



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.

ΚΙΝΗΤΡΑ-ΕΜΠΟΔΙΑ»

ΣΤΕΛΛΑ ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΚΟΛΟΒΟΥ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΔΡ. ΜΠΕΛΛΟΥ ΒΙΚΤΩΡΙΑ-ΜΑΡΙΑ

ΛΑΡΙΣΑ 2021

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ

Η Κολοβού Στέλλα του Βασιλείου, μεταπτυχιακή φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι η παρούσα μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία με τίτλο, «Κοινωνική επιχειρηματικότητα. Κίνητρα-Εμπόδια » εκπονήθηκε από εμένα την ίδια, εκφράζει τις προσωπικές μου απόψεις και εμπειρίες. Οι πηγές από τις οποίες έγινε χρήση δεδομένων αναφέρονται ρητά τόσο στη βιβλιογραφία όσο και στο σώμα του κειμένου.

Λάρισα, Φεβρουάριος 2021

Κολοβού Στέλλα

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'S. Kolobou', written over a horizontal line.

(Υπογραφή)

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Οι έννοιες της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και των κοινωνικών επιχειρήσεων εξακολουθούν να αποτελούν αντικείμενο έρευνας τα τελευταία χρόνια, με τους κοινωνικούς συνεταιρισμούς να διαδραματίζουν ολοένα και πιο σημαντικό ρόλο στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη. Η δημιουργία μιας κοινωνικής επιχειρήσεις, υπό ένα συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο, φέρει, ενίοτε, τον εν δυνάμει επιχειρηματία αντιμέτωπο με εμπόδια και δυσκολίες προς την κατεύθυνση αυτή. Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να εξηγήσει τις έννοιες της κοινωνικής οικονομίας και κοινωνικής επιχειρηματικότητας και να διερευνήσει τα εμπόδια αλλά πρωτίστως τα κίνητρα που ωθούν τους κοινωνικούς επιχειρηματίες να δημιουργήσουν μια κοινωνική επιχείρηση καθώς και άλλες μεταβλητές που σχετίζονται με την ανάπτυξη και την βιωσιμότητα της. Για την επίτευξη του σκοπού της εργασίας διενεργείται εμπειρική έρευνα που βασίζεται σε μια διερευνητική μελέτη συλλογής και ανάλυσης δεδομένων, που προέκυψαν από 14 συνεντεύξεις σε κοινωνικούς επιχειρηματίες από την Ελλάδα. Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι τα άτομα έλκονται από αυτό το είδος της επιχειρηματικότητας, ενώ τα εμπόδια δεν φαίνεται να δρουν ανασταλτικά προς την ανάπτυξη της. Τα προσδοκώμενα αποτελέσματα της παρούσας εργασίας, να μπορεί κάποιος να διακρίνει τις έννοιες της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και της κοινωνικής οικονομίας, να γνωρίσει το θεσμικό πλαίσιο μιας κοινωνικής επιχείρησης ενώ τα ευρήματα της έρευνας δύναται να αποτελέσουν μια εμπειρική βάση δεδομένων για περαιτέρω διερεύνηση.

Λέξεις κλειδιά: Κοινωνική επιχειρηματικότητα, κοινωνική οικονομία, κοινωνική επιχείρηση, κίνητρα, εμπόδια

ABSTRACT

The concepts of social entrepreneurship and social enterprise have continued to be explored in recent years, with social cooperatives playing an increasingly important role in economic and social development. The creation of a social enterprise, under a specific institutional framework, sometimes brings the potential entrepreneur faced with obstacles and difficulties in this direction. The purpose of this paper is to explain the concepts of social economy and social entrepreneurship and to explore the obstacles but above all the motivations that push social entrepreneurs to create a social enterprise as well as other variables related to its development and sustainability. In order to achieve the purpose of the work, an empirical research is carried out based on an exploratory study of data collection and analysis, which resulted from 14 interviews with social entrepreneurs from Greece. The results of the research show that people are attracted to this type of entrepreneurship, while obstacles do not seem to act as a barrier to its development. The expected results of the present work are to be able to distinguish the concepts of social entrepreneurship and social economy to know the institutional framework of a social enterprise while the research findings can be an empirical database for further investigation.

Keywords: Social entrepreneurship, social economy, social enterprise, motives, obstacles

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
ABSTRACT	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
1. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ..	9
1.1.1. Η άνοδος της κοινωνικής οικονομίας.....	9
1.1.2. Ορισμός της Κοινωνικής Οικονομίας.....	9
1.1.3. Οι Αρχές και τα χαρακτηριστικά της κοινωνικής οικονομίας.....	10
1.1.4. Φορείς της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας και πεδία δραστηριοτήτων	11
1.1.5. Πρώτες μορφές κοινωνικής οικονομίας.	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	13
2.1. Κοινωνική επιχειρηματικότητα	13
2.2. Κοινωνικές Επιχειρήσεις	14
2.2.1. Τα Χαρακτηριστικά της Κοινωνικής Επιχείρησης.....	15
2.2.3. Κατηγορίες Κοινωνικών Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων	16
2.2.4. Το Θεσμικό Πλαίσιο για τις Κοινωνικές Επιχειρήσεις	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ.....	18
3.1. Χαρακτηριστικά κοινωνικού επιχειρηματία.....	18
3.2. Σύγκριση Κοινωνικού και Συμβατικού Επιχειρηματία.....	19
3.3. Κίνητρα δημιουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων	20
3.4. Κίνητρα εργασίας σε φορείς Κοινωνικής Οικονομίας.....	21
3.5. Προβλήματα και εμπόδια ανάπτυξης της κοινωνικής επιχείρησης	21
2.ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	23
1.1. Σκοπός της έρευνας.....	23
1.1.2. Μεθοδολογία έρευνας	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	25
2.1. Δείγμα της έρευνας	25
2.2. Έλεγχος αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου.....	27
2.3. Περιγραφική παρουσίαση των αποτελεσμάτων.....	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	37

5.1. Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.....	38
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....	39
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΟΝΤΩΝ Κ.Ε. ..	47
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: ΑΠΟΜΑΓΝΗΤΟΦΩΝΗΣΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ	49
Κατάλογος Πινάκων	
Πίνακας 1: Οικονομικά και κοινωνικά κριτήρια κοινωνικών επιχειρήσεων.....	16
Κατάλογος εικόνων	
Εικόνα 1: Κυκλικό διάγραμμα φύλου.....	25
Εικόνα 2: Κυκλικό διάγραμμα ηλικίας	26
Εικόνα 3: Κυκλικό διάγραμμα οικογενειακής κατάστασης.....	27
Εικόνα 4: Κυκλικό διάγραμμα επιπέδου εκπαίδευσης.....	27
Συντομογραφίες και Ακρωνύμια	
Κ.Ε. :Κοινωνική επιχείρηση	
Κ.Ο. :Κοινωνική Οικονομία	
ΓΣΕΕ: Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδας	
ΚΑΛΟ: Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία	
ΚΟΙΝΣΕΠ: Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις	
CIREC: Διεθνές Κέντρο Έρευνας και Πληροφόρησης για τη Δημόσια, Κοινωνική και Συνεργατική Οικονομία	
EMES :Ευρωπαϊκό Ερευνητικό Δίκτυο για τις Κοινωνικές Επιχειρήσεις	

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστώ θερμά την κ. Βικτωρία- Μαρία Μπέλλου που μου έκανε την τιμή και δέχτηκε να επιβλέψει την εκπόνηση της διπλωματικής μου εργασίας, για την καθοδήγηση, τις συμβουλές και το ενδιαφέρον που μου παρείχε καθ' όλη την διάρκεια. Επιπλέον θα ήθελα να την ευχαριστήσω για την ικανοποίηση, τη χαρά και την συγκίνηση που ένιωσα από την επιλογή μου να ασχοληθώ με το συγκεκριμένο θέμα στη διπλωματική εργασία μου.

Ευχαριστώ επίσης την οικογένεια μου, τον σύζυγο μου Γκιτσιρίγγο Χρήστο και τα παιδιά μου, Γιώργο, Βασίλη, Χρύσα και τους φίλους μου, για την στήριξη τους, την ανοχή και την υπομονή τους για τις ατέλειωτες ώρες της απουσίας μου.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η κοινωνική οικονομία, αποτελεί στρατηγικό μέσο για την κοινωνία των πολιτών στην επίλυση σημαντικών κοινωνικών προβλημάτων (Capri,1997) με την ίδια την έννοια να αποτελεί θέμα πολλών μελετητών καθώς η διαθέσιμη βιβλιογραφία δεν έχει καταλήξει σε ένα σαφή ορισμό (Bacq & Janssen, 2011), γεγονός που μαρτυρά την δυναμική του όρου και τον εξελικτικό του χαρακτήρα. Στο πλαίσιο των βασικών αρχών της κοινωνικής οικονομίας, δημιουργήθηκαν οργανώσεις, που αποτελούν μια νέα μορφή επιχειρηματικότητας, τη κοινωνική επιχειρηματικότητα. (Γεώργιας, 2013).

Ο όρος «κοινωνική επιχειρηματικότητα» χρησιμοποιείται για έναν μεγάλο αριθμό οργανισμών που έχουν δημιουργήσει μοντέλα για την αποτελεσματική κάλυψη βασικών ανθρώπινων αναγκών που οι υπάρχουσες αγορές και ιδρύματα δεν έχουν ικανοποιήσει (Seelos & Mair,2016). Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ο τομέας στον οποίο οι επιχειρηματίες έχουν ως απώτερο στόχο τη δημιουργία κοινωνικής αξίας, ενεργούν με μικρή ή καθόλου πρόθεση για προσωπικό κέρδος, «συνδυάζουν το πάθος μιας κοινωνικής αποστολής με την εικόνα της επιχειρηματικής πειθαρχίας, της καινοτομίας και της αποφασιστικότητας » (Dees, 2012). Το μοντέλο αυτό της επιχειρηματικότητας, που λειτουργεί ως ανάχωμα για την προστασία των συμφερόντων των λιγότερο ισχυρών μελών της κοινωνίας, έχει ως κύριο στόχο, να αντιμετωπιστούν εργασιακά προβλήματα και να γεφυρωθούν κοινωνικές και οικονομικές ανισότητες (CIRIEC, 2005). Πολλές χώρες στις οποίες αναπτύχθηκε το μοντέλο αυτό της επιχειρηματικότητας, αποτέλεσαν παράδειγμα για την Ελλάδα, όπου, σύμφωνα με τον Γεώργια (2013a,b), αναπτύσσεται αργά και να αντιμετωπίζει πολλές δυσκολίες και εμπόδια, όπως για παράδειγμα η έλλειψη ενός στοχευμένου θεσμικού πλαισίου (Κώστας, 2013). Η θεσμοθέτηση και αναγνώριση των κοινωνικών επιχειρήσεων πραγματοποιείται τελικά, με τον νόμο 4019/2011, σε μία περίοδο μεγάλης οικονομικής κρίσης για τον τόπο, με υψηλά ποσοστά ανεργίας, και φτώχειας (Ινστιτούτο Εργασίας Γ.Σ.Ε.Ε.). Οι συνεταιρισμοί στην Ελλάδα, δεν είναι κάτι νέο, έχουν ιστορία τουλάχιστον δύο αιώνων, έρχονται όμως ξανά στην επικαιρότητα, ως αναγκαία συνθήκη (Τακτικός, 2020) καθώς, η ευαισθητοποίηση της κοινωνίας και η ενεργοποίηση των οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών ανέδειξαν το πνεύμα του συνεργατισμού, με αποτέλεσμα την δημιουργία πολλών και πετυχημένων παραδειγμάτων κοινωνικών επιχειρήσεων.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να βιβλιογραφική ανασκόπηση γύρω από την κοινωνική οικονομία και την κοινωνική επιχειρηματικότητα, να μελετηθούν οι κοινωνικές επιχειρήσεις περαιτέρω, και μέσα από την εμπειρική έρευνα να διερευνηθούν τα εμπόδια και

οι δυσκολίες που συναντούν καθημερινά οι κοινωνικές επιχειρήσεις, ποια ήταν τα κίνητρα των ιδρυτών τους και επιμέρους άλλα ερωτήματα σχετικά με την κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Ερευνητικοί στόχοι:

- Διερεύνηση των κινήτρων για τη δημιουργία Κ.Ε.
- Διερεύνηση των εμποδίων
- Διερεύνηση λοιπών παραγόντων που σχετίζονται με την Κ.Ε.

Η συλλογή των δεδομένων μέσω της εμπειρικής έρευνας, με την ποιοτική μέθοδο, συνδυάζει συνεντεύξεις κοινωνικών επιχειρηματιών που πραγματοποιήθηκαν, κατά πρόσωπο, τηλεφωνικά και ηλεκτρονικά μέσω της πλατφόρμας της “Google Forms”.

Η δομή της εργασίας διαρθρώθηκε σε 2 θεματικές ενότητες. Η πρώτη ενότητα, όπου γίνεται η θεωρητική προσέγγιση της κοινωνικής οικονομίας, αναφέρονται οι φορείς και οι τομείς στους οποίους δραστηριοποιούνται, αναλύεται η έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και της κοινωνικής επιχείρησης, τα χαρακτηριστικά της και το θεσμικό πλαίσιο. Εν συνεχεία, αναλύεται το προφίλ του κοινωνικού επιχειρηματία, τα χαρακτηριστικά που τον διαφοροποιούν από τον συμβατικό επιχειρηματία και γίνεται βιβλιογραφική ανασκόπηση των κινήτρων που τους ωθούν να ιδρύσουν, αλλά και να εργαστούν σε μια κοινωνική επιχείρηση, ενώ, τέλος, γίνεται αναφορά στα εμπόδια που συναντούν στη σύσταση και στην λειτουργία της. Στη δεύτερη ενότητα, εμπεριέχεται η εμπειρική μελέτη που έγινε με τη ποιοτική μέθοδο, η μεθοδολογία έρευνας και επιλογή του δείγματος, η παρουσίαση και συζήτηση των αποτελεσμάτων, οι περιορισμοί της έρευνας και στο τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα. Η εργασία ολοκληρώνεται με την παράθεση της βιβλιογραφίας που χρησιμοποιήθηκε, καθώς και 2 παραρτήματα, όπου περιλαμβάνονται, μια σύντομη παρουσίαση των κοινωνικών επιχειρήσεων που πήραν μέρος στην έρευνα και η απομαγνητοφώνηση των συνεντεύξεων.

1. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

1.1.1. Η άνοδος της κοινωνικής οικονομίας

Ιστορικά η διαμόρφωση της κοινωνικής οικονομίας, πολύ πριν θεσμοθετηθεί στο τέλος του 19ο ή στις αρχές του 20ο αιώνα, επηρεάστηκε από διάφορες μορφές «συνεργατισμού», οι οποίες βασίζονταν σε ιδεολογικές και φιλοσοφικές θεωρίες που πολλές φορές ανταγωνίζονταν μεταξύ τους (Moulaert & Ailenei, 2005). Τα σοσιαλιστικά κινήματα της περιόδου εκείνης, σύμφωνα με τους Defourny & Develtere (1997), που στόχευαν στην καταπολέμηση της ατομικής απομόνωσης και της απορρόφησης των ατόμων από το κράτος, ευνοήσαν τη δημιουργία ενώσεων αλληλοβοήθειας προωθώντας την οικονομική ελευθερία, περιορίζοντας παράλληλα την κρατική παρέμβαση. Οι καπιταλιστικές κοινωνίες ωστόσο με την ελεύθερη οικονομία τείνουν παραδοσιακά να “περιθωριοποιούν” την κοινωνική οικονομία (Carpi 1997a,b). Παρόλα αυτά όμως τα σημερινά οικονομικά, κοινωνικά, εδαφικά και περιβαλλοντικά προβλήματα τείνουν να την καταστήσουν στρατηγικό μέσο καθώς αποτελεί έκφραση μιας δυναμικής και δημιουργικής κοινωνίας των πολιτών.

1.1.2. Ορισμός της Κοινωνικής Οικονομίας

Η κοινωνική οικονομία, με την σημερινή της έννοια, εμφανίζεται για πρώτη φορά στη Γαλλία το 1830, με τον όρο να αποκτά μεγάλη ευρύτητα στο Ευρωπαϊκό χώρο, για μεγάλο χρονικό, έτσι ώστε ο καθένας μπορούσε να αναπτύξει τη δική του θεωρία με βάση την ιστορική πορεία του κράτους από όπου προέρχονταν, τις ιδεολογικές του επιρροές, τις κοινωνικοοικονομικές συνθήκες και τις κοινωνικές ευαισθησίες για τις ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού (Defourny & Develtere, 2009). Στην Αμερική, ο όρος λαμβάνει εντελώς διαφορετικά χαρακτηριστικά με τις κοινωνικές επιχειρήσεις να έχουν ταυτόχρονα κοινωνικό και οικονομικό σκοπό ενώ στην Ευρώπη ο σκοπό τους ήταν πρωτίστως κοινωνικός και ήταν δημιούργημα διαφόρων συλλογικοτήτων (Αποστολόπουλος & Λιαργκόβας, 2020). Στον όρο «κοινωνική οικονομία» αποδίδονται μια σειρά από εναλλακτικές έννοιες, «τρίτος τομέας» αλληλέγγυα οικονομία, εναλλακτική οικονομία, μη κερδοσκοπικός τομέας (Moulaert & Ailenei, 2005) κ.α.. Η πληθώρα των ορισμών και τα διαφορετικά χαρακτηριστικά που αποδίδονταν στον όρο κοινωνική οικονομία οδήγησε τους φορείς να οριοθετήσουν έναν

ορισμό, βάση ενός θεσμικού πλαισίου αρχικά στην Ευρώπη και μετά κατά χώρα. Για το σκοπό αυτό το CIRIEC καθορίζει τον ορισμό για την κοινωνική οικονομία που υιοθετείται γενικότερα και αναφέρεται στις ιδιωτικές επιχειρήσεις, που δημιουργήθηκαν για να καλύψουν τις ανάγκες των μελών τους, διατηρούν την αυτονομία τους ως προς την λήψη αποφάσεων, με ελεύθερη συμμετοχή μελών και δικαίωμα ψήφου, ενώ τα κέρδη δεν οικειοποιούνται από τους ιδρυτές τους (CIRIEC, 2012:14).

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με το Ν. 4019/2011, κοινωνική οικονομία, «είναι το σύνολο των οικονομικών, επιχειρηματικών, παραγωγικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων, που σκοπό έχει, σύμφωνα με το καταστατικό τους, την επιδίωξη της συλλογικής ωφέλειας και την εξυπηρέτηση γενικότερων κοινωνικών συμφερόντων. Το σύνολο αυτών των δραστηριοτήτων διεκπεραιώνεται από φυσικά ή νομικά πρόσωπα ή ενώσεις ατόμων». Οι τροποποιήσεις του Ν. 4430/2016, ωστόσο, μετονομάζουν τον όρο σε «κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία» και αναφέρονται σε αυτή ως μια μορφή εναλλακτικής οργάνωσης των οικονομικών δραστηριοτήτων με το νόμο να στοχεύει, στη διάχυση της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας σε όλους τους δυνατούς οικονομικούς και επιχειρηματικούς τομείς και στην στήριξη των φορέων που επιχειρούν στους τομείς αυτούς. Η αναφορά στις τρεις διαστάσεις του ορού αποτελεί κανονιστική προσέγγιση του όρου και κάνει λόγο για την οικονομική διάσταση, που διαδραματίζει ουσιαστικό ρόλο σε θέματα εργασιακά, τοπικής ανάπτυξης, προσφοράς αγαθών και υπηρεσιών και προώθησης καινοτόμων οικονομικών δράσεων¹, την κοινωνική διάσταση, που συμβάλει στο γενικό κοινωνικό και συλλογικό συμφέρον, δίνει λύσεις σε θέματα κοινωνικού αποκλεισμού, δημιουργεί κοινωνικό κεφάλαιο και τέλος την διάσταση της διοικητικής διάρθρωσης, όπου γίνεται λόγος για τον δημοκρατικό τρόπο λειτουργίας και τη συμμετοχή των μελών της στη λήψη αποφάσεων των επιχειρήσεων, την αυτονομία κ.α.

1.1.3. Οι Αρχές και τα χαρακτηριστικά της κοινωνικής οικονομίας

Η κοινωνική οικονομία με στόχο το συλλογικό όφελος και το κοινωνικό συμφέρον διέπεται από τις αρχές του συνεργατισμού που «αποτελεί τον τρόπο ώστε να προστατεύονται τα συμφέροντα των λιγότερο ισχυρών μελών της κοινωνίας (Σταμπουλής & Νάκου,2013) με τους φορείς της να διέπονται από τις αρχές και τα χαρακτηριστικά της. Ως εκ τούτου, οι

¹ Η κοινωνική οικονομία βοηθά στη διόρθωση τριών μεγάλων ανισοροπιών στην αγορά εργασίας: ανεργία, εργασιακή ανασφάλεια και αδυναμία απασχόλησης καθώς και αποκλεισμός των ανέργων από την κοινωνία και την αγορά εργασίας,(ειδικότερα οι εργατικοί συνεταιρισμοί, οι επιχειρήσεις υπό τον έλεγχο ή την ιδιοκτησία των εργαζομένων) και ιδιαίτερα σε περιόδους κρίσης.

οργανώσεις της κοινωνικής οικονομίας, δραστηριοποιούνται θέτοντας ως προτεραιότητα την εξυπηρέτηση των μελών τους αλλά και του γενικότερου κοινωνικού οφέλους, λειτουργούν έχοντας ως βάση τις δημοκρατικές διαδικασίες όπου κάθε μέλος έχει δικαίωμα ψήφου και συμμετοχή στη λήψη των αποφάσεων, διατηρούν την αυτονομία τους από τον κρατικό μηχανισμό, στοχεύουν στην κάλυψη ανθρωπίνων αναγκών που αδυνατεί να καλύψει το κράτος ή η αγορά, προσανατολίζονται στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στοχεύουν στην ενσωμάτωση κοινωνικά αποκλεισμένων ατόμων και ευάλωτων πληθυσμών. Τέλος, εφαρμόζουν πρακτικές όπου η διανομή πλεονασμάτων είναι περιορισμένη και στοχεύουν στην προώθηση εθελοντικών δράσεων όπου η συμμετοχή των μελών είναι εθελουσία και προαιρετική με γνώμονα το κοινό συμφέρον, ενώ αναπτύσσουν σχέσεις με τρόπο που να συνδέονται άμεσα με την τοπική κοινωνία και την κάλυψη των τοπικών αναγκών της.

1.1.4. Φορείς της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας και πεδία δραστηριοτήτων

Οι φορείς της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας,(Κ.ΑΛ.Ο) είναι μη μονοπρόσωποι νομικοί οργανισμοί, που λειτουργούν βασιζόμενοι στη δημοκρατική και συμμετοχική μορφή διαχείρισης, εφαρμόζουν σύστημα σύγκλισης στην αμοιβή της εργασίας² και έχουν ως απώτερο σκοπό την παροχή αγαθών και υπηρεσιών συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας». Στους φορείς Κ.ΑΛ.Ο, που λειτουργούν σύμφωνα με ορισμένο θεσμικό πλαίσιο, έχουν νομική υπόσταση και ενεργούν με βάση το καταστατικό τους, συγκαταλέγονται οι κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις, κοινωνικοί συνεταιρισμοί περιορισμένης ευθύνης, αγροτικοί συνεταιρισμοί, κοινωνίες αλληλοβοήθειας, ενώσεις, σωματεία, μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, ιδρύματα, εθελοντικές και φιλανθρωπικές οργανώσεις μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, ταμεία αλληλοβοήθειας, συνεταιριστικές τράπεζες.

