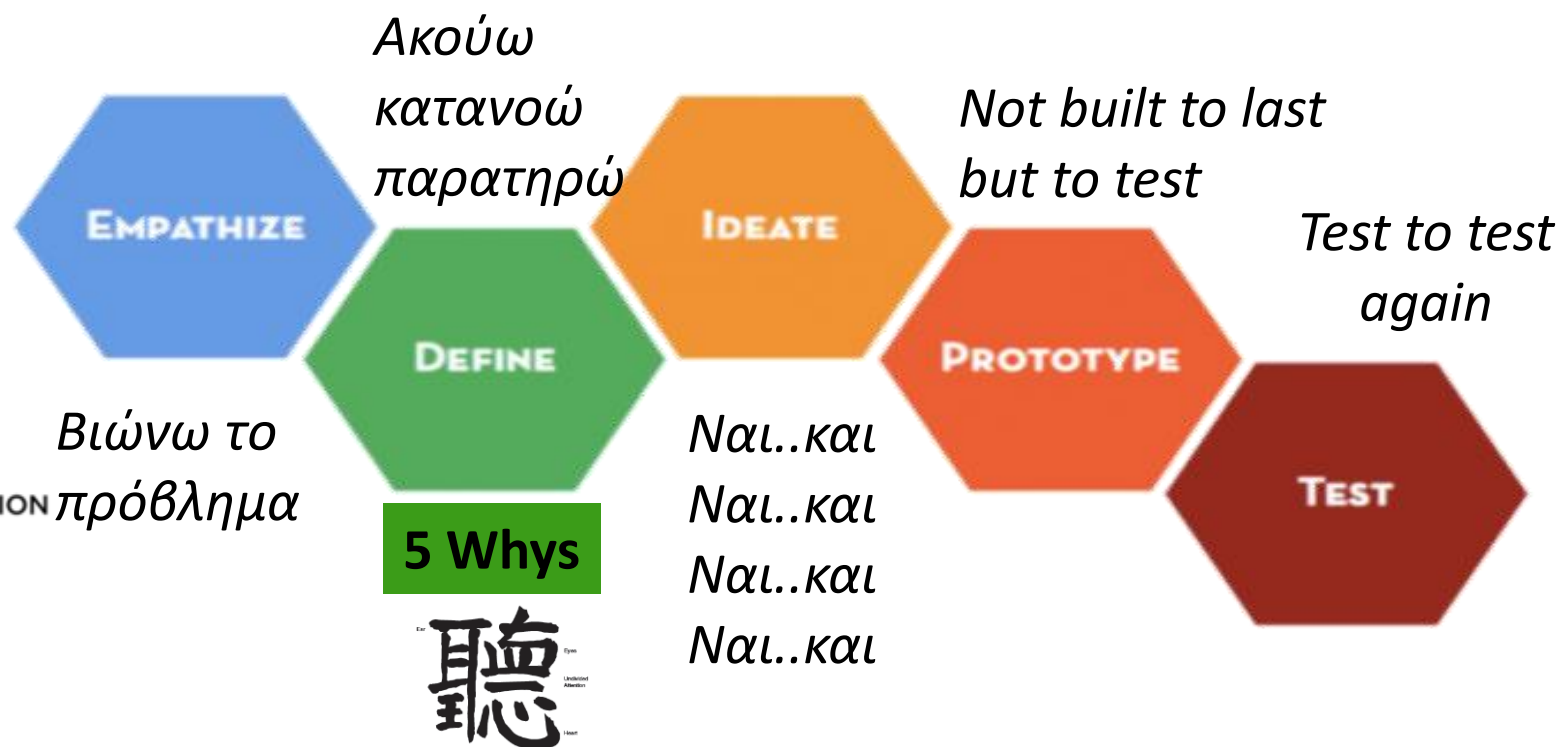
Πηγές:

1. <https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/36873/attachments/74b3d/ModeGuideBOOTCAMP2010L.pdf>
2. <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
3. <https://hpi.de/en/school-of-design-thinking/design-thinking.html>



# ΑΝΘΡΩΠΟΚΕΝΤΡΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Η λύση δεν έρχεται από την γνώση, έρχεται από την κατανόηση



Πηγές:

1. <https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/36873/attachments/74b3d/ModeGuideBOOTCAMP2010L.pdf>
2. <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
3. <https://hpi.de/en/school-of-design-thinking/design-thinking.html>

# ΑΝΘΡΩΠΟΚΕΝΤΡΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Η λύση δεν έρχεται από την γνώση, έρχεται από την κατανόηση



1

2

3

4

5

## ΕΝΣΥΝΑΙΣΘΗΣΗ - EMPATHIZE

Να δεις τον κόσμο μέσα από τα μάτια του κοινού που απευθύνεσαι, να τους καταλάβεις να μπει στα «παπούτσια» τους. Να βρείς τι κάνουν και γιατί, και πώς αυτό θα αλλάξει και ποια είναι τα εμπόδια κ.ο.κ. Αναγνώρισε τις βασικές πτυχές του προβλήματος και ψάξε τις ρίζες του. Αναγνώρισε τους ωφελούμενους παρατήρησε την ζωή τους, δες τις ελπίδες τους τις ανάγκες τους

## ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ - DEFINE

Καθορισμός των δεδομένων που απέκτησες στο πρώτο στάδιο. Ξεκαθάρισμα. Αναλογιστείτε το συνολικό φάσμα που εκτείνεται η παρέμβαση. Ποιο είναι το κοινό ακριβώς και ποιοι άλλοι εμπλέκονται στην διαδικασία;

## ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΔΕΑΣ/ΛΥΣΗΣ - IDEATE

Χτίσιμο υπόθεσης. Η στιγμή της επίλυσης και της δημιουργίας της ιδέας που θεωρητικά θα μας οδηγήσει στην λύση. Ξεκινά με brainstorming

## ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΡΩΤΟΤΥΠΟΥ - PROTOTYPE

Το στάδιο αυτό σας φέρνει πιο κοντά στην τελική λύση και σας επιτρέπει να δημιουργήσετε μια απτή εφαρμογή της ιδέας ώστε αυτή να δοκιμαστεί. Θα δημιουργήσετε πρόχειρα πρωτότυπα με σκοπό να δοκιμαστούν.

## ΣΤΑΔΙΟ ΔΟΚΙΜΗΣ ΤΗΣ ΛΥΣΗΣ - TEST

Αυτό το στάδιο είναι ουσιαστικά η προσπάθεια να λάβετε ανατροφοδότηση από το πρωτότυπο σας με στόχο να δημιουργήσετε βελτιώσεις που θα οδηγήσουν σε τελική λύση.

**EMPATHISE**

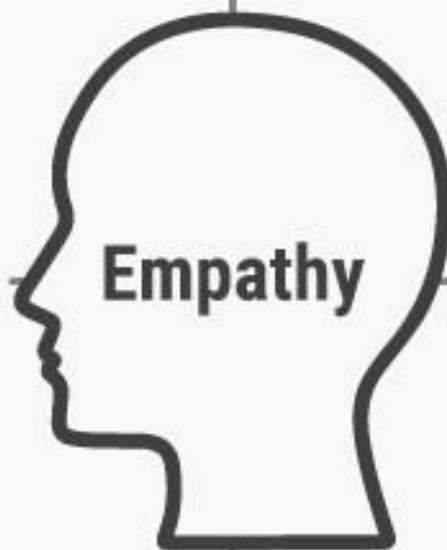




Δες τον κόσμο τους



Κατανόησε τα  
συναισθήματα τους



Αντιμέτωπισε τους  
ως ανθρωπινά όντα



Επικοινωνήσε τι  
έχεις κατανοήσει

## The 16 Decisions of Grameen Bank



1. We respect the four principles of the Grameen Bank - we are disciplined, united, courageous and workers - and we apply them to all our lives.
2. We wish to give our families good living standards
3. We will not live in delapidated houses. We repair them and work to build new ones.
4. We cultivate vegetables the whole year round and sell the surplus.
5. During the season for planting, we pick out as many seedlings as possible.
6. We intend to have small families. We shall reduce our expenses to a minimum. We take care of our health.
7. We educate our children and see that they can earn enough money to finance their training.
8. We see to it that our children and homes are clean.
9. We build laterines and use them.
10. We only drink water drawn from a well. If not, we boil the water or we use alum.
11. We will not accept a marriage dowry for our son and we do not give one to our daughter at her marriage. Our centre is against this practice.
12. We cause harm to no one and we will not tolerate that anyone should do us harm.

**DEFINE**



# Empathy Mapping



**ΕΙΠΑΝ**



**ΕΠΡΑΞΑΝ**



**ΣΚΕΦΤΗΚΑΝ**



**ΕΝΙΩΣΑΝ**



# Ενεργητική Ακρόαση, **Κατανόηση**, Ενσυναίσθηση

Η λύση δεν έρχεται απο την γνώση, αντιθέτως απο την κατανόηση.



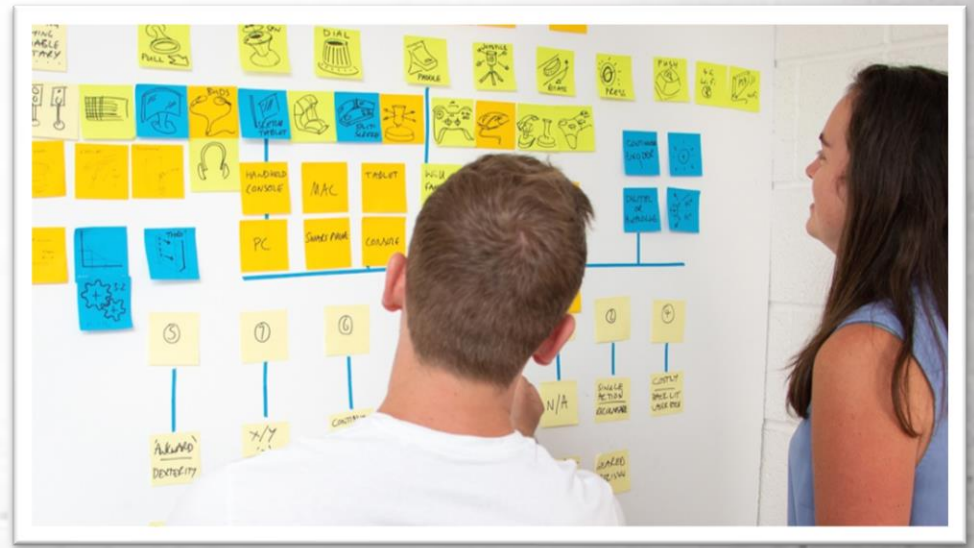
barefoot college

- Πηγαίνουν κάτω από το φως για να διαβάσουν
- Το πρωί έπρεπε να πάνε στο χωράφι οπότε δεν μπορούσαν να μελετήσουν
- Ξοδεύαν ένα μικρό ποσό κάθε μήνα για το καύσιμο της λάμπας



**IDEATE**





# Ενεργητική Ακρόαση, **Κατανόηση**, Ενσυναίσθηση

Η λύση δεν έρχεται απο την γνώση, αντιθέτως απο την κατανόηση.



[Watch the Video](#)

<https://www.youtube.com/watch?v=x0LgwcAsNB4>



Ίδρυσε την εταιρεία "Ciudad Saludable", που σημαίνει στα Ισπανικά «Υγιείς Πόλη» και μετέτρεψε ένα πρόβλημα απορριμμάτων μία ιστορία επιχειρηματικής επιτυχίας. Οι συλλέκτες σκουπιδιών (ρακοσυλλέκτες) δεν ήταν εργαζόμενοι αλλά συνέταιροι στην "Ciudad Saludable". Νιώθουν υπεύθυνοι και εκπληρώνουν ένα σημαντικό έργο για την κοινότητα. Για την δουλειά της η Alбина Ruiz τιμήθηκε από το Schwab Foundation. Η Ciudad Saludable είναι σήμερα τόσο πετυχημένη που όλο και περισσότερες πόλεις στο Περού και τις γειτονικές χώρες υιοθετούν το μοντέλο.

[ALBINA RUIZ](#)

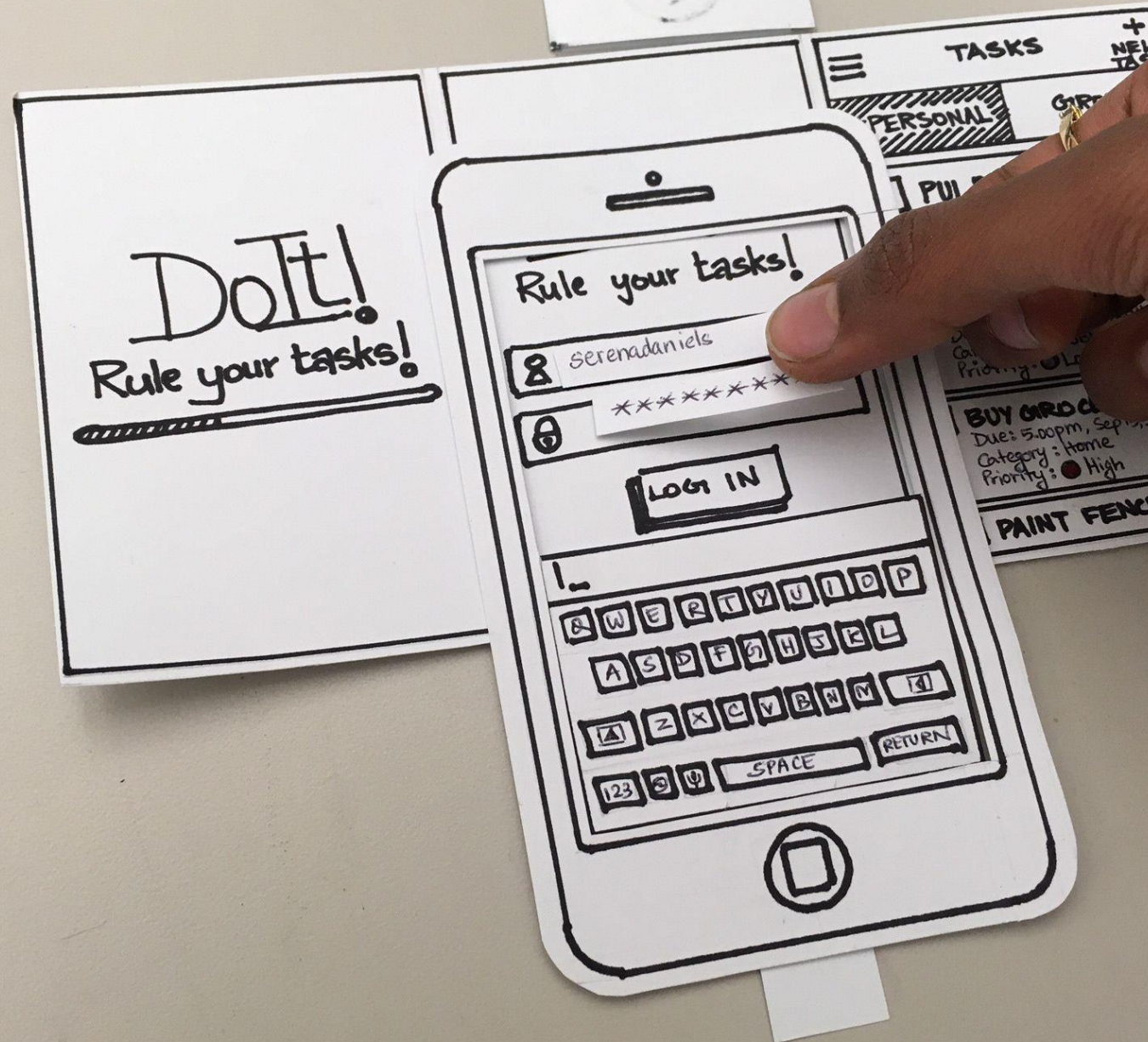
<https://www.ashoka.org/fellow/albina-ruiz>

**PROTOTYPE**



# Built to test... not to last

*False start*



# ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΑΝΘΡΩΠΟΚΕΝΤΡΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

Case Study: Clean Team In-Home Toilets for Ghana's Urban Poor



Για τα εκατομμύρια κατοίκους της Γκάνα που στερούνται τουαλέτες εντός του σπιτιού τους υπάρχουν λίγες καλές επιλογές όσο αφορά την βασική λειτουργία του σώματος τους. Σε συνεργασία με την "Unilever" και την "Water and Sanitation for the Urban Poor" (WSUP), η IDEO.org ανέπτυξε το Clean Team, ένα ολοκληρωμένο συστημα υγιεινής το οποίο παρέχει και συντηρεί τουαλέτες στα σπίτια των συνδρομητών. Το Clean Team σήμερα εξυπηρετεί χιλιάδες ανθρώπους στο Kumasi της Ghana, κάνοντας της ζωές τους πιο καθαρές και υγιεινές και αξιοπρεπείς

**TESTING**





• Πηγή: Capodagli, B., & Jackson, L. (2010). *Innovate the Pixar way*. New York: McGrawHill.

