



“Εφαρμοσμένων Οικονομικών και Περιφερειακής Ανάπτυξης”

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Θέμα: «Η ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας:
Θεωρία και Πράξη.»

Ξενάκης Μάριος

Εξεταστική Επιτροπή:

Κεραμίδου Ιωάννα (Επιβλέπουσα), Επίκουρος Καθηγήτρια
Λώλος Σαράντης, Καθηγητής
Ψειρίδου Αναστασία, Επίκουρος Καθηγήτρια

Αθήνα 2019

ΔΗΛΩΣΗ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Με πλήρη επίγνωση των συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων, δηλώνω ενυπογράφως ότι είμαι αποκλειστικός συγγραφέας της παρούσας Μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας, για την ολοκλήρωση της οποίας κάθε βοήθεια είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται λεπτομερώς στην εργασία αυτή. Έχω αναφέρει πλήρως και με σαφείς αναφορές όλες τις πηγές χρήσης δεδομένων, απόψεων, θέσεων και προτάσεων, ιδεών και λεκτικών αναφορών, είτε κατά κυριολεξία είτε βάσει επιστημονικής παράφρασης. Αναλαμβάνω την προσωπική και ατομική ευθύνη ότι σε περίπτωση αποτυχίας στην υλοποίηση των ανωτέρω δηλωθέντων στοιχείων, είμαι υπόλογος έναντι λογοκλοπής. Δηλώνω συνεπώς, ότι αυτή η ΜΔΕ προετοιμάστηκε και ολοκληρώθηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ότι αναλαμβάνω πλήρως όλες τις συνέπειες του νόμου στην περίπτωση κατά την οποία αποδειχθεί, διαχρονικά, ότι η εργασία αυτή ή τμήμα της δεν μου ανήκει διότι είναι προϊόν λογοκλοπής άλλης πνευματικής ιδιοκτησίας.

Όνομα & Επώνυμο Συγγραφέα:

Υπογραφή:

.....

Ημερομηνία (Ημέρα – Μήνας – Έτος):

01/07/2019

Ευχαριστίες

Κατ' αρχάς θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτρια της διπλωματικής μου εργασίας, την κα Κεραμίδου Ιωάννα, για όλον τον χρόνο που αφιέρωσε, προκειμένου να με βοηθήσει, να με καθοδηγήσει και να με συμβουλέψει, ώστε να είμαι σε θέση να εκπονήσω αυτή την εργασία με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές και το διδακτικό προσωπικό του μεταπτυχιακού προγράμματος, για τις πολύτιμες γνώσεις που μου παρείχαν. Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου, τους φίλους μου και όλους εκείνους τους ανθρώπους που βρίσκονταν γύρω μου όλον αυτόν τον καιρό, για την στήριξη, την συμπαράσταση και την υπομονή τους.

Περίληψη

Η παρούσα εργασία μελετά την ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, τόσο σε θεωρητικό, όσο και σε πρακτικό επίπεδο. Στο πλαίσιο αυτής της μελέτης, περιγράφονται αρχικά τα βασικά χαρακτηριστικά, οι θεωρητικές δυνατότητες, καθώς και τα αποτελέσματα της νέας μορφής επιχειρηματικότητας που συνδυάζει το επιχειρείν με την κοινωνική αποστολή. Επιπροσθέτως, επιχειρείται να διασαφηνισθεί εάν μέχρι σήμερα και σε ποιο βαθμό η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει καταφέρει στην πράξη να προσφέρει μια βιώσιμη λύση για την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση και διαχείριση των οικονομικών πόρων της ανθρωπότητας, για την επίλυση των οικολογικών προβλημάτων, τη μείωση των οικονομικών ανισοτήτων και των συνεπακόλουθων κοινωνικών προβλημάτων, όπως η φτώχεια, ο υποσιτισμός και οι άσχημες συνθήκες υγιεινής οι οποίες αποτελούν την καθημερινότητα ενός σημαντικού μέρους του πληθυσμού στον πλανήτη.

Λέξεις κλειδιά:

Κοινωνική επιχειρηματικότητα, Κοινωνική Οικονομία, Κοινωνική Αξία, Αποτυχίες της Αγοράς, Εξωτερικότητες, Βιώσιμη Ανάπτυξη Συνεταιρισμός, Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση, Ελλάδα

Abstract

The subject of this study is the development of social entrepreneurship, both theoretically and practically. As part of this work, an effort will be made to present the social entrepreneurship as fully as possible to the reader, in order to learn about its basic characteristics, goals and perspectives.

In the first chapter, after presenting the social economy, we are going to analyze social entrepreneurship. Notably, attention will be given to the theoretical background, the various definitions, motives and modes of operation. We will also refer to the creation of social value, social innovation and the issue of funding. In the second chapter, we see the treatment of the social economy by various states in the world. Greater emphasis is placed on the spread of the social economy in the European Union. There is also the penetration at university and research level, as well as the various organizations working on its development and diffusion. In the next chapter we continue with the focus on the case of Greece, and especially with the historical course, the figures, the dynamics and the institutional framework established by the state. Finally, in the fourth chapter, there are some case studies of social enterprises from the real economy.

Key words:

Social Entrepreneurship, Social Economy, Social Value, Innovation, Market failures, Externalities, Sustainable Development, Cooperation, Social Cooperative Company, Greece

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	9
Κεφάλαιο Πρώτο	
Βασικές έννοιες και μορφές της κοινωνικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας	13
1.1 Η έννοια της κοινωνικής οικονομίας	14
1.2 Οι οντότητες της κοινωνικής οικονομίας	15
1.3 Η κοινωνική επιχειρηματικότητα	18
1.4 Ο ρόλος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην κοινωνία και στις αγορές ..	20
1.5 Τα κίνητρα και οι στόχοι της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας	23
1.6 Συλλογική ιδιοκτησία και δημοκρατική οργάνωση	25
1.7 Η δημιουργία κοινωνικής αξίας	26
1.8 Οικονομική και τεχνολογική καινοτομία και εντοπισμός ευκαιριών	29
1.9 Η κοινωνική επιχειρηματικότητα και το εξωτερικό της περιβάλλον	32
1.10 Χρηματοδότηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας	33
1.11 Προσανατολισμός των κοινωνικών επιχειρήσεων στις τοπικές αγορές	36
1.12 Εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα	36
Κεφάλαιο Δεύτερο	
Η Κοινωνική Οικονομία στην Ευρωπαϊκή Ένωση και σε άλλες χώρες	38
2.1 Η κοινωνική επιχειρηματικότητα διεθνώς	38
2.2 Η άνοδος της κοινωνικής οικονομίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση	39
2.3 Η κοινωνική οικονομία στην Ευρωπαϊκή Ένωση σε αριθμούς	39
2.4 Πανεπιστήμια και κοινωνική επιχειρηματικότητα	42
2.5 Οργανισμοί που υποστηρίζουν τις Κοινωνικές Επιχειρήσεις	43
Κεφάλαιο Τρίτο	
Η Κοινωνική Οικονομία Στην Ελλάδα	45
3.1 Θεσμικό πλαίσιο για την κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα	45
3.1.1 Το νομοθετικό πλαίσιο για την Κοινωνική οικονομία έως το 1998	45
3.1.2 Το νομοθετικό πλαίσιο για την Κοινωνική οικονομία μετά το 1999	47
3.2 Γενικό Μητρώο και Ειδική Γραμματεία Κ.ΑΛ.Ο.	51
3.3 Ο αριθμός των φορέων της κοινωνικής οικονομίας στην Ελλάδα	51
3.4 Κατανομή φορέων Κ.ΑΛ.Ο ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας	55

3.5 Η γεωγραφική κατανομή των φορέων κοινωνικής οικονομίας στην Ελλάδα ...	58
3.6 Το μέσο μέγεθος των εγγεγραμμένων φορέων κοινωνικής οικονομίας	59
3.7 Κύκλος εργασιών	60
3.8 Κερδοφορία	61
3.9 Φορείς και δράσεις υποστήριξης των Κοινωνικών Επιχειρήσεων	62
Κεφάλαιο Τέταρτο	
Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα στην πράξη	64
4.1 Συνεταιρισμοί.....	65
4.2 Κοινωνικές Επιχειρήσεις Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας	75
4.2.1 Βιώσιμη Ανάπτυξη.....	75
4.2.2 Κοινωνικές επιχειρήσεις με στόχο την παροχή υπηρεσιών γενικού συμφέροντος	79
4.3 Κοινωνικές Επιχειρήσεις Ένταξης	83
4.3.1 Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.)	84
4.3.2 Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Ένταξης Ειδικών Ομάδων	85
4.3.3 Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Ένταξης Ευάλωτων Ομάδων	86
Αντί επιλόγου.....	87
Βιβλιογραφία - Πηγές	90

Κατάλογος πινάκων

Πίνακας Π.Ι.1.	Η επιχειρηματική διαδικασία.....	29
Πίνακας Π.ΙΙ.1.	Αριθμός επιχειρήσεων & οργανισμών στους τομείς της κοινωνικής οικονομίας στην ΕΕ, 2015.....	40
Πίνακας Π.ΙΙ.2.	Αμειβόμενοι εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις και οργανισμούς της κοινωνικής οικονομίας στην ΕΕ, 2015.....	41
Πίνακας Π.ΙΙ.3.	Αριθμός μελών & εθελοντών στην κοινωνική οικονομία στην ΕΕ, 2015.....	42
Πίνακας Π.ΙΙΙ.1.	Η κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα (2012).....	52
Πίνακας Π.ΙΙΙ.2.	Εκτιμώμενος Αριθμός Κοινωνικών Επιχειρήσεων στην Ελλάδα- European Commission (2014)	53
Πίνακας Π.ΙΙΙ.3.	Εκτιμώμενος Αριθμός Κοινωνικών Επιχειρήσεων στην Ελλάδα- British Council (2017)	53
Πίνακας Π.ΙΙΙ.4.	Εγγραφές στο Γενικό Μητρώο Κοινωνικής Οικονομίας.....	54
Πίνακας Π.ΙΙΙ.5.	Αριθμός εγγεγραμμένων φορέων Κ.ΑΛ.Ο. στο Γενικό Μητρώο (2018)	54
Πίνακας Π.ΙΙΙ.6.	Βασικά στοιχεία για Κοιν.Σ.Επ. στην Ελλάδα.....	55
Πίνακας Π.ΙΙΙ.7.	Συνολικά στοιχεία ανά κλάδο έτους 2015.....	56
Πίνακας Π.ΙΙΙ.8.	Συνολικά στοιχεία ανά κλάδο έτους 2016.....	57
Πίνακας Π.ΙΙΙ.9.	Αριθμός εγγεγραμμένων φορέων Κ.ΑΛ.Ο. ανά Περιφέρεια, (2018)	59
Πίνακας Π.ΙΙΙ.10.	Αριθμός μελών φορέων Κ.ΑΛ.Ο. (2018)	59
Πίνακας Π.ΙΙΙ.11.	Κατανομή των φορέων Κ.ΑΛ.Ο κατά τάξη μεγέθους κύκλου εργασιών έτους 2015.....	60
Πίνακας Π.ΙΙΙ.12.	Κατανομή των φορέων Κ.ΑΛ.Ο. κατά τάξη μεγέθους κύκλου εργασιών έτους 2016.....	60
Πίνακας Π.ΙΙΙ.13.	Κέρδη ή ζημίες φορέων Κ.ΑΛ.Ο. έτους 2015.....	61
Πίνακας Π.ΙΙΙ.14.	Κέρδη ή ζημίες φορέων Κ.ΑΛ.Ο. έτους 2016.....	62
Πίνακας Π.ΙV.1.	Οι βασικές αρχές του Rochdale (1844).....	71

Κατάλογος διαγραμμάτων

Διάγραμμα Δ.ΙΙ.1	Γεωγραφική κατανομή των φορέων ΚΑΛΟ ανά περιφέρεια στην Ελλάδα, 2015.....	58
------------------	---	----

Εισαγωγή

Σύμφωνα με τον οικονομολόγο William Baumol (2004), από τα αρχαία χρόνια μέχρι περίπου το 1700, δηλαδή για σχεδόν δύο χιλιάδες χρόνια, η οικονομική ανάπτυξη που υπήρξε στον πλανήτη ήταν πολύ μικρή, κοντά στο μηδέν. Πρακτικά, αυτό σημαίνει ότι οι κάτοικοι της αρχαίας Ρώμης δεν υστερούσαν ιδιαίτερα, ως προς τα καταναλωτικά αγαθά που χρησιμοποιούσαν, σε σύγκριση με τους ανθρώπους του 18^{ου} αιώνα. Με την επικράτηση του καπιταλισμού και τη βιομηχανική επανάσταση, η οικονομική ανάπτυξη των τριών τελευταίων αιώνων ήταν ραγδαία (Baumol, 2004). Ωστόσο, παρά τη θεαματική άνοδο του βιοτικού επιπέδου που επιτεύχθηκε με τον εκτεταμένο καταμερισμό της εργασίας, τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων και την επικράτηση του οικονομικού συστήματος της ελεύθερης αγοράς στις περισσότερες χώρες του πλανήτη, η κοινωνία βρίσκεται αντιμέτωπη με μια πληθώρα οικονομικών και περιβαλλοντολογικών προβλημάτων που το θέτουν υπό αμφισβήτηση (Matsui & Ikemoto, 2015).

Ένα από σοβαρότερα προβλήματα που καλείται να λύσει η ανθρωπότητα, είναι η εξάντληση των φυσικών πόρων και η οικολογική καταστροφή. Οι επιστήμονες κρούουν διαρκώς τον κώδωνα του κινδύνου, καθώς ο πλανήτης δείχνει να βρίσκεται στα όριά του. Η αύξηση της θερμοκρασίας, η διεύρυνση της τρύπας του όζοντος με παράλληλη άνοδο στα επίπεδα του διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα, η μείωση στο διαθέσιμο πόσιμο νερό και η αποψίλωση των δασών είναι μερικές μόνο από τις αρνητικές επιπτώσεις (Ripple, Wolf et al, 2017). Έρευνες επισημαίνουν ότι ο σημερινός πληθυσμός της Γης είναι πιθανόν υπερδιπλάσιος σε σχέση με αυτόν που θα έπρεπε να είναι, ούτως ώστε να διατηρείται ένα καλό βιοτικό επίπεδο χωρίς την επιβάρυνση του πλανήτη (Lianos & Psiridis, 2015). Επομένως, δεν θα ήταν υπερβολή να υποστηρίξουμε ότι ενώ κατά τον 21^ο αιώνα η επιστημονική εξέλιξη και η τεχνολογική πρόοδος έχει ξεπεράσει κάθε προηγούμενο, το ανθρώπινο γένος βρίσκεται αντιμέτωπο με τεράστιες προκλήσεις, οι οποίες χρήζουν άμεσης αντιμετώπισης, εάν η ανθρωπότητα επιθυμεί να συνεχιστεί η ζωή στον πλανήτη μας όπως την έχουμε γνωρίσει μέχρι σήμερα.

Εκτός από τις περιβαλλοντολογικές επιβαρύνσεις, οι οικονομικές ανισότητες είναι ένα εξίσου σοβαρό πρόβλημα που ταλανίζει τις σύγχρονες κοινωνίες. Με βάση έρευνα του Ο.Ο.Σ.Α., το 2012, το πλουσιότερο 1% του πλανήτη, κατέχει το 50% του πλούτου (OECD, 2015). Ο υποσιτισμός και η έλλειψη σε βασικά αγαθά για την διαβίωση, καθιστούν την ζωή μεγάλου μέρους του πληθυσμού σε μια καθημερινή μάχη για την επιβίωση. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Παγκόσμιας Τράπεζας, το 2015 περισσότερο από το ένα δέκατο του πληθυσμού της γης και συγκεκριμένα 736 εκατ. άνθρωποι (World Bank, 2018) ζουν με εισόδημα μικρότερο από 1,90 \$ την ημέρα. Η δημογραφική αύξηση σε σχέση με τους υφιστάμενους φυσικούς πόρους φαίνεται να προδιαγράφει ένα ζοφερό μέλλον για την ανθρωπότητα και για το λόγο αυτό συνιστά ένα ακόμη ζήτημα που ανησυχεί τους επιστήμονες και τις κυβερνήσεις. Ο συνολικός πληθυσμός της Γης κατά τα τελευταία εβδομήντα χρόνια έχει αυξηθεί ραγδαία. Το 2017 υπολογίζεται σε 7,55 δις και αναμένεται να προσεγγίζει τα 10 δις το 2050, όταν το 1950 ζούσαν στη Γη μόλις 2,536 δις άνθρωποι (UN, 2017). Η δημογραφική αυτή αύξηση σε συνδυασμό με τον πολλαπλασιασμό των ανθρωπίνων αναγκών, ειδικά στις χώρες του Δυτικού κόσμου, φαίνεται να απαιτεί ολοένα και περισσότερους πόρους, οι οποίοι, δυστυχώς, δεν είναι ανεξάντλητοι.

Οι μηχανισμοί της αγοράς και οι επιχειρήσεις, καθώς επίσης και οι κυβερνήσεις των κρατών, οι μεγάλοι διεθνείς οργανισμοί και οι διάφορες κοινωφελείς οργανώσεις, δεν φαίνονται ικανές να μπορέσουν να λύσουν τα μεγάλα

κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά προβλήματα που ταλανίζουν την ανθρωπότητα. Στη σχετική βιβλιογραφία επικρατεί η άποψη ότι το οικονομικό σύστημα της αγοράς και οι επιχειρήσεις, λειτουργώντας με μοναδικό στόχο τη μεγιστοποίηση του κέρδους τους, όχι μόνο δε μπορούν να εξαλείψουν τα μεγάλα οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά προβλήματα, αλλά αντιθέτως τα επιτείνουν. Σύμφωνα με τον Muhammad Yunus, έναν από τους μεγαλύτερους κοινωνικούς επιχειρηματίες και ιδρυτή της Grameen Bank στο Μπαγκλαντές, ο κύριος λόγος που τόσα πολλά προβλήματα μένουν άλυτα, είναι η μονοδιάστατη αντίληψη που επικρατεί στο πλαίσιο του υπάρχοντος οικονομικού συστήματος σχετικά με τις ανθρώπινες επιδιώξεις. Στο καπιταλιστικό σύστημα, η βασική επιδίωξη είναι η δημιουργία επιχειρηματικών κερδών (Nicholls, 2006). Ωστόσο, η ανθρώπινη ευημερία δεν συναρτάται μόνο από αυτή τη διάσταση. Το γεγονός ότι τα πράγματα δεν πάνε καλά ίσως δεν οφείλεται μόνο σε πιθανές αποτυχίες της αγοράς, αλλά και στις υφιστάμενες αντιλήψεις των ανθρώπων σχετικά με εφικτούς τρόπους παραγωγής και επιβίωσης.

Στο πλαίσιο των πολλών και μεγάλων προκλήσεων που αντιμετωπίζει ο πλανήτης μας τον 21^ο αιώνα, η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, για μια ομάδα επιστημόνων και κοινωνικών ακτιβιστών, συνιστά μια όαση στην έρημο, η οποία εάν γενικευθεί θα μπορούσε να χαράξει μια καινούρια πορεία για την κοινωνία μας αλλά και για τον πλανήτη, μια πορεία που κρίνεται επιβεβλημένη. Η σπουδαιότητα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και ο κυριότερος λόγος που έχει τραβήξει τα βλέμματα των ερευνητών οφείλεται κατά την άποψη ορισμένων μελετητών στο ότι δεν προσπαθεί απλά να βρει λύση σε κάποιο κοινωνικό πρόβλημα, αλλά προσπαθεί να αλλάξει το κοινωνικό σύστημα προς το καλύτερο (Singh, 2016). Η κοινωνική επιχειρηματικότητα, οδηγούμενη από μια νέα γενιά πραγματιστών, καινοτόμων και με όραμα κοινωνικών ακτιβιστών και των δικτύων τους, δανείζεται επιλεκτικά στοιχεία από επιχειρηματικά, φιλανθρωπικά και κοινωνικά μοντέλα για να επαναπροσδιορίσει τις λύσεις στα προβλήματα της κοινότητας και να προσφέρει μια νέα βιώσιμη κοινωνική αξία (Nicholls, 2006).

Ειδικότερα, η κοινωνική επιχειρηματικότητα, σύμφωνα με τη σχετική βιβλιογραφία, μπορεί να είναι ωφέλιμη τόσο για την κοινωνία ως σύνολο, όσο και για επιμέρους κοινωνικές ομάδες. Στους κοινωνικούς επιχειρηματίες μπορεί να προσφέρει μεγαλύτερη κερδοφορία, αύξηση του όγκου πωλήσεων, μεγαλύτερη ικανοποίηση και αφοσίωση των πελατών, καθώς και μια γενικότερη βελτίωση της εταιρικής φήμης. Στις κοινωνικές ομάδες-στόχους δύναται να αμβλύνει την περιθωριοποίησή τους, να τους εντάξει στην κοινωνία και να βελτιώσει τα εισοδήματά τους. Το κράτος ωφελείται επίσης από την κοινωνική επιχειρηματικότητα, καθώς όσο μειώνονται τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα, τόσο βελτιώνεται η εικόνα των πολιτών για την κρατική αποτελεσματικότητα (Cernikovaite & Lauzikas, 2011).

Η επέκταση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και η αποδοχή της σπουδαιότητάς της, ωστόσο, δεν είναι καθολική. Υπάρχουν ερευνητές οι οποίοι είναι επιφυλακτικοί και, χωρίς να απορρίπτουν κατηγορηματικά ότι η νέα μορφή αυτή του επιχειρείν θα μπορούσε να συμβάλει στη βελτίωση του οικονομικού συστήματος ή στην ριζική ανατροπή προς το συμφέρον της ανθρωπότητας, τονίζουν ότι τα ζητήματα αυτά δεν έχουν διερευνηθεί επαρκώς. Κατά τους Dacin et al (2010) το ερευνητικό ενδιαφέρον εστιάζεται κυρίως σε πρακτικά ζητήματα και μελέτες περίπτωσης. Η ακαδημαϊκή κοινότητα δεν έχει επιδείξει μέχρι σήμερα ένα ουσιαστικό ενδιαφέρον για το ζήτημα αυτό (Dacin & Dacin, 2011). Ο αριθμός των επιστημονικών δημοσιεύσεων σε έγκυρα διεθνή περιοδικά πάνω σε αυτό το θέμα δεν

είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικός. Ενδεικτικό της έλλειψης ενδιαφέροντος των επιστημόνων είναι η μικρή συμμετοχή τους σε συνέδρια και εκδηλώσεις. Οι υποστηρικτές της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, όπως φαίνεται από τα δημοσιευμένα άρθρα, ομιλίες αλλά και τις εκδηλώσεις, είναι στην πλειονοψηφία τους οι ίδιοι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες ή μέλη οργανισμών που υποστηρίζουν την κοινωνική επιχειρηματικότητα (Nicholls, 2006; Dacin & Dacin, 2011). Εξαιτίας αυτής της σύνθεσης, οι εργασίες τους είναι συνήθως περιγραφικές και απουσιάζει η θεωρητική τεκμηρίωση. Η απουσία ενός θεωρητικού υπόβαθρου αντανακλάται ακόμη στους δεκάδες ορισμούς που δίδονται στην κοινωνική επιχειρηματικότητα από διάφορους συγγραφείς. Αν και ορισμένα στοιχεία φαίνεται να είναι κοινά με την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα, όπως η δημιουργία οικονομικής αξίας, ο εντοπισμός και η αξιοποίηση ευκαιριών, η καινοτομία, τα νέα στοιχεία που καθιστούν διακριτή και άξια μελέτης την κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν έχουν ακόμη διασαφηνισθεί πλήρως.

Η διπλωματική εργασία θα επιχειρήσει να συμβάλει προς αυτή την κατεύθυνση, περιγράφοντας και αναλύοντας τα κοινά στοιχεία καθώς επίσης και τις διαφορές στους εννοιολογικούς προσδιορισμούς της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Επειδή η δυσκολία ανάπτυξης μιας έγκυρης θεωρίας για την κοινωνική επιχειρηματικότητα οφείλεται σε ένα βαθμό στην έλλειψη πληροφόρησης σχετικά με την εφαρμογή της νέας μορφής επιχειρηματικότητας, το δεύτερο μέρος θα αφιερωθεί στη μελέτη και καταγραφή περιπτώσεων.

Η βιβλιογραφική επισκόπηση μπορεί να φανεί χρήσιμη για την ανάπτυξη θεωρίας. Λαμβάνοντας υπόψη το αριθμητικά περιορισμένο πλήθος μελετών, στόχος μας είναι η καταγραφή ορισμένων εμπειρικών κανονικοτήτων, οι οποίες θα μπορούσαν να αποτελέσουν τις υποθέσεις εργασίας μελλοντικών εμπειρικών ερευνών, και ως εκ τούτου να συμβάλλουν στην ανάπτυξη της θεωρίας. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, το ανά χείρας έργο δεν θα περιορισθεί στην καταγραφή μόνο θετικών και επιτυχημένων παραδειγμάτων, αλλά θα εστιάσει εξίσου σε ανεπιτυχή παραδείγματα, με την πεποίθηση ότι η καταγραφή και ανάλυση των λαθών του παρελθόντος μπορεί να συμβάλει ώστε να μην επαναληφθούν (Dacin & Dacin, 2011). Μια ακόμη ψευδαίσθηση που εμποδίζει την ανάπτυξη μιας έγκυρης θεωρητικής προσέγγισης για την κοινωνική επιχειρηματικότητα και την οποία θα επιχειρήσει να διαλύσει η παρούσα εργασία είναι η εξιδανίκευση του κοινωνικού επιχειρηματία, προσδίδοντάς του χαρακτηριστικά σχεδόν ηρωικά. Στην πλειονότητα των περιπτώσεων, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες περιγράφονται ως οι φορείς της ανιδιοτέλειας, του πάθους, της όρεξης για δουλεία, της εφευρετικότητας, της αγάπης για την κοινωνία και της διορατικότητας, ικανοί για την πραγματοποίηση των κοινωνικών αλλαγών! Πρόκειται για ένα ακόμη αφήγημα που συσκοτίζει την πραγματικότητα. Παρόλο που αρκετές φορές αυτά τα στοιχεία ίσως να χαρακτηρίζουν ένα άτομο, στην πράξη οι κοινωνικοί επιχειρηματίες δεν παύουν να είναι απλοί καθημερινοί άνθρωποι και οπωσδήποτε όχι μεσσίες (Dacin & Dacin, 2011). Με αυτή τη σκέψη, θα προσπαθήσουμε να περιγράψουμε τα βασικά χαρακτηριστικά του κοινωνικού επιχειρηματία, αλλά και τα μειονεκτήματα και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει η επιτέλεση της επιχειρηματικής λειτουργίας σε κοινωνικούς όρους.

Η διερεύνηση σε θεωρητικό και σε πρακτικό επίπεδο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, αντικείμενο της διπλωματικής εργασίας, ξεκινά με την περιγραφή της θεωρίας για την κοινωνική επιχειρηματικότητα, περιγράφοντας τις θεωρητικές δυνατότητες αλλά και τα αποτελέσματα της νέας αυτής μορφής επιχειρηματικότητας που συνδυάζει το επιχειρείν με την κοινωνική αποστολή.

Εξηγείται αναλυτικά γιατί σε ένα τουλάχιστον θεωρητικό πλαίσιο η δράση των κοινωνικών επιχειρηματιών μπορεί να συνεισφέρει στην επίλυση των οικολογικών προβλημάτων, στη μείωση των οικονομικών ανισοτήτων και των συνεπακόλουθων κοινωνικών προβλημάτων, όπως η φτώχεια, ο υποσιτισμός και οι άσχημες συνθήκες υγιεινής οι οποίες αποτελούν την καθημερινότητα ενός σημαντικού μέρους του πληθυσμού στον πλανήτη. Στη συνέχεια η παρούσα εργασία εστιάζει στην περιγραφή της ανάπτυξης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην πράξη, με στόχο να απαντήσει εάν η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί πράγματι να προσφέρει μια βιώσιμη και ρεαλιστική λύση (Teasdale, 2011) για την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση και διαχείριση των πόρων που διαθέτει η ανθρωπότητα. Διαφορετικά, μήπως πρόκειται για μια νέα χίμαιρα ή ψευδαίσθηση ότι αυτή προσφέρει ένα εναλλακτικό δρόμο για την επίλυση των πολλών και ποικίλων προβλημάτων τα οποία αντιμετωπίζει σήμερα η ανθρωπότητα και δεν φαίνεται να μπορούν να επιλυθούν στο πλαίσιο του υπάρχοντος οικονομικού συστήματος της αγοράς; Το κύριο ζήτημα που επιχειρείται να διασαφηνισθεί στο πλαίσιο αυτής της μελέτης είναι το κατά πόσο η κοινωνική επιχειρηματικότητα συνιστά μια ειδική περίπτωση της παραδοσιακής επιχειρηματικότητας η οποία λειτουργεί στο πλαίσιο της ελεύθερης αγοράς, ή δηλώνει μία εναλλακτική μορφή οργάνωσης και διαχείρισης, η οποία θα μπορούσε να γενικευθεί (Dacin et al, 2010; Dacin & Dacin, 2011).

Η διπλωματική εργασία ολοκληρώνεται σε τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο, αφού αρχικά παρουσιάζεται η έννοια της κοινωνικής οικονομίας, στη συνέχεια αναλύεται η κοινωνική επιχειρηματικότητα. Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στις θεωρίες, στους διάφορους ορισμούς, στα κίνητρα και στους τρόπους λειτουργίας της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Επίσης συζητούνται τα θέματα που σχετίζονται με τη δημιουργία κοινωνικής αξίας, την κοινωνική καινοτομία και τρόπους χρηματοδότησης. Στο δεύτερο κεφάλαιο καταγράφουμε και αναλύουμε τους τρόπους αντιμετώπισης της κοινωνικής οικονομίας από τα διάφορα κράτη. Μεγάλη έμφαση δίνεται στην εξέλιξη και εξάπλωση της κοινωνικής οικονομίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Ο ρόλος που διαδραματίζουν τα πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και οι διεθνείς οργανισμοί στην εξέλιξη και στη διάδοση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι επίσης ένα από τα επιμέρους γνωστικά αντικείμενα της παρούσας εργασίας. Στο επόμενο κεφάλαιο εξετάζεται η περίπτωση της Ελλάδας, και κυρίως καταγράφεται και αναλύεται η ιστορική πορεία, τα αριθμητικά μεγέθη, και η δυναμική της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στον ελλαδικό χώρο, καθώς επίσης και το θεσμικό πλαίσιο για την κοινωνική οικονομία που έχει θεσπιστεί από το Ελληνικό κράτος. Τέλος, στο τέταρτο κεφάλαιο, ακολουθεί η ενδεικτική καταγραφή επιτυχημένων καθώς και αποτυχημένων παραδειγμάτων ανάπτυξης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας σε διάφορους κρίσιμους τομείς, τα οποία έχουν αναπτυχθεί από τον 18ο αιώνα και έκτοτε και προέρχονται από όλα τα μήκη και πλάτη της γης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

Βασικές έννοιες και μορφές της κοινωνικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας

Η κοινωνική οικονομία αποτελεί ένα ευρύτερο σύνολο ατόμων και οντοτήτων που δραστηριοποιούνται για την προάσπιση των δικαιωμάτων και την ευημερία της κοινωνίας. Καθώς η ανθρωπότητα δημιουργούσε διαχρονικά άνισες και άδικες κοινωνίες, η ανάγκη για αντιμετώπιση των προβλημάτων τους προκύπτει διαρκώς. Έτσι εμφανίζονται ομάδες ατόμων οι οποίες τοποθετούν το συλλογικό συμφέρον πάνω από το ατομικό. Λέξεις όπως αλληλεγγύη, αμοιβαιότητα, βοήθεια προς τον συνάνθρωπο τις συναντάμε καθημερινά στο δημόσιο διάλογο. Η κοινωνική οικονομία αποτελεί μία πολύ ευρεία έννοια που περιλαμβάνει μεγάλο πλήθος οικονομικών δρώντων.

Μέρος της κοινωνικής οικονομίας αποτελεί και η κοινωνική επιχειρηματικότητα. Πρόκειται για ένα νέο φαινόμενο, που γνωρίζει ιδιαίτερη άνθιση τα τελευταία χρόνια. Αν και υπάρχουν αρκετές αναφορές και πλήθος ερευνητών που ασχολούνται με το αντικείμενο, εντούτοις βρίσκεται αντιμέτωπη με ένα θεμελιώδες πρόβλημα. Αυτό είναι η απουσία της κατάλληλης θεωρίας που θα ερμηνεύει και θα αναλύει το συγκεκριμένο φαινόμενο. Οι περισσότεροι ερευνητές εστιάζουν απλά σε κάποια χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιχειρηματιών και των κοινωνικών επιχειρήσεων, χωρίς να εμβαθύνουν περαιτέρω στα δομικά στοιχεία τους. Άλλοι μελετητές προβάλλουν τις επιτυχημένες περιπτώσεις κοινωνικών επιχειρήσεων με σκοπό να τονίσουν τη σπουδαιότητά τους και να παρακινήσουν ανθρώπους να λειτουργήσουν τις επιχειρήσεις τους κατ' αυτόν τον τρόπο. Είναι ελάχιστοι εκείνοι οι οποίοι επιδιώκουν την δημιουργία μιας ολοκληρωμένης θεωρίας, στα πρότυπα των λοιπών θεωρητικών σχολών σκέψης της οικονομικής επιστήμης.

Μπορεί η σπουδαιότητά της κοινωνικής επιχειρηματικότητας ως οικονομικό φαινόμενο, για την δημιουργία νέων επιχειρηματικών μοντέλων και την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων, να είναι υπαρκτή, χρειάζεται όμως πρώτα να αποδειχθεί. Ακόμη, τα όριά της παραμένουν ασαφή σε σχέση με τα υπόλοιπα επιστημονικά πεδία, με ένα μεγάλο πλήθος δραστηριοτήτων οι οποίες χαρακτηρίζονται ως κοινωνικά επιχειρηματικές. Επομένως απαιτείται μία θεωρία που να ξεκαθαρίζει τι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα, ποιος είναι ο ρόλος της στο οικονομικό σύστημα, ποιες οι σχέσεις με τις άλλες θεωρίες καθώς και να περιγράφει και να προβλέπει την πραγματικότητα στην οποία δραστηριοποιούνται οι κοινωνικοί επιχειρηματίες (Santos, 2012). Οι ερευνητές που ενδιαφέρονται πραγματικά για αυτή τη νέα μορφή επιχειρηματικότητας θα πρέπει να συμβάλλουν προς αυτήν την κατεύθυνση.

Στο επόμενο κεφάλαιο θα διευκρινισθεί η έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας σε σύγκριση με την κλασική επιχειρηματικότητα. Επίσης θα περιγραφούν τα χαρακτηριστικά του κλασικού και κοινωνικού επιχειρηματία, καθώς και οι συνέπειες της δράσης τους όσον αφορά την αποτελεσματικότητα, την οικονομική μεγέθυνση και τη διανομή του εισοδήματος. Δεδομένου ότι έχουν δοθεί διάφορες ερμηνείες στην επιχειρηματικότητα από τους οικονομολόγους, η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί να αποτελέσει μία ακόμη μορφή της παραδοσιακής επιχειρηματικότητας; Η σύγκριση και η σύνδεση με τις υπόλοιπες μορφές επιχειρηματικότητας, θα μπορούσε να συνεισφέρει στην πληρέστερη θεωρητική θεμελίωση και στον εμπλουτισμό του εννοιολογικού της περιεχομένου με νέα γνωρίσματα (Dacin et al, 2010; Dacin & Dacin, 2011). Τέλος θα αναλυθούν κάποιες

σημαντικές παράμετροι όπως η κοινωνική καινοτομία και η δημιουργία κοινωνικής αξίας.

1.1 Η έννοια της κοινωνικής οικονομίας

Από την αρχαιότητα ήταν συχνές οι φιλανθρωπίες και οι δράσεις ατόμων προς όφελος της κοινότητας και των συνανθρώπων τους. Ο όρος "κοινωνική οικονομία" πιθανόν εμφανίζεται για πρώτη φορά το 1830, από τον Γάλλο οικονομολόγο Charles Dunoyer. Εκείνη την περίοδο ανθεί στη Γαλλία μια ομάδα κοινωνικών οικονομολόγων, οι οποίοι επηρεασμένοι από τους Thomas Malthus και J.C.L.de Sismondi, επισημαίνουν τα προβλήματα του οικονομικού συστήματος της αγοράς και τις αποτυχίες της αγοράς. Καθώς δεν αναζητούν τη δημιουργία ενός εναλλακτικού συστήματος που θα αντικαταστήσει το υπάρχον, τοποθετούν την κοινωνική οικονομία εντός αυτού. Η συζήτηση για την κοινωνική οικονομία κατά το 18ο αιώνα έχει ως βασικό άξονα την προστασία των πιο αδύναμων και ευάλωτων κοινωνικών ομάδων, μέσω της αυτοοργάνωσης τους, ως μια απάντηση στις αλλαγές των συνθηκών διαβίωσης που επέφερε η βιομηχανική επανάσταση (CIRIEC, 2012).

