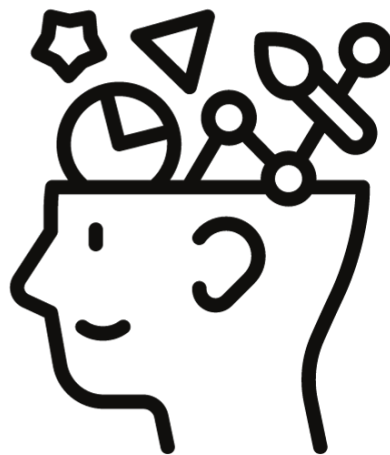


The logo for 'youthIES' features a stylized 'y' composed of three curved lines in green and yellow, resembling a leaf or a drop. To its right, the word 'youthIES' is written in a sans-serif font, with 'youth' in green and 'IES' in yellow. Three dark green diagonal lines are positioned above the 'IES' part of the logo.

# youthIES

## Training Pack for Youth Workers



## Πακέτο κατάρτισης για εργαζόμενους σε θέματα νεολαίας

### Ενότητα: Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

#### ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ .....	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ .....	5
1.1 Ορισμός της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.....	5
1.2 Ο ρόλος των κοινωνικών επιχειρήσεων στην κοινωνία .....	6
1.3 Ιστορικές ρίζες και ανάπτυξη .....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ: Οικοδόμηση και κλιμάκωση κοινωνικών επιχειρήσεων .....	9
2.1. Εντοπισμός και ορισμός των κοινωνικών προβλημάτων .....	9
2.2. Ιδέα και καινοτομία στην κοινωνική επιχειρηματικότητα .....	10
2.3. Ανάπτυξη επιχειρηματικού μοντέλου για την κοινωνική επιχειρηματικότητα .....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ: Προκλήσεις και δεοντολογικοί προβληματισμοί .....	12
3.1. Ηθικά διλήμματα στην κοινωνική επιχειρηματικότητα .....	12
3.2. Εξισορρόπηση κέρδους και κοινωνικού αντίκτυπου.....	13
3.3. Νομικά και κανονιστικά πλαίσια.....	14
ΠΕΡΙΛΗΨΗ/ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	15

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Καλώς ήρθατε στην ενότητα κοινωνικής επιχειρηματικότητας του προγράμματος YouthIES. Σε αυτή την ενότητα, θα εισέλθουμε στον συναρπαστικό κόσμο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, η οποία διαδραματίζει ζωτικό ρόλο στον μετασχηματισμό της οικονομίας για τον οποίο εργάζεται η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο κόσμος στο σύνολό του.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα στην οικονομία του 21ου αιώνα είναι μια αλτρουιστική μορφή επιχειρηματικότητας, η οποία διαφέρει από τα μοντέλα του περασμένου αιώνα, θέτει τον επιχειρηματία στο επίκεντρο της οικονομίας και τον βλέπει ως βασικό μοχλό για τον κοινωνικό μετασχηματισμό και την καινοτομία.

Με απλά λόγια, η επιχειρηματικότητα γίνεται κοινωνική επιχείρηση όταν μετασχηματίζει το κοινωνικό κεφάλαιο με τρόπο που επηρεάζει θετικά την κοινωνία. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες αναγνωρίζουν τα άμεσα κοινωνικά προβλήματα, αλλά επιδιώκουν επίσης να κατανοήσουν το ευρύτερο πλαίσιο, χωρίς να ξεχνούν τη δημιουργία κερδών για τη συντήρηση και την οικονομική βιωσιμότητα του εγχειρήματος.

Αυτό είναι ένα πολύ ενδιαφέρον οικονομικό μοντέλο, καθώς και το μοντέλο στο οποίο έχουν δεσμευτεί οι δυτικές οικονομίες για τη βιώσιμη ανάπτυξη των κοινωνιών τους.

## ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Στο τέλος αυτής της ενότητας, οι youth workers θα είναι σε θέση να:

- Να κατανοήσουν και να παρουσιάσουν την έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.
- Κατανοήστε τον θετικό αντίκτυπο αυτού του επιχειρηματικού μοντέλου.
- Παρέχετε στους νέους μια σύντομη, ιστορική επισκόπηση της προέλευσης και της εξέλιξής της.
- Να δοθούν κατευθυντήριες γραμμές για τον εντοπισμό των κοινωνικών προβλημάτων
- Δημιουργήστε καινοτόμες λύσεις για τα προβλήματα αυτά.
- Καθοδήγηση των νέων στον καθορισμό μοντέλων κοινωνικής επιχειρηματικότητας.
- Να κατανοήσουν τα ηθικά διλήμματα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.
- Κατανόηση των κατευθυντήριων γραμμών για την εξισορρόπηση κερδών.
- Κατανόηση του νομικού πλαισίου της επιχειρηματικότητας.

## ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΣΤΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΕΕ

Καταστατικό των κοινωνικών και αλληλέγγυων επιχειρήσεων:

[https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0317\\_ES.pdf](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0317_ES.pdf)

Fondos de Emprendimiento social europeos

<https://eur-lex.europa.eu/ES/legal-content/summary/european-social-entrepreneurship-funds.html>

Προγράμματα και Ταμεία της ΕΕ: Η ΕΕ έχει θεσπίσει διάφορα προγράμματα και ταμεία για τη στήριξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Το πρόγραμμα για την απασχόληση και την κοινωνική καινοτομία (EaSI) και το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ) είναι παραδείγματα μέσω των οποίων υποστηρίζουν πρωτοβουλίες κοινωνικής επιχειρηματικότητας σε ευρωπαϊκό επίπεδο: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=es&catId=1081>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι : ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

### 1.1 Ορισμός της κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ένας τρόπος αντιμετώπισης κοινωνικών ή περιβαλλοντικών προβλημάτων με την εφαρμογή επιχειρηματικών αρχών για τη δημιουργία βιώσιμων λύσεων. Μπορεί να ασκείται από έναν επιχειρηματία ή από μια παραδοσιακή εταιρεία στην οποία διατίθενται προϊόντα ή υπηρεσίες.