# ΠΗΓΕΣ

1. <https://dschool.stanford.edu/>
2. <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
3. <https://designthinking.ideo.com/>



E-mail: lskerletopoulos@gmail.com



LinkedIn: /in/lskerletopoulos



Twitter : @Skerletopoulos



# StartUp *for Good!*

Explore the mindset of **“Doing Well by Doing Good”**

WORKSHOP

**Interreg**

**Greece-Bulgaria**

 **Growing Social**

European Regional Development Fund



**Unit 3 A-B**

**Πρακτική**

(Design Thinking)

Η εκδήλωση πραγματοποιείται στο πλαίσιο υλοποίησης του έργου “Growing Social” του Προγράμματος Συνεργασίας INTERREG V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”, και χρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και ιδίους πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα”



# Σχεδίασε το ιδανικό πορτοφόλι

Σχεδίασε εδώ την δική σου ιδέα

4 λεπτά

# Σχεδιάσε κάτι χρήσιμο και με νόημα για τον συνάδελφο σου

*Ξεκινήσε αποκτώντας Ενσυναίσθηση*

## 2. Συνέντευξη

(6 λεπτά 2χ3λεπτά)

## 3.Σκάψε πιο βαθιά.....

6 λεπτά (2χ3 λεπτά)

Αλλάξτε ρόλους και επαναλάβετε την διαδικασία

Αλλάξτε ρόλους και επαναλάβετε την διαδικασία

# Επανεξέτασε το πρόβλημα...

Εξέτασε από άλλη οπτική γωνία τα δεδομένα

4. Συνοψισε τα ευρήματα (2 λεπτά)

## Ανάγκες – Επιθυμίες:

Ποια είναι η πραγματική ανάγκη;  
Εκπληρώνει κάποιον σκοπό ο χρήστης;  
Τι προσπαθεί να πετύχει;

(χρησιμοποιείστε ρήματα)

## Ευρήματα : Τι σου έκανε εντύπωση;

Νέα γνώση σχετικά με τα συναισθήματα και κίνητρα του συναδέλφου/σας. Τι είναι αυτό που βλέπετε στην εμπειρία του συναδέλφου/σας, όσο αφορά το προϊόν που ίσως αυτός να μην βλέπει / αντιλαμβάνεται.

(κάνε αναφορές σε αυτά που έχεις ακούσει)

5 Σκάψε πιο βαθιά..... 3 λεπτά

Ρωτήστε συχνά γιατί  
Ξεχάστε το πορτοφόλι



(όνομα συναδέλφου/περιγραφή)

χρειάζεται ένα τρόπο να \_\_\_\_\_

γιατί (ή αλλά ή απροσδόκητα) ανάγκη του χρήστη)  
(επιλέξτε ένα)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(διδάγματα)



# IDEATE | Αναπαράξτε εναλλακτικές ιδέες για να δοκιμαστούν

6 Σχεδιάστε τουλάχιστον 5 ριζοσπαστικούς τρόπους να καλύψετε τις ανάγκες του χρήστη σας (5 λεπτά)

 \_\_\_\_\_

(Γράψε το problem statement)

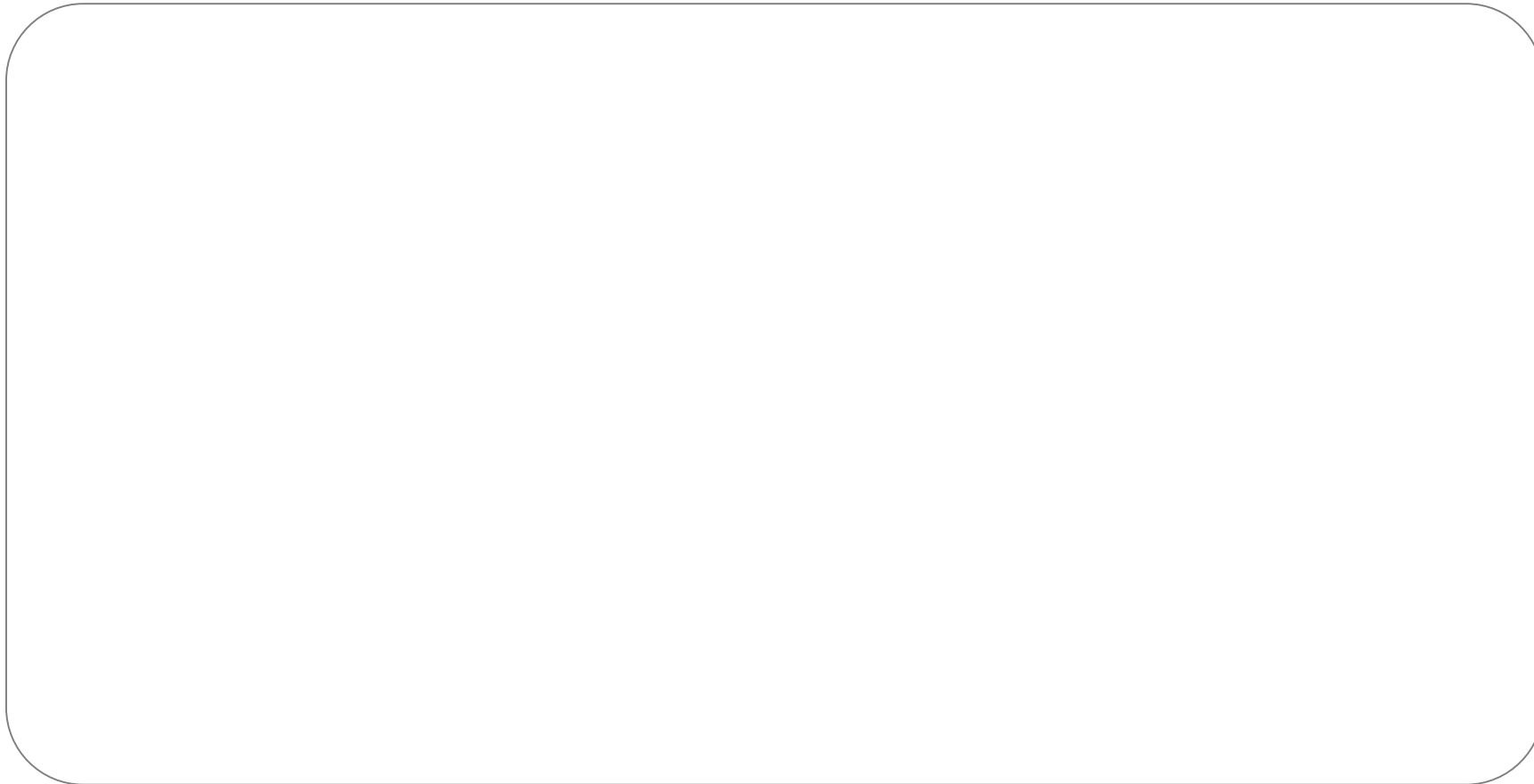
Five empty rounded rectangular boxes for sketching ideas.

7 Μοιράσου τις λύση σου και πάρε ανατροφοδότηση | 6 λεπτά (2x3 λεπτά)

Empty rounded rectangular box for sharing and receiving feedback.

# Επανασχεδίασε

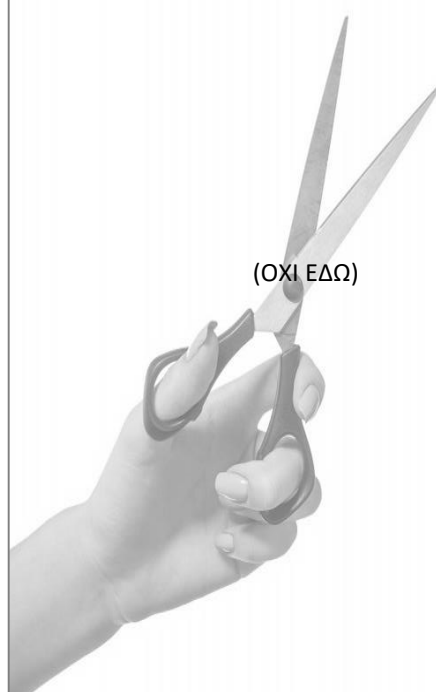
8. Δημιούργησε μια νέα λύση (3 λεπτά)  
που να αντανακλά τα νέα δεδομένα



# Φτιάξτε και δοκιμάστε (Τεστ)

9 Φτιάξε την λύση σου. (7 λεπτά)


Φτιάξε κάτι με το οποίο ο χρήστης μπορεί να αλληλοεπιδράσει




(ΟΧΙ ΕΔΩ)

10 Μοιράσου την λύση σου και πάρε ανατροφοδότηση 8 λεπτά (2x4)

 Τί δούλεψε

 Τι μπορεί να βελτιωθεί

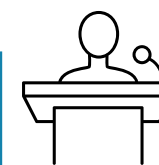
 Ερωτήσεις;

 Ιδέες.....



# Επανασχεδίασε

Ανάπτυξη Επιχειρηματικών Μοντέλων  
**Εισαγωγή στο Business Model Canvas**



Γεώργιος Θερίου  
PhD, MA, BA  
Αναπληρωτής Καθηγητής  
Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης  
και Τεχνολογίας



Σχετικά με  
εμένα

Γεώργιος Θερίου



Αναπληρωτής Καθηγητής  
ΔΑΠ και Διαχείρισης Γνώσης



Athabasca University (Canada)



Open University of Cyprus (Cyprus)



Consulting Experience  
Science Technology Lab



Business Development Advisor  
Mantility

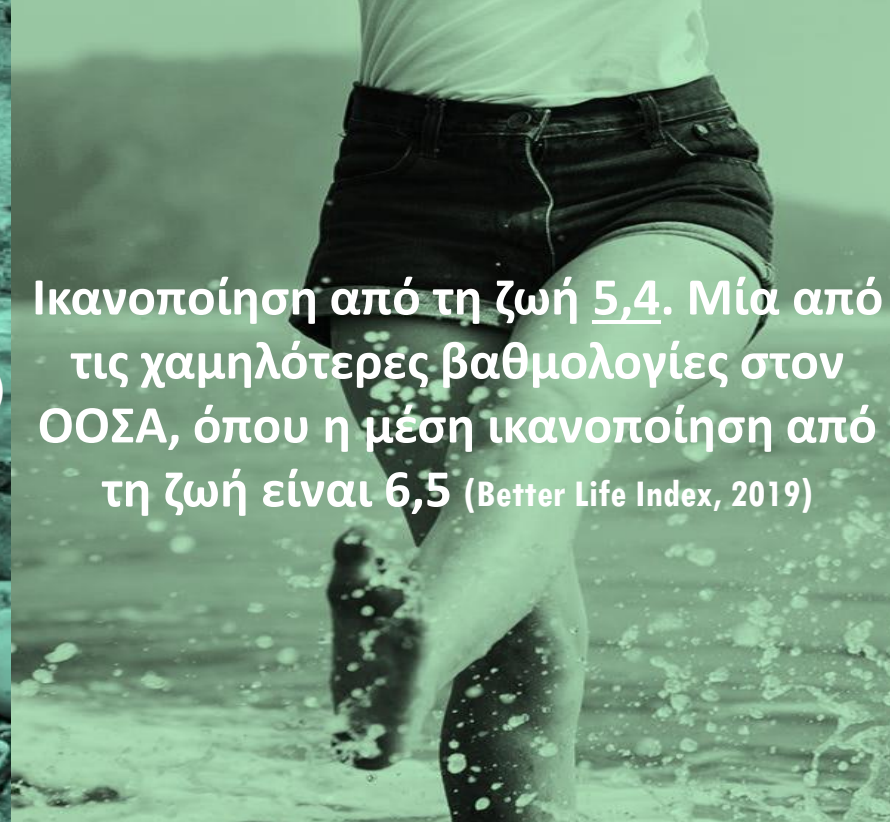




34,8% σε κίνδυνο φτώχειας  
(ΕΛΣΤΑΤ, 2017)



Ποσοστό ανακύκλωσης 17% (Eurostat, 2017)



Ικανοποίηση από τη ζωή 5,4. Μία από τις χαμηλότερες βαθμολογίες στον ΟΟΣΑ, όπου η μέση ικανοποίηση από τη ζωή είναι 6,5 (Better Life Index, 2019)



86% (δηλαδή 5.354.000 τόνοι) των απορριμμάτων θάφτηκαν σε χώρους υγειονομικής ταφής [σε άλλες χώρες 1%]  
(Eurostat, 2017)



Τα υψηλότερα ποσοστά ανεργίας των νέων στην Ε.Ε. (39,5% Δεκέμβριος, 2018) καταγράφονται στην Ελλάδα  
(Eurostat, 2018)



1/5 Έλληνες δεν θα ήθελαν για γείτονες άτομα διαφορετικής θρησκείας

(World Values Survey, dianeosis, 2017)



20 έως 50 εκ. η μέση άνοδος της στάθμης της θάλασσας - 12% η κατά μέσο όρο η μείωση των βροχοπτώσεων (διάστημα 2046-2065, dianeosis, 2017)

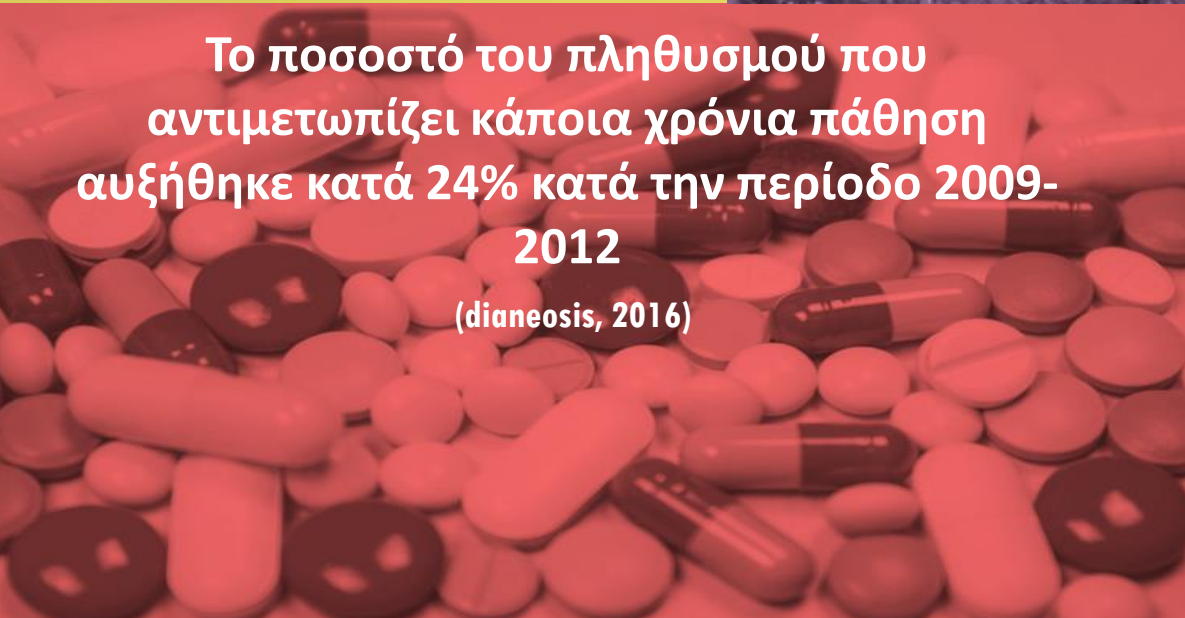


Μόλις το 8,9% των παιδιών ηλικίας κάτω των 3 ετών έχει πρόσβαση σε υποδομές φροντίδας (στόχος ΕΕ για το 2020 3,3%) (dianeosis, 2016)



Το ποσοστό του πληθυσμού που αντιμετωπίζει κάποια χρόνια πάθηση αυξήθηκε κατά 24% κατά την περίοδο 2009-2012

(dianeosis, 2016)



Το μεγαλύτερο ποσοστό υπέρβαρων ή παχύσαρκων παιδιών ανάμεσα στις χώρες του ΟΟΣΑ

(dianeosis, 2016)





**ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΤΟΜΕΑ ΝΑ  
ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΘΕΙ**



**ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ, ΣΤΑ ΟΠΟΙΑ ΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΥΝΗΘΩΣ ΔΕΝ ΕΣΤΙΑΖΟΥΝ**



# Σύγχρονες κοινωνικές προκλήσεις

Ποιος είναι ο δικός σας σκοπός;

Ατζέντα 2030 των Ηνωμένων  
Εθνών:

17 βιώσιμοι στόχοι  
ανάπτυξης και 169  
επιμέρους στόχοι έως το  
2030



# ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Ο στόχος κάθε πετυχημένου κοινωνικού επιχειρηματία είναι η **αναγνώριση (επιχειρηματικών) ευκαιριών** που είναι πετυχημένες, οικονομικά βιώσιμες και έχουν αντίκτυπο στον πελάτη και στις κοινότητες που εξυπηρετούν.

Μια ιδιαίτερα δημοφιλής προσέγγιση προς την επίτευξη αυτού του στόχου είναι η ανάπτυξη επιχειρηματικών μοντέλων.