Το πεδίο δράσεις των φορέων, επεκτείνεται τόσο σε οικονομικές όσο και κοινωνικές δραστηριότητες, με τους συνεταιρισμούς να στρέφονται σε παραγωγικούς τομείς και να δραστηριοποιούνται στην καλλιέργεια, μεταποίηση, προώθηση αγροτικών και βιοτεχνικών προϊόντων. Οι εταιρείες αλληλοβοήθειας παρέχουν υπηρεσίες σε θέματα ασφάλισης, πρόνοιας και ιατρικής περίθαλψης, σίτισης, στέγασης, οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί περιορισμένης

² Ο ανώτατος καθαρός μισθός δεν μπορεί να υπερβαίνει περισσότερο από τρεις φορές τον κατώτατο, εκτός και αν τα 2/3 των μελών της Γενικής Συνέλευσης αποφασίσουν διαφορετικά.

ευθύνης παρέχουν υπηρεσίες υγείας και πρόνοιας σε ευπαθείς ομάδες, ηλικιωμένους, παιδιά και ΑμΕΑ ενώ οι ενώσεις και τα ιδρύματα δραστηριοποιούνται σε θέματα εκπαίδευσης, «ηθικής τράπεζας», περιβάλλοντος, αθλητισμού, πολιτισμού, ενέργειας και ανακύκλωσης, έρευνας και καινοτομίας κ. α.

1.1.5. Πρώτες μορφές κοινωνικής οικονομίας.

Στην Ευρώπη η κοινωνική οικονομία και συνεργατισμός παίρνουν μορφή στον πρώτο καταναλωτικό συνεταιρισμό που ιδρύεται το 1844 από 27 άντρες και μία γυναίκα, εργάτες της κλωστοϋφαντουργίας στην πόλη Rochdale της Αγγλίας με τους πρωτοστάτες τους, Owen και King να «υποστηρίζουν ότι ο συνεταιρισμός είναι φορέας τήρησης και διάδοσης των ηθικών αρχών και ανύψωσης όχι μόνο του βιοτικού αλλά και του πνευματικού επιπέδου των ανθρώπων» (Σελλιανάκης, 2020), ενώ στον Ελλαδικό χώρο ο συνεταιρισμός εμφανίζεται για πρώτη φορά ως πρώτη έννοια στο δεύτερο μισό του 18ου αιώνα, με την «κοινή συντροφιά», των Αμπελακίων (1778), που θεωρείται μία από τις πρώτες σύγχρονες μορφές συνεταιρισμών που ιδρύθηκαν στην Ευρώπη.

Η λειτουργία των συνεταιρισμών βασίστηκε στις επτά συνεταιριστικές αρχές, που αποτέλεσαν τις κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή των αξιών τους και αναφέρονται στην εθελοντική και ελεύθερη συμμετοχή, στην συνεργασία, το δημοκρατικό έλεγχο και την οικονομική συμμετοχή τους των μελών, στο ενδιαφέρον για την τοπική κοινότητα, την κατάρτιση και εκπαίδευση των μελών και τέλος στην αυτονομία και ανεξαρτησία έναντι του κρατικού μηχανισμού. Ο διπλός ρόλος των συνεταιρισμών, οικονομικός και κοινωνικός, καθιστά τους συνεταιρισμούς εμπορικές επιχειρήσεις, που συμβάλουν στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη. Παρά το γεγονός ότι οι συνεταιρισμοί ταλανίζονται στο πέρασμα των ετών με προβλήματα στη διοίκηση και την οργάνωση, δέχονται κατά τη δεκαετία του 1970 στην Ευρώπη, έντονη κριτική και αμφισβήτηση του κοινωνικού τους ρόλου (Αδάμ, 2015). Η κριτική στέφεται κατά του ενδιαφέροντος που μονοπωλούν τα συνεταιριστικά μέλη, με συνέπεια οι συνεταιρισμοί να αποκλείονται της διεκδίκησης των προνομίων των κοινωνικών επιχειρήσεων. Στην προσπάθεια του το ίδιο το συνεταιριστικό κίνημα να απαντήσει στις κριτικές και να αναστρέψει το αρνητικό κλίμα, εισάγει ως μέλη στο εσωτερικό του, τους δήμους και τους καταναλωτές (Defourny & Nyssens, 2010). Ένα από τα πρωτοπόρα παραδείγματα, αποτελούν οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί στην Ιταλία, που προτάσσουν το αίτημα για ψυχιατρική μεταρρύθμιση με την κατάργηση του ψυχιατρείου και την δυνατότητα

των ανθρώπων με προβλήματα ψυχικής υγείας να δουλεύουν στην κοινότητα (Gonzales, 2007). Οι ευρωπαϊκές αυτές πρωτοβουλίες, επηρέασαν σε μεγάλο βαθμό την κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα που σε αντίθεση με άλλες χώρες, η θεσμοθέτηση της λαμβάνει χώρα, πολύ αργότερα κατά την περίοδο της μεγάλης οικονομικής κρίσης, όταν μεγάλα τμήματα του πληθυσμού οδηγούνταν στην ανεργία, την φτώχεια και την κοινωνική περιθωριοποίηση(Γ.Σ.Ε.Ε.), ενώ το είδος των συνεταιριστικών μορφών που κυριαρχούσε εκείνο το διάστημα ήταν κυρίως οι αγροτικοί συνεταιρισμοί και λιγότερο οι καταναλωτικοί και πιστωτικοί(Cicopa, 2013).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

2.1. Κοινωνική επιχειρηματικότητα

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα(Social Entrepreneurship) αποτελεί μια διακριτή μορφή επιχειρηματικότητας, που το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα είναι η «κοινωνική αξία» που δημιουργεί και αφορά δεξιότητες που αξιοποιούν πόρους ενθαρρύνοντας την κοινωνική αλλαγή και ικανοποιώντας τις κοινωνικές ανάγκες (Stephan *et al.*, 2015). Σύμφωνα με τον Νασούλια (2016), η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει ως καταστατική αρχή να εξυπηρετεί κοινωνικούς σκοπούς, μετέρχεται των κανόνων και των εργαλείων της αγοράς για την προσφορά προϊόντων και αγαθών σε καλύτερες τιμές, ενώ αναδύθηκε και απέκτησε σημαντικό ρόλο καθώς παρουσιάστηκε ως απάντηση στις μεγάλες παγκόσμιες δυνάμεις που καθοδηγούσαν τον κόσμο (Volkmann *et al.*, 2012). Η κοινωνική επιχειρηματικότητά μπορεί να λάβει πολλές μορφές, από μια μικρή τοπική επιχείρηση ως μια μεγάλη πολυεθνική. Αρκετοί συγγραφείς και μελετητές υπογραμμίζουν το ρόλο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στη βιώσιμη ανάπτυξη, ενώ τη θεωρούν σημαντικό εργαλείο, στην επίτευξη των διεθνώς αναγνωρισμένων στόχων της αειφόρου ανάπτυξης (Seelos & Mair, 2005) που βασίζεται κυρίως στην δυναμικότητα των επιχειρηματικών ιδεών και των δραστηριοτήτων στο κοινωνικό πεδίο (Bitumi, 2018). Για το σκοπό αυτό η κοινωνική επιχειρηματικότητα ενσωματώνει καινοτόμες προσεγγίσεις για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών ζητημάτων και ανθρώπινων δικαιωμάτων (Echebarría & Barrutia, 2012), ασχολείται με την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών σε άτομα, οργανισμούς και την κοινωνία ως σύνολο και εστιάζει στην

ανακούφιση των πιο σοβαρών προβλημάτων των φτωχών και μειονεκτούντων ομάδων (Seelos & Mair 2005a,b).

2.2. Κοινωνικές Επιχειρήσεις

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα παίρνει μορφή και υλοποιείται με τη δημιουργία των κοινωνικών επιχειρήσεων, με τον ορισμό να αποκτά διαφορετικές ερμηνείες σε διαφορετικές χώρες. Στις Ηνωμένες Πολιτείες για παράδειγμα σύμφωνα με τους Trivedi & Stokols (2011) όροι όπως η «κοινωνική οικονομία» δεν αποτελούν μέρος της επιστημονικής βιβλιογραφίας και με τον όρο κοινωνική επιχείρηση, εννοούν ένα ευρύ φάσμα πρακτικών το οποίο μπορεί να περιλαμβάνει μία οποιαδήποτε κερδοσκοπική εταιρεία η οποία αναπτύσσει δράση κοινωνικής υπευθυνότητας (Αδαμ 2015a,b). Στην Ευρώπη η έννοια της κοινωνικής επιχείρησης χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο για να προσδιορίσει έναν διαφορετικό τύπο επιχειρηματικής δραστηριότητας, ο οποίος προκύπτει όταν οι επιχειρήσεις δημιουργούνται κυρίως για την επιδίωξη κοινωνικών στόχων και κοινωνικού οφέλους και χαρακτηρίζονται από δημοκρατικές διαδικασίες με συμμετοχή των μελών της στη λήψη αποφάσεων (Bull, 2008). Μια κοινωνική επιχείρηση, που μπορεί να ιδρυθεί από μια ομάδα πολιτών, που μοιράζονται έναν συγκεκριμένο και καθορισμένο κοινωνικό σκοπό, είναι γενικού συμφέροντος και διοικείται με επιχειρηματικό τρόπο, προσπαθώντας να διατηρεί μια ισορροπία ανάμεσα στην κοινωνική και την οικονομική διάσταση (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2013). Επιτυχημένες και αποτελεσματικές κοινωνικές επιχειρήσεις, θεωρούνται συνεπώς, όσες μπορούν να αποφέρουν ταυτόχρονα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη. Τα σημεία που διακρίνουν τον ένα τύπο επιχειρηματικότητας από τον άλλο, είναι πρωτίστως ο κοινωνικός σκοπός των κοινωνικών επιχειρήσεων. Ένδειξη του κοινωνικού σκοπού είναι η επανεπένδυση των κερδών ή η χρήση τους για την εκπλήρωση άλλων κοινωνικών στόχων. Επιπλέον οι κοινωνικές επιχειρήσεις σε αντίθεση με τα φιλανθρωπικά ιδρύματα ή τις διάφορες ενώσεις, πραγματοποιούν εμπορικές συναλλαγές από όπου και προέρχονται τα εισοδήματα και κατά επέκταση τα κέρδη τους, έτσι ώστε να διατηρούν την αυτονομία τους και να μην εξαρτώνται από κρατικές επιχορηγήσεις ή δωρεές.

Γενικά, οι κοινωνικές επιχειρήσεις διακρίνονται για τον καινοτόμο³ τρόπο που επιχειρούν και προσφέρουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες τους και η καινοτομία έγκειται στην

³Χαρακτηριστικά παραδείγματα «κοινωνικής οικονομίας» είναι το Κεμπέκ, η Mondragon Cooperative Corporation και το σύστημα CEPES-Andalusia στη νότια Ισπανία

ικανότητα να προσδίδουν εμπορική διάσταση στην παροχή των κοινωνικών υπηρεσιών και την επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων, ικανότητα που σε πολλές χώρες θεωρείται ως αποκλειστικό πεδίο του δημόσιου τομέα (Nyssens, 2007). Επιπλέον, ο δημοκρατικός τρόπος λήψης των αποφάσεων τις καθιστά ισορροπητικό παράγοντα για την οικονομική και κοινωνική συνοχή στα πλαίσια μιας συγκεκριμένης κοινότητας με θετικό κοινωνικό αντίκτυπο εφόσον συμβάλουν στην αντιμετώπιση χρόνιων κοινωνικών προβλημάτων και στη δημιουργία θέσεων εργασίας κυρίως για ευάλωτες κοινωνικές ομάδες.

2.2.1. Τα Χαρακτηριστικά της Κοινωνικής Επιχείρησης

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και συγκεκριμένα το δίκτυο EMES έχουν αποδώσει έναν γενικό ορισμό για την κοινωνική επιχείρηση και έχουν ορίσει τα χαρακτηριστικά που ιδεατά πρέπει να διαθέτει η κάθε μια από αυτές, τα οποία διακρίνονται σε οικονομικά και κοινωνικά.

Στα οικονομικά κριτήρια αναφέρονται, η συνεχής οικονομική δραστηριότητα, που προϋποθέτει τη συνεχή παραγωγή υπηρεσιών και αγαθών και όχι την περιστασιακή δραστηριότητα, ο υψηλός βαθμός αυτονομίας που τείνουν να διατηρούν ακόμα και στις περιπτώσεις που χρηματοδοτούνται από διάφορες δημόσιες ή ιδιωτικές πηγές, η ανάληψη οικονομικού ρίσκου, που καθορίζει τη βιωσιμότητα και ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων και εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις προσπάθειες τόσο των ιδρυτών όσο και των εργαζόμενων, από την ικανότητα να καινοτομούν, να διακρίνουν τις ευκαιρίες και να ρισκάρουν, εξασφαλίζοντας επαρκής πόρους και το Minimum της αμειβόμενης εργασίας, που αποτελεί το κριτήριο που διαχωρίζει τις κοινωνικές επιχειρήσεις από τους εθελοντικούς οργανισμούς, ενώ παράλληλα απαιτείται ένα ελάχιστο ποσοστό αμειβόμενων εργαζόμενων.

Πίνακας1: Οικονομικά και κοινωνικά κριτήρια κοινωνικών επιχειρήσεων

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ
Συνεχής οικονομική δραστηριότητα(συνεχής δραστηριότητα παραγωγής αγαθών/υπηρεσιών)	Το όφελος στην κοινότητα/ομάδα
Υψηλός βαθμός αυτονομίας	Συλλογική διάσταση

Ανάληψη οικονομικού ρίσκου	Συμμετοχική δημοκρατική δυναμική και συμμετοχή στις αποφάσεις, η οποία δεν καθορίζεται από τη συνεισφορά κεφαλαίου
Minimum Αμειβόμενη εργασία	Περιορισμένη διανομή των κερδών

Πηγή: Defourny(2001)

Αναφορικά με κοινωνικά κριτήρια, το όφελος στην κοινότητα και η κοινωνική αποστολή είναι ένας από τους κύριους λόγους στόχους της κοινωνικής επιχείρησης και προτεραιότητα ο ανθρώπινος παράγοντας έναντι του κέρδους, η συλλογική διάσταση που αποκτούν οι κοινωνικές επιχειρήσεις καθώς ιδρύονται από ομάδες ατόμων με κοινές ανάγκες και στόχους και αποτελούν το αποτέλεσμα μιας συλλογικής πρωτοβουλίας, η δημοκρατική διοίκηση που έχει θεσμοθετηθεί για τις κοινωνικές επιχειρήσεις σε διάφορες χώρες της Ε.Ε. και η ιδιαίτερη σημασία που δίνεται στην εφαρμογή των συνεταιριστικών αρχών και τέλος η περιορισμένη διανομή των κερδών, καθώς τα κέρδη επανεπενδύονται στην επιχείρηση ή αξιοποιούνται με άλλο τρόπο ώστε να αποδεικνύεται ότι ο πρωταρχικός στόχος είναι ο κοινωνικός και όχι οικονομικός. Ο περιορισμός αυτός τίθεται ώστε να διασφαλιστεί ότι τα περιουσιακά στοιχεία θα παραμείνουν στην επιχείρηση και θα συνεχίσουν να εξυπηρετούν τους κοινωνικούς σκοπούς, ενώ σε περίπτωση διάλυσης προβλέπεται τα περιουσιακά στοιχεία να μεταβιβάζονται σε άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2013).

2.2.3. Κατηγορίες Κοινωνικών Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων

Οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις διακρίνονται σε κατηγορίες ανάλογα με τον ειδικό σκοπό για τον οποίο ιδρύθηκαν. Ειδικότερα, είναι:

Οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Ένταξης(Κοι.Σ.Π.Ε) που αποτελούν μια ιδιαίτερη μορφή συνεταιρισμού, αφού είναι ταυτόχρονα παραγωγική εμπορική επιχείρηση και μονάδα ψυχικής υγείας που βασίζεται σε μια καινοτόμο τριμερή εταιρική σχέση μεταξύ ψυχικά ασθενών, εργαζόμενων στον τομέα της ψυχικής υγείας και φυσικών προσώπων. Σκοπός της ίδρυσης των Κοι.Σ.Π.Ε είναι η αποϊδρυματοποίηση των ψυχικά ασθενών, η δυνατότητα να αποκτήσουν οικονομική και κοινωνική ανεξαρτησία, επανένταξη στο κοινωνικό σύνολο και άρση του κοινωνικού τους αποκλεισμού.

Οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Κοινωνικής Φροντίδας, που έχουν προνιακό χαρακτήρα και δημιουργήθηκαν για την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, όπως οι ηλικιωμένοι, τα άτομα με αναπηρία, τα άτομα με χρόνιες παθήσεις, σε βρέφη και παιδιά.

Οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Συλλογικού και Παραγωγικού Σκοπού (Κοιν.Σεπ) που έχουν ως σκοπό την παραγωγή προϊόντων και παροχή υπηρεσιών για την ικανοποίηση των αναγκών της συλλογικότητας, προωθούν την απασχόληση, τη δημιουργία κοινωνικής συνοχής και στοχεύουν στην ενδυνάμωση της τοπικής ή περιφερειακής ανάπτυξης.

Οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων που μέλη τους είναι αποκλειστικά και μόνο φυσικά πρόσωπα και παράγουν από κοινού αγαθά και υπηρεσίες για τρίτους.

Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί, αυτόνομες εθελοντικές ενώσεις προσώπων, ένας θεσμός που χρησιμοποιήθηκε ευρέως από την αγροτική κοινωνία για την προμήθεια, εμπορία και μεταποίηση των αγροτικών προϊόντων.

Από την ετήσια έκθεση της Κ.Α.Α.Ο προκύπτει ότι, το 2013 οι αιτήσεις για δημιουργία Κ.Ε. ήταν τρεις(3), ενώ το 2020 οι εγγεγραμμένες επιχειρήσεις στο Γενικό Μητρώο ανέρχονται σε 1564.

2.2.4. Το Θεσμικό Πλαίσιο για τις Κοινωνικές Επιχειρήσεις

Ο παρών νόμος 4430/2016 /(ΦΕΚ 205/Α/31-10-2016), σκοπός του οποίου είναι η δημιουργία του νομοθετικού πλαισίου για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία ως μορφή εναλλακτικής οργάνωσης των οικονομικών δραστηριοτήτων, ρυθμίζει τα θέματα που αφορούν στη σύσταση, την λειτουργία και την διοικητική εποπτεία των οργανισμών. Ειδικότερα, το Γενικό Μητρώο φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας αποτελεί τη βάση δεδομένων των εγγεγραμμένων φορέων. Τα μέλη που απαρτίζουν τις Κ.Α.Α.Ο, δεν έχουν δικαίωv συμμετοχής σε άλλη Κ.Α.Α.Ο που έχει έδρα στην ίδια Περιφερειακή Διεύθυνση και δραστηριοποιείται στο ίδιο αντικείμενο, ενώ διαθέτουν υποχρεωτικά από μια συνεταιριστική μερίδα και συμμετέχουν στις γενικές συνελεύσεις με μια ψήφο και είναι είτε φυσικά πρόσωπα, είτε φυσικά και νομικά πρόσωπα. Στην περίπτωση της συμμετοχής νομικών προσώπων, ο αριθμός τους δεν μπορεί να υπερβαίνει το 1/3 των μελών της, ενώ απαιτούνται το λιγότερο πέντε ή επτά μέλη για την ίδρυση του καταστατικού της, φυσικά ή νομικά

πρόσωπα, χωρίς ωστόσο να επιτρέπεται η συμμετοχή σε αυτή των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ) και των Νομικών προσώπων Δημοσίου δικαίου.(ΝΠΔΔ).

Τα κεφάλαια των Κ.ΑΛ.Ο δύναται να προέρχονται από ιδιωτικά κεφάλαια, από κληροδοτήματα, από δωρεές, από κρατικές επιχορηγήσεις, από διάφορους εθνικούς ή διεθνείς οργανισμούς, από την Ε.Ε κ.α. ενώ έχουν πρόσβαση στα χρηματοδοτικά εργαλεία του Ταμείου Κοινωνικής Οικονομίας. Αναφορικά με τα κέρδη των Κ.ΑΛ.Ο δεν διανέμονται στα μέλη εκτός και εάν είναι οι ίδιοι εργαζόμενοι. Από τα συνολικά ετήσια κέρδη, το 5% διατίθενται για το σχηματισμό αποθεματικού, το 35% διανέμεται στους εργαζομένους της επιχείρησης, το υπόλοιπο διατίθεται για τις δραστηριότητες της επιχείρησης και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, ενώ το εναπομείναν κέρδος φορολογείται με 29%. Επιπλέον, ο νόμος θεσπίζει ένα ειδικό ασφαλιστικό σύστημα όπου οι εργαζόμενοι, οι οποίοι ανήκουν στις ευάλωτες ομάδες πληθυσμού και λαμβάνουν επίδομα πρόνοιας ή άλλου είδους παροχές, διατηρούν το δικαίωμα να εισπράττουν τις παροχές αυτές, αλλά ταυτόχρονα και την αμοιβή τους από τους φορείς και δεν υποχρεούνται να πληρώνουν ασφαλιστικές εισφορές. Αναφορικά με το φορολογικό καθεστώς, δεν πληρώνουν τέλος επιτηδεύματος τα πρώτα πέντε χρόνια τις λειτουργεία τους και υπόκεινται σε ειδική φορολογία με ελαφρύνσεις. Τέλος δύναται να εντάσσονται σε προγράμματα του Ο.Α.Ε.Δ. και προγράμματα στήριξης της επιχειρηματικότητας και μπορούν να συνάπτουν προγραμματικές συμβάσεις με το Δημόσιο, τον ευρύτερο δημόσιο τομέα και τους ΟΤΑ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ

3.1. Χαρακτηριστικά κοινωνικού επιχειρηματία

Το έντονο ενδιαφέρον των μελετητών για την κοινωνική επιχειρηματικότητα οδήγησε στην σκιαγράφηση των χαρακτηριστικών των κοινωνικών επιχειρηματιών. Σύμφωνα με τον Dees (1998), οι κοινωνικοί επιχειρηματίες τις περισσότερες φορές ενεργούν ως «πράκτορες αλλαγών και κινητήριες δυνάμεις» της κοινωνικής και οικονομικής προόδου και επιφέρουν θετικές αλλαγές στον τομέα της οικονομίας και της κοινωνίας, μέσω των ενεργητικών και καινοτόμων δραστηριοτήτων τους, με την διεθνή βιβλιογραφία να εστιάζει σε πρότυπα κοινωνικών επιχειρηματιών, όπως του Muhammad Yunus και τη Grameen Bank.⁴ Οι έρευνες για τα χαρακτηριστικά τους κατέδειξαν ότι, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι άτομα με

⁴ Το 2006, ο Muhammad Yunus και η Grameen Bank μοιράστηκαν το βραβείο Νόμπελ ειρήνης για την εύρεση ενός καινοτόμου τρόπου διασφάλισης μικροχρηματοδότησης για τις γυναίκες στο αγροτικό Μπαγκλαντές

καινοτόμες λύσεις για τις πιο απαιτητικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές προκλήσεις, είναι φιλόδοξοι και επίμονοι, ικανοί, να αντιμετωπίζουν σημαντικά ζητήματα και να προσφέρουν νέες ιδέες (Ashoka.org). Στα πλαίσια της καινοτομίας δοκιμάζουν νέους συνδυασμούς για την παροχή υπηρεσιών, νέα μοντέλα παραγωγής και νέες μορφές οργανώσεων (Defourny & Nyssens, 2010). Επιπλέον, ενθαρρύνουν άλλες προσπάθειες για την επίλυση προβλημάτων, ευαισθητοποιούν το κοινό για το πρόβλημα και δημιουργούν δίκτυα και συνδέσμους που παρέχουν λύσεις στα προβλήματα (Waddock & Post, 1991).