Ο καθοριστικός παράγοντας είναι ότι ο κύριος στόχος είναι η επίλυση των προβλημάτων που αντιμετωπίζει η κοινωνία: πείνα, ανισότητες, κοινωνικός αποκλεισμός, εκπαίδευση, υγεία ή κλιματική αλλαγή, μεταξύ πολλών άλλων. Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες θα πρέπει να δίνουν λύση σε μία από αυτές τις συνθήκες.

Η κύρια διαφορά με την πολιτική Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) είναι ότι η τελευταία εφαρμόζεται από εταιρείες των οποίων η εστίαση ή το επιχειρηματικό μοντέλο δεν έχει κοινωνικό χαρακτήρα. Με άλλα λόγια, πρόκειται για εταιρείες που δεν προσφέρουν απαραίτητα λύσεις σε κοινωνικά προβλήματα, αλλά απλώς συνεισφέρουν μέρος των κερδών τους σε κοινωνικούς σκοπούς.

Ο κοινωνικός επιχειρηματίας είναι ένας παράγοντας αλλαγής που βλέπει ευκαιρίες, ανάγκες και ελλείψεις και προσπαθεί να δημιουργήσει βελτιώσεις στο περιβάλλον του. Επιπλέον, είναι καινοτόμος, θέτει στόχους και εργάζεται για την επίτευξή τους.

Ο κοινωνικός επιχειρηματίας είναι ένα άτομο με πρωτοβουλία, ειλικρίνεια, αυτοέλεγχο, επιμονή, ανάληψη κινδύνων, υπευθυνότητα, ανοχή στην αβεβαιότητα, ευκαιρίες, αποφασιστικότητα και προσανατολισμό στον στόχο. Και βλέπει επίσης ευκαιρίες εκεί που οι άλλοι βλέπουν προβλήματα.

Το κεφάλαιο που απαιτείται για μια επιχείρηση είναι:

- Οικονομικό: σημαντικό για την ενίσχυση κάθε έργου.
- Γνωστική: γνώση του προβλήματος.
- Κοινωνικά: όλα τα δίκτυα και οι οργανισμοί βοήθειας για να συνδεθούν και να αναπτύξουν τα εγχειρήματα.
- Συμβολικές: αξίες της επιχειρηματικότητας που συνάδουν με τους εταίρους, ώστε να αναγνωρίζεται η επιχειρηματικότητα.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις δεν έρχονται μόνες τους, αλλά σε ένα δίκτυο, καθώς έτσι επωφελούνται όλοι οι εμπλεκόμενοι στο έργο. Γι' αυτό είναι σημαντικό να σκεφτόμαστε συλλογικά. Η επιτυχία για ένα επιχειρηματικό εγχείρημα μετριέται με βάση τα κέρδη, ενώ σε μια κοινωνική επιχείρηση το πιο σημαντικό είναι ο αντίκτυπος στην κοινότητα. Προφανώς, το οικονομικό μέρος είναι σημαντικό για να είναι το έργο βιώσιμο και να παράγει θετικά οφέλη, αλλά η σημασία έγκειται στην κοινωνική συνεισφορά που έχει.

Μια κοινωνική επιχείρηση πρέπει να φροντίζει:

- Ο αντίκτυπος: προσδιορίστε τα προβλήματα του πληθυσμού και ποιο θα είναι το όφελος που θα έχει.
- Να είναι βιώσιμη: η πρόθεση μιας κοινωνικής επιχείρησης είναι να διατηρηθεί με την πάροδο του χρόνου.
- Κερδοφόρα: δεν πρέπει να ξεχνάμε το οικονομικό μέρος της επιβίωσής μας.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να ευθυγραμμιστούν με την κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία με το να είναι χωρίς αποκλεισμούς, επιδιώκοντας δίκαιες και υποστηρικτικές εργασιακές σχέσεις, τοποθετώντας τον άνθρωπο στο επίκεντρο του επιχειρηματικού μοντέλου, μεγιστοποιώντας το κοινωνικό όφελος των ανθρώπων, καθώς και διασφαλίζοντας την κερδοφορία και τη βιωσιμότητα των εταιρειών.

Δύο τύποι κοινωνικής επιχειρηματικότητας μπορούν να διακριθούν αν εξετάσουμε την πηγή χρηματοδότησής τους. Δηλαδή, από πού προέρχονται τα χρήματα για να μπορέσουν να τις πραγματοποιήσουν.

Υπό αυτή την έννοια, μπορούμε να κάνουμε διάκριση μεταξύ αυτών των δύο:

**Εξαρτημένη:** Πρόκειται για έργα που χρηματοδοτούνται από φορείς εκτός του επιχειρηματία ή της εταιρείας. Μπορεί να είναι δημόσιοι ή ιδιωτικοί και είναι υπεύθυνοι για την επιδότηση των δράσεων πριν λάβουν οποιαδήποτε απόδοση.