**Τι είναι όμως το επιχειρηματικό μοντέλο;**



# ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Είναι ένα πλαίσιο που βοηθά στην κατανόηση του πως διαφορετικές οντότητες του οργανισμού (όπως το μάρκετινγκ, η παραγωγή, η χρηματοδότηση, οι συνεργάτες κ.α.) αλληλεπιδρούν προκειμένου να δημιουργήσουν αξία για τους πελάτες – εκφράζει δηλαδή την **επιχειρηματική λογική μιας επιχείρησης**

Αποτελεί ένα σχέδιο για την εξασφάλιση εσόδων και κερδών από τη λειτουργία μιας επιχείρησης

Συνήθως έχει 3 διαστάσεις:

1. Αναγνώριση αξίας (*value identification*) – τι είδους αξία παρέχουμε στον πελάτη/ τι πρόβλημα λύνουμε;
2. Παράδοση αξίας (*value delivery*)– πως φτάνει στον πελάτη;
3. Σύλληψη ή πρόσληψη αξίας (*value capture*) – η επιχείρηση μας ή τα ενδιαφερόμενα μέρη (ωφελοούμενοι) έχουν κέρδος από την αναγνώριση και παράδοση της αξίας; Το μοντέλο ροών εσόδων βρίσκεται στην καρδιά αυτής της διάστασης

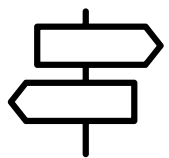
# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ

Οι Osterwalder και Pigneur (2010) ανέπτυξαν τον «Καμβά επιχειρηματικού Μοντέλου» ο οποίος αποτελεί μια αποτελεσματική βάση ανάπτυξης των βασικών πτυχών μιας επιχειρηματικής ιδέας γρήγορα και αποτελεσματικά



- Περιγράφει σύντομα τον τρόπο με τον οποίο μια επιχείρηση δημιουργεί, παραδίδει και συλλαμβάνει αξία

- Βοηθά με δομημένο και συνοπτικό τρόπο στο «ξεκαθάρισμα» της επιχειρηματικής ιδέας και στη μετατροπής της σε μια βιώσιμη επιχειρηματική πρόταση



- Εξηγεί σύντομα και αποτελεσματικά σε τρίτους (π.χ. χρηματοδότες ή λοιπά ενδιαφερόμενα μέρη) την ιδέα και τα κύρια στοιχεία της λειτουργίας της επιχείρησης










# ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΑΜΒΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ

Μέσω του καμβά, ο επιχειρηματίας καλείται να απεικονίσει σχηματικά το επιχειρηματικό μοντέλο σε 9 θεματικές ενότητες, οι οποίες σχετίζονται με το παρεχόμενο προϊόν-υπηρεσία, τα τμήματα της αγοράς, τις πελατειακές σχέσεις, τα κανάλια διανομής, τους κυριότερους πόρους/ διαδικασίες, τις εξωτερικές συνεργασίες καθώς και τα έσοδα και κόστη του εγχειρήματος.





# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ

<p><b>Βασικοί συνεργάτες</b> </p> <p>Ποιοι είναι οι βασικοί συνεργάτες μας; Ποιοι είναι οι βασικοί προμηθευτές μας; Ποιους βασικούς πόρους αποκτάμε από συνεργάτες; Ποιες βασικές δραστηριότητες επιτελούν οι συνεργάτες μας;</p> <p><b>Κίνητρα για τη δημιουργία συνεργασιών:</b> Βελτιστοποίηση και οικονομία Μείωση κινδύνου και αβεβαιότητας Εξασφάλιση συγκεκριμένων πόρων και δραστηριοτήτων</p>	<p><b>Βασικές δραστηριότητες</b> </p> <p>Ποιες βασικές δραστηριότητες απαιτούν οι προτάσεις αξίας μας; τα κανάλια διανομής μας; Οι σχέσεις με πελάτες; Οι ροές εσόδων;</p> <p><b>Κατηγορίες:</b> Παραγωγή Επίλυση προβλημάτων Πλατφόρμα/ δίκτυο</p> <hr/> <p><b>Βασικοί πόροι</b> </p> <p>Ποιους βασικούς πόρους απαιτούν οι προτάσεις αξίας μας; Τα κανάλια διανομής μας; Οι σχέσεις με τους πελάτες μας; Οι ροές εσόδων μας;</p> <p><b>Είδη πόρων:</b> Φυσικοί Διανοητικοί (Εμπορικά σήματα, πνευματικά δικαιώματα, δεδομένα) Ανθρώπινοι Οικονομικοί</p>	<p><b>Πρόταση αξίας</b> </p> <p>Τι είδους αξία παρέχουμε στον πελάτη; Ποιο πρόβλημα του τον βοηθάμε να λύσει; Ποια πακέτα προϊόντων και υπηρεσιών προσφέρουμε σε κάθε τομέα πελατών; Ποιες ανάγκες του πελάτη ικανοποιούμε;</p> <p><b>Χαρακτηριστικά:</b> Στοιχεία νεωτερισμού Επίδοση Εξατομίκευση Το σκεπτικό «να κάνει τη δουλειά» Σχεδιασμός Εμπορικό σήμα / γόητρο Τιμή Μείωση κόστους Μείωση κινδύνων Προσβασιμότητα Ευκολία/ ευχρηστία</p>	<p><b>Σχέσεις με πελάτες</b> </p> <p>Τι είδους σχέση αναμένει από εμάς κάθε τομέας πελατών μας; Ποιες από αυτές έχουμε ήδη εδραιώσει; Με ποιον τρόπο ενσωματώνονται με τα υπόλοιπα στοιχεία του επιχειρηματικού μοντέλου μας; Ποιο είναι το κόστος τους;</p> <p><b>Παραδείγματα:</b> Προσωπική εξυπηρέτηση Προσωπική εξυπηρέτηση κατ' αποκλειστικότητα Αυτοεξυπηρέτηση Αυτοματοποιημένες υπηρεσίες Κοινότητες χρηστών Συνεργατική δημιουργία αξίας</p> <hr/> <p><b>Κανάλια επικοινωνίας</b> </p> <p>Μέσω ποιων καναλιών επιθυμούν να προσεγγίζονται οι τομείς πελατών μας; Πως τους προσεγγίζουμε σήμερα; Με ποιον τρόπο συνδυάζονται τα χρησιμοποιούμενα κανάλια; Ποια είναι τα περισσότερο αποδοτικά σε σχέση με το κόστος; Πως τα εντάσσουμε στις συνήθειες των πελατών;</p> <p><b>Τα στάδια των καναλιών επικοινωνίας:</b> Ενημέρωση Αξιολόγηση Αγορά Διανομή Εξυπηρέτηση μετά την πώληση Διαφήμιση (Έντυπη και διαδικτυακή)</p>	<p><b>Ομάδες πελατών</b> </p> <p>Για ποιους δημιουργούμε αξία; Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι πελάτες μας;</p> <p>Μαζική αγορά Εξειδικευμένη αγορά Τμηματοποίηση Διαφοροποίηση Πολύπλευρες πλατφόρμες (ή πολύπλευρες αγορές)</p>
<p><b>Δομή κόστους</b> </p> <p>Ποια είναι τα σημαντικότερα κόστη που εμπεριέχει το επιχειρηματικό μοντέλο μας; Ποιοι βασικοί πόροι είναι οι πλέον δαπανηροί; Ποιες βασικές δραστηριότητες είναι οι πλέον δαπανηρές;</p> <p><b>Η επιχείρηση εστιάζει:</b> Στο κόστος; Στη δημιουργία αξίας;</p> <p><b>Χαρακτηριστικά δομής κόστους:</b> Σταθερό κόστος Μεταβλητό κόστος Οικονομίες κλίμακας Οικονομίες φάσματος</p>	<p><b>Ροές εσόδων</b> </p> <p>Ποια είναι η αξία για την οποία οι πελάτες μας είναι διατεθειμένοι να διαθέσουν τα χρήματά τους; Πόσα πληρώνουν επί του παρόντος; Πως πληρώνουν επί του παρόντος; Πως θα προτιμούσαν να πληρώσουν; Πόσο συνεισφέρει κάθε ροή εσόδων στα συνολικά έσοδα;</p> <p><b>Είδη:</b> Πώληση αγαθών Τέλη χρήσης Συνδρομές Δανεισμός, ενοικίαση, χρηματοδοτική μίσθωση Παραχώρηση άδειας Μεσιτικές αμοιβές Διαφημιστικά τέλη</p> <p><b>Μηχανισμοί τιμολόγησης</b></p> <p><b>Σταθερή τιμολόγηση:</b> Τιμή τιμοκατάλογου Τιμή εξαρτώμενη από τα χαρακτηριστικά του προϊόντος Τιμή εξαρτώμενη από τον τομέα πελατών Τιμή εξαρτώμενη από τον όγκο πωλήσεων</p> <p><b>Δυναμική τιμολόγηση:</b> Διαπραγματεύση τιμής Διαχείριση απόδοσης (yield management) Αγορά πραγματικού χρόνου Δημοπρατία</p>			

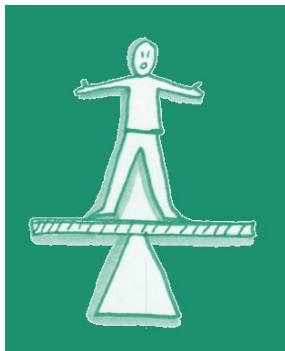
Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου Osterwalder και Pigneur (2010)

Από Mariotti & Glackin, 2015

# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

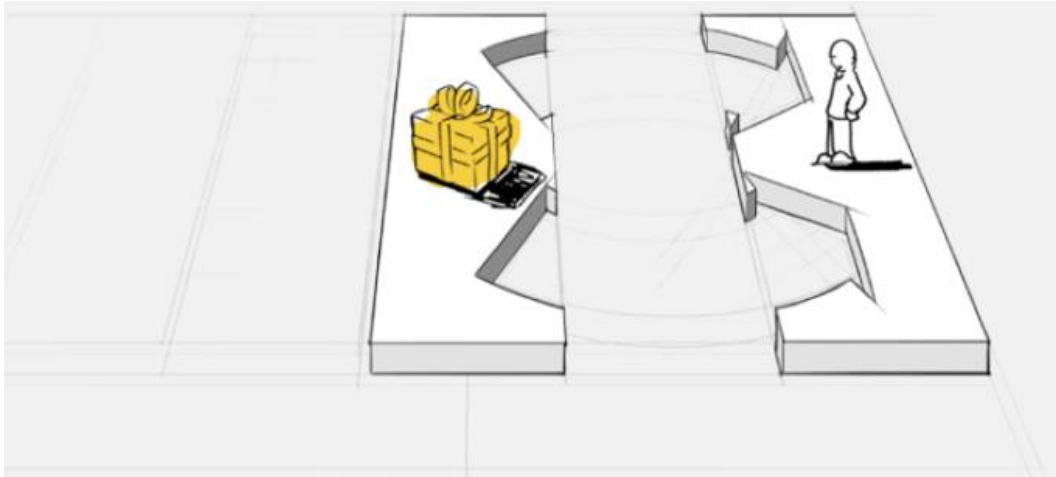
Η χρήση του καμβά στις κοινωνικές επιχειρήσεις μας δίνει μια παράλληλη θεώρηση του εμπορικού αντίκτυπου (commercial impact) και του κοινωνικού αντίκτυπου (social impact) σε μια πλατφόρμα διπλής όψης (double sided platform) στην οποία εξυπηρετούνται ταυτόχρονα πελάτες και ωφελούμενοι.

Κοινωνικοί στόχοι



Εμπορικοί στόχοι

# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΠΡΟΤΑΣΗ ΑΞΙΑΣ



Υπάρχουν δύο προτάσεις αξίας:

η κοινωνική (αντίκτυπος, κοινωνική αποστολή / social value proposition) και η εμπορική (προϊόντα / υπηρεσίες) καθώς μια κοινωνική επιχείρηση μπορεί να υπάρξει μόνο μέσα από τη δημιουργία κοινωνικής αξίας

## Πρόταση Αξίας

Τι αξία παρέχετε στους πελάτες σας; Γιατί θα σας προτιμήσουν;

Ποιο είναι το μείγμα αξίας δηλαδή η σχέση μεταξύ κοινωνικής (κοινωνικού σκοπού) και εμπορικής αξίας;

Πόσο ορατή είναι η αξία κοινωνικού σκοπού; Ποιος θα πλήρωνε; Ποιος την κατανοεί;

Πως μετριέται το μείγμα αξίας (εμπορική και κοινωνική);

### Παραδείγματα κοινωνικής αξίας

- *Εργασία: βιώσιμες θέσεις εργασίας με νόημα για τους ωφελούμενους για άτομα με αναπηρίες*
- *Τοπική οικονομική ανάπτυξη: Αναζωογόνηση της τοπικής οικονομίας σε μια συγκεκριμένη αγροτική περιοχή*

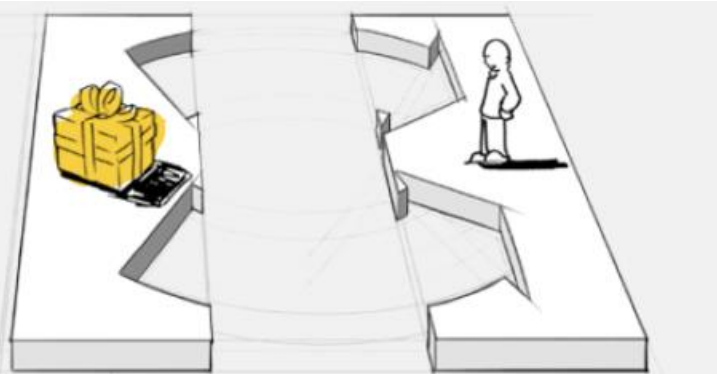
### Παραδείγματα εμπορικής αξίας

- *Catering: ποιοτικό, τιμολογιακά προσιτό, χρήση τοπικών προμηθευτών*
- *Κηπουρική: προσοχή στη λεπτομέρεια, χωρίς χρήση χημικών, προσωποποιημένη στις απαιτήσεις των πελατών*



# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΠΡΟΤΑΣΗ ΑΞΙΑΣ

Κοινωνική αξία



Εμπορική αξία

Οι δύο αυτές αξίες είναι αλληλοεξαρτώμενες, καθώς το να κάνει μια επιχείρηση κοινό καλό δεν είναι ποτέ αρκετό για να είναι βιώσιμη αν πρωτίστως η υπηρεσία και το προϊόν της δεν είναι καλό και ελκυστικό στους πελάτες της

Κοινωνική και εμπορικής αξίας παράδειγμα

**Humane / project Reaction** - apparel & accessories αφιερωμένα σε διαφορετική κάθε φορά πάθηση ή αναπηρία

Προϊόντα υψηλής ποιότητας με έμφαση στον σχεδιασμό

REACTION BY COLLECTION

*διάλεξε την πάθηση/αναπηρία που θέλεις να υποστηρίξεις*



01 REACTION - 03 VALUES

*η κάθε σου αντίδραση στηρίζει τρεις διαφορετικές αξίες*



THINK

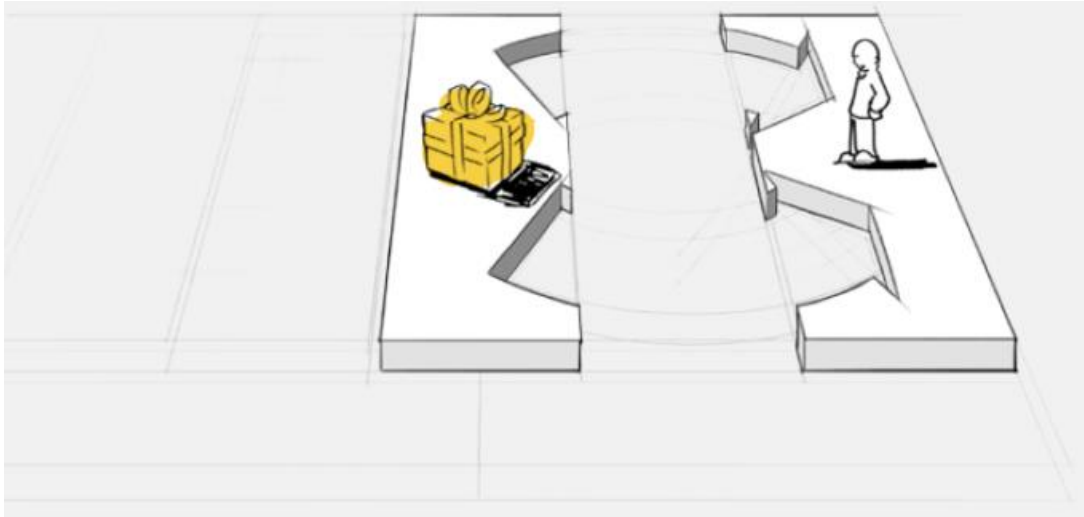


CARE



EMPOWER

# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΠΡΟΤΑΣΗ ΑΞΙΑΣ



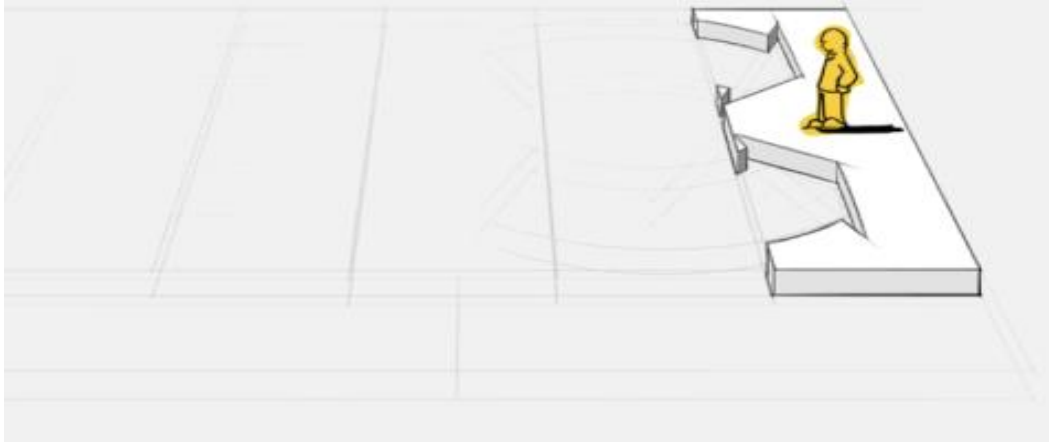
## Περισσότερα για την Κοινωνική αξία

Επίσης, σημαντικός είναι ο τρόπος με τον οποίο μια κοινωνική επιχείρηση γνωστοποιεί την κοινωνική της αξία (κοινωνικός αντίκτυπος)

