

Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα για την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα





Entrepreneurial Citizenship for Social Change

Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα για την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

Συγγραφείς

CARDET, Κύπρος (Coordinator)

KMOP-Education and Innovation Hub, Ελλάδα

Innovade, Κύπρος

People in Focus, Αλβανία

Sarajevo Susret Kultura, Βοσνία Ερζεγοβίνη

Rrjeti Edukatoreve Bashkemoshatar, Κόσοβο



Επιμέλεια & γραφιστική σχεδίαση

KMOP-Education and Innovation Hub, Ελλάδα



Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή της παρούσας δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

[Αριθμός έργου: ERASMUS-YOUTH-2023-CB]

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	4
Αξιολόγηση πριν από την εκπαίδευση	4
Ενότητα 1: Εισαγωγή στην κοινωνική επιχειρηματικότητα - Τρέχουσες τάσεις και εφαρμογές	7
1.1 Επισκόπηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.....	7
1.2 Τρέχουσες τάσεις στις κοινωνικές επιχειρήσεις σε παγκόσμιο και περιφερειακό επίπεδο	9
1.3 Μελέτες περιπτώσεων επιτυχημένων κοινωνικών επιχειρήσεων	12
Πρόσθετοι πόροι.....	16
Δραστηριότητες αξιολόγησης.....	17
Ενότητα 2: Το πλαίσιο EntreComp.....	19
2.1 Κατανόηση του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Επιχειρηματικών Ικανοτήτων	19
2.2 Εφαρμογή του πλαισίου στην κοινωνική επιχειρηματικότητα.....	20
2.3 Ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων και ικανοτήτων για τους νέους	23
Πρόσθετοι πόροι.....	27
Δραστηριότητες αξιολόγησης.....	28
Ενότητα 3: Σύνδεση κοινωνικής εργασίας/πρωτοβουλιών και επιχειρηματικότητας.....	31
3.1 Ενσωμάτωση των αρχών της κοινωνικής εργασίας με επιχειρηματικές δραστηριότητες ...	31
3.2 Παραδείγματα πρωτοβουλιών που συνδυάζουν την κοινωνική εργασία και την επιχειρηματικότητα.....	33
3.3 Οφέλη και προκλήσεις της ενσωμάτωσης των αρχών της κοινωνικής εργασίας στις επιχειρήσεις	34
Πρόσθετοι πόροι.....	36
Δραστηριότητες αξιολόγησης.....	37
Ενότητα 4: Δεξιότητες κοινωνικής επιχειρηματικότητας	39
4.1 Βασικές δεξιότητες για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες.....	39
4.2 Ηγεσία, καινοτομία και επίλυση προβλημάτων	42
4.3 Στρατηγικές επικοινωνίας και δικτύωσης.....	44
Πρόσθετοι πόροι.....	46
Δραστηριότητες αξιολόγησης.....	48
Ενότητα 5: Κοινωνικό επιχειρηματικό μοντέλο και σχεδιασμός για κοινωνική καινοτομία	51
5.1 Δημιουργία ενός κοινωνικού επιχειρηματικού μοντέλου	51
5.2 Μέτρηση του κοινωνικού αντίκτυπου και της βιωσιμότητας.....	53
Πρόσθετοι πόροι.....	55
Δραστηριότητες αξιολόγησης.....	56
Ενότητα 6: Εντοπισμός ευκαιριών κοινωνικής επιχειρηματικότητας.....	59
6.1 Τεχνικές για τον εντοπισμό κοινωνικών αναγκών και ευκαιριών	59
6.2 Έρευνα αγοράς και μελέτες σκοπιμότητας	65
6.3 Ανάπτυξη και δοκιμή ιδεών κοινωνικής επιχειρηματικότητας.....	67
Πρόσθετοι πόροι.....	69
Εργαλεία αξιολόγησης	70
Αξιολόγηση μετά την εκπαίδευση.....	72
Αναφορές	74

Εισαγωγή

Αυτό το πρόγραμμα σπουδών έχει σχεδιαστεί για να ενισχύσει τις δεξιότητες κοινωνικής επιχειρηματικότητας των νέων, εξοπλίζοντάς τους με τα απαραίτητα εργαλεία και τους πόρους για την ανάπτυξη νοοτροπίας και δεξιοτήτων κοινωνικής επιχειρηματικότητας στα Δυτικά Βαλκάνια στο πλαίσιο του έργου EPIC Erasmus+.

Τα αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα για τους εκπαιδευόμενους που ολοκληρώνουν αυτό το πρόγραμμα κατάρτισης είναι:

- **Αύξηση** της ευαισθητοποίησης και της κατανόησης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μεταξύ της νεολαίας, των ενδιαφερομένων και του ευρύτερου κοινού.
- **Βελτίωση** των δεξιοτήτων και των ικανοτήτων των εργαζομένων σε θέματα νεολαίας και των νέων όσον αφορά την ίδρυση και τη λειτουργία κοινωνικών επιχειρήσεων.
- **Ανάπτυξη** βιώσιμων κοινωνικών επιχειρήσεων που αντιμετωπίζουν κοινωνικές προκλήσεις και παρέχουν ευκαιρίες απασχόλησης στα Δυτικά Βαλκάνια.
- **Ενίσχυση** της συνεργασίας μεταξύ οργανώσεων νεολαίας, κοινοτήτων και φορέων χάραξης πολιτικής για τη στήριξη της ανάπτυξης του τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Κάθε ενότητα αυτού του προγράμματος σπουδών βασίζεται σε βασικά θέματα κοινωνικής επιχειρηματικότητας, βοηθώντας τους μαθητές να κατανοήσουν τις παγκόσμιες τάσεις και να δημιουργήσουν βιώσιμες λύσεις για τις προκλήσεις της κοινότητας. Ως εκπαιδευόμενος, θα έχετε πρόσβαση σε ένα δομημένο σύνολο υλικών που υποστηρίζουν τη μάθηση μέσω στόχων, θεματικής ανάλυσης, πρακτικών δραστηριοτήτων και μεθόδων αξιολόγησης. Κάθε ενότητα θα περιέχει: μαθησιακούς στόχους, ανάλυση θεμάτων και υποθεμάτων, πρόσθετους πόρους, καθώς και δραστηριότητες αξιολόγησης.

Αξιολόγηση πριν από την εκπαίδευση

Στόχος: Να αξιολογήσει τις αρχικές γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις των συμμετεχόντων/ουσών σχετικά με την κοινωνική επιχειρηματικότητα πριν από την παρακολούθηση του προγράμματος εκπαίδευσης.

Μορφή: Συνδυασμός ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής, σύντομης απάντησης και κλιμάκων αυτοαξιολόγησης.

1. Γνώση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας:

Τι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα; (Πολλαπλή επιλογή)

- A) Ένα επιχειρηματικό μοντέλο που επικεντρώνεται στη μεγιστοποίηση των κερδών
- B) Ένα μοντέλο που συνδυάζει κοινωνικούς στόχους με επιχειρηματικές δραστηριότητες
- C) Μια μορφή μη κερδοσκοπικής οργάνωσης
- Δ) Κανένα από τα παραπάνω

Περιγράψτε μια επιτυχημένη κοινωνική επιχείρηση που γνωρίζετε. (Σύντομη απάντηση)

2. Δεξιότητες και ικανότητες:

Βαθμολογήστε την επάρκειά σας στους ακόλουθους τομείς σε κλίμακα 1-5 (το 1 σημαίνει “Καθόλου” και το 5 σημαίνει “Πάρα πολύ”):

1. Ηγεσία

Καθόλου ① ② ③ ④ ⑤ Πάρα πολύ

2. Καινοτομία

Καθόλου ① ② ③ ④ ⑤ Πάρα πολύ

3. Επίλυση προβλημάτων

Καθόλου ① ② ③ ④ ⑤ Πάρα πολύ

4. Επικοινωνία

Καθόλου ① ② ③ ④ ⑤ Πάρα πολύ

5. Δικτύωση

Καθόλου ① ② ③ ④ ⑤ Πάρα πολύ

3. Στάσεις και αντιλήψεις:

Σε κλίμακα 1-5, πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα για την αντιμετώπιση κοινωνικών ζητημάτων; (το 1 σημαίνει “Καθόλου σημαντική” και το 5 είναι “Πολύ σημαντική”)

Καθόλου σημαντική ① ② ③ ④ ⑤ Πολύ σημαντική

Ποιες είναι οι προσδοκίες σας από αυτό το πρόγραμμα εκπαίδευσης; (Σύντομη απάντηση)

Ενότητα 1: Εισαγωγή στην κοινωνική επιχειρηματικότητα – Τρέχουσες τάσεις και εφαρμογές

Μαθησιακοί στόχοι

- **Εξηγήστε** τι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα και τα κύρια χαρακτηριστικά της.
- **Προσδιορίστε** τις τρέχουσες παγκόσμιες και περιφερειακές (Δυτικά Βαλκάνια) τάσεις στην κοινωνική επιχειρηματικότητα.
- **Αναγνωρίστε** τα βασικά χαρακτηριστικά των επιτυχημένων κοινωνικών επιχειρήσεων.

Ενότητα 1: Εισαγωγή στην κοινωνική επιχειρηματικότητα - Τρέχουσες τάσεις και εφαρμογές

1.1 Επισκόπηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Η **κοινωνική επιχειρηματικότητα** είναι μια μοναδική προσέγγιση για την αντιμετώπιση κοινωνικών ζητημάτων μέσω επιχειρηματικών αρχών και βιώσιμων επιχειρηματικών μοντέλων. Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές επιχειρήσεις, οι οποίες επικεντρώνονται αποκλειστικά στη δημιουργία κέρδους, οι κοινωνικές επιχειρήσεις προσπαθούν να παράγουν κοινωνική αξία παράλληλα με τις οικονομικές αποδόσεις. Αυτή η ενότητα της ενότητας θα ορίσει την κοινωνική επιχειρηματικότητα, θα επισημάνει τα βασικά χαρακτηριστικά της και θα περιγράψει τις κοινές προκλήσεις και ευκαιρίες που αντιμετωπίζουν οι κοινωνικοί επιχειρηματίες.

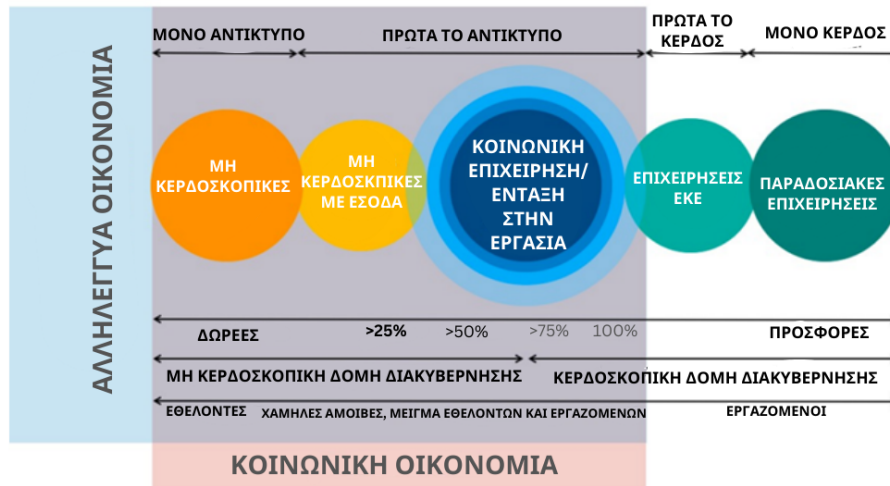
Σύμφωνα με τους Borstein και Davies (2010), η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι μια διαδικασία δημιουργίας ή μετασχηματισμού οργανισμών για την προώθηση λύσεων σε κοινωνικά προβλήματα, όπως η φτώχεια, η ασθένεια, ο αναλφαβητισμός, η καταστροφή του περιβάλλοντος, η παραβίαση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και η διαφθορά, ώστε να βελτιωθεί η ζωή ενός μεγάλου αριθμού ανθρώπων.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει πολλούς διαφορετικούς τύπους εταιρειών. Περιλαμβάνει τους κοινωνικά υπεύθυνους επενδυτές, την εταιρική κοινωνική ευθύνη, τους καινοτόμους κοινωνικούς επιχειρηματίες και άλλους. Αυτού του είδους οι οντότητες δεν θεωρούνται κοινωνικές επιχειρήσεις, εκτός εάν αντιμετωπίζουν άμεσα κοινωνικές ανάγκες μέσω των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους ή του αριθμού των ευάλωτων ατόμων που απασχολούν.

Στην περίπτωση των **κοινωνικών επιχειρήσεων**, υπάρχουν ορισμένες προϋποθέσεις που καθιστούν έναν οργανισμό ή μια εταιρεία ικανή να χαρακτηριστεί ως κοινωνική επιχείρηση (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2015):

- Ο οργανισμός πρέπει να ασκεί οικονομική δραστηριότητα: αυτό σημαίνει ότι πρέπει να ασκεί συνεχή δραστηριότητα παραγωγής ή/και ανταλλαγής αγαθών ή/και υπηρεσιών,
- Πρέπει να επιδιώκει έναν ρητό και πρωταρχικό κοινωνικό στόχο: κοινωνικός στόχος είναι αυτός που ωφελεί την κοινωνία,
- Πρέπει να έχει όρια στη διανομή των κερδών ή/και των περιουσιακών στοιχείων: ο σκοπός των ορίων αυτών είναι να δοθεί προτεραιότητα στον κοινωνικό στόχο έναντι της κερδοφορίας,
- Πρέπει να είναι ανεξάρτητη, δηλαδή οργανωτική αυτονομία από το κράτος και άλλους παραδοσιακούς κερδοσκοπικούς οργανισμούς, και,
- Πρέπει να διαθέτει διακυβέρνηση χωρίς αποκλεισμούς, δηλαδή να χαρακτηρίζεται από συμμετοχικές ή/και δημοκρατικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων.

ΦΑΣΜΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



Σχήμα 1. Το φάσμα των κοινωνικών επιχειρήσεων (έργο ΥDEAS II, n.d.)

Από αυτή την άποψη, μια κοινωνική επιχείρηση μπορεί να πωλεί προϊόντα και υπηρεσίες, να παράγει κέρδη και να παράγει αποτελέσματα όπως κάθε άλλη εταιρεία και οργανισμός. Υπάρχουν πολλά παραδείγματα κοινωνικών επιχειρήσεων και του αντίκτυπου που μπορούν να έχουν, τα οποία θα εξερευνήσετε σε αυτή την ενότητα.

Τα κύρια βασικά χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι:

- **Προσανατολισμός σε μια αποστολή:** Οι κοινωνικές επιχειρήσεις βασίζονται στη δέσμευση για κοινωνικούς στόχους. Είτε ασχολούνται με θέματα όπως η φτώχεια, η εκπαίδευση ή η πρόσβαση στην υγειονομική περίθαλψη, ο πρωταρχικός τους στόχος είναι να δημιουργήσουν θετικό κοινωνικό αντίκτυπο (Austin et al., 2006).
- **Βιώσιμα επιχειρηματικά μοντέλα:** Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες επιδιώκουν να διασφαλίσουν τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα των λύσεών τους. Αυτή η εστίαση στην αυτοβιωσιμότητα περιλαμβάνει τη δημιουργία ροών εσόδων για την επανεπένδυση στον κοινωνικό αντίκτυπο (Yunus et al., 2010).
- **Καινοτομία και προσαρμοστικότητα:** Οι κοινωνικές επιχειρήσεις συχνά χρησιμοποιούν δημιουργικές προσεγγίσεις για την επίλυση προβλημάτων, ανταποκρινόμενες με ευελιξία στις ανάγκες των πληθυσμών-στόχων τους (Bornstein, 2007).
- **Εμπλοκή των ενδιαφερομένων μερών:** Οι επιτυχημένες κοινωνικές επιχειρήσεις διατηρούν ισχυρές σχέσεις με τους ενδιαφερόμενους φορείς, από τους δικαιούχους και τους χρηματοδότες έως τις τοπικές κοινότητες. Η δέσμευση αυτή δημιουργεί εμπιστοσύνη, αξιοπιστία και τοπική υποστήριξη για τις πρωτοβουλίες τους (Gonin et al., 2013).

Ως εκ τούτου, η κοινωνική επιχείρηση δεν είναι νομική οντότητα- είναι μάλλον ένας όρος που περιγράφει μια επιχείρηση που εμπορεύεται κυρίως για κοινωνικό ή/και περιβαλλοντικό σκοπό ή για το καλό της κοινότητας ή συγκεκριμένων ομάδων εντός της κοινότητας.

1.2 Τρέχουσες τάσεις στις κοινωνικές επιχειρήσεις σε παγκόσμιο και περιφερειακό επίπεδο

Ο τομέας της κοινωνικής επιχειρηματικότητας εξελίσσεται ραγδαία παγκοσμίως, επηρεαζόμενος από τάσεις όπως οι λύσεις που βασίζονται στην τεχνολογία, οι επενδύσεις αντίκτυπου και οι διατομεακές συμπράξεις, οι τοπικές ανάγκες, οι κυβερνητικές πολιτικές και η διαθεσιμότητα πόρων. Στα Δυτικά Βαλκάνια, οι κοινωνικές επιχειρήσεις συχνά ανταποκρίνονται σε μοναδικές κοινωνικοοικονομικές συνθήκες, δίνοντας έμφαση σε τομείς όπως η απασχόληση των νέων, η περιβαλλοντική βιωσιμότητα και η κοινωνική ένταξη. Η παρούσα ενότητα εξετάζει τις τάσεις που καθορίζουν την κοινωνική επιχειρηματικότητα παγκοσμίως και υπογραμμίζει τον τρόπο με τον οποίο οι εξελίξεις αυτές εφαρμόζονται στα Δυτικά Βαλκάνια, όπου ο κοινωνικός τομέας αντιμετωπίζει μοναδικές προκλήσεις και ευκαιρίες.

Ορισμένες βασικές παγκόσμιες τάσεις στην κοινωνική επιχειρηματικότητα

1. Λύσεις με βάση την τεχνολογία: Η πρόοδος της τεχνολογίας έχει καταστεί σημαντικός καταλύτης στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Οι ψηφιακές πλατφόρμες επιτρέπουν στις κοινωνικές επιχειρήσεις να κλιμακώσουν τις προσπάθειές τους, να αυτοματοποιήσουν τις διαδικασίες τους και να συνεργαστούν με μεγαλύτερο κοινό σε διάφορες περιοχές και δημογραφικές ομάδες. Η τεχνολογία ενισχύει τη λειτουργική αποτελεσματικότητα, ιδίως για απομακρυσμένες περιοχές και υποβαθμισμένες κοινότητες, όπου η παραδοσιακή πρόσβαση σε υπηρεσίες μπορεί να είναι περιορισμένη (OECD, 2022). Ορισμένα παραδείγματα αυτής της τάσης είναι:

- **Ηλεκτρονική μάθηση και ψηφιακή υγεία:** Οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν αξιοποιήσει διαδικτυακές πλατφόρμες για να παρέχουν λύσεις εκπαίδευσης και υγειονομικής περίθαλψης εξ αποστάσεως, διευρύνοντας την πρόσβαση σε υπηρεσίες μάθησης και υγείας σε περιθωριοποιημένους πληθυσμούς. Για παράδειγμα, πλατφόρμες όπως η HealthTech βελτιώνουν τον υγειονομικό αλφαριθμητισμό και υποστηρίζουν ιατρικές παρεμβάσεις χαμηλού κόστους.
- **Blockchain και διαφάνεια:** Ειδικά για τομείς όπως το δίκαιο εμπόριο και τα βιώσιμα αγαθά, όπου οι καταναλωτές απαιτούν όλο και περισσότερο ηθικές πρακτικές.
- **Τεχνητή νοημοσύνη για κοινωνικό αντίκτυπο:** Η τεχνητή νοημοσύνη εφαρμόζεται σε πρωτοβουλίες που κυμαίνονται από την αντιμετώπιση καταστροφών έως την προγνωστική μοντελοποίηση για τη διατήρηση του περιβάλλοντος, επιτρέποντας στις κοινωνικές επιχειρήσεις να στοχεύουν τις παρεμβάσεις με μεγαλύτερη ακρίβεια και αποτελεσματικότητα.

2. Ανάπτυξη των επενδύσεων αντίκτυπου και εναλλακτική χρηματοδότηση: Οι επενδύσεις αντίκτυπου που γίνονται με σκοπό να δημιουργήσουν κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο μαζί με οικονομική απόδοση έχουν αποκτήσει δυναμική. Η τάση αυτή οφείλεται στο αυξανόμενο ενδιαφέρον ιδιωτών επενδυτών, ιδρυμάτων και επιχειρήσεων να στηρίξουν βιώσιμες επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν κοινωνικές ανάγκες (Global Impact Investing Network, 2020).

- **Ιδρύματα μικροχρηματοδότησης (IMX):** Τα IMX προσφέρουν χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες σε άτομα με χαμηλό εισόδημα που δεν έχουν πρόσβαση στις παραδοσιακές τραπεζικές υπηρεσίες. Με πρωτοπόρες πρωτοβουλίες όπως η Grameen Bank, τα IMX δίνουν τη δυνατότητα σε μικρούς επιχειρηματίες να οικοδομήσουν βιώσιμα μέσα διαβίωσης.
- **Ομόλογα κοινωνικού αντικτύπου (ΟΚΙ):** Πρόκειται για χρηματοδοτικά μέσα στα οποία οι ιδιώτες επενδυτές χρηματοδοτούν εκ των προτέρων ένα κοινωνικό έργο και η κυβέρνηση ή τα ιδρύματα τους επιστρέφουν με βάση τα αποτελέσματα του έργου. Το μοντέλο αυτό εφαρμόζεται συνήθως στη δημόσια υγεία, την ποινική δικαιοσύνη και την εκπαίδευση.
- **Crowdfunding για κοινωνικούς σκοπούς:** Πλατφόρμες όπως το Kickstarter και το GoFundMe έχουν δώσει τη δυνατότητα στους κοινωνικούς επιχειρηματίες να έχουν πρόσβαση σε άμεση χρηματοδότηση από το κοινό, διευρύνοντας την εμβέλεια των κοινωνικών σκοπών και εκδημοκρατίζοντας τη διαδικασία χρηματοδότησης.

3. Διατομεακές συμπράξεις και συνεργατικά μοντέλα: Η συνεργασία με κυβερνήσεις, ΜΚΟ και επιχειρήσεις επιτρέπει στις κοινωνικές επιχειρήσεις να επεκτείνουν την εμβέλεια και τους πόρους τους. Οι συμπράξεις δημόσιου και ιδιωτικού τομέα είναι ιδιαίτερα εμφανείς σε τομείς όπως η υγεία, η εκπαίδευση και οι περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες (McKinsey & Company, 2021).

- **Συμπράξεις δημόσιου και ιδιωτικού τομέα (ΣΔΙΤ):** Κυβερνήσεις και κοινωνικές επιχειρήσεις συνεργάζονται για την παροχή δημόσιων υπηρεσιών, όπως έργα καθαρής ενέργειας ή κοινοτικά προγράμματα υγείας. Οι ΣΔΙΤ έχουν παίξει καθοριστικό ρόλο σε περιοχές όπως η υποσαχάρια Αφρική για τις υποδομές και την προσβασιμότητα των πόρων.
- **Πρωτοβουλίες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ):** Οι εταιρείες ευθυγραμμίζουν όλο και περισσότερο τις επιχειρηματικές τους στρατηγικές με τον κοινωνικό αντίκτυπο, συχνά συνεργαζόμενες με κοινωνικές επιχειρήσεις για την εκπλήρωση των εντολών ΕΚΕ και τη δημιουργία κοινής αξίας.
- **Μη κερδοσκοπικές και κοινοτικές συνεργασίες:** Οι κοινοτικές οργανώσεις, τα φιλανθρωπικά ιδρύματα και οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί αποτελούν βασικούς εταίρους στην υλοποίηση πρωτοβουλιών κοινωνικής επιχειρηματικότητας, ιδίως σε περιοχές με ελλειπείς πόρους των τοπικών κυβερνήσεων (McKinsey & Company, 2021).



Σχήμα 2. Τα εννέα δομικά στοιχεία που παρέχουν τις προϋποθέσεις για την ευημερία της κοινωνικής οικονομίας σε διεθνές, εθνικό και τοπικό επίπεδο (ΟΟΣΑ, 2022).

Οι διακριτές **περιφερειακές τάσεις** που εντοπίστηκαν ειδικά στην περιοχή των Δυτικών Βαλκανίων είναι οι εξής (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, n.d., Σχέδιο YDEAS II, n.d.):

1. Απασχόληση των νέων και ανάπτυξη δεξιοτήτων: Στα Δυτικά Βαλκάνια, η ανεργία των νέων παραμένει μια σημαντική πρόκληση, με τις κοινωνικές επιχειρήσεις να εργάζονται ενεργά για την αντιμετώπισή της μέσω πρωτοβουλιών κατάρτισης και ανάπτυξης ικανοτήτων. Οι επιχειρήσεις που επικεντρώνονται στη νεολαία παρέχουν επαγγελματική κατάρτιση, πρακτική άσκηση και εκπαιδευτικά προγράμματα για την ενίσχυση της απασχολησιμότητας και την ανάπτυξη πρακτικών δεξιοτήτων.

- **Εργαστήρια ανάπτυξης δεξιοτήτων:** Πρωτοβουλίες προσφέρουν ευκαιρίες πρακτικής μάθησης για τους νέους, συμπεριλαμβανομένων μαθημάτων προγραμματισμού, εργαστηρίων επιχειρηματικότητας και μαθημάτων ψηφιακού γραμματισμού.
- **Προγράμματα καθοδήγησης:** Κοινωνικές επιχειρήσεις συνεργάζονται με έμπειρους επαγγελματίες για να καθοδηγήσουν τους νέους στην ανάπτυξη καριέρας και επιχειρηματικής αντίληψης, προωθώντας την τοπική οικονομική σταθερότητα και μειώνοντας τα ποσοστά μετανάστευσης.

2. Κοινωνική ένταξη και ενδυνάμωση των περιθωριοποιημένων ομάδων: Οι κοινωνικές επιχειρήσεις στα Δυτικά Βαλκάνια ανταποκρίθηκαν στις ανάγκες των περιθωριοποιημένων κοινοτήτων, συμπεριλαμβανομένων των εθνοτικών μειονοτήτων, των γυναικών και των αγροτικών πληθυσμών, προωθώντας την ένταξη και την αυτάρκεια.

- **Προσβάσιμα εκπαιδευτικά προγράμματα:** Πολλές επιχειρήσεις επικεντρώνονται στην παροχή βασικού αλφαριθμητισμού, γλωσσικής κατάρτισης και εργασιακών δεξιοτήτων σε περιθωριοποιημένες ομάδες που δεν διαθέτουν επίσημη εκπαίδευση.
- **Κοινωνικές επιχειρήσεις υπό την ηγεσία γυναικών:** Οι γυναίκες στην περιοχή ιδρύουν ολοένα και περισσότερο κοινωνικές επιχειρήσεις, ιδίως σε τομείς όπως η χειροτεχνία, ο τουρισμός και η γεωργία μικρής κλίμακας, οι οποίες προσφέρουν βιώσιμα μέσα διαβίωσης και ενισχύουν την εμπλοκή της κοινότητας.

3. Περιβαλλοντική βιωσιμότητα και πράσινες πρωτοβουλίες: Οι κοινωνικές επιχειρήσεις στα Δυτικά Βαλκάνια βρίσκονται στο προσκήνιο της βιώσιμης γεωργίας, της μείωσης των αποβλήτων και των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Οι πρωτοβουλίες αυτές όχι μόνο αντιμετωπίζουν περιβαλλοντικές ανησυχίες αλλά και δημιουργούν ευκαιρίες απασχόλησης στις αγροτικές περιοχές.

- **Οικολογικός τουρισμός και τοπική γεωργία:** Οι κοινωνικές επιχειρήσεις στον οικοτουρισμό εμπλέκουν τις τοπικές κοινότητες σε έργα βιώσιμου τουρισμού που διατηρούν το περιβάλλον και παράλληλα δημιουργούν πηγές εισοδήματος.
- **Έργα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας:** Οι μικρής κλίμακας ενεργειακοί συνεταιρισμοί και οι πρωτοβουλίες ανανεώσιμων πηγών ενέργειας γίνονται όλο και πιο συνηθισμένες, υποστηριζόμενες από περιφερειακές πολιτικές που ευνοούν την αειφορία.