**Ανεξάρτητος:** Αυτοχρηματοδοτούνται από την ίδια την εταιρεία μέσω των δράσεων που πραγματοποιούνται.

Εν ολίγοις, η κοινωνική επιχειρηματικότητα αποσκοπεί στην επίτευξη οικονομικής απόδοσης που προέρχεται από τις δράσεις ή τις προτάσεις που προτείνονται για την επίλυση ενός κοινωνικού προβλήματος. Δεν πρέπει ποτέ να ξεχνάμε την ευθύνη απέναντι στην κοινωνία που επιδιώκει το έργο μας.

## 1.2 Ο ρόλος των κοινωνικών επιχειρήσεων στην κοινωνία

Ο ρόλος της κοινωνικής οικονομίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι εξαιρετικά σημαντικός. Αντιπροσωπεί το 10% της ευρωπαϊκής οικονομίας. Απασχολεί περισσότερους από 11 εκατομμύρια εργαζόμενους, που αντιπροσωπεύουν το 4,5% του εργατικού δυναμικού της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Αντιπροσωπεί το 7,5% του ενεργού πληθυσμού στη Φινλανδία, το 5,7% στο Ηνωμένο Βασίλειο, το 5,4% στη Σλοβενία, το 4,1% στο Βέλγιο κ.λπ. Μία στις τέσσερις νέες επιχειρήσεις που δημιουργούνται κάθε χρόνο στην Ευρωπαϊκή Ένωση και ακόμη μία στις τρεις στη Φινλανδία είναι κοινωνική επιχείρηση.

Και ανταποκρινόμενες μέσω της κοινωνικής καινοτομίας σε ανάγκες που δεν έχουν ακόμη καλυφθεί, οι κοινωνικές επιχειρήσεις αποτελούν μέρος της έξυπνης ανάπτυξης. Λαμβάνοντας υπόψη τις

περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις και γεννημένες με μακροπρόθεσμο όραμα, δημιουργούν βιώσιμη ανάπτυξη. Επιπλέον, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στους ανθρώπους και την κοινωνική συνοχή, οι κοινωνικές επιχειρήσεις βρίσκονται στον πυρήνα της ανάπτυξης χωρίς αποκλεισμούς, δημιουργώντας βιώσιμες θέσεις εργασίας για γυναίκες, νέους και ηλικιωμένους.

Μεταξύ άλλων, ο ρόλος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην κοινωνία περιλαμβάνει:

- Πρόκειται για ένα εγχείρημα που αποσκοπεί στην ευημερία των κοινοτήτων και της κοινωνίας στο σύνολό της.
- Καινοτόμες λύσεις σε κοινωνικά προβλήματα.
- Η διοικητική ομάδα είναι υπεύθυνη και αφοσιωμένη.
- Αναζητούν βιώσιμες λύσεις που μπορούν να διατηρηθούν οικονομικά μακροπρόθεσμα.
- Συμμετοχή της κοινότητας στη διαδικασία σχεδιασμού και εφαρμογής λύσεων.
- Ο αντίκτυπος είναι μετρήσιμος. Εστιάζουν στα αποτελέσματα για να μετρήσουν τόσο τον κοινωνικό όσο και τον οικονομικό αντίκτυπο.
- Ενισχύει τη συνεργασία μεταξύ διαφόρων φορέων, όπως επιχειρήσεις, μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, κυβερνήσεις και κοινωνία των πολιτών.
- Επιδιώκει την ενδυνάμωση των κοινοτήτων ώστε να τις εφοδιάσει με δεξιότητες, πόρους και ευκαιρίες.
- Προωθούν την ένταξη με την αντιμετώπιση των ανισοτήτων και τη δημιουργία ευκαιριών για τους πιο ευάλωτους.
- Επιδιώκουν να εξισορροπήσουν την οικονομική κερδοφορία με τον κοινωνικό αντίκτυπο, δηλαδή επιδιώκουν την κοινωνική κερδοφορία.

Συμβάλλουν στην αύξηση της κοινωνικής ευαισθητοποίησης, κινητοποιώντας την κοινωνία να συμμετάσχει στην επίλυση αυτών των προβλημάτων.

### 1.3 Ιστορικές ρίζες και ανάπτυξη

Ο όρος "κοινωνική επιχειρηματικότητα" ή "κοινωνικός επιχειρηματίας" δεν είναι όρος αυτού του αιώνα. Όλα ξεκινούν από τις απαρχές της κοινωνικής οικονομίας, τον δέκατο ένατο αιώνα, η οποία αυτοπροσδιορίζεται ως εκείνη η οικονομική δραστηριότητα κατά την οποία οι άνθρωποι που εργάζονται σε μια εταιρεία δεν επιδιώκουν μόνο να επιτύχουν οικονομικούς στόχους αλλά και να τους επιτύχουν χωρίς να εκμεταλλεύονται ή να καταστρέφουν το περιβάλλον και ότι πρόκειται για μια ικανοποιητική εργασιακή εμπειρία.

Σε όλη την ανθρώπινη ιστορία, υπήρξαν επιχειρηματίες με έμφυτη ικανότητα να επηρεάζουν τις κοινότητές τους. Ωστόσο, είναι αδύνατο να παραλείψουμε δύο πρωτοπόρους όπως ο Μπιλ Ντρέιτον και ο Μοχάμεντ Γιούνους.