Για παράδειγμα, αν βοηθάτε στη δημιουργία βιώσιμων θέσεων εργασίας για άτομα που αντιμετωπίζουν μακροχρόνια ανεργία είναι σημαντικό να μοιραστείτε μερικές ιστορίες επιτυχίας ωφελούμενων με την μορφή ενός βίντεο ή κάποιας γραπτής μαρτυρίας

- Η κοινωνική αξία (κοινωνική αποστολή) είναι σημαντικό να μπορεί να μετρηθεί, να εκφραστεί ποσοτικά δηλαδή ο αντίκτυπος που έχει ώστε να φαίνεται η αποτελεσματικότητα του οργανισμού

# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΠΕΛΑΤΕΣ



Υπάρχουν τουλάχιστον δύο διαφορετικές κατηγορίες πελατών. Πελάτες που αγοράζουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της επιχείρησης (εμπορικοί πελάτες) και πελάτες οι οποίοι θέλουν να υποστηρίξουν το κοινωνικό όφελος της επιχείρησης ή/και ωφελούνται από αυτό (κοινωνικοί πελάτες - πελάτες αντίκτυπου)

## Πελάτες

Αποτελούν τα άτομα ή τους οργανισμούς για τους οποίους η επιχείρηση δημιουργεί αξία. Πρέπει να ομαδοποιηθούν σε συγκεκριμένες κατηγορίες με κοινές ανάγκες, δημογραφικά, κοινές συμπεριφορές ή αλλά κοινά χαρακτηριστικά

Για ποιους δημιουργείτε αξία και τι είδους αξία είναι αυτή;

Ποιοι είναι οι εμπορικοί σας πελάτες και ποιοι είναι οι κοινωνικοί σας πελάτες;

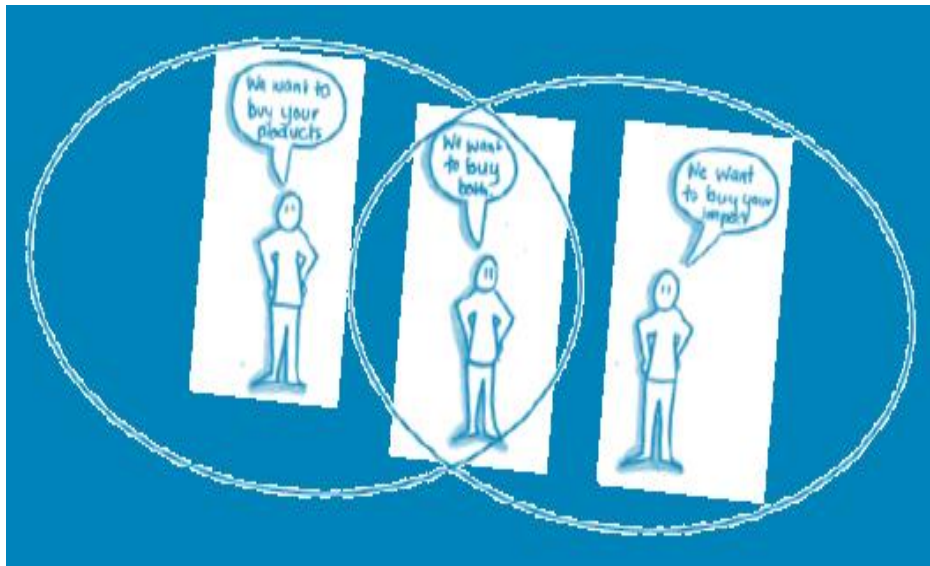
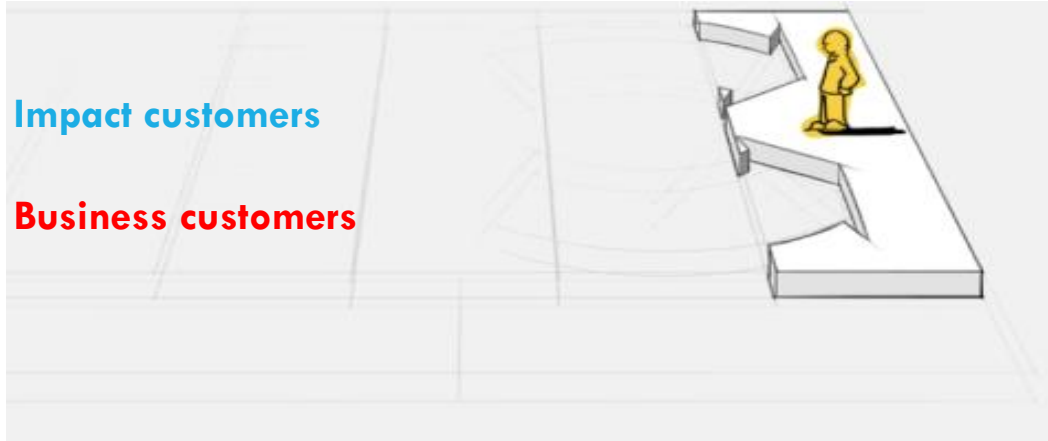
Πόσο σημαντική είναι η σύνδεση μεταξύ προϊόντων / υπηρεσιών και αξίας κοινωνικού σκοπού στους πελάτες; Είναι πρόθυμοι να πληρώσουν; Ποιοι άλλοι θα πλήρωναν για την αξία κοινωνικού σκοπού;

Είναι οι χρηματοδότες σας, πελάτες, συνεργάτες ή και τα δύο;

Τι είδους πρόταση αξίας θα κάνει τους πελάτες σας να έχουν επαναλαμβανόμενες αγορές;



# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΠΕΛΑΤΕΣ



## Χρηματοδότες ως πελάτες

Ορισμένες κοινωνικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν τους χρηματοδότες τους ως συνεργάτες και όχι ως ενδεχόμενους πελάτες, κάτι που μπορεί να δρα περιοριστικά

Για παράδειγμα, το κράτος για έναν αγροτικό συνεταιρισμό μπορεί να προσφέρει χρηματοδότηση μέσω κάποιου προγράμματος αλλά μπορεί να αποτελέσει και πελάτης των προϊόντων της επιχείρησης (catering εκδηλώσεων που διοργανώνουν κρατικοί φορείς)

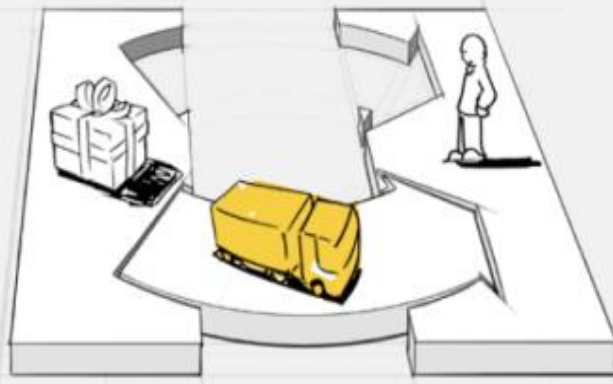
Παρομοίως, μια εταιρεία μπορεί να χρηματοδοτεί μια κοινωνική επιχείρηση στο πλαίσιο της ΕΚΕ της αλλά μπορεί ταυτόχρονα και να αποτελέσει πελάτης της (αγορές εταιρικών δώρων, παροχή υπηρεσιών σε εργαζόμενους της κ.α.)

Σημείωση: Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε τους πελάτες μας για να αναγνωρίσουμε και την αξία που πρέπει να τους προσφέρουμε!

# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΚΑΝΑΛΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

## Τύποι καναλιών:

στελέχη  
πωλήσεων,  
πωλήσεις μέσω  
web, ιδιόκτητα  
καταστήματα,  
καταστήματα  
συνεργατών,  
χονδρέμποροι



Είναι στρατηγικής σημασίας ποιες δραστηριότητες (ενημέρωση, αξιολόγηση κλπ) θα πραγματοποιούνται από την ίδια την επιχείρηση (π.χ. πωλητές) και ποιες θα πραγματοποιούνται από εξωτερικούς συνεργάτες (π.χ. χονδρέμποροι)

## Κανάλια επικοινωνίας

Περιγράφουν τον τρόπο με τον οποίο μια επιχείρηση προσεγγίζει τις ομάδες πελατών που έχει επιλέξει και προσφέρει την πρόταση αξίας της. Περιλαμβάνουν την επικοινωνία, τις πωλήσεις, τη διανομή, και την εξυπηρέτηση μετά την πώληση

## Τα κανάλια έχουν 5 φάσεις:

Ενημέρωση / επίγνωση (π.χ. προσωπικές συναντήσεις, αποστολή διαφημιστικών e-mails, ιστοσελίδα, από στόμα σε στόμα)

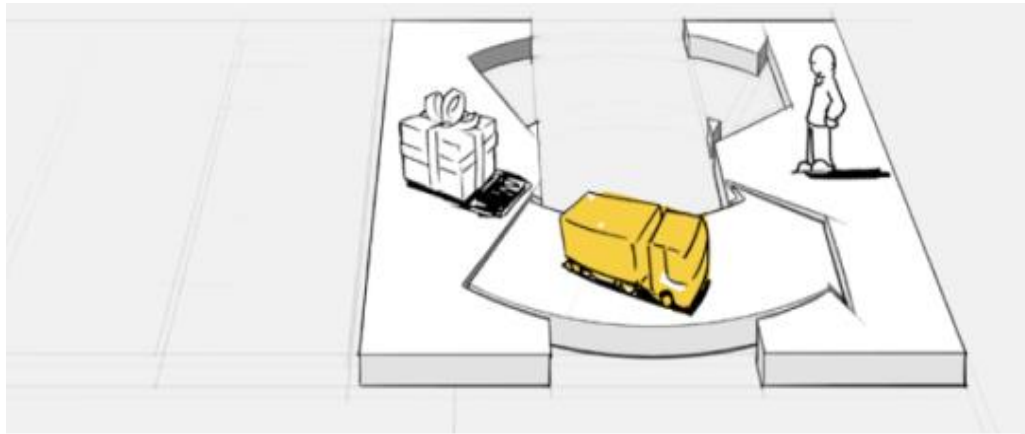
Αξιολόγηση (π.χ. δωρεάν demos ή διάθεση προϊόντων, μαρτυρίες ευχαριστημένων πελατών, αξιολόγηση από bloggers)

Αγορά / πωλήσεις (π.χ. ηλεκτρονικό κατάστημα, χονδρέμποροι, αντιπρόσωποι)

Παράδοση / διανομή (π.χ. ταχυδρομικώς, με μεταφορική, από καταστήματα λιανικής, με φυσική παρουσία)

Εξυπηρέτηση μετά την πώληση (π.χ. εγγύηση, τηλεφωνικό κέντρο, δωρεάν service)

# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΚΑΝΑΛΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



Τα κανάλια επικοινωνίας μπορούν να βοηθήσουν τις διαφορετικές κατηγορίες πελατών της κοινωνικής επιχείρησης να αξιολογήσουν την εμπορική της αξία, αλλά και να κατανοήσουν την κοινωνική της αξία.

## Κανάλια επικοινωνίας

Μέσω ποιών καναλιών θέλουν, τα τμήματα της αγοράς σας, να τα προσεγγίσετε;

Ποια κανάλια είναι αποτελεσματικότερα συναρτήσει του κόστους τους;

### Κανάλια κοινωνικής αξίας

- Δίκτυα κοινωνικής επιχειρηματικότητας
- Εκδηλώσεις και προγράμματα κοινωνικής επιχειρηματικότητας

### Κανάλια εμπορικής αξίας

- Λιανική: σημείο πώλησης που βρίσκεται σε κεντρικό σημείο στην πόλη
- Ιστοσελίδα



# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ



Για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, μπορεί να έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον να παραμερίσουν τις παραδοσιακές σχέσεις που συνήθως έχει μια επιχείρηση με τους πελάτες της και να διερευνήσουν το πώς οι πελάτες τους θα μπορούσαν να γίνουν «κοινότητά» τους ή το πώς θα μπορούσαν να συν-δημιουργήσουν στην επιχείρηση

## Πελατειακές Σχέσεις

Στόχος: Απόκτηση πελατών, διατήρηση πελατών, αύξηση της αξίας αγορών ανά πελάτη

Τι είδους σχέσεις αναζητούν οι πελάτες σας;

Τι μπορεί να συμβεί εάν οι πελάτες προσελκύονται περισσότερο από το κοινωνικό όφελος της επιχείρησης;

Τι άλλο χρειάζεται η επιχείρηση προκειμένου να “σιγουρέψει” ότι θα διατηρήσει την πελατεία της;

Οι σχέσεις της επιχείρησης με τους κοινωνικούς πελάτες της διαφέρουν από αυτές με τους εμπορικούς πελάτες της;

## Παραδείγματα

Προσωπική εξυπηρέτηση

Self-service

Αυτοματοποιημένη

Κοινότητες

Συν-δημιουργία (ανοιχτό σύστημα)

# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΠΗΓΕΣ ΕΣΟΔΩΝ



Κατά τον σχεδιασμό μιας κοινωνικής επιχείρησης είναι ζωτικής σημασίας να διερευνηθούν τα επιχειρηματικά μοντέλα των ανάλογων εμπορικών επιχειρήσεων. Αν μια εμπορική επιχείρηση σε ένα συγκεκριμένο τομέα δεν έχει κερδοφορία τότε και η κοινωνική επιχείρηση στον αντίστοιχο τομέα δεν θα έχει πιθανότητες κέρδους

## Πηγές Εσόδων

Επιτρέπουν στις κοινωνικές επιχειρήσεις να εξελιχθούν και να δημιουργήσουν κοινωνική αξία

Για να έχει νόημα μια κοινωνική επιχείρηση, θα πρέπει η πηγή των εσόδων της να συνδέεται με τη κοινωνική της αποστολή και τα κοινωνικά οφέλη που μπορεί να δημιουργεί

-----  
Διαφοροποιούνται τα έσοδα εμπορικών και κοινωνικών πελατών;

Έχουν υπολογιστεί τα πιθανά έσοδα που θα καλύψουν τα κόστη για την παροχή αξίας κοινωνικού σκοπού;

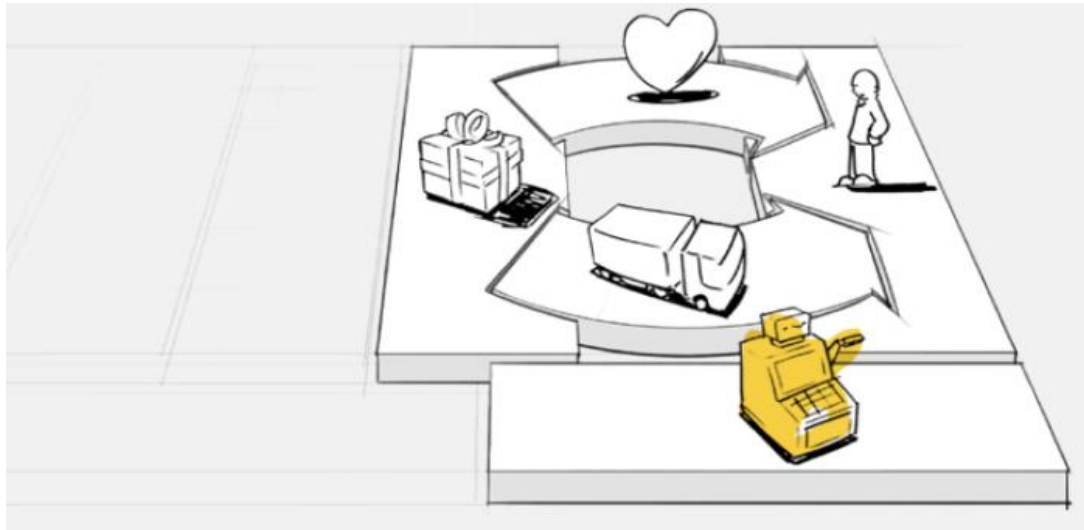
Έχουν υπολογιστεί πιθανές πηγές εσόδων συνδεδεμένες με την αξία κοινωνικού σκοπού;

Για ποια παρεχόμενη αξία οι πελάτες δέχονται να πληρώσουν;

Πως θα προτιμούσαν να πληρώσουν;

Τα έσοδα σας προέρχονται από εφάπαξ πληρωμές ή είναι επαναλαμβανόμενα;

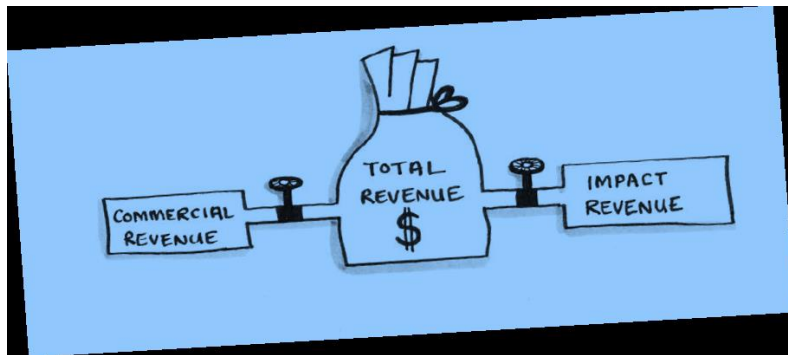
# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΠΗΓΕΣ ΕΣΟΔΩΝ



## Πηγές Εσόδων

Απαιτείται ισορροπία ανάμεσα στις πηγές εσόδων που μπορεί να προέρχονται από την παροχή αξίας κοινωνικού σκοπού (π.χ. φιλανθρωπίες) και από την εμπορική αξία (π.χ. πωλήσεις).