Αφιερώστε λίγο χρόνο και σκεφτείτε πώς οι παγκόσμιες τάσεις της κοινωνικής επιχειρηματικότητας σχετίζονται με τα Δυτικά Βαλκάνια. Μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε αυτού του είδους τις ερωτήσεις για να ζητήσετε από τους συμμετέχοντες στην εκπαιδευτική σας συνεδρία να κάνουν καταγισμό ιδεών για τους τρόπους με τους οποίους θα μπορούσαν να ενσωματώσουν αυτές τις τάσεις στις δικές τους κοινοτικές πρωτοβουλίες.



2.8

εκατ. οργανισμοί
και οντότητες
στην Ευρώπη



Πάνω από

13

χιλ. αμειβόμενες
θέσεις εργασίας



6.3%

του εργατικού
δυναμικού



Μεταξύ

0.6-9.9%

των συνολικών
θέσεων εργασίας
στα Κράτη-Μέλη

Σχήμα 3. Βασικά στοιχεία για την κοινωνική οικονομία στην Ευρώπη (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, n.d.).

1.3 Μελέτες περιπτώσεων επιτυχημένων κοινωνικών επιχειρήσεων

Τώρα, ας αφιερώσουμε λίγο χρόνο για να αναλύσουμε δύο επιτυχημένες κοινωνικές επιχειρήσεις στα Δυτικά Βαλκάνια, προκειμένου να αποκτήσουμε ιδέες για το πώς διαφορετικές αποστολές, στρατηγικές και δομές μπορούν να αναπτύξουν κοινωνικό αντίκτυπο. Κάθε μελέτη περίπτωσης που ακολουθεί αναδεικνύει την καινοτομία, την προσαρμοστικότητα και την εστίαση στον αντίκτυπο που χαρακτηρίζουν τις κοινωνικές επιχειρήσεις.

Μελέτη περίπτωσης 1: Smart Kolektiv (Σερβία)



Η Smart Kolektiv, μια πρωτοποριακή κοινωνική επιχείρηση στη Σερβία, υποστηρίζει την κοινωνική επιχειρηματικότητα και προωθεί την εταιρική κοινωνική ευθύνη (ΕΚΕ) μεταξύ των επιχειρήσεων. Η αποστολή της επικεντρώνεται στην ενδυνάμωση των κοινοτήτων μέσω της αντιμετώπισης κοινωνικοοικονομικών ζητημάτων, όπως η ανεργία των νέων, η κοινωνική ένταξη και η βιωσιμότητα, τα οποία είναι ιδιαίτερα σημαντικά στη μεταβατική Σερβία. Η Smart Kolektiv εγκαινίασε το πρώτο επενδυτικό ταμείο για κοινωνικές επιχειρήσεις στη χώρα.



Στρατηγική προσέγγιση

Η Smart Kolektiv λειτουργεί με τη δημιουργία συνεργασιών με τοπικές επιχειρήσεις, μη κυβερνητικές οργανώσεις και ηγέτες της κοινότητας. Παρέχει ζωτικής σημασίας κατάρτιση, χρηματοδότηση και πόρους για κοινωνικές επιχειρήσεις, ιδίως εκείνες που διοικούνται από ευάλωτες ομάδες ή ωφελούν ευάλωτες ομάδες. Τα εμβληματικά προγράμματα του οργανισμού περιλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την απασχόληση των νέων, την κατάρτιση σε θέματα επιχειρηματικότητας και την υποστήριξη κοινωνικών επιχειρήσεων σε τομείς όπως ο τουρισμός, η βιώσιμη γεωργία και οι περιβαλλοντικές υπηρεσίες.

- **Συνεργασίες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ):** Η Smart Kolektiv συνεργάζεται με επιχειρήσεις για να συμβάλει στην ενσωμάτωση πρακτικών ΕΚΕ στις βασικές στρατηγικές τους. Αυτό επιτρέπει στις εταιρείες να στηρίξουν τις κοινότητες στις οποίες δραστηριοποιούνται, προωθώντας την κοινωνική αλλαγή, ενώ παράλληλα ευθυγραμμίζονται με τους επιχειρηματικούς στόχους.
- **Υποστήριξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας:** Η Smart Kolektiv υποστηρίζει τους τοπικούς κοινωνικούς επιχειρηματίες, εξοπλίζοντάς τους με δεξιότητες για τη δημιουργία αυτοσυντηρούμενων επιχειρήσεων.

Βασικοί παράγοντες επιτυχίας

Το μοντέλο της Smart Kolektiv με γνώμονα τον αντίκτυπο έχει σημειώσει επιτυχία χάρη στην προσαρμοστικότητά του και το βάθος των συνεργασιών του. Αντιμετωπίζοντας συγκεκριμένες τοπικές προκλήσεις, διασφαλίζει ότι η υποστήριξη είναι πρακτική και αποτελεσματική. Η συνεργατική προσέγγιση όχι μόνο προωθεί την τοπική ανάπτυξη, αλλά και ενισχύει την κουλτούρα της ΕΚΕ μεταξύ των σερβικών επιχειρήσεων, ενθαρρύνοντας τη στροφή προς πιο κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές.



Σχήμα 4 Smart Kolektiv

Ανακαλύψτε περισσότερα για την Smart Kolektiv:

www.smartkolektiv.org/en/social-inovations-development/

Μελέτη περίπτωσης 2: Ίδρυμα Mozaik (Βοσνία-Ερζεγοβίνη)



Το Ίδρυμα Mozaik στοχεύει στην οικοδόμηση μιας κουλτούρας κοινωνικής επιχειρηματικότητας και στη δημιουργία ευκαιριών για την ενδυνάμωση της νεολαίας στη Βοσνία-Ερζεγοβίνη. Σε μια χώρα με υψηλό ποσοστό ανεργίας των νέων και περιορισμένες οικονομικές ευκαιρίες, η αποστολή του Mozaik να προωθήσει τις κοινωνικές επιχειρήσεις υπό την ηγεσία των νέων έχει επιφέρει σημαντικό αντίκτυπο. Το ίδρυμα επικεντρώνεται στην υποστήριξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας των νέων, παρέχοντας ολιστική υποστήριξη σε νέους που έχουν επιχειρηματικές ιδέες.



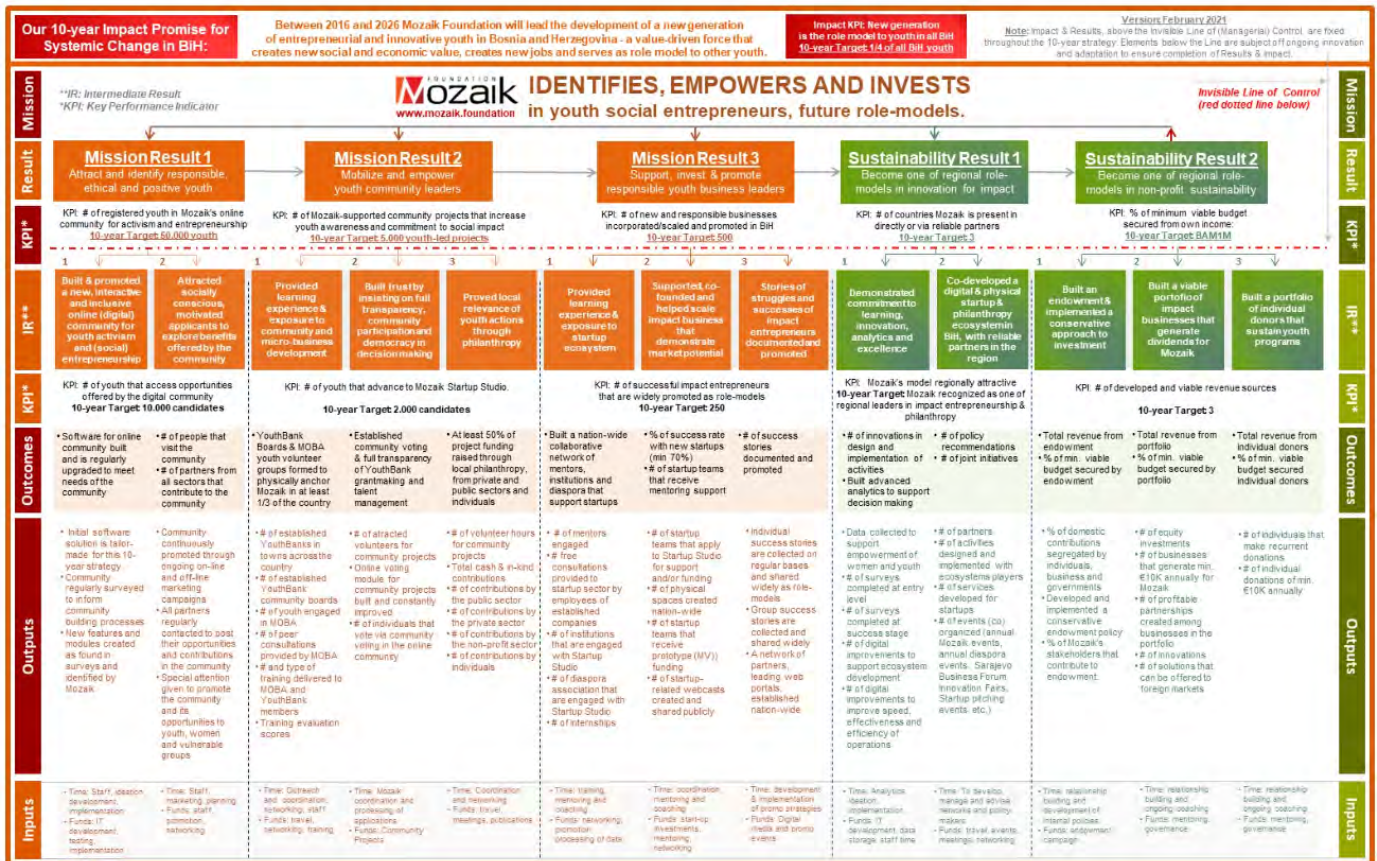
Στρατηγική προσέγγιση

Το Ίδρυμα Mozaik έχει αναπτύξει μια μοναδική πλατφόρμα επενδύσεων και καθοδήγησης που δίνει τη δυνατότητα σε νέους/ες να ξεκινήσουν κοινωνικές επιχειρήσεις με χρηματοδότηση σποράς και συνεχή υποστήριξη. Το ίδρυμα διαχειρίζεται την πλατφόρμα Lonac, μια καινοτόμο διαδικτυακή κοινότητα όπου οι νέοι/ες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε πόρους, να μοιράζονται ιδέες και να συνδέονται με μέντορες.

- **Επενδυτικό ταμείο για την επιχειρηματικότητα των νέων:** Το Mozaik παρέχει χρηματοδότηση σε νέους κοινωνικούς επιχειρηματίες, επιτρέποντάς τους να δοκιμάσουν τα εγχειρήματά τους. Τα επιτυχημένα έργα είναι επιλέξιμα για πρόσθετους γύρους χρηματοδότησης, προωθώντας τη βιώσιμη ανάπτυξη.
- **Εκπαίδευση και καθοδήγηση:** Το ίδρυμα προσφέρει εργαστήρια, υποστήριξη και καθοδήγηση από έμπειρους επαγγελματίες. Η έμφαση δίνεται στην ενδυνάμωση των νέων να ηγηθούν κοινωνικών πρωτοβουλιών που αντιμετωπίζουν πιεστικά ζητήματα όπως η περιβαλλοντική βιωσιμότητα, η ψυχική υγεία και η κοινωνική πρόνοια.

Βασικοί παράγοντες επιτυχίας

Η ικανότητα του ιδρύματος Mozaik να προσελκύει και να εμπλέκει νέους/ες αποτελεί βασικό πλεονέκτημα, συμβάλλοντας στην επιτυχία του στην οικοδόμηση ενός δυναμικού οικοσυστήματος κοινωνικής επιχειρηματικότητας στη Βοσνία-Ερζεγοβίνη. Η διαδικτυακή του πλατφόρμα, Lonac, ενισχύει την προσβασιμότητα, παρέχοντας μια κρίσιμη υποδομή για τη συνεργασία. Συνδυάζοντας την οικονομική στήριξη με την καθοδήγηση, το Mozaik έχει δημιουργήσει ένα βιώσιμο μοντέλο που προάγει την ανθεκτικότητα και την προσαρμοστικότητα των νέων επιχειρηματιών.



Σχήμα 5 Ίδρυμα Mozaik

Ανακαλύψτε περισσότερα για το Ίδρυμα Mozaik: www.mozaik.ba

Πρόσθετοι πόροι

Κείμενο 1: Η άνοδος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και των νεοφυών επιχειρήσεων με αντίκτυπο (Διάρκεια ανάγνωσης: 8 λεπτά)

Πηγή: AI Contentfy

Σύνδεσμος: <https://aicontentfy.com/en/blog/rise-of-social-entrepreneurship-and-impact-startups>

Επισκόπηση: Αυτό το άρθρο διερευνά την αυξανόμενη τάση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και των νεοφυών επιχειρήσεων με αντίκτυπο σε παγκόσμιο επίπεδο. Εξετάζει τα κίνητρα πίσω από αυτά τα εγχειρήματα, την κοινωνική συνεισφορά τους και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν κατά τη δημιουργία βιώσιμων επιχειρηματικών μοντέλων. Το κείμενο υπογραμμίζει τον τρόπο με τον οποίο οι κοινωνικοί επιχειρηματίες καινοτομούν για την αντιμετώπιση κοινωνικών ζητημάτων, δημιουργώντας παράλληλα οικονομική αξία. Αφιερώστε 10 λεπτά για να διαβάσετε το [άρθρο](#) και να απαντήσετε στις ερωτήσεις που ακολουθούν:

Ερώτηση 1: Ποια είναι ορισμένα βασικά κίνητρα που ωθούν τα άτομα να ασχοληθούν με την κοινωνική επιχειρηματικότητα, όπως αναφέρεται στο άρθρο;

- α) Οικονομικά κέρδη
- β) Επιθυμία δημιουργίας ουσιαστικού κοινωνικού αντικτύπου
- γ) Ευκαιρίες εταιρικής χορηγίας
- δ) Τάσεις στη συμπεριφορά των καταναλωτών

Ερώτηση 2: Ποιες από τις ακόλουθες προκλήσεις αντιμετωπίζουν συχνά οι κοινωνικοί επιχειρηματίες όταν προσπαθούν να επιτύχουν βιώσιμη ανάπτυξη;

- α) Περιορισμένη πρόσβαση σε παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης
- β) Υπερβολική ρύθμιση του δημόσιου τομέα
- γ) Έλλειψη ενδιαφέροντος από δυνητικούς πελάτες
- δ) Ισχυρή υποστήριξη από τις τοπικές κοινότητες

Κείμενο 2: Κοινωνικές επιχειρήσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Διάρκεια ανάγνωσης: 10 λεπτά)

Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή

Σύνδεσμος: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu/social-enterprises_en

Ερώτηση 1: Ποια δήλωση περιγράφει καλύτερα τον ρόλο των κοινωνικών επιχειρήσεων στην ευρωπαϊκή οικονομία;

- α) Λειτουργούν κυρίως σε ανταγωνιστικές αγορές χωρίς κοινωνικούς στόχους.
- β) Συχνά αντιμετωπίζουν αντίσταση από τα παραδοσιακά επιχειρηματικά μοντέλα.
- γ) Βασίζονται αποκλειστικά σε δωρεές και επιχορηγήσεις για τη βιωσιμότητά τους.
- δ) Αναγνωρίζονται για την αντιμετώπιση κοινωνικών ζητημάτων με παράλληλη δημιουργία οικονομικής δραστηριότητας.

Ερώτηση 2: Τι είδους στήριξη παρέχει η Ευρωπαϊκή Ένωση για την προώθηση των κοινωνικών επιχειρήσεων;

- α) Ρυθμιστικά πλαίσια που περιορίζουν τις δραστηριότητές τους
- β) Φορολογικά κίνητρα αποκλειστικά για μεγάλες επιχειρήσεις
- γ) Ολοκληρωμένα προγράμματα χρηματοδότησης με στόχο την ενίσχυση του αντίκτυπού τους
- δ) Υποχρεωτική συμμετοχή στις συμβάσεις του δημόσιου τομέα

Βίντεο 1: Τι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα; (2 λεπτά)

Πηγή: CEDRA Split

Σύνδεσμος: <https://www.youtube.com/watch?v=aTo0qtdVMpM>

Ερώτηση 1: Τι συνειδητοποιεί ο Μέρβιν για την κοινωνική επιχειρηματικότητα αφού η Μαρτζ του αποκαλύψει την έννοια;

- α) Επιτρέπει μεγαλύτερη συσσώρευση προσωπικού πλούτου.
- β) Τα κέρδη θα πρέπει να επανεπενδύονται για τη βελτίωση της ευημερίας της κοινότητας.
- γ) Η κοινωνική επιχειρηματικότητα επικεντρώνεται αποκλειστικά σε περιβαλλοντικούς στόχους.
- δ) Ωφελεί κυρίως τις μεγάλες επιχειρήσεις.

Ερώτηση 2: Σύμφωνα με το βίντεο, πώς μετρούν οι κοινωνικοί επιχειρηματίες την επιτυχία τους;

- α) Με το ποσό του κέρδους που παράγεται κάθε τρίμηνο.
- β) Με την ικανότητά τους να επεκτείνουν την εμβέλειά τους στην αγορά.
- γ) Με τον θετικό κοινωνικό και οικολογικό αντίκτυπο που δημιουργούν.
- δ) Με βάση τον αριθμό των πωληθέντων προϊόντων.

Δραστηριότητες αξιολόγησης

1.Σ/Λ

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες επικεντρώνονται αποκλειστικά στις κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις των δράσεών τους, χωρίς να εξετάζουν τη μεγιστοποίηση των οικονομικών κερδών.

2.Συμπληρώστε τα κενά

Συμπληρώστε τις παρακάτω προτάσεις χρησιμοποιώντας τους κατάλληλους όρους από τον παρακάτω κατάλογο:

κοινωνικός αντίκτυπος, καινοτομία, κοινότητα, αειφορία, επιχειρηματικότητα, ενδιαφερόμενα μέρη, κέρδος, κυκλική οικονομία, περιβαλλοντικές προκλήσεις, νεολαία

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα ορίζεται ως ένα είδος (α)_____ που επιδιώκει να αντιμετωπίσει κοινωνικά ζητήματα, δημιουργώντας παράλληλα οικονομική αξία για το (β)_____.

Οι επιτυχημένες κοινωνικές επιχειρήσεις δεν επικεντρώνονται μόνο στην παραγωγή (γ)_____, αλλά δίνουν επίσης προτεραιότητα (δ)_____ και στις ανάγκες των (ε)_____ τους.

Στα Δυτικά Βαλκάνια, η άνοδος των κοινωνικών επιχειρήσεων αποσκοπεί στην αντιμετώπιση διαφόρων (στ)_____ και στην παροχή ευκαιριών για (ζ)_____ να ασχοληθούν με ουσιαστική εργασία.

Σωστές απαντήσεις:

Κείμενο 1: 1/β, 2/α. **Κείμενο 2:** 1/δ, 2/γ. **Βίντεο 1:** 1/β, 2/γ. **Σ/Λ:** Λάθος. (Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες στοχεύουν στην εξισορρόπηση των οικονομικών στόχων με τις θετικές κοινωνικές και οικολογικές επιπτώσεις). **Συμπληρώστε τα κενά:** α.επιχειρηματικότητα, β. κοινότητα, γ. κέρδος, δ. κοινωνικός αντίκτυπος, ε. ενδιαφερόμενα μέρη, στ.κοινωνικές και περιβαλλοντικές προκλήσεις, ζ. νεολαία

Ενότητα 2: Το πλαίσιο EntreComp

Μαθησιακοί στόχοι

- **Εξοικείωση** με το πλαίσιο Entrecomp και κατανόηση του στόχου και της δομής του
- **Ενθάρρυνση** της υιοθέτησης του πλαισίου Entrecomp για την εφαρμογή του στην κοινωνική επιχειρηματικότητα
- **Ενδυνάμωση** των νέων μέσω της προώθησης επιχειρηματικών ικανοτήτων και δεξιοτήτων

Ενότητα 2: Το πλαίσιο EntreComp

2.1 Κατανόηση του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Επιχειρηματικών Ικανοτήτων

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανέπτυξε το EntreComp: το Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Επιχειρηματικών Ικανοτήτων ως πλαίσιο αναφοράς για να εξηγήσει τι σημαίνει επιχειρηματική νοοτροπία.

Το EntreComp προσφέρει μια ολοκληρωμένη περιγραφή των γνώσεων, των δεξιοτήτων και των στάσεων που χρειάζονται οι άνθρωποι για να είναι επιχειρηματίες και να δημιουργούν οικονομική, πολιτιστική ή κοινωνική αξία για τους άλλους.

Το EntreComp είναι ένα ελεύθερο, ευέλικτο πλαίσιο αναφοράς που μπορεί να προσαρμοστεί για να υποστηρίξει την ανάπτυξη και την κατανόηση της επιχειρηματικής ικανότητας σε οποιοδήποτε περιβάλλον.

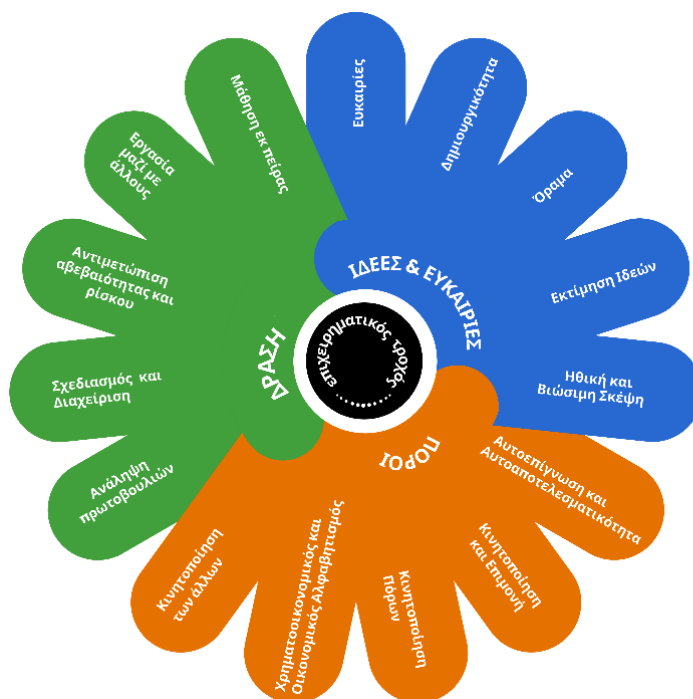
Από την έναρξή του το 2016, το EntreComp έχει χρησιμοποιηθεί τόσο στην πολιτική όσο και στην πράξη σε πολλούς τομείς για την υποστήριξη της ενεργού συμμετοχής των πολιτών, της καινοτομίας, της απασχολησιμότητας και της μάθησης μέσω της επιχειρηματικής σκέψης και δράσης.

Βασικά στοιχεία EntreComp

Το EntreComp προσδιορίζει τις ικανότητες που καθιστούν κάποιον επιχειρηματία. Αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν την κοινωνία των πολιτών, τις εταιρείες, την εκπαίδευση, την εργασία των νέων, τις κοινότητες, τις νεοσύστατες επιχειρήσεις και τα άτομα.

Ο τροχός EntreComp προσφέρει μια επισκόπηση των διαφορετικών αλλά αλληλένδετων ικανοτήτων. Αυτές οι ικανότητες έχουν σχεδιαστεί για να σας βοηθήσουν να σκεφτείτε τις επιχειρηματικές δεξιότητες και στάσεις που περιλαμβάνει η εργασία σας. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως οδηγός κατά το σχεδιασμό μιας νέας δραστηριότητας ή/και ως μοντέλο που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ή να προσαρμόσετε για μάθηση και αξιολόγηση.

Στο απλούστερο επίπεδο της, η EntreComp αποτελείται από 3 τομείς αρμοδιότητας: Ιδέες & Ευκαιρίες, Πόροι και Ενεργός δράση.



Το **“Ιδέες και ευκαιρίες”** αφορά την αναζήτηση τρόπων με τους οποίους μπορείτε να δημιουργήσετε αξίες για τους άλλους, δημιουργώντας το όραμά σας, χρησιμοποιώντας τη δημιουργικότητά σας και εντοπίζοντας ευκαιρίες, ενώ παράλληλα βεβαιώνετε ότι αυτές οι ιδέες είναι ηθικές και βιώσιμες.

Οι **πόροι** αφορούν τους πόρους που διαθέτετε μέσα σας, τον τρόπο κινητοποίησής τους, κατανοώντας παράλληλα τις δεξιότητες, τις δυνάμεις και τις ικανότητές σας, καθώς και το πού μπορείτε να βρείτε άλλους πόρους αλλού.

Η **ανάληψη δράσης** σημαίνει να παίρνεις την πρωτοβουλία, να το κάνεις και να μαθαίνεις από τις εμπειρίες σου, ενώ παράλληλα να κατανοείς τους κινδύνους, γιατί τίποτα δεν είναι απλό.

Κάθε τομέας περιλαμβάνει 5 ικανότητες, οι οποίες μαζί συνθέτουν τις 15 ικανότητες που χρησιμοποιούν τα άτομα για να ανακαλύψουν και να δράσουν βάσει ευκαιριών και ιδεών. Κάθε ικανότητα εξηγείται περαιτέρω σε 60 θεματικές ενότητες και 442 μαθησιακά αποτελέσματα.

Κάθε θεματική ενότητα ικανοτήτων έχει συναφή μαθησιακά αποτελέσματα που αντιστοιχίζονται σε 8 επίπεδα εξέλιξης, από το βασικό έως το ενδιάμεσο, το προχωρημένο και το εξειδικευμένο επίπεδο. Η χαρτογράφηση της εξέλιξης είναι σημαντική όταν εξετάζεται η ανάπτυξη ενός μαθητή με την πάροδο του χρόνου, τα διαφορετικά σημεία εκκίνησης των μαθητών ή η δημιουργία ενός συνεκτικού επιχειρηματικού σχεδίου.p δεξιοτήτων.



2.2 Εφαρμογή του πλαισίου στην κοινωνική επιχειρηματικότητα

Η EntreComp ορίζει την επιχειρηματικότητα ως μια οριζόντια ικανότητα, η οποία εφαρμόζεται σε όλους τους τομείς της ζωής, από την καλλιέργεια της ανάπτυξης έως τον καταμερισμό της εργασίας στην κοινωνία, την (εκ νέου) είσοδο στο αίτημα για εργασία ως βοηθός ή ως εργαζόμενος με τόνο, και την έναρξη δραστηριοτήτων (καλλιτεχνικών, κοινωνικών ή εμπορεύσιμων). Βασίζεται σε μια ευρεία περιγραφή της επιχειρηματικότητας που εξαρτάται από τη δημιουργία καλλιτεχνικής, κοινωνικής ή κερδοφόρας αξίας. Ως εκ τούτου, αγκαλιάζει διαφορετικούς τύπους επιχειρηματικότητας, συμπεριλαμβανομένης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Γιατί οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να χρησιμοποιούν το Entrecomp Framework;

- **Προσβάσιμο** - τα οπτικά στοιχεία είναι ελκυστικά και η γλώσσα που χρησιμοποιείται είναι κατανοητή, συμβάλλοντας στην εμπλοκή και τη δημιουργία ενδιαφέροντος.
- **Πρακτικό** - είναι εύκολο να εφαρμοστεί στην πράξη, σε διάφορα επίπεδα - για ευαισθητοποίηση και πληροφόρηση υψηλού επιπέδου π.χ., οι 3 τομείς και οι 15 ικανότητες λειτουργούν καλά για άτομα που σκέφτονται για τα δικά τους επίπεδα επιχειρηματικής επάρκειας- και τα λεπτομερή θέματα και τα μαθησιακά αποτελέσματα είναι χρήσιμα εργαλεία για την κατάρτιση επαγγελματιών και επαγγελματιών.
- **Ευελιξία** - το πλαίσιο μπορεί να εφαρμοστεί και να είναι σχετικό σε διαφορετικές καταστάσεις και σε διαφορετικές ομάδες-στόχους.

Το EntreComp Framework είναι ένας εξαιρετικός πόρος για την υποστήριξη των κοινωνικών επιχειρηματιών στην ανάπτυξη των επιχειρηματικών τους ικανοτήτων. Θα μπορούσε να ληφθεί ως σημείο αναφοράς εκ των πραγμάτων από κάθε πρωτοβουλία που αποσκοπεί στην προώθηση της επιχειρηματικής μάθησης και στην τόνωση του ενδιαφέροντος για την επιχειρηματική κουλτούρα. Επιπλέον, το EntreComp θα μπορούσε να εμπνεύσει τους κοινωνικούς επιχειρηματίες να χαρτογραφήσουν τις ικανότητές τους και να αξιολογήσουν το επίπεδο των ικανοτήτων τους.

