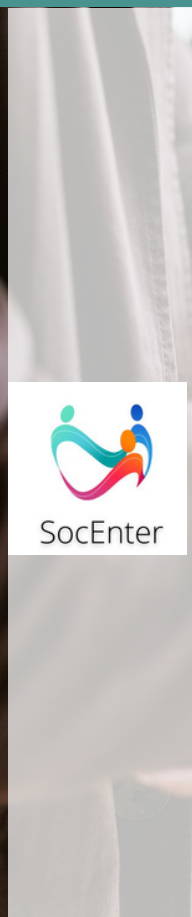


SOCENTER

Αριθμός αναφοράς έργου: 2021-1-PL01-KA220-ADU-000030093



Παραδοτέο 1 'Εγχειρίδιο για τη δημιουργία επιχειρήσεων φιλικών προς τους ενήλικες'



SocEnter

socenter.eu



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Τίτλος του έργου:
'Ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας -
νέες ευκαιρίες και τρόποι ανάπτυξης'



Σχετικά με το έργο

Στο παρόν εγχειρίδιο συγκεντρώσαμε την εμπειρία της λειτουργίας των κοινωνικών συνεταιρισμών από διάφορες χώρες της ΕΕ και, αναλύοντας όλες τις λειτουργικές πτυχές επιχειρούμε να βρούμε κοινούς κανόνες για αυτούς που ξεκινούν μια κοινωνική επιχείρηση. Σύμφωνα με το Διεθνές Γραφείο Εργασίας (International Labor Office, 2015), υπάρχουν θέσεις εργασίας χαμηλής ειδίκευσης σε όλο τον κόσμο, σχεδόν το 45% όλων των θέσεων εργασίας. Στην πραγματικότητα, πολλές θέσεις εργασίας χαμηλής ειδίκευσης απαιτούν σωματικές, μηχανικές και επικοινωνιακές δεξιότητες. Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί και οι κοινωνικές επιχειρήσεις παρέχουν αξιοπρεπή εργασία. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για ευάλωτες ομάδες και άτομα που υφίστανται κοινωνικό αποκλεισμό.

Υπάρχουν τρεις απόψεις που συζητούνται ευρέως:

- η εκπαίδευση και η δια βίου μάθηση αποτελούν τα κύρια κλειδιά για τη μείωση της ανεργίας, της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού,
- η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί να δημιουργήσει νέες ευκαιρίες απασχόλησης για τους ενήλικες,
- οι άνθρωποι θα πρέπει να συμμετέχουν ενεργά, ξεκινώντας την επιχειρηματική τους δραστηριότητα.

Λαμβάνοντας υπόψη τις παραπάνω εκτιμήσεις, η ιδέα του σχεδιασμού μας βασίζεται επίσης στη χρήση της ψηφιακής μάθησης στους παρακάτω τομείς:

1. Βελτίωση και λειτουργία του εκπαιδευτικού προγράμματος
2. Βελτίωση των προσόντων του εκπαιδευτή ενηλίκων
3. Επιπτώσεις στις δραστηριότητες της τοπικής κοινότητας. Σε αυτό το έργο, οι εταίροι της κοινοπραξίας συμμετέχουν σε μεγάλο βαθμό στην ανταλλαγή γνώσεων, την ανάπτυξη και τη μεταφορά καινοτόμων πρακτικών και τεχνογνωσίας για τη δημιουργία ενός εκπαιδευτικού προγράμματος για ενήλικες με χαμηλή ειδίκευση, το οποίο βασίζεται σε μια διαδραστική προσέγγιση συμμετοχικής διαδικτυακής μάθησης.

Όλοι οι εταίροι θα μεταφέρουν τη τεχνογνωσία τους ακολούθως:

1. Το **Ecoinstitut** θα μεταφέρει τις γνώσεις του στη διδασκαλία της επιχειρηματικότητας, την εκπαίδευση ενηλίκων με χαμηλά προσόντα και τη διαδικτυακή μάθηση.
2. Το **Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας** θα μεταφέρει τις γνώσεις του στον τομέα των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών και της διοίκησης επιχειρήσεων.
3. Το **Ίδρυμα Zofia Zamenhof** θα μεταφέρει τις γνώσεις του στον τομέα της εκπαίδευσης και κατάρτισης ενηλίκων και της αξιολόγησης των εκπαιδευτικών διαδικασιών.
4. Η **Epralima** θα μεταφέρει τις γνώσεις της στη βιώσιμη ανάπτυξη, την κοινωνική καινοτομία και την ενίσχυση των ενηλίκων με χαμηλή ειδίκευση.
5. Η **Cooperativa De Interesse Publico** θα μεταφέρει τις γνώσεις της στην επιχειρηματικότητα και τις νέες πρακτικές και μεθόδους διαχείρισης.
6. Η **CUS - Κοινωνικός Συνεταιρισμός** θα διασφαλίσει ότι η εμπειρία της θα χρησιμοποιηθεί στο έργο SocEnter κατά τη λειτουργία μιας επιχείρησης κοινωνικής λέσχης.

Δήλωση αποποίησης ευθύνης

‘Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ’ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις’



**Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης**

I. Κοινωνική επιχειρηματικότητα

1. Τι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα;	7
2. Η συμπεριφορική θεωρία της κοινωνικής επιχειρηματικότητας	8
3. Τι είναι η κοινωνική αξία;	11
4. Κοινωνική και βιώσιμη επιχειρηματικότητα	14
5. Κοινωνική επιχειρηματικότητα και κοινωνικές επιχειρήσεις	14
6. Κοινωνική επιχειρηματικότητα και καινοτομία	16
7. Μια ιταλική εμπειρία επιχειρηματικότητας: Centro Solidareta 19 Giovani “G. Micesio“	19
8. Συμπεράσματα	24
9. Αναφορές	25
10. Βασικοί όροι και ορισμοί	27

II. Ικανότητες και δεξιότητες ενός κοινωνικού επιχειρηματία

1. Κύριες πτυχές της κοινωνικής επιχειρηματικότητας	29
2. Η δυναμική της επιχειρηματικότητας και του επιχειρηματία	31
3. Τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία	35
4. Μεθοδολογία του κοινωνικού επιχειρηματία	38
5. Επιπτώσεις και προτάσεις για μελλοντική έρευνα	46
6. Αναφορές	47

III. Ο Κοινωνικός Συνεταιρισμός CUS ως παράδειγμα επιτυχίας της Κοινωνικής Οικονομίας στην Πολωνία

1. Εισαγωγή	50
2. Τι είναι ένας κοινωνικός συνεταιρισμός;	50
3. Η διαδικασία δημιουργίας ενός πολυτομεακού κοινωνικού συνεταιρισμού, στο παράδειγμα του Κοινωνικού Συνεταιρισμού Νομικών Προσώπων ‘Κέντρο Περιβαλλοντικών Υπηρεσιών’	51
4. Προηγούμενη εκπαίδευση και εμπύχωση	54
5. Οικοδόμηση ενός δικτύου συνεργασίας - τοπικές συμπράξεις	56
6. Ανάπτυξη παραγόντων συμμετοχικότητας	56

7. Η χρήση υφιστάμενων φορέων κοινωνικής οικονομίας, π.χ. KIS, CIS.	56
8. Εργαστήριο Κοινωνικής Οικονομίας - μια καινοτόμος μορφή στήριξης	57
9. Παραδείγματα προπαρασκευαστικών δραστηριοτήτων που ανέλαβε η GOPS	57
10. Η λειτουργία του Κοινωνικού Συνεταιρισμού CUS	58
11. Τελευταία έργα - ως πρακτικό παράδειγμα εργασίας σε μια κοινωνική επιχείρηση	61
12. Περίληψη	63

IV. Εκπαίδευση στην κοινωνική επιχειρηματικότητα

1. Εισαγωγή	65
2. Κοινωνική επιχειρηματικότητα	65
3. Κοινωνική επιχειρηματικότητα στην εκπαίδευση: πώς γίνεται;	67
4. Ο ρόλος του σχολείου και των εκπαιδευτικών στην προώθηση της επιχειρηματικότητας	69
5. Το Εθνικό Σχέδιο για την Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητας στην Πορτογαλία	73
6. Βασικές αρχές και κατευθυντήριες γραμμές	73
7. Εφαρμογή και εξέλιξη του Σχεδίου	74
8. Εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα προκειμένου να προωθηθεί η επιχειρηματική κουλτούρα	77
9. Η ύπαρξη διαθήκης	78
10. Η προσαρμογή του Σχεδίου στο Σχολείο	79
11. Το Σχολείο ως Οργανισμός	79
12. Το σχολείο ενσωματωμένο στην κοινότητα	80
13. Πώς να προωθήσετε την επιχειρηματική κουλτούρα;	80
14. Συμπεράσματα	81

V. Προβλήματα των κοινωνικών συνεταιρισμών

1. Εισαγωγή	84
2. Έλλειψη σταθερής πηγής χρηματοδότησης	85
3. Έλλειψη πρόσβασης σε κεφάλαια	86
4. Έλλειψη δεξιοτήτων διαχείρισης	87
5. Ανταγωνισμός στην αγορά	88
6. Έλλειψη ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης του κοινού	89
7. Διαφοροποιημένες δεξιότητες των εργαζομένων	90
8. Έλλειψη θεσμικής υποστήριξης	91
9. Περίληψη	92
10. Βιβλιογραφία	93

VI. Συμμετοχή των κοινωνικών συνεταιρισμών στον τομέα της Δημόσιας υγείας στο παράδειγμα της CUS Drobin

1. Η έννοια της υγείας και της πρόληψης στην ιατρική και τις κοινωνικές επιστήμες	94
2. Αναπηρία και κοινωνικός αποκλεισμός	96
3. Εργασία των ατόμων με αναπηρία	97
4. Συμπεράσματα της μελέτης 'Υγειονομικές συνήθειες και πεποιθήσεις των μελών του κοινωνικού συνεταιρισμού CUS Drobin Environmental Services Center'	101

VII. Τεχνικές λεπτομέρειες της λειτουργίας της κοινωνικής επιχείρησης

1. Τεχνικές έρευνας	103
2. Τεχνικές ανάλυσης SWOT	105
3. Ανάλυση αγοράς και μάρκετινγκ	107
4. Διαφήμιση	108
5. Νομοθεσία και ανθρώπινοι πόροι	110
6. Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών	111
7. Στρατηγικές επιχειρηματικής ανάπτυξης	112
8. Προβλήματα χρηματοδότησης	114
9. Εξυπηρέτηση πελατών, επικοινωνία και συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη	115
10. Θέματα εισαγωγών και εξαγωγών	116

VIII. Ικανότητες Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας σε Κάθετη Κηπουρική (Γεωργία) και Επαγγέλματα Κλιματικής Αλλαγής

1. Κάθετη Κηπουρική ως Κοινωνική Επιχείρηση	119
2. Μελέτες Περίπτωσης Επιτυχημένων Κοινωνικών Επιχειρήσεων Κάθετης Κηπουρικής	121
3. Επαγγέλματα Κλιματικής Αλλαγής και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα	122
4. Μελέτες περίπτωσης Κοινωνικών Επιχειρήσεων σε Επαγγέλματα Κλιματικής Αλλαγής	124
5. Ικανότητες για κοινωνικούς επιχειρηματίες στην κάθετη κηπουρική και την κλιματική αλλαγή	124
6. Οικολογική Εκπαίδευση Ενηλίκων	126

IX. Συμπεράσματα και περίληψη	130
-------------------------------	-----

Ecoistituto Ιαλία

Το **Ecoistituto** είναι ένα μη κερδοσκοπικό ερευνητικό ινστιτούτο που ιδρύθηκε το 1989 με πρωταρχική εστίαση στην αειφόρο ανάπτυξη. Βασικός στόχος του είναι η προώθηση αποτελεσματικών και βιώσιμων αποτελεσμάτων με την παράλληλη ενίσχυση της βιωσιμότητας των πολιτών. Το Ecoistituto υιοθετεί μια διεπιστημονική προσέγγιση στις δραστηριότητές του.



Το Ινστιτούτο συνεργάζεται με ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, σχολεία και κυβερνητικούς οργανισμούς για τη διοργάνωση συνεδρίων, μαθημάτων, σεμιναρίων και εργαστηρίων. Οι εκδηλώσεις αυτές καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, όπως η βιώσιμη ανάπτυξη, οι κοινωνικές επιχειρήσεις, η περιβαλλοντική εκπαίδευση και η υγιής συμπεριφορά.

Το Ecoistituto αποτελείται από μέλη με διαφορετικό υπόβαθρο, συμπεριλαμβανομένων καθηγητών πανεπιστημίου (ιδίως από το Πανεπιστήμιο του Ούντινε), επαγγελματιών, εμπειρογνομόνων και ερευνητών. Η εμπειρογνομοσύνη τους καλύπτει διάφορους τομείς όπως οι ΤΠΕ, η εκπαίδευση, η οικονομία, η αγροτική βιομηχανία, η οικολογία, η κοινωνιολογία, η ψυχολογία, η κοινωνική ανθρωπολογία, η αρχιτεκτονική και η γεωγραφία.

Μέσω της συμμετοχής του σε πολυάριθμα ευρωπαϊκά προγράμματα, συμπεριλαμβανομένου του Erasmus Plus, το Ecoistituto έχει καθιερώσει επίσημες συνεργασίες. Λειτουργεί ως εταίρος του Πανεπιστημίου του Udine και του Πανεπιστημίου Rezekne Academy of Technology.

Ένας σημαντικός τομέας εστίασης για το Ecoistituto είναι τα τοπικά έργα που ωφελούν τους νέους και τους ηλικιωμένους. Τα τελευταία χρόνια, το ινστιτούτο έχει πραγματοποιήσει δραστηριότητες μελέτης και έρευνας στον ψυχοκοινωνικό τομέα, την ειδική εκπαίδευση και την ψηφιακή τεχνολογία. Οι προσπάθειες αυτές κατέστησαν δυνατές μέσω συνεργασιών με διεθνείς εταίρους.

Η δέσμευση του Ecoistituto για την προώθηση της γνώσης είναι εμφανής μέσω της δημοσίευσης πολλών επιστημονικών εργασιών που απορρέουν από τις ερευνητικές του προσπάθειες.

I. Κοινωνική επιχειρηματικότητα

Συγγραφείς: **Giberto Marzano** | **Simone Zorzi** - **Ecoisitituto del Friuli Venezia Giulia**
Raffaella Cavallo, Francesca Ferrara - **Centro Solidarietà Giovani** - **Giovanni Micesio**

Το κεφάλαιο αυτό αναλύει την έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας λαμβάνοντας υπόψη τις ποικίλες πτυχές της και τη σχέση της με άλλες έννοιες όπως η βιωσιμότητα και η καινοτομία. Η έννοια της κοινωνικής επιχείρησης συζητείται ακολουθώντας την ιδέα του βραβευμένου με Νόμπελ Ειρήνης Muhammad Yunus, ο οποίος υποστηρίζει ότι η κοινωνική επιχείρηση είναι ένα ξεχωριστό νέο είδος κοινωνικά υπεύθυνης επιχείρησης που βρίσκεται εκτός του κόσμου που επιδιώκει το κέρδος. Στόχος του παρόντος κεφαλαίου είναι η παρουσίαση των διαφόρων πτυχών της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και των νέων προσανατολισμών για την προώθηση της κοινωνικής αξίας.

Λέξεις-κλειδιά: Καινοτομία, Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, Κοινωνική Καινοτομία

1. Τι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα;

Σήμερα, η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ένας ευρύς όρος που περιλαμβάνει δραστηριότητες και διαδικασίες που αποσκοπούν στην παροχή αποτελεσματικών και βιώσιμων λύσεων σε κοινωνικά προβλήματα. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει αναπτυχθεί ως ξεχωριστή μορφή επιχειρήσεων του τρίτου τομέα στον 21ο αιώνα (Nicholls, 2008). Αποτελεί μέρος της σύγχρονης οικονομίας, ιδίως σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, και περιλαμβάνει διάφορους φορείς αλλαγής που δρουν ως επιχειρηματίες. Στόχος αυτών των επιχειρηματιών είναι η δημιουργία ευκαιριών για τις κοινότητές τους, η δημιουργία επίσης πολλαπλασιαστικών συνεργασιών και η ανάπτυξη αλλαγών πολιτικής και αλλαγών στο σύστημα της αγοράς.

Η έρευνα 'More in Common: The Global State of Social Enterprise' (British Council, Ιούνιος 2022) εκτιμά ότι ο αριθμός των κοινωνικών επιχειρήσεων στις ανεπτυγμένες χώρες είναι πολύ μεγάλος. Εκατοντάδες χιλιάδες κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν εκτιμηθεί στις Ηνωμένες Πολιτείες, 20.000 στην Αυστραλία, 102.000 στην Ιταλία, 18.000 στο Βέλγιο, 96.603 στη Γαλλία, 15.855 στην Ουγγαρία, 29.535 στην Πολωνία, 205.000 στην Ιαπωνία.

Ο όρος κοινωνικός επιχειρηματίας αναφέρθηκε για πρώτη φορά το 1972 από τον Joseph Banks στο βιβλίο του *The Sociology of Social Movements*. Ο συγγραφέας χρησιμοποίησε τον όρο αυτό για να περιγράψει την ανάγκη χρήσης δεξιοτήτων διαχείρισης για την αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων καθώς και για την αντιμετώπιση επιχειρηματικών προκλήσεων. Σύμφωνα με τη Raghda El Ebrashi (El Ebrashi, 2013), ιδρύτρια και πρόεδρος της Alashanek ya Balady Association for Sustainable Development (AYB-SD), η οποία είναι μία από τις μεγαλύτερες ΜΚΟ για τη νεολαία στην Αίγυπτο, οι πρακτικές κοινωνικής επιχειρηματικότητας εμφανίστηκαν τη δεκαετία του 1980 με την ίδρυση της Ashoka, η οποία ήταν η πρώτη οργάνωση που υποστήριξε τους κοινωνικούς επιχειρηματίες στον κόσμο (Sen, 2007).

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί να θεωρηθεί ως επιχειρηματικότητα με κοινωνικό στόχο, ενώ οι κοινωνικοί επιχειρηματίες θα πρέπει να θεωρηθούν ως παράγοντες αλλαγής ή δημιουργοί αλλαγών. Κατά συνέπεια, αναμένεται ότι ο πρωταρχικός στόχος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι η ανταποδοτικότητα από την κοινωνική οικονομική δραστηριότητα.

Από αυτή την άποψη, η κοινωνική επιχειρηματικότητα λειτουργεί στο πλαίσιο του συμβατικού οικονομικού συστήματος, αλλά με διαφορετικό πρωταρχικό στόχο. Οι συμβατικοί επιχειρηματίες στοχεύουν στη δημιουργία αξίας για τους ίδιους, ενώ οι κοινωνικοί επιχειρηματίες στοχεύουν στη δημιουργία αξίας για την κοινότητα στην οποία δραστηριοποιούνται. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα μοιράζεται με τη συμβατική επιχειρηματική καινοτομία, την ανάληψη κινδύνου και την ενεργητικότητα, αλλά ο στόχος της είναι να προσφέρει συγκεκριμένες και πολύτιμες λύσεις σε πραγματικά κοινωνικά προβλήματα. Πράγματι, στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, η καινοτομία βρίσκεται στην υπηρεσία της κοινότητας, ενώ η ανάληψη κινδύνου και η ενεργητικότητα οριστικοποιούνται για την επίλυση ενός κοινωνικού προβλήματος.

Έχει παρατηρηθεί ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί να κινηθεί από εσωτερικά και εξωτερικά κίνητρα των επιχειρηματιών. Από αυτή την άποψη, η συμπεριφορική θεωρία της κοινωνικής επιχειρηματικότητας εξετάζει τις σχετικές μεταβλητές που οδηγούν στη δημιουργία κοινωνικών προσπαθειών, τα βασικά στοιχεία και τις δομές της ένωσης και τον τρόπο με τον οποίο αυτές οι τυπολογίες μετρούν το κοινωνικό αποτέλεσμα, ενεργοποιούν τα περιουσιακά στοιχεία και πραγματοποιούν αποτελεσματικές και βιώσιμες κοινωνικές αλλαγές. Η ανθρώπινη συμπεριφορά μπορεί να έχει θεμελιώδη ρόλο στην προώθηση ή την παρεμπόδιση της κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης (Huggins & Thompson, 2021). Το κίνητρο να γίνει κάποιος κοινωνικός επιχειρηματίας είναι μια ατομική επιλογή, αν και τα κοινωνικά προβλήματα, οι πολιτικοί και καταστατικοί παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν αυτή την επιλογή.

Αν και οι κοινωνικοί και οι συμβατικοί επιχειρηματίες επικεντρώνονται στην οικονομική βιωσιμότητα και αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεών τους, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας στοχεύει στην επίτευξη βιώσιμων και αποτελεσματικών αλλαγών για τη διατήρηση των κοινωνικών οφελών σε επίπεδο κοινότητας:

‘Για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες, το τελικό αποτέλεσμα της κοινωνικής επιχείρησης είναι η δημιουργία βιώσιμης αλλαγής στη ζωή των ανθρώπων, και η αλλαγή αυτή θα πρέπει να είναι σε επίπεδο κοινότητας και όχι σε ατομικό επίπεδο (δηλαδή κοινωνικός αντίκτυπος και όχι αποτελέσματα). Επιπλέον, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες - όπως και οι αντίστοιχοι ιδιώτες - εστιάζουν στην οικονομική βιωσιμότητα και αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεών τους. Για παράδειγμα, ο Salah Arafa δεν ήθελε οι άνθρωποι να ζήσουν μια αξιοπρεπή ζωή, αλλά να είναι σε θέση να αποκτήσουν τις απαραίτητες γνώσεις για να διατηρήσουν αυτή την αξιοπρεπή ζωή ανεξάρτητα από εξωτερική βοήθεια ή βοήθεια. Αυτό το κατάφερε μέσω της κινητοποίησης των οικονομικών και ανθρώπινων πόρων που υπήρχαν στην κοινότητα για τη δημιουργία κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων (δηλ. μια ανεξάρτητη κοινωνία)’ (El Ebrashi, 2013, σελ. 202)

Κατά συνέπεια, μια κοινωνική επιχείρηση επιδιώκει κοινωνικό και πολιτιστικό αντίκτυπο:

‘Ο κοινωνικός αντίκτυπος περιλαμβάνει όλες τις κοινωνικές και πολιτιστικές συνέπειες στους ανθρώπινους πληθυσμούς από οποιεσδήποτε δημόσιες ή ιδιωτικές δράσεις που μεταβάλλουν τους τρόπους με τους οποίους οι άνθρωποι ζουν, εργάζονται, παίζουν, σχετίζονται μεταξύ τους, οργανώνονται για να καλύψουν τις ανάγκες τους και γενικά αντιμετωπίζουν τις ανάγκες τους ως μέλη της κοινωνίας. Ο πολιτιστικός αντίκτυπος περιλαμβάνουν αλλαγές στους κανόνες, τις αξίες και τις πεποιθήσεις των ατόμων που καθοδηγούν και εκλογικεύουν τη γνώση τους για τον εαυτό τους και την κοινωνία τους.’ (Burdge and Vanclay, 1996, σελ. 59).

2. Η συμπεριφορική θεωρία της κοινωνικής επιχειρηματικότητας

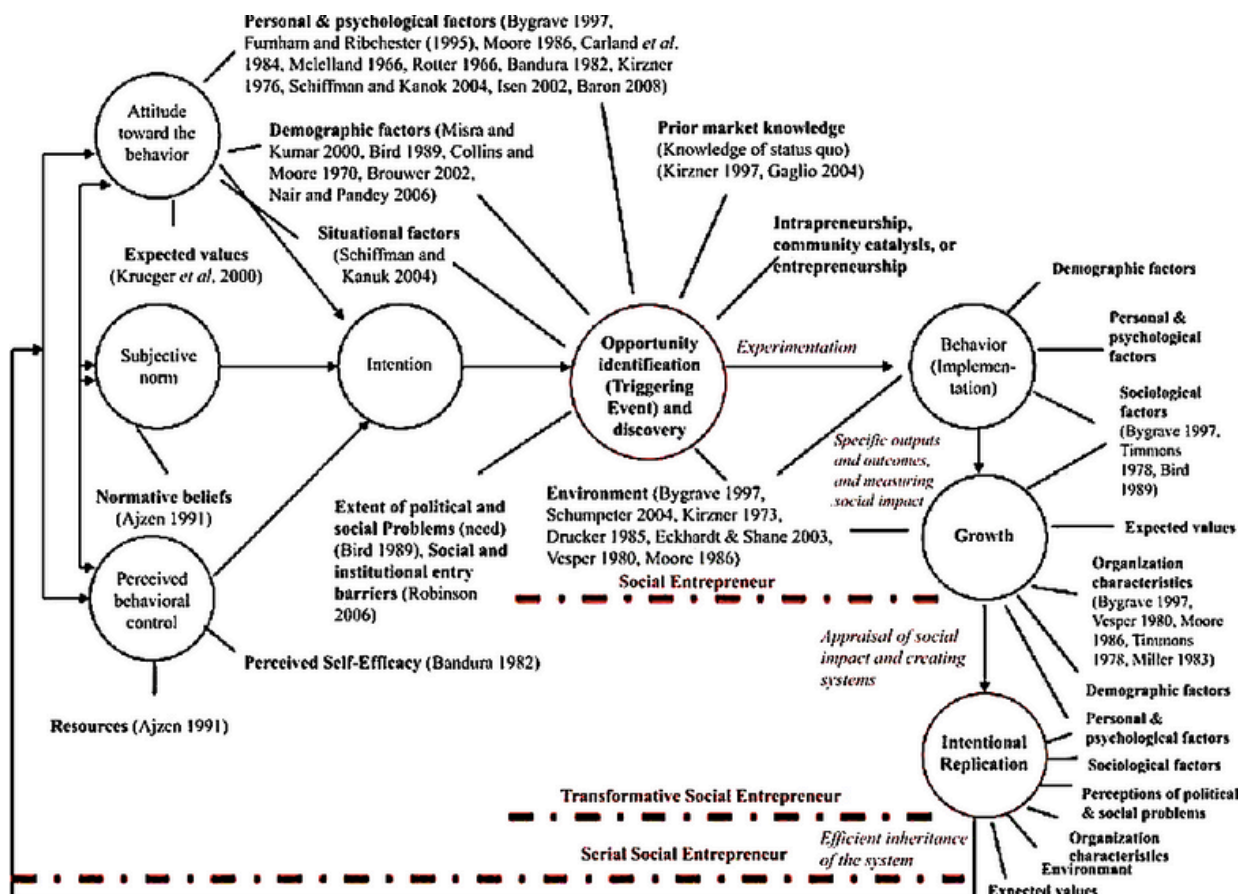
Η συμπεριφορική θεωρία της κοινωνικής επιχειρηματικότητας επιχειρεί να παράσχει μια συμπεριφορική θεωρία για την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Στόχος είναι να κατανοήσουμε γιατί και πώς δημιουργούνται οι κοινωνικές επιχειρήσεις, πώς εξελίσσονται από διαφορετικά οργανωτικά πλαίσια και πώς δημιουργούν βιώσιμο κοινωνικό αντίκτυπο.

Για το σκοπό αυτό, η Raghda El Ebrashi (2013) διεξήγαγε μια έρευνα βασισμένη στην ενσωμάτωση της βιβλιογραφίας για την επιχειρηματικότητα με μια συνολική εμπειρική έρευνα για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες, χρησιμοποιώντας τη θεμελιωμένη θεωρία που εισήγαγαν οι Glaser & Strauss το 1967 για να νομιμοποιήσουν την ποιοτική έρευνα (Strauss & Corbin, 1990). Ο συγγραφέας υποστηρίζει ότι η μελέτη του φαινομένου της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και η εξήγηση των μοναδικών συμπεριφορών, χαρακτηριστικών και τυπολογιών των κοινωνικών επιχειρήσεων θα συνεισφέρει στη δημιουργία βιώσιμου δημόσιου πλούτου. Συμφωνεί με τον Ajzen (1991) ότι υπάρχουν τρία δομικά χαρακτηριστικά που επηρεάζουν τη διαμόρφωση των προθέσεων: οι στάσεις, οι υποκειμενικές νόρμες και ο αντιληπτός συμπεριφορικός έλεγχος. Η El Ebrashi υποθέτει ότι κάθε κατασκεύασμα στη συμπεριφορική θεωρία της κοινωνικής επιχειρηματικότητας επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες (σημεία αναφοράς) που είναι

1. Προσωπικοί και ψυχολογικοί παράγοντες
2. Κοινωνιολογικοί παράγοντες
3. Δημογραφικοί παράγοντες
4. Περιβαλλοντικοί παράγοντες
5. Αναμενόμενες τιμές
6. Μεταβλητές κατάστασης
7. Οργανωτικά χαρακτηριστικά

Αφού οριστούν οι διάφοροι παράγοντες, ο συγγραφέας προσδιορίζει για καθέναν από αυτούς τους παράγοντες τις θεωρίες συμπεριφοράς που τους διέπουν. Το σχήμα 1 δείχνει την προκύπτουσα συμπεριφορική θεωρία της κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Σχήμα 1. Η θεωρία της συμπεριφοράς της κοινωνικής επιχειρηματικότητας (πηγή: El Ebrashi, 2013, σελ. 197)



Το 2012, ο Felipe M. Santos έκανε μια άλλη ενδιαφέρουσα προσπάθεια να προτείνει μια θετική θεωρία της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, βασισμένη στη διαφορά μεταξύ της δημιουργίας αξίας και της σύλληψης αξίας. Επεξεργάστηκε αυτή τη θεωρία αναλύοντας τις κοινωνικές πρωτοβουλίες υπό το πρίσμα ότι: “Αν και οι κοινωνικοί επιχειρηματίες ξεκινούν συνήθως με μικρές πρωτοβουλίες, συχνά στοχεύουν σε προβλήματα που έχουν τοπική έκφραση αλλά παγκόσμια σημασία, όπως η πρόσβαση στο νερό, η προώθηση της δημιουργίας μικρών επιχειρήσεων, η επανένταξη ατόμων στο εργατικό δυναμικό ή η διαχείριση των αποβλήτων“.

(Santos, 2012, σελ. 335)

Από την ανάλυσή του, ο Santos υποστηρίζει μια ολιστική αντίληψη της αξίας για να ξεπεραστεί η παραδοσιακή διάκριση μεταξύ οικονομικής και κοινωνικής αξίας. Ο συγγραφέας αναγνωρίζει ότι η παραγωγή οικονομικής αξίας είναι εγγενώς κοινωνική. Πράγματι, οι δράσεις για την παραγωγή οικονομικής αξίας βελτιώνουν επίσης την ευημερία της κοινωνίας μέσω της καλύτερης κατανομής των πόρων. Παρ’ όλα αυτά, η οικονομική αξία είναι στενότερη από την κοινωνική αξία και ισχύει μόνο για οφέλη που μπορούν να μετρηθούν χρηματικά, ενώ η κοινωνική αξία περιλαμβάνει άυλα οφέλη που αψηφούν τη μέτρηση. Για να υπερβεί τη διχοτόμηση μεταξύ οικονομικής και κοινωνικής αξίας, ο Santos προτείνει μια έννοια της αξίας που ορίζεται με βάση τη χρησιμότητα των μελών της κοινωνίας. Αυτός ο ορισμός της αξίας συνάδει με την έννοια της αξίας στην οικονομική θεωρία, για την οποία η κοινωνική ευημερία ορίζεται από τη συγκέντρωση της ατομικής χρησιμότητας. Ο συγγραφέας υποστηρίζει ότι η κύρια διάκριση μεταξύ οικονομικής και κοινωνικής αξίας περιλαμβάνει τη δημιουργία και τη σύλληψη αξίας. Υποστηρίζει ότι ο συμβιβασμός μεταξύ της δημιουργίας και της σύλληψης αξίας αποτελεί κεντρική επιλογή για τους οργανισμούς. Η δημιουργία αξίας είναι όταν τη δημιουργείς για τους πελάτες. Όσο μεγαλύτερη αξία τόσο το καλύτερο. Η σύλληψη αξίας είναι η σύλληψη της αξίας που δημιουργείται και η μετατροπή της σε κέρδος. Η μεγιστοποίηση τόσο της δημιουργίας αξίας όσο και της σύλληψης αξίας στην ίδια οργανωτική μονάδα μπορεί να είναι δύσκολη. Ο Santos δείχνει πώς η σύλληψη αξίας μπορεί να επηρεάσει αρνητικά το σκοπό της δημιουργίας αξίας. Δίνει σαν παράδειγμα την περίπτωση της μεξικανικής τράπεζας Compartamos, η οποία λειτουργούσε για πολλά χρόνια ως ένα τυπικό ίδρυμα μικροχρηματοδότησης, μεγιστοποιώντας τη δημιουργία αξίας με τη χορήγηση δανείων στους φτωχούς και τη χρέωση ενός επιτοκίου που της επέτρεπε να καλύπτει το κόστος και να επανεπενδύει στην ανάπτυξη. Στη δεκαετία του 1990, οι διευθυντές της τράπεζας αναγκάστηκαν να αυξήσουν σημαντικά τα επιτόκια για να καλύψουν το κόστος τους κατά τη διάρκεια μιας περιόδου υψηλού πληθωρισμού στο Μεξικό. Αφού ο πληθωρισμός μειώθηκε ξαφνικά, διαπίστωσαν ότι το επιχειρηματικό τους μοντέλο ήταν εξαιρετικά κερδοφόρο και αποφάσισαν να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους για να αυξήσουν τις δυνατότητες ανάπτυξής τους. Έτσι, αντί να μειώσουν τα επιτόκιά τους, τα διατήρησαν κοντά στο 80% και επανεπένδυσαν τα κέρδη σε μια επιθετική στρατηγική ανάπτυξης με σκοπό τη δημόσια προσφορά μετοχών. Ο Muhammad Yunus, ιδρυτής της Grameen Bank και κάτοχος του βραβείου Νόμπελ, αμφισβήτησε τις ενέργειες της Compartamos υποστηρίζοντας ότι η μικροχρηματοδότηση την έθετε σε κίνδυνο. Με βάση την Compartamos και άλλες περιπτώσεις, ο Santos υποστηρίζει ότι αυτό που διακρίνει την κοινωνική επιχειρηματικότητα από την εμπορική επιχειρηματικότητα είναι η επικέντρωση στη δημιουργία αξίας παρά στη σύλληψη αξίας. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες καθοδηγούνται κυρίως από το κίνητρο να δημιουργήσουν αξία για την κοινωνία και όχι να συλλάβουν αξία.

Ο Santos διατυπώνει τέσσερις προτάσεις:

- 1. Πρόταση 1** - Ο ιδιαίτερος τομέας δράσης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι η αντιμετώπιση αμελημένων κοινωνικών προβλημάτων που συνεπάγονται θετικών μη προβλεπόμενων κερδών
- 2. Πρόταση 2** - Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι πιο πιθανό να δραστηριοποιηθούν σε περιοχές με τοπικά θετικά μη προβλεπόμενα κέρδη που ωφελούν ένα ανίσχυρο τμήμα του πληθυσμού.
- 3. Πρόταση 3** - Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι πιο πιθανό να αναζητούν βιώσιμες λύσεις παρά βιώσιμα πλεονεκτήματα
- 4. Πρόταση 4** - Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι πιο πιθανό να αναπτύξουν μια λύση που βασίζεται στη λογική της ενδυνάμωσης παρά στη λογική του ελέγχου

3. Τι είναι η κοινωνική αξία;

Πριν ασχοληθούμε με την κοινωνική αξία, είναι χρήσιμο να εισάγουμε τις έννοιες της αξίας και των αξιών. Από την άποψη αυτή, ο Mark Carney, διοικητής της Τράπεζας της Αγγλίας από το 2013-2020 και σήμερα ειδικός απεσταλμένος του ΟΗΕ για τη δράση και τη χρηματοδότηση για το κλίμα, υποστηρίζει:

‘Η αξία και οι αξίες είναι συναφείς αλλά διακριτές. Με τη γενικότερη έννοια, οι αξίες αντιπροσωπεύουν αρχές προτύπων συμπεριφοράς. Αποτελούν αποφάσεις για το τι είναι σημαντικό στη ζωή, καθορίζοντας ποιες ενέργειες είναι καλύτερο να κάνουμε ή ποιοι τρόποι είναι καλύτεροι για να ζούμε (ένα πεδίο μελέτης που ονομάζεται κανονιστική ηθική). Παραδείγματα περιλαμβάνουν την ακεραιότητα, τη δικαιοσύνη, την υπευθυνότητα, τη βιωσιμότητα, την αξιοπρέπεια, τη λογική και το πάθος’ (Carney, 2021, σελ. 16)

Η αξία αφορά τη σημασία, την περιουσία ή τη χρησιμότητα που έχει κάτι. Το ρήμα εκτιμώ σημαίνει ότι θεωρώ κάποιον ή κάτι σημαντικό ή ωφέλιμο. Η αξία δεν είναι αμετάβλητη. Μπορεί να αλλάξει ανάλογα με το χρόνο και το πλαίσιο. Η οικονομική αξία απεικονίζεται γενικά ως σχετική και ένα από τα πιο θεμελιώδη ερωτήματα στα οικονομικά ήταν τι καθορίζει την αξία ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας. Επιπλέον, η αξία δεν σχετίζεται μόνο με αγαθά και υπηρεσίες, αλλά μπορεί να αφορά και μια ιδιότητα της λογοτεχνίας, της τέχνης, της εκπαίδευσης και της θρησκείας. Παρουσιάζοντας μια σύντομη ιστορία της αξίας, ο Carney υποστηρίζει ότι, κατά τη διάρκεια του χρόνου, η αντίληψη της αξίας άλλαξε ριζικά από ενδογενές σε αγαθό ή τη δραστηριότητα που παράγεται εξωτερικά και καταναλώνεται. Κατά συνέπεια, ο συγγραφέας ισχυρίζεται ότι:

‘Εξισώνουμε την αγοραία τιμή των αγαθών, των δραστηριοτήτων και της εργασίας με την αξία τους και αυτή την αξία με το τι εκτιμά η κοινωνία. Αν δεν το αναγνωρίσουμε, αυτό θα μπορούσε να έχει βαθιές επιπτώσεις στο πόσο επιτυχώς η κοινωνία αντιμετωπίζει τις μεγάλες διαρθρωτικές αλλαγές που επιφέρει τώρα ο συνδυασμός της τέταρτης βιομηχανικής επανάστασης και της κρίσης του Κόβιντ.’ (Carney, 2021, σελ. 39)

Στην ηθική και τις κοινωνικές επιστήμες, οι αξίες ορίζονται ως βασικές και θεμελιώδεις πεποιθήσεις που καθοδηγούν ή παρακινούν τις ανθρώπινες στάσεις ή πράξεις. Πώς διαφέρει η έννοια της κοινωνικής αξίας από την έννοια της αξίας; Είναι η κοινωνική αξία κάτι συγκεκριμένο; Είδαμε πώς ο Santos στήριξε τη θεωρία του για την κοινωνική επιχειρηματικότητα στη δημιουργία κοινωνικής αξίας και στη σύλληψη κοινωνικής αξίας. Αλλά τι είναι τελικά η κοινωνική αξία;

Το 1991, ο ιστορικός και φιλόσοφος της οικονομίας Philip Mirowski, υποστήριξε το παρακάτω:

“Θα ισχυριζόμουν ότι (με πολύ λίγες επιμέρους εξαιρέσεις, όπως οι Αμερικανοί θεσμιστές) δεν υπήρξε ποτέ μια σοβαρή διερεύνηση της λογικής δομής μιας ολοκληρωμένης κοινωνικής θεωρίας της αξίας. Θα ήταν ρητά ‘κοινωνική’, και ίσως ακόμη και ‘μεταμοντέρνα’, επειδή θα απέφευγε να θεμελιώσει οποιαδήποτε πτυχή της αξίας είτε στις ‘φυσικές’ ιδιότητες των εμπορευμάτων (οι θεωρίες της ουσίας), είτε στις υποτιθέμενες εγγενείς ψυχολογικές κανονικότητες του ατομικού νου (νεοκλασική θεωρία πεδίου).” (Mirowski, 1991, σελ. 566)

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί της κοινωνικής αξίας:

“Η έννοια της κοινωνικής αξίας χρησιμοποιείται εδώ και καιρό για να περιγράψει το ρόλο και τη συμβολή των οργανώσεων του τρίτου τομέα ως φορέων παροχής κοινωνικών υπηρεσιών.” (Rees & Mullins, 2016, σελ. 149)

“[...] η κοινωνική αξία αφορά τον κοινωνικό αντίκτυπο που έχει ένα άτομο, ένας οργανισμός ή ένα έργο στην κοινότητα εντός της οποίας δραστηριοποιείται” (Raïden & King, 2021, σελ. 3)

“[...] δεν υπάρχει ενιαίος έγκυρος ορισμός της κοινωνικής αξίας, αλλά μπορούμε να πούμε ότι αναφέρεται σε ευρύτερες μη οικονομικές επιπτώσεις των προγραμμάτων, των οργανισμών και των παρεμβάσεων, συμπεριλαμβανομένης της ευημερίας των ατόμων και των κοινοτήτων, του κοινωνικού κεφαλαίου και του περιβάλλοντος.” (Mulgan, 2010, σ. 38)

“[...] η κοινωνική αξία είναι ένας επιμέρους όρος και θα σημαίνει διαφορετικά πράγματα για διαφορετικούς ανθρώπους.” (Mulgan, 2010, σ. 39).

“[...] η κοινωνική αξία είναι μια έννοια που προέρχεται από την κοινωνικοοικονομική έρευνα πάνω από είκοσι χρόνια πριν...” (Bellostas, López-Arceiz, & Mateos, 2016, σ. 374).

“[...] η συγκεκριμένη έννοια της κοινωνικής αξίας βρίσκεται ακόμη στα σπάργανα, ενώ είναι δύσκολο να βρεθούν ευρέως διαδεδομένα και μακροπρόθεσμα παραδείγματα ιστοριών επιτυχίας.” (Watts, Dainty, & Fernie, 2019, σ. 55)

“Η κοινωνική αξία είναι η ποσοτικοποίηση της σχετικής σημασίας που αποδίδουν οι άνθρωποι στις αλλαγές που βιώνουν στη ζωή τους. Μέρος, αλλά όχι το σύνολο αυτής της αξίας αποτυπώνεται στις τιμές της αγοράς.” (<https://socialvalueuk.org/what-is-social-value/>)

“Η κοινωνική αξία έχει οριστεί ως η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα που σχετίζεται με την ταύτιση με μια συγκεκριμένη κοινωνική ομάδα ή τη σύνδεσή της με αυτήν.” (Pribeanu, 2020, σ. 6)

“[...] η κοινωνική αξία ορίζεται ως μια συλλογική προσκόλληση στον τόπο που ενσωματώνει νοήματα και αξίες που είναι σημαντικές για μια κοινότητα ή κοινότητες.” (Jones, 2017, σ. 22)

“Η κοινωνική αξία έχει οριστεί ως τα αντιληπτικά οφέλη που αποκτώνται από τη σύνδεση ενός προϊόντος με την κοινωνική τάξη ή μια συγκεκριμένη κοινωνική ομάδα.” (Mohsen, Hussein, & Mahrous, 2018, σ. 28)

“Κοινωνική αξία. Η κοινωνική αξία μιας εναλλακτικής λύσης ορίζεται ως: Η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα που αποκτάται από τη σύνδεση μιας εναλλακτικής λύσης με μία ή περισσότερες συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες.” (Sheth, Newman, & Gross, 1991, σ. 161).

Οι παραπάνω ορισμοί της κοινωνικής αξίας είναι μόνο μερικοί από τους διαθέσιμους στη βιβλιογραφία. Έχουν επιλεγεί από διαφορετικά επιστημονικά πλαίσια, ιδίως από τα οικονομικά, αλλά και από την πολιτιστική κληρονομιά, όπου η κοινωνική αξία έχει χρησιμοποιηθεί ποικιλοτρόπως για να αναφερθεί στην ταυτότητα της κοινότητας, τη διαδύναμη με τον τόπο και τις πνευματικές ενώσεις (Jones, 2017).

Ωστόσο, από τους διάφορους ορισμούς προκύπτει ότι η κοινωνική αξία εξαρτάται από το κοινωνικό πλαίσιο και μπορεί να μεταβάλλεται με την πάροδο του χρόνου και αφορά τη συλλογική ευημερία. Ωστόσο, είναι καθολικά αποδεκτό ότι η κοινωνική αξία περιλαμβάνει άυλα περιουσιακά στοιχεία που δεν μπορούν εύκολα να μετρηθούν.

Η μέτρηση της κοινωνικής αξίας είναι ζωτικής σημασίας για την αξιολόγηση των κοινωνικών επιπτώσεων. Από την άποψη αυτή, το Social Value UK, το δίκτυο μελών του Social Value International (<https://www.socialvalueint.org>), του παγκόσμιου οργανισμού καθορισμού προτύπων για την κοινωνική αξία και τη διαχείριση των επιπτώσεων, ορίζει την κοινωνική αξία ως “την ποσοτικοποίηση της σχετικής σημασίας που αποδίδουν οι άνθρωποι στις αλλαγές που βιώνουν στη ζωή τους” (<https://socialvalueuk.org>).

Κατά την τελευταία δεκαετία, η κοινωνική αξία και οι κοινωνικές επιπτώσεις τυγχάνουν ολοένα και μεγαλύτερης προσοχής. Σήμερα, η κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου απαιτεί πλέον να αξιολογείται η κοινωνική αξία ως μέρος της διαδικασίας υποβολής προσφορών για τις περισσότερες από τις μεγαλύτερες συμβάσεις εξωτερικής ανάθεσης - ορισμένες από τις οποίες αξίζουν δισεκατομμύρια λίρες:

“Η κοινωνική αξία θα πρέπει να αξιολογείται ρητά σε όλες τις δημόσιες συμβάσεις της κεντρικής κυβέρνησης, όταν οι απαιτήσεις σχετίζονται και είναι ανάλογες με το υποκείμενο της σύμβασης, και όχι απλώς να ‘εξετάζεται’, όπως απαιτείται επί του παρόντος σύμφωνα με τον νόμο περί δημοσίων υπηρεσιών (κοινωνική αξία) του 2012. Δεν θα πρέπει να επιβαρύνονται οι εμπορικές ομάδες ή οι προμηθευτές με περιττές επιβαρύνσεις.”
 (https://nwupc.ac.uk/sites/default/files/Social%20Value%20Engine%20-%20NWUPC.pdf)

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, τα τοπικά συμβούλια υιοθετούν παρόμοιες προσεγγίσεις όχι μόνο στις δικές τους προμήθειες αλλά και στον προγραμματισμό.

Το 2015, η Γενική Συνέλευση των Ηνωμένων Εθνών θέσπισε 17 στόχους βιώσιμης ανάπτυξης για την αντιμετώπιση των μεγαλύτερων προκλήσεων του κόσμου, όπως η φτώχεια, η ανισότητα και η κλιματική αλλαγή.

Στις 27 Νοεμβρίου 2019, το Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο της ΕΕ ενέκριναν τον κανονισμό 2019/2088 ‘σχετικά με τις γνωστοποιήσεις που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα στον τομέα των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών’ (SFDR):

“Ο καινοτόμος στόχος αυτού του κανονισμού είναι η συνεκτίμηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων και της κοινωνικής αξίας που μπορεί να παραχθεί από τον χρηματοπιστωτικό τομέα, η ενσωμάτωση της δημοσιοποίησης των στοιχείων ESG και η αναβάθμιση αυτής της πρακτικής από εθελοντική πρωτοβουλία λίγων καινοτόμων επιχειρήσεων σε ακριβή υποχρέωση της γενικής αγοράς.” (Bengo, Boni, & Sancino, 2022, σ. 4).

Στο σχήμα 2 παρουσιάζεται το σχήμα του πλαισίου πολιτικής της ΕΕ για τη βιωσιμότητα.

Σχήμα 2. Πλαίσιο πολιτικής της ΕΕ για την αειφορία (πηγή: Bengo, Boni, & Sancino, 2022, σ. 5)



4. Κοινωνική και βιώσιμη επιχειρηματικότητα

Η βιώσιμη επιχειρηματικότητα αντιπροσωπεύει μια επιχειρηματική αντίληψη της βιωσιμότητας, η οποία επικεντρώνεται στην αύξηση τόσο της κοινωνικής όσο και της επιχειρηματικής αξίας, επιδιώκοντας τη λεγόμενη Κοινή Αξία (Weidinger, 2014).

Η βιώσιμη επιχειρηματικότητα έχει αναγνωριστεί ευρέως ως η απάντηση στις περιβαλλοντικές και κοινωνικές προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπίσει η σύγχρονη κοινωνία. Η βιώσιμη ανάπτυξη πρέπει να εξισορροπεί τρεις διαστάσεις της βιωσιμότητας: το οικονομικό, το ανθρώπινο και το περιβαλλοντικό σύστημα. Η εξισορρόπηση της οικονομικής υγείας (κέρδος), της κοινωνικής ισότητας (άνθρωποι) και της περιβαλλοντικής ανθεκτικότητας (πλανήτης) μέσω της επιχειρηματικής συμπεριφοράς είναι αυτό που χαρακτηρίζει έναν βιώσιμο επιχειρηματία (Hockerts & Wüstenhagen, 2010). Είναι ευρέως διαδεδομένη η άποψη ότι η βιώσιμη επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην ανακάλυψη, τη δημιουργία και την εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών που συμβάλλουν στην αειφορία δημιουργώντας κοινωνικά και περιβαλλοντικά οφέλη για τους άλλους στην κοινωνία (Pacheco κ.ά., 2010- Shepherd & Patzelt, 2011).

Το βιβλίο της Mariella Pinna (2020) αποτελεί σημαντική συμβολή στην έννοια της βιώσιμης επιχειρηματικότητας. Περιλαμβάνει τα αποτελέσματα μιας ανάλυσης περισσότερων από 400 δημοσιευμένων μελετών, οι οποίες έχουν φιλτραριστεί και αναθεωρηθεί. Η συγγραφέας συγκεντρώνει και παρουσιάζει τον πιο κοινό ορισμό της βιώσιμης επιχειρηματικότητας προσαρμόζοντας το έργο άλλων συγγραφέων, όπως οι Muñoz & Cohen, (2018).

Ωστόσο, μεταξύ των πολυάριθμων ορισμών που από Shepherd & Patzelt διατηρούν, οι συγγραφείς υποστήριξαν ότι η βιώσιμη επιχειρηματικότητα επικεντρώνεται στην:

“[...] διατήρηση της φύσης, της υποστήριξης της ζωής και της κοινότητας κατά την επιδίωξη των αντιληπτών ευκαιριών για τη δημιουργία μελλοντικών προϊόντων, διαδικασιών και υπηρεσιών με σκοπό το κέρδος, όπου το κέρδος ερμηνεύεται ευρέως και περιλαμβάνει οικονομικά και μη οικονομικά κέρδη για τα άτομα, την οικονομία και την κοινωνία“ (Shepherd & Patzelt, 2011, σ. 137).

5. Κοινωνική επιχειρηματικότητα και κοινωνική επιχείρηση

Ο Gladius Kulothungan (2014) ισχυρίζεται ότι οι παράγοντες που ανέδειξαν την έννοια των κοινωνικών επιχειρήσεων ήταν οι παρακάτω:

- Οι πρακτικές παροχής υπηρεσιών από το κράτος που μειώθηκαν σταδιακά από τα τέλη της δεκαετίας του 1970 και η άποψη και οι πρακτικές της ιδιωτικής διαχείρισης που εισήχθησαν στα δημόσια συστήματα πρόνοιας.
- Οι μηχανισμοί της αγοράς που απέτυχαν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των ανθρώπων και απέδειξαν ότι η αγορά δεν εξισορροπεί ούτε αντισταθμίζει τις κοινωνικές ανισορροπίες.
- Οι ιδέες της αυτοδυναμίας και των προσωπικών ευθυνών που εξαπλώθηκαν στην επιχειρηματική κουλτούρα τις τελευταίες δεκαετίες.
- Οι ευκαιρίες χρηματοδότησης για τον τρίτο τομέα που αυξήθηκαν.

Μια κοινωνική επιχείρηση πρέπει να έχει τουλάχιστον δύο χαρακτηριστικά (Portales, 2019). Το πρώτο είναι να προσφέρει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία που πρέπει να ικανοποιεί μια ανάγκη της αγοράς, ανταγωνιζόμενη είτε επιχειρηματικές είτε κοινωνικές επιχειρήσεις που προσφέρουν παρόμοια προϊόντα ή υπηρεσίες.

Το δεύτερο αφορά το επιχειρηματικό μοντέλο. Πρέπει να εξασφαλίζει τη δημιουργία αρκετού πλούτου για τη διατήρηση της κοινωνικής αξίας του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Το επιχειρηματικό μοντέλο ορίζεται ως η στρατηγική και η λειτουργία που καθιερώνει μια εταιρεία για να κερδίζει χρήματα και οικονομική ροή με την πάροδο του χρόνου. 'Οργανώνει και συμπληρώνει τα στοιχεία της στρατηγικής και της εκτέλεσης της επιχείρησης. (Portales, 2019, σ. 99)

Τα τρία βασικά στοιχεία ενός κοινωνικού επιχειρηματικού μοντέλου είναι:

- Πρόταση κοινωνικής αξίας, δηλαδή ο τρόπος που θα ακολουθήσει η εταιρεία για να λύσει ένα κοινωνικό πρόβλημα,
- Πρόταση οικονομικής αξίας, που προσδιορίζει έναν εύκολα κατανοητό λόγο για τον οποίο ένας πελάτης πρέπει να αγοράσει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία.
- Η παραγωγή κοινωνικής αξίας, που ενισχύει την πρόθεση εξαγοράς τμήματος της αγοράς.

Το CANVAS είναι το πιο διαδεδομένο εργαλείο για τη δημιουργία ενός κοινωνικού επιχειρηματικού μοντέλου. Σχεδιάστηκε από τους Alexander Osterwalder και Yves Pigneur και εφαρμόστηκε με την υποστήριξη πολλών επαγγελματιών: Βασίστηκε στο επιχειρηματικό μοντέλο που ανέπτυξε ο Alexander Osterwalder το 2004. Το *The Business Model Generation* είναι ένα εγχειρίδιο για τους οραματιστές, τους game changers και τους αμφισβητήτες των Alexander Osterwalder και Yves Pigneur (2019) που απεικονίζει τον τρόπο εφαρμογής και αξιολόγησης των επιχειρηματικών μοντέλων.

Ο βραβευμένος με Νόμπελ Ειρήνης Μοχάμεντ Γιούνους εξηγεί τη σχέση μεταξύ των κοινωνικών επιχειρήσεων και κοινωνικών εταιριών. Υποστηρίζει ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι ένα ξεχωριστό νέο είδος επιχείρησης με κοινωνική ευθύνη που βρίσκεται εκτός του κόσμου που επιδιώκει μόνο το κέρδος. Ο στόχος των κοινωνικών επιχειρήσεων καθώς και των κοινωνικών εταιριών και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι 'η επίλυση ενός κοινωνικού προβλήματος με τη χρήση επιχειρηματικών μεθόδων, συμπεριλαμβανομένης της δημιουργίας και της πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών' (Yunus, 2010, σ. 1).

Ο Yunus προσδιορίζει δύο τύπους κοινωνικών επιχειρήσεων:

1. Τύπος I. Βασίζεται σε μη ζημιολόγο και μη κερδοσκοπική πολιτική που επιδιώκει την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων και την επανεπένδυση των κερδών στην επέκταση και βελτίωση της επιχείρησης.
2. Τύπος II. Βασίζεται σε μια κερδοσκοπική πολιτική, αλλά ασκείται από φτωχούς ανθρώπους είτε άμεσα είτε μέσω ενός καταπιστεύματος που είναι αφιερωμένο σε έναν συγκεκριμένο κοινωνικό σκοπό.

Υπογραμμίζει ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα και οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι αρκετά διαφορετικές. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα περιγράφει μια πρωτοβουλία που δημιουργείται από έναν επιχειρηματία με κοινωνικό όραμα. Η πρωτοβουλία αυτή μπορεί να είναι μη οικονομική, φιλανθρωπική ή επιχειρηματική πρωτοβουλία με ή χωρίς προσωπικό κέρδος. Ο Yunus υποστηρίζει ότι το φιλανθρωπικό μοντέλο έχει κάποιες εγγενείς αδυναμίες. Βασίζεται στη δωρεά που δεν είναι βιώσιμος τρόπος λειτουργίας ενός οργανισμού. Αντίθετα, μια κοινωνική επιχείρηση διατηρείται για να είναι βιώσιμη.

Σε πολλές περιπτώσεις, οι καινοτομίες της κοινωνικής επιχειρηματικότητας προέρχονται από αναπτυσσόμενες χώρες και αφορούν την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών μοντέλων που καλύπτουν βασικές ανθρώπινες ανάγκες. Στον πίνακα 1 παρουσιάζεται ο εκτιμώμενος αριθμός κοινωνικών επιχειρήσεων σε ορισμένες αναπτυσσόμενες χώρες και στο Ηνωμένο Βασίλειο

Πίνακας 1. Εκτιμώμενος αριθμός κοινωνικών επιχειρήσεων σε συγκεκριμένες αναπτυσσόμενες χώρες και στο Ηνωμένο Βασίλειο (πηγή: British Council, 2022, σ. 15)

Country / territory	Estimated no. of social enterprises	Population (approx.)
Bangladesh	150,000	150 million
Ethiopia	55,000	100 million
Ghana	26,000	30 million
Greece	1,500	10 million
Hong Kong, China	4,000	7 million
India	2,000,000	1.3 billion
Indonesia	342,000	260 million
Kenya	40,000	50 million
Malaysia	20,749	30 million
Pakistan	448,000	210 million
Philippines	164,473	100 million
Singapore	6,000	5 million
Sri Lanka	10,000	20 million
Sudan	55,000	40 million
Thailand	115,000	70 million
UK	100,000	65 million
TOTAL	3,537,722	2.447 billion

6. Κοινωνική επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

Ο όρος επιχειρηματίας προέρχεται από τη γαλλική λέξη *entrepreneur*, η οποία σημαίνει ένα άτομο που παίρνει ρίσκα ξεκινώντας κάτι νέο. Εισήχθη το 1725 από τον Richard Cantillon (Does, 1988). Τον 20ο αιώνα, σύμφωνα με τον Does, ο οικονομολόγος που συνδέθηκε περισσότερο με τον όρο επιχειρηματίας ήταν ο Joseph Schumpeter:

Περιέγραψε τους επιχειρηματίες ως τους καινοτόμους που καθοδηγούν τη ‘δημιουργική-καταστροφική’ διαδικασία του καπιταλισμού. Σύμφωνα με τα λόγια του, ‘η λειτουργία των επιχειρηματιών είναι να μεταρρυθμίζουν ή να επαναστατικοποιούν το πρότυπο παραγωγής’. Μπορούν να το κάνουν αυτό με πολλούς τρόπους: ‘εκμεταλλευόμενοι μια εφεύρεση ή, γενικότερα, μια μη δοκιμασμένη τεχνολογική δυνατότητα για την παραγωγή ενός νέου αγαθού ή την παραγωγή ενός παλιού με νέο τρόπο, ανοίγοντας μια νέα πηγή προμήθειας υλικών ή μια νέα διέξοδο για τα προϊόντα, αναδιοργανώνοντας μια βιομηχανία κ.ο.κ.’

Οι επιχειρηματίες του Schumpeter είναι οι παράγοντες αλλαγής στην οικονομία. Εξυπηρετώντας νέες αγορές ή δημιουργώντας νέους τρόπους λειτουργίας, κινούν την οικονομία προς τα εμπρός. (Does, 1988, σ. 2)

Ο όρος κοινωνικός επιχειρηματίας επινοήθηκε από τον Bill Drayton τη δεκαετία του 1980. Ήταν υπεύθυνος για τη δημιουργία της Ashoka (Sen, 2007), ενός παγκόσμιου μη κερδοσκοπικού οργανισμού που ιδρύθηκε για να υποστηρίξει τους κοινωνικούς επιχειρηματίες και την ικανότητα καινοτομίας τους, προκειμένου να οικοδομηθεί ένας κόσμος που θα αλλάζει από όλους (<https://www.ashoka.org/en-us/about-ashoka>).

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα θεωρείται καινοτόμος προσέγγιση σε κοινωνικά ζητήματα. Θα πρέπει να παράγει καινοτόμες λύσεις σε άμεσα κοινωνικά προβλήματα και να κινητοποιεί ιδέες, ικανότητες και πόρους για βιώσιμο κοινωνικό μετασχηματισμό. Η καινοτομία σχετίζεται με την ανθρώπινη δημιουργική ικανότητα να αναπτύσσει νέες λύσεις και απαντήσεις σε προβλήματα. Οι καινοτόμες λύσεις δημιουργούνται συχνά με τη χρήση προηγούμενων αλλά άσχετων ιδεών και θεωρούνται το αποτέλεσμα μιας διαδικασίας καινοτομίας. Η καινοτομία είναι ένα σύνθημα που εμφανίζεται σε διάφορα πεδία. Χρησιμοποιείται συχνά από τους πολιτικούς ως η μαγική λύση για την τρέχουσα παγκόσμια οικονομική ύφεση. Στις οικονομικές μελέτες, η καινοτομία περιγράφει την ανάπτυξη και την εφαρμογή ιδεών, τεχνολογιών και διαδικασιών με στόχο τη βελτίωση αγαθών και υπηρεσιών ή την αποτελεσματικότερη παραγωγή τους. Στις κοινωνικές σπουδές, από την άλλη πλευρά, η καινοτομία σημαίνει την εφαρμογή ιδεών και λύσεων για τη δημιουργία κοινωνικής αξίας.

Το λεξικό Merriam-Webster δίνει δύο ορισμούς της καινοτομίας (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/innovation>):

1. “μια νέα ιδέα, συσκευή ή μέθοδος“.
2. “η πράξη ή η διαδικασία εισαγωγής νέων ιδεών, συσκευών ή μεθόδων“.

Τις τελευταίες δεκαετίες έχουν διατυπωθεί πολλοί ορισμοί της καινοτομίας (Porra, Preda, & Boldea, 2010). Ο Joseph Schumpeter, πολιτικός οικονομολόγος και πρωτοπόρος στην εξέταση της καινοτομίας ως μοχλού οικονομικής αλλαγής (Schumpeter, 1939; 1942; 1947), εξέτασε την καινοτομία με βάση πέντε παράγοντες:

1. Η εισαγωγή ενός νέου προϊόντος ή οι τροποποιήσεις που επέρχονται σε ένα υπάρχον προϊόν.
2. Η εφαρμογή μιας νέας διαδικασίας σε μια βιομηχανία.
3. Η ανακάλυψη μιας νέας αγοράς.
4. Η ανάπτυξη νέων πηγών εφοδιασμού με πρώτες ύλες.
5. Η καθιέρωση αλλαγών σε έναν οργανισμό.

Ο Luis Portales (2019) παρατηρεί ότι η κοινωνική καινοτομία διαφοροποιείται από άλλες μορφές καινοτομίας. Για παράδειγμα, ενώ η οικονομική καινοτομία επιδιώκει να δημιουργήσει εμπορικό ή οικονομικό όφελος, η κοινωνική καινοτομία επιδιώκει κοινωνικές αλλαγές. Ο πίνακας 2 παρουσιάζει τη διαφορά μεταξύ της κοινωνικής καινοτομίας και άλλων μορφών καινοτομίας.

Πίνακας 2. Σύγκριση διαφορετικών τύπων καινοτομίας και κοινωνικής καινοτομίας (πηγή: Portales, 2019, σ. 7).

		Social innovation
Economic	Focused on the generation of income. Commercial motivation	Motivation in social value and transformation of society
Radical	There is no interest to improve the living conditions of excluded populations. They can generate damages or externalities for society	Aim to the improvement of society. Intentionality in social change
Disruptive	Low-cost products and vision of the beneficiaries as a market segment. Commercial motivation	Motivation focused on social value and view the marginalized population as developer actors.
Bottom-up	Change in society at the local level	Change in society at the system level
Social programs	Welfare perspective and preservation of the social structure	Vision based on the empowerment and change of the social structure

Από τη σύγκριση διαφόρων περιπτώσεων, προκύπτουν δύο βασικές δεξιότητες στην ηγεσία που φάνηκαν χαρακτηριστικές για τους επιτυχημένους κοινωνικούς επιχειρηματίες (Alvord, Brown, & Letts, 2004):

1. Δεξιότητα διασύνδεσης, που επέτρεψε στους ηγέτες να εργαστούν αποτελεσματικά με πολλές διαφορετικές ομάδες.
2. Προσαρμοστικές δεξιότητες, που τους επέτρεπαν να αναγνωρίζουν και να ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις του περιβάλλοντος μακροπρόθεσμα.

7. Μια Ιταλική Εμπειρία Επιχειρηματικότητας: Centro Solidareta Giovani “G. Micesio”

Για να κατανοήσουμε καλύτερα πώς οι οργανώσεις του τρίτου τομέα υιοθετούν τις αρχές που χαρακτηρίζουν τις κοινωνικές επιχειρήσεις, δίνοντας έμφαση σε αξίες όπως η βιωσιμότητα και η ένταξη, ας ρίξουμε μια πιο προσεκτική ματιά στο Centro Solidarietà Giovani ‘G. Micesio’. Το κέντρο βρίσκεται στο Ούντινε, μια πόλη στην περιφέρεια Friuli Venezia Giulia της βορειοανατολικής Ιταλίας, με πληθυσμό περίπου 100.000 κατοίκων.

Όραμα και αποστολή

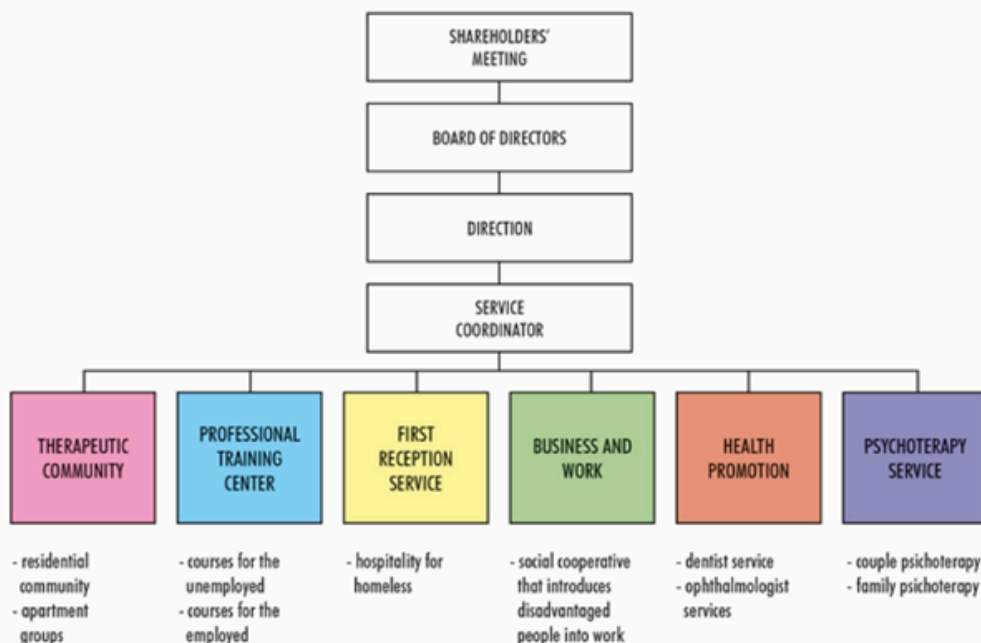
Το Centro Solidarietà Giovani “G. Micesio” - CSG στοχεύει στην παροχή υποστήριξης σε 19 άτομα που αντιμετωπίζουν διάφορες μορφές ευπαθειών και δυσκολιών, είτε μόνιμες είτε προσωρινές.

Το κέντρο ιδρύθηκε τη δεκαετία του 1980, επεκτάθηκε σταδιακά και τώρα προσφέρει μια σειρά από κοινωνικο-εκπαιδευτικές, θεραπευτικές, υγειονομικές υπηρεσίες, υπηρεσίες κατάρτισης και απασχόλησης. Λειτουργώντας σε στενή συνεργασία με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς της περιοχής, οι υπηρεσίες αυτές οργανώνονται σε έξι επιχειρησιακές μονάδες:

- **Πρώτο Κέντρο Υποδοχής:** Η μονάδα αυτή επικεντρώνεται στην παροχή άμεσης υποστήριξης και βοήθειας σε άτομα που βρίσκονται σε κατάσταση κρίσης, όπως τα άτομα που αντιμετωπίζουν έλλειψη στέγης ή οξείες κοινωνικές και οικονομικές προκλήσεις
- **Θεραπευτικές κοινότητες διαμονής:** Οι κοινότητες αυτές παρέχουν ένα δομημένο και υποστηρικτικό περιβάλλον για άτομα που αντιμετωπίζουν προβλήματα εθισμού ή ψυχικής υγείας. Στόχος είναι η προώθηση της ανάρρωσης, της αποκατάστασης και της επανένταξης στην κοινωνία
- **Εδαφικές υπηρεσίες ψυχοθεραπείας:** Η μονάδα αυτή προσφέρει ψυχολογικές και θεραπευτικές παρεμβάσεις σε άτομα, ζευγάρια και οικογένειες που αντιμετωπίζουν συναισθηματικές και ψυχολογικές δυσκολίες. Οι υπηρεσίες είναι προσαρμοσμένες στις ιδιαίτερες ανάγκες του κάθε ατόμου.
- **Προαγωγή και υποστήριξη της υγείας:** Η μονάδα αυτή επικεντρώνεται στην προαγωγή της υγείας και της ευημερίας μέσω προληπτικών πρωτοβουλιών, εκστρατειών ευαισθητοποίησης και υπεράσπισης ατόμων και κοινοτήτων. Στοχεύει στη βελτίωση της συνολικής ποιότητας ζωής και στην ευαισθητοποίηση για θέματα που σχετίζονται με την υγεία.
- **“.lab“ Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης:** Αυτό το κέντρο παρέχει προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης με στόχο να εξοπλίσει τα άτομα με τις δεξιότητες και τις γνώσεις που απαιτούνται για την είσοδο στην αγορά εργασίας. Προσφέρει διάφορα μαθήματα και εργαστήρια σε διάφορους τομείς, προετοιμάζοντας τους συμμετέχοντες για ευκαιρίες απασχόλησης.
- **Επιχείρηση & Απασχόληση:** Η ενότητα αυτή επικεντρώνεται στη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης για τα άτομα, συμπεριλαμβανομένης της τοποθέτησης σε θέσεις εργασίας, της υποστήριξης της επιχειρηματικότητας και της συνεργασίας με τοπικές επιχειρήσεις. Στοχεύει στη διευκόλυνση της οικονομικής στήριξης και της βιώσιμης απασχόλησης για τα άτομα που υποστηρίζονται από το κέντρο.

Η εικόνα 3 παρουσιάζει το οργανόγραμμα του Centro Solidarietà Giovanni “G. Micesio“ - CSG, αναδεικνύοντας τη δομή και τις διασυνδέσεις των επιχειρησιακών μονάδων και τους στόχους που επιδιώκουν.