Πολλά από αυτά τα χαρακτηριστικά και τις δεξιότητες που αποδίδονται στους κοινωνικούς επιχειρηματίες μπορούν να συνδεθούν και με τους συμβατικούς επιχειρηματίες, συμπεριλαμβανομένης της αποφασιστικότητας, της φιλοδοξίας, της ηγεσίας και της ικανότητας να εμπνέουν τους άλλους με το όραμα τους και να μεγιστοποιούν τη χρήση των πόρων. Οι Shaw & Carter (2007) αναφέρουν ότι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες σπάνια επενδύουν ή διακινδυνεύουν τα προσωπικά τους κεφάλαια στις επιχειρήσεις τους, ούτε επιδιώκουν τη μεγιστοποίηση του κέρδους για προσωπικό κέρδος σε αντίθεση με τους συμβατικούς επιχειρηματίες. Συνεπώς η αποτυχία για αυτούς δεν συνεπάγεται οικονομική απώλεια, αλλά απώλεια προσωπικής αξιοπιστίας, ενώ η επιτυχία δεν μεταφράζεται σε οικονομικό κέρδος, αλλά απόκτηση φήμης και θετικού κοινωνικού αντίκτυπου, χαρακτηριστικό ζωτικής σημασίας για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες ειδικά για την συγκέντρωση και διαχείριση των χρηματικών πόρων.

3.2. Σύγκριση Κοινωνικού και Συμβατικού Επιχειρηματία

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες χαρακτηρίζονται στην διεθνή βιβλιογραφία ως άτομα που διαθέτουν ισχυρό ηθικό προσανατολισμό, υψηλό βαθμό κοινωνικής ευθύνης, ως άτομα φιλόδοξα, δημιουργικά, καινοτόμα, με θάρρος και όραμα (Bornstein, 2007). Βέβαια, πολλά από αυτά τα χαρακτηριστικά και τις δεξιότητες χαρακτηρίζουν και τους συμβατικούς επιχειρηματίες. Ωστόσο οι διαφορές μεταξύ συμβατικών και κοινωνικών επιχειρηματιών, επισημαίνονται στον τρόπο συνεργασίας με τους εξωτερικούς φορείς και οργανισμούς, στον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας, αλλά και στην στρατηγική, επίτευξη κοινωνικών στόχων σε αντιδιαστολή με την οικονομική ανάπτυξη και το κέρδος (Nicholls, 2006), ενώ τονίζεται η σημασία της αναγνώρισης των ευκαιριών και η χρησιμοποίησή τους με σκοπό τη δημιουργία «αξίας». Για τον συμβατικό επιχειρηματία αυτό μεταφράζεται σε «οικονομική αξία», ενώ για τον κοινωνικό επιχειρηματία στη δημιουργία «κοινωνικής αξίας» (Shaw & Carter 2007a,b). Γενικότερα, τα χαρακτηριστικά ενός συμβατικού επιχειρηματία όπως η καινοτομία, η επιχειρηματική πρωτοβουλία, οι δεξιότητες στη συσσώρευση κεφαλαίων, η αναγνώριση της

ευκαιρίας κ.α., είναι εξίσου απαραίτητα και για έναν επιτυχημένο κοινωνικό επιχειρηματία. Η διαφορά είναι ότι ο τελευταίος δραστηριοποιείται στο πλαίσιο μιας κοινωνικής αποστολής που σκοπεύει να πραγματοποιήσει, ενώ η επίτευξη των στόχων τους μπορεί να γίνει μετρήσιμη, με τις μεθόδους μέτρησης κοινωνικής απόδοσης επενδύσεων, π.χ. τη μεθοδολογία SROI⁵.

3.3. Κίνητρα δημιουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες, όπως και οι συμβατικοί, σύμφωνα με τους Carriles *et al.*, (2021), αντιλαμβάνονται τις ευκαιρίες, ρισκάρουν, αναζητούν εναλλακτικές διαδρομές στην επίλυση των προβλημάτων, στο μόνο που διαφέρουν είναι ότι στα κίνητρα τους, για την ίδρυση κοινωνικής επιχείρησης, περιλαμβάνεται και το κίνητρο του αλτρουισμού και της ανάγκης για προσφορά στο κοινωνικό σύνολο. Εξ ορισμού, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι άτομα «με νέες ιδέες για την αντιμετώπιση μεγάλων προβλημάτων, με πάθος και όραμα... και που δεν θα τα παρατήσουν μέχρι να διαδώσουν τις ιδέες τους όσο το δυνατόν περισσότερο»(Bornstein, 2004). Αυτός ο ορισμός προσφέρεται για τα χαρακτηριστικά και τα κίνητρα των κοινωνικών επιχειρηματιών (Dacin *et al.*, 2010).

Οι Gilad & Levine (1996), υποστηρίζουν επίσης την θεωρία, όπου παράγοντες ώθησης(push) και έλξης(pull) έχουν αποδοθεί στα κίνητρα να ξεκινήσουν νέες επιχειρήσεις. Οι παράγοντες «έλξης» είναι εκείνοι που «προσελκύουν» ένα άτομο για να ξεκινήσει μια επιχείρηση. Οι άνθρωποι έλκονται από την επιχειρηματικότητα αναζητώντας ανεξαρτησία, αυτοπραγμάτωση ή αναγνώριση μιας ευκαιρίας, ενώ τα κίνητρα ώθησης μπορεί να προκύψουν από (τον κίνδυνο) ανεργίας, την οικογενειακή πίεση και τη γενική δυσαρέσκεια των ατόμων με την τρέχουσα κατάστασή τους (Van der Zwan *et al.*, 2016). Τα γεγονότα της ζωής που σχετίζονται με παράγοντες ώθησης και έλξης έχουν βρεθεί ότι παρακινούν τους κοινωνικούς επιχειρηματίες να ξεκινήσουν μια επιχείρηση (Humphris, 2017).

Οι Urban & Teise (2015), στην ερευνά τους αναφέρουν ότι τα κίνητρα και οι προθέσεις για την ίδρυση μιας κοινωνικής επιχείρησης επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες, όπως οι τοπικές συνθήκες, η κουλτούρα, ο τρόπος ζωής, η έμπνευση, προηγούμενες προσωπικές

⁵ Η μέθοδος μέτρησης κοινωνικής απόδοσης επενδύσεων (Social Return on Investment: SROI) αποτελεί μία μέθοδο μέτρησης της κοινωνικής, περιβαλλοντικής και οικονομικής αξίας ενός έργου/προγράμματος λαμβάνοντας υπόψη τις εμπειρίες των άμεσα εμπλεκόμενων στη δράση αυτή. Διαφέρει από άλλες μεθόδους γιατί δίνει λογιστική αξία σε μη εμπορεύσιμα αγαθά όπως η ποιότητα ζωής και επίσης λαμβάνει υπόψη τις εμπειρίες των εμπλεκόμενων.

εμπειρίες, τα κοινωνικά δίκτυα, το κίνητρο που προέρχεται από τα κοινωνικά προβλήματα που προκαλούνται από ανεπαρκή θεσμικά πλαίσια που βρίσκονται στις αναπτυσσόμενες οικονομίες (Ghalwash *et al.*, 2017) και τέλος το φύλο και η ευκολία πρόσβασης στη δημιουργία μιας κοινωνικής επιχείρησης (Urban & Kujinga, 2017).

3.4. Κίνητρα εργασίας σε φορείς Κοινωνικής Οικονομίας

Τα κίνητρα των εργαζομένων στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας έχουν μελετηθεί βάσει διαφόρων προσεγγίσεων και θεωριών. Σύμφωνα με τον Maslow (1943), οι άνθρωποι έχουν πέντε επίπεδα αναγκών φυσιολογική, ασφάλεια, κοινωνική, εκτίμηση και αυτοπραγμάτωση και ο τομέας της κοινωνικής οικονομίας, σύμφωνα με τον Tippet & Klivers (2009), θεωρείται συχνά ως χώρος εργασίας, όπου οι άνθρωποι μπορούν να ικανοποιήσουν πολλές από αυτές τις ανάγκες, και εργάζονται όχι μόνο για χρήματα, αλλά και επειδή βρίσκουν ικανοποίηση στη δουλειά τους. Πολλοί υπάλληλοι παρακινούνται από οικονομικές ανταμοιβές, ενώ άλλοι από ένα συνδυασμό αναγνώρισης και οικονομικών ανταμοιβών (Rexhaj, 2011). Σύμφωνα με τον Jobome (2006), στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, οι «εσωτερικές» ανταμοιβές όπως η κοινωνική επαφή, ο αλτρουισμός, η προσωπική ανάπτυξη κ.λπ. κυριαρχούν έναντι των εξωγενών παραγόντων. Ο Haugh (2006) υποστηρίζει ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις πρέπει να βασίζονται στην οικοδόμηση ομάδων με κοινές αξίες για να είναι επιτυχημένες, ενώ χαρακτηρίζονται από ένα ευπρόσδεκτο και θετικό εργασιακό περιβάλλον που υιοθετεί μια συνεργατική προσέγγιση που επιδέχεται αλλαγές (Sdrali *et al.*, 2016). Μέσω της συνεργασίας, οι εργαζόμενοι όχι μόνο έχουν την ευκαιρία να αναπτύξουν τη δημιουργικότητά τους και να εφαρμόσουν νέες ιδέες, αλλά επίσης θεωρούνται πολύτιμοι συνεργάτες προς έναν κοινό σκοπό και όραμα, καθώς σύμφωνα με την Sdrali *et al.* (2016a, b) η δημιουργία ομαδικού πνεύματος εντός των επιχειρήσεων είναι ικανή να προάγει τις συνθήκες που επιτρέπουν αλλαγές και καινοτομία.

3.5. Προβλήματα και εμπόδια ανάπτυξης της κοινωνικής επιχείρησης

Οι Σακελλαρόπουλος & Οικονόμου(2007) σε σχετική μελέτη της περιόδου εκείνης, αναφερόμενοι στην κοινωνική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, θεωρούσαν ότι χαρακτηρίζεται από σημαντική υστέρηση. Έκτοτε, έχει σημειωθεί πρόοδος σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο στην προβολή και άνοδο της κοινωνικής οικονομίας, ωστόσο εξακολουθούν

να υπάρχουν παράγοντες, που έχουν επιδράσει και παλαιότερα και σε άλλες φορές κοινωνικής οικονομίας και αναστέλλουν την έναρξη μιας κοινωνικής επιχείρησης ή περιορίζουν την ανάπτυξή της (Γεώργιας, 2017). Η θεσμοθέτηση με τον νόμο 4019/2011 έδωσε μια διακριτή ταυτότητα στους φορείς της κοινωνικής οικονομίας, αλλά παρά την οργάνωση συνεδρίων, εκδηλώσεων και εκδόσεων, ο όρος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας δεν είναι ευρέως γνωστός και συχνά συγχέεται με τα φιλανθρωπικά ιδρύματα και όχι με εμπορική δραστηριότητα. Επιπλέον για τον απλό πολίτη, η έννοια κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση είναι συνώνυμο των παλαιών αγροτικών συνεταιρισμών και της αποτυχημένης επιχειρηματικής τους δράσης και της εξάρτησή τους από τις κρατικές επιδοτήσεις (Παπαγεωργίου, 2010). Ως εκ τούτου, η χαμηλή αναγνωρισιμότητα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και η ελλιπής ενημέρωση των πολιτών για τη δράση και τον κοινωνικό αντίκτυπο των Κ.Ε. οδηγεί στην αδιάφορη αντιμετώπιση τους. Ανασταλτικός παράγοντας, σύμφωνα με τον Γεώργιας (2017a,b) θεωρείται, επίσης, η απροθυμία και η αβουλία των τοπικών αρχών να προωθήσουν αυτού του είδους της επιχειρηματικότητας, καθώς απαιτούνταν, «μακροχρόνιος σχεδιασμός, αφοσίωση πόρων και τεχνογνωσία», ενώ από την άλλη οι γονείς των ΑμΕΑ. δίσταζαν να υιοθετήσουν αυτή τη μορφή επιχειρηματικότητας λόγω αρχικά της μη ξεκάθαρης κυβερνητικής πολιτικής, αλλά και του νεαρού του θεσμού. Αναγνωρίζεται ως εκ τούτου, ότι η έλλειψη εθνικής στρατηγικής και ένα σαφές και συγκεκριμένο νομικό πλαίσιο, που να ρυθμίζει εκτός των άλλων θέματα χρηματοδότησης, εθελοντισμού, αμειβόμενης εργασίας, οι ασάφειες των νόμων που ψηφίζονται ανάλογα με την υπαρκτή ανάγκη και η έλλειψη κατάλληλων υπηρεσιών στήριξης των κοινωνικών επιχειρηματιών καταγράφονται στις επίσημες έρευνες ως βασικά εμπόδια στην ίδρυση και την λειτουργία κοινωνικών επιχειρήσεων. Επιπλέον η περιορισμένη τραπεζική ρευστότητα, η οικονομική κρίση και οι περιορισμένες δημόσιες δαπάνες δημιουργούν ένα δυσμενές οικονομικό περιβάλλον για την χρηματοδότηση και υποστήριξη των φορέων Κ.Α.Ο (Νασούλιας 2014a,b).

Επιπρόσθετα εμπόδια δημιουργεί η έλλειψη εκπαιδευμένων και έμπειρων στελεχών διοίκησης και διαχείρισης για την «επίλυση και αποσόβηση συγκρούσεων μεταξύ διαφορετικών ειδών προσωπικού» (Balourdos, 2012) ενώ περιορισμένος θεωρείται και αριθμός των κατάλληλα εκπαιδευμένων εργαζομένων που να διαθέτουν τα επαγγελματικά προσόντα για τις θέσεις εργασίες που κατέχουν, καθώς η κοινωνική επιχείρηση έχει ενταχθεί ελάχιστα σε προγράμματα της ανώτερης εκπαίδευσης (Steering Committee on Social Economy and Social Entrepreneurship, 2013). Επιπλέον, οι αντιλήψεις ατόμων που δεν ασπάζονται τις αρχές και τις αξίες του συνεταιρισμού, ο υψηλός ανταγωνισμός μεταξύ των μελών, η έλλειψη

επιχειρηματικού πνεύματος κ.α. (Birchall & Simmons, 2003), είναι σοβαρά εμπόδια για την συμμετοχή σε συνεταιρισμούς, την ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα τους ενώ η έλλειψη αμοιβαιότητας μεταξύ των μελών μπορεί να οδηγήσει σε χαμηλή απόδοση του συνεταιρισμού(Κοντογεώργος & Σεργάκη, 2015).

Αναφορικά τέλος, με τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες- κοινωνικοί επιχειρηματίες, διαφέρουν από αυτά των ανδρών καθώς σύμφωνα με την έρευνα WiSe (Women Innovators for Social Enterprise 2021), οι γυναίκες αντιμετωπίζουν εκτός των άλλων, αποκλεισμό λόγω φύλου ενώ ταυτόχρονα επωμίζονται αυξημένες οικογενειακές ευθύνες, δεν διαθέτουν επιχειρηματική εμπειρία και παρουσιάζουν μειωμένη ικανότητα δικτύωσης.

Συνοψίζοντας, τα εμπόδια που συναντούν και οι προκλήσεις που έχουν να αντιμετωπίσουν οι κοινωνικοί επιχειρηματίες καταγράφονται στη βιβλιογραφία και κινητοποιούν έρευνες και δράσεις για την στήριξη του σημαντικού αυτού τομέα της οικονομίας.

2.ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1.1. Σκοπός της έρευνας

Στόχος της έρευνας είναι να μελετήσει έννοιες που σχετίζονται με την κοινωνική επιχειρηματικότητα και τη δημιουργία κοινωνικών επιχειρήσεων. Ειδικότερα, σκοπός της εργασίας είναι να διερευνήσει τα κίνητρα και τα εμπόδια που παρακινούν τους ανθρώπους να δημιουργήσουν μια κοινωνική επιχείρηση και μια σειρά άλλων επιμέρους ερωτημάτων που σχετίζονται άμεσα με την διατήρηση και την ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

1.1.2. Μεθοδολογία έρευνας

Για την διεξαγωγή της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική μέθοδος, η οποία μας επιτρέπει μια εις βάθος μελέτη και κατανόηση των επιμέρους πτυχών και διαστάσεων του φαινομένου που εξετάζεται, σε αντίθεση με την ποσοτική που προσεγγίζει το φαινόμενο περισσότερο από στατιστικής και αφαιρετικής πλευράς (Dilthey, 2000), ενώ μπορεί να καταγράψει συναισθήματα και εμπειρίες που θα τον οδηγήσει σε μια αξιόπιστη και γνήσια καταγραφή των δεδομένων (Ισαρη & Πουρκός, 2015). Για το σκοπό της έρευνας, καταρτίστηκε ένα ερωτηματολόγιο για να αποτελέσει τη βάση κατά την διεξαγωγή των συνεντεύξεων στις τηλεφωνικές και στις καταπρόσωπο συνεντεύξεις και παράλληλα, το ίδιο ερωτηματολόγιο αναρτήθηκε στην πλατφόρμα⁶ της “Google Forms” με σκοπό τη συλλογή ενός τυχαίου δείγματος. Οι προσωπικές και τηλεφωνικές συνεντεύξεις που απευθύνονταν στους κοινωνικούς επιχειρηματίες της τοπικής κοινωνίας, πραγματοποιήθηκαν στη διάρκεια του Σεπτεμβρίου 2020, ενώ το ερωτηματολόγιο, που ήταν αναρτημένο στην πλατφόρμα της “Google Forms” για το διάστημα Σεπτεμβρίου-Οκτωβρίου 2020, στάλθηκε με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο στις κοινωνικές επιχειρήσεις που ήταν εγγεγραμμένες στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας. Επιπλέον στάλθηκαν μηνύματα σε ομάδα φορέων Κ.Α.Λ.Ο σε πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης. Το αποτέλεσμα που προέκυψε ήταν δύο συνεντεύξεις από τους τοπικούς συνεταιρισμούς και δώδεκα κατά την προηγούμενη διαδικασία. Το ερωτηματολόγιο στο πρώτο μέρος, αφορούσε δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων και αποτελούνταν συνολικά από τέσσερις (4) ερωτήσεις, ενώ το δεύτερο μέρος αποτελούνταν από δέκα (10) ερωτήσεις που αφορούσαν το σκοπό της έρευνας που αναλύθηκε παραπάνω. Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί ότι δίνονταν η επιβεβαίωση, ότι η επωνυμία και το περιεχόμενο των απαντήσεων των επιχειρήσεων που είχαν την πρόθεση να συμμετάσχουν θα παρέμειναν εμπιστευτικές και προορίζονταν αποκλειστικά και μόνο για την χρήση της παρούσας εργασίας.

⁶ Η φόρμα των ερωτήσεων της συνέντευξης: <https://forms.gle/28fpjciHhjPAy4jF6>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

2.1. Δείγμα της έρευνας

Σχετικά με το δείγμα της έρευνας που προέκυψε αφορά συνολικά 14 συνεντεύξεις. Δύο από τις συνεντεύξεις προήλθαν από τους τοπικούς συνεταιρισμούς(περιοχή Τυρνάβου), τόπος κατοικίας του ερευνητή, και οι υπόλοιπες 12 από πανελλαδικό επίπεδο καθώς πραγματοποιήθηκαν τηλεφωνικά και μέσω της πλατφόρμας που αναφέρθηκε παραπάνω. Αναφορικά με τα δημογραφικά στοιχεία, συγκεντρώθηκαν στοιχεία για το φύλο, την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση και το επίπεδο σπουδών. Πιο συγκεκριμένα, παρατηρούμε πως στην έρευνα συμμετείχαν οι άνδρες σε ποσοστό 50% και οι γυναίκες σε ποσοστό 50%.

Εικόνα 1 : Κυκλικό διάγραμμα φύλου



Ηλικιακά το δείγμα, αποτελείται, από άτομα που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 45-56 σε ποσοστό 50%, στην ηλικιακή ομάδα 33-44 σε ποσοστό 29%, στην ηλικιακή ομάδα 18-32 σε ποσοστό 14% και τέλος στην ηλικιακή ομάδα 56+ σε ποσοστό 7% .

Εικόνα 2: Κυκλικό διάγραμμα ηλικίας



Όσο αφορά στην οικογενειακή κατάσταση του δείγματος, από το σύνολο των συμμετεχόντων είναι έγγαμοι σε ποσοστό 50%, άγαμοι σε ποσοστό 43% και διαζευγμένοι σε ποσοστό 7%.

Εικόνα 3: Κυκλικό διάγραμμα οικογενειακής κατάστασης



Αναφορικά με το επίπεδο εκπαίδευσης παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία του δείγματος στο σύνολο των συμμετεχόντων, κατέχουν μεταπτυχιακό τίτλο σε ποσοστό 50%, είναι απόφοιτοι ΑΕΙ σε ποσοστό 36%, απόφοιτοι ΤΕΙ 7%, απόφοιτοι Κολεγίου 7%.

Εικόνα 4: Κυκλικό διάγραμμα επιπέδου εκπαίδευσης



2.2. Έλεγχος αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου

Σχετικά με τον έλεγχο της εγκυρότητας των συνεντεύξεων αναφέρεται ότι οι δυο συνεντεύξεις που δόθηκαν από τους προέδρους των τοπικών συνεταιρισμών, πραγματοποιήθηκαν κατόπιν συνεννόησης στα γραφεία των προέδρων. Δυο ακόμα πραγματοποιήθηκαν τηλεφωνικά καθώς δεν συμφωνούσαν με τη συμπλήρωση του ψηφιακού ερωτηματολογίου. Τέλος αναφορικά με τον έλεγχο των υπόλοιπων 8 συνεντεύξεων, αρχικά επιβεβαιώθηκε η ύπαρξη των Κ.Ε. από την εγγραφή τους στο Γενικό Μητρώο Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, και στη συνέχεια ελέγχθηκαν οι ιστότοποι των επιχειρήσεων για την επιβεβαίωση του είδους της εμπορικής τους δραστηριότητας. Στις συνεντεύξεις απάντησαν οι πρόεδροι/ ιδρυτές των Κ.Ε. ή εξουσιοδοτημένοι εκπρόσωποι τους. Στο παράρτημα Α παραθέτονται τα στοιχεία των Κ.Ε και οι ιστότοποι πρόσβασης σε αυτές, ενώ στο παράρτημα Β το σύνολο των απομαγνητοφωνήσεων των συνεντεύξεων.

2.3. Περιγραφική παρουσίαση των αποτελεσμάτων

Η έννοια « κοινωνική επιχειρηματικότητα».

Ο όρος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, είναι γνωστός στους περισσότερους από τους ερωτηθέντες σε ποσοστό (85,7%) και θεωρούν ότι κοινωνική επιχειρηματικότητα «είναι ένα επιχειρηματικό μοντέλο που επιτρέπει στους εμπλεκόμενους να καινοτομούν, με

έμφαση τόσο στις οικονομικές όσο και στις κοινωνικές αξίες. Συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη καθώς δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, βελτιώνει την ποιότητα του τοπικού εργατικού δυναμικού, αυξάνει την παραγωγικότητα της εργασίας, αυξάνει τα κρατικά έσοδα, μειώνοντας παράλληλα τις δαπάνες κοινωνικής πρόνοιας.»(1) Δύο από του ερωτηθέντες δεν γνώριζαν τον όρο σε ποσοστό(14,2%).