Οι βασικότερες οργανωτικές δομές της κοινωνικής οικονομίας που αναπτύσσονται από τα μέσα του 18ου και στις αρχές του 19ου αιώνα είναι οι συνεταιρισμοί, τα ταμεία αμοιβαίας ασφάλισης, οι ενώσεις και τα μη κερδοσκοπικά ιδρύματα. Στο δεύτερο μισό του 19ου αιώνα, υπάρχει η σημαντική επιρροή δύο σπουδαίων οικονομολόγων, των John Stuart Mill και Leon Walras. Ο Mill δίνει μεγάλη προσοχή στον συνεταιριστικό τρόπο παραγωγής, αξιολογώντας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά του και καταλήγει στο συμπέρασμα ότι είναι σωστή η προώθησή του καθώς έχει οικονομικά και ηθικά οφέλη. Μάλιστα, συνέβαλε στην θέσπιση του πρώτου νόμου που ρυθμίζει θέματα σχετικά με τους συνεταιρισμούς παγκοσμίως και ψηφίστηκε στη Μ. Βρετανία το 1852. Ο Walras υποστηρίζει την σημαντική συμβολή των συνεταιρισμών στην επίλυση των κοινωνικών συγκρούσεων, επειδή κάνει τον κόσμο λιγότερο καπιταλιστικό και περισσότερο ηθικό και δημοκρατικό και συνέβαλλε στον καθορισμό των διαφόρων μορφών της κοινωνικής οικονομίας, όπως οι συνεταιρισμοί, τα ταμεία αμοιβαίας ασφάλισης και ενώσεις αλληλοβοήθειας, όπως παραμένουν γνωστές ακόμα (CIRIEC, 2012).

Στις μέρες μας, η κοινωνική οικονομία τοποθετείται μεταξύ του κοινωνικού τομέα και της αγοράς. Περιλαμβάνει μεγάλη πληθώρα διαφορετικών δραστηριοτήτων, στην προσπάθειά της να καλύψει τις ανάγκες της κοινωνίας. Μπορεί να προσανατολίζονται τόσο σε λειτουργίες των αγορών όσο και σε μη κερδοσκοπικές δράσεις. Η μεγάλη ποικιλομορφία των οργανισμών της κοινωνικής οικονομίας πέρα από τις δραστηριότητές της, εμφανίζεται και στο πλήθος νομικών οντοτήτων. Σύμφωνα με τους José Luis Monzón και Rafael Chaves ως κοινωνική οικονομία ορίζεται

"το σύνολο των ιδιωτικών, επίσημα οργανωμένων επιχειρήσεων, με αυτονομία αποφάσεων και ελευθερία συμμετοχής, που δημιουργήθηκαν για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των μελών τους μέσω της αγοράς, παράγοντας αγαθά και παρέχοντας υπηρεσίες, οικονομικές ή ασφάλισης, όπου η λήψη αποφάσεων και οποιαδήποτε διανομή κερδών ή πλεονασμάτων μεταξύ των μελών δεν συνδέονται άμεσα με το κεφάλαιο ή τις εισφορές κάθε μέλους, καθένα από τα οποία έχει μία ψήφο ή σε κάθε περίπτωση η λήψη αποφάσεων λαμβάνει χώρα μέσω δημοκρατικών και

συμμετοχικών διαδικασιών. Η κοινωνική οικονομία περιλαμβάνει επίσης ιδιωτικές οργανώσεις με τυπική οργάνωση, με αυτονομία αποφάσεων και ελευθερία συμμετοχής που παράγουν μη εμπορεύσιμες υπηρεσίες για τα νοικοκυριά και των οποίων τα πλεονάσματα, αν υπάρχουν, δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους οικονομικούς παράγοντες που τις δημιουργούν, ελέγχουν ή χρηματοδοτούν" (CIRIEC, 2012).

1.2 Οι οντότητες της κοινωνικής οικονομίας

Εμπορικές επιχειρήσεις όσο και μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, αναγνωρίζονται ως οι οντότητες της κοινωνικής οικονομίας. Για την ένταξη μιας οντότητας στο τομέα της κοινωνικής οικονομίας θα πρέπει να συντρέχουν οι εξής προϋποθέσεις: να είναι ιδιωτικές οργανώσεις και επιχειρήσεις που είναι επίσημα οργανωμένες υπό κάποια νομική μορφή, είτε έχουν σκοπό την ικανοποίηση ορισμένων κοινωνικών αναγκών είτε την δημιουργία κέρδους. Ακόμη, να στηρίζονται σε δημοκρατικές αρχές οργάνωσης, με αυτονομία των αποφάσεων και δική τους διοίκηση, και ελεύθερη συμμετοχή των μελών. Στην περίπτωση που επιτρέπεται η παραγωγή κερδών η διανομή τους θα πρέπει να γίνεται βάσει της εργασίας του κάθε μέλους και όχι του προκαταβληθέντος κεφαλαίου ή της χρηματικής εισφοράς του κάθε μέλους. Οι μη εμπορικές οντότητες της κοινωνικής οικονομίας είναι οργανισμοί και ιδρύματα ή άλλες νομικές μορφές που πραγματοποιούν μη κερδοσκοπικές δραστηριότητες για τα μέλη τους. Είναι συνήθως φιланθρωπικές, παροχής βοήθειας, εργατικές και καταναλωτικές ενώσεις, πολιτιστικές και διάφορες άλλες οργανώσεις κοινωνικού ενδιαφέροντος (CIRIEC, 2012).

Στις αγγλοσαξονικές χώρες και στις Η.Π.Α., με τον όρο Τρίτος Τομέας κατά τα πρώτα χρόνια περιγράφονταν οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, ενώσεις και ιδρύματα. Η εννοιολογική ταύτιση του μη κερδοσκοπικού οργανισμού με τον τρίτο τομέα ξεκίνησε στις Η.Π.Α. πριν από περίπου 40 χρόνια (Levitt, 1973). Στην αρχή αναφερόταν μόνο στους φιλανθρωπικούς οργανισμούς, τις δωρεές και τον εθελοντισμό. Στη συνέχεια όμως καθιερώθηκε ένας ευρύτερος ορισμός του τρίτου τομέα. Ο τελευταίος περιλαμβάνει οργανισμούς μη κερδοσκοπικούς που πληρούν πέντε προϋποθέσεις: α) ύπαρξη νομικής ή άλλης οργάνωσης και δομής., β) ιδιωτική, γ) αυτόνομη λειτουργία με δική της διοίκηση, δ) διανομή των κερδών, ε) εθελούσια εγγραφή των μελών και συμμετοχή εθελοντών στις δραστηριότητες τους. Σύμφωνα με τον Ο.Η.Ε. στο «Handbook on Non-profit Institutions» (UN, 2003), στον τρίτο τομέα ανήκει ένα μεγάλο και ετερογενές πλήθος μη κερδοσκοπικών οργανισμών με διάφορες νομικές μορφές, όπως ενώσεις και ιδρύματα, τα οποία αναπτύσσουν ένα μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων, παροχές υπηρεσιών σε φυσικά και νομικά πρόσωπα, φιλανθρωπίες κ.α.

Σε αντίθεση με τις ΗΠΑ, στην Ηπειρωτική Ευρώπη, τόσο οι εμπορικές όσο και οι μη εμπορικές οντότητες της κοινωνικής οικονομίας θεωρείται ότι ανήκουν στον Τρίτο Τομέα. Στην Ευρώπη ο όρος τρίτος τομέας χρησιμοποιείται ως συνώνυμο της κοινωνικής οικονομίας. Το εννοιολογικό αυτό πλαίσιο στηρίζεται σε διαφορετική προσέγγιση από εκείνη του μη κερδοσκοπικού οργανισμού, η οποία θέτει ως διακριτό στοιχείο για τον ορισμό της κοινωνικής οικονομίας την αμοιβαιότητα, την αλληλοβοήθεια και την αλληλεγγύη. Η προσέγγιση της αλληλέγγυας οικονομίας έχει αναπτυχθεί κυρίως στην Γαλλία και την Λατινική Αμερική και ορίζει ως οργανισμούς του τρίτου τομέα εκείνους τους οργανισμούς που παρέχουν δημόσια αγαθά που είναι απαραίτητα να έχουν όλοι πρόσβαση, όπως η εκπαίδευση και η υγειονομική περίθαλψη (CIRIEC, 2012). Θεωρητικά, υπεύθυνο για την παροχή αυτών των

αγαθών και υπηρεσιών είναι το κράτος πρόνοιας. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια η συνεχής αύξηση των αναγκών, σε συνδυασμό με τον πολλαπλασιασμό των κοινωνικών ομάδων που αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα προβλήματα, για παράδειγμα ηλικιωμένοι, άνεργοι και μετανάστες, καθιστούν απαραίτητη την ύπαρξη αυτών των οργανισμών.

Οι σύγχρονες οικονομίες, σύμφωνα με τη συζήτηση που έχει αναπτυχθεί στη Γαλλία, απαρτίζονται από τρεις πόλους, την αγορά, το κράτος και την αμοιβαιότητα ή αλληλοβοήθεια. Επειδή η οικονομία δε μπορεί να περιορίζεται μόνο σε ένα οικονομικό και εμπορικό πλαίσιο, η αλληλέγγυα οικονομία προσπαθεί να γεφυρώσει τους τρεις πόλους του συστήματος. Για τον λόγο αυτό, δημιουργούνται υβριδικές μορφές μεταξύ των αγορών, των κρατών και του εθελοντικού τομέα, που δε μπορούν να ερμηνευθούν από τις επικρατούσες οικονομικές θεωρίες. Η αλληλέγγυα οικονομία λειτουργεί στο πλαίσιο του υπάρχοντος οικονομικού συστήματος. Στην Λατινική Αμερική, ωστόσο, αναπτύσσεται μια διαφορετική αντίληψη για την αλληλέγγυα οικονομία, στην οποία έχει ως κύριο χαρακτηριστικό την κοινωνική αλλαγή. Η ανάπτυξή της θεωρείται ότι θα οδηγήσει σε μία άλλη εναλλακτική που θα αντικαταστήσει το καπιταλιστικό σύστημα (CIRIEC, 2012).

Υπό αυτό το πρίσμα της προσέγγισης της αλληλέγγυας οικονομίας, στην κοινωνική οικονομία και στον τρίτο τομέα δεν εντάσσονται μόνο οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί αλλά και οι "εμπορικές" επιχειρήσεις ή οργανώσεις της κοινωνικής οικονομίας που παράγουν για την αγορά και πωλούν τα προϊόντα τους σε μια βιώσιμη οικονομικά τιμή. Ο σκοπός των οντοτήτων της κοινωνικής οικονομίας είναι η ικανοποίηση των αναγκών των μελών τους μέσω της αυτοβοήθειας. Τα μέλη των οργανώσεων ή επιχειρήσεων και οι χρήστες των εν λόγω δραστηριοτήτων είναι συνήθως τα ίδια πρόσωπα. Η διανομή των κερδών και πλεονασμάτων δεν πραγματοποιείται ανάλογα με το κεφάλαιο ή τις εισφορές κάθε μέλους αλλά με βάση την εργασία και προσφορά στον οργανισμό ή στην επιχείρηση. Σύμφωνα με τη προσέγγιση της αλληλέγγυας οικονομίας, υπάρχουν διάφορες μορφές εμπορικών οργανώσεων και επιχειρήσεων που εντάσσονται στον τρίτο τομέα και στην κοινωνική οικονομία (CIRIEC, 2012):

α) Συνεταιρισμοί. Ως συνεταιρισμός ορίζεται μια αυτόνομη ένωση προσώπων, που ενώνονται οικειοθελώς για να ανταποκριθούν στις κοινές οικονομικές, κοινωνικές και πολιτιστικές ανάγκες και προσδοκίες τους, μέσω μιας κοινής ιδιοκτησίας και δημοκρατικά ελεγχόμενης επιχείρησης. Οι συνεταιρισμοί βασίζονται στις αξίες της αυτοβοήθειας, της υπευθυνότητας, της δημοκρατίας, της ισότητας, της δικαιοσύνης και της αλληλεγγύης. Στην Ευρώπη, ο συνεταιρισμός εργατών ανήκει στην κοινωνική οικονομία και στον τρίτο τομέα γιατί έχει ως στόχο την αμοιβαιότητα και την αλληλεγγύη και αυτοβοήθεια των μελών του. Ένας οικιστικός συνεταιρισμός μεριμνά για την στέγαση των μελών του και ένα αμοιβαίο ταμείο για την ασφάλισή τους. Για να επιτευχθούν οι στόχοι του συνεταιρισμού είναι πολύ πιθανό να χρειάζεται η βοήθεια και η συνεργασία ατόμων που δεν είναι μέλη (ICA, 2019).

β) Ταμεία αμοιβαίας ασφάλισης ή αλληλοβοήθειας. Η κεντρική ιδέα που οδήγησε στο σχηματισμό τους είναι η διαχείριση των κινδύνων του καθενός μέσω της συνεισφοράς σε ένα ταμείο, το οποίο κατέχεται από τα μέλη του. Υπάρχουν δύο βασικές κατηγορίες ταμείων αμοιβαίας ασφάλισης. Πρώτον, τα ταμεία κοινωνικής πρόνοιας που καλύπτουν την υγειονομική περίθαλψη και την ευημερία των ατόμων, συνήθως ηλικιωμένων ή ατόμων με αναπηρίες. Δεύτερον οι εταιρίες αμοιβαίας ασφάλισης που παρέχουν ασφάλιση σε αγαθά (π.χ. σπίτια, αμάξια) και ασφάλειες ζωής. Στόχος των ταμείων αυτών είναι να προστατέψουν τα πιο αδύναμα μέλη της

κοινωνίας. Καθώς δεν στηρίζονται σε εξωτερική χρηματοδότηση και δεν αποσκοπούν στην δημιουργία κέρδους, εμπεριέχουν μικρότερο ρίσκο πτώχευσης από αντίστοιχες εμπορικές επιχειρήσεις (European Parliament, 2011).

γ) Επιχειρηματικές ομάδες κοινωνικής οικονομίας. Όταν μια εταιρία κοινωνικής οικονομίας ή συνασπισμός εταιρειών ή οποιαδήποτε άλλη οργάνωση δημιουργεί και ελέγχει μια επιχειρηματική ομάδα για να βελτιώσει την επίτευξη των στόχων της προς όφελος των μελών της, αυτή η ομάδα θεωρείται ομάδα κοινωνικής οικονομίας, ανεξάρτητα από τη νομική μορφή που υιοθετεί.

δ) Κοινωνικές επιχειρήσεις. Αν κι έχουν διαφορετική μορφή από τις προηγούμενες, εντούτοις λειτουργούν με βάση τις ίδιες αρχές και με βασική επιδίωξη την ικανοποίηση κοινωνικών αναγκών αντί για την απόκτηση οικονομικού οφέλους.

ε) Άλλες επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας.

στ) Μη κερδοσκοπικά ιδρύματα που εξυπηρετούν φορείς κοινωνικής οικονομίας.

Τα τελευταία χρόνια έχει γνωρίσει ιδιαίτερη ανάπτυξη μια τρίτη προσέγγιση, αυτή της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, η οποία ορίζει την κοινωνική επιχείρηση ως την οντότητα που μπορεί να αναπτύξει ένα πολύ μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων, όπως εμπορικές δραστηριότητες με σκοπό το κέρδος ή άλλους κοινωνικούς σκοπούς. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα συνδυάζει την επιχειρηματικότητα με την κοινωνική αποστολή (Nicholls, 2006). Η κοινωνική επιχείρηση είναι τμήμα της κοινωνικής οικονομίας σύμφωνα με την δεύτερη προσέγγιση.

Με βάση όσα είδαμε προηγουμένως, έχουμε ουσιαστικά δύο βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις του τρίτου τομέα της οικονομίας, την κοινωνική οικονομία και τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Οι κυριότερες διαφορές τους είναι τρεις. Πρώτον, για τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, είναι απαραίτητη προϋπόθεση η μη διανομή των κερδών τους, δηλαδή είναι οργανισμοί που δεν δημιουργούνται για την οικονομική απόδοση. Αντίθετα, στην κοινωνική οικονομία, αν και αρκετοί οργανισμοί δεν αποσκοπούν σε κάποιο χρηματικό όφελος, δεν είναι απαραίτητη προϋπόθεση η μη διανομή των όποιων πλεονασμάτων προκύπτουν. Έτσι για παράδειγμα οι συνεταιρισμοί αποκλείονται με βάση τον πρώτο ορισμό αλλά όχι και με αυτόν της αλληλέγγυας οικονομίας. Δεύτερον, το κριτήριο της δημοκρατικής λειτουργίας είναι απαραίτητο για να ενταχθεί ένας οργανισμός στην κοινωνική οικονομία, με μια μικρή εξαίρεση των οργανισμών που λειτουργούν εθελοντικά και προσφέρουν δωρεάν τις υπηρεσίες τους. Από την άλλη μεριά, οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί μπορούν να λειτουργήσουν χωρίς δημοκρατική οργάνωση. Τρίτον, στην κοινωνική οικονομία οι οργανισμοί έχουν ως κύρια επιδίωξη να βοηθήσουν τους ανθρώπους. Για τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς όμως δεν αποτελεί βασικό στόχο, καθώς μπορεί να παρέχουν τις υπηρεσίες τους τόσο στους ανθρώπους όσο και στους οργανισμούς που τους χρηματοδοτούν (CIRIEC, 2012).

Συνοψίζοντας, η προσέγγιση των μη κερδοσκοπικών οργανισμών τοποθετεί τον τρίτο τομέα μεταξύ των αγορών και του κράτους, με σκοπό την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών που δε καλύπτονται από κανέναν από τους δύο άλλους τομείς και οι οποίοι δεν έχουν ως σκοπό την απόκτηση κέρδους. Η λειτουργία του τρίτου τομέα βασίζεται στον εθελοντισμό, τις φιλανθρωπίες και την μη επιδίωξη απόκτησης κέρδους. Αντιθέτως, η προσέγγιση της κοινωνικής οικονομίας ορίζει ως τρίτο τομέα το σύνολο των οντοτήτων που δημιουργούνται για την κάλυψη κοινωνικών αναγκών την ευημερία και την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων, προωθώντας επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, που μπορούν να είναι κερδοφόρες, η κερδοφορία όμως είναι επωφελής για τους άμεσους εργαζομένους και δεν έχει ως στόχο την αξιοποίηση του κεφαλαίου.

1.3 Η κοινωνική επιχειρηματικότητα

Ο όρος της "κοινωνικής επιχειρηματικότητας" εμφανίζεται πιθανόν για πρώτη φορά το 1953, στο βιβλίο του Howard Bowen με τίτλο "Social Responsibilities of the Businessman" (Bowen, 1953). Παρά τα χρόνια που έχουν περάσει η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα (ΚΕ) εξακολουθεί να είναι μία έννοια μάλλον άγνωστη για τους περισσότερους ανθρώπους στις μέρες μας. Πιθανόν δε, να αποτελεί και μια δύσκολα κατανοητή έννοια, καθώς δεν μπορεί να γίνει εύκολα αντιληπτό το πως μπορεί να συνδυάζεται το 'κοινωνικό' με την 'επιχειρηματικότητα'.

Οι δυσκολίες κατανόησης της νέας οικονομικής αυτής οντότητας από τους περισσότερους ανθρώπους σήμερα είναι ως ένα βαθμό δικαιολογημένες, καθώς δεν υπάρχει ένας γενικός και σαφής ορισμός, ο οποίος να εντοπίζει τις ομοιότητες και τις διαφορές με τις άλλες οικονομικές οντότητες και να διασαφηνίζει όλα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της.

Για αρκετούς συγγραφείς, η κοινωνική επιχειρηματικότητα συνδυάζει δύο ξεχωριστές οντότητες, την κοινωνία και την επιχείρηση. Η κοινωνία περιγράφει το σύνολο ανθρώπων που συμβιώνουν συνειδητά σε έναν συγκεκριμένο τόπο σε μια δεδομένη χρονική περίοδο. Η κοινωνία αντανακλά ένα δυναμικό σύνολο στο οποίο αναπτύσσονται ανθρώπινες σχέσεις που βασίζονται σε κοινές πολιτισμικές καταβολές, τα μέλη της οποίας δύνανται να ικανοποιήσουν ανάγκες και επιθυμίες που ο κάθε ένας μόνος του δεν θα μπορούσε να εκπληρώσει (Meriam-Webster, 2018). Η επιχείρηση από την άλλη ετυμολογικά προέρχεται από το ρήμα 'επιχειρώ', που σημαίνει ότι κάποιος καταβάλλει μια προσπάθεια για την δημιουργία κάτι καινούργιου. Ο επιχειρηματίας, κατά τον Leon Walras, είναι εκείνος που συντονίζει τους συντελεστές παραγωγής με τον αποτελεσματικότερο τρόπο, με δεδομένες τεχνολογικές δυνατότητες, για να επιτύχει το μέγιστο δυνατό κέρδος. Κατά τον Schumpeter, ο επιχειρηματίας είναι προικισμένος με υψηλές ικανότητες και χαρίσματα, όπως η ικανότητα καινοτομικότητας, εντοπισμού και αξιοποίησης των ευκαιριών κ.ά., τις οποίες συνδυάζει για την ικανοποίηση των ανθρωπίνων αναγκών και επιθυμιών (Screpanti & Zamagni, 2005).

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα (ΚΕ) συνδυάζοντας τις δύο αυτές διαστάσεις επιτελεί κατ' αρχάς κοινωνική αποστολή, την προσφορά δηλαδή στην κοινωνία ή σε επιμέρους μη προνομιούχες ή περιθωριοποιημένες ομάδες (Leadbetter, 1997). Το κίνητρο και ο στόχος της επιχειρηματικής λειτουργίας είναι το στοιχείο που διαφοροποιεί τον κλασικό επιχειρηματία που έχει ως στόχο το ίδιον όφελος, το κέρδος, από τον κοινωνικό επιχειρηματία, ο οποίος δραστηριοποιείται όχι με σκοπό αποκλειστικά και μόνο το κέρδος, αλλά κυρίως για την ικανοποίηση κοινωνικών αναγκών, ή εναλλακτικά για τη δημιουργία κερδών προς όφελος μιας συγκεκριμένης ομάδας μη προνομιούχων ατόμων (Leadbetter, 1997). Ο κοινωνικός επιχειρηματίας αναζητά να συνδέσει απευθείας τις πράξεις του με τη βελτίωση στην ποιότητα ζωής των ανθρώπων για τους οποίους εργάζεται και θέλει να υπηρετήσει και έχει ως στόχο να παράξει βιώσιμες οικονομικά, οργανωσιακά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά λύσεις (Thake & Zadek, 1997). Η ΚΕ σηματοδοτεί κατά αρκετούς ερευνητές όπως ο Fowler (2000) τη δημιουργία βιώσιμων κοινωνικο-οικονομικών δομών, σχέσεων, θεσμών, οργανισμών και πρακτικών που δημιουργούν κοινωνικά οφέλη ή προάγουν την κοινωνική δικαιοσύνη (Thake and Zadek, 1997), προκαλώντας σημαντικές κοινωνικές αλλαγές (Dees, 2001).

Το δεύτερο στοιχείο που εμπεριέχεται στους ορισμούς της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι η επιδίωξη του κέρδους, της οικονομικής απόδοσης, της οικονομικής αξίας. Το Institute for Social Entrepreneurs (2005) ορίζει την ΚΕ ως την

τέχνη επίτευξης συγχρόνως μιας οικονομικής και κοινωνικής απόδοσης ('double bottom line'). Ένα παρόμοιο εννοιολογικό περιεχόμενο προσδίδει στην ΚΕ η Kim Alter (2006): η ΚΕ συνδυάζοντας το ενδιαφέρον για την κοινωνία με την επιχειρηματικότητα δημιουργεί τόσο οικονομική όσο και κοινωνική αξία και ανοίγει το δρόμο για την επιτέλεση κοινωνικών αλλαγών. Σύμφωνα με τους Steinerowski et al. (2008), η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι μια δραστηριότητα που έχει κυρίως κοινωνικούς στόχους, ή επιζητά τη δημιουργία κέρδους με σκοπό την επανεπένδυση στην ίδια την επιχείρηση. Ένας από τους πλέον διαδεδομένους ορισμούς προέρχεται από τον Gregory Dees (2001), σύμφωνα με τον οποίο ο κοινωνικός επιχειρηματίας προκαλεί αλλαγές στην κοινωνία, επιτελώντας μια αποστολή που δημιουργεί κοινωνική αξία.

Ένα τρίτο στοιχείο που αναδεικνύεται από τους εννοιολογικούς προσδιορισμούς της ΚΕ είναι η προικοδότηση του επιχειρηματία με υψηλές ικανότητες και χαρίσματα. Ο κοινωνικός επιχειρηματίας, όπως τον περιγράφει ο Dees (2001), αναγνωρίζει και επιδιώκει ασταμάτητα νέες ευκαιρίες που ικανοποιούν την αποστολή που έχει αναλάβει. Ενεργοποιεί μια διαδικασία συνεχούς καινοτομίας, προσαρμογής και μάθησης. Λειτουργεί τολμηρά χωρίς να περιορίζεται από την ανεπάρκεια των διαθέσιμων πόρων. Παρουσιάζει αυξημένη υπευθυνότητα τόσο ως προς τους χρήστες όσο και ως προς τα παραγόμενα αποτελέσματα. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα, με άλλα λόγια, λαμβάνει σάρκα και οστά όταν ένα άτομο ή μια ομάδα θέτει ως στόχο τη δημιουργία κοινωνικής αξίας, επιδεικνύοντας ιδιαίτερες ικανότητες στην αναγνώριση και αξιοποίηση ευκαιριών, εφαρμόζοντας καινοτομίες, και αναλαμβάνοντας ένα μεγαλύτερο ρίσκο από εκείνο που παίρνει ο τυπικός επιχειρηματίας (Peredo & McLean, 2006).

Ο John Thompson (2002) προσδιορίζει ως κοινωνικούς επιχειρηματίες τα άτομα που εντοπίζουν στην κοινωνία ένα πρόβλημα και το μετατρέπουν σε επιχειρηματική ευκαιρία, παρακινώντας κι άλλους στους στόχους τους και δημιουργώντας ταυτόχρονα δίκτυα με σημαντικούς ανθρώπους. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες, κατά τον Thompson (2002), αντιμετωπίζουν τα εμπόδια και τις προκλήσεις διαχειριζόμενοι την κοινωνική τους επιχείρηση κατά ένα διαφορετικό τρόπο έναντι του παραδοσιακού τρόπου διαχείρισης. Παρομοίως, οι Mair και Marti (2006) εισαγάγουν ως προσδιοριστικό στοιχείο της ΚΕ τον εντοπισμό και την αξιοποίηση ευκαιριών, και την προώθηση κοινωνικών αλλαγών. Η ΚΕ περιγράφει μια δραστηριότητα που δημιουργεί αξία συνδυάζοντας πόρους με νέους τρόπους, στοχεύοντας πρωτίστως στην ανακάλυψη και εκμετάλλευση ευκαιριών και στην εκδήλωση κοινωνικών αλλαγών ή στην ικανοποίηση κοινωνικών αναγκών. Στην ίδια γραμμή, οι Certo και Miller (2008) ορίζουν την ΚΕ ως τη διαδικασία που περιλαμβάνει την αναγνώριση, αξιολόγηση και εκμετάλλευση ευκαιριών για τη δημιουργία κοινωνικής αξίας και εμπεριέχει την πρόνοια για την ικανοποίηση των βασικών αναγκών όπως η παροχή τροφής, οι υγειονομικές υπηρεσίες και η εκπαίδευση. Σύμφωνα με τους Weerawardena και Mort (2006) η ΚΕ έχει κοινωνικούς σκοπούς, για την επιτυχία των οποίων συνδυάζει τρεις διαστάσεις: την καινοτομία, την προληπτικότητα και τη διαχείριση κινδύνου. Στη ίδια λογική, ο οργανισμός Schwab (2018) υποστηρίζει ότι η ΚΕ υποκινούμενη από κοινωνικές αξίες χρησιμοποιεί νέες μεθόδους, όπως η καινοτομία, η αξιοποίηση των δυνάμεων της αγοράς και των επιχειρηματικών πρακτικών και η διαρκή μάθηση, για την επίλυση παλιών κοινωνικών προβλημάτων.

Με αυτές τις σκέψεις, τα τελευταία χρόνια ορισμένοι συγγραφείς όπως οι Martin και Osberg (2007) προσδίδουν στην ΚΕ ένα εξαιρετικά σύνθετο και πολυδιάστατο περιεχόμενο. Η ΚΕ σύμφωνα με τους προαναφερόμενους αυτούς

ερευνητές συνδυάζει και εμπεριέχει τα εξής: α) την αναγνώριση μιας σταθερής αλλά άδικης ισορροπίας η οποία αποκλείει, περιθωριοποιεί ή προκαλεί ταλαιπωρία σε μια ομάδα που δεν διαθέτει τα μέσα για να την αλλάξει, β) την ταυτοποίηση μιας ευκαιρίας και ανάπτυξη μιας νέας πρότασης δημιουργίας κοινωνικής αξίας για την πρόκληση της ισορροπίας και γ) τη σφυρηλάτηση μιας νέας, σταθερής ισορροπίας για την ανακούφιση των δεινών της στοχοθετημένης ομάδας μέσω απομίμησης και δημιουργίας ενός σταθερού οικοσυστήματος γύρω από τη νέα ισορροπία για να εξασφαλιστεί ένα καλύτερο μέλλον για την ομάδα και την κοινωνία.

Συνδυάζοντας τους πολλούς και ποικίλους ορισμούς, η ΚΕ ξεκινά με τον εντοπισμό και αναγνώριση του προβλήματος, το οποίο στη συνέχεια αξιολογείται (Certo & Miller, 2008) και μετατρέπεται σε επιχειρηματική ευκαιρία (Thompson, 2002). Χρησιμοποιεί νέες μεθόδους και καινοτομικές πρακτικές και προάγει τη συνεχή μάθηση (Schwab, 2018). Αναλαμβάνει ρίσκο (Dees, 2001) και παρακινεί και άλλους στο ίδιο όραμα με αποτέλεσμα τη δημιουργία και εξάπλωση δικτύων συνεργασίας (Thompson, 2002). Ο στόχος της ΚΕ είναι η δημιουργία κοινωνικής αξίας και η επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων και εάν υπάρχει οικονομικό κέρδος θα επανεπενδύεται για τον ίδιο σκοπό (Steinerowski et al., 2008). Πιο συγκεκριμένα, η ΚΕ υλοποιεί επιχειρηματικές πρακτικές, καινοτομεί, αξιοποιεί ευκαιρίες και πόρους με σκοπό τη δημιουργία κοινωνικής αξίας και την επίτευξη κοινωνικών αλλαγών μέσα στο περιβάλλον που δραστηριοποιείται (Singh, 2016). Η ΚΕ έχει ως στόχο κατά άλλους τη δημιουργία βιώσιμων εναλλακτικά κοινωνικά, περιβαλλοντικά και οικονομικά δομών και οργανισμών (Thake & Zadek, 1997) που θα επιφέρουν μια συστημική αλλαγή, και όχι μια προσωρινή λύση για την αντιμετώπιση των προβλημάτων (Skoll Centre, 2018).

1.4 Ο ρόλος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην κοινωνία και στις αγορές

Ξεκινώντας με αφετηρία την αντίληψη ότι οι αγορές είναι ένας αποτελεσματικός μηχανισμός και η οργάνωση των καπιταλιστικών επιχειρήσεων είναι η πλέον αποδεκτή επιλογή, ορισμένοι συγγραφείς υποστηρίζουν ότι η κοινωνική οικονομία, μπορεί να προσφέρει μια οργανωτική και λειτουργική βελτιστοποίηση των κοινωφελών οργανισμών, των φιλανθρωπικών ιδρυμάτων και των μη κυβερνητικών οργανώσεων (Teasdale, 2011). Υπό αυτή την οπτική, οι κοινωνικές επιχειρήσεις έρχονται να καλύψουν την αναποτελεσματικότητα του κράτους και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι κοινωφελείς οργανισμοί και τα ιδρύματά τους στο να βοηθήσουν τα άτομα που έχουν ανάγκη. Σε αυτή τη λογική, υποστηρίζεται ότι ο ρόλος των κοινωνικών επιχειρήσεων δεν θα πρέπει να είναι άλλος από το μετασχηματισμό των κοινωφελών οργανισμών και φιλανθρωπικών ιδρυμάτων και μη κυβερνητικών οργανώσεων, υιοθετώντας επιχειρηματικές τακτικές (Dart, 2004).

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα κατά συνέπεια θα πρέπει να έχει ως στόχο την επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων που δημιουργούνται στο πλαίσιο του υφιστάμενου οικονομικού συστήματος. Παρά τις παθογένειες του καπιταλιστικού συστήματος, η κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν θα πρέπει να αποτελέσει τη γέφυρα για την πραγμάτωση ενός νέου οικονομικού συστήματος, αλλά το μέσο για τη βελτίωση και διατήρησή του υπάρχοντος συστήματος σε μία καλύτερη εκδοχή (Newey, 2018). Σύμφωνα με αυτές τις απόψεις, το κυρίαρχο κοινωνικο-οικονομικό σύστημα, παρά τα προβλήματά του, θα πρέπει να διατηρηθεί. Υπό αυτόν τον περιορισμό, η κοινωνική επιχειρηματικότητα καλείται να παίξει ένα ρόλο βοηθητικό και συμπληρωματικό του συστήματος, διορθώνοντας τις αποτυχίες των αγορών και αντιμετωπίζοντας τις προκαλούμενες εξωτερικότητες.

Η κοινωνική οικονομία μπορεί να προσφέρει τη χρυσή τομή ανάμεσα στην κοινωνική αποστολή και την οικονομική απόδοση. Συγκεκριμένα οι κοινωνικοί επιχειρηματίες θα πρέπει να επικεντρωθούν στην αλλαγή των συστημάτων και πρακτικών που προκαλούν φτώχεια, περιθωριοποίηση, υποβάθμιση του περιβάλλοντος και απώλεια της αξιοπρέπειας.

Σε αυτό το πλαίσιο, η κοινωνικά επιχειρηματική δραστηριότητα μπορεί να λάβει χώρα σε όλα τα πεδία, από την υγεία έως την αλλαγή του κλίματος και την εκπαίδευση, και σε όλους τους τομείς, από μη κερδοσκοπικούς σε εμπορικούς και κυβερνητικούς. Σε συνεργασία με ιδρύματα, δίκτυα και κοινότητες, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες θα πρέπει να αναζητούν λύσεις που είναι αποτελεσματικές, βιώσιμες, διαφανείς και έχουν μετρήσιμο αντίκτυπο.

Βιώσιμη ανάπτυξη και κοινωνικές επιχειρήσεις

Οι υποστηρικτές της άποψης ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα συνιστά ένα μέσο για τη βελτίωση και διατήρησή του υπάρχοντος συστήματος σε μία καλύτερη εκδοχή (Newey, 2018) δίνουν έμφαση στις αποτυχίες της αγοράς και στην αδυναμία των φιλανθρωπικών οργανώσεων ή του κράτους να προσφέρουν μια ικανοποιητική λύση στα προβλήματα που δημιουργούνται εξαιτίας της ύπαρξης αρνητικών εξωτερικοτήτων.

Υπό τον όρο εξωτερικότητες δηλώνεται το όφελος ή η ζημιά που προκαλείται σε τρίτα πρόσωπα, τα οποία αν και δεν συμμετέχουν στη αγοραία συναλλαγή (εξωτερικότητες), ωφελούνται ή βλάπτονται από την κατανάλωση ή την παραγωγή ορισμένων προϊόντων. Αρνητικές εξωτερικότητες, για παράδειγμα, έχουμε όταν η μόλυνση ενός ποταμιού από ένα εργοστάσιο παραγωγής αλουμινίου μειώνει την παραγωγή των αγροτών που χρησιμοποιούν το ποτάμι για την άρδευση των καλλιεργειών τους. Στο οικονομικό σύστημα της αγοράς, αν και ορισμένα προϊόντα ρυπαίνουν το περιβάλλον δεν μειώνεται η παραγωγή τους, δεδομένου ότι η αγορά δεν δύναται να εσωτερικοποιήσει την ζημιά που προκαλείται από τη ρύπανση του περιβάλλοντος σε τρίτα πρόσωπα τα οποία δεν συμμετέχουν στη αγοραία συναλλαγή (εξωτερικότητες). Η απόκλιση μεταξύ του ιδιωτικού κόστους και του κοινωνικού κόστους παραγωγής ορισμένων εμπορευμάτων όπως για παράδειγμα του αλουμινίου οδηγεί στην υπερπαραγωγή δηλαδή στην παραγωγή μεγαλύτερων ποσοτήτων από τις κοινωνικά επιθυμητές, και ως εκ τούτου σε μια αναποτελεσματική χρήση των παραγωγικών συντελεστών (Holcombe & Sobel, 2000). Οι αποτυχίες της αγοράς λόγω της ύπαρξης εξωτερικών επιβαρύνσεων διαφέρουν μεταξύ των διαφόρων περιοχών του πλανήτη. Στις ανεπτυγμένες χώρες για παράδειγμα η υπερκατανάλωση που σημειώνεται φαίνεται να είναι σε μεγάλο βαθμό υπεύθυνη για την εξάντληση των πόρων της Γης και την καταστροφή του περιβάλλοντος (Zeyen et al, 2013).