Σχήμα 3. Οργανόγραμμα της CSG



Αρχικά, η CSG επικεντρώθηκε σε άτομα που αναζητούσαν στήριξη στην εξάρτηση από ουσίες για να ανακουφίσουν τη δυσφορία τους. Αυτό οδήγησε στη δημιουργία της θεραπευτικής κοινότητας διαμονής, η οποία αποτέλεσε τον ακρογωνιαίο λίθο του κέντρου. Με την πάροδο του χρόνου, η κοινότητα εξελίχθηκε, δημιουργώντας στενότερους δεσμούς με την τοπική κοινότητα, εθελοντές που υποστήριξαν με συνέπεια τα άτομα στο ταξίδι της προσωπικής τους ανασυγκρότησης, ιδρύματα που έγιναν απαραίτητοι συνεργάτες και διάφορες παραγωγικές οντότητες που υποδέχθηκαν τα άτομα για να διευκολύνουν την επαγγελματική τους ένταξη. Η βαθιά κατανόηση του τοπικού πλαισίου, των δημόσιων υπηρεσιών και του τρίτου τομέα ήταν ζωτικής σημασίας για την CSG ώστε να δημιουργήσει ένα ισχυρό δίκτυο. Αυτό επέτρεψε στο κέντρο να γίνει αξιόπιστος συνομιλητής με τα τοπικά ιδρύματα, τον υγειονομικό και κοινωνικό τομέα, τους παραγωγικούς φορείς και τον κοινωνικό ιδιωτικό τομέα. Κάθε κόμβος αυτού του δικτύου ενισχύει τη δυνατότητα να συνοδεύσει τα άτομα σε μια πορεία προς την ανοικοδόμηση της ταυτότητάς τους και την υιοθέτηση μιας νέας ζωής στην οποία συμμετέχουν ενεργά. Αναπόσπαστο μέρος της πορείας προς την αυτονομία είναι η δυνατότητα να παρέχεται στα άτομα ασφαλής πρόσβαση στον κόσμο της εργασίας. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της καθοδήγησης και της υποστήριξης σε παραγωγικά περιβάλλοντα, όπως η πρακτική άσκηση, η πρακτική άσκηση ή οι υποτροφίες εργασίας σε συνεργασία με τις κοινωνικές και υγειονομικές υπηρεσίες. Το δίκτυο που δημιούργησε και εδραίωσε το CSG με την πάροδο του χρόνου αποκτά ακόμη μεγαλύτερη σημασία αν αναλογιστεί κανείς ότι ο θετικός του αντίκτυπος επεκτείνεται πέρα από το άτομο. Συμβάλλει στην αναγκαία πολιτισμική αλλαγή προς την κατεύθυνση της δημιουργίας μιας κοινωνίας χωρίς αποκλεισμούς. Επιπλέον, αυτό το πλέγμα σχέσεων επιτρέπει την υλοποίηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, η οποία συχνά δυσκολεύεται να βρει συγκεκριμένη εφαρμογή σε άλλα πλαίσια. Η CSG, η οποία αρχικά ιδρύθηκε ως μη κερδοσκοπική οργάνωση (ONLUS), έπρεπε να προσαρμοστεί στις αλλαγές που απαιτούσε η μεταρρύθμιση του τρίτου τομέα, η οποία προσδιόρισε τις εθελοντικές οργανώσεις (ODV) και τις ενώσεις κοινωνικής προώθησης (APS) ως τις κύριες νομικές μορφές για τους κοινωνικούς ιδιωτικούς φορείς.

Βασικά σημεία της μεταρρύθμισης του τρίτου τομέα

Η Ιταλία διαθέτει ένα επιχειρηματικό οικοσύστημα με ένα ευρύ φάσμα επιχειρήσεων. Παρόλο που η χώρα αντιμετωπίζει ορισμένες προκλήσεις, όπως ένα πολύπλοκο ρυθμιστικό περιβάλλον και γραφειοκρατικά εμπόδια, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αυξανόμενο ενδιαφέρον για τις νεοφυείς επιχειρήσεις και την καινοτομία. Η Ιταλία έχει μια ισχυρή κουλτούρα επιχειρηματικότητας που έπαιξε σημαντικό ρόλο στην κοινωνία και την οικονομία. Η ιταλική κυβέρνηση έχει εφαρμόσει ιστορικά με την πάροδο των ετών, μέτρα για τη στήριξη της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας. Αυτά περιλαμβάνουν φορολογικά κίνητρα, προγράμματα χρηματοδότησης και πρωτοβουλίες για τη μείωση της γραφειοκρατίας και την προώθηση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση. Οργανισμοί όπως ο Ιταλικός Οργανισμός Εμπορίου και το Εθνικό Ταμείο Καινοτομίας παρέχουν επίσης στήριξη και πόρους στους επιχειρηματίες. Η Friuli Venezia Giulia είναι μια περιοχή που βρίσκεται στη βορειοανατολική Ιταλία, γνωστή για το ποικίλο οικονομικό της τοπίο. Η περιοχή διαθέτει ένα μείγμα παραδοσιακών βιομηχανιών και αναδυόμενων τομέων που προσφέρουν ευκαιρίες για την επιχειρηματικότητα. Ακολουθούν ορισμένα βασικά σημεία σχετικά με την επιχειρηματικότητα στο Friuli Venezia Giulia:

Στρατηγική τοποθεσία: Η Friuli Venezia Giulia επωφελείται από τη στρατηγική της θέση, με εγγύτητα στην Αυστρία και τη Σλοβενία. Αυτό το γεωγραφικό πλεονέκτημα επιτρέπει διασυνοριακές συνεργασίες και πρόσβαση σε διεθνείς αγορές, προωθώντας επιχειρηματικές ευκαιρίες

- **Παραδοσιακές βιομηχανίες:** Η περιοχή έχει ισχυρές βάσεις σε παραδοσιακές βιομηχανίες όπως η μεταποίηση, η γεωργία και ο τουρισμός. Ενώ αυτοί οι τομείς παρέχουν μια σταθερή οικονομική βάση, υπάρχει επίσης δυναμικό για καινοτομία και επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο αυτών.
- **Καινοτομία και έρευνα:** Η περιοχή φιλοξενεί ερευνητικά κέντρα, πανεπιστήμια, και τεχνολογικά πάρκα που συμβάλλουν στην ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών και τεχνολογιών. Τα ιδρύματα αυτά παρέχουν υποστήριξη στην έρευνα και την ανάπτυξη, προωθώντας ένα περιβάλλον που ευνοεί την επιχειρηματικότητα.
- **Νεοφυείς επιχειρήσεις και θερμοκοιτίδες:** Η περιοχή είναι υποδοχέας ενός αναπτυσσόμενου οικοσυστήματος νεοφυών επιχειρήσεων, με την ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρήσεων σε διάφορους τομείς. Οι θερμοκοιτίδες, οι επιταχυντές και οι οργανισμοί υποστήριξης επιχειρήσεων διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην καλλιέργεια και την υποστήριξη αυτών των νεοφυών επιχειρήσεων, παρέχοντας καθοδήγηση, χρηματοδότηση και ευκαιρίες δικτύωσης.
- **Συνεργασία και δίκτυα:** Η Friuli Venezia Giulia ενθαρρύνει τη συνεργασία μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών φορέων για τη στήριξη της επιχειρηματικότητας. Υπάρχουν συμπράξεις και δίκτυα που φέρνουν σε επαφή επιχειρηματίες, επενδυτές, ερευνητές και κυβερνητικές υπηρεσίες για να διευκολύνουν την ανταλλαγή γνώσεων και να δημιουργήσουν ένα υποστηρικτικό οικοσύστημα.

Η μεταρρύθμιση του τρίτου τομέα στην Ιταλία αποτέλεσε ένα σημαντικό βήμα για την προώθηση και την υποστήριξη της δράσης των μη κερδοσκοπικών οργανώσεων στη χώρα. Η μεταρρύθμιση ξεκίνησε το 2016 και εισήγαγε νέα ρυθμιστικά και νομοθετικά εργαλεία που συνέβαλαν στην ενίσχυση του ρόλου και του αντίκτυπου των οργανώσεων του τρίτου τομέα στην κοινωνία. Η πρόσφατη ιταλική μεταρρύθμιση που επηρέασε τις οργανώσεις του τρίτου τομέα (ETSO) αναγνώρισε την CSG ως Εθελοντική Οργάνωση (Organizzazione di Volontariato - ODV) λόγω των δραστηριοτήτων γενικού συμφέροντος που διεξάγονται κυρίως για λογαριασμό άλλων, με την ουσιαστική συμβολή των εθελοντών. Παρουσιάζεται μια σύντομη επισκόπηση των καινοτομιών που εισήγαγε η μεταρρύθμιση για την καλύτερη κατανόηση της σημασίας αυτού του τομέα στο πλαίσιο ενός νέου οράματος για την κοινωνική πρόνοια που συμπληρώνει και μερικές φορές αντικαθιστά τη δημόσια παρέμβαση. Μια βασική πτυχή της μεταρρύθμισης ήταν η εισαγωγή του Εθνικού Μοναδικού Μητρώου του Τρίτου Τομέα (RUNTS). Το μητρώο αυτό επέτρεψε την ενοποίηση όλων των ιταλικών μη κερδοσκοπικών οργανισμών σε μια ενιαία βάση δεδομένων, διευκολύνοντας τον εντοπισμό και την παρακολούθησή τους από τους δημόσιους φορείς και τους πολίτες. Αυτό έχει βελτιώσει τη διαφάνεια και τη διακυβέρνηση των οργανώσεων του τρίτου τομέα, αυξάνοντας την εμπιστοσύνη και την αξιοπιστία προς αυτές τις οντότητες. Επιπλέον, η μεταρρύθμιση προώθησε την ανάπτυξη συμπράξεων μεταξύ του τρίτου τομέα, του δημόσιου τομέα και του ιδιωτικού τομέα. Αυτή η συνέργεια προώθησε τη συνεργασία και τη συνδημιουργία καινοτόμων λύσεων για την αντιμετώπιση των κοινωνικών προκλήσεων της χώρας. Μέσω εργαλείων όπως οι συμβάσεις κοινωνικής συνεργασίας, οι οργανισμοί του τρίτου τομέα μπορούν να διαδραματίσουν ενεργό ρόλο στην παροχή δημόσιων υπηρεσιών, προσφέροντας ειδική εμπειρογνωμοσύνη και προσαρμοσμένες απαντήσεις στις ανάγκες της κοινότητας. Επιπλέον, η μεταρρύθμιση έδωσε κίνητρα για την εταιρική κοινωνική ευθύνη μέσω της θέσπισης φορολογικών μέτρων και κινήτρων για δωρεές σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Αυτό ενθάρρυνε την οικονομική στήριξη από τις επιχειρήσεις και συνέβαλε στην εξασφάλιση μεγαλύτερης οικονομικής βιωσιμότητας για τους οργανισμούς του τρίτου τομέα. Συμπερασματικά, η μεταρρύθμιση του τρίτου τομέα στην Ιταλία αποτέλεσε σημαντικό βήμα για την προώθηση και την ενίσχυση των δράσεων των μη κερδοσκοπικών οργανώσεων. Μέσω της εφαρμογής του Εθνικού Μοναδικού Μητρώου του Τρίτου Τομέα, την ανάπτυξη συμπράξεων και την ενθάρρυνση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, η μεταρρύθμιση συνέβαλε στην ενίσχυση του ρόλου του τρίτου τομέα στην οικοδόμηση μιας κοινωνίας χωρίς αποκλεισμούς, με μεγαλύτερη υποστήριξη και βιωσιμότητα.

Φάσεις του σχεδίου υποδοχής για άτομα με αδυναμίες/αναπηρίες

Για να συγκεκριμενοποιήσουμε το όραμα των οργανισμών του τρίτου τομέα που λειτουργούν με την προοπτική της κοινωνικής εργασίας με στόχο τη δημιουργία μιας κοινωνίας χωρίς αποκλεισμούς, ας δούμε τη διαδρομή που εφαρμόζεται στο Centro Solidarietà Giovani κατά την προσφορά προγραμμάτων κατάρτισης για άτομα σε ευάλωτες συνθήκες (όπως αναπηρίες ή μειονεκτήματα). Το δίκτυο που έχει δημιουργηθεί περιλαμβάνει διάφορους φορείς που θέτουν το άτομο στο επίκεντρο των πρωτοβουλιών που αποσκοπούν στη δημιουργία ή την ενίσχυση των διαδρομών προς την αυτονομία και την κοινωνική επανένταξη. Μία από τις λειτουργικές μονάδες του “Centro Solidarietà Giovani” είναι το Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης “.Lab“. Ως διαπιστευμένο ίδρυμα, έχει ορισμένες υποχρεώσεις, συμπεριλαμβανομένης της προώθησης των εκπαιδευτικών προσφορών. Ως εκ τούτου, μεταξύ Μαΐου και Ιουνίου κάθε έτους, αποστέλλονται πληροφορίες για τα μαθήματα προώθησης στις αρμόδιες υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών υγείας και των κοινωνικών υπηρεσιών. Τα μαθήματα αυτά θα ενεργοποιηθούν στη συνέχεια του επόμενου ακαδημαϊκού έτους που αρχίζει τον Σεπτέμβριο/Οκτώβριο. Οι φάσεις υποδοχής των ατόμων στα προγράμματα κατάρτισης μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

- **Παραπομπή από υγειονομικές και κοινωνικές υπηρεσίες (κοινωνικός λειτουργός, περιφερειακός υγειονομικός λειτουργός, χειριστής SIL).** Η παραπομπή είναι απαραίτητη για εμάς, καθώς μπορεί να υπόκειται σε δ υ ν η τ ι κ ό έλεγχο από τη Διεύθυνση Περιφερειακής Υπηρεσίας Κατάρτισης της περιφέρειας Friuli Venezia Giulia. Η παραπομπή μπορεί να γίνει μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αλλά πρέπει να αναφέρει σαφώς τα στοιχεία επικοινωνίας του υπεύθυνου για τον υποψήφιο.
- **Αρχική υποδοχή.** Το άτομο προσκαλείται στο Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης για μια ατομική συνεδρία προσανατολισμού, κατά την οποία συμπληρώνεται ένα εσωτερικό έντυπο που ονομάζεται “αναλύσεις ικανοτήτων“. Η φάση αυτή, η οποία βασίζεται σε αξιολόγηση από την υπηρεσία αποστολής, μπορεί να διαχειριστεί ανεξάρτητα από τον υποψήφιο ή να διεξαχθεί παρουσία της υπηρεσίας ή/και της οικογένειας. Αυτή η φάση προσανατολισμού αποσκοπεί στην αξιολόγηση των ικανοτήτων του υποψηφίου, στην κατανόηση των επιθυμιών και των προσδοκιών του και στον προσδιορισμό του κατά πόσον το ίδρυμα μπορεί να τις ικανοποιήσει. Βοηθά επίσης να προσδιοριστεί εάν απαιτούνται τυχόν μέτρα υποστήριξης για να εξασφαλιστεί ένα επιτυχές αποτέλεσμα.
- **Εγγραφή στο επιλεγμένο μάθημα.** Εάν το άτομο επιθυμεί να προχωρήσει, η πραγματική η εγγραφή πραγματοποιείται με τη συμπλήρωση ενός περιφερειακού εντύπου. Η φάση υποδοχής μπορεί επίσης να ολοκληρωθεί χωρίς εγγραφή, με παραπομπή σε άλλο ίδρυμα ή άλλα προγράμματα, πάντα σε συνεννόηση με την υπηρεσία αποστολής.
- **Συνεχής παρακολούθηση.** Διατηρείται συνεχής επαφή με τις υπηρεσίες κατά τη διάρκεια της πρόγραμμα κατάρτισης. Συγκεκριμένα, για τους σπουδαστές με αναπηρία, πραγματοποιούνται κοινές συναντήσεις σε προκαθορισμένα χρονικά διαστήματα (στα μέσα του προγράμματος και στο τέλος) σε συνεργασία με το Γραφείο Υγείας της Περιφέρειας, Τοποθέτηση σε εργασία. Υπηρεσία (SIL), και τις κοινωνικές υπηρεσίες. Οι εκπρόσωποι των διαφόρων υπηρεσιών μπορούν να παρέχουν παρατηρήσεις ή ανατροφοδότηση ανά πάσα στιγμή.

- **Σχεδιασμός πρακτικής άσκησης.** Για τα μαθήματα που περιλαμβάνουν πρακτική άσκηση σε επιχειρήσεις, γίνεται επαφή με τις επιχειρήσεις που έχουν ήδη δηλώσει τη διαθεσιμότητά τους κατά τη φάση του σχεδιασμού ή γίνεται επαφή με νέες κατάλληλες επιχειρήσεις (το ίδρυμα συνεργάζεται τόσο με κοινωνικούς συνεταιρισμούς όσο και με κερδοσκοπικές επιχειρήσεις). Κάθε σπουδαστής συνοδεύεται στην επιχείρηση και συστήνεται στον υπεύθυνο της επιχείρησης, με τον οποίο συμφωνούνται οι δραστηριότητες που θα πραγματοποιηθούν. Για τους σπουδαστές που χρειάζονται αρχική ή εκτεταμένη διαμεσολάβηση, προσπαθούμε να εξασφαλίσουμε την υποστήριξη από τους καθηγητές μας στην εταιρεία.
- **Τελική εξέταση.** Κάθε πρόγραμμα κατάρτισης ολοκληρώνεται με τελική εξέταση, η οποία μπορεί να έχει πρόσβαση εάν έχει συμπληρωθεί τουλάχιστον το 70% των προγραμματισμένων ωρών. Στόχος των μαθημάτων για άτομα με αναπηρίες και μειονεκτήματα είναι να διασφαλιστεί η “συνεχής εκπαίδευση“, η βελτίωση των δεξιοτήτων καθ’ όλη τη διάρκεια της ζωής τους, συμπεριλαμβανομένων όχι μόνο των τεχνικών δεξιοτήτων αλλά και των δεξιοτήτων σχέσεων και επίλυσης προβλημάτων. Κατά τη διάρκεια της επαγγελματικής κατάρτισης, η Υπηρεσία Ένταξης στην Απασχόληση (SIL) διενεργεί αξιολογήσεις των ικανοτήτων, των δεξιοτήτων και των στόχων απασχόλησης κάθε ατόμου. Αυτό επιτρέπει σε εμάς και την υπηρεσία αυτή να αναπτύσσουμε εξατομικευμένες στρατηγικές και σχέδια υποστήριξης προσαρμοσμένα στις συγκεκριμένες ανάγκες τους. Η “SIL“ συνεργάζεται στενά με ένα δίκτυο εργοδοτών που εκτιμούν την ποικιλομορφία και την ένταξη στο εργατικό δυναμικό τους. Αναζητούν ευκαιρίες απασχόλησης που ανταποκρίνονται στις δεξιότητες και τις φιλοδοξίες των ατόμων με αναπηρία. Στόχος τους είναι να διευκολύνουν την πρακτική άσκηση, την πρακτική άσκηση και την απευθείας πρόσληψη, ώστε να εξασφαλίσουν την ομαλή μετάβαση στον εργασιακό χώρο και να συμβάλουν σημαντικά στην οικοδόμηση μιας κοινωνίας χωρίς αποκλεισμούς.

8. Συμπέρασμα

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάστηκε και συζητήθηκε η έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Τονίστηκε πώς η κοινωνική καινοτομία αποτελεί βασικό συστατικό στοιχείο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Εξετάστηκε επίσης το ζήτημα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και της βιωσιμότητας. Η κοινωνική βιωσιμότητα αποτελεί ουσιαστικό παράγοντα για να διασφαλιστούν τα οφέλη των κοινωνικών λύσεων και να προσδιοριστεί ο κοινωνικός αντίκτυπός τους. Αυτό που διακρίνει την κοινωνική από την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα είναι ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα επιδιώκει το στόχο της δημιουργίας κοινωνικής αξίας. Από αυτή την άποψη, φαίνεται ζωτικής σημασίας η εξισορρόπηση της δημιουργίας κοινωνικής αξίας και της σύλληψης κοινωνικής αξίας, προκειμένου να δημιουργηθεί ένα ευρύ φάσμα δικαιούχων μιας λύσης, αλλά χωρίς να υπονομευθεί η βιωσιμότητά της.

Η άποψη αυτή αρχίζει να εδραιώνεται με την έννοια της συνδυασμένης αξίας που εδράζεται σε μια ολοκληρωμένη προσέγγιση μεταξύ οικονομικής και κοινωνικής αξίας (Emerson, 2003- Nicholls, 2009- Ostertag, Hahn, & Ince, 2021). Πράγματι, η μικτή αξία: “[...] προσδιορίζει ένα ολόενα και ευρύτερο πλαίσιο προσεγγίσεων επενδύσεων και διακυβέρνησης, όπου η βιώσιμη ανάπτυξη και η ενδυνάμωση των ανθρώπινων ικανοτήτων μπορούν να λειτουργήσουν ως κρίσιμοι μοχλοί λειτουργίας σε όλους τους τομείς της οικονομίας.” (Bengo, Boni, & Sancino, 2022, σ. 2).

Ωστόσο, ένα γενικό ζήτημα είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα καθώς και οι κοινωνικοί επιχειρηματίες: Πώς μπορούμε να μεταβούμε από την οικονομία της αγοράς σε μια κοινωνία της αγοράς;

Από αυτή την άποψη, είναι ελκυστική και προκλητική η παραβολή που είπε ο Πάπας Φραγκίσκος κατά τη διάρκεια γεύματος, στο Βατικανό, με μια σειρά από φορείς χάραξης πολιτικής, επιχειρηματίες, ακαδημαϊκούς, εργατικούς ηγέτες και φιλανθρωπικούς εργαζόμενους. Ο Mark Carney, ο οποίος ήταν παρών σε αυτό το γεύμα, αναφέρει ότι για να καταδείξει τη διαφορά μεταξύ της ανθρωπότητας και της αγοράς, ο Πάπας παρατήρησε αρχικά (Carney, 2021, σ. 3):

“Το γεύμα μας θα συνοδεύεται από κρασί. Τώρα, το κρασί είναι πολλά πράγματα. Έχει άρωμα, χρώμα και πλούσια γεύση που όλα συμπληρώνουν το φαγητό. Έχει αλκοόλ που μπορεί να ζωντανέψει το μυαλό. Το κρασί εμπλουτίζει όλες τις αισθήσεις μας. Στο τέλος της γιορτής μας, θα πιούμε γκράπα. Η γκράπα είναι ένα πράγμα: αλκοόλ. Η γκράπα είναι κρασί που αποστάζεται”.

Στη συνέχεια συνέχισε:

“Η ανθρωπότητα είναι πολλά πράγματα - παθιασμένη, περίεργη, ορθολογική, αλτρουιστική, δημιουργική, με ενδιαφέρον για τον εαυτό της. Η αγορά είναι ένα πράγμα: ιδιοτελής. Η αγορά είναι η ανθρωπότητα αποσταγμένο”.

Και, τέλος, κατέληξε προκαλώντας τους συμμετέχοντες: “Η δουλειά σας είναι να μετατρέψετε την γκράπα ξανά σε κρασί, να μετατρέψετε την αγορά ξανά στην ανθρωπότητα”.

Ο Carney παρατήρησε ότι η παραβολή του Πάπα Φραγκίσκου δεν ήταν θεολογία: ήταν πραγματικότητα, ήταν η αλήθεια. Συμφωνούμε απόλυτα μαζί του,

8. Αναφορές

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *The journal of applied behavioral science*, 40(3), 260-282.
- Bellostas, A. J., López-Arceiz, F. J., & Mateos, L. (2016). Social value and economic value in social enterprises: Value creation model of Spanish sheltered workshops. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 27(1), 367-391.
- Banks, J. A. (1972). *The sociology of social movements* (p. 17). London: Macmillan.
- Bengo, I., Boni, L., & Sancino, A. (2022). EU financial regulations and social impact measurement practices: A comprehensive framework on finance for sustainable development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.

- El Ebrashi, R. (2013). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact, *Social Responsibility Journal*, 9(2), pp. 188-209.
- Emerson, J. (2003). The blended value proposition: Integrating social and financial returns. *California management review*, 45(4), 35-51.
- British Council (June 2022). *More in Common: The Global State of Social Enterprise*. Social Enterprise UK.
- Carney, M. (2021). Value (s): Building a better world for all. *PublicAffairs*.
- Dees, J.G. (1998) The Meaning of “Social Entrepreneurship”. The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Available at: <http://www.sogenc.org/dosyalar/6-TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf>
- Hockerts, K., & Wüstenhagen, R. (2010). Greening Goliaths versus emerging Davids—Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 25(5), 481-492.
- Huggins, R., & Thompson, P. (2021). *A behavioural theory of economic development: The uneven evolution of cities and regions*. Oxford University Press.
- Jones, S. (2017). Wrestling with the social value of heritage: Problems, dilemmas and opportunities. *Journal of community archaeology & heritage*, 4(1), 21-37.
- Kulothungan, G. (2014), What do you mean by ‘social enterprise’? Defining social entrepreneurship. In: Gunn, R. & Durkin, C. (eds) *Social entrepreneurship*. Policy Press.
- Mirowski, P. (1991). Postmodernism and the social theory of value. *Journal of Post Keynesian Economics*, 13(4), 565-582.
- Mohsen, Y., Hussein, H. M., & Mahrous, A. A. (2018). Perceived service value, customer engagement and brand loyalty in health care centres in Egypt. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, (3), 95-108.
- Mulgan, G. (2010). Measuring social value. *Stanford Social Innovation Review*, 8(3), 38-43.
- Muñoz, P., & Cohen, B. (2018). Sustainable entrepreneurship research: Taking stock and looking ahead. *Business Strategy and the Environment*, 27(3), 300-322.
- Nicholls, A. (Ed.). (2008). *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. OUP Oxford.
- Ostertag, F., Hahn, R., & Ince, I. (2021). Blended value co-creation: A qualitative investigation of relationship designs of social enterprises. *Journal of Business Research*, 129, 428-445.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers (Vol. 1)*. John Wiley & Sons.
- Nicholls, A. (2009). ‘We do good things, don’t we?’: ‘Blended Value Accounting’ in social entrepreneurship. *Accounting, organizations and society*, 34(6-7), 755-769.
- Pinna, M. (2020). *Sustainable entrepreneurship: A systematic review of academic research*. Springer International Publishing.
- Popa, I.L., Preda, G., & Boldea, M. (2010). A theoretical approach of the concept of innovation. *Managerial Challenges of the Contemporary Society. Proceedings*, pp. 151-156.
- Portales, L. (2019). *Social innovation and social entrepreneurship. Fundamentals, Concepts, and Tools*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Pribeanu, C. (2020). Using the Consumption Values Theory to Analyze the Relationship between the Motives for Facebook Use and Its Perceived Usefulness for University Students. *Informatica Economica*, 24(2), 5-14.

- Raiden, A., & King, A. (eds). 2021. Social Value in Practice. Routledge.
- Rees, J., & Mullins, D. (Eds.). (2016). The third sector delivering public services: developments, innovations and challenges. Policy Press.
- Santos, F. M. (2012). A positive theory of social entrepreneurship. Journal of business ethics, 111(3), 335-351.
- Schumpeter, J.A. (1939). Business cycles: A theoretical, historical, and statistical analysis of the capitalist process. McGraw-Hill.
- Schumpeter, J.A. (1942). The process of creative destruction. In: Shumpeter, J. (Ed.) Capitalism, socialism and democracy, Harper, pp. 81-86.
- Schumpeter, J.A. (1947). The creative response in economic history. The journal of economic history, 7(2), pp. 149-159.
- Sen, P. (2007). Ashoka's big idea: Transforming the world through social entrepreneurship. Futures, 39(5), 534-553.
- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking "what is to be sustained" with "what is to be developed". Entrepreneurship theory and practice, 35(1), 137-163.
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. Journal of business research, 22(2), 159-170.
- Strauss, A., & Corbin, J.M. (1990). Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques. Sage Publications.
- Yunus, M. (2010). Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs. PublicAffairs.
- Watts, G. N., Dainty, A., & Fernie, S. (2019, September). Measuring social value in construction. In Association of Researchers in Construction Management (ARCOM) Proceedings of the 35th annual conference, pp. 54-63.
- Weidinger, C. (2014). Sustainable Entrepreneurship Business Success through Sustainability. Springer.

9. Βασικοί όροι και Ορισμοί

Θεωρία της μικτής αξίας: υποστηρίζει ότι η αξία είναι ολόκληρη και αδιαίρετη, η οποία παράγεται μέσω της αλληλεπίδρασης με την πάροδο του χρόνου τριών πρωταρχικών συνιστωσών αξίας: κοινωνικής, οικονομικής και περιβαλλοντικής.

Θεωρία Πεδίου: πρόκειται για μια συστηματική μεθοδολογία που έχει εφαρμοστεί σε μεγάλο βαθμό στην ποιοτική έρευνα. Εισήχθη από τους Glaser & Strauss το 1967 για να νομιμοποιήσει την ποιοτική έρευνα. Η μεθοδολογία περιλαμβάνει την κατασκευή υποθέσεων και θεωριών μέσω της συλλογής και ανάλυσης δεδομένων.

Τρίτος τομέας: Είναι ένας όρος ομπρέλα που καλύπτει μια σειρά διαφορετικών τύπων οργανισμών που δεν είναι ούτε δημόσιοι ούτε κερδοσκοπικοί/ ιδιωτικοί. Οι οργανώσεις του τρίτου τομέα περιλαμβάνουν:

- Φιλανθρωπικές οργανώσεις
- Εθελοντικές και κοινοτικές οργανώσεις
- Κοινωνικές επιχειρήσεις και συνεταιρισμοί
- Μη κερδοσκοπικές μη κυβερνητικές οργανώσεις
- Δεξαμενές σκέψης και ιδιωτικά ερευνητικά ινστιτούτα (δεν περιλαμβάνονται τα πανεπιστήμια και τα κολέγια)

Το **Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας (iED)** είναι ένας ελληνικός μη κερδοσκοπικός οργανισμός της κοινωνίας των πολιτών που έχει δεσμευτεί για την προώθηση της καινοτομίας και την ενίσχυση του επιχειρηματικού πνεύματος. Με ισχυρή δέσμευση στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, το iED προωθεί ενεργά την κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη, ιδιαίτερα σε τομείς όπως η υγεία, η εκπαίδευση, οι κοινωνικές υποδομές και τα ανθρώπινα δικαιώματα.



Το iED ιδρύθηκε το 2005 στη Λάρισα και είναι πιστοποιημένο Κέντρο Αριστείας στην ευρωπαϊκή επιχειρηματικότητα και Κόμβος Ψηφιακής Καινοτομίας, εγγεγραμμένος ως μέλος του καταλόγου των DIHs της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, που αναγνωρίζει την επιχειρηματικότητα ως κρίσιμο παράγοντα για το μέλλον της βιώσιμης ανάπτυξης και της συνοχής των κοινωνιών. Κατά τη διάρκεια των 18 ετών δραστηριότητάς του, το iED συμμετείχε στο σχεδιασμό, την υλοποίηση και τη διάδοση περισσότερων από 250 έργων της ΕΕ. Το iED διαθέτει ένα ευρύ φάσμα εμπειρογνωμοσύνης-ένας ενδεικτικός κατάλογος θα μπορούσε να είναι οι ακόλουθοι τομείς:

Κοινωνική επιχειρηματικότητα: διεξαγωγή έρευνας και παροχή καινοτόμων λύσεων που διευκολύνουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, των καινοτόμων δράσεων και του στρατηγικού οραματισμού σε όλη την Ευρώπη

Κοινωνική ένταξη και ενσωμάτωση: Στόχος είναι η επίτευξη της ισότητας των φύλων και η βελτίωση της κοινωνικής ένταξης των ευάλωτων ομάδων (NEETs, μετανάστες, άτομα με αναπηρία, νέοι από αγροτικές περιοχές κ.λπ.) με τον εντοπισμό των ελλείψεων σε δεξιότητες, την επένδυση σε ολοκληρωμένο επαγγελματικό προσανατολισμό και την καλλιέργεια νέων ικανοτήτων για την επιτυχή ένταξη στην αγορά εργασίας.

Επαγγελματική Εκπαίδευση και Κατάρτιση, Εκπαίδευση Ενηλίκων & Ηλεκτρονική Μάθηση: Διάγνωση και ικανοποίηση των εκπαιδευτικών και επιμορφωτικών αναγκών ατόμων και ομάδων με την ανάπτυξη μιας σειράς εκπαιδευτικών προγραμμάτων και εξατομικευμένων μαθημάτων, εκπαιδευτικών προγραμμάτων, εκπαιδευτικών πλατφορμών, εφαρμογών ηλεκτρονικής μάθησης και υλικού.

Πράσινο & Αειφορία: με την ανάπτυξη τεχνολογικών πλατφορμών και εκπαιδευτικού υλικού για την καλλιέργεια των αναγκαίων δεξιοτήτων και ικανοτήτων.

Ψηφιακός μετασχηματισμός & ΤΠΕ: και τεχνολογικές πλατφόρμες, και η σύνδεσή τους με την επιχειρηματική νοοτροπία ως μοχλό ανάπτυξης εργαλείων καινοτομίας για την επίτευξη του ψηφιακού μετασχηματισμού.

Καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα και στήριξη των ΜΜΕ: εντοπισμός και ανάπτυξη κερδοφόρων καινοτόμων επιχειρηματικών μοντέλων για νεοσύστατες επιχειρήσεις, έργα, ΜΜΕ και εταιρείες σε όλους τους κλάδους, με στόχο την αύξηση της αποδοτικότητας και του βιώσιμου αντίκτυπου. Υποστήριξη των τοπικών και διεθνών οικοσυστημάτων νεοφυών επιχειρήσεων και ΜΜΕ με την παροχή εξατομικευμένων λύσεων κατάρτισης, επιχειρηματικής καθοδήγησης και ευκαιριών χρηματοδότησης.

II. Ικανότητες και δεξιότητες ενός κοινωνικού επιχειρηματία

Συγγραφείς: Πάντου Αναστασία, Γκουνταροπούλου Μαρία - Λάρισα, Ελλάδα

1. Κύριες πτυχές της κοινωνικής επιχειρηματικότητας

A. Εισαγωγή

Η σημασία της επιχειρηματικότητας για την οικονομική μεγέθυνση και ανάπτυξη είναι εύκολο να γίνει κατανοητή. Ωστόσο, όταν οι περισσότεροι άνθρωποι σκέφτονται την επιχειρηματικότητα, τείνουν να τη θεωρούν ως μια έμφυτη ικανότητα ή ταλέντο. Εξ ου και οι συζητήσεις σχετικά με την εκπαίδευση έναντι της φύσης που βρίσκονται πίσω από το πολιτικό ζήτημα της “εκπαίδευσης” των ατόμων ώστε να γίνουν επιχειρηματίες. Ωστόσο, αυτή η συζήτηση χάνει ένα σημαντικό σημείο, καθώς αγνοεί τη ρυθμιστική επιρροή του εθνικού πλαισίου και των θεσμών στη διαμόρφωση της επιχειρηματικότητας [1]. Όταν εστιάζουμε μωπικά στην προσφορά επιχειρηματιών, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής αγνοούν ότι συχνά το πραγματικό εμπόδιο δεν είναι η προσφορά, αλλά η ποιότητα των επιχειρηματικών προσπαθειών που παρατηρούμε σε κάθε οικονομία. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο οι θεσμοί και τα κίνητρα είναι σημαντικά: ρυθμίζουν τον τρόπο με τον οποίο η επιχειρηματική προσπάθεια διοχετεύεται σε παραγωγική χρήση. Ανάλογα με τους θεσμούς και τα κίνητρα, η επιχειρηματική προσπάθεια μπορεί να διοχετευθεί σε παραγωγικές ή μη παραγωγικές χρήσεις και μπορεί να μην υλοποιηθεί καθόλου σε νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Έτσι, η συχνότητα καθώς και οι μορφές επιχειρηματικότητας που παρατηρούμε στις διάφορες χώρες θα επηρεαστούν από τις θεσμικές δομές, το επίπεδο ανάπτυξης και τους πολιτιστικούς και πολιτικούς παράγοντες ανά χώρα. Για πολλούς αναλυτές των ανεπτυγμένων οικονομιών, η ύπαρξη ενός σύνθετου πλαισίου περιορισμών, που δημιουργούνται και επιβάλλονται από τους θεσμούς, θεωρείται απλώς δεδομένη και δεν εξετάζεται ειδικά. Έτσι, είναι δυνατόν να “αγνοηθεί” σε μεγάλο βαθμό η επίδραση των θεσμών στις προηγμένες οικονομίες της αγοράς, όπου, ως επί το πλείστον, οι θεσμοί της αγοράς είναι παρόντες και λειτουργούν. Ωστόσο, αναγνωρίζεται ολοένα και περισσότερο η σημασία του θεσμικού περιβάλλοντος όχι μόνο για την επιχειρηματικότητα, αλλά και για την ενίσχυση της εθνικής οικονομικής ανάπτυξης και σταθερότητας.

[1] Batjargal (2003), Hwang και Powell (2005), Boettke και Coyne (2009)

B. Κίνητρα, θεσμοί και επιχειρηματικότητα

Όπως επισήμανε ο Baumol στο θεμελιώδες έργο του, η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας είναι μια συνεχής διαδικασία. Οι τύποι των επιχειρηματιών που γίνονται “ενεργοί” (ουσιαστικά “ξεκινούν” τις επιχειρήσεις τους) επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από την υπάρχουσα δομή κινήτρων που προκύπτει από το συνδυασμό των επίσημων και ανεπίσημων θεσμών που αναφέρθηκαν παραπάνω, όπως οι κανόνες, οι κανόνες και οι πεποιθήσεις που υπάρχουν σε ένα δεδομένο περιβάλλον[2].

Η δυναμική της επιχειρηματικής διαδικασίας μπορεί να είναι πολύ διαφορετική ανάλογα με τη δομή των κινήτρων σε μια συγκεκριμένη οικονομία. Καθώς οι θεσμοί ενισχύονται, με την έννοια της υποστήριξης της οικονομικής δραστηριότητας που βασίζεται στην αγορά, όλο και περισσότερες επιχειρηματικές δραστηριότητες στρέφονται προς την παραγωγική επιχειρηματικότητα, ενισχύοντας έτσι την οικονομική μεγέθυνση και ανάπτυξη. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να κατανοηθούν όχι μόνο τα ατομικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία αλλά και το πλαίσιο μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται ο επιχειρηματίας: τα κίνητρα, οι θεσμοί καθώς και το στάδιο της οικονομικής ανάπτυξης. Η αλληλεξάρτηση μεταξύ κινήτρων και θεσμών επηρεάζει επίσης άλλα χαρακτηριστικά, όπως η ποιότητα της διακυβέρνησης, η πρόσβαση σε κεφάλαια και άλλους πόρους και το τι αντιλαμβάνονται οι επιχειρηματίες. Οι θεσμοί είναι καθοριστικοί παράγοντες της οικονομικής συμπεριφοράς και των οικονομικών συναλλαγών γενικότερα και μπορούν να έχουν άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις στην προσφορά και τη ζήτηση των επιχειρηματιών. [2] Baumol (1990) σ. 12.

Γ. Βασικοί θεσμοί για την επιχειρηματικότητα

Οι άτυποι θεσμοί που βασίζονται σε δίκτυα μπορούν να έχουν θετικό αντίκτυπο στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Ελλείψει ισχυρών μορφών στήριξης της αγοράς, οι άτυπες δομές, όπως τα δίκτυα, μπορούν να καταστούν σημαντικές, βοηθώντας τους επιχειρηματίες να κινητοποιήσουν πόρους και να ξεπεράσουν τους περιορισμούς των ιδιαίτερα γραφειοκρατικών δομών. Τα δίκτυα έχουν αποδειχθεί σημαντικά για την πρόσβαση σε πόρους (όπως πληροφορίες, χρηματοδότηση και εργασία), καθώς και για την ενίσχυση της ικανότητας του επιχειρηματία να εντοπίζει ευκαιρίες [3]. Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν επίσης αναγνωριστεί ως προηγούμενο για την επιχειρηματική εγρήγορση, η οποία αποτελεί προϋπόθεση για τον εντοπισμό ευκαιριών. Ορισμένοι μελετητές έχουν υποστηρίξει ότι ένα συνεκτικό ή πυκνά ολοκληρωμένο δίκτυο παρέχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τους επιχειρηματίες, αλλά άλλοι έχουν προτείνει ότι τα αραιά συνδεδεμένα δίκτυα γεμάτα “δομικές τρύπες” παρέχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα [4]. Σε αδύναμα θεσμικά περιβάλλοντα, τα δίκτυα μεταξύ επιχειρήσεων και λειτουργιών είναι υψίστης σημασίας για την επιβίωση και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Νέες επιχειρήσεις χωρίς τέτοιες συνδέσεις αναμένεται στις περισσότερες περιπτώσεις να αποτύχουν. Θα μάθετε περισσότερα για τη δικτύωση στο κεφάλαιο 4 αυτού του μαθήματος.

[3] Hills et al (1997), σ. 26. [4] Burt (1992) σ. 26-28

Δ. Μελέτη περίπτωσης: GEDI (Παγκόσμιο Ινστιτούτο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης)

Ο δείκτης GEDI αποτελεί την πρώτη προσπάθεια μέτρησης της παραγωγικής επιχειρηματικότητας σε εθνικό επίπεδο, ενταγμένη σε ένα συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο. Ως εκ τούτου, οι κατατάξεις που παράγει ο δείκτης υπερβαίνουν τις τιμές των 30 παραδοσιακών δεικτών νεοφυούς επιχειρηματικότητας, όπως ο συνολικός δείκτης επιχειρηματικότητας που παράγεται από το Global Business Entrepreneurship Monitor, ενσωματώνοντας μέτρα της εθνικής επιχειρηματικής δραστηριότητας με μέτρα θεσμικής ποιότητας ανά χώρα. Το πλαίσιο του GEDI βασίζεται στην ιδέα ότι η επιχειρηματικότητα αντιπροσωπεύει τη δυναμική απόκριση τριών παραγόντων, καθένας από τους οποίους αντιπροσωπεύει την ολοκλήρωση ατομικών συμπεριφορικών και θεσμικών μεταβλητών.

Πρόκειται για επιχειρηματικές στάσεις: επιχειρηματική δραστηριότητα και επιχειρηματικές φιλοδοξίες αντίστοιχα. Για το καθένα από αυτά, τα ιδιαίτερα ταλέντα των ατόμων για επιχειρηματικότητα σταθμίζονται με το εθνικό θεσμικό πλαίσιο στο οποίο λαμβάνει χώρα η επιχειρηματική δραστηριότητα. Έτσι, για παράδειγμα, η επιχειρηματική δραστηριότητα μετράται με διάφορους δείκτες μιας δραστηριότητας εκκίνησης, που προέρχονται από τη βάση δεδομένων GEM. Ωστόσο, στο GEDI, σταθμίζονται με δείκτες θεσμικής ποιότητας, ιδίως με δείκτες θεσμικής ποιότητας από διεθνώς αναγνωρισμένους οργανισμούς όπως το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ και το Heritage Foundation. Έτσι, ο δείκτης βασίζεται στις πληροφορίες του Baumol ότι ο αντίκτυπος της επιχειρηματικής προσπάθειας στην οικονομική ανάπτυξη εξαρτάται από το εθνικό θεσμικό πλαίσιο στο οποίο εντάσσονται οι προσπάθειες αυτές. Συγκεκριμένα, στο GEDI, οι θεσμικές επιρροές χωρίζονται σε τρεις επιμέρους δείκτες: Επιχειρηματική συμπεριφορά, επιχειρηματικές δράσεις και προσδοκίες. Οι θεσμικές μετρήσεις της “επιχειρηματικής συμπεριφοράς” αφορούν το μέγεθος της αγοράς, το επίπεδο εκπαίδευσης, τη γενική επιχειρηματική επικινδυνότητα μιας χώρας, τη χρήση του Διαδικτύου από τον πληθυσμό και την πολιτιστική υποστήριξη της επιχειρηματικότητας ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας. Οι θεσμικές μεταβλητές που περιλαμβάνονται στον υποδείκτη “Επιχειρηματική δράση” μετρούν το ρυθμιστικό περιβάλλον των επιχειρήσεων, την ικανότητα απορρόφησης της τεχνολογίας, τον βαθμό των υφιστάμενων βελτιώσεων στο ανθρώπινο δυναμικό μέσω της κατάρτισης του προσωπικού και την κυριαρχία ισχυρών επιχειρηματικών ομίλων στην εγχώρια αγορά. Τέλος, ο υποδείκτης “Επιχειρηματικές προσδοκίες” περιλαμβάνει θεσμικές μεταβλητές που μετρούν το δυναμικό E&A, την ποιότητα των επιχειρήσεων και της καινοτομίας, το επίπεδο παγκοσμιοποίησης και τη διαθεσιμότητα επιχειρηματικών κεφαλαίων. Ένα από τα βασικά κριτήρια για τη διαμόρφωση του GEDI είναι η επιλογή των βασικών θεσμικών (και υπομεταβλητών) που επηρεάζουν την απόδοση των επιχειρήσεων. Αν και τα “δικαιώματα ιδιοκτησίας” και το “κράτος δικαίου” θεωρούνται βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη και τις επιδόσεις των επιχειρήσεων, τείνοντας να καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, δεν υπάρχουν επί του παρόντος διεθνώς αποδεκτές μετρήσεις που να περιλαμβάνουν τις συμμετέχουσες χώρες στον δείκτη GEDI. Αντ’ αυτού, ο δείκτης GEDI καταγράφει πτυχές των δικαιωμάτων ιδιοκτησίας μέσω της μεταβλητής “Ελευθερία”, η οποία αντιπροσωπεύει τη συνολική ρυθμιστική επιβάρυνση για την έναρξη, τη λειτουργία και το κλείσιμο μιας επιχείρησης. Γενικά, οι θεσμικές μεταβλητές που περιλαμβάνονται στον δείκτη GEDI τείνουν να συσχετίζονται σε μεγάλο βαθμό μεταξύ τους.

2. Η δυναμική της επιχειρηματικότητας και ο επιχειρηματίας

A. Γιατί είναι σημαντική η επιχειρηματικότητα;

Η επιχειρηματικότητα, δηλαδή η προσπάθεια δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, προάγει την τοπική και εθνική οικονομική ανάπτυξη, δημιουργεί θέσεις εργασίας και βοηθά τις μειονεκτούσες ομάδες, ιδίως τους νέους και τις νέες, να βρουν απασχόληση, συμβάλλοντας έτσι στην άρση της περιθωριοποίησης και στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής. Πάνω απ’ όλα, όμως, η δημιουργία μιας επιχείρησης είναι η ατομική πράξη ενός ριψοκίνδунου ανθρώπου, ενός ατόμου που συχνά είναι απροετοίμαστος.

Η επιτυχία ή η αποτυχία της επιχειρηματικής του δραστηριότητας εξαρτάται πρωτίστως από τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς του, τις δεξιότητες και τις ικανότητες που διαθέτει και αναπτύσσει, τη μεθοδικότητα, την επιμονή, την αισιοδοξία, την προθυμία να αναλάβει προσωπικές δεσμεύσεις και να ρισκάρει, την καλή πληροφόρηση και την καλή γνώση του αντικειμένου.

B. Οι επιχειρηματίες γεννιούνται ή γίνονται;

Αν και υπάρχουν χαρισματικά άτομα που γεννιούνται για να γίνουν επιχειρηματίες, οι έρευνες δείχνουν ότι ακόμη και όσοι δεν έχουν έμφυτο ταλέντο για επιχειρηματικότητα μπορούν να μάθουν να είναι δημιουργικοί αποκτώντας και καλλιεργώντας όλα τα χαρακτηριστικά που θα τους επιτρέψουν να γίνουν καλοί και επιτυχημένοι επιχειρηματίες. Η επιτυχία δεν είναι, φυσικά, ποτέ εγγυημένη, αλλά μπορεί να κριθεί από διάφορους παράγοντες, οι σημαντικότεροι από τους οποίους είναι τα κίνητρα, η προσωπική φιλοδοξία και, δεύτερον, οι προσωπικές επιλογές, οι στόχοι, οι σκοποί και ο τρόπος με τον οποίο επιτυγχάνονται.

Γ. Κίνητρα του επιχειρηματία

Τα άτομα παρακινούνται να ασκήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα με συγκεκριμένα κίνητρα. Τα κυριότερα από αυτά είναι τα εξής:

- **Κέρδος.** Η οικονομική ανταμοιβή είναι ένα από τα σημαντικότερα κίνητρα, ίσως το σημαντικότερο. Οι επιχειρηματίες αναμένουν μια απόδοση της επένδυσης που όχι μόνο θα τους αποζημιώσει για τον χρόνο και τα χρήματα που έχουν επενδύσει, αλλά θα τους ανταμείψει επίσης καλά για τους κινδύνους και τις πρωτοβουλίες που αναλαμβάνουν στην επιχείρησή τους.
- **Ανεξαρτησία.** Η ελευθερία να εργάζεστε ανεξάρτητα είναι μια άλλη ανταμοιβή - και σίγουρα ένα κίνητρο - για την επιχειρηματικότητα. Είναι πολύ συνηθισμένο να ακούγεται η φράση “θέλω να είμαι το αφεντικό του εαυτού μου” ή “δεν θέλω να έχω κανέναν πάνω από το κεφάλι μου”.
- **Προσωπικά και επαγγελματικά επιτεύγματα.** Η ανάπτυξη μιας επιχείρησης βασίζεται, μεταξύ άλλων, στην πρόθεση του επιχειρηματία να αναπτύξει τις προσωπικές του δεξιότητες και ικανότητες. Για να είναι κάποιος επιτυχημένος επιχειρηματίας, πρέπει να είναι σε θέση να αντιμετωπίζει τον κίνδυνο, την αβεβαιότητα, το άγχος, να χειρίζεται επαρκώς πολύπλοκες διαπροσωπικές σχέσεις και να διαχειρίζεται την επιχείρηση με περιορισμένους πόρους. Πολλοί άνθρωποι γίνονται επιχειρηματίες προκειμένου να βιώσουν αυτή την αίσθηση προσωπικής ολοκλήρωσης και αυτοεκπλήρωσης που προκύπτει από τη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης και παραγωγικής οντότητας, όπως είναι μια σωστή επιχείρηση.
- **Μια εναλλακτική λύση σε μια μη ικανοποιητική εργασία.** Πολλοί επιχειρηματίες υπήρξαν προηγουμένως διευθυντές ή γενικά εργαζόμενοι σε άλλες επιχειρήσεις. Ενώ δεν υπήρχε κίνδυνος απόλυσης, κάποια στιγμή διαπίστωσαν ότι η δουλειά τους δεν τους ικανοποιούσε πλέον. Άλλοι συνειδητοποίησαν ότι οι πιθανότητες εξέλιξής τους ήταν περιορισμένες, και αυτό προφανώς δεν τους παρακινούσε καθόλου. Υπάρχει, ωστόσο, και μια άλλη κατηγορία, εκείνων που ξεκίνησαν την επιχείρησή τους ως δεύτερη δουλειά και, όταν διαπίστωσαν ότι πήγαινε πολύ καλά, εγκατέλειψαν τη μισθωτή εργασία τους και μπήκαν στη δική τους επιχείρηση.
- **Η υπάρχουσα οικογενειακή επιχείρηση αποτελεί εξίσου καλό κίνητρο για την επιχειρηματικότητα.** Είναι σύνηθες φαινόμενο ότι κυρίως αγόρια, παιδιά επιχειρηματιών, αναλαμβάνουν και συνεχίζουν ή επεκτείνουν την οικογενειακή επιχείρηση. Ωστόσο, είναι σημαντικό ο μελλοντικός επιχειρηματίας να παρακινείται από την προσωπική του επιθυμία να ασχοληθεί με την επιχειρηματική δραστηριότητα και να μην του επιβάλλεται αυτή η επαγγελματική επιλογή άμεσα ή έμμεσα, είτε από την οικογένεια, είτε από οικονομικά πακέτα, είτε από άλλους εξωτερικούς παράγοντες.

Δ. Οι δεξιότητες του νέου επιχειρηματία

Σε κάθε περίπτωση, ο μελλοντικός επιχειρηματίας, όπως και ο κάθε υποψήφιος εργαζόμενος, πρέπει να γνωρίζει τις ικανότητες, τις δυνάμεις, τις επιθυμίες και τα όριά του, προκειμένου είτε να επιτύχει τη μέγιστη δυνατή απόδοση είτε να αποφύγει δύσκολες επενδύσεις είτε να καλλιεργήσει ορισμένα χαρακτηριστικά που επιδέχονται παρέμβαση. Με άλλα λόγια, να αποκτήσει 'αυτογνωσία', γνώση της προσωπικότητάς του. Τα στοιχεία που συνθέτουν την εικόνα του είναι τα εξής:

- **Τα προσωπικά χαρακτηριστικά.** Δηλαδή, εκείνα τα επιμέρους στοιχεία που είναι μοναδικά για κάθε άτομο και τα οποία σχετίζονται με τον τρόπο που σκέφτεται, συμπεριφέρεται, αισθάνεται, αντιδρά και αντιμετωπίζει τις διάφορες καταστάσεις.
- **Πλεονεκτήματα - Μειονεκτήματα.** Οι ιδιαίτερες κλίσεις, τα ταλέντα, αλλά και τα μειονεκτήματά του είναι επίσης ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Σε ορισμένες δραστηριότητες που αναλαμβάνει ένα άτομο κατά τη διάρκεια της ζωής του, αντιλαμβάνεται ότι βρίσκεται σε καλύτερη θέση, δηλαδή ότι οι επιδόσεις του είναι υψηλές, ενώ σε άλλες αισθάνεται μειονεκτικά, δηλαδή ότι οι επιδόσεις του είναι μέτριες. Με αυτόν τον τρόπο εντοπίζει και συνειδητοποιεί τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία του. Είναι επίσης σημαντικό να γνωρίζει ότι ένα χαρακτηριστικό, όπως ο αυθορμητισμός, μπορεί σε μια φάση της ζωής του να είναι πλεονέκτημα και να τον βοηθάει, ενώ σε μια άλλη να αποτελεί εμπόδιο στην εξέλιξή του. Μπορώ να τα καταφέρω καλύτερα; Αυτά είναι τα ερωτήματα στα οποία καλείται να απαντήσει κάθε φορά που αναλαμβάνει δράση.
- **Ενδιαφέρον.** Ενδιαφέρον είναι οτιδήποτε κάνει ιδιαίτερη εντύπωση σε ένα άτομο, κάτι που το παρατηρεί περισσότερο, χωρίς να ξέρει ακριβώς γιατί. Είναι όλα τα πράγματα που του αρέσουν να κάνει, χωρίς να χρειάζεται να απολογείται γι' αυτά ή να τεκμηριώνει τις προτιμήσεις του.
- **Σημαντικό ή αδιάφορο.** Πρόκειται για τα 'κρυφά κριτήρια' με τα οποία το άτομο κατανοεί και ερμηνεύει τη συμπεριφορά των ανθρώπων και των καταστάσεων γύρω του και τη σημασία που αποδίδει σε διάφορα γεγονότα ή πράγματα που καθορίζουν τις προσωπικές του αξίες και φιλοδοξίες, ώστε να μπορεί να αξιολογεί καλύτερα τις επιλογές του (προσωπικές, εκπαιδευτικές και επαγγελματικές). Ό,τι τον ελκύει περισσότερο και εκτιμά ως σημαντικό θα είναι η πυξίδα του στην αναζήτηση των επιλογών του. Οι επαγγελματικές αξίες, οι οποίες δεν είναι τίποτε άλλο από τις 'ανταμοιβές' που επιδιώκουν οι άνθρωποι από την επαγγελματική τους δραστηριότητα, ανήκουν επομένως σε αυτή την κατηγορία.

Τα παραπάνω αναφέρονται στα έμφυτα χαρίσματα του κάθε ανθρώπου, τα οποία αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της προσωπικότητάς του και φυσικά αποτελούν μόνιμο κερκτημένο, είτε τα έχει κανείς είτε όχι. Αντίθετα, τα επίκτητα χαρακτηριστικά ενός ατόμου, οι λεγόμενες δεξιότητες, μπορούν να βελτιωθούν με συστηματική προσπάθεια και εξάσκηση και επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο το άτομο λειτουργεί και αντιμετωπίζει διάφορα ζητήματα στην προσωπική και κοινωνική του ζωή.

Ε. Ικανότητες του επιχειρηματία

Οι δεξιότητες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη των ικανοτήτων του επιχειρηματία είναι οι εξής:

- Επικοινωνία
- Προσαρμοστικότητα
- Ανοχή - Ευρυμάθεια

- Αποδοχή της διαφορετικότητας
- Συνεργασία
- Γρήγορη αντίδραση στις προκλήσεις
- Ευρηματικότητα
- Πρωτοβουλία και λήψη αποφάσεων
- Διαχείριση επιλογών και ιεράρχηση προτεραιοτήτων

ΣΤ. Θεωρητικές προσεγγίσεις

Έχουν αναπτυχθεί διάφορες θεωρίες και έχουν εκφραστεί διαφορετικές απόψεις σχετικά με το μοντέλο του επιτυχημένου επιχειρηματία. Σύμφωνα με τις περισσότερες έρευνες για τους επιχειρηματίες και τη συμπεριφορά τους από τους Bolton και Thompson (2000:3), όπου μελέτησαν το υπόβαθρο των επιχειρηματιών, φαίνεται ότι οι επιχειρηματίες είναι φυσιολογικοί άνθρωποι με φυσιολογικό υπόβαθρο. Δεν υπάρχουν δύο επιχειρηματίες που να είναι ίδιοι. Έτσι, είναι πολύ δύσκολο να γίνει διάκριση - να οριστεί ακριβώς ποιος είναι ένας επιτυχημένος επιχειρηματίας. Κάποιοι είναι εξωστρεφείς άλλοι εσωστρεφείς, κάποιοι έχουν οικογενειακό ιστορικό σε επιχειρήσεις ενώ άλλοι όχι, κάποιοι ξεκινούν χωρίς οικονομικό υπόβαθρο ενώ άλλοι ξεκινούν με οικονομική άνεση, κάποιοι είναι νέοι και κάποιοι είναι μεγαλύτεροι σε ηλικία.

Οι Brazeal & Herbert (1999) θεωρούν ότι υπάρχουν τρεις παράγοντες της επιχειρηματικότητας που πρέπει να μελετηθούν: η αλλαγή, η καινοτομία και η δημιουργικότητα. Θεωρούν ότι οι παράγοντες αυτοί, σε συνδυασμό με την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, θα πρέπει να αποτελούν τη βάση για τη συνέχεια και τη σταθερότητα της επιχειρηματικότητας.

Είναι γενικά γνωστό στη βιβλιογραφία ότι η επιχειρηματικότητα αφορά ανθρώπους που αναγνωρίζουν γρήγορα νέες ευκαιρίες. Οι επιχειρηματίες είναι επίμονοι, παθιασμένοι, προσαρμοστικοί και ικανοί να αναλαμβάνουν κινδύνους.

Τέλος, ο επιχειρηματίας γεννιέται ή φτιάχνεται;

Αρκετοί μελετητές, όπως οι Faris (1991:20), Cohen (1980) & Jacobowitz, υποστηρίζουν ότι η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας από ένα άτομο οφείλεται σε γενετικούς παράγοντες, αναγνωρίζοντας ότι η επιχειρηματική συμπεριφορά είναι στατική, δηλαδή δεν μεταβάλλεται με την πάροδο του χρόνου ή με την εμπειρία. Σύμφωνα με τους Sapiro & Ajzen, η επιχειρηματικότητα βασίζεται στην αλληλεπίδραση μεταξύ των προσωπικών χαρακτηριστικών, των προσδοκιών, των αξιών, των πεποιθήσεων, του υπόβαθρου και του περιβάλλοντος. Ωστόσο, οι περισσότεροι επιστήμονες υποστηρίζουν ότι οι επιχειρηματίες δεν γεννιούνται έτσι, αλλά 'μαθαίνουν να είναι'. Τα σύγχρονα προγράμματα σπουδών των κολεγίων και των πανεπιστημίων παρέχουν αυτή τη δυνατότητα, δηλαδή η επιχειρηματικότητα διδάσκεται πλέον με επιτυχία. Αρκετές έρευνες δείχνουν ότι ορισμένοι νέοι οδηγούνται στην αυτοαπασχόληση για να είναι ανεξάρτητοι και ευέλικτοι, άλλοι λόγω έλλειψης ευκαιριών απασχόλησης ή εμποδίων στην αγορά εργασίας και άλλοι για οικογενειακούς λόγους. Ο Sunter (1999:60) υποστηρίζει ότι 'ένας επιχειρηματίας φτιάχνεται', λέγοντας μεταξύ άλλων ότι ο καθένας μπορεί να ανοίξει μια μικρή επιχείρηση βάζοντας το μυαλό του. Το τελευταίο μέρος της πρότασης είναι ο πιο σημαντικός χαρακτηρισμός.

Ο σχολικός προσανατολισμός δεν βοηθάει καθόλου την κατάσταση. Λειτουργεί σαν να είναι όλα στατικά και σίγουρα στην κοινωνία. Το κλασικό εκπαιδευτικό παράδειγμα είναι η σκληρή δουλειά και οι υψηλοί βαθμοί που ανταμείβονται με μια ωραία καριέρα από τις 9.00 έως τις 17.00, πέντε ημέρες την εβδομάδα για σαράντα χρόνια.

Συμπερασματικά, δεν υπάρχει ιδανικό προφίλ για τον επιτυχημένο επιχειρηματία... Η απόλυτη αφοσίωση του επιχειρηματία σε αυτό που κάνει, το συνεχές πάθος για τη δουλειά του, η σκληρή δουλειά, η τάξη και η νοικοκυροσύνη φαίνεται να είναι τα κύρια χαρακτηριστικά που διακρίνουν έναν επιτυχημένο επιχειρηματία, με συνοδοιπόρους του τις ιδέες και την τύχη, και μετά όλα τα υπόλοιπα.

3. Τα Χαρακτηριστικά του Επιχειρηματία

Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά ενός επιχειρηματία, είναι προφανές ότι δεν είναι δυνατόν να προσδιοριστούν με απόλυτη σαφήνεια τα στοιχεία που διακρίνουν ή πρέπει να διακρίνουν έναν επιχειρηματία. Ωστόσο, μπορούμε να επισημάνουμε ορισμένες παραμέτρους που είναι πολύ κοντά στο προφίλ ενός επιχειρηματία ή ενός ατόμου που θέλει να αναπτύξει επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ως τέτοιες μπορούν να αναφερθούν οι ακόλουθες.

- **Μεγάλη προδιάθεση για επιτυχία.** Τα άτομα που διακατέχονται από υψηλό βαθμό ανάγκης για επιτυχία αρέσκονται να προσπαθούν για κάποιο πρότυπο απόδοσης και προτιμούν να είναι προσωπικά υπεύθυνα για τα καθήκοντα που πρόκειται να εκτελέσουν. Αυτή η τάση για επιτυχία φαίνεται να είναι έντονη στα άτομα που έχουν τη φιλοδοξία να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση και να την οδηγήσουν στην πορεία της ανάπτυξης.
- **Προθυμία ανάληψης κινδύνων.** Οι κίνδυνοι που αναλαμβάνει ένας επιχειρηματίας κατά την έναρξη και τη λειτουργία της επιχείρησής του είναι πολλαπλοί. Ένας κίνδυνος είναι φυσικά ο οικονομικός, η πιθανή απώλεια των χρημάτων που έχουν επενδυθεί στην επιχείρηση. Επιπλέον, το άγχος που βιώνουν οι επιχειρηματίες και ο χρόνος που απαιτείται για την έναρξη και τη λειτουργία μιας επιχείρησης δημιουργούν συχνά κινδύνους και γενικότερα προβλήματα στην προσωπική και οικογενειακή τους ζωή. Ωστόσο, μπορεί επίσης να υπάρχει έντονη αίσθηση ψυχολογικού κινδύνου λόγω της πιθανότητας αποτυχίας.
- **Αυτοπεποίθηση.** Τα άτομα με αυτοπεποίθηση πιστεύουν ότι μπορούν να αντιμετωπίσουν διάφορες προκλήσεις. Έχουν μια ιδιαίτερη ικανότητα να αντιμετωπίζουν και να επιλύουν τα διάφορα προβλήματα. Μελέτες έχουν δείξει ότι οι περισσότεροι επιτυχημένοι επιχειρηματίες βλέπουν προβλήματα όταν ξεκινούν ένα εγχείρημα, αλλά βασίζονται στον εαυτό τους για να τα ξεπεράσουν.
- **Ανάγκη για 'εύρεση καταφυγίου'.** Πολλοί άνθρωποι ξεκινούν επιχειρήσεις για να επωφεληθούν από τις σχετικές ανταμοιβές, αλλά άλλοι γίνονται επιχειρηματίες επειδή θέλουν να 'ξεφύγουν' από τα συνηθισμένα, τετριμμένα και να αναλάβουν μια πολύπλευρη δραστηριότητα με συνεχείς αλλαγές και διαφοροποιήσεις.

A. Οι δραστηριότητες του επιχειρηματία

Οι δραστηριότητες που αναλαμβάνει ένας επιχειρηματίας, οι λειτουργίες που εκτελεί, τα καθήκοντα που αναλαμβάνει ποικίλλουν ανάλογα με το είδος και το μέγεθος της επιχείρησης. Είναι, ωστόσο, ένας συνδυασμός των δραστηριοτήτων που εκτελεί ένας μάνατζερ και εκείνων που χαρακτηρίζουν ένα δημιουργικό και καινοτόμο άτομο. Οι κυριότερες από αυτές είναι: η άσκηση των καθηκόντων που σχετίζονται με την εργασία και την παροχή υπηρεσιών, οι οποίες είναι οι εξής: η άσκηση των καθηκόντων που σχετίζονται με την εργασία και την παροχή υπηρεσιών που σχετίζονται με την εργασία και την παροχή υπηρεσιών:

- **Ανάληψη κινδύνου.** Ορισμένοι ερευνητές έχουν υποστηρίξει ότι η ανάληψη κινδύνων που απορρέουν από την αβεβαιότητα στην οικονομική ζωή, είναι η πραγματική και ουσιαστική δραστηριότητα της επιχειρηματικότητας. Οι κίνδυνοι αυτοί, οι οποίοι δεν μπορούν να προβλεφθούν και να υπολογιστούν, αντιμετωπίζονται από τον επιχειρηματία.
- **Ο εντοπισμός ευκαιριών κέρδους.** Ο επιχειρηματίας, έχοντας ειδικές γνώσεις και λαμβάνοντας πληροφορίες από την αγορά, προσπαθεί να εντοπίσει τις διάφορες ευκαιρίες κέρδους, οι οποίες συνήθως δεν είναι προφανείς για πολλούς ανθρώπους.
- **Η εισαγωγή καινοτομιών.** Ο επιχειρηματίας προσπαθεί να χρησιμοποιήσει και να εκμεταλλευτεί επιστημονικές και τεχνολογικές ανακαλύψεις για παραγωγικούς και κερδοσκοπικούς σκοπούς.
- **Σχεδιασμός.** Αναφέρεται στις αποφάσεις σχετικά με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που θα παρέχει η επιχείρηση και τις αγορές που θα εξυπηρετεί, τον τόπο εγκατάστασης της επιχείρησης, τις μεθόδους παραγωγής της και τις πηγές χρηματοδότησης, καθώς και τον προγραμματισμό των δραστηριοτήτων της όταν αυτή αρχίσει να λειτουργεί.

- **Η οργάνωση.** Τα θέματα της οργάνωσης της επιχείρησης συχνά παραμελούνται από τους επιχειρηματίες κατά την έναρξη της επιχείρησής τους, καθώς άλλα θέματα έχουν προτεραιότητα. Ωστόσο, θέματα όπως η οργανωτική δομή της επιχείρησης, ο προγραμματισμός εργασιών, η τμηματοποίηση, η ανάθεση αρμοδιοτήτων και πολλά άλλα, πρέπει να διευκρινιστούν στην αρχή και σίγουρα θα πρέπει να απασχολούν τον επιχειρηματία στη συνέχεια.
- **Έλεγχος.** Η λειτουργία του ελέγχου είναι απαραίτητη καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής της επιχείρησης, αλλά διαδραματίζει ιδιαίτερο ρόλο στην εκκίνηση. Στη συνέχεια, όλα πρέπει να ελέγχονται διεξοδικά, διότι είναι σημαντικό τόσο να γίνουν τα πράγματα σωστά από την αρχή όσο και να αποφευχθεί η καλλιέργεια μιας λανθασμένης αίσθησης ελέγχου μεταξύ των εργαζομένων.
- **Η διαχείριση των ανθρώπων.** Η αποτελεσματική διαχείριση και παρακίνηση των εργαζομένων είναι ένα κρίσιμο συστατικό της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας. Οι εργαζόμενοι θα πρέπει να ενθαρρύνονται από τον επιχειρηματία να εργάζονται για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης, να κατανοούν το είδος της εργασίας για την οποία είναι υπεύθυνοι, να ανταμείβονται από τον επιχειρηματία όταν η απόδοσή τους είναι καλή και ο επιχειρηματίας θα πρέπει να δημιουργεί ένα περιβάλλον που να υποστηρίζει τις προσπάθειες των εργαζομένων και να ικανοποιεί τις ανάγκες τους.

B. Ερωτήματα και ανησυχίες για κάθε δυνητικό επιχειρηματία

Πριν από την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας, είναι σκόπιμο ο υποψήφιος επιχειρηματίας να υποβάλει τον εαυτό του σε αυτοαξιολόγηση της καταλληλότητάς του όσον αφορά τα στοιχεία που καθορίζουν αν διαθέτει ή όχι την απαιτούμενη επιχειρηματική ικανότητα. Για το σκοπό αυτό, ο Ελληνικός Οργανισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ) επιχείρησε να συντάξει ένα ενδεικτικό φυλλάδιο - ερωτηματολόγιο με απλές βασικές ερωτήσεις, οι οποίες διερευνούν εμπειρικά σε αρχικό στάδιο το βαθμό καταλληλότητας του επιχειρηματία.