Ο William Drayton (γεννημένος το 1943 στη Νέα Υόρκη) είναι Αμερικανός κοινωνικός επιχειρηματίας, γνωστός ως ιδρυτής της Ashoka, της μεγαλύτερης ένωσης κοινωνικών επιχειρηματιών στον κόσμο. Έχει συνδεθεί ανέκαθεν με το "κίνημα των πολιτικών δικαιωμάτων".

Είναι γνωστός ως ο πατέρας της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, καθώς ήταν αυτός που επινόησε τον όρο Κοινωνικός Επιχειρηματίας για να αναφερθεί σε ανθρώπους που αντιμετωπίζουν με καινοτόμο τρόπο, με όλη τους την ενέργεια, το πάθος και την επιμονή τους την επίλυση των σημαντικότερων προβλημάτων των κοινωνιών μας.

Πριν από 30 χρόνια, ίδρυσε την Ashoka, μια κοινότητα περίπου 3.000 καινοτόμων κοινωνικών επιχειρηματιών από 70 χώρες, η οποία προωθεί τις πιο σημαντικές και καινοτόμες ιδέες για τον κοινωνικό μετασχηματισμό. Η Ashoka υποστηρίζει τους κοινωνικούς επιχειρηματίες στην έναρξη των καινοτομιών τους, στη διάδοσή τους σε όλο τον κόσμο και στη συνεργασία μεταξύ τους για την επίτευξη του μεγαλύτερου δυνατού κοινωνικού αντίκτυπου.

Πριν από 30 χρόνια, ίδρυσε την Ashoka, μια κοινότητα περίπου 3.000 καινοτόμων κοινωνικών επιχειρηματιών από 70 χώρες, η οποία προωθεί τις πιο σημαντικές και καινοτόμες ιδέες για τον κοινωνικό μετασχηματισμό. Η Ashoka υποστηρίζει τους κοινωνικούς επιχειρηματίες στην έναρξη των καινοτομιών τους, στη διάδοσή τους σε όλο τον κόσμο και στη συνεργασία μεταξύ τους για την επίτευξη του μεγαλύτερου δυνατού κοινωνικού αντίκτυπου.

Ο Μωάμεθ απεικονίζει τέλεια το έργο των κοινωνικών επιχειρηματιών: πώς μια καινοτόμος ιδέα (παροχή πίστωσης σε φτωχές γυναίκες) μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία κοινωνικής αλλαγής παγκόσμιας σημασίας και μεγέθους. Στη δεκαετία του 1970, ο καθηγητής Γιούνους ανέπτυξε ένα μοντέλο μικροπιστώσεων στο Μπαγκλαντές που άλλαξε τον τρόπο με τον οποίο καταπολεμάται η φτώχεια σε όλο τον κόσμο. Εκατομμύρια άνθρωποι επωφελούνται από τις μικροπιστώσεις-περισσότερες από 6,6 εκατομμύρια γυναίκες και άνδρες είναι πελάτες της Grameen Bank.

Έκτοτε, πολλοί κοινωνικοί επιχειρηματίες ακολούθησαν τον δρόμο του Drayton ή του Yunus. Επί του παρόντος, περισσότερα από 40 εκατομμύρια άτομα και οντότητες σε όλο τον κόσμο μπορούν να υπαχθούν σε αυτή την κατηγορία, σύμφωνα με στοιχεία της B Corporation, της εταιρείας στις



Ηνωμένες Πολιτείες που είναι υπεύθυνη για την πιστοποίηση ότι ένας κοινωνικός επιχειρηματίας πληροί όλες τις προϋποθέσεις για να είναι τέτοιος.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ II : Δημιουργία και κλιμάκωση κοινωνικών επιχειρήσεων

### 2.1. Εντοπισμός και ορισμός των κοινωνικών προβλημάτων

Ωστόσο, υπάρχουν πολλά διαφορετικά είδη κοινωνικών προβλημάτων και για πρακτικούς λόγους μπορούμε να τα κατατάξουμε στις ακόλουθες κατηγορίες:

- Άνιση πρόσβαση στην εκπαίδευση
- Ανεργία των νέων
- Περιορισμένη πρόσβαση σε υπηρεσίες υγείας
- Έλλειψη προσιτής στέγασης
- Περιβαλλοντική κυριαρχία
- Ανισότητα των φύλων
- Πείνα και υποσιτισμός
- Περιορισμένη πρόσβαση σε καθαρό νερό
- Εκτοπισμός και μετανάστευση
- Διακρίσεις και κοινωνικός αποκλεισμός

Ο εντοπισμός και η αντιμετώπιση των κοινωνικών αναγκών είναι μια κρίσιμη πτυχή της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Πρέπει να κατανοήσουμε τον πληθυσμό-στόχο και τις μοναδικές προκλήσεις του, καθώς αυτές είναι οι βασικές αιτίες της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Αλληλεπίδραση με την κοινότητα. Για να είναι γόνιμη η ανάλυση αναγκών, είναι απαραίτητο να συνεργαστείτε με την κοινότητα που επηρεάζεται από το πρόβλημα. Μπορούμε να αλληλεπιδράσουμε μέσω ερευνών, τοπικών ομάδων, προσωπικών συνεντεύξεων κ.λπ. Πληροφορίες από πρώτο χέρι για τις εμπειρίες, τις προοπτικές και τις προτεραιότητές τους.

Συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η αντιμετώπιση των κοινωνικών αναγκών απαιτεί συχνά τη συνεργασία διαφόρων ενδιαφερόμενων φορέων. Σε αυτούς μπορεί να περιλαμβάνονται κυβερνητικές υπηρεσίες, οργανισμοί, μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, επιχειρήσεις και οργανώσεις, οργανώσεις με βάση την κοινότητα κ.λπ. Πρέπει να οικοδομήσουμε συμπράξεις και να συνεργαστούμε για την παραγωγή πιο ολοκληρωμένων και αποτελεσματικών λύσεων.

Προτεραιότητα στις βιώσιμες λύσεις: Πρέπει να δοθεί προτεραιότητα στις βιώσιμες λύσεις που αντιμετωπίζουν τη βασική αιτία των κοινωνικών αναγκών, ώστε να υπάρξει διαρκής αντίκτυπος. Δηλαδή, η λύση πρέπει να είναι οικονομικά βιώσιμη μακροπρόθεσμα και ταυτόχρονα να προσφέρει μια βιώσιμη αλλαγή στην κοινωνία.

## 2.2. Ιδέα και καινοτομία στην κοινωνική επιχειρηματικότητα

"Ιδεολογία" είναι η διαδικασία σκέψης, παραγωγής και επικοινωνίας ιδεών. Η διαδικασία αυτή μπορεί να είναι σε ατομικό επίπεδο ή σε οργανωτικό επίπεδο. Οι οργανισμοί συχνά προγραμματίζουν συνεδρίες ιδεοληψίας για να ενδυναμώσουν τις καινοτομίες και να βρουν βιώσιμες και αποτελεσματικές λύσεις. Πρόκειται για μια δυναμική διαδικασία στην οποία κάθε συμμετέχων συνεισφέρει τις αντίστοιχες συνεισφορές του.

Ανταλλαγή σκέψεων, απόψεων, πεποιθήσεων και στόχων. Συζητείται το πρόβλημα και προτείνεται μια καινοτόμος λύση στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Πρόκειται για μια πολύ εμπλουτιστική διαδικασία, καθώς κάθε μέλος μπορεί να δει το πρόβλημα και τη λύση με διαφορετικό τρόπο.

Μέσω των ομάδων εργασίας που εργάζονται ως ομάδα, είναι δυνατόν να επιτευχθούν οφέλη και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που δεν θα μπορούσαν να επιτευχθούν μεμονωμένα.

Μέσω των ομάδων εργασίας που εργάζονται ως ομάδα, είναι δυνατόν να επιτευχθούν οφέλη και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που δεν θα μπορούσαν να επιτευχθούν μεμονωμένα.

- Άμεσες λύσεις: Στρατηγικές άμεσης, επίλυσης προβλημάτων
- Παράγωγες ιδέες: χρησιμοποιούνται για τη βελτίωση μιας υπάρχουσας ιδέας.
- Συμβιωτικές ιδέες: συγχώνευση ελλিপών ιδεών για τη δημιουργία ενός ενιαίου σχεδίου ή λύσης κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Η διαδικασία ιδεοληψίας συχνά καταλήγει σε καινοτομία στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, η οποία είναι ζωτικής σημασίας για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που έχουν εντοπιστεί με βιώσιμο τρόπο. Η καινοτομία μπορεί να συμβεί με διάφορους τρόπους:

- Επιχειρηματικά μοντέλα πλυντηρίων
- Δημιουργική χρήση των τεχνολογιών για την αντιμετώπιση κοινωνικών ζητημάτων
- Δημιουργία συνεργασιών και στρατηγικών συμμαχιών που δημιουργούν καινοτόμες συνέργειες που βελτιστοποιούν τους πόρους.
- Σχεδιασμός με επίκεντρο τον χρήστη, κατά τον οποίο οι τελικοί δικαιούχοι σχεδιάζουν τη διαδικασία για την αύξηση της αποτελεσματικότητας και της βιωσιμότητας.
- Προσδιορισμός καινοτόμων χρηματοδοτήσεων
- Ανοιχτή κοινωνική καινοτομία που προωθεί την ενεργό συμμετοχή της κοινότητας για τη δημιουργία δημιουργικών και αποτελεσματικών λύσεων.

Επομένως, η καινοτομία στην κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν περιλαμβάνει μόνο την εισαγωγή νέων ιδεών, αλλά και νέων ικανοτήτων που πρέπει να εφαρμοστούν αποτελεσματικά για να επιφέρουν θετικές και βιώσιμες αλλαγές στην κοινωνία.

### 2.3. Ανάπτυξη επιχειρηματικού μοντέλου για την κοινωνική επιχειρηματικότητα

Για την ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού μοντέλου στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, απαιτούνται ιδιότητες και δεξιότητες για τη διατήρηση μιας αποτελεσματικής ισορροπίας μεταξύ των κοινωνικών στόχων και της οικονομικής βιωσιμότητας του εγχειρήματος. Παρακάτω, παραθέτουμε ορισμένα πρακτικά βήματα που μπορούν να ακολουθηθούν με τάξη για τη δημιουργία μιας ισχυρής και κοινωνικής επιχείρησης.

**Προσδιορισμός ενός κοινωνικού προβλήματος:** πρόκειται για την αναγνώριση μιας κοινωνικής ή περιβαλλοντικής κατάστασης που επηρεάζει μια ομάδα ανθρώπων ή την κοινωνία. Αυτό είναι το πρόβλημα που θέλουμε να αντιμετωπίσουμε. Για να το κάνουμε αυτό, πρέπει να γνωρίζουμε τα αίτια και τις τρέχουσες επιπτώσεις στην κοινότητα. Απαιτεί έρευνα και συζητήσεις με ενδιαφερόμενους ανθρώπους. Ανακεφαλαιώστε μαρτυρίες, συμβουλευτείτε ειδικούς και αναλύστε τις πηγές ειδήσεων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για πληροφορίες σχετικά με το πρόβλημα.