Σύμφωνα με αυτό, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες που εργάζονται με αυτό το πλαίσιο θα πρέπει να ακολουθήσουν ορισμένα απλά βήματα:

- **Να επιλέξουν** τις ικανότητες που θέλουν να βελτιώσουν, λαμβάνοντας υπόψη τον πίνακα των επιπέδων κατάκτησης των επιχειρηματικών ικανοτήτων. Από το επίπεδο 1 - BASIC έως το επίπεδο 8 - EXPERT υπάρχουν κάποιες παράμετροι για τη μέτρηση της προόδου που θα μπορούσαν να προτείνουν:
 - αυτονομία,
 - αποτελεσματική και βιώσιμη σκέψη,
 - ικανότητα μετάβασης από τη θεωρία στην πράξη.
- **Να αναλύσουν** τις θεματικές προτεραιότητες κάθε αρμοδιότητας και να επιλέξουν ποιες από αυτές είναι πιο χρήσιμες για την ανάπτυξη της κοινωνικής τους επιχειρηματικότητας.
- **Για να βρείτε** υπάρχον περιεχόμενο, Ανοικτούς Εκπαιδευτικούς Πόρους ή να γίνετε μέλος της Κοινότητας EntreComp για να εμβαθύνετε περισσότερο στο θέμα και να γίνετε μέρος μιας ευρύτερης κοινότητας που μοιράζεται το ίδιο ενδιαφέρον.

Όταν κάποιος ξεκινάει με κοινωνική επιχειρηματική νοοτροπία, οι δεξιότητες EntreComp μπορούν να τον βοηθήσουν να διαμορφώσει μια σαφή ιδέα για την αξία που θέλει να προσφέρει στον κόσμο. Οι δεξιότητες αυτές τους καθοδηγούν στη διερεύνηση διαφορετικών τρόπων για την επίτευξη των στόχων τους και στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι επιλογές τους θα κάνουν τη διαφορά. Η ικανότητα να σκέφτονται δημιουργικά και να βλέπουν πολλές πιθανές λύσεις σε ένα πρόβλημα είναι εξίσου σημαντική με την ικανότητα να περιορίζουν, να ιεραρχούν και να εστιάζουν στο βκαλύτερες επιλογές.

Πώς να εφαρμόσετε το EntreComp στην κοινωνική επιχειρηματικότητα;

- Χρησιμοποιήστε την περιοχή αρμοδιοτήτων **“Ιδέες και ευκαιρίες”** της EntreComp για να καθοδηγήσετε το όραμά σας για την κοινωνική αξία. Προσδιορίστε το συγκεκριμένο πρόβλημα που θέλετε να επιλύσετε και βεβαιωθείτε ότι οι λύσεις σας ευθυγραμμίζονται με αυτόν τον σκοπό.
- Εξερευνήστε τη **δημιουργικότητα και το όραμα**: Επικεντρωθείτε στην κατανόηση των αναγκών των κοινοτήτων και σκεφτείτε στρατηγικά. Ορίστε τα προβλήματα και να είστε καινοτόμοι στην εξεύρεση λύσεων.
- Προώθηση της **ηθικής και υπεύθυνης σκέψης**: Βεβαιωθείτε ότι οι ενέργειές σας ωφελούν τις τοπικές κοινότητες και δεν τις βλάπτουν.
- Τα κοινωνικά εγχειρήματα έχουν συχνά περιορισμένους πόρους, επομένως ο τομέας ικανοτήτων **“Πόροι”** είναι ζωτικής σημασίας. Η EntreComp καθοδηγεί τους κοινωνικούς επιχειρηματίες προς αυτή την κατεύθυνση
- **Έμφαση στον οικονομικό και χρηματοοικονομικό αλφαριθμητισμό**: Η κατανόηση της φορολογίας, των οικονομικών και χρηματοοικονομικών εννοιών και η εξεύρεση κεφαλαίων είναι σημαντικές για την ανάπτυξη κοινωνικών πρωτοβουλιών.
- **Αξιολογήστε την κινητοποίηση πόρων και άλλων**: Συχνά απαιτείται κατά τη δημιουργία ενός κοινωνικού εγχειρήματος η εξασφάλιση υποστήριξης, η έμπνευση και η έμπνευση των άλλων, καθώς και η αποτελεσματική επικοινωνία.
- Ο τομέας αρμοδιοτήτων **“Into Action”** δίνει έμφαση στην υλοποίηση ιδεών με έμφαση στη δημιουργία αντίκτυπου στις κοινότητες.
- **Η συνεργασία με άλλους** αποτελεί βασική ικανότητα για την επίτευξη αντίκτυπου. Εκτός από την ποικιλομορφία και τη συνεργασία με διαφορετικούς ενδιαφερόμενους. Προωθήστε την ενσυναίσθηση, την ενεργό ακρόαση και την ανοιχτή επικοινωνία.
- **Σχεδιασμός και διαχείριση**: Φροντίστε να θέσετε σαφείς στόχους, να σχεδιάσετε προσεκτικά τον προϋπολογισμό, να παρακολουθείτε την πρόοδο και να προσαρμόζετε τα σχέδια με βάση τα σχόλια της κοινότητας.

Με την προσαρμογή του πλαισίου EntreComp με βάση μια κοινωνικά καθοδηγούμενη προσέγγιση, η κοινωνική επιχειρηματικότητα θα μπορούσε να οικοδομηθεί για να ενισχύσει ουσιαστικές αλλαγές.

2.3 Ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων και ικανοτήτων για τους νέους

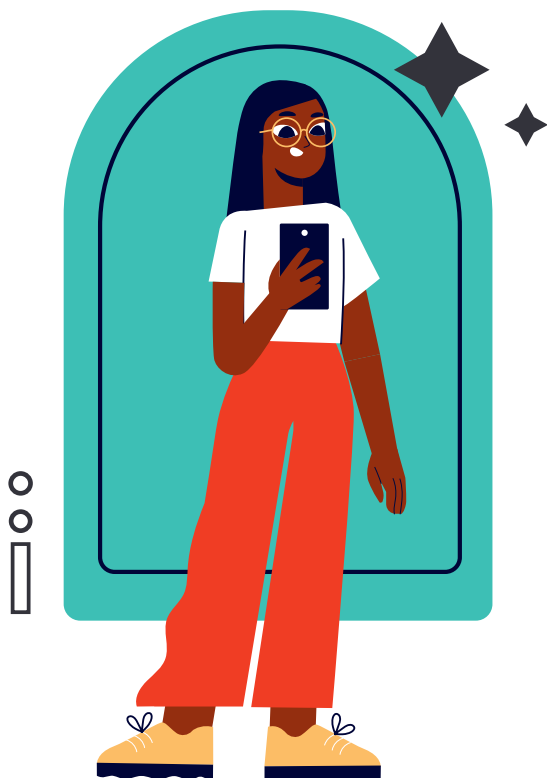
Το EntreComp έχει τη δυνατότητα να υποστηρίξει την ανάπτυξη επιχειρηματικών ικανοτήτων για όλους και μπορεί να προσαρμοστεί και να στοχεύσει στην υποστήριξη διαφορετικών επιπέδων δεξιοτήτων, αναγκών και στόχων.

Η γνώση αυτού του πλαισίου είναι χρήσιμη και απαραίτητη για την κατανόηση των των αναγκών της σημερινής μεταβαλλόμενης και συνεχώς εξελισσόμενης αγοράς εργασίας, γεγονός που οδήγησε το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ να καθορίσει ποιες θα είναι οι δεξιότητες με τη μεγαλύτερη ζήτηση έως το 2025 και, ομοίως, να θέσει τη βάση για την κατάρτιση των νέων στην απόκτηση και την ανάπτυξη αυτών των δεξιοτήτων.

Οι νέοι πρέπει να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τα πλαίσια και τις ευκαιρίες, τις προσεγγίσεις σχεδιασμού και διαχείρισης, τις αρχές δεοντολογίας και την αυτογνωσία. Περιλαμβάνει τις δεξιότητες της δημιουργικότητας (φαντασία, κριτικός στοχασμός, επίλυση προβλημάτων), της επικοινωνίας, της κινητοποίησης πόρων (ανθρώπων και πραγμάτων) και της αντιμετώπισης της αβεβαιότητας, της ασάφειας και του κινδύνου. Η επιχειρηματική νοοτροπία περιλαμβάνει επίσης τις στάσεις της αυτοαποτελεσματικότητας, των κινήτρων, της επιμονής και της εκτίμησης των ιδεών των άλλων.

Η ανάπτυξη επιχειρηματικών ικανοτήτων και δεξιοτήτων επιτρέπει στους νέους να οικοδομήσουν ένα ισχυρό θεμέλιο για μελλοντική επιτυχία.

Με βάση την Entrecomp, αυτές είναι οι ικανότητες και οι δεξιότητες που μπορούν να ενδυναμώσουν τους νέους να γίνουν επιτυχημένοι και να επιτύχουν τους στόχους τους.



Ιδέες και ευκαιρίες Τομέας Ικανοτήτων:

Ικανότητα	Υπόδειξη	Περιγραφή
Εντοπισμός ευκαιριών	Χρησιμοποιήστε τη φαντασία και τις ικανότητές σας για να εντοπίσετε ευκαιρίες για τη δημιουργία αξίας	<ul style="list-style-type: none"> • Εντοπισμός και αξιοποίηση ευκαιριών για τη δημιουργία αξίας με τη διερεύνηση του κοινωνικού, πολιτιστικού και οικονομικού τοπίου • Εντοπισμός των αναγκών και των προκλήσεων που πρέπει να καλυφθούν • Δημιουργία νέων συνδέσεων και συνένωση των διάσπαρτων στοιχείων του τοπίου για τη δημιουργία ευκαιριών για τη δημιουργία αξίας
Δημιουργικότητα	Ανάπτυξη δημιουργικών και στοχευμένων ιδεών	<ul style="list-style-type: none"> • Ανάπτυξη διαφόρων ιδεών και ευκαιριών για τη δημιουργία αξίας, συμπεριλαμβανομένων καλύτερων λύσεων σε υπάρχουσες και νέες προκλήσεις • Διερεύνηση και πειραματισμός με καινοτόμες προσεγγίσεις • Συνδυασμός γνώσεων και πόρων για την επίτευξη πολύτιμων αποτελεσμάτων
Όραμα	Εργαστείτε για το όραμά σας για το μέλλον	<ul style="list-style-type: none"> • Φανταστείτε το μέλλον • Αναπτύξτε ένα όραμα για να μετατρέψετε τις ιδέες σε δράση • Οπτικοποίηση μελλοντικών σεναρίων για την καθοδήγηση της προσπάθειας και της δράσης
Αποτίμηση ιδεών	Αξιοποιήστε στο έπακρο ιδέες και ευκαιρίες	<ul style="list-style-type: none"> • Να κρίνουν τι είναι αξία με κοινωνικούς, πολιτιστικούς και οικονομικούς όρους • Να αναγνωρίζουν τις δυνατότητες που έχει μια ιδέα για τη δημιουργία αξίας και να προσδιορίζουν τους κατάλληλους τρόπους για να την αξιοποιήσουν στο έπακρο
Ηθική και βιώσιμη σκέψη	Να αξιολογούν τις συνέπειες και τον αντίκτυπο των ιδεών, των ευκαιριών και των ενεργειών.	<ul style="list-style-type: none"> • Να αξιολογούν τις συνέπειες των ιδεών που φέρνουν αξία και την επίδραση της επιχειρηματικής δράσης στην κοινότητα-στόχο, την αγορά, την κοινωνία και το περιβάλλον • Να προβληματίζονται σχετικά με το πόσο βιώσιμοι είναι οι μακροπρόθεσμοι κοινωνικοί, πολιτιστικοί και οικονομικοί στόχοι και η πορεία δράσης που επιλέγεται • Να ενεργούν υπεύθυνα

Πίνακας 1 Ιδέες και ευκαιρίες Τομέας αρμοδιοτήτων

Πόροι Τομέας αρμοδιοτήτων:

Ικανότητα	Υπόδειξη	Περιγραφή
Αυτογνωσία &	Πιστέψτε στον εαυτό σας και συνεχίστε να εξελίσσεστε	<ul style="list-style-type: none"> • Αναλογιστείτε τις ανάγκες, τις φιλοδοξίες και τις επιθυμίες σας βραχυπρόθεσμα, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα. • Προσδιορίστε και αξιολογήστε τις ατομικές και ομαδικές σας δυνάμεις και αδυναμίες. • Πιστέψτε στην ικανότητά σας να επηρεάσετε την πορεία των γεγονότων, παρά την αβεβαιότητα, τις αναποδιές και τις προσωρινές αποτυχίες
Κίνητρα & επιμονή	Μείνετε συγκεντρωμένοι και μην τα παρατάτε	<ul style="list-style-type: none"> • Να είστε αποφασισμένοι να μετατρέψετε τις ιδέες σε δράση και να ικανοποιήσετε την ανάγκη σας να επιτύχετε • Να είστε προετοιμασμένοι να είστε υπομονετικοί και να συνεχίσετε να προσπαθείτε να επιτύχετε τους μακροπρόθεσμους ατομικούς ή ομαδικούς σας στόχους • Να είστε ανθεκτικοί σε συνθήκες πίεσης, αντιξοότητας και προσωρινής αποτυχίας
Κινητοποίηση πόρων	Συγκεντρώστε και διαχειριστείτε τους πόρους που χρειάζεστε	<ul style="list-style-type: none"> • Αποκτήστε και διαχειριστείτε τις υλικές, άυλες και ψηφιακοί πόροι που απαιτούνται για τη μετατροπή των ιδεών σε δράση • Αξιοποιήστε στο έπακρο τους περιορισμένους πόρους • Αποκτήστε και διαχειριστείτε τις ικανότητες που απαιτούνται σε κάθε στάδιο συμπεριλαμβανομένων των τεχνικών, νομικών, φορολογικών και ψηφιακών ικανοτήτων
Χρηματο-οικονομικός & οικονομικός αλφαριθμητισμός	Ανάπτυξη χρηματοοικονομικής και οικονομικής τεχνογνωσίας	<ul style="list-style-type: none"> • Εκτίμηση του κόστους μετατροπής μιας ιδέας σε δραστηριότητα που δημιουργεί αξία • Να σχεδιάζετε, να εφαρμόζετε και να αξιολογείτε τις οικονομικές αποφάσεις σε βάθος χρόνου. • Διαχειριστείτε τη χρηματοδότηση για να βεβαιωθείτε ότι η δραστηριότητά σας που δημιουργεί αξία μπορεί να διαρκέσει μακροπρόθεσμα.
Κινητοποίηση άλλων	Εμπνευστείτε, ενθουσιάστε και πείστε τους άλλους να συμμετάσχουν.	<ul style="list-style-type: none"> • Εμπνέει και ενθουσιάζει τους ενδιαφερόμενους φορείς • Αποκτήστε την υποστήριξη που απαιτείται για την επίτευξη πολύτιμων αποτελεσμάτων • Επίδειξη αποτελεσματικής επικοινωνίας, πειθούς, διαπραγματεύσης και ηγεσίας

Into Action Τομέας Ικανοτήτων:

Ικανότητα	Υπόδειξη	Περιγραφή
Ανάληψη πρωτοβουλίας	Προχωρήστε σε αυτό	<ul style="list-style-type: none"> Ξεκινήστε διαδικασίες που δημιουργούν αξία Αναλάβετε προκλήσεις Να ενεργείτε και να εργάζεστε ανεξάρτητα για την επίτευξη των στόχων, να τηρείτε τις προθέσεις σας και να εκτελεί προγραμματισμένες εργασίες
Σχεδιασμός & διαχείριση	ιεράρχηση προτεραιοτήτων, οργάνωση και παρακολούθηση	<ul style="list-style-type: none"> Θέστε μακροπρόθεσμους, μεσοπρόθεσμους και βραχυπρόθεσμους στόχους Καθορισμός προτεραιοτήτων και σχεδίων δράσης Προσαρμογή σε απρόβλεπτες αλλαγές
Αντιμέτωπιση της αβεβαιότητας, της ασάφειας και του κινδύνου	Λήψη αποφάσεων που αντιμετωπίζουν την αβεβαιότητα, την ασάφεια και τον κίνδυνο	<ul style="list-style-type: none"> Να λαμβάνει αποφάσεις όταν το αποτέλεσμα της απόφασης αυτής είναι αβέβαιο, όταν οι διαθέσιμες πληροφορίες είναι μερικές ή διφορούμενες ή όταν υπάρχει κίνδυνος απρόβλεπτων αποτελεσμάτων Στο πλαίσιο της διαδικασίας δημιουργίας αξίας, συμπεριλάβετε δομημένους τρόπους δοκιμής ιδεών και πρωτοτύπων από τα αρχικά στάδια, για να μειώσετε τους κινδύνους αποτυχίας. Να χειρίζεστε ταχέως και ευέλικτα τις καταστάσεις που εξελίσσονται γρήγορα
Συνεργασία με άλλους	Συνεργάζεστε, συνεργάζεστε και δικτυωθείτε	<ul style="list-style-type: none"> Να συνεργάζονται και να συνεργάζονται με άλλους για να αναπτύσσουν ιδέες και να τις μετατρέπουν σε δράση Δίκτυο Επίλυση συγκρούσεων και θετική αντιμετώπιση του ανταγωνισμού όταν είναι απαραίτητο
Μάθηση μέσω της εμπειρίας	Μάθετε κάνοντας	<ul style="list-style-type: none"> Χρησιμοποιήστε κάθε πρωτοβουλία για τη δημιουργία αξίας ως ευκαιρία μάθησης Μάθετε με άλλους, συμπεριλαμβανομένων των συνομηλίκων και των μεντόρων Αναστοχασμός και μάθηση τόσο από την επιτυχία όσο και από αποτυχία (δική σας και των άλλων)

Πίνακας 3 Into Action Τομέας Ικανοτήτων:

Πρόσθετοι πόροι

Ανάγνωση 1 (Διάρκεια ανάγνωσης:15 λεπτά):

Ανάγνωση 1 (Χρόνος ανάγνωσης:15 λεπτά): EntreComp 360. (2021). Οδηγός για το EntreComp στην εργασία νέων και τη μη τυπική μάθηση. Απόσπασμα, σελίδες 5-9. Ανακτήθηκε από: <https://dare-network.eu/guide-entrecomp-in-youth-work-and-non-formal-learning/>

- Γιατί να χρησιμοποιήσετε το πλαίσιο Entrecomp σε ένα πλαίσιο μη τυπικής μάθησης;

- Γιατί είναι σημαντική και χρήσιμη η μάθηση με επίκεντρο τις ικανότητες;

Ανάγνωση 2 (Χρόνος ανάγνωσης:15 λεπτά):

I-LINC. (2017). EntreLearn: Εργαλειοθήκη επιχειρηματικής μάθησης για εκπαιδευτικούς. Απόσπασμα, σελίδες: 3,17,30. Ανακτήθηκε από <https://school-education.ec.europa.eu/en/teach/teaching-materials/entrelearn-entrepreneurial-learning-toolkit-teachers>

- Γιατί να αναπτύσσονται τομείς ικανοτήτων από την πρώιμη ηλικία στα σχολεία;

- Πώς οι νέοι ενδυναμώνονται μέσω της μάθησης ικανοτήτων;

Βίντεο 1 (διάρκειας 2 λεπτών)

<https://audiovisual.ec.europa.eu/en/Βίντεο/I-163141?lg=EN>

- Τι είναι η επιχειρηματική νοοτροπία;

- Πώς ορίζουμε την επιχειρηματικότητα ως ικανότητα;

Δραστηριότητες αξιολόγησης

1. Αυτοαξιολόγηση των γνώσεών σας για το Entrecomp Framework

- Προχωρήστε σε κάθε κατηγορία και προσδιορίστε το τρέχον επίπεδο γνώσεών σας χρησιμοποιώντας μια κλίμακα από το 1 έως το 10, όπου το 1 αντιπροσωπεύει τον “αρχάριο” και το 10 τον ειδικό.
- Συμπληρώστε το πρότυπό σας με την κατάταξή σας για κάθε κατηγορία. Στη συνέχεια, σκιάστε την περιοχή σε κάθε τμήμα πίτας.
- Η περιφέρεια της σκιασμένης περιοχής είναι ο τροχός της αυτοαξιολόγησής σας.
- Μόλις δείτε πόσο ικανοποιημένοι είστε με τις γνώσεις σας σε κάθε κατηγορία, καθορίστε δύο ή τρία βήματα που μπορείτε να κάνετε για να βελτιωθείτε σε κάθε κατηγορία.



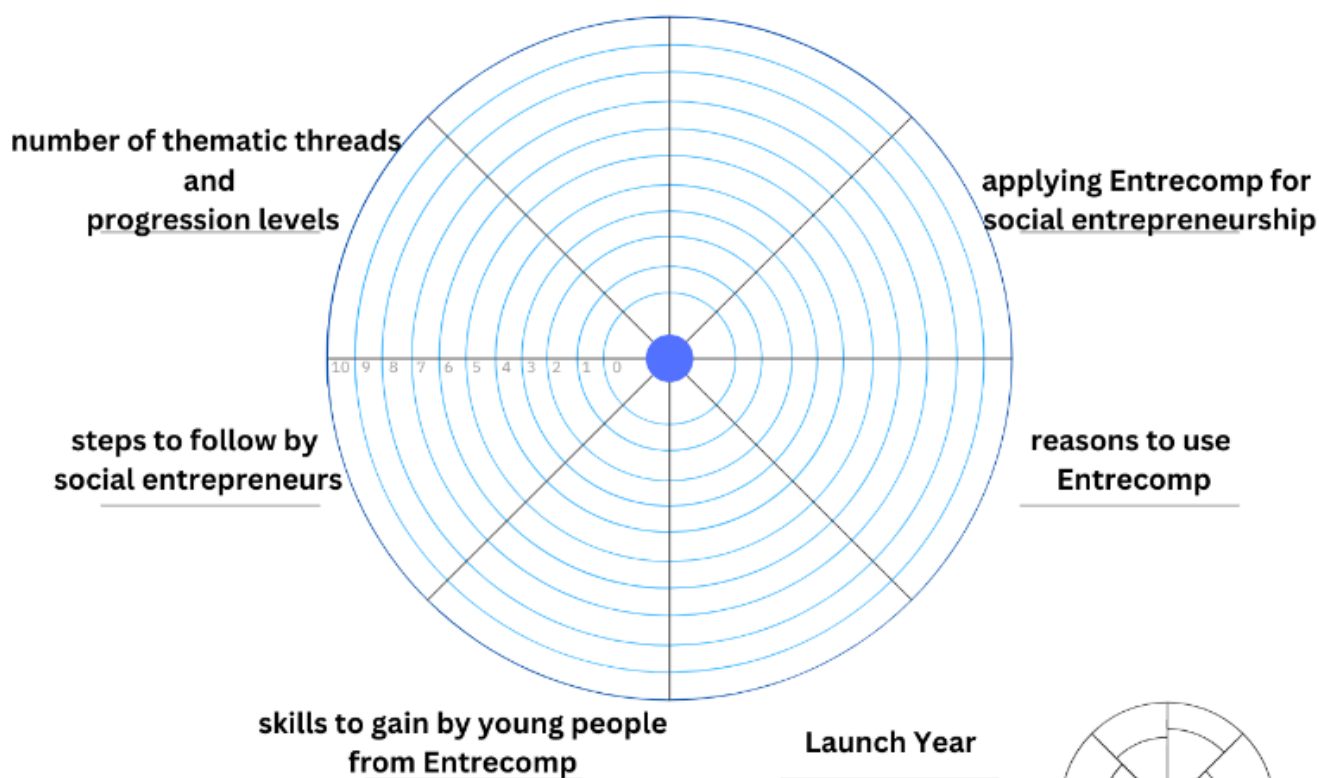
WHEEL OF SELF ASSESSMENT

NAME _____

DATE _____

**3 competence areas
of Entrecomp**

**5 competences of
each area**



Example

Σχήμα 2 Τροχός αυτοαξιολόγησης

Ενότητα 3:

Σύνδεση κοινωνικής εργασίας/πρωτοβουλιών και επιχειρηματικότητας

Μαθησιακοί στόχοι

- **Να κατανοήσουν** τις θεμελιώδεις αξίες της κοινωνικής εργασίας και πώς αυτές ενσωματώνονται στις επιχειρηματικές δραστηριότητες.
- **Αξιολογήστε** πραγματικά παραδείγματα κοινωνικών επιχειρήσεων, εντοπίζοντας τον τρόπο με τον οποίο ενσωματώνουν τις αξίες της κοινωνικής εργασίας στα επιχειρηματικά τους μοντέλα.
- **Αξιολογήστε** κριτικά τα οφέλη και τις προκλήσεις του συνδυασμού των αρχών της κοινωνικής εργασίας με την επιχειρηματικότητα.

Ενότητα 3: Σύνδεση κοινωνικής εργασίας/ πρωτοβουλιών και επιχειρηματικότητας

3.1 Ενσωμάτωση των αρχών της κοινωνικής εργασίας με επιχειρηματικές δραστηριότητες

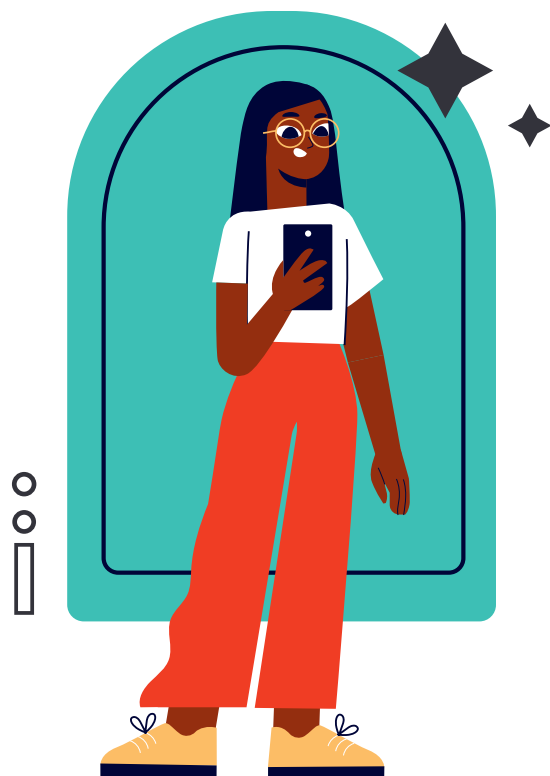
Αρχικά, πρέπει να τονιστεί ότι οι αρχές της κοινωνικής εργασίας συνδέονται στενά με τις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Πράγματι, οι κοινωνικές επιχειρήσεις προωθούν μια ολιστική προσέγγιση για την επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων, δίνοντας έμφαση στις κοινωνικές αξίες και στη δημιουργία θετικού κοινωνικού αντίκτυπου αντί της προτεραιότητας του κέρδους. Πρέπει να αναφερθεί ότι η έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μπορεί να μην είναι τόσο νέα όσο νομίζουμε, καθώς πολλές κοινωνικές επιχειρήσεις σε όλη την Ευρώπη έχουν τις ρίζες τους στην παράδοση των ενώσεων, των εταιρειών αλληλοβοήθειας και της εθελοντικής δέσμευσης που προηγήθηκε της δημιουργίας των σύγχρονων κρατικών φορέων (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020). Η έννοια αυτή αναζωογονήθηκε ως απάντηση στις κρίσεις του κράτους πρόνοιας, στα κοινωνικά και πολιτιστικά μαζικά κινήματα στα τέλη της δεκαετίας του 1960 και, πιο πρόσφατα, στις οικολογικές ανησυχίες και στην άνοδο των υπεύθυνων καταναλωτικών προτύπων. Επίσης, η παγκόσμια οικονομική και χρηματοπιστωτική κρίση του 2007 λειτούργησε ως καταλύτης για την εμφάνιση προσπαθειών κοινωνικής επιχειρηματικότητας, προωθώντας τις επιχειρήσεις αυτές σε νέες αγορές που οι τοπικές κοινότητες βρίσκουν ελκυστικές.

Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενες ενότητες, η βάση μιας κοινωνικής επιχείρησης είναι μια συγκεκριμένη κοινωνική αποστολή που συνάδει με τις θεμελιώδεις αρχές της κοινωνικής εργασίας. Πράγματι, δίνοντας προτεραιότητα στις κοινωνικές αξίες, οι επιχειρήσεις αυτές αναλαμβάνουν ανεκπλήρωτα κοινωνικά και περιβαλλοντικά αιτήματα που συχνά αγνοούνται από τις κυρίαρχες βιομηχανίες. Καθώς ο στόχος της κοινωνικής εργασίας ως επαγγέλματος είναι η βελτίωση της ποιότητας ζωής και της κοινωνικής ευημερίας των περιθωριοποιημένων ομάδων (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020), η αφοσίωση των κοινωνικών λειτουργών στην κοινωνική δικαιοσύνη, την ενδυνάμωση και τη συνηγορία τους καθιστά τους κοινωνικούς λειτουργούς απόλυτα ταιριαστούς με τους στόχους των κοινωνικών επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, η προσπάθειά τους να αντιμετωπίσουν κοινωνικά ζητήματα και να υποστηρίξουν την ανάπτυξη της κοινότητας τους καθιστά σημαντικές δυνάμεις στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας (Germak & Singh, 2009).

Θα πρέπει να τονιστεί ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις βασίζονται θεμελιωδώς σε ορισμένες αξίες της κοινωνικής εργασίας, όπως η υπεράσπιση, η ενδυνάμωση, η ένταξη και η συμμετοχή. Στην πραγματικότητα, οι κοινωνικοί λειτουργοί δίνουν μεγάλη έμφαση στην ενδυνάμωση της κοινότητας και του ατόμου, γεγονός που συνάδει με τον στόχο των κοινωνικών επιχειρήσεων να αναβαθμίσουν τις περιθωριοποιημένες ομάδες. Σε αυτό το σημείο, οι κοινωνικές επιχειρήσεις δίνουν προτεραιότητα στην ενδυνάμωση προκειμένου να φιλοξενήσουν ευάλωτα άτομα, συμπεριλαμβανομένων των ανέργων, των ατόμων με αναπηρία και των περιθωριοποιημένων κοινοτήτων (Dominelli, 2004).

Ένα άλλο κοινό σημείο αναφοράς είναι οι μηχανισμοί δημοκρατικής διακυβέρνησης. Αυτοί οι μηχανισμοί που υπάρχουν σε πολλές κοινωνικές επιχειρήσεις βασίζονται επίσης στην αρχή της συμμετοχικής λήψης αποφάσεων στην κοινωνική εργασία. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν συχνά διαδικασίες λήψης αποφάσεων χωρίς αποκλεισμούς, στις οποίες όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη συμμετέχουν ενεργά στην ανάπτυξη οργανωτικών σχεδίων και πολιτικών, συμπεριλαμβανομένων των δικαιούχων και των εργαζομένων. Αυτό αντικατοπτρίζει την αφοσίωση της κοινωνικής εργασίας στη διασφάλιση ότι οι φωνές των περιθωριοποιημένων αναγνωρίζονται και περιλαμβάνονται στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων που επηρεάζουν τη ζωή τους (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020). Η διαφάνεια και η λογοδοσία αποτελούν επίσης ουσιώδη στοιχεία της διακυβέρνησης της κοινωνικής εργασίας και των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Τέλος, τα ιδανικά των κοινωνικών επιχειρήσεων ταιριάζουν στενά με το ηθικό πλαίσιο που διέπει την κοινωνική εργασία. Στην πραγματικότητα, οι κοινωνικές επιχειρήσεις λειτουργούν στο ευρύτερο πλαίσιο της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας, η οποία θέτει ως προτεραιότητα την ευημερία της ομάδας στο σύνολό της, σε σχέση με το μέγιστο ατομικό κέρδος (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020). Η αλληλεγγύη, η ισότητα και η βιωσιμότητα συγκαταλέγονται στα ιδανικά που στηρίζουν αυτή την οικονομία και είναι απαραίτητα για την πρακτική της κοινωνικής εργασίας. Προκειμένου να διασφαλιστεί ότι οι επιχειρηματικές προσπάθειες δεν ενθαρρύνουν την εκμετάλλευση αλλά την αξιοπρέπεια, την ενδυνάμωση και το μακροπρόθεσμο κοινωνικό κέρδος, οι κοινωνικοί λειτουργοί φέρνουν μια ηθική δέσμευση για την ικανοποίηση των αναγκών των πιο μειονεκτούντων (Germak & Singh, 2009). Επιπλέον, το λειτουργικό “ήθος” των κοινωνικών επιχειρήσεων, το οποίο υπογραμμίζει την ανάγκη για διαφανή μέτρηση του αντίκτυπου και υποβολή εκθέσεων, συνάδει με τις απαιτήσεις για διαφάνεια και λογοδοσία που διατυπώνονται στην πρακτική της κοινωνικής εργασίας.



3.2 Παραδείγματα πρωτοβουλιών που συνδυάζουν την κοινωνική εργασία και την επιχειρηματικότητα

Παρακάτω μπορείτε να βρείτε σπουδαία παραδείγματα όπου οι κοινωνικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα κάνουν τη θεωρία πράξη συνδυάζοντας την κοινωνική εργασία με την επιχειρηματικότητα. Όλοι οι παρακάτω οργανισμοί παρουσιάζουν καινοτόμους τρόπους αντιμετώπισης ενός προβλήματος ή μιας κοινωνικής πρόκλησης, διατηρώντας παράλληλα ένα βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο.

Από τη μία πλευρά, η GoodFairy φέρνει επανάσταση στον κόσμο των παραδοσιακών ασφαλίσεων, επιτρέποντας στους πελάτες της να συνεισφέρουν σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς μέσω της ασφάλισης οχημάτων με τρόπο που είναι και μη παρεμβατικός αλλά και βιώσιμος και έχει τεράστιες θετικές επιπτώσεις στην κοινότητα. Από την άλλη πλευρά, η School Synergy Snacks παράγει ποιοτικά, τοπικής προέλευσης προϊόντα, επιτρέποντας σε άτομα με νοητική αναπηρία να διατηρήσουν παραγωγική απασχόληση και κοινωνική ένταξη. Ομοίως, η Black Light, ένας κοινωνικός συνεταιρισμός που ιδρύθηκε από τυφλούς, αναπτύσσει εκπαιδευτικές υπηρεσίες B2B που χτίζουν γέφυρες μεταξύ βλέποντων και μη βλέποντων ατόμων, προωθώντας τη μεγαλύτερη προσβασιμότητα και δημιουργώντας θέσεις εργασίας για άτομα με αναπηρία μέσω συνεργασιών με μεγάλες μάρκες. Πιο συγκεκριμένα:



Η GoodFairy είναι μια καινοτόμος, κοινωνική επιχείρηση στην ελληνική ασφαλιστική αγορά, που συνδυάζει αποτελεσματικά την επιχειρηματικότητα με τη δέσμευση για κοινωνική ευθύνη. Λειτουργεί μέσω ενός καινοτόμου επιχειρηματικού μοντέλου, το οποίο επιτρέπει στους πελάτες της να στηρίξουν μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς της επιλογής τους, αν ασφαλίσουν τα οχήματά τους μέσω αυτών... Για παράδειγμα, κάθε φορά που κάποιος αγοράζει ασφάλεια αυτοκινήτου από την GoodFairy, η εταιρεία θα δωρίζει μέρος του ασφαλιστρού σε ένα από τα πολλά φιλανθρωπικά ιδρύματα ή κοινωνικούς σκοπούς που έχει υποδείξει ο πελάτης- χωρίς να προσθέτει αυξημένο κόστος για τον πελάτη. Δεδομένου ότι η δωρεά γίνεται κάθε φορά που ανανεώνεται το ασφαλιστήριο συμβόλαιο, παρέχει μια σταθερή, συνεχή πηγή εσόδων για τους υποστηριζόμενους οργανισμούς.

Παραδείγματα οργανώσεων που μπορούν να υποστηρίξουν οι πελάτες είναι οργανώσεις για τη νεολαία, τα παιδιά, το περιβάλλον και άλλα. Θα πρέπει να τονιστεί ότι είναι η πρώτη κοινωνική επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον ασφαλιστικό τομέα στην Ελλάδα και έχει προβληθεί σε κορυφαία προγράμματα επιχειρηματικής επώασης και επιτάχυνσης για τον πρωτοποριακό της ρόλο στο συνδυασμό των ασφαλιστικών υπηρεσιών με προσανατολισμό στο κέρδος με την αποστολή της στήριξης της κοινωνικής οικονομίας.

Μάθετε περισσότερα [εδώ](#)



school synergy snacks

Η School Synergy Snacks είναι μια πρωτοποριακή κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση. Στόχος της είναι η ενδυνάμωση συγκεκριμένων ευάλωτων ομάδων, όπως τα άτομα με νοητική αναπηρία και αναπτυξιακές διαταραχές. Ιδρύθηκε το 2019 και λειτουργεί με όραμα την επαγγελματική αποκατάσταση και τη μέγιστη ανεξαρτησία των νέων με ειδικές ανάγκες.

Ο πυρήνας του School Synergy Snacks συνδυάζει την κοινωνική εργασία με την επιχειρηματικότητα, ενώ παράλληλα επιδιώκει τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την ένταξη στην κοινωνία. Η αποστολή τους δεν είναι μόνο να δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά, αλλά και να δημιουργήσουν έναν κόσμο όπου τα άτομα με αναπηρία θα έχουν ίσες ευκαιρίες για απασχόληση, θα ενσωματώνονται στην κοινωνία και θα γκρεμίζουν τα εμπόδια, προωθώντας τη συμμετοχικότητα.

Επενδύουν σε ποιοτικά προϊόντα, βοηθούν τους τοπικούς παραγωγούς να δραστηριοποιηθούν και, ως εκ τούτου, συμμετέχουν στην ανάπτυξη της κοινότητας. Τα προϊόντα τους βασίζονται σε ελληνικές συνταγές με μια “κοινωνική πινελιά” - όπου κάθε παραδοσιακή γεύση αναμειγνύεται με “μια δόση κοινωνικής ευθύνης”. Αυτό που κάνει η εταιρεία έχει μεγαλύτερες επιπτώσεις από τα ίδια τα προϊόντα. Δίνουν σε άτομα με νοητική αναπηρία την ευκαιρία να μάθουν νέες δεξιότητες, να αποκτήσουν αυτοπεποίθηση και να γίνουν παραγωγικά μέλη της κοινότητάς τους, παρέχοντάς τους μια ουσιαστική εργασία.

Μάθετε περισσότερα [εδώ](#)



Black Light

The blind side of view

Η Black Light είναι μια κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση που ιδρύθηκε το 2017 από τυφλούς με εμπειρία στη δημιουργία διαδραστικών εκδηλώσεων και στην εξυπηρέτηση πελατών. Κύριος σκοπός της είναι να σχεδιάζει και να υλοποιεί εκπαιδευτικές υπηρεσίες B2B που δημιουργούν γέφυρες μεταξύ βλέποντων και μη βλέποντων. Με αυτόν τον τρόπο, φέρνουν τις επιχειρήσεις πιο κοντά σε ένα τμήμα πελατών, τις συνήθειες του οποίου συχνά φαίνεται να αγνοούν. Παράλληλα, μέσω των εκπαιδεύσεών τους και των εξατομικευμένων δράσεων που σχεδιάζουν, δημιουργούν θέσεις εργασίας για άτομα με αναπηρία. Οι υπηρεσίες τους προσφέρονται τόσο δια ζώσης όσο και διαδικτυακά και έχουν συνεργαστεί με μεγάλες μάρκες προκειμένου να βελτιώσουν την προσβασιμότητα των υπηρεσιών τους.

Μάθετε περισσότερα [εδώ](#)

3.3 Οφέλη και προκλήσεις της ενσωμάτωσης των αρχών της κοινωνικής εργασίας στις επιχειρήσεις

Υπάρχουν πολυάριθμα οφέλη, αλλά και ορισμένες προκλήσεις που προκύπτουν από την ενσωμάτωση των αρχών της κοινωνικής εργασίας στις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ας συζητήσουμε ορισμένες από αυτές πιο συγκεκριμένα.

Οφέλη

Το βασικό πλεονέκτημα που προσφέρει η ενσωμάτωση της κοινωνικής εργασίας στις επιχειρηματικές προσπάθειες είναι ότι δίνει φωνή στον υποεκπροσωπούμενο και ευάλωτο πληθυσμό. Πρώτον, ένα βασικό όφελος είναι ότι προωθεί την κατάρτιση, γεφυρώνοντας το κενό στην απασχόληση. Τέτοια δραστηριότητα είναι τα “Σχολικά Συνεργατικά Σνακς”, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, τα οποία δίνουν χώρο για εργασία σε ενήλικες με νοητική αναπηρία και τους βοηθούν να βοηθήσουν τον εαυτό τους αλλά και την κοινωνία. Επίσης, μια κοινωνική επιχείρηση επιχειρεί να ασχοληθεί με κοινωνικά ζητήματα με στόχο την παροχή βιώσιμων και μακροπρόθεσμων λύσεων σε αντίθεση με τις γρήγορες λύσεις.

Επιπλέον, στις περισσότερες περιπτώσεις, οι επιχειρήσεις είναι σε θέση να συντηρηθούν, ιδίως μέσω οικονομικών δραστηριοτήτων, γεγονός που μετριάζει το επίπεδο εξάρτησης από τους δωρητές ή άλλους φορείς που παρέχουν τη δυνατότητα. Ένας τέτοιος τρόπος λειτουργίας τους επιτρέπει να συνεχίσουν τις δραστηριότητές τους, δηλαδή να εργάζονται για την κοινωνική αλλαγή, ακόμη και σε περιόδους που η οικονομία βρίσκεται σε ύφεση (Defourny & Nyssens, 2013). Το παράδειγμα της Good-Fairly, για παράδειγμα, δημιουργεί συνεχή έσοδα για φιλανθρωπικές οργανώσεις και κοινωνικούς σκοπούς μέσω ανανεώσεων ασφαλιστηρίων συμβολαίων, δημιουργώντας μια αξιόπιστη οικονομική ροή για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Θα πρέπει επίσης να τονιστεί ότι οι δημοκρατικές ρυθμίσεις διακυβέρνησης που εφαρμόζονται σε πολλές σύγχρονες κοινωνικές επιχειρήσεις, όπου πολλοί ενδιαφερόμενοι, συμμετέχουν στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, αποτελούν αντανάκλαση της συμμετοχικής και πελατοκεντρικής στρατηγικής του κοινωνικού έργου. Τέλος, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν επίσης να συνεισφέρουν τόσο από κοινωνική όσο και από οικονομική άποψη, δηλαδή να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας, να ενισχύσουν την ευημερία της κοινότητας, να επιλύσουν κοινωνικά προβλήματα, αλλά και να αποκομίσουν κέρδη για τις ίδιες, ώστε να επανεπενδυθούν (Dacin, & Tracey, 2011).

Προκλήσεις

Ορισμένες κοινωνικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν τέτοιες δυσκολίες στην εξισορρόπηση της κοινωνικής και οικονομικής αποστολής τους. Όταν οι άλλες επιχειρήσεις προσπαθούν πάντα να μεγιστοποιούν τα κέρδη τους, οι εν λόγω οργανισμοί έρχονται αντιμέτωποι με την πραγματικότητα της κοινωνικής δέσμευσης αυτών των κερδών και εξακολουθούν να κερδίζουν αρκετά χρήματα για την επιχειρηματική τους λειτουργία (Smith et al., 2013). Για παράδειγμα, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορεί να δυσκολεύονται να ανταγωνιστούν άλλες καθιερωμένες επιχειρήσεις που εκτιμούν το κέρδος έναντι του αντίκτυπου. Μια άλλη πρόκληση είναι ότι οι οικονομικές προβλέψεις των κοινωνικών επιχειρήσεων μπορεί να είναι αισιόδοξες, αλλά αυτό δεν αναιρεί το γεγονός ότι θα εξακολουθούν να χρειάζονται υποστήριξη είτε από δωρητές είτε από την κυβέρνηση για να ξεκινήσουν τις δραστηριότητές τους.

Οι κοινωνικοί επενδυτές είναι όλο και πιο απρόθυμοι να επενδύσουν σε εγχειρήματα που διευθύνονται από αμιγώς κοινωνικούς επιχειρηματίες, καθώς οι επενδυτές αυτοί πρέπει συχνά να περιμένουν περισσότερο για να δουν απτές οικονομικές αποδόσεις. Παρόλα αυτά, υπάρχει ένα κενό στην ομόφωνη αποδοχή τέτοιων εγχειρημάτων, καθώς οι επιπτώσεις των κοινωνικών επιχειρήσεων σε τέτοιου είδους επενδύσεις δεν έχουν ακόμη κατανοηθεί.

Θα πρέπει επίσης να τονιστεί ότι παραδοσιακά, η επιχειρηματική επιτυχία καθορίζεται από τους αριθμούς, τις εκθέσεις και τις οικονομικές καταστάσεις. Το ζήτημα της κερδοφορίας και των κοινωνικών αλλαγών επιμένει στη χρήση πολλαπλών εργαλείων αξιολόγησης, τα οποία δεν είναι μόνο αυστηρά αλλά και δαπανηρά, γεγονός που μπορεί να αποτελέσει σημαντική πρόκληση για τις νεοσύστατες κοινωνικές επιχειρήσεις (Arena, Azzone, & Bengo, 2015). Ένα άλλο ζήτημα είναι ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορεί να βρεθούν σε μια δύσκολη κατάσταση, όπου τα περισσότερα κανονιστικά πλαίσια δεν ανταποκρίνονται στις ιδιαίτερες ανάγκες τους. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι ένα σχετικά νέο φαινόμενο και δεν έχουν θεσπιστεί σε όλες τις χώρες ειδικοί νόμοι που τις υποστηρίζουν. Η κατάσταση αυτή συχνά επιφέρει δυσκολίες στη φορολόγηση, στην πρόσβαση σε χρηματοδοτικούς πόρους και ακόμη και στην ενσωμάτωση του επιχειρηματικού καθεστώτος (Kerlin, 2010, σ. 425).

Πρόσθετοι πόροι

Κείμενο 1 (Χρόνος ανάγνωσης: 5 λεπτά):

BBC News. (2018, 24 Ιουνίου). Κοινωνικές επιχειρήσεις: Προσφέροντας πίσω στην κοινότητα. BBC News, διαθέσιμο στη διεύθυνση:

<https://www.bbc.com/news/uk-northern-ireland-44547269>

Ερώτηση 1: Ποιος είναι ο πρωταρχικός στόχος των κοινωνικών επιχειρήσεων όπως η Madlug και πώς χρησιμοποιούν το επιχειρηματικό τους μοντέλο για να ωφελήσουν άλλους;

Ερώτηση 2: Τι ενέπνευσε τον David Johnston να ιδρύσει το Outside In και πώς το μοντέλο “Φόρεσε 1, Χάρισε 1” συμβάλλει στη βοήθεια των ανθρώπων που βιώνουν την έλλειψη στέγης;

Κείμενο 2 (Χρόνος ανάγνωσης: 10 λεπτά):

Απόσπασμα από το κεφάλαιο 16 “El Hueso: Μια τοπική θερμοκοιτίδα, Ισπανία”. ΟΟΣΑ/ Ευρωπαϊκή Ένωση. (2017). Ενίσχυση της ανάπτυξης των κοινωνικών επιχειρήσεων: Good practice compendium. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264268500-en>

Ερώτηση 1: Πώς μπορούν οι νέοι κοινωνικοί επιχειρηματίες να αξιοποιήσουν το πρόγραμμα SEIP για να αναπτύξουν και να επεκτείνουν τα έργα τους, ειδικά στις αγροτικές περιοχές;

Ερώτηση 2: Ποιες ήταν μερικές από τις αρχικές προκλήσεις που αντιμετώπισε το El Hueso για να καθιερωθεί ως κόμβος κοινωνικής επιχειρηματικότητας και πώς τις ξεπέρασε;

Βίντεο 1 (διάρκειας 8 λεπτών):

Cory Ames (2023, 20 Σεπτεμβρίου), 7 εμπνευσμένα παραδείγματα κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην πράξη (2024) [Βίντεο].

<https://www.youtube.com/watch?v=TNpkvp5uHwo>

Ερώτηση 1: Γιατί ο Κόρι (ο αφηγητής) αναφέρεται στην Τζία ως “συνειδητή μηχανικό”;

Ερώτηση 2: Σύμφωνα με το βίντεο, ποιοι είναι οι επιχειρηματίες που εισήγαγαν ένα προϊόν που δεν ήταν διαθέσιμο στην αγορά και ποια ανάγκη κάλυπτε το προϊόν αυτό;

Δραστηριότητες αξιολόγησης

Ανάλυση μελέτης περίπτωσης - Συνδυασμός κοινωνικής εργασίας και επιχειρηματικότητας



Στόχος αυτής της δραστηριότητας είναι να αναλύσει και να παρουσιάσει πώς οι αρχές της κοινωνικής εργασίας ενσωματώνονται σε επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Οι εκπαιδευόμενοι θα εφαρμόσουν την κατανόησή τους για τις αξίες της κοινωνικής εργασίας, τις επιχειρηματικές δραστηριότητες και τον αντίκτυπο των κοινωνικών επιχειρήσεων στις κοινότητες.

Οδηγίες:

1. Βρείτε μια κοινωνική επιχείρηση: Επιλέξτε μια πραγματική κοινωνική επιχείρηση που συνδυάζει τις αρχές της κοινωνικής εργασίας με επιχειρηματικές δραστηριότητες. Θα μπορούσε να είναι ένας οργανισμός που επικεντρώνεται στην ενδυνάμωση περιθωριοποιημένων ομάδων, στην αντιμετώπιση κοινωνικών ή περιβαλλοντικών προκλήσεων ή στην προώθηση της κοινωνικής δικαιοσύνης μέσω της επιχειρηματικότητας.

2. Αναλύστε τη μελέτη περίπτωσης: Στην ανάλυσή σας, εξετάστε τα ακόλουθα σημεία. Ακολουθούν επίσης ορισμένες ερωτήσεις που θα σας βοηθήσουν να προσδιορίσετε καλύτερα τα σημεία.

- **Αποστολή και όραμα:** Ποιο είναι το πρωταρχικό κοινωνικό ζήτημα που αντιμετωπίζει η επιχείρηση και πώς ευθυγραμμίζεται με τις αρχές της κοινωνικής εργασίας;

- **Επιχειρηματικό μοντέλο:** Πώς η επιχείρηση συντηρείται οικονομικά και ταυτόχρονα εκπληρώνει την κοινωνική της αποστολή;

- **Ομάδες-στόχοι και κοινωνικός αντίκτυπος:** Ποιοι είναι οι δικαιούχοι των δραστηριοτήτων της επιχείρησης;

- **Διακυβέρνηση και λήψη αποφάσεων:** Πώς η επιχείρηση εμπλέκει τα ενδιαφερόμενα μέρη στη λήψη αποφάσεων; Αντανακλά τις συμμετοχικές προσεγγίσεις που είναι κοινές στην κοινωνική εργασία;

- **Προκλήσεις και ευκαιρίες (προσέγγιση ανάλυσης SWOT):** Προσδιορίστε τις βασικές προκλήσεις που αντιμετωπίζει η επιχείρηση για την εξισορρόπηση του κοινωνικού αντίκτυπου και της κερδοφορίας. Ποιες ευκαιρίες υπάρχουν για περαιτέρω ανάπτυξη ή αντίκτυπο;

3. Παρουσίαση:

Προετοιμάστε μια παρουσίαση PowerPoint 5 διαφανειών που θα συνοψίζει τα ευρήματά σας για ένα μέγιστο 10 λεπτών παρουσίαση. Κάθε διαφάνεια θα πρέπει να εξετάζει ένα από τα βασικά ερωτήματα που περιγράφονται παραπάνω.

Ενότητα 4:

Δεξιότητες κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Μαθησιακοί στόχοι

- **Κατανόηση** της διαφοράς μεταξύ ενός παραδοσιακού και ενός κοινωνικού επιχειρηματία
- **Κατανόηση** βασικών δεξιοτήτων για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες
- **Αναγνώριση** του ρόλου της κοινωνικής και συναισθηματικής νοημοσύνης στην κοινωνική επιχειρηματικότητα
- **Κατανόηση** του τρόπου με τον οποίο οι κοινωνικοί επιχειρηματίες ως “game changers” μπορούν να ηγηθούν μετασχηματιστικών προσπαθειών μέσω της καινοτομίας και της επίλυσης προβλημάτων για να δημιουργήσουν ουσιαστικό αντίκτυπο
- **Αναγνώριση** διαφορετικών τύπων αφηγήσεων κοινωνικών εγχειρημάτων κατά την ανάπτυξη μιας στρατηγικής επικοινωνίας και δικτύωσης

Ενότητα 4: Δεξιότητες κοινωνικής επιχειρηματικότητας

4.1 Βασικές δεξιότητες για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα μοιράζεται πολλά στοιχεία της επιχειρηματικότητας με μια σημαντική διαφορά και αυτή είναι η αναζήτηση μιας ευκαιρίας για κοινωνική αλλαγή, η οποία διαμορφώνει την βασική της αποστολή (Vázquez-Maguirre & Portales, 2014).

Και ποιος ακριβώς είναι τότε ένας κοινωνικός επιχειρηματίας; Αν αναγνωρίσουμε ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα επικεντρώνεται στην προώθηση θετικών κοινωνικών αλλαγών και η κοινωνική επιχείρηση ως ένας οργανισμός που ασκεί εμπορικές δραστηριότητες για την επίτευξη ενός κοινωνικού στόχου, τότε ο κοινωνικός επιχειρηματίας μπορεί να οριστεί ως το άτομο του οποίου η αποστολή είναι η κοινωνική αλλαγή (Borzaga et al., 2020).

Για τον ορισμό της “δεξιότητας”, οι Tether et al. (2005, σ. 5) την περιγράφουν ως “ικανότητα ή επάρκεια σε ένα έργο που συνήθως αποκτάται μέσω της εκπαίδευσης, της κατάρτισης ή/και της εμπειρίας”. Ωστόσο, όταν εξετάζουμε τις βασικές δεξιότητες που χρειάζεται ένας κοινωνικός επιχειρηματίας για την αποτελεσματική διαχείριση μιας κοινωνικής επιχείρησης, είναι σημαντικό να εξετάσουμε πέρα από την τυπική εκπαίδευση, κατάρτιση και εμπειρία. Η πολυπλοκότητα και η ποικιλομορφία των κοινωνικών προβλημάτων που στοχεύουν να αντιμετωπίσουν απαιτούν μια πιο ολιστική προσέγγιση. Η επιτυχία σε αυτόν τον τομέα δεν εξαρτάται μόνο από τις τεχνικές γνώσεις, αλλά και από την ικανότητα του επιχειρηματία να συνεργάζεται με ένα ευρύ φάσμα ενδιαφερόμενων φορέων και πόρων, καθένας από τους οποίους έχει μοναδικές ανάγκες. Ως εκ τούτου, η ανάπτυξη δεξιοτήτων κοινωνικής επιχειρηματικότητας απαιτεί επίσης πρακτική, πραγματική εμπειρία, όπου οι ικανότητες αυτές βελτιώνονται μέσω της ενεργού επίλυσης προβλημάτων και της αλληλεπίδρασης με την κοινότητα (Sannikova et al., 2023)

Δεδομένης της κοινωνικής της αποστολής, μια κοινωνική επιχείρηση πρέπει να αναζητά διαρκώς τη δημόσια αξία, να παραμένει σε εγρήγορση για νέες ευκαιρίες, να παρέχει καινοτόμες λύσεις και να είναι τολμηρή στις προσπάθειές της. Ταυτόχρονα, πρέπει να διατηρεί ισχυρή λογοδοσία (Al Issa et al., 2024). Η απλή κατοχή ενός συνόλου σχετικών δεξιοτήτων δεν αρκεί για την επιτυχία. Οι επιχειρηματίες πρέπει επίσης να επιδεικνύουν μια βαθιά αίσθηση κοινωνικού σκοπού, η οποία συχνά διαφαίνεται μέσα από ένα υψηλό επίπεδο κοινωνικής και συναισθηματικής νοημοσύνης.

Ενώ η κοινωνική επιχειρηματικότητα υπερβαίνει την απλή απόκτηση δεξιοτήτων, είναι σημαντικό να αναγνωριστεί ότι οι δεξιότητες αυτές παρέχουν τα θεμέλια πάνω στα οποία οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να αναπτυχθούν και να ευδοκιμήσουν. Η βαθιά δέσμευση σε κοινωνικούς σκοπούς, σε συνδυασμό με μια σαφή αίσθηση του σκοπού, είναι κρίσιμη, αλλά οι δεξιότητες -είτε τεχνικές, οικονομικές είτε διαπροσωπικές- χρησιμεύουν ως τα εργαλεία που επιτρέπουν στους επιχειρηματίες να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν.