Κίνητρα

Βασικό στάδιο της παρούσης έρευνας είναι η προσπάθεια να γίνει αντιληπτό από που άντλησαν την έμπνευση τους και ποια είναι τα κίνητρα των κοινωνικών επιχειρηματιών. Η απάντηση με την μεγαλύτερη συχνότητα και ποσοστό 28,5% αντιστοιχεί σε «*ένα από τα σημαντικότερα κίνητρα που ήταν το νομοθετικό πλαίσιο ίδρυσης και λειτουργίας των ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ, το χαμηλό κόστος ίδρυσης και λειτουργίας, (πχ. έχουμε τη δυνατότητα να παράγουμε προϊόντα οικοτεχνία, χωρίς να απαιτείται η ύπαρξη έδρας ,καταστήματος ή βιοτεχνίας που θα σήμαινε αφόρητα έξοδα),η δυνατότητα της συμμετοχής των μελών σε παραγωγική δράση, χωρίς αυτό να συνιστά και επαγγελματική σχέση. Πχ κάποιος μπορεί να είναι μέλος μιας ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ, ενώ δεν θα μπορούσε να είναι μέλος σε εταιρεία Ο.Ε κλπ., λόγω πιθανών παλαιότερων εκκρεμοτήτων του προς τραπεζικούς οργανισμούς κλπ.»(12). Το μοντέλο του συνεργατισμού και οι αξία του «συνεταιρίζεστε» φαίνεται να επηρέασε τους περισσότερους (57,1%), ενώ οι υπόλοιποι αναφέρουν ότι επηρεάστηκαν από ανάλογες δράσεις του εξωτερικού (21,4%), το διαδίκτυο(7,1%) και τους μέντορες (14,2%) όπως περιγράφεται: «*κατά την εμπλοκή μου στον διαγωνισμό Hult Prize, το μεγαλύτερο στον κόσμο για την κοινωνική επιχειρηματικότητα, η γνωριμία μου εκεί με τον Muhammad Yunnis, και τα λόγια του πως, έβλεπε στα μάτια μου την φωτιά και την ανάγκη να αλλάξω τον κόσμο με οδήγησαν στο Μεξικό και την δημιουργία της MEXOXO για την υποστήριξη των γυναικών στον κόσμο. Ο Muhammad Yunnis, υπήρξε ο μέντορας, που με ώθησε να «κυνηγήσω» το όνειρο μου»(14). Η προσφορά προς το κοινωνικό όφελος και την τοπική κοινότητα ήταν η απάντηση που δόθηκε από 2 συμμετέχοντες ποσοστό 21,4%, ενώ με το ίδιο ποσοστό 21,4%,αναφέρει ως κίνητρο την ανεργία και τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης. Τέλος η ανάγκη των ατόμων να υλοποιήσουν καινοτόμα έργα, αποτελεί τη λιγότερο δημοφιλή απάντηση με ποσοστό 14,2%. Παράλληλα, το 28,5% του δείγματος των γυναικών αναφέρονται στην ανάγκη για προσφορά προς την τοπική κοινωνία.**

Εμπόδια

Οι συνεντευξιζόμενοι αναφέρονται σε εμπόδια και δυσκολίες που αντιμετωπίζουν τόσο κατά την προσπάθεια σύστασης της κοινωνικής επιχείρησης, όσο και την προσπάθεια διασφάλιση της βιωσιμότητας της. Συγκεκριμένα, το 42,8% από τους συμμετέχοντες αναφέρεται σε «προβλήματα που σχετίζονται κυρίως με την έλλειψη ενημέρωσης των δημόσιων φορέων σχετικά με τη νομική μορφή της Κοιν.Σεπ., τόσο κατά την έναρξη (Δ.Ο.Υ.) όσο και κατά τη λειτουργία τους. Π.χ. το ΣΕΠΕ και το ΙΚΑ δεν γνωρίζουν τη δυνατότητα εργασίας των μελών με σύμβαση άμισθης εντολής έως 16 ώρες την εβδομάδα για παραγωγικές δραστηριότητες των Κοιν.Σεπ. ώστε να δημιουργείται κίνδυνος για πρόστιμο της επιχείρησης για αδήλωτη εργασία.»(1) Δυσκολίες στην πρόσβαση στα χρηματοδοτικά εργαλεία και οικονομικά προβλήματα αντιμετωπίζει το 35,7% που «ακόμα και σήμερα που η πανδημία του COVID 19 πλήττει την Κοιν.Σεπ και την καθιστά εξ αντικειμένου ανενεργή, δεν συμπεριλαμβάνεται στην κρατική αποζημίωση ειδικού σκοπού»(5). Σημαντικό εμπόδιο αποτελεί επίσης η δυσπιστία και αμφισβήτηση (7,1%) των πολιτών για τους κοινωνικούς σκοπούς που εκπληρώνει και ενώ το (7,1%) των συμμετεχόντων θεωρεί ότι οι «κακές διοικήσεις που εκλέγονταν κατά καιρούς, (καθώς αποτελούνταν από άτομα με εντελώς διαφορετικό background), η κακή οργάνωση, οι ελλείψεις γνώσεις Marketing, σε ένα δεδομένα, πολύ ανταγωνιστικό κλάδο, οδήγησε τους συνεταιρισμούς σε ένα καθημερινό αγώνα επιβίωσης με αποτέλεσμα τα τελευταία χρόνια από τους 6000 περίπου αγροτικούς συνεταιρισμούς παραμένουν ενεργοί περίπου 100»(7). Τέλος το 7,1% του συνόλου, που αποτελεί το 14,2% των γυναικών του δείγματος, επιβεβαιώνει ότι όποιος «επιχειρεί να καταρρίψει στερεότυπα και φιλοδοξεί να «ταράξει» παγιωμένες αντιλήψεις για τους ρόλους των γυναικών τότε πάντα συναντά εμπόδια. 14).

Χαρακτηριστικά προσωπικότητας – Όραμα

Σχεδόν στο σύνολό τους οι ερωτηθέντες θεωρούν δεδομένο ότι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες οφείλουν να συγκεντρώνουν κάποια ιδιαίτερα προσωπικά χαρακτηριστικά που επι της ουσίας δεν διαφέρουν από αυτά των συμβατικών επιχειρηματιών, δηλαδή «...ό,τι χρειάζεται ένας "κανονικός" επιχειρηματίας. Αν μπορεί ειδικά να σκεφτεί σύμφωνα με τις μεθόδους που προτείνονται για τις start-ups πχ Lean Methodology θεωρώ πως το μοντέλο και η λύση που θα δημιουργήσει θα έχουν πραγματικό κοινωνικό αντίκτυπο»(13). Τους περιγράφουν όμως επιπλέον και με ορισμένα άλλα χαρακτηριστικά, όπως «διαλλακτικός, συνεργάσιμος, διορατικός, αλληλέγγυος, οργανωτικός, ευγενικός, κοινωνικός, ευχάριστος με ανεπτυγμένα το αίσθημα της ηθικής και της δικαιοσύνης»(4), « με προσανατολισμό σε στόχους επιχειρηματικούς και κοινωνικούς, με ενσυναίσθηση και κοινωνική ευαισθησία»(1) που τους κάνουν μοναδικούς, ενώ δεν παραλείπουν να το τονίσουν το πνεύμα «του συνεταιρίζεσθε», δηλαδή «...να πιστεύει

στις αρχές και τις ηθικές αξίες του συνεταιρισμού, όπως εντιμότητα, κοινωνική ευθύνη και μέριμνα για τους άλλους.».(7)

Κοινό όραμα και στόχους έχει το σύνολο των ερωτηθέντων, όπου αρχικός στόχος είναι η «...ίδια η βιωσιμότητα του επιχειρήματος» και κατόπιν «η αύξηση του περιβαλλοντικού και κοινωνικού αντίκτυπου όσων κάνουνε»(9). Επιπλέον επιδίωξη όλων είναι να μεγιστοποιήσουν τον αριθμό θέσεων εργασίας, να επιφέρουν μεγαλύτερη αξία στο προϊόν τους, να δώσουν έμπνευση στους νέους ανθρώπους, να διατηρήσουν τις παραδόσεις του τόπου τους, να αναπτύξουν και να βελτιώσουν τις συνθήκες διαμονής στην τοπική κοινωνία και γενικά ένα πλαίσιο όπου η κοινωνική επιχείρηση που «να δημιουργεί τις συνθήκες ώστε άνθρωποι και ομάδες με διαφορετικά αιτήματα να μπορούν να λαμβάνουν υψηλού επιπέδου υπηρεσίες υποστήριξης και εκπαίδευσης, μέσα σε ένα ζεκάθαρο πλαίσιο ηθικών αξιών».(1)

Ανταγωνισμός- Καινοτομία

Το σύνολο των ερωτηθέντων επιχειρηματιών θεωρούν ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις τους είναι το ίδιο ανταγωνιστικές και καινοτόμες και μερικές φορές περισσότερο από τις συμβατικές επιχειρήσεις. «Πλέον είναι πολύ ανταγωνιστική, καθώς το ύψος πωλήσεων ξεπερνά κατά πολύ αυτών των ιδιωτικών οινοποιείων, συγκεκριμένα βάση του ύψους των πωλήσεων βρίσκεται στη 7η θέση στη Ελλάδα.».(7) Ειδικότερα, το 41.6% υποστηρίζει ότι καινοτομούν στην «έντονη χρήση της τεχνολογίας στο μη κερδοσκοπικό χώρο» (13) και την παραγωγή καινοτόμων προϊόντων, όπως «το *Staramaki* και η *staroneta*(καλαμάκι από σιτάρι και μπατονέτα από οργανικό βαμβάκι), που παράγουμε είναι καινούργια προϊόντα. Αποτελούμε την πρώτη και μοναδική επιχείρηση που καλλιεργεί και παράγει στην Ευρώπη»(11). Οι υπόλοιποι ερωτηθέντες θεωρούν την ΚοινΣΕπ τόσο από την καταστατική της μορφή, όσο και από τις διαδικασίες, μια πολύ καινοτόμο εμπορική δραστηριότητα και διακρίνεται σε εθνικό επίπεδο αλλά διεθνές επίπεδο, όπου η «ιδρύτρια της εταιρείας βραβεύτηκε το 2017 με το βραβείο *GIWA* (*Greek International Woman Awards*) στην κατηγορία «κοινωνική υπευθυνότητα» για την προσφορά και την επίδραση που είχε στο κόσμο»(14)

Αξιολόγηση του κοινωνικού αντίκτυπου

Στην ερώτηση που τέθηκε στους συνεντευξιζόμενους πως περιγράφουν τον αντίκτυπο της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας, δηλώνουν πως είναι μικρός(14,2%), θετικός (35,7%), μεγάλος(28,5%) και τεράστιος(21,4%) και έχουν πετύχει αξιολογικά αποτελέσματα.

Για τους περισσότερους από αυτούς η αξιολόγηση γίνεται με βάση την επίτευξη των στόχων που έχει θέσει η κάθε Κοιν.Σεπ., όπως για παράδειγμα πόσες νέες θέσεις εργασίας δημιουργήθηκαν, «προσφέρει θέσεις εργασίας (65- 150)ανάλογα με την εποχικότητα» (7), την συμμετοχή του κόσμου στις δράσεις τους, «πολλά σχολεία , που όταν ολοκληρώνουν μια σχετική θεματική ενότητα στην ιστορία επιδιώκουν μια βιωματική ξενάγηση των μαθητών τους στα μνημεία της πόλης»(5), την αναγνώριση από τους τοπικούς, εθνικούς και διεθνείς φορείς, «...η ιδρύτρια της *Wise Greece* τιμήθηκε το 2020 με το βραβείο *SDGs &Her*, ως μια από τις 7 γυναίκες παγκοσμίως , που μέσα από την δραστηριότητα της συμβάλει στην επίτευξη της *Παγκόσμιας Ατζέντας Βιωσιμότητας 2030*»(6), από τον βαθμό προβολής στα ΜΜΕ και γενικότερα από το σύνολο «...των κοινωνικών υπηρεσιών γενικού ενδιαφέροντος μέσω δραστηριοτήτων που προάγουν την ποιότητα ζωής για κοινωνικές ομάδες»(1)

Οι περισσότεροι ερωτηθέντες τέλος υποστηρίζουν ότι η αξία της κοινωνικής αποστολής σε περιόδους κρίσης των Κ.Ε. είναι μεγάλη, οι περισσότερες από τις Κ.Ε. που συμμετέχουν στην έρευνα, ιδρύθηκαν κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης και οι ιδρυτές τους θεωρούν, μάλιστα ότι « έχει ιδιαίτερα μεγάλη αξία., καθώς η μεγάλη κρίση ωθεί τα άτομα να ζητήσουν ψυχολογική στήριξη, βοήθεια και πληροφορίες ώστε να ξεπεράσουν τα αδιέξοδα που βρίσκονται στο δρόμο σας»(14) για να καλύψουν αυξημένες ανάγκες, που θα προκύψουν από την κατάσταση ακραίας φτώχειας που θα βρεθούν χιλιάδες πολίτες, από τις αμέτρητες απολύσεις και την επιδείνωση της ψυχικής υγείας.

Προκλήσεις- χρηματοδότηση

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις, σύμφωνα με τις απαντήσεις, για τις περισσότερες των επιχειρήσεων αυτών, είναι η επιβίωση τους σε βάθος χρόνου, η αποκατάσταση του ονόματος τους, διότι «υπάρχει μια μορφή καχυποψίας, στον τρόπο που μας αντιμετωπίζουν οι ντόπιοι»(4) ενώ δεν γίνεται αποδεκτό από όλους το «... διακριτό έργο κοινωνικής ωφέλειας που πιστεύουμε ότι επιτελούμε»(12), η θεσμική υποστήριξη, η έλλειψη τεχνογνωσίας, «ο πεδίο βρίσκεται σε νηπιακή ηλικία» και η χρηματοδότηση, όπου το 50% των συμμετεχόντων δεν έχουν λάβει κανενός είδους χρηματοδότησης, και αποτελεί «μεγάλη πρόκληση ώστε να βρίσκονται κάθε φορά οι χρηματοδότες για να προωθήσουν το έργο μας. Ωστόσο αν υπάρχει από την πλευρά μας αυθεντικότητα, αξιοπιστία και πολύ πάθος για αυτό που κάνεις κάποια πράγματα αρχίζουν και συνάδουν πηγαίνουν προς τον ίδιο σκοπό και οι άλλοι μπορούν να αξιολογήσουν και να στηρίζουν το όραμα σου»(14)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ

Αρκετές ήταν οι δυσκολίες για την διεξαγωγή και ολοκλήρωση έρευνας. Αρχικά, πολλές από τις εγγεγραμμένες επιχειρήσεις είναι ανενεργές, γεγονός που δεν αναφέρεται στο μητρώο, έτσι ήταν αδύνατον η επικοινωνία μαζί τους και τα ερωτηματολόγια μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου παρέμειναν αναπάντητα. Επιπλέον το Δίκτυο Κοιν.Σεπ. για την προστασία των προσωπικών δεδομένων των εγγεγραμμένων σε αυτό επιχειρήσεις, χαρακτήριζε την αλληλογραφία ενοχλητική και την απέρριπτε. Κατέστη ως εκ τούτου αναγκαία η τηλεφωνική επικοινωνία με τον υπεύθυνο επικοινωνίας του φορέα ώστε να προωθηθεί εκ των έσω η αλληλογραφία μας. Παρά ταύτα η ανταπόκριση ήταν μικρή. Για τον εντοπισμό και την τελική επιλογή του δείγματος πραγματοποιήθηκε περαιτέρω έρευνα μέσω δημοσιεύσεων, άρθρων, βραβεύσεων, σε σελίδες κοινωνικών μέσων δικτύωσης και κατόπιν μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας ολοκληρώθηκε το μεγαλύτερο μέρος των συνεντεύξεων. Αναφορικά με τις προσωπικές συνεντεύξεις στις τοπικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις, από τις τρεις προγραμματισμένες, ολοκληρώθηκαν μόνο η δυο. Τέλος, η ποιοτική μέθοδος έχει ορισμένους περιορισμούς καθώς μπορεί να οδηγήσει σε διαφορούμενες απαντήσεις, καθώς η παρουσία του ερευνητή μπορεί να εμποδίσει τον ερωτώμενο. Στη παρούσα έρευνα, εικάζεται ότι η διαφοροποίηση των ευρημάτων από άλλες παρόμοιες έρευνες μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι τα περισσότερα δεδομένα που συλλέχθηκαν προήλθαν από ψηφιακές συνεντεύξεις (10 από τις 14).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Από το δείγμα προκύπτει ότι η συμμετοχή των γυναικών ανέρχεται σε ποσοστό 50% , όπως και των ανδρών 50% γεγονός που δείχνει ότι τα δύο φύλλα δείχνουν το ίδια ενδιαφέρον για τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Επίσης, προκύπτει ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες ανήκουν στη ηλικία ομάδα 45-56 ποσοστό 50% , αποτέλεσμα που συμφωνεί με μια αντίστοιχη έρευνα στο Μητρώο Κοινωνικής οικονομίας της (Αδάμ 2014a,b,c), όπου αναφέρεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό που ιδρύει κοινωνικές επιχειρήσεις ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 45-64(34%), και με τους Levie & Hart(2011) που κατέληξαν στο ίδιο εύρημα

σε αντίστοιχη έρευνα το 2009 στην UK, και έρχεται σε αντίθεση με τα στοιχεία της έρευνας του Humbert(2012), κατά την οποία, στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι νεότερης ηλικίας, γεγονός που συνδέεται ίσως με τα χαμηλότερα επίπεδα οικογενειακών υποχρεώσεων, την τάση ανάληψης υψηλότερου ρίσκου και ίσως στη μεγαλύτερη δημιουργικότητα και ευαισθησία στις τεχνολογικές αλλαγές. Στο επίπεδο σπουδών το 50% το ατόμων που απάντησαν κατέχουν μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών, ενώ οι απόφοιτοι των ΑΕΙ είναι σε ποσοστό 36%. Χωρίς το επίπεδο σπουδών να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για τη δημιουργία μιας κοινωνικής επιχείρησης, ωστόσο, σύμφωνα με τον van der Scheer (2007) το άτομο που έχει υψηλότερο εκπαιδευτικό επίπεδο έχει μεγαλύτερη πιθανότητα να ξεκινήσει μια επιχείρηση, καθώς η τριτοβάθμια εκπαίδευση συνεπάγεται μεγαλύτερη κατάρτιση και αυτοπεποίθηση για τη δημιουργία μιας επιχείρησης, λιγότερη δυσκολία πρόσβασης σε πόρους και να επιφέρει μια δυναμική σε ένα χώρο όπου δύναται να εφαρμόζονται καινοτόμες εμπορικές δραστηριότητες.

Από τη έρευνα γίνεται σαφές ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων φαίνεται να είναι αρκετά εξοικειωμένη με τον όρο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, ενώ το αποτέλεσμα δείχνει να μην συμβαδίζει με τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε το 2007 σε διάφορες χώρες για την διάδοση του όρου (CIRIEC,2007) και που κατέδειξε μέτριο βαθμό αποδοχής του όρου στην Ελλάδα. Ωστόσο υπολείπεται ένα ποσοστό 2% των ερωτηθέντων που αν και εμπλέκονται πρακτικά με το πεδίο της κοινωνικής οικονομίας και των συνεταιρισμών δεν γνώριζαν την έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, μολονότι οι αγροτικοί συνεταιρισμοί είναι εγγεγραμμένοι στο Ειδικό Μητρώο φορέων Κ.Α.Λ.Ο με βάση του Ν. 4430/2016.

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες παρακινούνται από διάφορα κίνητρα ώστε να ιδρύσουν μια κοινωνική επιχείρηση. Στη παρούσα έρευνα και σε ποσοστό 28,5% το νομοθετικό πλαίσιο, είναι το βασικότερο κίνητρο που ωθεί τους κοινωνικούς επιχειρηματίες να δημιουργήσουν μια κοινωνική επιχείρηση, κυρίως οι φορολογικές ρυθμίσεις, ενώ ως δεύτερο σημαντικότερο είναι η προσφορά στο κοινωνικό σύνολο (21,4%) και η ανεργία στο ίδιο ποσοστό(21,4%). Τα ευρήματα αυτά της έρευνας δεν συμβαδίζουν με αποτελέσματα άλλων ερευνών, όπως των Břanda & Urbančíková (2020), μιας έρευνας που διεξήχθη τον Μάρτιο του 2020 στην Σλοβακία, με την ποσοτική μέθοδο σε 35 Κ.Ε., όπου το σημαντικότερο κίνητρο ήταν η ανάγκη να προσφέρουν βοήθεια σε μειονεκτούσες ομάδες και δεύτερο σημαντικότερο κίνητρο ήταν η προσπάθεια αντιμετώπισης της κοινωνικής ανισότητας στην περιοχή. Ο αλτρουισμός και η ευημερία της κοινωνίας ήταν η απάντηση του 92% των ερωτηθέντων σε ανάλογη έρευνα

στην Πορτογαλία που πραγματοποιήθηκε τον Μάιο- Ιούνιο 2013 σε δεκατρείς Κ.Ε. με την ποιοτική μέθοδο, με το 58% φαίνεται να έχουν επηρεαστεί από άλλους επιχειρηματίες, από την οικογένεια, φίλους ή ομότιμες ομάδες (Braga *et al.*, 2014). Στην παρούσα έρευνα οι συμμετέχοντες φαίνεται να έχουν επηρεαστεί σε ποσοστό 57,1% από το πνεύμα του συνεργατισμού, γεγονός που υπογραμμίζει την αναπτυγμένη συνεταιριστική και συλλογική ελληνική κουλτούρα, ενώ παράλληλα τα Κέντρα Στήριξης των φορέων Κ.ΑΛ.Ο στοχεύουν στην παραγωγή δημιουργικής και καινοτόμου σκέψης σε κλίμα συνεργατισμού με τη στήριξη ολοκληρωμένων προτάσεων ίδρυσης Κ.Ε.(Εκθεση 2019-2020). Σε άλλη έρευνα των Yitshaki και Kropp (2015) που διερεύνησαν τα κίνητρα 30 ισραηλινών κοινωνικών επιχειρηματιών, μέσα από τις συνεντεύξεις, και βάση της θεωρίας της έλξης και της ώθησης κινήτρων, αναφέρουν ότι το 60% έλκονταν από κίνητρα όπως, η ανάγκη να βοηθήσουν άτομα με παρόμοια προβλήματα με τα δικά τους, η μεγάλη κοινωνική συνείδηση, οι ηθικές τους αξίες, ιδεολογικά και θρησκευτικά κίνητρα ενώ παράγοντες που ώθησαν ορισμένους από αυτούς ήταν η δυσαρέσκεια από την συμβατική επιχείρηση με συνέπεια την ένταξη τους στην κοινωνική επιχείρηση, ευρήματα που δεν συμβαδίζουν με την παρούσα έρευνα. Τέλος το κίνητρο για καινοτομία αποτελεί την απάντηση με την μικρότερη συχνότητα με ποσοστό 14,2%, παρόλο που στην απάντηση αν θεωρούν την επιχείρηση τους καινοτόμα το 41,6% θεωρεί ότι η επιχείρηση τους καινοτομεί σε προϊόντα και διαδικασίες.

Ωστόσο, κατά την μελέτη των ατομικών κινήτρων την κοινωνικών επιχειρηματιών και τη σύγκρισή τους με άλλες έρευνες, ένας παράγοντας που πρέπει να λαμβάνεται υπόψιν, είναι το επιχειρηματικό οικοσύστημα, το οποίο σύμφωνα με τους Carriles *et al.*(2021)παίζει πολύ σημαντικό ρόλο, καθώς φαίνεται να επηρεάζεται από παράγοντες όπως το οικονομικό, πολιτικό, κοινωνικοπολιτισμικό ή νομικό περιβάλλον που περιβάλλει τον επιχειρηματία.