**Καθορισμός της αποστολής και των στόχων:** Μόλις εντοπιστεί η ανάγκη που θέλουμε να ικανοποιήσουμε, θα καθοριστούν η αποστολή και οι ειδικοί στόχοι της κοινωνικής επιχείρησης. Πρόκειται για τον καθορισμό ενός μακροπρόθεσμου οράματος και των βραχυπρόθεσμων ορόσημων που πρέπει να αναληφθούν για να παραδώσουμε τη λύση μας κοινωνικά και οικονομικά βιώσιμη.

**Προσδιορισμός των πελατών-στόχων:** Στη συνέχεια θα προσδιορίσουμε τους πελάτες-στόχους. Δηλαδή, ποιοι είναι οι δικαιούχοι της λύσης μας, και έτσι να κατανοήσουμε τις συγκεκριμένες ανάγκες τους.

**Έρευνα αγοράς και ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων:** Στη συνέχεια, θα διεξάγουμε έρευνα αγοράς για να αξιολογήσουμε τη βιωσιμότητα του μοντέλου. Θα αναλύσουμε τον ανταγωνισμό και τις τάσεις της αγοράς, καθώς και τις ευκαιρίες ανάπτυξης.

**Ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων που αντιμετωπίζουν το εντοπισμένο πρόβλημα και είναι πρακτικές, επεκτάσιμες και βιώσιμες μακροπρόθεσμα.**

**Καθορίστε το μοντέλο χρηματοδότησης, καθώς και το μελλοντικό μοντέλο εσόδων.**

**Καθορισμός μετρήσιμων και συγκεκριμένων δεικτών αντικτύπου για την πρόοδο προς την επίτευξη των κοινωνικών στόχων.**

**Δημιουργία συμμαχιών και συνεργασιών με άλλους οργανισμούς, εταιρείες, δημόσιους φορείς και κυβερνήσεις, προκειμένου να ενισχυθεί η επιχειρηματικότητα.**

**Σχέδιο υλοποίησης:** η στρατηγική μάρκετινγκ, οι λειτουργίες, οι ανθρώπινοι πόροι και κάθε άλλη βασική πτυχή του εγχειρήματός σας.

**Σχέδιο επικοινωνίας:** Επικοινωνία των επιτευγμάτων και των αναγκών της αποστολής σε όλους τους ενδιαφερόμενους, τους συνεργάτες, τους δωρητές, τους πελάτες και την κοινότητα γενικότερα.

Σχέδιο συνεχούς αξιολόγησης για την παρακολούθηση των δραστηριοτήτων και του αντίκτυπου.

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ : Προκλήσεις και δεοντολογικοί προβληματισμοί

#### 3.1. Ηθικά διλήμματα στην κοινωνική επιχειρηματικότητα

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζει επίσης ορισμένα ηθικά διλήμματα. Τα διλήμματα αυτά μπορεί να προκύψουν λόγω της διττής φύσης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, η οποία επιδιώκει να εξισορροπήσει οικονομικούς και κοινωνικούς στόχους. Ακολουθούν ορισμένα συνήθη ηθικά διλήμματα στην κοινωνική επιχειρηματικότητα:

**Κερδοφορία έναντι κοινωνικού αντίκτυπου:**

**Δίλημμα:** Προτεραιότητα στο κέρδος για την εξασφάλιση της οικονομικής βιωσιμότητας ή εστίαση στη μεγιστοποίηση του κοινωνικού αντίκτυπου, ακόμη και αν αυτό σημαίνει μείωση των οικονομικών αποδόσεων;

**Επιλογή δικαιούχου:**

**Δίλημμα:** Πώς θα αποφασιστεί ποιος επωφελείται από τις κοινωνικές λύσεις: να δοθεί προτεραιότητα σε όσους έχουν μεγαλύτερη ανάγκη ή σε όσους έχουν την οικονομική δυνατότητα να πληρώσουν για την υπηρεσία;

**Εκτίμηση επιπτώσεων:**

**Δίλημμα:** Πώς να μετρηθεί και να αξιολογηθεί με ακρίβεια ο κοινωνικός αντίκτυπος - είναι πιο ηθικό να εστιάζουμε στον αριθμό των δικαιούχων ή στο βάθος της αλλαγής στη ζωή λίγων;

**Συμμετοχή της Κοινότητας:**

**Δίλημμα:** Πώς να συμμετέχουν οι πληγείσες κοινότητες στη λήψη αποφάσεων; Να αποφευχθεί ο κίνδυνος πατερναλισμού και να εξασφαλιστεί η πραγματική συμμετοχή;

**Ανταγωνισμός έναντι συνεργασίας:**

**Δίλημμα:** Ανταγωνισμός με άλλες κοινωνικές οργανώσεις για πόρους και προσοχή ή συνεργασία για τη μεγιστοποίηση του συλλογικού αντίκτυπου;

**Διαφάνεια και επικοινωνία:**

**Δίλημμα:** Πόσες πληροφορίες πρέπει να μοιράζονται για τις εσωτερικές λειτουργίες και προκλήσεις-σε ποιο βαθμό πρέπει να τονίζεται ο θετικός αντίκτυπος χωρίς να δημιουργούνται μη ρεαλιστικές προσδοκίες;

**Ηθική αλυσίδα εφοδιασμού:**

Δίλημμα: Πώς να διασφαλιστεί μια ηθική και βιώσιμη αλυσίδα εφοδιασμού; Προτεραιότητα στους τοπικούς προμηθευτές, ακόμη και αν το κόστος είναι υψηλότερο;

Τεχνολογική καινοτομία και μετατόπιση της εργασίας.