Οι δεξιότητες μπορούν γενικά να κατηγοριοποιηθούν σε μαλακές (γνωστικές) και σκληρές (τεχνικές) δεξιότητες. Στο πεδίο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, οι Lehner και Kansikas (2011), υποστηρίζουν μια διεπιστημονική προσέγγιση. Υποστηρίζουν ότι, εκτός από την τεχνική και οικονομική εκπαίδευση, η ανάπτυξη των ήπιων δεξιοτήτων είναι απαραίτητη για την προώθηση καινοτόμων ικανοτήτων κοινωνικής επιχειρηματικότητας (Lehner & Kansikas, 2011). Ενώ οι τεχνικές δεξιότητες ενσωματώνονται συχνά στα επίσημα εκπαιδευτικά προγράμματα, η κατάρτιση σε κοινωνικές δεξιότητες ειδικά για την κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι πολύ λιγότερο διαδεδομένη.

Παρά την εκτεταμένη έρευνα για τον προσδιορισμό των μοναδικών δεξιοτήτων ενός κοινωνικού επιχειρηματία, δεν έχει συμφωνηθεί καθολικά καμία ενιαία προσέγγιση. Σε αντίθεση με τους παραδοσιακούς επιχειρηματίες, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από το κοινωνικό τους περιβάλλον και η αντιμετώπιση ενός κοινωνικού προβλήματος αποτελεί κεντρικό στοιχείο της αποστολής τους. Αυτό καθιστά δύσκολο τον καθορισμό ενός ακριβούς συνόλου ικανοτήτων (Sannikova et al., 2023).

Όμως, στην καρδιά κάθε κοινωνικής επιχείρησης βρίσκεται η δέσμευση για εταιρική κοινωνική ευθύνη, όπου τα κοινωνικά οφέλη υπερισχύουν του κέρδους. Η ευθύνη αυτή εκτείνεται πέρα από την ίδια την επιχείρηση, περιλαμβάνοντας την ευημερία των εργαζομένων, τις δεξιότητές τους και το περιβάλλον (Sannikova et al., 2023). Αυτή η κοινωνική εταιρική ευθύνη είναι που διαφοροποιεί την κοινωνική επιχειρηματικότητα από τα παραδοσιακά επιχειρηματικά μοντέλα. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες, οι οποίοι συχνά θεωρούνται ως φορείς αλλαγής και όχι ως άτομα που επιδιώκουν το κέρδος, αναγνωρίζουν τη σημασία του κέρδους για την υλοποίηση του οράματός τους, αλλά βασικά καθοδηγούνται από την επιθυμία να αντιμετωπίσουν κοινωνικά προβλήματα.

Ως εκ τούτου, ένα από τα πιο κρίσιμα βήματα για την αναγνώριση κάποιου ως κοινωνικού επιχειρηματία είναι η κατανόηση των κινήτρων πίσω από την προσπάθειά του. Μόλις επιτευχθεί αυτός ο αυτοπροσδιορισμός, μπορεί να αρχίσει η ανάπτυξη των απαραίτητων δεξιοτήτων. Ωστόσο, ακόμη και τότε, η κατάκτηση αυτών των δεξιοτήτων από μόνη της δεν χαρακτηρίζει αυτόματα κάποιον ως κοινωνικό επιχειρηματία.

Οι εγγενείς προκλήσεις της αντιμετώπισης κοινωνικών ζητημάτων σημαίνουν ότι το περιβάλλον και η κοινωνία διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των ηγετών της κοινωνικής καινοτομίας. Οι καινοτόμες δεξιότητες είναι συνεπώς ζωτικής σημασίας για την εξεύρεση λύσεων με επιχειρηματικό προσανατολισμό σε διάφορους τομείς (Sannikova et al., 2023).

Ως ηγέτες της κοινωνικής καινοτομίας, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες έχουν δεσμευτεί να επιλύουν σύνθετα κοινωνικά ζητήματα. Κατανοούν ότι η ηγεσία μιας αποφασισμένης, προσανατολισμένης στις υπηρεσίες ομάδας είναι απαραίτητη για την αποστολή τους. Στην επιδίωξη της αλλαγής, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες όχι μόνο επιδιώκουν την προσωπική τους ανάπτυξη αλλά και την ενδυνάμωση των ομάδων τους.

Τελικά, ως φορείς αλλαγής, η ικανότητά τους να εντοπίζουν τα κοινωνικά προβλήματα και να βρίσκουν τις κατάλληλες λύσεις ευθυγραμμίζεται με την αποστολή τους να δημιουργήσουν ένα καλύτερο μέλλον.



4.2 Ηγεσία, καινοτομία και επίλυση προβλημάτων

Οι βασικές δεξιότητες της ηγεσίας, της καινοτομίας και της επίλυσης προβλημάτων είναι κοινές τόσο για τους παραδοσιακούς όσο και για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες. Ωστόσο, ενώ και οι δύο μπορούν να εφαρμόσουν αποτελεσματικά αυτές τις δεξιότητες, το πλαίσιο και η προσέγγιση ενός κοινωνικού επιχειρηματία διαφέρουν σημαντικά. Η διάκριση αυτή αναδεικνύει τη σημασία της εξέτασης αυτών των δεξιοτήτων μέσα από το πρίσμα της κοινωνικής και συναισθηματικής νοημοσύνης.

Ενώ η συναισθηματική νοημοσύνη περιλαμβάνει την αναγνώριση και τη διαχείριση των συναισθημάτων του ατόμου, η κοινωνική νοημοσύνη επικεντρώνεται στην κατανόηση της ψυχολογίας της ομάδας και όχι της ατομικής ψυχολογίας. Επικεντρώνεται στη δυναμική μέσα στις σχέσεις που χτίζουν τα άτομα με τους άλλους και συνδέεται στενά με την ικανότητα κατανόησης και αποτελεσματικής επικοινωνίας μέσα σε ομάδες, οργανισμούς ή κοινότητες (Goleman, 2020).

Ως εκ τούτου, η έννοια της κοινωνικής νοημοσύνης είναι σημαντική για την κατανόηση του τρόπου αποτελεσματικής ηγεσίας και διαχείρισης των ανθρώπων. Η κοινωνική νοημοσύνη ενισχύει την ατομική ικανότητα κατανόησης και συνεργασίας με τους άλλους.

Επιπλέον, η αποτελεσματική ηγεσία ενός κοινωνικού επιχειρηματία εξαρτάται από την ικανότητά του να εμπνέει και να παρακινεί τους άλλους. Στο πλαίσιο της κοινωνικής νοημοσύνης, αυτό το κίνητρο συχνά πηγάζει από μια γνήσια επιθυμία να βοηθήσει και να υπηρετήσει τους άλλους. Για έναν κοινωνικό επιχειρηματία, τα αυξημένα κίνητρα είναι απαραίτητα, καθώς καθοδηγούν τον σκοπό τους και καθορίζουν την ηγετική τους προσέγγιση.

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες ξεχωρίζουν ως παράγοντες αλλαγής, οι οποίοι ηγούνται μετασχηματιστικών προσπαθειών μέσω καινοτόμων μεθόδων για την αντιμετώπιση κρίσιμων κοινωνικών προκλήσεων (A. Rahim et al., 2018). Σε αντίθεση με τους παραδοσιακούς επιχειρηματίες, πρέπει να διασφαλίζουν ότι το έργο τους έχει διαρκή και ουσιαστικό αντίκτυπο, καθώς χωρίς αυτόν, τα κοινωνικά ζητήματα που στοχεύουν να επιλύσουν θα παρέμεναν ανεπίλυτα.

Ένα κρίσιμο συστατικό της αποτελεσματικής ηγεσίας είναι η αυτο-ηγεσία, η οποία περιλαμβάνει την αυτογνωσία και την αυτορρύθμιση. Όπως περιγράφεται από τον Goleman (2020), η συναισθηματική νοημοσύνη αποτελείται από πέντε βασικές δεξιότητες: αυτογνωσία, αυτορρύθμιση, κίνητρα, ενσυναίσθηση και κοινωνικές δεξιότητες. Για έναν κοινωνικό επιχειρηματία, οι δεξιότητες αυτές είναι ιδιαίτερα κρίσιμες, καθώς η διαχείριση τόσο των συναισθημάτων του ιδίου όσο και των συναισθημάτων των άλλων πρέπει να γίνεται μέσα σε πολύπλοκα κοινωνικά πλαίσια. Ως εκ τούτου, τα κίνητρα στην κοινωνική επιχειρηματικότητα συνδυάζονται σχεδόν πάντα με μια βαθιά δέσμευση στον σκοπό τους (Marecki, 2014).

Για να ηγηθεί αποτελεσματικά, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας πρέπει να επιδεικνύει όχι μόνο κίνητρα, δέσμευση και επιμονή, αλλά και την ικανότητα να καινοτομεί και να καλλιεργεί αυτές τις ιδιότητες στα μέλη της ομάδας του. Η συγκεκριμένη ομάδα δεξιοτήτων ανήκει στη συναισθηματική νοημοσύνη (Guritno et al., 2019).

Ωστόσο, δεν διαθέτουν όλοι οι ηγέτες εκ φύσεως υψηλή κοινωνική και συναισθηματική νοημοσύνη. Αυτό το έλλειμμα μπορεί να εμποδίσει την ικανότητά τους να αξιολογούν με ακρίβεια τις καταστάσεις, οδηγώντας σε λανθασμένο εντοπισμό του βασικού ζητήματος και τελικά στην αναζήτηση λύσεων σε λάθος προβλήματα (Mitroff & Silvers, 2010). Για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες, η ικανότητα αυτή είναι απαραίτητη- χωρίς αυτήν, αυξάνεται ο κίνδυνος να παραβλέψουν τις πραγματικές διαστάσεις των κοινωνικών προκλήσεων, καθιστώντας τη διαρκή και αποτελεσματική αλλαγή ακόμη πιο δύσκολη.

Ως αποτελεσματικοί ηγέτες, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να διαθέτουν δεξιότητες καινοτομίας, οι οποίες θα μπορούσαν να οριστούν ως οποιαδήποτε ικανότητα, επάρκεια, επάρκεια ή ιδιότητα που οδηγεί σε μια επιτυχημένη επιχείρηση (Zehir, 2021). Η βιβλιογραφία περιγράφει μια μεγάλη ποικιλία δεξιοτήτων καινοτομίας, αλλά σε ένα κοινωνικά σχετικό πλαίσιο, η καινοτομία μπορεί να οριστεί ως ένας συνδυασμός φαντασίας, δημιουργικότητας, κριτικής σκέψης και επίλυσης προβλημάτων.

Όμως, στο πλαίσιο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, ο κύριος σκοπός της κοινωνικής καινοτομίας είναι ο μετασχηματισμός και η παροχή κοινωνικού οφέλους (Zehir, 2021).

Για να κατανοήσουμε καλύτερα τη διαφορά μεταξύ της καινοτομίας σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, μπορεί να περιγραφεί καλύτερα μέσω του κινήτρου που κρύβεται πίσω από την καινοτομία αυτή. Στις παραδοσιακές επιχειρήσεις η καινοτομία είναι το κλειδί για την εξασφάλιση της μεγαλύτερης παρουσίας στην αγορά και τη μείωση του κέρδους των ανταγωνιστών, ενώ σε αντίθεση με την επιχειρηματική καινοτομία, η κοινωνική καινοτομία οδηγείται περισσότερο στην επίλυση προβλημάτων και εμπλέκει μεγαλύτερο αριθμό φορέων στη συμμαχία για την εξεύρεση μιας βιώσιμης λύσης (Portales, 2019).

Με βάση αυτές τις γνώσεις, η επιχειρηματική ηγεσία αναγνωρίζεται ως ένα μοναδικό στυλ, το οποίο ορίζεται από την ικανότητα ενός ηγέτη να δημιουργεί ένα συναρπαστικό επιχειρηματικό όραμα και να παρακινεί τους άλλους να παράγουν αξία εκμεταλλευόμενοι ευκαιρίες και πλεονεκτήματα, μέσα σε ένα πλαίσιο καινοτομίας, προληπτικότητας και ανάληψης κινδύνων (Covin & Slevin, 2017).

Λόγω της φύσης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας με την οποία τείνει να αναζητά βιώσιμες ή τελικά μόνιμες λύσεις, εάν ένας κοινωνικός επιχειρηματίας βρεθεί αντιμέτωπος με το δίλημμα της επιλογής μεταξύ της επίλυσης προβλημάτων και της φιλανθρωπίας ή της φιλανθρωπίας, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας θα επιλέγει πάντα την επίλυση ενός σύνθετου, πιο πειστικού κοινωνικού προβλήματος (Portales, 2019).

Η επίλυση προβλημάτων αντιπροσωπεύει τη δεξιότητα της αναγνώρισης προβλημάτων και της επιδίωξης πρακτικών λύσεων. Η δεξιότητα αυτή υπερβαίνει την απλή ανάλυση. Περιλαμβάνει την κατανόηση των συναισθημάτων και των τρόπων με τους οποίους επηρεάζουν τη λήψη αποφάσεων. Η επίλυση προβλημάτων είναι μια διαφοροποιημένη διαδικασία που απαιτεί να προσεγγίζουμε τις λύσεις από πολλαπλές οπτικές γωνίες. Όταν βρισκόμαστε αντιμέτωποι με δύσκολες αποφάσεις, είναι σημαντικό να εξετάζουμε τον ευρύτερο αντίκτυπο στους άλλους εμπλεκόμενους.

Σε κοινωνικά πολύπλοκα πλαίσια, δεν θα είναι όλες οι λύσεις καθολικά εφαρμόσιμες. Έτσι, η ενσωμάτωση των απόψεων και των εμπειριών των άλλων μπορεί να βοηθήσει έναν κοινωνικό επιχειρηματία να διαμορφώσει την πιο βιώσιμη λύση (M. Rahim, 2003).

Ως εκ τούτου, για να σχεδιάσει μια λύση που ανταποκρίνεται στις ανάγκες όλων των ενδιαφερομένων, είναι ζωτικής σημασίας για έναν κοινωνικό επιχειρηματία να διαθέτει ισχυρές επικοινωνιακές δεξιότητες, να προωθεί τον ανοιχτό διάλογο, να αποσαφηνίζει τις παρεξηγήσεις και να εμπλέκει όλους τους ενδιαφερόμενους στη διαδικασία επίλυσης του προβλήματος (Portales, 2019). Αυτό θα διερευνηθεί περαιτέρω στο επόμενο κεφάλαιο.

4.3 Στρατηγικές επικοινωνίας και δικτύωσης

Πώς οι κοινωνικοί επιχειρηματίες και οι μοναδικές δεξιότητές τους διαμορφώνουν τη στρατηγική επικοινωνίας; Ως φορείς αλλαγής, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι ανεκτίμητοι για τη δημιουργικότητά τους και την ορμή τους για κοινωνική καινοτομία, διοχετεύοντας πρωτότυπες ιδέες που στοχεύουν στην επίλυση κοινωνικών ζητημάτων πολύ πέρα από τις ατομικές ανάγκες. Ενσαρκώνουν πολλά χαρακτηριστικά των παραδοσιακών επιχειρηματιών -όπως η επιμονή και η δέσμευση- με πρόσθετη έμφαση στη δημιουργία μακροχρόνιου, μετρήσιμου αντίκτυπου. Επιπλέον, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες εμπνέουν εμπιστοσύνη, καθώς η αποστολή τους, η οποία έχει βαθιές ρίζες στην αντιμετώπιση κοινωνικών προκλήσεων, θεωρείται ευρέως ωφέλιμη για την κοινωνία (Sen, 2007).

Όλες αυτές οι πτυχές μας οδηγούν σε μια μοναδική στρατηγική επικοινωνίας για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες, όπου μεταφέρουν την αποστολή τους ως μετασχηματιστές ηγέτες. Είναι λοιπόν λογικό να συμπεράνουμε ότι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να αναπτύξουν μια προσαρμοσμένη επικοινωνιακή προσέγγιση για να προσεγγίσουν ένα ευρύτερο κοινό;

Δεδομένης της μοναδικής δομής μιας κοινωνικής επιχείρησης, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να εμπλέκουν ποικίλους πόρους (Clough et al., 2019), εμπλέκοντας διάφορους ενδιαφερόμενους από διαφορετικούς τομείς - όπως οργανώσεις, βιομηχανίες και κυβερνήσεις. Αυτό καθιστά τις στρατηγικές επικοινωνίας τους ιδιαίτερα περίπλοκες, καθώς οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να απευθύνονται στις ανάγκες των δικαιούχων, των επενδυτών, των κυβερνητικών εκπροσώπων, των εργαζομένων και των εθελοντών.

Κατά τη διαμόρφωση των στρατηγικών επικοινωνίας τους, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να σχεδιάζουν προσεκτικά τις αφηγήσεις τους. Όπως προτείνει ο (P. T. Roundy, 2022- Zamantili Nayir & Shinnar, 2020), οι αφηγήσεις αυτές χρησιμεύουν ως ένας τρόπος επικοινωνίας της ουσίας ενός κοινωνικού εγχειρήματος, ενσωματώνοντας μια ιστορία που προάγει τη δημιουργία νοήματος και την παροχή νοήματος.

Στην ουσία, η επικοινωνία στην κοινωνική επιχειρηματικότητα αναδεικνύει ποιοι είναι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες, τα κίνητρά τους για την ίδρυση της επιχείρησης και τους λόγους για τους οποίους τα ενδιαφερόμενα μέρη πρέπει να υποστηρίξουν την αποστολή τους (Zamantili Nayir & Shinnar, 2020). Επομένως, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να δημιουργούν μοναδικές αφηγήσεις που να επικεντρώνονται στο κοινωνικό ζήτημα που στοχεύουν να αντιμετωπίσουν, εμπλέκοντας ενεργά όλα τα σχετικά ενδιαφερόμενα μέρη στη διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Ο Roundy (2014) δημιούργησε μια τυπολογία με βάση το περιεχόμενο για να κατηγοριοποιήσει τους τύπους αφηγήσεων που χρησιμοποιούνται από τα κοινωνικά εγχειρήματα. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μοιράζονται τρεις κύριους τύπους αφηγήσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη: τις προσωπικές αφηγήσεις, οι οποίες αναδεικνύουν τις εμπειρίες, τις ιδιότητες, τα γεγονότα που αλλάζουν τη ζωή του επιχειρηματία και την ιστορία πίσω από την ίδρυση του εγχειρήματος- τις αφηγήσεις για το κοινωνικό καλό, οι οποίες δίνουν έμφαση στα κοινωνικά ζητήματα που στοχεύει να αντιμετωπίσει το εγχείρημα- και τις επιχειρηματικές αφηγήσεις, οι οποίες παρέχουν λεπτομέρειες σχετικά με τις προσφορές του εγχειρήματος, την αξία των πελατών, το μοντέλο

εσόδων και την “επιχειρηματική υπόθεση” για την εξασφάλιση οικονομικής υποστήριξης και πόρων (P. Roundy, 2014). Αυτές οι αφηγήσεις, μαζί με τα θεματικά τους στοιχεία, τους χαρακτήρες και τα γεγονότα, αποτελούν το θεμέλιο των στρατηγικών επικοινωνίας των κοινωνικών επιχειρηματιών, βοηθώντας τους να προσελκύσουν βασικούς πόρους.

Σε αντίθεση με την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα, όπου οι στρατηγικές επικοινωνίας συχνά επικεντρώνονται στην επιχείρηση και όχι στον επιχειρηματία, η κοινωνική επιχειρηματικότητα επωφελείται από την εστίαση στα κοινωνικά προσανατολισμένα χαρακτηριστικά του κοινωνικού επιχειρηματία και όχι στα αμιγώς επιχειρηματικά χαρακτηριστικά (Waldner, 2020). Η έρευνα δείχνει ότι τα κοινωνικά εγχειρήματα κερδίζουν μεγαλύτερη προσοχή όταν οι αφηγήσεις τονίζουν τη δέσμευση του επιχειρηματία για κοινωνικό αντίκτυπο.

Η προσωπική σύνδεση ενός κοινωνικού επιχειρηματία με ένα κοινωνικό ζήτημα παρέχει ένα ισχυρό θεμέλιο για τη δημιουργία αποτελεσματικών αφηγήσεων για το κοινωνικό εγχείρημα. Ωστόσο, ακόμη και μια συναρπαστική αφήγηση από μόνη της δεν μπορεί να επιτύχει τα επιθυμητά αποτελέσματα χωρίς ένα καλά εδραιωμένο δίκτυο ενδιαφερομένων μερών για να το μοιραστεί. Εδώ, η κοινωνική και η συναισθηματική νοημοσύνη είναι απαραίτητες, καθώς η εμπλοκή διαφορετικών ενδιαφερομένων μερών απαιτεί την ικανότητα κατανόησης των αναγκών τους και την ικανότητα ουσιαστικής σχέσης μαζί τους.

Ορισμένοι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορεί να επιλέξουν να προσαρμόσουν τις αφηγήσεις τους ώστε να έχουν απήχηση σε διαφορετικές ομάδες ενδιαφερομένων - μια πρακτική που ο Roundy (2014) αποκαλεί “προσαρμογή της αφήγησης”. Για παράδειγμα, όταν απευθύνονται σε δυνητικούς επενδυτές, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορεί να δίνουν έμφαση στις επιχειρηματικά προσανατολισμένες πτυχές της στρατηγικής τους. Αντίθετα, όταν απευθύνονται σε αξιωματούχους της τοπικής κυβέρνησης για υποστήριξη, η εστίαση θα μετατοπιστεί πιθανότατα στο κοινωνικό ζήτημα που αντιμετωπίζουν και στα οφέλη της προτεινόμενης λύσης για την κοινότητα.

Συνεπώς, είναι ζωτικής σημασίας για έναν κοινωνικό επιχειρηματία να αναγνωρίζει όχι μόνο τα δικά του συναισθήματα αλλά και εκείνα των ενδιαφερομένων μερών του. Μελέτες δείχνουν σταθερά ότι οι στρατηγικές επικοινωνίας που ενσωματώνουν συναισθηματικές αφηγήσεις είναι πιο πιθανό να τραβήξουν την προσοχή των ενδιαφερομένων μερών, μια προσέγγιση γνωστή ως “επικοινωνία που προκαλεί συναισθήματα” (P. T. Roundy, 2022).

Εν κατακλείδι, οι στρατηγικές επικοινωνίας και δικτύωσης είναι απαραίτητες για κάθε κοινωνική επιχείρηση. Για να αναπτύξει μια αποτελεσματική προσέγγιση, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας πρέπει να διαθέτει δεξιότητες τόσο στην επικοινωνία όσο και στη δικτύωση. Στο πεδίο των κοινωνικών επιχειρήσεων, οι δεξιότητες αυτές είναι μοναδικές, καθώς εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την έντονη ικανότητα κατανόησης των συναισθημάτων και τον εντοπισμό των καταλληλότερων τρόπων για την εμπλοκή ενός ποικίλου φάσματος ενδιαφερομένων μερών.

Μια ενιαία αφήγηση σπάνια είναι επαρκής- αντίθετα, ένας κοινωνικός επιχειρηματίας πρέπει να είναι προετοιμασμένος να προσαρμόζει τα μηνύματά του ώστε να ανταποκρίνονται στις συγκεκριμένες ανάγκες κάθε ομάδας ενδιαφερομένων. Επιπλέον, πρέπει να εξισορροπούν την εταιρική κοινωνική ευθύνη με τις εταιρικές αξίες, πλαισιώνοντας και τα δύο σε ένα σχετικό κοινωνικό πλαίσιο για να μεγιστοποιήσουν τον αντίκτυπο.

Πρόσθετοι πόροι

Κείμενο 1 (χρόνος ανάγνωσης: 20 λεπτά)

Κοινωνικές επιχειρήσεις και τα οικοσυστήματά τους στην Ευρώπη - Συγκριτική συνθετική έκθεση, σελίδες 139-148 https://base.socioeco.org/docs/social_enterprises_and_their_ecosystems_in_europe_comparative_synthesis_report.pdf

- Ποιες είναι οι ευκαιρίες για την ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων και των οικοσυστημάτων τους;

- Ποιες είναι ορισμένες κοινές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι κοινωνικές επιχειρήσεις στην Ευρώπη και ποιες δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων ή προσαρμοστικές στρατηγικές έχουν αποδειχθεί επιτυχείς στην αντιμετώπιση αυτών των εμποδίων;

Κείμενο 2 (χρόνος ανάγνωσης 15 λεπτά)

Δικτύωση κοινωνικών επιχειρηματιών: Στρατηγικές για την οικοδόμηση συνδέσεων με αντίκτυπο <https://iseo.scot/2023/11/17/ways-networking-grows-your-social-enterprise/>

- Πώς μπορούν οι κοινωνικοί επιχειρηματίες να διασφαλίσουν ότι η στρατηγική επικοινωνίας τους ευθυγραμμίζεται με τις αξίες του κοινού τους χωρίς να διακυβεύεται η αυθεντικότητα της αποστολής τους;

- Εξετάστε τις πιθανές συγκρούσεις που μπορεί να προκύψουν μεταξύ της τήρησης της αποστολής και της προσαρμογής των μηνυμάτων για μεγαλύτερη απήχηση. Πώς θα μπορούσε ένας κοινωνικός επιχειρηματίας να διαχειριστεί αυτές τις συγκρούσεις για να διατηρήσει τόσο την εμπιστοσύνη όσο και τη συνάφεια;

- Ποιοι είναι οι πιθανοί κίνδυνοι και τα οφέλη από τη σύναψη συνεργασιών με εμπορικά σήματα ή άτομα που έχουν σημαντική εμβέλεια αλλά μπορεί να μην ευθυγραμμίζονται πλήρως με τις αξίες μιας κοινωνικής επιχείρησης;

- Σκεφτείτε πώς αυτές οι συνεργασίες θα μπορούσαν να επηρεάσουν τη φήμη της μάρκας, την εμπιστοσύνη της κοινότητας και τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα. Πώς θα μπορούσε ένας κοινωνικός επιχειρηματίας να αξιολογήσει και να διαχειριστεί αποτελεσματικά αυτούς τους κινδύνους;

Βίντεο 1 (21 λεπτά):

<https://www.youtube.com/watch?v=z7FjchnVszc>

Στη συνέντευξη στο podcast “Founding Social Entrepreneurship” με τον Bill Drayton, περιγράφει τις βασικές δεξιότητες που χρειάζονται οι κοινωνικοί επιχειρηματίες για να προωθήσουν συστημική αλλαγή. Ο Drayton, ο οποίος ίδρυσε την Ashoka, δίνει έμφαση σε τρεις βασικές δεξιότητες που είναι απαραίτητες για την κοινωνική επιχειρηματικότητα με αντίκτυπο:

- Γνωστική ενσυναίσθηση και ηθική
- Προσαρμοστικότητα και συνεργατική ηγεσία
- Ικανότητα αλλαγής

• Ξερευνήστε πώς η έμφαση που δίνει ο Drayton στη γνωστική ενσυναίσθηση αμφισβητεί τα παραδοσιακά μοντέλα ηγεσίας των επιχειρήσεων και ποια παραδείγματα δίνει για να δείξει την αποτελεσματικότητά της στην κοινωνική επιχειρηματικότητα.

• Γιατί ο Drayton θεωρεί την προσαρμοστικότητα κρίσιμη δεξιότητα για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες και πώς αυτή συμβάλλει στην οικοδόμηση ανθεκτικών “ομάδων ομάδων”;

• Με ποιους τρόπους η έννοια του Drayton για τη “δημιουργία αλλαγών” υπερβαίνει τον ατομικό αντίκτυπο και ποιες δεξιότητες πιστεύει ότι είναι απαραίτητες για να καλλιεργηθεί αυτό στους άλλους;



Δραστηριότητες αξιολόγησης

Μελέτη περίπτωσης



Παράδειγμα επιτυχημένης κοινωνικής επιχείρησης: Λειτουργεί μια μηχανή αναζήτησης που χρησιμοποιεί τα έσοδα από τις διαφημίσεις για τη χρηματοδότηση παγκόσμιων έργων δενδροφύτευσης. Η Ecosia ιδρύθηκε το 2009 από τον Christian Kroll και διακρίνεται για την επανεπένδυση του 80% των κερδών της στην αναδάσωση, με στόχο την καταπολέμηση της αποψίλωσης των δασών και την προώθηση της βιοποικιλότητας. Με πάνω από 150 εκατομμύρια δέντρα που έχουν φυτευτεί σε περισσότερες από 35 χώρες, η Ecosia αποτελεί παράδειγμα για το πώς η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί να αξιοποιήσει τις καθημερινές ψηφιακές δραστηριότητες για να προωθήσει τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Η υπόθεση αυτή προσφέρει μια μοναδική προοπτική για τις δεξιότητες που απαιτούνται στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, όπως η ηγεσία, η καινοτομία, η επίλυση προβλημάτων, η επικοινωνία και η δικτύωση.