Τα σοβαρά περιβαλλοντολογικά και οικολογικά προβλήματα που καλούνται σήμερα να αντιμετωπίσουν οι σύγχρονες κοινωνίες οφείλονται στην αποτυχία της αγοράς να εξασφαλίσει μια άριστη κατανομή των παραγωγικών συντελεστών όταν υπάρχουν αρνητικές εξωτερικότητες. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις καλούνται να παίξουν ένα σημαντικό ρόλο για την εσωτερικοποίηση των εξωτερικοτήτων και τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Η βιώσιμη ανάπτυξη είναι ένας ιδιαίτερα διαδεδομένος όρος στις μέρες μας και αποτελεί ένα από τα βασικά ζητήματα που απασχολούν τις κυβερνήσεις και τους μεγάλους οργανισμούς διεθνώς. Όπως ορίστηκε στην Διεθνή Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, των Ηνωμένων Εθνών, είναι η ανάπτυξη η οποία καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος, χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των

μελλοντικών γενεών να ανταποκρίνονται στις δικές τους ανάγκες (WCED, 1987). Για τον λόγο αυτό πρέπει να υπάρχει σεβασμός στο περιβάλλον, να μην καταναλώνονται υπερβολικά οι πόροι της Γης, τα ενεργειακά αποθέματα, καθώς επίσης να υπάρχει προστασία και μέριμνα για όλους τους ανθρώπους.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα, εξ ορισμού, έχει ως στόχο της την βιώσιμη ανάπτυξη, αφού φροντίζει για την προστασία του περιβάλλοντος και την επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων με νέες μεθόδους που να αντέχουν στο χρόνο (Rahdari, Sepasi & Moradi, 2016). Υπάρχουν μάλιστα και αρκετά μοντέλα που έχουν σχεδιαστεί για να βοηθήσουν στον εντοπισμό των βασικών σημείων και στην δημιουργία ενός οδηγού προς την βιώσιμη ανάπτυξη όπως τα Circles of Sustainability, Sustainability Lens και Sustainability Canvas (Rahdari, Sepasi & Moradi, 2016; Stenn, 2017).

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί να αναπτυχθεί και στην περίπτωση θετικών εξωτερικότητων, σε τομείς όπου οι παραδοσιακές καπιταλιστικές επιχειρήσεις δεν ενδιαφέρονται να δραστηριοποιηθούν επειδή το μέγεθος της αξίας που προσφέρεται για ιδιοποίηση είναι μικρό (Santos, 2012). Αξιοσημείωτο είναι ότι σε αρκετές περιπτώσεις ούτε το κράτος και οι λοιποί κοινωφελείς οργανισμοί αντιλαμβάνονται ή ενδιαφέρονται για ορισμένες μορφές θετικών εξωτερικότητων. Για παράδειγμα, η ωφέλεια που προέρχεται από τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας δεν ήταν ορατή στα κράτη και τις επιχειρήσεις, μέχρι πρόσφατα, ώσπου η κοινωνική επιχειρηματικότητα ανέλαβε δράση (Santos, 2012). Εκτός από την ύπαρξη θετικών εξωτερικότητων, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες προσπαθούν κυρίως να βοηθήσουν αδύναμα άτομα που βρίσκονται στο περιθώριο και δεν έχουν την δυνατότητα να διασφαλίσουν τη βελτίωση του βιοτικού τους επιπέδου. Μάλιστα, έρευνες έχουν δείξει ότι η δράση των κοινωνικών επιχειρηματιών πολλές φορές επηρέασε μέχρι και την στρατηγική των κυβερνήσεων.

Ριζικές αλλαγές στον τρόπο παραγωγής και εργασίας

Μια εκ διαμέτρου αντίθετη άποψη έχουν άλλοι ερευνητές όταν αυτοί υποστηρίζουν ότι η διατήρηση της σημερινής κατάστασης δεν είναι πλέον δυνατή. Η οικολογική καταστροφή και οι οικονομικές ανισότητες είναι τόσο μεγάλες που δεν μπορεί να ανατραπούν παρά μόνο με ριζικές αλλαγές. Η σύγκρουση του οικονομικού συστήματος με το οικοσύστημα του πλανήτη έχει λάβει τέτοιες διαστάσεις, ώστε εάν δεν υπάρξουν ριζικές ανατροπές και δεν ληφθούν δραστικά μέτρα, οι επιστήμονες προειδοποιούν ότι ζωή στην Γη όπως τη γνωρίζουμε, δε θα μπορέσει να συνεχιστεί. Συγχρόνως δε η ψαλίδα ανάμεσα στους πλούσιους και τους φτωχούς έχει ανοίξει υπερβολικά, τόσο που οι εισοδηματικές ανισότητες δεν είναι εύκολο να περιοριστούν, εάν δεν υπάρξει μια ριζική ανοικοδόμηση ενός νέου οικονομικού συστήματος (Newey, 2018).

Σύμφωνα με τις επαναστατικές αυτές ιδέες, τα προβλήματα που υπάρχουν δεν είναι ιάσιμα, αλλά αντιθέτως είναι εγγενή στοιχεία του συστήματος. Πηγάζουν από το θεμελιώδες αμετάβλητο του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα προσφέρει για αυτούς τη βέλτιστη επιλογή, ηθικά και υπαρκτά (Newey, 2018), η οποία θα συνεισφέρει στη ριζική ανατροπή της υφιστάμενης κατάστασης και στη θεμελίωση ενός νέου κοινωνικού, περιβαλλοντολογικού, πολιτισμικού και οικονομικού συστήματος, το οποίο θα εσωτερικοποιεί τις όποιες εξωτερικές επιβαρύνσεις και θα διασφαλίζει συγχρόνως τη μεγιστοποίηση της κοινωνικής και ατομικής ευημερίας. Οι οραματιστές αυτού του σχεδίου μιλούν για έναν κόσμο φιλικότερο προς τους ανθρώπους, χωρίς κοινωνικές αδικίες και

ανισότητες, οικολογικά και περιβαλλοντικά βιώσιμο. Σύμφωνα με αυτή την οπτική, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες θα πρέπει να αναπτύξουν πρωτοβουλίες για την προώθηση συστημικών αλλαγών οι οποίες θα διασφαλίσουν μια μόνιμη αντιμετώπιση των κοινωνικών προβλημάτων και όχι προσωρινές και "παρηγορητικές" λύσεις (Skoll Centre, 2018). Με τον τρόπο αυτό, θα μετασχηματίσουν την κοινωνία, βοηθώντας συγκεκριμένες ομάδες, και από άδικο και μη βιώσιμα συστήματα να οδηγηθούμε σε νέα βιώσιμα (Martin & Osberg, 2015).

Η κρατούσα σήμερα οικονομική θεωρία, σε αντίθεση με ορισμένες προσεγγίσεις της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, δεν ενδιαφέρεται να ανακαλύψει ποια κοινωνία είναι βέλτιστη για τους ανθρώπους, αλλά δίνει έμφαση στις αγορές, οι οποίες ρυθμίζουν όλα τα προβλήματα. Σε αντίθεση με αυτή την αντίληψη, οι θεωρίες για την κοινωνική επιχειρηματικότητα ξεφεύγουν από το στενό πλαίσιο του "homo economicus", τονίζοντας και άλλες πτυχές των ανθρώπων πέρα από την μεγιστοποίηση της χρησιμότητάς τους (Matsui & Ikemoto, 2015).

1.5 Τα κίνητρα και οι στόχοι της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα, διαφέρει από την κλασική επιχειρηματικότητα ως προς τα κίνητρα και τους στόχους. Ο παραδοσιακός επιχειρηματίας ενδιαφέρεται για τη δημιουργία κέρδους, για την επιβίωση και εξέλιξη της επιχείρησής του, ενώ ο δεύτερος για την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων, αναπτύσσοντας και εφαρμόζοντας βιώσιμες λύσεις στο πλαίσιο του υπάρχοντος οικονομικού συστήματος (Santos, 2012).

Επομένως, το βασικότερο κίνητρο του κοινωνικού επιχειρηματία είναι η επιθυμία του να προσφέρει στο κοινωνικό σύνολο, επιλύοντας κοινωνικά προβλήματα (Kachlami, 2014). Ο Fabio Rosso, κοινωνικός επιχειρηματίας στη Βραζιλία και συνεργάτης του δικτύου Ashoka, είχε δηλώσει: «Προσπαθώ να χτίσω ένα μικρό κομμάτι ενός κόσμου στον οποίο θα ήθελα να ζήσω». Με αυτόν τον τρόπο βλέπουμε ότι προτιμάει, αντί να δημιουργήσει έναν καλύτερο κόσμο για τον εαυτό του με προσωπική εξέλιξη και καριέρα, να βελτιώσει όλον τον κόσμο που βρίσκεται γύρω του (Nicholls, 2006). Έτσι, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες τοποθετούν το συλλογικό όφελος πάνω από το ατομικό τους (Braga, Proenca & Ferreira, 2015). Μάλιστα, συνηθίζουν να προσπαθούν με μεγάλο πάθος να βοηθήσουν την κοινωνία. Έχουν έναν ισχυρό προσανατολισμό προς την κοινωνία, αισθάνονται υπεύθυνοι προς αυτήν (Singh, 2016). Συνήθως αυτήν την αίσθηση την έχουν από μικρή ηλικία, οπότε ψάχνουν την ευκαιρία για να το επιτύχουν. Έτσι, θέλουν να δουλέψουν για έναν κοινωνικό σκοπό, για τον οποίο είναι απόλυτα αφοσιωμένοι, δείχνοντας μεγάλο πάθος για την εκπλήρωση της αποστολής τους (Singh, 2016).

Συνεχίζοντας, το υπόβαθρο, τόσο το οικογενειακό, όσο και το επαγγελματικό, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο. Οι προηγούμενες εμπειρίες της ζωής τους μπορεί να είναι καθοριστικές (Nicholls, 2006). Για παράδειγμα ένα παιδί που μεγάλωσε σε μια φτωχή αγροτική οικογένεια πιθανόν να προσπαθήσει να βοηθήσει τους συγγενείς του στο να βελτιώσουν την παραγωγή τους ή να πουλήσουν καλύτερα τα προϊόντα τους. Επίσης και η προηγούμενη εργασία μπορεί να επηρεάσει τον κοινωνικό επιχειρηματία (Nicholls, 2006). Για παράδειγμα ένας γιατρός, ο οποίος βλέπει κάποιες περιπτώσεις αδύναμων ασθενών, που το υπάρχον σύστημα παροχής υγειονομικής περίθαλψης δεν τους καλύπτει και αποφασίζει να βρει τρόπο για να τους βοηθήσει. Ακόμη η παιδεία, η ηθική και οι αξίες στις οποίες πιστεύει τον οδηγούν προς την ίδια κατεύθυνση (Nicholls, 2006). Τέλος, η εκπαίδευση που έχει

λάβει είναι ένας ακόμη παράγοντας από το υπόβαθρό του κοινωνικού επιχειρηματία με τον δικό της ρόλο (Singh, 2016).

Οι καπιταλιστικές επιχειρήσεις επιδιώκουν να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των αντιπάλων τους έτσι ώστε να είναι δυνατή η ανάπτυξη του κεφαλαίου τους και η ευημερία των ιδιοκτητών της επιχείρησης. Αντιθέτως, ο στόχος των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι η ευημερία του κοινωνικού συνόλου και η επίλυση κοινωνικών προβλημάτων μέσα από την εφαρμογή πρωτότυπων πρακτικών που θα εξασφαλίσουν μια μόνιμη επίλυση τους (Santos, 2012). Το Ίδρυμα Ashoka (2018) ορίζει τους κοινωνικούς επιχειρηματίες ως τα άτομα που προσφέρουν καινοτόμες λύσεις στις πιο απειλητικές κοινωνικές, πολιτισμικές και περιβαλλοντικές προκλήσεις της κοινωνίας. Τα κυριότερα χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιχειρηματιών είναι η φιλοδοξία και η επιμονή, η αντιμετώπιση καίριων θεμάτων και προσφορά νέων ιδεών για συστημικές αλλαγές, καθώς και η δημιουργία κοινωνικής αξίας. Όπως είπε και ο ιδρυτής του Ιδρύματος Ashoka, Bill Drayton, «Δεν υπάρχει τίποτε ισχυρότερο από μια ιδέα στα χέρια ενός κοινωνικού επιχειρηματία.» (Ashoka, 2018). Άλλες διαφορές μεταξύ της κοινωνικής και παραδοσιακής επιχειρηματικότητας μπορούν να εντοπιστούν στις πηγές εσόδων, στην νομική μορφή και στους τρόπους μέτρησης της αποδοτικότητάς τους (Dorf, 2001).

Με κριτήριο την κοινωνική αποστολή και τον τρόπο που αυτή συνδυάζεται με τις επιχειρηματικές δραστηριότητες, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να διακριθούν σε τρεις κατηγορίες (Alter, 2007): :

α) Mission Centric - Embedded: Η κοινωνική αποστολή αποτελεί τον βασικό και αποκλειστικό σκοπό της επιχείρησης. Η όποια επιχειρηματική λειτουργία υπάρχει είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την εκπλήρωση της κοινωνικής της αποστολής.

β) Mission Related - Integrated: Η επιχειρηματική δραστηριότητα είναι σχετική με τον σκοπό και τις βασικές υπηρεσίες που προσφέρει ο οργανισμός. Συνήθως δημιουργείται δευτερευόντως για να βοηθήσει την επιχείρηση την κοινωνική της αποστολή, μέσω της απόκτησης επιπλέον εσόδων. Για παράδειγμα, μια επιχείρηση που προσφέρει δωρεάν υγειονομική περίθαλψη σε άπορους ανθρώπους, θα μπορούσε να προσφέρει τις ίδιες υπηρεσίες σε άτομα που έχουν την δυνατότητα να πληρώσουν, προκειμένου να καλύψει μέρος των λειτουργικών της εξόδων.

γ) Mission Unrelated -External: Σε αυτήν την περίπτωση, οι επιχειρηματικές λειτουργίες δε σχετίζονται με την κοινωνική αποστολή της κοινωνικής επιχείρησης. Δημιουργούνται ωστόσο, καθώς θα βοηθήσουν έμμεσα την επίτευξη του κοινωνικού της στόχου αποφέροντας κάποια έσοδα. Για παράδειγμα, κοινωνικές οργανώσεις με μεγάλη κοινωνική απήχηση, νοικιάζουν τα δικαιώματα προβολής του ονόματός τους σε άλλες εταιρίες, οι οποίες δίνουν κάποια χρήματα για να επωφεληθούν από την συνεργασία με αύξηση των πωλήσεών τους.

Με κριτήριο την απόκτηση ή όχι κέρδους, οι κοινωνικές επιχειρήσεις χωρίζονται επίσης σε μη κερδοσκοπικές κοινωνικές επιχειρήσεις, στις κερδοσκοπικές κοινωνικές επιχειρήσεις και στις ενδιάμεσες υβριδικές μορφές (Singh, 2016). Στην πρώτη περίπτωση, η κύρια πηγή χρηματοδότησης είναι εξωτερική και αφορά δωρεές, φιλανθρωπίες ή κρατική χρηματοδότηση. Στη δεύτερη περίπτωση, η χρηματοδότηση προέρχεται από εμπορικές δραστηριότητες, που γίνονται ωστόσο για την εξυπηρέτηση του κοινωνικού σκοπού και όχι για να προσφέρουν κέρδος στους ιδιοκτήτες. Τέλος, υπάρχουν κι εκείνες οι οποίες συνδυάζουν τις δύο παραπάνω μορφές για την καλύτερη λειτουργία τους.

Σε θεωρητικό επίπεδο, οι ανιδιοτελείς πράξεις δεν έχουν προσελκύσει το ενδιαφέρον της επικρατούσας οικονομικής σκέψης, δεδομένου ότι η μεθοδολογική της αφετηρία είναι το άτομο και η επιδίωξη του ατομικού οφέλους. Σύμφωνα με αυτό

το πλαίσιο το άτομο δρα εγωιστικά, αποκλειστικά για την ικανοποίηση των αναγκών του και τη μεγιστοποίηση του κέρδους του (Zeyen et al, 2013; Matsui & Ikemoto, 2015). Ωστόσο, στην πράξη συναντάμε πλήθος ενεργειών από τους ανθρώπους που χαρακτηρίζονται από ανιδιοτέλεια, οι οποίες στο πλαίσιο της κρατούσας οικονομικής σκέψης δε μπορούν να δικαιολογηθούν. Ένα άτομο πιθανόν να προτιμήσει να θυσιάσει μέρος της δικής του χρησιμότητας για να βοηθήσει κάποιον συνάνθρωπο του που έχει μεγαλύτερη ανάγκη, χωρίς απαραίτητα να λειτουργούν όλοι καθ' αυτόν τον τρόπο (Matsui & Ikemoto, 2015).

Σύμφωνα με τη θεωρία του κλασικού ωφελισμού, με κύριο εκφραστή της τον Jeremy Bentham, αν και ο κάθε άνθρωπος δρα μεμονωμένα, στοχεύοντας στην μεγιστοποίηση της χρησιμότητάς του, μπορεί να υπολογιστεί η κοινωνική χρησιμότητα, εάν αθροίσουμε τις ατομικές χρησιμότητες του καθενός. Παρόλο που με αυτή τη θεωρία θα μπορούσαμε να δικαιολογήσουμε αλτρουιστικές πράξεις, μεταφερόμενοι από την μεγιστοποίηση της ατομικής χρησιμότητας στην μεγιστοποίηση της κοινωνικής, έχει επικρατήσει η κριτική του Lionel Robbins που απορρίπτει την ιδέα της αθροιστικής χρησιμότητας (Matsui & Ikemoto, 2015). Χρησιμοποιώντας τα λόγια του Mohammad Yunus «Τα πράγματα δεν πηγαίνουν άσχημα εξαιτίας των αποτυχιών των αγορών, αλλά το πρόβλημα είναι βαθύτερο. Η κυρίαρχη θεωρία των ελεύθερων αγορών πάσχει από την απουσία μιας αντίληψης η οποία θα καταφέρει να συλλάβει την έννοια του τι είναι να είσαι άνθρωπος» (Santos, 2012).

1.6 Συλλογική ιδιοκτησία και δημοκρατική οργάνωση

Ένα εξίσου σημαντικό χαρακτηριστικό των κοινωνικών επιχειρήσεων που τις διακρίνει από τις παραδοσιακές επιχειρήσεις είναι η κοινωνική ιδιοκτησία και η συλλογική διαχείριση μιας κοινωνικής επιχείρησης. Δεδομένου ότι στις κοινωνικές επιχειρήσεις δεν υπάρχει ένας ιδιοκτήτης που θα κινητοποιήσει τους υλικούς και ανθρώπινους πόρους για ίδιον όφελος, το συχνότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι κοινωνικές επιχειρήσεις στο ξεκίνημά τους, είναι η έλλειψη πόρων, οικονομικών, υλικών και ανθρώπινων. Η συγκέντρωση των πρώτων χρημάτων αποτελεί ένα δύσκολο εγχείρημα, καθώς χρειάζεται μια ομάδα ανθρώπων να συνεργασθεί και να πιστέψει σε ένα κοινωνικό στόχο και όραμα (Singh, 2016).

Η εμπειρία έχει δείξει ότι όταν ξεπερασθούν οι πρώτες δυσκολίες, η συλλογική διαχείριση της επιχείρησης, η συνεργασία και η ομαδική εργασία μπορεί να προσφέρει ένα εξίσου αποτελεσματικό τρόπο παραγωγής. Χάρη στη συλλογικότητα και στη συνεργασία, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες επιτυγχάνουν το μέγιστο αποτέλεσμα με τους περιορισμένους πόρους που διαθέτουν, συνδυάζοντάς τους με τον βέλτιστο τρόπο. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες καταφέρνουν να δημιουργήσουν πολλά περισσότερα πράγματα με τους λίγους πόρους που έχουν, χωρίς η έλλειψη αυτή να τους απομακρύνει από το όραμά τους (Dees, 2001).

Η αξιοποίηση της ομάδας αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των κοινωνικών επιχειρήσεων. Με το πάθος που διακατέχεται ο κοινωνικός επιχειρηματίας, καταφέρνει να εμψυχήσει το όραμά του και στα υπόλοιπα μέλη της ομάδας. Με τον τρόπο αυτό πετυχαίνει να μοιραστούν κι εκείνοι μαζί του αυτό το όραμα και να αποτελεί πλέον τον κοινό τους στόχο. Έτσι, δουλεύουν με ακόμη μεγαλύτερη θέληση για να βοηθήσουν την κοινωνία και να αντιμετωπίσουν τα προβλήματά της. (Steinerowski, Jack & Farmer, 2008). Επίσης, πολλά μέλη δουλεύουν είτε εθελοντικά, είτε με πολύ λιγότερα χρήματα από όσα κοστίζει η εργασία που προσφέρουν. Αξιοποιώντας αυτήν την εθελοντική κοινωνική προσφορά,

η κοινωνική επιχείρηση μπορεί να είναι ανταγωνιστική με τις αντίστοιχες εμπορικές. Για παράδειγμα, μια κοινωνική κλινική που παρέχει φτηνές υπηρεσίες σε άπορους ασθενείς, πετυχαίνει την μείωση του κόστους της από τις χαμηλότερες αμοιβές του προσωπικού, σε σύγκριση με μία ιδιωτική κλινική (Singh, 2016).

Οι περισσότερες σύγχρονες επιχειρήσεις θεωρούν το ανθρώπινο κεφάλαιο εξίσου σημαντικό με το οικονομικό κεφάλαιο. Έτσι, και οι κοινωνικές επιχειρήσεις οφείλουν μεγάλο μέρος της επιτυχίας τους στην ικανότητα και την αφοσίωση της ομάδας τους. Έμπρακτη απόδειξη της εμπιστοσύνης που υπάρχει από τον κοινωνικό επιχειρηματία στην ομάδα του είναι η ελευθερία κινήσεως και η συμμετοχή τους στις αποφάσεις της επιχείρησης (Singh, 2016).

Τρεις κυρίως τρόποι λειτουργίας και οργάνωσης των κοινωνικών επιχειρήσεων αναφέρονται στη βιβλιογραφία. Οι τρεις αυτές μορφές οργάνωσης, με πιθανές διαφοροποιήσεις, είναι οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (Μ.Κ.Ο.), οι εμπορικές επιχειρήσεις και κάποια ενδιάμεσα υβριδικά μοντέλα (Nicholls, 2006). Οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις συνήθως είναι οργανισμοί που επιτελούν κάποιο φιλανθρωπικό έργο, προσπαθούν να βοηθήσουν την κοινωνία κυρίως με την εθελοντική προσφορά των εργαζομένων και την συγκέντρωση χρημάτων από δωρεές (McIntosh et al, 2003). Οι εμπορικές επιχειρήσεις είναι οι συνηθισμένες επιχειρήσεις οι οποίες συστήνονται από έναν ή περισσότερους επιχειρηματίες με σκοπό την απόκτηση οικονομικού οφέλους που θα χρησιμοποιηθεί για την εκπλήρωση μιας κοινωνικής αποστολής. Εκτός από αυτές τις δύο περιπτώσεις υπάρχουν και κάποια ενδιάμεσα μοντέλα τα οποία έχουν στοιχεία και από τις δύο μορφές.

1.7 Η δημιουργία κοινωνικής αξίας

Ο όρος «αξία» αποτελεί μια αρκετά γενική και αόριστη έννοια. Έχουμε πολλούς τύπους αξίας, όπως ανταλλακτική ή αξία χρήσης. Αντιστοίχως, ο όρος «κοινωνική αξία» δεν είναι εύκολο να οριστεί, καθώς σημαίνει διαφορετικά πράγματα σε διαφορετικούς ανθρώπους (Singh, 2014), επομένως δεν υπάρχει μια σταθερή και κοινά αποδεκτή ερμηνεία, αλλά οι διάφοροι ερευνητές την ερμηνεύουν κατά το δοκούν, λόγω του εύρους που μπορεί να λάβει.

Η παραδοσιακή επιχείρηση δημιουργεί οικονομική αξία προς όφελος των ιδιοκτητών της επιχείρησης. Σύμφωνα με τον Robert Barro (2007), καθηγητή οικονομικών στο πανεπιστήμιο Harvard, η οικονομική αξία στην αγορά συνεπάγεται συγχρόνως και τη δημιουργία κοινωνικής αξίας, με την έννοια ότι αυξάνει την κοινωνική ευημερία. Για παράδειγμα η Microsoft πουλάει το λογισμικό της και λαμβάνει μια οικονομική αξία. Συγχρόνως, όμως δημιουργείται κοινωνική αξία, με την έννοια του οφέλους που έχουν οι αγοραστές με την χρησιμοποίηση του λογισμικού αυτού και την αύξηση της παραγωγικότητάς τους. Σε αυτή την περίπτωση η κοινωνική αξία υπολογίζεται ως το όφελος από την αύξηση της παραγωγικότητας μείον το κόστος της αγοράς (Barro, 2007). Ένας άλλος ορισμός περιγράφει την κοινωνική αξία ως τη δημιουργία οφέλους ή τη μείωση του κόστους για την κοινωνία, μέσω προσπαθειών για την αντιμετώπιση κοινωνικών αναγκών και προβλημάτων, με τρόπους που υπερβαίνουν τα ιδιωτικά κέρδη και τα γενικά οφέλη της δραστηριότητας της αγοράς (Phills et al. 2008).

Η κοινωνική επιχείρηση μπορεί να δημιουργήσει κοινωνική αξία με διάφορους τρόπους, όπως επιλύοντας κάποιο κοινωνικό πρόβλημα, δίνοντας δουλειά σε ομάδες ατόμων που βρίσκονται στο περιθώριο, βοηθώντας στην διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, προστατεύοντας το περιβάλλον, παρέχοντας εκπαίδευση ή υπηρεσίες υγείας (Auerswald, 2009). Υπάρχουν όμως και πολλοί άλλοι έμμεσοι τρόποι που δε

μπορούν εύκολα να εντοπισθούν. Ωφελούμενες είναι όλες οι ομάδες στόχος της κοινωνικής επιχείρησης. Στα σημαντικά χαρακτηριστικά της κοινωνικής αξίας θα μπορούσαμε να συμπεριλάβουμε ότι είναι υποκειμενική, αποτελεί αντικείμενο διαπραγμάτευσης των ομάδων ενδιαφερομένων, είναι ανοικτή σε επανεκτίμηση και φέρνει κοντά ασύμμετρα στοιχεία που δεν είναι εύκολο να ερμηνευτούν με τη χρήση μιας μοναδικής μονάδας μέτρησης (Nicholls, 2006).

Ο Emerson (2000) αμφισβητεί την ιδέα που επικρατεί στη βιβλιογραφία ότι υπάρχουν δύο μορφές αξίας, η κοινωνική και η οικονομική, που δημιουργούνται από επιχειρήσεις/οργανισμούς και τις εμπορικές επιχειρήσεις αντίστοιχα. Κατά τον προαναφερόμενο συγγραφέα υπάρχει μια μορφή αξίας, η μεικτή (Blended value), η οποία είναι συνολική και αδιαίρετη, και στην οποία περιλαμβάνονται η κοινωνική, η οικονομική και η περιβαλλοντική. Σύμφωνα με αυτή την άποψη, όλες οι επιχειρήσεις παράγουν μεικτή αξία, ανεξάρτητα από τον στόχο που έχουν (Emerson, 2003).

Μια διαφορετική προσέγγιση αναπτύσσει ο Felipe Santos (2012), καθηγητής στο πανεπιστήμιο της Λισσαβώνας, υποστηρίζοντας ότι η ανάπτυξη μιας επαρκώς τεκμηριωμένης θεωρίας της κοινωνικής επιχειρηματικότητας προϋποθέτει την εγκατάλειψη του διαχωρισμού μεταξύ οικονομικής και κοινωνικής αξίας. Η διχοτόμηση αυτή, κατά τον συγγραφέα είναι προβληματική για τρεις κυρίως λόγους. Πρώτον, η οικονομική αξία είναι εκ φύσεως κοινωνική, με την έννοια ότι κάθε δραστηριότητα που δημιουργεί οικονομική αξία αυξάνει παράλληλα την κοινωνική ευημερία. Δεύτερον, επειδή η μέτρηση της κοινωνικής αξίας είναι δύσκολη, η οικονομική αξία χαρακτηρίζεται απλά ως ένα τμήμα της κοινωνικής αξίας που μπορεί να μετρηθεί ευκολότερα. Τρίτον, ο διαχωρισμός της οικονομικής και κοινωνικής αξίας βασίζεται σε μια εντελώς υποκειμενική διάκριση ως προς τον τρόπο προσδιορισμού του τι είναι κοινωνικό ή όχι (Santos, 2012).

Σύμφωνα με τον Santos (2012), η κοινωνική επιχειρηματικότητα διακρίνεται από την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα ως προς την ιδιοποίηση της αξίας. Και οι δύο μορφές επιχειρηματικότητας δημιουργούν αξία (value creation) με την έννοια ότι αυξάνουν την κοινωνική χρησιμότητα με τις δραστηριότητες τους, αφού έχει υπολογιστεί το κόστος ευκαιρίας για όλους τους πόρους που χρησιμοποιήθηκαν. Ωστόσο μόνο η δεύτερη έχει ως στόχο την ιδιοποίηση της αξίας (value capture), δηλαδή την οικειοποίηση ενός μέρους της αξίας που δημιουργήθηκε (Santos, 2012). Οι δύο αυτές ενέργειες δε ταυτίζονται, οπότε οι οικονομικοί δρώντες πρέπει να αποφασίσουν που θα επικεντρωθούν. Η απόφαση σχετικά με τις δύο αυτές διαστάσεις είναι σημαντική καθώς είναι σχεδόν αδύνατο να επιτευχθεί ταυτόχρονα η διασφάλιση και των δύο. Ως εκ τούτου, οι κοινωνικές επιχειρήσεις στοχεύουν πρωτίστως στη δημιουργία αξίας σε αντίθεση με τις παραδοσιακές επιχειρήσεις που έχουν ως βασική επιδίωξη την ιδιοποίηση της μέγιστης δυνατής αξίας (Santos, 2012).

Μια άλλη διάσταση επισημαίνει η Singh (2016), όταν ορίζει τη δημιουργία κοινωνικής αξίας ως την επίτευξη της επιθυμητής κοινωνικής αλλαγής ή τη δημιουργία κοινωνικών ωφελειών μέσω της επίλυσης κοινωνικών προβλημάτων. Με τον όρο κοινωνική αλλαγή δηλώνεται η συστημική αλλαγή που μετασχηματίζει την αρχιτεκτονική με την οποία λειτουργεί μια κοινωνία (Gundry et al, 2014), με θετικές συνέπειες για την κοινωνία. Οι κοινωνικές αλλαγές δύνανται να συντελούνται σε θεσμικό, ατομικό, κοινοτικό, κρατικό και διεθνές επίπεδο (Singh, 2016).

Υπό αυτή την έννοια, οι κοινωνικές αλλαγές συνιστούν μέρος της διαδικασίας δημιουργίας κοινωνικής αξίας. Μέσα από αυτές επιδιώκεται να αντιμετωπισθεί μια ανάγκη που δε καλύπτεται επαρκώς ή καθόλου. Οι κοινωνικές αλλαγές συνεπάγονται συνήθως ριζικές καινοτομίες. Μπορεί να πρόκειται για την κλιμάκωση ή αναπαραγωγή μιας πρακτικής που λειτουργεί κάπου αλλού. Ακόμη, ίσως

δημιουργείται μια υπηρεσία ή ένα προϊόν καλύτερο ποιοτικά ή με χαμηλότερο κόστος. Τέλος, μπορεί να αφορά μια καλύτερη αξιοποίηση των πόρων, υλικών και ανθρώπινων (Christensen et al., 2006).

Μέτρηση της κοινωνικής αξίας

Παρά τις όποιες αμφισβητήσεις σχετικά με τη διάκριση μεταξύ της οικονομικής και κοινωνικής αξίας, αρκετοί ερευνητές και οργανισμοί επισημαίνουν την ανάγκη μέτρησης της. Σύμφωνα με αυτήν την άποψη, όλες οι επιχειρήσεις έχουν κάποια μετρήσιμα αποτελέσματα, τα οποία δείχνουν αν και κατά πόσο λειτουργούν σωστά, παράγοντας οικονομική αξία. (Arogyaswamy, 2017). Αντίστοιχα και οι κοινωνικές επιχειρήσεις θα πρέπει να μπορούν να μετρήσουν την κοινωνική αξία που δημιουργούν, για πολλούς λόγους. Πρώτον, γιατί θα πρέπει να πληροφορούνται στο εσωτερικό της κοινωνικής επιχείρησης, αν ο τρόπος λειτουργίας τους και η εργασία που επιτελείται είναι προς την σωστή κατεύθυνση. Δεύτερον, διότι υπάρχει η ανάγκη ενημέρωσης όσων διαθέτουν τα χρήματά τους, ότι αποδίδουν καρπούς. Τρίτον, γιατί θα πρέπει να γνωρίζουν το κοινωνικό σύνολο αλλά και όλες οι ομάδες ενδιαφερομένων τα αποτελέσματα των δράσεων της κοινωνικής επιχείρησης (McIntosh et al, 2003).

Ακόμα όμως και εάν δεχτούμε ότι η μέτρηση κοινωνικής αξίας είναι χρήσιμη γιατί μπορεί να συμβάλλει στη βελτίωση της λειτουργίας μιας κοινωνικής επιχείρησης (Nicholls, 2006), διαπιστώνονται σοβαρές δυσκολίες και ανακύπτουν σημαντικά ερωτήματα που χρειάζονται απάντηση, προτού προχωρήσει κάποιος στον υπολογισμό της.

Το πρώτο και σπουδαιότερο ερώτημα είναι το να προσδιορισθεί «τί μετράμε». Οι κοινωνικές επιχειρήσεις λειτουργούν σε όλους τους τομείς της κοινωνίας, χρησιμοποιούν πληθώρα εισροών (π.χ. χορηγίες, δωρεές, συνδρομές, εθελοντική εργασία, κρατική βοήθεια, εμπορικά έσοδα), λειτουργούν υπό διάφορα νομικά καθεστώτα και παράγουν πολλές διαφορετικές και μη συγκρίσιμες εκροές (Nicholls, 2009). Το δεύτερο ερώτημα είναι «πώς μετράμε». Στην κρατούσα οικονομική θεωρία, υπολογίζεται η αξία με βάση το ποσό που είναι διατεθειμένοι οι καταναλωτές να πληρώσουν. Η αξία των κοινωνικών δράσεων όμως σπάνια κοστολογείται. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες καλύπτουν κενά της αγοράς που δεν υπάρχει αντίστοιχη προσφορά προϊόντων ή υπηρεσιών. Ακόμα υπάρχει μεγάλη ετερογένεια στις κοινωνικές δράσεις που καθιστούν αδύνατη την δημιουργία ενός μόνο μέτρου. Το τρίτο ερώτημα είναι «ποιός ο σκοπός της μέτρησης» (Nicholls, 2009). Εξαιτίας αυτών των δυσκολιών, οι περισσότερες κοινωνικές επιχειρήσεις είτε δε μετράνε καθόλου, είτε το πράττουν σε μικρό βαθμό (Arogyaswamy, 2017). Γι' αυτό τα τελευταία χρόνια καταβάλλονται ιδιαίτερες προσπάθειες, ώστε να καταστεί εφικτή η μέτρηση της κοινωνικής αξίας. Παρά το γεγονός όμως ότι έχουν γίνει σοβαρά βήματα, κατά την άποψη ορισμένων ερευνητών, είναι προτιμότερο να υπάρχουν διάφοροι τρόποι μέτρησης παρά να επιχειρείται η γενίκευση με την χρήση ενός μόνο αριθμού (Nicholls, 2006). Ενδεικτικά, αναφέρονται επιγραμματικά, κάποια μέτρα υπολογισμού, χωρίς να είναι τα μοναδικά ή τα σημαντικότερα:

- Social Return on Investment (SROI), (Social Value UK, 2018)
- Time based evaluation (Arogyaswamy, 2017)
- The Global Reporting Initiative (McIntosh et al, 2003)
- The Social Added Value Evaluation (SAVE) System (Bassi, 2012)
- GEXSI (Schwab Foundation)

- Blended Shared Value (Emerson, 2003)
- Triple Bottom Line accounting (Elkington, 1997)
- BalancedScorecard for not-for-profits (Kaplan & Norton, 2007)

1.8 Οικονομική και τεχνολογική καινοτομία και εντοπισμός ευκαιριών

Στον Πίνακα Π.Ι.1, καταγράφονται οι διαδικασίες που μπορεί να ακολουθεί ένας παραδοσιακός επιχειρηματίας (Dorf, 2001). Σύμφωνα με αυτές τις πληροφορίες, ο κλασικός επιχειρηματίας μπορεί να εντοπίζει και να αξιοποιεί ευκαιρίες να χρησιμοποιεί με βέλτιστο τρόπο τους περιορισμένους διαθέσιμους πόρους, να καινοτομεί να αναλαμβάνει ρίσκα και να προσπαθεί να προσαρμοσθεί στις ιδιαιτερότητες του περιβάλλοντος που λειτουργεί (Dees, 2001).