Η επιχείρηση δεν πρέπει να στηρίζεται μόνο σε φιλανθρωπίες για να στηρίζει ένα μη βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο!



## Παραδείγματα πηγών εσόδων κοινωνικής αξίας

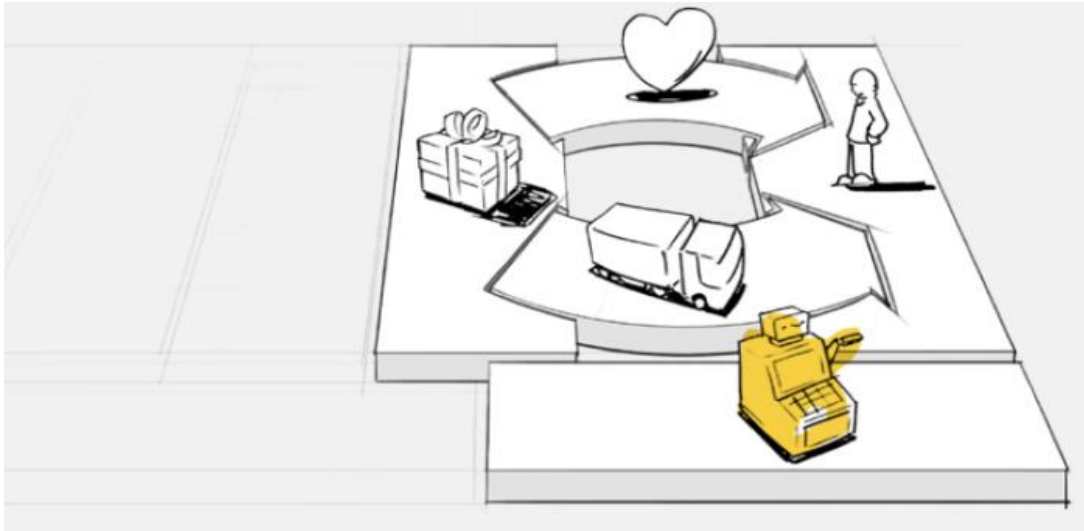
- Δωρεές
- Χρηματοδότηση από Προγράμματα

## Παραδείγματα πηγών εσόδων εμπορικής αξίας

- Πωλήσεις λιανικής
- Πωλήσεις catering



# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΠΗΓΕΣ ΕΣΟΔΩΝ



## Σταθερή τιμολόγηση

Τιμοκατάλογος

Εξαρτώμενη από τα χαρακτηριστικά του προϊόντος (πακέτα διακοπών simple και premium, εκπτώσεις για ντόνατς 2 ημερών)

Εξαρτώμενη από το τμήμα της αγοράς που απευθύνεται (κινηματογράφοι με προσφορές προς φοιτητές)

Εξαρτώμενη από τον όγκο

## Δυναμική τιμολόγηση

Απόδοση των διαπραγματεύσεων

Διαχείριση σε πραγματικό χρόνο της αγοράς

## Πηγές Εσόδων

### Τύποι εσόδων:

Πώληση αγαθών

Τέλος χρήσης (ξενοδοχεία- διανυκτέρευση, τηλεπικοινωνίες- χρόνος κλήσης, courier-αποστάσεις)

Συνδρομές (Nona, περιοδικά)

Δανεισμός, Ενοικίαση, Χρηματοδοτική μίσθωση

Αδειοδότηση (Ευρεσιτεχνίες, Εκδόσεις)

Μεσιτεία (multisided platforms, credit cards)

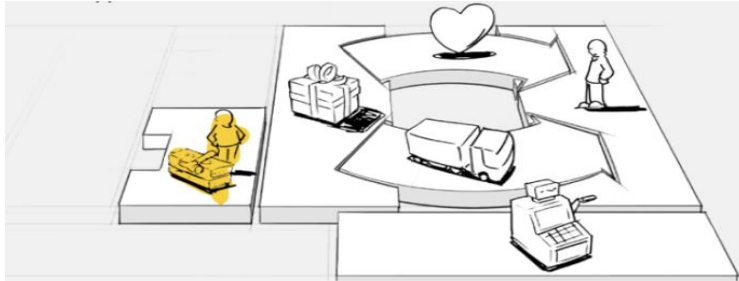
Τέλη διαφήμισης (μέσα ενημέρωσης, περιοδικό Aegean Airlines, facebook)



Αναζητήστε στο διαδίκτυο την κοινωνική επιχείρηση ENALEIA (<http://enaleia.com/>).

Προσδιορίστε τις πηγές εσόδων της

# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΠΟΡΟΙ



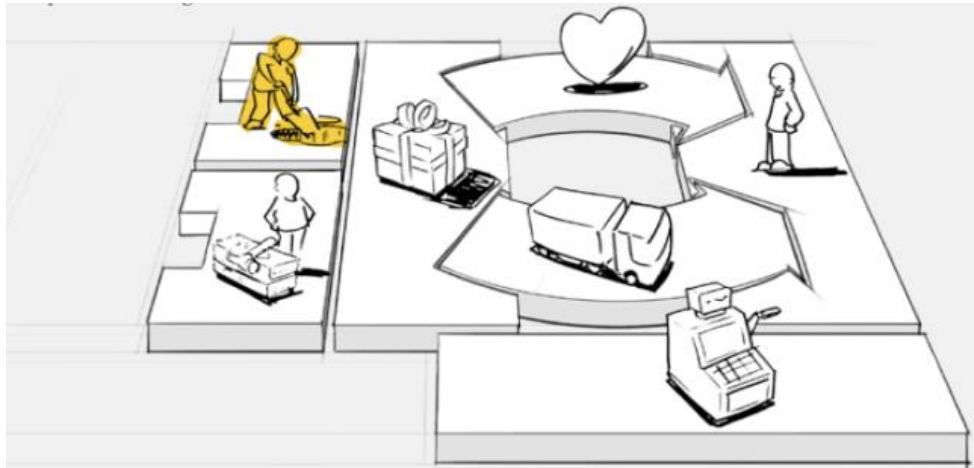
## Κυριότεροι Πόροι

Ποιοι κύριοι πόροι είναι απαραίτητοι για τη δημιουργία της παρεχόμενης αξίας (εμπορικής και κοινωνικής) προς τους πελάτες;

Όλοι οι πόροι βρίσκονται στο εσωτερικό της επιχείρησης ή μπορεί κάποιος από αυτούς να βρίσκονται μέσω συνεργασιών;

	Πόροι εμπορικής αξίας	Πόροι κοινωνικής αξίας
Φυσικοί	Εγκαταστάσεις, υποδομές, οχήματα, δίκτυα διανομής	Ειδικός εξοπλισμός και συστήματα υποδομών, προσβασιμότητα σε κτίρια
Άυλοι	Εμπορικό όνομα, γνώσεις, ευρεσιτεχνίες, συστήματα διαχείρισης επαφών, συνεργάτες	Γνώσεις και δεξιότητες, εταίροι υποστήριξης κοινωνικής αποστολής
Ανθρώπινο δυναμικό	Άνθρωποι, προσωπικό, συνεργάτες	Εθελοντές, ισχυροί σύμμαχοι, δίκτυα υποστήριξης, επώνυμοι που υποστηρίζουν τον σκοπό
Χρηματοοικονομικοί	Ρευστότητα, πρόσβαση σε χρηματοδότηση	Πρόσβαση σε κεφάλαια για την κάλυψη του κόστους του κοινωνικού αντίκτυπου
Κοινωνικού Αντίκτυπου		Μέθοδοι και δίκτυα για την αξιολόγηση του κοινωνικού αντίκτυπου

# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ



Σε μια κοινωνική επιχείρηση υπάρχουν «συμπληρωματικές» δραστηριότητες εμπορικής/κοινωνικής αξίας και «αντικρουόμενες» δραστηριότητες εμπορικής/κοινωνικής αξίας

*Π.χ. καφέ που απασχολεί ΑΜΕΑ με στόχο την εκπαίδευση τους / πολλοί πελάτες στο κατάστημα που ζητούν να εξυπηρετηθούν άμεσα*

## Κυριότερες Δραστηριότητες

Χαρακτηρίζονται οι ενέργειες που σε συνδυασμό με τους πόρους της επιχείρησης δημιουργούν αξία για τους πελάτες ώστε να εξασφαλιστεί τόσο η εμπορική αξία όσο και ο κοινωνικός αντίκτυπος.

Ποιες δραστηριότητες πρέπει να εκτελέσετε πολύ καλά στο επιχειρηματικό σας σχέδιο; Τι είναι σημαντικό;

## Κατηγορίες

Παραγωγή / υπηρεσίες

Επίλυση προβλημάτων / συμβουλευτική

Πλατφόρμα/ δραστηριότητες δικτύου

### Παραδείγματα δραστηριοτήτων κοινωνικής αξίας

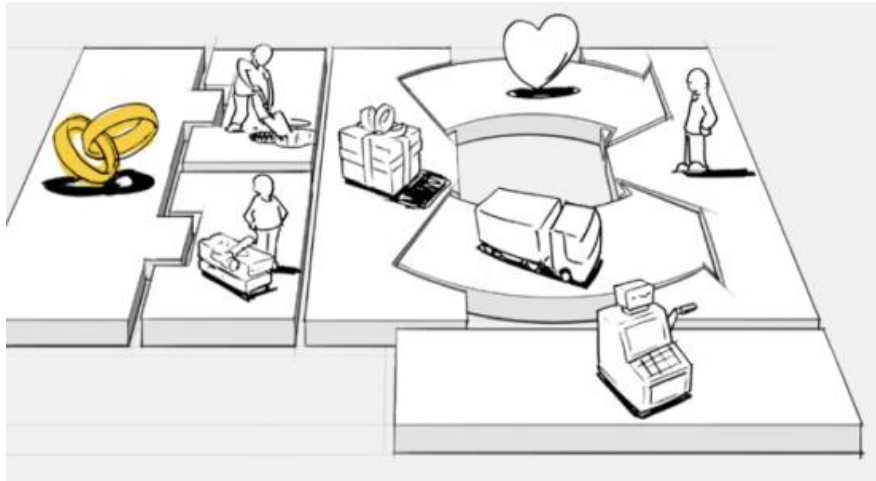
- Δραστηριότητες υποστήριξης, εκπαίδευσης και συμμετοχής

### Παραδείγματα δραστηριοτήτων εμπορικής αξίας

- Παρασκευή καφέ
- Μαγειρική / catering
- Πωλήσεις και service



# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ



## Κίνητρα για συνεργασίες

Βελτιστοποίηση και εξοικονόμηση πόρων  
Μείωση του ρίσκου και της αβεβαιότητας  
Απόκτηση ιδιαίτερων πόρων και δραστηριοτήτων  
Μεγιστοποίηση του κοινωνικού αντίκτυπου  
Εξασφάλιση και μέτρηση κοινωνικού αντίκτυπου

## Βασικοί Συνεργάτες

Οι βασικοί συνεργάτες αφορούν στο δίκτυο των προμηθευτών, των συμμάχων, των υποστηρικτών και των συν-δημιουργών που απαιτούνται για να εξασφαλιστεί ότι μια κοινωνική επιχείρηση μπορεί να επιτύχει τόσο τους εμπορικούς, όσο και τους κοινωνικούς της στόχους.

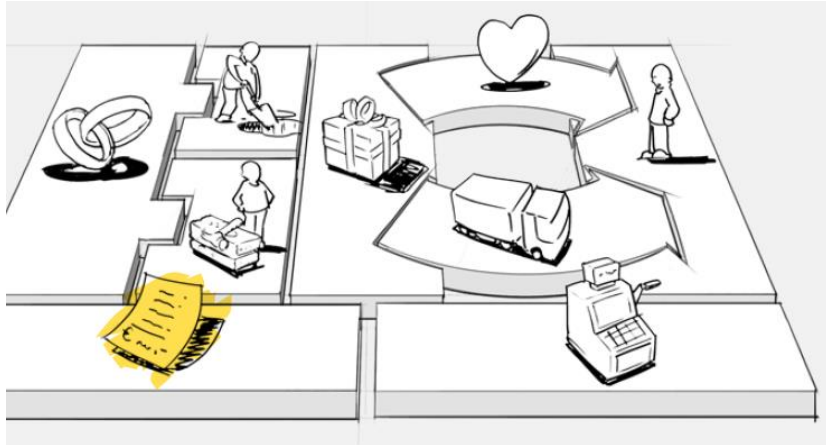
-----  
Ποιοι συνεργασίες είναι σημαντικές για να πετύχουμε εμπορικούς στόχους;

Ποιοι συνεργασίες είναι σημαντικές για να πετύχουμε κοινωνικούς στόχους;

Ποιους κύριους πόρους αποκτούμε από συνεργάτες;

Ποιες κύριες δραστηριότητες πραγματοποιούνται από συνεργάτες;

# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ: ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ



## Τυπικά κόστη εμπορικής λειτουργίας

- Αποθέματα
- Κόστη πωληθέντων
- Εγκαταστάσεις
- Μισθοί
- Υπηρεσίες κοινής ωφέλειας
- Ασφάλιση
- Μεταφορικά
- Διαφήμιση / μάρκετινγκ
- Λογιστικές υπηρεσίες
- Αποσβέσεις

## Τυπικά κόστη κοινωνικού αντίκτυπου

- Συμμετοχής και υποστήριξης (επιπλέον κόστη προσωπικού)
- Εκδηλώσεις κοινωνικού σκοπού
- Εργασίας (άδειες, στολές, εξοπλισμός π.χ. για άτομα με αναπηρία)
- Κόστη ευκαιρίας (μειωμένη παραγωγικότητα, κόστη συνεχούς εκπαίδευσης νέου προσωπικού)
- Κόστη μέτρησης αντίκτυπου
- Κόστη ηθικού επιχειρείν (π.χ. προμήθεια fairtrade προϊόντων)

## Διάρθρωση του Κόστους

Κόστη εμπορικής λειτουργίας και κόστη κοινωνικού αντίκτυπου

Κόστη έναρξης / Λειτουργικά κόστη – σταθερά και μεταβλητά

Ποια είναι τα κυριότερα κόστη σας;

Τι αντίκτυπο προσπαθείτε να έχετε;

Ποιες δραστηριότητες απαιτούνται για να πετύχετε αυτό το αντίκτυπο και πόσο κοστίζουν;

Ποιοι πόροι απαιτούνται για να πετύχετε αυτό το αντίκτυπο και πόσο κοστίζουν;

Η Επιχείρησή σας οδηγείται κυρίως:

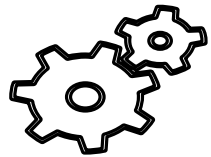
από το κόστος (έμφαση στην ελαχιστοποίηση του κόστους, μικρός λόγος τιμής και χρησιμότητας, μεγιστοποίηση των αυτοματισμών, εκτεταμένη ανάθεση σε τρίτους)

από την αξία (έμφαση στη δημιουργία αξίας, παροχή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής χρησιμότητας).

# ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ VS ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ

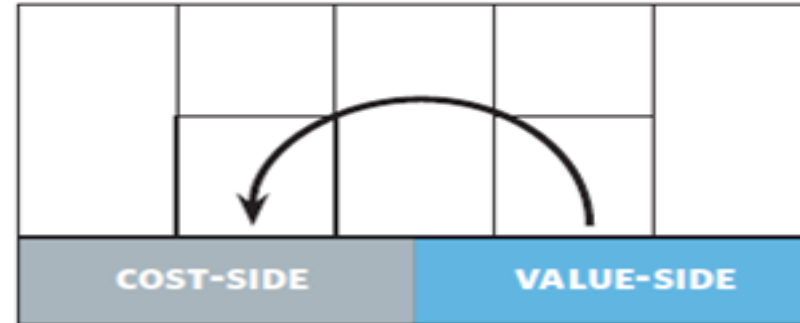
Αριστερό τμήμα  
**Αποδοτικότητα**

Τι χρειάζεται για να  
παραχθεί αξία -  
εσωστρέφεια



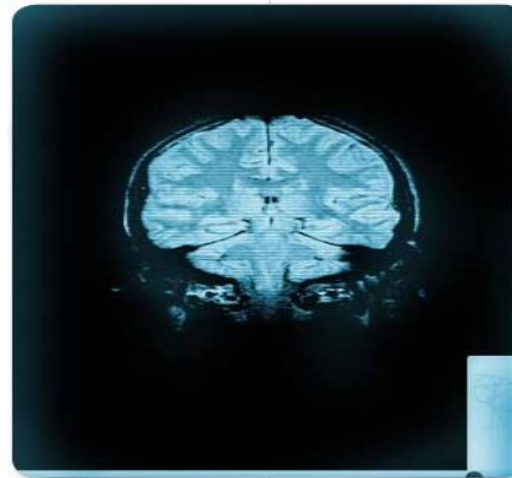
λογική

Business Model Canvas



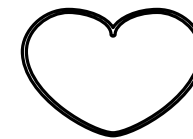
Δεξιό τμήμα  
**Αξία**

Δημιουργία και μεταφορά αξίας  
στον πελάτη - εξωστρέφεια



LEFT BRAIN  
logic

RIGHT BRAIN  
emotion



συναίσθημα





**Βασικοί  
συνεργάτες  
(Key Partners)**



**Βασικές  
δραστηριότητες  
(Key Activities)**



**Πρόταση  
αξίας  
(Value Proposition)**



**Σχέσεις με  
πελάτες  
(Customer Relations)**



**Αγορές-στόχοι  
(Customer Segments)**



**Βασικοί πόροι  
(Key Resources)**



**Δίκτυα  
(Channels)**



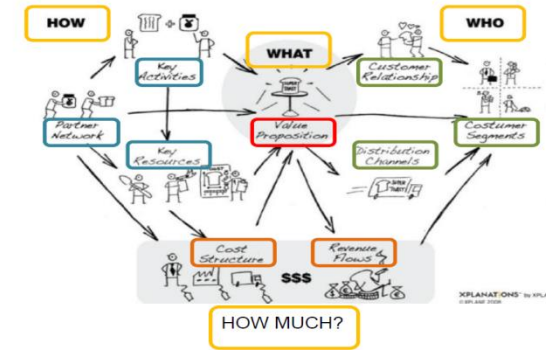
**Δομή κόστους  
(Cost Structure)**



**Ροές εσόδων  
(Revenue Streams)**

## Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου

Osterwalder και Pigneur (2010)



Χωρίς να μπαίνει σε μεγάλες λεπτομέρειες, η επιχειρηματική ομάδα συμπληρώνει τις ενότητες που τον απαρτίζουν και προβαίνει σε τροποποιήσεις καθώς η επιχειρηματική ιδέα ωριμάζει είτε στο εργαστήριο η στη πιλοτική της εφαρμογή.

# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ: ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΩΤΟΤΥΠΩΝ

Σε προηγούμενη διδακτική ενότητα είδατε μέσα από την μεθοδολογία του design thinking το στάδιο της δημιουργίας του πρωτοτύπου κατά την οποία δημιουργείται μια απτή εφαρμογή της ιδέας σας ώστε αυτή να δοκιμαστεί

Παρομοίως, η ίδια λογική ακολουθείται και με τη χρήση του καμβά επιχειρηματικού μοντέλου. Ο σχεδιασμός αποτελεί μια διαδικασία κατά την οποία μετατρέπουμε τις ιδέες μας σε πρωτότυπα επιχειρηματικά μοντέλα



Χαρακτηρίζεται από μια συνεχή κυκλική πορεία ανάπτυξης πρωτοτύπων (χρήση πολλών καμβάδων), έρευνας πελατών (κατανόησης) και επαναξιολόγησης ιδεών (προσαρμογές στα αληθινά δεδομένα)

# ΚΑΜΒΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ: ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΩΤΟΤΥΠΩΝ

Μια ιδέα συνήθως αρχικά δεν έχει τέλεια μορφή αλλά τροποποιείται, προσαρμόζεται και διαμορφώνεται. **Ο καμβάς επιχειρηματικών μοντέλων αποτελεί ένα δυναμικό εργαλείο και όχι κάτι που κάνουμε μια φορά**

Σε συνεχή βάση ο δυνητικός επιχειρηματίας δοκιμάζει **business hypotheses**, μετράει την πρόοδο του και προσαρμόζει το επιχειρηματικό του μοντέλο στις αληθινές ανάγκες της αγοράς

*ο,τιδήποτε «καινούργιο» είναι ένα στοιχείο (hypothesis) που χρήζει επαλήθευσης σε πραγματικές συνθήκες αγοράς*

Αποφεύγουμε την παγίδα Ανάλυση – Παράλυση (paralysis by analysis)...





# ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΩΤΟΤΥΠΩΝ

## Ενδεικτικές υποθέσεις:

Αποτελεί σημαντικό πρόβλημα για τον πελάτη...

Έχω επιλέξει το κατάλληλο τμήμα της αγοράς...

Ο μηχανισμός εσόδων είναι αποδεκτός από τον πελάτη...

Ο σχεδιασμός είναι λειτουργικός και εύκολος στη χρήση...

Ο συγκεκριμένος τρόπος διανομής είναι κατάλληλος...

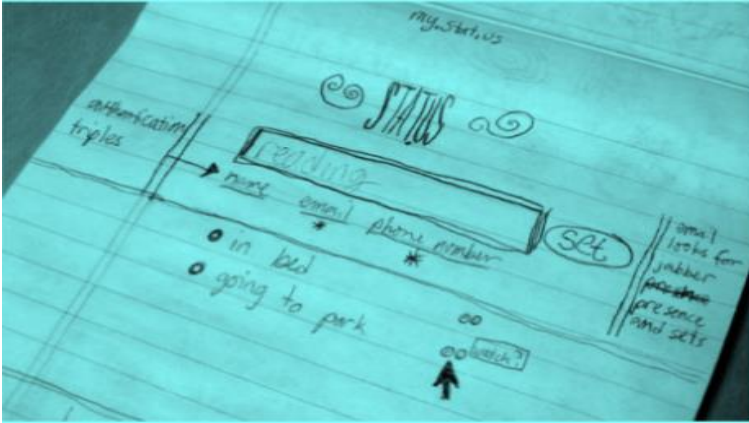
Το σχετικό θεσμικό πλαίσιο έχει αναγνωριστεί...

Η στρατηγική μάρκετινγκ που έχω επιλέξει δουλεύει...

## Μεθοδολογία δοκιμής-λάθους.

Οικονομικοί τρόποι συλλογής δεδομένων όπως συζητήσεις με πελάτες, προμηθευτές, διανομείς, ανάπτυξη εικονικών διαφημίσεων online (αναγνώριση ενδιαφέροντος), online συλλογή πληροφοριών για την αποδοχή της ιδέας (χρήση εργαλείου pollfish) κλπ. σχετικά με την δυνητική αποδοχή του concept

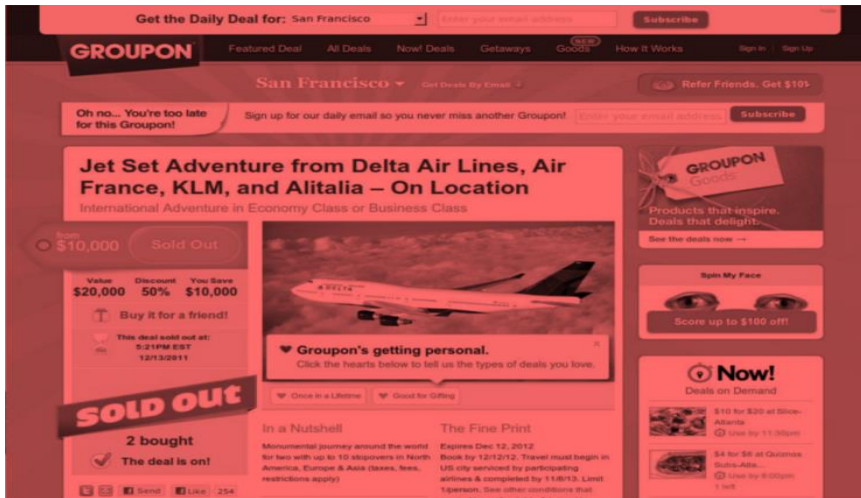
Παρουσίαση της λύσης σε μορφή λειτουργικού πρωτοτύπου, explainer video, landing page κλπ.



Πρωτότυπο σε χαρτί



Λειτουργικό Πρωτότυπο



blog της groupon



Explainer video της dropbox

# ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΩΤΟΤΥΠΩΝ

Βίντεο: Proving It



[https://www.youtube.com/watch?v=-2gd\\_vhNYT4&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=-2gd_vhNYT4&feature=youtu.be)



# ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ VS ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Σε γενικές γραμμές το **business model** είναι **δυναμικό** και έχει σχεδιαστεί για να αλλάζει γρήγορα, ώστε κάθε φορά να είναι σε θέση να αντικατοπτρίζει την δεδομένη στιγμή ενώ το **επιχειρηματικό σχέδιο** είναι πιο χρονοβόρο να καταρτιστεί και **πιο στατικό** (αποτυπώνει μια συγκεκριμένη στιγμή και μέχρι να καταρτισθεί τα δεδομένα μπορεί να έχουν αλλάξει).

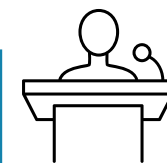
Θα μπορούσαμε όμως να πούμε ότι υπάρχει συμπληρωματικότητα. Στην αρχική φάση της διερεύνησης της επιχειρηματικής ευκαιρίας η ανάπτυξη επιχειρηματικών μοντέλων και η προτυποποίηση αποτελούν μέρος της **ανάλυσης σκοπιμότητας**, δηλαδή της εξέτασης τη βιωσιμότητα μιας επιχειρηματικής ιδέας.

Μετά από την ανάλυση της σκοπιμότητας μπορεί να ακολουθήσει ένα επιχειρηματικό σχέδιο δηλαδή η αναλυτική επεξήγηση της επιχειρηματικής ιδέας και του τρόπου με τον οποίο θα υλοποιηθεί.

## ΠΗΓΕΣ

1. Blank (2013), *Why the Lean Start-up Changed Everything*, Harvard Business Review
2. Osterwalder και Pigneur (2010), *Ανάπτυξη Επιχειρηματικών Μοντέλων*, Εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα
3. Mariotti και Glackin, (2016), *Επιχειρηματικότητα και Διοίκηση Μικρών Επιχειρήσεων*, Εκδόσεις Τζιόλα, Αθήνα
4. Παξιμάδης (2014), *Business Model Canvas*, ένα νέο και δυναμικό εργαλείο επιχειρηματικότητας για κάθε επιχείρηση

Ανάπτυξη Επιχειρηματικών Μοντέλων  
**Εργαστήρι Business Model Canvas για  
Social Entrepreneurs**



Γεώργιος Θερίου  
PhD, MA, BA  
Αναπληρωτής Καθηγητής,  
Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης  
και Τεχνολογίας



# ΕΡΓΑΣΤΗΡΙ

Δημιουργείστε έναν καμβά επιχειρηματικού μοντέλου για μια κοινωνική επιχείρηση όπως η ΕΝΑΛΕΙΑ ή για τη δική σας (υφιστάμενη ή εν δυνάμει) επιχείρηση!



Γεώργιος Θερίου

PhD, MA, BA

Αναπληρωτής Καθηγητής,

Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης  
και Τεχνολογίας



[gtheriou@mst.ihu.gr](mailto:gtheriou@mst.ihu.gr) | [therioungeorgios@gmail.com](mailto:therioungeorgios@gmail.com)



<https://gr.linkedin.com/in/therioungeorgios>



# Unit 5

## Χρηματοδότηση Κοινωνικού Σκοπού



# Μαθησιακοί Στόχοι

Σκοπός της Ενότητας

**Keywords**

Funding, entrepreneurship, social entrepreneurship, Failure, entrepreneurial idea, market failure, social value.

# Μαθησιακοί Στόχοι

## Περιγραφή

Η παρούσα ενότητα έχει στόχο να εισάγει τους εκπαιδευόμενους στην φιλοσοφία στρατηγικής δημιουργίας εισοδήματος και τις βασικές στρατηγικές. Γίνεται αναφορά σε παραδοσιακές και σύγχρονες στρατηγικές εισοδήματος και σε καλές πρακτικές. Με το πέρας του εργαστηρίου οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να αναγνωρίσουν την κατάλληλη στρατηγική για το δικό τους επιχειρηματικό μοντέλο. Επίσης θα γνωρίζουν πως να αναζητήσουν πηγές χρηματοδότησης από Εθνικούς (π.χ. ΕΣΠΑ) και Ευρωπαϊκούς Πόρους.

## Keywords:

Financing social venture, sustainability, income strategy, fundraising

# ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΕΙΚΟΝΙΔΙΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ



Εκπαιδευτικό Βίντεο



Εκπαιδευτική δραστηριότητα





‘Κοιτάξτε την τεράστια ποικιλομορφία του κερδοσκοπικού τομέα, σε αντίθεση με την μονολιθική φύση του μη-κερδοσκοπικού κόσμου. Είναι εντυπωσιακό’.

*Bill Drayton, Ashoka Founder*

# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΣΚΟΠΟΥ

Βασικές κατηγορίες εισοδήματος

## Μέχρι σήμερα

το μεγαλύτερο πρόβλημα των υβριδικών οργανισμών είναι η χρηματοδότηση τους.

Η βιωσιμότητα των κοιν. επιχειρήσεων είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την στρατηγική εισοδήματος και τον βαθμό που είναι αυτή εξαρτημένη από κρατικό εισόδημα και δωρεές

- Δύο βασικές κατηγορίες εισοδήματος



# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΣΚΟΠΟΥ

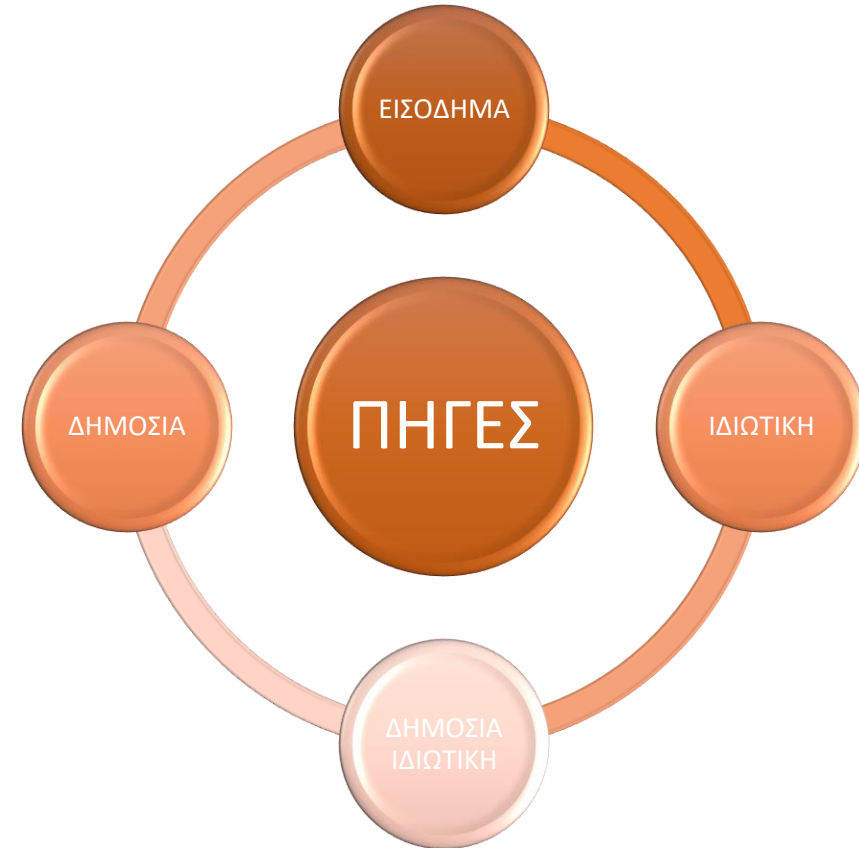
ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΗΓΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

## ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

μπορούν να αξιοποιήσουν πόρους  
από τους 3 τομείς της οικονομίας

## ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΗ

Ξεκάθαρο πλάνο και στρατηγική





# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Απο την ιδέα στην .....πράξη

## Με μια ματιά:

1. Ιδία Χρηματοδότηση
2. Three (3) F's-Friends Fools & family
3. Μικροχρηματοδότηση
4. Δανεισμός
5. Θερμοκοιτίδες (seed funding).
6. Επενδυτές (Angel Investors)
7. Κεφάλαια Συμμέτοχων (Venture capital) (<http://www.pjtechcatalyst.com/>)
8. Αντιπραγματισμός (Bartering).
9. Συναιτερισμός (partnership).
10. Δεσμευση ενός μεγάλου πελάτη



# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

## ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ



## ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΠΗΓΕΣ



## ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ





# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

## ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

Πράσινο Σπίτι: Ένα παντοπωλείο με... καλό σκοπό!