ECOSIA



Βρείτε ένα άλλο επιτυχημένο παράδειγμα κοινωνικής επιχείρησης, όπως η Ecosia, ερευνήστε και αναλύστε τα ακόλουθα:

- Ποιες συγκεκριμένες ηγετικές ιδιότητες και δράσεις παρουσιάζονται ως απαραίτητες για έναν κοινωνικό επιχειρηματία και πώς επέτρεψαν την επίτευξη της αποστολής τους;

- Τι είναι καινοτόμο στην κοινωνική τους επιχείρηση και πώς διαφέρει από μια παραδοσιακή επιχειρηματική ιδέα; Πώς η ιδέα αυτή τους βοηθά να μεγιστοποιήσουν τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπό τους;

- Εξερευνήστε ποιες περιβαλλοντικές προκλήσεις και προκλήσεις που σχετίζονται με την αγορά αντιμετωπίστηκαν. Πώς ο οργανισμός προσαρμόσε τις στρατηγικές του για να ξεπεράσει αυτές τις προκλήσεις και ποιες προσεγγίσεις επίλυσης προβλημάτων είναι εμφανείς στις επιχειρηματικές του αποφάσεις;

- Ερευνήστε τις στρατηγικές επικοινωνίας τους, όπως η χρήση των εκθέσεων διαφάνειας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Πώς αυτές οι στρατηγικές οικοδομούν εμπιστοσύνη με τους χρήστες και τα ενδιαφερόμενα μέρη και ποια μαθήματα αποτελεσματικής επικοινωνίας μπορούν να πάρουν οι κοινωνικοί επιχειρηματίες;

- Επανεξέταση των συνεργασιών με ΜΚΟ και άλλους οργανισμούς για την εκπλήρωση της αποστολής τους. Ποιο ρόλο παίζουν οι συνεργασίες στην επέκταση του αντίκτυπού τους και πώς μπορεί η δημιουργία ενός ισχυρού δικτύου να ωφελήσει τους κοινωνικούς επιχειρηματίες που στοχεύουν στην αντιμετώπιση πολύπλοκων παγκόσμιων ζητημάτων;

Ενότητα 5

Κοινωνικό επιχειρηματικό μοντέλο και σχεδιασμός για κοινωνική καινοτομία

Μαθησιακοί στόχοι

- **Περιγράψτε** τα βασικά χαρακτηριστικά της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και πώς τα κοινωνικά επιχειρηματικά μοντέλα ενισχύουν τον βιώσιμο αντίκτυπο στην κοινότητα.
- **Ανάπτυξη** και εφαρμογή στρατηγικών κοινωνικής καινοτομίας που ευθυγραμμίζουν τους οργανωτικούς στόχους με τις ανάγκες της κοινότητας για θετική αλλαγή.
- **Μέτρηση** του κοινωνικού αντίκτυπου και της βιωσιμότητας με τη χρήση μετρήσεων που βασίζονται στα αποτελέσματα και την κοινωνική απόδοση της επένδυσης (SROI) για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των προγραμμάτων.
- **Αποτελεσματική συμμετοχή** των ενδιαφερομένων μερών για την οικοδόμηση υποστήριξης, εμπιστοσύνης και ευθυγράμμισης γύρω από τις κοινωνικές πρωτοβουλίες.
- **Εφαρμογή** των αρχών των κοινωνικών προμηθειών για την ενσωμάτωση των κοινωνικών επιχειρήσεων στις αλυσίδες εφοδιασμού, οδηγώντας σε βιώσιμο αντίκτυπο και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Ενότητα 5: Κοινωνικό επιχειρηματικό μοντέλο και σχεδιασμός για κοινωνική καινοτομία

5.1 Δημιουργία ενός κοινωνικού επιχειρηματικού μοντέλου

Η θεωρία του επιχειρηματικού μοντέλου

Η έννοια του επιχειρηματικού μοντέλου εισήχθη από τον Peter Drucker το 1994, τονίζοντας ότι πολλές επιχειρηματικές κρίσεις προκύπτουν όταν οι θεμελιώδεις υποθέσεις μιας εταιρείας - σχετικά με την αγορά, τους πελάτες, τους ανταγωνιστές και την τεχνολογία - δεν ευθυγραμμίζονται πλέον με την πραγματικότητα. Κατά τη διάρκεια της κρίσης των dot-com το 2002, η Joan Magretta τόνισε τη σημασία ενός υγιούς επιχειρηματικού μοντέλου, περιγράφοντάς το ως μια αφήγηση που αντιμετωπίζει βασικά ερωτήματα: “Ποιος είναι ο πελάτης;” και “Τι εκτιμά ο πελάτης;”. Η Magretta (2002) εξήγησε επίσης την αλυσίδα αξίας ως δύο μέρη: το ένα επικεντρώνεται στη δημιουργία (σχεδιασμός, κατασκευή/ουργία) και το άλλο στις πωλήσεις και την παράδοση (μάρκετινγκ, συναλλαγές).

Το επιχειρηματικό μοντέλο είναι ένα πλαίσιο που καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο ένας οργανισμός δημιουργεί, παραδίδει και συλλαμβάνει αξία, καθοδηγώντας τόσο τη δημιουργία εσόδων όσο και τη μακροπρόθεσμη στρατηγική. Επιτρέπει στους οργανισμούς να ευθυγραμμίζουν τις δραστηριότητές τους, να διερευνούν τα μοντέλα εσόδων και να αξιολογούν τη βιωσιμότητα των δραστηριοτήτων τους. Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα επιχειρηματικά μοντέλα για να δοκιμάσουν τη βιωσιμότητα των ιδεών τους, ενώ οι καθιερωμένες επιχειρήσεις τα χρησιμοποιούν για να αναθεωρήσουν και να βελτιώσουν τις στρατηγικές τους.

Ο καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου (BMC)

Το Business Model Canvas (BMC) είναι ένα εργαλείο για την οπτικοποίηση και την αξιολόγηση επιχειρηματικών ιδεών σε τρεις τομείς: επιθυμητότητα, βιωσιμότητα και σκοπιμότητα. Αναπτύχθηκε από τους Osterwalder και Pigneur και διαχωρίζει την εστίαση μεταξύ εξωτερικών παραγόντων (δεξιά πλευρά, πελάτης και αγορά) και εσωτερικών παραγόντων (αριστερή πλευρά, επιχειρηματικές λειτουργίες), με την πρόταση αξίας στο κέντρο, που αντιπροσωπεύει την ανταλλαγή πελάτη-επιχείρησης. Το BMC περιλαμβάνει εννέα δομικά στοιχεία: τμήματα πελατών, προτάσεις αξίας, κανάλια, πελατειακές σχέσεις, ροές εσόδων, βασικοί πόροι, βασικές δραστηριότητες, βασικές συνεργασίες και δομή κόστους, προσφέροντας μια σαφή δομή για τον καθορισμό και τη βελτίωση των προσέγγιση.

Καμβάς κοινωνικού επιχειρηματικού μοντέλου (SBMC)

Καθώς η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει εξελιχθεί, οι επαγγελματίες αναγνώρισαν ότι το παραδοσιακό Business Model Canvas (BMC) εστιάζει κυρίως σε οικονομικές πτυχές, γεγονός που το καθιστά λιγότερο κατάλληλο για οργανισμούς με προσανατολισμό στον κοινωνικό αντίκτυπο. Ως απάντηση, το Εργαστήριο Κοινωνικής Καινοτομίας ανέπτυξε το 2013 τον καμβά του κοινωνικού επιχειρηματικού μοντέλου (Social Business Model Canvas - SBMC). Αυτό το προσαρμοσμένο μοντέλο δίνει έμφαση στον κοινωνικό αντίκτυπο παράλληλα με τους οικονομικούς στόχους και περιλαμβάνει τρεις βασικές προσθήκες:

- 1. Διπλή πρόταση αξίας:** Το SBMC περιλαμβάνει τόσο οικονομικούς όσο και κοινωνικούς στόχους.
- 2. Ανάλυση ενδιαφερόμενων μερών:** Το μοντέλο κάνει διάκριση μεταξύ δικαιούχων (όσων επηρεάζονται) και πληρωτών (όσων χρηματοδοτούν τις επιπτώσεις).
- 3. Διπλή παρακολούθηση:** Απαιτεί αξιολόγηση τόσο του κέρδους όσο και του κοινωνικού αντίκτυπου.

Το SBMC έχει δώδεκα δομικά στοιχεία αντί για εννέα, με νέες συνιστώσες: αποστολή κοινωνικού αντίκτυπου, δικαιούχοι και πλεόνασμα.

- **Αποστολή κοινωνικού αντίκτυπου:** Καθορίζει τον σκοπό της επιχείρησης για την αντιμετώπιση ενός συγκεκριμένου κοινωνικού ζητήματος, στοχεύοντας σε απτά οφέλη και θετικές αλλαγές στην κοινότητα.
- **Δικαιούχοι:** Είναι άτομα ή ομάδες που επηρεάζονται άμεσα από την αποστολή της επιχείρησης, σε αντίθεση με τους πελάτες, οι οποίοι μπορεί να είναι ή να μην είναι σε θέση να πληρώσουν για τις υπηρεσίες. Το SBMC χρησιμοποιεί συχνά εργαλεία όπως ο χάρτης ενσυναίσθησης για να σκιαγραφήσει το προφίλ των δικαιούχων.
- **Πλεόνασμα:** Σε αντίθεση με τα παραδοσιακά μοντέλα, το SBMC ενθαρρύνει την επανεπένδυση των κερδών για την προώθηση της κοινωνικής αποστολής της επιχείρησης.

Τα στοιχεία αυτά επιτρέπουν στις κοινωνικές επιχειρήσεις να σχεδιάζουν, να επικοινωνούν και να μετρούν αποτελεσματικά τη δημιουργία τόσο οικονομικής όσο και κοινωνικής αξίας.

5.2 Μέτρηση του κοινωνικού αντίκτυπου και της βιωσιμότητας

Κατανόηση του κοινωνικού αντίκτυπου και της βιωσιμότητας

Ο κοινωνικός αντίκτυπος αντικατοπτρίζει τη θετική επίδραση ενός οργανισμού στην κοινότητα. ευημερία της κοινότητας, αντιμετωπίζοντας κρίσιμα ζητήματα όπως η ανεργία, η περιβαλλοντική ζημία ή οι κρίσεις δημόσιας υγείας. Η βιωσιμότητα, από την άλλη πλευρά, επικεντρώνεται στη δημιουργία μακροπρόθεσμων, ανθεκτικών λύσεων που προστατεύουν τους πόρους για τις μελλοντικές γενιές. Για τους οργανισμούς που έχουν δεσμευτεί τόσο σε κοινωνικές όσο και σε περιβαλλοντικές αποστολές, η μέτρηση του αντίκτυπου είναι απαραίτητη - όχι μόνο για την επιβεβαίωση της αποτελεσματικότητας αλλά και για την καθοδήγηση της συνεχούς βελτίωσης και τη διασφάλιση της ευθυγράμμισης με βιώσιμες πρακτικές.

Μέτρηση του αντίκτυπου και της βιωσιμότητας με βάση τα δεδομένα

Η συλλογή και ανάλυση δεδομένων σχετικά με τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά αποτελέσματα επιτρέπει στους οργανισμούς να επιδεικνύουν απτή πρόοδο στους ενδιαφερόμενους, να βελτιώνουν τις στρατηγικές τους και να εξασφαλίζουν χρηματοδότηση. Τα δεδομένα για τον αντίκτυπο υπερβαίνουν τις απλές εκροές (π.χ. αριθμός διανεμηθέντων ειδών) και εστιάζουν στα αποτελέσματα (π.χ. πραγματική βελτίωση της ποιότητας ζωής) και στη βιωσιμότητα των αποτελεσμάτων αυτών με την πάροδο του χρόνου. Για παράδειγμα, η διανομή κουνουπιών (έξοδος) μπορεί να μην οδηγήσει σε διαρκή μείωση των κρουσμάτων ελονοσίας (αποτέλεσμα), εκτός εάν χρησιμοποιούνται με συνέπεια και αναπληρώνονται ανάλογα με τις ανάγκες.

Δέσμευση των ενδιαφερομένων μερών για αποτελεσματική, βιώσιμη μέτρηση

Η συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη είναι κρίσιμη για τη μέτρηση του αντίκτυπου με ουσιαστικό τρόπο. Η άμεση συμμετοχή των ατόμων που επηρεάζονται από τις δραστηριότητες ενός οργανισμού εξασφαλίζει ότι οι κοινωνικές και περιβαλλοντικές προσπάθειες είναι σχετικές και μακροχρόνιες, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη, την υποστήριξη και την ευθυγράμμιση. Η αποτελεσματική επικοινωνία με τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορεί να αποτρέψει τις συγκρούσεις, την αντίσταση και την αποδέσμευση, θέτοντας τα θεμέλια για μια αποτελεσματική και βιώσιμη αλλαγή.

Κοινωνική απόδοση της επένδυσης (SROI) για τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο

Το SROI υπολογίζει την οικονομική αξία των κοινωνικών και περιβαλλοντικών αποτελεσμάτων, βοηθώντας τους οργανισμούς να αποδείξουν την απόδοση των κοινωνικών και βιώσιμων επενδύσεων. Αναλύοντας τις εισροές (πόρους), τις εκροές, τα αποτελέσματα και τις επιπτώσεις (αλλαγές που αποδίδονται άμεσα στις δραστηριότητες), το SROI επιτρέπει στους οργανισμούς να ποσοτικοποιήσουν τα οφέλη για τις κοινότητες και τον πλανήτη. Το εργαλείο αυτό υποστηρίζει τη σαφή επικοινωνία των αποτελεσμάτων στα ενδιαφερόμενα μέρη, καθοδηγώντας τις προσπάθειες τόσο για τον κοινωνικό αντίκτυπο όσο και για τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Ένας γενικός τύπος που χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό του SROI είναι ο εξής:

$$SROI = \frac{SIV - IIA}{IIA \times 100\%}$$

Πού: SIV=αξία κοινωνικού αντίκτυπου, IIA=αρχικό ποσό επένδυσης

Αν και η προσέγγιση ποικίλλει ανάλογα με το έργο που αξιολογείται, υπάρχουν τέσσερα βασικά στοιχεία που απαιτούνται για τη μέτρηση του SROI:

- **Εισροές ή πόροι** που απαιτούνται για τη δραστηριότητα (όπως το κόστος λειτουργίας, π.χ. ενός προγράμματος κατάρτισης για την απασχόληση)
- **Άμεσες εκροές** της δραστηριότητας (π.χ. ο αριθμός των ατόμων που εκπαιδεύτηκαν από το πρόγραμμα)
- **Αποτελέσματα ή οι αλλαγές** στους ανθρώπους που προκύπτουν από τη δραστηριότητα (π.χ. νέες θέσεις εργασίας, βελτίωση του εισοδήματος, βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων).
- **Ο αντίκτυπος**, ο οποίος είναι το αποτέλεσμα μείον μια εκτίμηση του τι θα συνέβαινε ούτως ή άλλως χωρίς τη δραστηριότητα (π.χ. αν 20 άτομα βρήκαν νέες θέσεις εργασίας, αλλά πέντε από αυτά θα είχαν προσληφθεί ούτως ή άλλως, ο αντίκτυπος βασίζεται στα 15 άτομα που βρήκαν θέσεις εργασίας άμεσα ως αποτέλεσμα του προγράμματος επαγγελματικής κατάρτισης).

Πρόσθετοι πόροι

Ανάγνωση 1 (χρόνος ανάγνωσης:5 λεπτά):

2013, 29 Οκτωβρίου). Κάνοντας τις κοινωνικές επιχειρήσεις σωστά - η ανάγκη για κοινωνικά επιχειρηματικά μοντέλα. The Broker. Ανακτήθηκε από <https://www.thebrokeronline.eu/article/doing-social-business-right/>

- Πώς το Social Business Model Canvas (SBMC) υποστηρίζει τις κοινωνικές επιχειρήσεις στην επίτευξη τόσο των οικονομικών όσο και των κοινωνικών τους στόχων και ποιους περιορισμούς μπορεί να αντιμετωπίσει αυτό το μοντέλο στην πράξη;

- Ποιο ρόλο παίζουν η διαφάνεια και η λογοδοσία στην επιτυχία των κοινωνικών επιχειρήσεων και πώς μπορούν οι επιχειρήσεις να τις εξισορροπήσουν με την ανάγκη για ανταγωνιστικό πλεονέκτημα;

Ανάγνωση 2 (χρόνος ανάγνωσης:5 λεπτά):

Zaidman, Y., Skogström Feldt, Å., & Bruysten, S. (2021, 8 Οκτωβρίου). Όταν εταιρείες και κοινωνικές επιχειρήσεις συνεργάζονται, μπορούν να αλλάξουν τον κόσμο. Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ. Ανακτήθηκε από <https://www.weforum.org/agenda/2021/10/when-corporations-and-social-enterprises-work-together-they-can-change-the-world/>

- Πώς θα μπορούσε μια εταιρική σχέση μεταξύ επιχειρήσεων και κοινωνικών επιχειρήσεων να επιταχύνει την παγκόσμια πρόοδο όσον αφορά τους στόχους της βιωσιμότητας και ποια είναι τα παραδείγματα τέτοιων συνεργασιών που εμπνέουν αυτό το όραμα;

- Με ποιους τρόπους μπορούν οι εταιρείες να αξιοποιήσουν τους πόρους τους για να βοηθήσουν τις κοινωνικές επιχειρήσεις να κλιμακώσουν τον αντίκτυπό τους και ποιες προκλήσεις μπορεί να προκύψουν κατά την ευθυγράμμιση των εταιρικών και κοινωνικών στόχων;

Βίντεο (διάρκειας 8 λεπτών) - Επισκόπηση του Social Business Model Canvas.

<https://www.youtube.com/watch?v=8aPGXqLZCS0>

- Πώς προσεγγίζει ο καμβάς του Κοινωνικού Επιχειρηματικού Μοντέλου την έννοια της “πρότασης αξίας” και γιατί είναι κρίσιμο για τις κοινωνικές επιχειρήσεις να την ορίσουν με σαφήνεια;

- Ποιες ιδέες ή παραδείγματα από το βίντεο μπορούν να βοηθήσουν μια κοινωνική επιχείρηση να διαφοροποιήσει τον κοινωνικό αντίκτυπο από την καθαρά εμπορική αξία στο επιχειρηματικό της μοντέλο;

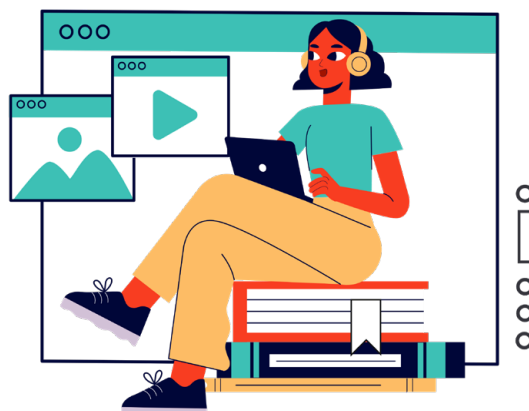
Δραστηριότητες αξιολόγησης

Ανάλυση μιας μελέτης περίπτωσης κοινωνικού επιχειρηματία (π.χ. παρουσιάστε την περίπτωση ενός επιτυχημένου κοινωνικού επιχειρηματία και ζητήστε από τους εκπαιδευόμενους να προβληματιστούν σχετικά με τις δεξιότητες που χρειαζόταν για να επιτύχει).

Δραστηριότητα 1

Τίτλος μελέτης περίπτωσης: Μελέτη περίπτωσης κοινοτικού καταστήματος	
Τύπος μάθησης	Αυτοκατευθυνόμενη μάθηση
Διάρκεια δραστηριότητας	30 λεπτά
Μαθησιακά αποτελέσματα	Να γνωρίζουν πώς μια κοινωνική επιχείρηση μπορεί να λύσει ένα κοινωνικό πρόβλημα.
Στόχος της δραστηριότητας	Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους μπορείτε να αναζητήσετε ιδέες για κοινωνικές επιχειρήσεις. Το να δείτε παραδείγματα κοινωνικής επιχείρησης σε δράση είναι ένας από αυτούς τους καλύτερους τρόπους για να εμπνευστείτε για το τι μπορεί να θέλετε να δημιουργήσετε!
Εισαγωγή	<p>Company Shop Group είναι ο κορυφαίος διανομέας πλεονασματικών τροφίμων και οικιακών προϊόντων στο Ηνωμένο Βασίλειο.</p> <p>Με μια κληρονομιά που εκτείνεται σε πέντε δεκαετίες, βρίσκονται στην πρώτη γραμμή της ατζέντας για τη βιωσιμότητα, αλλάζοντας νοοτροπίες και εκπαιδύοντας όλο τον κλάδο.</p> <p>Εκεί που οι άλλοι βλέπουν σπατάλες, αυτοί βλέπουν ευκαιρίες.</p> <p>Η κοινωνική επιχείρηση Community Shop δίνει τη δυνατότητα σε μεγάλους λιανοπωλητές, κατασκευαστές, παρόχους υπηρεσιών τροφίμων και παρόχους εφοδιαστικής να αξιοποιήσουν ένα πλεονάζον απόθεμα που διαφορετικά θα πήγαινε χαμένο.</p> <p>Τα μέλη της Εταιρείας απολαμβάνουν έναν μοναδικό τρόπο αγορών, προσφέροντάς τους πλεονάζοντα προϊόντα από γνωστές μάρκες σε εκπληκτικές τιμές, βοηθώντας τους περιορισμένους προϋπολογισμούς να προχωρήσουν περισσότερο.</p> <p>Το Κοινοτικό Κατάστημα παρέχει στα μέλη του ζωτικής σημασίας πρόσβαση σε τρόφιμα με μεγάλες εκπτώσεις, καθώς και σε προγράμματα μάθησης και ανάπτυξης που αλλάζουν τη ζωή τους, δημιουργώντας ισχυρότερα άτομα και κοινότητες με μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, ώστε να ξεπεράσουν τα εμπόδια στη ζωή τους. Είναι μια “καλή επιχείρηση που κάνει καλό”, δημιουργώντας θετικό εμπορικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Το κάνουν εδώ και πάνω από 50 χρόνια και είναι αποφασισμένοι τώρα όσο ποτέ άλλοτε να βοηθήσουν τη βιομηχανία να επανεξετάσει τα απόβλητα και να ξεκλειδώσουν τις δυνατότητες από το πλεόνασμα.</p>

Τίτλος μελέτης περίπτωσης: Μελέτη περίπτωσης κοινοτικού καταστήματος	
Πρόκληση	<p>Στο εμπόριο, η αλυσίδα εφοδιασμού είναι ένα σύστημα οργανισμών, ανθρώπων, δραστηριοτήτων, πληροφοριών και πόρων που εμπλέκονται στην προμήθεια ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας σε έναν καταναλωτή. Οι δραστηριότητες της εφοδιαστικής αλυσίδας περιλαμβάνουν την κατασκευή, τη διανομή και τη λιανική πώληση του τελικού προϊόντος στον τελικό πελάτη.</p> <p>Τα απόβλητα της αλυσίδας εφοδιασμού συμβάλλουν σημαντικά στο παγκόσμιο πρόβλημα της σπατάλης τροφίμων. Σύμφωνα με τον Οργανισμό Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών (FAO), οι αλυσίδες εφοδιασμού προκαλούν το 40% των αποβλήτων τροφίμων στη Βόρεια Αμερική. Ωστόσο, δυστυχώς, πολύ λίγοι άνθρωποι συνειδητοποιούν ότι τα προβλήματα στην αλυσίδα εφοδιασμού νωπών τροφίμων συμβάλλουν στη σπατάλη που βιώνουν οι έμποροι λιανικής πώλησης και οι καταναλωτές. Πολύ συχνά, η ευθύνη για τη σπατάλη επιρρίπτεται σε ανθρώπους που στην πραγματικότητα δεν μπορούν να κάνουν πολλά για να την αποτρέψουν.</p> <p>Η πρόκληση είναι πώς θα σταματήσουμε να πετάμε στα σκουπίδια απολύτως καλά προϊόντα.</p>
Εργασία	<p>Επισκεφθείτε την ιστοσελίδα του Company Shop και παρακολουθήστε τα βίντεο:</p> <p>https://www.companyshopgroup.co.uk/about-us</p>
Βασικές ερωτήσεις που πρέπει να μπορείτε να απαντήσετε	<ul style="list-style-type: none"> • Πώς αποφεύγει η Εταιρεία να πετάει καλά προϊόντα στα σκουπίδια; • Με ποιους 2 τρόπους η εταιρεία διαχειρίζεται τα πλεονάζοντα προϊόντα; • Ποιοι είναι οι 3 συνδεδεμένοι χώροι αυτής της κοινωνικής επιχείρησης; • Προσδιορίστε τρεις αιτίες σπατάλης στην αλυσίδα εφοδιασμού



Ενότητα 6

Εντοπισμός ευκαιριών κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Μαθησιακοί στόχοι

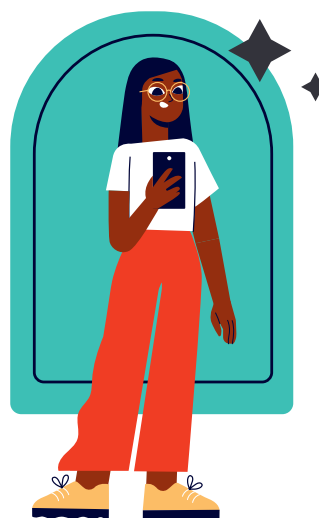
- **Προσδιορισμός και ανάλυση** των κοινωνικών αναγκών και ευκαιριών σε ένα δεδομένο πλαίσιο.
- **Διεξαγωγή** έρευνας αγοράς και μελετών σκοπιμότητας για την ενημέρωση των ιδεών των κοινωνικών επιχειρήσεων.
- **Εφαρμογή** της ανάλυσης SWOT και PESTEL για την αξιολόγηση ιδεών κοινωνικών επιχειρήσεων.
- **Ανάπτυξη** και δοκιμή ιδεών κοινωνικής επιχείρησης με τη χρήση διαφόρων πλαισίων και εργαλείων

Ενότητα 6: Εντοπισμός ευκαιριών κοινωνικής επιχειρηματικότητας

6.1 Τεχνικές για τον εντοπισμό κοινωνικών αναγκών και ευκαιριών

6.1.1 Προσδιορισμός των κοινωνικών αναγκών

Ο προσδιορισμός των κοινωνικών αναγκών είναι ζωτικής σημασίας για την προώθηση της ευημερίας στις κοινότητες και την αποτελεσματική κατανομή των πόρων. Οι κοινωνικές ανάγκες αναφέρονται στις απαιτήσεις που έχουν τα άτομα και οι ομάδες για κοινωνική αλληλεπίδραση, συμμετοχή στην κοινότητα και συστήματα υποστήριξης. Η κατανόηση αυτών των αναγκών επιτρέπει στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και στους κοινωνικούς λειτουργούς να αναπτύξουν παρεμβάσεις, προγράμματα και πολιτικές που προωθούν την κοινωνική ένταξη και βελτιώνουν την ποιότητα ζωής. Τέλος, η κατανόηση αυτών των αναγκών από τους μελλοντικούς κοινωνικούς επιχειρηματίες μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία μιας βιώσιμης κοινωνικής επιχείρησης.