Πίνακας Π.Ι.1. Η επιχειρηματική διαδικασία

Βήμα	Δραστηριότητα
1	Εντοπισμός ενός προβλήματος ή ευκαιρίας.
2	Σύλληψη διάφορων στρατηγικών για την λύση του προβλήματος ή την εκμετάλλευση της ευκαιρίας.
3	Επιλογή στρατηγικής.
4	Ανάπτυξη επιχειρηματικού μοντέλου.
5	Δημιουργία αρχικής ομάδας.
6	Ανάπτυξη επιχειρηματικού πλάνου.
7	Πρόσβαση και απόκτηση απαιτούμενων πόρων.
8	Εφαρμογή του επιχειρηματικού πλάνου.
9	Βελτίωση του πλάνου όπου απαιτείται.
10	Δημιουργία σχεδίου συγκομιδής ή διαδοχής.

Πηγή: R.Dorf (2001). Technology, Humans and Society: Toward a Sustainable World

Παρόμοιες πρακτικές δύναται να εφαρμόσουν και οι κοινωνικοί επιχειρηματίες: οραματιστές, φιλόδοξοι, ηγετικοί, μεταφέρουν το όραμά τους στους άλλους και έχουν ικανότητες διοίκησης (Leadbeater, 1997). Ως εκ τούτου, τα χαρακτηριστικά ενός κοινωνικού επιχειρηματία, σύμφωνα με τους περισσότερους ερευνητές, είναι παρόμοια με εκείνα των παραδοσιακών επιχειρηματιών. Η έμφαση στην καινοτομία, στον εντοπισμό των ευκαιριών και στην αξιοποίηση των περιορισμένων πόρων με αποδοτικό τρόπο είναι κοινά χαρακτηριστικά.

Οι επιτυχημένοι κοινωνικοί αλλά και παραδοσιακοί επιχειρηματίες έχουν μεγάλη αυτοπεποίθηση, πιστεύουν στις δυνατότητές τους και θεωρούν ότι μπορούν να επιτύχουν σε ό,τι επιχειρήσουν να κάνουν στη ζωή τους (Singh, 2016). Μπορεί να είναι οραματιστές, δημιουργικοί και καινοτόμοι (Sen, 2006). Οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες έχουν συνήθως πολλές ιδέες για το πως θα αλλάξουν τον κόσμο δημιουργώντας κάτι δικό τους από την αρχή. Επίσης έχουν την ικανότητα να εντοπίζουν ευκαιρίες (Kachlami, 2014). Ξέρουν να ερμηνεύουν καλά το περιβάλλον τους και να παίρνουν τις κατάλληλες αποφάσεις (Singh, 2016). Εκτός αυτών μπορούν να αξιοποιούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τους διαθέσιμους πόρους που έχουν, είτε πρόκειται για ανθρώπινους, είτε για υλικούς πόρους (Singh, 2016). Τέλος είναι πρόθυμοι να δουλέψουν σκληρά, να αναλάβουν μεγάλα ρίσκα τα οποία μπορεί και να μην έχουν θετικό αποτέλεσμα, ωστόσο δε φοβούνται την αποτυχία (Singh, 2016; Kachlami, 2014).

Τα κοινά αυτά στοιχεία μεταξύ της παραδοσιακής επιχειρηματικότητας και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, οδηγούν ορισμένους ερευνητές να ταυτίζουν την

οικονομική καινοτομία με την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Υπό της επίδραση αυτής της σύγχυσης, αρκετοί ερευνητές, όπως ο Mulgan (2012) καταλήγουν να θεωρούν τον Schumpeter ως έναν από τους πρωτοπόρους της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Ωστόσο, ο Schumpeter συνδέει τον επιχειρηματία με την οικονομική καινοτομία, δηλαδή με μια διαδικασία μέσα από την οποία ο επιχειρηματίας στην προσπάθεια αναζήτησης του κέρδους οδηγείται στην καινοτομία (Screpanti & Zamagni, 2005). Η συμβολή του Schumpeter στα οικονομικά, εντοπίζεται κυρίως στην σημασία που δίνει στον ρόλο του επιχειρηματία να προκαλεί αλλαγές και να οδηγεί τις αγορές μακριά από την ισορροπία. Δηλαδή, ο επιχειρηματίας είναι καθοριστικός παράγοντας που εντοπίζει ευκαιρίες, παίρνει ρίσκα και αποκομίζει κέρδος.

Σύμφωνα με την κρατούσα οικονομική θεώρηση, ο κλασικός επιχειρηματίας καλείται να ανακαλύψει τις ευκαιρίες και να τις αξιοποιήσει. Πρόκειται ουσιαστικά για μια θεωρία ανακάλυψης της ευκαιρίας, σύμφωνα με την οποία οι ευκαιρίες προϋπάρχουν και περιμένουν κάποιον να τις ανακαλύψει (Singh, 2016; Felix Gonzalez, Husted & Aigner, 2017). Σε αυτό το πλαίσιο, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες δεν είχαν σκεφτεί ποτέ, ούτε είχαν σχεδιάσει, ότι θα γίνουν κοινωνικοί επιχειρηματίες (Singh, 2016). Αφού εντοπίσουν μια ευκαιρία, οι συνθήκες και οι ανάγκες της κοινωνίας τους οδηγούν προς τα εκεί. Είναι μια διαδικασία που μπορεί να χρειαστεί αρκετό καιρό (Corner & Ho, 2010). Υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που συντελούν στον εντοπισμό των ευκαιριών. Αρχικά είναι το οικογενειακό και κοινωνικό υπόβαθρο και οι προηγούμενες προσωπικές εμπειρίες. Επίσης η εκπαίδευση και η επαγγελματική εμπειρία μπορεί να βοηθήσουν τον κοινωνικό επιχειρηματία να ανακαλύψει μια ευκαιρία (Singh, 2016). Τέλος, μερικά ιδιαίτερα προσωπικά χαρακτηριστικά, όπως η επιθυμία να βρίσκει λύσεις σε όλα τα προβλήματα, η ακριβής αντίληψη, η διορατικότητα και εφευρετικότητα (Felix Gonzalez, Husted & Aigner, 2017).

Στον αντίποδα αυτής της προσέγγισης, η θεωρία δημιουργίας μιας ευκαιρίας, υποστηρίζει ότι οι επιχειρηματίες, χάρη στην ευφυΐα και εφευρετικότητά τους, δημιουργούν οι ίδιοι τις ευκαιρίες για ίδιο όφελος ή για να αντιμετωπίσουν ένα κοινωνικό πρόβλημα (Singh, 2016; Felix Gonzalez, Husted & Aigner, 2017). Η πραγματικότητα ίσως βρίσκεται κάπου στην μέση, δηλαδή οι ευκαιρίες ούτε έχουν δημιουργηθεί αποκλειστικά, ούτε έχουν τελείως ανακαλυφθεί (Corner & Ho, 2010).

Κοινωνική καινοτομία

Σε αντίθεση με την παραδοσιακή επιχείρηση, η κοινωνική επιχείρηση ασκεί μια κοινωνικά καινοτομική δραστηριότητα, η οποία δεν ταυτίζεται απαραίτητα με την οικονομική και τεχνολογική καινοτομία. Η ανάπτυξη νέων μορφών παραγωγής, για παράδειγμα, που στηρίζονται στη συλλογική ιδιοκτησία και έχουν ως στόχο το συλλογικό όφελος των άμεσων παραγωγών είναι μια κοινωνική καινοτομία. Ακόμη και εάν η αφετηρία από την οποία ξεκινάει η ιδέα μιας κοινωνικής επιχείρησης βρίσκεται στον εντοπισμό και στην επίλυση ενός κοινωνικού προβλήματος (Thompson, 2002), η αφετηρία αυτή δεν δικαιολογεί την ταύτιση της έννοιας της κοινωνικής επιχειρηματικότητας με την καινοτομία και την αξιοποίηση ευκαιριών. Η κοινωνική καινοτομία συνδυάζει την ανάπτυξη νέων ιδεών για προϊόντα, υπηρεσίες και δομές, που καλύπτουν κοινωνικές ανάγκες με τη δημιουργία νέων κοινωνικών σχέσεων, που είναι ωφέλιμες για την κοινωνία και ενισχύουν τις ικανότητες της για δράση (Mulgan, 2012).

Σύμφωνα με τον Mulgan (2012) η κοινωνική καινοτομία περιγράφει μία μορφή εξελικτικής αλλαγής, η οποία δε γίνεται να σχεδιαστεί ή να προβλεφθεί. Εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το ιστορικό πλαίσιο. Η υλοποίηση μιας κοινωνικής καινοτομίας είναι συνήθως η απάντηση στη δυσανεμία και τις αντιδράσεις που εκδηλώνονται έναντι της υπάρχουσας κατάστασης. Η κοινωνική καινοτομία στηρίζεται στην τήρηση ορισμένων ηθικών κανόνων και στη χρησιμοποίηση της γνώσης και της εμπειρίας διαφόρων επιστημονικών πεδίων. Η κοινωνική καινοτομία συντελείται υπό διάφορες μορφές, όπως παραγωγή ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας που καλύπτει κοινωνικές ανάγκες, η παραγωγή υφιστάμενων προϊόντων ή υπηρεσιών, χρησιμοποιώντας νέες δομές και μορφές οργάνωσης. Σε άλλες περιπτώσεις ως κοινωνική καινοτομία εκλαμβάνεται η μεταφορά τεχνογνωσίας σε άλλες κοινωνίες (Singh, 2016).

Στην πράξη, οι κοινωνικές επιχειρήσεις ικανοποιούν διάφορες ανάγκες και δημιουργούν οφέλη που ξεπερνούν το ατομικό όφελος. Τα μοντέλα λειτουργίας και κατ' επέκταση οι τρόποι που μπορούν να καινοτομήσουν και να προξενήσουν κοινωνικές αλλαγές ποικίλουν. Η Alter (2007) περιγράφει εννέα διαφορετικές περιπτώσεις:

α) Entrepreneur Support Model: Η κοινωνική επιχείρηση παρέχει υποστήριξη σε άλλες, συνήθως μικρές, επιχειρήσεις, όπως χρηματοδότηση και πρόσβαση στις αγορές, ώστε αυτές με τη σειρά τους να πουλήσουν τα προϊόντα τους.

β) Market Intermediary Model: Σε αυτό το μοντέλο, η κοινωνική επιχείρηση παρέχει υποστήριξη στους μικρούς παραγωγούς και αγοράζει η ίδια τα προϊόντα τους σε καλές τιμές, για να τα πουλήσει στις αγορές, σε λογικές τιμές χωρίς μεγάλα περιθώρια κέρδους. Η πρακτική αυτή είναι γνωστή και ως Fair Trade.

γ) Employment Model: Παρέχει ευκαιρίες απασχόλησης και εκπαίδευσης σε ομάδες ατόμων με κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, όπως άστεγοι ή ΑμΕΑ. Η επιχείρηση με τα έσοδα που έχει από την πώληση των προϊόντων της μπορεί και πληρώνει τους μισθούς των ωφελομένων ατόμων.

δ) Fee-for-Service Model: Προσφέρει απευθείας μια υπηρεσία σε κάποιες ομάδες ατόμων έναντι αμοιβής. Για παράδειγμα, ένα ειδικά διαμορφωμένο βιβλιοπωλείο που πουλάει βιβλία φτιαγμένα για τυφλούς.

ε) Low Income Client Model: Πρόκειται για ένα μοντέλο παρόμοιο με το προηγούμενο, ωστόσο οι υπηρεσίες, αν και δεν είναι μοναδικές στην αγορά, δημιουργούνται για να παρέχονται φτηνότερα προϊόντα σε οικονομικά ασθενέστερους ανθρώπους.

στ) Cooperative Model: Είναι ένα συνεταιριστικό μοντέλο, στο οποίο τα μέλη του συνεταιρισμού είναι παράλληλα και οι ωφελομένοι του, τόσο οικονομικά, όσο και σε θέματα υποστήριξης.

ζ) Market Linkage Model: Η κοινωνική επιχείρηση φέρνει κοντά τα άτομα που θέλει να βοηθήσει με πιθανούς αγοραστές των προϊόντων τους.

η) Service Subsidization Model: Πέρα από το κοινό το οποίο στοχεύει για να ωφεληθεί, η κοινωνική επιχείρηση παρέχει τις υπηρεσίες της και σε άλλες αγορές. Το μοντέλο αυτό βρίσκεται στην Mission Related-Integrated κατηγορία που είδαμε προηγουμένως.

θ) Organizational Support Model: Στην περίπτωση αυτή, πωλούνται προϊόντα ή υπηρεσίες σε μια εξωτερική αγορά. Με τον τρόπο αυτό συγκεντρώνονται χρήματα που θα βοηθήσουν την βασική αποστολή. Αυτό το μοντέλο αναφέρεται στην κατηγορία Mission Unrelated-External.

Τα παραπάνω μοντέλα θα μπορούσαν να λειτουργήσουν και συνδυαστικά μεταξύ τους.

1.9 Η κοινωνική επιχειρηματικότητα και το εξωτερικό της περιβάλλον

Ο τρόπος που είναι δομημένες οι ανθρώπινες κοινωνίες, προϋποθέτει μία διαρκή αλληλεπίδραση μεταξύ τους, είτε ως φυσικά πρόσωπα, είτε με τις διάφορες μορφές νομικών προσώπων. Από αυτή την εξίσωση δε θα μπορούσαν να λείπουν οι κοινωνικές επιχειρήσεις, οι οποίες, όπως και οι επιχειρήσεις με στόχο αποκλειστικά και μόνο το κέρδος, διατηρούν στενές σχέσεις με το εξωτερικό περιβάλλον τους. Ως εξωτερικό περιβάλλον μπορεί να θεωρηθεί το οικονομικό, πολιτικό και πολιτισμικό πλαίσιο, μέσα στο οποίο λειτουργεί η κοινωνική επιχείρηση. Σε αυτά περιλαμβάνονται τόσο οι «κανόνες του παιχνιδιού», ή οι δυνάμεις των αγορών, που στα οικονομικά πιστεύουμε ότι οδηγούν σε κάποιες δράσεις, όσο και οι κοινωνικοί κανόνες που σύμφωνα με τους κοινωνιολόγους οδηγούν σε νόμιμες και αποδεκτές συμπεριφορές (Shane, 2003).

Γενικότερα, το περιβάλλον θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι μια διαδικασία που προκύπτει από την συνεχή αλληλεπίδραση ανάμεσα στους κοινωνικούς επιχειρηματίες και το περιβάλλον στο οποίο δρουν (Mair & Marti, 2006). Εντός αυτού, παρέχονται ταυτόχρονα επιχειρηματικές ευκαιρίες αλλά προβάλλουν και διάφορα εμπόδια, δηλαδή θα μπορούσε να λειτουργήσει είτε θετικά, είτε αρνητικά για την κοινωνική επιχείρηση (Welter, 2011). Για παράδειγμα, κάποιοι παράγοντες από το εξωτερικό περιβάλλον που επηρεάζουν την κοινωνική επιχείρηση, σύμφωνα με τον Habib Kachlami (2014), είναι η οικονομική κατάσταση των πολιτών, τα χρήματα που δαπανά το κράτος για κοινωνική πρόνοια, η ατομικιστική κουλτούρα της κοινωνίας και η αστικοποίηση.

Ιδιαίτερη θέση στις σχέσεις της κοινωνικής επιχείρησης με το εξωτερικό της περιβάλλον κατέχει το κράτος. Είναι αυτό που θέτει το νομικό πλαίσιο και τους κανόνες, εντός των οποίων πρέπει να λειτουργεί οποιαδήποτε επιχείρηση, καθώς και τις μορφές που μπορεί να λάβει. Ακόμη, σε πολλές κοινωνικές επιχειρήσεις αποτελεί τον βασικό χρηματοδότη. Ωστόσο, πολλοί κοινωνικοί επιχειρηματίες το αντιμετωπίζουν με δυσπιστία, λόγω της μεγάλης γραφειοκρατίας, της αντίθεσής του σε ρηξικέλευθες πρωτοβουλίες, επειδή συνηθίζει να λειτουργεί σε εντελώς ρυθμισμένο πλαίσιο, και την επιμονή για μετρήσιμα αποτελέσματα (Nicholls, 2006).

Κατ' αρχάς, κάθε κράτος έχει την δική του αντιμετώπιση απέναντι στις κοινωνικές επιχειρήσεις. Υπάρχουν κάποια που παρέχουν μεγάλη στήριξη είτε οικονομική, είτε με άλλους τρόπους και αγκαλιάζουν τις προσπάθειες τους, κατανοώντας την σπουδαιότητα για την κοινωνία. Υπάρχουν όμως και άλλα τα οποία δε δίνουν την ίδια βαρύτητα στο να διευκολύνουν την δραστηριότητα των κοινωνικών επιχειρηματιών. Σε γενικές γραμμές, οι κυβερνήσεις έχουν θετική άποψη για την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Επικρατεί η τάση για αλλαγή, ώστε το κράτος να μην μονοπωλεί την κοινωνική μέριμνα, αλλά να παρέχεται ο χώρος για δράση σε όσους ενδιαφέρονται για την κοινωνία και τα προβλήματά της. Αποδέχονται έτσι το γεγονός ότι μπορεί να παραχθεί κοινωνική αξία, από άλλες οντότητες πιο αποτελεσματικές από εκείνα (Nicholls, 2006).

Το καταλληλότερο κράτος για μια κοινωνική επιχείρηση, είναι εκείνο που ενδιαφέρεται για την κοινωνία, είναι ανοικτό, προσβάσιμο, ενεργό και υποστηρικτικό. Επίσης απαιτείται να αφαιρέσει όσο περισσότερα εμπόδια είναι δυνατόν, για να αφήσει απρόσκοπτες τις κοινωνικές επιχειρήσεις να επιτελέσουν το έργο τους. Θα πρέπει να δίνει έμφαση στην καινοτομία και στην δημιουργία περισσότερων κοινωνικών επιχειρήσεων. Να προβάλλονται τα οφέλη του εθελοντισμού και της προσφοράς στο κοινωνικό σύνολο. Τέλος, χρειάζεται να παρέχονται χρηματοδοτικά εργαλεία, είτε με απευθείας χρηματοδότηση από το

κράτος, είτε φέρνοντας κοντά τις κοινωνικές επιχειρήσεις με τους φιλανθρωπικούς οργανισμούς (Nicholls, 2006).

1.10 Χρηματοδότηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Οι πηγές χρηματοδότησης μίας κοινωνικής επιχείρησης κατέχουν πολύ σημαντικό ρόλο στην λειτουργία τους και πεδίο έρευνας για τους επιστήμονες. Το κυριότερο διακύβευμα, είναι αυτό ανάμεσα στην οικονομική αυτονομία ή την οικονομική εξάρτηση (Nicholls, 2006).

Οι συνηθέστερες πηγές χρηματοδότησης είναι οι δωρεές και οι φιλανθρωπίες, που μπορεί να προέρχονται είτε από ιδιώτες είτε από κάποιους οργανισμούς, η χρηματοδότηση από την μητρική εταιρία, σε περίπτωση που υπάρχει, ή από τους επενδυτές, ο δανεισμός, η κρατική χρηματοδότηση, μέσω επιδοτήσεων ή φοροαπαλλαγών, και τέλος από τυχόν επιχειρηματικές δραστηριότητες (Alter, 2007). Κάθε κοινωνική επιχείρηση έχει την ευχέρεια να αποφασίσει το μείγμα χρηματοδότησης που επιθυμεί, ανάλογα με τις δυνατότητες της, χωρίς να υπάρχει κάποια συγκεκριμένη τάση. Σύμφωνα με τα εμπειρικά ευρήματα της έρευνας των Barraket και Furneaux (2012) για την Αυστραλία, το ποσοστό των εσόδων από επιχειρηματική δραστηριότητα είναι περίπου ίσο με αυτό των υπόλοιπων πηγών, δίχως αυτό να είναι δεσμευτικό για όλες τις κοινωνικές επιχειρήσεις.

Ωστόσο, η κοινωνική επιχείρηση πρέπει να βρει απάντηση στο δίλημμα ανάμεσα στην εξωτερική χρηματοδότηση, κρατική ή μέσω φιλανθρωπιών, και το εισόδημα από εμπορικές δράσεις. Το δίλημμα αυτό είναι πιο σύνθετο από όσο φαίνεται, καθώς κάθε πηγή έχει τα θετικά και τα αρνητικά της. Κατ' αρχάς, πρέπει να τονίσουμε το γεγονός ότι ανεξαρτήτως πηγής, η απόκτηση εσόδων για μια κοινωνική επιχείρηση είναι εξαιρετικά δύσκολη υπόθεση (Nicholls, 2006; Singh, 2016).

Οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, αρχικά, στήριζαν το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων τους σε δωρεές ιδιωτών, άλλα φιλανθρωπικά ιδρύματα και το κράτος (Nicholls, 2006). Τα τελευταία χρόνια όμως, μετά και την μεγάλη διεθνή οικονομική κρίση, έχουν προκύψει κάποια προβλήματα. Τα κράτη, λόγω των μειωμένων εσόδων και του συνεχώς αυξανόμενου δανεισμού τους, δε είναι σε θέση να προσφέρουν σε κοινωνικούς σκοπούς τα απαιτούμενα ποσά που θα έπρεπε. Ακόμη, οι πολίτες, βιώνοντας οι ίδιοι πολλές δυσκολίες, δεν είναι σε θέση να προσφέρουν πολλά χρήματα σε δωρεές. Επίσης, κάποια σκάνδαλα σε φιλανθρωπικούς οργανισμούς, σε συνδυασμό με επιτήδειους οι οποίοι εκμεταλλευόμενοι την συμπόνια ορισμένων προς τους συνανθρώπους τους, συγκεντρώνουν χρήματα που δεν καταλήγουν για το σκοπό που υποστηρίζουν αλλά τα καρπώνονται οι ίδιοι, δημιουργούν καχυποψία σε αυτούς που θέλουν να προσφέρουν (Nicholls, 2006). Από την άλλη μεριά, οι ανάγκες δε μειώνονται, με πολύ μεγάλο μέρος του πληθυσμού της Γης να ζει σε απελπιστικές συνθήκες (World Bank, 2018).

Όσον αφορά την απόσπαση κονδυλίων από φιλανθρωπικά ιδρύματα, τα πράγματα δεν είναι πολύ ευχάριστα. Ο αριθμός των κοινωνικών οργανισμών που αναζητά χρηματοδότηση μεγαλώνει διαρκώς. Το ίδιο συμβαίνει και με τις απορρίψεις που υφίστανται στα αιτήματά τους για μια δωρεά (Nicholls, 2006). Το γεγονός αυτό οφείλεται εν μέρη στην ιδιαίτερη φύση των φιλανθρωπικών ιδρυμάτων. Τα ιδρύματα αυτά αποστρέφονται τον κίνδυνο σε υπερβολικό βαθμό, δεν κατανοούν απόλυτα το επιχειρηματικό περιβάλλον και τη λειτουργία των αγορών, ενώ οι στόχοι που απαιτούν είναι συχνά μη πραγματοποιήσιμοι. Αυτό δυσκολεύει τις προσπάθειες κοινωνικών επιχειρηματιών να παρουσιάσουν προγράμματα που θα λάβουν την σωστή αντιμετώπιση, αν και τα τελευταία χρόνια φαίνεται να υπάρχει μια αλλαγή

(Nicholls, 2006). Όπως τονίζει η Sally Osberg, πρώην πρόεδρος του ιδρύματος Skoll, «Η φιλανθρωπία γνωρίζει ότι χρειάζεται την εμπειρία και την ευφυΐα των κοινωνικών επιχειρηματιών». Εξαιτίας των ανωτέρω δυσκολιών, οι κοινωνικές επιχειρήσεις επιζητούν όσο μπορούν περισσότερο την οικονομική ανεξαρτησία τους. Η εξάρτηση από φιλανθρωπίες και κρατική στήριξη θεωρείται σημάδι αδυναμίας. Αντιθέτως η οικονομική αυτάρκεια είναι δείκτης ισχύος. Αυτή επιτυγχάνεται με την απόκτηση του μεγαλύτερου μέρους των εσόδων, ακόμη και του συνόλου, από την επιχειρηματική λειτουργία (Nicholls, 2006; Alter, 2007). Πιθανές μέθοδοι εσόδων είναι η χρέωση παροχής υπηρεσιών, π.χ. συμβουλευτικών, η πώληση προϊόντων, οι συνδρομές μελών, η αξιοποίηση υλικών και άυλων παγίων, οι επενδύσεις, καθώς και άλλες δραστηριότητες (Alter, 2007). Η λειτουργία αυτή, αν και διαφέρει σε κάθε επιχείρηση, δε πρέπει να παρεκκλίνει από τον κοινωνικό σκοπό που επιτελείται. Επομένως, απαιτείται μεγάλη προσοχή, ούτως ώστε η οικονομική ανεξαρτησία να μην προκαλέσει αρνητικές συνέπειες, που θα οδηγήσουν σε μια κοινή επιχείρηση με σκοπό το κέρδος.

Στην πράξη πάντως, η επίτευξη πλήρους οικονομικής αυτάρκειας είναι αδύνατη. Η κρατική ενίσχυση, μπορεί να μην έχει την μορφή απευθείας χρηματοδότησης, αλλά να λαμβάνεται ως φοροαπαλλαγή. Ακόμη οι δωρεές, παρά τις ιδιαιτερότητές τους, είναι πάντα επιθυμητές και ευπρόσδεκτες. Άλλες παροχές ίσως είναι η εθελοντική εργασία, η διευκόλυνση από προμηθευτές και η χορήγηση δανείου από τράπεζα με ευνοϊκότερους όρους (Nicholls, 2006). Η κοινωνική επιχείρηση πιθανόν να είναι καλύτερα αντί να επιζητά την ανεξαρτησία της, να προσπαθεί να αξιοποιήσει κάθε δυνατή στήριξη, οποιαδήποτε κι αν είναι η μορφή της, οικονομική και μη, υλική ή άυλη.

Βιωσιμότητα της κοινωνικής επιχείρησης

Το δίλημμα που αναλύσαμε προηγουμένως, ανάμεσα στην οικονομική εξάρτηση ή ανεξαρτησία, είναι στενά συνδεδεμένο με την προσπάθεια για βιωσιμότητα της κοινωνικής επιχείρησης.

Γενικότερα, είναι διαδεδομένη η άποψη ότι δεν μπορεί να είναι βιώσιμη μια κοινωνική επιχείρηση η οποία στηρίζει την χρηματοδότησή της σε δωρεές, φιλανθρωπίες και κρατική ενίσχυση (Boschae & McClurg, 2003). Επομένως γίνεται μια προσπάθεια απεμπλοκής από αυτές τις μορφές χρηματοδότησης με όσο το δυνατόν μεγαλύτερα έσοδα από επιχειρηματικές δραστηριότητες. Αναμφίβολα, είναι θετικό να υπάρχουν κερδισμένα εισοδήματα, παρόλα αυτά, δεν υπάρχουν σαφείς ενδείξεις και έρευνες που να αποδεικνύουν ότι η βιωσιμότητα της επιχείρησης εξαρτάται από τις πηγές των εσόδων της. Αντιθέτως, αν λάβουμε υπόψιν τα πολύ υψηλά ποσοστά αποτυχίας των εμπορικών επιχειρήσεων, δύσκολα θεωρούμε πιθανότερη την επιβίωση που στηρίζεται στα ίδια έσοδα της κοινωνικής επιχείρησης (Nicholls, 2006).

Συνολικά, για να είναι μια κοινωνική επιχείρηση βιώσιμη απαιτείται να έχει καλή οργάνωση και δομές, να καινοτομεί και να παραμένει προσηλωμένη στον κοινωνικό της σκοπό. Σχετικά με την χρηματοδότησή της, κάθε πηγή εσόδων πρέπει να είναι καλοδεχούμενη, είτε πρόκειται για δωρεές, είτε για εμπορικές δραστηριότητες (Nicholls, 2006). Μεγαλύτερα έσοδα, συνεπάγονται και περισσότερες πιθανότητες για επιβίωση. Λόγω της σπουδαιότητας και του κοινωνικού έργου που επιτελείται, η επιβίωση των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι ίσως σημαντικότερη από την αντίστοιχη των εμπορικών επιχειρήσεων, καθώς οι

ανάγκες της κοινωνίας που καλύπτονται και οι ομάδες που ωφελούνται, πιθανόν να μην έχουν κάποια άλλη στήριξη και βοήθεια.

Σύμφωνα με τον Jerr Boschee, Ιδρυτή και Εκτελεστικό Διευθυντή του Ινστιτούτου Κοινωνικών Επιχειρηματιών, μια κοινωνική επιχείρηση έχει να αντιμετωπίσει πολλά εμπόδια, τόσο εξωτερικά όσο και εσωτερικά. Υπάρχουν 14 παράγοντες ιδιαίτερα σημαντικοί, ώστε να καταφέρει όχι απλά να επιβιώσει, αλλά να είναι και επιτυχημένη, οι οποίοι αναλύονται ως εξής (Boschee, 2006):

α) Ειλικρίνεια, καθώς πολλές φορές οι επιχειρηματίες δεν βλέπουν την πραγματικότητα εντός της επιχείρησής τους.

β) Ξεκάθαρος σκοπός, καθορισμένος εξ αρχής και γνωστός σε όλους.

γ) Θάρρος, να λαμβάνονται ρίσκα χωρίς τον φόβο της αποτυχίας.

δ) Βασικές αξίες.

ε) Θέληση για σωστό σχεδιασμό, με την χρήση των κατάλληλων ατόμων.

στ) Δημιουργία ομάδας, στην οποία κάθε άτομο θα έχει την θέση που του ταιριάζει.

ζ) Ξεχωριστές στρατηγικές, στην περίπτωση που υπάρχει μητρικός οργανισμός και θυγατρικές.

η) Στρατηγικό marketing.

θ) Πρώτα η βιωσιμότητα και μετά η αποστολή.

ι) Συγκέντρωση στο στόχο.

ια) Εξυπηρέτηση πελατών (στους οποίους περιλαμβάνονται και οι ωφελούμενες κοινωνικές ομάδες).

ιβ) Ποιότητα.

ιγ) Επιθετική τιμολόγηση, για την μακροχρόνια βιωσιμότητα.

ιδ) Στρατηγικές συμμαχίες, όπως με φιλανθρωπικούς οργανισμούς, προμηθευτές ή διανομείς.

Ακόμη, ζωτικής σημασίας για μια κοινωνική επιχείρηση είναι τα δίκτυα που δημιουργούνται και οι συνεργασίες με άλλους φορείς κι επιχειρήσεις. Είναι προφανές ότι δε μπορεί να λειτουργήσει μόνη της χωρίς καμία εξωτερική βοήθεια, αλλά απαιτούνται στρατηγικές συμμαχίες για την παραγωγή κοινωνικής αξίας. Όπως φαίνεται και σε εμπειρικές έρευνες, πράγματι οι κοινωνικές επιχειρήσεις δημιουργούν πληθώρα τέτοιων δικτύων (Singh, 2016). Οι συμμαχίες που σχηματίζονται παρέχουν διάφορα οφέλη, αυξάνοντας την αποτελεσματικότητα, καθώς επιτυγχάνονται περισσότερα με τους λίγους διαθέσιμους πόρους και μειώνεται ο χρόνος για τα παραγόμενα αποτελέσματα (Wei-Skillern et al, 2007).

Οι συνεργασίες που δημιουργούνται μπορεί να απευθύνονται σε παραγωγούς και προμηθευτές πρώτων υλών, που πιθανόν να προσφέρουν χαμηλότερες τιμές, καθώς και σε διανομείς που διαθέτουν τα προϊόντα στην αγορά. Επίσης μπορεί να είναι με άλλους κοινωφελείς οργανισμούς που παρέχουν κι αυτοί παρόμοιες υπηρεσίες στην κοινωνία, ή φιλανθρωπικά ιδρύματα. Ακόμη, σχετίζονται με επιχειρήσεις οι οποίες θέλουν να προβάλλουν το κοινωνικό τους πρόσωπο και βοηθάνε άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις να επιτύχουν τους στόχους τους. Τέλος πολύ σημαντικά είναι τα ιδρύματα, όπως το Ashoka και το Schwab, στα οποία θα αναφερθούμε εκτενέστερα παρακάτω. Οι διάφοροι αυτοί οργανισμοί δημιουργούν δίκτυα για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, τόσο μεταξύ τους, όσο και με άλλες επιχειρήσεις και οργανισμούς, προσφέροντας χρήσιμες συμβουλές και υποστήριξη αλλά και διεθνή αναγνώριση (Nicholls, 2006).

1.11 Προσανατολισμός των κοινωνικών επιχειρήσεων στις τοπικές αγορές

Άλλο ένα δίλημμα που αντιμετωπίζουν οι κοινωνικές επιχειρήσεις, αφορά τον προσανατολισμό τους στη τοπική, εθνική, ή διεθνή αγορά. Η συνήθης περίπτωση είναι ο προσανατολισμός των κοινωνικών επιχειρήσεων σε τοπικό επίπεδο. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι συνήθως άτομα που προέρχονται από συγκεκριμένες κοινότητες που προσπαθούν να βοηθήσουν, γνωρίζοντάς τις καλύτερα (Nicholls, 2006; Singh, 2016).

Όταν μια κοινωνική επιχείρηση επιλέγει να δραστηριοποιηθεί σε μια τοπική κοινωνία, προκύπτουν πολλά οφέλη για την περιοχή αυτή. Υπάρχουν τρία κυρίως άμεσα οφέλη (Kachlami, 2014). Πρώτον, η αντιμετώπιση ενός κοινωνικού προβλήματος, που αποτελεί άλλωστε και τον κύριο στόχο της επιχείρησης. Δεύτερον, η δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης. Αν και αρκετοί εργαζόμενοι απασχολούνται εθελοντικά, υπάρχουν πολλοί ακόμα που δουλεύουν έμμισθα, ειδικά από ευπαθείς κοινωνικές ομάδες. Έρευνες άλλωστε δείχνουν την συνεχώς αυξανόμενη τάση της απασχόλησης σε κοινωνικές επιχειρήσεις (Anheier & Salamon, 2006; European Commission, 2015). Τρίτον, η δημιουργία οικονομικής αξίας. Η κοινωνική επιχείρηση δραστηριοποιείται με σκοπό το κέρδος, με αποτέλεσμα να αποκτάει έσοδα και να δημιουργεί οικονομικό όφελος στους ιδιοκτήτες, τους εργαζόμενους και τις άλλες ομάδες ενδιαφερομένων (Kachlami, 2014).

Αλλά έμμεσα οφέλη για την τοπική κοινωνία είναι (Kachlami, 2014): η δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου και ανάπτυξη κοινωνικών σχέσεων ανάμεσα στα μέλη της κοινότητας, η πραγματοποίηση κοινωνικών αλλαγών καθώς και οι αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας και των παραδοσιακών επιχειρήσεων, η ενδυνάμωση και παρακίνηση για την σύσταση και άλλων κοινωνικών επιχειρήσεων και η βελτίωση του τοπικού ονόματος ενός προϊόντος (brand name).

Παρόλο που οι περισσότερες κοινωνικές επιχειρήσεις εστιάζουν στο τοπικό επίπεδο, υπάρχουν κι εκείνες που επιχειρούν να δραστηριοποιηθούν σε περιφερειακό, ή ακόμη και διεθνές επίπεδο. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες, βλέποντας την επιτυχία που γνωρίζει η επιχείρηση σε τοπικό επίπεδο και γνωρίζοντας ότι κοινά προβλήματα έχουν οι άνθρωποι κι άλλων περιοχών, επιδιώκουν να επεκτείνουν την δραστηριότητά τους (Singh, 2016), για να βοηθήσουν περισσότερα άτομα. Άλλωστε στο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον που βρισκόμαστε, μεταδίδονται εύκολα και γρήγορα τα προβλήματα που αντιμετωπίζει κάθε χώρα στον υπόλοιπο κόσμο, παρακινώντας κοινωνικούς επιχειρηματίες να αναλάβουν δράση. Μετά την επιτυχία τους λειτουργία σε τοπικό επίπεδο, μια κοινωνική επιχείρηση μπορεί να λειτουργήσει απευθείας σε μια ευρύτερη περιοχή. Οι νέες τεχνολογίες και ιδιαίτερα το ίντερνετ συμβάλλουν προς αυτήν την κατεύθυνση. Τέλος η επέκταση σε διεθνές επίπεδο μπορεί να συμβεί από κοινωνικούς επιχειρηματίες που μιμούνται επιτυχημένες επιχειρήσεις και τις μεταφέρουν στο δικό τους τοπικό περιβάλλον (Nicholls, 2006).