Γ. Είστε κατάλληλος/η για να γίνετε επιχειρηματίας;

Πριν ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση, θα πρέπει να δείτε αν είστε κατάλληλοι για να γίνετε επιχειρηματίες. Τα παρακάτω σημεία θα είναι αρκετά χρήσιμα για να σας βοηθήσουν να πάρετε την απόφασή σας:

- Έχετε τις δεξιότητες, την ενέργεια και την επιμονή που απαιτούνται για να ξεκινήσετε μια επιχείρηση και να την κάνετε να ευδοκιμήσει;
- Ζητήσατε ποτέ από την οικογένειά σας να σας δώσει την αντικειμενική της γνώμη για το αν μπορείτε πραγματικά να τα καταφέρετε στη δική σας επιχείρηση;
- Είστε έτοιμοι να εργαστείτε σκληρά και πολλές ώρες για να δημιουργήσετε την επιχείρησή σας;
- Είναι η υγεία σας αρκετά καλή για να αντέξει τις απαιτήσεις της επιχείρησής σας;
- Είστε ο τύπος που του αρέσει να αναλαμβάνει ευθύνες και κινδύνους;
- Είστε σε θέση να λαμβάνετε τις δικές σας αποφάσεις;
- Έχετε ποτέ σκεφτεί πού υστερείτε; Και αν ναι, θα ήσασταν πρόθυμοι να συνεργαστείτε με κάποιον που έχει τις δεξιότητες που σας λείπουν;
- Θεωρείτε τον εαυτό σας συνεργάσιμο άτομο;
- Μπορείτε να ηγηθείτε και να παρακινήσετε τους άλλους;
- Μπορείτε να τελειώσετε κάτι που ξεκινάτε;
- Είστε έτοιμοι να παραιτηθείτε από τη δουλειά σας ως υπάλληλος;
- Έχετε τον αέρα του νικητή;
- Τέλος, έχετε αρκετές αποταμιεύσεις για να συντηρήσετε την οικογένειά σας και να ξεκινήσετε την επιχείρησή σας;

Δ. Τι κεφάλαια θα χρειαστείτε;

Γνωρίζετε πόσα χρήματα θα χρειαστείτε για να ξεκινήσετε την επιχείρηση; Έχετε υπολογίσει τα κέρδη και την απόδοση της επένδυσης; Προετοιμάστε έναν προϋπολογισμό λαμβάνοντας υπόψη τα εξής:

Πόσα θα χρειαστείτε πριν ξεκινήσετε την επιχείρηση για:

- Κτίρια (αγορά, ενοικίαση, διαμόρφωση)
- Μεταφορές
- Πρώτες ύλες
- Κεφάλαιο κίνησης
- Γενικά έξοδα
- Θέρμανση
- Ηλεκτρικό ρεύμα,
- Καθαρισμός
- Αμοιβές προσωπικού και επιχειρηματιών
- Τόκοι
- Διαφήμιση
- Ασφάλιση επιχειρήσεων

Αφού προσδιορίσετε το συνολικό οικονομικό ποσό που θα χρειαστείτε, υπολογίστε τι ποσοστό από το κεφάλαιό σας μπορείτε να επενδύσετε στην επιχείρηση. Έχετε άλλα περιουσιακά στοιχεία που θα μπορούσατε να πουλήσετε ή να χρησιμοποιήσετε ως εγγύηση για ένα δάνειο; Έχετε βάσιμους λόγους να είστε σίγουροι ότι θα πάρετε το δάνειο που πρόκειται να ζητήσετε και γνωρίζετε τις απαιτούμενες διαδικασίες; Γνωρίζετε τις προθεσμίες για την αποδέσμευση τυχόν επιχορηγήσεων για τις οποίες μπορεί να υποβάλετε αίτηση; Έχετε υπολογίσει ποιες πιστώσεις θα μπορούσατε να εξασφαλίσετε από τους προμηθευτές; Γνωρίζετε άλλες διαθέσιμες πηγές χρηματοδότησης, όπως κοινοτικά προγράμματα, επιχορηγήσεις κ.λπ.

Ε. Ποια είναι η κατάσταση της αγοράς (έρευνα αγοράς);

Εάν έχετε καταλήξει στον τύπο της επιχείρησης που θέλετε να ξεκινήσετε, προσπαθήστε να υλοποιήσετε την ιδέα σας στην πράξη. Σε αυτό το στάδιο τα βασικά ερωτήματα που πρέπει να απαντηθούν είναι τα εξής:

- Ποιοι είναι οι πιθανοί πελάτες σας;
- Πόσοι είναι;
- Αγοράζουν ήδη το προϊόν ή την υπηρεσία που σκοπεύετε να πουλήσετε; Πώς μπορείτε να τους προσεγγίσετε;
- Έχετε παρατηρήσει πώς ενεργούν οι ανταγωνιστές σας για να έρθουν σε επαφή με τους πελάτες;
- Ποια είναι η τιμή στην οποία μπορείτε να πουλήσετε το προϊόν σας;
- Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές σας;
- Τα μειονεκτήματα και τα πλεονεκτήματά τους;

Προσπαθήστε να τους επισκεφθείτε, ενδεχομένως παρουσιάζοντας τον εαυτό σας ως πελάτη. Μην αγνοείτε την ύπαρξη έμμεσων ανταγωνιστών (δεν ασκούν το ίδιο επάγγελμα αλλά πωλούν στους δυνητικούς πελάτες σας). Τοποθετήστε καθένα από τα προϊόντα που σκοπεύετε να πουλήσετε σε σχέση με εκείνα των ανταγωνιστών σας σύμφωνα με τα ακόλουθα κριτήρια (βαθμός ανανέωσης, ηλικία, επίπεδο τιμής, ποιότητα, τοποθέτηση στη γκάμα των προϊόντων). Αν μια ιδέα ενός προϊόντος είναι νέα, ίσως χρειαστεί να τη δοκιμάσετε στην αγορά. Οι ανταγωνιστές σας μπορεί να θελήσουν να σας αντιγράψουν σύντομα. Εάν συμβεί αυτό, μπορείτε να προστατευτείτε από την αντιγραφή; Έχετε εξετάσει το ενδεχόμενο μιας πιθανής συνεργασίας με την εταιρεία στην οποία εργάζεστε τώρα;

Ίσως θα μπορούσατε να γίνετε υπεργολάβος του σημερινού σας εργοδότη.

- Θα σας εμπιστεύονταν οι άνθρωποι με τους οποίους εργάζεστε σήμερα αν κάνατε κάτι μόνοι σας;
- Έχετε μιλήσει με κάποιον που έχει ήδη δημιουργήσει τη δική του επιχείρηση;
- Έχετε παρατηρήσει τον σημερινό εργοδότη σας για να εξετάσετε προσεκτικά τον τρόπο με τον οποίο διευθύνει την επιχείρησή του;
- Έχετε διερευνήσει το ενδεχόμενο να αγοράσετε μια επιχείρηση που ήδη υπάρχει ή να κάνετε franchising;

Για την τελευταία περίπτωση θα πρέπει να έχετε επαρκή κεφάλαια για να αναλάβετε μια υφιστάμενη επιχείρηση και επίσης να έχετε σημαντική εμπειρία για να διαπραγματευτείτε με ανθρώπους που θέλουν να παραχωρήσουν την επιχείρησή τους. Εάν αυτό που θέλετε να κάνετε είναι αρκετά μικρό, τότε ίσως μπορέσετε να βρείτε μόνοι σας τις απαντήσεις στα παραπάνω ερωτήματα. Εάν όχι, τότε η έρευνα αγοράς από επαγγελματίες μπορεί να σας βοηθήσει. Είναι πάντα χρήσιμο να έχετε ένα άλλο άτομο να δει αντικειμενικά την ιδέα σας και να εντοπίσει τα αδύνατα σημεία ή τι πρέπει να βελτιωθεί. Σε κάθε περίπτωση, πληροφορίες μπορούν να συγκεντρωθούν από εξειδικευμένους φορείς, βιβλιοθήκες, στατιστικές υπηρεσίες, εμπορικά επιμελητήρια, κλαδικά ινστιτούτα, κλαδικές εκδόσεις, εμπορικές εκθέσεις, χρυσούς οδηγούς, τοπικές εφημερίδες

4. Μεθοδολογία του κοινωνικού επιχειρηματία

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι ένα σχετικά νέο οικονομικό φαινόμενο και αντιμετωπίζουν πολύπλοκες απαιτήσεις σε ένα πολύπαθο περιβάλλον (Defourny & Nyssens, 2010). Γι' αυτό πολλές κοινωνικές επιχειρήσεις χρειάζονται επιχειρηματική υποστήριξη και καθοδήγηση, καθώς και εντοπισμό διαφορετικών μοντέλων επιτυχημένης εργασίας. Ορισμένες μελέτες έχουν καταλήξει στο συμπέρασμα ότι η αποτελεσματική υποστήριξη περιλαμβάνει διαβουλεύσεις και κατάρτιση (Allinson, Braidford, Houston, Robinson, & Stone, 2011- SESBA 02, 2016).

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις δημιουργούνται για την επίτευξη των κοινωνικών στόχων (υπέρβαση της κοινωνικής αδικίας και των κοινωνικών ανισοτήτων ευάλωτων ομάδων ανθρώπων ή επίτευξη σημαντικών δημόσιων στόχων στους τομείς της οικολογίας και της βιώσιμης ανάπτυξης) και υποτάσσουν την οικονομική τους δραστηριότητα σε στόχους κέρδους υπέρ των ατόμων. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις επιδιώκουν έναν άμεσο ηγετικό στόχο για τη δημιουργία κοινωνικών οφελών προς το δημόσιο συμφέρον ή για τα μέλη τους.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις αναζητούν κυρίως υποστήριξη και διαβουλεύσεις από έμπειρους επιχειρηματικούς συμβούλους και συμβούλους που όχι μόνο κατανοούν τον κοινωνικό τομέα, αλλά διαθέτουν και τις απαραίτητες δεξιότητες, προσόντα και ικανότητες για την παροχή ποιοτικών συμβουλών. Η υποστήριξη και η προώθηση των κοινωνικών επιχειρήσεων μπορεί να συμβάλει στη μεγιστοποίηση του αναπτυξιακού τους δυναμικού και της ικανότητάς τους να δημιουργούν κοινωνική προστιθέμενη αξία, η οποία εκφράζεται με τη δημιουργία θέσεων εργασίας, δημιουργικές προσεγγίσεις για τις μικρές επιχειρήσεις, νέες ευκαιρίες για κοινωνική ένταξη και δραστηριότητες ανάπτυξης εισοδήματος των οργανώσεων πολιτών. Η κύρια έλλειψη υποστήριξης είναι η ύπαρξη σημαντικού χάσματος μεταξύ της τρέχουσας και της επιθυμητής κατάστασης των γνώσεων, των δεξιοτήτων και των ικανοτήτων των συμβούλων επιχειρήσεων και η ανάγκη να ξεπεραστεί αυτό το χάσμα μέσω της κατάρτισης και της βελτίωσης των προσόντων.

Το επαγγελματικό προφίλ των επιχειρηματικών συμβούλων των κοινωνικών επιχειρήσεων όσον αφορά τα υφιστάμενα προσόντα, τις δεξιότητες και τις ανάγκες στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων για τη Δια Βίου Μάθηση και την εφαρμογή του στη Βουλγαρία, δείχνει ανεπαρκή ανάπτυξη αυτών των δραστηριοτήτων σε εθνικό επίπεδο.

Η αξιολόγηση του τομέα και η μελέτη των υφιστάμενων πρακτικών έδειξαν ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις χρειάζονται πρόσθετη ικανότητα, τόσο στην ανάπτυξη σχεδίων για την εξασφάλιση πρόσθετης χρηματοδότησης, όσο και στην ανάπτυξη οργανωτικής ικανότητας, στρατηγικού και επιχειρηματικού σχεδιασμού. Απαιτείται περαιτέρω κατάρτιση στον τομέα του επιχειρηματικού σχεδιασμού, της λογιστικής, της οικονομικής διαχείρισης, του μάρκετινγκ, της δημιουργίας εταιρικών σχέσεων και συνασπισμών, της συγκέντρωσης κεφαλαίων κ.λπ. (Terzиеv et al., 2016a).

Οι εξειδικευμένες εκπαιδεύσεις στην κοινωνική επιχειρηματικότητα και τα συμβουλευτικά εργαλεία που παρέχονται στους συμβούλους επιχειρήσεων θεωρούνται ότι προσανατολίζονται στην απόκτηση γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων στον τομέα της διαχείρισης και της επικοινωνίας, με ιδιαίτερη έμφαση στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, την κοινωνική καινοτομία και τις δεξιότητες (Terzиеv et al., 2016b). Παρέχεται μέσω στοχευμένου σχεδιασμού εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων που ανταποκρίνονται στις εκπαιδευτικές ανάγκες και στις σύγχρονες μεθόδους και προσεγγίσεις κατάρτισης στο πλαίσιο της έννοιας της δια βίου μάθησης. Εκτιμώντας την ανάγκη για εκπαίδευση στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, οι σύμβουλοι επιχειρήσεων εστιάζουν στη στρατηγική διαχείριση, τον επιχειρηματικό σχεδιασμό, τη συμμετοχή σε προγράμματα χρηματοδότησης, τις νομικές υπηρεσίες και την πρόσβαση στην αγορά. Η ανάγκη για κατάρτιση στον τομέα της ανάλυσης μάρκετινγκ, της τεχνολογίας και της ηγεσίας θεωρείται ως απόκτηση βασικών δεξιοτήτων που είναι απαραίτητες για την εργασία στο εξωτερικό περιβάλλον.

Τα πεδία των εξειδικευμένων εκπαιδεύσεων στην κοινωνική επιχειρηματικότητα ποικίλλουν ανάλογα με τις συμβουλευτικές υπηρεσίες, αλλά στοχεύουν στη διαχείριση, τον προγραμματισμό και την ανάπτυξη επιχειρήσεων. Οι προσωπικές ικανότητες και οι διαπροσωπικές δεξιότητες που είναι απαραίτητες για το έργο των συμβούλων επιχειρήσεων και των συμβούλων περιλαμβάνουν δεξιότητες επικοινωνίας, συνεργασίας και παρουσίασης, δεξιότητες ανάλυσης και κριτικής σκέψης, οργανωτικές δεξιότητες, δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων, καινοτόμο σκέψη, ηγετικές δεξιότητες, ομαδική εργασία, διαχείριση χρόνου και ψηφιακές δεξιότητες. Τα καθήκοντα και οι εργασίες τους επικεντρώνονται στην παροχή υποστήριξης σε διάφορους τομείς, ιδίως στον επιχειρηματικό σχεδιασμό, την ανάπτυξη και διαχείριση επιχειρήσεων, τη διαχείριση έργων, την κατάρτιση, την καθοδήγηση και την καθοδήγηση. Είναι απαραίτητο να βρεθούν και να προωθηθούν οι καλές πρακτικές και τα μοντέλα κατάρτισης για την απόκτηση δεξιοτήτων και πρόσθετων προσόντων, καθώς και να δημιουργηθούν συνθήκες για την ανταλλαγή καλών παραδειγμάτων μέσω της δημιουργίας εθνικών και διεθνών δικτύων για την ανταλλαγή γνώσεων και εμπειριών.

A. Μέθοδοι

- **Δεξιότητες και ικανότητες δεδομένων για τους συμβούλους κοινωνικών επιχειρήσεων**
Στην παρούσα ενότητα, τα θέματα που σχετίζονται με την παρούσα μελέτη συζητήθηκαν στις ακόλουθες υποενότητες: Σχέση μεταξύ δεξιοτήτων και ικανοτήτων για τους συμβούλους κοινωνικών επιχειρήσεων и Προκλήσεις και ανάγκες κατάρτισης των συμβούλων κοινωνικών επιχειρήσεων - εμπειρική ανασκόπηση και θεωρητικό πλαίσιο.
- **Σχέση μεταξύ δεξιοτήτων και ικανοτήτων για τους συμβούλους κοινωνικών επιχειρήσεων.** Σχέση μεταξύ δεξιοτήτων και ικανοτήτων για τους συμβούλους κοινωνικών επιχειρήσεων παρέχοντας απασχόληση σε άτομα που είναι δύσκολο να ανταγωνιστούν στην κύρια αγορά εργασίας (Terzиеv et al., 2016c). Πολλές κοινωνικές επιχειρήσεις που χρειάζονται επιχειρηματική υποστήριξη και καθοδήγηση αντιμετωπίζουν προκλήσεις στον εντοπισμό διαφορετικών μορφών εργασίας. Η εργασία σε αυτές απαιτεί ευελιξία, δεξιότητες, ικανότητες για την αντιμετώπιση των προκλήσεων του περιβάλλοντος. Θεωρείται ότι οι εξωτερικοί σύμβουλοι ή οι σύμβουλοι επιχειρήσεων δεν έχουν πλήρη επίγνωση αυτών των διαφορών και των επιπτώσεών τους (Allinson et al., 2011).

Η ανάπτυξη των δεξιοτήτων και των ικανοτήτων των συμβούλων επιχειρήσεων αποσκοπεί στη βελτίωση της ευαισθητοποίησης και των σχέσεων εταιρικής σχέσης με τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Η ανάπτυξη αυτή βασίζεται στην προσωπική εμπειρία και τα επιτεύγματα των συμβούλων επιχειρήσεων, τα οποία παρέχει με τη μορφή επαγγελματικών συμβουλών σε μια σειρά θεμάτων που σχετίζονται με τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Η γνώση, η επάρκεια και η ευαισθητοποίηση των συμβούλων επιχειρήσεων είναι η ικανότητα να κατανοούν τις προσδοκίες των κοινωνικών επιχειρηματιών και να αποφασίζουν πώς θα πρέπει να ικανοποιηθούν αυτές οι προσδοκίες. Η σχέση μεταξύ των δεξιοτήτων και των ικανοτήτων των επιχειρηματικών συμβούλων αντανακλά τον ρόλο των επιχειρηματικών συμβούλων να εντοπίζουν τις ευκαιρίες για τη βελτίωση των υπηρεσιών των κοινωνικών επιχειρήσεων και την ανάπτυξη επαγγελματικών δικτύων στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Ο κύριος ρόλος των επιχειρηματικών συμβούλων στην παροχή συμβουλών σε κοινωνικούς επιχειρηματίες είναι συμβουλευτικός. Οι σύμβουλοι επιχειρήσεων έχουν την ευθύνη για τη λήψη αποφάσεων και τη διαχείριση στο πλαίσιο της κοινής τους εργασίας. Οι κύριες δεξιότητες των κοινωνικών συμβούλων που στοχεύουν στην κοινωνική επιχειρηματικότητα θα μπορούσαν να παρουσιαστούν ως εξής στον Πίνακα 1 (SESBA O2, 2016).

Στο σύνολό τους, οι δεξιότητες και οι ικανότητες των συμβούλων επιχειρήσεων που προορίζονται για κοινωνικούς επιχειρηματίες επικεντρώνονται στην αποτελεσματική διαχείριση ενός χαρτοφυλακίου πελατών που συμμετέχουν σε διάφορα χρηματοδοτούμενα/επιχορηγούμενα σχήματα, προγράμματα και πρωτοβουλίες προκειμένου να τους βοηθήσουν και να υποστηρίξουν τη δημιουργία και τη βιωσιμότητα της δικής τους επιχείρησης, τη βοήθεια στον επιχειρηματικό σχεδιασμό, την ανάπτυξη και τη διαχείριση επιχειρήσεων, τη διαχείριση έργων, την κατάρτιση ή την καθοδήγηση.

B. Προκλήσεις και ανάγκες κατάρτισης των συμβούλων κοινωνικών επιχειρήσεων

Η αξιολόγηση των εκπαιδευτικών αναγκών των συμβούλων επιχειρήσεων είναι απαραίτητη για να εξασφαλιστεί η αποτελεσματική ανάπτυξη των δεξιοτήτων και των ικανοτήτων τους. Όπως δήλωσε ο Kaufman, “η ανάγκη είναι το χάσμα μεταξύ των σημερινών και των επιθυμητών (ή απαιτούμενων) αποτελεσμάτων, ή (διατυπωμένο με άλλο τρόπο) το χάσμα στα αποτελέσματα μεταξύ αυτού που είναι και αυτού που θα έπρεπε να είναι” (1994, σ. 14, όπως αναφέρεται στο Iqbal & Khan, 2011). Οι Gupta, Slezzer και Russ-Eft (2007) σημείωσαν ότι το κενό μάθησης ή απόδοσης μεταξύ της τρέχουσας κατάστασης και της επιθυμητής κατάστασης ονομάζεται “ανάγκη”. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφική κατάρτιση, η ανάλυση αναγκών είναι μια διαδικασία εντοπισμού προβλημάτων που σηματοδοτούνται από ελλείψεις στη συμμόρφωση με πρότυπα ή εξωτερικές απαιτήσεις και που μπορούν να επιλυθούν εν όλω ή εν μέρει με κατάρτιση (Goldstein, 1993). Ο κύριος σκοπός μιας ανάλυσης εκπαιδευτικών αναγκών είναι να πραγματοποιηθεί μια συστηματική διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο είναι τα πράγματα και του τρόπου με τον οποίο θα έπρεπε να είναι - πρόκειται για τον καθορισμό του χάσματος απόδοσης. Σύμφωνα με τον Tracey (2004, σ. 678), “Το πρώτο βήμα της διαδικασίας κατάρτισης έχει σχεδιαστεί για να προσδιορίσει τα κενά απόδοσης που μπορούν να διορθωθούν με την κατάρτιση. Αποτελείται από την παρακολούθηση, τη διερεύνηση και την ανάλυση των δεδομένων”. Προκειμένου να υπάρξει μια ολοκληρωμένη ανάλυση των εκπαιδευτικών αναγκών, απαιτείται μια αξιολόγηση προκειμένου να ληφθούν πληροφορίες σχετικά με τις δύο καταστάσεις (τρέχουσα έναντι επιθυμητής), να συγκριθούν, να εντοπιστούν τα κενά και να καταλήξουν σε προτεραιότητες βάσει των αναγκών για περαιτέρω ενέργειες (Altschuld & Lepicki 2010, όπως αναφέρεται στο Iqbal & Khan, 2010).

Για τους σκοπούς της μελέτης υποθέτουμε ότι το χάσμα είναι η διαφορά μεταξύ των γνώσεων και των ικανοτήτων των συμβούλων επιχειρήσεων και αυτών που θα έπρεπε να γνωρίζουν και να είναι ικανοί για να παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες προσαρμοσμένες στις ανάγκες και την κουλτούρα των κοινωνικών επιχειρηματιών. Σε αυτό το πλαίσιο, η ανάλυση των εκπαιδευτικών αναγκών είναι ο εντοπισμός του χάσματος μεταξύ του status quo, της τρέχουσας κατάστασης

και την αναγκαία κατάσταση στην παροχή επιχειρηματικών συμβουλών όσον αφορά την ανάγκη για δεξιότητες, ιδίως στην παροχή υπηρεσιών σε κοινωνικούς επιχειρηματίες και επιχειρήσεις. Τα κύρια σημεία της ανάλυσης θα πρέπει να περιλαμβάνουν τα ακόλουθα ερωτήματα: προσδιορισμός των υφιστάμενων προσόντων των επιχειρηματικών συμβούλων, συμπεριλαμβανομένης της εκπαίδευσης, της εξειδίκευσης, της επαγγελματικής εμπειρίας- προσδιορισμός των διαπροσωπικών δεξιοτήτων και ικανοτήτων των ατόμων που εργάζονται στον τομέα των επιχειρηματικών συμβουλών- προσδιορισμός των χαρακτηριστικών της αποτελεσματικής υποστήριξης των κοινωνικών επιχειρηματιών- αξιολόγηση των απαιτήσεων σε δεξιότητες όσον αφορά την παροχή υποστήριξης στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας με έμφαση στις τεχνικές για τη συμβουλευτική υποστήριξη- αξιολόγηση της έλλειψης δεξιοτήτων των επιχειρηματικών συμβούλων στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και της υποστήριξης των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Ως εκ τούτου, η ανάλυση των αναγκών κατάρτισης εξαρτάται από:

- το βαθμό στον οποίο μπορεί να διαγνώσει με ακρίβεια την τρέχουσα κατάσταση,
- το βαθμό στον οποίο όλα τα άμεσα εμπλεκόμενα πρόσωπα είναι σε θέση να περιγράψουν ρεαλιστικά και με ακρίβεια την ικανότητα, την παροχή υπηρεσιών, τους στόχους, τα σχέδια, τις στρατηγικές κ.λπ.
- το βαθμό στον οποίο λαμβάνονται υπόψη εξωτερικοί παράγοντες, όπως τα χαρακτηριστικά των ίδιων των κοινωνικών επιχειρηματιών, οι αλλαγές στον τομέα, οι κρατικές πολιτικές και παρόμοια ζητήματα,
- το βαθμό κατανόησης των μελλοντικών εξελίξεων και η ακρίβεια των προβλέψεων κ.λπ.

Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, κατά την εφαρμογή της ανάλυσης εκπαιδευτικών αναγκών εξετάζονται συνήθως οι εκπαιδευτικές ανάγκες σε τρία επίπεδα: οργανωτικό, εργασιακό και ατομικό (Gurta κ.ά., 2007). Η αξιολόγηση της κατάρτισης σε οργανωτικό επίπεδο αποσκοπεί στον προσδιορισμό όλων των απαραίτητων παρεμβάσεων για την ανάπτυξη της αποτελεσματικότητας των μελών του προσωπικού του οργανισμού. Ασχολείται με τον αντίκτυπο των θεσμικών αλλαγών, την ενίσχυση των εσόδων, τις αλλαγές στις τεχνολογίες και γενικά θέματα που επηρεάζουν τους οργανισμούς και την αποτελεσματικότητα της εργασίας. Σε αυτό το επίπεδο χρησιμοποιούνται νομικά έγγραφα, επίσημα έγγραφα, επιχειρηματικά σχέδια, εκθέσεις, γνωμοδοτήσεις εμπειρογνομώνων. Η αξιολόγηση των εκπαιδευτικών αναγκών σε επίπεδο καθηκόντων αποσκοπεί στον προσδιορισμό των απαραίτητων γνώσεων, δεξιοτήτων και προσόντων των ατόμων προκειμένου να είναι σε θέση να επιτύχουν το ιδανικό σημείο αποτελεσματικότητας σε συγκεκριμένα καθήκοντα.

Η αξιολόγηση της κατάρτισης σε οργανωτικό επίπεδο αποσκοπεί στον εντοπισμό όλων των απαραίτητων παρεμβάσεων για την ανάπτυξη της αποτελεσματικότητας των μελών του προσωπικού ενός οργανισμού. Εξετάζει τον αντίκτυπο των θεσμικών αλλαγών, των αυξημένων εισοδημάτων, των τεχνολογικών αλλαγών καθώς και των 42 γενικών θεμάτων που επηρεάζουν τους οργανισμούς και την αποτελεσματικότητα της εργασίας. Σε ατομικό επίπεδο, η ανάλυση της ανάγκης για κατάρτιση αναφέρεται στον προσδιορισμό των διαφορών μεταξύ των διαθέσιμων και των επιθυμητών γνώσεων και δεξιοτήτων που είναι απαραίτητες για την επαρκή εκτέλεση μιας εργασίας και επικεντρώνεται κυρίως στα ίδια τα άτομα. Δεδομένων αυτών των επιπέδων και του γεγονότος ότι οι σύμβουλοι επιχειρήσεων που παρέχουν υπηρεσίες σε κοινωνικές επιχειρήσεις μπορεί να έχουν διαφορετικό καθεστώς υπαλλήλου (μπορεί να είναι ανεξάρτητοι υπάλληλοι ή υπάλληλοι σε άλλες οικονομικές οντότητες - ιδιωτικές ή δημόσιες), η ανάλυση των αναγκών κατάρτισης θα πρέπει να περιλαμβάνει και τα τρία επίπεδα, με διαφορετικά οριακά εύρη ανάλογα με τους στόχους που έχουν τεθεί.

Γ. Σχεδιασμός έρευνας

Η έρευνα παρουσιάζει τα αποτελέσματα μιας πιλοτικής μελέτης που πραγματοποιήθηκε στη Βουλγαρία στο πλαίσιο του σχεδίου SESBA.

Δεξιότητες κοινωνικής επιχειρηματικότητας για συμβούλους επιχειρήσεων. Οι μελέτες πεδίου πραγματοποιήθηκαν με βάση πρωτογενή και δευτερογενή στοιχεία. Η συλλογή των πρωτογενών δεδομένων πραγματοποιήθηκε σε δύο μέρη. Το πρώτο μέρος περιελάμβανε έρευνα ερωτηματολογίου για τη συλλογή πληροφοριών και δεδομένων με τη χρήση προσωπικής συνέντευξης. Εκατόν τέσσερις εκπρόσωποι διαφόρων τύπων οργανώσεων από τη Νότια Κεντρική Περιφέρεια /SCR/, διοικητική περιφέρεια της Φιλιππούπολης, πήραν συνέντευξη. Περίπου το 47% των κοινωνικών επιχειρήσεων της SCR ήταν συγκεντρωμένες στη διοικητική περιφέρεια της Φιλιππούπολης. Το ποσοστό των μη χρηματοπιστωτικών επιχειρήσεων που αυτοπροσδιορίζονται ως κοινωνικές επιχειρήσεις ήταν 66% και 34% για εκείνες που αυτοπροσδιορίζονται ως μη κερδοσκοπικές επιχειρήσεις. Στην έρευνα συμμετείχαν εκπρόσωποι μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, κοινωνικών επιχειρήσεων, εκπαιδευτικών και μη κυβερνητικών οργανώσεων που υποστηρίζουν τους κοινωνικούς επιχειρηματίες ή παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες για τα ακόλουθα θέματα:

- Τύποι οργανισμών που παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες σε κοινωνικούς επιχειρηματίες,
- Επιχειρηματικές συμβουλές που προσφέρονται σε κοινωνικούς επιχειρηματίες,
- Πλαίσιο στήριξης για την έναρξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και
- Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες χρειάζονται συμβουλές.

Στο δεύτερο μέρος της μελέτης εφαρμόστηκαν οι ακόλουθες τεχνικές συλλογής πληροφοριών για τους σκοπούς της παρούσας ανάλυσης των εκπαιδευτικών αναγκών των συμβούλων επιχειρήσεων: Ανασκόπηση των υφιστάμενων εγγράφων, ατομικές συνεντεύξεις και συζητήσεις με τους σχετικούς φορείς/ ενδιαφερόμενους φορείς. Οι τεχνικές αυτές υποστηρίχθηκαν επίσης από μια έρευνα, η οποία περιελάμβανε δομημένες ερωτήσεις προς τους ακόλουθους εμπειρογνώμονες: φορείς παροχής συμβούλων επιχειρήσεων - σύμβουλοι επιχειρήσεων ως κοινωνικοί επιχειρηματίες. Από κάθε ομάδα έγιναν συνεντεύξεις με 10 εκπροσώπους.

Τα δευτερογενή δεδομένα αντλήθηκαν από επίσημα στοιχεία, εκθέσεις, επίσημες ιστοσελίδες κ.λπ. Τα κύρια θέματα που διερευνήθηκαν αφορούσαν:

- Επαγγελματικό προφίλ των συμβούλων επιχειρήσεων (καθήκοντα και εργασίες, γνώσεις, δεξιότητες, εξειδίκευση στην εκπαίδευση, πορεία σταδιοδρομίας, νομικό πλαίσιο, καθεστώς απασχόλησης, τάσεις και προοπτικές).
- Υπάρχοντα προσόντα, δεξιότητες και περαιτέρω ανάγκες.
- Η ανάγκη επιχειρηματικής υποστήριξης από τους κοινωνικούς επιχειρηματίες και τρόποι εκμετάλλευσης της επιχειρηματικής υποστήριξης.
- Παροχή επιχειρηματικής υποστήριξης από επιχειρηματικούς συμβούλους (σε όλα τα στάδια ανάπτυξης μιας κοινωνικής επιχείρησης).
- Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση για επιχειρηματική στήριξη (έλλειψη ενημέρωσης, αντιλήψεις των κοινωνικών επιχειρηματιών για την επιχειρηματική στήριξη κ.λπ.)
- Τρόποι ανάπτυξης της ζήτησης για στήριξη των επιχειρήσεων.
- Οι απαιτήσεις των συμβούλων επιχειρήσεων που παρέχουν υπηρεσίες σε κοινωνικούς επιχειρηματίες και τρόποι για την αποτελεσματική υποστήριξη των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Δ. Αποτελέσματα και συζήτηση

Το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκε στους ερωτηθέντες που αυτοπροσδιορίστηκαν στην κατηγορία των επιχειρήσεων (59%). Οι περιφερειακοί φορείς που παρέχουν υποστήριξη σε επιχειρήσεις ή συμβουλευτικές υπηρεσίες (13%) είχαν επίσης καλή εκπροσώπηση, καθώς και οι οργανισμοί κατάρτισης (8%). Η πλειονότητα των ερωτηθέντων ανήκε στην ηλικιακή ομάδα από 30 έως 55 ετών (67%) και είχε πανεπιστημιακή εκπαίδευση (82%), δεδομένου ότι η μελέτη ήταν προσανατολισμένη σε εκπροσώπους οργανισμών που εκτελούσαν καθήκοντα εμπειρογνομόνων ή κατείχαν διευθυντικές θέσεις. Οι τρέχουσες δεξιότητες, τα αποκτηθέντα προσόντα, οι ικανότητες και η εμπειρογνομοσύνη των ερωτηθέντων αφορούσαν κυρίως τους ακόλουθους τομείς: εργασία σε συνεταιρισμούς, συμπεριλαμβανομένων των κοινωνικών συνεταιρισμών, εργασία στον κοινωνικό τομέα, εργασία με παιδιά, άτομα και οικογένειες σε κίνδυνο, εργασία με άτομα από κοινωνικές δομές, εθελοντική εργασία, εργασία ως καθηγητής, συμπεριλαμβανομένης της κατάρτισης παιδιών με ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες, εργασία ως λογιστής, συμπεριλαμβανομένης της κατάρτισης κοινωνικών επιχειρήσεων, εμπειρία στο εξωτερικό (Καναδάς), συμπεριλαμβανομένης της παρατήρησης της ανάπτυξης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού στην επιχείρηση, εργασία σε μη κυβερνητική οργάνωση, εργασία σε δημοτικές δομές.

Οι εξειδικευμένες δεξιότητες και ικανότητες στην κοινωνική επιχειρηματικότητα και τα εργαλεία συμβουλευτικής που δόθηκαν στους συμβούλους επιχειρήσεων ήταν προσανατολισμένα στους κύριους στόχους και τις επιδιώξεις των επιχειρηματικών οργανώσεων. Η φιλοδοξία των ερωτηθέντων ήταν να αποκτήσουν δεξιότητες για την επίτευξη υπευθυνότητας και κέρδους, ακολουθούμενα από τις κοινωνικές αξίες και τις επαγγελματικές σχέσεις, την επικοινωνία με το εξωτερικό περιβάλλον και την εξέλιξη της σταδιοδρομίας. Η θέση της υπευθυνότητας πριν από το κέρδος είναι ενδεικτική της γενικής γνώμης για την ανάγκη αλλαγής σε νέα επιχειρηματικά μοντέλα προσανατολισμένα σε κάτι περισσότερο από το κέρδος, ιδίως στη διασύνδεση των δραστηριοτήτων των οργανισμών με σημαντικούς κοινωνικούς στόχους. Η φιλοδοξία για την επίτευξη της επαγγελματικής ανάπτυξης περιγράφηκε με σαφήνεια. Ο ρόλος των επαγγελματικών σχέσεων εγείρει ορισμένα σημαντικά ζητήματα ενώπιον των συμβούλων επιχειρήσεων σχετικά με τα εξής: προσδιορισμός των υφιστάμενων προσόντων των συμβούλων επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένης της εκπαίδευσης, της εξειδίκευσης, της εμπειρογνομοσύνης, ποιοι είναι οι σημαντικοί στόχοι που πρέπει να επιτευχθούν και ποιες δεξιότητες πρέπει να αποκτηθούν, πώς πρέπει να αποκτηθούν και ποιες ενέργειες πρέπει να αναληφθούν για την ανάπτυξή τους, τι είδους κατάρτιση πρέπει να αναληφθεί στο πλαίσιο της έννοιας της δια βίου μάθησης, προσδιορισμός των διαπροσωπικών δεξιοτήτων και ικανοτήτων για την παροχή επιχειρηματικών συμβουλών και ποιες από τις επερχόμενες δεξιότητες πρέπει να συνεχίσουν να εξελίσσονται και ποιες νέες σχέσεις πρέπει να οικοδομηθούν. Η σκόπιμη αναζήτηση ευκαιριών κοινωνικής αξίας προκαλεί τους συμβούλους επιχειρήσεων να εργαστούν πάνω σε δεξιότητες για την ανάπτυξη στρατηγικών με στόχο τη μεγιστοποίηση του κοινωνικού τους αντίκτυπου. Το θέμα των προσωπικών σχέσεων παρουσιάζει μεγαλύτερες διακυμάνσεις σε σύγκριση με τα υπόλοιπα και όταν τα αποτελέσματα υπολογίζονται κατά μέσο όρο καταλαμβάνει την τελευταία θέση.

Οι σύμβουλοι επιχειρήσεων συχνά πιστεύουν ότι οι ανάγκες υποστήριξης των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι σε γενικές γραμμές παρόμοιες με εκείνες των παραδοσιακών επιχειρήσεων. Μερικές φορές, ωστόσο, η διαδικασία λήψης αποφάσεων και η παροχή στήριξης στην κοινωνική επιχείρηση περιπλέκεται λόγω του κοινωνικού σκοπού και των στόχων. Η μελέτη έδειξε ορισμένες ιδιαιτερότητες των αναγκών και των απαιτήσεων των κοινωνικών επιχειρήσεων, καθώς και τις βασικές διαφορές μεταξύ των παραδοσιακών και των κοινωνικών μοντέλων στήριξης επιχειρήσεων. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις χρειάζονται υποστήριξη που σχετίζεται με τη διαβούλευση και την κατάρτιση.

Όσον αφορά τις ανάγκες των τύπων συμβουλευτικών υπηρεσιών, οι ερωτηθέντες έδωσαν ιδιαίτερη έμφαση στις υπηρεσίες στον τομέα της διαχείρισης, της χρηματοδότησης των δραστηριοτήτων και της συμμετοχής σε προγράμματα χρηματοδότησης, της συγκέντρωσης κεφαλαίων, της στρατηγικής διαχείρισης, των νομικών υπηρεσιών και της πρόσβασης στις αγορές. Οι συμβουλευτικές υπηρεσίες στον τομέα του επιχειρηματικού σχεδιασμού, της τεχνολογίας, της ανάλυσης μάρκετινγκ και της ηγεσίας της συμμετοχής έλαβαν επίσης καλή αξιολόγηση. Οι σύμβουλοι επιχειρήσεων αντιμετωπίζουν μια σειρά υποχρεώσεων και καθηκόντων όταν παρέχουν υπηρεσίες σε κοινωνικές επιχειρήσεις. Θα πρέπει να έχουν επίγνωση του ρόλου και του πεδίου εφαρμογής τους στο πλαίσιο της κοινωνικής επιχείρησης. Απαιτείται ένα σύνολο δεξιοτήτων και προσόντων που θα επιτρέψουν στους συμβούλους να παρέχουν τις υπηρεσίες τους με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο. Οι απαιτούμενες δεξιότητες και ικανότητες ποικίλουν ανάλογα με τη φύση των συμβουλευτικών υπηρεσιών, αλλά επικεντρώνονται κυρίως στη διαχείριση των επιχειρήσεων και την επιχειρηματική ανάπτυξη.

Η αξιολόγηση των επιχειρηματικών δεξιοτήτων στις κοινωνικές επιχειρήσεις κυμαίνεται από καλή έως πολύ καλή για όλες τις δεξιότητες που απαριθμούνται στην ακόλουθη φθίνουσα διαβάθμιση: διοίκηση, ομαδική εργασία, πρωτοβουλία, επικοινωνιακές δεξιότητες, θετικότητα στην αλλαγή, καινοτομία, οργανωτική δομή και κουλτούρα, ανεξάρτητη λήψη αποφάσεων, εντοπισμός νέων επιχειρηματικών ευκαιριών, ενεργητικότητα, διαχείριση εθελοντών, αξιολόγηση και διαχείριση κινδύνων, κατανόηση των κινήτρων και των απόψεων των ενδιαφερομένων μερών, σχέση με τις τοπικές κοινότητες, συνεργασία με τοπικές αρχές και θεσμούς, δικτύωση, προσαρμοστικότητα, δημιουργική σκέψη σε ασαφή προβλήματα, καθορισμός προβλημάτων, ευκαιριών και λύσεων για τη δημιουργία αξίας, συμμετοχική ηγεσία, αντοχή στα λάθη και μάθηση μέσα από αυτά, δράση μετά από ανάλυση, δημοκρατική διακυβέρνηση, απόκτηση νομιμότητας, επιδίωξη προσωπικής πραγμάτωσης ως μέλος ενός επαγγέλματος που δημιουργεί αξία. Οι ερωτηθέντες δήλωσαν ότι όλες οι μορφές εκπαίδευσης (τυπική, άτυπη και μη τυπική) είναι απαραίτητες για την ανάπτυξη επιχειρηματικών ικανοτήτων.

Επιπλέον, η μελέτη καθόρισε το ρόλο των συμβούλων στην κατάρτιση των εργαζομένων στις κοινωνικές επιχειρήσεις, την πραγματοποίηση επαφών και μόνιμων σχέσεων με τους κοινωνικούς εταίρους, καθώς και τις ευκαιρίες για την ανάπτυξη κοινωνικών δραστηριοτήτων και επικοινωνίας. Το 66% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι συμφωνούν πλήρως με τις εξειδικευμένες εκπαιδεύσεις στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Η επαγγελματική κατάρτιση ήταν η πιο κατάλληλη σύμφωνα με τις μέσες εκτιμήσεις που έδωσαν οι ερωτηθέντες, ακολουθούμενη από τη μη τυπική και την άτυπη εκπαίδευση. Όσον αφορά την τριτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση οι διακυμάνσεις ήταν μεγαλύτερες. Το κύριο περιεχόμενο της κατάρτισης είναι η κατανόηση του ρόλου του επιχειρηματικού συμβούλου στον εντοπισμό των ευκαιριών για τη βελτίωση των υπηρεσιών προς τις κοινωνικές επιχειρήσεις, η ανάπτυξη επαγγελματικών δικτύων στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Αυτό θα συμβάλει στην καλύτερη κατανόηση των προσδοκιών των κοινωνικών επιχειρήσεων και θα αποφασίσει πώς πρέπει να ικανοποιηθούν αυτές οι προσδοκίες.

E. Συμπεράσματα

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα αναγνωρίζεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση ως βασικό μέσο για την περιφερειακή συνοχή και την αντιμετώπιση των προβλημάτων της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα ως έννοια επιτρέπει τη δημιουργία εναλλακτικών μοντέλων κοινωνικών επιχειρήσεων για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας που είναι προσανατολισμένη στην αγορά και ταυτόχρονα ενσωματώνει όλες τις οντότητες της αγοράς - εργαζόμενους, εργοδότες, επενδυτές, καταναλωτές κ.λπ. Η ανάγκη για κοινωνική επιχειρηματικότητα αναπτύσσει νέα πρότυπα ενεργής κοινωνικής βοήθειας και

ένταξης στην οποία οι καταναλωτές και οι πελάτες ενθαρρύνονται να αναλάβουν μεγαλύτερη ευθύνη. Τα κοινωνικά οφέλη αξιολογούνται με την ένταξη και την απασχόληση μειονεκτούντων ατόμων, τη συμβολή στη διαδικασία κοινωνικής ένταξης και τη δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου. Ο ρόλος των κοινωνικών επιχειρήσεων και η ανάπτυξή τους στη σύγχρονη κοινωνία συζητείται πρόσφατα μέσα από τις προοπτικές που θέτει η στρατηγική της ΕΕ για έξυπνη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη.

Η συμβολή των κοινωνικών επιχειρήσεων στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη μπορεί να εξεταστεί από διαφορετικές οπτικές γωνίες:

- παροχή πρόσβασης στις βασικές υπηρεσίες (κοινωνικές, εκπαιδευτικές και υγειονομικές) των τοπικών κοινοτήτων, συμπεριλαμβανομένων των πιο ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού,
- συμβολή σε μια πιο ισορροπημένη χρήση των τοπικών πόρων, με την υποστήριξη των ενδιαφερομένων μερών, η οποία προωθεί μοντέλα διακυβέρνησης χωρίς αποκλεισμούς που επιτρέπουν στις τοπικές κοινότητες να λαμβάνουν στρατηγικές αποφάσεις,
- υποστήριξη της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας ως αποτέλεσμα της παροχής νέων υπηρεσιών που παρέχονται σε μειονεκτούντα άτομα,
- ένταξη στην αγορά εργασίας των μειονοτήτων, των ανύπαντρων γυναικών, των ατόμων με αναπηρία κ.λπ., οι οποίοι παραμένουν αποκλεισμένοι από ευκαιρίες δημιουργίας εισοδήματος.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις χρειάζονται κυρίως υποστήριξη και συμβουλές που παρέχονται από καλά εκπαιδευμένους επαγγελματίες συμβούλους επιχειρήσεων, οι οποίοι διαθέτουν τις απαραίτητες βασικές δεξιότητες, προσόντα και ικανότητες για την παροχή συμβουλών για την ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων. Υπάρχει μεγάλη ανάγκη για κατάρτιση που να επικεντρώνεται στην απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων για την κοινωνική επιχειρηματικότητα, τεχνικών συμβουλευτικής και κοινωνικών δεξιοτήτων. Τα προβλήματα στην παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών σε κοινωνικές επιχειρήσεις οφείλονται κυρίως στην έλλειψη πληροφοριών, γνώσεων και στην έλλειψη κατάλληλης, έγκαιρης και επαρκούς υποστήριξης, γεγονός που εφιστά και πάλι την προσοχή στην ανάγκη εξειδικευμένης κατάρτισης για τους συμβούλους επιχειρήσεων που να καλύπτει μια σειρά από θέματα στον τομέα του δικαίου, της διακυβέρνησης, της οικονομίας και της χρηματοδότησης των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Αυτό επιβεβαιώνεται επίσης από τις μελέτες στις οποίες συμμετείχαν σύμβουλοι επιχειρήσεων και εκπρόσωποι κοινωνικών επιχειρήσεων και κοινωνικών εταίρων, οι οποίοι υποστηρίζουν την ανάγκη κατάρτισης καθώς και τη δημιουργία κοινωνικής αξίας για να προκαλέσουν τους συμβούλους επιχειρήσεων να εργαστούν πάνω σε δεξιότητες για την ανάπτυξη στρατηγικών για τη μεγιστοποίηση του κοινωνικού τους αντίκτυπου. Η εστίαση στην ανάγκη για συμβουλευτικές υπηρεσίες τοποθετείται στον τομέα της διαχείρισης, της χρηματοδότησης των δραστηριοτήτων και της συμμετοχής σε προγράμματα χρηματοδότησης, της συγκέντρωσης κεφαλαίων, της στρατηγικής διαχείρισης, του επιχειρηματικού σχεδιασμού, των νομικών υπηρεσιών και της πρόσβασης στις αγορές. Στόχος είναι η απόκτηση βασικών δεξιοτήτων και ικανοτήτων για την επίτευξη υπευθυνότητας και κέρδους, ενώ ακολουθούν οι κοινωνικές αξίες και οι επαγγελματικές σχέσεις, η επικοινωνία με το εξωτερικό περιβάλλον και η επαγγελματική εξέλιξη. Η τοποθέτηση της ευθύνης πριν από το κέρδος είναι ενδεικτική της ανάγκης αλλαγής σε νέα επιχειρηματικά μοντέλα προσανατολισμένα προς την ιδιαίτερη σύνδεση των δραστηριοτήτων των οργανισμών με σημαντικούς κοινωνικούς στόχους.

Οι σύμβουλοι επιχειρήσεων παρέχουν συνήθως οικονομικές και στρατηγικές συμβουλές σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, συνεταιρισμούς, κοινωνικές επιχειρήσεις και άλλες μορφές εταιρικών σχηματισμών. Οι σύμβουλοι επιχειρήσεων πρέπει επίσης να διαθέτουν άριστο επιχειρηματικό αισθητήριο και έντονες επικοινωνιακές δεξιότητες, προκειμένου να είναι σε θέση να υποστηρίξουν επαρκώς τους κοινωνικούς επιχειρηματίες

Οι δεξιότητες και οι ικανότητες που απαιτούνται για τους συμβούλους επιχειρήσεων ποικίλουν ανάλογα με τα είδη των συμβουλευτικών υπηρεσιών, αλλά στοχεύουν κυρίως στη διαχείριση και την ανάπτυξη επιχειρήσεων. Οι προσωπικές ικανότητες και οι διαπροσωπικές δεξιότητες που απαιτούνται για τη θέση του συμβούλου επιχειρήσεων περιλαμβάνουν: δεξιότητες επικοινωνίας, συνεργασίας και παρουσίασης, αναλυτικές και κριτικές δεξιότητες, οργανωτικές δεξιότητες, δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων, καινοτόμο σκέψη, ηγετικές δεξιότητες, ομαδική εργασία, διαχείριση χρόνου και ψηφιακές δεξιότητες. Τα καθήκοντα και οι εργασίες τους επικεντρώνονται στην παροχή υποστήριξης σε διάφορους τομείς, ιδίως στον επιχειρηματικό σχεδιασμό, την ανάπτυξη και διαχείριση επιχειρήσεων, τη διαχείριση έργων, την κατάρτιση και την καθοδήγηση. Απαιτείται εξειδίκευση ή/και εμπειρία στον τομέα της επιχειρηματικής καθοδήγησης, της καθοδήγησης και της ανάπτυξης μικρών επιχειρήσεων ή κοινωνικών επιχειρήσεων, καθώς και γνώση και κατανόηση των βασικών τομέων που σχετίζονται με την έναρξη μιας επιχείρησης- γνώση και εμπειρία στην προετοιμασία και διαχείριση διαδικασιών χρηματοδότησης- εμπειρία στην ανάπτυξη επιχειρήσεων ή στον επαγγελματικό ρόλο του πελάτη- εμπειρία στη συνεργασία με μειονότητες- αποδεδειγμένη εμπειρία στην παροχή συμβουλών και κατάρτισης για κοινωνικές επιχειρήσεις - εμπειρία στη χρήση διαδραστικών μέσων για κατάρτιση και παρουσιάσεις.

5. Επιπτώσεις και προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Οι εξειδικευμένες εκπαιδεύσεις στην κοινωνική επιχειρηματικότητα και τα συμβουλευτικά εργαλεία που παρέχονται στους συμβούλους επιχειρήσεων θα πρέπει να προσανατολίζονται στην απόκτηση γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων στον τομέα της διαχείρισης και της επικοινωνίας, με ιδιαίτερη έμφαση στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, την κοινωνική καινοτομία και τις δεξιότητες. Αυτό είναι εφικτό μέσω στοχευμένων, σχεδιασμένων εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων που ανταποκρίνονται στις διαπιστευμένες μαθησιακές ανάγκες και τις σύγχρονες μεθόδους και προσεγγίσεις στην παροχή εκπαίδευσης στο πλαίσιο της έννοιας της δια βίου μάθησης. Τα αποτελέσματα της μελέτης ενθαρρύνουν την περαιτέρω επέκταση του πεδίου συλλογής δεδομένων και οδηγούν τη θεωρητική ανάπτυξη του θέματος σε μελλοντική εμπειρική έρευνα. Επιπλέον, η παρούσα μελέτη αποτελεί την πρώτη ποσοτική προσέγγιση για την έρευνα των δεξιοτήτων και των προσόντων των συμβούλων επιχειρήσεων και των συμβούλων στην κοινωνική επιχειρηματικότητα στη Βουλγαρία. Η απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων εκ μέρους των συμβούλων επιχειρήσεων είναι ζωτικής σημασίας για τη μελλοντική ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων στη χώρα.

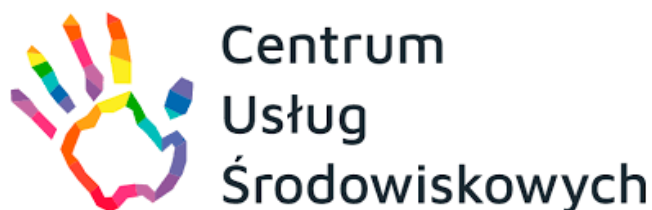
Το παρόν έγγραφο εκπονήθηκε στο πλαίσιο του σχεδίου στρατηγικών συμπράξεων Erasmus+ με τίτλο SESBA: Social Enterprise Skills for Business Advisers, που χρηματοδοτείται με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.

6. Αναφορές

- Allinson, G., Braidford, P., Houston, M., Robinson, F., & Stone, I. (2011). Business support for social enterprises: Findings from a longitudinal study. Project Report, Department for Business Innovation and Skills, London. Retrieved from https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/32229/12-566-business-support-for-socialenterprises-longitudinal.pdf
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Social enterprise in Europe: At the crossroads of market, public policies and third sector. *Policy and Society* 29, 231–242.
- Europe 2020 Strategy of Smart, Sustainable and Inclusive Growth. (2010). Europe 2020. Retrieved from http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm
- Goldstein, I. L. (1993) Training in organizations: Needs assessment, development, and evaluation. 3rd ed. California, US: Thomson Brooks/Cole Publishing Co.
- Gupta, K., Sleezer, C. M., & Russ-Eft, D. F. (2007). A practical guide to needs assessment, 2nd ed. San Francisco, CA: Pfeiffer Publishing.
- Iqbal, M. Z., & Khan, R. A. (2011). The growing concept and uses of training needs assessment: A review with proposed model. *Journal of European Industrial Training*, 35(5), 439–466.
- Monzón, J. L., & Chaves, R. (2012). The social economy in the European Union. Report for European Economic and Social Committee. International Centre of Research and Information on the Public, Social and Cooperative Economy (CIRIEC). Retrieved from <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/qe-30-12-790-en-c.pdf>
- Terziev, V., Bencheva, N., Arabska, E., Stoeva, T., Tepavicharova, M., & Nichev, N. (2016a). Implications on social entrepreneurship development in Bulgaria. *Knowledge International Journal Scientific Papers*, 13(1), 203–208.

CUS – Κοινωνικός Συνεταιρισμός

Κοινωνικός Συνεταιρισμός Νομικών Προσώπων “Centrum Usług Środowiskowych” στο Drobin (Πολωνία)



Ο συνεταιρισμός ιδρύθηκε το 2014. Ο κύριος στόχος ήταν να ενισχυθεί η βιωσιμότητα των φορέων κοινωνικής οικονομίας στην περιοχή του Płock roniat μέσω καινοτόμων και δημιουργικών θεσμικών μορφών, στήριξης του τριτογενούς τομέα, αύξησης του επιπέδου ευαισθητοποίησης σχετικά με τα οφέλη του τομέα της κοινωνικής οικονομίας, ενίσχυσης της συμμετοχής του επιχειρηματικού, του δημόσιου και του πολιτικού τομέα, καθώς και ένταξης νέων θεσμικών λύσεων στην κύρια τάση των τοπικών πολιτικών.

Ένα ευέλικτο μοντέλο του λεγόμενου flexi. Ο τριτογενής Κοινωνικός Συνεταιρισμός Νομικών Προσώπων δημιουργήθηκε για πρώτη φορά στην ιστορία από τρεις τοπικές κυβερνητικές ενότητες (τρεις κοινότητες). Δεν είχε ξανασυμβεί στο παρελθόν. Οι δραστηριότητες στον τομέα των περιβαλλοντικών υπηρεσιών αποδείχθηκαν εξαιρετική λύση και ήταν εξαιρετικά βιώσιμες. Απόδειξη του αποτελεσματικού μοντέλου λειτουργίας είναι το γεγονός ότι το 2015 ο συνεταιρισμός απέκτησε ένα νέο μέλος, την κοινότητα Radzanowo, και το 2016 την πόλη και την κοινότητα Drobin, όπου ο συνεταιρισμός έχει σήμερα την έδρα του. Το Δεκέμβριο του 2022 ο συνεταιρισμός συμμετείχε στον εθνικό διαγωνισμό για την καλύτερη κοινωνική επιχείρηση.

Από το 2013, ο Συνεταιρισμός λειτουργεί εργαστήριο εργοθεραπείας για 30 άτομα με μέτριες και σημαντικές αναπηρίες. Το WTZ είναι μια μονάδα ημερήσιας φροντίδας. Τα μαθήματα πραγματοποιούνται 5 ημέρες την εβδομάδα. Οι συμμετέχοντες μεταφέρονται στο Εργαστήριο και επιστρέφουν στον τόπο διαμονής τους με εταιρικό αυτοκίνητο στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων του Εργαστηρίου. Τα άτομα με αναπηρία λαμβάνουν μέρος σε μαθήματα που διεξάγονται σε 6 εργαστήρια: μαγειρικής, καλλιτεχνικής, κινητικής βελτίωσης, πλεκτικής, ηλεκτρονικών υπολογιστών και φυτοθεραπείας. Ο Κοινωνικός Συνεταιρισμός Νομικών Προσώπων ‘Centrum Usług Środowiskowych’ λειτουργεί επίσης το Σπίτι Ημέρας ‘Senior+’ από το Δεκέμβριο του 2015.

25 ηλικιωμένοι από την πόλη και την κοινότητα Drobin συμμετέχουν στο πρόγραμμα από την αρχή του θεσμού. Ο κύριος στόχος του είναι να παρέχει υποστήριξη στους ηλικιωμένους μέσω της δυνατότητας χρήσης της προσφοράς εκπαίδευσης, πολιτισμού, ψυχαγωγίας, υγείας και φροντίδας. Το αποτέλεσμα είναι η βελτίωση της ποιότητας ζωής, το μεγαλύτερο αίσθημα ασφάλειας, η ενεργή αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου, καθώς και οι δραστηριότητες αυτοβοήθειας και ανάπτυξης του τοπικού περιβάλλοντος.

CUS – Κοινωνικός Συνεταιρισμός

Οι ηλικιωμένοι μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες ενός φυσιοθεραπευτή ή αποκαταστάτη. Τουλάχιστον μία φορά το χρόνο διοργανώνεται ταξίδι ένταξης. Ο Συνεταιρισμός λειτουργεί επίσης τη Λέσχη Senior+ στο Łężyca. Η εγκατάσταση λειτουργεί τουλάχιστον 2 ημέρες την εβδομάδα. Οι ηλικιωμένοι, υπό την επίβλεψη ενός εκπαιδευτή, ετοιμάζουν ένα ζεστό γεύμα στο πλαίσιο της εργοθεραπείας, των πολιτιστικών υπηρεσιών, δηλαδή των εκδρομών στον κινηματογράφο, στο θέατρο, και ιδίως των κοινών εργαστηρίων με παιδιά και άλλους ηλικιωμένους.

Οι άνθρωποι που διοικούν το Συνεταιρισμό είναι άτομα με πρωτοβουλία, πάθος και δέσμευση, χωρίς τους οποίους η λειτουργία μιας επιχείρησης θα ήταν πολύ δύσκολη. Με γνώμονα τη δημιουργικότητα, το 2019, προσπαθώντας να συνεργαστούν με τοπικούς επιχειρηματίες, άνοιξαν ένα εστιατόριο με την ονομασία Symphony of Taste. Αυτή η πρόκληση αποδείχθηκε επιτυχημένη. Τοπικές επιχειρήσεις άρχισαν να πωλούν στον Συνεταιρισμό τρόφιμα, λαχανικά και προϊόντα από τα κρεοπωλεία τους. Αρκετοί άνεργοι βρήκαν δουλειά – ολοκλήρωσαν κατάλληλα μαθήματα, οι τοπικοί πολιτικοί άρχισαν να διαφημίζουν τις υπηρεσίες του Συνεταιρισμού, με αποτέλεσμα να υπογραφούν πολλές συμβάσεις για την προετοιμασία και την παράδοση γευμάτων.

Εδώ, από τότε που ξεκίνησε ο πόλεμος στην Ουκρανία, ο Κοινωνικός Συνεταιρισμός προετοιμάζει και παραδίδει γεύματα σε ανθρώπους που αναγκάστηκαν να μεταναστεύσουν λόγω του πολέμου. Στο εστιατόριο διοργανώνονται επίσης ειδικές εκδηλώσεις, π.χ. γάμοι, οικογενειακά πάρτι, ενοποιήσεις, θεματικές χοροεσπερίδες, καρναβάλια, πρωτοχρονιάτικα πάρτι. Υποστηρίζονται επίσης υπαίθριες εκδηλώσεις, π.χ. φεστιβάλ συγκομιδής της περιοχής, πανηγύρια, οικογενειακά πικνίκ. Η αίθουσα δεξιώσεων χρησιμοποιείται επίσης για συνέδρια, εκπαιδεύσεις και συναντήσεις.

Η τροφοδοσία αποτελεί την κύρια πηγή εσόδων για το Συνεταιρισμό εδώ και αρκετά χρόνια και επιτρέπει την απασχόληση πολλών εργαζομένων.

Χάρη στη δημιουργικότητα και την καινοτομία, ο Κοινωνικός Συνεταιρισμός έχει γίνει ηγετικός φορέας στην περιοχή του, όπου άλλοι εκπρόσωποι μονάδων τοπικής αυτοδιοίκησης έρχονται συχνά για να δουν και να εκπαιδευτούν σε λειτουργικές λύσεις.

III. Ο Κοινωνικός Συνεταιρισμός CUS ως επιτυχημένο παράδειγμα στην Κοινωνική Οικονομία της Πολωνίας

**Συγγραφείς: Aleksandra Pecharzewska CUS,
Michał Gołębiewski CUS, Bartosz Góras FZZ
– Κοινωνικός Συνεταιρισμός Drobin, Πολωνία**

1. Εισαγωγή

Δημοσίευση σχετικά με τη διαδικασία δημιουργίας ενός πρότυπου κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων, του οποίου ιδρυτής ήταν μια τοπική αυτοδιοίκηση, μια μη κυβερνητική οργάνωση και ένα εκκλησιαστικό νομικό πρόσωπο.

2. Τι είναι ένας κοινωνικός συνεταιρισμός;

Τα άτομα που σχεδιάζουν να διευθύνουν μια επιχείρηση μπορούν να εξετάσουν μια τέτοια νομική μορφή όπως ο κοινωνικός συνεταιρισμός. Πρόκειται για μια επιχείρηση που υλοποιεί επίσης επιχειρηματικές υποθέσεις, αλλά στοχεύει κυρίως στην υποστήριξη και ενεργοποίηση ατόμων που κινδυνεύουν από τον κοινωνικό αποκλεισμό, δηλαδή ανέργων και ατόμων με αναπηρία.

Η ιδέα του συνεταιριστικού κινήματος στην Πολωνία είχε τις ρίζες της στην περίοδο του μεσοπολέμου. Επί του παρόντος, παρατηρείται αύξηση της δημοτικότητάς τους, μπορεί μάλιστα να πει κανείς ότι οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί βιώνουν την αναγέννησή τους στην Πολωνία, και αυτό αποτελεί σίγουρα λόγο ικανοποίησης. Αυτό μπορεί να αποδειχθεί από το γεγονός ότι ενώ το 2011 υπήρχαν 425 κοινωνικοί συνεταιρισμοί στην Πολωνία, σύμφωνα με τα στοιχεία του Εθνικού Δικαστικού Μητρώου από το 2019, ο αριθμός των ενεργών συνεταιρισμών ήταν 1547 (πηγή: Πληροφορίες σχετικά με τη λειτουργία των κοινωνικών συνεταιρισμών που λειτουργούν βάσει του νόμου της 27ης Απριλίου 2006 για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς για την περίοδο 2018–2019). Από την άλλη πλευρά, ο αριθμός όλων των κοινωνικών συνεταιρισμών στις 7 Φεβρουαρίου 2022 (συμπεριλαμβανομένων των συνεταιρισμών υπό εκκαθάριση) ήταν 2.057. Αυτό αποδεικνύει την ανοδική τάση αυτού του είδους της οικονομικής δραστηριότητας τα τελευταία χρόνια στην Πολωνία. Τα ζητήματα που σχετίζονται με την ίδρυση και τη λειτουργία μιας επιχείρησης με τη μορφή κοινωνικού συνεταιρισμού ρυθμίζονται από τον νόμο της 27ης Απριλίου 2006 σχετικά με τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς (Εφημερίδα της Κυβερνήσεως του 2020, στοιχείο 2085). Ο νόμος έχει υποστεί κατάλληλες τροποποιήσεις τα τελευταία χρόνια, γεγονός που επιβεβαιώνεται από τη δυναμική διαδικασία των αλλαγών που συντελούνται στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας και το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη διεξαγωγή επιχειρήσεων με τη μορφή κοινωνικού συνεταιρισμού. Μεταξύ άλλων, το 2018 τέθηκε σε ισχύ η τροποποίηση του νόμου για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, η οποία εισήγαγε διευκολύνσεις για τη σύσταση και τη λειτουργία αυτού του τύπου επιχείρησης. Ο νόμος έχει υποστεί τις κατάλληλες τροποποιήσεις τα τελευταία χρόνια, γεγονός που επιβεβαιώνεται από τη δυναμική διαδικασία των αλλαγών που συντελούνται στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας και το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη διεξαγωγή επιχειρήσεων με τη μορφή κοινωνικού συνεταιρισμού. Μεταξύ άλλων, το 2018 τέθηκε σε ισχύ η τροποποίηση του νόμου, η οποία εισήγαγε διευκολύνσεις για τη σύσταση και τη λειτουργία αυτού του τύπου επιχειρήσεων.

Ο νόμος έχει υποστεί τις κατάλληλες τροποποιήσεις τα τελευταία χρόνια, γεγονός που επιβεβαιώνεται από τη δυναμική διαδικασία των αλλαγών που συντελούνται στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας και το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη διεξαγωγή επιχειρήσεων με τη μορφή κοινωνικού συνεταιρισμού. Μεταξύ άλλων, το 2018 τέθηκε σε ισχύ η τροποποίηση του νόμου για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, η οποία εισήγαγε διευκολύνσεις για τη σύσταση και τη λειτουργία αυτού του τύπου επιχειρήσεων.

Θα θέλαμε να εστιάσουμε στο ρόλο που διαδραματίζει η τοπική αυτοδιοίκηση στην ανάπτυξη των συνεταιρισμών αλλά και στη δημιουργία του χώρου ανάπτυξης της κοινωνικής οικονομίας, την αντιμετώπιση του κοινωνικού αποκλεισμού, την ευρύτερα νοούμενη ενεργοποίηση και εκπαίδευση της κοινωνίας.

Η διατομεακή συνεργασία και η συμμετοχή των κατοίκων στη δημιουργία τοπικών έργων έχουν μεγάλη σημασία στον τομέα αυτό.

Μέσω των φορέων υλοποίησης, παρουσιάζουμε το στάδιο της δημιουργίας ενός πολυτομεακού κοινωνικού συνεταιρισμού, αλλά και το προπαρασκευαστικό στάδιο που συνίσταται στην κοινωνική εμφύχωση και την εκπαίδευση, το οποίο, κατά τη γνώμη μας, ως επαγγελματίες, είναι απαραίτητο για τη δημιουργία μιας τέτοιας μορφής απασχόλησης. Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί πόσο σημαντικοί είναι οι τοπικοί 'φορείς' της κοινωνικής ζωής ή τα ιδρύματα που ξεκινούν δραστηριότητες ενεργοποίησης, π.χ. τα κέντρα κοινωνικής βοήθειας έχουν μεγάλη σημασία για την ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας και των φορέων κοινωνικής οικονομίας. Δεν είναι λιγότερο σημαντική η επιχειρηματική προσέγγιση στις αναδυόμενες οντότητες που συνδυάζουν κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά. Ανταποκρίνονται στις πραγματικές ανάγκες των κατοίκων, δημιουργώντας ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών. Σ' αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζουμε 'καλές πρακτικές', σκέψεις και αμφισβητήσεις, στο παράδειγμα του Κοινωνικού Συνεταιρισμού Νομικών Προσώπων 'Centrum Usług Środowiskowych' με έδρα το Drobin και άλλες δραστηριότητες γύρω από τους συνεταιρισμούς ως σύστημα συνδεδεμένων σκαφών.

3. Η διαδικασία δημιουργίας ενός πολυτομεακού κοινωνικού συνεταιρισμού, στο παράδειγμα του Κοινωνικού Συνεταιρισμού Νομικών Προσώπων 'Κέντρο Περιβαλλοντικών Υπηρεσιών'

A. Νομοθετικές λύσεις - προς την ανάπτυξη των συνεταιρισμών

Η τροποποίηση του νόμου για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς επιτρέπει την ίδρυση κοινωνικών συνεταιρισμών όχι μόνο από φυσικά πρόσωπα, αλλά και από νομικά πρόσωπα. Σύμφωνα με τον νόμο, στην περίπτωση ίδρυσης κοινωνικών συνεταιρισμών από νομικά πρόσωπα, υπάρχουν τουλάχιστον δύο οντότητες με νομική προσωπικότητα. Αυτές μπορεί να είναι μονάδες τοπικής αυτοδιοίκησης, εκκλησιαστικά νομικά πρόσωπα και μη κυβερνητικές οργανώσεις. Ωστόσο, μια πρότυπη λύση θα είναι η προσχώρηση σε έναν τέτοιο κοινωνικό συνεταιρισμό νομικών προσώπων όλων των τύπων νομικών προσώπων που απαριθμούνται στον νόμο, όπως: μια μονάδα τοπικής αυτοδιοίκησης, μια μη κυβερνητική οργάνωση, ένα εκκλησιαστικό νομικό πρόσωπο, και η δημιουργία ενός πολυτομεακού κοινωνικού συνεταιρισμού.

B. Δημιουργία ενός κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων. Στάδιο δημιουργίας

Κατά τη δημιουργία μιας κοινωνικής επιχείρησης, η οποία είναι ένας κοινωνικός συνεταιρισμός

νομικών προσώπων, η αρχή του εγχειρήματος είναι η έκφραση προθυμίας να ενεργήσουν ως ιδρυτικό μέλος του συνεταιρισμού από τουλάχιστον δύο νομικά πρόσωπα, και στη συνέχεια, στην περίπτωση των μονάδων τοπικής αυτοδιοίκησης και των μη κυβερνητικών οργανώσεων, η έκδοση αποφάσεων σχετικά με τη συγκατάθεση για τη σύσταση και την προσχώρηση στον συνεταιρισμό νομικών προσώπων. Κατά τον προγραμματισμό του χρονοδιαγράμματος όλων των εργασιών που σχετίζονται με την ίδρυση ενός κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι, εάν μεταξύ των ιδρυτών του συνεταιρισμού υπάρχουν περισσότερες μονάδες τοπικής αυτοδιοίκησης, η έκδοση των αποφάσεων από τις εν λόγω μονάδες μπορεί να παραταθεί χρονικά λόγω της ιδιαιτερότητας της οργάνωσης των εργασιών της τοπικής αυτοδιοίκησης (συνεδριάσεις της επιτροπής του δημοτικού συμβουλίου και συνεδριάσεις του δημοτικού συμβουλίου), γεγονός που μπορεί να παρατείνει τη διαδικασία ίδρυσης της εν λόγω οντότητας. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό στην περίπτωση ενός συνόλου κοινωνικής οικονομίας που ιδρύεται στο πλαίσιο της υλοποίησης έργου, όπου η εκτέλεση των καθηκόντων του έργου υποχρεούται να τηρεί αυστηρά καθορισμένες προθεσμίες.

Γ. Συνέλευση των ιδρυτών και έκδοση αποφάσεων

Το επόμενο στάδιο της δημιουργίας ενός κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων είναι η σύγκληση της συνέλευσης των ιδρυτικών μελών και η έκδοση αποφάσεων σχετικά με:

- ίδρυση κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων,
- έγκριση του καταστατικού ενός κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων,
- καθορισμό του αριθμού των μελών του εποπτικού συμβουλίου, εφόσον το καταστατικό προβλέπει την ύπαρξή του (ωστόσο, στην περίπτωση μιας τόσο μεγάλης επιχείρησης όπως ένας πολυτομεακός κοινωνικός συνεταιρισμός, αξίζει να σκεφτεί κανείς τον ορισμό ενός οργάνου ελέγχου και εποπτείας),
- διορισμό των μελών του Εποπτικού Συμβουλίου.