Κοι.Σ.Π.Ε. ΣΤΗΝ Άμφισσα που παρέχει προϊόντα βιολογικής και υγιεινής διατροφής  
Περισσότερα: <http://www.travelstyle.gr/prasino-spiti-ena-pantopwleio-me-kalo-skopo/>

## ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

Μια κοινωνική επιχείρηση μπορεί να αντλήσει απαραίτητα κεφάλαια κατά την έναρξη από την πώληση αγαθών. Μια τακτική για πρόωρη άντληση κεφαλαίων είναι η προπώληση των αγαθών με σκοπό την χρηματοδότηση της έναρξης.

Ωστόσο για ανάπτυξη συνίσταται να έχει προσανατολισμό σε εργαλεία χρηματοδότησης



# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

## ΒΙΩΣΙΜΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ: ΠΗΓΕΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Τύπος	Επεξήγηση	Παραδείγματα
Δημιουργία εισοδήματος		
Εκπαιδευτικά προγράμματα/ εργαστήρια	Χρέωση για παρακολούθηση	Common Purpose, Skoll World Forum,
Κυβερνητικές Συμβάσεις	Συμβάσεις με την κυβέρνηση που χρηματοδοτούν την παροχή εκπαίδευσης για συγκεκριμένο σκοπό. (Voucher για ανέργους, Εκπαίδευση ΡΟΜΑ κ.ο.κ. Οι Η.Π.Α. είχαν την πρωτοβουλία Teaching for America.	Office of Civil Society(UK), Office of Social Innovation and Civic Engagement (US),
Εισόδημα άσχετο (Earned income)	Πώληση ενός προϊόντος υπηρεσίας ή χρέωση αντίτιμου που δεν είναι σχετικό με την επιχείρηση.	, Habitat for Humanity Restore, Consulting Services
Εισόδημα σχετικό (Earned income)	Αντίτιμο που χρεώνεται στους ωφελούμενους και σχετίζεται με την επιχείρηση	Σχεδία, Αμφιτρίτη, Μικροί Γίγαντες, Νοσοκομεία και υπηρεσίες υγείας
Memberships ή subscriptions	Χρέωση συνδρομών σε ιδιώτες ή επιχειρήσεις	Zoo or Enjoy the Arts Memberships
Συνεταιριστικές Cooperatives	Κοινή συμμετοχή σε Συνεταιριστική επιχείρηση	BIO.M.E., Big Issue, <a href="#">Μοδούσα</a>
Corporate partnerships	Εταιρικές συνεργασίες που ενισχύουν οικονομικά και επιστρέφουν όφελος στον οργανισμό σε προβολή η συμπληρωματικά οφέλη.	Grameen Danonne, Grameen Telenor
Υπηρεσίες έρευνας	Χρέωση για έρευνα που παράγεται από τον οργανισμό για τρίτους	The Nest Ελληνικό Κέντρο Κοιν.Επ. & Καινοτομίας, Θράκης Κίνητρο κ.α.

# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΒΙΩΣΙΜΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ: ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

Εισόδημα σχετικό



Εισόδημα άσχετο



Εκπαιδευτικά προγράμματα/ εργαστήρια



<http://www.modusa.gr> Συνεταιριστικές Cooperatives

Η ΚοινΣΕπ "Μοδούσα" ιδρύθηκε το 2014 από εννέα παραγωγούς ελαιολάδου στην περιοχή της Γέρας στη Λέσβο και σήμερα αριθμεί πάνω από εξήντα μέλη.

<http://www.organizationearth.org/>

Το πρότυπο ανοιχτό κέντρο περιβαλλοντικής εκπαίδευσης «Κέντρο της Γης» έχει στόχο να μεταδώσει απλές αισιόδοξες έννοιες και να παρουσιάσει νέους τρόπους δόμησης της καθημερινής μας ζωής και διαμόρφωσης διαφορετικού τρόπου κοινωνικής αντίληψης και συμπεριφοράς.

# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΒΙΩΣΙΜΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ: ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

## Κυβερνητικές Συμβάσεις Κοινωνικές Επιχειρήσεις

Σύμφωνα με το άρθρο 20 του Ν. 4412/2016 οι δημοσιες επιχειρήσεις μπορούν να συνάπτουν συμβάσεις κατ' αποκλειστικότητα με κοινωνικές επιχειρήσεις. Όπως αναφέρεται στο άρθρο:



**Διακήρυξη Ηλεκτρονικού διαγωνισμού για την παροχή υπηρεσιών Καθαριότητας στα κτίρια του ΕΦΚΑ [[Link](#)]**



**Προκήρυξη ηλεκτρονικού ανοικτού διαγωνισμού no 019/2017 προς ΚοινΣΕπ και ΚοιΣΠΕ για την παροχή υπηρεσιών παρασκευής και διανομής γευμάτων [[LINK](#)]**



7829

ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ  
ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ  
ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

8 Αυγούστου 2016

ΤΕΥΧΟΣ ΠΡΩΤΟ

Αρ. Φύλλου 147

**ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 4412**

Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών (προσαρμογές στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ).

ων και διαγωνισμών μελετών που υπάγονται στο πεδίο εφαρμογής του Βιβλίου II (άρθρα 2 και 222 έως 338), γ) για τη διακυβέρνηση, οι οποίοι εφαρμόζονται, σύμφωνα με το Βιβλίο III (άρθρα 339 έως 344), από τις αναθέτουσες αρχές και τους αναθέτοντες φορείς και δι για





# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

Τύπος	Επεξήγηση	Παραδείγματα
Δωρεές		
Δωρεές	Αναζήτηση δωρεάς από ιδιώτες	Εύπορα μέλη της κοινωνίας
Χορηγίες, Δωρεές		
Δωρεές από Ιδρύματα	Οικογένειες, που αναζητούν να επιδείξουν την δέσμευση τους στην κοινωνική ευθύνη και τα κοινωνικά ιδρύματα.	Ίδρυμα Κοκκαλη, Λάτση, Νιάρχου, κ.ο.κ
Κυβερνητικές επιχορηγήσεις	Κυβερνητικά κονδύλια, δωρεές για την υποστήριξη του έργου των ΜΚΟ η προς κατευθύνσεις για ωρίμανση (Πράσινη ενέργεια, εκπαίδευση).	
Υποτροφίες	Χρηματοδότηση για την ενίσχυση της ικανότητας των κοινωνικών επιχειρηματιών να αναπτύξουν κοινωνικό αντίκτυπο	Echoing Green, Ashoka, The Nest
Fundraisers/Special events		
Special events ή έρανοι	Ετήσια events φιλανθρωπίας, Μαραθώνιοι, Έρανοι, Δείπνα etc.	The Feast, Social Impact Awards κ.α

# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ



by Ashoka and  
Boehringer Ingelheim



Boehringer  
Ingelheim



ASHOKA

Το "Making more health" είναι μια μακροσκελή πρωτοβουλία με στόχο να αναπτύξει και να βελτιώσει τις συνθήκες υγείας σε κοινότητες ανά τον κόσμο, στηρίζοντας κοινωνικούς επιχειρηματίες




# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

## ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Το «Hitch Fund» είναι μια πρωτοβουλία της εταιρείας Μάρκετινγκ να αποδώσει μέρος των εσοδων της σε υποσχόμενες κοινωνικές επιχειρήσεις και πρωτοβουλίες

This fund is a proportion of income ring-fenced to invest in local community social innovation projects that have the potential to be scaled for the social good.



**Whilst we're keen to work with all manner of organisations to help them reach their potential, we have also set up the Hitch Fund to help us stick to what excites us most - social innovation.**

This fund is a proportion of income ring-fenced to invest in local community social innovation projects that have the potential to be scaled for the social good. Hitch also donates time to work pro bono for organisations or at a reduced fee. We're at the start of this journey, but we have a pot of gold, and we're keen to work with commissioners, foundations, trusts, and community organisations to make a big social impact on at least one new project every year.

Get a feel for some of that work: <https://www.hitchmarketing.co.uk/hitch-fund>

I Understand

<https://www.hitchmarketing.co.uk/hitch-fund>



# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

## Χορηγίες, Δωρεές

### Ithaca Laundry



Το λεωφορείο παραχώρησε ο ΟΑΣΑ, ενώ η ΟΣΥ ανέλαβε να το μετατρέψει σε κινητή μονάδα, με τη χορηγία της εταιρείας «Παπαστράτος». Οι δήμοι Αθηναίων και Πειραιά θα παρέχουν ρεύμα και νερό δωρεάν, ενώ η Μη Κυβερνητική Οργάνωση Praksis θα διαθέσει το απαιτούμενο προσωπικό για τη λειτουργία της μονάδας.

**«η καθαριότητα οδηγεί στην αξιοπρέπεια και αυτή με τη σειρά της σε νέες ευκαιρίες».**

# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

## Υποτροφίες



“Ωραία, βλέπεις πως γίνεται μια κοινωνική επιχείρηση και από μια ιδέα φτάνει να γίνει μια μεγάλη επιχείρηση. Έχεις κάποια ιδέα; Κατάθεσέ την κι αν κερδίσεις, θα σε βοηθήσουμε να την υλοποιήσεις μέσα στα incubators”.

**Dr Φιόρη Ζαφειροπούλου**



ο Social Impact Award (SIA) είναι ένας διεθνής διαγωνισμός που διοργανώνεται σε 18 χώρες της Ευρώπης. Στόχος του είναι να αναδείξει νέες επιχειρήσεις οι οποίες βρίσκουν λύσεις για τις κοινωνικές προκλήσεις της εποχής μας και να υποστηρίξει την έννοια και την πρακτική της νεανικής κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

## Κυβερνητικές επιχορηγήσεις

HOME | ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ | ΦΤΙΑΞΤΕ ΜΙΑ ΚΟΙΝΣΕΠ | ΧΡΗΣΙΜΑ | ΜΗΤΡΩΟ | 4430

BREAKING NEWS 3 months ago - Στρατηγική μάρκετινγκ. Και οι στρατηγοί κάνουν λάθη. Απορροή τσί...

### Στην Κοιν.Σ.Επ «Μοδούσα» το αγρόκτημα του ΕΛΓΟ στο Κάτω Τρίτος Λέσβου

7 MAY 2016 BY ADMIN IN ΝΕΑ ΤΩΝ ΚΟΙΝΣΕΠ | ΤΑ ΝΕΑ ΜΑΣ | f t S+ in

#### Διαφημιστείτε στο Google

Μάθετε περισσότερα και διεκδικήστε τη δωρεάν διαφημιστική πίστωση αξίας 75 €\* ads.google.com

Εάν αποφασίσετε την δημιουργία της δικής σας ΚοινΣΕπ και έχετε μια καλή ιδέα που πληροί τα κριτήρια του νόμου 4430/2016 ελάτε σε επαφή μαζί μας από [εδώ](#) για να σας βοηθήσουμε με την 5χρονη εμπειρία μας στον τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας και στην Δημιουργία άνω των 190 Επιτυχημένων ΚοινΣΕπ

Η ιστοσελίδα μας είναι στην διάθεση κάθε ενδιαφερομένης δομής για συνεργασία στην προώθηση την στήριξη και την ενδυνάμωση της κοινωνικής οικονομίας στην Ελλάδα με την αναγνωρισιμότητα και την υποστήριξη που έχει προσφέρει από το 2012 στον χώρο. Ελάτε σε επαφή μαζί μας [από εδώ](#).

Εσύ έχεις ενημερωθεί για την Πανελλήνια Ομοσπονδία Φορέων Κοινωνικής Οικονομίας;

Στην Κοιν.Σ.Επ «Μοδούσα» θα παραχωρηθεί, το αμέσως επόμενο διάστημα, το αγρόκτημα του ΕΛΓΟ Δήμητρα στο Κάτω Τρίτος. Η «Μοδούσα» αναλαμβάνει την υποχρέωση να το μετατρέψει σε ένα παραγωγικό, επιδεικτικό και πλήρως επισκέψιμο αγρόκτημα, το οποίο θα λειτουργεί με όρους Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (ΚΑΛΟ).

Στην Κοιν.Σ.Επ «Μοδούσα» θα παραχωρηθεί, το αμέσως επόμενο διάστημα, το αγρόκτημα του ΕΛΓΟ Δήμητρα στο Κάτω Τρίτος. Η «Μοδούσα» αναλαμβάνει την υποχρέωση να το μετατρέψει σε ένα παραγωγικό, επιδεικτικό και πλήρως επισκέψιμο αγρόκτημα, το οποίο θα λειτουργεί με όρους Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (ΚΑΛΟ).





# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ

## Συνεταιριστικές Τράπεζες/Τραπεζικός Δανεισμός

Χρονολογούνται στην Ευρώπη από την αρχή του 1900. Τράπεζες που ανήκουν στην κοινότητα και υποστηρίζουν την κοινωνική ανάπτυξη και ΜΚΟ.

Παραδοσιακή μορφή δανεισμού αποτελούν και οι συνεταιριστικές και οι άλλες τράπεζες

## Κοινοτικές μετοχές

Οι κοινές μετοχές αναφέρονται σε πώληση μεριδίων επιχειρήσεων με κοινωφελή σκοπό. Μορφή των ίδιων κεφαλαίων στις συνεταιριστικές που προέρχεται από την κοινωνία. Αγορά μετοχών από την ίδια την κοινότητα.



Τράπεζες, Συνεταιριστική, Τράπεζα ΕΒΡΟΥ, ΔΡΑΜΑΣ κ.ο.κ.

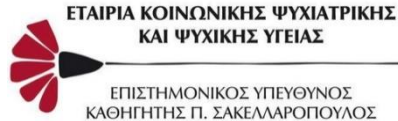


# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ Κοινοτικές μετοχές

Μερίδια των μετόχων

Κοινοτικές μετοχές



ΕΤΑΙΡΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΨΥΧΙΑΤΡΙΚΗΣ  
ΚΑΙ ΨΥΧΙΚΗΣ ΥΓΕΙΑΣ

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ  
ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ Π. ΣΑΚΕΛΛΑΡΟΠΟΥΛΟΣ

• ΚΟΙΣΠΕ

**ΝΑΥΤΙΛΟΣ**

Για την σύσταση επιλέχθηκαν φορείς πέρα της ψυχικής υγείας όπως το Νοσοκομείο, Επιμελητήριο κ.α.. Καθορίστηκε μερίδα και το κεφάλαιο έναρξης για την 1<sup>η</sup> δραστηριότητα συλλέχθηκε από την αποπληρωμή της μερίδας.

Σήμερα λειτουργεί ένα κατάστημα φωτοτυπιών εντός του Νοσοκομείου Αλεξανδρούπολης το οποίο εργάζονται κατά βάση ωφελούμενοι, πάσχοντες από ψυχική υγεία.