1.12 Εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα

Η έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι πολύ πιθανό να συγχέεται με την εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα. Τα τελευταία χρόνια, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις αποδέχονται την ευθύνη που έχουν απέναντι στην κοινωνία, στα πλαίσια της προσπάθειάς τους για την επίτευξη κέρδους (Arminen et al, 2018). Έχουμε επίσης την μετατόπιση της προσπάθειας τους από την ικανοποίηση των μετόχων (shareholders), στην ικανοποίηση των ομάδων ενδιαφερομένων (shareholders), στους

οποίους περιλαμβάνονται οι πελάτες, οι εργαζόμενοι, η κοινωνία κ.α. (Nicholls, 2006).

Οι ευθύνες που έχει μια επιχείρηση μπορεί να είναι οικονομικές, νομικές, ηθικές ή φιλανθρωπικές. Πιο αναλυτικά, μια επιχείρηση πρέπει να συμμορφώνεται με τους νόμους και τους κανόνες που υπάρχουν σε μια χώρα, για θέματα λογιστικών πρακτικών, δικαιώματα εργαζομένων, προστασίας των καταναλωτών και του περιβάλλοντος, στον τομέα των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και του υγιούς ανταγωνισμού (McIntosh et al, 2003). Πέρα όμως από όσα προβλέπει η νομοθεσία, σε κάθε επιχείρηση υπάρχει και ένα σύνολο εσωτερικών κανόνων και πρακτικών που εφαρμόζονται με βάση ένα σύνολο αρχών και αξιών που θα ήθελε να πρεσβεύει, όπως η ειλικρίνεια, ο σεβασμός και η δικαιοσύνη (McIntosh et al, 2003).

Η στροφή των επιχειρήσεων προς την εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα είναι αποτέλεσμα πιέσεων τόσο από την κοινωνία όσο και από το εσωτερικό της επιχείρησης (Nicholls, 2006). Οι καταναλωτές στις μέρες μας είναι πολύ περισσότερο ευαισθητοποιημένοι σε θέματα που αφορούν την ασφάλειά τους, την προστασία του περιβάλλοντος και των εργαζομένων. Ακόμη, με το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οι πληροφορίες διαδίδονται γρηγορότερα και ευκολότερα από ποτέ. Επομένως οι επιχειρήσεις δε θέλουν να ρισκάρουν να καταστραφεί η φήμη τους και να καταρρεύσουν οι πωλήσεις τους.

Αν και η εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα φαίνεται να είναι πολύ κοντά με την κοινωνική επιχειρηματικότητα, στην πράξη αποτελούν δύο ξεχωριστές περιπτώσεις. Σίγουρα, ο στόχος και των δύο είναι η αντιμετώπιση των προβλημάτων της κοινωνίας και η προσφορά στο κοινωνικό σύνολο (McIntosh et al, 2003). Ωστόσο, για την εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα, αυτή η δραστηριότητα είναι συμπληρωματική της βασικής, που είναι η επιχειρηματική, σε αντίθεση με την κοινωνική επιχείρηση που η βασική της αποστολή είναι η δημιουργία κοινωνικής αξίας. Η δημιουργία οικονομικής αξίας παραμένει πρώτο μέλημα των επιχειρήσεων, και η κοινωνική υπευθυνότητα στοχεύει να βοηθήσει σε αυτήν την κατεύθυνση, ενώ για τις κοινωνικές επιχειρήσεις είναι δευτερεύον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

Η Κοινωνική Οικονομία στην Ευρωπαϊκή Ένωση και σε άλλες χώρες

Στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας έγινε μια προσπάθεια παρουσίασης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, σε θεωρητικό επίπεδο. Ωστόσο για την πληρέστερη ανάλυση της, δεν γίνεται να επικεντρωθούμε μόνο σε αυτό το σκέλος. Αντιθέτως απαιτείται να γνωρίζουμε πώς λειτουργεί η κοινωνική επιχειρηματικότητα στην πράξη. Το δεύτερο κεφάλαιο είναι αφιερωμένο στην στάση της Ε.Ε. και άλλων χωρών απέναντι στην κοινωνική οικονομία. Ωστόσο, εκτός από τις θεσμικές αυτές κρατικές οντότητες, στην κοινωνική οικονομία έχει στρέψει τα φώτα της και η ακαδημαϊκή κοινότητα. Άλλωστε, σε αρκετά πανεπιστήμια ξεκινάνε να πραγματοποιούνται μαθήματα και εκπαιδευτικά προγράμματα επί του θέματος. Τέλος, άξιοι αναφοράς είναι οι οργανισμοί που δημιουργούνται προκειμένου να βοηθήσουν στην προώθηση και επέκταση των κοινωνικών επιχειρήσεων.

2.1 Η κοινωνική επιχειρηματικότητα διεθνώς

Το ενδιαφέρον για την κοινωνική επιχειρηματικότητα σε όλον τον κόσμο είναι συνεχώς αυξανόμενο. Επομένως, δε θα μπορούσε να διαφύγει από την προσοχή των μεγαλύτερων κρατών και διεθνών οργανισμών (Defourny & Nyssens, 2010). Ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών (Ο.Η.Ε.) η Παγκόσμια Τράπεζα, ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.) καθώς επίσης οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι μερικά παραδείγματα.

Ο Ο.Η.Ε. έχει ως μία από τις βασικές του επιδιώξεις την «επίτευξη διεθνούς συνεργασίας για την επίλυση όλων των οικονομικών, κοινωνικών, πολιτιστικών και ανθρωπιστικών προβλημάτων» (United Nations, 2018). Στο πλαίσιο αυτό προωθείται και η βιώσιμη ανάπτυξη. Είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι συνυφασμένη με την βιώσιμη ανάπτυξη. Επομένως μπορεί να γίνει το όχημα για να επιτευχθούν οι στόχοι του Ο.Η.Ε. Σύμφωνα με το πρόγραμμα “Agenda 2030”, έχουν τεθεί 17 φιλόδοξοι στόχοι όπως είναι η εξάλειψη της πείνας, της φτώχειας, των ανισοτήτων, η παροχή εκπαίδευσης, υγειονομικής περίθαλψης, ηλεκτρικού ρεύματος και πόσιμου νερού σε όλους τους ανθρώπους, καθώς και η προστασία του περιβάλλοντος (United Nations, 2018). Επίσης, ο Ο.Ο.Σ.Α. έχει πραγματοποιήσει κάποιες έρευνες και μελέτες σχετικά με την κοινωνική επιχειρηματικότητα στις χώρες μέλη του, προσπαθώντας να αναλύσει την δυναμική του κλάδου και τις προοπτικές του (OECD, 2010; OECD, 2017). Ακόμη, από την Παγκόσμια τράπεζα έχουν δημοσιευτεί αρκετά άρθρα που να ασχολούνται με το θέμα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και με την χρήση παραδειγμάτων κοινωνικών επιχειρήσεων (World Bank, 2018).

Περνώντας σε επίπεδο χωρών, στις Η.Π.Α. το ενδιαφέρον για την κοινωνική επιχειρηματικότητα ξεκινάει νωρίτερα, στη δεκαετία του 1960, με κυβερνητικά προγράμματα που την υποστηρίζουν. Το γενικότερο θεσμικό πλαίσιο που έχει δημιουργηθεί βοήθησε αρκετά, όπως φαίνεται από το μεγάλο πλήθος κοινωνικών επιχειρήσεων και την ευρεία απήχηση στην ακαδημαϊκή κοινότητα (Defourny & Nyssens, 2010). Ακόμη, σε αρκετά κράτη υπάρχει κυβερνητικός σχεδιασμός και πρόθεση για ενίσχυση επιχειρήσεων και πρωτοβουλιών με κοινωνικό πρόσημο, με το κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο και την θέσπιση κινήτρων και χρηματοδοτικών εργαλείων. Σχετικά παραδείγματα είναι ο Καναδάς (George & Reed, 2016), η Ινδία (Singh, 2016) και η Κορέα (Mendell et al, 2010). Αντίθετα, σε άλλες μεγάλες χώρες,

όπως είναι η Κίνα, η Ρωσία και η Ιαπωνία, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, δεν φαίνεται να υπάρχει μεγάλη διείσδυση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

2.2 Η άνοδος της κοινωνικής οικονομίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Τα τελευταία χρόνια, στην Ευρωπαϊκή Ένωση έχει δοθεί μεγάλη προσοχή στην κοινωνική επιχειρηματικότητα (Wobbe, 2012; Sabato et al, 2017). Τα πρώτα προγράμματα για την ενίσχυση και προώθηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας ξεκινάνε στα μέσα της δεκαετίας του 1990 με το πρόγραμμα “URBAN I” (Sabato et al, 2017). Από τότε έχουν πραγματοποιηθεί πλήθος προγραμμάτων για την υποστήριξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας με διάφορα επιμέρους αντικείμενα και την χρηματοδότηση της Ε.Ε. (Wobbe, 2012; European Commission, 2018). Ακόμη έχουν δημιουργηθεί στατιστικοί δείκτες, όπως το Community Innovation Statistics και το Innovation Union Scoreboard, με σκοπό την μέτρηση και παρακολούθηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στα κράτη μέλη (Wobbe, 2012).

Αν και το ενδιαφέρον ήταν αυξανόμενο από τις αρχές του 21ου αιώνα, με την εμφάνιση νέων ερευνητικών προγραμμάτων συνεχώς, η κοινωνική επιχειρηματικότητα δε βρίσκεται στο επίκεντρο της προσοχής, μέχρι το 2010. Τότε, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, υπό την προεδρία του Manuel Barroso, παρουσιάζει το πρόγραμμα “Europe 2020”. Με βάση αυτό το πρόγραμμα, η Ε.Ε. θέτει κάποιους στόχους σε τομείς όπως η ανεργία, η φτώχεια και η προστασία του περιβάλλοντος, με την κοινωνική καινοτομία να αποτελεί εργαλείο για την επίτευξη αυτών των στόχων (Wobbe, 2012; Sabato et al, 2017). Έκτοτε, υπάρχει πληθώρα προγραμμάτων, εκδηλώσεων και δημοσιεύσεων που βοηθάνε στην ίδρυση και λειτουργία των κοινωνικών επιχειρήσεων, ενώ παράλληλα παρουσιάζουν τα μεγάλα οφέλη στην κοινωνία και το περιβάλλον (European Commission, 2013a; 2013b; 2014a; 2015; 2016).

Η σημαντικότερη πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής είναι το “Social Business Initiative”, που ξεκίνησε το 2011. Καθώς τονίζεται αρχικά η αναγκαιότητα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας για την επίτευξη των στόχων του “Europe 2020”, όπως η ανάπτυξη, η απασχόληση και η εξάλειψη των κοινωνικών αποκλεισμών, στη συνέχεια παρουσιάζονται 11 δράσεις για την ενίσχυσή της, που χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες (European Commission, 2018):

- α) Βελτίωση της πρόσβασης σε χρηματοδοτήσεις
- β) Βελτίωση της προβολής της κοινωνικής επιχειρηματικότητας
- γ) Βελτίωση του νομικού περιβάλλοντος

2.3 Η κοινωνική οικονομία στην Ευρωπαϊκή Ένωση σε αριθμούς

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει αναθέσει στο Διεθνές Κέντρο Έρευνας για την Κοινωνική και Συνεταιριστική Οικονομία (CIRIEC) την διεξαγωγή ερευνών σχετικά με την κοινωνική οικονομία στις χώρες μέλη της. Σύμφωνα με την τελευταία έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2017, στις 28 χώρες της Ένωσης, το 2015 υπήρχαν περισσότεροι από 2,8 εκατ. οργανισμοί και επιχειρήσεις στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, στους οποίους απασχολούνται 13,6 εκατ. άνθρωποι, δηλαδή το 6,3% του συνόλου των εργαζομένων στις χώρες της ΕΕ (βλέπε Πίνακες Π.ΙΙ.1 και Π.ΙΙ.2).

Πιο αναλυτικά, στην Ευρωπαϊκή Ένωση δραστηριοποιούνται, όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα Π.ΙΙ.1, 182.012 συνεταιρισμοί, 4.076 αμοιβαίες επιχειρήσεις και οργανισμοί και 2.558.416 λοιποί οργανισμοί και ιδρύματα. Οι

παραπάνω φορείς απαρτίζουν την κοινωνική οικονομία υπό μια ευρύτερη έννοια. Το 2015, από τα κράτη μέλη της ΕΕ η χώρα με το μεγαλύτερο αριθμό συνεταιρισμών είναι η Ιταλία και ακολουθούν η Ισπανία και η Αυστρία. Στο Ηνωμένο Βασίλειο, επίσης, συναντάμε τους περισσότερους οργανισμούς και ιδρύματα, με μεγάλη διαφορά από την Ιταλία και την Γαλλία που καταλαμβάνουν τη δεύτερη και τρίτη θέση αντίστοιχα. Στην Ελλάδα, το 2015, δραστηριοποιούνται 7.197 συνεταιρισμοί και 50.600 οργανισμοί και ιδρύματα, ένας αριθμός σχετικά μεγάλος σε σύγκριση με το μέγεθος της ελληνικής οικονομίας.

Πίνακας Π.ΙΙ.1. Αριθμός επιχειρήσεων & οργανισμών στους τομείς της κοινωνικής οικονομίας στην ΕΕ, 2015

Χώρα	Συνεταιρισμοί	Αμοιβαίες Επιχειρήσεις και Οργανισμοί	Οργανισμοί και Ιδρύματα
Αυστρία	17.604	6	11.005
Βέλγιο	535	104	15.625
Βουλγαρία	2.741	10	45.541
Κροατία	1.302	4	43.185
Κύπρος	76	(n/a)	5.120
Τσεχία	1.409	8	129.061
Δανία	139	38	13.766
Εσθονία	(n/a)	(n/a)	(n/a)
Φινλανδία	5.051	37	140.700
Γαλλία	8.714	792	186.078
Γερμανία	7.490	1.178	105.295
Ελλάδα	7.197	6	50.600
Ουγγαρία	2.769	30	62.152
Ιρλανδία	447	10	25.000
Ιταλία	60.423	1.002	288.931
Λετονία	74	3	19.534
Λιθουανία	439	5	22.000
Λουξεμβούργο	77	15	753
Μάλτα	54	2	693
Ολλανδία	70	124	60.000
Πολωνία	8.700	8	100.700
Πορτογαλία	2.117	111	59.040
Ρουμανία	4.934	9	42.707
Σλοβακία	303	8	44.187
Σλοβενία	(n/a)	(n/a)	(n/a)
Ισπανία	35.045	374	154.119
Σουηδία	7.505	48	62.624
Ην.Βασίλειο	6.797	144	870.000
ΣΥΝ. ΕΕ-28	182.012	4.076	2.558.416

Πηγή: CIRIEC (2017), Recent evolutions of the Social Economy in the European Union

Στον πίνακα Π.ΙΙ.2 παρουσιάζεται ο αριθμός των αμειβομένων εργαζομένων σε επιχειρήσεις και οργανισμούς της κοινωνικής οικονομίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Σύμφωνα με αυτές τις πληροφορίες, το 2015, το Λουξεμβούργο έχει τον μεγαλύτερο αριθμό εργαζομένων με αμοιβή στην κοινωνική οικονομία ως ποσοστό της συνολικής απασχόλησης στη χώρα (9,90% του συνόλου). Η Ολλανδία, η Γαλλία και το Βέλγιο έχουν επίσης υψηλά ποσοστά. Στον αντίποδα, στις Λιθουανία, Κροατία, Σλοβενία και Μάλτα, εργάζεται στην κοινωνική οικονομία ποσοστό μικρότερο του 1,50%. Στην Ελλάδα, μόλις το 3,30% των εργαζομένων απασχολείται στην κοινωνική οικονομία, ποσοστό σχεδόν στο μισό του μέσου όρου των 28 κρατών μελών τη ΕΕ. Συγκρίνοντας τον αριθμό των επιχειρήσεων και οργανισμών με το πλήθος των

εργαζομένων στην Ελλάδα, εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι σε κάθε συνεταιρισμό αντιστοιχούν μόλις 2 εργαζόμενοι, ένα κατά κεφαλήν μέγεθος το οποίο είναι το μικρότερο στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Σύμφωνα με στοιχεία αυτά, είναι προφανές ότι γενικότερα, η κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα, όπου επίσης αντιστοιχούν περίπου 2 εργαζόμενοι ανά οργανισμό, είναι κατακερματισμένη και δεν φαίνεται να υφίστανται ισχυρές κοινωνικές επιχειρήσεις.

Πίνακας Π.ΙΙ.2. Αμειβόμενοι εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις και οργανισμούς της κοινωνικής οικονομίας στην ΕΕ, 2015

Χώρα	Συνεταιρισμοί	Αμοιβαίες Επιχειρήσεις και Οργανισμοί	Οργανισμοί και Ιδρύματα	Σύνολο Κοινωνικής Οικονομίας	Ποσοστό Συνολικής Απασχόλησης
Αυστρία	70.474	1.576	236.000	308.050	7,6
Βέλγιο	23.904	17.211	362.806	403.921	9,0
Βουλγαρία	53.841	1.169	27.040	82.050	2,8
Κροατία	2.744	2.123	10.981	15.848	1,0
Κύπρος	3.078	(n/a)	3.906	6.984	2,0
Τσεχία	50.310	5.368	107.243	162.921	3,3
Δανία	49.552	4.328	105.081	158.961	5,9
Εσθονία	9.850	186	28.000	38.036	6,2
Φινλανδία	93.511	6.594	82.000	182.105	7,7
Γαλλία	308.532	136.723	1.927.557	2.372.812	9,1
Γερμανία	860.000	102.119	1.673.861	2.635.980	6,7
Ελλάδα	14.983	1.533	101.000	117.516	3,3
Ουγγαρία	85.682	6.948	142.117	234.747	5,6
Ιρλανδία	39.935	455	54.757	95.147	5,0
Ιταλία	1.267.603	20.531	635.611	1.923.745	8,8
Λετονία	440	373	18.528	19.341	2,2
Λιθουανία	7.000	332	(n/a)	7.332	0,6
Λουξεμβούργο	2.941	406	21.998	25.345	9,9
Μάλτα	768	209	1.427	2.404	1,3
Ολλανδία	126.797	2.860	669.121	798.778	9,8
Πολωνία	235.200	1.900	128.800	365.900	2,3
Πορτογαλία	24.316	4.896	186.751	215.963	5,0
Ρουμανία	31.573	5.038	99.774	136.385	1,7
Σλοβακία	23.799	2.212	25.600	51.611	2,1
Σλοβενία	3.059	319	7.332	10.710	1,2
Ισπανία	528.000	2.360	828.041	1.358.401	7,7
Σουηδία	57.516	13.908	124.408	195.832	4,2
Ην.Βασίλειο	222.785	65.925	1.406.000	1.694.710	5,6
ΣΥΝ. ΕΕ-28	4.198.193	407.602	9.015.740	13.621.535	6,3

Πηγή: CIRIEC (2017), Recent evolutions of the Social Economy in the European Union

Το 2015, τα εγγεγραμμένα μέλη σε συνεταιρισμούς, αμοιβαίους οργανισμούς και επιχειρήσεις και λοιπές οντότητες στις χώρες της ΕΕ ξεπερνάνε τα 232 εκατ. ενώ οι εθελοντές υπολογίζονται στα 83 εκατ. (βλ. Πίνακα Π.ΙΙ.3). Λαμβάνοντας υπόψη τον πληθυσμό της κάθε χώρας, τα περισσότερα μέλη σε συνεταιρισμούς βρίσκονται στην Ολλανδία, την Φινλανδία, την Ιρλανδία και την Κύπρο, ενώ τα λιγότερα σε Κροατία, Λετονία και Μάλτα. Σχετικά με τα μέλη αμοιβαίων επιχειρήσεων και οργανισμών, κυρίως για ασφαλιστική και υγειονομική κάλυψη, δε μπορούν να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα. Αυτό οφείλεται στην έλλειψη στοιχείων από πολλές χώρες καθώς και στην επικάλυψη του δείγματος, αφού μπορεί ένα άτομο να είναι μέλος σε περισσότερους οργανισμούς. Αξίζει να σημειωθεί ότι η μορφή αμοιβαίας ασφάλισης υφίσταται κυρίως στην Γερμανία, την Δανία, την Ιρλανδία και

το Ηνωμ. Βασίλειο. Όσον αφορά την Ελλάδα, το 2015 υπήρχαν 1.052.785 μέλη στα διάφορα είδη συνεταιρισμών, και 1.200.000 μέλη αμοιβαίων επιχειρήσεων και οργανισμών. Τέλος, ο μεγάλος αριθμός εθελοντών στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης καταδεικνύει από την μία μεριά την κοινωνική ευαισθησία και αλληλεγγύη των ανθρώπων στις χώρες αυτές και από την άλλη τις διαρκώς αυξανόμενες ανάγκες των πολιτών που προκύπτουν και δεν είναι δυνατόν να καλυφθούν από την κοινωνική πρόνοια του κράτους.

Πίνακας Π.11.3. Αριθμός μελών & εθελοντών στην κοινωνική οικονομία στην ΕΕ (2015)

Χώρα	Μέλη Συνεταιρισμών	Μέλη Αμοιβαίων Επιχειρήσεων και Οργανισμών	Εθελοντές Οργανισμών και Ιδρυμάτων
Αυστρία	3.305.726	1.108.397	2.000.000
Βέλγιο	(n/a)	(n/a)	1.165.668
Βουλγαρία	149.528	200.000	93.096
Κροατία	21.462	700.000	45.955
Κύπρος	509.388	(n/a)	24.000
Τσεχία	851.005	4.500.000	1.215.363
Δανία	315.710	8.000.000	1.477.000
Εσθονία	(n/a)	(n/a)	285.000
Φινλανδία	4.663.239	5.500.000	1.300.000
Γαλλία	26.106.829	20.000.000	13.200.000
Γερμανία	22.000.000	98.500.000	23.000.000
Ελλάδα	1.052.785	1.200.000	(n/a)
Ουγγαρία	547.000	3.900.000	412.893
Ιρλανδία	3.303.850	3.200.000	1.570.408
Ιταλία	13.180.000	3.325.000	4.758.622
Λετονία	17.330	(n/a)	477.000
Λιθουανία	160.000	(n/a)	100.000
Λουξεμβούργο	(n/a)	(n/a)	107.000
Μάλτα	4.461	(n/a)	29.956
Ολλανδία	19.831.156	(n/a)	5.300.000
Πολωνία	6.346.600	5.800.000	5.912.500
Πορτογαλία	1.500.000	1.100.000	1.040.000
Ρουμανία	3.032.000	700.000	900.000
Σλοβακία	433.328	360.000	304.094
Σλοβενία	(n/a)	(n/a)	96.822
Ισπανία	8.028.998	(n/a)	1.272.338
Σουηδία	4.355.350	(n/a)	3.000.000
Ην.Βασίλειο	17.400.000	54.500.000	13.800.000
ΣΥΝ. ΕΕ-28	137.115.745	212.593.397	82.887.715

Πηγή: CIRIEC (2017), Recent evolutions of the Social Economy in the European Union

2.4 Πανεπιστήμια και κοινωνική επιχειρηματικότητα

Παρόλο που η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει απασχολήσει τους οικονομολόγους από τον 19ο αιώνα, αν και εντονότερα συνέβη τα τελευταία 25 χρόνια, σε ακαδημαϊκό επίπεδο, σήμερα βρίσκεται ακόμα σε εμβρυακό στάδιο και χρειάζεται να διανύσει μεγάλη απόσταση.

Το 1995 το Harvard Business School (Nicholls, 2006) αναπτύσσει το πρώτο εκπαιδευτικό πρόγραμμα που έχει ως αντικείμενο την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Από τότε, υπάρχει μια αύξηση του ενδιαφέροντος για σχετικά προγράμματα

σπουδών, τόσο από την πλευρά της προσφοράς ανάλογων προγραμμάτων από τα πανεπιστήμια αλλά και όσον αφορά της ζήτησης από τους φοιτητές.

Τα περισσότερα από τα μεγαλύτερα πανεπιστήμια στις Η.Π.Α. και το Ηνωμένο Βασίλειο προσφέρουν την δυνατότητα φοίτησης στο αντικείμενο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Αλλά και σε άλλες χώρες υπάρχουν σχετικά προγράμματα (Lundstrom, 2014). Ωστόσο, δεν μπορούμε να θεωρήσουμε ότι υπάρχει ευρεία εξάπλωση ακόμη. Οι τίτλοι ποικίλουν, όπως κοινωνική οικονομία, κοινωνική καινοτομία, μη-κερδοσκοπική επιχειρηματικότητα. Συνήθως πρόκειται για σεμινάρια ή μεταπτυχιακές σπουδές. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν αντιμετωπίζεται ως επιστήμη. Η απουσία ενός θεωρητικού υπόβαθρου δεν επιτρέπει την υλοποίηση μαθημάτων και συγγραφή εκπαιδευτικών συγγραμμάτων που καλύπτουν τις εκπαιδευτικές ανάγκες ενός ανεξάρτητου τμήματος με αντικείμενο την κοινωνική οικονομία. Υπό αυτές τις συνθήκες, τα προγράμματα σπουδών που εστιάζουν στην κοινωνική επιχειρηματικότητα υλοποιούνται από τμήματα οικονομικών, κοινωνικών ή σπουδών διοίκησης (Nicholls, 2006). Ενδεικτικά ορισμένα πανεπιστήμια με αντίστοιχα προγράμματα σπουδών είναι:

α) Στις Η.Π.Α.: Stanford School of Business, USC Marshall School of Business, American University, Indiana, Columbia, San Diego, Pennsylvania, Duke, Yale, California-Berkeley, Michigan, Cornell, Boston, New York, Oregon, Georgetown.

β) Στο Ηνωμένο Βασίλειο: Oxford University, London School of Economics, Cardiff Metropolitan University, University of Huddersfield, London Metropolitan University, Manchester Metropolitan University, University College Cork, University of Northampton, University of Stirling.

γ) Υπόλοιπος κόσμος: Memorial University (Καναδάς), UNSW Sydney (Αυστραλία), Copenhagen Business School (Δανία), University of San Andres (Αργεντινή), Sao Paulo (Βραζιλία), Navarra (Ισπανία), Liege (Βέλγιο), Bologna (Ιταλία).

δ) Στην Ελλάδα υπάρχουν μερικά μεμονωμένα μαθήματα σε διάφορα προγράμματα πανεπιστημιακών σπουδών και κάποια επιμορφωτικά σεμινάρια από διάφορους φορείς, ενώ προσφέρεται μόνο ένα μεταπτυχιακό πρόγραμμα με τίτλο «Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία» από το Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Μέσα από αυτή την εκπαιδευτική εμπειρία, το κυριότερο πρόβλημα που εντοπίζεται είναι η έλλειψη διδακτικού κι ερευνητικού προσωπικού. Αν και υπάρχει μεγάλη ζήτηση από φοιτητές για προγράμματα σπουδών σχετικά με το αντικείμενο, δεν υπάρχει αντίστοιχη προσφορά από καθηγητές. Στα περισσότερα μαθήματα διδάσκουν κοινωνικοί επιχειρηματίες, οι οποίοι μπορεί να έχουν πρακτικές γνώσεις, δεν έχουν όμως επιστημονικό υπόβαθρο, παιδαγωγική επάρκεια και ερευνητική εμπειρία (Nicholls, 2006; Lundstrom, 2014). Η στόχευση των μαθημάτων συνήθως είναι στην κατεύθυνση του να γίνει ο φοιτητής καλός κοινωνικός επιχειρηματίας, χωρίς να δίνονται οι βάσεις για περαιτέρω έρευνα στο αντικείμενο.

2.5 Οργανισμοί που υποστηρίζουν τις Κοινωνικές Επιχειρήσεις

Εκτός από την προσοχή διάφορων κρατικών και διεθνών οργανισμών, η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει τραβήξει τα βλέμματα ιδρυμάτων που έχουν δημιουργηθεί με αποκλειστικό σκοπό την ενίσχυση της. Οι οργανισμοί αυτοί, αναγνωρίζοντας την σπουδαιότητά της, ιδρύονται για να προσφέρουν βοήθεια στους κοινωνικούς επιχειρηματίες. Η βοήθεια μπορεί να είναι οικονομική, να προσφέρονται ευκαιρίες εκπαίδευσης, πληροφορίες και συμβουλές σε θέματα διεύθυνσης, οργάνωσης και

ανάπτυξης, ή ακόμα η πρόσβαση σε δίκτυα συνεργατών, είτε πρόκειται για άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις, είτε για οργανισμούς και εμπορικές επιχειρήσεις (Nicholls, 2006).

Οι οργανισμός που υποστηρίζουν την κοινωνική επιχειρηματικότητα πολλαπλασιάζονται με γοργούς ρυθμούς και εξαπλώνονται σε όλον τον κόσμο. Ο πιο γνωστός οργανισμός είναι ο Ashoka. Ιδρύθηκε το 1980 από τον Bill Drayton στις Η.Π.Α. Στοχεύει στην ενίσχυση των κοινωνικών επιχειρηματιών, μέσω της εκπαίδευσης, της χρηματοδότησης, της δημιουργίας συνεργασιών σε ένα παγκόσμιο δίκτυο, με διάφορες κοινωνικές και μη επιχειρήσεις και οργανισμούς, και τέλος επενδύοντας στην καινοτομία (Sen, 2006). Με περισσότερους από 3.500 συνεργάτες σε 93 χώρες, έχει στήσει ένα πολύ ισχυρό δίκτυο, με μεγάλες δυνατότητες και επιρροή (Ashoka, 2018). Τέλος, διοργανώνει διαγωνισμούς με χρηματικά έπαθλα για τις νικήτριες καινοτόμες επιχειρήσεις (Sen, 2006).

Ακόμη, ιδιαίτερα σημαντικό είναι το Skoll Foundation. Ιδρύθηκε το 1999 από τον Jeff Skoll, ενώ το 2003 ξεκίνησε το Skoll Centre, ένα ερευνητικό κέντρο για την μελέτη και έρευνα σε ακαδημαϊκό επίπεδο. Στους διαγωνισμούς που διεξάγει έχουν δοθεί βραβεία σε 106 επιχειρήσεις, ενώ συνολικά έχουν δαπανηθεί 470 εκατομμύρια δολάρια για διάφορες δράσεις (Skoll, 2018). Επίσης, οι Klaus και Hilde Schwab ίδρυσαν το ομώνυμο ίδρυμα το 1998 στην Ελβετία, σε συνεργασία με το World Economic Forum. Σήμερα σχετίζεται με πάνω από 300 κοινωνικές επιχειρήσεις σε όλον τον κόσμο (Schwab, 2018).

Άλλοι οργανισμοί, πέρα από τους 3 που προαναφέρθηκαν, με μεγάλη επιρροή στην κοινωνική επιχειρηματικότητα ενδεικτικά είναι: Social Enterprise Initiative του Harvard (Rangan et al, 2008), Echoing Green, Global Social Entrepreneurship Network, Institute for Social Entrepreneurs, UnLtd (Nicholls, 2006) και Acumen (Acumen, 2018). Στην Ελλάδα ο πιο διαδεδομένος οργανισμός είναι το Impact Hub (Impact Hub, 2018).

Τέλος, παράλληλα με τους οργανισμούς που υποστηρίζουν την κοινωνική επιχειρηματικότητα, υπάρχουν και κάποια τεχνολογικά κέντρα που συμβάλλουν στην ανάδειξη κοινωνικών επιχειρηματιών και την προώθηση της κοινωνικής καινοτομίας. Για παράδειγμα στην Σιγκαπούρη βρίσκεται το The Social Innovation Park και στο Τορόντο του Καναδά το Centre for Social Innovation. Το πρώτο αντίστοιχο πάρκο στην Ευρώπη είναι το The Social Innovation Park στο Μπιλμπάο της Ισπανίας (European Commission, 2013a). Άλλες περιπτώσεις είναι το Citilab στην Βαρκελώνη και το La 27e Région στη Γαλλία (European Commission, 2013b).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

Η Κοινωνική Οικονομία Στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα η κοινωνική επιχειρηματικότητα βρίσκεται ακόμα σε πρώιμο στάδιο. Ο αριθμός των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι σχετικά μικρός, συγκριτικά με άλλες χώρες, ενώ για τις περισσότερες από αυτές, η διάρκεια ζωής τους δεν ξεπερνάει τα 4-5 χρόνια. Άλλωστε και το υπάρχον νομοθετικό πλαίσιο που ρυθμίζει σε μεγάλο βαθμό την λειτουργία επιχειρήσεων με κοινωνικό προσανατολισμό, τέθηκε σε εφαρμογή το 2011. Επομένως, πέρα από τον περιορισμένο αριθμό των κοινωνικών επιχειρήσεων, δεν υπάρχει μεγάλος αντίκτυπος στην κοινωνία. Οι περισσότερες προσπάθειες βρίσκονται ακόμα στα πρώτα τους βήματα.

Ωστόσο, αν και βρισκόμαστε στην αρχή, φαίνεται δειλά δειλά να πραγματοποιούνται κάποιες κινήσεις προς αυτήν την κατεύθυνση. Από την μία μεριά, έχουμε τις ιδιωτικές πρωτοβουλίες ατόμων που θέλουν να προσφέρουν στην κοινωνία και στην προστασία του περιβάλλοντος. Από την άλλη μεριά, το κράτος αυξάνει διαρκώς το ενδιαφέρον του προς την κοινωνική οικονομία, δείχνοντας έμπρακτα την στήριξη του, ιδιαίτερα στα χρόνια της οικονομικής κρίσης.

3.1 Θεσμικό πλαίσιο για την κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα

Τα πρώτα βήματα της κοινωνικής οικονομίας στον Ελληνικό χώρο είχαν πραγματοποιηθεί πριν την Επανάσταση του 1821, που οδήγησε στο σύγχρονο ανεξάρτητο Ελληνικό κράτος. Η πλούσια συνεταιριστική δράση στα χρόνια της Τουρκοκρατίας δεν είχε ανάλογη συνέχεια στην διάρκεια του 19ου αιώνα. Η πρώτη σημαντική νομοθετική προσπάθεια έγινε το 1915. Από τότε θεσπίστηκαν αρκετοί ακόμα νόμοι που ρύθμιζαν τα πλαίσια λειτουργίας των συνεταιρισμών και των λοιπών οργανισμών της κοινωνικής οικονομίας. Ωστόσο, το συνεταιριστικό κίνημα στα τέλη του 20ου αιώνα βρισκόταν σε παρακμή. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται έντονο ενδιαφέρον τόσο της πολιτείας, όσο και άλλων οργανισμών, για την ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Άλλωστε, όπως είδαμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο, αποτελεί βασική επιδίωξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μέλος της οποίας είναι και η Ελλάδα, η προώθηση της κοινωνικής οικονομίας. Έτσι, αρχικά το 2011 και στη συνέχεια το 2016, ψηφίστηκαν δύο νομοθετικές πρωτοβουλίες για την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Τα αποτελέσματα αυτών των θεσμικών κινήσεων καθώς και των δράσεων των οργανισμών που στηρίζουν την κοινωνική επιχειρηματικότητα, αναμένεται να γίνουν ορατά στο άμεσο μέλλον.

3.1.1 Το νομοθετικό πλαίσιο για την Κοινωνική οικονομία έως το 1998

Από την απελευθέρωση και την δημιουργία του Ελληνικού κράτους, μέχρι το τελευταίο τέταρτο του 19ου αιώνα, δεν υπάρχουν παραδείγματα σημαντικών συνεταιριστικών επιχειρηματικών δράσεων. Αν και στο Σύνταγμα του 1864 υπάρχει η διάταξη του άρθρου 11 σύμφωνα με την οποία «Οι Έλληνες έχουν το δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι, τηρούντες τους νόμους του Κράτους», δεν θεσπίστηκε κάποιος σχετικός νόμος για τους συνεταιρισμούς. Αντιθέτως, ο πρώτος νόμος θα ψηφιστεί πολύ αργότερα το 1915. Παρά την απουσία θεσμικού πλαισίου, στα τέλη του 19ου και στις αρχές του 20ου αιώνα ήταν πλέον εμφανής η ανάγκη του συνεταιριστικού θεσμού, ειδικά για τον αγροτικό πληθυσμό που ήταν οικονομικά ανίσχυρος (Κοντογεώργος & Στεργάκη, 2015). Δημιουργούνται έτσι κάποιες πρότυπες

συνεταιριστικές οργανώσεις με την μορφή συνήθως σωματείου. Η σημαντικότερη εξ αυτών είναι ο Μετοχικός Γεωργικός Σύλλογος Αλμυρού, που ιδρύθηκε το 1900 σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα. Η αρχική δραστηριότητα του σωματείου αυτού ήταν η χορήγηση δανείων στους συνεταίρους του και στη συνέχεια η παροχή μηχανημάτων για αλωνιστικές εργασίες (Κοντογεώργος & Στεργάκη, 2015).