Το επόμενο βήμα είναι η συνεδρίαση του Εποπτικού Συμβουλίου, έργο του οποίου είναι η έκδοση αποφάσεων σχετικά με:

- καθορισμό του αριθμού των μελών του διοικητικού συμβουλίου (Το καταστατικό ενός κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων καθορίζει γενικά τον αριθμό των μελών του διοικητικού συμβουλίου, π.χ.: 'Το διοικητικό συμβούλιο αποτελείται από ένα έως τρία μέλη, συμπεριλαμβανομένου του προέδρου', ενώ το εποπτικό συμβούλιο, μέσω απόφασης, καθορίζει τον ακριβή αριθμό των μελών του διοικητικού συμβουλίου του συνεταιρισμού, π.χ. εάν το διοικητικό συμβούλιο είναι μονοπρόσωπο ή συλλογικό. Από τη σκοπιά του επαγγελματία, ένα συλλογικό διοικητικό συμβούλιο είναι μια καλύτερη λύση. Τότε υπάρχει η δυνατότητα μεγαλύτερου εσωτερικού ελέγχου, διότι το πολυμελές διοικητικό συμβούλιο λαμβάνει από κοινού τις αποφάσεις, αλλά και φέρει αλληλέγγυα και εις ολόκληρον την ευθύνη),
- εκλογή των μελών του διοικητικού συμβουλίου (ονομαστική επιλογή προσώπων μεταξύ των υποψηφίων)

Το διοικητικό συμβούλιο συγκροτείται σε σώμα, δηλαδή γίνεται εκλογή μεταξύ των μελών για την άσκηση συγκεκριμένων καθηκόντων στο διοικητικό συμβούλιο.

Δ. Υποβολή των δικαιολογητικών για την εγγραφή του συνεταιρισμού στο Εθνικό Δικαστικό Μητρώο

Το επόμενο και τελικό στάδιο για τη δημιουργία ενός κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων είναι η υποβολή των εγγράφων εγγραφής του συνεταιρισμού στο Εθνικό Δικαστικό

Μητρώο. Τα απαιτούμενα έντυπα διατίθενται στο Εθνικό Δικαστικό Μητρώο και τον ιστότοπο του Υπουργείου Δικαιοσύνης. Απαιτείται η υπογραφή των εντύπων της αίτησης από όλα τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου του κοινωνικού συνεταιρισμού.

Έντυπα που είναι απαραίτητα για την εγγραφή ενός κοινωνικού συνεταιρισμού:

- μία βασική φόρμα για την εγγραφή ενός συστημένου κοινωνικού συνεταιρισμού,
- ένα έντυπο συνημμένο στη φόρμα, που χρησιμοποιείται για την κοινοποίηση των διοικητικών οργάνων της οντότητας (μέλη του διοικητικού συμβουλίου και μέλη του εποπτικού συμβουλίου, εφόσον έχουν εκλεγεί)
- ένα συνημμένο έγγραφο στη φόρμα για την αναφορά του πεδίου οικονομικής δραστηριότητας

Τα βασικά έντυπα εγγραφής που αναφέρονται ανωτέρω πρέπει να συνοδεύονται επιπλέον από:

- τα πρακτικά της γενικής συνέλευσης των ιδρυτικών μελών που υπογράφονται από τον πρόεδρο και τον γραμματέα της συνέλευσης,
- κατάλογο των ιδρυτικών μελών με πρωτότυπες υπογραφές,
- αποφάσεις που εγκρίθηκαν από τη γενική συνέλευση των ιδρυτικών μελών και από το εποπτικό συμβούλιο,
- καταστατικό κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων,
- συμβολαιογραφικές υπογραφές όλων των μελών του διοικητικού συμβουλίου.

Είναι σημαντικό ότι ο κοινωνικός συνεταιρισμός δεν επιβαρύνεται με κόστος της εγγραφής στο Εθνικό Δικαστικό Μητρώο και της ανακοίνωσης στο Δικαστήριο και την Οικονομική Εποπτεία.

Μπορεί να υποθεθεί ότι η υλοποίηση των προαναφερόμενων δραστηριοτήτων στον τομέα της δημιουργίας ενός κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων με την προαναφερόμενη πρότυπη μορφή (δηλαδή ενός πολυτομεακού κοινωνικού συνεταιρισμού) διαρκεί περίπου τρεις μήνες. Αυτός είναι ο χρόνος για τις μονάδες τοπικής αυτοδιοίκησης και τις μη κυβερνητικές οργανώσεις να εκδώσουν αποφάσεις, να συγκαλέσουν τη συνέλευση των ιδρυτών, να εκλέξουν το εποπτικό συμβούλιο, να εκλέξουν το διοικητικό συμβούλιο και να υποβάλουν τα έγγραφα εγγραφής. Θεωρείται ότι η διαδικασία εγγραφής στο εθνικό δικαστικό μητρώο δεν θα πρέπει επίσης να υπερβαίνει τους τρεις μήνες.

Η ημερομηνία έναρξης της δραστηριότητας ενός κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων είναι η ημερομηνία εγγραφής στο εθνικό δικαστικό μητρώο και από τότε το διοικητικό συμβούλιο έχει προθεσμία έξι μηνών για να προσλάβει τουλάχιστον πέντε άτομα από τα πρόσωπα που αναφέρονται στο νόμο για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, δηλ:

1. άνεργοι κατά την έννοια του νόμου της 20ής Απριλίου 2004 για την προώθηση της απασχόλησης και τους θεσμούς της αγοράς εργασίας,
2. πρόσωπα που αναφέρονται στον νόμο της 13ης Ιουνίου 2003 για την κοινωνική απασχόληση,
3. άτομα με αναπηρία κατά την έννοια του νόμου της 27ης Αυγούστου 1997 για την επαγγελματική και κοινωνική αποκατάσταση και την απασχόληση των πλήρως δικαιοπρακτικά ικανών ατόμων με αναπηρία.

Αυτή η διαδικασία δίνει περισσότερο χρόνο για την οργάνωση της δομής, την οργάνωση των εργασιών του συνεταιρισμού, την έναρξη της διαδικασίας αναζήτησης παραγγελιών και την καθιέρωση της συνεργασίας.

4. Προηγούμενη εκπαίδευση και εμπύχωση

Η πρακτική δείχνει ότι είναι απαραίτητο για τη δημιουργία ενός κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων να προηγηθούν δραστηριότητες εμπύχωσης και εκπαίδευσης που προετοιμάζουν τους εταίρους για μια κοινή συζήτηση, υποδεικνύοντας την ανάγκη για κοινή δράση, καταδεικνύοντας τα οφέλη μιας τέτοιας δράσης για όλα τα μέρη, καθώς και τις αρχές της συνεργασίας και της δημιουργίας μιας νέας οντότητας (συναντήσεις σε πάνελ, συζητήσεις, συμμετοχή σε εκπαιδευτικές επισκέψεις, σεμινάρια, κ.λπ.)

Οι δραστηριότητες εμπύχωσης και εκπαίδευσης έχουν μεγάλη σημασία και μπορεί σίγουρα να ειπωθεί ότι επηρεάζουν την ίδια τη διαδικασία δημιουργίας ενός κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων, και ειδικότερα αυτού του πολυκλαδικού κοινωνικού συνεταιρισμού, καθώς και το αν θα ιδρυθεί.

Πριν από τη στιγμή της ίδρυσης του κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων προηγείται ένα στάδιο διάφορων εκπαιδευτικών και εμπυχωτικών δραστηριοτήτων που απευθύνονται στις τοπικές κοινότητες, τους εκπροσώπους της τοπικής αυτοδιοίκησης, τις μη κυβερνητικές οργανώσεις και τις επιχειρήσεις. Μπορούμε να πούμε ότι το έργο εμπύχωσης και εκπαίδευσης είχε τις ακόλουθες διαστάσεις:

- ατομικές - μετακίνηση, ενεργοποίηση των κατοίκων, εκπρόσωποι διαφόρων κοινωνικών ομάδων,
- θεσμικές - ενδιαφέρον για την ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας, τη δημιουργία φορέων κοινωνικής οικονομίας, αξιωματούχους της τοπικής αυτοδιοίκησης, επιχειρηματίες, εκπροσώπους μη κυβερνητικών οργανώσεων.

Στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων για τη δημιουργία του Κοινωνικού Συνεταιρισμού Νομικών Προσώπων 'Centrum Usług Środowiskowych' διοργανώθηκαν από το Κέντρο Κοινωνικής Πρόνοιας της κοινότητας Ślupno τα εξής: 3 σεμινάρια διαβούλευσης, 4 συναντήσεις με πάνελ, 2 συζητήσεις με τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων, 2 συζητήσεις σχετικά με τις επιπτώσεις του τελικού προϊόντος, 1 συνέδριο - συνάντηση με πάνελ. Κατά τη γνώμη μας, εκτός από το εκπαιδευτικό στοιχείο, οι εκδηλώσεις αυτές έχουν και συμμετοχικό χαρακτήρα.

Οι συναντήσεις με κατοίκους, εκπροσώπους των τοπικών επιχειρήσεων και των τοπικών αρχών, θεσμικών οργάνων και μη κυβερνητικών οργανώσεων σχετικά με διάφορα κοινωνικά ζητήματα, και στην προκειμένη περίπτωση το ενδιαφέρον για την ανάπτυξη συνεταιρισμών με τη συμμετοχή της τοπικής αυτοδιοίκησης, επιτρέπουν την ενεργό συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων στη διαμόρφωση της δημόσιας ζωής. Έτσι, οικοδομείται η κοινωνική εμπιστοσύνη. Η συμμετοχή των κατοίκων στη διαμόρφωση των τοπικών πολιτικών πυροδοτεί το αίσθημα του ανήκειν σε μια κοινότητα, έχει αντίκτυπο στην ανάπτυξη της κοινότητας, αλλά και στην ανάπτυξη μηχανισμών συνεργασίας μεταξύ της τοπικής αυτοδιοίκησης και των τοπικών κοινοτήτων. Στην κοινότητα του Ślupno, δραστηριότητες με στόχο την ανάπτυξη της κοινωνικής συμμετοχής έχουν αναληφθεί εδώ και αρκετά χρόνια, π.χ. κατά την επικαιροποίηση της στρατηγικής για την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων ή του προγράμματος τοπικών δραστηριοτήτων. Το ενδιαφέρον και η ενεργός συμμετοχή των κατοίκων και των υπευθύνων λήψης αποφάσεων στις προαναφερθείσες δραστηριότητες είχε αντίκτυπο στη δημιουργία ενός καινοτόμου προϊόντος, το οποίο είναι ένας πολυτομεακός κοινωνικός συνεταιρισμός.

Πρέπει να σημειωθεί ότι η κοινωνική εμπιστοσύνη αποτελεί τη βάση των διαπροσωπικών σχέσεων, της συνεργασίας, της δέσμευσης και της αίσθησης ασφάλειας. Έτσι, έχει θεμελιώδη αντίκτυπο στη διαμόρφωση της κοινωνίας των πολιτών, και ως εκ τούτου - την ανάπτυξη της συλλογικής συνείδησης, τη συνειδητή συμμετοχή στη συλλογική ζωή και την οικοδόμηση της συλλογικής ταυτότητας. Η αύξηση του επιπέδου εμπιστοσύνης συμβάλλει, αφενός, στη μείωση της κοινωνικής περιθωριοποίησης και, αφετέρου, στη διαμόρφωση της αίσθησης της συνειδητής συμμετοχής στη δημόσια ζωή, της ικανότητας άσκησης επιρροής στο περιβάλλον. Χωρίς εμπιστοσύνη στον κοινωνικό χώρο δεν μπορεί να διεξαχθεί διάλογος, δεν μπορεί να προσδιοριστεί η ουσία των φαινομένων και των διαδικασιών. Η εμπιστοσύνη επιτρέπει την αποτελεσματική επικοινωνία εντός μιας εδαφικής μονάδας, υποστηρίζοντας την επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί.

Ορισμένα από αυτά τα γεγονότα αξίζει να επισημανθούν:

Συζητήσεις με τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων, συζητήσεις σχετικά με τις επιπτώσεις του τελικού προϊόντος

Στις 4 και 5 Φεβρουαρίου 2012 πραγματοποιήθηκαν συζητήσεις στο πλαίσιο της εργασίας 'Δοκιμή του τελικού προϊόντος'

Στις συζητήσεις συμμετείχαν εκπρόσωποι των αρχών της κοινότητας Słupno, εκπρόσωποι μη κυβερνητικών οργανώσεων, υπάλληλοι του Κοινοτικού Κέντρου Κοινωνικής Πρόνοιας στο Słupno, τοπικοί ηγέτες και τοπικοί επιχειρηματίες. Κατά τη διάρκεια των συζητήσεων αναλύθηκαν το θέμα της κοινωνικής οικονομίας, ο Κοινωνικός Συνεταιρισμός Νομικών Προσώπων, το Κέντρο Περιβαλλοντικών Υπηρεσιών, το Εργαστήριο Κοινωνικής Οικονομίας και ο ρόλος των επιχειρήσεων. Οι συζητήσεις διοργανώθηκαν στο Biskupice κοντά στο Byczyna, όπου, εκτός από τη συμμετοχή στις εργασίες του έργου, οι συμμετέχοντες μπορούσαν να γνωρίσουν τη λειτουργία του Κοινωνικού Συνεταιρισμού Νομικών Προσώπων "Gród", τις καλές πρακτικές που σχετίζονται με την ανάπτυξη των συνεταιρισμών στην κοινότητα Byczyna.

Στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων του έργου, διοργανώθηκαν επίσης συζητήσεις με τίτλο 'Κοινωνική οικονομία - κοινωνικός συνεταιρισμός νομικών προσώπων' (15 Ιουνίου 2012) και 'Στρατηγική των δράσεων που αναλήφθηκαν'.

- Κοινωνικός Συνεταιρισμός Νομικών Προσώπων 'Κέντρο Περιβαλλοντικών Υπηρεσιών' (3 Ιουλίου 2012)
- είναι συζητήσεις σχετικά με το επόμενο στάδιο του έργου, δηλαδή τα αποτελέσματα του δοκιμασμένου τελικού προϊόντος. Η ουσία αυτών των εκδηλώσεων ήταν ότι οι συμμετέχοντες σε αυτές ήταν άτομα που ενδιαφέρονταν ειδικά για την ίδρυση ενός συνεταιρισμού, τη λειτουργία του και τον σχεδιασμό της στρατηγικής λειτουργίας του.

Διοργανώθηκαν από την Ένωση Local Activity Support Center στη Βαρσοβία και το Κοινοτικό Κέντρο Κοινωνικής Πρόνοιας στο Słupno στο Δραματικό Θέατρο που φέρει το όνομα του Jerzy Szaniawski στο Płock. Το συνέδριο διεξήχθη υπό την αιγίδα του Στρατάρχη της Βοϊβωδίας Mazowieckie, βουλευτή του πολωνικού Κοινοβουλίου, Starost του Płock.

Αντικείμενο του συνεδρίου ήταν η ανάπτυξη των φορέων κοινωνικής οικονομίας, η δημιουργία νέων και η ενίσχυση των υφιστάμενων ως μορφές απασχόλησης για άτομα που κινδυνεύουν από τον κοινωνικό αποκλεισμό, αλλά και ως ευκαιρίες για την ανάπτυξη των νέων που εισέρχονται στην αγορά εργασίας.

Το συνέδριο ασχολήθηκε επίσης με το θέμα της δημιουργίας ενός κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων στο δήμο Słupno (Κέντρο Περιβαλλοντικών Υπηρεσιών), και συνεπώς με την ανάπτυξη κοινωνικών υπηρεσιών που προκύπτουν από τη διάγνωση του περιβάλλοντος, καθώς και με μια συζήτηση σχετικά με το ρόλο της κοινωνικής οικονομίας σε μικρο- και μακροπεριφέρειες.

Εκτός από την εισαγωγή του θέματος της κοινωνικής οικονομίας και των συνεταιρισμών, το συνέδριο είχε επίσης ένα άλλο μετρήσιμο αποτέλεσμα, με τη μορφή του ενδιαφέροντος των αρχών της κοινότητας Mała Wieś για συμμετοχή στο νεοσύστατο συνεταιρισμό 'Κέντρο Περιβαλλοντικών Υπηρεσιών'. Στόχος των δραστηριοτήτων αυτών είναι επίσης η κοινωνική αλλαγή, που οδηγεί σε μεγαλύτερη ενσωμάτωση, δραστηριότητα και ετοιμότητα για δράσεις των κατοίκων μιας συγκεκριμένης κοινότητας.

5. Δημιουργία δικτύου συνεργασίας - τοπικές συνεργασίες

The aim of the local partnership is to activate the entire community and encourage it to joint actions to solve local problems. Thanks to organizing bottom-up initiatives, the goals and needs of local communities are more effectively implemented, which brings measurable benefits and at the same time encourages further actions. In partnership, a model for solving social problems can be developed. The establishment of a Social Cooperative of Legal Persons may be the result of cooperation between local partners.

6. Χτίζοντας τη συμμετοχικότητα

Η υποστήριξη της ανάπτυξης των τοπικών κοινοτήτων απαιτεί την ενεργοποίηση δραστηριοτήτων και την οικοδόμηση γνώσεων σχετικά με τις συνθήκες ανάπτυξής τους. Οι δράσεις που θα αναληφθούν θα πρέπει να επικεντρωθούν στην ανάπτυξη και τη διάδοση μηχανισμών συνεργασίας μεταξύ της δημόσιας διοίκησης και των τοπικών κοινοτήτων, με τη χρήση της δοκιμασμένης μεθόδου της συμμετοχής των πολιτών στη δημιουργία τοπικών πολιτικών.

7. Η χρήση υφιστάμενων φορέων κοινωνικής οικονομίας

Η Λέσχη Κοινωνικής Ένταξης υλοποιεί ένα πρόγραμμα κοινωνικής και επαγγελματικής επανένταξης για μια ομάδα συμμετεχόντων. Η συμμετοχή στη Λέσχη δίνει στους συμμετέχοντες την ευκαιρία να αναπτυχθούν και να αποκτήσουν νέα επαγγελματικά προσόντα. Σκοπός της Λέσχης είναι να προετοιμάσει τους συμμετέχοντες να κινηθούν ανεξάρτητα στην αγορά εργασίας, γεγονός που θα τους επιτρέψει να επιτύχουν τους δικούς τους επαγγελματικούς στόχους.

Κέντρο Κοινωνικής Ένταξης. Ο κύριος στόχος του Κέντρου Κοινωνικής Ένταξης είναι η επαγγελματική και κοινωνική ενεργοποίηση με στόχο την αντιμετώπιση του κοινωνικού αποκλεισμού και της περιθωριοποίησης των ατόμων. Τα βασικά καθήκοντα του Κέντρου Κοινωνικής Ένταξης περιλαμβάνουν την αλλαγή της στάσης ζωής των συμμετεχόντων και τη διαμόρφωση στάσεων κατανόησης, αποδοχής, ανοχής και σεβασμού για τα άτομα που ανήκουν σε ειδικές ομάδες κινδύνου στην κοινωνία. Ο στόχος του Κέντρου Κοινωνικής Ένταξης επιτυγχάνεται με τη διεξαγωγή δραστηριοτήτων στις οποίες οι συμμετέχοντες αποκτούν δεξιότητες στον τομέα της θεωρητικής και πρακτικής επαγγελματικής κατάρτισης, με τη μορφή της επανεκπαίδευσης ή της βελτίωσης των επαγγελματικών προσόντων. Οι συμμετέχοντες αναπτύσσουν επίσης τις δεξιότητές τους στις διαπροσωπικές σχέσεις, τα κίνητρα και την ανάπτυξη της προσωπικότητας.

8. Εργαστήριο Κοινωνικής Οικονομίας - μια καινοτόμος μορφή στήριξης

Το Εργαστήριο Κοινωνικής Οικονομίας έχει διαγνωστικό και εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Το εργαστήριο είναι ένας χώρος εκπαίδευσης, ανταλλαγής εμπειριών, κοινωνικής ενεργοποίησης και συνδυασμού του δυναμικού των κατοίκων, των “επαγγελματιών” και των “θεωρητικών”. Το έργο του Εργαστηρίου είναι: να αναλύει το περιβάλλον, να παρακολουθεί τις δράσεις που αναλαμβάνονται και να προτείνει νέες λύσεις στον τομέα της ανάπτυξης της κοινωνικής οικονομίας. Μια εξαιρετικά σημαντική εκπαιδευτική συνιστώσα του εργαστηρίου είναι η πλατφόρμα συνεργασίας και διάδοσης της γνώσης και η δημιουργία κοινωνικού διαλόγου στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας. Οι συμμετέχοντες στο Εργαστήριο είναι: κάτοικοι, τοπικοί ηγέτες, εκπρόσωποι πανεπιστημίων, φοιτητές, εκπρόσωποι διαφόρων ιδρυμάτων και οργανισμών και άλλοι τοπικοί ‘παράγοντες’.

9. Παραδείγματα προπαρασκευαστικών δραστηριοτήτων

Πραγματοποιήθηκαν ενημερωτικές και εκπαιδευτικές ομιλίες σχετικά με τη δημιουργία ενός Κοινωνικού Συνεταιρισμού Νομικών Προσώπων στην κοινότητα Słupno με πρόσωπα-κλειδιά: Πραγματοποιήθηκε συνάντηση με τους δημάρχους και τους δημοτικούς συμβούλους της κοινότητας Słupno, και παρουσιάστηκε η αρχική ιδέα της ίδρυσης ενός Κοινωνικού Συνεταιρισμού Νομικών Προσώπων στην κοινότητα Słupno. Μεταβιβάστηκαν γνώσεις σχετικά με τη δημιουργία νέων τομέων της κοινωνικής οικονομίας.

A. Οι συμμετέχοντες πρότειναν νέες λύσεις (συμπεριλαμβανομένης της δημιουργίας μιας κατασκευαστικής ομάδας και ενός τυπογραφείου). Υποδείχθηκε επίσης η έδρα του συνεταιρισμού. Συμπεράσματα: Οι κάτοικοι ενδιαφέρθηκαν. Ωστόσο, χρειάζονταν εκπαίδευση και περισσότερες γνώσεις σε αυτόν τον τομέα, καθώς και επίδειξη καλών πρακτικών - συνεταιρισμοί που ήδη λειτουργούν.

B. Διοργανώθηκε συνάντηση με τον διευθυντή του Γραφείου Εργασίας του Powiat στο Płock. Το ίδρυμα εξέφρασε την προθυμία του να εμπλακεί στις δραστηριότητες του συνεταιρισμού, σημειώνοντας ένα μεγάλο πρόβλημα που σχετίζεται με την αύξηση της ανεργίας στο Płock powiat, και ταυτόχρονα την έλλειψη κεφαλαίων για ενεργή υποστήριξη. Συμπεράσματα: Επέκταση των δραστηριοτήτων του συνεταιρισμού στην περιοχή της περιφέρειας Płock. Διοργάνωση συνάντησης με το Starost της περιφέρειας Płock. Προετοιμασία της αρχικής τεκμηρίωσης.

Γ. Συμμετοχή της προπαρασκευαστικής ομάδας στη συνάντηση για τη δημιουργία ενός Κοινωνικού Συνεταιρισμού Νομικών Προσώπων με τη συμμετοχή του Płock Powiat. Το starost πρότεινε να συμπεριληφθούν και άλλα ποβιάτ στο θέμα της ίδρυσης ενός συνεταιρισμού. Επέστησε την προσοχή σε μια ενδιαφέρουσα λύση που σχετίζεται με το θέμα της μελιτείας. Συμπεράσματα: διοργάνωση διάσκεψης με τη βοήθεια του starosty powiat για τους κοινοτάρχες και τους δημάρχους του Płock powiat. Προετοιμασία υλικού και προκαταρκτικών δηλώσεων. Παρουσίαση από τους προσκεκλημένους εμπειρογνώμονες της πρότασης για την ίδρυση ενός Κοινωνικού Συνεταιρισμού Νομικών Προσώπων, συμπεριλαμβανομένου του θέματος της μελιτέωσης.

Δ. Διοργανώθηκε μια συνάντηση, στην οποία παρουσιάστηκε η ιδέα της λειτουργίας του συνεταιρισμού, και ειδικότερα το θέμα του Εργαστηρίου Κοινωνικής Οικονομίας, στον P. Mirosław Grewiński - Αντιπρύτανη του Παιδαγωγικού Πανεπιστημίου Towarzystwo Wiedzy Powszechnej στη Βαρσοβία. Το πανεπιστήμιο εξέφρασε ενδιαφέρον για την υποστήριξη των δραστηριοτήτων μας. Οι πανεπιστημιακές αρχές ενδιαφέρονται για οργανωμένη ακαδημαϊκή πρακτική άσκηση για τους φοιτητές του πανεπιστημίου.

Συμπεράσματα: Στο μέλλον, χρειάζεται η εργασία για την τυποποίηση και την αλλαγή των νομικών ρυθμίσεων που αφορούν την πρακτική άσκηση των φοιτητών. Δημιουργία ασφαλών χώρων πρακτικής στην Πολωνία - απόκτηση εμπειρίας σε διάφορα περιβάλλοντα. Η μελλοντική εναλλακτική λύση του LEW (Εργαστήριο Αγροτικής Εκπαίδευσης) και του LEM (Εργαστήριο Αστικής Εκπαίδευσης).

Ε. Παρουσίαση της ιδέας για τη δημιουργία ενός κοινωνικού συνεταιρισμού νομικών προσώπων σε συνάντηση με επιχειρηματίες, την ενορία του Αγίου Μάρτσιν στο Ślupno, τοπικούς ηγέτες. Υπήρξαν θέματα υποστήριξης της οργάνωσης από τις τοπικές επιχειρήσεις. Η ενορία εξέφρασε ενδιαφέρον για την κατασκευή ξύλινων εκκλησιών στην περιοχή Płock. Η ανάπτυξη του τουρισμού και του αγροτουρισμού στην κοινότητα (εκπαιδευτικά μονοπάτια, ιστορικά μνημεία, φύση) ήταν πολύ σημαντική για τους συμμετέχοντες. Συμπεράσματα: Εφαρμογή του επιχειρηματικού τομέα σε κοινωνικά έργα. Ίσως θα άξιζε να τροποποιηθούν οι διατάξεις του νόμου για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, συμπεριλαμβάνοντας τους επιχειρηματίες ως μετόχους, επιτρέποντας έτσι καλύτερες οικονομικές δραστηριότητες και σταθερότητα της δραστηριότητας των συνεταιρισμών νομικών προσώπων. Στην κοινότητα Ślupno δημιουργήθηκε ένας πρότυπος πολυτομεακός κοινωνικός συνεταιρισμός νομικών προσώπων, του οποίου τα ιδρυτικά μέλη είναι όλα τα είδη νομικών προσώπων που αναφέρονται στον νόμο για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, δηλαδή: τρεις κοινότητες, μια μη κυβερνητική οργάνωση, ένα εκκλησιαστικό νομικό πρόσωπο. Την ημέρα της ίδρυσής του, ήταν ο πρώτος κοινωνικός συνεταιρισμός νομικών προσώπων στην Πολωνία με τέτοια σύνθεση ιδρυτικών μελών. Ο σημαντικός ρόλος της Ρωμαιοκαθολικής Ενορίας του Αγίου Μάρτσιν στο Ślupno, ως ενεργού 'παράγοντα' της κοινωνικής ζωής στην κοινότητα, συμμετέχοντας ενεργά στην εμψύχωση και ενεργοποίηση των κατοίκων, σε άμεση συνεργασία με τοπικούς φορείς και οργανώσεις.

10. Η λειτουργία του Κοινωνικού Συνεταιρισμού CUS

Η δημιουργία ενός πολυτομεακού κοινωνικού συνεταιρισμού δίνει την ευκαιρία να επηρεάσει τη δημιουργία ενός δικτύου συνεργασίας μεταξύ των ίδιων των μονάδων τοπικής αυτοδιοίκησης, καθώς και όλων των ιδρυτών του συνεταιρισμού στον τομέα των επιμέρους υπηρεσιών και μεταξύ φορέων διαφόρων δραστηριοτήτων που δραστηριοποιούνται στις περιοχές τους. Πρόκειται για μια κοινή παροχή περιβαλλοντικών υπηρεσιών, που ανταποκρίνεται στις πραγματικές ανάγκες των κατοίκων. Είναι επίσης η ενοποίηση των δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στην υλοποίηση των καθηκόντων που επιβάλλονται στην τοπική αυτοδιοίκηση μέσω της λειτουργίας ενός φορέα.

Η λειτουργία του Κοινωνικού Συνεταιρισμού Νομικών Προσώπων "Centrum Usług Ochrony Środowiskowej" καθιστά δυνατή την ανάληψη αποτελεσματικής δράσης στον τομέα της εξειδικευμένης οικονομίας της αγοράς, καθώς και στον τομέα της υλοποίησης των καθηκόντων των τοπικών κυβερνήσεων. Ένα πλεονέκτημα του συνεταιρισμού μπορεί να είναι η συνειδητοποίηση της αδιάλειπτης συνεργασίας μεταξύ των επιμέρους μονάδων, η οποία θα αυξήσει πραγματικά τη διάρκεια του έργου. Η ανθεκτικότητα της ευημερίας του καθορίζεται επίσης από το ενδιαφέρον της τοπικής αυτοδιοίκησης, καθώς και από το γεγονός ότι η τοπική αυτοδιοίκηση ως ιδρυτικό μέλος έχει αντίκτυπο στις δραστηριότητες που αναλαμβάνει ο 58 συνεταιρισμός. Το περιβάλλον με τη μορφή της συνεργασίας άλλων τοπικών κυβερνήσεων, φορέων, μη κυβερνητικών οργανώσεων, καθώς και των επιχειρήσεων που είναι πεπεισμένες ότι ένας κοινωνικός συνεταιρισμός νομικών προσώπων είναι εταίρος, έχει μεγάλη σημασία για την ανάπτυξη του 'Κέντρου Περιβαλλοντικών Υπηρεσιών' και όχι σαν αντίπαλος στην τοπική αγορά. Οι επιχειρηματίες θα πρέπει να κατανοούν τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων τους στην κοινωνία, καθώς και να έχουν την κατάλληλη γνώση των οφελών της εταιρικής σχέσης

Ωστόσο, είναι σημαντικό να υποστηριχθούν σύνολα της κοινωνικής οικονομίας:

Η ανάπτυξη φορέων κοινωνικής οικονομίας απαιτεί την υποστήριξη των δημόσιων θεσμών, αλλά και άλλων κοινωνικών εταίρων: μη κυβερνητικών οργανώσεων, επιχειρηματιών και τοπικών ηγετών. Σύμφωνα με έρευνες, η υποστήριξη που παρέχεται από τους δημόσιους φορείς μπορεί να είναι αμφιλεγόμενη, γεγονός που, κατά συνέπεια, συμβάλλει στην αποδυνάμωση των πιθανοτήτων επιτυχίας τέτοιων σχεδίων. Όλοι οι ερωτηθέντες συμφωνούν ότι οι φορείς της κοινωνικής οικονομίας χρειάζονται υποστήριξη στο στάδιο της σύλληψης, της συγκρότησης (π.χ. εγγραφή, οργάνωση) και στην αρχική φάση της λειτουργίας. Η υποστήριξη τέτοιων επιχειρήσεων μακροπρόθεσμα παραμένει ένα ανοιχτό ζήτημα - οι ερωτηθέντες διαφέρουν ως προς την εκτίμησή τους σχετικά με τον χρόνο, το εύρος ή τους τρόπους βοήθειας τέτοιων οντοτήτων.

Φαίνεται, ωστόσο, ότι δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί δεν έχουν μόνο οικονομικούς στόχους, αλλά και κοινωνικούς. Μια σημαντική κοινωνική πτυχή του συνεταιρισμού είναι η δημιουργία θέσεων εργασίας για άτομα που είναι αποκλεισμένα ή κινδυνεύουν με κοινωνικό και επαγγελματικό αποκλεισμό και δεν μπορούν να βγουν από μια κατάσταση που περιορίζει ή εμποδίζει τη συμμετοχή τους στην επαγγελματική ή κοινωνική ζωή. Είναι ένας τρόπος ενεργοποίησης διαφόρων κοινωνικών ομάδων που ζουν σε αγροτικές περιοχές, όπου συχνά παρατηρείται κακή οργάνωση του περιβάλλοντος των ανθρώπων, π.χ. μακροχρόνια άνεργοι, άτομα με αναπηρία και ανεπαρκής υποστήριξη των ομάδων αυτών. Αυτή η μορφή απασχόλησης που προκύπτει στην περιοχή λειτουργίας των εμπλεκόμενων μονάδων δίνει την ευκαιρία στα άτομα αυτά να συμμετέχουν ενεργά στην αγορά εργασίας.

Σκοπός της ίδρυσης του Συνεταιρισμού ήταν η ενίσχυση της βιωσιμότητας των φορέων κοινωνικής οικονομίας στην περιοχή του Ρόκκ ρονιάτ μέσω καινοτόμων και δημιουργικών θεσμικών μορφών, υποστήριξης του τριτογενούς τομέα, αύξησης του επιπέδου ευαισθητοποίησης σχετικά με τα οφέλη του τομέα της κοινωνικής οικονομίας, ενίσχυσης της συμμετοχής των επιχειρήσεων, του δημόσιου και του πολιτικού τομέα, καθώς και νέων θεσμικών λύσεων για την ενσωμάτωση τοπικών πολιτικών.

Η κοινωνική επιχείρηση διεξάγει δραστηριότητες στον τομέα των περιβαλλοντικών υπηρεσιών με στόχο την επίλυση των προβλημάτων της τοπικής κοινωνίας, συνδιαμορφώνει την τοπική αγορά εργασίας απασχολώντας και εμπλέκοντας σε διάφορες μορφές δραστηριότητας άτομα που κινδυνεύουν από κοινωνικό αποκλεισμό, που βρίσκονται εκτός αγοράς εργασίας, που αντιμετωπίζουν προβλήματα κινητικότητας, βελτίωσης δεξιοτήτων και επαγγελματικών προσόντων.

Κατά τη διάρκεια των 10 και πλέον ετών λειτουργίας του, ο συνεταιρισμός έχει επιφέρει θετική αλλαγή στο τοπικό περιβάλλον και έχει πραγματικό αντίκτυπο στη ζωή πολλών κατοίκων του Ρόκκ ρονιάτ. Ως αποτέλεσμα των δραστηριοτήτων ενεργοποίησης, πολλοί άνθρωποι βρήκαν εργασία.

Το Μάρτιο του 2014, ο Συνεταιρισμός δημιούργησε ένα εργαστήριο εργοθεραπείας για 30 συμμετέχοντες. Τα άτομα με αναπηρία μεταφέρονται από την περιοχή των 5 κοινοτήτων και την πόλη Ρόκκ. Τα περισσότερα άτομα δεν έχουν συμμετάσχει ποτέ σε μαθήματα του συνεταιρισμού και οι οικογένειες αυτών των ανθρώπων έμαθαν για τη λειτουργία ανάλογων εγκαταστάσεων από τους υπαλλήλους του Συνεταιρισμού. Για περίπου 9 χρόνια λειτουργίας του WTZ, 6 άτομα έχουν επιτύχει στην ελεύθερη αγορά εργασίας και εξακολουθούν να εργάζονται μέχρι σήμερα. 10 άτομα, μεταξύ των οποίων και άνεργοι, βρήκαν εργασία στο εργαστήριο εργοθεραπείας. Μετά το πέρας του ωραρίου εργασίας του εργαστηρίου, πραγματοποιούνται δωρεάν μαθήματα για παιδιά και νέους από κοντινά χωριά τα οποία διεξάγονται από υπαλλήλους του Συνεταιρισμού. Οι κάτοικοι της περιοχής μπορούν να παρακολουθήσουν και να επωφεληθούν από μια καλά εξοπλισμένη αίθουσα αποκατάστασης ή μια αίθουσα ηλεκτρονικών υπολογιστών.

27 Δεκεμβρίου 2015 Η πόλη και η κοινότητα του Drobin ανέθεσαν στον συνεταιρισμό τη λειτουργία του Daily Senior Home+. Πρόκειται για μια μονάδα ημερήσιας υποστήριξης για 25 ηλικιωμένους από την πόλη και την κοινότητα του Drobin. Επιπλέον, από το 2019 λειτουργεί στο łeg Probostwo η Λέσχη Senior+ για 15 ηλικιωμένους.

Από το 2019, ο Συνεταιρισμός δραστηριοποιείται στον κλάδο της εστίασης, ο οποίος αποτελεί την κύρια πηγή εσόδων. Στο Drobin, έχει ανοίξει ένα γαστρονομικό κατάστημα, σε συνδυασμό με μια αίθουσα δεξιώσεων με την ονομασία Symphony of Taste. Παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες τροφοδοσίας και εφοδιασμού, εστιάζοντας στην προετοιμασία και την παράδοση γευμάτων. Ήταν ο Συνεταιρισμός που για σχεδόν ένα χρόνο παρείχε γεύματα σε όλους τους ενοίκους του γηροκομείου 'Nad Jarem' στο Nowy Miszewo, το οποίο κήκε τον Αύγουστο του 2019. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19, ο Συνεταιρισμός CUS έτοιμασε και παρέδωσε γεύματα σε παιδικούς και βρεφονηπιακούς σταθμούς στο Słupno και στο Drobin, σε περιβαλλοντικά σπίτια αυτοβοήθειας στο Świącice Stare και στο Słupno, χωρίς να ξεχνά τους συμμετέχοντες του WTZ, οι οποίοι έλαβαν γεύματα με έξοδα του Συνεταιρισμού. Μετά το ξέσπασμα του πολέμου στην Ουκρανία, ο Κοινωνικός Συνεταιρισμός έτοιμασε και παρέδωσε πάνω από 10.000 γεύματα σε ανθρώπους που αναγκάστηκαν να μεταναστεύσουν λόγω του πολέμου. Στην αίθουσα δεξιώσεων διοργανώνονται επίσης ειδικές εκδηλώσεις, π.χ. γάμοι, οικογενειακές γιορτές, θεματικές χοροεσπερίδες, καρναβάλια, πρωτοχρονιάτικα πάρτι. Υποστηρίζονται επίσης υπαίθριες εκδηλώσεις, π.χ. φεστιβάλ συγκομιδής της κομητείας, πανηγύρια, οικογενειακά πικνίκ. Η αίθουσα δεξιώσεων χρησιμοποιείται επίσης για συνέδρια, εκπαιδεύσεις. Η τροφοδοσία αποτελεί την κύρια πηγή εσόδων για το Συνεταιρισμό εδώ και αρκετά χρόνια και επιτρέπει την απασχόληση πολλών εργαζομένων: μάγειρες, βοηθοί κουζίνας, σερβιτόροι, υπηρεσία logistics.

Ο συνεταιρισμός συνεργάζεται με τοπικές εταιρείες τροφίμων, λαχανικών και κρεοπωλείων. Στην αίθουσα δεξιώσεων διοργανώνονται επίσης ειδικές εκδηλώσεις, π.χ. γάμοι, κοινωνίες, οικογενειακά πάρτι, ενοποιήσεις, θεματικές χοροεσπερίδες, καρναβάλια, πρωτοχρονιάτικα πάρτι. Υποστηρίζονται επίσης υπαίθριες εκδηλώσεις, π.χ. φεστιβάλ συγκομιδής της κομητείας, πανηγύρια, οικογενειακά πικνίκ. Η αίθουσα δεξιώσεων χρησιμοποιείται επίσης για συνέδρια, εκπαιδεύσεις και συναντήσεις χύτευσης. Η τροφοδοσία αποτελεί την κύρια πηγή εσόδων για τον Συνεταιρισμό εδώ και αρκετά χρόνια και επιτρέπει την απασχόληση πολλών εργαζομένων: μάγειρες, βοηθοί κουζίνας, σερβιτόροι, υπηρεσία logistics. Ο συνεταιρισμός συνεργάζεται με τοπικές εταιρείες τροφίμων, λαχανικών και κρεοπωλείων. Στην αίθουσα δεξιώσεων διοργανώνονται επίσης ειδικές εκδηλώσεις, π.χ. γάμοι, κοινωνίες, οικογενειακά πάρτι, ενοποιήσεις, θεματικές χοροεσπερίδες, καρναβάλια, πρωτοχρονιάτικα πάρτι. Υποστηρίζονται επίσης υπαίθριες εκδηλώσεις, π.χ. φεστιβάλ συγκομιδής της κομητείας, πανηγύρια, οικογενειακά πικνίκ. Η αίθουσα δεξιώσεων χρησιμοποιείται επίσης για συνέδρια, εκπαιδεύσεις και συναντήσεις χύτευσης. Η τροφοδοσία αποτελεί την κύρια πηγή εσόδων για τον Συνεταιρισμό εδώ και αρκετά χρόνια και επιτρέπει την απασχόληση πολλών εργαζομένων: μάγειρες, βοηθοί κουζίνας, σερβιτόροι, υπηρεσία logistics. Ο συνεταιρισμός συνεργάζεται με τοπικές εταιρείες τροφίμων, λαχανικών και τοπικές εταιρείες τροφίμων, λαχανικών και κρεοπωλείων.

Κατά τη διάρκεια της δραστηριότητάς του, ο συνεταιρισμός πραγματοποίησε, ανεξάρτητα ή σε συνεργασία, πολλά έργα / έργα της ΕΕ με στόχο την αντιμετώπιση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού, π.χ. 'Αλλαγές'. Χάρη σε αυτά, πολλοί κάτοικοι της Μαζοβίας βελτίωσαν τα επαγγελματικά τους προσόντα και βρήκαν εργασία, μεταξύ των οποίων και κάποιοι από αυτούς στον Συνεταιρισμό.

Το ευέλικτο μοντέλο λειτουργίας του τριτογενούς Κοινωνικού Συνεταιρισμού Νομικών Προσώπων που υλοποιεί δραστηριότητες στον τομέα των περιβαλλοντικών υπηρεσιών αποδείχθηκε εξαιρετική λύση και επέδειξε αποτελεσματική διάρκεια. Το Δεκέμβριο του 2022 ο συνεταιρισμός συμμετείχε στον 11ο διαγωνισμό για την καλύτερη κοινωνική επιχείρηση Jacek Kuroń στην κατηγορία 'Ανακάλυψη της χρονιάς'. Το βραβείο απονεμήθηκε λόγω του καινοτόμου τρόπου ίδρυσης του συνεταιρισμού, ο οποίος δεν υπάρχει σε εθνική κλίμακα. Τα μέλη του συνεταιρισμού είναι 5 μονάδες τοπικής αυτοδιοίκησης από την περιοχή του Płock ρονιάτ. Οι άνθρωποι που διοικούν το Συνεταιρισμό είναι ηγέτες γεμάτοι πρωτοβουλία, πάθος και δέσμευση, χωρίς τους οποίους η λειτουργία μιας επιχείρησης θα ήταν πολύ δύσκολη. Κατά τη διάρκεια της κρίσης που προκλήθηκε από την πανδημία COVID19 και το συνεχιζόμενο πόλεμο στην Ουκρανία, συνδυάζοντας επιδέξια τα έσοδα από την επιχειρηματική δραστηριότητα με κεφάλαια από επιδοτήσεις και επιχορηγήσεις εξασφάλισαν τη σταθερότητα του Συνεταιρισμού, επιτρέποντάς του να επιβιώσει σε αυτή τη δύσκολη περίοδο για όλους, ιδίως όσον αφορά τη διατήρηση της απασχόλησης. Ο κοινωνικός συνεταιρισμός 'CUS' είναι ένας αξιόπιστος εταίρος για κάθε είδους κοινωνικές πρωτοβουλίες. Αυτό αποδεικνύεται από τον αριθμό των υλοποιημένων σχεδίων συνεργασίας, συμπεριλαμβανομένων πολλών που αφορούν οικονομικούς πόρους. Οι εταίροι δεν είναι μόνο άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις/ μη κυβερνητικές οργανώσεις, αλλά και μονάδες τοπικής αυτοδιοίκησης και επιχειρηματίες. Ο συνδυασμός των δυνατοτήτων πολλών οργανώσεων καθιστά δυνατή την επίλυση τοπικών προβλημάτων που δεν θα ήταν δυνατόν να εξαιρεθούν μόνο από τις τοπικές κυβερνήσεις ή έναν κοινωνικό συνεταιρισμό. Μέσω της διατομεακής συνεργασίας, της ανταλλαγής εμπειριών με εταίρους τόσο από την Πολωνία όσο και από άλλες χώρες της ΕΕ, ο συνεταιρισμός προσπαθεί να αλλάξει το τοπικό περιβάλλον, καθιστώντας το φιλικό προς τους ανθρώπους και το φυσικό περιβάλλον. Χάρη στη δημιουργικότητα και την καινοτομία, ο Κοινωνικός Συνεταιρισμός έχει γίνει ηγέτης στην περιοχή του, όπου άλλοι εκπρόσωποι των μονάδων τοπικής αυτοδιοίκησης έρχονται συχνά για να παρακολουθήσουν και να μάθουν λειτουργικές λύσεις.

11. Τελευταία έργα - ως πρακτικό παράδειγμα εργασίας σε μια κοινωνική επιχείρηση

A. Το έργο "Ακαδημία Καινοτομίας και Νεοφυών Επιχειρήσεων. From garage to Wig 20"

Ανακοίνωση: Το Ίδρυμα Zofia Zamenhof σας προσκαλεί να υποβάλλετε προσφορές σε απάντηση σε έρευνα αγοράς για την υλοποίηση της υπηρεσίας κατάρτισης που συνίσταται στη διεξαγωγή μιας σειράς μαθημάτων κατάρτισης στον τομέα των νέων τεχνολογιών και των ευκαιριών επαγγελματικής ανάπτυξης στον κλάδο της πληροφορικής, για περίπου 20 συμμετέχοντες του έργου με τίτλο 'Ακαδημία Καινοτομίας και Νεοφυών Επιχειρήσεων From garage to Wig 20'.

Οι προσφορές θα πρέπει να αποσταλούν με τη μορφή συμπληρωμένου εντύπου προσφοράς έως τις 24 Αυγούστου 2019, στις 16:00, στη διεύθυνση: academy of innovation@gmail.com

Πριν από την προετοιμασία της προσφοράς, θα πρέπει να διαβάσετε προσεκτικά το περιεχόμενο της πρόσκλησης υποβολής προτάσεων και τις απαιτήσεις του εργοδότη που καθορίζονται στην πρόσκληση υποβολής προτάσεων. Τυχόν ερωτήσεις σχετικά με την παρούσα έρευνα πρέπει να απευθύνονται στην: academy of innovation@gmail.com

- Γενικές πληροφορίες για το έργο:
- Ίδρυμα Zofia Zamenhoff σε συνεργασία με:
- Πανεπιστήμιο Οικονομικών και Διοίκησης στο Łódź
- Σύνδεσμο του Κέντρου Υποστήριξης Τοπικών Δραστηριοτήτων CAL
- Εθνικό Κέντρο Έρευνας και Ανάπτυξης

Έργα σε εξέλιξη: 'From garage to Wig 20'

Στόχος του έργου είναι η προετοιμασία και η υλοποίηση μιας νέας προσφοράς κατάρτισης για 100 άτομα (60K και 40M) για τη βελτίωση των ψηφιακών ικανοτήτων μέσω της απόκτησης γνώσεων σχετικά με τις νέες τεχνολογίες και τις ευκαιρίες επαγγελματικής ανάπτυξης στον κλάδο της πληροφορικής. Για τη χρηματοδότηση του έργου από την ΕΕ: 480.805,70 PLN.

Έργο που υλοποιήθηκε κατά την περίοδο 30.01.2019 - 31.01.2020 Γραφείο Έργου: 30.01.2019 - 31.01.2020: Łódź ul. Narutowicza 86, Πρυτανεία SWEiZ. Το θέμα ήταν επίσης να συζητηθούν οι επιπτώσεις της κατάρτισης στο πλαίσιο του έργου 'Ακαδημία Καινοτομίας και Νεοφυών Επιχειρήσεων - From garage to Wig 20' και οι αλλαγές που προκύπτουν από τη μετάβαση στην εξ αποστάσεως εκπαίδευση (που προκαλείται από την επιδημιολογική κατάσταση στη χώρα - COVID19). Οι διοργανωτές της συνάντησης και οι δημιουργοί του έργου υπέδειξαν επίσης περαιτέρω αναπτυξιακές πορείες για τα εκπροσωπούμενα ιδρύματα όσον αφορά τις προγραμματισμένες δραστηριότητες του έργου, συμπεριλαμβανομένης της προγραμματισμένης κατάρτισης και σε μορφή εξ αποστάσεως.

B. ΕΡΓΑ ERASMUS+ - ΕΡΓΟ: VOYAGE - Αύξηση των ικανοτήτων του προσωπικού της εκπαίδευσης ενηλίκων

- **Σύντομη περιγραφή του έργου:** Το έργο αποσκοπεί στη βελτίωση των δεξιοτήτων της διοίκησης και των μελών του Ιδρύματος, που είναι απαραίτητες για την οργάνωση και τη διεξαγωγή μη επαγγελματικής εκπαίδευσης ενηλίκων. Συγκεκριμένοι στόχοι: Το έργο θα έχει ως στόχο την ενίσχυση της εκπαίδευσης των ατόμων που δεν είναι μέλη του Ιδρύματος: Βελτίωση των ικανοτήτων του διοικητικού προσωπικού με τη συμμετοχή σε μαθήματα για τη σύγχρονη διαχείριση οργανισμών. Για την ανάπτυξη ενός οργανισμού, η σωστή κατάρτιση της διοίκησης είναι θέμα ζωτικής σημασίας, επιτρέποντάς την εξοικείωση με τις σύγχρονες μεθόδους διοίκησης, καθώς και τον προβληματισμό σχετικά με την πρακτική και τη σύγκριση με άλλες λύσεις. Το Ίδρυμα έστειλε τουλάχιστον 2 άτομα από το διοικητικό προσωπικό για εκπαίδευση σε οργανισμούς του εξωτερικού, που κατέληξε με την απόκτηση πιστοποιητικών ολοκλήρωσης της πρακτικής άσκησης.
- **Τα θέματα προτεραιότητας είναι:**
 - χρήση εργαλείων ΤΠΕ,
 - αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντών,
 - αποτελεσματική οικονομική διαχείριση,
 - διαχείριση εκπαιδευτικών έργων
- **Αύξηση των γνώσεων του εκπαιδευτικού προσωπικού στον τομέα των τελευταίων μεθόδων ΤΠΕ.** Οι ψηφιακές δεξιότητες συγκαταλέγονται στις βασικές δεξιότητες της ΕΕ.

Ο ψηφιακός αλφαριθμητισμός είναι απαραίτητος για την υποστήριξη της ενεργού συμμετοχής των πολιτών και της κοινωνικής ένταξης, της συνεργασίας με άλλους και της δημιουργικότητας για την επίτευξη προσωπικών, κοινωνικών και επιχειρηματικών στόχων. Λαμβάνοντας υπόψη την τεχνολογική ανάπτυξη στην οποία συμμετέχουμε, η ανάπτυξη των δεξιοτήτων του εκπαιδευτικού προσωπικού και των μαθητών στη χρήση των τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας αποτελεί απάντηση στη σύγχρονη απαίτηση, η οποία εκφράζεται με την απόκτηση δεξιοτήτων στη χρήση των σύγχρονων τεχνολογιών στο εκπαιδευτικό έργο. Προβλέπεται η εκπαίδευση τουλάχιστον 5 ατόμων σε οργανισμούς του εξωτερικού από τη χρήση των ΤΠΕ στην εκπαίδευση ενηλίκων με την απόκτηση πιστοποιητικών ολοκλήρωσης της πρακτικής άσκησης.

Αύξηση των γνώσεων στον τομέα των νέων μεθόδων διδασκαλίας και οργάνωσης της εργασίας. Στόχος είναι η ένταξη σύγχρονων μεθόδων διδασκαλίας που αναπτύσσουν τις προσωπικές, κοινωνικές και μαθησιακές δεξιότητες, δηλαδή την ικανότητα προβληματισμού, αποτελεσματικής διαχείρισης του χρόνου και των πληροφοριών, εποικοδομητικής συνεργασίας με τους άλλους, ανθεκτικότητας και διαχείρισης της μάθησης και της σταδιοδρομίας του ατόμου. Θέλουμε επίσης να εξοικειωθούμε με την οργάνωση της εθελοντικής εργασίας, το ψηφιακό μάρκετινγκ ως σύγχρονο εργαλείο για τη μεταφορά πληροφοριών και γνώσεων, καθώς και με τις μορφές συγκέντρωσης κεφαλαίου και crowdfunding. Προβλέπεται να εκπαιδεύσουμε τουλάχιστον 5 άτομα στον τομέα των σύγχρονων μεθόδων διδασκαλίας και της οργάνωσης της εργασίας στην εκπαίδευση ενηλίκων με πιστοποιητικά ολοκλήρωσης της πρακτικής άσκησης.

12. Περίληψη

Από την προσχώρηση της Πολωνίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όλες οι τοπικές κυβερνήσεις του Βοεβοδάτου χρησιμοποιούν τα κονδύλια της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως μία από τις πηγές εσόδων του προϋπολογισμού, αν και με διαφορετική ένταση. Την περίοδο 2006-2012, το υψηλότερο (δηλαδή πάνω από το τρίτο τεταρτημόριο) ποσοστό απορρόφησης κονδυλίων για τη χρηματοδότηση και τη συγχρηματοδότηση έργων της ΕΕ ανά κάτοικο ήταν χαρακτηριστικό για το 37,5% των αστικών κοινοτήτων, το 36,4% των αστικών-αγροτικών κοινοτήτων και το 16,4% των αγροτικών κοινοτήτων. Η κύρια προϋπόθεση των κονδυλίων της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι η υποστήριξη δραστηριοτήτων που επιτρέπουν την υπέρβαση των αναπτυξιακών εμποδίων στις καθυστερημένες περιοχές. Συνεπώς, πρόκειται για μέτρα που πρόκειται να συμβάλουν (σε απροσδιόριστο χρονικό διάστημα) στην επιτάχυνση των αναπτυξιακών διαδικασιών.

Epralima – Escola Profissional do Alto Lima – Cooperativa de Interesse Público e Responsabilidade Limitada



Το EPRALIMA – Escola Profissional do Alto Lima δημιουργήθηκε το 1999 και είναι ένα ιδιωτικό, μη κερδοσκοπικό ίδρυμα, το οποίο έχει ως στόχο να αποτελέσει πλεονέκτημα στην εκπαίδευση των νέων. Υπό αυτή την έννοια, παρέχει στους σπουδαστές του επαρκή επαγγελματική εκπαίδευση σε διάφορους τομείς. Με περίπου 400 σπουδαστές, το Epralima εκτιμά και βελτιστοποιεί το δυναμικό των ενδογενών πόρων, αναζωογονεί τον κοινωνικό ιστό υπό το πρίσμα των ίσων ευκαιριών, εκτός από τη συμβολή στη μείωση των ποσοστών εγκατάλειψης του σχολείου και της σχολικής αποτυχίας. Κύρια αποστολή του είναι να εκπαιδεύει ενδιάμεσους τεχνικούς, εστιάζοντας στη ‘γνώση’, τη ‘γνώση του πώς να κάνει’ και τη ‘γνώση του πώς να είναι’, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση υποστηρικτικών, ενεργών και ενημερωμένων πολιτών, προετοιμασμένων για την νέα ευρωπαϊκή ιθαγένεια και τις νέες προκλήσεις της κοινωνίας της γνώσης, επιτρέποντάς τους να εγκατασταθούν σε τοπικό επίπεδο, αποτελώντας προστιθέμενη αξία στους αντίστοιχους τομείς παρέμβασής τους. Γνωρίζοντας ότι η επαγγελματική εκπαίδευση διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην οικοδόμηση του μέλλοντος του ατόμου και της κοινωνίας, στοχεύει να ανταποκριθεί στις ανάγκες εκπαίδευσης και κατάρτισης, στις προσδοκίες των νέων και των ενηλίκων και στις ανάγκες και τις απαιτήσεις της περιοχής. Το Epralima ελπίζει να είναι σε θέση να εκπαιδεύσει πολίτες με εδραιωμένες ηθικές και δεοντολογικές αξίες, σε συνδυασμό με μια κατάρτιση αριστείας, που θα τους επιτρέψει να είναι επιτυχημένοι στην επαγγελματική και προσωπική τους ζωή.

IV. Εκπαίδευση στην κοινωνική επιχειρηματικότητα

**Συγγραφείς: Ana Rita Alves, Ângela Paredes,
Epralima, Πορτογαλία**

1. Εισαγωγή

Το φαινόμενο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας αναδύεται στο πλαίσιο της κρίσης και των κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών προκλήσεων που αντιμετωπίζουν οι σύγχρονες κοινωνίες. Η αυξανόμενη δημοτικότητα του φαινομένου συνοδεύεται από ένα πεδίο ανάλυσης που αναμειγνύει και συνδυάζει ένα ευρύ φάσμα ιδεών που επιχειρούν να περιγράψουν την κοινωνική επιχειρηματικότητα, και αυτή η δυναμική ευελιξία των εννοιών είναι η κύρια αιτία της φαινομενικής έλλειψης σαφήνειας της έννοιας. Υπάρχει μια συζήτηση σχετικά με το 'πότε' και 'πού' εφαρμόζεται ο όρος, με την έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας να πάσχει από 'εννοιολογικό πληθωρισμό', καθώς η απουσία ενός ακριβούς ορισμού συνοδεύεται από ένα πλεόνασμα νοήματος, που αντανακλά τα πολυάριθμα πλαίσια στα οποία εφαρμόζεται ο όρος. Προκειμένου να προσπαθήσουμε να σταθεροποιήσουμε το εννοιολογικό πλαίσιο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, προτείνουμε να αναλύσουμε την προέλευσή της, τις διαφορές μεταξύ των κύριων στοιχείων που χαρακτηρίζουν την επιχειρηματικότητα και την κοινωνική επιχειρηματικότητα, καθώς και τις διάφορες σχολές που τη μελετούν.

2. Κοινωνική επιχειρηματικότητα

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα αποτελεί πλέον ένα αναδυόμενο πεδίο ανάλυσης και παρέμβασης σε πολιτικό και επιστημονικό επίπεδο, ενώ το φαινόμενο επεκτείνεται με ταχείς ρυθμούς και προσελκύει όλο και μεγαλύτερη προσοχή από διάφορους τομείς της κοινωνίας.

Σε γενικές γραμμές, η αδυναμία και η ανεπάρκεια των κυβερνητικών θεσμών να επιλύσουν νέα κοινωνικά προβλήματα, η οποία είναι ορατή στους διάφορους τύπους τομεακών κοινωνικών πολιτικών (ή στην έλλειψή τους) και ιδίως στους δημοσιονομικούς περιορισμούς, έχει ενθαρρύνει τις πρωτοβουλίες της κοινωνίας των πολιτών για την αναζήτηση εναλλακτικών πρακτικών που ανταποκρίνονται στις κοινωνικές ανάγκες που δεν καλύπτονται από το κράτος ή την αγορά. Αν και οι απαντήσεις αυτές ήταν παραδοσιακά εδραιωμένες στο λεγόμενο αγγλοσαξονικό μη κερδοσκοπικό τομέα ή στην ευρωπαϊκή κοινωνική οικονομία, η διαδικασία και οι πρακτικές της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, όπως αυτή τη στιγμή κατασκευάζεται θεωρητικά και εμπειρικά, επιδιώκουν να ενσωματώσουν σε αυτόν τον τομέα επιχειρηματικές έννοιες και ιδέες ως όχημα καινοτομίας για την αντιμετώπιση των κοινωνικών προκλήσεων. Είναι γενικά αποδεκτό ότι η έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας γεννήθηκε στο αμερικανικό πλαίσιο και ότι, παρά τις διαφορές μεταξύ των σχολών που ασχολούνται με το φαινόμενο, ως αποτέλεσμα των διαφορετικών κοινωνικών, πολιτικών και οικονομικών συνθηκών, όλες συνέβαλαν στην αύξηση του ενδιαφέροντος για το θέμα και στη συναίνεση για την ανάγκη εξεύρεσης καινοτόμων τρόπων χρήσης επιχειρηματικών μεθόδων κατάλληλων για την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων.

Πριν αναλύσουμε τη συμβολή της αμερικανικής και της ευρωπαϊκής σχολής, προτείνουμε να παραθέσουμε τα κύρια χαρακτηριστικά που διακρίνουν τις έννοιες της επιχειρηματικότητας και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, όπου η τελευταία έχει τις ρίζες της.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι άλλη μία από τις λέξεις-κλειδιά που η κρίση της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης έφερε στην ημερήσια διάταξη στο γύρισμα του 21ου αιώνα. Πρόκειται για ένα αναδυόμενο πεδίο ανάλυσης και παρέμβασης με πολιτικούς και επιστημονικούς όρους, που βρίσκεται σε φάση επιταχυνόμενης επέκτασης, με μεγάλη κάλυψη από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον διαφόρων τομέων της κοινωνίας και ενός ευρέος φάσματος παγκόσμιων, ευρωπαϊκών και εθνικών πολιτικών χώρων, ως λύση για την επίλυση των προβλημάτων της απασχόλησης, της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού.

Σε γενικές γραμμές, η έννοια εμφανίστηκε τη δεκαετία του 1990, αρχικά στις ΗΠΑ και στη συνέχεια στην Ευρώπη, για να περιγράψει τις απαντήσεις που βρίσκουν οι πολίτες ειδικότερα και η κοινωνία των πολιτών γενικότερα, για να αντιμετωπίσουν τη μη ανταπόκριση, την υποχώρηση ή την ανικανότητα του κράτους, αλλά και της αγοράς, στις συγκεκριμένες κοινωνικές ανάγκες των ευάλωτων ατόμων. Παρά τις μακρές ιστορικές ρίζες αυτού του είδους των πρωτοβουλιών, ενταγμένων στον λεγόμενο μη κερδοσκοπικό τομέα στον αγγλόφωνο κόσμο και στην κοινωνική οικονομία στην ευρωπαϊκή πραγματικότητα, η καινοτομία όσον αφορά τις εκφράσεις και τις έννοιες είναι σημαντική. Σε επίπεδο ευρωπαϊκής πολιτικής, η κοινωνική επιχειρηματικότητα, οι κοινωνικές επιχειρήσεις και η κοινωνική καινοτομία έχουν πρωτοφανή κεντρική θέση στη στρατηγική 'Ευρώπη 2020'.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ένας άμεσος δρόμος για τη δημιουργία κοινής αξίας, δηλαδή, όταν τα ιδανικά του κέρδους και του σκοπού συναντώνται, είναι λογικό για τις εταιρείες να αναζητούν τρόπους για να δημιουργήσουν δέσμευση και μόνιμες σχέσεις με τις πρωτοβουλίες που μπορούν να καθορίσουν το μέλλον της οικονομίας του αντίκτυπου. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει οριστεί ως ένα επιχειρηματικό μοντέλο που παράγει κέρδος, αλλά το οποίο καθοδηγείται ουσιαστικά από τον σκοπό της επίλυσης οικονομικών και κοινωνικοπεριβαλλοντικών αναγκών που δεν ικανοποιούνται από την αγορά. Η παραγωγή κέρδους είναι το κύριο σημείο διαφοροποίησης μεταξύ μιας κοινωνικής επιχείρησης και μιας μη κυβερνητικής οργάνωσης (ΜΚΟ).

Η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) συνδέεται με δράσεις που προωθούνται από οργανισμούς για την έγκαιρη απόκτηση ωφελημάτων και βοήθειας, όπως σε εκστρατείες για τη βοήθεια των αστέγων, παραδόσεις καλαθιών τροφίμων και προγράμματα εθελοντισμού.

Στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, από την άλλη πλευρά, οι μετασχηματισμοί που προωθούνται φτάνουν σε βαθύτερα επίπεδα.

Ο στόχος δεν είναι μόνο η επίλυση συγκεκριμένων αναγκών, αλλά η προώθηση αλλαγών στη δυναμική της κοινωνίας, η παροχή υποστήριξης και προϋποθέσεων για την πρόσβαση των ατόμων σε ορισμένες υπηρεσίες και η συμβολή στη συνεχή ανάπτυξη της κοινότητας που βρίσκεται γύρω από την επιχείρηση.

Χαρακτηριστικά της κοινωνικής επιχειρηματικότητας:

- Επιχειρηματικό μοντέλο που βασίζεται στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων
- Δομή που υποστηρίζεται σθεναρά από την ιδέα της καινοτομίας
- Η αναζήτηση συμπράξεων, σε γενικές γραμμές, αποσκοπεί στην εξασφάλιση της βιωσιμότητας των έργων βραχυπρόθεσμα/μεσοπρόθεσμα. Μακροπρόθεσμα, οι επιχειρήσεις θέλουν να είναι οικονομικά ανεξάρτητες
- Εκμετάλλευση της γνώσης της αγοράς για την επίλυση προβλημάτων στις κοινότητες όπου δραστηριοποιούνται
- Ανταπόκριση σε τουλάχιστον έναν από τους 17 στόχους των Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ) στην επιχειρηματική στρατηγική.

3. Κοινωνική επιχειρηματικότητα στην εκπαίδευση: πώς γίνεται;

Όσον αφορά τη σχολική κοινότητα, η κινητοποίηση αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την υλοποίηση ενός εκπαιδευτικού έργου. Με την κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν θα μπορούσε να είναι διαφορετικά. Για να προωθηθούν αλλαγές στο πρόγραμμα σπουδών, να δημιουργηθεί ένα μάθημα επιλογής ή να εφαρμοστεί μια νέα πρακτική στο σχολείο, είναι πολύ σημαντικό να συμμετέχουν σε αυτή τη διαδικασία συντονιστές, εκπαιδευτικοί, εργαζόμενοι, μαθητές και οικογένειες.

Το υπουργείο Παιδείας έχει σημαντικό ρόλο να διαδραματίσει στην τόνωση της δέσμευσης των σχολείων, να επικοινωνήσει με σαφήνεια τις προθέσεις στους διευθυντές και να τους προσφέρει στήριξη για να κινητοποιήσουν τη σχολική κοινότητα γύρω από την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, η πρόταση δεν μπορεί να εξιδανικευτεί μόνο από τη διεύθυνση.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα αναπτύσσει τις ακόλουθες δεξιότητες στους μαθητές:

- Αλtruισμός
- Ικανότητα επίλυσης προβλημάτων
- Επικοινωνία
- Θάρρος
- Περιέργεια
- Ενσυναίσθηση
- Κριτική και επιστημονική σκέψη
- Αίσθηση του σκοπού
- Ανθεκτικότητα
- Υπευθυνότητα
- Ομαδική εργασία

Η προοδευτική άρθρωση μεταξύ κοινωνικής επιχειρηματικότητας και εκπαίδευσης λαμβάνει χώρα σε όλο τον κόσμο. Ιστορικά, τα θεμέλια του πρώτου εκπαιδευτικού μαθήματος κοινωνικής επιχειρηματικότητας χρονολογούνται από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, όταν ορισμένοι φοιτητές στο Πανεπιστήμιο του Χάρβαρντ πίεσαν για τη δημιουργία ενός προγράμματος ειδικά αφιερωμένου στο θέμα, το οποίο συντόνιζε τότε ένας από τους πρωτοπόρους ακαδημαϊκούς, ο Gregory Dees.

Έκτοτε, έχουν πολλαπλασιαστεί τα ακαδημαϊκά ιδρύματα που ασχολούνται με την εκπαίδευση στην κοινωνική επιχειρηματικότητα: Μέχρι το 2004 υπήρχαν 23 πανεπιστήμια με προγράμματα αυτής της θεματικής, συμπεριλαμβανομένων τριών ευρωπαϊκών πανεπιστημίων (Πανεπιστήμιο της Οξφόρδης, Ηνωμένο Βασίλειο, Πανεπιστήμιο της Γενεύης, Ελβετία και Πανεπιστήμιο της Ναβάρρα, Ισπανία). Το 2007 δημιουργείται για πρώτη φορά στην Ασία, μέσω του Ινστιτούτου Κοινωνικών Επιστημών της TATA, στην Ινδία, ένα μεταπτυχιακό πρόγραμμα με αυτή τη θεματική. Το 2011 ο παγκόσμιος αριθμός των σχολών που φέρονται να ασχολούνται με την εκπαίδευση για την κοινωνική επιχειρηματικότητα ανέρχεται σε περισσότερες από 500, σε 148 χώρες σε όλες τις ηπείρους και με προγράμματα διαφόρων μορφών, από μεταπτυχιακά και πτυχία, μέχρι major, minors και master of business administration (MBA).

Παρόλο που η προαναφερθείσα έλλειψη ενός ισχυρού σώματος θεωριών αποδυναμώνει τη θεωρητικοποίηση αυτού του πεδίου, η διδασκαλία και η παιδαγωγική της κοινωνικής επιχειρηματικότητας αποκτούν όλο και μεγαλύτερη προβολή και προσελκύουν όλο και μεγαλύτερη προσοχή από τον ακαδημαϊκό χώρο.

Ο επαναλαμβανόμενος στόχος της εκπαίδευσης στην κοινωνική επιχειρηματικότητα φαίνεται να είναι η καλλιέργεια της επόμενης γενιάς κοινωνικών επιχειρηματιών και η υποστήριξή τους στις προσπάθειές τους να δημιουργήσουν κοινωνική αξία με καινοτόμους τρόπους. Δηλαδή, σε γενικές γραμμές, ο στόχος είναι η παροχή μιας προσφοράς τριτοβάθμιας εκπαίδευσης που απευθύνεται σε κοινωνικούς επιχειρηματίες ή σε φοιτητές που σκοπεύουν να εξειδικευτούν στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Σε μια συμπληρωματική προοπτική, οι Hamidi Lawrence, Wennberg και Berglund (2008) κατανοούν ότι η επιτυχία της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα θα ήταν να παρακινήσει τις επιχειρηματικές προθέσεις, δηλαδή να προωθήσει μια νοητική κατάσταση που διοχετεύει την εμπειρία και τη δράση σε τρόπους υλοποίησης μιας δραστηριότητας.

Αλλά σε ποιο βαθμό ένας φοιτητής που εκπαιδεύεται για την επιχειρηματικότητα γίνεται επιχειρηματίας; Δεδομένου του εύρους που έχει αποκτήσει η έννοια της επιχειρηματικότητας, μπορεί να θεωρηθεί ότι αυτός που επωφελείται από την εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα αποκτά και αναπτύσσει επιχειρηματικές δεξιότητες. Η μάθηση αυτή μπορεί, ωστόσο, να πραγματοποιηθεί σε διαφορετικούς 'βαθμούς', διαφοροποιούμενη έτσι ανάλογα με τους ωφελούμενους. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2002) αναγνωρίζει τη σημασία δύο στοιχείων στον ορισμό της 'διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας': α) μια ευρύτερη έννοια της 'εκπαίδευσης για επιχειρηματικές στάσεις και δεξιότητες', η οποία περιλαμβάνει την ανάπτυξη ορισμένων προσωπικών ιδιοτήτων και δεν επικεντρώνεται άμεσα στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων- β) μια πιο συγκεκριμένη έννοια της "εκπαίδευσης στον τρόπο δημιουργίας μιας επιχείρησης".