### 3.2. Εξισορρόπηση κέρδους και κοινωνικού αντίκτυπου

Η εξισορρόπηση των οικονομικών οφελών και του κοινωνικού αντίκτυπου είναι μία από τις θεμελιώδεις προκλήσεις για τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Οι οργανισμοί αυτοί επιδιώκουν να δημιουργήσουν θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία, διατηρώντας παράλληλα την οικονομική βιωσιμότητα. Ακολουθούν ορισμένες στρατηγικές για την επίτευξη μιας επιτυχημένης ισορροπίας:

Σαφήνεια στην αποστολή και τις αξίες:

Καθορίστε με σαφήνεια την αποστολή και τις αξίες της κοινωνικής σας επιχείρησης. Ο καθορισμός μιας σταθερής βάσης θα βοηθήσει στην καθοδήγηση των αποφάσεων και των δράσεων του οργανισμού, διασφαλίζοντας ότι τόσο ο κοινωνικός αντίκτυπος όσο και τα οικονομικά οφέλη είναι ευθυγραμμισμένα με την αποστολή.

Βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο:

Ανάπτυξη ενός βιώσιμου επιχειρηματικού μοντέλου που επιτρέπει την παραγωγή εσόδων με παράλληλη επιδίωξη κοινωνικών στόχων. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη διαφοροποίηση των ροών εσόδων, την επιδίωξη επενδύσεων με αντίκτυπο και την εφαρμογή υγιών χρηματοοικονομικών στρατηγικών.

Μέτρηση επιπτώσεων:

Εφαρμόστε ισχυρά συστήματα μέτρησης του αντικτύπου για την αποτελεσματική αξιολόγηση και κοινοποίηση του κοινωνικού αντικτύπου των δραστηριοτήτων σας. Αυτό μπορεί να συμβάλει καθοριστικά στην προσέλκυση επενδυτών, εταίρων και πελατών με γνώμονα την αποστολή.

Κοινωνική καινοτομία:

Ενισχύει την κοινωνική καινοτομία για την εξεύρεση δημιουργικών λύσεων που αντιμετωπίζουν τις κοινωνικές προκλήσεις, δημιουργώντας παράλληλα οικονομική αξία. Η καινοτομία μπορεί να είναι το κλειδί για τον εντοπισμό ευκαιριών που ωφελούν τόσο την κοινωνία όσο και τις επιχειρήσεις.

Στρατηγικές συνεργασίες:

Δημιουργήστε στρατηγικές συμμαχίες με οργανισμούς, κυβερνήσεις ή εταιρείες που μοιράζονται παρόμοιους στόχους. Η συνεργασία μπορεί να ενισχύσει την ικανότητά σας να αντιμετωπίσετε κοινωνικά ζητήματα, ενώ παράλληλα δημιουργεί οικονομικές συνέργειες.

Διαφάνεια και λογοδοσία:

Ενθαρρύνετε τη διαφάνεια και τη λογοδοσία σε όλους τους τομείς της κοινωνικής σας επιχείρησης. Η ανοιχτή επικοινωνία σχετικά με τον τρόπο διαχείρισης των οικονομικών και τον τρόπο με τον οποίο επιτυγχάνεται ο κοινωνικός αντίκτυπος συμβάλλει στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης μεταξύ διαφορετικών ενδιαφερομένων μερών.

Συμμετοχή των εργαζομένων:

Εμπλέξτε τους υπαλλήλους σας στην αποστολή και τους στόχους της κοινωνικής επιχείρησης. Μια αφοσιωμένη και κινητοποιημένη ομάδα μπορεί να αποτελέσει πολύτιμο πλεονέκτημα στην αναζήτηση ισορροπίας μεταξύ κερδών και κοινωνικού αντίκτυπου.

### 3.3. Νομικά και κανονιστικά πλαίσια

Το νομικό και κανονιστικό πλαίσιο για την κοινωνική επιχειρηματικότητα διαφέρει από χώρα σε χώρα και από περιοχή σε περιοχή. Ακολουθούν βασικές πτυχές που πρέπει να λάβουν υπόψη τους οι κοινωνικοί επιχειρηματίες όσον αφορά τους νόμους και τους κανονισμούς:

Νομική μορφή:

Μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί: Πολλές κοινωνικές επιχειρήσεις επιλέγουν να λειτουργούν ως μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί ή παρόμοιες οντότητες, οι οποίες μπορεί να παρέχουν φορολογικά οφέλη και να υπόκεινται σε ειδικούς κανονισμούς σχετικά με τις φιλανθρωπικές τους δραστηριότητες.

Φορείς κερδοσκοπικού χαρακτήρα: Ορισμένες κοινωνικές επιχειρήσεις λειτουργούν ως κερδοσκοπικές οντότητες, όπως οι κοινωνικές επιχειρήσεις ή οι κοινωφελείς εταιρείες, επιδιώκοντας μια ισορροπία μεταξύ κοινωνικών και οικονομικών στόχων.