Τελικά, το 1915 ψηφίζεται ο πρώτος νόμος που ρυθμίζει τα ζητήματα των συνεταιρισμών, ο Ν. 602/1915. Πρόκειται κυρίως για μια κυβερνητική πρωτοβουλία με στόχο την επίλυση των ελλείψεων στον χώρο της αγοράς και στον περιορισμό της αισχροκέρδειας, η οποία αφθονούσε τότε στην ελληνική επαρχία (CICOPA, 2013). Ο νόμος ήταν βασισμένος σε δοκιμασμένους νόμους άλλων χωρών της Ευρώπης με κάποιες προσαρμογές, και αποδείχτηκε ιδιαίτερα πετυχημένος. Καθιέρωσε απλές διαδικασίες για την ίδρυση ενός συνεταιρισμού, υπό την καθοδήγηση και την εποπτεία του αρμόδιου Υπουργού (Κοντογεώργος & Στεργάκη, 2015). Επίσης περιλαμβάνει όλα τα είδη συνεταιρισμών, όπως πιστωτικοί, αγροτικοί και καταναλωτικοί. Η καθιέρωση ενός θεσμικού πλαισίου έδωσε μεγάλη ώθηση στην συνεταιριστική οικονομική δραστηριότητα, ιδιαίτερα στον αγροτικό τομέα, και κατά συνέπεια σε όλη την ελληνική οικονομία. Στις αρχές τις δεκαετίας του 1930 υπήρχαν πάνω από 3.000 συνεταιρισμοί, ενώ το 1935 ιδρύθηκε και η Πανελλήνια Συνομοσπονδία Ενώσεων Γεωργικών Συνεταιρισμών (Nasioulas, 2012; CICOPA, 2013).

Ο Ν. 602/1915, με αρκετές τροποποιήσεις, ίσχυσε έως το 1979, όταν και καταργήθηκε από το νόμο Ν.921/1979. Παράλληλα καταργείται η κοινή νομοθεσία για όλες τις συνεταιριστικές μορφές και θεσπίζονται διαφορετικά πλαίσια για τους αγροτικούς και τους αστικούς συνεταιρισμούς. Οι αγροτικοί ρυθμίζονται αρχικά από τον Ν.921/1979 και στη συνέχεια από τους Ν.1541/1985, Ν.2169/1993, Ν.2810/2000 και τελευταία από τον Ν.4015/2011 (Κοντογεώργος & Στεργάκη, 2015; British Council, 2017). Οι παραπάνω νόμοι καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο ίδρυσης, λειτουργίας και διοίκησης και τους τομείς που δραστηριοποιούνται οι συνεταιρισμοί. Για παράδειγμα θέτονται ο αριθμός των αρχικών μελών, το ύψος της συνεταιριστικής μερίδας, τα γεωγραφικά όρια, η εκλογή των διοικητικών συμβουλίων και οι εποπτικοί φορείς. Ωστόσο, η πληθώρα νόμων και τροποποιήσεων στις δεκαετίες 1980 και 1990, είχε ως αποτέλεσμα την πολιτικοποίηση των αγροτικών συνεταιρισμών, την απομάκρυνση από την παραγωγική διαδικασία, την αποδυνάμωσή τους και τελικά την κατάρρευσή τους υπό το βάρος των συσσωρευμένων χρεών (Nasioulas, 2012; CICOPA, 2013; Κοντογεώργος & Στεργάκη, 2015).

Όσον αφορά τους αστικούς συνεταιρισμούς, αυτοί ρυθμίζονται από τον Ν.1667/1986. Ουσιαστικά πρόκειται για τους μη αγροτικούς συνεταιρισμούς, όπως παραγωγικοί, καταναλωτικοί, προμηθευτικοί, πιστωτικοί, μεταφορικοί και τουριστικοί. Άλλες συνεταιριστικές μορφές είναι οι γυναικείοι συνεταιρισμοί, που ανάλογα την φύση τους ρυθμίζονται από τους προηγούμενους νόμους όπως και οι συνεταιριστικές τράπεζες που θεσπίστηκαν με τον Ν.2076/1992 (CICOPA, 2013; British Council, 2017).

Ακόμη, στην κοινωνική οικονομία μπορούν να ενταχθούν οι Εταιρίες Λαϊκής Βάσης, οι οποίες αν και νομοθετικά υπάρχουν από το 1920 (Ν. 2190/1920), δεν έχουν λάβει μεγάλη προσοχή ως πιθανή μορφή επιχείρησης. Πρόκειται για ανώνυμες εταιρίες με κοινωνικό χαρακτήρα, στις οποίες τίθενται περιορισμοί στην συγκέντρωση του κεφαλαίου σε λίγα άτομα. Ένα παράδειγμα είναι η Ανώνυμη Ναυτιλιακή Εταιρεία Κρήτης που ιδρύθηκε το 1967. Τέλος, υπάρχουν οι Αστικές μη Κερδοσκοπικές Εταιρίες (Α.Μ.Κ.Ε.), στις οποίες τα κέρδη δε διανέμονται αλλά επανεπενδύονται, οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, Σωματεία και Κοινωφελή

Ιδρύματα και Οργανισμοί (British Council, 2017). Ωστόσο ο χώρος της κοινωνικής οικονομίας παραμένει κατακερματισμένος και χωρίς επαρκή ρυθμιστικό πλαίσιο.

3.1.2 Το νομοθετικό πλαίσιο για την Κοινωνική οικονομία μετά το 1999

Μία αξιολόγηση προσπάθεια γίνεται το 1999, με την ψήφιση του νόμου 2716/1999, με τον οποίο θεσμοθετούνται οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.), που αποβλέπουν στην κοινωνική ενσωμάτωση και επαγγελματική ένταξη ατόμων με σοβαρά ψυχοκοινωνικά προβλήματα και συμβάλλουν στη θεραπεία τους και στην κατά το δυνατόν οικονομική τους αυτάρκεια (Ν. 2716/1999). Αποτελούν ίσως την πρώτη προσπάθεια για την δημιουργία νομοθετικού πλαισίου που να απευθύνεται στην κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Ωστόσο, η πιο ουσιαστική νομοθετική ρύθμιση για την κοινωνική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα πραγματοποιείται το 2011 με τον Ν.4019/2011. Αρχικά ορίζεται η κοινωνική οικονομία ως «το σύνολο των οικονομικών, επιχειρηματικών, παραγωγικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων, οι οποίες αναλαμβάνονται από νομικά πρόσωπα ή ενώσεις προσώπων, των οποίων ο καταστατικός σκοπός είναι η επιδίωξη του συλλογικού οφέλους και η εξυπηρέτηση γενικότερων κοινωνικών συμφερόντων». Στη συνέχεια θεσπίζεται η Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση (Κοιν.Σ.Επ.), ως φορέας της κοινωνικής οικονομίας. Σύμφωνα με το άρθρο 2 «Είναι αστικός συνεταιρισμός με κοινωνικό σκοπό και διαθέτει εκ του νόμου την εμπορική ιδιότητα. Τα μέλη της Κοιν.Σ.Επ. μπορούν να είναι είτε φυσικά πρόσωπα είτε φυσικά πρόσωπα και νομικά πρόσωπα. Τα μέλη της συμμετέχουν σε αυτήν με μια ψήφο, ανεξάρτητα από τον αριθμό των συνεταιριστικών μερίδων που κατέχουν.» (Ν.4019/2011). Ο νόμος καθορίζει επίσης το πλαίσιο για την σύσταση, διοίκηση και λειτουργία της. Προβλέπονται ακόμη οι σχέσεις των μελών μεταξύ τους, με τους εργαζόμενους, με τις υπόλοιπες Κοιν.Σ.Επ. και το κράτος.

Ο ανωτέρω νόμος αντικαταστάθηκε από τον Ν.4430/2016, που καθορίζει το θεσμικό πλαίσιο μέχρι και σήμερα. Ορίζεται η Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία (Κ.ΑΛ.Ο.) ως «το σύνολο των οικονομικών δραστηριοτήτων που στηρίζονται σε μία εναλλακτική μορφή οργάνωσης των σχέσεων παραγωγής, διανομής, κατανάλωσης και επανεπένδυσης, βασισμένη στις αρχές της δημοκρατίας, της ισότητας, της αλληλεγγύης, της συνεργασίας, καθώς και του σεβασμού στον άνθρωπο και το περιβάλλον». Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας είναι οι Κοιν.Σ.Επ., οι Κοι.Σ.Π.Ε., οι συνεταιρισμοί εργαζομένων καθώς και οποιοδήποτε άλλο μη μονοπρόσωπο νομικό πρόσωπο αναπτύσσει δραστηριότητες συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας και πληροί κάποιες συγκεκριμένες προϋποθέσεις.

Με τον ίδιο νόμο θεσπίζονται επίσης οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων, οι οποίοι είναι «Αστικοί Συνεταιρισμοί του Ν. 1667/1986 που έχουν ως καταστατικό σκοπό τη συλλογική ωφέλεια, όπως ορίζεται στον παρόντα νόμο και διαθέτουν εκ του νόμου εμπορική ιδιότητα. Μέλη τους είναι αποκλειστικά και μόνο φυσικά πρόσωπα, τα οποία επιθυμούν να βιοποριστούν, παράγοντας από κοινού αγαθά και υπηρεσίες για τρίτους». Ακόμη, ρυθμίζονται η σύσταση, η λειτουργία, η λύση και εκκαθάριση και οι σχέσεις των μελών μεταξύ τους και με τον συνεταιρισμό, όπου καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό ότι ισχύει και για τις Κοιν.Σ.Επ. Ο Συνεταιρισμός Εργαζομένων μπορεί να προσλαμβάνει εργαζόμενους με σχέση εξαρτημένης εργασίας, χωρίς αυτοί να καθίστανται μέλη του και χωρίς ο αριθμός τους να υπερβαίνει σε ποσοστό το 25% του αριθμού των μελών. Τέλος η διοίκηση ασκείται από το Διοικητικό Συμβούλιο και

την Γενική Συνέλευση, ενώ η διανομή των κερδών πραγματοποιείται ακριβώς όπως και στις Κοιν.Σ.Επ. (Ν.4430/2016).

Ίδρυση και λειτουργία Κοινωνικών Συνεταιρισμών

Πιο αναλυτικά, οι Κοι.Σ.Π.Ε., όπως φαίνεται στο άρθρο 12 του νόμου 2716/1999, είναι νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου με περιορισμένη ευθύνη των μελών τους και μπορούν να αναπτύσσουν οποιαδήποτε οικονομική δραστηριότητα. Για την σύσταση ενός Κοι.Σ.Π.Ε. ακολουθούνται οι διαδικασίες που προβλέπονται για τους αστικούς συνεταιρισμούς, όπως σύνταξη καταστατικού και καταχώρησή του στο μητρώο συνεταιρισμών, καθώς επίσης ειδική άδεια σκοπιμότητας η οποία χορηγείται, μετά από την εξέταση του προτεινόμενου καταστατικού, από το Υπουργείο Υγείας. Στο ίδιο άρθρο αναφέρονται ακόμα τα βιβλία που πρέπει να τηρούνται, οι τρόποι και λόγοι διάλυσης ενός Κοι.Σ.Π.Ε. και η δυνατότητα σύστασης ενώσεων για το συντονισμό και την προώθηση των δραστηριοτήτων τους (Ν. 2716/1999).

Στο Ν.4430/2016, τα άρθρα 14 έως 23 είναι αφιερωμένα στις Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις. Διακρίνονται σε Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης (Ευάλωτων ή Ειδικών ομάδων) και σε Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής ωφέλειας. Η σύσταση Κοιν.Σ.Επ. και η υπαγωγή της στις διατάξεις του νόμου αυτού συντελείται με την εγγραφή της στο Μητρώο, οπότε αποκτά νομική προσωπικότητα και εμπορική ιδιότητα. Η αίτηση, το Καταστατικό και τα λοιπά απαιτούμενα έγγραφα κατατίθενται προς έγκριση στο Τμήμα Μητρώου. Απαιτείται η συμμετοχή σε αυτήν και η υπογραφή του καταστατικού της από τουλάχιστον πέντε πρόσωπα, φυσικά ή νομικά, στην περίπτωση Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας και από τουλάχιστον επτά, αν πρόκειται για Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης. Η συμμετοχή νομικών προσώπων δεν μπορεί να υπερβαίνει το 1/3 του συνόλου των μελών της. Το κεφάλαιο της επιχείρησης διαιρείται σε συνεταιριστικές μερίδες με ίδια ονομαστική αξία. Γενικά, η σχέση μεταξύ των μελών της Κοιν.Σ.Επ., η διοίκηση, η λειτουργία της και η διαδικασία λύσης και εκκαθάρισης διέπονται από το Ν. 1667/1986, εκτός αν ορίζεται διαφορετικά στον συγκεκριμένο νόμο (Ν.4430/2016).

Ακόμη, οι φορείς Κ.ΑΛ.Ο. μπορούν να συστήνουν ενώσεις με σκοπό την προαγωγή και διάδοση των δραστηριοτήτων συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας των μελών της και την ανάπτυξη των αρχών της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας, καθώς και να συμπράττουν μεταξύ τους για οικονομικούς σκοπούς. Σχετικά με την άσκηση ελέγχου στους φορείς Κ.ΑΛ.Ο. αρμόδιο είναι το Τμήμα Παρακολούθησης και Ελέγχων Φορέων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (Ν.4430/2016).

Μέλη και απασχόληση

Τα μέλη των Κοι.Σ.Π.Ε. μπορούν να ανήκουν στις εξής κατηγορίες:

α) Φυσικά πρόσωπα, ενήλικες ή ανήλικοι τουλάχιστον δεκαπέντε (15) ετών, οι οποίοι λόγω ψυχικής διαταραχής έχουν ανάγκη αποκατάστασης και αποτελούν τουλάχιστον το 35% του συνόλου των μελών.

β) Ενήλικες που εργάζονται στο χώρο της ψυχικής υγείας, χωρίς ωστόσο να είναι δυνατόν να υπερβαίνουν το 45% του συνόλου των μελών.

γ) Δήμοι, Κοινότητες ή άλλα φυσικά ή νομικά πρόσωπα δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου, μέχρι το 20% του συνόλου των μελών (Ν. 2716/1999).

Η εγγραφή νέων μελών είναι πάντοτε ελεύθερη, ενώ κάθε μέλος εγγράφεται με μια υποχρεωτική συνεταιριστική μερίδα που καθορίζεται στο καταστατικό και είναι αδιαίρετη και ίση για όλα τα μέλη. Μπορούν να απασχολούνται στους Κοι.Σ.Π.Ε. με δύο τρόπους. Αν ανήκουν στην πρώτη κατηγορία μπορεί να παρέχουν εργασία στους Κοι.Σ.Π.Ε. και να αμείβονται ανάλογα με την παραγωγικότητά τους και το χρόνο της εργασίας τους, όπως προβλέπεται από τον κανονισμό εσωτερικής λειτουργίας του κατά περίπτωση Κοι.Σ.Π.Ε. Αν ανήκουν στην δεύτερη κατηγορία μπορεί να παρέχουν εργασία στους συνεταιρισμούς, με πλήρη ή μερική απασχόληση, χωρίς ωστόσο να αμείβονται από τους Κοι.Σ.Π.Ε. Ακόμη, είναι δυνατό να προσλαμβάνονται εργαζόμενοι που δεν είναι μέλη του Κοι.Σ.Π.Ε (Ν. 2716/1999).

Στην περίπτωση των Κοιν.Σ.Επ., μέλη μπορούν να είναι τόσο φυσικά όσο και νομικά πρόσωπα, χωρίς κάποιον περιορισμό. Επίσης, τα μέλη της Κοιν.Σ.Επ. μπορεί να είναι και εργαζόμενοι της με σχέση εξαρτημένης εργασίας, υπό την προϋπόθεση ότι ο αριθμός των εργαζομένων μη μελών δε μπορεί να υπερβαίνει σε ποσοστό το 40% του συνόλου των εργαζομένων (Ν.4430/2016).

Γενικότερα, οι φορείς Κ.ΑΛ.Ο. οφείλουν να τηρούν Μητρώο Εθελοντών, υποχρεούνται, από τη δεύτερη χρήση λειτουργίας τους, να παρουσιάζουν ετήσια δαπάνη μισθοδοσίας τουλάχιστον ίση με το 25% του κύκλου εργασιών της προηγούμενης χρήσης τους, ενώ τα μέλη που δεν είναι εργαζόμενοι δεν έχουν δικαίωμα στη διανομή των κερδών (Ν.4430/2016).

Η Διοίκηση των Κοινωνικών Συνεταιρισμών

Το ανώτατο όργανο ενός Κοι.Σ.Π.Ε. είναι η Γενική Συνέλευση των μελών του, η οποία αποφασίζει για κάθε υπόθεση που δεν υπάγεται στην αρμοδιότητα άλλου οργάνου και έχει την εποπτεία και τον έλεγχο των οργάνων της Διοίκησης. Το κυριότερο όργανο της Διοίκησης είναι το Διοικητικό Συμβούλιο. Αποτελείται από επτά τακτικά μέλη και ισάριθμα αναπληρωματικά που εκλέγονται από τη Γ.Σ., εκ των οποίων πέντε μέλη της δεύτερης και τρίτης κατηγορίας, καθώς και δύο μέλη της πρώτης κατηγορίας (Ν. 2716/1999).

Η Γενική Συνέλευση των μελών αποτελεί το ανώτατο όργανο λήψης αποφάσεων και στις Κοιν.Σ.Επ. Συγκαλείται τακτικά τουλάχιστον μία φορά το χρόνο καθώς και έκτακτα, όταν αυτό απαιτηθεί. Εκτελεστικό διοικητικό όργανο της Κοιν.Σ.Επ. είναι η Διοικούσα Επιτροπή. Η σύνθεσή της αποτελείται από τουλάχιστον τρία μέλη, εκ των οποίων ένα είναι ο πρόεδρος, ένα ταμίας και ένα γραμματέας. Σε περίπτωση που ο αριθμός των μελών είναι μεγαλύτερος, πρέπει να είναι πάντοτε περιττός αριθμός. Τα μέλη εκλέγονται από την Γενική Συνέλευση και οι θέσεις τους είναι άμισθες (Ν.4430/2016).

Κεφάλαιο και πόροι

Στην ισχύουσα νομοθεσία, καταγράφονται η κατανομή των κεφαλαίων και οι πηγές προέλευσης των πόρων των συνεταιρισμών. Όσον αφορά το κεφάλαιο των συνεταιρισμών, αυτό απαρτίζεται από (Ν. 2716/1999):

- α) τις συνεταιριστικές μερίδες.
- β) το τακτικό αποθεματικό.
- γ) το έκτακτο αποθεματικό.
- δ) τα ειδικά αποθεματικά του παρόντος άρθρου και τα ειδικά αποθεματικά που τυχόν αποφασίζει η Γ.Σ.

Σχετικά με τους πόρους των συνεταιρισμών, υπάρχουν δύο διαφορετικές αναφορές στους νόμους 2716/1999 και 4430/2016 για τις δύο βασικές μορφές κοινωνικών επιχειρήσεων. Ωστόσο, στην πράξη για τις δύο αυτές κατηγορίες υπάρχει ταύτιση της πλειονότητας των περιπτώσεων. Επομένως στους κοινωνικούς συνεταιρισμούς οι πόροι τους προέρχονται από (Ν. 2716/1999; Ν.4430/2016):

- α) Το κεφάλαιο της επιχείρησης.
- β) Επιχορήγηση από τον Τακτικό Κρατικό Προϋπολογισμό ή το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων αποκλειστικά για συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα από την Ευρωπαϊκή Ένωση ή Διεθνείς Οργανισμούς.
- γ) Χρηματοδότηση από Εθνικούς Οργανισμούς, το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων, Αναπτυξιακά Προγράμματα, καθώς και από την Ευρωπαϊκή Ένωση ή Διεθνείς Οργανισμούς.
- δ) Κληροδοτήματα, δωρεές και παραχωρήσεις της χρήσης περιουσιακών στοιχείων.
- ε) Έσοδα από την επιχειρηματική τους δραστηριότητα.
- στ) Έσοδα από την εκμετάλλευση περιουσιακών τους στοιχείων.

Επίσης, οι φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας έχουν πρόσβαση σε χρηματοδότηση από το Ταμείο Κοινωνικής Οικονομίας, το Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης, άλλα προγράμματα στήριξης της επιχειρηματικότητας και σε προγράμματα του Ο.Α.Ε.Δ. για τη στήριξη της εργασίας. Δημόσιοι φορείς έχουν την δυνατότητα να παραχωρούν με απόφαση τους τη χρήση κινητής και ακίνητης περιουσίας τους σε φορείς Κ.Α.Λ.Ο. για την ενίσχυση δραστηριοτήτων συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας. (Ν.4430/2016).

Διανομή κερδών

Ίσως η σημαντικότερη διάταξη του Ν.4019/2011, η οποία παρέμεινε σχεδόν αναλλοίωτη στο άρθρο 21 του Ν.4430/2016, είναι εκείνη που αφορά την διανομή των κερδών. Σύμφωνα με το άρθρο 7, υπάρχει η πρόβλεψη για την μη διανομή των κερδών στα μέλη, εκτός αν αυτά είναι εργαζόμενοι. Αντιθέτως, διατίθενται ετησίως ως εξής:

- α) κατά ποσοστό 5% για το σχηματισμό τακτικού αποθεματικού,
- β) κατά ποσοστό 35% διανέμονται στους εργαζομένους της επιχείρησης (εκτός αν τα 2/3 των μελών της Γενικής Συνέλευσης του Φορέα αποφασίσουν αιτιολογημένα τη διάθεση μέρους ή όλου του ποσοστού αυτού σε δραστηριότητες του στοιχείου γ),
- γ) το υπόλοιπο διατίθεται για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη γενικότερη διεύρυνση της παραγωγικής του δραστηριότητας (Ν.4430/2016).

Με τον τρόπο αυτό, το κράτος επιβάλλει εν μέρη τον κοινωνικό χαρακτήρα των κοινωνικών συνεταιρισμών και των λοιπών φορέων Κ.Α.Λ.Ο. Καθώς δεν επιτρέπεται η διανομή κερδών σε μέλη που δεν εργάζονται, εξαλείφεται το κίνητρο του οικονομικού οφέλους από την συμμετοχή στο συνεταιρισμό. Οπότε τα μη εργαζόμενα μέλη κατά κύριο λόγο συμμετέχουν για να βοηθήσουν στην επίτευξη του κοινωνικού σκοπού. Ακόμη, για τα εργαζόμενα μέλη, το μέγιστο ποσοστό των κερδών που δύναται να αποκομίσουν είναι το 35%, το οποίο είναι σχετικά χαμηλό και θα μπορούσε να χαρακτηριστεί απλά ως κίνητρο παραγωγικότητας Άρα και τα

εργαζόμενα μέλη δε μπορούν να προσδοκούν σε μεγάλες οικονομικές απολαβές, πλην αυτών που αφορούν την εργασία τους. Έτσι, θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι διασφαλίζεται ο κοινωνικός προσανατολισμός του φορέα Κ.ΑΛ.Ο. Ωστόσο, το γενικότερο περιοριστικό πλαίσιο, που διέπει τις κοινωνικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα, ίσως αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα στην ίδρυση περισσότερων κοινωνικών συνεταιρισμών.

3.2 Γενικό Μητρώο και Ειδική Γραμματεία Κ.ΑΛ.Ο.

Με βάση τον Ν.4019/2011 συστάθηκε το Γενικό Μητρώο Κοινωνικής Οικονομίας, το οποίο μετονομάστηκε σε Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. Τηρείται με ευθύνη του κράτους, σε ηλεκτρονική μορφή και η εγγραφή όλων των φορέων Κ.ΑΛ.Ο. είναι υποχρεωτική. Παρέχεται η δυνατότητα ηλεκτρονικής υποβολής αίτησης εγγραφής και αδειοδότησης. Η χρήση του Μητρώου συμβάλλει στην καλύτερη παρακολούθηση των κοινωνικών συνεταιρισμών και γενικότερα της κοινωνικής οικονομίας στη Ελλάδα. Πρώτον, το κράτος γνωρίζοντας το σύνολο των κοινωνικών επιχειρήσεων μπορεί να χαράξει την κατάλληλη στρατηγική για την ενίσχυσή τους, να παρακολουθεί την εξέλιξή και να εξάγει χρήσιμα στατιστικά δεδομένα. Δεύτερον, καθώς οι εγγεγραμμένοι φορείς στο Μητρώο είναι ελεύθερα προσβάσιμοι, δίνεται η δυνατότητα σε κάθε πολίτη να αναζητήσει έναν κοινωνικό συνεταιρισμό.

Μία ακόμη προσθήκη στη νομοθεσία για την κοινωνική οικονομία, η οποία δεν είχε προβλεφθεί στο Ν.4019/2011, είναι η σύσταση Ειδικής Γραμματείας Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (Κ.ΑΛ.Ο.), υπαγόμενη στον Υπουργό Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης. Η Ειδική Γραμματεία έχει ως κύριο έργο τη χάραξη, εκτέλεση και εφαρμογή της κυβερνητικής πολιτικής για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία με αποτελεσματικότερο τρόπο, καθώς καθίσταται δυνατή η εκπόνηση και η παρακολούθηση βραχυπρόθεσμων αλλά και μεσομακροπρόθεσμων πολιτικών για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία (Ν.4430/2016). Συγκεκριμένα, έχουν δημιουργηθεί 90 κέντρα στήριξης που παρέχουν συμβουλές και κατευθύνσεις για την δημιουργία κοινωνικών επιχειρήσεων. Παρέχονται φορολογικές και άλλες διευκολύνσεις και σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Ένωση, δίνεται η πρόσβαση σε διάφορα χρηματοδοτικά εργαλεία. (Κ.ΑΛ.Ο., 2018). Παράλληλα ρυθμίζονται η διάρθρωση της Ειδικής Γραμματείας, η στελέχωση και οι αρμοδιότητες των τμημάτων.

Τέλος, δημιουργείται η Εθνική Επιτροπή για την Κοινωνική Οικονομία με αρμοδιότητα της «την προώθηση του κοινωνικού διαλόγου για τη διαμόρφωση πολιτικών ανάπτυξης των δραστηριοτήτων Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας και η γνωμοδότηση για την αναθεώρηση, την εξειδίκευση και την εφαρμογή της Εθνικού Σχεδίου Δράσης για την Κοινωνική Οικονομία» (Ν.4430/2016).

3.3 Ο αριθμός των φορέων της κοινωνικής οικονομίας στην Ελλάδα

Η καταγραφή της κοινωνικής οικονομίας αποτελεί μεγάλη πρόκληση, λόγω των πολλών και μεγάλων ιδιαιτεροτήτων της. Απαρτίζεται από ένα ευρύ φάσμα νομικών οντοτήτων όπως οι Κοιν.Σ.Επ., οι Κοι.Σ.Π.Ε., αγροτικοί, αστικοί και άλλοι συνεταιρισμοί, μη κυβερνητικές οργανώσεις, σωματεία και ιδρύματα. Όλες οι ανωτέρω νομικές μορφές ρυθμίζονται από ένα διαφορετικό νομικό πλαίσιο, κατακερματίζοντας τον χώρο της κοινωνικής οικονομίας. Ακόμη, μπορεί πολλές οντότητες, καθώς δε πληρούν κάποια κριτήρια να μη βρίσκονται σε μία από τις παραπάνω κατηγορίες αν και λειτουργούν με βάση τις αρχές της κοινωνικής

οικονομίας, ενώ αντιθέτως μπορεί να προσμετρούνται κάποιοι φορείς που δεν έχουν στην πραγματικότητα κοινωνικό προσανατολισμό (British Council, 2017). Παρόλο που η εκτίμηση του μεγέθους της κοινωνικής οικονομίας είναι αρκετά δύσκολη, δεν αποθαρρύνθηκαν οι ερευνητές και διάφοροι οργανισμοί, κι έτσι υπάρχουν κάποιες προσπάθειες υπολογισμού της. Πιθανόν να οφείλεται στο γεγονός ότι υπάρχει ραγδαία ανάπτυξη και συνεχώς αυξανόμενη προσοχή προς τον συγκεκριμένο τομέα από τους διεθνείς οργανισμούς και τα κράτη, οι οποίοι θα επιθυμούσαν να γνωρίζουν με ακρίβεια την δυναμική του κοινωνικού τομέα της οικονομίας.

Στην περίπτωση της Ελλάδας, από τις πιο αξιόπιστες προσπάθειες εκτίμησης της κοινωνικής οικονομίας, πιθανόν να είναι η μελέτες του Ιωάννη Νασιούλα, εμπειρογνώμονα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και ιδρυτή του Ινστιτούτου Κοινωνικής Οικονομίας, και αυτή του Διεθνούς Κέντρου Έρευνας για την Κοινωνική και Συνεταιριστική Οικονομία (CIRIEC). Με βάση αυτά τα στοιχεία, στην Ελλάδα το 2012 εκτιμάται ότι υπήρχαν 7.197 συνεταιρισμοί με 14.983 θέσεις εργασίας και 1.052.785 μέλη (Nasioulas, 2012). Από το σύνολο των συνεταιρισμών, σύμφωνα με νεότερα στοιχεία του 2015, 550 υπολογίζονται οι αγροτικοί συνεταιρισμοί με 764.000 μέλη, 9 συνεταιριστικές τράπεζες με 166.000 περίπου μέλη και 1.200 κοινωνικές επιχειρήσεις με 1.800 περίπου εργαζομένους (CIRIEC, 2017). Οι ενώσεις, τα ιδρύματα και άλλοι μη κερδοσκοπικοί και εθελοντικοί οργανισμοί υπολογίζονται σε 50.600, με 101.000 θέσεις εργασίας και περίπου 1.500.000 μέλη (Nasioulas, 2012). Τέλος, εκτιμάται ότι σε αμοιβαίες εταιρίες και οργανισμούς, που δραστηριοποιούνται κυρίως στον τομέα της αμοιβαίας ασφάλισης, υπάρχουν 1.200.000 μέλη και απασχολούνται περισσότεροι από 1.500 εργαζόμενοι (CIRIEC, 2017). Συνολικά, με τα παραπάνω δεδομένα, οι εργαζόμενοι στην κοινωνική οικονομία ανέρχονται σε 117.516 το 2015, δηλαδή αποτελούν το 3,3% του συνόλου των απασχολούμενων, πολύ χαμηλότερα σε σχέση με τον μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπου βρίσκεται στο 6,3% (CIRIEC, 2017).

Πίνακας Π.ΙΙΙ.1. Η κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα (2012)

Κατηγορία	Αριθμός επιχειρήσεων	Αριθμός εργαζομένων	Αριθμός μελών
Συνεταιρισμοί και άλλες παρόμοιες επιχ. (ΣΥΝΟΛΟ)	7.197	14.983	1.052.785
- Συνεταιριστικές τράπεζες	25	1.238	196.179
- Αγροτικοί συνεταιρισμοί	6.376	11.300	713.714
- Οικιστικοί συνεταιρισμοί	545	(n/a)	120.242
- Λοιποί συνεταιρισμοί	251	2.445	22.650
Ταμεία αμοιβαίας ασφάλισης και άλλες παρόμοιες μορφές (ΣΥΝΟΛΟ)	11	1.140	180.000
- Ταμεία Αλληλοβοήθειας	4	1.100	150.000
- Ταμεία επαγγελματικής ασφάλισης	7	40	30.000
Ενώσεις, ιδρύματα και άλλοι μη κερδοσκοπικοί και εθελοντικοί οργανισμοί (ΣΥΝΟΛΟ)	50.600	101.000	1.500.000
- Ενώσεις γενικά	50.000	100.000	1.500.000
- Ιδρύματα	600	1.000	-

Πηγή: Ioannis Nasioulas (2012). Social Cooperatives in Greece.

Τα προηγούμενα στοιχεία στον πίνακα Π.ΙΙΙ.1, αναφέρονται στην κοινωνική οικονομία με μια πολύ ευρεία έννοια. Έτσι τα αριθμητικά στοιχεία πιθανόν να είναι

αρκετά μεγαλύτερα από τα πραγματικά. Άλλες μελέτες εστιάζουν στους φορείς της κοινωνικής επιχειρηματικότητας σε ένα πιο στενό πλαίσιο. Μία εξ αυτών είναι η έκθεση της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με την κοινωνική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (European Commission, 2014b). Η έκθεση αυτή εκτιμά τον αριθμό των ενεργών κοινωνικών επιχειρήσεων μεταξύ 225 και 325 (πίνακας Π.ΙΙΙ.2).

Πίνακας Π.ΙΙΙ.2. Εκτιμώμενος Αριθμός Κοινωνικών Επιχειρήσεων στην Ελλάδα-European Commission (2014)

Είδος	Αριθμός Εγγεγραμμένων	Εκτιμώμενος αριθμός ενεργών
Γυναικείοι Συνεταιρισμοί	140	90
Κοι.Σ.Π.Ε.	23	16
Κοιν.Σ.Επ.	530	100-200
Άλλες μορφές		20
Σύνολο	690	225-325

Πηγή: European Commission (2014). A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. Country Report Greece.

Μία ακόμη έκθεση πραγματοποιήθηκε από το British Council, για λογαριασμό του Υπουργείου Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης. Η συγκεκριμένη μελέτη, όπως φαίνεται στον πίνακα Π.ΙΙΙ.3 είναι πιο πρόσφατη από την προηγούμενη και ανεβάζει τον αριθμό των κοινωνικών επιχειρήσεων από 1.236 έως 1.536 (British Council, 2017).

Πίνακας Π.ΙΙΙ.3. Εκτιμώμενος Αριθμός Κοινωνικών Επιχειρήσεων στην Ελλάδα-British Council (2017)

Κατηγορία	Εκτιμώμενος αριθμός ενεργών φορέων
Εγγεγραμμένοι στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο.	573-673
Μη εγγεγραμμένοι φορείς με νομική οντότητα	263
Άτυπες οντότητες	400-600
Σύνολο	1.236 - 1.536

Πηγή: British Council (2017). Έκθεση για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία στην Ελλάδα.

Μέχρι την σύσταση του Γενικού Μητρώου Κοινωνικής Οικονομίας από τον Ν.4019/2011, δεν υπάρχει κάποια συστηματική προσπάθεια καταγραφής του μεγέθους της κοινωνικής οικονομίας στη χώρα μας. Αν και αποτελεί μια ιδιαίτερα θετική πρωτοβουλία, το Μητρώο δεν είναι εφικτό να συγκεντρώσει όλους τους φορείς κοινωνικής οικονομίας, ωστόσο δε παύει να είναι μια πρώτη προσπάθεια καταγραφής ενός τμήματός τους. Από τις 29 Μαΐου 2012, οπότε εγγράφηκε η πρώτη Κοιν.Σ.Επ. στο Γενικό Μητρώο Κοινωνικής Οικονομίας μέχρι και τις 31 Οκτωβρίου 2016 οπότε αντικαταστάθηκε ο Ν.4019/2011, είχαν εγγραφεί στο Μητρώο συνολικά 1225 φορείς (Ειδ. Γραμ. Κ.ΑΛ.Ο., 2017). Με την ψήφιση του Ν.4430/2016 και την θέσπιση του νέου Γενικού Μητρώου Φορέων Κ.ΑΛ.Ο., μέχρι τις 24 Αυγούστου 2018 πραγματοποιήθηκαν 580 νέες εγγραφές, ενώ επανεγγράφηκαν 541 φορείς από το προηγούμενο μητρώο και 17 Κοι.Σ.Π.Ε. (Ειδ. Γραμ. Κ.ΑΛ.Ο., 2018). Οι συνολικές εγγραφές καταγράφονται στον πίνακα Π.ΙΙΙ.4.