6.1.2 Μέθοδοι προσδιορισμού των κοινωνικών αναγκών



Σχήμα 8 Μέθοδοι προσδιορισμού των κοινωνικών αναγκών

1. Έρευνες και Ερωτηματολόγια

Οι έρευνες και τα ερωτηματολόγια είναι συνήθως χρησιμοποιούμενα εργαλεία για τη συλλογή δεδομένων σχετικά με τις κοινωνικές ανάγκες από μεγάλο αριθμό ατόμων. Μπορούν να περιλαμβάνουν διάφορες ερωτήσεις σχετικά με την υγεία, την εκπαίδευση, τη στέγαση, την απασχόληση και την κοινωνική διασύνδεση για να βοηθήσουν στην αποκάλυψη των πειστικών ζητημάτων σε μια κοινότητα. Σχεδιάζοντας στοχευμένες έρευνες που εμβαθύνουν σε συγκεκριμένους τομείς ανησυχίας, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να καταγράψουν ένα ευρύ φάσμα απόψεων και εμπειριών. Για παράδειγμα, μια έρευνα θα μπορούσε να διερευνήσει τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι στην πρόσβαση σε υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης ή να αξιολογήσει τα κενά στους εκπαιδευτικούς πόρους που είναι διαθέσιμοι σε υποεξυπηρετούμενους πληθυσμούς. Τα ποσοτικά δεδομένα που συλλέγονται μπορούν να παράσχουν πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με την επικράτηση και τον επείγοντα χαρακτήρα συγκεκριμένων κοινωνικών ζητημάτων, καθοδηγώντας τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων σχετικά με το πού να εστιάσουν τις προσπάθειές τους.

Επιπλέον, οι ερωτήσεις ανοικτού τύπου στα ερωτηματολόγια επιτρέπουν στους ερωτηθέντες να εκφράσουν τις σκέψεις και τα συναισθήματά τους, παρέχοντας ποιοτικά δεδομένα που μπορούν να αναδείξουν τις διαφοροποιημένες πτυχές των κοινωνικών αναγκών - στοιχεία που μπορεί να μην καταγραφούν μέσω ερωτήσεων σταθερής απάντησης. Αυτά τα πλουσιότερα δεδομένα μπορούν να αποκαλύψουν τα βαθύτερα αίτια των κοινωνικών ζητημάτων, επιτρέποντας στους κοινωνικούς επιχειρηματίες να δημιουργήσουν λύσεις που είναι καινοτόμες και ταυτόχρονα ευθυγραμμισμένες με τις ανάγκες της κοινότητας.

2. Ομάδες Εστίασης

Ομάδες εστίασης Οι ομάδες εστίασης είναι μια άλλη μέθοδος για τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τις κοινωνικές ανάγκες. Συγκαλώντας μικρές ομάδες μελών της κοινότητας, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να διευκολύνουν συζητήσεις που εμβαθύνουν στις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι και στους πόρους που επιθυμούν. Αυτή η ποιοτική προσέγγιση επιτρέπει στους συμμετέχοντες να εκφράσουν τις απόψεις τους σε ένα συνεργατικό περιβάλλον, δημιουργώντας συχνά νέες ιδέες και λύσεις που μπορεί να μην προκύψουν μόνο μέσω ερευνών.

Οι συζητήσεις σε ομάδες εστίασης μπορεί να είναι ιδιαίτερα πολύτιμες για την κατανόηση της κοινωνικής δυναμικής που διαδραματίζεται σε μια κοινότητα. Μπορούν να αποκαλύψουν όχι μόνο τις ατομικές εμπειρίες αλλά και τα συλλογικά συναισθήματα και τους κοινοτικούς κανόνες που επηρεάζουν τα κοινωνικά ζητήματα. Η χρήση αυτής της μεθόδου επιτρέπει στους κοινωνικούς επιχειρηματίες να αναπτύξουν μια αφήγηση γύρω από τις κοινωνικές ανάγκες που επιδιώκουν να καλύψουν, η οποία μπορεί να είναι καθοριστική για την οικοδόμηση μιας πειστικής υπόθεσης για υποστήριξη και επένδυση.

3. Χαρτογράφηση Κοινότητας

Η χαρτογράφηση κοινότητας είναι μια συμμετοχική προσέγγιση για τον εντοπισμό των κοινωνικών αναγκών μέσω της απεικόνισης των πόρων, των υπηρεσιών και των προβληματικών περιοχών σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Με τη συμμετοχή των μελών της κοινότητας σε ασκήσεις χαρτογράφησης, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να αποκτήσουν από πρώτο χέρι γνώσεις σχετικά με τη γεωγραφική κατανομή των πόρων και να εντοπίσουν περιοχές που δεν εξυπηρετούνται επαρκώς ή αντιμετωπίζουν σημαντικές προκλήσεις.

Η μέθοδος αυτή μπορεί να φωτίσει πρότυπα που δεν αποκαλύπτουν οι έρευνες ή οι ομάδες εστίασης, όπως η συσχέτιση μεταξύ γεωγραφικής θέσης και πρόσβασης σε βασικές υπηρεσίες. Με τη φυσική χαρτογράφηση των πόρων και των αναγκών, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να ιεραρχήσουν τις παρεμβάσεις και να κατανείμουν τους πόρους πιο αποτελεσματικά. Η χαρτογράφηση της κοινότητας ενισχύει επίσης την αίσθηση της ιδιοκτησίας και της συνεργασίας μεταξύ των κατοίκων, συμβάλλοντας στη συνολική δέσμευση και ενδυνάμωση της κοινότητας.

4. Μελέτες Περιπτώσεων και Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Η ανάλυση υφιστάμενων περιπτωσιολογικών μελετών και η διεξαγωγή βιβλιογραφικής ανασκόπησης μπορούν να παράσχουν ένα ευρύτερο πλαίσιο για τις κοινωνικές ανάγκες που εντοπίζονται μέσω της άμεσης εμπλοκής της κοινότητας. Με την ανασκόπηση επιτυχημένων κοινωνικών επιχειρήσεων τόσο σε τοπικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να αντλήσουν πληροφορίες σχετικά με τις βέλτιστες πρακτικές, τις πιθανές παγίδες και τις καινοτόμες προσεγγίσεις σε παρόμοια ζητήματα.

Η μέθοδος αυτή επιτρέπει στους επιχειρηματίες να εντοπίζουν τάσεις και πρότυπα στις απαντήσεις των κοινωνικών αναγκών, ενημερώνοντας τη στρατηγική και το επιχειρησιακό τους μοντέλο. Η κατανόηση του υπάρχοντος τοπίου μπορεί επίσης να αποτρέψει την επανάληψη των προσπαθειών και να ενθαρρύνει τη συνεργασία μεταξύ των οργανισμών. Μαθαίνοντας από τις εμπειρίες των άλλων, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να λάβουν τεκμηριωμένες αποφάσεις σχετικά με τη βιωσιμότητα της δυνητικής τους επιχείρησης και τον κοινωνικό αντίκτυπο που επιδιώκει να επιτύχει.

Λήψη αποφάσεων για την ίδρυση μιας κοινωνικής επιχείρησης. Οι μέθοδοι που περιγράφονται παραπάνω είναι ζωτικής σημασίας όχι μόνο για τον εντοπισμό των κοινωνικών αναγκών αλλά και για την καθοδήγηση της διαδικασίας λήψης αποφάσεων για την ίδρυση μιας κοινωνικής επιχείρησης. Η σε βάθος κατανόηση των κοινοτικών αναγκών θέτει τα θεμέλια για ένα βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο που μπορεί να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά τις ανάγκες αυτές. Χρησιμοποιώντας έναν συνδυασμό ερευνών, ομάδων εστίασης, χαρτογράφησης της κοινότητας και βιβλιογραφικής ανασκόπησης, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να αναπτύξουν μια ολοκληρωμένη εικόνα του πληθυσμού-στόχου τους.

Η γνώση αυτή τους επιτρέπει να διατυπώσουν μια σαφή αποστολή και ένα σαφές όραμα για την επιχείρησή τους, αντιμετωπίζοντας συγκεκριμένα ζητήματα που βρίσκουν απήχηση στα ενδιαφερόμενα μέρη. Επιπλέον, βοηθά στον εντοπισμό πιθανών συνεργασιών, ευκαιριών χρηματοδότησης και οργανωτικών δομών που ευθυγραμμίζονται με τις ανάγκες της κοινότητας.

Σε τελική ανάλυση, η απόφαση για την ίδρυση μιας κοινωνικής επιχείρησης θα πρέπει να βασίζεται στην πραγματική κατανόηση του κοινωνικού πλαισίου στο οποίο δραστηριοποιείται. Όταν οι επιχειρηματίες λαμβάνουν αποφάσεις που ενημερώνονται από την άμεση συμβολή της κοινότητας, είναι πιο πιθανό να δημιουργήσουν αποτελεσματικές, σχετικές λύσεις που οδηγούν σε πραγματική αλλαγή. Με τη συνεχή επανεκτίμηση των αναγκών μέσω της ανατροφοδότησης της κοινότητας και των εξελισσόμενων συνθηκών, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να παραμείνουν προσαρμοστικές και αποτελεσματικές μακροπρόθεσμα, ενισχύοντας τον αντίκτυπο των πρωτοβουλιών τους και εξασφαλίζοντας τη συνεχή καταλληλότητά τους σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο κοινωνικό τοπίο.

6.1.3 Ανάλυση SWOT

SWOT σημαίνει Δυνατά Σημεία, Αδυναμίες, Ευκαιρίες και Απειλές. Η ανάλυση SWOT θα σας βοηθήσει να κατανοήσετε τη θέση της εταιρείας σας στην αγορά. Θα προσδιορίσει τις εσωτερικές δυνάμεις και αδυναμίες της εταιρείας σας και τις εξωτερικές ευκαιρίες και απειλές στο τρέχον επιχειρηματικό περιβάλλον. Εάν ενημερώνεται τακτικά, μια ανάλυση SWOT μπορεί να αποτελέσει το θεμέλιο της ανταγωνιστικής στρατηγικής μάρκετινγκ και να συμβάλει στα μελλοντικά σχέδια ανάπτυξης. Ο πιο αποτελεσματικός τρόπος για να διεξάγει μια εταιρεία μια ανάλυση SWOT είναι να καταγράψει τα βασικά δυνατά σημεία, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις απειλές σε έναν πίνακα, όπως περιγράφεται παρακάτω.

Πίνακας 4 Ανάλυση SWOT

		Δύναμη	Αδυναμίες
Εσωτερικό		Ικανότητες, πόροι ή χαρακτηριστικά που παρέχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα	Ικανότητες, πόροι ή χαρακτηριστικά που χρειάζονται βελτίωση
		Παραδείγματα: παραγωγική ικανότητα, εμπειρία στον κλάδο, οικονομικοί πόροι, μοναδικά συστατικά ή συσκευασία.	Παραδείγματα: έλλειψη πόρων, περιορισμένη εμπειρία, μη ύπαρξη σχεδίου μάρκετινγκ, μη ύπαρξη προγράμματος ασφάλειας τροφίμων ή ιχνηλασιμότητας.
		Ευκαιρίες	Απειλές
Εξωτερικό		Περιπτώσεις που αν αξιοποιηθούν θα μπορούσαν να έχουν θετικό αντίκτυπο στην επιχείρηση	Περιπτώσεις που έχουν ή θα μπορούσαν να έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην επιχείρηση
		Παραδείγματα: ευνοϊκές τάσεις της αγοράς, νέα τεχνολογία, αλλαγές στην κυβερνητική πολιτική, πιθανές συνεργασίες.	Παραδείγματα: κανονιστικές αλλαγές, νέες τάσεις, πρόσβαση σε συστατικά, διακυμάνσεις συναλλαγματικών ισοτιμιών.

6.1.4 Ανάλυση PESTEL

Ακριβώς όπως και στις εμπορικές επιχειρήσεις, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες και οι κοινωνικές επιχειρήσεις πρέπει να έχουν επίγνωση των αλλαγών που συμβαίνουν γύρω τους στο μακροπεριβάλλον. PESTEL σημαίνει πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό, τεχνολογικό, περιβαλλοντικό και νομικό πλαίσιο στο οποίο δραστηριοποιείται η κοινωνική σας επιχείρηση.

Υπάρχουν πρόσφατες ή προγραμματισμένες μελλοντικές αλλαγές στο πολιτικό τοπίο που θα μπορούσαν να επηρεάσουν τον τρόπο συμπεριφοράς της κοινωνικής σας επιχείρησης;

Υπάρχουν τεχνολογικές αλλαγές που μπορείτε να εκμεταλλευτείτε ή που ίσως θέτουν εσάς (ή τους δικαιούχους σας) σε μειονεκτική θέση και πρέπει να τις γνωρίζετε;

Η διενέργεια μακροπεριβαλλοντικής ανάλυσης/PESTEL σας επιτρέπει να πραγματοποιήσετε μια άποψη 360 μοιρών του περιβάλλοντός σας και να δείτε τυχόν εμπόδια ή ευκαιρίες βραχυπρόθεσμα, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα. Παρακάτω παρουσιάζεται η παραστατική προσέγγιση των αναλύσεων PESTEL:

ΠΟΛΙΤΙΚΟ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ	ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ	ΝΟΜΙΚΟ
P	E	S	T	E	L
Δημοσιονομική πολιτική	ΑΕΠ	Δημογραφικά / Μετανάστευση	Πρόσβαση στο διαδίκτυο και σε συνδέσεις κινητής	Περιβαλλοντικές πολιτικές	Μισθοί
Κυβερνητική δραστηριότητα	Ποσοστό	Τρόπος ζωής	Διαθεσιμότητα μηχανημάτων	Ανακύκλωση	Δικαιώματα
Σύγκρουσεις/ Βοήθεια	Μετανάστευση	Θρησκεία	Διαθεσιμότητα εκπαιδευμένων εργαζομένων για εργασία με μηχανήματα	Διαχείριση αποβλήτων	Εργασιακή νομοθεσία
Φόροι	Συναλλαγματική ισοτιμία	Επίπεδο εκπαίδευσης	Νέες τεχνολογίες	Φυσικές καταστροφές/ κλιματική αλλαγή	Κανονισμοί

Πίνακας 5 Ανάλυση PESTEL

Ο πρωταρχικός σκοπός της διενέργειας μιας ανάλυσης PESTEL είναι να αποκτήσει κανείς γνώσεις σχετικά με τους εξωτερικούς παράγοντες που μπορούν να διαμορφώσουν τη στρατηγική κατεύθυνση ενός οργανισμού. Η ανάλυση αυτή επιτρέπει στις επιχειρήσεις να:

Προβλέψουν την αλλαγή: Με την εξέταση των εξωτερικών παραγόντων, οι οργανισμοί μπορούν να εντοπίζουν προληπτικά πιθανές αλλαγές και τάσεις στο περιβάλλον λειτουργίας τους, βοηθώντας τους να παραμείνουν μπροστά από τις εξελίξεις.

Προσδιορίσουν ευκαιρίες: όπως οι αναδυόμενες αγορές, οι τεχνολογικές εξελίξεις ή οι μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών.

Διαχειριστούν κινδύνους: Βοηθά τους οργανισμούς να αναγνωρίζουν πιθανές απειλές και κινδύνους, όπως κανονιστικές αλλαγές, οικονομικές υφέσεις ή περιβαλλοντικά ζητήματα, επιτρέποντας στρατηγικές μετριασμού των κινδύνων.

Κάνουν στρατηγικό σχεδιασμό: επιτρέποντας στους οργανισμούς να ευθυγραμμίσουν τους στόχους τους με το εξωτερικό περιβάλλον και να δημιουργήσουν ισχυρές στρατηγικές.

Κάνουν ενημερωμένη λήψη αποφάσεων: Παρέχει τα θεμέλια για τη λήψη αποφάσεων με βάση τα δεδομένα, διασφαλίζοντας ότι οι επιλογές βασίζονται σε μια ολοκληρωμένη κατανόηση του επιχειρηματικού τοπίου



Σχήμα 9 Ανάλυση PESTEL

Συμπέρασμα

Μαζί, η ανάλυση SWOT και η ανάλυση PESTEL δίνουν στις κοινωνικές επιχειρήσεις τη δυνατότητα να περιηγηθούν στρατηγικά στις πολυπλοκότητες του περιβάλλοντος λειτουργίας τους. Αξιοποιώντας τα δυνατά σημεία και τις ευκαιρίες τους και αντιμετωπίζοντας παράλληλα τις αδυναμίες και τις απειλές, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να τοποθετηθούν καλύτερα ώστε να επιτύχουν τους διπλούς στόχους τους, δηλαδή τον κοινωνικό αντίκτυπο και την οικονομική βιωσιμότητα. Αυτά τα πλαίσια όχι μόνο επιτρέπουν τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων και τον στρατηγικό σχεδιασμό, αλλά βοηθούν επίσης στην επικοινωνία των προτάσεων αξίας προς τους ενδιαφερόμενους φορείς, ενισχύοντας τον ρόλο των κοινωνικών επιχειρήσεων ως ζωτικών παραγόντων στη δημιουργία μετασχηματιστικών κοινωνικών αλλαγών. Η τακτική επανεξέταση αυτών των αναλύσεων είναι απαραίτητη για την προσαρμογή σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο τοπίο, επιτρέποντας στις κοινωνικές επιχειρήσεις να παραμείνουν ανθεκτικές και αποτελεσματικές στην επιδίωξη των αποστολών τους.

6.2 Έρευνα αγοράς και μελέτες σκοπιμότητας

6.2.1 Έρευνα αγοράς

Ορισμός: Η έρευνα αγοράς είναι η διαδικασία συλλογής, ανάλυσης και ερμηνείας πληροφοριών σχετικά με μια αγορά, συμπεριλαμβανομένων πληροφοριών σχετικά με το κοινό-στόχο, τους ανταγωνιστές και τον κλάδο στο σύνολό του. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, καθώς συχνά δραστηριοποιούνται σε αλληλεπικαλυπτόμενους τομείς που αποσκοπούν στη δημιουργία κοινωνικού αντίκτυπου, διατηρώντας παράλληλα την οικονομική βιωσιμότητά τους.

Μέθοδοι έρευνας αγοράς:



Σχήμα 10 Έρευνα αγοράς

Έρευνες και ερωτηματολόγια: Άμεση συλλογή δεδομένων από δυνητικούς πελάτες ή ενδιαφερόμενους φορείς με τη χρήση διαδικτυακών εργαλείων (όπως τα Google Forms ή το SurveyMonkey) ή προσωπικές συνεντεύξεις.

Ομάδες εστίασης: Διεξαγωγή συζητήσεων με μια μικρή ομάδα συμμετεχόντων από την αγορά-στόχο για την απόκτηση πληροφοριών σχετικά με τις αντιλήψεις, τις στάσεις και τις προτιμήσεις τους όσον αφορά την κοινωνική σας επιχείρηση.

Δοκιμές πεδίου ή πιλοτικές δοκιμές: Εκκίνηση μιας μικρής έκδοσης του προϊόντος ή της υπηρεσίας για την αξιολόγηση της απόδοσής της σε ένα πραγματικό περιβάλλον της αγοράς.

Δευτερογενής έρευνα: Χρησιμοποιήστε υπάρχοντα δεδομένα από εκθέσεις, ακαδημαϊκά περιοδικά, βάσεις δεδομένων και άλλες αξιόπιστες πηγές για να συγκεντρώσετε πληροφορίες σχετικά με τις τάσεις της αγοράς, τα δημογραφικά στοιχεία και τους ανταγωνιστές.

Ανταγωνιστική ανάλυση: Προσδιορισμός των άμεσων και έμμεσων ανταγωνιστών για την κατανόηση των δυνατών και αδύνατων σημείων τους, της θέσης τους στην αγορά και των στρατηγικών τους.

6.2.2 Μελέτες σκοπιμότητας

Ορισμός: Η μελέτη σκοπιμότητας είναι μια αξιολόγηση της πιθανότητας επιτυχίας ενός έργου, προσδιορίζοντας αν η ιδέα είναι βιώσιμη και αν υπάρχουν διαθέσιμοι πόροι για την υλοποίηση. Συχνά εξετάζει τις οικονομικές, νομικές, τεχνικές και χρονοδιαγραμματικές πτυχές ενός έργου, ιδιαίτερα σημαντικές για τις κοινωνικές επιχειρήσεις που στοχεύουν τόσο στον κοινωνικό αντίκτυπο όσο και στη βιωσιμότητα.

Μέθοδοι ανάλυσης σκοπιμότητας:



Σχήμα 11 Μέθοδοι ανάλυσης σκοπιμότητας

Σκοπιμότητα αγοράς: Αξιολόγηση της ζήτησης, των χαρακτηριστικών της αγοράς-στόχου και του ανταγωνισμού. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει μεθόδους παρόμοιες με εκείνες που χρησιμοποιούνται στην έρευνα αγοράς.

Τεχνική σκοπιμότητα: Αξιολογήστε αν η απαιτούμενη τεχνολογία, τα συστήματα και οι πόροι για την υλοποίηση του έργου είναι διαθέσιμα και εφικτά.

Οικονομική σκοπιμότητα: Ανάλυση της σχέσης κόστους-αποτελεσματικότητας με την εκτίμηση τόσο της αρχικής επένδυσης όσο και του τρέχοντος λειτουργικού κόστους, καθώς και των αναμενόμενων εσόδων, για να προσδιοριστεί εάν το έργο μπορεί να επιτύχει οικονομική βιωσιμότητα.

Νομική σκοπιμότητα: Διερεύνηση των νομικών απαιτήσεων και κανονισμών που ισχύουν για την επιχείρηση, συμπεριλαμβανομένης της συμμόρφωσης με τους τοπικούς, πολιτειακούς και ομοσπονδιακούς νόμους.

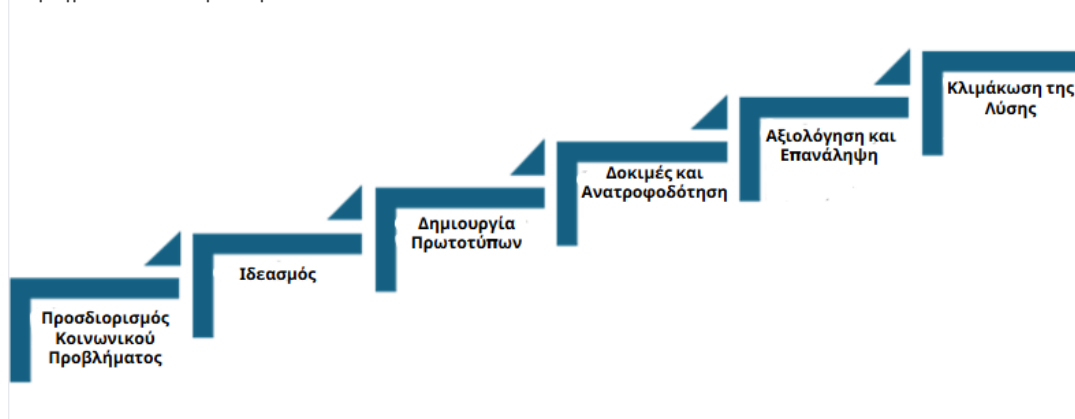
Λειτουργική σκοπιμότητα: Αξιολογήστε αν ο οργανισμός σας διαθέτει την εσωτερική ικανότητα, τους ανθρώπινους πόρους και άλλες επιχειρησιακές δυνατότητες για την υποστήριξη του έργου.

Συμπέρασμα

Η διεξαγωγή ενδεδειγμένης έρευνας αγοράς και μελετών σκοπιμότητας είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία των κοινωνικών επιχειρήσεων. Οι διαδικασίες αυτές βοηθούν στον εντοπισμό των αναγκών της αγοράς, στην αξιολόγηση του ανταγωνισμού και στην επικύρωση της δυνατότητας οικονομικής βιωσιμότητας παράλληλα με τον κοινωνικό αντίκτυπο. Η χρήση ενός συνδυασμού ποιοτικών και ποσοτικών μεθόδων μπορεί να οδηγήσει σε καλύτερα τεκμηριωμένες αποφάσεις, συμβάλλοντας άμεσα στην αποτελεσματικότητα και τη βιωσιμότητα της κοινωνικής αποστολής.

6.3 Ανάπτυξη και δοκιμή ιδεών κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Το ταξίδι της δημιουργίας μιας κοινωνικής επιχείρησης ξεκινά με μια μοναδική ιδέα που αποσκοπεί στην αντιμετώπιση ενός κοινωνικού, πολιτιστικού ή περιβαλλοντικού ζητήματος, ενώ παράλληλα παράγει βιώσιμο εισόδημα. Η ανάπτυξη και η δοκιμή αυτών των ιδεών είναι ένα κρίσιμο βήμα που βοηθά στον προσδιορισμό της βιωσιμότητας και του δυνητικού αντίκτυπού τους. Ακολουθούν τα βασικά βήματα αυτής της διαδικασίας:



Σχήμα 12 Βασικά βήματα για την ανάπτυξη μιας ιδέας κοινωνικής επιχειρηματικότητας

1. Προσδιορισμός ενός κοινωνικού προβλήματος

Ξεκινήστε εντοπίζοντας ένα πιεστικό κοινωνικό ζήτημα που βρίσκει απήχηση σε εσάς ή την ομάδα σας. Αυτό μπορεί να σχετίζεται με την καταπολέμηση της φτώχειας, την εκπαίδευση, την υγεία, την περιβαλλοντική βιωσιμότητα ή την κοινοτική ανάπτυξη. Διεξάγετε ενδελεχή έρευνα για να κατανοήσετε τα βαθύτερα αίτια του ζητήματος, τα δημογραφικά στοιχεία που επηρεάζονται περισσότερο και τις υπάρχουσες προσπάθειες για την αντιμετώπισή του. Η συμμετοχή σε συζητήσεις με τις πληγείσες κοινότητες θα σας δώσει πληροφορίες για τις ανάγκες και τις προτιμήσεις τους, διασφαλίζοντας ότι η προσέγγισή σας είναι σχετική και με σεβασμό.

2. Ιδεασμός

Μόλις εντοπιστεί ένα κοινωνικό ζήτημα, το επόμενο βήμα είναι ο καταγιγισμός ιδεών για πιθανές λύσεις. Αυτή η διαδικασία πρέπει να είναι χωρίς αποκλεισμούς, με τη συμμετοχή των ενδιαφερόμενων φορέων, των μελών της κοινότητας και των δυνητικών δικαιούχων, ώστε να καλλιεργηθεί ένα ευρύ φάσμα ιδεών. Χρησιμοποιήστε τεχνικές όπως η σχεδιαστική σκέψη ή ο καμβάς επιχειρηματικών μοντέλων για να δομήσετε τη διαδικασία ιδεασμού, εστιάζοντας σε καινοτόμους τρόπους παροχής αξίας στο κοινό-στόχο σας, διασφαλίζοντας παράλληλα τον κοινωνικό αντίκτυπο.

3. Δημιουργία πρωτοτύπων

Αφού επιλέξετε μια πολλά υποσχόμενη ιδέα, αναπτύξτε ένα πρωτότυπο ή ένα ελάχιστα βιώσιμο προϊόν (MVP). Αυτό θα μπορούσε να είναι ένα πιλοτικό πρόγραμμα, ένα προϊόν ή μια υπηρεσία που ενσωματώνει την ιδέα σας σε μικρή κλίμακα. Η δημιουργία πρωτοτύπων σας επιτρέπει να πειραματιστείτε με πρακτικές εφαρμογές της ιδέας σας, βοηθώντας σας να απεικονίσετε τη λειτουργία της και τους πόρους που απαιτούνται για την υλοποίησή της.

4. Δοκιμές και ανατροφοδότηση

Με ένα πρωτότυπο στο χέρι, διεξάγετε δοκιμές στο πεδίο. Αυτό περιλαμβάνει την ανάπτυξη της πιλοτικής σας λύσης σε ένα πραγματικό περιβάλλον και τη συλλογή ανατροφοδότησης από τους συμμετέχοντες. Ποιοτικά δεδομένα μπορούν να συλλεχθούν μέσω συνεντεύξεων, ερευνών και ομάδων εστίασης, ενώ ποσοτικά δεδομένα μπορούν να συλλεχθούν μέσω μετρήσεων που σχετίζονται με τον στόχο σας για τον κοινωνικό αντίκτυπο. Ο στόχος εδώ είναι να αξιολογηθεί η αποτελεσματικότητα της λύσης σας, να αποκαλυφθούν οι προκλήσεις και να εντοπιστούν τομείς για βελτίωση.

5. Αξιολόγηση και επανάληψη

Αξιολογήστε την ανατροφοδότηση που λάβατε για να καταλάβετε τι λειτούργησε, τι δεν λειτούργησε και γιατί. Αυτό το στάδιο είναι ζωτικής σημασίας για τη βελτίωση και την επανάληψη της ιδέας σας. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις συχνά υποβάλλονται σε πολλαπλούς κύκλους δοκιμών και τροποποιήσεων προτού βρουν ένα μοντέλο που να είναι τόσο αποτελεσματικό για την αντιμετώπιση του κοινωνικού ζητήματος όσο και βιώσιμο οικονομικά. Διατηρήστε μια προσαρμοστική νοοτροπία καθ' όλη τη διάρκεια αυτής της διαδικασίας, αναγνωρίζοντας ότι η ευελιξία είναι το κλειδί για την ανταπόκριση στις γνώσεις που αποκτώνται.