Στη συνέχεια εξετάζοντας τα εμπόδια των Κοιν.Σεπ, συμπεραίνουμε, ότι η έλλειψη ενημέρωσης των δημόσιων φορέων σχετικά με τη νομική μορφή των φορέων Κ.ΑΛ.Ο(42,8%), και η πρόσβαση στα χρηματοδοτικά εργαλεία(35,7%) είναι οι παράγοντες που καταγράφηκαν ως οι σημαντικότεροι που εμποδίζουν την ανάπτυξη και σε ορισμένες περιπτώσεις, απειλούν την βιωσιμότητα τους. Παρόμοια αποτελέσματα σημειώνονται κατά την έρευνα που αναφέρθηκε παραπάνω των Braga *et al.* (2014a,b) σε 13 κοινωνικές επιχειρήσεις στην Πορτογαλία, όπου η μεγάλη ανησυχία εστιάζεται στην κινητοποίηση ανθρώπινων και οικονομικών πόρων (35,7%). Στην παρούσα έρευνα παρατηρείται ότι το 50% των συμμετεχόντων στηρίζονται σε ιδιωτικά κεφάλαια και στα κέρδη της εμπορικής δραστηριότητας. Για όσους επιζητούν πρόσβαση στα χρηματοδοτικά εργαλεία, το άρθρο 9 του

N. 4019/2011 προβλέπει εργαλεία για την εξεύρεση πρόσθετων πόρων για την ισότιμη τοποθέτηση τους στο οικονομικό σύστημα. Ειδικότερα, η Χριστοφόρου(2014), αναφέρεται στο *Ταμείο Κοινωνικής Οικονομίας*, στο *Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης (ETEAN A.E.)*, στα δίκτυα μικροχρηματοδότησης για τους φορείς κοινωνικής οικονομίας και στα προγράμματα ΕΣΠΑ 2014-2020, το Action Finance, που άρχισε να δραστηριοποιείται στην Ελλάδα, (Τζουβελέκα & Zoehrer 2015), ενώ άλλες εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης θεωρούνται το «crowdfunding», η Κοινωνική τραπεζική χρηματοδότηση⁷, οι χορηγίες, οι δωρεές, η οικογένεια, οι φίλοι(Shaw & Carter 2007a,b). Εν αντιθέσει, σύμφωνα με την Έκθεση Κ.Α.Ο(2020), οι ελληνικές τράπεζες αρνούνται την χρηματοδότηση των Κ.Ε. είτε γιατί ο κύκλος εργασιών που παρουσιάζουν είναι πολύ μικρός, είτε γιατί αγνοούν τον τρόπο λειτουργίας των φορέων Κ.Α.Ο. Συνεχίζοντας με την μελέτη των εμποδίων, η καχυποψία εκ μέρους των πολιτών, η χαμηλή αναγνωρισιμότητα της κοινωνικής τους αξία, η μειωμένη προβολή καλών πρακτικών από τα ΜΜΕ αναφέρονται ως εξίσου σημαντικά εμπόδια, που συμπίπτει με τα αποτελέσματα της παραπάνω για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες στη Σλοβακία (Břanda & Urbančíková 2020a,b), όπως επίσης και με τα συμπεράσματα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής(2014) και εμπειρογνομόνων κοινωνικής επιχειρηματικότητας, οι οποίοι επίσης αντιλαμβάνονται τη χαμηλή ευαισθητοποίηση του κοινού ως ένα από τα πιο σοβαρά εμπόδια. Τέλος οι γυναίκες, σύμφωνα με τους Mailloux *et al.*(2002), συχνά αναπτύσσουν εθελοντικές δράσεις και τις αξιοποιούν για αντισταθμίσει την αρνητική κριτική, τις ανισότητες και τα στερεότυπα που αντιμετωπίζουν ως σημαντικά εμπόδια στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα

Εν συνεχεία δόθηκε έμφαση στο προφίλ του κοινωνικού επιχειρηματία. Μέσα από την παρούσα έρευνα και σε απόλυτη συμφωνία με την βιβλιογραφία(Abu-Saifan,2012)., είναι φανερό ότι κοινωνικοί επιχειρηματίες διαθέτουν έντονο το συναίσθημα της κοινωνικής ευθύνης και το πνεύμα του 'συνεργάζεσθαι', διαθέτουν υπομονή, επιμονή, ανθεκτικότητα, και οργανωτικές ικανότητες και δεξιότητες ενώ επίσης παρατηρείται ότι απαιτούνται γνώσεις σε σχέση με τις επιχειρήσεις, τις τεχνολογίες και τα δίκτυα. Στην αντίθετη περίπτωση, τα ετερόκλητα μέλη που τυχόν απαρτίζουν μια διοίκηση, η έλλειψη εκπαίδευσης των μελών και οι περιορισμένες γνώσεις γύρω από το Μάρκετινγκ και την επιχειρηματικότητα αναφέρθηκαν ως παράγοντες αποτυχίας, κυρίως των αγροτικών συνεταιρισμών. Κάποια από τα ανωτέρω χαρακτηριστικά θεωρούνται «μοναδικά» και κάποια αναγνωρίζονται ως κοινά με τους

⁷ Η ΕΕ θεσμοθέτησε την λειτουργία των Ευρωπαϊκών Ταμείων Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας (EUSEF's) και που χρηματοδοτούν με προνομιακά επιτόκια, τις Κ.Ε.

συμβατικούς επιχειρηματίες. Σε όλους όμως αναγνωρίζεται το σαφές όραμα και η επιθυμία να εκπληρώσουν του στόχους τους και να φτάσουν στο επιθυμητό αποτέλεσμα.

Αναφορικά με τη καινοτομία, οι Κ.Ε. θεωρούνται σε ορισμένες περιπτώσεις (41,5%) πιο καινοτόμες από τις συμβατικές επιχειρήσεις. Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, πολύ κοινωνικοί επιχειρηματίες ρισκάρουν με νέες ιδέες και καινοτομούν τόσο στις διαδικασίες όσο και στα προϊόντα, και υποστηρίζουν όπως για παράδειγμα και ο Foote (2019), ιδρυτής και CEO της Root Capital⁸, ότι στον κόσμο των κοινωνικών επιχειρήσεων υπάρχει πάντα χώρος για μεγάλες και καινοτόμες ιδέες. Η δημιουργία του σταρένιου καλαμακιού π.χ. από την Κοιν.Σεπ Staramaki, αποτελεί μεγάλη καινοτομία και μπορεί να συγκριθεί με τόσες άλλες εταιρείες που προσπαθούν να μειώσουν ή να εξαλείψουν το οικολογικό τους αποτύπωμα π.χ. Method Home

Σχετικά με τον κοινωνικό αντίκτυπο των Κ.Ε., που σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 9, «ορίζεται ως η παραγόμενη συλλογική και κοινωνική ωφέλεια που κομίζει η δραστηριότητα του Φορέα Κοινωνικής και Αλληλεγγύης Οικονομίας, σε οικονομικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικό επίπεδο στις τοπικές κοινωνίες», οι περισσότεροι ερωτώμενοι θεωρούν τον κοινωνικό αντίκτυπο θετικό (35,7%) σε συνάρτηση με το πεδίο στο οποίο δραστηριοποιείται η κάθε Κ.Ε. και τον προσμετρούν με τον αριθμό θέσεων⁹ που δημιουργούν, την προβολή τους στα μέσα μαζικής δικτύωσης, την αναγνώριση του έργου τους στο ελλαδικό ή και στον διεθνή χώρο κ.λπ. Στην παρούσα έρευνα κανένας από τους ερωτηθέντες δεν αναφέρθηκε σε κάποια μέθοδο μέτρησης του κοινωνικού τους αντίκτυπου, όπως παράδειγμα η μέθοδος SROI, μια μέθοδος που μεταφράζει σε μορφή χρηματοποίησης το αποτέλεσμα ενός κοινωφελούς έργου. Η μέτρηση του κοινωνικού αντίκτυπου ωστόσο, θεωρείται σημαντική τόσο για τις ίδιες τις επιχειρήσεις, όσο και για τους μελλοντικούς επενδυτές, αλλά και για τις κρατικές αρχές που αξιοποιούν τα αποτελέσματα των μετρήσεων για τον προγραμματισμό των χρηματοδοτήσεων. Ειδικότερα, η μέτρηση του κοινωνικού αντίκτυπου¹⁰ δύναται να χρησιμοποιηθεί από τις κοινωνικές επιχειρήσεις, ως εργαλείο διαχείρισης της εικόνας τους προς τα «έξω», βελτίωσης των επιδόσεων, πρόσβασης σε διάφορα χρηματοδοτικά εργαλεία

⁸ Η Root Capital προσφέρει σε αγρότες της Αφρικής, Ασίας και Λ. Αμερικής, κεφάλαια, εκπαίδευση και πρόσβαση στις αγορές.

⁹ 14 εκατομμύρια εργαζόμενοι στη Ε.Ε.

¹⁰ Οι βασικότερες μέθοδοι του κοινωνικού αντίκτυπου είναι η κοινωνική λογιστική SAA, η EVPA, η SROI

αλλά και συμμετοχής σε διαγωνισμούς¹¹ όπου διακρίνονται οι Κ.Ε. με τον μεγαλύτερο μετρήσιμο κοινωνικό αντίκτυπο.

Τέλος, οι περισσότερες κοινωνικές επιχειρήσεις του δείγματος 8 από τις 14 δημιουργήθηκαν κατά περιόδους μεγάλης οικονομικής ύφεσης, φτώχειας και κοινωνικών ανισοτήτων, όταν σύμφωνα με τον Κετσειτζή (2020), η εταιρική κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων αποκτά ένα διαφορετικό πρόσωπο, με συγκεκριμένα και απτά αποτελέσματα, που κάνουν άμεσα την διαφορά, ενώ ο Goldring (2015) υποστηρίζει ότι η εφαρμογή ενός “σύνθετου μοντέλου επιχειρηματικής στήριξης”, όπου θα εμπλέκεται η τοπική και εξιδεικευμένη στήριξη των κοινωνικών επιχειρήσεων, θα μπορούσε να συμβάλει στην ανάπτυξη και την επίτευξη των στόχων τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται τα συμπεράσματα που προέκυψαν από τη μελέτη των απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν από τις συνεντεύξεις σε ένα δείγμα 14 κοινωνικών επιχειρήσεων από την τοπική και ευρύτερη ελληνική περιφέρεια και θεωρείται ικανοποιητικό για την διεξαγωγή ποιοτικής έρευνας.

Από το δείγμα προκύπτει ότι γυναίκες και άνδρες στο ίδιο ποσοστό, που ηλικιακά ανήκουν στην ομάδα 45-56 και κατέχουν υψηλούς τίτλους σπουδών, επιλέγουν να ασχοληθούν με την κοινωνική επιχειρηματικότητα, έχοντας ως υψηλότερο κίνητρο, το θεσμικό πλαίσιο των κοινωνικών επιχειρήσεων, όπως αυτό διαμορφώθηκε με τον νόμο 4430/2016 και κατόπιν από την ανάγκη για προσφορά στο κοινωνικό σύνολο και την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων, καθώς και εξαιτίας της ανεργίας και τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα, ως κοινωνική διαδικασία, που προέκυψε σε περιόδους οικονομικών και κοινωνικών κρίσεων, προϋποθέτει οι συμμετέχοντες σε αυτή, να αναπτύσσουν κοινωνικές δεξιότητες, να συγκεντρώνουν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, να διακατέχονται από υψηλό όραμα και αλτρουισμό και την ανάγκη για «κοινωνικό αποτύπωμα». Η μεγαλύτερη πρόσκληση που καλούνται να ξεπεράσουν, είναι τα εμπόδια που απειλούν την βιωσιμότητα τους, που είναι κυρίως η έλλειψη ενημέρωσης και άγνοιας των

¹¹Πχ. Ο παγκόσμιος διαγωνισμός Chivas Venture. <https://www.tovima.gr/2019/05/22/market/chivas-venture-2019-i-xilinat-einai-i-nikitria-tou-pagkosmiou-diagonismou-koinonikis-epixeirimatikotitas/>

δημόσιων αρχών για το τρόπο λειτουργίας και το έργο των κοινωνικών επιχειρήσεων, ενώ για την λειτουργία των επιχειρήσεων τους βασίζονται σε ιδιωτικά κεφάλαια και στα έσοδα που προκύπτουν από την εμπορική τους δραστηριότητα, αλλά αξιοποιούν και κάθε χρηματοδοτικό εργαλείο όταν υπάρχει η δυνατότητα. Από την βιβλιογραφική ανασκόπηση αλλά και την εμπειρική έρευνα, γίνεται αντιληπτό ότι, τα εμπόδια δεν φαίνεται να ενεργούν ως ανασταλτικοί παράγοντες καθώς παρατηρείται αύξηση των εγγεγραμμένων κοινωνικών επιχειρήσεων στο Γενικό Μητρώο της Κ.Α.Λ.Ο.

Τέλος, η καχυποψία και η αμφισβήτηση που δέχονται οι Κ.Ε. επισκιάζουν την προσπάθεια τους και υποσκελίζουν την κοινωνική αξία του έργου τους. Ο αντίλογος έρχεται με το επιχείρημα ότι, οι φορείς Κ.Α.Λ.Ο έχουν μεγάλο κοινωνικό πρόσημο και θετικό κοινωνικό αντίκτυπο και συνεπώς νομιμοποιούνται ηθικά να υπάρχουν ως ένα μοντέλο επιχειρηματικότητας με μεγάλη απόδοση στη δημιουργία θέσεων εργασίας, ανταγωνισμού, καινοτομίας και κοινωνικής συνεισφοράς.

5.1. Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Αν και τα ευρήματα της έρευνας ανέδειξαν αρκετές πτυχές του θέματος για τα κίνητρα και τα εμπόδια στην κοινωνική επιχειρηματικότητά πρέπει να σημειωθεί ότι το δείγμα είναι μικρό και προέρχεται μόνο από ελληνικές κοινωνικές επιχειρήσεις σίγουρα δεν μπορεί να γενικευτούν. Δεδομένης της αυξανόμενης σημασίας της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, η έρευνα αυτή θα μπορούσε να επηρεάσει άλλους ερευνητές για να μελετήσουν τα προσωπικά χαρακτηριστικά ανδρών και γυναικών, τα κίνητρα τους και τον τρόπο που ξεπερνούν τα εμπόδια και τις δυσκολίες, ώστε να αποτυπώσουν την επίδραση του φύλου στην ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Μια άλλη πρόταση για περαιτέρω έρευνα είναι η μέτρηση του κοινωνικού αντικτύπου που έχουν οι πρακτικές κοινωνικής επιχειρηματικότητας, με μεθόδους κοινωνικοοικονομικής αποτύπωσης. Η κοινωνικό-ψυχολογική μελέτη των κοινωνικών επιχειρηματιών και η σύγκριση τους με τους εθελοντές και το φιλανθρωπικό έργο θα παρουσίαζε επίσης ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Τέλος, μια πρόταση για ανάλυση είναι η εκπαίδευση στο κοινωνικό επιχειρείν και η ένταξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στο πρόγραμμα σπουδών πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Abu-Saifan, S., (2012). Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 2(2)
- Aileen Boluk, K. and Mottiar, Z., (2014). Motivations of social entrepreneurs. *Social Enterprise Journal*, 10(1), pp.53-68.
- Bacq, S. and Janssen, F., (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5-6), pp.373-403.
- Bidet, E. and Spear, R., (2003). The Role of Social Enterprise in European Labour Markets. *SSRN Electronic Journal*.
- Bitumi, A. (2018). ‘An uplifting tale of Europe’. Jacques Delors and the contradictory quest for a European social model in the Age of Reagan. *Journal Of Transatlantic Studies*, 16(3), 203-221. <https://doi.org/10.1080/14794012.2018.1482709>
- Birchall, J. and Simmons, R., (2004). What Motivates Members to Participate in Co-operative and Mutual Businesses? *Annals of Public and Cooperative Economics*, 75(3), pp.465-495.
- Bľanda, J., & Urbančiková, N. (2020). Social Entrepreneurship as a Tool of Sustainable Development. *Quality Innovation Prosperity*, 24(3), 21. doi: 10.12776/qip.v24i3.1463
- Boluk, K. and Mottiar, Z. (2014), “Motivations of social entrepreneurs”, *Social Enterprise Journal*, Vol. 10 No. 1, pp. 53-68, doi: 10.1108/SEJ-01-2013-0001.
- Bornstein, D., 2007. *How to change the world*. New York: Oxford University Press.
- Braga, J., Proença, T., & Ferreira, M. (2014). Motivations for social entrepreneurship – Evidences from Portugal. *Tékhne*, 12, 11-21. doi: 10.1016/j.tekhne.2015.01.002
- Bull, M. (2008). Challenging tensions: Critical, theoretical and empirical perspectives on social enterprise. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 14(5), 268–75

- Carriles-Alberdi, M., Lopez-Gutierrez, C., & Fernandez-Laviada, A. (2021). The Influence of the Ecosystem on the Motivation of Social Entrepreneurs. *Sustainability*, 13(2), 922. doi: 10.3390/su13020922
- CIRIEC (2007). Η Κοινωνική Οικονομία στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Σύνοψη έκθεσης που εκπονήθηκε για την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή, http://eesc.europa.eu/groups/3/categories/soceco/di_ces96-2007_di_el.doc
- Dacin, M.T., Dacin, P.A. and Tracey, P. (2011), “Social entrepreneurship: a critique and future directions”, *Organization Science*, Vol. 22 No. 5, pp. 1203-1213, doi: 10.1287/orsc.1100.0620.
- Dees, J. G. (1998). Enterprising nonprofits. *Harvard business review*, 76, 54-69.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Social enterprise in Europe: At the crossroads of market, public policies and third sector. *Policy and society*, 29(3), 231-242.
- Defourny, J. and Nyssens, M., (2008). Social enterprise in Europe: recent trends and developments. *Social Enterprise Journal*, 4(3), pp.202-228.
- Echebarria, C., & Barrutia, J. (2012). The Collaborative Public Manager: A Social Marketer?. *Academy Of Management Proceedings*, 2012(1), 14102. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2012.14102abstract>
- Fischer, E., Reuber, A. and Dyke, L., (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8(2), pp.151-168.
- Fafaliou, I. and Salamouris, I., (2014). Analyze Female Entrepreneurship: Evidence from Greece. *International Journal of Economics and Business Administration*, II(Issue 1), pp.21-38.
- Galera, G. and Borzaga, C., 2009. Social enterprise. *Social Enterprise Journal*, 5(3), pp.210-228.
- Carpi, J. A. (1997). The prospects for the social economy in a changing world. *Annals of public and cooperative economics*, 68(2), 247-279.
- Ghalwash, S., Tolba, A. and Ismail, A. (2017), “What motivates social entrepreneurs to start social ventures? An exploratory study in the context of a developing economy”, *Social Enterprise Journal*, Vol. 13 No. 3, pp. 268-298, doi: 10.1108/SEJ-05-2016-0014.

- Gonzales, V. (2007). Social Enterprises, Institutional Capacity and Social Inclusion. In A. Noya & E. Clarence (Eds.), *The Social Economy. Building Inclusive Economies* (pp. 119- 153). Paris: OECD.
- Hechavarría, D., & Ingram, A. (2018). Entrepreneurial ecosystem conditions and gendered national-level entrepreneurial activity: a 14-year panel study of GEM. *Small Business Economics*, 53(2), 431-458. doi: 10.1007/s11187-018-9994-7
- Hechavarría, D., Renko, M. and Matthews, C., (2011). The nascent entrepreneurship hub: goals, entrepreneurial self-efficacy and start-up outcomes. *Small Business Economics*, 39(3), pp.685-701.
- Hudson, R., (2009). Life on the edge: navigating the competitive tensions between the 'social' and the 'economic' in the social economy and in its relations to the mainstream. *Journal of Economic Geography*, 9(4), pp.493-510.
- Humphris, G. K. (2017). Motivations of social entrepreneurs. *Fields: journal of Huddersfield student research*, 3(1).
- Humbert, A. and Roomi, M., (2017). Relating Motivations to Economic and Social Performance Among Women Social Entrepreneurs. *Academy of Management Proceedings*, 2017(1), p.11820.
- Jobome, G. O. (2006). Management pays, governance and performance: The case of large UK nonprofits. *Financial Accountability & Management*, 22(4), 331-358.
- Levie, J., & Hart, M. (2011). Business and social entrepreneurs in the UK: gender, context and commitment. *International Journal Of Gender And Entrepreneurship*, 3(3), 200-217. <https://doi.org/10.1108/17566261111169304>
- Mailloux, L., Horak, H., & Godin, C. (2002). Motivation at the margins: Gender issues in the Canadian voluntary sector. *Human Resources Development Canada Voluntary Sector Secretariat*
- Marshall, M. (1996). Sampling for qualitative research. *Family Practice*, 13(6), 522-526. doi: 10.1093/fampra/13.6.5226.
- MASLOW, A. (1943). Preface to Motivation Theory. *Psychosomatic Medicine*, 5(1), 85-92. doi: 10.1097/00006842-194301000-00012

- Moulaert, F., & Ailenei, O. (2005). Social Economy, Third Sector and Solidarity Relations: A Conceptual Synthesis from History to Present. *Urban Studies*, 42(11), 2037-2053. <https://doi.org/10.1080/00420980500279794>
- Nicholls, A. (2006). Social entrepreneurship. Enterprise and small business: Principles, practice and policy, 220-242.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., ... & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International journal of surgery (London, England)*, 78, 185.
- Nyssens, M. (Ed.). (2007). Social enterprise: At the crossroads of market, public policies and civil society. *Routledge*.
- Rexhaj, B. (2011). Motivation to work in for-profit and not-for-profit organizations.
- Ridley-Duff, R., 2008. Social enterprise as a socially rational business. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14(5), pp.291-312
- Sdrali, D., Goussia-Rizou, M., & Sarafi, V. (2016). Exploring the work environment in Greek social enterprises: a first overview. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 28(4), 451-467.
- Sharir, M., & Lerner, M. (2006). Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs. *Journal of World Business*, 41(1), 6–20.
- Seelos, C., & Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business horizons*, 48(3), 241-246.
- Seelos, C., & Mair, J. (2005). Social Entrepreneurship. The Contribution of Individual Entrepreneurs to Sustainable Development. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.701181>
- Shaw, E., & Carter, S. (2007). Social entrepreneurship. *Journal of small business and enterprise development*.
- Thompson, J. L. (2002). The world of the social entrepreneur. *International journal of public sector management*.
- Tippet, J., & Kluvers, R. (2009). Employee rewards and motivation in nonprofit organisations: Case study from Australia. *International Journal of Business and Management*, 4(3), 7-14.

Trivedi, C., & Stokols, D. (2011). Social Enterprises and Corporate Enterprises. *The Journal Of Entrepreneurship*, 20(1), 1-32. <https://doi.org/10.1177/097135571002000101>

Yitshaki, R., & Kropp, F. (2015). Entrepreneurial Passions and Identities among High-Tech and Social Entrepreneurs. In *Academy of Management Proceedings (Vol. 2015, No. 1, p. 17305)*. Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.

Urban, B. and Kujinga, L. (2017), “The institutional environment and social entrepreneurship intentions”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, Vol. 23 No. 4, pp. 638-655, doi: 10.1108/IJEER-07-2016-0218.

Urban, B. and Teise, H. (2015), “Antecedents to social entrepreneurship intentions: an empirical study in South Africa”, *Management Dynamics*, Vol. 24 No. 2, pp. 36-52, available at: <https://journals.co.za/content/mandyn/24/2/EJC174651>.

van der Scheer, W. (2007). Is the new health-care executive an entrepreneur? *Public Management Review*, 9(1), 49-65. <https://doi.org/10.1080/14719030601181217>

van der Zwan, P., Thurik, R., Verheul, I. and Hessels, J. (2016), “Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs”, *Eurasian Business Review*, Vol. 6, pp. 273-295, doi: 10.1007/s40821-016-0065-1.