Στο πλαίσιο αυτό, οι στόχοι της εκπαίδευσης σε θέματα επιχειρηματικότητας έχουν καθοριστεί ανάλογα με τα διάφορα επίπεδα εκπαίδευσης: πρωτοβάθμια εκπαίδευση, δευτεροβάθμια εκπαίδευση και τριτοβάθμια εκπαίδευση. Στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση, η εκπαίδευση επιχειρηματικότητας στοχεύει στην προώθηση στους μαθητές προσωπικών ιδιοτήτων όπως η δημιουργικότητα, η πρωτοβουλία και η αυτονομία, οι οποίες συμβάλλουν στην ανάπτυξη μιας επιχειρηματικής στάσης, η οποία θα είναι χρήσιμη στην προσωπική τους ζωή και σε κάθε επαγγελματική τους δραστηριότητα. Όσον αφορά τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, η προώθηση των προσωπικών ιδιοτήτων εξακολουθεί να είναι σημαντική, αλλά η προώθηση της επιχειρηματικότητας περιλαμβάνει επίσης την ευαισθητοποίηση των μαθητών σχετικά με την αυτοαπασχόληση ως πιθανή επιλογή σταδιοδρομίας.

Η έννοια της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα έχει ορισμένα χαρακτηριστικά που της προσδίδουν ταυτότητα:

Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα:

- προσφέρει οριζόντια εκπαίδευση για τη ζωή
- επικεντρώνεται στη δράση
- επικεντρώνεται στις διαδικασίες και τα αποτελέσματα
- έχει συνέπεια και σταθερότητα,
- αποτελεί ολοκληρωμένη διεπιστημονική προσέγγιση
- κινείται σε συγκεκριμένα πλαίσια

Η Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα δεν είναι:

- επιχειρηματική διοικητική εκπαίδευση
- επικεντρωμένη στη γνώση,
- επικεντρωμένη στην εργασία,
- σποραδική και ασταθής
- απομονωμένη και πειθαρχική
- αποκλειστική

Για να καταφέρει το σχολείο να προωθήσει μια επαρκή, αποτελεσματική εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα που εδραιώνεται σε καλά αποτελέσματα, είναι απαραίτητο το ίδιο το σχολείο να αλλάξει τον τρόπο λειτουργίας του.

4. Ο ρόλος του σχολείου και των εκπαιδευτικών στην προώθηση της επιχειρηματικότητας

Στο λεπτομερές πρόγραμμα εργασίας για την παρακολούθηση των στόχων των συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ευρώπη (2002), η Ευρωπαϊκή Ένωση ορίζει ως 3ο στόχο την ανάγκη 'να ανοίξουν τα συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης στον ευρύτερο κόσμο, τα συστήματα κατάρτισης'. Αυτό απαιτεί 'την προώθηση της στενής συνεργασίας μεταξύ των συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης και της κοινωνίας γενικότερα', καθώς και 'τη δημιουργία εταιρικών σχέσεων μεταξύ όλων των τύπων ιδρυμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης, επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων προς αμοιβαίο όφελος'. (Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2002: 13-14). Το 2008, το θέμα επαναφέρεται από την Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων θεωρώντας ότι η δικτύωση μεταξύ των ίδιων των σχολείων μπορεί να επιταχύνει την καινοτομία, καθώς 'τα σχολεία πρέπει να αναπτυχθούν ως *κοινότητες μάθησης*' (Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2008: 11). Στο ίδιο πνεύμα, η έκθεση του Εθνικού Σχεδίου για την Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα (2009) για την περίοδο 2006/2009, καταλήγει στο συμπέρασμα ότι είναι σημαντικό το σχολείο να ενισχύσει 'επίσημα τη συνεργασία μεταξύ όλων των σχετικών φορέων', δηλαδή θα πρέπει να προωθήσει τη σύνδεση με άλλους θεσμούς 'ιδιαίτερα στους τομείς της εργασίας και της κοινωνικής ασφάλισης, της τοπικής αυτοδιοίκησης και των επιχειρήσεων, ενισχύοντας τους δεσμούς και τις νέες συνεργασίες μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών φορέων' (Ministério da Educação, DGIDC, 2009a: 40).

Η δημιουργία συμπράξεων είναι επομένως επωφελής τόσο για τα σχολεία όσο και για κάθε συνεργαζόμενο φορέα. Μια εταιρική σχέση συνεπάγεται ακριβώς αυτό, όφελος και για τα δύο μέρη. Ο σχηματισμός συμπράξεων είναι μια συνεργατική στρατηγική που θα επιτρέψει την ευκαιρία για επέκταση, για την επίτευξη καλύτερων αποτελεσμάτων και τη βελτιστοποίηση των πόρων, και συνδέεται επίσης με την ύπαρξη συγκεκριμένων δεξιοτήτων σε κάθε έναν από τους εταίρους. Για να προσφέρει επαρκή εκπαίδευση στους μαθητές του, να ανταποκρίνεται στις ανάγκες και τις προσδοκίες τους, να μπορεί να διευρύνει το όραμα και το πεδίο παρέμβασής του, είναι σημαντικό το σχολείο να αποτελεί μέρος ενός συνόλου. Η ανάλυση των ενδιαφερόμενων μερών και η δημιουργία συμπράξεων είναι αμφότερες απαραίτητες στρατηγικές παρέμβασης.

Αλλά δεν είναι μόνο το σχολείο ως θεσμός που πρέπει να αλλάξει. Οι επιδόσεις των εκπαιδευτικών πρέπει επίσης να προσαρμοστούν. Για τη δημιουργία επιχειρηματικών περιβαλλόντων είναι απαραίτητο, πρώτα απ' όλα, να παρακινηθούν και να εμπλακούν οι εκπαιδευτικοί. Η έκθεση για την UNESCO (1996), τονίζει ότι 'η συμβολή των εκπαιδευτικών είναι καθοριστικής σημασίας για την προετοιμασία των νέων όχι μόνο για να αντιμετωπίσουν το μέλλον με αυτοπεποίθηση, αλλά και για να το οικοδομήσουν οι ίδιοι με αποφασιστικότητα και υπευθυνότητα'.

Οι κοινωνικοί μετασχηματισμοί συνέβαλαν στο να αλλάξει και ο ρόλος του εκπαιδευτικού. Σύμφωνα με το ίδιο έγγραφο, οι εκπαιδευτικοί έρχονται όλο και περισσότερο αντιμέτωποι με νέες απαιτήσεις: πιο ετερογενείς ομάδες μαθητών, χρήση νέων διδακτικών πόρων που παρέχονται από τις νέες τεχνολογίες, μεγαλύτερη αυτονομία των σχολείων και η συνακόλουθη ανάγκη λήψης αποφάσεων και εκτέλεσης διαχειριστικών καθηκόντων, μεταξύ άλλων απαιτήσεων. Ο υπερφορτωμένος ρόλος των εκπαιδευτικών οφείλεται στο γεγονός ότι η οικογένεια έχει παραιτηθεί από την ευθύνη της πρωτογενούς κοινωνικοποίησης. Έτσι, το σχολείο έχει διπλό καθήκον: να αναπτύξει τις πτυχές της βασικής εκπαίδευσης και της κοινωνικής και ηθικής ευαισθητοποίησης των παιδιών (αντικαθιστώντας την οικογένεια)- και να πραγματοποιήσει την τυπική εκπαίδευση που παραδοσιακά του ανατίθεται.

Στις δυσκολίες που αναφέρθηκαν, μπορούμε να συνδέσουμε τα χαμηλά κίνητρα των μαθητών, τα οποία είναι συνέπεια των πολλών πληροφοριών που λαμβάνουν χωρίς προσπάθεια και συχνά ακούσια (μέσω της τηλεόρασης, του διαδικτύου, ...). Ο δάσκαλος δεν μπορεί πλέον να χρησιμοποιήσει την περιέργεια ως κίνητρο για να θέλουν να μάθουν. Σήμερα, εναπόκειται στον εκπαιδευτικό να βοηθήσει τους μαθητές του να οργανώσουν τις πληροφορίες και να τους παρέχει γνωστικά εργαλεία που τους επιτρέπουν να τις κάνουν ωφέλιμες ή τουλάχιστον όχι επιβλαβείς.

Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί στα κίνητρα, δεδομένου ότι αποτελούν ουσιαστικό παράγοντα για την επιχειρηματικότητα. Η ανάλυση διαφορετικών συνεισφορών επιτρέπει να εντοπίσουμε ορισμένα χαρακτηριστικά που συνήθως συνδέονται με τον εκπαιδευτικό της επιχειρηματικότητας.

Ένας εκπαιδευτικός για την επιχειρηματικότητα είναι αυτός που εκπαιδεύει για το άγνωστο, δηλαδή αυτός που προετοιμάζει τους μαθητές του να εξερευνήσουν το άγνωστο, έτσι ώστε να μη φοβούνται να αποτύχουν, αλλά να φοβούνται να μην προσπαθήσουν. Τους μαθαίνει να κατακτούν πρωτότυπες εμπειρίες, μέσα από την παρατήρηση, τις μικρές αλλαγές και τη διόρθωση των μεγάλων διαδρομών. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, για να μπορέσουν οι εκπαιδευτικοί να ανταποκριθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στις απαιτήσεις που τίθενται σήμερα, είναι σημαντικό να προσαρμοστεί και η εκπαίδευσή τους. Η εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα απαιτεί ειδική κατάρτιση. Ωστόσο, η εκπαίδευση αυτή δεν θα πρέπει να περιορίζεται στο στόχο της προώθησης της επιχειρηματικότητας, αλλά θα πρέπει επίσης να είναι μια επιχειρηματική εκπαίδευση (στις πρακτικές, τη διδασκαλία και τις παιδαγωγικές μεθόδους της) που εφαρμόζεται σε όλα τα μαθήματα.

Η μεθοδολογία της μάθησης μέσω της πράξης, για παράδειγμα, είναι μια καινοτόμος πρακτική που επιτρέπει στους μαθητές να αναπτύξουν τις επιχειρηματικές τους δεξιότητες. Η μάθηση μέσω της πράξης θέτει τον μαθητή στο επίκεντρο της δράσης. Γίνεται ενεργός στη διαδικασία μάθησης που λαμβάνει χώρα μέσω της πρακτικής εξάσκησης. Λαμβάνονται υπόψη τα ενδιαφέροντα, οι ανάγκες και οι απαιτήσεις του καθενός. Η εξατομίκευση της διδασκαλίας είναι έτσι ένας τρόπος να ανταποκριθούν οι μαθητές στις ανάγκες τους, να γνωρίσουν τις δυσκολίες τους, να αυξήσουν τα κίνητρά τους και κατά συνέπεια να βελτιώσουν τα αποτελέσματά τους. Οι εκπαιδευτικοί καλούνται να βελτιώσουν και να προσαρμόσουν τις πρακτικές τους, και για να βελτιώνονται συνεχώς αυτές οι πρακτικές, είναι σημαντικό να αναπτύσσεται η διεπιστημονική εργασία και να υπάρχει ανταλλαγή και συμπληρωματικότητα μεταξύ των διαφόρων φορέων.

Με στόχο την ενίσχυση του επιχειρηματικού πνεύματος, έχουν αναπτυχθεί διάφορες δράσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), και συγκεκριμένα: η υλοποίηση του έργου Best Procedure Project 'Mini Enterprises in Secondary Schools'- η προώθηση της Ευρωπαϊκής Εβδομάδας ΜΜΕ (από τις 6 έως τις 14 Μαΐου 2006) για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας σε δύσκολους καιρούς- η έναρξη του προγράμματος-πλαίσιου για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία (CIP), το οποίο διαρκεί από την περίοδο 2007-2013 και διακρίνεται σε τρία επιχειρησιακά προγράμματα, ένα από τα οποία αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα και την καινοτομία - Entrepreneurship and Innovation Program (EIP)¹⁰.

Παρόλα αυτά, εξακολουθούν να υπάρχουν μόνο λίγα κράτη μέλη που αναγνωρίζουν την επιχειρηματικότητα ως στόχο των εκπαιδευτικών συστημάτων, και μόνο μια μικρή μειοψηφία όπου η επιχειρηματικότητα ενσωματώνεται στα εθνικά προγράμματα σπουδών.

Το 2007, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενισχύει το γεγονός αυτό, δηλώνοντας ότι στην Πορτογαλία υπάρχει ένας αριθμός ιδιωτικών και κυβερνητικών πρωτοβουλιών, αλλά δεν υπάρχουν δημόσιες πολιτικές στον τομέα της επιχειρηματικότητας και δεν περιλαμβάνεται στο εθνικό πρόγραμμα σπουδών. Μόνο η Ισπανία, η Ιρλανδία, η Κύπρος, η Πολωνία, η Φινλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο εξέταζαν την επιχειρηματικότητα στα εθνικά προγράμματα σπουδών για τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Στα περισσότερα από αυτά, τα μέτρα που λαμβάνονται κατευθύνονται κυρίως προς την επιχειρηματικότητα με την επιχειρηματική έννοια.

Πιο πρόσφατα, το 2009, εκπονήθηκε από τον οργανισμό Gallup (Ουγγαρία), μια έρευνα με θέμα 'Η επιχειρηματικότητα στην ΕΕ και πέραν αυτής', η οποία είχε ως στόχο να εξετάσει, μεταξύ άλλων, 'τον αντίκτυπο της σχολικής εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα'. Στην έρευνα αυτή, που εισηγήθηκε από τη Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας και συντονίστηκε από τη Γενική Διεύθυνση Επικοινωνίας, συμμετείχαν 36 χώρες. Σε αυτήν, ερωτήθηκαν περίπου 26.000 άτομα (ηλικίας 15 ετών και άνω) που επιλέχθηκαν τυχαία. Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν κυρίως μέσω σταθερών τηλεφώνων. Για τη διόρθωση των ανισοτήτων του δείγματος, εφαρμόστηκε στάθμιση των αποτελεσμάτων με βάση κοινωνικοδημογραφικές μεταβλητές μετά από στρωματοποίηση. Στη μελέτη τέθηκαν ορισμένες ερωτήσεις σχετικά με την επιχειρηματικότητα στο σχολείο, συγκεκριμένα:

- 'Η σχολική μου εκπαίδευση με βοήθησε να αναπτύξω ένα πνεύμα πρωτοβουλίας - μια επιχειρηματική στάση',
- 'Η σχολική μου εκπαίδευση με βοήθησε να κατανοήσω καλύτερα τον ρόλο των επιχειρηματιών στην κοινωνία',
- 'Η σχολική μου εκπαίδευση μου έδωσε τις δεξιότητες και τις γνώσεις που απαιτούνται για να διευθύνω μια επιχείρηση',
- 'Η σχολική μου εκπαίδευση ανέπτυξε το ενδιαφέρον μου να γίνω επιχειρηματίας'

Σε σχέση με αυτές τις ερωτήσεις, φαίνεται ότι, κατά μέσο όρο, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων από την ΕΕ διαφωνεί με τις προτάσεις που παρουσιάζονται. Μόνο το πρώτο σημείο παρουσιάζει παρόμοιο ποσοστό μεταξύ των ερωτηθέντων που 'συμφωνούν απόλυτα'/'συμφωνούν (49%) και εκείνων που 'δεν συμφωνούν'/'διαφωνούν απόλυτα' (49%).

Όμως, όταν γίνεται ανάλυση μεταξύ των χωρών, υπάρχουν έντονες διαφορές. Όσον αφορά το στοιχείο 'Η σχολική μου εκπαίδευση με βοήθησε να αναπτύξω πρωτοβουλία - επιχειρηματική συμπεριφορά', η Κύπρος και η Πορτογαλία βρίσκονται στην κορυφή του πίνακα με 64% και 63% αντίστοιχα, ενώ η Λετονία συμφωνεί με μόνο 26%. Στην ερώτηση σχετικά με την επίδραση της εκπαίδευσης στην αντίληψη του ρόλου των επιχειρηματιών στην κοινωνία - 'Η σχολική μου εκπαίδευση με βοήθησε να κατανοήσω καλύτερα το ρόλο των επιχειρηματιών στην κοινωνία' - η Πορτογαλία και πάλι ξεχωρίζει με 66% των ερωτηθέντων να συμφωνούν με τη δήλωση, ενώ οι Λιθουανοί και οι Ούγγροι συμφωνούν λιγότερο (28% και 31% αντίστοιχα).

Όσον αφορά τη γνώμη σχετικά με τη δήλωση 'Η σχολική μου εκπαίδευση μου έδωσε τις δεξιότητες και τις γνώσεις για να διευθύνω μια επιχείρηση', φαίνεται ότι μόνο η Κύπρος (55%), η Πορτογαλία (54%), η Ιρλανδία (50%) και η Μάλτα (50%) παρουσιάζουν μεγαλύτερο ποσοστό συμφωνίας παρά διαφωνίας. Στην Ισπανία, η γνώμη των ερωτηθέντων είναι ισομερώς μοιρασμένη (49%). Όσον αφορά το τελευταίο στοιχείο 'Η σχολική μου εκπαίδευση ανέπτυξε το ενδιαφέρον μου να γίνω επιχειρηματίας', στις 27 χώρες της ΕΕ, οι ερωτηθέντες διαφωνούν κυρίως με τη δήλωση. Η Μάλτα (43%), η Ρουμανία (42%) και η Πορτογαλία (40%) ήταν οι χώρες που κατέγραψαν το υψηλότερο ποσοστό συμφωνίας, ενώ στη Λετονία μόνο το 16% των ερωτηθέντων συμφώνησε με τη δήλωση. Αναλύοντας τις χώρες εκτός ΕΕ, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι για τα τέσσερα στοιχεία που αναφέρθηκαν παραπάνω, οι χώρες που ξεχωρίζουν περισσότερο με υψηλά ποσοστά συμφωνίας είναι οι εξής: η Τουρκία, οι ΗΠΑ και η Κίνα.

Η μελέτη, που περιγράφεται εδώ, παρουσιάζει επίσης συγκριτικά αποτελέσματα μεταξύ 2007 και 2009, όσον αφορά τα στοιχεία:

- 'Η σχολική μου εκπαίδευση με βοήθησε να αναπτύξω ένα πνεύμα πρωτοβουλίας - μια επιχειρηματική στάση',
- 'Η σχολική μου εκπαίδευση με βοήθησε να κατανοήσω καλύτερα τον ρόλο των επιχειρηματιών στην κοινωνία',
- 'Η σχολική μου εκπαίδευση ανέπτυξε το ενδιαφέρον μου να γίνω επιχειρηματίας'.

Σε αυτό το πλαίσιο, η Δανία, η Γαλλία, το Λουξεμβούργο και οι Κάτω Χώρες ήταν οι μόνες χώρες όπου υπήρξε αύξηση περίπου 5% για μία ή δύο από τις δηλώσεις. Όλες οι υπόλοιπες χώρες είτε δεν άλλαξαν είτε μείωσαν τη σύμφωνη γνώμη τους, δηλαδή η Πορτογαλία. Παρά τη διαφορά αυτή μεταξύ του 2007 και του 2009, πρέπει να σημειωθεί ότι η Πορτογαλία ξεχωρίζει ως χώρα με υψηλά επίπεδα σύμφωνης γνώμης με την επίδραση της εκπαίδευσης στην προώθηση της επιχειρηματικότητας.

Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι, στην παρούσα μελέτη, οι νεότεροι Ευρωπαίοι ερωτηθέντες και όσοι φοιτούσαν ακόμη στο σχολείο ήταν πιο πιθανό να συμφωνήσουν με τη σημασία της εκπαίδευσης για την προετοιμασία τους να γίνουν επιχειρηματίες. Συνάγεται το συμπέρασμα ότι, παρά τις διάφορες πρωτοβουλίες, υπάρχει ακόμη πολύς δρόμος για να διαδραματίσει η εκπαίδευση ισχυρό ρόλο στην προώθηση της επιχειρηματικότητας.

Η έρευνα που εκπονήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2012) δείχνει επίσης τις προσπάθειες που έχουν καταβληθεί και εξακολουθούν να αναπτύσσονται από τις χώρες της ΕΕ για την προώθηση της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα. Διαπιστώθηκε ότι περίπου το ένα τρίτο των ευρωπαϊκών χωρών προσφέρουν υποστήριξη προς αυτή την κατεύθυνση, η οποία μπορεί να συνίσταται σε παιδαγωγικές κατευθυντήριες γραμμές ή/και διδακτικό υλικό.

Αλλά η ενσωμάτωση της επιχειρηματικότητας στην εκπαίδευση δεν είναι η μόνη πρόκληση. Οι ανάγκες της σημερινής κοινωνίας επιβάλλουν αλλαγές τόσο στον πληθυσμό γενικά όσο και στα εκπαιδευτικά συστήματα, καθώς υπάρχει αμοιβαία επιρροή μεταξύ αυτών των δύο διαστάσεων (κοινωνία vs. εκπαιδευτικό σύστημα). Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να καταπολεμηθεί η κουλτούρα της τιμωρίας του λάθους και της μαζικής εκπαίδευσης και να ληφθεί υπόψη ο συνεχής κοινωνικός κίνδυνος και η αβεβαιότητα, καθώς και η ανάγκη ύπαρξης ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος για την προώθηση της επιχειρηματικότητας.

Υπάρχει ανάγκη οι εκπαιδευτικοί να μάθουν να αντιμετωπίζουν τα λάθη με θετικό τρόπο, χρησιμοποιώντας τα ως εργαλείο μάθησης. Η ύπαρξη μιας κουλτούρας που τιμωρεί τα λάθη εμποδίζει κατά συνέπεια την ικανότητα των ανθρώπων να λαμβάνουν αποφάσεις που συνεπάγονται την ανάληψη κινδύνων.

Σήμερα, περισσότερο από ποτέ, ζούμε σε μια κοινωνία κινδύνων (περιβαλλοντικών, τεχνολογικών, αλλά και κοινωνικών και οικονομικών κινδύνων, στους οποίους δίνεται ιδιαίτερη έμφαση εδώ). Το γεγονός αυτό επιτείνει την εγγενή αποστροφή που έχουν οι άνθρωποι, γενικά, προς τον κίνδυνο. Στο πλαίσιο αυτό, στην Πορτογαλία, το Υπουργείο Παιδείας και Επιστημών δημοσίευσε στις 20 Οκτωβρίου 2011 μια σύσταση με στόχο την εκπαίδευση των πολιτών στον κίνδυνο, δηλαδή στη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων. Το σχολείο, οι δήμοι, τα μουσεία και τα επιστημονικά κέντρα, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, καθώς και άλλοι ειδικοί φορείς αναφέρονται ως μέσα για την προώθηση αυτής της εκπαίδευσης. Στόχος είναι να γίνει γνωστό το ρίσκο, και στη θετική του πλευρά: τη δυνατότητα να αλλάξει η κοινωνία, να καινοτομήσει, να επιτύχει επαγγελματική επιτυχία.

Η προσπάθεια για την εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα εντάσσεται σε μια στρατηγική λογική σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, με στόχο την ανάπτυξη δεξιοτήτων, από μικρή ηλικία, στα παιδιά και τους νέους. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να εμβαθύνουμε τη γνώση σχετικά με ένα από τα σχέδια που αναπτύχθηκαν σε εθνικό επίπεδο, συγκεκριμένα το Εθνικό Σχέδιο για την Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα (PNEE), εφεξής αποκαλούμενο Σχέδιο.

5. Το Εθνικό Σχέδιο για την Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα (PNEE) στην Πορτογαλία

Ο χαρακτηρισμός του Σχεδίου σε εθνικό επίπεδο είναι ένας από τους άξονες που αναπτύχθηκαν με στόχο τη διερεύνηση του θέματος της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα. Για το σκοπό αυτό, παρουσιάζονται οι βασικές αρχές και κατευθύνσεις του Σχεδίου, ο τρόπος εφαρμογής και η εξέλιξή του, και περιγράφονται τα πιο ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του.

6. Βασικές αρχές και κατευθυντήριες γραμμές

Το Σχέδιο, που σχεδιάστηκε και τελεί υπό την ευθύνη της υπηρεσίας του Υπουργείου Παιδείας - Γενική Διεύθυνση Καινοτομίας και Ανάπτυξης Προγραμμάτων Σπουδών (DGIDC)

εγκρίθηκε από την ίδια Διεύθυνση τον Οκτώβριο του 2006 και βασίζεται ουσιαστικά στην ανακοίνωση της Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, που πραγματοποιήθηκε στις 13 Φεβρουαρίου 2006, με τίτλο 'Εφαρμογή του κοινοτικού προγράμματος της Λισσαβώνας: Προώθηση της επιχειρηματικής νοοτροπίας μέσω της εκπαίδευσης και της μάθησης'.

Η ανακοίνωση αυτή τόνισε, μεταξύ άλλων, τη σημασία της απόκτησης των βασικών αρχών της επιχειρηματικότητας από νεαρή ηλικία, τη θετική συμβολή που μπορούν να έχουν τα εκπαιδευτικά συστήματα στην προώθηση της επιχειρηματικότητας, τη σημασία της μάθησης μέσω της πράξης και της εμπειρίας για την απόκτηση δεξιοτήτων και επιχειρηματικού πνεύματος, τα πλεονεκτήματα της δημιουργίας συμπράξεων μεταξύ σχολείων και άλλων φορέων (δημόσιων ή ιδιωτικών), δηλαδή των επιχειρήσεων και της κοινότητας, και τη σημασία της πρακτικής υποστήριξης και των κινήτρων που πρέπει να λαμβάνουν τα σχολεία για την προώθηση της επιχειρηματικότητας και της κατάλληλης κατάρτισης των εκπαιδευτικών.

Έτσι, το Σχέδιο στηρίζει μια δράση βάσει των ακόλουθων κατευθυντήριων γραμμών:

- Οι μαθητές, στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση, θα πρέπει να αναπτύσσουν ένα διεπιστημονικό και οριζόντιο σύνολο δεξιοτήτων και γνώσεων που θα τους επιτρέπει να υιοθετούν τη δια βίου μάθηση, να κινητοποιούν τις γνώσεις του αναλυτικού προγράμματος και να προωθούν τη συμμετοχή και την πολιτική δράση στην κοινωνία.
- Ανάπτυξη μιας καινοτόμου παιδαγωγικής προσέγγισης, η οποία προωθεί τη μάθηση μέσω της πράξης, όπου η μάθηση στο πλαίσιο του προγράμματος σπουδών έχει πρακτική συνιστώσα και οι μαθητές είναι ενεργοί σε αυτή τη μάθηση και όπου η διδασκαλία λαμβάνει υπόψη τις ιδιαιτερότητες κάθε μαθητή,
- Το σχολείο θα πρέπει να ενεργεί στη βάση της ομαδικής εργασίας, της συνεργασίας και της συνεργατικότητας σε διάφορα επίπεδα: στην τάξη, στο σχολείο, στο τοπικό περιβάλλον, σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

7. Εφαρμογή και εξέλιξη του Σχεδίου

Η εφαρμογή του Σχεδίου ξεκίνησε με μια πιλοτική φάση κατά το σχολικό έτος 2006-2007, η οποία επέτρεψε την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητάς του και την ανάπτυξη στρατηγικών για την καλύτερη προσαρμογή του στην πραγματικότητα και τις ανάγκες που διαπιστώθηκαν. 23 σχολεία που συμμετείχαν σε αυτή την πειραματική φάση κλήθηκαν να ενταχθούν στο Σχέδιο. Σε αυτό το πιλοτικό πρόγραμμα, η ευαισθητοποίηση ορισμένων στοιχείων της σχολικής κοινότητας σχετικά με το θέμα της επιχειρηματικότητας αυξήθηκε. Η ευαισθητοποίηση αυτή συνίστατο στο ότι το Υπουργείο, στο πλαίσιο του Σχολικού και Επαγγελματικού Προσανατολισμού, πραγματοποίησε μια σειρά δράσεων με χαρακτήρα ενημέρωσης και κατάρτισης. Οι δράσεις αυτές πραγματοποιήθηκαν κατά τους μήνες Μάρτιο, Απρίλιο και Ιούνιο του 2006 και απευθύνονταν στους τεχνικούς εκπαίδευσης και επαγγελματικού προσανατολισμού όλων των περιφερειών (ιδίως στους τεχνικούς που είναι εντεταλμένοι σε υπηρεσίες ψυχολογίας και επαγγελματικού προσανατολισμού και στα στοιχεία των εκτελεστικών συμβουλίων), σε συνεργασία με τις αντίστοιχες Περιφερειακές Διευθύνσεις Εκπαίδευσης της ηπειρωτικής χώρας και, στην περίπτωση των Αζορών, μέσω της αντίστοιχης Περιφερειακής Διεύθυνσης Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (DREFAçores).

Η Central Business (CB), εταιρεία διαπιστευμένη στον τομέα αυτό και κάτοχος των γνώσεων που κρίνονται απαραίτητες για τον σκοπό αυτό, βοήθησε στην προετοιμασία των δραστηριοτήτων και των επακόλουθων προτάσεων τεχνικής λειτουργικότητας. Η DRE, η CB, το Κέντρο Επιχειρηματικής Καινοτομίας (BIC) και η Εθνική Συνομοσπονδία Συλλόγων Γονέων (CONFAP) συμμετείχαν στην ομάδα εργασίας, με κάθε φορέα να ασκεί τους αντίστοιχους ρόλους του. Για τους σκοπούς της παρακολούθησης, της εποπτείας και της αξιολόγησης, συστάθηκε μια επιτροπή αξιολόγησης, στην οποία συμμετείχαν: η DGIDC, ένας εκπρόσωπος από κάθε ένα από τα πέντε DRE της ηπειρωτικής Πορτογαλίας, ένας εκπρόσωπος των DREFAçoes, ο γενικός διευθυντής του CB και ένας τεχνικός του φορέα αυτού, ένας εκπρόσωπος της CONFAP, ο πρόεδρος της Πορτογαλικής Ένωσης BIC και μέλη του BIC που παρείχαν άμεση υποστήριξη στα εμπλεκόμενα σχολεία. Λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν, στις 14 Αυγούστου 2007, ο Υπουργός Παιδείας ενέκρινε τη συνέχιση της εθνικής πρωτοβουλίας για την εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα για 3 έτη (2007-2010).

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι, σε αντίθεση με ό,τι συνέβη στην πιλοτική φάση (όπου συμμετείχαν μόνο οι μαθητές του δεύτερου και τρίτου κύκλου και του λυκείου), το σχολικό έτος 2007-2008, το Πρόγραμμα επέτρεψε επίσης στα σχολεία πρωτοβάθμιας και επαγγελματικής εκπαίδευσης να ενσωματώσουν το Σχέδιο.

Για το σχολικό έτος 2008-2009, αποφασίστηκε να παγιωθούν τα αποτελέσματα που είχαν επιτευχθεί μέχρι σήμερα, αντί να επεκταθεί το Πρόγραμμα στο σύνολο των σχολείων πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, δίνοντας έμφαση στη συνέχεια του Προγράμματος στα σχολεία που ήδη συμμετείχαν σε αυτό (Ministério da Educação. DGIDC, 2009a).

Ωστόσο, ο στόχος ήταν να αυξηθεί ο αριθμός των μαθητών, τμημάτων, έργων, ομάδων σε σχέση με το 2007-2008, καθώς και να αυξηθεί η συμμετοχή των μαθητών, των επαγγελματιών εκπαίδευσης και επαγγελματικού προσανατολισμού, των γονέων και άλλων συνεργασιών, ώστε να δοθεί συνέχεια στο έργο που αναπτύχθηκε, λαμβάνοντας το υπόψη στο εκπαιδευτικό του σχέδιο και στον ετήσιο προγραμματισμό του.

Έτσι, κατά το εν λόγω σχολικό έτος (2008-2009), το Σχέδιο διατήρησε τους μεθοδολογικούς σκοπούς. Ομοίως, η υποστήριξη και η παρακολούθηση των σχολείων που την ενσωμάτωσαν διατηρήθηκε (σε πρώτη φάση μέχρι τον Δεκέμβριο του 2008), μέσω της κατάρτισης 'Εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα στο σχολείο', με τη μορφή του έργου, που είναι εγγεγραμμένη στο Πρόγραμμα Εκπαιδευτικής Ανάπτυξης για την Πορτογαλία (PRODEP).

Σε δεύτερη φάση, η υποστήριξη δόθηκε μέσω της εικονικής κοινότητας του Σχεδίου - της πλατφόρμας Moodle της DGIDC και/ή μέσω ηλεκτρονικής, τηλεφωνικής ή προσωπικής επαφής. Αν και με πιο περιστασιακό τρόπο, τα σχολεία συνέχισαν να επωφελούνται από την υποστήριξη των τεχνικών της DRE, καθώς και των φορέων του BIC.

Τον Απρίλιο του 2009 πραγματοποιήθηκε σταδιακή αναδιάρθρωση του Σχεδίου. Προβλέφθηκε τότε ότι το έργο θα πρέπει να συνεχίσει να αναπτύσσεται στις καθορισμένες φόρμες, αλλά σε μια μελλοντική προοπτική βιωσιμότητας. Με άλλα λόγια, τα ίδια τα σχολεία άρχισαν να κινητοποιούνται προκειμένου να βρουν συνεργασίες, τα μέσα και τους πόρους που ήταν απαραίτητοι για την προώθηση της Εκπαίδευσης στην Επιχειρηματικότητα μεταξύ των μαθητών τους.

Ορίστηκε επίσης η ανάγκη να ξεκινήσει μια εξωτερική αξιολόγηση, ώστε να καταστεί δυνατή η μεγαλύτερη διάδοση σε περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο, καθώς και η δημιουργία υλικού που, μαζί με τα ήδη υπάρχοντα, θα επιτρέψει τη συνέχιση της στήριξης των σχολείων από το σχολικό έτος 2009-2010.

Η αναδιάρθρωση αυτή προέβλεπε ότι τα ενδιαφερόμενα σχολεία θα μπορούσαν, με αυτοδύναμο τρόπο, να συνεχίσουν το Σχέδιο κατά τα επόμενα σχολικά έτη. Καθώς πρόκειται για ένα έργο μεγάλης κλίμακας και μακράς διάρκειας, οι δράσεις που αναπτύχθηκαν ήταν διαφοροποιημένες, καθώς και οι ανθρώπινοι και υλικοί πόροι που εμπλέκονται στην υλοποίηση του Σχεδίου. Παρουσιάζονται οι δράσεις που αναπτύχθηκαν, προκειμένου να καταστεί δυνατή μια συνοπτική επισκόπηση της συνολικής πορείας του έργου κατά τη διάρκεια του χρόνου.

Ειδικά χαρακτηριστικά του Σχεδίου:

A. Αποστολή: να διασφαλίσει ότι 'οι φοιτητές και οι νέοι μαθητές έχουν πρόσβαση σε μια εκπαίδευση που ενθαρρύνει την ατομική επιχειρηματικότητα μέσω της ανάπτυξης δεξιοτήτων που ενσωματώνονται στην κριτική και δημιουργική σκέψη, με στόχο την αλλαγή και την επίλυση προβλημάτων'.

B. Σκοπός: Προώθηση επιχειρηματικών δράσεων και ανάπτυξη μεταξύ μαθητών της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, δεξιοτήτων και στάσεων που τους επιτρέπουν να είναι επιχειρηματίες

Γ. Αποδέκτες: Σχολεία/ομάδες πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και, εγγενώς, μαθητές, γονείς και κηδεμόνες, όργανα διοίκησης, εκπαιδευτικοί και λοιπό προσωπικό σχολικής εκπαίδευσης και καθοδήγησης.

Δ. Βασικές ικανότητες για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας:

- Αυτοπεποίθηση/ ανάληψη κινδύνου,
- Πρωτοβουλία/ Ενέργεια,
- Αντοχή στην αποτυχία/ Ανθεκτικότητα,
- Σχεδιασμός/ Οργάνωση,
- Δημιουργικότητα/ Καινοτομία,
- Διαπροσωπικές σχέσεις/ Επικοινωνία

E. Αξίες: Καινοτομία και δράση, αναστοχασμός. .

ΣΤ. Στόχοι:

- Η προώθηση της επιχειρηματικότητας στα σχολεία πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, ως ένα συνολικό σχέδιο δράσης της Σχολής, της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα, που περιλαμβάνεται στο εκπαιδευτικό της σχέδιο, οδηγώντας στη διαρκή ανάπτυξη μιας επιχειρηματικής σχολικής κουλτούρας, ενεργά δεσμευμένης στην κοινωνική οικειοποίηση του επιχειρηματικού πνεύματος σύμφωνα με τρεις ισχυρούς τομείς: προσωπική ολοκλήρωση-πολιτιστικό κεφάλαιο / απασχολησιμότητα - ανθρώπινο κεφάλαιο / ιδιότητα του πολίτη και κοινωνική ένταξη - κοινωνικό κεφάλαιο.
- Να διασφαλιστεί ότι οι μαθητές έχουν αναπτύξει, μέχρι το τέλος της υποχρεωτικής εκπαίδευσης και της ανώτερης δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, ένα διεπιστημονικό και οριζόντιο σύνολο ικανοτήτων (γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις), γύρω από την οργάνωση εμπειριών που πλαισιώνουν το πρόγραμμα σπουδών (πειθαρχικές ή/και μη πειθαρχικές), που περιλαμβάνουν ταυτόχρονα τρεις διαστάσεις: βασικές ικανότητες για τη δια βίου επιχειρηματικότητα, ικανότητες του προγράμματος σπουδών, συμμετοχή και δράση των πολιτών στην κοινωνία.

- Ενθάρρυνση της δημιουργίας και του ορθολογισμού των συμπράξεων μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα, που θεωρούνται ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα, με την οικοδόμηση ουσιαστικών δεσμών μεταξύ σχολείου, επιχειρήσεων και κοινότητας.

Z. Θεματικοί άξονες δράσης:

- Κοινωνικός: δυναμική και ενεργός συμμετοχή σε έργα ή δράσεις κοινωνικού χαρακτήρα.
- Τεχνολογικός και επιστημονικός: δυναμική και ενεργός συμμετοχή σε έργα ή δράσεις τεχνολογικής και επιστημονικής φύσης, και όχι μόνο χρήση των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ)

H. Μεθοδολογία: : Μάθηση μέσω της πράξης: η έμφαση δίνεται στο μαθητή, ώστε να καταστεί ενεργός στη διαδικασία μάθησης, η οποία πραγματοποιείται μέσω της πρακτικής εξάσκησης. Λαμβάνονται υπόψη τα ενδιαφέροντα, οι ανάγκες και οι απαιτήσεις του καθενός

Θ. Τομείς του προγράμματος σπουδών για την προώθηση της επιχειρηματικότητας:

- Θέματα (που θεωρούνται απαραίτητα): Πορτογαλική γλώσσα, Μαθηματικά, Περιβαλλοντική μελέτη και πειραματική διδασκαλία της επιστήμης, Αγγλικά, ΤΠΕ.
- Μη-διδασκικά: Καλλιτεχνικές εκφράσεις και μουσική έκφραση, σωματική δραστηριότητα και αθλητισμός, άλλες δραστηριότητες εμπλουτισμού του προγράμματος σπουδών.

I. Υποστήριξη που παρέχεται στα σχολεία: Υποστήριξη που παρέχεται από τις κεντρικές και περιφερειακές υπηρεσίες του Υπουργείου Παιδείας και από εξειδικευμένους φορείς (BIC).

8. Εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα προκειμένου να προωθηθεί μια επιχειρηματική κουλτούρα

Εφόσον εντοπίστηκε η ανάγκη για αλλαγή σε ευρωπαϊκό επίπεδο (σαφώς από το 2000) - για μετατροπή της ΕΕ στην πιο ανταγωνιστική και δυναμική οικονομία της γνώσης στον κόσμο - η εκπαίδευση αναγνωρίστηκε ως ο βασικός τομέας στην επιδίωξη αυτού του στόχου. Έτσι, στην Πορτογαλία δημιουργήθηκε το Σχέδιο PNEE με στόχο την προώθηση της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα, το οποίο ξεκίνησε το 2006-2007 ως πιλοτικό πρόγραμμα και απαιτούσε πολιτιστικές, οργανωτικές και προσωπικές προσαρμογές. Κατά τη διάρκειά του (μεταξύ 2007 και 2010), υπέστη αλλαγές και προσαρμογές που προέκυψαν από την παρακολούθηση και την αξιολόγηση στην οποία υποβλήθηκε, προωθώντας τελικά την αυτονομία των σχολείων στην επιδίωξη των στόχων του σχεδίου.

Η παρούσα μελέτη είχε ως στόχο να παρουσιάσει σε βάθος το Σχέδιο, διερευνώντας το θέμα της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα γύρω από τρεις άξονες: τα χαρακτηριστικά του Σχεδίου σε εθνικό επίπεδο, τη διαδικασία προσαρμογής και εφαρμογής του Σχεδίου σε τοπικό επίπεδο και τις αντιλήψεις σχετικά με τη διαδικασία εφαρμογής του Σχεδίου σε τοπικό επίπεδο.

Όσον αφορά τον τρίτο άξονα, πρέπει να σημειωθεί ότι υπήρξαν ορισμένοι περιορισμοί, δηλαδή ο μειωμένος αριθμός συνεντεύξεων που πραγματοποιήθηκαν και η κατανομή τους μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων. Η κατάσταση αυτή οφειλόταν σε παράγοντες πέραν του ελέγχου του ερευνητή, όπως: η κινητικότητα των εκπαιδευτικών, η μετάβαση των μαθητών σε άλλα σχολεία και η μη διαθεσιμότητα πιθανών συνεντευξιζόμενων. Αυτές οι πτυχές δυσχέραιναν την ανάπτυξη μιας έρευνας που θα λάμβανε υπόψη τις αντιλήψεις των διαφόρων παραγόντων, καθώς και τον προσδιορισμό των επιπτώσεων στο κοινό-στόχο. Έτσι, αποφασίστηκε να διεξαχθεί μια ερευνητική μελέτη που επικεντρώθηκε στη γνώμη ενός παράγοντα από κάθε σχολείο και ο οποίος, εκείνη τη στιγμή, ήταν μέλος της επιτροπής παρακολούθησης του Σχεδίου.

Στόχος ήταν να εξασφαλιστεί η μεθοδολογική ολοκλήρωση, μέσω της χρήσης βιβλιογραφικής έρευνας, έρευνας τεκμηρίων και συνεντεύξεων. Έτσι, τα δεδομένα τριγωνοποιήθηκαν προκειμένου να εμπλουτιστεί και να ολοκληρωθεί η έρευνα. Πρόκειται, επομένως, για μια μελέτη που ενσωματώνει τόσο αντικειμενικά όσο και υποκειμενικά δεδομένα.

Σε αυτό το πλαίσιο, γίνονται εδώ ορισμένες εκτιμήσεις που λαμβάνουν υπόψη τις σχετικές πτυχές όταν μιλάμε για την εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα.

9. Η ύπαρξη της βούλησης

Η επιχειρηματικότητα απαιτεί βούληση. Την ύπαρξη συλλογικής βούλησης για αλλαγή. Σε σχολικό πλαίσιο, η θέληση για ανάληψη δράσης θα πρέπει να προέρχεται κυρίως από εκείνους που έχουν περισσότερη δύναμη, εκείνους που ηγούνται, στην προκειμένη περίπτωση, το εκτελεστικό συμβούλιο. Εκτός όμως από την ύπαρξη βούλησης και την ικανότητα παρακίνησης και κινητοποίησης αυτών που ηγούνται, υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που διευκολύνουν την προώθηση της επιχειρηματικής εκπαίδευσης. Λαμβάνοντας ως σημείο αναφοράς τα Σχολεία που αναλύθηκαν στο Σχέδιο, το Σχολείο 2 ξεχωρίζει ως το πιο επιτυχημένο στην υλοποίηση του σχεδίου. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η συμμετοχή των εκπαιδευτικών μπορεί να διευκολύνθηκε από το γεγονός ότι διαθέτει μικρότερο αριθμό εκπαιδευτικών, σε σύγκριση με τα άλλα τρία Σχολεία. Η προσπάθεια κινητοποίησης δεν είναι τόσο απαιτητική από την πλευρά του προσώπου που ηγείται (το εκτελεστικό συμβούλιο) και, επιπλέον, το ομαδικό πνεύμα και η συνεργασία ενισχύονται χάρη σε μια μεγαλύτερη ενωτικότητα.

Η ένταξη των σχολείων στο Σχέδιο έγινε με πρόσκληση ή με αίτηση. Θεωρείται ότι στις περιπτώσεις στις οποίες το σχολείο υπέβαλε αίτηση, υπήρχε εγγενής βούληση. Σε αυτές τις περιπτώσεις, είναι ευκολότερο να κινητοποιηθούν τα υπόλοιπα μέλη του σχολείου, όπως το διδακτικό και μη διδακτικό προσωπικό και, κατά συνέπεια, οι μαθητές.

Η ανάλυση των δεδομένων που παρουσιάστηκε παραπάνω υποδηλώνει επίσης ότι ο τρόπος με τον οποίο τα σχολεία εντάχθηκαν στο Σχέδιο καθόρισε την υπόλοιπη διαδικασία υλοποίησης, από το σχεδιασμό των έργων που αναπτύχθηκαν μέχρι την αντίληψη των ερωτηθέντων για το έργο όσον αφορά την καταλληλότητά του στην πραγματικότητα, τις επιπτώσεις του και την ασυνέχειά του.

Η κινητοποίηση του διδακτικού προσωπικού για την εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα αποδεικνύεται δύσκολο έργο. Ομοίως, είναι δύσκολο να κινητοποιηθούν οι μαθητές για να αποκτήσουν επιχειρηματικές δεξιότητες. Ο ρόλος των πρώτων θεωρείται ουσιαστικός για την ανάπτυξη και εξέλιξη των δεύτερων. Οι εκπαιδευτικοί και οι δάσκαλοι είναι αυτοί που εργάζονται πιο στενά με τους μαθητές και, ως εκ τούτου, έχουν κάποια δύναμη να τους εμπυσθήσουν ορισμένες δεξιότητες, γνώσεις και εμπειρίες.

Η έλλειψη πρωτοβουλίας των μαθητών δείχνει τη σημασία του εκπαιδευτικού ως οδηγού και διαμεσολαβητή στη διαμορφωτική τους πορεία. Είναι αναγκαίο να κινητοποιηθούν οι μαθητές που, σήμερα, βρίσκουν στο σχολείο απλώς ένα ακόμη μέσο λήψης πληροφοριών (δίπλα σε άλλες πηγές, συχνά πιο ελκυστικές, όπως η τηλεόραση και το Διαδίκτυο). Έτσι, είναι ολοένα και πιο δύσκολο να κινητοποιηθούν οι μαθητές και, ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να ποντάρουμε σε μια εξατομικευμένη εκπαίδευση που επιτρέπει στον εκπαιδευτικό να εντοπίσει στο μαθητή (και, συχνά, να τον βοηθήσει να ανακαλύψει) το όνειρό του, το πάθος του, το προσωπικό του σχέδιο.

Πώς όμως θα κινητοποιηθούν οι εκπαιδευτικοί; Η επιμόρφωση των εκπαιδευτικών, στο θέμα της επιχειρηματικότητας και στο πώς και ποιοι είναι οι καλύτεροι τρόποι για να τεθεί σε εφαρμογή η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα, πιστεύεται ότι είναι ένας τρόπος για να κινητοποιηθούν για τον σκοπό αυτό.

10. Η προσαρμογή του PNEE στο σχολείο

Όπως υποδηλώνει το όνομά του, το Σχέδιο PNEE έχει σχεδιαστεί για να εφαρμόζεται σε εθνικό επίπεδο. Για το λόγο αυτό, είναι σημαντικό να θεωρηθεί ως ένα μοντέλο που πρέπει να προσαρμοστεί σε κάθε πλαίσιο. Ωστόσο, προτείνεται αυτή η προσαρμογή να αναλυθεί σε δύο διαστάσεις: το σχολείο ως οργανισμός και το σχολείο ενταγμένο σε μια κοινότητα.

11. Το σχολείο ως οργανισμός

Ως οργανισμός, το σχολείο έχει μια δομή στην οποία ακολουθούνται ορισμένες διαδικασίες, κανόνες και κατευθυντήριες γραμμές. Υπάρχει ένας καθιερωμένος τρόπος εργασίας που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη όταν θέλετε να εφαρμόσετε κάτι διαφορετικό, όπως συνέβη στην περίπτωση του Σχεδίου.

Σύμφωνα με τις αντιλήψεις των περισσότερων από τους ερωτηθέντες, η οργανωτική δομή του σχολείου παρουσίαζε διάφορα εμπόδια στην εφαρμογή του Σχεδίου, όπως: μεγάλο γραφειοκρατικό βάρος που απαιτούνταν από τους εκπαιδευτικούς, η απουσία της επιχειρηματικότητας στα σχολικά προγράμματα σπουδών και κατά συνέπεια η έλλειψη σχολικού χρόνου αφιερωμένου στο θέμα, και η υψηλή κινητικότητα των εκπαιδευτικών που προκύπτει από το ισχύον σύστημα προσλήψεων.

Όσον αφορά την κινητικότητα των εκπαιδευτικών, μπορεί να ειπωθεί ότι το γεγονός αυτό σχετίζεται εν μέρει με το τμήμα που διερευνάται παρακάτω, καθώς οι εκπαιδευτικοί σε αυτές τις συνθήκες παρεμποδίζουν τη γνώση τους σε αυτό το πλαίσιο, τη διαπροσωπική τους σχέση με άλλους συναδέλφους και, κατά συνέπεια, τη συνεργατική εργασία, την αίσθηση του ανήκειν και την αφοσίωση και δέσμευση στο έργο, μεταξύ άλλων πτυχών.

Από την άλλη πλευρά, το Σχέδιο θεωρήθηκε από τα περισσότερα σχολεία που μελετήθηκαν ως εξαιρετικά γραφειοκρατικό και απαιτητικό, δεδομένων των πρόσθετων προσπαθειών που απαιτούνταν (ταξίδια για να επωφεληθούν από την επιμόρφωση και την ανταλλαγή εμπειριών και σχεδίων με άλλα σχολεία, και τη συνακόλουθη εναλλαγή των τάξεων που έπρεπε να διδάσκονται σε άλλη ώρα). Το γεγονός αυτό αντανάκλασε κάποια σύγκρουση μεταξύ της οργανωτικής δομής του σχολείου και του Σχεδίου.

Υπήρχε επίσης δυσκολία στην ενσωμάτωση της επιχειρηματικότητας στα υπάρχοντα μαθήματα και, όταν αυτό συνέβη, γινόταν με εξατομικευμένο τρόπο, εστιασμένη μόνο σε ένα ή συγκεκριμένα μαθήματα. Το γεγονός ότι το έργο που αναπτύχθηκε από το Σχολείο 2 είναι διεπιστημονικό, αντανακλά μια προσπάθεια σύνδεσης μεταξύ των γνωστικών αντικειμένων του προγράμματος σπουδών και του στόχου της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα που απαιτεί την αφοσίωση των εκπαιδευτικών. Επαληθεύτηκε η κεντρική θέση στο μαθητή και η εφαρμογή της μεθοδολογίας μάθησης μέσω της πράξης. Οι επιδόσεις των μαθητών, των εκπαιδευτικών και άλλων εμπλεκόμενων φορέων αποτελούνταν από φάσεις που λάμβαναν υπόψη τις σχολικές περιόδους. Οι επιδόσεις των μαθητών αξιολογήθηκαν και ελήφθησαν υπόψη στους τελικούς βαθμούς τους, επαληθεύοντας τη σύνδεση μεταξύ του περιεχομένου του προγράμματος σπουδών και της προώθησης της επιχειρηματικότητας.

12. Το σχολείο ως μέρος μιας κοινότητας

Το σχολείο δεν δρα μόνο του, αλλά αποτελεί μέρος ολόκληρης της κοινότητας. Όταν κάποιος επιθυμεί να υλοποιήσει ένα σχέδιο, στην προκειμένη περίπτωση στο σχολείο, είναι σημαντικό να υπάρχει προσαρμογή στο πλαίσιο. Όπως αναφέρει ο Guerra (2000:127), μετά την ύπαρξη μιας επιθυμίας είναι απαραίτητο να προχωρήσουμε στη δεύτερη φάση και να πραγματοποιήσουμε την ανάλυση και διάγνωση της κατάστασης. Με αυτόν τον τρόπο καθίσταται δυνατή η γνωριμία με τους ενδιαφερόμενους φορείς και η δημιουργία συμπράξεων, η οποία, σύμφωνα με την Clara Santos (2011:7), οδηγεί σε πλεονεκτήματα για το περιβάλλον. Λαμβάνοντας υπόψη τη δομή του Σχεδίου, απαιτείται κοινή εργασία μεταξύ των εσωτερικών στοιχείων και των στοιχείων που βρίσκονται εκτός του σχολείου, προκειμένου να επιτευχθεί επιτυχία. Η ανάλυση της κατάστασης και η διάγνωση που αναφέρθηκαν παραπάνω επιτρέπουν τον εντοπισμό των υφιστάμενων αναγκών και, κατά συνέπεια, το σχεδιασμό ενός κατάλληλου σχεδίου.

13. Πώς να προωθήσουμε την επιχειρηματική κουλτούρα;

Η πρόκληση που αντιμετωπίζουν η Πορτογαλία και η ΕΕ είναι να αντικαταστήσουν την κουλτούρα της τιμωρίας του λάθους με μια επιχειρηματική κουλτούρα, ανοίγοντας δρόμους για τη δημιουργικότητα και την καινοτομία και χρησιμοποιώντας το λάθος ως μέσο εξέλιξης. Πώς όμως θα επιτευχθεί αυτή η αντικατάσταση; Είναι γνωστό ότι μόνο μακροπρόθεσμα θα υπάρξει αποτέλεσμα, ωστόσο είναι σημαντικό να συνεχίσουμε να σπέρνουμε τους σπόρους της επιχειρηματικότητας, ώστε στο μέλλον να υπάρχουν σαφή αποτελέσματα.

Το σχολείο/η εκπαίδευση θεωρείται ένα από τα βασικά μέσα για την επίτευξη αυτού του στόχου. Ως εκ τούτου, εναπόκειται σε εκείνους που διαθέτουν γνώσεις και εμπειρία στην επιχειρηματικότητα να τις μεταδώσουν, μέσω της κατάρτισης, στο σχολείο και, ουσιαστικά, στους εκπαιδευτικούς. Αυτοί, με τη σειρά τους, θα εκπαιδεύσουν τους μαθητές τους στην επιχειρηματικότητα, μέσω της διδακτικής τους.

Αποκτώντας αυτές τις γνώσεις, οι μαθητές θα τις μεταδώσουν στις οικογένειές τους και, επιπλέον, θα γίνουν επιχειρηματίες-πολίτες, αλλάζοντας έτσι την κοινότητα και τον πολιτισμό τους. Εν ολίγοις, υπάρχει αλληλεξάρτηση μεταξύ των φορέων/συστημάτων: μακρο (οικογένεια, κοινότητα, πολιτισμός), μέσο (σχολείο, διδακτικό και μη διδακτικό προσωπικό) και μικρο (μαθητές και εμπειρογνώμονες).

Πέραν αυτού, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι απαιτούνται προϋποθέσεις για την προώθηση της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα. Οι συνθήκες αυτές θα πρέπει να προωθηθούν, σε πρώτη φάση, από τους φορείς λήψης αποφάσεων, όπως είναι η περίπτωση του Υπουργείου Παιδείας, το οποίο θα εξαρτήσει τους υπόλοιπους φορείς παρέμβασης. Είναι απαραίτητο να καταρτιστεί ένα σχέδιο αναδιάρθρωσης σε διάφορα επίπεδα: οργανωτικό, διδακτικό, συμβατικό, μεταξύ άλλων.

Προτείνεται ότι η αναδιάρθρωση αυτή, στόχος της οποίας είναι η εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα, θα πρέπει να πραγματοποιηθεί μέσω της ενσωμάτωσης της επιχειρηματικότητας στα υφιστάμενα γνωστικά αντικείμενα. Η επιχειρηματικότητα δεν υφίσταται από μόνη της, συνδυάζεται με άλλα γνωστικά αντικείμενα. Το να γίνεις επιχειρηματίας σημαίνει να αποκτήσεις, να εφαρμόσεις και να οικοδομήσεις ένα σύνολο δεξιοτήτων και γνώσεων. Έτσι, θα είναι σημαντικό να κατανοήσουμε ποιες δεξιότητες πρέπει να αναπτυχθούν σε κάθε γνωστικό αντικείμενο και να δημιουργήσουμε πόρους που θα μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι εκπαιδευτικοί και άλλοι ενδιαφερόμενοι. Η εφαρμογή των αποκτηθέντων δεξιοτήτων στην πράξη θα απαιτήσει την ανάπτυξη ενός έργου που θα προκύψει από διεπιστημονική εργασία στην οποία συμμετέχουν μαθητές και εκπαιδευτικοί, προωθώντας τη σύνδεση με την κοινότητα και μια πιο επιχειρηματική κουλτούρα. Αυτό θα μπορούσε να αποτελέσει άξονα για μελλοντική έρευνα.

Η έρευνα που εκπονήθηκε δείχνει ότι η προώθηση και η εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα έχουν ακόμη πολύ δρόμο μπροστά τους. Υπάρχουν αλλαγές που πρέπει να συμβούν, προσαρμογές που πρέπει να γίνουν, κουλτούρες που πρέπει να μετασχηματιστούν, και σίγουρα αυτό πρέπει να είναι ένας επίμονος και συνεχής αγώνας.

14. Συμπεράσματα

Η έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας έχει αποκτήσει εξέχουσα θέση στην παγκόσμια ακαδημαϊκή, πολιτική και δημοσιογραφική ατζέντα, κυρίως επειδή αποτελεί μια υπόσχεση διαρκούς κοινωνικού αντίκτυπου και αλλαγής, η οποία φαίνεται προσαρμοσμένη στις κοινωνικές προκλήσεις του 21ου αιώνα. Ξεκινώντας από τις θεωρίες για την επιχειρηματικότητα, η κοινωνική της πτυχή κατάφερε να διεκδικήσει την αυτονομία της τόσο για τις ιδιαιτερότητές της όσο και για την προβολή και τη φύση των δραστηριοτήτων και των αποτελεσμάτων της. Οι εργασίες που αναπτύχθηκαν στον αμερικανικό και ευρωπαϊκό χώρο προσπάθησαν να συλλάβουν αυτές τις νέες δυναμικές και τάσεις στον τριτογενή τομέα και να εδραιώσουν ένα εννοιολογικό πεδίο που εξακολουθεί να είναι διάσπαρτο και κατακερματισμένο. Υπό αυτή την έννοια, οι Defourny & Borzaga προβληματίζονται σχετικά με τα σημεία σύγκλισης μεταξύ της αμερικανικής παράδοσης του μη κερδοσκοπικού τομέα και της ευρωπαϊκής παράδοσης της κοινωνικής οικονομίας, υπογραμμίζοντας τις ακόλουθες διαστάσεις που χαρακτηρίζουν την κοινωνική επιχειρηματικότητα: η επίσημη/ θεσμική ύπαρξη με τη μορφή οργανισμού, ο ιδιωτικός χαρακτήρας, δηλαδή η μη υπαγωγή ούτε στο κράτος ούτε στην αγορά, η αυτοδιοίκηση, δηλαδή η αυτορρύθμιση ή η ανεξάρτητη διαχείριση, ο εθελοντικός και ελεύθερος χαρακτήρας της συμμετοχής των μελών της.

Παρόλο που η παρούσα συγκριτική εργασία υποστηρίζει ότι είναι ο συνδυασμός των χαρακτηριστικών των συνεταιρισμών και του μη κερδοσκοπικού τομέα που προσδίδει μια νέα δυναμική στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, εντούτοις παραγνωρίζει τη συμβολή της επιχειρηματικής προσέγγισης και της αμερικανικής κοινωνικής καινοτομίας, που φέρνουν νέα στοιχεία στην ανάλυση. Μεταξύ των κύριων πτυχών, αξίζει να σημειωθεί ότι η βιωσιμότητα των οργανισμών είναι σημαντική τόσο στο αμερικανικό όσο και το ευρωπαϊκό πλαίσιο, επιβάλλοντας λογικές της αγοράς και στρατηγικές διαχείρισης που είναι όλο και πιο κοντά σε εκείνες των κερδοσκοπικών επιχειρήσεων. Μια άλλη τάση της αμερικανικής θεωρητικής συζήτησης, που απορρίπτεται από την ευρωπαϊκή σχολή, σχετίζεται με την εγκάρσια ανάλυση των πρακτικών της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στους διάφορους τομείς (είτε αυτές λαμβάνουν χώρα στη δημόσια σφαίρα, είτε στον τριτογενή τομέα, είτε στον ιδιωτικό κερδοσκοπικό τομέα), καθιστώντας την προσέγγιση του φαινομένου πιο σύνθετη και διασκορπισμένη. Προσπαθώντας να γεφυρώσουν τα δύο κύρια ρεύματα της Βόρειας Αμερικής που περιγράφονται εδώ, οι Dees & Anderson δηλώνουν ότι θα πρέπει να επικεντρωθούμε στους κοινωνικούς επιχειρηματίες που πραγματοποιούν καινοτομίες, οι οποίες προκύπτουν από συνδυασμούς μεθόδων τόσο από τον επιχειρηματικό όσο και από τον φιλανθρωπικό κόσμο, για να δημιουργήσουν κοινωνική αξία με βιώσιμο τρόπο και με δυνατότητες αντίκτυπου μεγάλης κλίμακας. Σε αυτό το πλαίσιο, η εταιρική κοινωνική ευθύνη θεωρείται κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Για όλους αυτούς τους λόγους, πιστεύουμε ότι η πρόοδος του θεωρητικού σώματος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας θα γίνει μέσω της προσεκτικής και της κριτικής παρατήρησης των συνεισφορών που έχουν προκύψει από διαφορετικές οπτικές γωνίες και γεωγραφίες, καθώς και μέσω της ανάλυσης της εμπειρικής πραγματικότητας των οργανώσεων του τριτογενούς τομέα, στην οποία σκοπεύουμε να συμβάλουμε με την ανάλυση του πορτογαλικού πλαισίου.

Το Ίδρυμα Zofia Zamenhof

Το **Ίδρυμα Zofia Zamenhoff** στοχεύει στη διατήρηση των δημοκρατικών δομών και των ευρωπαϊκών αξιών στην Πολωνία και στη διάδοση αυτών των αξιών στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης που δεν ανήκουν ακόμη στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Η διαμόρφωση της στάσης των πολιτών καθώς και η υποστήριξη των δραστηριοτήτων των πολιτών αποτελούν τις κύριες κατευθύνσεις του ιδρύματός μας.



Υποστηρίζουμε πρωτοβουλίες που αποσκοπούν στην εκπαίδευση της κοινωνίας στο φάσμα των πολιτικών δικαιωμάτων, των δημοκρατικών αξιών και του σεβασμού του ρόλου του ατόμου στην κοινωνία. Θέλουμε να υλοποιήσουμε προγράμματα πρόληψης της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού. Είμαστε της άποψης ότι μόνο χάρη στη σωστή εκπαίδευση είμαστε σε θέση να δημιουργήσουμε πραγματική κοινωνική ενσωμάτωση και να εδραιώσουμε τους κανόνες της δημοκρατίας. Μία από τις κύριες προτεραιότητές μας είναι η συνεργασία για την ανάπτυξη διαφόρων εκπαιδευτικών συστημάτων για ενήλικες και νέους.

Άλλες προτεραιότητες περιλαμβάνουν: διαμόρφωση στάσεων των πολιτών μέσω της εκπαίδευσης, της διεθνούς συνεργασίας, των διαπολιτισμικών δραστηριοτήτων, της υποστήριξης των κοινωνικών συστημάτων εκδημοκρατισμού και των δημόσιων δομών στην Ανατολική Σύμπραξη.

Το Ίδρυμα Zofia Zamenhof στοχεύει στη διάδοση της ιδέας της ελευθερίας, των κανόνων της δημοκρατίας, της πολιτιστικής ποικιλομορφίας και της ανεκτικότητας. Μέσα από το έργο μας, θέλουμε να δείξουμε τον τρόπο επίλυσης των κοινωνικών προβλημάτων. Θέλουμε να συμβάλουμε στην αύξηση του επιπέδου εκπαίδευσης των διαφόρων κοινωνικών ομάδων στις χώρες όπου πρόκειται να ασκήσουμε το έργο μας και να επηρεάσουμε τις διαδικασίες ενσωμάτωσης μεταξύ των εθνών. Είμαστε βέβαιοι ότι αυτή η εκπαίδευση δίνει την ευκαιρία για ανάπτυξη και μειώνει το χάσμα των κοινωνικών διαφορών. Ο διαπολιτισμικός διάλογος είναι δυνατός χάρη στην εκπαίδευση. Έτσι, το έργο μας στοχεύει επίσης στην εκπαίδευση και την κατάρτιση, επίσης στην πτυχή της διεθνούς συνεργασίας. Θέλουμε επίσης να διαδώσουμε τη γνώση για τους ανθρώπους που συνδέονται με τις ιδέες του ιδρύματός μας. Παρακάτω παρατίθενται σύντομα βιογραφικά στοιχεία των υποστηρικτών μας.

V. Προβλήματα των κοινωνικών συνεταιρισμών

Συγγραφείς- Wojciech Duranowski, Zbigniew Dąbrowski, Barbara Makarewicz
Το Ίδρυμα Zofia Zamenhof, Πολωνία

1. Εισαγωγή

Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην κοινωνία, συνδυάζοντας επιχειρηματικούς στόχους με κοινωνικές αξίες. Στόχος τους είναι η δημιουργία θέσεων εργασίας, η αντιμετώπιση του κοινωνικού αποκλεισμού, η κάλυψη κοινωνικών και περιβαλλοντικών αναγκών και η δημιουργία κοινωνικών οφελών. Η υλοποίηση αυτών των στόχων συμβάλλει στη θετική αλλαγή της δομής και της λειτουργίας των κοινωνιών. Ωστόσο, παρά τις πολύτιμες δραστηριότητές τους, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί αντιμετωπίζουν συχνά ορισμένες προκλήσεις που εμποδίζουν την επιτυχία και τη βιωσιμότητά τους.

Με βάση την έρευνα που ανέθεσε το Ίδρυμα Zofia Zamenhof - 'Χαρακτηριστικά επιλεγμένων κοινωνικών συνεταιρισμών στην επαρχία Μαζονιακή και το πλαίσιο στο οποίο δημιουργήθηκαν' - προβήκαμε σε ανάλυση των πιο κοινών προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί. Σε αυτό το κεφάλαιο, θα επικεντρωθούμε στον εντοπισμό και την περιγραφή σε επτά από αυτά. Θα αναλύσουμε αυτές τις προκλήσεις, επισημαίνοντας τις αιτίες, τις συνέπειές τους και τις πιθανές στρατηγικές αντιμετώπισης.

Το πρώτο πρόβλημα είναι η έλλειψη σταθερής πηγής χρηματοδότησης που συχνά οδηγεί σε δυσκολίες στη διατήρηση της λειτουργίας των κοινωνικών συνεταιρισμών και στην καταβολή μισθών στους εργαζόμενους. Το δεύτερο πρόβλημα είναι η έλλειψη πρόσβασης σε κεφάλαια που εμποδίζει την ανάπτυξη και τις επενδύσεις - ιδίως όταν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί δεν μπορούν να αξιοποιήσουν τις παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης. Μια άλλη πρόκληση είναι η έλλειψη διοικητικών δεξιοτήτων που μπορεί να οδηγήσει σε δυσκολίες στον αποτελεσματικό σχεδιασμό, την οργάνωση και τη λήψη αποφάσεων. Ο ανταγωνισμός στην αγορά είναι επίσης μια πιθανή δυσκολία που αντιμετωπίζουν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί, ιδίως σε τομείς όπου υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός μεταξύ αυτών και των παραδοσιακών επιχειρήσεων. Το επόμενο πρόβλημα είναι η έλλειψη ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης του κοινού που μπορεί να καταστήσει δύσκολη την προσέλκυση πελατών και επιχειρηματικών εταίρων. Επίσης, οι ποικίλες δεξιότητες του εργατικού δυναμικού αποτελούν σημαντική πρόκληση που απαιτεί ευέλικτη ομαδική διαχείριση και συντονισμό από τους υπεύθυνους των δραστηριοτήτων του συνεταιρισμού. Το τελευταίο πρόβλημα που περιγράφεται είναι η έλλειψη θεσμικής υποστήριξης που μπορεί να δυσκολεύσει την απόκτηση πόρων, την πρόσβαση στην κατάρτιση και τη χρήση των δημόσιων υποδομών. Η ανάλυση αυτών των επτά προβλημάτων θα μας βοηθήσει να κατανοήσουμε καλύτερα τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί και να εντοπίσουμε πιθανές στρατηγικές αντιμετώπισης. Είναι απαραίτητο να αναπτυχθούν αποτελεσματικές λύσεις που θα επιτρέψουν στους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να επιτύχουν τους κοινωνικούς τους στόχους, διατηρώντας παράλληλα την οικονομική σταθερότητα και τη μακροπρόθεσμη επιτυχία. Η γνώση των πιθανών εμποδίων για την ίδρυση ενός κοινωνικού συνεταιρισμού είναι επίσης πολύτιμη γνώση, καθώς επιτρέπει τον εντοπισμό των κινδύνων πριν από την εμφάνισή τους και τη δημιουργία στρατηγικών αντιμετώπισης για την αντιμετώπιση κοινών δύσκολων καταστάσεων.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορεί να ποικίλλουν ανάλογα με τη χώρα, το κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο και τις ιδιαιτερότητες ενός συνεταιρισμού. Στο κείμενο που ακολουθεί, βασίσαμε την ανάλυσή μας στην κατάσταση αυτών των οργανώσεων στην Πολωνία, αλλά με βάση την ανασκόπηση ξένων ακαδημαϊκών άρθρων και στοιχείων που συλλέχθηκαν από την Ευρωπαϊκή Ένωση θεωρούμε ότι οι δυσκολίες που εντοπίστηκαν είναι καθολικές και μπορούν να επηρεάσουν τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς σε οποιαδήποτε χώρα.

2. Έλλειψη σταθερής πηγής χρηματοδότησης

Η έλλειψη σταθερής πηγής χρηματοδότησης είναι μία από τις σοβαρότερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί. Συχνά αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην εξασφάλιση ενός τακτικού και αξιόπιστου εισοδήματος, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε πολλά προβλήματα, τόσο στη διατήρηση της λειτουργίας όσο και στην πληρωμή των εργαζομένων.

Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί, ως οργανισμοί με κοινωνικό χαρακτήρα, συχνά δραστηριοποιούνται σε τομείς που δεν εγγυώνται υψηλά κέρδη. Μπορεί να δραστηριοποιούνται στους τομείς των κοινωνικών υπηρεσιών, της αναψυχής, του πολιτισμού ή της προστασίας του περιβάλλοντος. Συχνά επικεντρώνονται στην επίλυση κοινωνικών ή περιβαλλοντικών προβλημάτων που είναι λιγότερο κερδοφόρα από την άποψη της αγοράς. Ως αποτέλεσμα, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί συχνά αγωνίζονται με περιορισμένες ευκαιρίες δημιουργίας εισοδήματος.

Η περιορισμένη πρόσβαση σε παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης, όπως τα τραπεζικά δάνεια, μπορεί επίσης να είναι ένας από τους λόγους για την έλλειψη σταθερής πηγής χρηματοδότησης. Δεδομένου ότι οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί συχνά δεν λειτουργούν με σκοπό το κέρδος, ενδέχεται να αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην εκπλήρωση των πιστωτικών απαιτήσεων ή στην τεκμηρίωση της πιστοληπτικής τους ικανότητας. Επιπλέον, ορισμένοι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορεί να εξαρτώνται από τη λήψη επιχορηγήσεων ή επιδοτήσεων που είναι περιορισμένες χρονικά και ποσοτικά. Ελλείψει μόνιμης χρηματοδότησης, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί ενδέχεται να δυσκολεύονται να σχεδιάσουν τις δραστηριότητές τους μακροπρόθεσμα και να διατηρήσουν τις δραστηριότητές τους.

Παραδείγματα προβλημάτων που προκύπτουν από την έλλειψη σταθερής πηγής χρηματοδότησης μπορεί να περιλαμβάνουν καθυστερήσεις στην καταβολή των μισθών στους υπαλλήλους των κοινωνικών συνεταιρισμών ή την αδυναμία πρόσληψης νέων υπαλλήλων, γεγονός που μπορεί να περιορίσει την ανάπτυξη του οργανισμού. Επιπλέον, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί ενδέχεται να δυσκολεύονται να επενδύσουν στην ανάπτυξη των υπηρεσιών τους ή στην αγορά του απαραίτητου εξοπλισμού και εργαλείων, γεγονός που μπορεί να επηρεάσει την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και την ανταγωνιστικότητά τους στην αγορά.

Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να εφαρμόσουν διάφορες στρατηγικές για να αντιμετωπίσουν την έλλειψη σταθερής πηγής χρηματοδότησης και να τους βοηθήσουν να επιτύχουν μακροπρόθεσμα οικονομική βιωσιμότητα και ανάπτυξη.

- Διαφοροποίηση του εισοδήματος: Είναι σημαντικό για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να αναζητούν ποικίλες πηγές χρηματοδότησης. Αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν επιχορηγήσεις από την κυβέρνηση, ευρωπαϊκά ταμεία, ιδιωτικά κεφάλαια, κοινωνικούς επενδυτές ή συμπράξεις με άλλους οργανισμούς ή επιχειρήσεις. Η ποικιλομορφία των εσόδων μειώνει τον κίνδυνο που συνδέεται με την απώλεια μιας κύριας πηγής χρηματοδότησης.
- Ανάπτυξη δικών μας προϊόντων και υπηρεσιών: Οι συνεταιρισμοί μπορούν να επενδύσουν στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών που ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες ανάγκες της αγοράς. Η επιτυχής υλοποίηση τέτοιων πρωτοβουλιών προσελκύει νέους πελάτες και δημιουργεί πρόσθετα εισοδήματα.

- Αποτελεσματική οικονομική διαχείριση: Η σωστή οικονομική διαχείριση είναι το κλειδί. Οι συνεταιρισμοί θα πρέπει να παρακολουθούν τα έξοδά τους, να καταρτίζουν προϋπολογισμό και να εντοπίζουν πιθανές εξοικονομήσεις. Η ορθή λογιστική και η χρηματοοικονομική αναφορά επιτρέπουν το στενό έλεγχο των οικονομικών του οργανισμού.
- Συνεργασίες και συμπράξεις: Η δημιουργία στρατηγικών συνεργασιών με άλλους οργανισμούς, επιχειρήσεις ή ιδρύματα μπορεί να προσφέρει στους συνεταιρισμούς πρόσβαση σε νέες πηγές χρηματοδότησης, πελάτες ή αγορές. Οι συνεργασίες επιτρέπουν την αμοιβαία χρήση πόρων και την από κοινού ανάπτυξη έργων.
- Crowdfunding και κοινοτικές καμπάνιες: Οι συνεταιρισμοί μπορούν να εμπλέξουν την κοινότητα στις δραστηριότητές τους μέσω εκστρατειών crowdfunding ή κοινοτικών δράσεων όπου οι άνθρωποι μπορούν να υποστηρίξουν την αποστολή τους οικονομικά ή μέσω της προώθησης και της υποστήριξης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Επικέντρωση σε κερδοφόρες δραστηριότητες: Οι συνεταιρισμοί θα πρέπει να εντοπίζουν και να εστιάζουν σε δραστηριότητες που να είναι τόσο κοινωνικά πολύτιμες όσο και να δημιουργούν έσοδα. Αυτό επιτρέπει την αποτελεσματική χρήση των πόρων και του χρόνου.

Συμπερασματικά, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί θα πρέπει να επιδιώξουν την ποικιλομορφία των εσόδων, την αποτελεσματική οικονομική διαχείριση, την καινοτομία, τη συνεργασία και τη συμμετοχή της κοινότητας για να αντιμετωπίσουν την έλλειψη σταθερής πηγής χρηματοδότησης. Ο συνδυασμός αυτών των στρατηγικών θα τους επιτρέψει να επιτύχουν σταθερότητα και μακροπρόθεσμη επιτυχία.

3. Έλλειψη πρόσβασης σε κεφάλαια

Η έλλειψη πρόσβασης σε κεφάλαια αποτελεί σημαντικό πρόβλημα για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, καθώς εμποδίζει την ανάπτυξη, τις επενδύσεις και την επιτυχή λειτουργία τους. Συχνά, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην εξεύρεση επαρκών κεφαλαίων, ιδίως εάν δεν μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης.

Ένας από τους κύριους λόγους για την έλλειψη πρόσβασης σε κεφάλαια είναι ότι οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί συχνά δραστηριοποιούνται σε τομείς που δεν είναι ελκυστικοί για τους εμπορικούς επενδυτές. Λόγω των κοινωνικών και περιβαλλοντικών τους στόχων, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί ενδέχεται να μην αποφέρουν τόσο υψηλές αποδόσεις όσο οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον αμιγώς εμπορικό τομέα. Η έλλειψη προοπτικών για σημαντική απόδοση της επένδυσης μπορεί να αποθαρρύνει τους δυνητικούς επενδυτές και να δυσχεράνει την άντληση κεφαλαίων.

Επιπλέον, οι παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης, όπως τα τραπεζικά δάνεια, μπορεί να μην είναι διαθέσιμες ή να είναι δύσκολο να τις αποκτήσουν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί. Οι τράπεζες συχνά απαιτούν εγγυήσεις ή αποδείξεις πιστοληπτικής ικανότητας, τις οποίες οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί ενδέχεται να μην πληρούν λόγω της ιδιαίτερης ιδιοκτησιακής τους δομής και των κοινωνικών τους στόχων.

Παραδείγματα δυσκολιών που προκύπτουν από την έλλειψη πρόσβασης σε κεφάλαια μπορεί να περιλαμβάνουν την περιορισμένη δυνατότητα επέκτασης των δραστηριοτήτων ή εισαγωγής νέων υπηρεσιών, πρόσληψης περισσότερων εργαζομένων, αγοράς απαραίτητου εξοπλισμού ή αναβάθμισης των υποδομών. Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί ενδέχεται επίσης να μην είναι σε θέση να ανταγωνιστούν τις παραδοσιακές επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν πρόσβαση σε μεγαλύτερους οικονομικούς πόρους και μπορούν να ακολουθήσουν επιθετικές στρατηγικές μάρκετινγκ.

Για να ξεπεράσουν αυτές τις προκλήσεις, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί συχνά αναζητούν εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης. Αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν τις προαναφερθείσες επιχορηγήσεις, επιδοτήσεις ή προγράμματα υποστήριξης που προσφέρονται από μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, ιδρύματα, την κυβέρνηση ή διεθνείς οργανισμούς. Επιπλέον, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί αναπτύσσουν συνεργασίες με κοινωνικούς επενδυτές που ενδιαφέρονται για τη χρηματοδότηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών εγχειρημάτων.

Το Crowdfunding έχει επίσης γίνει δημοφιλές τα τελευταία χρόνια, επιτρέποντας στους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να συγκεντρώνουν κεφάλαια από κοινότητες που υποστηρίζουν τους στόχους και τις δραστηριότητές τους. Οι πλατφόρμες χρηματοδότησης από το πλήθος ή οι επενδυτικές πλατφόρμες μπορούν να αποτελέσουν πολύτιμη πηγή κεφαλαίων γι' αυτούς.

4. Έλλειψη δεξιοτήτων διαχείρισης

Η έλλειψη διοικητικών δεξιοτήτων αποτελεί σημαντικό πρόβλημα για ορισμένους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, οι οποίοι μπορεί να αντιμετωπίζουν δυσκολίες λόγω έλλειψης εμπειρίας στη διαχείριση επιχειρήσεων. Πολλά μέλη των κοινωνικών συνεταιρισμών συμμετέχουν στο εγχείρημα λόγω των κοινωνικών τους στόχων και του πάθους τους, αλλά ενδέχεται να μην διαθέτουν διοικητικές δεξιότητες, οι οποίες είναι ζωτικής σημασίας για τον αποτελεσματικό σχεδιασμό, την οργάνωση και τη λήψη αποφάσεων.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα απαιτεί τόσο επιχειρηματικές όσο και κοινωνικές δεξιότητες. Η έλλειψη διοικητικών δεξιοτήτων μπορεί να οδηγήσει σε οργανωτικό χάος, κακή κατανομή των πόρων, αναποτελεσματικές διαδικασίες και δυσκολία στη λήψη στρατηγικών αποφάσεων. Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί που δεν διαθέτουν επαρκείς διοικητικές δεξιότητες μπορεί να βρεθούν σε δύσκολη κατάσταση όταν αντιμετωπίζουν οικονομικά, οργανωτικά ή λειτουργικά προβλήματα.

Τα παραδείγματα των δυσκολιών που συνδέονται με την έλλειψη διοικητικών δεξιοτήτων είναι πολλά και μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τη λειτουργία των κοινωνικών συνεταιρισμών. Ο αναποτελεσματικός στρατηγικός σχεδιασμός μπορεί να οδηγήσει σε ασαφώς καθορισμένους στόχους και ανεπαρκείς δράσεις, με αποτέλεσμα τη σπατάλη πόρων και την απώλεια ευκαιριών ανάπτυξης. Η έλλειψη συνέπειας μεταξύ των παραδοχών του οργανισμού και της πρακτικής προσέγγισης για την εφαρμογή τους προκαλεί χάος και σύγχυση στην ομάδα. Η ακατάλληλη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού είναι ένα άλλο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί. Η ανεπαρκής δέσμευση, η κακή επικοινωνία ή η έλλειψη επαρκούς κατάρτισης και ανάπτυξης ικανοτήτων μεταξύ των εργαζομένων οδηγεί σε χαμηλότερη παραγωγικότητα και κίνητρα στην ομάδα.

Οι δυσκολίες στη δημιουργία αποτελεσματικών οργανωτικών δομών επηρεάζουν επίσης την ομαλή λειτουργία των συνεταιρισμών. Εάν οι ιεραρχίες και οι κατανομές ευθυνών δεν είναι σαφώς καθορισμένες, οι αποφάσεις λαμβάνονται τυχαία και η αποτελεσματικότητα της οργάνωσης είναι περιορισμένη.

Επιπλέον, η έλλειψη δεξιοτήτων στους τομείς του μάρκετινγκ, των πωλήσεων, των οικονομικών ή της εξυπηρέτησης πελατών έχει επίσης αρνητικό αντίκτυπο στους συνεταιρισμούς. Οι ανεπαρκείς δεξιότητες στους τομείς αυτούς μπορεί να οδηγήσουν σε δυσκολίες προσέγγισης των πελατών, μείωση των πηγών εσόδων και απώλεια ανταγωνιστικότητας στην αγορά.

Ωστόσο, υπάρχουν πολλοί τρόποι για να ξεπεραστούν αυτές οι δυσκολίες. Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να επενδύσουν στην ανάπτυξη διοικητικών δεξιοτήτων μέσω κατάρτισης, μαθημάτων, καθοδήγησης και εξωτερικής υποστήριξης. Η συνεργασία με ΜΚΟ, τοπικά πανεπιστήμια ή άλλους εμπειρογνώμονες μπορεί να προσφέρει τις απαραίτητες γνώσεις και επιχειρηματικές δεξιότητες.

Επιπλέον, η συμμετοχή σε βιομηχανικά δίκτυα και οργανώσεις μπορεί να προσφέρει πρόσβαση σε μέντορες, εμπειρογνώμονες και εμπειρία από άλλους κοινωνικούς φορείς.

Είναι επίσης σημαντικό για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να εξετάζουν το ενδεχόμενο να συνεργάζονται με άτομα με εμπειρία στη διοίκηση επιχειρήσεων, τα οποία μπορούν να χρησιμεύσουν ως σύμβουλοι ή μέλη του διοικητικού συμβουλίου. Αυτό μπορεί να βοηθήσει στην ενίσχυση της διοικητικής δομής και στην εφαρμογή των βέλτιστων επιχειρηματικών πρακτικών.

5. Ανταγωνισμός στην αγορά

Ο ανταγωνισμός στην αγορά αποτελεί σημαντικό ζήτημα για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, οι οποίοι συχνά δραστηριοποιούνται σε τομείς όπου υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός από παραδοσιακές επιχειρήσεις. Ο ανταγωνισμός με αυτές τις εταιρείες μπορεί να αποτελέσει πρόκληση για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, ιδίως εάν διαθέτουν λιγότερους πόρους και περιορισμένες δυνατότητες μάρκετινγκ.

Οι παραδοσιακές επιχειρήσεις λειτουργούν συχνά με κύριο κίνητρο το κέρδος, γεγονός που τους επιτρέπει να έχουν επιθετικές στρατηγικές μάρκετινγκ, να επενδύουν στη διαφήμιση και να προσφέρουν προϊόντα ή υπηρεσίες σε ανταγωνιστικές τιμές. Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί, από την άλλη πλευρά, έχουν συχνά περιορισμένους προϋπολογισμούς μάρκετινγκ και τείνουν να επικεντρώνονται σε κοινωνικές ή περιβαλλοντικές αξίες, γεγονός που μπορεί να επηρεάσει την ικανότητά τους να προωθούνται αποτελεσματικά και να αποκτούν πελάτες.

Επιπλέον, οι παραδοσιακές εταιρείες διαθέτουν συχνά μεγαλύτερους οικονομικούς, τεχνολογικούς και δικτυακούς πόρους, γεγονός που τους δίνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Μπορούν να καινοτομούν, να επενδύουν σε νέες τεχνολογίες, να προσφέρουν ευρύτερη γκάμα προϊόντων ή υπηρεσιών και να απολαμβάνουν τα οφέλη των επιχειρήσεων μεγαλύτερης κλίμακας. Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί συχνά αντιμετωπίζουν δυσκολίες να ανταγωνιστούν αυτές τις εταιρείες λόγω έλλειψης ίσων πόρων.

Παραδείγματα δυσκολιών που προκύπτουν από τον ανταγωνισμό στην αγορά των κοινωνικών συνεταιρισμών περιλαμβάνουν την απώλεια πελατών για τις παραδοσιακές επιχειρήσεις, τις μειωμένες ευκαιρίες ανάπτυξης, τη μειωμένη ικανότητα καινοτομίας και τις δυσκολίες στη διατήρηση της οικονομικής σταθερότητας. Ο ανταγωνισμός μπορεί να οδηγήσει σε καθοδική πίεση στις τιμές, η οποία μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την κερδοφορία των κοινωνικών συνεταιρισμών, οι οποίοι συχνά λειτουργούν για την εκπλήρωση μιας κοινωνικής αποστολής και όχι για τη μεγιστοποίηση του κέρδους.

Για να αντιμετωπίσουν αυτή την πρόκληση, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί πρέπει να επικεντρωθούν στην οικοδόμηση της μοναδικής προστιθέμενης αξίας τους και της ισχυρής εικόνας του εμπορικού τους σήματος για να ξεχωρίσουν από τον ανταγωνισμό. Μπορούν να επικεντρωθούν στην ποιότητα των υπηρεσιών τους, στις ιστορίες επιτυχίας των μελών τους, στα κοινωνικά οφέλη που προσφέρουν στην τοπική κοινωνία και σε μια σχέση με τους πελάτες τους που βασίζεται στις κοινωνικές αξίες. Είναι επίσης σημαντικό για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να αναπτύξουν τις δεξιότητες μάρκετινγκ και οικοδόμησης σχέσεων. Μπορούν να το κάνουν αυτό μέσω κατάρτισης, συνεργασίας με εμπειρογνώμονες ή οργανώσεις που προσφέρουν υποστήριξη στον τομέα του μάρκετινγκ. Η χρήση σύγχρονων εργαλείων επικοινωνίας και προώθησης, όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μπορεί να είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για να προσεγγίσουν τους αποδέκτες τους.

Παραδείγματα μέτρων που λαμβάνονται για να βοηθήσουν τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς στον ανταγωνισμό της αγοράς είναι προγράμματα επιχορήγησης ή επιδότησης που προσφέρονται από μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, τοπικές κυβερνήσεις,

ή διεθνείς οργανισμούς. Τα προγράμματα αυτά μπορούν να παρέχουν οικονομική στήριξη για την ανάπτυξη και την προώθηση των κοινωνικών συνεταιρισμών, γεγονός που αυξάνει τις πιθανότητές τους να ανταγωνιστούν τις παραδοσιακές επιχειρήσεις.

6. Έλλειψη ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης του κοινού

Η έλλειψη ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης του κοινού αποτελεί σημαντικό πρόβλημα για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, καθώς ορισμένες κοινότητες μπορεί να μην γνωρίζουν αυτές τις οργανώσεις ή να μην κατανοούν την κοινωνική τους αξία. Η έλλειψη ευαισθητοποίησης μπορεί να εμποδίσει την απόκτηση πελατών και επιχειρηματικών εταίρων και να επηρεάσει την ανάπτυξη και την αποτελεσματικότητα των κοινωνικών συνεταιρισμών.

Πολλοί άνθρωποι μπορεί να μην είναι εξοικειωμένοι με την ιδέα των κοινωνικών συνεταιρισμών και του συγκεκριμένου επιχειρηματικού τους μοντέλου. Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί συχνά εργάζονται για την επίλυση κοινωνικών ή περιβαλλοντικών προβλημάτων ή για τη δημιουργία θέσεων εργασίας για άτομα που κινδυνεύουν να αποκλειστούν. Ωστόσο, η έλλειψη εκπαίδευσης και ενημέρωσης επί του θέματος μπορεί να οδηγήσει σε χαμηλό επίπεδο ευαισθητοποίησης του κοινού για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς που υπάρχουν ακόμη και στην άμεση γειτονιά τους.

Η έλλειψη κοινωνικής ευαισθητοποίησης μπορεί να δυσχεράνει την απόκτηση πελατών από τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς. Εάν οι δυνητικοί πελάτες δεν κατανοούν τις κοινωνικές αξίες ή τον κοινωνικό αντίκτυπο των κοινωνικών συνεταιρισμών, μπορεί να είναι απρόθυμοι να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες τους ή να προτιμήσουν παραδοσιακές επιχειρήσεις με μεγαλύτερη οικονομική σταθερότητα. Ως αποτέλεσμα, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορεί να αντιμετωπίσουν δυσκολίες στην προσέλκυση πελατών, γεγονός που επηρεάζει την οικονομική τους σταθερότητα και ανάπτυξη. Αυτό είναι ένα παράδειγμα φαύλου κύκλου που επηρεάζει συνεχώς την αδύναμη επιχειρηματική θέση των κοινωνικών συνεταιρισμών.

Επιπλέον, η έλλειψη ευαισθητοποίησης του κοινού μπορεί επίσης να επηρεάσει την ικανότητα των κοινωνικών συνεταιρισμών να συνάπτουν επιχειρηματικές συνεργασίες. Οι εξωτερικές εταιρείες μπορεί να μην κατανοούν πώς μπορούν να συνεργαστούν με έναν κοινωνικό συνεταιρισμό, ποια οφέλη μπορούν να αποκομίσουν από αυτό ή ποιες αξίες συνδέονται με αυτόν. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε χαμένες ευκαιρίες για πιθανές συνεργασίες που θα μπορούσαν να συμβάλουν στην ανάπτυξη των κοινωνικών συνεταιρισμών.

Παραδείγματα δυσκολιών που προκύπτουν από την έλλειψη ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης του κοινού μπορεί να περιλαμβάνουν την έλλειψη ενδιαφέροντος της κοινότητας για τις δραστηριότητες και τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί, λίγους πελάτες, δυσκολίες στην απόκτηση επιχορηγήσεων ή επιδοτήσεων και περιορισμένες ευκαιρίες συνεργασίας με τοπικούς φορείς ή οργανώσεις.

Για την αντιμετώπιση αυτών των προβλημάτων, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να λάβουν μέτρα για την ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με τις δραστηριότητές τους και τις αξίες που προωθούν. Μπορούν να οργανώσουν ενημερωτικές εκστρατείες, κοινοτικές συναντήσεις, παρουσιάσεις ή εργαστήρια για να βοηθήσουν στην εξήγηση της ιδέας των κοινωνικών συνεταιρισμών και του ρόλου τους στην κοινωνία. Η συνεργασία με τα τοπικά μέσα ενημέρωσης και τις διαδικτυακές κοινότητες μπορεί επίσης να συμβάλει στην αύξηση της προβολής και της ευαισθητοποίησης του κοινού. Επιπλέον, η εκπαίδευση σχετικά με τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς μπορεί να εισαχθεί στα σχολεία και τα εκπαιδευτικά ιδρύματα για να επηρεάσει την ευαισθητοποίηση των μελλοντικών γενεών. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα μπορούν να περιλαμβάνουν μαθήματα για την κοινωνική επιχειρηματικότητα, επισκέψεις σε κοινωνικούς συνεταιρισμούς ή έργα που εμπλέκουν τους μαθητές σε δραστηριότητες της κοινότητας.

Δραστηριότητες αυτού του είδους εντάσσονται στην τάση που προωθείται σήμερα για αποκέντρωση των δραστηριοτήτων από τον τομέα της κοινωνικής πολιτικής και στήριξη της δραστηριότητας των πολιτών σε τοπικό επίπεδο.

7. Διαφοροποίηση στις δεξιότητες των εργαζομένων

Οι διαφορετικές δεξιότητες του εργατικού δυναμικού αποτελούν σημαντική πρόκληση για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, οι οποίοι συχνά απασχολούν άτομα με διαφορετικές δεξιότητες και εμπειρίες. Αυτή η ποικιλομορφία μπορεί να επηρεάσει τη διαχείριση της ομάδας και τον συντονισμό της εργασίας, απαιτώντας από τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να είναι ευέλικτοι και ικανοί να εκμεταλλεύονται αποτελεσματικά τις διαφορές μεταξύ των εργαζομένων.

Στους κοινωνικούς συνεταιρισμούς συμμετέχουν συχνά άτομα που μπορεί να έχουν διαφορετικές επαγγελματικές δεξιότητες ή να προέρχονται από διαφορετικά υπόβαθρα, ηλικιακές ομάδες ή πολιτισμούς. Μπορεί να είναι πρώην άνεργοι, άτομα με αναπηρίες, μετανάστες, μακροχρόνια άνεργοι ή κοινωνικά μειονεκτούντες. Η ποικιλομορφία αυτών των δεξιοτήτων και εμπειριών μπορεί να αποτελέσει πλεονέκτημα για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, αλλά μπορεί επίσης να δημιουργήσει προκλήσεις στη διαχείριση της ομάδας.

Μία από τις προκλήσεις ενός ποικιλόμορφου εργατικού δυναμικού είναι η αποτελεσματική διαχείριση ομάδων. Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί πρέπει να είναι σε θέση να δημιουργήσουν μια ατμόσφαιρα συνεργασίας και δέσμευσης, να βοηθήσουν τους εργαζόμενους να αναπτύξουν τις δεξιότητες και τις ικανότητές τους και να υποστηρίξουν τα διαφορετικά στυλ και προοπτικές εργασίας. Αυτό απαιτεί δεξιότητες επικοινωνίας και παρακίνησης και γνώσεις τεχνικών οικοδόμησης σχέσεων.

Ο συντονισμός της εργασίας αποτελεί επίσης πρόκληση όταν οι εργαζόμενοι έχουν διαφορετικές δεξιότητες. Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί πρέπει να βρουν κατάλληλες μεθόδους οργάνωσης της εργασίας που να λαμβάνουν υπόψη τους διαφορετικούς ρόλους, καθήκοντα και δεξιότητες των εργαζομένων τους. Η ορθή ανάθεση καθηκόντων και η κατάλληλη χρήση διαφορετικών δεξιοτήτων μπορεί να είναι καθοριστικής σημασίας για την αποτελεσματικότητα των εργασιών ενός συνεταιρισμού.

Παραδείγματα δυσκολιών που προκύπτουν από τις διαφορετικές δεξιότητες των εργαζομένων μπορεί να περιλαμβάνουν δυσκολίες στην επικοινωνία και την ομαδική επικοινωνία, διαφορές στο ρυθμό εργασίας, δυσκολίες στην παρακίνηση διαφορετικών ομάδων εργαζομένων, την ανάγκη παροχής κατάρτισης και υποστήριξης για εργαζόμενους με διαφορετικά επίπεδα δεξιοτήτων και την ανάγκη ευελιξίας για την προσαρμογή σε διαφορετικά στυλ εργασίας.

Για να αντιμετωπίσουν αυτή την πρόκληση, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να επενδύσουν στην ανάπτυξη δεξιοτήτων διαχείρισης ομάδων. Μπορούν να οργανώσουν κατάρτιση και εργαστήρια για να βοηθήσουν τους επικεφαλής των ομάδων να αναπτύξουν δεξιότητες επικοινωνίας, οικοδόμησης σχέσεων και επίλυσης συγκρούσεων. Είναι επίσης σημαντικό να δημιουργηθεί ένα ανοιχτό και υποστηρικτικό εργασιακό περιβάλλον που επιτρέπει στους εργαζόμενους να χρησιμοποιούν τις δεξιότητές τους και να προσθέτουν αξία στον οργανισμό. Επιπλέον, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να δημιουργήσουν προγράμματα επαγγελματικής ανάπτυξης που επιτρέπουν στους εργαζόμενους να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους και να εξελιχθούν εσωτερικά.

Παραδείγματα τέτοιων δραστηριοτήτων περιλαμβάνουν μαθήματα κατάρτισης, καθοδήγηση, πρακτική άσκηση ή ευκαιρίες συμμετοχής σε αναπτυξιακά έργα και πρωτοβουλίες. Ένα παράδειγμα μέτρων που λαμβάνονται για τη διαχείριση των διαφορετικών δεξιοτήτων των εργαζομένων είναι τα προγράμματα κοινωνικής ένταξης και υποστήριξης που προσφέρουν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί.

Μέσω τέτοιων προγραμμάτων, οι εργαζόμενοι μπορούν να αναπτύξουν κοινωνικές δεξιότητες, να μάθουν ο ένας από τον άλλο και να συνεργαστούν για την επίτευξη κοινών στόχων.

8. Έλλειψη θεσμικής υποστήριξης

Η έλλειψη θεσμικής υποστήριξης αποτελεί σημαντικό πρόβλημα για ορισμένους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, οι οποίοι ενδέχεται να αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην απόκτηση υποστήριξης από τις τοπικές ή περιφερειακές αρχές. Η έλλειψη αυτής της υποστήριξης μπορεί να έχει αρνητικό αντίκτυπο στην απόκτηση πόρων, την πρόσβαση στην κατάρτιση και τη δυνατότητα χρήσης των δημόσιων υποδομών. Οι τοπικές και περιφερειακές κυβερνήσεις διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη δημιουργία ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος για την ανάπτυξη των κοινωνικών συνεταιρισμών. Μπορούν να προσφέρουν διάφορες μορφές υποστήριξης, όπως επιχορηγήσεις, επιδοτήσεις, αναπτυξιακά προγράμματα, πρόσβαση σε υποδομές ή διοικητικές διευκολύνσεις. Ωστόσο, ορισμένοι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορεί να αντιμετωπίζουν έλλειψη τέτοιας υποστήριξης, γεγονός που εμποδίζει τη λειτουργία και την ανάπτυξή τους.

Η έλλειψη θεσμικής υποστήριξης μπορεί να έχει αρνητικό αντίκτυπο στην απόκτηση πόρων από τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς. Οι επιχορηγήσεις και οι επιδοτήσεις είναι συχνά απαραίτητες για τη χρηματοδότηση επενδύσεων, ανάπτυξης, κατάρτισης ή επέκτασης των επιχειρήσεων. Εάν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί δεν έχουν πρόσβαση σε εξωτερική θεσμική υποστήριξη, μπορεί να περιοριστεί η ικανότητά τους να επιτύχουν τους κοινωνικούς τους στόχους και την επιχειρηματική τους ανάπτυξη.

Επιπλέον, η έλλειψη θεσμικής υποστήριξης μπορεί να εμποδίσει την πρόσβαση των κοινωνικών συνεταιρισμών σε προγράμματα κατάρτισης και ανάπτυξης. Οι τοπικές και περιφερειακές κυβερνήσεις μπορούν να προσφέρουν τέτοια προγράμματα για να βοηθήσουν στην ανάπτυξη επιχειρηματικών, διοικητικών ή καινοτομικών δεξιοτήτων. Η έλλειψη αυτής της βοήθειας μπορεί να περιορίσει τις ευκαιρίες ανάπτυξης των εργαζομένων των κοινωνικών συνεταιρισμών και να επηρεάσει την ανταγωνιστικότητά τους στην αγορά.

Επιπλέον, η έλλειψη θεσμικής υποστήριξης μπορεί να επηρεάσει την πρόσβαση στις δημόσιες υποδομές. Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί συχνά χρειάζονται πρόσβαση σε κατάλληλες υποδομές, όπως εγκαταστάσεις, αποθήκες, οικόπεδα ή τεχνικές εγκαταστάσεις. Ωστόσο, η έλλειψη υποστήριξης από την τοπική αυτοδιοίκηση μπορεί να δυσχεραίνει την πρόσβαση σε τέτοιες υποδομές ή να οδηγήσει σε υψηλότερο κόστος ενοικίασης ή αγοράς.

Για να αντιμετωπίσουν αυτή την πρόκληση, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να λάβουν μέτρα για την οικοδόμηση σχέσεων και συνεργασίας με τις τοπικές και περιφερειακές αρχές. Είναι σημαντικό για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να συμμετέχουν ενεργά στο διάλογο με τις αρχές και να εξηγούν τους κοινωνικούς τους στόχους, την αποτελεσματικότητα των δραστηριοτήτων τους και τα οφέλη που προσφέρουν στην τοπική κοινωνία. Μπορούν επίσης να συμμετάσχουν σε πρωτοβουλίες και έργα που υποστηρίζονται ή προωθούνται από τις αρχές, γεγονός που μπορεί να συμβάλει στην αύξηση των πιθανοτήτων να λάβουν θεσμική υποστήριξη. Επιπλέον, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να αναζητήσουν στήριξη από προγράμματα και πρωτοβουλίες που οργανώνονται από ΜΚΟ, ιδρύματα ή ευρωπαϊκούς ή διεθνείς οργανισμούς. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη δυνατότητα υποβολής αίτησης για επιχορηγήσεις, επιδοτήσεις ή αναπτυξιακά προγράμματα που υποστηρίζουν την κοινωνική επιχειρηματικότητα και πρωτοβουλίες κοινωνικού χαρακτήρα. Παραδείγματα μέτρων που λαμβάνονται για την παροχή θεσμικής υποστήριξης στους κοινωνικούς συνεταιρισμούς περιλαμβάνουν κυβερνητικά προγράμματα ή τοπικές πρωτοβουλίες που προσφέρουν ειδικά κονδύλια ή επιχορηγήσεις για την ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Για παράδειγμα, σε ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες, υπάρχουν προγράμματα για τη στήριξη της δημιουργίας και της ανάπτυξης κοινωνικών συνεταιρισμών, τα οποία προσφέρουν οικονομική στήριξη για επενδύσεις, κατάρτιση ή την ανάπτυξη των προϊόντων και των υπηρεσιών τους.

9. Περίληψη

Εν κατακλείδι, παρουσιάστηκαν επτά από τα πιο συνηθισμένα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί: έλλειψη σταθερής πηγής χρηματοδότησης, έλλειψη πρόσβασης σε κεφάλαια, έλλειψη διοικητικών δεξιοτήτων, ανταγωνισμός στην αγορά, έλλειψη ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης του κοινού, ποικιλομορφία των δεξιοτήτων των εργαζομένων και έλλειψη θεσμικής υποστήριξης. Όλες αυτές οι προκλήσεις μπορούν να επηρεάσουν τη σταθερότητα, την ανάπτυξη και την αποτελεσματικότητα των κοινωνικών συνεταιρισμών.

Είναι σημαντικό η επιστημονική κοινότητα, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής, οι ΜΚΟ και οι ίδιοι οι εκπρόσωποι των κοινωνικών συνεταιρισμών να συνειδητοποιήσουν τα προβλήματα αυτά και να λάβουν τα κατάλληλα μέτρα για την επίλυσή τους. Είναι απαραίτητο να ληφθούν ολοκληρωμένα μέτρα σε πολλά μέτωπα για να υποστηριχθεί η ανάπτυξη των κοινωνικών συνεταιρισμών και να αυξηθεί η ικανότητά τους να επιτελούν κοινωνικές αποστολές.

Παραδείγματα στρατηγικών αντιμετώπισης περιλαμβάνουν: αναζήτηση εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης όπως επιχορηγήσεις, επιδοτήσεις ή κοινωνικοί επενδυτές, ανάπτυξη διοικητικών δεξιοτήτων μέσω κατάρτισης και καθοδήγησης, δημιουργία ισχυρής εικόνας και ευαισθητοποίησης του κοινού μέσω εκστρατειών προβολής και εμπλοκής στην κοινότητα, δημιουργία προγραμμάτων ανάπτυξης δεξιοτήτων για τους εργαζόμενους, δημιουργία στρατηγικών επιχειρηματικών και θεσμικών συνεργασιών, και ανάπτυξη διαλόγου και συνεργασίας με τις τοπικές και περιφερειακές κυβερνήσεις για την απόκτηση θεσμικής υποστήριξης.

Με τη λήψη αυτών των μέτρων και την προληπτική προσέγγιση της επίλυσης των προβλημάτων, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να μετατρέψουν τις δυσκολίες σε ευκαιρίες ανάπτυξης. Πολλοί επιχειρηματίες ηγέτες κοινωνικών συνεταιρισμών σε όλο τον κόσμο αποδεικνύουν ότι είναι δυνατόν να επιτύχουν επιχειρηματική επιτυχία, δημιουργώντας ταυτόχρονα κοινωνικά οφέλη και επιδρώντας θετικά στην κοινωνία.

Η προώθηση της ανάπτυξης και της μεγέθυνσης των κοινωνικών συνεταιρισμών αποτελεί επένδυση σε μια πιο δίκαιη και βιώσιμη κοινωνία. Αυτό απαιτεί συνεργασία μεταξύ του δημόσιου, του ιδιωτικού και του κοινωνικού τομέα, καθώς και ενίσχυση της ευαισθητοποίησης του κοινού σχετικά με το ρόλο που διαδραματίζουν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί στην κοινωνία.

Η υπέρβαση αυτών των επτά προβλημάτων είναι ζωτικής σημασίας για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία των κοινωνικών συνεταιρισμών και την εκπλήρωση της κοινωνικής τους αποστολής. Οι δυνατότητές τους να δημιουργήσουν θετικό αντίκτυπο είναι τεράστιες και η κατανόηση και η υποστήριξη αυτών των οργανώσεων είναι απαραίτητες για την οικοδόμηση μιας πιο δίκαιης και βιώσιμης κοινωνίας.

10. Βιβλιογραφία

- Borzaga, C., & Defourny, J. (Eds.). (2001). *The emergence of social enterprise*. Routledge.

- Defourny, J., & Nyssens, M. (2017). *Social enterprise in Europe: At the crossroads of market, public policies and third sector*. Routledge.
- Haugh, H. (2005). The social embeddedness of social entrepreneurship. In *Understanding the Social Economy* (pp. 137-155). Routledge.
- Janowska, Z. (2019). Determinants of the functioning of social cooperatives in Poland. *Social Policy* 46.7 (544): 8-14.
- Kolar J. (2008). *Social cooperatives*. Foundation of Social and Economic Initiatives. Warsaw.
- Miżejewski, C. (2010) Why you should start a social cooperative. Regional Center for Social Policy.
- Mook, L., Quarter, J., & Ryan, A. (Eds.). (2015). *The Routledge companion to social enterprise*. Routledge.
- Nicholls, A. (2010). The legitimacy of social entrepreneurship: Reflexive isomorphism in a pre-paradigmatic field. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 611-633.
- Pearce, J., & Kay, A. (2018). Social enterprise in the UK: Models and trajectories. In *Social Enterprise in Western Europe* (pp. 75-96). Palgrave Macmillan.
- Thompson, J. L. (2019). The social entrepreneur: a critique of the concept. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 15(2), 139-167.

VI. Συμμετοχή των κοινωνικών συνεταιρισμών στον τομέα της δημόσιας υγείας στο παράδειγμα της CUS Drobin

Συγγραφείς - Franciszek Wróbel, Adrian Maćkiewicz,
Το Ίδρυμα Zofia Zamenhof, Πολωνία

1. Η έννοια της υγείας και της πρόληψης στην ιατρική και τις κοινωνικές επιστήμες

Η υγεία, όπως ορίζεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας, είναι μια κατάσταση πλήρους σωματικής, ψυχικής και κοινωνικής ευεξίας. Τα τελευταία χρόνια, ο ορισμός αυτός έχει συμπληρωθεί με την ικανότητα για μια παραγωγική κοινωνική και οικονομική ζωή, καθώς και με πνευματικές και ψυχολογικές διαστάσεις. Η υγεία είναι ένα πολύ ευρύ και συχνά αμφισβητούμενο ζήτημα. Η ικανότητα να ζει κανείς μια 'πλήρη' πνευματική ζωή φαίνεται, τουλάχιστον κατά την αντίληψη ορισμένων, ένας μάλλον ασαφής όρος, γι' αυτό και υπάρχουν σοβαρές αμφιβολίες για το αν πρέπει να συμπεριληφθεί στον ορισμό. Διαμάχη υπάρχει επίσης γύρω από τον τομέα της οικονομικής υγείας - πώς ορίζουμε το 'να ζούμε μια παραγωγική οικονομική ζωή'; Αυτές είναι πιθανές αμφιβολίες εξαιτίας των οποίων αποφασίστηκε να αφαιρεθούν αυτές οι πτυχές της ατομικής λειτουργίας από τον ορισμό της υγείας. Ας προσπαθήσουμε να ορίσουμε διάφορες πτυχές της υγείας, χωρίζοντας την υγεία σε κατηγορίες:

Σωματική υγεία - η καλή λειτουργία του σώματος, των συστημάτων και των οργάνων του. Η σωματική υγεία μιλά επίσης για την ισορροπία μεταξύ αναβολικών (δημιουργία) και καταβολικών (αποσύνθεση) διαδικασιών. Θεωρούμε ότι ένας οργανισμός είναι σωματικά υγιής όταν δεν υπάρχουν παθολογικές διεργασίες (ασθένειες) σε αυτόν. Τότε τα συστήματά του λειτουργούν σωστά. Δεν είναι απαραίτητο να είναι κανείς πολύ αθλητικός για να μπορεί να πει ότι είναι σωματικά υγιής - εξάλλου, και οι ηλικιωμένοι έχουν την ευκαιρία να διατηρήσουν την ιδιότητα του 'σωματικά υγιούς', διότι το γήρας δεν είναι ασθένεια, αν και λόγω της μειωμένης ικανότητας όλων των ανθρώπινων συστημάτων με τη γήρανση του σώματος, γίνεται όλο και πιο δύσκολο να διατηρηθεί η πλήρης υγεία. Αξίζει να σημειωθεί, η σωματική άσκηση έχει επίσης θετική επίδραση στην ψυχολογική κατάσταση. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως - η φυσική κατάσταση δεν αποτελεί ούτε εγγύηση ούτε προϋπόθεση για να είναι κανείς υγιής, αλλά η συστηματική σωματική δραστηριότητα σίγουρα διευκολύνει τη διατήρηση της υγείας. Αμέτρητες επιστημονικές δημοσιεύσεις περιγράφουν αυτή τη σχέση, στην οποία αξίζει να αφιερώσουμε ξεχωριστή παράγραφο.

Ψυχική υγεία - μπορεί να χωριστεί σε δύο τύπους - συναισθηματική υγεία και ψυχική υγεία. Ένα συναισθηματικά υγιές άτομο μπορεί να αναγνωρίσει και να κατονομάσει τα συναισθήματα. Μπορεί επίσης να τα εκφράσει με τον κατάλληλο τρόπο. Το κάνει σύμφωνα με τους κοινωνικούς κανόνες και τις νόρμες. Η ψυχική υγεία σχετίζεται επίσης με τη διατήρηση της ψυχικής ισορροπίας, και στο πλαίσιο αυτό εντάσσεται η VI. Συμμετοχή των κοινωνικών συνεταιρισμών στον τομέα της δημόσιας υγείας στο παράδειγμα της CUS Drobin 94 διαχείριση των συναισθημάτων - η ικανότητα αντιμετώπισης του στρες, της έντασης, του άγχους, του θυμού, της εγωιστικότητας και άλλων συναισθημάτων. Η ψυχική και συναισθηματική υγεία μπορεί να αλλάξει κατά τη διάρκεια της ζωής ενός ατόμου, αλλά όπως και η σωματική υγεία - είναι επίσης γενετικά καθορισμένη. Ορισμένοι άνθρωποι βρίσκουν ευκολότερο να πέφτουν σε καταθλιπτική διάθεση ή θυμό.

Η ψυχική υγεία είναι μια πτυχή της ζωής ενός ατόμου που αξίζει επίσης να φροντίζει κανείς με συστηματική δουλειά με τον εαυτό του - τις συνήθειες και τις αδύναμες πλευρές του. Κάποια βελτίωση, από την άλλη πλευρά, της συναισθηματικής λειτουργίας του ατόμου μπορεί να επιτευχθεί μόνο με την εκπαίδευση του ατόμου σχετικά με τα συναισθήματα και τον τρόπο που τα αισθάνεται, για τα οποία πολλοί άνθρωποι παραμένουν αδιάφοροι. Το κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο ζει κανείς είναι επίσης πολύ σημαντικό.

Νοητική υγεία - αναφέρεται στη σωστή πορεία των διαδικασιών σκέψης. Δείχνει την ικανότητα να σκέφτεστε λογικά και καθαρά, αλλά και να θυμάστε γεγονότα και αντικείμενα καθώς και να λύνετε προβλήματα. Η νοητική υγεία σχετίζεται με την κατάσταση του νευρικού συστήματος, ιδίως του κεντρικού νευρικού συστήματος. Ένα μέτρο της κοινωνικής υγείας είναι η ικανότητα συμμετοχής στην ομαδική ζωή. Εκφράζει την ικανότητα ενός ατόμου να δημιουργεί, να διατηρεί και να αναπτύσσει κατάλληλες σχέσεις με άλλους ανθρώπους ή ζώα. Προσδιορίζει επίσης την ικανότητα ενός ατόμου να θέτει όρια και να τα σέβεται με τους άλλους, να επιλύει προβλήματα, καθώς και να καθορίζει με ακρίβεια το ρόλο του σε μια κοινότητα. Θα πρέπει να προστεθεί ότι δεν αποτελεί μέτρο της κοινωνικής υγείας το αν ένα άτομο θα βρεθεί σε οποιαδήποτε ομάδα, αλλά μάλλον το αν μπορεί να βρεθεί σε οποιαδήποτε ομάδα διατηρώντας τουλάχιστον τη βασική υγεία των διαπροσωπικών σχέσεων.

Πνευματική υγεία - ανάλογα με την πίστη του ατόμου, πρόκειται για τον τρόπο έκφρασης των θρησκευτικών πεποιθήσεων και πρακτικών του. Αναφέρεται στην έκφραση ενός προσωπικού συνόλου αρχών, συμπεριφορών και μεθόδων για την επίτευξη ισορροπίας. Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να αποκτήσεις πνευματική υγεία. Ορισμένοι αποκαλούν την πνευματική υγεία 'εσωτερική ειρήνη' και μπορεί κανείς να τη συσχετίσει με έννοιες όπως 'θάνατος', 'Θεός', 'ζωή μετά θάνατον' και να αξιολογήσει τη στάση ενός ατόμου απέναντί τους. Το γεγονός και μόνο ότι ανήκει κανείς σε μια συγκεκριμένη θρησκευτική ομάδα ή η έλλειψη αυτής δεν καθορίζει στο ελάχιστο την πνευματική υγεία ενός ατόμου. Ο συγγραφέας δεν στηρίζει την άποψη ότι οποιαδήποτε υπάρχουσα θρησκεία εγγυάται τη διατήρηση της πνευματικής υγείας.

Η **πρόληψη** ορίζεται ως ένα σύνολο δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στη διατήρηση της υγείας στο υψηλότερο δυνατό επίπεδο, μειώνοντας τον κίνδυνο εμφάνισης ασθενειών. Η πρόληψη, σε κοινωνικούς και ατομικούς όρους, μπορεί να είναι: εκπαιδευτικές εκστρατείες, εμβολιασμοί, διαγνωστικές εξετάσεις, ιατρικές διαβουλεύσεις και προληπτικές εξετάσεις, θεραπεία των επιπτώσεων της τρέχουσας νόσου και μείωση των συμπτωμάτων, εξάλειψη των παραγόντων κινδύνου και αλλαγές στον τρόπο ζωής (όπως η εισαγωγή περισσότερης άσκησης ή η εγκατάλειψη των διεγερτικών ουσιών). Τα προληπτικά μέτρα μπορούν επίσης να περιλαμβάνουν επιλογές ζωής, όπως η μείωση της έκθεσης στο στρες, για παράδειγμα, με τη μείωση των ωρών εργασίας ή την αλλαγή του τρόπου εργασίας, καθώς και, για παράδειγμα, την αλλαγή κατοικίας με λιγότερη ρύπανση.

Οι κύριοι παράγοντες που επηρεάζουν την υγεία είναι:

- βιολογικές συνθήκες,
- περιβαλλοντικές συνθήκες,
- τρόπος ζωής,
- υγειονομική περίθαλψη.

Αυτός ο διαχωρισμός δεν εστιάζει στις σχέσεις μεταξύ αυτών των παραγόντων. Για παράδειγμα, ένα άτομο με κακό τρόπο ζωής (έλλειψη σωματικής άσκησης, κακή διατροφή), αλλά που ζει σε καλές περιβαλλοντικές συνθήκες και έχει καλές βιολογικές συνθήκες, μπορεί να απολαμβάνει καλύτερη υγεία από ένα άτομο που φροντίζει τον εαυτό του, αλλά ζει σε χειρότερες συνθήκες (για παράδειγμα, παρουσία υψηλής περιβαλλοντικής ρύπανσης).

Είναι σημαντικό να θυμόμαστε ότι η έννοια της υγείας είναι επίσης εξαιρετικά υποκειμενική – κάποιος μπορεί να αισθάνεται καλά, αλλά ταυτόχρονα να έχει ασθένειες τις οποίες δεν γνωρίζει καν. Είναι σημαντικό να γίνεται διάκριση μεταξύ της υγείας και της ευημερίας, η οποία εξ ορισμού είναι πιο μεταβλητή και δεν σχετίζεται άμεσα με την υγεία.

2 Αναπηρία και κοινωνικός αποκλεισμός

Ως αναπηρία μπορεί να οριστεί η αδυναμία ανεξάρτητης εξασφάλισης μιας φυσιολογικής ατομικής και κοινωνικής ζωής ως αποτέλεσμα συγγενούς ή επίκτητης σωματικής ή πνευματικής βλάβης. Ο όρος περιγράφεται με διάφορους τρόπους στην επιστήμη και στο δίκαιο. Στο ιατρικό μοντέλο, η αναπηρία είναι η μακροχρόνια κατάσταση της παρουσίας ορισμένων περιορισμών στη φυσιολογική λειτουργία του ανθρώπινου σώματος. Οι περιορισμοί αυτοί προκαλούνται από τη μείωση της αποτελεσματικότητας των σωματικών, πνευματικών ή ψυχολογικών λειτουργιών. Είναι επίσης μια βλάβη, δηλαδή μια απώλεια ή ελάττωμα σε μια νοητική, φυσιολογική, ανατομική δομή του σώματος. Η απώλεια αυτή μπορεί να είναι ολική ή μερική, μόνιμη ή περιοδική, συγγενής ή επίκτητη, σταθεροποιημένη ή προοδευτική.

Τα άτομα με αναπηρία συχνά αντιμετωπίζουν την αδυναμία (ή τη δυσκολία) να λειτουργήσουν πλήρως στην κοινωνία ως αποτέλεσμα των εμποδίων από την πλευρά του περιβάλλοντος (κοινωνικά, πολιτιστικά, νομικά, πολιτικά), συμπεριλαμβανομένων των αρχιτεκτονικών εμποδίων. Ενώ οι κοινωνικοί περιορισμοί (π.χ. προκαταλήψεις, ακατάλληλες συμπεριφορές απέναντι στα άτομα με αναπηρία) φαίνεται να παρεμποδίζουν μόνο τη λειτουργία των ατόμων με αναπηρία, τα αρχιτεκτονικά εμπόδια δημιουργούν ανυπέρβλητες δυσκολίες. Τα άτομα σε αναπηρικά αμαξίδια δεν μπορούν να μεταβούν σε πολλά μέρη χωρίς σημαντικά προβλήματα, υπάρχουν ακόμη πολλές ακατάλληλες διαβάσεις πεζών, για να μην αναφέρουμε τις πολιτιστικές και δημόσιες εγκαταστάσεις. Ένα ξεχωριστό ζήτημα είναι η απειρία των ατόμων χωρίς αναπηρία στην αντιμετώπιση των ατόμων με αναπηρία, τα οποία συχνά τα αντιμετωπίζουν με συγκατάβαση ή υπερβολική δουλικότητα – τα περισσότερα άτομα με κινητικές αναπηρίες θέλουν απλώς να αντιμετωπίζονται κανονικά από κάθε άποψη. Τα τυφλά άτομα, από την άλλη πλευρά, έχουν συχνά να αντιμετωπίσουν πολύ διαφορετικές προκλήσεις – για παράδειγμα, η έλλειψη ήχου στις διαβάσεις πεζών που γίνεται από τις συσκευές που υπάρχουν εκεί καθιστά πολύ δύσκολη την ασφαλή διάβαση του δρόμου. Σημαντικό και σχετικό είναι επίσης η συχνά συνειδητοποίηση των εσωτερικών περιορισμών των ατόμων με αναπηρία, όπως ο φόβος της μη αποδοχής ή μια υπερβολικά απαιτητική στάση λόγω της αίσθησης αδικίας.

Αξίζει επίσης να αναφερθεί ο ορισμός του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας, ο οποίος, εκτός από την αναπηρία, ξεχωρίζει επίσης όρους όπως 'βλάβη' (impairment) και 'περιορισμός' (handicap). Μια βλάβη είναι μια διαταραχή που αφορά λειτουργίες που είναι ουσιαστικά νοητικές (μνήμη, συνείδηση) ή αισθητηριακές – εσωτερικά όργανα (καρδιά, νεφροί), κεφάλι, κορμός ή άκρα. 'Αναπηρία' είναι το αποτέλεσμα μιας δυσλειτουργίας ή αναπηρίας που περιορίζει ή εμποδίζει την εκτέλεση ενός ή περισσότερων ρόλων που θεωρούνται φυσιολογικοί, ανάλογα με την ηλικία, το φύλο και τους κοινωνικο-πολιτισμικούς παράγοντες. Η αναπηρία, επομένως, είναι ένα αποτέλεσμα ανικανότητας και το 'σύμπτωμά' της, ένα αποτέλεσμα, και όχι ένα εντελώς ξεχωριστό ζήτημα που δεν σχετίζεται με την αναπηρία. Ένας από τους οργανισμούς που εμπλέκονται στη συστημική βοήθεια προς τα άτομα με αναπηρία είναι το Κρατικό Ταμείο Αποκατάστασης Ατόμων με Αναπηρία (PFRON). Μέσω του Συστήματος Υπηρεσιών Επιδοτήσεων και Επιστροφών (SODiR),

καταβάλλει στους εργοδότες των ατόμων με αναπηρία μηνιαίες επιδοτήσεις μισθού σε εργαζόμενους με ισχύον πιστοποιητικό αναπηρίας ή ισοδύναμο έγγραφο. Ο εργοδότης υποβάλλει τα σχετικά έντυπα σε χαρτί ή ηλεκτρονικά μέσω της εφαρμογής SODiR.

Τα εργαστήρια (ZPChr) και οι εργοδότες από την ελεύθερη αγορά εργασίας λαμβάνουν επιδοτήσεις στο ίδιο ποσό από τον Απρίλιο του 2014. Τα ποσοστά επιδότησης μεταβάλλονται λόγω της τρέχουσας κατάστασης και των κανονισμών. Τα ποσά των μηνιαίων επιδοτήσεων στους μισθούς των εργαζομένων με αναπηρία που ισχύουν από τον Απρίλιο του 2014 κυμαίνονται από 450 PLN έως 1950 PLN (ανά μήνα ανά εργαζόμενο), ανάλογα με το βαθμό αναπηρίας ήταν απαλλαγμένα από οποιεσδήποτε ασθένειες.

3. Εργασία των ατόμων με αναπηρία

Τα άτομα με αναπηρία είναι μερικές φορές σε θέση να εργαστούν επαγγελματικά, αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις είναι απαραίτητο να προσαρμοστεί ανάλογα ο χώρος εργασίας. Στην Πολωνία υπάρχουν διάφορες ομάδες αναπηρίας, σε αντίθεση με τις απόψεις που εμφανίζονται μερικές φορές, η χορήγηση σε ένα άτομο με αναπηρία της λεγόμενης “πρώτης ομάδας αναπηρίας”, η οποία συνεπάγεται την απόκτηση πιστοποιητικού “σημαντικής αναπηρίας”, δεν σημαίνει απαγόρευση της εργασίας. Το κατά πόσον ένα άτομο με αναπηρία μπορεί ή δεν μπορεί να εργαστεί σε μια συγκεκριμένη, συγκεκριμένη θέση, αποφασίζεται κάθε φορά από έναν γιατρό εργασίας καθώς και, φυσικά, από τις πραγματικότητες της αγοράς. Επίσης, ο ιατρός εργασίας αποφασίζει για τις πιθανές ώρες εργασίας ενός ατόμου με αναπηρία και τις δραστηριότητες που δεν μπορεί να εκτελέσει.

Ειδικά δικαιώματα των εργαζομένων με αναπηρία

Ο ημερήσιος χρόνος εργασίας για τα άτομα στα οποία αναγνωρίζεται σοβαρός ή μέτριος βαθμός αναπηρίας είναι 7 ώρες και ο εβδομαδιαίος χρόνος εργασίας είναι έως 35 ώρες. Ο γιατρός εργασίας ή ο γιατρός που φροντίζει το άτομο με αναπηρία μπορεί, αλλά μόνο κατόπιν αιτήματος του ατόμου με αναπηρία, να δώσει άδεια στον εργοδότη να μην εφαρμόσει τους εν λόγω κανονισμούς. Ο εργαζόμενος με αναπηρία δικαιούται ένα πρόσθετο διάλειμμα 15 λεπτών, το οποίο προστίθεται στο νόμιμο δεκαπεντάλεπτο διάλειμμα που δικαιούνται όλοι οι εργαζόμενοι που εργάζονται πάνω από έξι ώρες την ημέρα. Ένας εργαζόμενος που χαρακτηρίζεται ως βαριά ή μέτρια ανάπηρος δικαιούται πρόσθετη άδεια 10 εργάσιμων ημερών ανά ημερολογιακό έτος. Εργαζόμενος με σοβαρό ή μέτριο βαθμό αναπηρίας δικαιούται άδεια από την εργασία του με αποδοχές σε περίπτωση συμμετοχής σε κατασκήνωση αποκατάστασης (έως 21 ημέρες) και σε περίπτωση ανάγκης για εξειδικευμένες εξετάσεις, θεραπευτικές ή βελτιωτικές αγωγές, καθώς και για την προμήθεια ορθοπεδικών ειδών ή την επισκευή τους.

Πιστοποιητικό αναπηρίας

Τα άτομα με αναπηρία μπορούν να αποκτήσουν επίσημη, διοικητική αναγνώριση της αναπηρίας τους με την υποβολή αίτησης για πιστοποιητικό σχετικά με το βαθμό αναπηρίας. Ένα τέτοιο έγγραφο εκδίδεται στην Πολωνία από τις περιφερειακές ομάδες αξιολόγησης της αναπηρίας. Το έγγραφο που λαμβάνεται περιέχει βασικές πληροφορίες σχετικά με την αιτία της αναπηρίας του κατόχου, το βαθμό αναπηρίας (σοβαρή, μέτρια ή ελαφριά), ενδείξεις για αποκατάσταση, θεραπεία και ορθοπεδικό εξοπλισμό, καθώς και ενδείξεις για ειδικά δικαιώματα, όπως το δικαίωμα χρήσης των διευκολύνσεων για τα άτομα με αναπηρία που περιλαμβάνονται στο νόμο περί κυκλοφορίας. Το πιστοποιητικό αναπηρίας είναι απαραίτητο όταν ένα άτομο με αναπηρία θέλει να απολαμβάνει ειδικά δικαιώματα ως εργαζόμενος. Ειδικότερα, είναι η βάση για διάφορες επιδοτήσεις για το κόστος πρόσληψης εργαζομένων με αναπηρία.

Η βεβαίωση για το βαθμό αναπηρίας που εκδίδεται από την περιφερειακή ομάδα αξιολόγησης αναπηρίας είναι ένα έγγραφο που χρησιμοποιεί ένα άτομο με αναπηρία όταν θέλει να απολαμβάνει τα προνόμια και τα δικαιώματα που δικαιούται, με εξαίρεση τα επιδόματα αναπηρίας και την ανικανότητα εργασίας.

Η έννοια της αναπηρίας συχνά συγχέεται με την έννοια της ανικανότητας για εργασία. Η ανικανότητα για εργασία (και όχι η αναπηρία) καθορίζεται από τους γιατρούς-εξεταστές των φορέων κοινωνικής ασφάλισης (ZUS και KRUS). Η ύπαρξη πιστοποιητικού ανικανότητας για εργασία αποτελεί μία από τις προϋποθέσεις για τη λήψη παροχών αναπηρίας από το ZUS ή το KRUS (π.χ. σύνταξη αναπηρίας).

Παρόλο που συχνά ένα άτομο που έχει πιστοποιητικό ανικανότητας προς εργασία έχει και πιστοποιητικό αναπηρίας, εξακολουθεί να αποτελεί προϋπόθεση για τη χορήγηση σύνταξης η κατοχή του πρώτου. Το πιστοποιητικό αναπηρίας δεν απαιτείται από τις αρχές. Η κατοχή μόνο ενός πιστοποιητικού αναπηρίας δεν αρκεί για τη χορήγηση σύνταξης αναπηρίας.

Οι αρχές αναπηρίας δηλώνουν μερική ή ολική ανικανότητα για εργασία. Η απόφαση πλήρους ανικανότητας για εργασία μπορεί να συνδυαστεί με απόφαση ανικανότητας ανεξάρτητης διαβίωσης. Το περιεχόμενο της απόφασης επηρεάζει το ποσό της παροχής. Μπορεί επίσης να δίνει δικαίωμα σε επιδόματα στην παροχή (π.χ. επίδομα παρακολούθησης).

Κάτω από τη σημαία της κοινωνικής οικονομίας βρίσκονται διάφοροι οργανισμοί και ιδρύματα, που ασκούν οικονομική δραστηριότητα και κατανέμουν το κέρδος που αποκομίζουν για να μεγιστοποιήσουν τα κοινωνικά οφέλη, θέτοντας πάντα την ευημερία του ατόμου ή της κοινότητας σε προτεραιότητα. Μια σημαντική λειτουργία της κοινωνικής οικονομίας είναι ότι δεν εργάζεται για το κέρδος, αλλά για τους ανθρώπους. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν τον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, λειτουργούν στην αγορά όπως όλες οι άλλες, γι' αυτό είναι πολύ σημαντικό να συνεργάζονται με τις επιχειρήσεις. Είναι δύσκολο να βρεθούν κοινά σημεία και να δημιουργηθεί διάλογος μεταξύ των επιχειρήσεων και των οργανώσεων του τρίτου τομέα; Πώς να συνδέσετε τις δύο ομάδες, οι οποίες έχουν διαφορετικούς στόχους δράσης - δημιουργία χρημάτων και μεγιστοποίηση του κέρδους για τις επιχειρήσεις έναντι της αποστολής, του πάθους και της δράσης για το κοινωνικό καλό, στην περίπτωση των ΜΚΟ;

Παρακάτω παρατίθενται δείγματα ερευνών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη συλλογή πληροφοριών με σκοπό την ευαισθητοποίηση σχετικά με την υγεία στην κοινότητα. Η πρώτη έρευνα απευθύνεται σε υπαλλήλους κοινωνικών επιχειρήσεων - κοινωνικών συνεταιρισμών και άλλων για την αξιολόγηση της προσέγγισης του προσωπικού στη διάδοση των γνώσεων για την υγεία. Η δεύτερη έρευνα έχει αντίστοιχες ερωτήσεις που αποσκοπούν στη διαπίστωση της στάσης απέναντι σε πρωτοβουλίες προαγωγής της υγείας. Πιστεύουμε ότι κάποιος από τους χώρους όπου οι δραστηριότητες ενημέρωσης για την υγεία μπορούν να είναι ιδιαίτερα εύκολες είναι οι κοινωνικές επιχειρήσεις. Λόγω, μεταξύ άλλων, της ευκολίας χρηματοδότησης τέτοιων σχεδίων. Οι ιδιωτικές εταιρείες χρηματοδοτούν μερικές φορές διάφορα είδη εργαστηρίων για τους εργαζόμενους, αλλά πρέπει να το κάνουν εις βάρος των λειτουργικών τους κερδών. Οι δραστηριότητες αυτές μπορούν, βέβαια, να αυξήσουν την αποδοτικότητα των εργαζομένων, ωστόσο πρόκειται για ένα είδος δαπάνης/επένδυσης που δεν αποδίδει απαραίτητα. Τέτοια διλήμματα δεν απασχολούν τους υπεύθυνους για τη χρηματοδότηση δραστηριοτήτων στο πλαίσιο της κοινωνικής οικονομίας - η εκπαίδευση στην υγεία είναι κοινωνικά επωφελής και επομένως το να επιχειρηματολογείς θετικά υπέρ αυτής πολύ εύκολο.

Έρευνα 1

1. Πιστεύετε ότι οι προστατευόμενοι σας θα μπορούσαν να επωφεληθούν από την εφαρμογή προγραμμάτων προαγωγής της υγείας (εκπαιδευτικών, σχετικών με ιατρικές εξετάσεις ή σωματική δραστηριότητα) στον κοινωνικό συνεταιρισμό στον οποίο ανήκετε;
 - Ναι | Όχι
2. Έχετε εκτελέσει προγράμματα αυτού του τύπου στο παρελθόν;
 - Ναι, το τελευταίο τρίμηνο
 - Ναι, εντός του τελευταίου έτους
 - Ναι, αλλά όχι τον τελευταίο χρόνο
 - Όχι | Όχι, δεν με ενδιαφέρει καθόλου.
3. Ποιο πρόγραμμα υγείας θα σας ενδιέφερε ιδιαίτερα όσον αφορά τις χρεώσεις σας;
 - Πρόληψη - βασικές εξετάσεις (εργαστήριο με γιατρό)
 - Κίνηση - σωματική δραστηριότητα (εργαστήριο με φυσιοθεραπευτή)
 - Διατροφή - ο ρόλος της διατροφής στην ανθρώπινη υγεία (εργαστήριο με διατροφολόγο)
 - Ιατρική φροντίδα έκτακτης ανάγκης - προφυλάξεις πρώτων βοηθειών (εργαστήριο με παραϊατρικό προσωπικό)
 - Κάτι πιο συγκεκριμένο που σχετίζεται με το επάγγελμα: γιατρός, φυσιοθεραπευτής, διατροφολόγος, ναυαγοσώστης, ψυχολόγος. Τι ακριβώς; Άλλο (τι;).
 - Κανένα
4. Πώς θα αξιολογούσατε τη συμμετοχή του κοινωνικού σας συνεταιρισμού σε προγράμματα προαγωγής της υγείας;
 - Πολύ υψηλή
 - Εξαιρετική
 - Δύσκολο να πω/μέσος όρος/δεν γνωρίζω
 - Χαμηλή
 - Έλλειψη δέσμευσης
5. Πώς νομίζετε από πού αντλούν οι ειδικευόμενοι τις γνώσεις τους για την Ιατρική; (Μπορείτε να σημειώσετε πολλές απαντήσεις)
 - Από φίλους
 - Από το Διαδίκτυο
 - Από βιβλία και επιστημονικά περιοδικά
 - Από δημοφιλή επιστημονικά βιβλία και περιοδικά
 - Από έναν γενικό ιατρό
 - Από εξειδικευμένο γιατρό (ή άλλο ειδικό - όπως διατροφολόγο, φυσιοθεραπευτή, ψυχολόγο)
 - Από τις αναπτυγμένες πεποιθήσεις
 - άλλο (τι;)
6. Κατά τη γνώμη σας, οι θάλαμοι θα ήταν πρόθυμοι να πληρώσουν επιπλέον για προγράμματα προαγωγής της υγείας;
 - Ναι, πολύ πρόθυμα, ακόμη και σε προγράμματα που δεν απευθύνονται στις προσωπικές τους ανάγκες
 - με τρόπο αλληλέγγυο
 - Ναι, αλλά μόνο αν άγγιζαν τις προσωπικές τους ανάγκες
 - Ναι, αλλά μόνο συμβολικά ποσά
 - Όχι, δεν είναι καθόλου πρόθυμοι
7. Γνωρίζετε για προγράμματα προαγωγής της υγείας που οργανώθηκαν τα τελευταία χρόνια από δημόσιους ή τοπικούς φορείς ή έχετε συμμετάσχει στη διοργάνωσή τους;
 - Ναι, το γνωρίζω και συμμετείχα
 - Ναι, το γνωρίζω αλλά δεν έχω συμμετάσχει
 - Όχι, δεν γνωρίζω και δεν έχω συμμετάσχει

Έρευνα 2

1. Έχετε επωφεληθεί από προγράμματα προαγωγής της υγείας (εκπαιδευτικά, ιατρικές εξετάσεις ή σωματική δραστηριότητα) που διεξήγαγε ο κοινωνικός συνεταιρισμός στον οποίο ανήκετε τα τελευταία δύο χρόνια;
 - Ναι/Όχι (αν ναι, παρακαλώ μεταβείτε στη δεύτερη ερώτηση, αν όχι στην τρίτη)
2. Ήσασταν ικανοποιημένοι από τα αποτελέσματα αυτού του προγράμματος(-ων).
 - Ναι, πολύ
 - Ναι, επαρκώς
 - Δύσκολο να αξιολογηθεί/δεν έχω γνώμη
 - Όχι, όχι πολύ
 - Όχι, δεν ήμουν/είμαι καθόλου ικανοποιημένος/η
3. Ποιο πρόγραμμα υγείας θα σας ενδιέφερε ιδιαίτερα;
 - Πρόληψη - βασικές εξετάσεις (εργαστήριο με γιατρό)
 - Κίνηση - σωματική δραστηριότητα (εργαστήριο με φυσιοθεραπευτή)
 - Διατροφή - ο ρόλος της διατροφής στην ανθρώπινη υγεία (εργαστήριο με διατροφολόγο)
 - Ιατρική φροντίδα έκτακτης ανάγκης - προφυλάξεις πρώτων βοηθειών (εργαστήριο με παραϊατρικό προσωπικό)
 - Κάτι πιο συγκεκριμένο που σχετίζεται με το επάγγελμα: γιατρός, φυσιοθεραπευτής, διατροφολόγος, ναυαγοσώστης, ψυχολόγος. Τι ακριβώς;
 - Άλλο (τι;).
4. Πώς θα αξιολογούσατε τη συμμετοχή του κοινωνικού σας συνεταιρισμού σε προγράμματα προαγωγής της υγείας;
 - Πολύ υψηλή
 - Εξαιρετική
 - Δύσκολο να πω/μέσος όρος/δεν γνωρίζω
 - Χαμηλή
 - Έλλειψη δέσμευσης
5. Από πού αντλείτε τις γνώσεις σας για την υγεία και την ιατρική; (Μπορείτε να σημειώσετε πολλές απαντήσεις)
 - Από φίλους
 - Από το Διαδίκτυο
 - Από επιστημονικά βιβλία και περιοδικά
 - Από δημοφιλή επιστημονικά βιβλία και περιοδικά
 - Από ένα γενικό γιατρό
 - Από εξειδικευμένο γιατρό (ή άλλο ειδικό - όπως διατροφολόγο, φυσιοθεραπευτή, ψυχολόγο)
 - Από αναπτυγμένες πεποιθήσεις - άλλες (τι;).
6. Πόσο πολύ βασίζεστε στις παραπάνω πηγές σας;
 - Πολύ έντονα
 - Ισχυρά
 - Εξαρτάται
 - Όχι πολύ έντονα
7. Είστε διατεθειμένοι να πληρώσετε επιπλέον για προγράμματα προαγωγής της υγείας;
 - Ναι, πολύ πρόθυμος, ακόμη και σε προγράμματα που δεν απευθύνονται στις προσωπικές μου ανάγκες
 - Ναι, αλλά μόνο αν αγγίζουν τις προσωπικές μου ανάγκες
 - Ναι, αλλά μόνο συμβολικά ποσά
 - Όχι, δεν είμαι καθόλου πρόθυμος
8. Γνωρίζετε προγράμματα προαγωγής της υγείας που οργανώθηκαν τα τελευταία χρόνια από δημόσιους ή τοπικούς φορείς, έχετε συμμετάσχει σε αυτά;
 - Ναι, γνωρίζω και έχω συμμετάσχει
 - Ναι, το γνωρίζω αλλά δεν έχω συμμετάσχει

- Όχι, δεν γνωρίζω και δεν έχω συμμετάσχει
9. Ποιες δραστηριότητες προαγωγής της υγείας αναλαμβάνετε; (Μπορείτε να σημειώσετε πολλές απαντήσεις)
- Εξετάζομαι τακτικά σύμφωνα με τις συστάσεις/οδηγίες του γιατρού μου από μεγάλους ιατρικούς οργανισμούς
 - Εξετάζομαι τακτικά σύμφωνα με τις προσωπικές μου πεποιθήσεις
 - Ασκώ σωματική δραστηριότητα 3-5 φορές την εβδομάδα για τουλάχιστον 30-60 λεπτά ή περισσότερο
 - Ασκώ σωματική δραστηριότητα 1-2 φορές την εβδομάδα για τουλάχιστον 30-60 λεπτά
 - Αναλαμβάνω σωματική δραστηριότητα σε άλλα χρονικά διαστήματα (τι είδους;...)
 - Φροντίζω να παίρνω σωστά τα φάρμακά μου
 - Προσέχω τη διατροφή μου σύμφωνα με τις συστάσεις ενός διατροφολόγου/μεγάλου ιατρικού οργανισμού
 - Προσέχω τη σωστή διατροφή σύμφωνα με τις δικές μου πεποιθήσεις
 - Είμαι πολύ επιμελής όσον αφορά το σωστό ύπνο
10. Υποφέρετε από οποιαδήποτε πάθηση (όχι μόνο πόνο), όπως χαμηλή ενέργεια, επιθυμία για ζωή και δραστηριότητες.
- Ναι, σοβαρές παθήσεις
 - Ναι, μικρές παθήσεις
 - Όχι

Οι έρευνες έχουν ήδη διεξαχθεί από μια ομάδα κατάλληλα εκπαιδευμένων ατόμων από το Ίδρυμα Sophie Zamenhof. Πραγματοποιήθηκαν το Σεπτέμβριο του 2022 στην επαρχία Mazovian στις πόλεις Drobin και Miroslaw κοντά στο Plock.