Πίνακας Π.ΙΙΙ.4. Εγγραφές στο Γενικό Μητρώο Κοινωνικής Οικονομίας

Έτος εγγραφής	Εγγραφές στο Μητρώο
2012	116
2013	272
2014	326
2015	259
2016	252
2017 (έως 31/8)	205
2017 (από 1/9) – 2018 (έως 23/8)	375
Σύνολο	1805

Πηγή: Ετήσιες Εκθέσεις Ειδ. Γραμ. Κ.ΑΛ.Ο. για τα έτη 2017 και 2018

Με βάση τα πλέον πρόσφατα στοιχεία του Μητρώου Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας, έως τον Οκτώβριο του 2018, παρέμεναν εγγεγραμμένοι 1215 φορείς, εκ των οποίων 25 Κοι.Σ.Π.Ε. και 1.112 Κοιν.Σ.Επ. (Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο., 2018), όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας Π.ΙΙΙ.5. Αριθμός εγγεγραμμένων φορέων Κ.ΑΛ.Ο. στο Γενικό Μητρώο (2018)

A/A	Κατηγορία	Αριθμός εγγεγραμμένων φορέων
1	Κοι.Σ.Π.Ε.	25
2	Κοιν.Σ.Επ.	
2.1	-Ένταξης ειδικών ομάδων	5
2.2	-Ένταξης ευάλωτων ομάδων	24
2.3	-Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας	1.083
	Σύνολο Κοιν.Σ.Επ.	1.112
3	Συνεταιρισμοί εργαζομένων	21
4	Λοιποί φορείς Κ.ΑΛ.Ο.	57
	Σύνολο	1.215

Πηγή: Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. (22-10-2018)

Δεδομένου ότι οι προηγούμενες έρευνες υπολογίζουν τον αριθμό των κοινωνικών επιχειρήσεων κάνοντας κάποιες εκτιμήσεις, δε μπορούν να δώσουν απολύτως βέβαιες μετρήσεις. Τα μόνα αξιόπιστα στοιχεία προέρχονται από την Ειδική Γραμματεία Κ.ΑΛ.Ο., το Γενικό Μητρώο και τις ετήσιες εκθέσεις οικονομικής χρήσης και άλλων στοιχείων που πραγματοποιούν οι φορείς Κ.ΑΛ.Ο. Ωστόσο, αν και υπάρχει μεγάλος αριθμός εγγεγραμμένων φορέων στο Μητρώο δεν υποβάλλουν όλες αυτές ετήσια έκθεση. Ασφαλώς, πολλοί από τους εγγεγραμμένους φορείς δεν είναι ενεργοί, όμως υπάρχουν κάποιοι που είναι, δίχως ο αριθμός τους να μπορεί να διαπιστωθεί. Συνεπώς, τα στοιχεία που παρατίθεται στις εκθέσεις της Ειδικής Γραμματείας Κ.ΑΛ.Ο. αποτελούν τα ελάχιστα δυνατά μεγέθη, με τις πραγματικές τιμές να είναι πιθανόν μεγαλύτερες (Ειδ. Γραμ. Κ.ΑΛ.Ο., 2018). Από τα παραπάνω φαίνεται ότι δε γνωρίζουμε πολλά, πέρα από τον αριθμό των κοινωνικών επιχειρήσεων και των εργαζομένων τους, για την πραγματική τους συμβολή στο ΑΕΠ της χώρας και τον αντίκτυπό τους στις τοπικές κοινωνίες. Οι όποιες, πέρα από τις προηγούμενες αναφορές, μελέτες και εκθέσεις έχουν δημοσιευθεί, εκτός από τον περιορισμένο αριθμό τους, δε προσπαθούν να εντοπίσουν την επιρροή της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην πραγματική οικονομία (για παράδειγμα Sdrali et al, 2015;

Apostolopoulos et al, 2018). Τέλος, αν και η οικονομική κρίση των τελευταίων χρόνων βρίσκεται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος, δεν έχει ερευνηθεί η σχέση της με την κοινωνική επιχειρηματικότητα και εάν η αύξηση του αριθμού των κοινωνικών επιχειρήσεων οφείλεται στην κρίση, ή σε άλλους παράγοντες, όπως η νομοθετική ρύθμιση του 2011 και η γενικότερη άνοδος διεθνώς.

Προκειμένου να μελετήσουμε κάποια οικονομικά μεγέθη για την κοινωνική επιχειρηματικότητα, θα χρησιμοποιήσουμε τα στοιχεία των εκθέσεων της Ειδικής Γραμματείας Κ.ΑΛ.Ο. για τα έτη 2017 και 2018. Μπορεί όπως προαναφέραμε να μην περιλαμβάνουν το σύνολο των κοινωνικών επιχειρήσεων, ωστόσο αποτελούν τα μοναδικά διαθέσιμα αξιόπιστα στοιχεία. Επομένως όλα τα δεδομένα που αναλύονται στη συνέχεια προέρχονται από τις δύο αυτές μελέτες.

Τα βασικότερα στοιχεία των δύο αυτών εκθέσεων παρουσιάζονται στον πίνακα Π.ΙΙΙ.6. Σύμφωνα με αυτές τις πληροφορίες, από τους 1.215 εγγεγραμμένους φορείς, με βάση τις εκθέσεις της Ειδικής Γραμματείας Κ.ΑΛ.Ο. για τα έτη 2017 και 2018, γνωρίζουμε ότι υπέβαλαν ετήσια έκθεση 282 φορείς για το έτος 2015 και 374 φορείς για το έτος 2016. Η άνοδος αυτή συνεπάγεται και αύξηση στον αριθμό των εργαζομένων, σε ετήσιες μονάδες εργασίας, από 773 σε 1.023,41. Αν και ο μέσος όρος των συνολικών εργαζομένων ανά κοινωνική επιχείρηση παραμένει σταθερός, παρατηρούμε μια άνοδο στον αριθμό των εργαζομένων που ανήκουν σε ευάλωτες κοινωνικές ομάδες κατά 14%. Επίσης ο κύκλος εργασιών αυξάνεται από 6,9 εκατ. € σε 10,1 εκατ. €, με την ποσοστιαία αύξηση κατά μέσο όρο να είναι μεγαλύτερη από 11%. Ωστόσο υπάρχει διπλασιασμός των επιχειρήσεων οι οποίες είναι ζημιογόνες ανάμεσα στα δύο έτη.

Πίνακας Π.ΙΙΙ.6. Βασικά στοιχεία για Κοιν.Σ.Επ. στην Ελλάδα

	2015	2016
Αριθμός φορέων	282	374
Αριθμός Εργαζομένων*	773	1.023,41
Αριθμός Εργαζομένων (Μ.Ο.)*	2,74	2,74
-που ανήκουν σε ευάλωτες ομάδες	225	340,93
-που ανήκουν σε ευάλωτες ομάδες (Μ.Ο.)	0,8	0,91
Κύκλος εργασιών (σε €)	6.855.279,42	10.112.036,24
Κύκλος εργασιών (σε €) (Μ.Ο.)	24.309,50	27.037,53
Κερδοφόρες	80	115
Κερδοφόρες (% του συνόλου)	28,37	30,75
Ζημιογόνες	97	205
Ζημιογόνες (% του συνόλου)	34,40	54,81

Πηγή: Ετήσιες Εκθέσεις Ειδ. Γραμ. Κ.ΑΛ.Ο. για τα έτη 2017 και 2018

*σε ετήσιες μονάδες εργασίας

3.4 Κατανομή φορέων Κ.ΑΛ.Ο ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας

Σύμφωνα με την Ετήσια Έκθεση του 2017, η σημαντικότερη δραστηριότητα των φορέων Κ.ΑΛ.Ο είναι η εκπαίδευση και δεύτερη η εστίαση. Στους δύο αυτούς κλάδους δραστηριοποιούνται 36 και 30 φορείς αντίστοιχα (περισσότερο από το 23% του συνόλου) με 184 και 111 εργαζομένους (δηλαδή το 30% του συνόλου απασχολούμενων στην κοινωνική οικονομία) και με 2,5 εκατ. ευρώ κύκλο εργασιών αθροιστικά. Σχετικά με τον αριθμό των φορέων Κ.ΑΛ.Ο. ανά κλάδο σημαντικό

επίσης μερίδιο της σχετικής κατανομής κατέχουν οι δραστηριότητες οργανώσεων (9,22%), το χονδρικό εμπόριο (7,45%) και το λιανικό (6,38%).

Γενικότερα, μπορούμε να διακρίνουμε το μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων της κοινωνικής οικονομίας. Υπάρχουν 18 βασικοί κλάδοι καθώς και 43 ακόμη κοινωνικοί φορείς που δε ήταν εύκολο να κατηγοριοποιηθούν. Στον πίνακα Π.ΙΙΙ.7 που ακολουθεί, εκτός του αριθμού των φορέων, παρουσιάζεται ακόμη ο αριθμός των εργαζομένων και ο κύκλος εργασιών ανά κλάδο. Με εξαίρεση τις λοιπές δραστηριότητες, η εκπαίδευση και η εστίαση καταλαμβάνουν και πάλι τις πρώτες δύο θέσεις. Ακολουθούν σε εργαζόμενους οι δραστηριότητες οργανώσεων και οι υπηρεσίες καθαρισμού, ενώ σε κύκλο εργασιών οι υπηρεσίες καθαρισμού και οι υπηρεσίες προς το δημόσιο.

Πίνακας Π.ΙΙΙ.7. Συνολικά στοιχεία ανά κλάδο έτους 2015

Κλάδος	Αριθμός φορέων	%	Αριθμός Εργαζ/νων	Αριθμός Εργαζ/νων (Ευάλωτες Ομάδες)	Κύκλος εργασιών (ποσά σε €)	%
Εκπαίδευση	36	12,77	184	26,5	1.116.543,46	16,29
Εστίαση	30	10,64	111	7	1.362.311,70	19,87
Δραστηριότητες οργανώσεων	26	9,22	78	48	429.756,92	6,27
Χονδρικό εμπόριο	21	7,45	9	5	269.234,01	3,93
Λιανικό εμπόριο	18	6,38	8	4	275.003,29	4,01
Διοικητικές δραστηριότητες	15	5,32	50	20	207.265,28	3,02
Υπηρεσίες προς το Δημόσιο	14	4,96	26	5	470.800,57	6,87
Κοινωνική μέριμνα	14	4,96	43	7	219.328,98	3,20
Δημιουργικές δραστηριότητες	12	4,26	55	6	124.263,00	1,81
Συμβουλευτικές υπηρεσίες	9	3,19	14	0	334.446,97	4,88
Υπηρεσίες Καθαρισμού	9	3,19	67	37	481.348,68	7,02
Υπηρεσίες υγείας	8	2,84	13	0	102.140,20	1,49
Βιομηχανία τροφίμων	5	1,77	5	2	36.294,06	0,53
Απορρίμματα	5	1,77	2	0	14.016,70	0,20
Υπηρεσίες πληροφορίας	5	1,77	0,4	0,4	69.575,42	1,01
Κατασκευαστικές δραστηριότητες	4	1,42	4	0	146.515,74	2,14
Εκδοτικές δραστηριότητες	4	1,42	1	0	25.495,75	0,37
Πληροφορική	4	1,42	3	0	42.314,23	0,62
Λοιπές δραστηριότητες	43	15,17	99,4	57,4	1.128.624,46	16,46
ΣΥΝΟΛΟ	282	100	773*	225*	6.855.279,42	100

Πηγή: Ετήσια Έκθεση Ειδ. Γραμ. Κ.Α.Λ.Ο., 2017, *σε ετήσιες μονάδες εργασίας

Τα προηγούμενα στοιχεία αφορούν το έτος 2015. Αντίστοιχα, σύμφωνα με την Ετήσια Έκθεση του 2018 που αφορά την οικονομική χρήση του έτους 2016, υποβλήθηκαν εκθέσεις από 374 φορείς. Να επισημάνουμε αρχικά ότι υπάρχει μια διαφοροποίηση ως προς τους κλάδους που οφείλεται στην αλλαγή του Γενικού Μητρώου με βάση το Ν.4430/2016. Όπως παρατηρούμε στον πίνακα Π.ΙΙΙ.8, η εκπαίδευση και η εστίαση παραμένουν οι δύο μεγαλύτεροι κλάδοι, έχοντας αλλάξει σειρά, με την εστίαση να αποτελείται από 3 φορείς περισσότερους. Ωστόσο υπάρχει μικρή μείωση του ποσοστού τους στο 21% του συνόλου. Στις επόμενες θέσεις βρίσκονται οι δραστηριότητες οργανώσεων (8,02%) και το λιανικό εμπόριο (7,49%).

Σχετικά με τον αριθμό των εργαζομένων και τον κύκλο εργασιών, ιδιαίτερη αίσθηση προκαλεί η μεγάλη άνοδος του κλάδου της παροχής υπηρεσιών σε κτήρια και εξωτερικούς χώρους, που ουσιαστικά πρόκειται για υπηρεσίες καθαρισμού, ο οποίος βρίσκεται πρώτος με διαφορά στις δύο αυτές κατηγορίες. Μάλιστα, 3 από τις

5 επιχειρήσεις με τον μεγαλύτερο κύκλο εργασιών παρέχουν τις συγκεκριμένες υπηρεσίες. Στις επόμενες δύο θέσεις ακολουθούν η εστίαση και η εκπαίδευση.

Πίνακας Π.ΙΙΙ.8. Συνολικά στοιχεία ανά κλάδο έτους 2016

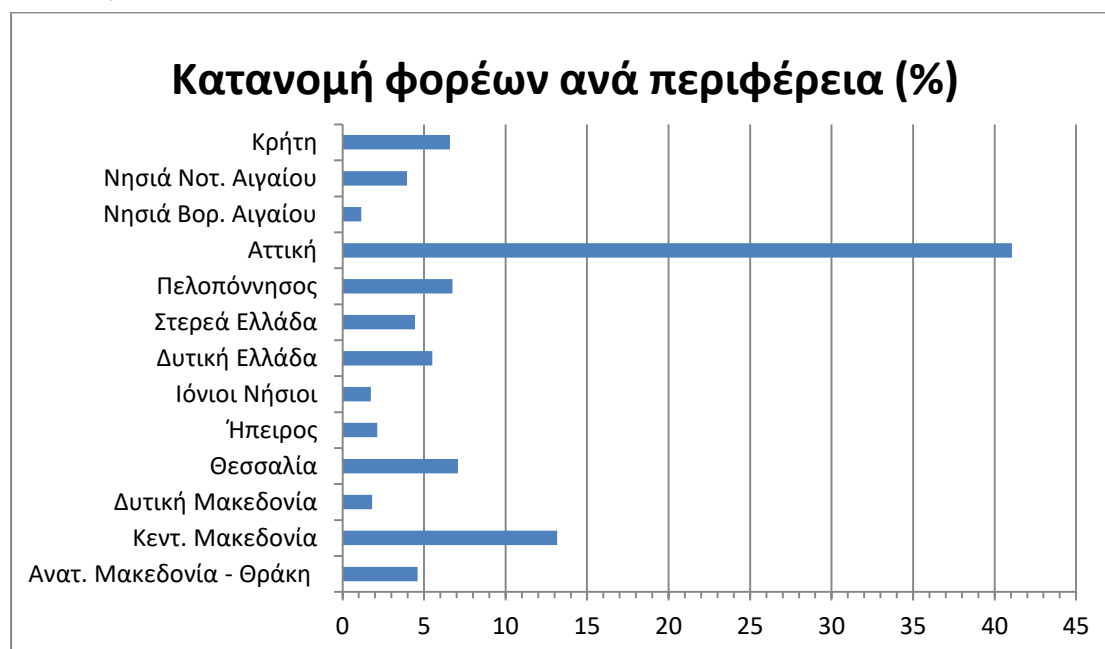
Κλάδος	Αριθμός φορέων	%	Αριθμός Εργαζ/νων	Αριθμός Εργαζ/ων (Ευάλωτες Ομάδες)	Κύκλος εργασιών (ποσά σε €)	%
Υπηρεσίες εστίασης	41	10,96	173,91	51,40	1.475.880,63	14,60
Εκπαίδευση	38	10,16	96,61	8,50	1.227.082,44	12,13
Δραστηριότητες οργανώσεων	30	8,02	41,41	23	473.594,91	4,68
Λιανικό εμπόριο	28	7,49	22	4	873.870,86	8,64
Δημιουργικές δραστηριότητες, τέχνες και διασκέδαση	21	5,61	65,25	0	379.476,79	3,75
Χονδρικό εμπόριο	21	5,61	14,50	1	220.485,66	2,18
Διοικητικές δραστηριότητες γραφείου	18	4,81	59,57	21	183.643,02	1,82
Δραστηριότητες ανθρώπινης υγείας	16	4,28	4	0	236.914,94	2,34
Παροχή υπηρεσιών σε κτήρια και εξωτερικούς χώρους	15	4,01	251,52	145,40	1.936.803,49	19,15
Δραστηριότητες κεντρικών γραφείων, συμβουλευτική	13	3,48	28	0	130.315,57	1,29
Κοινωνική μέριμνα (χωρίς παροχή καταλύματος)	11	2,94	39	0	294.546,78	2,91
Δημόσια διοίκηση και άμυνα· υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση	11	2,94	37,55	0	585.459,88	5,79
Εκδοτικές δραστηριότητες	9	2,41	0	0	50.262,54	0,50
Διαφήμιση και έρευνα αγοράς	9	2,41	12	8	153.523,47	1,52
Δραστηριότητες αθλητικές, διασκέδασης, ψυχαγωγίας	8	2,14	6,28	0	38.763,12	0,38
Συλλογή, επεξεργασία, διάθεση απορριμμάτων· ανάκτηση υλικών	8	2,14	2,3	1	118.388,74	1,17
Προγραμματισμός ηλεκτρονικών υπολογιστών	7	1,87	9,25	0	92.326,62	0,91
Φυτική-ζωική παραγωγή, θήρα, Δασοκομία-υλοτομία	7	1,87	22	22	173.334,01	1,71
Επιστημονική έρευνα και ανάπτυξη	6	1,60	5	0	125.902,80	1,25
Άλλες δραστηριότητες παροχής προσωπικών υπηρεσιών	6	1,60	30	6	325.624,12	3,22
Λοιπές δραστηριότητες	51	13,64	103,26	49,63	1.015.835,85	10,05
ΣΥΝΟΛΟ	374	100	1.023,41*	340,93*	10.112.036,24	100

Πηγή: Ετήσια Έκθεση Ειδ. Γραμ. Κ.Α.Λ.Ο. ,2018, *σε ετήσιες μονάδες εργασίας

3.5 Η γεωγραφική κατανομή των φορέων κοινωνικής οικονομίας στην Ελλάδα

Η αποτύπωση της γεωγραφικής κατανομής των εγγεγραμμένων φορέων Κ.ΑΛ.Ο. ανά περιφέρεια στον ελλαδικό χώρο κατά το έτος 2018 καθιστά σαφές ότι το 41,07 % δηλαδή οι 499 από τις 1215 επιχειρήσεις εγκαθίστανται στην περιφέρεια Αττικής (βλ. Πίνακα Π.ΙΙΙ.9). Διψήφιο ποσοστό (13,7%) εμφανίζει ακόμη η περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας. Σχετικά υψηλή συμμετοχή έχουν οι φορείς Κ.ΑΛ.Ο στις περιφέρειες Θεσσαλίας, Πελοποννήσου και Κρήτης, καθώς αυτοί αντιπροσωπεύουν το 7,08 % , 6,75% και 6,58% αντίστοιχα του συνόλου των εγγεγραμμένων φορέων Κ.ΑΛ.Ο στην Ελλάδα. Επομένως είναι φανερό το γεγονός της συγκέντρωσης στα μεγάλα αστικά κέντρα, πρωτίστως σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη και δευτερευόντως σε Πάτρα, Ηράκλειο, Λάρισα και Βόλο. Στις υπόλοιπες περιφέρειες, με μονοψήφια ποσοστά κάτω του 6%, κατανέμεται το υπόλοιπο 25,34% των φορέων Κ.Α.ΛΟ (βλ. Διάγραμμα Δ.ΙΙ.1).

Διάγραμμα Δ.ΙΙ.1 Γεωγραφική κατανομή των φορέων ΚΑΛΟ ανά περιφέρεια στην Ελλάδα, 2015



Πηγή: Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. (22-10-2018).

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στον πίνακα Π.ΙΙΙ.9 η γεωγραφική κατανομή των εγγεγραμμένων φορέων Κ.ΑΛ.Ο δεν είναι αντίστοιχη της πληθυσμιακής κατανομής. Η μεγαλύτερη συγκέντρωση κοινωνικών επιχειρήσεων, σε σχέση με τον πληθυσμό τους, βρίσκεται στην Πελοπόννησο και τα Νησιά Νοτίου Αιγαίου, και ακολουθεί η περιφέρεια Αττικής. Αντίθετα, η μικρότερη συγκέντρωση υπάρχει στα Νησιά Βορείου Αιγαίου και στη συνέχεια στην Ήπειρο. Γενικότερα, μπορούμε να διακρίνουμε μία τάση, όπου υπάρχει μεγαλύτερο ποσοστό φορέων Κ.ΑΛ.Ο. στην νότια Ελλάδα, συγκριτικά με την βόρεια. Η τάση αυτή εάν συνδυαστεί με την οικονομική κατάσταση των περιφερειών της χώρας ίσως να μην είναι συγκυριακή. Γνωρίζουμε ότι οι περιφέρειες της νότιας Ελλάδας διαθέτουν μεγαλύτερο κατά κεφαλήν εισόδημα από τις αντίστοιχες στον βορά. Επομένως, πιθανόν να υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στο διαθέσιμο εισόδημα των κατοίκων και τον αριθμό των κοινωνικών επιχειρήσεων. Δηλαδή όσο μεγαλύτερο είναι το

διαθέσιμο εισόδημα σε μια περιοχή, τόσο μεγαλύτερος είναι και ο αριθμός των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Πίνακας Π.ΙΙΙ.9. Αριθμός εγγεγραμμένων φορέων Κ.ΑΛ.Ο. ανά Περιφέρεια (2018)

Περιφέρεια	Αριθμός εγγεγρ. φορέων	Ποσοστό (%) εγγεγρ. φορέων	Ποσοστό (%) πληθυσμού*	Αναλογία εγγεγρ. φορέων/ πληθυσμό
Ανατ. Μακεδονία - Θράκη	56	4,61	5,60	0,82
Κεντ. Μακεδονία	160	13,17	17,47	0,75
Δυτική Μακεδονία	22	1,81	2,51	0,72
Θεσσαλία	86	7,08	6,72	1,05
Ήπειρος	26	2,14	3,11	0,69
Ιόνιοι Νήσοι	21	1,73	1,90	0,91
Δυτική Ελλάδα	67	5,51	6,14	0,90
Στερεά Ελλάδα	54	4,44	5,17	0,86
Πελοπόννησος	82	6,75	5,37	1,26
Αττική	499	41,07	34,97	1,17
Νησιά Βορ. Αιγαίου	14	1,15	1,97	0,58
Νησιά Νοτ. Αιγαίου	48	3,95	3,17	1,25
Κρήτη	80	6,58	5,90	1,12
Σύνολο	1215	100,00	100,00	-

Πηγή: Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο (22-10-2018)

*Πληθυσμός Εκτίμηση ΕΛΣΤΑΤ, 2018

3.6 Το μέσο μέγεθος των εγγεγραμμένων φορέων κοινωνικής οικονομίας

Σχετικά με τον αριθμό των μελών των φορέων Κ.ΑΛ.Ο, στους περισσότερους από τους μισούς φορείς (659 φορείς) είναι πέντε, καθώς αποτελεί το ελάχιστο όριο ίδρυσης Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας. Ακόμη 163 απαρτίζονται από έξι μέλη και 117 από επτά μέλη. Όπως φαίνεται στον πίνακα Π.ΙΙΙ.10, η πλειονότητα των φορέων για τους οποίους υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία, απαρτίζεται από λιγότερα από 10 μέλη. Αντιθέτως, μόλις 43 φορείς έχουν περισσότερα από 15 μέλη (Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο., 2018).

Πίνακας Π.ΙΙΙ.10. Αριθμός μελών φορέων Κ.ΑΛ.Ο. (2018)

Αριθμός Μελών	Αριθμός φορέων	Ποσοστό	Αριθμός Φορέων (Αθροιστικά)	Ποσοστό (Αθροιστικά)
1 έως 4	21	1,85	21	1,85
5	659	57,96	680	59,81
6	163	14,34	843	74,14
7	117	10,29	960	84,43
8	43	3,78	1003	88,21
9	24	2,11	1027	90,33
10	25	2,20	1052	92,52
11 έως 15	42	3,69	1094	96,22
16 έως 20	13	1,14	1107	97,36
21 έως 25	13	1,14	1120	98,50
πάνω από 26	17	1,50	1137	100
χωρίς στοιχεία	78	-	1215	-
Σύνολο	1215	100		

Πηγή: Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. (22-10-2018).

3.7 Κύκλος εργασιών

Το 2015 ο συνολικός κύκλος εργασιών των φορέων Κ.ΑΛ.Ο. ήταν 6.855.279,42 €, που αντιστοιχεί σε 24.309,50 € κατά μέσο όρο ανά κοινωνική επιχείρηση. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα Π.ΙΙΙ.11, από τους 282 φορείς που υπέβαλαν έκθεση για το 2015, περισσότεροι από τους μισούς, παρουσίασαν κύκλο εργασιών μέχρι 10.000 €, ενώ μόλις 16 είχαν μεγαλύτερο από 100.000 €. Επομένως είναι εμφανές το μικρό έως πολύ μικρό μέγεθος του συνόλου των κοινωνικών επιχειρήσεων, καθώς ο μεγαλύτερος κύκλος εργασιών είναι 318.000 €.

Πίνακας Π.ΙΙΙ.11. Κατανομή των φορέων Κ.ΑΛ.Ο κατά τάξη μεγέθους κύκλου εργασιών (2015)

Κύκλος εργασιών (ποσά σε €)	Αριθμός φορέων	Ποσοστό	Αριθμός Φορέων (Αθροιστικά)	Ποσοστό (Αθροιστικά)
μηδενικός	74	26,24	74	26,24
έως 1.000	14	4,96	88	31,21
έως 5.000	49	17,38	137	48,58
έως 10.000	23	8,16	160	56,74
έως 20.000	42	14,89	202	71,63
έως 50.000	35	12,41	237	84,04
έως 100.000	29	10,28	266	94,33
πάνω από 100.000	16	5,67	282	100,00
Σύνολο	282	100		

Πηγή: Ετήσια Έκθεση Ειδ. Γραμ. Κ.ΑΛ.Ο. για το έτος 2017

Ο συνολικός κύκλος εργασιών για το επόμενο έτος ανέρχεται στα 10.112.036,24 €. Αν και όπως έχει αναφερθεί προηγουμένως, υπάρχει μία αύξηση κατά μέσο όρο 11% του κύκλου εργασιών για το 2016, στα 27.037,53 € ανά κοινωνική επιχείρηση, παραμένει ποσοστό μεγαλύτερο του 50% με κύκλο εργασιών μικρότερο των 10.000 €. Η μόνη αισθητή διαφοροποίηση από το προηγούμενο έτος βρίσκεται στη μείωση του ποσοστού των κοινωνικών επιχειρήσεων με μηδενικό κύκλο εργασιών, ενώ ο μεγαλύτερος φορέας για το 2016 έχει 625.955,10 €. Επομένως ως βασικό συμπέρασμα παραμένει το μικρό έως πολύ μικρό μέγεθος του συνόλου των κοινωνικών επιχειρήσεων. Ακολουθεί ο πίνακας που παρουσιάζει αναλυτικά τα διαθέσιμα στοιχεία.

Πίνακας Π.ΙΙΙ.12. Κατανομή των φορέων Κ.ΑΛ.Ο. κατά τάξη μεγέθους κύκλου εργασιών(2016)

Κύκλος εργασιών (ποσά σε €)	Αριθμός φορέων	Ποσοστό	Αριθμός Φορέων (Αθροιστικά)	Ποσοστό (Αθροιστικά)
μηδενικός	70	18,72	70	18,72
έως 1.000	29	7,75	99	26,47
έως 5.000	73	19,52	172	45,99
έως 10.000	38	10,16	210	56,15
έως 20.000	44	11,76	254	67,91
έως 50.000	61	16,31	315	84,22
έως 100.000	38	10,16	353	94,39
πάνω από 100.000	21	5,61	374	100,00
Σύνολο	374	100		

Πηγή: Ετήσια Έκθεση Ειδ. Γραμ. Κ.ΑΛ.Ο. για το έτος 2018

3.8 Κερδοφορία

Όπως είναι λογικό, με βάση τον χαμηλό κύκλο εργασιών, οι κοινωνικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα έχουν μικρή κερδοφορία. Άλλωστε δεν αποτελεί τον βασικό τους στόχο. Ωστόσο ο αριθμός των ζημιολόγων επιχειρήσεων είναι υψηλότερος από τον αριθμό των κερδοφόρων. Σχεδόν το σύνολο πάντως έχει ένα θετικό ή αρνητικό αποτέλεσμα μέχρι 10.000 € (πίνακας Π.ΙΙΙ.13). Πιο αναλυτικά, το 34,40% εμφανίζει ζημίες, εκ των οποίων το 85,57% έχει ζημίες μικρότερες των 10.000 €. Μηδενικό αποτέλεσμα παρουσιάζει το 37,23% του συνόλου. Τέλος, οι κερδοφόρες κοινωνικές επιχειρήσεις κατέχουν ποσοστό 28,38%. Από τους 282 φορείς, το οικονομικό αποτέλεσμα των 258 κυμαίνεται από -10.000 € έως 10.000 €, δηλαδή η πλειονότητα των επιχειρήσεων έχει σχεδόν ισοσκελισμένο προϋπολογισμό.

Πίνακας Π.ΙΙΙ.13. Κέρδη ή ζημίες φορέων Κ.ΑΛ.Ο. έτους 2015

Αποτελέσματα Χρήσης (ποσά σε €)	Αριθμός φορέων	Ποσοστό	Αριθμός Φορέων (Αθροιστικά)	Ποσοστό (Αθροιστικά)
Ζημία μεγαλύτερη από 10.000	14	4,96	14	4,96
Ζημία μεταξύ 10.000 έως 1.000	54	19,15	68	24,11
Ζημία μικρότερη από 1.000	29	10,28	97	34,40
Μηδενικό αποτέλεσμα	105	37,23	202	71,63
Κέρδος μικρότερο από 1.000	32	11,35	234	82,98
Κέρδος μεταξύ 10.000 έως 1.000	38	13,48	272	96,45
Κέρδος μεγαλύτερο από 10.000	10	3,55	282	100,00
Σύνολο	282	100		

Πηγή: Ετήσια Έκθεση Ειδ. Γραμ. Κ.ΑΛ.Ο. για το έτος 2017

Τέλος, όσον αφορά την κερδοφορία το 2016, όπως φαίνεται και στον πίνακα Π.ΙΙΙ.14, παρατηρούμε μια μεγάλη αύξηση των κοινωνικών επιχειρήσεων με αρνητικό αποτέλεσμα, με διπλασιασμό του ποσοστού όσων εμφάνισαν ζημίες μεγαλύτερες από 10.000 €. Συνολικά, το 2015 όλες οι επιχειρήσεις μαζί είχαν ζημίες 159.084,25 € οι οποίες το επόμενο έτος εκτοξεύονται στις 910.846,56 €. Το γεγονός αυτό δημιουργεί έναν προβληματισμό για την δυναμική της κοινωνικής οικονομίας στην Ελλάδα, η οποία συσσωρεύει αυξανόμενες ζημίες. Ωστόσο, καθώς είναι αρκετά μικρή ως μέγεθος και στα πρώτα της βήματα ακόμα, απαιτείται να δούμε την πορεία των επόμενων χρόνων για να κρίνουμε εάν προκύπτει κάποιο σοβαρό πρόβλημα ή πρόκειται για μια πρόσκαιρη κατάσταση.

Πίνακας Π.ΙΙΙ.14. Κέρδη ή ζημίες φορέων Κ.ΑΛ.Ο. έτους 2016

Αποτελέσματα Χρήσης (ποσά σε €)	Αριθμός φορέων	Ποσοστό	Αριθμός Φορέων (Αθροιστικά)	Ποσοστό (Αθροιστικά)
Ζημία μεγαλύτερη από 10.000	35	9,36	35	9,36
Ζημία μεταξύ 10.000 έως 1.000	103	27,54	138	36,90
Ζημία μικρότερη από 1.000	67	17,91	205	54,81
Μηδενικό αποτέλεσμα	54	14,44	259	69,25
Κέρδος μικρότερο από 1.000	57	15,24	316	84,49
Κέρδος μεταξύ 10.000 έως 1.000	51	13,64	367	98,13
Κέρδος μεγαλύτερο από 10.000	7	1,87	374	100,00
Σύνολο	374	100		

Πηγή: Ετήσια Έκθεση Ειδ. Γραμ. Κ.ΑΛ.Ο. για το έτος 2018

3.9 Φορείς και δράσεις υποστήριξης των Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Τα τελευταία χρόνια, παράλληλα με την άνοδο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, αυξάνεται και ο αριθμός των φορέων που υποστηρίζουν την κοινωνική οικονομία. Σύμφωνα με την έκθεση του British Council οι φορείς αυτοί θα μπορούσαν να χωριστούν στις εξής κατηγορίες (British Council, 2017):

α) Υποστήριξη της ανάπτυξης των κοινωνικών επιχειρήσεων: θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων (incubators), προγράμματα επιτάχυνσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας (accelerators) και χώροι εργασίας.

β) Φορείς που παρέχουν υπηρεσίες χρηματοδότησης και επενδύσεων με κοινωνικό αντίκτυπο.

γ) Εκπαιδευτικά και ερευνητικά ιδρύματα.

δ) Τοπικά και παγκόσμια δίκτυα.

ε) Φορείς παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών και διαμόρφωσης πολιτικής.

στ) Εμπορικά επιμελητήρια, βιομηχανικές ενώσεις και φορείς παροχής επιχειρηματικών συμβουλών.

ζ) Υποστηρικτικές δομές της κυβέρνησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης.

Αυτοί οι υποστηρικτικοί φορείς μπορεί να δραστηριοποιούνται μόνο στην Ελλάδα ή να είναι μέλη διεθνών οργανισμών, ενώ η χρηματοδότησή τους προέρχεται είτε από το κράτος είτε από ιδιωτικά κεφάλαια. Συνήθως πρόκειται για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και ιδρύματα ή φορείς του δημοσίου τομέα. Οι βασικές υπηρεσίες που προσφέρουν είναι χρηματοδότηση, διευκόλυνση εισόδου σε μία αγορά, εκπαιδευτικά προγράμματα και βοήθεια στην κατάρτιση ενός επιχειρηματικού σχεδίου (British Council, 2017). Ωστόσο παρά την μεγάλη ανάπτυξη, δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία και μελέτες, τα οποία να αποδεικνύουν αν οι υφιστάμενες υποστηρικτικές δομές είναι κατάλληλες για τον σκοπό τους και εάν η υποστήριξη που προσφέρουν στους φορείς Κ.ΑΛ.Ο. είναι αρκετή (British Council, 2017).

Πιθανόν οι δύο σημαντικότεροι οργανισμοί στην Ελλάδα είναι οι Ashoka Greece (Ashoka, 2018) και Impact Hub Athens (Impact Hub, 2018). Ιδιαίτερα, το

δεύτερο διοργανώνει τα τελευταία τέσσερα χρόνια τα βραβεία Social Impact Awards, με χρηματικά έπαθλα στους νικητές. Άλλοι σημαντικοί φορείς που προωθούν την ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι το Κέντρο Στήριξης Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας ACEin, το Attica Business Innovation Center και το Innovaathens. Το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών προσφέρουν εκπαιδευτικά και ερευνητικά προγράμματα. Επίσης χρηματοδότηση παρέχεται από πολλά ιδρύματα όπως τα Μποδοσάκη, Λάτση και Σταύρος Νιάρχος (British Council, 2017). Ακόμη, το Ινστιτούτο Κοινωνικής Οικονομίας έχει πολύπλευρη συνεισφορά όπως συμβουλευτική υποστήριξη, βοήθεια στην εξεύρεση χρηματοδότησης, υπηρεσίες προς δήμους, έρευνες, μελέτες και άλλες δημοσιεύσεις (Ινστιτούτο Κοινωνικής Οικονομίας, 2019).