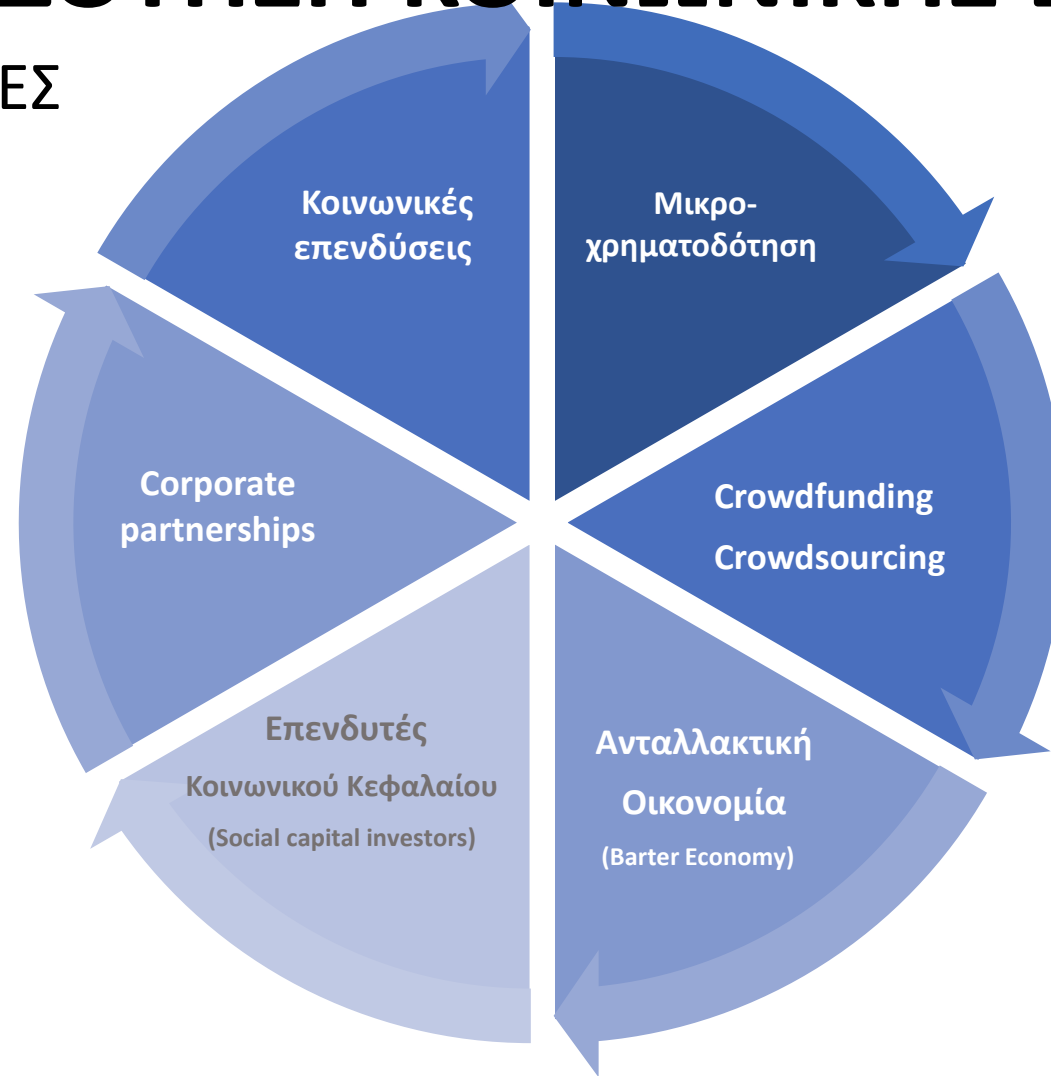


<https://communityshares.org.uk/case-studies/bell-inn>

<https://communityshares.org.uk/find-out-more/guidance-enterprises>

# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

- ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΠΗΓΕΣ





# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΠΗΓΕΣ - Corporate Partnership

GRAMEEN DANONE FOODS LIMITED  
"GREAT PLACE TO GROW"



Περισσότερα: [file:///C:/Users/user/Downloads/G4all\\_e-brochure.pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/G4all_e-brochure.pdf)

<http://www.kathimerini.gr/850466/article/ta3idia/sthn-ellada/diakopes-me-ama3idio>

# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΠΗΓΕΣ - ΜΙΚΡΟΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ



Το The People's Trust παρέχει μικροχρηματοδότηση σε νέες ή και σε υφιστάμενες επιχειρήσεις. Το The People's Trust, είναι μια ελληνοαγγλική πρωτοβουλία, ένας ιδιωτικά χρηματοδοτούμενος μη - κερδοσκοπικός οργανισμός που υποστηρίζει νεοσύστατες και υφιστάμενες μικρές επιχειρήσεις όλων των κλάδων, παρέχοντας υπηρεσίες επιχειρηματικής ανάπτυξης και μικροχρηματοδότησης μέχρι το ποσό των €10.000.

# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

## ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΠΗΓΕΣ - ΜΙΚΡΟΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Οι **Μικροπιστώσεις** (ή αλλιώς μικροχρηματοδοτήσεις) αποτελούν χαμηλότοκα δάνεια ύψους 3.000€ έως 25.000€ τα οποία απευθύνονται σε υφιστάμενες πολύ μικρές επιχειρήσεις και άνεργους που θέλουν να υλοποιήσουν την επιχειρηματική τους ιδέα.



[http://www.ggb.gr/el/Finance\\_SMEs\\_Microcredit](http://www.ggb.gr/el/Finance_SMEs_Microcredit)

<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=el&catId=836>

<http://www.kathimerini.gr/502710/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/h-mikroxrmatodothsh-xtypaei-kai-thn-porta-ths-elladas-prosexws>



# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

- ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΠΗΓΕΣ – crowdfunding

Το Crowdfunding είναι η συλλογική συνεισφορά ενός μεγάλου αριθμού ατόμων που δικτυώνονται και συλλέγουν ένα μικρές ποσότητες κεφαλαίων για να χρηματοδοτήσουν μια νέα ιδέα ή επιχείρηση.

## Βασικά εργαλεία Καμπάνιας (Indieogogo)

- PITCH VIDEO
- Κείμενο PITCH — Διηγήσου την ιστορία σου
- Εικόνες, Τίτλος και σύντομη περιγραφή
- PERKS – Τι προσφέρεις; Δίνεις κάτι;
- LINKS -Facebook, Twitter ή άλλα σχετικά που θα βοηθήσουν τον ενδιαφερόμενο να σε εμπιστευθεί ή να ενδιαφερθεί.

<https://www.statista.com/topics/1283/crowdfunding/>

<https://www.businesswire.com/news/home/20170814005545/en/Global-Crowdfunding-Market---Segmentation-Forecast-Technavio>

# €16.2 δις

Η παγκόσμια αγορά του Crowdfunding

Η παγκόσμια αγορά του crowdfunding αναμένεται να αναπτυχθεί κατά 17% μεταξύ, 2017-2021.

Technavio Report, (2017) Global Crowdfunding Market 2017-2021



indiegogo

650k+  
projects

<https://www.indiegogo.com/>

## KICKSTARTER

397,598 projects (Απρ 2018)

<https://www.kickstarter.com/>

## ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

- ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΠΗΓΕΣ – Crowdfunding – Παράδειγμα

### hifold by mifold- the grab-and-go highback booster

Στόχος: \$50,000 [flexible goal](#)

Άντλησε: **\$235,410 USD** από 1639 υποστηρικτές

**\$235,410 USD** raised by 1639 backers

471% of \$50,000 [flexible goal](#)

a month left

BACK IT



LINKS

### Κείμενο PITCH

hifold is the world's most compact, portable and adjustable highback booster ever invented, and it's just as safe\*! hifold is easy to store and even easier to carry around. - portable and easy to store - grows with your child - comfortable and easy to clean - engineered to meet safety standards worldwide\*

### PERKS

<p><b>hifold 2 pack</b> early bird <b>\$185</b> 358 save 48%</p> <p><b>\$185 USD + Shipping \$338 (-48% Off)</b> hifold - 2 pack Estimated delivery March 2019 322 out of 400 claimed</p>	<p><b>hifold</b> early bird <b>\$99</b> 179 save 44%</p> <p><b>FEATURED</b> <b>\$99 USD + Shipping \$278 (-44% Off)</b> hifold- grab-and-go booster Estimated delivery March 2019 201 out of 400 claimed</p>	<p><b>hifold 6 pack</b> early bird <b>\$499</b> 1,074 save 53%</p> <p><b>\$499 USD + Shipping \$1,024 (-53% Off)</b> hifold - 6 pack Estimated delivery March 2019 12 out of 50 claimed</p>	<p><b>hifold 3 pack</b> early bird <b>\$269</b> 537 save 49%</p> <p><b>\$269 USD + Shipping \$462 (-49% Off)</b> hifold - 3 pack Estimated delivery March 2019 46 out of 100 claimed</p>
---	--	---	--

### PITCH VIDEO



### Εικόνες, Τίτλος & σύντομη περιγραφή



#### portable

folds down to fit in a small carry bag and is the most compact, lightweight highback booster ever.



#### safe

designed and engineered to comply with regulations worldwide.



#### adjustable

4 different adjustable zones for the perfect fit.

Πηγή: <https://goo.gl/b25kud>

# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

- ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΠΗΓΕΣ – Crowdsourcing

## OPEN IDEO

Μπορείς να βοηθήσεις να σχεδιαστούν λύσεις για τις μεγαλύτερες προκλήσεις του κόσμου.




**CHALLENGE**  
**2018 BridgeBuilder Challenge**

Let's address urgent global challenges at the intersections of peace, prosperity, and planet in radically new ways.




**GIVE FEEDBACK**



**CHALLENGE**  
**Design With Grind Challenge**

Use Nike Grind materials to help create new products and a waste-free future.




**GIVE FEEDBACK**



**CHALLENGE**  
**Early Childhood Innovation Prize**

Help maximize every child's potential during their first three years of life.



**VIEW TOP IDEAS**



# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

- ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΠΗΓΕΣ – Αντιπραγματισμός - Bartering

Τράπεζα χρόνου της Αθήνας



Η Τράπεζα Χρόνου είναι ένα δίκτυο αχρήματης και αλληλέγγυας οικονομίας, ένα δίκτυο ανταλλαγής υπηρεσιών και γνώσεων που υποστηρίζεται από τη δική της μονάδα συναλλαγής, το χρόνο

<http://www.time-exchange.gr/>

Tradenow



ENJOY TRADING

ΚΑΛΩΣ ΗΡΘΕΣ  
στον κόσμο  
των ανταλλαγών

ανταλλάσσεις, αγοράζεις και πουλάς

ανθρώπινα, ευχάριστα, απλά!



αναρτάς αυτά που έχεις



[www.tradenow.gr](http://www.tradenow.gr)

# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

- ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΠΗΓΕΣ – Social Capital Market – Impact Investing

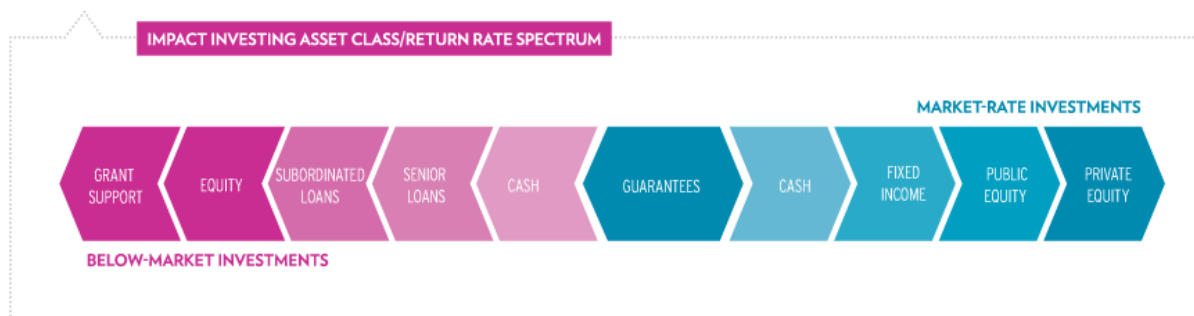
*Το 2011, υπήρξαν περισσότερες από 2,200 κοινωνικές επενδύσεις ύψους \$4.5 δις*

## 4 Βασικά Χαρακτηριστικά:

- Σκοπιμότητα
- Επένδυση με απόδοση στο αρχικό κεφάλαιο
- Ποικιλία αποδόσεων
- Μέτρηση αντικτύπου



‘Η σύγχυση μου με την σκηνή κοινωνικών επενδύσεων στην Ευρώπη, είναι ότι κυρίως συζητιέται αρκετά.... Και έχουμε ένα σημαντικό αριθμό οργανισμών που προσφέρουν χαμηλού ρίσκου προσπάθειες.’  
*Geoff Mulgan, NESTA*



# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

## ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΠΗΓΕΣ – ΕΘΝΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ

**Σειρές προγραμμάτων με δικαιούχους Κοινωνικές επιχειρήσεις :**

- Αναβάθμιση πτυχιούχων τριτοβάθμιας
- Νεοφυής επιχειρήσεις
- Ψηφιακό Βήμα
- Κ.α.

**Άλλα Εθνικά προγράμματα συναφή:**

ΤΟΠΣΑ  
ΤΟΠΕΚΟ





# ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΠΗΓΕΣ – ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΕΥΡΩΠΑΙΚΑ

## ΔΗΜΟΦΙΛΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ:

Erasmus για νέους επιχειρηματίες

Erasmus+

Creative Europe

INTEREG

Horizon 2020 projects

LIFE <http://ec.europa.eu/environment/life/>



## ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΚΟΠΟΥ:

Humanitarian Aid

[https://ec.europa.eu/echo/funding-evaluations/financing-civil-protection/calls-for-proposal\\_en](https://ec.europa.eu/echo/funding-evaluations/financing-civil-protection/calls-for-proposal_en)

Μετανάστευση

[https://ec.europa.eu/home-affairs/financing/fundings/calls-for-proposals\\_en](https://ec.europa.eu/home-affairs/financing/fundings/calls-for-proposals_en)

Περιβάλλον

[http://ec.europa.eu/environment/funding/grants\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/funding/grants_en.htm)

Project της Κοινωνίας των πολιτών

[https://eacea.ec.europa.eu/europe-for-citizens/funding/civil-society-projects%E2%80%93932018\\_en](https://eacea.ec.europa.eu/europe-for-citizens/funding/civil-society-projects%E2%80%93932018_en)

Κυκλική Οικονομία

[https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/circular-economy\\_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/circular-economy_en)

[http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises\\_en](http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en)

[https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/how-eu-funding-works/who-eligible-funding/funding-opportunities-ngos\\_el](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/how-eu-funding-works/who-eligible-funding/funding-opportunities-ngos_el)

[https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls\\_en](https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls_en)

# ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΗΓΕΣ

1. [https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/how-eu-funding-works/who-eligible-funding/funding-opportunities-ngos\\_el](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/how-eu-funding-works/who-eligible-funding/funding-opportunities-ngos_el)
2. [http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises\\_en](http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en)
3. [https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/how-eu-funding-works/who-eligible-funding/funding-opportunities-ngos\\_el](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/how-eu-funding-works/who-eligible-funding/funding-opportunities-ngos_el)
4. [https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls\\_en](https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls_en)
5. <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=el&catId=836>
6. <https://www.espa.gr/>
7. <https://www.indiegogo.com/>
8. <https://innovationforsocialchange.org/en/my-8-favorite-crowdsourcing-and-crowdfunding-platforms-for-social-good>
9. <https://www.taxheaven.gr/laws/law/index/law/770>

# ΠΗΓΕΣ

1. Αδάμ. Σ., (2014), *Οδηγός Δημιουργίας Κοινωνικών Επιχειρήσεων*, Heinrich, Boll, Stiftung, Θεσσαλονίκη, Ελλάδα
2. Alter, K., 2007, *Social Enterprise Typology*, Virtue Ventures LLC
3. Bornstein, D., Davis.S., (2010), *Social Entrepreneurship What everybody Needs to Know* , Oxford University Press [Suggested Reading]
4. Γεώργιος Κ., Κασσαβέτης Δ., Κώστας Α., Οικονόμου Χ., Σουλιώτης Κ., Στραβοσκούφης Θ., Σωτηροπούλου Ε., (2012) *“Κοινωνική Οικονομία: Θεωρία, Εμπειρία και Πρακτικές”*, Δοκίμιο 20, Εναλλακτικές Εκδόσεις, Αθήνα
5. CIRIEC, (2012), *“The Social Economy in the European Union”*, Monzon J.L., Chaves, R., European Commission
6. Dees, G., J., (1998), *Enterprising the Non Profit*, Harvard Business Review, January-February
7. ΕΥΚΕΚΟ, *Εθνική Υπηρεσία για την Κοιν. Επιχειρηματικότητα & Κοιν. Οικονομία*, [www.keko.gr](http://www.keko.gr),
8. European Commission, (2011), *“Social Business Initiative - Creating a favourable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation” - SEC(2011) 1278*
9. Foster, W., Bradach, J.L., (2005) *Should Nonprofits Seek Profits?* Harvard Business Review [online] <https://hbr.org/2005/02/should-nonprofits-seek-profits>
10. Nasioulas, I., (2011), *Greek Social Economy at the Crossroads*, L. 4019/2011 and institutionalization challenge, working paper, CIRIEC 2011/10
11. Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2013), *Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα: Οδηγός για την Κοινωνική Ευρώπη*, Τεύχος 4, Υπηρεσία Εκδόσεων Ευρωπαϊκής Ένωσης , Λουξεμβούργο,
12. Prahalad, C.K., Hart, S.L.(2002). *‘The fortune at the bottom of the pyramid.’* Strategy + Business, Issue 26, first quarter 2002, Booz Allen Hamilton
13. Stevenson, A., Skillern, W., (2006), *Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or both*, Entrepreneurship Theory & Practice, Baylor University (1042-2587)
14. Yunus, M., (2010), *Building Social Business: The New kind of capitalism that serves humanity’s most pressing needs*, Public Affairs, NY
15. Yunus, M.,(2010) *Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*, Public Affairs, NY



# Learning activity:



1. Επισκεφθείτε το [www.indiegogo.com](http://www.indiegogo.com) και κάντε μια ξενάγηση στην ιστοσελίδα. Διαβάστε τους κανόνες για να κατανοήσετε πως δουλεύει. Σκεφτείτε την προσέγγιση. Πιστεύετε θα δουλέψει και γιατί; Πως θα μπορούσε να βελτιωθεί; Τι προτείνετε;

2. Βρείτε μια καμπάνια που δεν πήγε καλά και εξηγήστε γιατί αυτό συνέβη;

(Αν δεν βρίσκετε επιλέξτε μια από αυτές στο άρθρο: [Link: http://gizmodo.com/the-9-most-disgraceful-crowdfunding-failures-of-2015-1747957776](http://gizmodo.com/the-9-most-disgraceful-crowdfunding-failures-of-2015-1747957776) )

# Unit 5

## Χρηματοδότηση Κοινωνικού Σκοπού