4. Συμπεράσματα της μελέτης ‘Υγειονομικές συνήθειες και πεποιθήσεις των μελών του κοινωνικού συνεταιρισμού CUS Drobin Environmental Services Center’.

Η έρευνα έδειξε ότι οι εργαζόμενοι του συνεταιρισμού CUS Drobin πιστεύουν απερίφραστα ότι οι προστατευόμενοι τους θα μπορούσαν να ωφεληθούν από τα προγράμματα του συνεταιρισμού που προάγουν την υγεία. Κατά τη γνώμη τους, οι προστατευόμενοι τους θα μπορούσαν να ενδιαφερθούν ιδιαίτερα για προγράμματα πρόληψης, διατήρησης της σωματικής δραστηριότητας και της σωστής διατροφής. Αυτό αποδείχθηκε σε μεγάλο βαθμό σωστή διάκριση.

Πράγματι, μετά από έρευνα στο ακροατήριο, αποδείχθηκε ότι τα μαθήματα που σχετίζονται με τη σωστή διατροφή θα είχαν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον - αυτή η απάντηση επιλέχθηκε από τον μεγαλύτερο αριθμό ερωτηθέντων. Δραστηριότητες για τη διατήρηση της φυσικής κατάστασης, εργαστήρια με παραϊατρικό προσωπικό και άλλα πιο ειδικά εργαστήρια ήταν επίσης δημοφιλή. Σε αντίθεση με τα συναισθήματα των εργαζομένων του συνεταιρισμού, μόνο ένα άτομο ανέφερε τα μαθήματα πρόληψης ως πρόγραμμα υγείας ιδιαίτερου ενδιαφέροντος.

Το σημερινό επίπεδο συμμετοχής σε δραστηριότητες προσανατολισμένες στην υγεία που εφαρμόζει η CUS αξιολογήθηκε υψηλά τόσο από τους υπαλλήλους του συνεταιρισμού όσο και από τους συμμετέχοντες. Περισσότερο από το 53% των εργαζομένων το αξιολόγησαν ως πολύ υψηλό, ενώ το 40% το αξιολόγησε ως υψηλό. Μόνο το 6,7% των ερωτηθέντων δεν ήταν σε θέση να το αξιολογήσει. Στην περίπτωση των συμμετεχόντων, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το 65% χαρακτηρίστηκε ως πολύ υψηλό επίπεδο συμμετοχής, το 23% ως υψηλό επίπεδο συμμετοχής και το 11,5% των ερωτηθέντων συμμετεχόντων δεν μπόρεσε να προβεί σε αξιολόγηση. Οι ερωτηθέντες συμμετέχοντες στο CUS είναι επίσης σε συντριπτικό βαθμό ικανοποιημένοι (42%) ή πολύ ικανοποιημένοι (50%) από τη συμμετοχή τους σε προηγούμενες δραστηριότητες προαγωγής της υγείας. Μόνο το 8% των ερωτηθέντων δεν ήταν σε θέση να προσδιορίσει το επίπεδο ικανοποίησης.

Η έρευνα έδειξε επίσης ότι τα συναισθήματα του προσωπικού του CUS σχετικά με τις πληροφορίες από τις οποίες οι προστατευόμενοι λαμβάνουν τις ιατρικές τους γνώσεις είναι εν μέρει σωστά. Η υπόδειξη των φίλων (54% των συμμετεχόντων στην έρευνα CUS) και του διαδικτύου (39% των υποδείξεων των συμμετεχόντων) είναι σύμφωνες, ενώ η πιο δημοφιλής απάντηση από τις πεποιθήσεις των ίδιων των συμμετεχόντων (το τρίτο αποτέλεσμα μεταξύ των επιλογών των εργαζομένων) ήταν η πληροφόρηση από το γενικό γιατρό, που επιλέχθηκε από το 39% των ατόμων. Μεταξύ των απαντήσεων, οι συμμετέχοντες επεσήμαναν επίσης ειδικούς γιατρούς (31%), βιβλία (12%), ενώ οι δικές τους πεποιθήσεις επιλέχθηκαν μόνο από το 8% των ερωτηθέντων. Παράλληλα, πρέπει να σημειωθεί ότι η ερώτηση ήταν πολλαπλής επιλογής, με αποτέλεσμα ο αριθμός των απαντήσεων να μην αθροίζει το 100%. Στις απαντήσεις σχετικά με τις πηγές των πεποιθήσεών τους, οι ερωτηθέντες δήλωσαν επίσης ότι βασίζονται στις πηγές τους πολύ σε ποσοστό 31%, 50% πάρα πολύ, ενώ το 19% δεν ήταν σε θέση να προσδιορίσει αυτό το επίπεδο. Σε μία από τις επόμενες ερωτήσεις, οι εργαζόμενοι ρωτήθηκαν σχετικά με την τάση τους να επιδοτούν προγράμματα υγείας. Εδώ, υπήρχε η πεποίθηση σε λίγο περισσότερους από τους μισούς (53%) ότι δεν υπάρχει προθυμία να πληρώσουν κάποια επιβάρυνση. Το 13% ανέφερε το ενδεχόμενο να πληρώσει, αλλά μικρά ποσά, το 27% μόνο για προγράμματα που τους αφορούν αυστηρά, ενώ το 7% θα ήταν πρόθυμο να επιδοτήσει όλα τα προγράμματα που προάγουν την υγεία, ακόμη και αν δεν καλύπτουν τις προσωπικές τους ανάγκες.

Η έρευνα 2, στο πλαίσιο μιας συμπληρωματικής ερώτησης, έδειξε ότι εξίσου οι μισοί συμμετέχοντες δεν ενδιαφέρονται καθόλου για τέτοιες προσαυξήσεις, γεγονός που συμφωνεί αρκετά με τις πεποιθήσεις των εργαζομένων του συνεταιρισμού. Το 19% των συμμετεχόντων δηλώνει τη δυνατότητα καταβολής ενός μικρού κόστους, επίσης το 19% δηλώνει τη δυνατότητα μιας τέτοιας πληρωμής όταν τα προγράμματα τους επηρεάζουν άμεσα, ενώ το 12% είναι σε θέση να πληρώσει, ακόμη και όταν η προσφορά που υλοποιείται δεν απευθύνεται αυστηρά σε αυτούς. Στην επόμενη ερώτηση, οι κάτοικοι του CUS Drobín ανέφεραν ότι οι πιο συνηθισμένες δραστηριότητες προαγωγής της υγείας που αναλάμβαναν ήταν: η σωστή λήψη των φαρμάκων τους (65% των ερωτηθέντων), η διενέργεια εξετάσεων σύμφωνα με τις συστάσεις του γιατρού/οδηγίες των μεγάλων ιατρικών οργανισμών (50%) και η σωστή διατροφή σύμφωνα με τις δικές τους πεποιθήσεις (43%). Μεταξύ των λιγότερο συχνά απαντήσεων ήταν: να προσέχει κανείς τη διατροφή του σύμφωνα με τις συστάσεις του διαιτολόγου (35%), να προσέχει επαρκώς τον ύπνο του (31%). Αυτή η ερώτηση, επίσης, ήταν ερώτηση πολλαπλής επιλογής, γεγονός που επηρεάζει την αδυναμία των απαντήσεων να αθροίσουν στο 100%.

Τόσο στην ομάδα των συμμετεχόντων στο CUS όσο και στους εργαζόμενους, άλλα προγράμματα προαγωγής της υγείας που προσφέρονται από άλλους τοπικούς ή κυβερνητικούς οργανισμούς είναι γνωστά στη συντριπτική πλειοψηφία (73% των εργαζομένων γνωρίζουν τέτοια προγράμματα και 64% των συμμετεχόντων). Ωστόσο, είναι η ομάδα των συμμετεχόντων σε συνεργατικές δραστηριότητες που είναι επίσης πιο ενεργή στον τομέα της συμμετοχής σε προγράμματα προαγωγής της υγείας άλλων οργανισμών, όπως ανέφερε το 40% των συμμετεχόντων, σε σύγκριση με το 27% των εργαζομένων. Πολύτιμη πληροφορία, και ταυτόχρονα ένας από τους λόγους για αυτό μπορεί να είναι η απάντηση στην τελευταία από τις ερωτήσεις που τέθηκαν στους συμμετέχοντες - δηλαδή, η παρουσία οποιουδήποτε παραπόνου υγείας μαζί με μείωση της ενέργειας ή της επιθυμίας για δραστηριότητα. Οι μισοί από τους ερωτηθέντες ανέφεραν ότι έχουν ελαφρές παθήσεις, ενώ το 35% ανέφερε ότι έχει σημαντικές, σοβαρές παθήσεις. Μόνο το 15% των ερωτηθέντων ήταν απαλλαγμένο από οποιαδήποτε πάθηση.

VII. Τεχνικές λεπτομέρειες της λειτουργίας της κοινωνικής επιχείρησης

Συγγραφείς-Zbigniew Dąbrowski, Barbara Makarewicz
Ίδρυμα Zofia Zamenhof Foundation Πολωνία

Το εγχειρίδιο δημιουργήθηκε σε συνεργασία με οργανισμούς από την Πολωνία, την Ελλάδα, την Ιταλία και την Πορτογαλία στο πλαίσιο της συνεργασίας που χρηματοδοτείται από το πρόγραμμα Erasmus+ στον τομέα της εκπαίδευσης ενηλίκων. Αποτελεί το πρώτο αποτέλεσμα του έργου και στοχεύει στην προώθηση της γνώσης και των χρήσιμων δεξιοτήτων που σχετίζονται με τη λειτουργία και τη διαχείριση των κοινωνικών συνεταιρισμών. Σε αυτό το κεφάλαιο, θα θέλαμε να σας παρουσιάσουμε ορισμένα πρακτικά στοιχεία που σχετίζονται με την ίδρυση και τη λειτουργία κοινωνικών συνεταιρισμών.

1. Τεχνικές έρευνας

Θα ξεκινήσουμε αιτιολογώντας πώς γνωρίζουμε ότι οι πληροφορίες που συλλέξαμε είναι χρήσιμες και σε τι βασίσαμε τα συμπεράσματα και τις προτάσεις μας. Κατά την ανάπτυξη του εγχειριδίου χρησιμοποιήθηκαν διάφορες μέθοδοι συλλογής πληροφοριών και δεδομένων:

A. Κοινωνική έρευνα: Η κοινωνική έρευνα περιλαμβάνει τη συστηματική διερεύνηση διαφόρων πτυχών της ανθρώπινης συμπεριφοράς, των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων και των κοινωνιών στο σύνολό τους. Αποσκοπεί στην κατανόηση των κοινωνικών φαινομένων, προτύπων και σχέσεων μέσω της συλλογής και ανάλυσης δεδομένων από άτομα ή ομάδες. Η κοινωνική έρευνα μπορεί να έχει ποιοτικό ή ποσοτικό χαρακτήρα ή συνδυασμό και των δύο. Ακολουθούν τα κύρια βήματα που περιλαμβάνει η κοινωνική έρευνα.

- **Σχεδιασμός έρευνας:** Περιλαμβάνει τον καθορισμό των ερευνητικών στόχων, την επιλογή της ερευνητικής μεθοδολογίας (όπως έρευνες, συνεντεύξεις, παρατηρήσεις, πειράματα) και την απόφαση για το πεδίο εφαρμογής της μελέτης.
- **Συλλογή δεδομένων:** Οι ερευνητές συλλέγουν δεδομένα με μεθόδους όπως έρευνες, συνεντεύξεις, παρατηρήσεις και πειράματα. Μπορούν να χρησιμοποιήσουν δομημένες ή μη δομημένες ερωτήσεις, ανάλογα με τους στόχους της έρευνας.
- **Ανάλυση δεδομένων:** Μετά τη συλλογή δεδομένων, οι ερευνητές χρησιμοποιούν διάφορες τεχνικές για την ανάλυσή τους. Η ποσοτική έρευνα περιλαμβάνει συχνά στατιστική ανάλυση, ενώ η ποιοτική έρευνα επικεντρώνεται στον εντοπισμό θεμάτων, μοτίβων και νοημάτων σε δεδομένα κειμένου ή οπτικά δεδομένα.
- **Ερμηνεία:** Οι ερευνητές ερμηνεύουν τα ευρήματα υπό το πρίσμα των στόχων της έρευνας. Εξάγουν συμπεράσματα και συνδέουν τα δεδομένα με τα ερευνητικά
- **Αναφορά:** Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται συνήθως σε ερευνητικά έγγραφα, εκθέσεις ή παρουσιάσεις. Η σαφής κοινοποίηση των ευρημάτων είναι σημαντική για την ανταλλαγή γνώσεων και τη συμβολή στον τομέα

Για τις ανάγκες του έργου, ανατέθηκε επαγγελματική ποιοτική έρευνα στους κοινωνικούς συνεταιρισμούς που λειτουργούν. Χρησιμοποιήσαμε τα αποτελέσματα της έρευνας για να αναπτύξουμε μια σειρά καλών προληπτικών πρακτικών για άτομα που θέλουν να δημιουργήσουν τον δικό τους κοινωνικό συνεταιρισμό, αλλά και για να εντοπίσουμε τα πιο συνηθισμένα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι οργανώσεις αυτές. Η πλήρης έκθεση της έρευνας βρίσκεται στον ιστότοπο του έργου: www.socenter.eu. Σε αυτήν θα βρείτε μια περιγραφή του σχηματισμού των κοινωνικών συνεταιρισμών στην Πολωνία, μια έκθεση σχετικά με την πορεία της δραστηριότητάς τους, καθώς και μια ανάλυση των πιο δημοφιλών προβλημάτων. Ως σύνοψη, οι ερευνητές Julia Niewiada και Kazimierz Czartoryski ετοίμασαν ένα σύνολο καλών πρακτικών που, κατά τη γνώμη τους, μπορούν να διευκολύνουν τη λειτουργία στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Β. Ανταλλαγή καλών πρακτικών: Η ανταλλαγή ορθών πρακτικών περιλαμβάνει την ανταλλαγή επιτυχημένων μεθόδων, προσεγγίσεων και στρατηγικών που έχουν αποδειχθεί αποτελεσματικές σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο. Η τεχνική αυτή χρησιμοποιείται συχνά σε τομείς όπως η εκπαίδευση, η υγειονομική περίθαλψη, η διοίκηση επιχειρήσεων και η δημόσια διοίκηση. Ορίστε πώς λειτουργεί:

- **Αναγνώριση:** Οργανισμοί ή άτομα προσδιορίζουν πρακτικές που έχουν οδηγήσει σε θετικά αποτελέσματα στον τομέα τους. Οι πρακτικές αυτές μπορεί να σχετίζονται με διαδικασίες, πολιτικές, τεχνολογίες ή μεθοδολογίες.
- **Τεκμηρίωση:** Οι επιτυχημένες πρακτικές τεκμηριώνονται λεπτομερώς, περιγράφοντας τα βήματα, το σκεπτικό και τα αποδεικτικά στοιχεία της αποτελεσματικότητάς τους.
- **Κοινή χρήση:** Οργανισμοί και άτομα μοιράζονται τις τεκμηριωμένες καλές πρακτικές τους με άλλους μέσω συνεδρίων, εργαστηρίων, δημοσιεύσεων, διαδικτυακών πλατφορμών και εκδηλώσεων δικτύωσης.
- **Προσαρμογή:** Οι αποδέκτες των κοινών πρακτικών αξιολογούν κατά πόσο οι πρακτικές μπορούν να προσαρμοστούν στο δικό τους πλαίσιο. Ενδέχεται να χρειαστεί να κάνουν τροποποιήσεις με βάση τις μοναδικές τους ανάγκες και τους περιορισμούς.
- **Εφαρμογή:** Εάν κριθεί κατάλληλο, οι προσαρμοσμένες πρακτικές εφαρμόζονται στο νέο πλαίσιο. Η παρακολούθηση και η αξιολόγηση βοηθούν στον προσδιορισμό της επιτυχίας τους.

Οι καλές πρακτικές έχουν αναπτυχθεί ως μέρος του παραπάνω πλαισίου και περιλαμβάνονται σε όλο το εγχειρίδιο. Επιπλέον, η λεπτομερής περιγραφή τους μπορεί να βρεθεί στα αποτελέσματα της έρευνας στον ιστότοπο. Χάρη σε ποικίλες πηγές πληροφοριών (κοινωνική έρευνα, δική μας εμπειρία, ανταλλαγή παρατηρήσεων μεταξύ των εταίρων), αναπτύξαμε ένα καθολικό σύνολο πολύτιμων σχολίων και συμβουλών για τους ανθρώπους που ενδιαφέρονται για την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Για άμεσα σχόλια και παρατηρήσεις από ανθρώπους που εργάζονται ή δραστηριοποιούνται σε κοινωνικούς συνεταιρισμούς, σας προσκαλούμε να διαβάσετε το τρίτο κεφάλαιο αυτού του εγχειριδίου με τίτλο 'Ο κοινωνικός συνεταιρισμός CUS ως παράδειγμα επιτυχίας στην κοινωνική οικονομία στην Πολωνία', το οποίο γράφτηκε από τους Aleksandra Ręcharzewska και Michał Gołębiewski.

Γ. Ανασκόπηση βιβλιογραφίας: Η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας είναι μια κριτική ανάλυση και σύνθεση των υφιστάμενων ερευνητικών και επιστημονικών εργασιών που σχετίζονται με ένα συγκεκριμένο θέμα. Περιλαμβάνει την εξέταση μιας σειράς πηγών, όπως ακαδημαϊκές εργασίες, βιβλία, άρθρα και εκθέσεις. Ακολουθεί ο τρόπος διεξαγωγής μιας βιβλιογραφικής ανασκόπησης:

- **Ορισμός θέματος:** Καθορίστε με σαφήνεια το ερευνητικό ερώτημα ή το θέμα που θέλετε να διερευνήσετε.

- **Αναζήτηση και επιλογή:** Αναζήτηση σχετικών βάσεων δεδομένων και πηγών για τον εντοπισμό της βιβλιογραφίας που σχετίζεται με το θέμα. Επιλέξτε έγκυρες, πρόσφατες και σχετικές πηγές.
- **Ανάλυση:** Διαβάστε και αξιολογήστε κάθε πηγή για να κατανοήσετε τη μεθοδολογία, τα ευρήματα και τη συμβολή της στο θέμα. Εντοπίστε τάσεις, κενά και αντιφάσεις στη βιβλιογραφία.
- **Σύνθεση:** Οργανώστε τις πληροφορίες με βάση θέματα, θεωρίες ή μεθοδολογίες. Συγκρίνετε και αντιπαραβάλλετε διαφορετικές πηγές για να αναπτύξετε μια συνεκτική αφήγηση της τρέχουσας κατάστασης της γνώσης του θέματος.
- **Εντοπισμός κενών:** Με βάση την ανάλυση, εντοπίστε τα κενά στην υπάρχουσα βιβλιογραφία που θα μπορούσε να καλύψει η έρευνά σας.
- **Αναφορά και απόδοση:** Να αποδίδετε σωστά τις ιδέες και τα ευρήματα στις αρχικές τους πηγές μέσω παραπομπών.
- **Συγγραφή εκθέσεων:** Ενσωματώστε τα ευρήματα της βιβλιογραφικής ανασκόπησης στην ερευνητική εργασία, τη διατριβή ή την έκθεσή σας. Εξηγήστε με σαφήνεια πώς η υπάρχουσα βιβλιογραφία ενημερώνει την έρευνά σας

Οι αναφορές που περιέχονται στα επιμέρους κεφάλαια χρησιμοποιήθηκαν όχι μόνο για την ανάπτυξη του περιεχομένου του εγχειριδίου, αλλά και για τον εντοπισμό των σημαντικότερων στοιχείων που ήταν απαραίτητο να εξεταστούν προκειμένου να παρουσιαστεί μια πλήρης εικόνα της κατάστασης των κοινωνικών συνεταιρισμών και της λειτουργίας μιας κοινωνικής επιχείρησης.

Κάθε μία από αυτές τις ερευνητικές τεχνικές διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στην προώθηση της γνώσης και της κατανόησης σε διάφορους τομείς. Βοηθούν τους ερευνητές να συγκεντρώσουν γνώσεις, να μάθουν από τις εμπειρίες άλλων και να βασιστούν στην υπάρχουσα εργασία.

2. Τεχνικές ανάλυσης SWOT

Επιπλέον, παρουσιάσαμε την ανάλυση SWOT ως τεχνική για τον προσδιορισμό των κατάλληλων και κρίσιμων στοιχείων για το θέμα της λειτουργίας μιας κοινωνικής επιχείρησης. Η ανάλυση SWOT είναι μια καίρια τεχνική για την ανάπτυξη κατάλληλου υλικού για κοινωνικές επιχειρήσεις. Αξιολογώντας τα Δυνατά Σημεία, τις Αδυναμίες, τις Ευκαιρίες και τις Απειλές, η ανάλυση SWOT παρέχει ένα δομημένο πλαίσιο για την ολοκληρωμένη κατανόηση του εσωτερικού και εξωτερικού τοπίου μιας επιχείρησης. Στο πλαίσιο των κοινωνικών επιχειρήσεων, η μέθοδος αυτή βοηθά στη διαμόρφωση προσαρμοσμένων στρατηγικών.

Ο εντοπισμός των δυνατών σημείων επιτρέπει στους οργανισμούς να αξιοποιήσουν τις μοναδικές τους ικανότητες, ενώ η αναγνώριση των αδυναμιών οδηγεί σε στοχευμένες προσπάθειες βελτίωσης. Η διερεύνηση των ευκαιριών αποκαλύπτει δυνητικούς δρόμους ανάπτυξης, ενώ η αναγνώριση των απειλών βοηθά στον προληπτικό μετριασμό των κινδύνων. Μέσω της ανάλυσης SWOT, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να προσαρμόσουν τους στόχους τους με την πραγματικότητα στην αγορά, να βελτιώσουν τα μηνύματα για τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη και να τελειοποιήσουν τα επιχειρησιακά σχέδια.

Επιπλέον, η ανάλυση SWOT χρησιμεύει ως βάση για τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων, την κατανομή πόρων και τον καθορισμό στόχων. Ενθαρρύνει την ολιστική σκέψη και προάγει τη συνεργασία μεταξύ των μελών της ομάδας στο δυναμικό πεδίο των κοινωνικών επιχειρήσεων,

Η ανάλυση SWOT είναι ένα απαραίτητο εργαλείο για τη δημιουργία υλικών που βρίσκουν απήχηση, προσαρμόζονται και συμβάλλουν ουσιαστικά σε κοινωνικούς στόχους.

Ακολουθούν ορισμένες χρήσιμες συμβουλές που θα σας βοηθήσουν να σχεδιάσετε μια σχετική ανάλυση SWOT για τον κοινωνικό σας συνεταιρισμό:

- Αποκτήστε σαφή κατανόηση του θέματος
- Διατηρήστε μια ρεαλιστική προοπτική για τον οργανισμό σας
- Χρησιμοποιήστε ακριβείς όρους και αποφύγετε τις ασάφειες
- Δώστε προτεραιότητα στη συντομία και την απλότητα - αποφύγετε την περιττή πολυπλοκότητα και την υπερβολική σκέψη
- Έχετε κατά νου ότι η SWOT είναι ένα υποκειμενικό εργαλείο - χρησιμοποιήστε το ως καθοδηγητική αναφορά, όχι ως αυστηρό πλαίσιο.

Αν εξακολουθείτε να μην ξέρετε πώς να ξεκινήσετε μια ανάλυση SWOT, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ορισμένα παραδείγματα και ερωτήσεις που έχει ετοιμάσει η ομάδα μας:

<p>Ορισμένες διαγνωστικές ερωτήσεις για πιθανά δυνατά σημεία:</p> <ul style="list-style-type: none">• Σε ποιους τομείς υπερέχει ο συνεταιρισμός (πωλήσεις, μάρκετινγκ, λειτουργίες, διαχείριση);• Ποια περιουσιακά στοιχεία διαθέτει ο συνεταιρισμός;• Ποιες είναι οι θεμελιώδεις ικανότητές του;• Πού δημιουργούνται έσοδα;• Ποια είναι η ιστορική εμπειρία του συνεταιρισμού;	<p>Παραδείγματα δυνατών σημείων:</p> <ul style="list-style-type: none">• Καινούργιο, εφευρετικό προϊόν ή υπηρεσία.• Εξειδικευμένη τεχνογνωσία μάρκετινγκ.• Γεωγραφική τοποθέτηση• Διαδικασίες και πρωτόκολλα υψηλών προδιαγραφών• Οποιοδήποτε άλλο στοιχείο του συνεταιρισμού που ενισχύει την αξία των μελών
<p>Μερικές διαγνωστικές ερωτήσεις για πιθανές αδυναμίες:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ποιοι τομείς απαιτούν βελτίωση (εξυπηρέτηση πελατών, μάρκετινγκ, λογιστική, προγραμματισμός);• Σε ποιους τομείς οι πόροι είναι ανεπαρκείς;• Πώς μπορεί ο συνεταιρισμός να βελτιώσει την απόδοσή του;• Πού εξαντλούνται τα έσοδα;	<p>Παραδείγματα αδυναμιών:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ανεπαρκής κατανόηση των στρατηγικών μάρκετινγκ• Προϊόντα ή υπηρεσίες χωρίς διακριτική ικανότητα (σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές)• Γεωγραφική τοποθέτηση• Υποβαθμισμένη ποιότητα προϊόντων ή υπηρεσιών• Υποβαθμισμένη φήμη

<p style="text-align: center;">Ορισμένες διαγνωστικές ερωτήσεις για πιθανές ευκαιρίες:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πώς θα μπορούσε ο συνεταιρισμός να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των νέων μελών; • Υπάρχουν ευνοϊκά οικονομικά πρότυπα; • Ποια είναι τα εκκολαπτόμενα πολιτικά και κοινωνικά ανοίγματα; • Υπήρξαν αξιοσημείωτες τεχνολογικές εξελίξεις. • Έχουν οι ανταγωνιστές παραβλέψει κάποιες εξειδικευμένες αγορές; 	<p style="text-align: center;">Παραδείγματα ευκαιριών:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Μια εξελισσόμενη αγορά, όπως η ψηφιακή σφαίρα. • Ενοποιήσεις, συνεργασίες ή στρατηγικές συμπράξεις. • Επέκταση σε νέους τομείς της αγοράς που υπόσχονται αυξημένη κερδοφορία • Νέες ευκαιρίες στις παγκόσμιες αγορές • Μια αγορά που εγκαταλείπεται από έναν αναποτελεσματικό ανταγωνιστή
<p style="text-align: center;">Ορισμένες διαγνωστικές ερωτήσεις για πιθανές Απειλές:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ποια δυσμενή οικονομικά πρότυπα είναι εμφανή; • Ποιες δυσμενείς πολιτικές και κοινωνικές τάσεις επικρατούν; • Πού είναι έτοιμοι να χτυπήσουν οι ανταγωνιστές; • Σε ποιους τομείς ο συνεταιρισμός είναι ευάλωτος; 	<p style="text-align: center;">Παραδείγματα απειλών:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αναδυόμενος αντίπαλος στην κύρια αγορά σας • Κλιμακούμενες συγκρούσεις τιμών με τους ανταγωνιστές • Ο ανταγωνιστής εισάγει ένα νέο, καινοτόμο προϊόν ή υπηρεσία • Οι ανταγωνιστές διαθέτουν είσοδο σε κανάλια διανομής • Εισαγωγή φορολογίας στο προϊόν ή την υπηρεσία σας

3. Ανάλυση αγοράς και μάρκετινγκ

Η ανάλυση της αγοράς και οι στρατηγικές μάρκετινγκ διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διευκόλυνση της ανάπτυξης και της αποτελεσματικής λειτουργίας των κοινωνικών συνεταιρισμών. Τα εργαλεία αυτά δίνουν τη δυνατότητα στους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να ευθυγραμμίζουν τις προσπάθειες που έχουν ως στόχο την αποστολή τους με τις απαιτήσεις της αγοράς, ενισχύοντας έτσι τον αντίκτυπο και τη βιωσιμότητά τους.

Η ανάλυση της αγοράς περιλαμβάνει μια ολοκληρωμένη αξιολόγηση του τοπίου της αγοράς, συμπεριλαμβανομένων των συμπεριφορών των καταναλωτών, των τάσεων και των ανταγωνιστών. Για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, η κατανόηση των αναγκών και των προτιμήσεων του κοινού-στόχου τους είναι υψίστης σημασίας. Μέσω της έρευνας αγοράς, οι συνεταιρισμοί μπορούν να εντοπίσουν ανεκπλήρωτες ανάγκες που ευθυγραμμίζονται με την κοινωνική τους αποστολή, επιτρέποντάς τους να σχεδιάσουν προϊόντα ή υπηρεσίες που δημιουργούν πραγματική αξία. Αυτό όχι μόνο προσελκύει πελάτες αλλά και ενισχύει τον κοινωνικό αντίκτυπο του συνεταιρισμού.

Το στρατηγικό μάρκετινγκ βοηθά στη συνέχεια στην επικοινωνία αυτής της αξίας στο κοινό-στόχο. Με τη δημιουργία συναρπαστικών αφηγήσεων και την ανάδειξη των μοναδικών πλεονεκτημάτων του συνεταιρισμού, οι προσπάθειες μάρκετινγκ μπορούν να ενισχύσουν την προβολή και να προσελκύσουν υποστηρικτές. Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να αξιοποιήσουν τις ψηφιακές πλατφόρμες, την αφήγηση ιστοριών και τις εκστρατείες προσέλκυσης κοινού για να καλλιεργήσουν μια πιστή κοινότητα γύρω από τον σκοπό τους.

Επιπλέον, το μάρκετινγκ διευκολύνει τη δημιουργία πόρων. Η αυξημένη προβολή συχνά προσελκύει χρηματοδότηση, συνεργασίες και εθελοντές, ενισχύοντας την ικανότητα του συνεταιρισμού να επιτύχει τους κοινωνικούς του στόχους. Οι αποτελεσματικές στρατηγικές μάρκετινγκ επιτρέπουν επίσης στους συνεταιρισμούς να διαφοροποιήσουν τις ροές εσόδων τους, μειώνοντας την εξάρτηση από μία μόνο πηγή.

Απέναντι σε προκλήσεις, όπως οι περιορισμένοι πόροι ή ο ανταγωνισμός, η ανάλυση της αγοράς και το μάρκετινγκ παρέχουν πληροφορίες για την αλλαγή των στρατηγικών, την τελειοποίηση των προσφορών και τη διατήρηση της σημασίας τους. Η τακτική ανάλυση των τάσεων της αγοράς επιτρέπει στους συνεταιρισμούς να προσαρμόζονται γρήγορα στις αλλαγές και να αξιοποιούν τις αναδυόμενες ευκαιρίες. Στην ουσία, η συνέργεια μεταξύ της ανάλυσης της αγοράς και του μάρκετινγκ δίνει τη δυνατότητα στους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να αναπτυχθούν βιώσιμα και να έχουν ουσιαστικό αντίκτυπο στις κοινότητές τους. Με την υιοθέτηση αυτών των εργαλείων, οι συνεταιρισμοί μπορούν να καλλιεργήσουν ισχυρότερη σύνδεση με τους δικαιούχους τους, να επεκτείνουν την εμβέλειά τους και να συμβάλουν ουσιαστικά στην κοινωνική ευημερία, εξασφαλίζοντας παράλληλα τη δική τους μακροζωία. Μια ευκαιρία που κερδίζει δημοτικότητα σε έναν ολοένα και πιο τεχνολογικά ανεπτυγμένο κόσμο είναι η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στο μάρκετινγκ. Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν επίσης να επωφεληθούν από τις δυνατότητές τους. Αν θέλετε να μάθετε περισσότερα για τη συμβολή των κοινωνικών πλατφορμών στην κοινωνική επιχειρηματικότητα και να λάβετε μερικές πρακτικές συμβουλές για το πώς μπορείτε να επωφεληθείτε από την εμπειρία άλλων ακτιβιστών, μπορείτε να διαβάσετε τα παρακάτω άρθρα:

- Social Media for Co-ops: The Ultimate Beginner's Guide: <https://www.webfx.com/industries/franchises/co-ops/social-media/>
- Co-op Marketing Partnerships: Benefits, Challenges and Tips: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/marketing-co-op>

4. Διαφήμιση

Η διαφήμιση μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη βοήθεια των κοινωνικών συνεταιρισμών, αυξάνοντας την προβολή τους, ενισχύοντας την υποστήριξη και προωθώντας τη δέσμευση. Ακολουθεί ο τρόπος με τον οποίο η διαφήμιση μπορεί να ωφελήσει τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς:

- **Ενισχυμένο προφίλ:** Η διαφήμιση βοηθά τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να προσεγγίσουν ένα ευρύτερο κοινό, διασφαλίζοντας ότι η αποστολή και οι πρωτοβουλίες τους γίνονται αντιληπτές από περισσότερους ανθρώπους. Αυτή η προβολή είναι ζωτικής σημασίας για την αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με τους κοινωνικούς στόχους του συνεταιρισμού και τον αντίκτυπο που επιδιώκουν να δημιουργήσουν.
- **Προσέλκυση κοινού:** Οι αποτελεσματικές διαφημιστικές εκστρατείες μπορούν να προσελκύσουν υποστηρικτές, δωρητές, εθελοντές και συνεργάτες που συμφωνούν με την αποστολή του συνεταιρισμού. Αναδεικνύοντας τον κοινωνικό τους αντίκτυπο και τη θετική αλλαγή που επιφέρουν στις κοινότητες, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να εμπνεύσουν άτομα και οργανισμούς να συμμετάσχουν.

- **Συγκέντρωση κεφαλαίων:** Η διαφήμιση μπορεί να βοηθήσει τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να δημιουργήσουν κεφάλαια για τα έργα και τις πρωτοβουλίες τους. Καλά σχεδιασμένες καμπάνιες μπορούν να ενθαρρύνουν τους ανθρώπους να κάνουν δωρεές, να επενδύσουν ή να συμμετάσχουν σε προσπάθειες συγκέντρωσης χρημάτων, επιτρέποντας στο συνεταιρισμό να διατηρήσει και να επεκτείνει τις δραστηριότητές του.
- **Δημιουργία ταυτότητας:** Η διαφήμιση επιτρέπει στους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να δημιουργήσουν μια ισχυρή ταυτότητα. Η συνεπής ανταλλαγή μηνυμάτων, τα οπτικά στοιχεία και η αφήγηση ιστοριών βοηθούν στη δημιουργία μιας αξιομνημόνευτης και σχετικής εικόνας που βρίσκει απήχηση στο κοινό-στόχο τους.
- **Εκπαίδευση του κοινού:** Η διαφήμιση είναι ένα ισχυρό εργαλείο για την εκπαίδευση του κοινού σχετικά με τα κοινωνικά ζητήματα, την αποστολή του συνεταιρισμού και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει. Παρέχοντας πληροφορίες για το έργο του συνεταιρισμού, η διαφήμιση μπορεί να συμβάλει στη διάλυση παρανοήσεων και σε ξεκάθαρα νοήματα.
- **Δημιουργία συνηγόρων:** Οι ελκυστικές διαφημίσεις μπορούν να μετατρέψουν τους υποστηρικτές σε υποστηρικτές που προωθούν με πάθος τον σκοπό του συνεταιρισμού. Αυτοί οι υποστηρικτές μπορούν να διαδώσουν το μήνυμα, να μοιραστούν το περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να ενθαρρύνουν άλλους να υποστηρίξουν τις προσπάθειες του συνεταιρισμού.
- **Κοινοτική δέσμευση:** Η διαφήμιση μπορεί να προωθήσει εκδηλώσεις, εργαστήρια και πρωτοβουλίες που διοργανώνει ο συνεταιρισμός, διευκολύνοντας την εμπλοκή και την αλληλεπίδραση της κοινότητας. Αυτή η αλληλεπίδραση συμβάλλει στην οικοδόμηση μιας αίσθησης κοινότητας γύρω από την αποστολή του συνεταιρισμού.
- **Επίδειξη αντικτύπου:** Μέσω της διαφήμισης, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να παρουσιάσουν πραγματικές ιστορίες και παραδείγματα του αντίκτυπου που έχουν επιφέρει. Αυτές οι απτές αποδείξεις μπορούν να εμπνεύσουν εμπιστοσύνη και σιγουριά στους δυνητικούς υποστηρικτές και δικαιούχους.
- **Επηρεάζοντας την πολιτική και την αλλαγή:** Η διαφήμιση μπορεί να τραβήξει την προσοχή σε συστημικά ζητήματα για την αντιμετώπιση των οποίων εργάζονται οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί. Επισημαίνοντας αυτά τα ζητήματα, οι συνεταιρισμοί μπορούν να υποστηρίξουν αλλαγές πολιτικής και κοινωνικές βελτιώσεις.
- **Μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα:** Η αποτελεσματική διαφήμιση μπορεί να συμβάλει στη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα των κοινωνικών συνεταιρισμών. Η αυξημένη προβολή και υποστήριξη μπορεί να οδηγήσει σε μια σταθερή βάση δωρητών και πελατών, η οποία με τη σειρά της βοηθά τον συνεταιρισμό να επιτύχει αποτελεσματικότερα τους κοινωνικούς του στόχους.

Στην ουσία, η διαφήμιση λειτουργεί ως γέφυρα μεταξύ της αποστολής ενός κοινωνικού συνεταιρισμού και του ευρύτερου κόσμου. Μέσω της στρατηγικής και αποτελεσματικής διαφήμισης, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να ενισχύσουν το μήνυμά τους, να κινητοποιήσουν υποστήριξη και τελικά να δημιουργήσουν μεγαλύτερο θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία.

Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να προωθούνται αποτελεσματικά υιοθετώντας μια πολύπλευρη προσέγγιση που επικοινωνεί την αποστολή, τον αντίκτυπο και τις αξίες τους. Αξιοποιώντας τις ψηφιακές πλατφόρμες, μπορούν να αξιοποιήσουν τη δύναμη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για να μοιραστούν ιστορίες επιτυχίας, μαρτυρίες και οπτικό περιεχόμενο που αναδεικνύουν την κοινωνική τους συνεισφορά. Ένας ελκυστικός, φιλικός προς τον χρήστη ιστότοπος μπορεί να χρησιμεύσει ως κόμβος πληροφοριών, με ελκυστικές αφηγήσεις σχετικά με τους στόχους, τους δικαιούχους και τις πρωτοβουλίες του συνεταιρισμού.

Η συνεργασία με τοπικά μέσα ενημέρωσης και φορείς επιρροής της κοινότητας μπορεί να ενισχύσει το μήνυμα και την εμβέλειά τους. Φιλοξενώντας εργαστήρια, διαδικτυακά σεμινάρια ή σεμινάρια με σχετικά θέματα προσφέρουν ένα χώρο για δικτύωση και σύσφιξη σχέσεων.

Η συνεργασία με επιχειρήσεις με παρόμοιες ιδέες μπορεί να επεκτείνει περαιτέρω την εμβέλειά τους και να ενισχύσει την αξιοπιστία τους. Οι δημόσιες εκδηλώσεις, οι έρανοι και οι ευκαιρίες εθελοντισμού παρέχουν απτές εμπειρίες στους υποστηρικτές για να εμπλακούν άμεσα με το έργο του συνεταιρισμού. Η διαμόρφωση μιας συνεπούς οπτικής ταυτότητας και ενός σλόγκαν βοηθά στην αναγνώριση και την ανάκληση. Με την ενεργή ανταλλαγή ενημερώσεων, την αναζήτηση ανατροφοδότησης και την άμεση ανταπόκριση σε ερωτήματα, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να ενισχύσουν την αίσθηση του ανήκειν και της διαφάνειας. Τελικά, μια στρατηγική και αυθεντική προσέγγιση στην αυτοπροβολή μπορεί να βοηθήσει τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να επεκτείνουν την εμβέλειά τους, να προσελκύσουν κοινό και να εκπληρώσουν αποτελεσματικά την κοινωνική τους αποστολή.

Αν ακόμα αναρωτιέστε ποιος τρόπος προώθησης του συνεταιρισμού σας θα ήταν ο πιο σωστός για εσάς, σκεφτείτε ποιους κοινωνικούς συνεταιρισμούς γνωρίζετε και με τι τους συνδέετε. Πώς τους γνωρίσατε; Τι σας τράβηξε την προσοχή στη διαφήμισή τους;

5. Νομοθεσία και ανθρώπινοι πόροι

Η επιτυχής λειτουργία ενός κοινωνικού συνεταιρισμού απαιτεί ισχυρά θεμέλια που βασίζονται σε δύο κρίσιμους πυλώνες: τη νομοθεσία και το ανθρώπινο δυναμικό. Και τα δύο στοιχεία διαδραματίζουν ζωτικό ρόλο στη διαμόρφωση της λειτουργίας, του αντίκτυπου και της βιωσιμότητας του συνεταιρισμού.

A. Νομοθεσία:

Η νομοθεσία παρέχει το πλαίσιο εντός του οποίου λειτουργούν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί. Η νομική αναγνώριση και υποστήριξη είναι απαραίτητες για τη νομιμοποίησή τους και την ικανότητά τους να εκπληρώνουν την κοινωνική τους αποστολή. Το νομικό καθεστώς εξασφαλίζει πρόσβαση σε πόρους, χρηματοδότηση και προστασία. Ειδικοί κανονισμοί για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς συχνά καθορίζουν τη δομή, τον σκοπό και τα οφέλη τους. Αυτό το νομικό πλαίσιο προωθεί τη διαφάνεια, τη λογοδοσία και την υπεύθυνη διακυβέρνηση.

Η νομοθεσία επηρεάζει επίσης την πρόσβαση στην αγορά, τη φορολογία και τις εταιρικές σχέσεις. Οι ευνοϊκές νομικές διατάξεις μπορούν να δημιουργήσουν ένα ευνοϊκό περιβάλλον για την ευημερία των κοινωνικών συνεταιρισμών. Αντίθετα, ανεπαρκείς ή ασαφείς κανονισμοί μπορούν να εμποδίσουν την ανάπτυξή τους και να εμποδίσουν την ικανότητά τους να έχουν ουσιαστικό αντίκτυπο.

B. Ανθρώπινο δυναμικό:

Οι ανθρώπινοι πόροι αποτελούν την καρδιά κάθε οργανισμού, και οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί δεν αποτελούν εξαίρεση. Η επιτυχία ενός κοινωνικού συνεταιρισμού εξαρτάται από το πάθος, τις δεξιότητες και την αφοσίωση των μελών του. Η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού περιλαμβάνει την πρόσληψη, την κατάρτιση και τη δημιουργία ενός περιβάλλοντος εργασίας χωρίς αποκλεισμούς και συνεργασία.

Στους κοινωνικούς συνεταιρισμούς, οι ανθρώπινοι πόροι περιλαμβάνουν επίσης τους δικαιούχους και τις κοινότητες που εξυπηρετούν. Η ενδυνάμωση των ωφελούμενων μέσω της ανάπτυξης δεξιοτήτων και της συμμετοχής προάγει την αίσθηση της ιδιοκτησίας και ενισχύει τον αντίκτυπο του συνεταιρισμού. Η αποτελεσματική επικοινωνία και η συνεργασία δημιουργούν έναν ισχυρό δεσμό μεταξύ του συνεταιρισμού, των μελών του και των ωφελούμενων.

Σας προτείνουμε να επισκεφθείτε την ιστοσελίδα :

<https://guides.himmelfarb.gwu.edu/teamdynamics/fostering-communication> όπου θα βρείτε χρήσιμες συμβουλές σχετικά με την αποτελεσματική επικοινωνία στην ομάδα σας. Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί βασίζονται στους ανθρώπους και δημιουργούνται για να καλύψουν τις ανάγκες τους, και δεν υπάρχει καλύτερος τρόπος να γνωριστούμε μεταξύ μας από τη συζήτηση. Γι' αυτό αξίζει να μάθουμε μεθόδους για να συνεννοούμαστε σε ομάδες, και στο εργασιακό περιβάλλον.

Επιπλέον, η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού περιλαμβάνει την καλλιέργεια της ηγεσίας, την προώθηση της καινοτομίας και τη διασφάλιση της συνεχούς μάθησης. Μια καλά εκπαιδευμένη και με κίνητρα ομάδα ενισχύει την αποτελεσματικότητα, την προσαρμοστικότητα και την ικανότητα του συνεταιρισμού να ανταποκρίνεται στις εξελισσόμενες κοινωνικές ανάγκες.

Συμπερασματικά, ο ρόλος της νομοθεσίας και των ανθρώπινων πόρων στη λειτουργία ενός κοινωνικού συνεταιρισμού δεν μπορεί να υπερτιμηθεί. Η νομοθεσία παρέχει το νομικό πλαίσιο και την αναγνώριση που είναι απαραίτητα για την ύπαρξη του συνεταιρισμού, ενώ οι άνθρωποι πόροι αποτελούν την κινητήρια δύναμη πίσω από τις λειτουργίες και τον κοινωνικό αντίκτυπο. Μια αρμονική συνέργεια μεταξύ της νομικής συμμόρφωσης και μιας ειδικευμένης, με κίνητρα ομάδας δημιουργεί τις προϋποθέσεις για έναν ακμάζοντα κοινωνικό συνεταιρισμό που κάνει σημαντική διαφορά στην κοινότητά του και όχι μόνο.

6. Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών

Οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) έχουν επιφέρει ένα κύμα μετασχηματισμού σε όλους τους κλάδους, και ο αντίκτυπός τους στις κοινωνικές επιχειρήσεις είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Οι τεχνολογίες αυτές διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην ενίσχυση της αποτελεσματικότητας, της εμβέλειας και της βιωσιμότητας των κοινωνικών επιχειρήσεων, επιτρέποντάς τους να δημιουργήσουν σημαντικότερο και διαρκέστερο κοινωνικό αντίκτυπο.

Ένας από τους βασικούς τρόπους με τους οποίους οι ΤΠΕ επηρεάζουν τις κοινωνικές επιχειρήσεις είναι η επέκταση της εμβέλειάς τους. Μέσω των ψηφιακών πλατφορμών και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι επιχειρήσεις αυτές μπορούν να συνεργαστούν με ένα παγκόσμιο κοινό, να μοιραστούν την αποστολή τους και να ευαισθητοποιηθούν για κρίσιμα κοινωνικά ζητήματα. Αυτή η αυξημένη προβολή προσελκύει υποστηρικτές, εθελοντές και δυνητικούς εταίρους, ενισχύοντας την εμβέλεια και την επιρροή τους.

Επιπλέον, οι ΤΠΕ διευκολύνουν την αποτελεσματική συλλογή, ανάλυση και διαχείριση δεδομένων, επιτρέποντας στις κοινωνικές επιχειρήσεις να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις. Οι προηγμένες αναλύσεις δεδομένων βοηθούν στον εντοπισμό τάσεων, την αξιολόγηση του αντίκτυπου και την αποτελεσματική κατανομή των πόρων. Αυτό οδηγεί σε τεκμηριωμένες στρατηγικές, βελτιωμένους σχεδιασμούς προγραμμάτων και καλύτερα αποτελέσματα για τους δικαιούχους.

Η επικοινωνία είναι ένας άλλος τομέας όπου οι ΤΠΕ διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο. Τα εργαλεία επικοινωνίας σε πραγματικό χρόνο, όπως οι τηλεδιασκέψεις και τα άμεσα μηνύματα, επιτρέπουν στις κοινωνικές επιχειρήσεις να συνεργάζονται με τους ενδιαφερόμενους φορείς πέρα από τα σύνορα. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τις επιχειρήσεις που εργάζονται σε διεθνή έργα ή συνεργασίες. Οι τεχνολογίες επικοινωνίας εξορθολογίζουν επίσης τις αλληλεπιδράσεις με τους δικαιούχους, διασφαλίζοντας ότι οι ανάγκες τους αντιμετωπίζονται άμεσα και αποτελεσματικά.

Η ψηφιακή συγκέντρωση κεφαλαίων έχει επίσης φέρει επανάσταση στις ΤΠΕ. Οι διαδικτυακές πλατφόρμες crowdfunding επιτρέπουν στις κοινωνικές επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση σε μια ευρύτερη δεξαμενή δυνητικών δωρητών και επενδυτών. Αυτός ο εκδημοκρατισμός των πηγών χρηματοδότησης μειώνει την εξάρτηση από τους λίγους μεγάλους χορηγούς και αυξάνει την οικονομική ανθεκτικότητα.

Οι δυνατότητες αυτοματοποίησης και βελτιστοποίησης των ΤΠΕ ενισχύουν τη λειτουργική αποδοτικότητα. Τα διοικητικά καθήκοντα μπορούν να αυτοματοποιηθούν, επιτρέποντας στους κοινωνικούς επιχειρηματίες να επικεντρωθούν περισσότερο στην κύρια αποστολή τους. Η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας, η κατανομή των πόρων και η παρακολούθηση των έργων γίνονται πιο απλοποιημένες και βασίζονται σε δεδομένα, οδηγώντας σε εξοικονόμηση κόστους και καλύτερη αξιοποίηση των πόρων.

Ωστόσο, πρέπει να αντιμετωπιστούν προκλήσεις όπως το ψηφιακό χάσμα και το απόρρητο των δεδομένων. Η εξασφάλιση ισότιμης πρόσβασης σε εργαλεία ΤΠΕ είναι απαραίτητη για να μην μείνουν πίσω περιθωριοποιημένες κοινότητες. Επιπλέον, τα ισχυρά μέτρα κυβερνοασφάλειας είναι ζωτικής σημασίας για την προστασία των ευαίσθητων δεδομένων των δικαιούχων.

Συμπερασματικά, οι ΤΠΕ έχουν φέρει επανάσταση στον τρόπο λειτουργίας των κοινωνικών επιχειρήσεων και την επίτευξη των στόχων τους. Αξιοποιώντας τη δύναμη των ψηφιακών εργαλείων, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να επεκτείνουν την επιρροή τους, να συλλέγουν πληροφορίες βάσει δεδομένων, να βελτιώνουν την επικοινωνία και να βελτιστοποιούν τις λειτουργίες τους. Καθώς η τεχνολογία συνεχίζει να εξελίσσεται, οι δυνατότητές της να καταλύσει τη θετική κοινωνική αλλαγή μέσω των κοινωνικών επιχειρήσεων παραμένουν απεριόριστες.

7. Στρατηγικές επιχειρηματικής ανάπτυξης

Οι στρατηγικές επιχειρηματικής ανάπτυξης είναι υψίστης σημασίας για την επιτυχία και τη βιωσιμότητα των κοινωνικών συνεταιρισμών, καθώς επιτρέπουν στους οργανισμούς αυτούς να μεγιστοποιήσουν τον αντίκτυπό τους, διατηρώντας παράλληλα την οικονομική τους βιωσιμότητα. Οι στρατηγικές αυτές περιλαμβάνουν ένα φάσμα δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στην επέκταση της εμβέλειάς τους, στη διαφοροποίηση των πηγών εσόδων και στη βελτίωση της λειτουργικής τους αποτελεσματικότητας.

Οι αποτελεσματικές στρατηγικές επιχειρηματικής ανάπτυξης βοηθούν τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να εντοπίσουν και να αξιοποιήσουν νέες ευκαιρίες ανάπτυξης. Επιτρέπουν στους συνεταιρισμούς να αξιολογούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία τους και το εξωτερικό περιβάλλον, ώστε να ευθυγραμμίζουν τις δραστηριότητές τους με τη ζήτηση της αγοράς. Καλλιεργώντας μια βαθύτερη κατανόηση των αναγκών και των προτιμήσεων των δικαιούχων τους, οι συνεταιρισμοί μπορούν να προσαρμόσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους ώστε να εξασφαλίσουν συνάφεια και απήχηση.

Επιπλέον, οι στρατηγικές επιχειρηματικής ανάπτυξης προωθούν την καινοτομία στους κοινωνικούς συνεταιρισμούς. Ενθαρρύνουν τη διερεύνηση δημιουργικών λύσεων στις κοινωνικές προκλήσεις, επιτρέποντας στους συνεταιρισμούς να αναπτύξουν νέα προγράμματα, προϊόντα ή μοντέλα υπηρεσιών που καλύπτουν αναδυόμενες ανάγκες. Η καινοτομία όχι μόνο ενισχύει τον κοινωνικό αντίκτυπο του συνεταιρισμού, αλλά μπορεί επίσης να τον διαφοροποιήσει σε ένα ανταγωνιστικό τοπίο.

Η διαφοροποίηση των πηγών εσόδων είναι μια άλλη ζωτικής σημασίας πτυχή της επιχειρηματικής ανάπτυξης. Η εξάρτηση από μία μόνο ροή χρηματοδότησης μπορεί να καταστήσει τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς ευάλωτους στην οικονομική αστάθεια. Με τη διερεύνηση διαφόρων μοντέλων χρηματοδότησης, όπως κοινωνικές επενδύσεις, επιχορηγήσεις, δωρεές και κέρδη, οι συνεταιρισμοί μπορούν να οικοδομήσουν ανθεκτικότητα και να μειώσουν την εξάρτηση από μια συγκεκριμένη πηγή.

Δυστυχώς, η έλλειψη ισχυρών στρατηγικών επιχειρηματικής ανάπτυξης παραμένει μια σημαντική πρόκληση για πολλούς κοινωνικούς συνεταιρισμούς. Ορισμένοι συνεταιρισμοί δυσκολεύονται να προσαρμοστούν στις μεταβαλλόμενες δυναμικές της αγοράς, με αποτέλεσμα την περιορισμένη ανάπτυξη και αντίκτυπο. Η απουσία στρατηγικού σχεδιασμού και επιχειρησιακής νοοτροπίας μπορεί να εμποδίσει την ικανότητά τους να προσελκύουν χρηματοδότηση, να αναπτύσσουν συνεργασίες και να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τους πόρους.

Στο σημερινό σύνθετο τοπίο, όπου τα κοινωνικά ζητήματα είναι πολύπλευρα και οι πόροι περιορισμένοι, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί πρέπει να γεφυρώσουν το χάσμα στις προσπάθειες επιχειρηματικής ανάπτυξης. Με την υιοθέτηση της στρατηγικής σκέψης, τη διεξαγωγή ενδεδειγμένης έρευνας αγοράς, την προώθηση της καινοτομίας και την υιοθέτηση βιώσιμων μοντέλων εσόδων, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορούν να ξεπεράσουν τις προκλήσεις και να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες ανάπτυξης. Ο εφοδιασμός των κοινωνικών συνεταιρισμών με τις δεξιότητες και τους πόρους για την ανάπτυξη ορθών επιχειρηματικών στρατηγικών είναι απαραίτητος για να διασφαλιστεί η ικανότητά τους να δημιουργήσουν μόνιμη κοινωνική αλλαγή. Ο σχεδιασμός αποτελεσματικών στρατηγικών επιχειρηματικής ανάπτυξης για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς περιλαμβάνει μια στρατηγική προσέγγιση που ευθυγραμμίζει την αποστολή τους με τη βιώσιμη ανάπτυξη. Ακολουθεί ένας οδηγός βήμα προς βήμα:

- **Ευθυγράμμιση αποστολής και αξιών:** Ξεκινήστε επανεξετάζοντας και επιβεβαιώνοντας την αποστολή και τις βασικές αξίες του συνεταιρισμού. Βεβαιωθείτε ότι όλες οι στρατηγικές επιχειρηματικής ανάπτυξης συνάδουν με αυτές τις αρχές.
- **Ανάλυση SWOT:** Διεξάγετε μια ενδεδειγμένη ανάλυση SWOT (Δυνατά σημεία, Αδυναμίες, Ευκαιρίες, Απειλές) για να εντοπίσετε τις εσωτερικές δυνάμεις και αδυναμίες, καθώς και τις εξωτερικές ευκαιρίες και απειλές. Αυτό αποτελεί τη βάση για τη διαμόρφωση της στρατηγικής.
- **Ορισμός σαφών στόχων:** Ορίστε συγκεκριμένους, μετρήσιμους, εφικτούς, σχετικούς και χρονικά περιορισμένους στόχους (SMART). Αυτοί θα πρέπει να αντικατοπτρίζουν τόσο τον κοινωνικό αντίκτυπο του συνεταιρισμού όσο και τους στόχους επιχειρηματικής ανάπτυξης.
- **Τμηματοποίηση και στόχευση:** Προσδιορίστε συγκεκριμένα κοινά-στόχους για τις υπηρεσίες ή τα προϊόντα του συνεταιρισμού σας. Προσαρμόστε τις στρατηγικές σας ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προτιμήσεις αυτών των τμημάτων.
- **Πρόταση αξίας:** Διατυπώστε με σαφήνεια πώς οι προσφορές του συνεταιρισμού σας λύνουν προβλήματα ή ικανοποιούν ανάγκες του κοινού-στόχου σας. Επισημάνετε τη μοναδική κοινωνική αξία που παρέχετε.
- **Συμπράξεις και συνεργασίες:** Εντοπισμός πιθανών εταίρων, τόσο στον κοινωνικό τομέα όσο και στον επιχειρηματικό κόσμο. Οι συνεργασίες μπορούν να επεκτείνουν τους πόρους, την εμπέλεια και την εμπειρογνωμοσύνη.
- **Διαφοροποίηση:** Εξερευνήστε ευκαιρίες για διαφοροποίηση των ροών εσόδων, παραμένοντας παράλληλα πιστοί στην αποστολή σας. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την επέκταση των προσφερόμενων προϊόντων/υπηρεσιών ή την είσοδο σε νέες αγορές.
- **Μάρκετινγκ και Branding:** Αναπτύξτε μια ελκυστική ταυτότητα μάρκας που επικοινωνεί τις αξίες και τις προσφορές του συνεταιρισμού σας. Σχεδιάστε μια στρατηγική μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί την αφήγηση ιστοριών για να συνδεθείτε συναισθηματικά με το κοινό σας.
- **Κοινωνική δέσμευση:** Εμπλακείτε με την κοινότητά σας μέσω εκδηλώσεων, εργαστηρίων και μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Καλλιεργήστε τις σχέσεις και συγκεντρώστε ανατροφοδότηση για να βελτιώσετε τις στρατηγικές σας.
- **Παρακολούθηση και προσαρμογή:** Αξιολογείτε τακτικά την αποτελεσματικότητα των στρατηγικών σας. Παρακολουθήστε τους βασικούς δείκτες απόδοσης (KPI) που σχετίζονται τόσο με τον κοινωνικό αντίκτυπο όσο και με την επιχειρηματική ανάπτυξη. Προσαρμόστε τις στρατηγικές σας με βάση τα δεδομένα και την ανατροφοδότηση.

- **Οικονομική βιωσιμότητα:** Ισορροπία του κοινωνικού αντίκτυπου με την οικονομική βιωσιμότητα. Αναπτύξτε ένα σαφές οικονομικό σχέδιο που υποστηρίζει την ανάπτυξη και τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα του συνεταιρισμού σας.
- **Ανάπτυξη ικανοτήτων:** Επενδύστε στην κατάρτιση και την ανάπτυξη για να ενδυναμώσετε την ομάδα σας και να διασφαλίσετε ότι διαθέτει τις δεξιότητες που απαιτούνται για την αποτελεσματική εκτέλεση των στρατηγικών επιχειρηματικής ανάπτυξης.
- **Μακροπρόθεσμο όραμα:** Έχετε κατά νου το μακροπρόθεσμο όραμα του συνεταιρισμού σας. Ενώ επιδιώκετε την ανάπτυξη, παραμείνετε προσηλωμένοι στην κοινωνική σας αποστολή και προσαρμόστε τις στρατηγικές σας καθώς ο συνεταιρισμός εξελίσσεται.

8. Προβλήματα χρηματοδότησης

Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί αντιμετωπίζουν συχνά προκλήσεις όσον αφορά τη χρηματοδότηση για διάφορους λόγους:

- **Περιορισμένη πρόσβαση σε κεφάλαια:** Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί μπορεί να έχουν δυσκολία πρόσβασης σε παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης, όπως οι τράπεζες, λόγω της μοναδικής τους δομής και των κοινωνικών τους στόχων. Αυτό περιορίζει την ικανότητά τους να εξασφαλίζουν τα απαραίτητα κεφάλαια για τη λειτουργία και την ανάπτυξή τους.
- **Έλλειψη ευαισθητοποίησης:** Πολλοί δυνητικοί χρηματοδότες και επενδυτές μπορεί να μην κατανοούν πλήρως την έννοια και τον αντίκτυπο των κοινωνικών συνεταιρισμών, γεγονός που καθιστά δυσκολότερη την εξασφάλιση οικονομικής στήριξης.
- **Απρόβλεπτες ροές εσόδων:** Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί συχνά εργάζονται σε έργα που έχουν αβέβαιες δυνατότητες εσόδων. Αυτό το απρόβλεπτο μπορεί να αποτρέψει τους παραδοσιακούς επενδυτές που αναζητούν σταθερές αποδόσεις.
- **Μέτρηση του κοινωνικού αντίκτυπου:** Η απόδειξη του κοινωνικού αντίκτυπου με απτούς όρους αποτελεί πρόκληση, καθιστώντας δύσκολο για τους δυνητικούς επενδυτές να εκτιμήσουν την απόδοση της επένδυσής τους.
- **Ανταγωνισμός για περιορισμένους πόρους:** Οι πόροι στον κοινωνικό τομέα είναι πεπερασμένοι και οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί ανταγωνίζονται με άλλες οργανώσεις για χρηματοδότηση, επιχορηγήσεις και δωρεές.
- **Πολύπλοκο ρυθμιστικό περιβάλλον:** Αυτό μπορεί να δημιουργήσει σύγχυση και να εμποδίσει την πρόσβαση σε χρηματοδότηση.
- **Έλλειψη επιχειρηματικών δεξιοτήτων:** Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορεί να έχουν ισχυρή κοινωνική αποστολή, αλλά δεν διαθέτουν την επιχειρηματική δεινότητα για τη δημιουργία βιώσιμων μοντέλων εσόδων, γεγονός που καθιστά δύσκολη την προσέλκυση επενδυτών.
- **Εξάρτηση από επιχορηγήσεις:** Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί συχνά βασίζονται σε μεγάλο βαθμό σε επιχορηγήσεις και δωρεές, οι οποίες μπορεί να μην είναι συνεπείς ή επαρκείς για μακροπρόθεσμη ανάπτυξη.
- **Αντίληψη κινδύνου:** Οι επενδυτές και οι δωρητές ενδέχεται να θεωρούν τα κοινωνικά εγχειρήματα πιο επικίνδυνα από τις παραδοσιακές κερδοσκοπικές επιχειρήσεις, επηρεάζοντας την προθυμία τους να επενδύσουν.
- **Διαφορετικές προσδοκίες:** Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί και οι επενδυτές μπορεί να έχουν διαφορετικές προσδοκίες όσον αφορά τις οικονομικές αποδόσεις, γεγονός που καθιστά δύσκολη την εξεύρεση συμβατών εταίρων.

Η αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων απαιτεί ένα συνδυασμό εκπαίδευσης, συνηγορίας, στρατηγικού σχεδιασμού και καινοτόμων μοντέλων χρηματοδότησης που ευθυγραμμίζονται με τη μοναδική δομή και τους στόχους των κοινωνικών συνεταιρισμών.

Η επίλυση των χρηματοδοτικών προκλήσεων στους κοινωνικούς συνεταιρισμούς απαιτεί μια πολυδιάστατη στρατηγική. Η περιορισμένη πρόσβαση σε κεφάλαια, που συχνά απορρέει από τη μοναδική δομή και τους κοινωνικούς στόχους τους, εμποδίζει τις παραδοσιακές οδούς χρηματοδότησης, όπως οι τράπεζες. Ένα κρίσιμο βήμα είναι η ευαισθητοποίηση των δυνητικών χρηματοδοτών και επενδυτών, οι οποίοι ενδέχεται να μην κατανοούν πλήρως την έννοια και τον αντίκτυπο των κοινωνικών συνεταιρισμών. Οι απρόβλεπτες ροές εσόδων που είναι συνυφασμένες με τα κοινωνικά έργα μπορούν να αποτρέψουν τους παραδοσιακούς επενδυτές που αναζητούν σταθερές αποδόσεις. Η αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος απαιτεί τη διαμόρφωση προσαρμοσμένων στρατηγικών που εξισορροπούν την κοινωνική αποστολή με την οικονομική σταθερότητα. Η επίδειξη απτού κοινωνικού αντίκτυπου είναι πολύπλοκη αλλά καθοριστική για την προσέλκυση δυνητικών επενδυτών που αναζητούν μετρήσιμες αποδόσεις των επενδύσεών τους. Επιπλέον, καθώς οι πόροι στον κοινωνικό τομέα είναι πεπερασμένοι, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί πρέπει να ξεχωρίζουν δημιουργικά σε ένα ανταγωνιστικό πεδίο για να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση, επιχορηγήσεις και δωρεές.

Η πλοήγηση στο πολύπλοκο ρυθμιστικό περιβάλλον που περιβάλλει τους συνεταιρισμούς σε διάφορες χώρες είναι απαραίτητη. Η δημιουργία εξορθολογισμένων νομικών πλαισίων θα μπορούσε να προσφέρει πιο απλή πρόσβαση σε ευκαιρίες χρηματοδότησης. Η ενίσχυση των επιχειρηματικών δεξιοτήτων στους κοινωνικούς συνεταιρισμούς είναι ζωτικής σημασίας για την οικοδόμηση βιώσιμων μοντέλων εσόδων, καθώς οι επενδυτές έλκονται από εγχειρήματα που επιδεικνύουν υγιή οικονομικό σχεδιασμό παράλληλα με τις κοινωνικές τους αποστολές. Η μείωση της εξάρτησης από επιχορηγήσεις και δωρεές απαιτεί τη διερεύνηση διαφοροποιημένων πηγών εσόδων που εξασφαλίζουν συνεχή ανάπτυξη μακροπρόθεσμα. Η υπέρβαση του θεωρούμενου υψηλότερου κινδύνου που συνδέεται με τα κοινωνικά εγχειρήματα προϋποθέτει την παρουσίαση ισχυρών επιχειρηματικών σχεδίων και ποσοτικοποιήσιμων κοινωνικών αποδόσεων, καθιστώντας τους δυνητικούς χρηματοδότες. Τελικά, η ευθυγράμμιση των προσδοκιών μεταξύ των κοινωνικών συνεταιρισμών και των επενδυτών μέσω σαφούς επικοινωνίας προάγει συνεργασίες που είναι τόσο αποδοτικές όσο και αποτελεσματικές.

9. Εξυπηρέτηση πελατών, επικοινωνία και συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη

Η λειτουργία ενός επιτυχημένου κοινωνικού συνεταιρισμού εξαρτάται από την αποτελεσματική εξυπηρέτηση των πελατών, την επικοινωνία και τη συνεργασία με τους ενδιαφερόμενους φορείς. Αυτά τα στοιχεία αποτελούν τους ακρογωνιαίους λίθους που επιτρέπουν σε έναν συνεταιρισμό να εκπληρώσει την κοινωνική του αποστολή, να οικοδομήσει μια ισχυρή κοινότητα και να έχει διαρκή αντίκτυπο.

A. Εξυπηρέτηση πελατών:

Η εξυπηρέτηση πελατών δεν είναι σημαντική μόνο για τις κερδοσκοπικές επιχειρήσεις, αλλά έχει τεράστια σημασία και για τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς. Οι δικαιούχοι, οι πελάτες και οι συνεργάτες βρίσκονται στο επίκεντρο της λειτουργίας ενός συνεταιρισμού. Η παροχή εξαιρετικής εξυπηρέτησης πελατών διασφαλίζει την ικανοποίηση των αναγκών και των προσδοκιών αυτών των ενδιαφερομένων μερών. Η αντιμετώπιση των ανησυχιών, η ενεργή ακρόαση των ανατροφοδοτήσεων και η προσαρμογή των λύσεων καταδεικνύουν τη δέσμευση του συνεταιρισμού για τη δημιουργία θετικών εμπειριών και την παροχή απτής αξίας.

B. Επικοινωνία:

Η σαφής και αποτελεσματική επικοινωνία είναι υψίστης σημασίας για την επιτυχία ενός κοινωνικού συνεταιρισμού. Είναι ο αγωγός μέσω του οποίου ο συνεταιρισμός μοιράζεται την αποστολή, τους στόχους και τον αντίκτυπό του με το κοινό. Η διαφανής επικοινωνία ενισχύει την εμπιστοσύνη και την αυθεντικότητα, βρίσκοντας απήχηση στους δυνητικούς υποστηρικτές και δικαιούχους. Η ελκυστική αφήγηση ιστοριών, το ενημερωτικό περιεχόμενο και η

οι τακτικές ενημερώσεις μέσω διαφόρων καναλιών - όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα ενημερωτικά δελτία και οι εκδηλώσεις - βοηθούν στην ενίσχυση της φωνής του συνεταιρισμού και στην εδραίωση των δεσμών του.

Γ. Συνεργασία με τους σχετικούς ενδιαφερόμενους φορείς:

Η συνεργασία βρίσκεται στο επίκεντρο των κοινωνικών συνεταιρισμών. Με τη συνεργασία με ενδιαφερόμενους φορείς, όπως τοπικές κοινότητες, κυβερνητικές υπηρεσίες, μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και επιχειρήσεις, οι συνεταιρισμοί μπορούν να αξιοποιήσουν διαφορετικές προοπτικές και πόρους. Οι συνεργατικές προσπάθειες μπορούν να οδηγήσουν σε συνεργατικές λύσεις που αντιμετωπίζουν αποτελεσματικότερα τις πολύπλοκες κοινωνικές προκλήσεις. Η δημιουργία συνεργασιών ενισχύει την εμπέλεια, τη βάση γνώσεων και τις δυνατότητες του συνεταιρισμού για τη δημιουργία βιώσιμων αλλαγών.