Εγγραφή και συμμόρφωση:

Απαιτήσεις εγγραφής: Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την καταχώρηση της ίδιας της οργάνωσης, την απόκτηση αφορολόγητου καθεστώτος και τη συμμόρφωση με τις τοπικές απαιτήσεις εγγραφής επιχειρήσεων.

Φορολογική συμμόρφωση: Ανάλογα με τη νομική δομή, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορεί να είναι επιλέξιμες για φορολογικές απαλλαγές ή εκπτώσεις. Η κατανόηση και η συμμόρφωση με τους φορολογικούς κανονισμούς είναι ζωτικής σημασίας.

Έκθεση κοινωνικού αντίκτυπου:

Διαφάνεια και υποβολή εκθέσεων: Ορισμένες δικαιοδοσίες μπορεί να απαιτούν από τις κοινωνικές επιχειρήσεις να υποβάλλουν εκθέσεις σχετικά με τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπό τους. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει την τακτική υποβολή εκθέσεων σχετικά με μετρήσεις που σχετίζονται με την αποστολή και τους στόχους του οργανισμού.

Χρηματοδότηση και επενδύσεις:

Crowdfunding και επιχορηγήσεις: Συχνά οι κοινωνικές επιχειρήσεις βασίζονται σε διάφορες πηγές χρηματοδότησης, όπως η χρηματοδότηση από το πλήθος και οι επιχορηγήσεις. Τα νομικά ζητήματα μπορεί να περιλαμβάνουν τη συμμόρφωση με τους κανονισμούς για το crowdfunding και την τήρηση των όρων των επιχορηγήσεων.

Επενδύσεις κοινωνικού αντίκτυπου: Σε περιπτώσεις όπου οι κοινωνικές επιχειρήσεις αναζητούν επενδύσεις, μπορούν να διερευνήσουν τις επιλογές επενδύσεων κοινωνικού αντίκτυπου. Αυτό μπορεί να συνεπάγεται τη συμμόρφωση με τους κανονισμούς περί κινητών αξιών και τη διασφάλιση ότι οι επενδυτές κατανοούν τους κοινωνικούς και οικονομικούς στόχους.

## ΣΥΝΟΨΗ/ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ως συμπέρασμα αυτής της ενότητας, θα θέλαμε να επισημάνουμε ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ένα από τα οικονομικά μοντέλα που προτείνονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και πολλές δυτικές χώρες για τον μετασχηματισμό της κοινωνίας. Αυτό συμβαίνει επειδή προωθεί μια κοινωνία χωρίς αποκλεισμούς και με μεγαλύτερη ποικιλομορφία, όπου οι επιχειρηματικοί στόχοι δεν συνδέονται μόνο με το οικονομικό κέρδος, αλλά λαμβάνουν επίσης υπόψη τις ανάγκες της κοινωνίας.

Θα θέλαμε επίσης να τονίσουμε ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει τις ιστορικές της ρίζες σε πρωτοβουλίες που αναπτύχθηκαν τον 20ό αιώνα.

Πρόκειται για ένα μοντέλο που έχει ήδη αποδειχθεί αποτελεσματικό.

Ενθαρρύνουμε τους νέους και τους εργαζόμενους σε θέματα νεανικής επιχειρηματικότητας να προωθήσουν τον εντοπισμό κοινωνικών προβλημάτων που μπορούν να αντιμετωπιστούν με καινοτόμο τρόπο μέσω της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Είμαστε πεπεισμένοι ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα συμβάλλει στην ένταξη των νέων στην αγορά εργασίας, είτε από την άποψη της επιχειρηματικότητας είτε για να εργαστούν σε εταιρείες που έχουν ήδη εδραιωθεί και συμβάλλουν στην κοινωνική καινοτομία.

Στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης υπάρχουν πολλά προγράμματα που ευνοούν την κοινωνική επιχειρηματικότητα, γι' αυτό ενθαρρύνουμε τους τοπικούς φορείς αλλαγής να διερευνήσουν τις υπάρχουσες ευκαιρίες χρηματοδότησης και τον τρόπο πρόσβασης σε αυτές.

Είμαστε πεπεισμένοι ότι η χρήση τους με τον προτεινόμενο τρόπο θα δημιουργήσει τον σπόρο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στους νέους μας.

## ΠΗΓΕΣ

Fundación Telefónica. (2018). Competencias para el emprendimiento social y tecnológico. Αρκετοί ομιλητές: Γενική επισκόπηση των κεφαλαίων.

Gonzalez O., Peña R., Contreras A. (2019). Políticas de Emprendimiento en Europa,. Earthscan. <https://ojs.uv.es/index.php/IREP/article/view/16458>

Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2021). Κοινωνική Επιχειρηματικότητα Initiative. <https://www.cairn-mundo.info/revista-las-politicas-sociales-en-europa-2018-1-page-67.htm>

Yunus, M. (2007). Δημιουργώντας έναν κόσμο χωρίς φτώχεια: Κοινωνικές επιχειρήσεις και το μέλλον του καπιταλισμού. PublicAffairs.

Elkington, J., & Hartigan, P. (2008). The Power of Unreasonable People: How Social Entrepreneurs Create Markets That Change the World. Harvard Business Review Press.





**Κοινοπραξία:**



Disclaimer: Η παρούσα δημοσίευση αντνακλά τις απόψεις μόνο του συγγραφέα και η Επιτροπή δεν φέρει ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν [Αριθμός έργου: 2022-2-FR02-KA220-YOU-000099414]