Waddock, S., & Post, J. (1991). Social Entrepreneurs and Catalytic Change. *Public Administration Review*, 51(5), 393. <https://doi.org/10.2307/976408>

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ετήσια Έκθεση 2017 & Σχέδιο Δράσης για την Ανάπτυξη του Οικοσυστήματος της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας 2017-2023 www.ypakp.gr

Κατηγορίτης, Σ. (2017). Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και Ευρώπη του 2020. Εκπαίδευση, Δια Βίου Μάθηση, Έρευνα Και Τεχνολογική Ανάπτυξη, Καινοτομία Και Οικονομία, 1, 325. <https://doi.org/10.12681/elrie.798>

Κοντογεώργος, Α., & Σεργάκη, Π. (2015). Οργανωσιακή Συμπεριφορά των Μελών ενός Αγροτικού Συνεταιρισμού. <https://www.researchgate.net/scientific-contributions/A-Kontogeorgos-2124612477>.

Κώστας, Α. «Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα», Διδακτορική Διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα 2014
thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/34914#page/1/mode/2up

Μακρυδημήτρης Α., Μαρούδας Λ., Προβατά Μ.Η. (επιμ.), Σύγχρονες τάσεις στη διοικητική επιστήμη: «Νέα Δημόσια Διοίκηση», εταιρική κοινωνική ευθύνη και κοινωνία των πολιτών, Αθήνα, Σάκκουλας.

https://www.researchgate.net/publication/283783483_ETAIRIKE_KOINONIKE_EUTH

Μαριάδης Σ. «Συνεργατισμός – Συνεταιρισμοί ΙΣΤΟΡΙΑ - ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ - ΑΠΟΣΤΟΛΗ— η εναλλακτική λύση - Θεσσαλονίκη 2012 5Η έκδοση 2015

Νασιούλας Ι. (2010) Η κοινωνική οικονομία της Ελλάδας και το κοινωνικό κεφάλαιό της. Ένα ολοκληρωμένο θεσμικό και εθνικό λογιστική αναγνώριση. Εκδόσεις ΟΡΘΩΣ Λογότυπα, Αθήνα Ιωνικής Οικονομίας", ΙΚΠ-ΕΚΚΕ

Σακελλαρόπουλος, & Οικονόμου (2007). National Priorities and European Challenges in the reform process of the Social Protection and Employment policies in Greece, 1980-2004. Social Cohesion and Development, 1

Σελλιανάκης, Γ.(2020). «Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί στην Ελλάδα. Η άνοδος και η πτώση» Αθήνα 2020

Σταμπουλής, Γ. Νάκου, Π. (2013). «Προς ένα συνεταιριστικό μέλλον: μαθαίνοντας από το Mondragon» Αειχώρος, 25σελ 105-123.

Στρατηγάκη Μ (2005) Επιχειρείν και ανατρέφειν, στο: Μ Στρατηγάκη (επιμ.) Επιχειρηματικότητα Γυναικών - Όψεις ιδιοκτησίας και Διοίκησης. ΚΕΚΜΟΚΟΠ Παντείου Πανεπιστημίου/Gutenberg, σελ.17-40.

Τσαρδανίδης Χ., 2009, «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και οι ελληνικές επιχειρήσεις στην Νοτιοανατολική Ευρώπη. Σύνδεση με οικονομική και δημόσια διπλωματία».

Τσομπάνογλου, Γ. Ο., & ΒΑ, Μ. (2004). Κοινωνική Οικονομία, Κοινωνικό Κεφάλαιο, Τοπική Ανάπτυξη μέσω Καινοτόμων Δράσεων.

Δρ. Χριστοφόρου Α., (2014). Όσα χρειάζεται να γνωρίζετε για τις κοινωνικές επιχειρήσεις και την κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα κι στην Ευρώπη, „Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας ΕΜΠ, Αθήνα 2104, περιοδικό “κοινωνική οικονομία”,(25Μαΐου 2019),

Ανακτήθηκε από : mkentua.gr/wpcontent/uploads/κοινωνική-επιχειρηματικότητα_Χριστοφόρου.pdf

Νομοθεσία

N. 4019/2011 (ΦΕΚ Α 216/2011)

N. 4430/2016 (ΦΕΚ Α 205/2016)

Διαδικτυακοί τόποι

Κοινωνική οικονομία – ΔΙΚΤΥΟ ΚοινΣεπ. Koinsep.org. (2021).
<https://koinsep.org/%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%B7-%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%B>
(τελευταία πρόσβαση 1/2/2021)

Όταν η κρίση αναδεικνύει τον κοινωνικό ρόλο των επιχειρήσεων. Capital.gr. (2021).
<https://www.capital.gr/afieroma-etairiki-euthuni-crisi-2020/3466114/otan-i-krisi-anadeiknuei-ton-koioniko-rolo-ton-epixeiriseon>. (τελευταία πρόσβαση 18/1/2021)

Μονάδα Καινοτομίας Επιχειρηματικότητας. Epixeireite.duth.gr. (2021).
<https://epixeireite.duth.gr/>.

ΚΟΙΝΣΕΠ : ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΛΑΦΡΥΝΣΕΙΣ ΚΟΙΝΣΕΠ ΕΤΟΥΣ 2016 – ILF Consulting. Ilfconsult.com. (2021).
<https://ilfconsult.com/2017/07/26/koinsep-forologikes-apallages-kai-elafyunseis-gia-thn-leitourgia-tous/>.(τελευταία πρόσβαση 12/2/2021)

Eesc.europa.eu. (2021).
https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/resources/docs/a_ces11042-2012_00_00_tra_etu_el.pdf. (τελευταία πρόσβαση 17/01/2021)

Crisisobs.gr. (2021). <https://crisisobs.gr/wp-content/uploads/2014/12/NASIOULAS-Final-GR.pdf>. (τελευταία πρόσβαση 15/9/2020)

<https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-876-el-n.pdf>(τελευταία πρόσβαση 12/9/2020)

Ecb.europa.eu. (2021). <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/annrep/ecb.ar2017.el.pdf>.

(τελευταία πρόσβαση 19/12/2020)

<https://docplayer.gr/3006036-Orismos-kai-paradeigmata-koinonikon-epiheiriseon-sofia-adam-seminario-dimioyrgontas-mia-koinoniki-epiheirisi.htmlp>

(τελευταία πρόσβαση 19/9/2020)

<http://www.opengov.gr/minlab/?p=1763> (τελευταία πρόσβαση 28/8/2020)

<https://www.taxheaven.gr/news/46202/1404-koinsep-drasthriopoiyontai-hdh-sthn-ellada>

(τελευταία πρόσβαση 8/8/2020)

<http://www.ypakp.gr/uploads/docs/10678.pdf> (τελευταία πρόσβαση 21/9/2020)

<https://www.socialvalue.gr/el/methodologia/ti-einai-i-methodos-sroi> (τελευταία πρόσβαση 10/09/2020)

EUR-Lex - 52011DC0682 - EL. Eur-lex.europa.eu. (2021).<https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52011DC0682&from=PL>.

(τελευταία πρόσβαση 2/12/2020)

Urbact.eu. (2021). from https://urbact.eu/sites/default/files/urbact5_el_impa.9.pdf. (τελευταία πρόσβαση 10/1/2021)

ΣυνεταιρισμοίGov.gr.(2021).<https://www.gov.gr/ipiresies/georgia-kai-ktenotrophia/sunetairismoι>. (τελευταία πρόσβαση 16/01/2021)

Βασίλης Τακτικός. Times News. (2021). from <https://www.timesnews.gr/tag/vasilis-taktikos/>.(τελευταία πρόσβαση 28/1/2021)

Τεύχος 36. Paperzz.com. (2021). Retrieved 16 February 2021, from <https://paperzz.com/doc/5183582/>.

ΣΥΝΕΔΡΙΟ: Αγροτικοί συνεταιρισμοί στη Νότια και Κεντρική Ευρώπη, 19ος και 20ος αιώνας: μια συγκριτική θεώρηση -<http://docplayer.gr/404117-Synedrio-agrotikoi-synetairismoι-sti-notia-kai-kentriki-eyropi-19os-kai-20os-aionas-mia-sygnkritiki-theorisi.html>.

Φεφές Μ., "Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας και Αγροτικοί Συνεταιρισμοί: Νομοθετικά Παράδοξα".Isem-journal.blogspot.com.

http://isemjournal.blogspot.com/2019/12/blog-post_43.html.(τελευταία πρόσβαση 18/11/2020)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ Κ.Ε.

1^η ΚΟΙΝΣΕΠ ΠΟΡΕΙΑ ΥΓΕΙΑΣ

Ιδρύθηκε το 2014 από φυσικά πρόσωπα. Σε όλα της τα χρόνια η ΠΟΡΕΙΑ ΥΓΕΙΑΣ έχει αναπτύξει μια μεγάλη βεντάλια υπηρεσιών με μέλημα την ψυχοσωματική και ψυχοκοινωνική ενδυνάμωση ατόμων και ομάδων. Με την ομάδα των επαγγελματιών της με την μακρόχρονη, συνεχή και πολύπλευρη εκπαίδευση, και με το δίκτυο συνεργασιών που έχει εγκαταστήσει, η ΠΟΡΕΙΑ ΥΓΕΙΑΣ υλοποιεί ένα συνολικότερο όραμα: Δημιουργεί τις συνθήκες ώστε άνθρωποι και ομάδες με διαφορετικά αιτήματα να μπορούν να λαμβάνουν υψηλού επιπέδου υπηρεσίες υποστήριξης και εκπαίδευσης, μέσα σε ένα ξεκάθαρο πλαίσιο ηθικών αξιών. Έτσι, υποστηρίζουμε με φροντίδα ανθρώπους ψυχοθεραπευτικά και ψυχοσωματικά, υλοποιούμε με ευθύνη δράσεις που παρεμβαίνουν στον ψυχοκοινωνικό χώρο, και παρέχουμε προγράμματα εκπαίδευσης με επαγγελματισμό και ποιότητα. <https://poreia-ygeias.gr/>

2^η ΚΟΙΝΣΕΠ ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ ΣΥΝΑΨΙΣ

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ

3^η ΚΟΙΝΣΕΠ AD HOC

ΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΨΥΧΟΛΟΓΟΥ, ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΟΥ

https://ad-hoc-accountant.business.site/?utm_source=gmb&utm_medium=referral

4^η ΚΟΙΝΣΕΠ Μυρόπολις

Ιδρύθηκε το 2016 από φυσικά πρόσωπα. Στο πλαίσιο ανάπτυξης του τοπικού τουριστικού πολιτιστικού και αγροτικού προϊόντος της Μεγαλόπολης και του νομού Αρκαδίας, γενικότερα η δημιουργία Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης, στοχεύει, σε νέες αναδυόμενες

αγορές και την για την προσέλκυση τουριστών, μέσα από εκστρατείες ενημέρωσης μέσω διαδικτύου, κάθε άλλου πρόσφορου μέσου και με συνεργασίες με άλλους φορείς.
<https://www.facebook.com/meropoliskoinsep/>

5^η ΚΟΙΝΣΕΠ dot2dot

Ιδρύθηκε το 2013 από φυσικά πρόσωπα.ΟΙ δράσεις της περιλαμβάνουν θεματικές διαδρομές και εναλλακτικές ξεναγήσεις στη Θεσσαλονίκη και σε κοντινούς αρχαιολογικούς χώρους, εκπαιδευτικά προγράμματα για εκπαιδευτικούς και κοινωνικούς φορείς, εργαστήρια παιδιών και ενηλίκων και εικαστικές δράσεις.<https://www.dot2dot.gr/>

6^η ΚΟΙΝΣΕΠ WISE CREECE

Ιδρύθηκε το 2013 από φυσικά πρόσωπα. Μια μη κερδοσκοπική κίνηση με «διπλό» σκοπό, που προωθεί αγροτικά προϊόντα μικρών παραγωγών και τα κέρδη των πωλήσεων προορίζονται για την τροφίμων για άστεγους, ηλικιωμένους και παιδιά <https://www.wisegreece.com/>

7^η Α.Ο.Σ (Αγροτικός Συνεταιρισμός)

Ιδρύθηκε το 1961 από φυσικά πρόσωπα Ο Οινοποιητικός Συνεταιρισμός Τυρνάβου ιδρύθηκε από τους αμπελουργούς της επαρχίας Τυρνάβου με σκοπό την αξιοποίηση της μεγάλης παραγωγής σταφυλιού και των παραγώγων του. <https://www.tirnavoswinery.gr/>

8^η ΑΣΕΠΟΠ ΤΥΡΝΑΒΟΥ (αγροτικός συνεταιρισμός)

Ιδρύθηκε το 1926 από φυσικά πρόσωπα. Ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Επεξεργασίας και Πώλησης Οπωροκηπευτικών Προϊόντων Τυρνάβου (Α.Σ.Ε.Π.Ο.Π. Τυρνάβου), είναι πρωτοβάθμιος παραγωγικός συνεταιρισμός με 165 παραγωγούς – μέλη. Διαθέτει μια πλούσια γκάμα αγροτικών προϊόντων (φρούτα) που παράγουν τα μέλη και τα διακινούν μέσω της οργάνωσης. <http://www.aseoptirnavos.gr/>

9^η STARAMAKI ΚΟΙΝΣΕΠ

Ιδρύθηκε το 2018 από φυσικά πρόσωπα. Η Κ.Ε. Staramaki (συνδυασμό των λέξεων «σιτάρι» και «καλαμάκι») προτείνει να αντικατασταθεί το κοινό πλαστικό με ένα άλλο από σιτάρι. Δημιουργήθηκε με πρωτοβουλία του Συλλόγου Εθελοντών Κιλκίς. Μέρος των κερδών προορίζονται για την στέγαση προσφύγων
<http://www.staramaki.gr/?fbclid=IwAR34jSIwT23BJAhQR7HWpbkPlapCuoYs6Xk5nqToGDPzEFo2EGLZfjqzw4>

10^η Πολύμορφη ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ

Ιδρύθηκε το 2015 από φυσικά πρόσωπα. Η Πολύμορφη είναι ένας Κοινωνικός Συνεταιρισμός στο Νέο Πετρίτσι Σερρών. Τα αντικείμενά του είναι: η μεταποίηση αρωματικών φυτών, διοργάνωση πολιτιστικών δρώμενων και η δημιουργία τμημάτων διδασκαλίας παραδοσιακών τεχνών. <http://www.polimorfi.com/>

11^η «ΓΕΝΙΣΕΑ» ΚΟΙΝ.Σ ΕΠ

Ιδρύθηκε το 2006 από το Σύλλογο Γυναικών του χωριού Γενισέα Ξάνθης και ασχολείται με την καλλιέργεια ζαχαροκάλαμου και την παραγωγή μελάσας. <http://www.zaxarokalamo.gr/>

12^η «ΟΙΚΟΤΕΧΝΟΝ» ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ

Κατασκευή και εμπορία κοσμημάτων, ειδών λαϊκής και εκκλησιαστικής τέχνης και συναφών ειδών

13^η « Γλώσσες χωρίς Σύνορα» Μ.Κ.Ο.

Ιδρύθηκε το 2019 από φυσικά πρόσωπα .Προσφέρει τεχνολογία στον μη κερδοσκοπικό χώρο και εστιάζει στη γλωσσική συμπερίληψη και επικοινωνία.

14^η «ΜΕΧΟΧΟ» ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ

Ιδρύθηκε στο Μεξικό το 2013 από φυσικό πρόσωπο. Υποστηρίζει και εμπνέει γυναίκες επιχειρηματίες ανά τον κόσμο να εξελίξουν την επιχειρηματική τους ιδέα. <https://www.mexoxo.com/>

Στο σύνολο των συνεντεύξεων απαντούν φυσικά πρόσωπα που είναι οι ιδρυτές/ εμπνευστές των παραπάνω κοινωνικών επιχειρήσεων και κατέχουν τη θέση προέδρου ή εξουσιοδοτημένοι εκπρόσωποι τους. Στις περιπτώσεις των συνεταιρισμών που έχουν ιδρυθεί πριν πολλά χρόνια η συνέντευξη δίνεται από τους τωρινούς πρόεδρους.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: ΑΠΟΜΑΓΝΗΤΟΦΩΝΗΣΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

1^η συνέντευξη

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

α. Επωνυμία επιχείρησης: ΠΟΡΕΙΑ ΥΓΕΙΑΣ ΚΟΙΝΣΕΠ

β. Είδος δραστηριότητας: Κέντρο Ψυχοθεραπείας, Ολιστικών Θεραπειών και Εκπαίδευσης

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Ηλικιακά ανήκει στην κατηγορία 33-44, άγαμη γυναίκα, κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου

1. Τι σημαίνει για εσάς «κοινωνική επιχειρηματικότητα»;

Είναι ένα επιχειρηματικό μοντέλο που επιτρέπει στους εμπλεκόμενους να καινοτομούν, με έμφαση τόσο στις οικονομικές όσο και στις κοινωνικές αξίες. Συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη καθώς δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, βελτιώνει την ποιότητα του τοπικού εργατικού δυναμικού, αυξάνει την παραγωγικότητα της εργασίας, αυξάνει τα κρατικά έσοδα, μειώνοντας παράλληλα τις δαπάνες κοινωνικής πρόνοιας.

2. Α).Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

Β) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

Α)Ως επαγγελματίες του ψυχοκοινωνικού χώρου με εκπαίδευση και επιστημονική προσέγγιση διαχείρισης των ψυχοκοινωνικών προβλημάτων όχι μόνο σε κλινικό πλαίσιο αλλά και στο πεδίο, επιλέξαμε να δραστηριοποιηθούμε ως κοινωνικοί επιχειρηματίες επιθυμώντας μια συνεργασία βασισμένη στην αλληλεγγύη και τη συνέπεια.

Β)Το θεσμικό πλαίσιο της Κ.Αλ.Ο. αποτυπώνει τη φιλοσοφία και επιθυμητή μεθοδολογία κοινωνικής δράσης και εργασίας των μελών της Κοιν.Σεπ. Πορεία Υγείας.

3. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας

Εκτός από τα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει ένας επιχειρηματίας με την κλασική έννοια του όρου, ο κοινωνικός επιχειρηματίας πρέπει να είναι επιπλέον δημιουργικός, με αίσθημα συνεργασίας, αλληλέγγυος, με προσανατολισμό σε στόχους επιχειρηματικούς και κοινωνικούς, με ενσυναίσθηση και κοινωνική ευαισθησία.

4. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρησης;

Να δημιουργεί τις συνθήκες ώστε άνθρωποι και ομάδες με διαφορετικά αιτήματα να μπορούν να λαμβάνουν υψηλού επιπέδου υπηρεσίες υποστήριξης και εκπαίδευσης, μέσα σε ένα ξεκάθαρο πλαίσιο ηθικών αξιών.

5. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας;

Προβλήματα που σχετίζονται κυρίως με την έλλειψη ενημέρωσης των δημόσιων φορέων σχετικά με τη νομική μορφή της Κοιν.Σεπ., τόσο κατά την έναρξη (Δ.Ο.Υ.) όσο και κατά τη λειτουργία (ΣΕΠΕ, ΙΚΑ). Π.χ. το ΣΕΠΕ και το ΙΚΑ δεν γνωρίζουν τη δυνατότητα εργασίας των μελών με σύμβαση άμισθης εντολής έως 16 ώρες την εβδομάδα για παραγωγικές δραστηριότητες των Κοιν.Σεπ. – κίνδυνος για πρόστιμο της επιχείρησης για αδήλωτη εργασία.

6. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

ΝΑΙ

- Έγκριση πρότασης για την υλοποίηση της δράσης «Κέντρα Στήριξης Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας» του ΕΠ «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ», ΕΣΠΑ 2014-2020
- Έγκριση πρότασης για κουπόνι χρηματοδότησης για μικρομεσαίες επιχειρήσεις μέσω του προγράμματος Innova South, που έχει λάβει χρηματοδότηση από το πρόγραμμα Horizon 2020 της Ε.Ε.

7. Πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας(υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

Η ΠΟΡΕΙΑ ΥΓΕΙΑΣ αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις, προσφέροντας μια ευρεία γκάμα συνδυαστικών ψυχοθεραπευτικών και ψυχοσωματικών υπηρεσιών (υπηρεσίες ψυχολογικής υποστήριξης και ψυχοθεραπείας σε άτομα και ευάλωτες κοινωνικές ομάδες, εκπαίδευσης και διοργάνωσης σεμιναρίων ως πιστοποιημένο ΚΔΒΜ-1, ψυχοσωματικής υποστήριξης, ολιστικών θεραπειών και εναλλακτικού τουρισμού).

Καινοτομία: Το ΚΔΒΜ-1 της ΠΟΡΕΙΑ ΥΓΕΙΑΣ αποτελεί το πρώτο Κέντρο Διά Βίου Μάθησης στη Θεσσαλία που υλοποιεί ολοκληρωμένο διετή κύκλο εκπαίδευσης στη ρεφλεξολογία σε συνεργασία με το Σωματείο Επαγγελματιών Ρεφλεξολόγων.

8.Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματικής σας δραστηριότητάς;

Ο κοινωνικός αντίκτυπος έγκειται στην επιδίωξη της βιώσιμης ανάπτυξης μέσω του εναλλακτικού, θεματικού και ήπιου τουρισμού και στην παροχή κοινωνικών υπηρεσιών γενικού ενδιαφέροντος μέσω δραστηριοτήτων που προάγουν την ποιότητα ζωής για κοινωνικές ομάδες όπως βρέφη, ηλικιωμένοι, παιδιά, άτομα με αναπηρία και χρόνιες παθήσεις.

Η επιδίωξη του θετικού κοινωνικού αποτυπώματος συνδέεται με τον προγραμματισμό, την υλοποίηση και αξιολόγηση δράσεων κοινωνικής και συλλογικής ωφέλειας κάθε έτος, επιδιώκοντας σθεναρά την Ενδυνάμωση Δομών & Ανάπτυξη Ικανοτήτων (Capacity Building) των κοινωνικά ευάλωτων ομάδων και της ευρύτερης κοινωνίας του Βόλου και της Μαγνησίας.

Η συμμετοχή της οργάνωσης στην προώθηση λύσεων στα κοινωνικά ζητήματα της χαμηλής προσβασιμότητας και κοινωνικής ένταξης και του κοινωνικού και εργασιακού αποκλεισμού των ευάλωτων ομάδων γίνεται μέσω δράσεων ευαισθητοποίησης (συνέργειες με τοπικούς φορείς και συλλογικότητες για ευάλωτες ομάδες), ενεργειών διάχυσης της επιστημονικής γνώσης (διοργάνωση ημερίδων και συνεδρίων για την αναπηρία και τη διαφορετικότητα, υλοποίησης εθελοντικών παρεμβάσεων υποστήριξης ευάλωτων κοινωνικών ομάδων (ομάδα υποστήριξης ατόμων με κινητική αναπηρία), διασύνδεσης και ενεργοποίησης δομών και πόρων της κοινότητας.

9. Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίσης;

Η κοινωνική αποστολή της ΠΟΡΕΙΑ ΥΓΕΙΑΣ Κοιν.Σεπ. αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους κρίσης, κατά τις οποίες η ανάγκη για υποστήριξη και ενδυνάμωση ατόμων που ανήκουν σε κοινωνικά ευάλωτες ομάδες γίνεται πιο έντονη.

Γενικότερα, η προώθηση αξιών όπως η δίκαιη εργασία, η βιώσιμη ανάπτυξη, η διακυβέρνηση με κοινωνικές αξίες και η προαγωγή της ποιότητας ζωής αποκτά ακόμα πιο ουσιαστικό χαρακτήρα μέσα σε περιόδους κρίσης που χαρακτηρίζονται από αμφιβολία και ανησυχία για το αύριο.

10. Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Το πεδίο βρίσκεται σε νηπιακή ηλικία και είναι ήδη «κακοχαρακτηρισμένο». Επίσης, βασικά προβλήματα στην ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι η πρόσβαση στα χρηματοδοτικά εργαλεία, η γραφειοκρατία της διοίκησης και η έλλειψη πληροφόρησης.

Απαιτούνται συνειδητές ενέργειες για την "αποκατάσταση" του ονόματος της Κ.Αλ.Ο., καθώς και θεσμική υποστήριξη ώστε να μπορέσει η Κ.Αλ.Ο. να δείξει πράγματι τη δυναμική της όχι ως λύση ανάγκης αλλά ως επιλογή συνεταιριστικής εργασίας με θετικές επιδράσεις στο τοπικό και ευρύ κοινωνικό πλαίσιο.

2^η Συνέντευξη

α. Επωνυμία επιχείρησης: ΚΟΙΝΣΕΠ ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ ΣΥΝΑΨΙΣ

β. Είδος δραστηριότητας: ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Ηλικιακή ομάδα 45-56, έγγαμος, ΑΕΙ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

1. Τι σημαίνει για εσάς «κοινωνική επιχειρηματικότητα»;

ΜΕΓΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

2. Α).Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

ΑΠΟ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

Β) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΚΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΧΗΜΑ & ΜΙΚΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΑΡΞΗΣ

3. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας.

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΟ

4. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρησης;

ΝΑ ΠΑΡΑΓΕΙ ΑΞΙΑ ,ΧΩΡΙΣ ΝΑ ΕΠΙΒΑΡΥΝΕΙ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

5. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας;

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (ΚΡΙΣΗ & ΚΟΡΟΝΟΙΟΣ)

6. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

ΔΕΝ ΕΧΟΥΜΕ ΛΑΒΕΙ ΑΠΟ ΠΟΥΘΕΝΑ

7. Πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας(υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

ΧΑΜΗΛΟΙ ΠΟΡΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΚΑΤΑΛΗΨΗ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΕ ΟΤΙΔΗΠΟΤΕ "ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ" ΠΕΡΙΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΧΗ ΚΑΙ ΜΕΓΑΛΩΝΟΥΝ ΤΗΝ ΚΑΧΥΠΟΨΙΑ

8.Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματικής σας δραστηριότητάς;

Θετικό και -προς το παρόν ,μικρό

9. Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίση;

Μάλλον ναι

10. Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Επιβίωση, υψηλή φορολογία και ασφαλιστικές εισφορές

3^η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

α. Επωνυμία επιχείρησης: AD HOC ΚΟΙΝΣΕΠ

β. Είδος δραστηριότητας: ΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΨΥΧΟΛΟΓΟΥ, ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΟΥ

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Ηλικιακή ομάδα 45-56, διαζευγμένος, ΑΕΙ

1. Τι σημαίνει για εσάς « κοινωνική επιχειρηματικότητα»;

ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΝΕΑ ΕΜΠΛΟΚΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΓΙΓΝΕΣΘΑΙ

2. Α).Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

ΕΠΑΦΗ ΜΕ ΠΑΡΟΜΟΙΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ (ΙΡΛΑΝΔΙΑ)

ΟΜΙΛΙΕΣ ΣΤΟ TEDX ΒΡΑΒΕΥΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

Β) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ

3. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΥΠΟΛΟΙΠΟΥΣ, ΓΝΩΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

4. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρησης;

ΝΑ ΕΠΑΝΑΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΘΟΥΜΕ ΣΤΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ

5. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας;

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΓΡΑΦΕΙΟΚΡΑΤΕΙΑΣ

6. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

ΟΧΙ

7. Πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας(υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

ΝΑΙ. ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ (AD HOC) ΕΞΕΤΑΣΗ ΚΑΙ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

8.Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματικής σας δραστηριότητάς;

ΘΕΤΙΚΟ

9. Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίσης;

ΝΑΙ

10. Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

ΓΡΑΦΕΙΟΚΡΑΤΙΑ

4^η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

α. Επωνυμία επιχείρησης: Μυρόπολις ΚοινΣΕπ

β. Είδος δραστηριότητας: Τουρισμός & Εστίαση

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Ηλικιακά ανήκει στην κατηγορία, 45-56, έγγαμη γυναίκα, κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου

1. Τι σημαίνει για εσάς «κοινωνική επιχειρηματικότητα»;

Δυνατότητα επανένταξης στην αγορά εργασίας, μέσω της συνεργασίας, χωρίς την εργασιακή σχέση, εργοδότης - εργαζόμενος.

2. Α).Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

Σαν ελεύθερος επαγγελματίας που ανέκαθεν ήμουν, έψαχνα έναν τρόπο να δημιουργήσω μια ομάδα, που όλοι θα ενδιαφέρονταν για την εργασία τους, χωρίς να υπάρχει το αφεντικό που προστάζει, ο υπάλληλος που, επειδή πληρώνεται βρέξει χιονίσει, κοιτάει να λουφάρι και φυσικά η κατάθεση διαφορετικών ιδεών, στην επίλυση των προκλήσεων που δημιουργούνται στις ιδιωτικές επιχειρήσεις. Η ΚοινΣΕπ ήταν η πραγμάτωση του οράματος.

Β) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

Από το 2009, παρακολουθώντας τις τάσεις της επιχειρηματικότητας, μετά την ολέθρια πτώση της οικοδομής, (είμαι διακοσμήτρια & διατηρούσα κατάσταση εξοπλισμού οικιών κ επαγγελματικών χώρων, καθώς κ την μελέτη κ κατασκευή τους, από τα μπετά κ μετά), αποφάσισα να ασχοληθώ με τον αγροτουρισμό.

3. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας.

Διαλλακτικός, Συνεργάσιμος, Διορατικός, Αλληλέγγυος, Οργανωτικός, Ευγενικός, Κοινωνικός, Ευχάριστος με ανεπτυγμένα το αίσθημα της ηθικής κ της δικαιοσύνης .

Ακριβώς ότι χρειάζεται κ ένας οποιοσδήποτε άλλος επιχειρηματίας, για να προοδεύσει η επιχείρησή του.

4. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρησης;

Να βοηθήσει στην μετατροπή του οικονομικού μοντέλου της περιοχής του Δήμου Μεγαλόπολης, που μέχρι τώρα βασιζόταν στο εργοστάσιο της ΔΕΗ, αναδεικνύοντας την φυσική ομορφιά της περιοχής και τα υπέροχα μνημεία της, προσελκύνοντας επισκέπτες από όλο τον κόσμο.

5. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας;

Άγνοια από την πλευρά των δημόσιων υπηρεσιών. Δυσκολία στην εύρεση λογιστικού γραφείου που να παρακολουθεί την επιχείρηση. Έλλειψη πόρων.

Καμία μορφή χρηματοδότησης για τις πρώτες ανάγκες δημιουργίας της επιχείρησης.

6. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

ΟΧΙ

7. Πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας(υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

Ναι.

Καινοτομία είναι η μορφή της.

8. Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματικής σας δραστηριότητάς;

Υπάρχει μια μορφή καχυποψίας, στον τρόπο που μας αντιμετωπίζουν οι ντόπιοι.

9. Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίσης;

Δεν ξέρω, μπορεί ναί.

10. Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Η αποδοχή του κόσμου, σαν κανονική επιχείρηση. Εκτός αν γίνει συγκεκριμένη αναφορά - διαφήμιση σε κάποια επιχείρηση, οπότε κ έχει διαφορετική προσέγγιση προς το κοινό της

5^η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

α. Επωνυμία επιχείρησης: dot2dot

β. Είδος δραστηριότητας: Ξεναγήσεις- εκπαιδευτικά προγράμματα

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά: Άγαμη, 33-44, μεταπτυχιακό

2. Τι σημαίνει για εσάς « κοινωνική επιχειρηματικότητα»;

Προώθηση δράσεων προς όφελος του κοινωνικού συνόλου.

3. Α). Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

Από καλές πρακτικές του εξωτερικού.

Β) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

Σε κάποια φάση της ζωής μας η ανεργία χτύπησε και τη δική μας πόρτα. Η ομάδα αποτελείται από μεταπτυχιακούς με κύριο στοιχείο τη διεπιστημονική συνεργασία. Η ανάγκη για εργασία και η αξιοποίηση των γνώσεων μας, όπως και η ανάγκη για την προώθηση και την ανταλλαγή ιδεών, μας ώθησε στη δημιουργία της εταιρείας μας.

4. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας.

Να είναι δημιουργικός, εξωστρεφείς, να μπορεί να εκφέρει τις απόψεις του, να συνεισφέρει στο κοινωνικό σύνολο και πάνω από όλα να αγαπά με πάθος αυτό που κάνει.

5. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρησης;

Η ανάδειξη της Θεσσαλονίκης, μια τόσο πολυδιάστατης πόλης, η επικοινωνία με τους επισκέπτες αλλά και με τους κατοίκους της πόλης μας, η δημιουργική έκφραση και η σύμπραξη με άλλα δίκτυα.

5. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας;

Δυσπιστία, άγνοια αδιαφορία από διάφορους φορείς. Ακόμα και σήμερα που η πανδημία του COVIT 19 πλήττει την Κοιν.Σ.Επ και την καθιστά εξ αντικειμένου ανενεργή, δεν συμπεριλαμβάνεται στην κρατική αποζημίωση ειδικού σκοπού. Περιοριστήκαμε σε κάποιες ξεναγήσεις με πολύ λίγα άτομα

6. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

Όχι

7. Πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας(υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

Ναι -B. Είμαστε πρωτοπόροι ως προς τις ιδέες μας. Οι ξεναγήσεις μας διαφέρουν κατά πολύ αυτών των τουριστικών γραφείων ή των ξεναγών. Η ομάδα μας προσφέρει εναλλακτικές ξεναγήσεις και καθορίζει θεματικές διαδρομές βασιζόμενη στην διεπιστημονική μας

συνεργασία. Όλες οι δράσεις μας είναι επιστημονικά τεκμηριωμένες, έχουν βιωματικό και εκπαιδευτικό χαρακτήρα, προσφέροντας μια μοναδική και ευχάριστη εμπειρία στο κοινό. Π.χ. αρκετοί εκπαιδευτικοί της πόλης μας, απευθύνονται σε μας μόλις ολοκληρώσουν μια σχετική θεματική ενότητα στην ιστορία επιδιώκουν μια βιωματική ξενάγηση των μαθητών τους στα μνημεία, τους Ναούς και τα μουσεία μας.

8. Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματικής σας δραστηριότητάς;

Θεωρούμε ότι ο αντίκτυπος είναι μεγάλος και συνεχώς το έργο μας αξιολογείται και γίνεται αποδεκτό από το ευρύ κοινό της πόλης μας και όχι μόνο. Χαρακτηριστικά σας αναφέρω το παράδειγμα πολλών σχολείων, όπως σας είπα και προηγουμένως, που όταν ολοκληρώνουν μια σχετική θεματική ενότητα στην ιστορία επιδιώκουν μια βιωματική ξενάγηση των μαθητών τους στα μνημεία της πόλης. Η ηθική και συναισθηματική ανταμοιβή που παίρνω μέσα από την κοινωνική επιχείρηση είναι πιο πολύτιμη από οποιοδήποτε άλλη χρηματική ανταμοιβή.

9. Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίση;

Φυσικά. Τόσο προσωπικά όσο και γενικότερα για το κοινωνικό σύνολο. Η ηθική και συναισθηματική ανταμοιβή που παίρνω μέσα από την κοινωνική επιχείρηση είναι πιο πολύτιμη από οποιοδήποτε άλλη χρηματική ανταμοιβή.

10. Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα αποδεδειγμένα αποτελεί σημαντικό μοχλό ανάπτυξης των κοινωνιών. Στην περίοδο της κρίσης επέδειξε ανθεκτικότητα και το ίδιο συμβαίνει και τώρα στην εποχή COVIT 19. Η μεγαλύτερη πρόκληση είναι η στήριξη των υφιστάμενων φορέων κοινωνικής επιχειρηματικότητας αλλά και η ενθάρρυνση νέων πρωτοβουλιών από ένα ευνοϊκό θεσμικό και οικονομικό περιβάλλον.

6η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

α. Επωνυμία επιχείρησης: Wise Greece

β. Είδος δραστηριότητας: Προώθηση των ελληνικών προϊόντων των μικρών παραγωγών και δωρεά τροφίμων σε ευπαθείς ομάδες.

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Ανήκει στην ηλικιακή κατηγορία των 33-34 ετών. Άγαμη. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου

1. Τι σημαίνει για εσάς « κοινωνική επιχειρηματικότητα»;

Η δημιουργία ενός βιώσιμου business plan για την επίλυση ενός κοινωνικού προβλήματος.

2. Α).Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

Από τα προβλήματα που δημιούργησε η οικονομική κρίση το 2013

Β) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

Η διάθεση να βοηθήσουμε τις ευπαθείς ομάδες, αλλά και τους μικρούς παραγωγούς της χώρας.

3. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας.

Επιμονή, προσαρμοστικότητα

4. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρησης;

Αν θα θέλαμε να είμαστε ειλικρινείς, οι στόχοι και το όραμα οποιασδήποτε κοινωνικής επιχείρησης που σέβεται τον εαυτό της, είναι να μην υπάρχει στο μέλλον, όσο αιρετικό κι αν ακούγεται αυτό, με την έννοια ότι τελικά αν ασχολείσαι να λύσεις ένα κοινωνικό πρόβλημα, ελπίζεις να λυθεί αυτό το κοινωνικό πρόβλημα και να μην χρειάζεται η ύπαρξη μιας κοινωνικής επιχείρησης στο μέλλον. Πρακτικά όμως επειδή είναι δύσκολο από τη μία μέρα στην άλλη να λυθούν ζητήματα όπως η έλλειψη τροφίμων ή η βοήθεια προς τους μικρομεσαίους παραγωγούς. Σταδιακά στοχεύουμε να αναπτύξουμε ακόμη περισσότερο το δίκτυο μας με παραγωγούς από όλη την Ελλάδα και με σημεία πώλησης στο εξωτερικό, να προωθήσουμε την ελληνική διατροφή και να μπορούμε να οργανώσουμε εκπαιδευτικά προγράμματα για ανθρώπους από ευάλωτες κοινωνικές ομάδες, που έχουν το μικρόβιο της επιχειρηματικότητας, να παράγουν προϊόντα και να αποκτά επιπλέον αξία το εισόδημα για αυτούς και την

οικογένεια τους. Με λίγα λόγια η μεγιστοποίηση του κοινωνικού της αντίκτυπου σε όλα τα μέτωπα.

5. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας;

Η άγνοια των ειδικών και η δυσπιστία των καταναλωτών

6. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

Έχουμε λάβει από Ευρωπαϊκά προγράμματα στα οποία έχουμε καταθέσει προτάσεις (EEA Grants / Social

7. Πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας(υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

Ναι. Δεν βασίζεται στην καινοτομία, όσο στην προώθηση του πολλαπλού κοινωνικού αντίκτυπου

8.Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματικής σας δραστηριότητάς;

Έχουμε έναν αντίκτυπο σε πολλαπλά κοινωνικά ζητήματα Χαρακτηριστικά αναφέρω το παράδειγμα της Σοφίας μιας γυναίκας από ένα νησί μας που έφτιαχνε μαρμελάδες. Η κατάσταση της ήταν δραματική, τόσο που σκεφτόταν να εγκαταλείψει την χώρα, τότε που η χώρα μας βίωνε την μεγάλη οικονομική κρίση. Ευσεβής της πόθος ήταν να πουλήσει τα προϊόντα της στην Αθήνα. Κάτι που φάνταζε μακρινό της όνειρο. Όταν έφτασε στα όρια της απελπισίας επικοινωνήσε μαζί μας και σήμερα τα προϊόντα της πωλούνται στο SoHo της Ν. Υόρκης. Φυσικά δεν έγινε εκατομμυριούχος, άλλα παρέμεινε στο νησί της και έδωσε δουλειά και σε άλλες γυναίκες της περιοχής της.

9. Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίση;

Φυσικά!

10. Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Χρηματοδότηση, αναγνωσιμότητα, επικοινωνία Να επενδύσουμε στα ελληνικά προϊόντα. Να πιστέψουμε στην δύναμη των ελληνικών προϊόντων και ταυτόχρονα να επενδύσουμε στις ομάδες, στις συνεργασίες και στην συλλογικότητα τότε οι Έλληνες θα προχωρήσουν πολύ μπροστά

7^η Συνέντευξη

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

α. Επωνυμία επιχείρησης: Αγροτικός Οινοποιητικός Συνεταιρισμός

β. Είδος δραστηριότητας: Μεταποίηση και Προώθηση αγροτικών προϊόντων (σταφύλια)

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά 450μέλη (έγγαμος TEI 56+)

1. Τι σημαίνει για εσάς «κοινωνική επιχειρηματικότητα»;

Δε γνωρίζω τι σημαίνει όρος κοινωνική επιχειρηματικότητα. Αν αυτός ο όρος έχει σχέση με τους συνεταιρισμούς, τότε πράγματι σας αναφέρω ο είναι ένας αγροτικός συνεταιρισμός και συγκεκριμένα οινοποιητικός

2. Α).Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

Η ανάγκη των παραγωγών να δώσουν αξία στο προϊόν τους.

Β) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

β) το βασικότερο κίνητρο ήταν η αξιοποίηση του πλούσιας σταφυλικής παραγωγής της περιοχής, η παραγωγή και εμφιάλωση του.

3. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας.

Σίγουρα ότι ικανότητες και δεξιότητες έχει ένας «συμβατικός», απλά να λειτουργεί με βάση όχι αποκλειστικά το κέρδος και το προσωπικό όφελος αλλά με βάση την κοινωνική προσφορά.

Να πιστεύει στις αρχές και τις ηθικές αξίες του συνεταιρισμού, όπως εντιμότητα, κοινωνική ευθύνη και μέριμνα για τους άλλους.

4. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρησης;

Όραμα είναι αρχικά η βιωσιμότητα του συνεταιρισμού. Παλεύουμε καθημερινά να επιβιώσουμε...τα τελευταία χρόνια από τους 6000 περίπου αγροτικούς συνεταιρισμούς παραμένουν ενεργοί περίπου 100»(7διότι τα τελευταία χρόνια από τους 6000 περίπου αγροτικούς συνεταιρισμούς παραμένουν ενεργοί περίπου 100 και δεύτερον είναι η ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών και επέκταση σε νέες αγορές ώστε να κληροδοτήσουμε έναν ζωντανό συνεταιρισμό στις επόμενες γενεές όπως τον παραλάβαμε και εμείς

5. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας;

Το σημαντικότερα προβλήματα αναφέρονται στις κακές διοικήσεις που εκλέγονταν κατά καιρούς, (καθώς αποτελούνταν από άτομα με εντελώς διαφορετικό background) στην κακή οργάνωση, στις ελλείψεις γνώσεις Marketing, σε ένα δεδομένα, πολύ ανταγωνιστικό κλάδο.

6. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

Κατά την ίδρυση είχε τη στήριξη της ΕΑΣ Λάρισας , στη πορεία η χρηματοδότηση γίνεται με μορφή δανεισμού (δανειοδοτήσεις με υψηλό για τους συνεταιρισμούς, επιτόκιο)

7. Πιστεύετε ότι η επιχείρηση σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας(υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

Πλέον είναι πολύ ανταγωνιστική, καθώς το ύψος πωλήσεων ξεπερνά κατά πολύ αυτών των ιδιωτικών οиноποιείων , συγκεκριμένα βρίσκεται στη στην 7η θέση

8.Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματική σας δραστηριότητάς;

Ο κοινωνικός αντίκτυπος είναι τεράστιος για την περιοχή μας. Προσφέρει θέσεις εργασίας (65- 150)ανάλογα με την εποχικότητα, διαμορφώνει τις τιμές αγοράς των σταφυλιών γεγονός που επηρεάζει τις τιμές πανελλαδικά, απορροφά το σύνολο της σταφυλικής παραγωγής της περιοχής, η υπεραξία από την πώληση των προϊόντων επιστρέφεται με τη μορφή κερδών που επανεπενδύονται και τέλος πόσο σημαντική είναι η παρουσία του συνεταιρισμού σε κάθε κοινωνική εκδήλωση, με τις εκάστοτε χορηγίες και τις δωρεές σε ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού.

9. Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίση;

Ο συνεταιρισμός ιδρύθηκε πριν πολλά σε μια περίοδο κρίσης, όταν οι παραγωγοί δεν γνώριζαν τι να κάνουν τα σταφύλια που παράγουν και οι τιμές απορρόφησης ήταν, πολλές φορές κάτω από το κόστος κάνοντας τη γεωργία ένα δύσκολο και συνάμα καθόλου ανταποδοτικό επάγγελμα. Στη παρούσα φάση, η οικονομική κρίση από την πανδημία του COVIT19 προκαλεί μεγάλη ανασφάλεια στην αγορά, επιφέροντας ταυτόχρονα μείωση των πωλήσεων των προϊόντων μας. Ωστόσο, η διοίκηση μέσα από τις δημοκρατικές διαδικασίες, της Γενικής Συνέλευσης αποφάσισε να μην καμία απόλυση, αναζήτησε λύσεις μείωσης των αποθεμάτων (απόσταξη κρίσης) και τέλος στον τρύγο του 2020 θα απορροφήσει, παρά τις οικονομικές δυσκολίες, ολόκληρη την σταφυλική παραγωγή των μελών του, σε αντίθεση με τα ιδιωτικά οινοποιία που επικαλούνται μείωση των πωλήσεων και πτώση του τζίρου και αρνήθηκαν την αγορά μεγάλου μέρους της νέας παραγωγής των αγροτών.

10. Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Οι συνεταιρισμοί αποτελούν ιστορικά τον κύριο κορμό κοινωνικής οικονομίας στην Ελλάδα και για εμάς η μεγαλύτερη πρόκληση είναι η επιβίωση, γιατί η τοπική κοινωνία στηρίζεται κατά πολύ στη διατήρηση και καλή λειτουργία του συνεταιρισμού.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

α. Επωνυμία επιχείρησης: ΑΣΕΠΙΟΠ ΤΥΡΝΑΒΟΥ

β. Είδος δραστηριότητας: Επεξεργασία και Πώληση Οπωροκηπευτικών Προϊόντων Τυρνάβου

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Ηλικιακή κατηγορία των 45-56, έγγαμος, ΑΕΙ

1. Τι σημαίνει για εσάς «κοινωνική επιχειρηματικότητα»;

Η Κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση που ιδρύεται από μια ομάδα ,έχει κοινωνικό χαρακτήρα και σκοπό, είναι μια οικονομική, αλλά μη κερδοσκοπική μονάδα.

2. Α).Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

α)Πιστεύω στο πνεύμα, του συνεταιρίζεστε, ενώ και στο παρελθόν είχα ασχοληθεί ως μέλος διαφόρων συνεταιρισμών.

Β) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

Η ενασχόληση μου με τον κοινωνικό συνεταιρισμό αποτελεί την δεύτερη ενασχόληση μου, το κύριο επάγγελμά μου είναι εκπαιδευτικός. Η συμμετοχή μου είναι εθελοντική και αγωνίζομαι με τους άλλους παραγωγούς φρούτων για την καλύτερη προώθηση των προϊόντων μας σε μια περίοδο που οι έμποροι και μεσάζοντες απομυζούν τους κόπους μας.

3. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας.

Απαιτείται ομαδική εργασία, οργανωτικές ικανότητες και δεξιότητες ενώ επίσης χρειάζονται γνώσεις σε σχέση με τις επιχειρήσεις , τις τεχνολογίες και τα δίκτυα.

4. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρησης;

Μας ενδιαφέρει ιδιαίτερα ο τομέας των βιολογικών προϊόντων, πιο συγκεκριμένα εκεί μας κατευθύνει η αγορά. Υπάρχει μεγάλη ζήτηση κυρίως από χώρες του εξωτερικού. Όραμα μας

είναι η στροφή έστω ορισμένων παραγωγών προς τη βιολογική καλλιέργεια αχλαδιών που εκ των πραγμάτων είναι δύσκολη και απαιτεί ρίσκο από την πλευρά των παραγωγών.

5. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας;

Βασικό εμπόδιο είναι η εύρεση κεφαλαίων. Έπειτα η οικονομική κρίση έχει διαμορφώσει δυσμενές περιβάλλον για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

6. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

Πρόσφατα πήραμε μια μικρή χρηματοδότηση. (Ιδιωτική κεφάλαια)

7. Πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας(υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

Ναι, λόγω της συνεργατική μορφή της επιχείρησης υπάρχει η δυνατότητα να καλύψουμε περισσότερους τομείς και ο καθένας συνεισφέρει με την δική εμπειρία

8.Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματική σας δραστηριότητάς

Ο αντίκτυπος είναι θετικός και μέχρι στιγμής τα πάμε καλά, χωρίς να σημαίνει ότι δεν υπάρχουν μεγάλα περιθώρια βελτίωσης

8. Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίση;

Ο συνεταιρισμός λειτουργεί σαν μια προστατευτική «ομπρέλα», καλύπτει τις ανάγκες των μελών, μειώνει τους κινδύνους του ρίσκου των αγροτών και όλο αυτό αποκτά μεγαλύτερη αξία σε περιόδους κρίσης, ειδικά όταν οι τιμές των προϊόντων τους καταρρακυλούν, και οι έμποροι εμφανίζονται αμείλικτοι.

10. Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Τα κοινωνικά προβλήματα μεγαλώνουν σε περιόδους κρίσης, άρα θεωρητικά το πεδίο δράσης για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες μεγαλώνει. Για τον δικό μας συνεταιρισμό όμως η σημαντικότερη πρόκληση είναι η επιβίωση του συνεταιρισμού. Οι διαμάχες και τα προσωπικά συμφέροντα όσων δεν ασπάζονται τις αρχές του συνεταιρισμού κλυδωνίζουν το εσωτερικό του και ο κίνδυνος της πτώχευσης υπονομεύει.

9^η Συνέντευξη

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

α. Επωνυμία επιχείρησης: staramaki ΚΟΙΝΣΕΠ

β. Είδος δραστηριότητας: Παραγωγή Οικολογικών καλαμακίων από στελέχη σιτηρών.

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Άνδρας, 33-44, Άγαμος, Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου

1. Τι σημαίνει για εσάς « κοινωνική επιχειρηματικότητα »;

Πέραν της ερμηνείας που θα αντλήσει κάποιος από την βιβλιογραφία , κοινωνική επιχειρηματικότητα σημαίνει ηθική ζωή.

2. Α). Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

Από την κατανόηση του ορού κοινωνική οικονομία και όσων πρεσβεύει.

Β) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

Κοινωνική και εργασιακή ενσωμάτωση , διατήρηση αγροτικής κοινωνίας και οικονομίας , ηθική και δίκαιη εργασία . Εκπλήρωση

4. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας.

. Επιμονή, υπομονή, πάθος για αυτό που κάνει . ηθική και περιβαλλοντική συνείδηση . ανιδιοτέλεια , όραμα.

5. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρησης;

Αρχικά η ίδια η βιωσιμότητα του εγχειρήματος. Έπειτα η αύξηση του περιβαλλοντικού και κοινωνικού αντίκτυπου όσων κάνουμε

6. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας;

Γραφειοκρατία, έλλειψη εργαλείων χρηματοδότησης , covid , έλλειψη κρατικής στήριξης .

7. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

Αρχική χρηματοδότηση και δάνειο ύψους 120.000 από Αμερικάνικους Φορείς Στήριξης κοινωνικής επιχειρηματικότητας

8. Πιστεύετε ότι η επιχείρηση σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας(υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

Το staramaki, όπως και staroneta(μπατονέτα από σιτάρι και οργανικό βαμβάκι), που παράγουμε είναι καινούργια προϊόντα. Αποτελούμε την πρώτη και μοναδική επιχείρηση που καλλιεργεί και παράγει στην Ευρώπη. Η παραγωγική διαδικασία απαιτεί χρόνο και έρευνα ώστε να βελτιωθεί και να μειώσει το παραγωγικό κόστος σε επίπεδα παρόμοιων προϊόντων από την Κίνα.

8. Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματικής σας δραστηριότητάς;

Περιβαλλοντική αφύπνιση - Κατανόηση κοινωνικής οικονομίας - κοινωνική στέγη

9. Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίση;

Κλιματικής κρίσης , κοινωνικής κρίσης , αστικοποίησης

10. Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Η κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα είναι σε βρεφικό επίπεδο. Η οργάνωση σεμιναρίων και διαλέξεων για την Κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία, διαφημιστικά μηνύματα, η συνεργασία των κοινωνικών επιχειρήσεων με Ακαδημαϊκά Ιδρύματα για διεξαγωγή ερευνών, η οργάνωση σεμιναρίων και σχετικών εκδηλώσεων, είναι ίσως κάποιες λύσεις στα προβλήματα που αντιμετωπίζουμε.

10^η Συνέντευξη

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

α. Επωνυμία επιχείρησης: ΚοινΣΕπ Πολύμορφη

β. Είδος δραστηριότητας: Μεταποίηση τροφίμων

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Ανήκει στην ηλικιακή κατηγορία των 45-56 ετών, έγγαμη, ΑΕΙ.

1. Τι σημαίνει για εσάς « κοινωνική επιχειρηματικότητα»;

Επιχειρηματικότητα που βοηθάει τις ευάλωτες κοινωνικές ομάδες.

2. Α). Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

Διαδίκτυο

B) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

Υψηλή ανεργία, έλλειψη συμμετοχής στα κοινά.

3. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας.

Υπομονή, όμοιους συνεργάτες, κεφάλαιο.

7. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρησης;

Να δημιουργήσει θέσεις εργασίας, ώστε να μειωθεί η μετανάστευση.

8. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας;

Ακυρώθηκε επιδότηση πριν 2 χρόνια, δεν υπάρχει άλλο κεφάλαιο.

9. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

Δυστυχώς όχι. Αναμένουμε.

10. Πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας(υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

Θα ήταν ανταγωνιστική αν λειτουργούσε. Η καινοτομία μας είναι ο συνδυασμός προϊόντων και υπηρεσιών.

8. Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματικής σας δραστηριότητάς;

Θα παρέμεναν οι νέοι, και οι οικογενειάρχες στο χωριό, και δεν θα μετοικούσαν σε μεγαλουπόλεις ή εξωτερικό.

9. Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίση;

Εννοείται.

10. Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Χρηματοδότηση. Όμοιο σκεπτικό από όλους τους εταίρους. Έλλειψη στήριξης. Αναγκαία θεωρείται η ύπαρξη ενός σταθερού ρυθμιστικού θεσμικού πλαισίου, και η εφαρμογή μιας εθνικής πολιτικής για την στήριξη και την ενδυνάμωση της κοινωνικής οικονομίας, στο σύνολο της.

11^η Συνέντευξη

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

α. Επωνυμία επιχείρησης: ΚΟΙΝ.Σ ΕΠ ΓΕΝΙΣΕΑ

β. Είδος δραστηριότητας: καλλιέργεια ζαχαροκάλαμο και παραγωγή και εμπορία πετμεζιού

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά: 45-56 , έγγαμη, Πτυχίο λογιστικής ιδιωτικής σχολής

1. Τι σημαίνει για εσάς « κοινωνική επιχειρηματικότητα»;

Οικονομική ενίσχυση και καταπολεμήσει της ανεργίας ανθρώπων που δεν μπορούν να απορροφηθούν αλλιώς στον τομέα της εργασίας.

2. Α). Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

Ξεκινήσαμε από σύλλογος γυναικών και ο στόχος μας ήταν να μπορούν οι γυναίκες του τόπου μας να έχουν ένα μικρό εισόδημα ώστε να βοηθήσουν στο οικογενειακό ταμείο.

B) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ,

3. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας.

Να μην τον ενδιαφέρει μόνο το κέρδος αλλά η συλλογικότητα .Να μπορεί να συνεργάζεται χωρίς εγωισμό με όλες τις κοινωνικές ομάδες

4. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρηση;

5.

Να γίνει ο πυρήνας που γύρω του θα δημιουργηθούν άλλες επιχείρησης αξιοποιώντας διαφορετικά το ίδιο προϊόν και να δημιουργηθούν θέσεις εργασίας. Να δώσουμε έμπνευση σε νέους ανθρώπους ότι με την επιμονή μπορείς να δημιουργήσεις

6. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας

7.

Πολλά άλλα με Πολύ αγώνα τα ξεπερνάμε κάθε φορά.

8. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

ΟΧΙ

9. Πιστεύετε ότι η επιχείρηση σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας(υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

Ναι, το προϊόν είναι μοναδικό στο είδος του στην Ευρώπη

8.Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματική σας δραστηριότητάς.

Μεγάλο

9.Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίση;

ΝΑΙ

9. Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Δεν μπορούν εύκολα να χρησιμοποιήσουν χρηματοδοτικά εργαλεία λόγω της φύσεως της επιχείρησης

12^η Συνέντευξη

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

α. Επωνυμία επιχείρησης: : ΟΙΚΟΤΕΧΝΟΝ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ

β. Είδος δραστηριότητας: Κατασκευή και εμπορία κοσμημάτων, ειδών λαϊκής και εκκλησιαστικής τέχνης και συναφών ειδών

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά άνδρας. Ηλικιακή ομάδα 45-56, Έγγαμος , ΑΕΙ

1. Τι σημαίνει για εσάς « κοινωνική επιχειρηματικότητα»;

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι μια χρυσή ευκαιρία για τον τόπο μας να αναπτυχθεί στον πρωτογενή τομέα παραγωγής, όπως και στην παροχή υπηρεσιών κοινωνικής ωφέλειας, συνδυάζοντας ένα τεράστιο φάσμα δυνατοτήτων και επιλογών

2. Α).Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

Όταν μάθαμε για την ύπαρξη των ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ και το νομοθετικό πλαίσιο που κινούνται, καθώς και για τον κώδικα αξιών που τις διέπουν στην λειτουργία τους, αντιληφθήκαμε ότι είναι μια μορφή συνεταιρισμού, όπου με πνεύμα αλληλεγγύης και συνεργασίας μπορούμε να δημιουργήσουμε θετικά κοινωνικά και οικονομικά αποτελέσματα.

Β) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

Ένα από τα σημαντικότερα κίνητρα ήταν το νομοθετικό πλαίσιο ίδρυσης και λειτουργίας των ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ, το χαμηλό κόστος ίδρυσης και λειτουργίας, (πχ. έχουμε τη δυνατότητα να παράγουμε προϊόντα οικοτεχνία, χωρίς να απαιτείται η ύπαρξη έδρας ,καταστήματος ή βιοτεχνίας που θα σήμαινε αφόρητα έξοδα),η δυνατότητα της συμμετοχής των μελών σε παραγωγική δράση, χωρίς αυτό να συνιστά και επαγγελματική σχέση. Πχ κάποιος μπορεί να είναι μέλος μιας ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ, ενώ δεν θα μπορούσε να είναι μέλος σε εταιρεία Ο.Ε κλπ, λόγω πιθανών παλαιότερων εκκρεμοτήτων του προς τραπεζικούς οργανισμούς κλπ

3. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας.

Να είναι φύση δημοκρατικός άνθρωπος, να πιστεύει στην ισότητα, στην αλληλεγγύη και στη συνεργασία

4. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρησης;

Πιστεύουμε ότι η λαϊκή και η εκκλησιαστική μας παράδοση εσωκλείουν ένα απίστευτο πλούτο πνευματικής, πολιτιστικής και πολιτισμικής κληρονομιάς και πάρα πολλές δυνατότητες σε ένα τεράστιο φάσμα δραστηριοτήτων, ενδεικτικά μόνο, από τα είδη λαϊκής τέχνης, έως τη διατροφή, την πνευματική καλλιέργεια και τον τουρισμό, δίνοντας ευκαιρίες οικονομικής ανάπτυξης σε πολλούς και διαφορετικούς συμπολίτες μας, κάποιοι εκ των οποίων είναι κ των πραγμάτων σε μειονεκτική θέση στην αγορά εργασίας, στην παραγωγή ή τις προσφερόμενες κοινωνικές υπηρεσίες

5. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας;

Την άγνοια περί ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ των θεσμικών οργάνων πχ. Δήμων, υπαλλήλων ΟΑΕΔ κλπ, στην διεκπεραίωση των υποθέσεων μας , καθώς και την καχυποψία τους. Ούτε λίγο, ούτε πολύ, πολλοί θεσμικοί παράγοντες μας αντιμετωπίζουν ως προνομιούχους απατεώνες.

6. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

Μόνο από κάποιο πρόγραμμα επιχορήγησης του ΟΑΕΔ, για τη μισθοδοσία ενός υπαλλήλου άνω των 50 ετών, μακροχρόνια άνεργου

7. Πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας(υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

Πραγματοποιούμε, αφιλοκερδώς, σεμινάρια εκμάθησης και εκπαίδευσης σε κατασκευή κοσμημάτων, μακραμέ, ειδών λαϊκής τέχνης κλπ.

Σε εποχές όπου έχουν καθιερωθεί τα εισαγόμενα κακέκτυπα κακής ποιότητας, από τις αγορές της ανατολής, η παραγωγή μοναδικών χειροποίητων κοσμημάτων και ειδών λαϊκής και εκκλησιαστικής τέχνης, υψηλής ποιότητας και αισθητικής είναι καινοτομία

8.Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματικής σας δραστηριότητάς;

Πιστεύουμε ότι επιτελούμε ένα διακριτό έργο κοινωνικής ωφέλειας

9.Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίση;

Εμείς πιστεύουμε ότι ειδικά αυτή την εποχή, για τον τόπο μας, η ενεργοποίηση ακόμη μεγαλύτερου τμήματος του κοινωνικού και ανθρώπινου δυναμικού , στην κοινωνική οικονομία, θα είναι ευχής έργον και για τα άτομα και για την κοινωνία όσο και την εθνική οικονομία

10.Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Την επιβίωση τους με ίδιους πόρους, καθώς είναι δεδομένη η αδιαφορία και ανύπαρκτη η έμπρακτη στήριξη της πολιτείας, η οποία μένει μόνο στα λόγια.

Η ενεργοποίηση περισσότερου ανθρώπινου δυναμικού μέσω των φορέων κοινωνικής οικονομίας, ώστε να διευρυνθούν οι τομείς των δραστηριοτήτων

13^η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

α. Επωνυμία επιχείρησης: Γλώσσες χωρίς Σύνορα

β. Είδος δραστηριότητας: Τεχνολογία στο μη κερδοσκοπικό χώρο

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Ηλικιακή ομάδα 18-32, Άγαμος, κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου

1. Τι σημαίνει για εσάς «κοινωνική επιχειρηματικότητα»;

Δημιουργία κοινωφελούς δραστηριότητας στο πλαίσιο μίας βιώσιμης επιχείρησης, εν προκειμένω μη κερδοσκοπικής

2. Α). Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

Αρχική έμπνευση ήταν μία μέντορας.

Β) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

Όταν ανακάλυψα την έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας άρχισε να με συνεπαίρνει η επίλυση σημαντικών προβλημάτων και ο κοινωνικός αντίκτυπος. Όταν επεκτείναμε τη δραστηριότητα μας και στην τεχνολογία, η ενέργειά μου απογειώθηκε.

3. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας.

Βιωσιμότητα - !!, έμφαση στον κοινωνικό αντίκτυπο, + ό,τι χρειάζεται ένας "κανονικός" επιχειρηματίας. Αν μπορεί ειδικά να σκεφτεί σύμφωνα με τις μεθόδους που προτείνονται για τις startup πχ Lean Methodology θεωρώ πως το μοντέλο και η λύση που θα δημιουργήσει θα έχουν πραγματικό κοινωνικό αντίκτυπο.

4. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρησης;

Κάναμε πρόσφατα ρινοί. Πλέον να χρησιμοποιήσει την τεχνολογία ως μέσο επίλυσης κοινωνικών προβλημάτων, και να ενισχύσει τη χρήση της τεχνολογίας στο μη κερδοσκοπικό χώρο

5. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας;

Βιωσιμότητα, Εμπιστοσύνη (προκειμένου να δημιουργηθούν καλές συνεργασίες), Τεχνική Ικανότητα (την αποκτήσαμε),

6. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

Ναι μικρή για την ώρα, με πολύ κόπο, από ένα Ίδρυμα

7. Πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας (υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

Όχι ακόμα. Καινοτομία: η έντονη χρήση της τεχνολογίας στο μη κερδοσκοπικό χώρο

8. Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματικής σας δραστηριότητάς;

Μικρό για την ώρα, προσεχώς μεγαλύτερος

7. Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίση;

Ναι, ειδικά τώρα που ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι πιο επιτακτικός από ποτέ

10. Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Έλλειψη τεχνογνωσίας και βιωσιμότητα

14η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

α. Επωνυμία επιχείρησης: ΜΕΧΟΧΟ

β. Είδος δραστηριότητας: Υποστηρίζει και εμπνέει γυναίκες επιχειρηματίες ανά τον κόσμο να εξελίξουν την επιχειρηματική τους ιδέα.

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Ηλικιακή ομάδα 18-32, Άγαμη, κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου

1. Τι σημαίνει για εσάς «κοινωνική επιχειρηματικότητα»;

Το είδος της επιχείρησης που μέσα από ένα δικό της σταθερό και βιώσιμο εισόδημα ,μπορεί με την σειρά της να βοηθήσει και να στηρίξει ευπαθείς και ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού ώστε να αναπτύξουν τις δυνάμεις και να ενταχθούν απόλυτα στο κοινωνικό σύνολο.

2. Α).Από που αντλήσατε την έμπνευση να ασχοληθείτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα;

Αρχική έμπνευση ήταν ο μέντορας μου, ο Muhammad Yunnis, που με ώθησε να «κυνηγήσω» το όνειρο μου

Β) Μπορείτε να αναφέρετε τα κίνητρα που σας ώθησαν να δραστηριοποιηθείτε στον τομέα αυτό;

Η εμπλοκή μου στον διαγωνισμό Hult Prize, το μεγαλύτερο στον κόσμο για την κοινωνική επιχειρηματικότητα, η γνωριμία μου με τον Muhammad Yunnis, και τα λόγια του πως, έβλεπε στα μάτια μου την φωτιά και την ανάγκη να αλλάξω τον κόσμο με οδήγησαν στο Μεξικό και την δημιουργία της MEXOXO για την υποστήριξη των γυναικών στον κόσμο.

8. Περιγράψτε μου ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει, κατά τη γνώμη σας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας.

Η ανάγκη να κάνει καλό και να προσφέρει στο κοινωνικό σύνολο, δημιουργικότητα, αξιοπιστία και υπευθυνότητα και πάνω από όλα αμείωτο πάθος.

9. Ποιο είναι το όραμα της κοινωνικής σας επιχείρησης;

Όραμα μας είναι πραγματοποιήσουμε την υπόσχεση που δώσαμε το 2015 στο ίδρυμα Μ. Κλίντον, ως το 2020 να έχουμε στηρίξει 5000 γυναίκες στον κόσμο στον τομέα της επιχειρηματικότητας.

10. Ποια προβλήματα /εμπόδια αντιμετωπίσατε κατά την έναρξη και στη πορεία κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας;

Όταν κάποιος επιχειρεί να καταρρίψει στερεότυπα και φιλοδοξεί να «ταράξει» παγιωμένες αντιλήψεις για τους ρόλους των γυναικών τότε πάντα συναντά εμπόδια. Το αμείωτο πάθος και η ενσυναίσθηση με το οποίο εργαζόμαστε ώστε να βοηθήσουμε κάθε γυναίκα να χαράξει την δική της πορεία στον επιχειρηματικό κόσμο και να απελευθερώσει τις δυνάμεις της, είναι ικανά στοιχεία να παραμερίσουν κάθε εμπόδια και να μας οδηγήσουν στην επιτυχία και στην πρόσφατη υποψηφιότητα μας για το βραβείο της UNESCO στον τομέα της εκπαίδευσης γυναικών στην επιχειρηματικότητα.

6. Έχετε λάβει κάποιου είδους χρηματοδότηση; Αν ναι, μπορείτε να μας αναφέρετε την πηγή;

Πολλές μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις στηρίζουν το έργο μας. Ο όμιλος της CoCa -Cola είναι χορηγός σε κάθε έργο μας.

11. Πιστεύετε ότι η επιχείρησή σας αποτελεί μια εξίσου ανταγωνιστική επιχείρηση με αντίστοιχες συμβατικές επιχειρήσεις; Θα χαρακτηρίζατε ως καινοτομία κάποια δραστηριότητά σας(υπηρεσία, προϊόν, διαδικασία);

Αποτελεί μεγάλη καινοτομία και μάλιστα έχει αναγνωριστεί και βραβευτεί η ιδρύτρια της εταιρείας το 2017 με το βραβείο GIWA (Greek International Woman Awards) στην κατηγορία «κοινωνική υπευθυνότητα» για την προσφορά και την επίδραση που είχε στο κόσμο.

8. Πως θα περιγράφατε τον κοινωνικό αντίκτυπο της επιχειρηματικής σας δραστηριότητάς;

Η mechoxo έχει φτάσει και ξεπεράσει τον αρχικό στόχο των 5000 γυναικών. Αυτή τη στιγμή είναι περίπου στις 6.200 γυναίκες(π.χ. 1750 Ελληνίδες, 287 από το Νεπάλ κ.α.) που μέσα από την παγκόσμια πλατφόρμα καινοτομίας και πρωτοβουλίας, που έχουμε δημιουργήσει απέκτησαν δωρεάν εκπαίδευση και κατάρτιση ώστε να επιτύχουν την πλήρη αξιοποίηση των δυνατοτήτων τους. Επομένως ο αντίκτυπος της επιχειρηματικής μας δραστηριότητας είναι τεράστιος και αξιολογείται από τους αριθμούς

9.Θεωρείτε ότι η κοινωνική σας αποστολή αποκτά μεγαλύτερη σημασία σε περιόδους οικονομικής ή άλλου είδους κρίση;

Έχει ιδιαίτερα μεγάλη αξία. Η μεγάλη κρίση ωθεί τα άτομα να ζητήσουν ψυχολογική στήριξη, βοήθεια και πληροφορίες ώστε να ξεπεράσουν τα αδιέξοδα που βρίσκονται στο δρόμο σας.

10. Ποιες πιστεύετε πως είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σήμερα οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Είναι πλέον στο κέντρο του κόσμου η επιχειρηματικότητα και γενικά στις γυναίκες είναι κάτι το οποίο χρειάζεται να αναπτυχθεί, γιατί τα πράγματα χρειάζονται ισορροπία ώστε να υπάρχει ειρήνη. Οπότε πιστεύω ότι αντιμετωπίζουμε μια μεγάλη πρόκληση ώστε να βρεθούν αυτές ισορροπίες στον κόσμο.

Μεγάλη επίσης είναι και η πρόκληση ώστε να βρίσκονται κάθε φορά οι χρηματοδότες για να προωθήσουν το έργο μας. Ωστόσο αν υπάρχει από την πλευρά μας η αυθεντικότητα, αξιοπιστία και πολύ πάθος για αυτό που κάνεις κάποια πράγματα αρχίζουν και συνάδουν πηγαίνουν προς τον ίδιο σκοπό και οι άλλοι μπορούν να αξιολογήσουν και να στηρίξουν τώρα όραμα σου