6. Κλιμάκωση της λύσης

Μόλις το πρωτότυπο υποβληθεί σε αυστηρές δοκιμές και κριθεί αποτελεσματικό, το επόμενο βήμα είναι η χάραξη μιας στρατηγικής για την κλιμάκωση της λύσης. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την εξασφάλιση πρόσθετης χρηματοδότησης, τη συνεργασία με άλλους οργανισμούς ή την αξιοποίηση της τεχνολογίας για την επέκταση της εμβέλειας. Η κλιμάκωση θα πρέπει να προσεγγίζεται προσεκτικά, διασφαλίζοντας ότι ο κοινωνικός αντίκτυπος παραμένει στο προσκήνιο και ότι η ακεραιότητα της λύσης διατηρείται καθώς αναπτύσσεται.

Συμπέρασμα

Η ανάπτυξη και η δοκιμή ιδεών για κοινωνικές επιχειρήσεις είναι μια πολύπλευρη διαδικασία που συνδυάζει τη δημιουργικότητα, την ενσυναίσθηση και τη στρατηγική σκέψη. Κατανοώντας το κοινωνικό πλαίσιο, εμπλέκοντας τα ενδιαφερόμενα μέρη και επαναλαμβάνοντας συνεχώς τα σχόλια, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να δημιουργήσουν αποτελεσματικές λύσεις που όχι μόνο αντιμετωπίζουν πειστικές ανάγκες αλλά και προωθούν βιώσιμες αλλαγές στις κοινότητες. Η πορεία μπορεί να είναι πολύπλοκη, αλλά η δυνατότητα θετικού αντίκτυπου την καθιστά αξιόλογη προσπάθεια.



Πρόσθετοι πόροι

Κείμενο 1 (Χρόνος ανάγνωσης: 10 λεπτά):

(2021). Οι ευκαιρίες ως πηγή κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

https://www.academia.edu/67044485/Opportunities_as_a_Pηγή_of_Social_Entrepreneurship

- Ερώτηση 1 - Ποια είναι η θεμελιώδης διαφορά των ευκαιριών για κέρδος και του “κοινωνικού κέρδους”

- Ερώτηση 2 - Ποιες είναι οι διάφορες μορφές εξασφάλισης χρηματοδότησης για κοινωνικές επιχειρήσεις εκτός από την πιθανή διαθεσιμότητα δημόσιων πόρων.

Κείμενο 2 (χρόνος ανάγνωσης: 5 λεπτά):

<https://alacrityfoundation.co.uk/should-i-use-a-swot-or-pestle-analysis/>

- Ερώτηση 1 - Ποια είναι τα βασικά συμπεράσματα από την ανάλυση SWOT

- Ερώτηση 2- Ποια είναι τα βασικά συμπεράσματα από την ανάλυση PESTLE

Βίντεο 1 (διάρκειας 2 λεπτών)

Ακούστε από την Ινδή επιχειρηματία Yogita Agrawal, η οποία ίδρυσε τη SoaPen μαζί με δύο φίλες της. Ελπίζουν να αντιμετωπίσουν το ζήτημα του πλυσίματος των χεριών μεταξύ των παιδιών και να μειώσουν τον κίνδυνο εξάπλωσης μεταδοτικών ασθενειών <https://www.youtube.com/watch?v=3ekVdaJOycs>

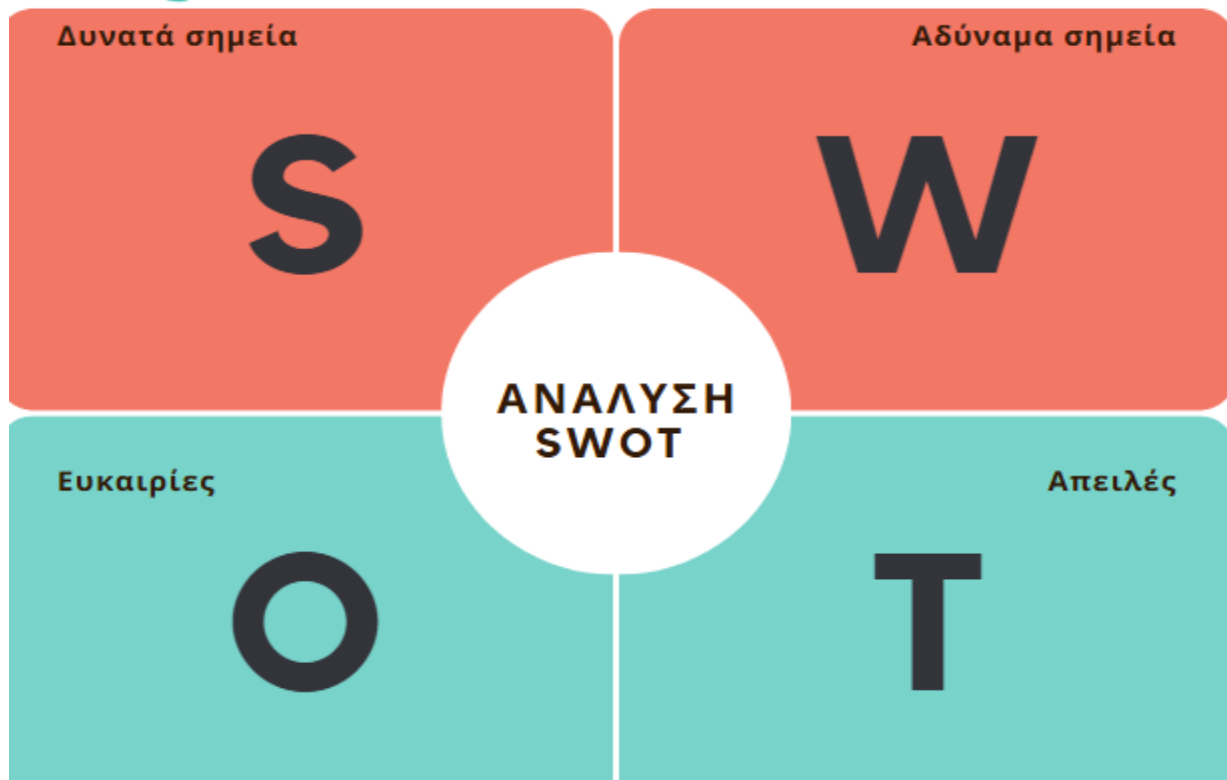
- Ερώτηση 1 - η ιδέα της είναι πολύ απλή, πιστεύετε ότι έχει πράγματι αντιμετωπίσει ένα κενό στην αγορά;

- Ερώτηση 2 - ποιος ήταν ο βασικός παράγοντας της επιτυχίας τους;

4 Social
Change

Εργαλεία αξιολόγησης

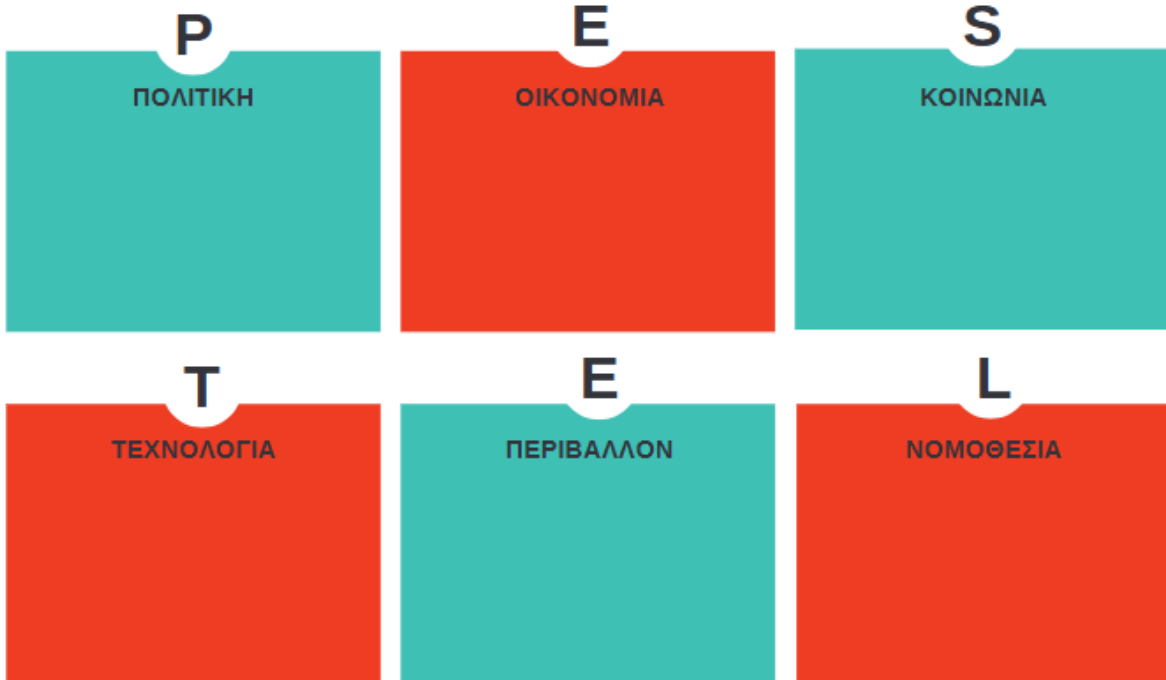
Εντοπίστε μια ευκαιρία κοινωνικής επιχείρησης και κάντε μια ανάλυση SWOT ή PESTEL στην κοινότητά σας για να βρείτε πιθανές ιδέες για μια κοινωνική επιχείρηση. Αναπτύξτε την ανάλυσή σας στο κατάλληλο υπόδειγμα (βλ. παρακάτω).





Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Ανάλυση PESTEL



Αξιολόγηση μετά την εκπαίδευση

Στόχος: Να αξιολογήσει τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις στάσεις των συμμετεχόντων μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος κατάρτισης και να μετρήσει τον αντίκτυπο της κατάρτισης.

Μορφή: Ένας συνδυασμός ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής, σύντομων απαντήσεων και κλιμάκων αυτοαξιολόγησης, παρόμοιος με την αξιολόγηση πριν από την κατάρτιση, ώστε να είναι δυνατή η συγκριτική ανάλυση.

Τμήματα:

1. Γνώση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας:

Τι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα; (Πολλαπλή επιλογή)

- A) Ένα επιχειρηματικό μοντέλο που επικεντρώνεται στη μεγιστοποίηση των κερδών
- B) Ένα μοντέλο που συνδυάζει κοινωνικούς στόχους με επιχειρηματικές δραστηριότητες
- Γ) Μια μορφή μη κερδοσκοπικής οργάνωσης
- Δ) Τίποτα από τα παραπάνω

Περιγράψτε μια επιτυχημένη κοινωνική επιχείρηση που γνωρίζετε. (Σύντομη απάντηση)

2. Δεξιότητες και ικανότητες: Βαθμολογήστε την επάρκειά σας στους ακόλουθους τομείς σε κλίμακα 1-5 (το 1 σημαίνει “δεν κατέχω” και το 5 σημαίνει “κατέχω πολύ”):

Ηγεσία

Δεν κατέχω ① ② ③ ④ ⑤ Κατέχω πολύ

Καινοτομία

Δεν κατέχω ① ② ③ ④ ⑤ Κατέχω πολύ

Επίλυση προβλημάτων

Δεν κατέχω ① ② ③ ④ ⑤ Κατέχω πολύ

Επικοινωνία

Δεν κατέχω ① ② ③ ④ ⑤ Κατέχω πολύ

Δικτύωση

Δεν κατέχω ① ② ③ ④ ⑤ Κατέχω πολύ

3. Στάσεις και αντιλήψεις:

Σε κλίμακα 1-5, πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα για την αντιμετώπιση κοινωνικών ζητημάτων; (το 1 είναι “όχι σημαντικό” και το 5 είναι “πολύ σημαντικό”)

Όχι
σημαντικό

1

2

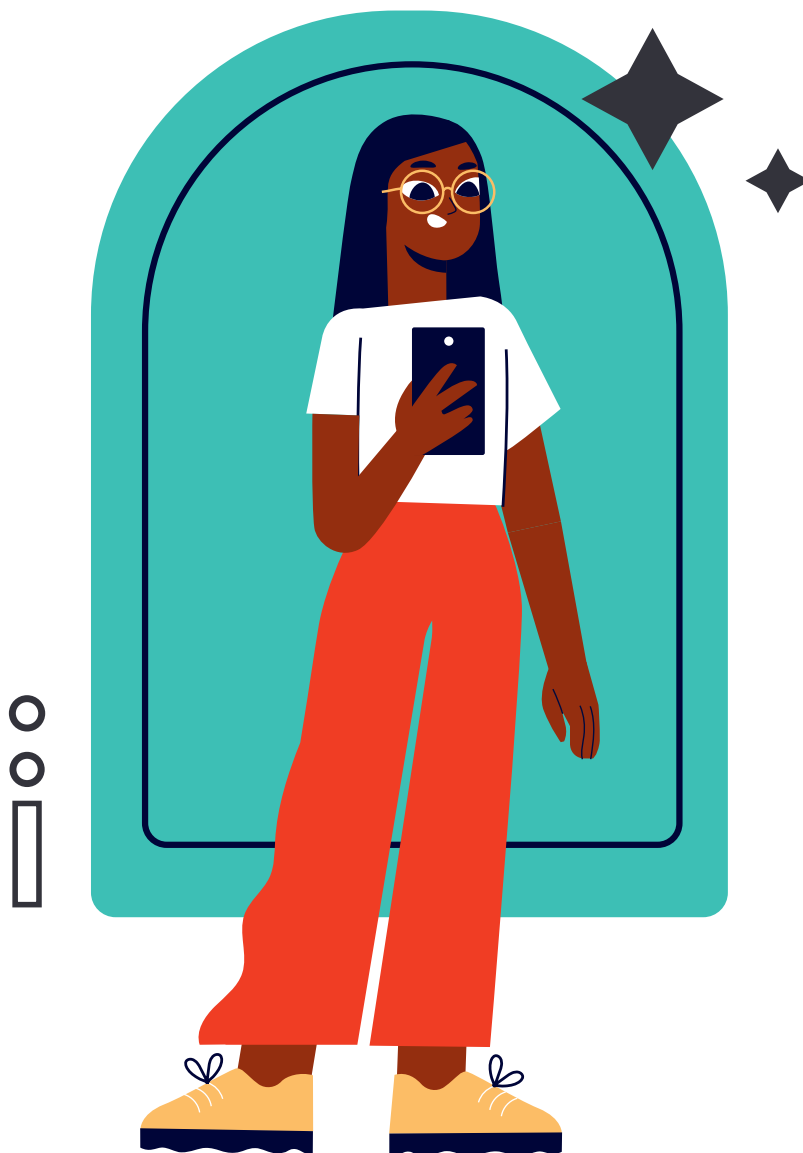
3

4

5

Πολύ
σημαντικό

Ποιες είναι οι προσδοκίες σας από αυτό το πρόγραμμα κατάρτισης; (Σύντομη απάντηση)



Αναφορές

Ενότητα 1

- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Battilana, J., & Lee, M. (2014). Advancing Research on Hybrid Organizing – Insights from the Study of Social Enterprises. *The Academy of Management Annals*, 8(1), 397–441. <https://doi.org/10.1080/19416520.2014.893615>
- Bocken, N., Short, S., Rana, P., & Evans, S. (2013). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 65, 42–56. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>
- Bornstein, D. (2007). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. Oxford University Press.
- Bornstein, D., & and Davis, S. (2010). *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*. Oxford University Press. <http://dx.doi.org/10.1093/wentk/9780195396348.001.0001>
- Brown, L. (2010). Balancing risk and innovation to improve social work practice. *British journal of social work*, 40(4), 1211-1228.
- Brown, T., & Katz, B. (2011). Change by design. *Journal of product innovation management*, 28(3), 381-383.
- Costa, M. (2013). Social Return on Investment. In: Idowu, S.O., Capaldi, N., Zu, L., Gupta, A.D. (eds) *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_734
- Ebrahim, A., & Rangan, V. K. (2014). What Impact? A Framework for Measuring the Scale and Scope of Social Performance. *California Management Review*, 56(3), 118-141. <https://doi.org/10.1525/cm.2014.56.3.118>
- European Commission: Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion & Wilkinson, C. (2015). *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe*. Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2767/458972>
- European Union (n.d.). *About social economy*. https://social-economy-gateway.ec.europa.eu/about-social-economy_en. Accessed on 2024, October 30.
- Global Impact Investing Network (2020). *Annual Impact Investor Survey*. GIIN. <https://thegiin.org/publication/research/impinv-survey-2020/>
- Gonin, M., Besharov, M. H., & Smith, W. K. (2013). Managing Social-Business Tensions: A Review and Research Agenda for Social Enterprises. *Academy of Management Proceedings*, 2013(1), 11745. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2013.187>
- Kania, J., & Kramer, M. (2011). *Collective impact*. Stanford Social Innovation Review.
- Kumar, S., & Yadav, S. K. (2023). The Role of Social Entrepreneurship in Addressing Global Social Challenges. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(6). <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i6.1190>
- McKinsey & Company (2021). *2021 ESG Report: Accelerating Sustainable and Inclusive Growth*. https://www.mckinsey.com/spContent/bespoke/esg-pdf/pdfs/in/McKinsey_2021_ESG_Report_VF.pdf
- Mulgan, G. (2006). The Process of Social Innovation. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(2), 145–162. <https://doi.org/10.1162/itgg.2006.1.2.145>
- Nicholls, A. (2008). *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford University Press eBooks. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA79103317>
- OECD (2022). *Recommendation of the Council on the Social and Solidarity Economy and Social Innovation*. OECD/LEGAL/0472
- Patton, M. Q. (2015). *Principles-focused evaluation: The GUIDE*. Guilford Press.
- Phills, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation*, 6, 34-43.
- Sparviero, S. (2019). The case for a socially oriented business model canvas: The social enterprise model canvas. *Journal of social entrepreneurship*, 10(2), 232-251.
- Thompson, J. D., & MacMillan, I. C. (2010). Business models: Creating new markets and societal wealth. *Long range planning*, 43(2-3), 291-307.

- Weiss, C.H. & Connell, J.P. (1995) Nothing as Practical as Good Theory: Exploring Theory-Based Evaluation for Comprehensive Community Initiatives for Children and Families. In: *New Approaches to Evaluating Community Initiatives: Concepts, Methods, and Contexts*, The Aspen Institute, 65-92.
- YDEAS II Project (n.d.). Green Paper on Social Economy in the Western Balkans. Office of the Co-ordinator of OSCE Economic and Environmental Activities OSCE Secretariat. <https://www.diesis.coop/wp-content/uploads/2024/02/Green-Paper-on-Social-Economy-in-the-Western-Balkans.pdf>
- Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience. *Long Range Planning*, 43(2-3), 308-325. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.12.005>

Ενότητα 2

- EntreComp Europe. (2020). *EntreComp: A Practical Guide*. Retrieved from <https://entrecompeurope.eu/wp-content/uploads/EntreComp-A-Practical-Guide-English.pdf>
- European Commission, Joint Research Centre. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Retrieved from https://joint-research-centre.ec.europa.eu/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework_en
- EntreComp Europe. (2022). *EntreComp Europe Pocket Book for Aspiring Entrepreneurs*. Retrieved from <https://entrecompeurope.eu/wp-content/uploads/EntreComp-Europe-Pocket-Book-for-Aspiring-Entrepreneurs.pdf>
- EntreComp 360. (2022). *How can EntreComp support Women's Entrepreneurship*. Retrieved from <https://entrecomp360.eu/wp-content/uploads/EntreComp360-How-can-EntreComp-support-Womens-Entrepreneurship.pdf>
- EntreComp 360. (2021). *Guide to EntreComp in Youth Work and Non-Formal Learning*. Retrieved from <https://dare-network.eu/guide-entrecomp-in-youth-work-and-non-formal-learning/>
- I-LINC. (2017). *EntreLearn: Entrepreneurial Learning Toolkit for Teachers*. Retrieved from <https://school-education.ec.europa.eu/en/teach/teaching-materials/entrelearn-entrepreneurial-learning-toolkit-teachers>

Ενότητα 3

- Arena, M., Azzone, G., & Bengo, I. (2015). Performance measurement for social enterprises. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 26, 649-672.
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization Science*, 22(5), 1203-1213.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2013). Social innovation, social economy and social enterprise: what can the European debate tell us. In *The International Handbook on Social Innovation: Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research* (pp. 40-52).
- Dominelli, L. (2004). International social work education at the crossroads. *Social Work & Society*, 2(1), 87-95.
- European Commission (2020). *Social enterprises and their ecosystems in Europe: Comparative synthesis report*. Authors: Carlo Borzaga, Giulia Galera, Barbara Franchini, Stefania Chiomento, Rocío Nogales and Chiara Carini. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at <https://europa.eu/!Qq64ny>
- Germak, A. J., & Singh, K. K. (2009). Social entrepreneurship: Changing the way social workers do business. *Administration in Social Work*, 34(1), 79-95.
- Kerlin, J. A. (2010). A comparative analysis of the global emergence of social enterprise. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 21, 162-179.
- Smith, W. K., Gonin, M., & Besharov, M. L. (2013). Managing social-business tensions: A review and research agenda for social enterprise. *Business Ethics Quarterly*, 23(3), 407-442.

Ενότητα 4

- Al Issa, H. E., Thai, M. T. T., & Nguyen, H. (2024). A systematic mapping of social entrepreneurship education: A call for increased collaboration, ethics, and research frameworks. *International Journal of Management Education*, 22(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101025>
- Borzaga, C., Galera, G., Franchini, B., Chiomento, S., Nogales, R., & Carini, C. (2020). Social enterprises and their ecosystems in Europe. Comparative synthesis report. <http://ec.europa.eu/social/easi>
- Covin, J., & Slevin, D. (2017). The Entrepreneurial Imperatives of Strategic Leadership. In *Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset* (pp. 307–327). <https://doi.org/10.1002/9781405164085.ch14>
- Goleman, Daniel. (2020). *Emotional intelligence*. Bantam Books.
- Guritno, P. D., Suyono, H., & Sunarjo, S. (2019). Competency Model of Social Entrepreneurs. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 8(3), 94–110. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v8i3.256>
- Lehner, O., & Kansikas, J. (2011). *Social Entrepreneurship Research Across Disciplines: Paradigmatic and Methodological Considerations*.
- Marecki, J. (2014). *The Importance of Social Intelligence for Entrepreneurial Leaders*.
- Mitroff, I. I., & Silvers, A. (2010). *Dirty Rotten Strategies: How We Trick Ourselves and Others into Solving the Wrong Problems Precisely*. Stanford Business Books. https://books.google.de/books?id=9lol_cctGHkC
- Portales, L. (2019). *Social Innovation and Social Entrepreneurship: Fundamentals, Concepts, and Tools*. In *Social Innovation and Social Entrepreneurship: Fundamentals, Concepts, and Tools*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-13456-3>
- Rahim, A., Civelek, I., & Liang, F. H. (2018). A process model of social intelligence and problem-solving style for conflict management. *International Journal of Conflict Management*, 29(4), 487–499. <https://doi.org/10.1108/IJCMA-06-2017-0055>
- Rahim, M. (2003). *Managing Conflict in Organizations* (pp. 370–379). <https://doi.org/10.4324/9780203474396-38>
- Roundy, P. (2014). The stories of social entrepreneurs: Narrative discourse and social venture reΠηγή acquisition. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 16(2), 200–218. <https://doi.org/10.1108/JRME-06-2014-0009>
- Roundy, P. T. (2022). Narratives and emotion in social entrepreneurship communication. In *The Routledge Handbook of Nonprofit Communication* (pp. 182–194). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003170563-23>
- Sannikova, A., Vevere, V., & Titko, J. (2023). Competences Necessary for a Social Entrepreneur: A Case Study Of Latvia. *Business: Theory and Practice*, 24(2), 604–612. <https://doi.org/10.3846/btp.2023.19703>
- Sen, P. (2007). Ashoka’s big idea: Transforming the world through social entrepreneurship. *Futures*, 39, 534–553. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2006.10.013>
- Vázquez-Maguirre, M., & Portales, L. (2014). Social enterprise as a generator of quality of life and sustainable development in rural communities. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 37, 255–284. <https://doi.org/10.14482/pege.37.7028>
- Waldner, C. (2020). In the Centre of Attention: How Social Entrepreneurs Influence Organisational Reputation. *Journal of Social Entrepreneurship*, 14. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1823456>
- Zamantılı Nayır, D., & Shinnar, R. S. (2020). How founders establish legitimacy: A narrative perspective on social entrepreneurs in a developing country context. *Social Enterprise Journal*, 16(3), 221–241. <https://doi.org/10.1108/SEJ-10-2019-0073>
- Zehir, C. (2021). The Relationship Between Social Innovation and Social Intelligence: A Conceptual Framework. 84–92. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2021.02.8>

Ενότητα 5

- Bornstein, D. and Davies, S. (2010). Social entrepreneurship: what everyone needs to know. New York: Oxford University Press.
- Durand, L., Frankland, R., Nowack, D., Sánchez, M. (2021) The Social Procurement Manual. A practical guide to integrating social business into corporate value chains. Yunus Social Business. Available at: <https://corporateyunus.com/social-procurement> [Accessed 10.10 2024]
- Elizabeth Perry (2022). Do you have an entrepreneurial spirit? 10 characteristics to lean into. [online] Available at: <https://www.betterup.com/blog/entrepreneurial-spirit> [Accessed on 21.10.2024]
- European Commission, 2015. A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, Synthesis. Available at: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>
- Heysse, H., Corbalan, S., Poissonnier, L., Papoutsi, G., Brachet, I., Nørgård, M.K. and Jeune, H. (2020). Mind our business. Amplify the transformative power of sustainable and inclusive business models through EU external action. Brussels, Belgium: CONCORD [online]. Available at: <https://concordeurope.org/2020/12/01/mind-our-business-amplify-the-transformative-power-of-sustainable-and-inclusive-business-models-through-eu-external-action/>
- Irish Social Enterprise Network 2017. Social enterprise toolkit. Available at: <https://socialenterprisetoolkit.ie/>
- School for Social Entrepreneurs (n.d.). Why you should measure your social impact.[online] Available at: <https://www.the-sse.org/reΠηγής/sustaining/measuring-social-impact/> [Accessed 10.20. 2024]
- Sonenshine, J. (2017). ChangeSeekers: Finding your path to impact. Connective Impact. Wikipedia (n.d.) Stakeholders Analysis. [online] Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Stakeholder_analysis [Accessed 16.10. 2024]
- Drucker, F. P. (1994), The Theory of the Business, magazine (September–October 1994) <https://hbr.org/1994/09/the-theory-of-the-business>, Accessed 15.10

Ενότητα 6

- Bornstein, D. and Davies, S. (2010). Social entrepreneurship: what everyone needs to know. New York: Oxford University Press.
- Durand, L., Frankland, R., Nowack, D., Sánchez, M. (2021) The Social Procurement Manual. A practical guide to integrating social business into corporate value chains. Yunus Social Business. Available at: <https://corporateyunus.com/social-procurement> [Accessed 10.10 2024]
- Elizabeth Perry (2022). Do you have an entrepreneurial spirit? 10 characteristics to lean into. [online] Available at: <https://www.betterup.com/blog/entrepreneurial-spirit> [Accessed on 21.10.2024]
- European Commission, 2015. A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, Synthesis. Available at: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>
- Heysse, H., Corbalan, S., Poissonnier, L., Papoutsi, G., Brachet, I., Nørgård, M.K. and Jeune, H. (2020). Mind our business. Amplify the transformative power of sustainable and inclusive business models through EU external action. Brussels, Belgium: CONCORD [online]. Available at: <https://concordeurope.org/2020/12/01/mind-our-business-amplify-the-transformative-power-of-sustainable-and-inclusive-business-models-through-eu-external-action/>
- Irish Social Enterprise Network 2017. Social enterprise toolkit. Available at: <https://socialenterprisetoolkit.ie/>
- Peter Drucker, Father of Management thinking (1909–2005) Read: <https://hbr.org/1994/09/the-theory-of-the-business>
- School for Social Entrepreneurs (n.d.). Why you should measure your social impact.[online] Available at: <https://www.the-sse.org/reΠηγής/sustaining/measuring-social-impact/> [Accessed 10.20. 2024]
- Sonenshine, J. (2017). ChangeSeekers: Finding your path to impact. Connective Impact. Wikipedia (n.d.) Stakeholders Analysis. [online] Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Stakeholder_analysis [Accessed 16.10. 2024]
- The Theory of the Business by Peter F. Drucker. From the Magazine (September–October 1994)

www.epic-project.eu