Επιπλέον, η συνεργασία με τους ενδιαφερόμενους φορείς βοηθά τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να έχουν πρόσβαση σε κρίσιμους πόρους, όπως χρηματοδότηση, εμπειρογνομοσύνη και δίκτυα. Όταν οι ενδιαφερόμενοι φορείς αισθάνονται ως πολύτιμοι εταίροι, είναι πιο πιθανό να συμβάλουν ενεργά, είτε μέσω οικονομικής υποστήριξης, είτε μέσω δωρεών σε είδος, είτε μέσω εθελοντικών προσπαθειών.

Συμπερασματικά, η εξυπηρέτηση των πελατών, η επικοινωνία και η συνεργασία με τους ενδιαφερόμενους φορείς αποτελούν θεμελιώδεις πυλώνες για τη λειτουργία ενός κοινωνικού συνεταιρισμού. Δίνοντας προτεραιότητα στις ανάγκες των δικαιούχων, καλλιεργώντας την ανοιχτή επικοινωνία και δημιουργώντας συνεργασίες, οι συνεταιρισμοί μπορούν να ενισχύσουν τον αντίκτυπό τους, να καλλιεργήσουν μια πιστή κοινότητα και να δημιουργήσουν ουσιαστική αλλαγή στις ζωές εκείνων που εξυπηρετούν. Τα στοιχεία αυτά όχι μόνο επιτρέπουν την αποτελεσματική λειτουργία αλλά και καθορίζουν το ρόλο του συνεταιρισμού ως καταλύτη για θετικό κοινωνικό μετασχηματισμό.

10. Θέματα εισαγωγών και εξαγωγών

Τα ζητήματα εισαγωγών και εξαγωγών είναι σημαντικά για τις κοινωνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε παγκόσμια κλίμακα. Ενώ οι κοινωνικές επιχειρήσεις επιδιώκουν να εξισορροπήσουν την κοινωνική τους αποστολή με τις βιώσιμες επιχειρηματικές πρακτικές, η πλοήγηση στο διεθνές εμπόριο παρουσιάζει μοναδικές προκλήσεις και ευκαιρίες.

A. Θέματα εισαγωγών:

- **Ηθικές προμήθειες:** Οι κοινωνικές επιχειρήσεις συχνά δίνουν προτεραιότητα στην ηθική προμήθεια υλικών και προϊόντων. Η διασφάλιση της ευθυγράμμισης των εισαγωγών με τις αξίες τους μπορεί να αποτελέσει πρόκληση, καθώς απαιτεί ενδελεχή έλεγχο της αλυσίδας εφοδιασμού για την αποφυγή προϊόντων που συνδέονται με εργασιακή εκμετάλλευση ή περιβαλλοντική βλάβη.
- **Κόστος και τιμολόγια:** Η εισαγωγή αγαθών μπορεί να συνεπάγεται διάφορα έξοδα, συμπεριλαμβανομένων δασμών, φόρων και τελών αποστολής. Αυτές οι οικονομικές επιβαρύνσεις μπορεί να επηρεάσουν τον προϋπολογισμό του συνεταιρισμού και την προσιτή τιμή των προϊόντων για τους πελάτες.
- **Έθιμα και κανονισμοί:** Η τήρηση των τελωνειακών κανονισμών και των εμπορικών νόμων των διαφόρων χωρών απαιτεί πλήρη κατανόηση και τεκμηρίωση. Η μη συμμόρφωση μπορεί να οδηγήσει σε καθυστερήσεις, πρόστιμα ή κατάσχεση εμπορευμάτων.
- **Πολιτιστική ευαισθησία:** Διαφορετικές κουλτούρες έχουν ξεχωριστές προτιμήσεις και ευαισθησίες. Η διασφάλιση της ευθυγράμμισης των εισαγόμενων προϊόντων με τα τοπικά έθιμα και αξίες είναι απαραίτητη για την αποφυγή παρεξηγήσεων ή προσβολών.

Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί που αντιμετωπίζουν προκλήσεις εισαγωγών μπορούν να υιοθετήσουν στρατηγικές προσεγγίσεις για την ανακούφιση αυτών των προβλημάτων. Η διερεύνηση εναλλακτικών λύσεων τοπικής προμήθειας και παραγωγής μπορεί να μειώσει την εξάρτηση από τις εισαγωγές. Οι συνεργασίες με τοπικούς παραγωγούς ή προμηθευτές μπορούν να προωθήσουν αμοιβαία επωφελείς σχέσεις, ενώ παράλληλα υποστηρίζουν την κοινότητα. Επιπλέον, η διαπραγματεύση συμφωνιών μαζικής αγοράς ή η δημιουργία συνεταιρισμών με άλλες οντότητες μπορεί να ενισχύσει τη διαπραγματευτική δύναμη και να εξορθολογήσει τις διαδικασίες εισαγωγής. Η επένδυση στη βελτιστοποίηση της αλυσίδας εφοδιασμού, όπως η αποτελεσματική εφοδιαστική και η διαχείριση αποθεμάτων, μπορεί να ελαχιστοποιήσει τις καθυστερήσεις και την αναποτελεσματικότητα του κόστους. Τέλος, η συνεργασία με τους αρμόδιους κυβερνητικούς φορείς για την υποστήριξη της πολιτικής ή η αναζήτηση επιχορηγήσεων για την ανάπτυξη τοπικών βιομηχανιών μπορεί να μετριάσει περαιτέρω τα εμπόδια που σχετίζονται με τις εισαγωγές, εξασφαλίζοντας τη βιώσιμη ανάπτυξη των συνεταιρισμών.

B. Θέματα εξαγωγών:

- **Έρευνα αγοράς:** Η επέκταση σε διεθνείς αγορές απαιτεί εκτεταμένη έρευνα αγοράς για την κατανόηση των προτιμήσεων των καταναλωτών, του ανταγωνισμού και της ζήτησης. Η προσαρμογή των προϊόντων στις τοπικές προτιμήσεις είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία.
- **Εφοδιαστική και διανομή:** Τα αποτελεσματικά δίκτυα εφοδιαστικής και διανομής είναι απαραίτητα για την έγκαιρη και οικονομικά αποδοτική εξαγωγή προϊόντων. Η πλοήγηση σε πολύπλοκες ναυτιλιακές διαδρομές, τελωνειακές διαδικασίες και κανονισμούς μπορεί να είναι αποθαρρυντική.
- **Διασφάλιση Ποιότητας:** Η διατήρηση της σταθερής ποιότητας των προϊόντων σε όλα τα σύνορα είναι ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση της εμπιστοσύνης των πελατών. Οι μεγάλες αποστάσεις και τα διαφορετικά περιβάλλοντα μπορούν να αποτελέσουν πρόκληση για τον έλεγχο της ποιότητας.
- **Νομίσματα και συναλλαγματικές ισοτιμίες:** Οι διακυμάνσεις των συναλλαγματικών ισοτιμιών μπορούν να επηρεάσουν την τιμολόγηση και τα περιθώρια κέρδους για τα εξαγόμενα προϊόντα. Οι συνεταιρισμοί πρέπει να καταστρώσουν στρατηγικές για την αποτελεσματική διαχείριση των συναλλαγματικών κινδύνων.
- **Νομική και κανονιστική συμμόρφωση:** Η εξαγωγή απαιτεί την τήρηση των κανονισμών εξαγωγής, των απαιτήσεων επισήμανσης και των προτύπων που ισχύουν ειδικά για τη χώρα προορισμού. Η μη συμμόρφωση μπορεί να οδηγήσει σε κυρώσεις ή σε αδυναμία πρόσβασης σε ορισμένες αγορές.

Οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί που αντιμετωπίζουν εξαγωγικές προκλήσεις μπορούν να υιοθετήσουν στρατηγικά μέτρα για να ξεπεράσουν αυτά τα εμπόδια. Πρώτον, η διεξαγωγή έρευνας αγοράς για τον εντοπισμό βιώσιμων εξαγωγικών προορισμών και προτιμήσεων των καταναλωτών είναι απαραίτητη. Η συνεργασία με εμπορικές ενώσεις ή οργανισμούς εξαγωγών μπορεί να προσφέρει πολύτιμη καθοδήγηση και πόρους. Η ανάπτυξη ισχυρών δικτύων διανομής μέσω συνεργασιών ή διαδικτυακών πλατφορμών μπορεί να διευκολύνει την είσοδο στην αγορά. Η προσαρμογή των προϊόντων ώστε να ανταποκρίνονται στα διεθνή πρότυπα και κανονισμούς διασφαλίζει τη συμμόρφωση. Η επένδυση σε μάρκετινγκ και branding προσαρμοσμένο στις αγορές-στόχους ενισχύει την προβολή και την ελκυστικότητα. Τέλος, η αναζήτηση κυβερνητικής υποστήριξης για προγράμματα προώθησης των εξαγωγών ή η συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις μπορεί να προσφέρει ευκαιρίες έκθεσης και δικτύωσης, οδηγώντας τελικά σε επιτυχημένες εξαγωγικές προσπάθειες. Παρά τις προκλήσεις αυτές, οι προσπάθειες εισαγωγών και εξαγωγών μπορούν να ανοίξουν νέες πηγές εσόδων, να προωθήσουν διαπολιτισμικές συνεργασίες και να ευαισθητοποιήσουν τον κόσμο για την κοινωνική αποστολή του συνεταιρισμού. Ο μετριασμός των προβλημάτων απαιτεί στρατηγικό σχεδιασμό, συνεργασία με εμπειρογνώμονες και δέσμευση για ηθικές και υπεύθυνες εμπορικές πρακτικές. Αγκαλιάζοντας αυτές τις πολυπλοκότητες, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να επεκτείνουν τον αντίκτυπό τους πέρα από τα εθνικά σύνορα, διατηρώντας παράλληλα τις αξίες τους και τη δέσμευσή τους για θετική κοινωνική αλλαγή.

VIII. Ικανότητες Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας σε κάθετη Κηπουρική (Γεωργία) και Επαγγέλματα Κλιματικής Αλλαγής

**Συγγραφέας-Svitlana Tarasenko - Μέλος του Επιστημονικού Συμβουλίου του
Εκδοτικού Οίκου CONSORTIO, Εμπειρογνώμονας του Ιδρύματος Zofia Zamenhof
Πολωνία**

Εισαγωγή. Σημασία των Επαγγελμάτων Κάθετης Κηπουρικής και Κλιματικής Αλλαγής

Η κάθετη κηπουρική είναι μια καινοτόμος γεωργική τεχνική που επιτρέπει την καλλιέργεια φυτών σε κατακόρυφα στοιβαγμένα στρώματα ή σε επιφάνειες με κάθετη κλίση. Αυτή η μέθοδος είναι ιδιαίτερα συμφέρουσα σε αστικές περιοχές όπου ο χώρος είναι περιορισμένος, προσφέροντας μια βιώσιμη λύση για την παραγωγή τροφίμων. Οι κάθετοι κήποι μπορούν να εγκατασταθούν σε εσωτερικούς ή εξωτερικούς χώρους και συχνά χρησιμοποιούν υδροπονικά, αεροπονικά συστήματα ή συστήματα με βάση το έδαφος. Τα κύρια οφέλη περιλαμβάνουν την αποτελεσματική χρήση του χώρου, τη μειωμένη κατανάλωση νερού και τη δυνατότητα για καλλιέργεια όλο το χρόνο, ανεξάρτητα από τις κλιματικές συνθήκες. Με τη βελτιστοποίηση των αστικών χώρων, η κάθετη κηπουρική συμβάλλει στην τοπική επισιτιστική ασφάλεια και το αστικό πράσινο, βελτιώνοντας τη συνολική ποιότητα ζωής.

Τα επαγγέλματα στην κλιματική αλλαγή περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα ρόλων που επικεντρώνονται στην κατανόηση, τον μετριασμό και την προσαρμογή στις επιπτώσεις της παγκόσμιας κλιματικής αλλαγής. Σε αυτούς περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, επιστήμονες του κλίματος, αναλυτές περιβαλλοντικής πολιτικής, σύμβουλοι βιωσιμότητας, ειδικοί σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και πολεοδόμοι, μεταξύ άλλων. Αυτοί οι επαγγελματίες εργάζονται για τη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, την ανάπτυξη βιώσιμων πρακτικών και τη δημιουργία πολιτικών που προάγουν την περιβαλλοντική ανθεκτικότητα. Το έργο τους είναι κρίσιμο για την αντιμετώπιση της παγκόσμιας πρόκλησης της κλιματικής αλλαγής και τη διασφάλιση ενός βιώσιμου μέλλοντος για όλους.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει τον εντοπισμό και την αντιμετώπιση κοινωνικών θεμάτων μέσω καινοτόμων και βιώσιμων επιχειρηματικών μοντέλων. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες στοχεύουν στη δημιουργία κοινωνικής αξίας λύνοντας προβλήματα που επηρεάζουν τις κοινότητες, όπως η φτώχεια, η εκπαίδευση, η υγεία και το περιβάλλον. Σε αντίθεση με τους παραδοσιακούς επιχειρηματίες, ο πρωταρχικός τους στόχος δεν είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους αλλά η επίτευξη θετικού κοινωνικού αντίκτυπου. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις λειτουργούν με διπλή εστίαση στην οικονομική βιωσιμότητα και την κοινωνική ευθύνη, συχνά επανεπενδύοντας τα κέρδη στις δραστηριότητές τους που βασίζονται στην αποστολή.

Η κάθετη κηπουρική αποτελεί παράδειγμα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας αντιμετωπίζοντας την αστική επισιτιστική ανασφάλεια, προωθώντας βιώσιμες γεωργικές πρακτικές και ενισχύοντας την περιβαλλοντική υγεία.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις στην κάθετη κηπουρική μπορούν να ενδυναμώσουν τις κοινότητες παρέχοντας πρόσβαση σε φρέσκα, τοπικά καλλιεργούμενα προϊόντα, μειώνοντας την εξάρτηση από εισαγόμενα τρόφιμα και μειώνοντας τα αποτυπώματα άνθρακα που σχετίζονται με τις μεταφορές. Αυτές οι επιχειρήσεις συχνά συμμετέχουν σε εκπαιδευτικά προγράμματα, διδάσκοντας τους κατοίκους των πόλεων για βιώσιμες πρακτικές και ενθαρρύνοντας τη συμμετοχή της κοινότητας στην παραγωγή τροφίμων. Με τη δημιουργία πράσινων θέσεων εργασίας και την προώθηση των τοπικών οικονομιών, οι κάθετες πρωτοβουλίες κηπουρικής συμβάλλουν στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη.

Τα επαγγέλματα που είναι αφιερωμένα στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής ευθυγραμμίζονται επίσης με τις αρχές της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Οι πρωτοβουλίες που καθοδηγούνται από επαγγελματίες του κλίματος μπορεί να περιλαμβάνουν την ανάπτυξη έργων ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, τη δημιουργία βιώσιμων αστικών υποδομών και την εφαρμογή στρατηγικών διατήρησης. Αυτές οι προσπάθειες όχι μόνο αντιμετωπίζουν τις περιβαλλοντικές προκλήσεις αλλά δημιουργούν επίσης οικονομικές ευκαιρίες και βελτιώνουν την ανθεκτικότητα της κοινότητας. Για παράδειγμα, τα έργα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας μπορούν να παρέχουν καθαρή ενέργεια σε υποεξυπηρετούμενες περιοχές, να μειώσουν το ενεργειακό κόστος και να δημιουργήσουν πράσινες θέσεις εργασίας, ενώ ο βιώσιμος αστικός σχεδιασμός μπορεί να βελτιώσει τις συνθήκες διαβίωσης και να μειώσει την ευπάθεια σε καταστροφές που σχετίζονται με το κλίμα.

1. Κάθετη Κηπουρική ως Κοινωνική Επιχείρηση

Οι κάθετοι κήποι μπορούν να υλοποιηθούν τόσο σε εσωτερικούς όσο και σε εξωτερικούς χώρους, χρησιμοποιώντας τοίχους, πέργκολα, ράφια και ειδικά σχεδιασμένες κάθετες κατασκευές. Ο στόχος είναι να μεγιστοποιηθεί η χρήση του κατακόρυφου χώρου για την καλλιέργεια ποικιλίας φυτών, συμπεριλαμβανομένων λαχανικών, βοτάνων, λουλουδιών, ακόμη και μικρών φρούτων.

Οι τεχνικές κάθετης κηπουρικής περιλαμβάνουν:

A) **υδροπονία**. Η υδροπονία είναι μια μέθοδος κηπουρικής χωρίς έδαφος, όπου τα φυτά καλλιεργούνται σε υδατικά διαλύματα πλούσια σε θρεπτικά συστατικά. Τα φυτά υποστηρίζονται συχνά σε ένα μέσο όπως η κοκοφοίνικα καρύδας ή ο περλίτης και λαμβάνουν θρεπτικά συστατικά μέσω ενός διαλύματος με βάση το νερό. Αυτή η τεχνική είναι εξαιρετικά αποδοτική στη χρήση του νερού και μπορεί να εγκατασταθεί σε κάθετους πύργους ή σε τοίχους.

B) **αεροπονία**. Η αεροπονική περιλαμβάνει την καλλιέργεια φυτών με τις ρίζες τους αιωρούμενες στον αέρα και ομιχλισμένες με νερό πλούσιο σε θρεπτικά συστατικά. Αυτή η μέθοδος επιτρέπει υψηλή έκθεση σε οξυγόνο στις ρίζες, προάγοντας την ταχεία ανάπτυξη. Τα κάθετα αεροπονικά συστήματα χρησιμοποιούν ελάχιστο χώρο και νερό, καθιστώντας τα ιδανικά για αστικά περιβάλλοντα.

Γ) **κάθετη κηπουρική με βάση το έδαφος**. Οι παραδοσιακές μέθοδοι που βασίζονται στο έδαφος μπορούν επίσης να προσαρμοστούν για κάθετη κηπουρική χρησιμοποιώντας δοχεία, τσέπες ή αρθρωτά συστήματα. Αυτά μπορεί να είναι τόσο απλά όσο επιτοίχια γλάστρες ή πιο σύνθετα συστήματα με ενσωματωμένο πότισμα. Οι κάθετοι εδαφικοί κήποι είναι ευέλικτοι και μπορούν να φιλοξενήσουν ένα ευρύ φάσμα τύπων φυτών.

Δ) πράσινοι τοίχοι και ζωντανοί τοίχοι. Πρόκειται για τοίχους καλυμμένους με βλάστηση, που συχνά υποστηρίζονται από ένα μέσο ανάπτυξης όπως το έδαφος ή το υπόστρωμα ενσωματωμένο σε ένα δομικό σύστημα στήριξης. Οι πράσινοι τοίχοι μπορεί να είναι εσωτερικοί ή εξωτερικοί και συχνά περιλαμβάνουν ενσωματωμένα συστήματα άρδευσης. Χρησιμοποιούνται τόσο για αισθητικούς σκοπούς όσο και για λειτουργικά οφέλη όπως μόνωση και καθαρισμό αέρα.

Ε) κάθετοι κήποι παλετών. Οι ανακυκλωμένες ξύλινες παλέτες μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν σε κάθετες ζαρντινιέρες. Τα φυτά αναπτύσσονται στα κενά μεταξύ των πηχών της παλέτας, καθιστώντας την μια οικονομικά αποδοτική και βιώσιμη επιλογή για μικρή κλίμακας κάθετη κηπουρική.

Υπάρχουν περιβαλλοντικά και κοινωνικά οφέλη από την κάθετη κηπουρική. Για παράδειγμα, η κάθετη κηπουρική επιτρέπει την αποτελεσματική χρήση του διαθέσιμου χώρου, ιδιαίτερα σε αστικές περιοχές με περιορισμένο οριζόντιο χώρο. Αναπτύσσοντας προς τα πάνω, περισσότερα φυτά μπορούν να καλλιεργηθούν σε μικρότερο αποτύπωμα, συμβάλλοντας στο αστικό πράσινο και στην αύξηση της τοπικής παραγωγής τροφίμων.

Πολλά συστήματα κάθετης κηπουρικής, ειδικά υδροπονικά και αεροπονικά συστήματα, χρησιμοποιούν σημαντικά λιγότερο νερό από την παραδοσιακή κηπουρική. Η αποτελεσματική χρήση του νερού συμβάλλει στη διατήρηση ενός ζωτικού πόρου και μπορεί να μειώσει την επιβάρυνση των αστικών συστημάτων ύδρευσης.

Τα φυτά σε κάθετους κήπους μπορούν να βοηθήσουν στο φιλτράρισμα των ρύπων από τον αέρα, συμβάλλοντας σε καθαρότερα αστικά περιβάλλοντα. Οι πράσινοι τοίχοι και οι κάθετοι κήποι μπορούν να απορροφήσουν διοξείδιο του άνθρακα και να απελευθερώσουν οξυγόνο, βελτιώνοντας τη συνολική ποιότητα του αέρα και μειώνοντας το φαινόμενο της αστικής θερμικής νησίδας.

Οι κάθετοι κήποι μπορούν να υποστηρίξουν μια ποικιλία φυτικών ειδών, προάγοντας τη βιοποικιλότητα ακόμη και σε πυκνοκατοικημένες αστικές περιοχές. Η ενισχυμένη βιοποικιλότητα συμβάλλει στη δημιουργία υγιέστερων οικοσυστημάτων και παρέχει ενδιαυτήματα για ωφέλιμα έντομα και επικονιαστές.

Με την αύξηση των χώρων πρασίνου και της τοπικής παραγωγής τροφίμων, η κάθετη κηπουρική μπορεί να μειώσει το αποτύπωμα άνθρακα που σχετίζεται με τη μεταφορά προϊόντων από αγροτικές σε αστικές περιοχές. Η αστική γεωργία μπορεί να βοηθήσει στη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου και στην προώθηση πιο βιώσιμων συστημάτων τροφίμων.

Επιπλέον, η κάθετη κηπουρική μπορεί να προσφέρει μια αξιόπιστη πηγή φρέσκων προϊόντων, ιδιαίτερα σε ερήμους τροφίμων και αστικές περιοχές με περιορισμένη πρόσβαση σε υγιεινά τρόφιμα. Η αυξημένη τοπική παραγωγή τροφίμων ενισχύει την επισιτιστική ασφάλεια και μειώνει την εξάρτηση από τα εισαγόμενα προϊόντα.

Επίσης, οι κάθετοι κήποι μπορούν να είναι κοινοτικά έργα, με τη συμμετοχή κατοίκων της περιοχής στην καλλιέργεια και συντήρηση των κήπων. Τέτοιες πρωτοβουλίες ενισχύουν το κοινοτικό πνεύμα, τη συνεργασία και την αίσθηση της ιδιοκτησίας, οδηγώντας σε ισχυρότερες, πιο συνδεδεμένες κοινότητες. Εκτός από τα έργα κάθετης κηπουρικής μπορούν να χρησιμεύσουν ως εκπαιδευτικά εργαλεία, διδάσκοντας τους ανθρώπους για τη βιώσιμη γεωργία, τη διατροφή και την περιβαλλοντική διαχείριση. Τα σχολεία, τα κοινοτικά κέντρα και οι αστικές φάρμες μπορούν να χρησιμοποιήσουν κάθετους κήπους για να παρέχουν εμπειρίες μάθησης, προωθώντας την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και πρακτικές βιώσιμης διαβίωσης.

Οι κάθετοι κήποι ενισχύουν την οπτική έλξη των αστικών χώρων, δημιουργώντας πράσινα και ελκυστικά περιβάλλοντα. Η έκθεση σε χώρους πρασίνου έχει αποδειχθεί ότι μειώνει το άγχος, βελτιώνει την ψυχική υγεία και ενισχύει τη συνολική ευημερία των κατοίκων των πόλεων. Και φυσικά, η κάθετη κηπουρική μπορεί να δημιουργήσει ευκαιρίες απασχόλησης στην αστική γεωργία, την κηπουρική και συναφείς τομείς. Η τοπική παραγωγή τροφίμων μπορεί να τονώσει την οικονομική δραστηριότητα, παρέχοντας μέσα διαβίωσης και μειώνοντας την ανεργία στις αστικές περιοχές.

Συνοψίζοντας, η κάθετη κηπουρική προσφέρει πολυάριθμα περιβαλλοντικά και κοινωνικά οφέλη, καθιστώντας την πολύτιμο συστατικό της βιώσιμης αστικής ανάπτυξης. Με τη βελτιστοποίηση του χώρου, τη διατήρηση των πόρων και την ενίσχυση της κοινοτικής ευημερίας, η κάθετη κηπουρική αποτελεί παράδειγμα των αρχών της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, συμβάλλοντας σε ανθεκτικές και βιώσιμες πόλεις.

2. Μελέτες Περίπτωσης Επιτυχημένων Κοινωνικών Επιχειρήσεων Κάθετης Κηπουρικής

Καθώς η Ασία έχει μεγάλο πληθυσμό και λίγο χώρο, έτσι δημιουργήθηκαν εκεί οι πρώτες κάθετες κοινωνικές επιχειρήσεις κηπουρικής.

Το Sky Greens, που βρίσκεται στη Σιγκαπούρη, είναι ένα από τα πρώτα κατακόρυφα αγροκτήματα χαμηλών εκπομπών άνθρακα στον κόσμο, με υδραυλική κίνηση. Η Sky Greens, που ιδρύθηκε το 2012, αντιμετωπίζει την πρόκληση της περιορισμένης γης για τη γεωργία σε πυκνοκατοικημένες αστικές περιοχές.

Η Sky Greens χρησιμοποιεί ένα πατενταρισμένο υδραυλικό σύστημα που κινείται με νερό για να περιστρέφει τις βαθμίδες των γούρνων καλλιέργειας, διασφαλίζοντας ότι όλα τα φυτά λαμβάνουν επαρκές ηλιακό φως. παράγει μια ποικιλία από φυλλώδη χόρτα που πωλούνται τοπικά, μειώνοντας το αποτύπωμα άνθρακα που σχετίζεται με τη μεταφορά τροφίμων. Το σύστημα είναι ενεργειακά αποδοτικό, χρησιμοποιώντας ελάχιστη ηλεκτρική ενέργεια και ανακυκλωμένο νερό για άρδευση.

Οι επιχειρήσεις παρέχουν μια αξιόπιστη πηγή φρέσκων, τοπικών προϊόντων, ενισχύοντας την επισιτιστική ασφάλεια στην αστική Σιγκαπούρη, δημιουργούν ευκαιρίες απασχόλησης στην αστική γεωργία και την ανάπτυξη τεχνολογίας, εμπλέκουν την κοινότητα μέσω περιηγήσεων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων, προωθώντας την ευαισθητοποίηση σχετικά με τη βιώσιμη γεωργία.

Το μοναδικό υδραυλικό σύστημα είναι τόσο διαστημικό όσο και ενεργειακά αποδοτικό, καθιστώντας το μια βιώσιμη λύση για αστικά περιβάλλοντα. Έλαβε υποστήριξη από την κυβέρνηση της Σιγκαπούρης, η οποία αναγνωρίζει τη σημασία της βιώσιμης αστικής γεωργίας.

Το Milano Urban Farming (MUF) είναι μια πρωτοποριακή πρωτοβουλία κάθετης κηπουρικής με έδρα το Μιλάνο της Ιταλίας. Ιδρύθηκε με στόχο την προώθηση της αστικής γεωργίας και της βιωσιμότητας, το MUF μετατρέπει τους αχρησιμοποίητους αστικούς χώρους σε παραγωγικούς χώρους πρασίνου.

Το MUF χρησιμοποιεί έναν συνδυασμό υδροπονικών συστημάτων και κάθετους κήπους με βάση το έδαφος για την καλλιέργεια μιας ποικιλίας λαχανικών, βοτάνων και λουλουδιών. προσελκύει τους κατοίκους της περιοχής μέσω εργαστηρίων, ευκαιριών εθελοντισμού και εκπαιδευτικών προγραμμάτων για βιώσιμες πρακτικές κηπουρικής. συνεργάζεται με τοπικά σχολεία, επιχειρήσεις και κρατικούς φορείς για την προώθηση της αστικής γεωργίας και της πράσινης διαβίωσης.

Το MUF μετατρέπει τις παραμελημένες αστικές περιοχές σε ζωντανούς χώρους πρασίνου, ενισχύοντας το αστικό περιβάλλον και τη βιοποικιλότητα. παρέχει φρέσκα, τοπικά καλλιεργούμενα προϊόντα σε κοντινές κοινότητες, μειώνοντας το αποτύπωμα άνθρακα που σχετίζεται με τη μεταφορά τροφίμων και αυξάνει την ευαισθητοποίηση σχετικά με τη βιώσιμη γεωργία και την υγιεινή διατροφή μέσω εμπειριών πρακτικής μάθησης.

Η ισχυρή συμμετοχή και η υποστήριξη από την τοπική κοινότητα ήταν ζωτικής σημασίας για την επιτυχία του MUF. Οι επιτυχημένες συνεργασίες με τοπικούς θεσμούς και ενδιαφερόμενους φορείς έχουν παράσχει τους απαραίτητους πόρους και την προβολή.

Η Miastowa, που βρίσκεται στη Βαρσοβία της Πολωνίας, είναι μια κοινωνική επιχείρηση που επικεντρώνεται στην ενσωμάτωση της κάθετης κηπουρικής με την κοινοτική ανάπτυξη. Το έργο στοχεύει στην αντιμετώπιση της επισιτιστικής ανασφάλειας και στην προώθηση της βιώσιμης διαβίωσης στις αστικές περιοχές.

Η Miastowa χρησιμοποιεί υδροπονικά και αεροπονικά συστήματα για την καλλιέργεια λαχανικών και βοτάνων σε ένα ελεγχόμενο, κατακόρυφο περιβάλλον. λειτουργεί κοινοτικούς κήπους και προσφέρει εργαστήρια, εκδηλώσεις και προγράμματα κατάρτισης για τη συμμετοχή των κατοίκων και την προώθηση της αστικής γεωργίας. επικεντρώνεται σε βιώσιμες και φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές, συμπεριλαμβανομένων μεθόδων ανακύκλωσης νερού και βιολογικής καλλιέργειας.

Οι επιτυχημένες συνεργασίες με τοπικές αρχές, επιχειρήσεις και ΜΚΟ έχουν υποστηρίξει την ανάπτυξη και τον αντίκτυπο της Miastowa. Η χρήση σύγχρονων υδροπονικών και αεροπονικών συστημάτων έχει μεγιστοποιήσει την παραγωγικότητα και την αποδοτικότητα των πόρων.

Η Orto al Secondo είναι μια καινοτόμος κοινωνική επιχείρηση κάθετης κηπουρικής που βρίσκεται στο Τορίνο της Ιταλίας. Η πρωτοβουλία επικεντρώνεται στη δημιουργία κάθετων κήπων στις προσόψεις κατοικιών και εμπορικών κτιρίων για την ενίσχυση της αστικής βιωσιμότητας.

Η χρήση κήπων με πρόσοψη μεγιστοποιεί τον χώρο και ενσωματώνει αποτελεσματικά το πράσινο στο αστικό τοπίο. Η ισχυρή δέσμευση με τις τοπικές κοινότητες και τους ιδιοκτήτες ακινήτων έχει διευκολύνει την υιοθέτηση κάθετων κήπων.

Η Orto al Secondo εγκαθιστά κάθετους κήπους σε προσόψεις κτιρίων, χρησιμοποιώντας αρθρωτά συστήματα που μπορούν εύκολα να συντηρηθούν. καλλιεργεί μια ποικιλία φυτών, συμπεριλαμβανομένων εδώδιμων καλλιεργειών και καλλωπιστικών ειδών, για τη βελτίωση της αστικής αισθητικής και την παροχή τοπικών προϊόντων· προσφέρει εκπαιδευτικά προγράμματα και εργαστήρια για να διδάξει τους κατοίκους για τα οφέλη και τις τεχνικές της κάθετης κηπουρικής.

3. Επαγγέλματα Κλιματικής Αλλαγής και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

Τα επαγγέλματα για την αλλαγή του κλίματος περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα ρόλων που είναι αφιερωμένοι στην κατανόηση, τον μετριασμό και την προσαρμογή στις επιπτώσεις της παγκόσμιας κλιματικής αλλαγής. Αυτοί οι επαγγελματίες εργάζονται σε διάφορους τομείς, συμπεριλαμβανομένης της επιστήμης, της πολιτικής, της μηχανικής και της κοινοτικής ανάπτυξης. Εδώ, θα διερευνήσουμε τα βασικά επαγγέλματα της κλιματικής αλλαγής και τους ρόλους τους, επισημαίνοντας πώς συμβάλλουν στην αντιμετώπιση αυτής της παγκόσμιας πρόκλησης.

Τα κύρια επαγγέλματα για την κλιματική αλλαγή είναι επιστήμονας του κλίματος, αναλυτής περιβαλλοντικής πολιτικής, σύμβουλος βιωσιμότητας, ειδικός σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, πολεοδόμος, περιβαλλοντικός εκπαιδευτής, επιστήμονας διατήρησης, μηχανικός περιβάλλοντος, αστική γεωργία και καινοτόμος κάθετη κηπουρική.

Οι επιστήμονες του κλίματος μελετούν τα κλιματικά συστήματα της Γης για να κατανοήσουν τις αιτίες και τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Αναλύουν δεδομένα από μετεωρολογικούς σταθμούς, δορυφόρους και κλιματικά μοντέλα για να προβλέψουν μελλοντικά κλιματικά σενάρια και να αξιολογήσουν τις πιθανές επιπτώσεις στα οικοσυστήματα, τα καιρικά πρότυπα και τις ανθρώπινες κοινωνίες.

Οι αναλυτές περιβαλλοντικής πολιτικής αναπτύσσουν και αξιολογούν πολιτικές που στοχεύουν στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής. Εργάζονται για κυβερνητικούς οργανισμούς, μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και δεξαμενές σκέψης για τη δημιουργία κανονισμών και πρωτοβουλιών που μειώνουν τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου και προωθούν βιώσιμες πρακτικές.

Οι σύμβουλοι αειφορίας βοηθούν τους οργανισμούς να ενσωματώσουν βιώσιμες πρακτικές στις δραστηριότητές τους. Συνεργάζονται με επιχειρήσεις, κυβερνήσεις και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς για την ανάπτυξη στρατηγικών που ελαχιστοποιούν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις και προάγουν την αποδοτικότητα των πόρων.

Οι ειδικοί στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας επικεντρώνονται στην ανάπτυξη και ανάπτυξη τεχνολογιών ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, όπως η ηλιακή, η αιολική, η υδροηλεκτρική και η βιοενέργεια. Εργάζονται στη μηχανική, τη διαχείριση έργων και τους ρόλους πολιτικής για την προώθηση της μετάβασης σε καθαρές πηγές ενέργειας.

Οι πολεοδόμοι διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στο σχεδιασμό βιώσιμων πόλεων που μπορούν να αντέξουν τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Αναπτύσσουν σχέδια και πολιτικές που προωθούν ανθεκτικές υποδομές, χώρους πρασίνου και βιώσιμα συστήματα μεταφορών. Οι περιβαλλοντικοί εκπαιδευτικοί αυξάνουν την ευαισθητοποίηση σχετικά με την κλιματική αλλαγή και τη βιωσιμότητα. Εργάζονται σε σχολεία, μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και κοινοτικούς οργανισμούς για να εκπαιδεύσουν τους ανθρώπους σχετικά με περιβαλλοντικά ζητήματα και να προωθήσουν συμπεριφορές φιλικές προς το περιβάλλον.

Οι επιστήμονες διατήρησης εστιάζουν στη διατήρηση των φυσικών οικοτόπων και της βιοποικιλότητας ενόψει της κλιματικής αλλαγής. Εργάζονται για κυβερνητικούς οργανισμούς, μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και ερευνητικά ιδρύματα για την ανάπτυξη στρατηγικών διατήρησης και τη διαχείριση προστατευόμενων περιοχών.

Οι μηχανικοί περιβάλλοντος αναπτύσσουν λύσεις σε περιβαλλοντικά προβλήματα, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή. Σχεδιάζουν συστήματα και τεχνολογίες που μειώνουν τη ρύπανση, διαχειρίζονται τα απόβλητα και προωθούν την καθαρή ενέργεια. Οι καινοτόμοι της αστικής γεωργίας και της κάθετης κηπουρικής αναπτύσσουν λύσεις βιώσιμης γεωργίας που μεγιστοποιούν το χώρο και τους πόρους στα αστικά περιβάλλοντα. Αντιμετωπίζουν την επισιτιστική ασφάλεια, μειώνουν τα αποτυπώματα άνθρακα και ενισχύουν την αστική ανθεκτικότητα.

Τα επαγγέλματα της κλιματικής αλλαγής στον μη κυβερνητικό τομέα είναι ποικίλα και κρίσιμα για την παγκόσμια προσπάθεια για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής. Αυτοί οι ρόλοι, που κυμαίνονται από την υπεράσπιση και την ανάλυση πολιτικής έως την επιχειρηματικότητα από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και την αστική γεωργία, καταδεικνύουν την ικανότητα του κλάδου για καινοτομία, συμμετοχή της κοινότητας και βιώσιμο αντίκτυπο.

Αξιοποιώντας την τεχνογνωσία, τους πόρους και τη δέσμευση για περιβαλλοντική διαχείριση, οι επαγγελματίες σε αυτούς τους τομείς οδηγούν ουσιαστικές αλλαγές και συμβάλλουν σε ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

Έτσι, σήμερα υπάρχει μια ολόκληρη κατεύθυνση επαγγελματιών των οποίων οι δραστηριότητες στοχεύουν στη ρύθμιση και την αποκατάσταση της κλιματικής ισορροπίας.

4. Μελέτες περίπτωσης Κοινωνικών Επιχειρήσεων σε Επαγγέλματα Κλιματικής Αλλαγής

Η Cool Earth είναι μια κοινωνική επιχείρηση με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο που εργάζεται για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής προστατεύοντας περιοχές τροπικών δασών. Ιδρύθηκε το 2007, η Cool Earth συνεργάζεται με ιθαγενείς κοινότητες για να σταματήσει την αποψίλωση των δασών και να προωθήσει βιώσιμα μέσα διαβίωσης.

Το Cool Earth συνεργάζεται απευθείας με τις τοπικές κοινότητες για τη δημιουργία συμφωνιών διατήρησης, διασφαλίζοντας ότι οι κοινότητες έχουν την ιδιοκτησία και τον έλεγχο της γης τους. Επίσης, η επιχείρηση υποστηρίζει εναλλακτικές δραστηριότητες που παράγουν εισόδημα, όπως η καλλιέργεια κακάο και καφέ, που παρέχουν οικονομική σταθερότητα χωρίς να βλάπτουν το δάσος. Επιπλέον, η εταιρεία χρησιμοποιεί δορυφορική τεχνολογία και επιτόπια παρακολούθηση για να παρακολουθεί την αποψίλωση των δασών και την υγεία του τροπικού δάσους.

Ως αποτέλεσμα, το Cool Earth προστατεύει τεράστιες εκτάσεις τροπικών δασών, που λειτουργούν ως σημαντικές καταβόθρες άνθρακα, μειώνοντας έτσι τις παγκόσμιες εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου, διατηρώντας τη βιοποικιλότητα προστατεύοντας τα ενδιαιτήματα αμέτρητων ειδών.

Η επιτυχία της επιχείρησης οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην έμφαση που δίνει στη συμμετοχή και την ενδυνάμωση της κοινότητας, αντιμετωπίζει τόσο περιβαλλοντικά όσο και κοινωνικά ζητήματα, καθιστώντας την πρότυπο βιώσιμης ανάπτυξης.

Άλλο παράδειγμα κοινωνικής επιχείρησης στα επαγγέλματα της κλιματικής αλλαγής είναι η BioLite με έδρα τις ΗΠΑ, η οποία αναπτύσσει προϊόντα καθαρής ενέργειας που έχουν σχεδιαστεί για τη βελτίωση της πρόσβασης στην ενέργεια και τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Ιδρύθηκε το 2006, οι καινοτόμες τεχνολογίες της BioLite παρέχουν ασφαλείς, προσιτές και βιώσιμες ενεργειακές λύσεις σε κοινότητες εκτός δικτύου. Το κορυφαίο προϊόν της BioLite, η HomeStove, είναι μια ξυλόσομπα που μειώνει τις εκπομπές καπνού κατά 90% σε σύγκριση με τις παραδοσιακές σόμπες, βελτιώνοντας την υγεία και μειώνοντας την αποψίλωση των δασών. Η Enterprise αναπτύσσει λύσεις φωτισμού και φόρτισης με ηλιακή ενέργεια που παρέχουν αξιόπιστη ενέργεια σε νοικοκυριά εκτός δικτύου και εστιάζει στη δημιουργία προϊόντων που είναι ταυτόχρονα οικονομικά και ανθεκτικά, διασφαλίζοντας μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα.

5. Ικανότητες για κοινωνικούς επιχειρηματίες στην κάθετη κηπουρική και την κλιματική αλλαγή

Οι ικανότητες για κοινωνικούς επιχειρηματίες στην κάθετη κηπουρική και την κλιματική αλλαγή μπορούν να χωριστούν σε τέτοιες ομάδες: βασικές ικανότητες, διαπροσωπικές και επικοινωνιακές δεξιότητες, καινοτομία και δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων, χρηματοοικονομική διαχείριση και διαχείριση πόρων.

Παρακάτω, περιγράφουμε λεπτομερώς αυτές τις βασικές ικανότητες.

Βασικές αρμοδιότητες

1) **ηγεσία.** Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να είναι σε θέση να αναπτύξουν ένα σαφές όραμα για την επιχείρησή τους και να διαμορφώσουν στρατηγικά σχέδια για την επίτευξη των στόχων τους. Αυτό περιλαμβάνει τον καθορισμό μακροπρόθεσμων στόχων, τον εντοπισμό βασικών ορόσημων και την προσαρμογή των στρατηγικών όπως απαιτείται. Ικανότητα έμπνευσης και παρακίνησης ομάδων, ενδιαφερόμενων μερών και κοινοτήτων.

Οι αποτελεσματικοί ηγέτες μπορούν να επικοινωνήσουν το πάθος και τη δέσμευσή τους για τη δράση για το κλίμα και τις βιώσιμες πρακτικές, ενισχύοντας μια κοινή αίσθηση σκοπού.

2) **τεχνικές γνώσεις.** Βαθιά κατανόηση διαφόρων συστημάτων κάθετης κηπουρικής όπως η υδροπονία, η υδροπονία και η αεροπονία. Αυτό περιλαμβάνει γνώση της βιολογίας των φυτών, της διαχείρισης των θρεπτικών ουσιών και της συντήρησης του συστήματος.

3) **επάρκεια στην επιστήμη της κλιματικής αλλαγής και στις πρακτικές βιωσιμότητας.** Αυτό περιλαμβάνει γνώση τεχνολογιών ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, στρατηγικές προσαρμογής στο κλίμα και εκτιμήσεις περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Διαπροσωπικές και επικοινωνιακές δεξιότητες

1) **ενσυναίσθηση.** Ικανότητα κατανόησης και ενσυναίσθησης με τις ανάγκες, τις ανησυχίες και τις φιλοδοξίες διαφορετικών ενδιαφερομένων, συμπεριλαμβανομένων των μελών της κοινότητας, των εργαζομένων και των εταίρων.

2) **επίλυση συγκρούσεων.** Δεξιότητες διαμεσολάβησης συγκρούσεων και εξεύρεσης αμοιβαία αποδεκτών λύσεων. Αυτό είναι ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση θετικών σχέσεων και τη διασφάλιση ομαλής λειτουργίας.

3) **δεξιότητες ψηφιακής επικοινωνίας.** Χρησιμοποιώντας ψηφιακές πλατφόρμες και μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να προσεγγίσετε ευρύτερο κοινό, να μοιραστείτε ενημερώσεις και να αλληλεπιδράσετε με τους ενδιαφερόμενους. Η αποτελεσματική χρήση αυτών των εργαλείων μπορεί να ενισχύσει το μήνυμα της επιχείρησης και να δημιουργήσει μια ισχυρή διαδικτυακή παρουσία.

4) **ακρόαση και ανατροφοδότηση.** Ισχυρές δεξιότητες ακρόασης για την κατανόηση των σχολίων από τα ενδιαφερόμενα μέρη και την προσαρμογή των στρατηγικών ανάλογα. Αυτό διασφαλίζει ότι η επιχείρηση παραμένει ανταποκρινόμενη και ευθυγραμμισμένη με τις ανάγκες της κοινότητας.

Καινοτομία και δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων

1) **δημιουργικότητα.** Ικανότητα δημιουργίας καινοτόμων ιδεών και προσεγγίσεων για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής και τη βελτιστοποίηση των πρακτικών κάθετης κηπουρικής. Η δημιουργική σκέψη βοηθά στην ανάπτυξη μοναδικών λύσεων που αντιμετωπίζουν σύνθετες προκλήσεις.

2) **ευελιξία.** Ικανότητα προσαρμογής στις μεταβαλλόμενες συνθήκες και εξερεύνηση νέων μεθόδων ή τεχνολογιών. Αυτό είναι απαραίτητο στους ταχέως εξελισσόμενους τομείς της κλιματικής αλλαγής και της βιώσιμης γεωργίας.

3) **αναλυτικές δεξιότητες για την αξιολόγηση προβλημάτων,** τον εντοπισμό των βασικών αιτιών και την ανάπτυξη αποτελεσματικών λύσεων. Αυτό περιλαμβάνει ανάλυση δεδομένων, κριτική σκέψη και λήψη αποφάσεων βάσει στοιχείων.

4) **Παραγωγή καινοτομίας προϊόντων και διαδικασιών:** Δεξιότητες στην ανάπτυξη νέων προϊόντων ή διαδικασιών που βελτιώνουν την αποτελεσματικότητα, μειώνουν το κόστος και ενισχύουν τη βιωσιμότητα. Αυτό περιλαμβάνει το σχεδιασμό νέων συστημάτων κάθετης κηπουρικής, την ανάπτυξη φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων ή τη βελτιστοποίηση των αλυσίδων εφοδιασμού.

Διαχείριση οικονομικών και πόρων

1) **δεξιότητες συγκέντρωσης κεφαλαίων.** Περιλαμβάνει συγγραφή επιχορηγήσεων, ικανότητα προσέλκυσης και διαχείρισης σχέσεων με επενδυτές (παρουσίαση συναρπαστικών επιχειρηματικών υποθέσεων, διαπραγμάτευση όρων και διατήρηση διαφανών επικοινωνιών).

2) **προϋπολογισμός και οικονομικός προγραμματισμός.** Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι επιχειρήσεις τους είναι οικονομικά βιώσιμες και ότι οι πόροι κατανέμονται αποτελεσματικά.

3) **δεξιότητες βιώσιμων πρακτικών.** Αυτό περιλαμβάνει την ελαχιστοποίηση των απορριμμάτων, την προώθηση της ανακύκλωσης και τη χρήση φιλικών προς το περιβάλλον υλικών και τεχνολογιών.

4) **δεξιότητες δημιουργίας εσόδων.** Είναι η ικανότητα ανάπτυξης και εφαρμογής στρατηγικών για τη δημιουργία εσόδων, είτε μέσω πωλήσεων, υπηρεσιών ή συνεργασιών. Οι διαφοροποιημένες ροές εσόδων μπορούν να ενισχύσουν την οικονομική ανθεκτικότητα της επιχείρησης.

6. Οικολογική Εκπαίδευση Ενηλίκων

Η οικολογική εκπαίδευση διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στην προώθηση βιώσιμων πρακτικών και στην προώθηση της κατανόησης της περιβαλλοντικής διαχείρισης. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τους ενήλικες, οι οποίοι συχνά έχουν την ικανότητα να πραγματοποιούν σημαντικές αλλαγές στην προσωπική και επαγγελματική τους ζωή. Θα θέλαμε να επισημάνουμε δύο υποδειγματικά μοντέλα οικολογικής εκπαίδευσης για ενήλικες: μια κοινωνική επιχείρηση στην Πολωνία και έναν ιταλικό κοινωνικό συνεταιρισμό. Και οι δύο οργανισμοί είναι εταίροι σε ένα έργο που στοχεύει στην προώθηση της οικολογικής εκπαίδευσης και της κοινωνικής ένταξης.

Πολωνικό μοντέλο: CUS Drobin

Το “Centrum Usług Środowiskowych” (CUS Drobin) είναι μια κοινωνική επιχείρηση που βρίσκεται στο Drobin της Πολωνίας. Αυτός ο οργανισμός εστιάζει σε διάφορες κοινοτικές υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένης της οικολογικής εκπαίδευσης και υποστήριξης ατόμων με αναπηρία. Μία από τις μοναδικές πτυχές του CUS Drobin είναι ο λαχανόκηπος του, που βρίσκεται γύρω από την ιδιοκτησία του στο Mirosław. Αυτός ο κήπος αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του εργαστηρίου εργοθεραπείας για άτομα με ειδικές ανάγκες.

Ο λαχανόκηπος στο CUS Drobin εξυπηρετεί πολλούς σκοπούς. Κατά κύριο λόγο, χρησιμοποιείται για θεραπευτικές δραστηριότητες για άτομα με αναπηρία, παρέχοντάς τους ένα πρακτικό, πλούσιο σε αισθήσεις περιβάλλον. Οι συμμετέχοντες ασχολούνται με διάφορες εργασίες κηπουρικής, όπως φύτευση, ζιζανίων και συγκομιδή, που βοηθούν στην ανάπτυξη λεπτών κινητικών δεξιοτήτων και παρέχουν μια αίσθηση ολοκλήρωσης. Επιπλέον, ο κήπος προωθεί την οικολογική συνείδηση των συμμετεχόντων. Μαθαίνοντας για βιώσιμες πρακτικές κηπουρικής, όπως η κομποστοποίηση και η βιολογική γεωργία,

Τα άτομα αποκτούν πολύτιμες γνώσεις που μπορούν να εφαρμοστούν στην προσωπική τους ζωή. Αυτή η πρακτική προσέγγιση στην οικολογική εκπαίδευση διασφαλίζει ότι τα διδάγματα που αντλήθηκαν είναι ταυτόχρονα ουσιαστικά και αξιοσημείωτα.

Ο αντίκτυπος του λαχανόκηπου εκτείνεται πέρα από τους άμεσους συμμετέχοντες. Ο κήπος παρέχει φρέσκα προϊόντα για τον οργανισμό, τονίζοντας τη σημασία των τοπικών, βιώσιμων πηγών τροφίμων. Επιπλέον, ο κήπος χρησιμεύει ως πρότυπο για άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις και κοινοτικούς οργανισμούς που θέλουν να ενσωματώσουν την οικολογική εκπαίδευση στα προγράμματά τους.

Ιταλικό μοντέλο: Centro Solidarietà Giovani

Το Centro Solidarietà Giovani, που βρίσκεται κοντά στο Ούντινε της Ιταλίας, είναι άλλο ένα εξαιρετικό παράδειγμα οικολογικής εκπαίδευσης για ενήλικες. Αυτός ο κοινωνικός συνεταιρισμός διαθέτει έναν μεγάλο κήπο δίπλα σε ένα κέντρο κατοικίας για νέους ενήλικες που κινδυνεύουν από κοινωνικό αποκλεισμό. Ο κήπος και το κέντρο συνεργάζονται για να παρέχουν μια ολοκληρωμένη εκπαιδευτική εμπειρία. Ο κήπος στο Centro Solidarietà Giovani συντηρείται από τους κατοίκους του 24ωρου, οικιστικού κέντρου. Αυτοί οι νέοι ενήλικες, που συχνά αντιμετωπίζουν διάφορες κοινωνικές και προσωπικές προκλήσεις, συμμετέχουν σε δραστηριότητες κηπουρικής ως μέρος της αποκατάστασης και της εκπαίδευσής τους. Ο κήπος χρησιμεύει ως ένας θεραπευτικός χώρος όπου μπορούν να μάθουν για την καλλιέργεια φυτών, τη βιώσιμη γεωργία και τα οφέλη της συνεργασίας με τη φύση.

Εκτός από την κηπουρική, το κέντρο προσφέρει μαθήματα και προγράμματα κατάρτισης εστιασμένα σε οικολογικές πρακτικές. Αυτά τα μαθήματα καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, συμπεριλαμβανομένης της βιολογικής γεωργίας, της διατήρησης του περιβάλλοντος και της αειφόρου διαβίωσης. Ενσωματώνοντας πρακτικές δραστηριότητες κηπουρικής με την επίσημη εκπαίδευση, το κέντρο παρέχει μια ολιστική προσέγγιση στην οικολογική εκπαίδευση.

Κατά τη διάρκεια μιας επίσκεψης στο κέντρο, φάνηκε πόσο εντυπωσιακός είναι αυτός ο κήπος. Οι κάτοικοι, που περηφανεύονται για τη δουλειά τους, αποκτούν όχι μόνο πρακτικές δεξιότητες αλλά και βελτιωμένη αυτοεκτίμηση και αίσθηση κοινότητας. Ο κρόκος που παράγεται στον κήπο είναι απόδειξη της αφοσίωσης και της σκληρής δουλειάς των συμμετεχόντων. Ο κήπος όχι μόνο προμηθεύει το κέντρο με φρέσκα προϊόντα, αλλά αντιπροσωπεύει επίσης ένα επιτυχημένο μοντέλο οικολογικής εκπαίδευσης και κοινωνικής ένταξης.

Βασική πτυχή του έργου είναι η συνεργασία μεταξύ των πολωνικών και ιταλικών οργανισμών. Τόσο το CUS Drobin όσο και το Centro Solidarietà Giovani μοιράζονται έναν κοινό στόχο υποστήριξης ενηλίκων που κινδυνεύουν από κοινωνικό αποκλεισμό μέσω της οικολογικής εκπαίδευσης. Η συνεργασία της επιτρέπει την ανταλλαγή εμπειριών και βέλτιστων πρακτικών, ενισχύοντας την αποτελεσματικότητα των προγραμμάτων τους.

συμπέρασμα

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες στα επαγγέλματα της κάθετης κηπουρικής και της κλιματικής αλλαγής πρέπει να διαθέτουν την ικανότητα να σκέφτονται δημιουργικά και καινοτόμα. Αυτό περιλαμβάνει την ανάπτυξη νέων μεθόδων για βιώσιμη παραγωγή τροφίμων, το σχεδιασμό ενεργειακά αποδοτικών κτιρίων και τη δημιουργία προσαρμοστικών στρατηγικών για την ανθεκτικότητα στο κλίμα. Η καινοτόμος σκέψη οδηγεί στην ανάπτυξη λύσεων που είναι ταυτόχρονα αποτελεσματικές και επεκτάσιμες.

Η κατανόηση της διασύνδεσης των κοινωνικών, περιβαλλοντικών και οικονομικών συστημάτων είναι ζωτικής σημασίας. Η συστημική σκέψη δίνει τη δυνατότητα στους κοινωνικούς επιχειρηματίες να εντοπίσουν τις βαθύτερες αιτίες των προβλημάτων, να προβλέψουν πιθανές επιπτώσεις και να σχεδιάσουν ολιστικές λύσεις. Στην κάθετη κηπουρική, αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την ενσωμάτωση συστημάτων διαχείρισης απορριμμάτων για την ανακύκλωση θρεπτικών ουσιών, ενώ στην κλιματική αλλαγή, θα μπορούσε να σημαίνει ανάπτυξη πολιτικών που εξισορροπούν την οικονομική ανάπτυξη με την προστασία του περιβάλλοντος.

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες στα επαγγέλματα της κάθετης κηπουρικής και της κλιματικής αλλαγής απαιτούν ένα ποικίλο και ισχυρό σύνολο ικανοτήτων για να επιτύχουν. Η ηγεσία, οι δεξιότητες διαχείρισης και οι τεχνικές γνώσεις αποτελούν τη βάση των δυνατοτήτων τους, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να διευθύνουν αποτελεσματικές και καινοτόμες επιχειρήσεις. Οι διαπροσωπικές και επικοινωνιακές δεξιότητες είναι απαραίτητες για τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων και την οικοδόμηση ισχυρών κοινοτικών δεσμών. Η καινοτομία και οι ικανότητες επίλυσης προβλημάτων οδηγούν την ανάπτυξη δημιουργικών λύσεων και την προσαρμογή στις προκλήσεις. Τέλος, οι δεξιότητες χρηματοοικονομικής και διαχείρισης πόρων διασφαλίζουν ότι οι επιχειρήσεις είναι οικονομικά βιώσιμες και μπορούν να χρησιμοποιήσουν αποτελεσματικά τους πόρους. Με τον έλεγχο αυτών των ικανοτήτων, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να συνεισφέρουν σημαντικά στη βιώσιμη ανάπτυξη και την ανθεκτικότητα στο κλίμα.

Καλλιεργώντας αυτές τις ικανότητες, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες στα επαγγέλματα της κάθετης κηπουρικής και της κλιματικής αλλαγής μπορούν να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά κρίσιμες περιβαλλοντικές και κοινωνικές προκλήσεις, οδηγώντας τη βιώσιμη ανάπτυξη και προάγοντας ανθεκτικές κοινότητες. Το έργο τους όχι μόνο μετριάξει τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής και της αστικοποίησης, αλλά προάγει επίσης την κοινωνική ισότητα και την περιβαλλοντική διαχείριση, ενσωματώνοντας το μετασχηματιστικό δυναμικό της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Βασικά σημεία

1. Η κάθετη κηπουρική είναι σημαντικό συστατικό της βιώσιμης αστικής ανάπτυξης. Βελτιστοποιεί τον χώρο, εξοικονομεί πόρους και ενισχύει την ευημερία της κοινότητας. Ως κοινωνική επιχείρηση, η κάθετη κηπουρική υποστηρίζει τις ανθεκτικές και βιώσιμες πόλεις παραθέτοντας τις αρχές της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

2. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις κάθετης κηπουρικής όπως οι Sky Greens, Milano Urban Farming, Miastowa και Orto al Secondo αποτελούν παραδείγματα καινοτόμων λύσεων για τις αστικές γεωργικές προκλήσεις. Αυτές οι πρωτοβουλίες μεγιστοποιούν την απόδοση του χώρου, προωθούν βιώσιμες πρακτικές, ενισχύουν την επισιτιστική ασφάλεια και ενθαρρύνουν τη συμμετοχή της κοινότητας, συμβάλλοντας σε πιο ανθεκτικά και βιώσιμα αστικά περιβάλλοντα.

3. Τα επαγγέλματα για την αλλαγή του κλίματος περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα ρόλων που είναι αφιερωμένοι στην κατανόηση, τον μετριασμό και την προσαρμογή στις επιπτώσεις της παγκόσμιας κλιματικής αλλαγής. Οι επαγγελματίες σε αυτόν τον τομέα εργάζονται σε διάφορους τομείς, όπως η επιστήμη, η πολιτική, η μηχανική και η κοινοτική ανάπτυξη.

4. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες που ασχολούνται με κάθετες πρωτοβουλίες κηπουρικής και κλιματικής αλλαγής απαιτούν ποικίλες ικανότητες για την αποτελεσματική πλοήγηση στις πολυπλοκότητες της βιώσιμης γεωργίας και της περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Οι ηγετικές δεξιότητες είναι απαραίτητες, που τους επιτρέπουν να διατυπώσουν ένα σαφές όραμα, να θέτουν στρατηγικούς στόχους και να εμπνέουν τους ενδιαφερόμενους για συλλογική δράση για το κλίμα. Η τεχνική επάρκεια σε συστήματα κάθετης κηπουρικής, όπως η υδροπονία και η αεροπονία, σε συνδυασμό με τη βαθιά κατανόηση της κλιματικής επιστήμης, εξοπλίζει τους επιχειρηματίες να εφαρμόσουν καινοτόμες λύσεις που μετριάζουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις και ενισχύουν την αποδοτικότητα των πόρων.

Οι διαπροσωπικές και επικοινωνιακές δεξιότητες διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην προώθηση της συνεργασίας με διαφορετικούς ενδιαφερόμενους φορείς, στην κατανόηση των αναγκών της κοινότητας και στη διαμεσολάβηση συγκρούσεων για τη διατήρηση αρμονικών σχέσεων. Η επάρκεια στην ψηφιακή επικοινωνία επιτρέπει στους επιχειρηματίες να ενισχύσουν το μήνυμά τους, να προσελκύσουν ευρύτερο κοινό και να αξιοποιήσουν την τεχνολογία για αποτελεσματική προσέγγιση και συμμετοχή της κοινότητας. Επιπλέον, η ικανότητα να ακούτε ενεργά τα σχόλια των ενδιαφερομένων διασφαλίζει ότι οι στρατηγικές παραμένουν ανταποκρινόμενες και ευθυγραμμισμένες με τις εξελισσόμενες περιβαλλοντικές προκλήσεις.

Η καινοτομία και οι δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη βιώσιμων πρακτικών και τη βελτιστοποίηση των τεχνικών κάθετης κηπουρικής. Οι επιχειρηματίες πρέπει να προσαρμοστούν δημιουργικά στις μεταβαλλόμενες περιβαλλοντικές συνθήκες, να εξερευνήσουν νέες τεχνολογίες και να καινοτομήσουν προϊόντα και διαδικασίες που προάγουν τη βιωσιμότητα και την ανθεκτικότητα. Η οικονομική οξυδέρκεια είναι εξίσου απαραίτητη, καθώς περιλαμβάνει δεξιότητες συγκέντρωσης κεφαλαίων, διαχείρισης προϋπολογισμού και στρατηγικών δημιουργίας εσόδων που υποστηρίζουν τη μακροπρόθεσμη χρηματοοικονομική βιωσιμότητα με ταυτόχρονη τήρηση των φιλικών προς το περιβάλλον αρχών.

5. Η οικολογική εκπαίδευση για ενήλικες είναι ένα ισχυρό εργαλείο για την προώθηση της βιωσιμότητας και της κοινωνικής ένταξης. Οι λαχανόκηποι στο CUS Drobin και στο Centro Solidarietà Giovanani λειτουργούν ως αίθουσες διδασκαλίας όπου τα άτομα μπορούν να μάθουν πολύτιμες δεξιότητες και να αποκτήσουν μια βαθύτερη σύνδεση με το περιβάλλον. Η συνεργασία μεταξύ αυτών των δύο οργανισμών καταδεικνύει τη δυνατότητα διεθνών συνεργασιών να ενισχύσουν την οικολογική εκπαίδευση και να έχουν ουσιαστικό αντίκτυπο στις ζωές εκείνων που κινδυνεύουν από κοινωνικό αποκλεισμό.

Βιβλιογραφικές αναφορές

1. BioLite <https://www.bioliteenergy.com/>
2. BrightFarms <https://www.brightfarms.com/>
3. CENTRO SOLIDARIETÀ GIOVANI <https://www.csg-fvg.it/wp/>
4. Cool Earth <https://www.coolearth.org/>
5. CUS Drobin <https://cus-drobin.pl/>
6. Miastowa <https://miastowa.com/>
7. Orto al Secondo <https://www.ortodipace.org/orto-secondo-natura-la-tecnica-del-cumulo-permanente>
8. Sky Greens <https://www.skygreens.com/>
9. Smith, B. R., & Stevens, C. E. (2010). Διαφορετικοί τύποι κοινωνικής επιχειρηματικότητας: Η ρόλος της γεωγραφίας και της ενσωμάτωσης στη μέτρηση και την κλιμάκωση των κοινωνικών αξιών. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(6), 575-598.
10. Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). Μια τυπολογία του κοινωνικοί επιχειρηματίες: Κίνητρα, διαδικασίες αναζήτησης και ηθικές προκλήσεις. *Εφημερίδα του Business Venturing*, 24(5), 519-532.
11. Vertical Harvest <https://verticalharvestfarms.com/>

ΙΧ. Συμπεράσματα και περίληψη

Συγγραφέας-Zbigniew Dąbrowski, Ίδρυμα Zofia Zamenhof Foundation Πολωνία

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα αναγνωρίζεται στην Ευρωπαϊκή Ένωση ως βασικό μέσο περιφερειακής συνοχής και αντιμετώπισης των προβλημάτων της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα ως έννοια επιτρέπει τη δημιουργία εναλλακτικών μοντέλων κοινωνικών επιχειρήσεων για την άσκηση οικονομικής δραστηριότητας προσανατολισμένης στην αγορά, ενώ παράλληλα ενσωματώνει όλες τις οντότητες της αγοράς - εργαζόμενους, εργοδότες, επενδυτές, καταναλωτές κ.λπ..

Η συμβολή των κοινωνικών επιχειρήσεων στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη μπορεί να εξεταστεί από διαφορετικές οπτικές γωνίες:

- Διασφάλιση της πρόσβασης των τοπικών κοινοτήτων, συμπεριλαμβανομένων των πιο ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού, σε βασικές υπηρεσίες (κοινωνικές, εκπαιδευτικές και υγειονομικές),
- Συμβολή σε μια πιο βιώσιμη χρήση των τοπικών πόρων, με την υποστήριξη των ενδιαφερομένων μερών, η οποία προωθεί μοντέλα διακυβέρνησης χωρίς αποκλεισμούς που επιτρέπουν στις τοπικές κοινότητες να λαμβάνουν στρατηγικές αποφάσεις,
- Υποστήριξη της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας μέσω της παροχής νέων υπηρεσιών για μειονεκτούντα άτομα - ένταξη στην αγορά εργασίας μειονοτικών ομάδων, ανύπαντρων γυναικών, ατόμων με αναπηρία κ.λπ. που παραμένουν αποκλεισμένοι από τη δυνατότητα δημιουργίας εισοδήματος.

Το εγχειρίδιο υπογραμμίζει ότι η κοινωνική καινοτομία αποτελεί βασικό στοιχείο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Εξετάζεται επίσης το ζήτημα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και της βιώσιμης ανάπτυξης. Αυτό που διαφοροποιεί την κοινωνική επιχειρηματικότητα από την παραδοσιακή είναι ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα επιδιώκει τη δημιουργία κοινωνικής αξίας. Από αυτή την άποψη, φαίνεται σημαντικό να εξισορροπηθεί η δημιουργία κοινωνικής αξίας και η σύλληψη κοινωνικής αξίας, ώστε να δημιουργηθεί ένας ευρύς κύκλος δικαιούχων της λύσης, χωρίς όμως να υπονομεύεται η βιωσιμότητά της.

Η θεμελιώδης ιδέα του έργου, η οποία οδήγησε στη δημιουργία του σεναρίου, πηγάζει από την πεποίθηση ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί να καταπολεμήσει αποτελεσματικά τον κοινωνικό αποκλεισμό. Οι στόχοι του έργου είναι οι εξής:

- Προώθηση της ανάπτυξης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και παροχή εκπαίδευσης σχετικά με την ίδρυση και διαχείριση κοινωνικών συνεταιρισμών,
- Αντιμετώπιση της έλλειψης ευαισθητοποίησης για τις αρχές της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μεταξύ διαφόρων κοινωνικών ομάδων μέσω της ευαισθητοποίησης του κοινού,
- Προώθηση της ανταλλαγής βέλτιστων πρακτικών, καινοτόμων μεθόδων και νέων εμπειριών μεταξύ των εταίρων του έργου, ώστε να ενισχυθεί η κατανόηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας,

- Διάχυση της γνώσης σχετικά με την κοινωνική επιχειρηματικότητα σε άτομα που κινδυνεύουν από κοινωνικό αποκλεισμό, βοηθώντας τα ενδεχομένως να βρουν ουσιαστικό τρόπο διαβίωσης.
- Προσφορά ευκαιριών μάθησης σε υφιστάμενες κοινωνικές επιχειρήσεις και συνεταιρισμούς, επιτρέποντάς τους να βελτιώσουν τις προσεγγίσεις τους μέσω των αποτελεσμάτων του έργου.

Το εγχειρίδιο περιλαμβάνει επίσης ένα σύστημα βασικών δεξιοτήτων που χρειάζεται ένας κοινωνικός επιχειρηματίας (επικοινωνία, ανοχή στην προσαρμοστικότητα, αποδοχή της διαφορετικότητας, γρήγορη ανταπόκριση στις προκλήσεις και άλλα). Υποστηρίζει ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις χρειάζονται κυρίως υποστήριξη και συμβουλές από καλά εκπαιδευμένους, ασκούμενους επιχειρηματικούς συμβούλους, οι οποίοι διαθέτουν τις απαραίτητες βασικές δεξιότητες, προσόντα και ικανότητες για την παροχή συμβουλών υψηλής ποιότητας για την ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων. Τα προβλήματα στην παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών προς τις κοινωνικές επιχειρήσεις οφείλονται κυρίως στην έλλειψη πληροφοριών, γνώσεων και στην έλλειψη κατάλληλης, έγκαιρης και επαρκούς υποστήριξης, γεγονός που αναδεικνύει και πάλι την ανάγκη εξειδικευμένης κατάρτισης των συμβούλων επιχειρήσεων, η οποία θα καλύπτει ένα ευρύ φάσμα θεμάτων στον τομέα του δικαίου, της διαχείρισης, της οικονομίας και της χρηματοδότησης των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Παρουσιάζει την εμπειρία ενός πολωνικού κοινωνικού συνεταιρισμού και τα κοινωνικά οφέλη των δραστηριοτήτων του. Ως εκ τούτου, αυτή η βέλτιστη πρακτική μπορεί να χρησιμεύσει ως παράδειγμα για την οργάνωση παρόμοιων κοινωνικών επιχειρήσεων σε άλλες χώρες και εδάφη της ΕΕ. Επιπλέον, προσδιορίζει τα πιο συνηθισμένα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί (π.χ. έλλειψη μόνιμης πηγής χρηματοδότησης, έλλειψη πρόσβασης σε κεφάλαια, έλλειψη δεξιοτήτων διαχείρισης, ανταγωνισμός στην αγορά και άλλα).

Είναι απαραίτητο να αναληφθούν ολοκληρωμένες δράσεις σε πολλά μέτωπα για να υποστηριχθεί η ανάπτυξη των κοινωνικών συνεταιρισμών και να αυξηθεί η ικανότητά τους να εκτελούν κοινωνικές αποστολές. Η προώθηση της ανάπτυξης και της μεγέθυνσης των κοινωνικών συνεταιρισμών αποτελεί επένδυση σε μια δικαιότερη και πιο βιώσιμη κοινωνία. Αυτό απαιτεί τη συνεργασία μεταξύ του δημόσιου, του ιδιωτικού και του κοινωνικού τομέα, καθώς και την ενίσχυση της ευαισθητοποίησης του κοινού σχετικά με το ρόλο που διαδραματίζουν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί στην κοινωνία.

Εμείς, ως ομάδα που αναπτύσσει το παραπάνω εγχειρίδιο και το έργο SocEnter, ελπίζουμε ότι τα αποτελέσματα του έργου μας, ιδίως το σενάριο και ο ιστότοπος www.socenter.eu όπου το σενάριο θα τοποθετηθεί σε ηλεκτρονική έκδοση στα αγγλικά και αργότερα στα ιταλικά, ελληνικά, πορτογαλικά και πολωνικά, θα συμβάλουν στην καλύτερη κατανόηση της κοινωνικής οικονομίας και των αρχών λειτουργίας και λειτουργίας των κοινωνικών επιχειρήσεων. Προσβλέπουμε επίσης σε περαιτέρω συνεργασία μεταξύ μας ως εταίροι του έργου.