Έχει ήδη αναφερθεί το συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον της πολιτείας για την κοινωνική οικονομία. Προκύπτει άλλωστε από την θέσπιση νομικού πλαισίου το 2011 και την δημιουργία της Ειδικής Γραμματείας Κ.ΑΛ.Ο. το 2016. Ακόμη προωθείται η ανάπτυξη ειδικής πιστοποιημένης σήμανσης (λογότυπο) για Φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας (Ειδ. Γραμ. Κ.ΑΛ.Ο., 2018). Σχετικά με την δικτύωση των φορέων Κ.ΑΛ.Ο. οι σπουδαιότερες δράσεις ήταν οι δύο εκθέσεις Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας στις 1-3 Νοεμβρίου 2017 και 7-11 Νοεμβρίου 2018. Πραγματοποιήθηκαν στην Αθήνα με μεγάλη συμμετοχή εκθετών, 150 φορείς από όλη την Ελλάδα, και ιδιαίτερη ανταπόκριση από τους πολίτες (Κ.ΑΛ.Ο. AthensExpo, 2018). Στις ομιλίες και συζητήσεις κατά την διάρκεια της 2ης έκθεσης, στο παλιό Χρηματιστήριο, στο κέντρο της Αθήνας, φάνηκε η πρόθεση των κοινωνικών επιχειρηματιών να περάσουν στα επόμενα βήματα, επέκτασης και μεγέθυνσης. Παρουσιάστηκαν κάποια από τα κυριότερα προβλήματα, όπως η χρηματοδότηση, η οργάνωση, η δικτύωση, οι συνεργασίες και οι συμπράξεις και η αύξηση των εξαγωγών. Επίσης συζητήθηκε η ιδέα για την δημιουργία ενός κοινού σήματος στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για όλες τις κοινωνικές και αλληλέγγυες επιχειρήσεις. Μερικά στοιχεία κοινωνικών επιχειρήσεων που θα παρουσιαστούν στη συνέχεια, προέρχονται από ενημερωτικά φυλλάδια και συζητήσεις κατά την διάρκεια της συγκεκριμένης έκθεσης. Τέλος, παρέχονται πλήθος χρηματοδοτικών εργαλείων, κατά κύριο λόγο σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ειδ. Γραμ. Κ.ΑΛ.Ο., 2018).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα στην πράξη

Από τα αρχαία χρόνια θα μπορούσαμε να αναζητήσουμε πρωτοπόρα και καινοτόμα άτομα που προσπαθούν να βοηθήσουν το κοινωνικό σύνολο, όπως οι σημερινοί κοινωνικοί επιχειρηματίες. Μετά την βιομηχανική επανάσταση όμως και την σταδιακή επικράτηση του καπιταλιστικού συστήματος, γίνονται εντονότερα τα σημάδια εκείνα που καθιστούν αναγκαία την εμφάνισή τους. Έτσι, η απαρχή της κοινωνικής επιχειρηματικότητας τοποθετείται χρονικά στα τέλη του 18ου αιώνα, με τις διάφορες πρώιμες συνεταιριστικές μορφές.

Στα μέσα του 19ου αιώνα γίνεται η πρώτη σοβαρά οργανωμένη προσπάθεια ρύθμισης των συνεταιρισμών, με τις «αρχές του Rochdale» (Thompson, 1994). Πέρα όμως από τις συνεταιριστικές ενώσεις, που διαθέτουν πολλά κοινωνικά χαρακτηριστικά, υπάρχουν και άλλοι πρωτοπόροι κοινωνικοί επιχειρηματίες, οι οποίοι δρούσαν μεμονωμένα, σε εποχές που η ιδέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας δε υπήρχε, ωστόσο εκείνοι ήθελαν να εργαστούν για το καλό του κοινωνικού συνόλου. Το Ινστιτούτο Κοινωνικών Επιχειρηματιών περιγράφει ιδιαίτερες περιπτώσεις ατόμων οι οποίοι συνέβαλαν στην εξέλιξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας (Institute for S.E., 2008). Ενδεικτικά αναφέρουμε το Jane Adams Hull-House το οποίο ιδρύθηκε το 1889 από τις Jane Addams και Ellen Gates Starr στο Σικάγο, με σκοπό να παρέχει κοινωνικές και εκπαιδευτικές ευκαιρίες στους ανθρώπους της εργατικής τάξης, κυρίως Ευρωπαίους μετανάστες (Encyclopedia of Chicago, 2019; Hull house museum, 2019) καθώς επίσης και την επιχείρηση Goodwill Industries στη Βοστώνη που ιδρύθηκε το 1902 από τον Edgar Helms (Institute for S.E., 2008) και η οποία αφορούσε το πρώτο κατάστημα ειδών χαμηλού κόστους (thrift shop) στο οποίο συλλέγονται ανεπιθύμητα οικιακά αγαθά κυρίως ευκατάστατων οικογενειών, προσλαμβάνονται φτωχοί μετανάστες που επισκευάζουν και μεταπωλούν αυτά τα αγαθά και πληρώνονται από τα κέρδη αυτών των πωλήσεων. Οι παραπάνω δύο επιχειρήσεις είναι ενδεικτικές περιπτώσεις κοινωνικών επιχειρήσεων στο δεύτερο μισό του 19^{ου} αιώνα και στις αρχές του 20^{ου}. Δεν είναι οι μοναδικές, ωστόσο δεν είναι και μεγάλος ο αριθμός των κοινωνικών επιχειρήσεων που δημιουργείται κατά την ιστορική αυτή περίοδο. Μεγάλη ανάπτυξη σημειώνεται από τη δεκαετία του 1980 και έκτοτε η οποία συνεχίζεται έως και σήμερα με διαρκώς αυξανόμενα μεγέθη.

Ένα από τα χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιχειρήσεων, όπως έχουμε ήδη αναφέρει, είναι η ετερογένεια τους. Υπάρχει ένα πολύ μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων και νομικών μορφών που μπορούν να λάβουν. Ωστόσο, όλες οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν ως βασική τους αποστολή τη δημιουργία κοινωνικής αξίας. Σε αυτό το πλαίσιο καταγράφονται κοινωνικές επιχειρήσεις που στοχεύουν στην επίλυση ενός κοινωνικού προβλήματος, έχοντας τις επιχειρηματικές δραστηριότητες σε δευτερεύοντα ρόλο. Προσομοιάζουν περισσότερο με μη κυβερνητικές οργανώσεις και φιλανθρωπικά ιδρύματα. Σε αυτές έρχονται να προστεθούν οι κοινωνικές επιχειρήσεις που είναι «περισσότερο» επιχειρήσεις, δηλαδή η επιχειρηματική δραστηριότητα, αν και συνυφασμένη με την βοήθεια της κοινωνίας, είναι κυρίαρχη. Παρά την έμφαση που δίνεται στο επιχειρείν, ο άνθρωπος, η κοινωνία και το περιβάλλον έχουν ιδιαίτερη σημασία και προς αυτή την κατεύθυνση αναπτύσσονται δράσεις για την προστασία και την ευημερία τους (Nicholls, 2006). Η κοινωνική ευημερία και η βιωσιμότητα της επιχείρησης επιτυγχάνεται συνήθως με την εφαρμογή κάποιας καινοτομίας που εξασφαλίζει τη μείωση του κόστους ή την

αύξηση της παραγωγικότητας και άρα τη βελτίωση της αποδοτικότητας με την οποία καθίστανται πιο ανταγωνιστικές οι κοινωνικές επιχειρήσεις σε σύγκριση με τις υπάρχουσες εμπορικές επιχειρήσεις του κλάδου.

Θα μπορούσαμε να χωρίσουμε τις κοινωνικές επιχειρήσεις σε τρεις τύπους: α) στους συνεταιρισμούς, β) στις κοινωνικές επιχειρήσεις συλλογικής και κοινωνικής ωφέλειας και γ) στις κοινωνικές επιχειρήσεις ένταξης. Οι τρεις αυτές κατηγορίες θα αναλυθούν εκτενέστερα στη συνέχεια με την βοήθεια παραδειγμάτων από όλον τον κόσμο.

4.1 Συνεταιρισμοί

Παραγωγικοί συνεταιρισμοί

Στην Ελλάδα, η ιστορία των συνεταιρισμών είναι ιδιαίτερα μακρά. Τα πρώτα δείγματα συνεργατικής, συνεταιριστικής και κατ' επέκταση, κοινωνικής οικονομίας εντοπίζονται πριν ακόμα ιδρυθεί το Ελληνικό Κράτος, στην περίοδο της τουρκοκρατίας. Όπως έγραψε κι ο Γάλλος Louis Boulanger, το 1874: «Οι Έλληνες έχουν έμφυτη την αίσθηση της οργάνωσης του συνεταιρισμού [...], η Ελλάδα θα διεκπεραιώσει τώρα σε καθεστώς ελευθερίας, ότι ήδη είχε αρχίσει να διεκπεραιώνει σε συνθήκες σκλαβιάς πριν από τα άλλα έθνη [...], βασισμένοι στη δίκαιη διανομή των κερδών και την προσφορά εργασίας [...], και στη διάθεση αποθεματικού κεφαλαίου για την εκπαίδευση των παιδιών, για τα ορφανά, τις χήρες και τους αρρώστους» (CICOPA, 2013). Χαρακτηριστικές πρόδρομες, άτυπες μορφές συνεταιρισμού στον ελλαδικό χώρο ήταν οι «συντεχνίες», τα «συνάφια», τα «τσελιγκάτα», τα «μιτάτα», οι «σεμπριές», τα «κονάκια», οι «πατριές», τα «κοινάτα» και οι «συντροφοναύτες» (Nasioulas, 2012; Κοντογεώργος & Στεργάκη, 2015). Τα «τσελιγκάτα» ή αλλιώς «μιτάτα», «σεμπριές», «κοινάτα», ήταν ενώσεις νομάδων κτηνοτρόφων με κοπάδια αιγοπροβάτων σε ορεινές κυρίως περιοχές. Ο κάτοχος του μεγαλύτερου κοπαδιού ήταν παράλληλα και αρχηγός του τσελιγκάτου, το οποίο πέρα από την οικονομική του διάσταση είχε και κοινωνική προσφορά (Nasioulas, 2012; Κοντογεώργος & Στεργάκη, 2015).

Μία από τις πρώτες αξιοσημείωτες προσπάθειες ήταν οι συνεταιρισμοί των Μαντεμοχωριών, που ανέλαβαν στις αρχές του 18ου αιώνα την εκμετάλλευση των μεταλλείων της Χαλκιδικής, κατόπιν ειδικής άδειας του Σουλτάνου. Ακόμη υπήρχαν τα λεγόμενα «Ελευθεροχώρια» ή «Κλεφτοχώρια», που εξελίχθηκαν σε ένα σύστημα δημοκρατικά αυτοδιοικούμενων κοινοτήτων και στηρίζονταν σε μια μορφή συνεταιριστικής οικονομικής δραστηριότητας, με τη δημιουργία μεγάλων γεωργικών, βιομηχανικών, εμπορικών και ναυτικών συνεταιρισμών (Κοντογεώργος & Στεργάκη, 2015). Επίσης, από τα μέσα του 18ου αιώνα μέχρι την Ελληνική επανάσταση, στα νησιά Ύδρα, Σπέτσες και Ψαρά ιδρύθηκαν ναυτικοί συνεταιρισμοί, οι συντροφοναύτες. Στους συνεταιρισμούς αυτούς, ο καθένας ανάλογα με τις δυνατότητές του πρόσφερε χρήματα, υλικά ή εργασία για την ναυπήγηση ενός πλοίου και γινόταν μέτοχος στα κέρδη (Nasioulas, 2012).

Η «Κοινή Συντροφιά των Αμπελακίων», στα Αμπελάκια Θεσσαλίας, είναι το πιο ξακουστό παράδειγμα συνεταιρισμού, καθώς θεωρείται ο πρώτος συνεταιρισμός που ιδρύεται παγκοσμίως, γύρω στο 1770. Με κυριότερη δραστηριότητα την παραγωγή, βαφή και εξαγωγή νημάτων από βαμβάκι, γνώρισε ιδιαίτερη άνθιση στα τέλη του 18ου αιώνα (CIRIEC, 2012). Συμμετείχαν περίπου 6.000 άτομα από όλα τα χωριά της περιοχής και λειτουργούσαν 24 εργοστάσια, ενώ η διάθεση των προϊόντων γινόταν σε ολόκληρη την Ευρώπη. Τα μέλη πρόσφεραν κεφάλαιο, γη ή εργασία και

λάμβαναν ανάλογο μερίδιο από τα κέρδη. Έντονη ήταν και η κοινωνική συνεισφορά, με δράσεις όπως η ίδρυση σχολείων και βιβλιοθηκών και η υγειονομική περίθαλψη των μελών (Nasioulas, 2012; Κοντογεώργος & Στεργάκη, 2015). Η πλούσια συνεταιριστική δράση που αναπτύχθηκε στην Ελλάδα στα χρόνια της Τουρκοκρατίας δεν είχε ανάλογη συνέχεια στην διάρκεια του 19ου αιώνα.

Στη Μεγάλη Βρετανία προς τα τέλη του 18ου αιώνα καταγράφονται τα πρώτα συνεταιριστικά εγχειρήματα από βιομηχανικούς εργάτες. Προς αυτή την κατεύθυνση έχουν επιδράσει θετικά οι σοσιαλιστικές ιδέες που αναπτύσσονται από τον Robert Owen και άλλους Ρικαρντιανούς πολέμιους του καπιταλισμού, όπως οι William Thompson, George Mudie και Thomas Hodgskin, μετά το 1820, επηρεάζοντας έντονα τα εργατικά κινήματα (CIRIEC, 2012). Ο Owen, κοινωνικός μεταρρυθμιστής και από τους πρωτεργάτες του ουτοπικού σοσιαλισμού, προσπάθησε να εφαρμόσει τις ιδέες του στην πράξη. Έτσι, ίδρυσε δύο οικισμούς, το New Lanark στη Σκωτία, το οποίο γνώρισε μεγάλη ακμή για περίπου 25 χρόνια στη βιομηχανία βάμβακος, και το New Harmony στις Η.Π.Α, χωρίς ανάλογη επιτυχία. Στόχος του ήταν η βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης, υγιεινής και εργασίας, η προστασία και μόρφωση των παιδιών και η γενικότερη ευημερία των κατοίκων. Ακόμη υποστήριξε την 8ωρη εργασία, σε μια εποχή που οι εργάτες δούλευαν πολύ περισσότερες ώρες καθημερινά. Αν και τελικά τα δύο αυτά πρακτικά εγχειρήματα δεν κατάφεραν να επιτύχουν σε βάθος χρόνου, εντούτοις βοήθησαν στην διάδοση των ιδεών του Owen.

Σε αρκετές χώρες της ηπειρωτικής Ευρώπης, έχουν δημιουργηθεί από πολύ νωρίς συνεταιρισμοί εργαζομένων με σκοπό την παραγωγή προϊόντων. Στη Γερμανία, οι συνεταιρισμοί και τα ταμεία αμοιβαίας βοήθειας αναπτύχθηκαν ταχέως από τα μέσα του 19ου αιώνα, τόσο σε αστικές περιοχές όσο και στην ύπαιθρο. Πρωτεργάτες στην διάδοση των ιδεών ήταν οι Ludwig Gall, Friedrich Harkort και Stephan Born και στην εφαρμογή τους στην πράξη οι Victor-Aimé Huber και Friedrich Wilhelm Raiffeisen (CIRIEC, 2012). Στην Ιταλία, επίσης, στα μέσα του 19ου αιώνα κάποιες συνεταιριστικές μορφές κάνουν την εμφάνισή τους. Ένα από τα πρώτα ταμεία αμοιβαίας βοήθειας είναι το “Società operaia di Torino”, ενώ το 1853 ιδρύεται ο πρώτος καταναλωτικός συνεταιρισμός, ο “Magazzino di previdenza di Torino” (CIRIEC, 2012).

Η Ισπανία είναι μια χώρα με έντονη δραστηριότητα στους τομείς της κοινωνικής οικονομίας και ειδικότερα στη ανάπτυξη συνεταιρισμών εργαζομένων. Η πρώτη ένωση εργατών η “Asociación de Tejedores”, δηλαδή Ένωση Υφαντών, ιδρύεται το 1840, στη Βαρκελώνη. Αρχικά ξεκίνησε ως εργατικό κίνημα το οποίο πραγματοποιούσε απεργίες και άλλες δράσεις, για την βελτίωση των συνθηκών εργασίας στην υφαντουργία βάμβακος. Στη συνέχεια, έγινε προσπάθεια για την λειτουργία ενός εργοστασίου υπό την διεύθυνση των εργατών. Ωστόσο, σε μια περίοδο που ο συνδικαλισμός απαγορευόταν, ήταν δύσκολο να επιτύχει το συγκεκριμένο εγχείρημα, οπότε λίγα χρόνια αργότερα κατέρρευσε (Harrison, 1978). Σχεδόν ταυτόχρονα, ιδρύθηκε η “Asociación Mutua de Tejedores”, το ταμείο αμοιβαίας ασφάλισης τους (CIRIEC, 2012).

Περίπου εκατό χρόνια αργότερα, την δεκαετία του 1930, κατά τη διάρκεια του ισπανικού εμφυλίου πολέμου, εμφανίζονται μερικά πολύ ενδιαφέροντα παραδείγματα συνεταιριστικής δράσης. Σε μια πολιτικά και κοινωνικά ταραγμένη ιστορική περίοδο, σε πολλές περιοχές της χώρας οι εργάτες ανέλαβαν την παραγωγική διαδικασία μέσω της κολλεκτιβοποίησης. Σχεδόν όλοι οι κλάδοι της οικονομίας, όπως οι κατασκευές, η βιομηχανία παραγωγής μετάλλου αλλά και αρκετοί κλάδοι παροχής υπηρεσιών όπως τα εστιατόρια και οι κινηματογράφοι ακολούθησαν ένα νέο τρόπο οργάνωσης της παραγωγής και της εργασίας στον οποίο όλες οι αποφάσεις λαμβάνονταν από

τους άμεσους παραγωγούς. Η συλλογική μορφή οργάνωσης της εργασίας και της παραγωγής απέδωσε καρπούς. Με την αποδοτικότερη χρησιμοποίηση των παραγωγικών συντελεστών, αλλά και το κίνητρο των ίδιων των εργαζόμενων να αυξήσουν την παραγωγή και παραγωγικότητα τους, καθώς μέσα από αυτά μπορούσαν να αυξήσουν περισσότερο τις αποδοχές τους, επέτρεψε την αύξηση των μισθών και της παραγωγής, καθώς και την βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών και παραγομένων προϊόντων. Επίσης, η μη διανομή μερισμάτων έδωσε τη δυνατότητα στους εργάτες να διαθέτουν τυχόν πλεονάσματα σε ένα κοινό ταμείο το οποίο θα χρησιμοποιούσαν για την οικονομική μεγέθυνση ή για αποσβέσεις. Μία χαρακτηριστική περίπτωση ήταν τα μέσα μεταφοράς στη Βαρκελώνη. Με μια ριζική αναδιάρθρωση, ενοποίηση όλων των εταιριών λεωφορείων και σιδηροδρόμων και την εφαρμογή μιας κοινωνικής τιμολογιακής πολιτικής ως προς τα εισιτήρια επιτεύχθηκε η βελτίωση των υπηρεσιών που παρέχονταν στους επιβάτες και οι καλύτερες συνθήκες εργασίας. Ένα ακόμη παράδειγμα ήταν ο τρόπος οργάνωσης της προσφοράς των υπηρεσιών στα κουρεία. Οι κουρείς δημιουργώντας μια συνεταιριστική ένωση αποφάσισαν το κλείσιμο των μη παραγωγικών κουρείων και την διατήρηση των πιο μεγάλων και αποδοτικών κουρείων στα οποία μεταφέρθηκαν όλοι οι εργαζόμενοι. Η μείωση του κόστους, αλλά και η παροχή καλύτερων υπηρεσιών στους πελάτες επέτρεψε την αύξηση των εισοδημάτων των εργαζομένων και ταυτόχρονα την παροχή των υπηρεσιών σε χαμηλότερη τιμή προς τους πελάτες (Souchy, 1975).

Η Γαλλία είναι πιθανόν η χώρα στην οποία η κοινωνική οικονομία έχει την πιο έντονη παρουσία. Ξεκινάει στη διάρκεια του πρώτου μισού του 19ου αιώνα, με τη συμβολή του Claude Henri de Saint-Simon, ενός εκ των κυριότερων εκπροσώπων του ουτοπικού σοσιαλισμού, να είναι καθοριστική. Καταδίκασε κάθε μορφή ιδιοκτησίας που προερχόταν από προνόμια και προσπάθησε να δημιουργήσει έναν νέο τρόπο παραγωγής. Καθώς θεωρεί τον καπιταλισμό ως μη αποτελεσματικό σύστημα, προωθεί τον κεντρικό σχεδιασμό και διανομή της παραγωγής, όπου οι αμοιβές θα είναι αυστηρά συνδεδεμένες με την παραγωγικότητα. Ωστόσο, για να επιτευχθεί μία τόσο περιοριστική μορφή οικονομικής οργάνωσης, απαιτείται ισχυρή πίστη από τους ανθρώπους (Screpanti & Zamagni, 2005). Επομένως οι θεωρίες του Saint-Simon είναι δύσκολα εφαρμόσιμες στην πράξη. Ο πρώτος παραγωγικός συνεταιρισμός “Association Chrétienne des Bijoutiers en Doré”, ιδρύεται στο Παρίσι το 1834. Πρόκειται για μια επιχείρηση που στηρίζεται στους ανθρώπους και όχι στο κεφάλαιο, με δημοκρατική οργάνωση και διανομή των πλεονασμάτων ανάλογα με την εργασία του καθενός. Στην ανάπτυξη των συνεταιρισμών στη Γαλλία συνέβαλλαν ακόμη οι ιδέες των Charles Fourier και Louis Blanc. Με βάση την αντίληψη του Fourier για τον κόσμο, που συγκαταλέγεται στους ουτοπικούς σοσιαλιστές, οι άνθρωποι είναι εκ του φυσικού τους καλοί, όμως οι κοινωνίες που δημιουργήθηκαν τους έχουν επηρεάσει αρνητικά. Επομένως υποστηρίζει την μείωση της κατανάλωσης στα απολύτως απαραίτητα, την κατάργηση του εμπορίου, την δραστηριοποίηση σε μικρές κοινότητες και την γενικότερη οικονομική και τεχνολογική υποβάθμιση (Screpanti & Zamagni, 2005). Η επιρροή των παραπάνω ουτοπικών σοσιαλιστών δεν περιορίζεται μόνο στην Γαλλία αλλά επηρέασε και ανθρώπους σε άλλες χώρες.

Κατά την σύγχρονη περίοδο, ένας από τους μεγαλύτερους συνεταιρισμούς παγκοσμίως είναι ο ισπανικός συνεταιρισμός εργαζομένων Mondragon. Ξεκίνησε το 1956 στην Χώρα των Βάσκων από τεχνίτες που έφτιαχναν σόμπες. Πλέον έχει παρουσία σε όλον τον κόσμο με 266 επιχειρήσεις και πάνω από 80.000 εργαζομένους. Αν και αρχικά ήταν ένας βιομηχανικός συνεταιρισμός, σήμερα δραστηριοποιείται σε πολλούς τομείς, όπως τα χρηματοοικονομικά, οι μεταφορές, το

εμπόριο, η τεχνολογία και η εκπαίδευση (European Commission, 2013c). Παράλληλα με τις εμπορικές δράσεις λειτουργεί και η κοινωνική πλευρά του συνεταιρισμού. Σε αυτήν την πλευρά περιλαμβάνονται η προστασία του περιβάλλοντος, η προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, πολιτιστικές και άλλες κοινωνικές δραστηριότητες. Ο Mondragon έχει ως βασικές αρχές την δημοκρατική οργάνωση, την προάσπιση των δικαιωμάτων των εργαζομένων και τέλος τον κοινωνικό μετασχηματισμό στο πλαίσιο μιας βιώσιμης ανάπτυξης (Mondragon, 2018).

Πέρα από την Ευρώπη, παραγωγικούς συνεταιρισμούς συναντάμε σε όλον τον κόσμο. Η Jaipur Rugs από την Ινδία είναι ένα σχετικό παράδειγμα. Παρασκευάζει χειροποίητα χαλιά, με την βοήθεια 40.000 ατόμων. Συνδυάζοντας παραδοσιακές πρακτικές με σύγχρονες τεχνολογίες δημιουργούνται ποιοτικά και καλαίσθητα χαλιά. Η Jaipur Rugs ωστόσο δεν είναι προσκολλημένη αποκλειστικά στην παραγωγική διαδικασία αλλά παράλληλα βοηθάει την κοινωνία σε τομείς όπως η υγεία, η εκπαίδευση και οι τραπεζικές υπηρεσίες (Jaipur Rugs, 2018). Ο Irfan Alam είναι ένας κοινωνικός επιχειρηματίας επίσης από την Ινδία. Από πολύ μικρή ηλικία είχε ένα επιχειρηματικό δαιμόνιο, ξεκινώντας με την ενοικίαση βιβλίων κόμικς στους συμμαθητές του και στη συνέχεια μέσω της ενασχόλησης με το χρηματιστήριο, στην προσπάθειά του να βοηθήσει τον πατέρα του. Μία μέρα, μετά από ένα προσωπικό περιστατικό, αποφάσισε να ασχοληθεί με τον κλάδο των rickshaw (Singh, 2016). Πρόκειται για τρίκυκλα οχήματα, που οδηγούνται ή σέρνονται από ένα άτομο για την μεταφορά άλλων επιβατών και είναι αρκετά δημοφιλή στην Ινδία. Αν και αποτελούν έναν πολύ μεγάλο κλάδο, δεν έχουν λάβει ιδιαίτερη προσοχή από επιχειρηματίες και το κράτος, και οι οδηγοί τους ζουν σε πολύ άσχημες συνθήκες. Ο Irfan Alam, πέρα από την επιχειρηματική ευκαιρία που έβλεπε, είχε σκοπό να βελτιώσει και την ζωή των οδηγών rickshaw. Επομένως ίδρυσε την εταιρία Sammaan. Αγόρασε αρχικά 25 rickshaw στα οποία πρόσφερε καλύτερους μισθούς στους οδηγούς και επιπλέον ασφάλεια υγείας και σε περίπτωση ατυχήματος, τραπεζικούς λογαριασμούς, στολές, εκπαίδευση για τα παιδιά τους και άλλα. Ακόμη, για την αύξηση των εσόδων, βελτίωσε τον σχεδιασμό των rickshaw, τοποθέτησε διαφημίσεις, προσφέρει νερό και χυμούς στους επιβάτες, ενώ για την ψυχαγωγία τους υπάρχουν εφημερίδες και ραδιόφωνο (Singh, 2016). Σήμερα, το ίδρυμα Sammaan έχει μεγάλη κοινωνική προσφορά και επίσης στον κλάδο τον rickshaw υπάρχουν περισσότεροι από 100.000 οδηγοί (Sammaan, 2018).

Σε αντίθεση με τα επιτυχημένα διεθνή παραδείγματα, στην Ελλάδα, και ιδιαίτερα την τελευταία δεκαετία στην οποία η χώρα είναι αντιμέτωπη με μία μεγάλη οικονομική κρίση, το συνεταιριστικό κίνημα έχει δεχθεί μεγάλο πλήγμα. Σύμφωνα με την Ένωση Συνεταιριστικών Τραπεζών, σε λειτουργία βρίσκονται 9 συνεταιριστικές τράπεζες, με μερίδιο αγοράς λίγο μεγαλύτερο του 1% (ΕΣΤΕ, 2019). Επίσης, με βάση τα τελευταία στοιχεία του Μητρώου Αγροτικών Συνεταιρισμών του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης, οι ενήμεροι εγγεγραμμένοι αγροτικοί συνεταιρισμοί ανέρχονται στους 750 (Υπ. Αγροτικής Ανάπτυξης, 2019). Αν και οι περιπτώσεις αυτές αποτελούν μόνο δύο κατηγορίες συνεταιρισμών, αποτελούν ενδεικτικά παραδείγματα της μεγάλης καθίζησης που έχει συντελεστεί στα χρόνια της οικονομικής κρίσης. Ωστόσο, ακόμη και αυτοί οι λίγοι συνεταιρισμοί που παραμένουν ανοικτοί αντιμετωπίζουν πολλά προβλήματα, κατά κύριο λόγο χαμηλό κύκλο εργασιών και υψηλές δανειακές υποχρεώσεις. Είναι υπερβολικά μικρός ο αριθμός των συνεταιρισμών που μπορούν να υπερηφανεύονται ότι πηγαίνουν πραγματικά καλά (Ευθυμίου, 2017). Θα πρέπει βέβαια να σημειωθεί ότι από το 2011 φαίνεται να καταβάλλεται μια προσπάθεια ανάπτυξης των συνεταιρισμών και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας σε μια νέα βάση.

Μία ιδιάζουσα κατηγορία, η οποία θεσπίστηκε πιο πρόσφατα χρονικά, με τον Ν.4430/2016, είναι οι Συνεταιρισμοί Εργαζομένων. Σε αυτούς τους συνεταιρισμούς συμμετέχουν μόνο φυσικά πρόσωπα, τα οποία έχουν ως σκοπό να προσφέρουν την εργασία τους σε τρίτους, με αντάλλαγμα μία χρηματική αμοιβή. Ως μέλος μπορεί να εγγραφεί οποιοσδήποτε το επιθυμεί, ενώ η διοίκηση ασκείται από όλα τα μέλη συνεργατικά και δημοκρατικά. Οι συνεταιρισμοί εργαζομένων μπορούν ακόμη να έχουν κάθε δυνατή επιχειρηματική δραστηριότητα, τόσο σε παροχή υπηρεσιών όσο και σε παραγωγή προϊόντων. Τυχόν κέρδη διατίθενται ετησίως όπως και στις υπόλοιπες Κοινωνικές Επιχειρήσεις (Ν.4430/2016; Κ.ΑΛ.Ο., 2018). Σύμφωνα με τα στοιχεία του Γενικού Μητρώου Φορέων Κ.ΑΛ.Ο., το 2018 υπήρχαν 21 συνεταιρισμοί εργαζομένων. Από αυτούς, οι μισοί αποτελούνται από 3 μέλη, τα οποία είναι το κατώτατο επιτρεπτό όριο από τον νόμο για την σύστασή τους, ενώ οι υπόλοιποι απαρτίζονται από 4 έως 8 μέλη. Επομένως, συμπεραίνουμε εύκολα, από τον περιορισμένο αριθμό και το μικρό μέγεθος των συνεταιρισμών εργαζομένων, ότι πρόκειται για έναν νέο θεσμό με πολύ μικρή απήχηση. Όσον αφορά την γεωγραφική κατανομή, 11 βρίσκονται στην Αττική και 5 στην Κεντρική Μακεδονία, χωρίς να υπάρχει άλλη περιφέρεια με περισσότερους του ενός (Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο., 2018). Παρά το γεγονός ότι οι συνεταιρισμοί εργαζομένων έχουν κάποια φορολογικά, ασφαλιστικά και άλλα οικονομικά προνόμια, όπως η καταβολή των ασφαλιστικών εισφορών από τον συνεταιρισμό και η διατήρηση των επιδομάτων πρόνοιας που λάμβαναν από το κράτος (Ινστιτούτο Κοινωνικής Οικονομίας, 2019), δεν έχουν σημειώσει μέχρι σήμερα μια σημαντική ανάπτυξη, καθώς αθροιστικά η συνολική απασχόληση σε αυτούς δεν ξεπερνά τα 87 άτομα..

Η Commonsplace, για παράδειγμα, είναι μια συνεργατική - διεπιστημονική ομάδα, που δραστηριοποιείται στον τομέα του αστικού και περιβαλλοντικού σχεδιασμού, των χωρικών στρατηγικών, της αρχιτεκτονικής και της κοινωνικής έρευνας. Έχει υλοποιήσει αρκετά δημόσια, ιδιωτικά και συγχρηματοδοτούμενα έργα και προγράμματα. Παράλληλα, έχει διαρκή επιστημονική συμβολή αλλά και εθελοντική δράση για θέματα που αφορούν την υπεράσπιση του δημόσιου χώρου, τη βιώσιμη ανάπτυξη καθώς και την προστασία του περιβάλλοντος. Είναι υποστηρικτής της συνεργατικής λειτουργίας και της συλλογικής διοίκησης ενός οικονομικού οργανισμού και προωθεί την αστική ανάπτυξη που ωφελεί όχι μόνο την κοινότητα, αλλά και το περιβάλλον (Commonspace, 2019).

Στον ευρύτερο κατασκευαστικό κλάδο δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και άλλοι συνεταιρισμοί εργαζομένων. Μεταξύ αυτών ξεχωρίζει η Αλληλοτεχνία. Πρόκειται για έναν συνεταιρισμό αρχιτεκτόνων, μηχανικών και τεχνιτών με σκοπό την πλήρη υλοποίηση ενός κατασκευαστικού έργου, από την αρχή έως το τέλος. Η βασική ιδέα πίσω από αυτή τη συνεργασία είναι η κατάρριψη του διαχωρισμού μεταξύ χειρωνακτικής και διανοητικής εργασίας κατά την παραγωγή ενός τεχνικού έργου. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν οι ιδρυτές της Αλληλοτεχνίας, σκοπός του συνεταιρισμού είναι το «να κάνει τους εργαζομένους κοινωνούς στην κατασκευή και στη μελέτη και αντίστροφα τους μελετητές κοινωνούς στην κατασκευή» (Allilotechnia, 2019).

Ο κλάδος που συγκεντρώνει τους περισσότερους συνεταιρισμούς εργαζομένων είναι η εστίαση. Ένας εξ αυτών είναι ο Bread and Roses, ο οποίος δραστηριοποιείται στο κέντρο της Αθήνας και παρέχει φρεσκομαγειρεμένο σπιτικό φαγητό σε οικονομικές τιμές, ώστε να είναι προσιτό σε όλους. Εκτός όμως από την προσφορά γευμάτων, στο Bread and Roses επιχειρείται να δημιουργηθεί ένας πολιτιστικός και καλλιτεχνικός χώρος, στον οποίο θα συναντούνται οι διάφοροι λαοί και κουλτούρες που ζουν και εργάζονται στην περιοχή, μέσω μουσικών φεστιβάλ και

γαστρονομικών εκδηλώσεων με κουζίνες από κάθε γωνιά του πλανήτη (Bread and Roses, 2019). Μία άλλη αξιοσημείωτη περίπτωση είναι ο συνεταιρισμός Sociality. Βρίσκεται στην Αθήνα, αποτελείται από 5 μέλη και ως αντικείμενο έχει την δημιουργία ιστοσελίδων, την ανάπτυξη ψηφιακών εφαρμογών και την παροχή εκπαιδευτικών σεμιναρίων. Χρησιμοποιούνται κυρίως τεχνολογίες ανοικτού λογισμικού και δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στην ασφάλεια και την προστασία της ιδιωτικότητας. Υπάρχει συνεργατική λειτουργία χωρίς προϊσταμένους και υφισταμένους, με δίκαιη κατανομή των εργασιών και διανομή των κερδών μεταξύ των εργαζομένων (Sociality, 2019).

Καταναλωτικοί Συνεταιρισμοί

Ο πρώτος καταναλωτικός συνεταιρισμός ιδρύθηκε το 1844 στο Rochdale, μια μικρή πόλη κοντά στο Manchester, στην Δυτική Αγγλία, με την επωνυμία Rochdale Society of Equitable Pioneers. Την εποχή εκείνη στη Αγγλία, ως συνέπεια της εξάπλωσης της βιομηχανικής επανάστασης, επικρατούσαν πολλά κοινωνικά προβλήματα και μεγάλη ανεργία. Οι μηχανές παραγωγής, εκτόπιζαν την παραδοσιακή εργατική δύναμη, οι μισθοί ήταν πολύ χαμηλοί, ενώ η πολύωρη καθημερινή εργασία σε συνδυασμό με την παιδική απασχόληση και τις άθλιες συνθήκες εργασίας είχαν οδηγήσει στην εξαθλίωση μεγάλο τμήμα του πληθυσμού.

Ένας από τους τρόπους αντιμετώπισης αυτών των προβλημάτων ήταν η συλλογική οργάνωση των ατόμων. Έτσι ιδρύθηκε ο πρώτος καταναλωτικός συνεταιρισμός του Ηνωμένου Βασιλείου, στο Rochdale, βασιζόμενος στις ιδέες του Robert Owen και του William King. Η αποστολή του συνεταιρισμού ήταν η προμήθεια των μελών του, σε λογικές τιμές, ειδών διατροφής, ένδυσης και κάθε άλλου απαραίτητου αγαθού για την διαβίωσή τους. Εκτός της προμήθειας αγαθών, πραγματοποιούνται δράσεις για την στέγαση και την απασχόληση των μελών, καθώς και για την γενικότερη οικονομική ενίσχυσή τους (ICA, 2019; Rochdale Museum, 2019). Η συνολική του δράση είχε θετική επίδραση όχι μόνο στα μέλη του συνεταιρισμού αλλά και στη αγγλική οικονομία και στην διεθνή κοινότητα.

Οι ιδρυτές του συνεταιρισμού παρέμειναν στην ιστορία ως “Οι δίκαιοι Σκαπανείς του Rochdale”, και οι κανόνες λειτουργίας που διατύπωσαν, ως “Οι Συνεταιριστικές Αρχές του Rochdale”. Οι κανόνες που θεσπίζονται, αποτελούν ένα σύνολο κανόνων οι οποίοι θα έπρεπε να τηρούνται για την σωστή και εύρυθμη λειτουργία ενός συνεταιρισμού και αποτελούν την βάση των αρχών που ακολουθούν ακόμα, όλων των ειδών οι συνεταιρισμοί. Σύμφωνα με αυτές τις αρχές, οι συνεταιρισμοί είναι δημοκρατικοί οργανισμοί, με ίσα δικαιώματα ψήφου στα μέλη, χωρίς να λαμβάνεται υπόψιν το κεφάλαιο που έχουν διαθέσει, και με περιορισμένη διανομή κερδών προκειμένου να δημιουργούνται αποθεματικά (ICA, 2019). Οι αξίες που στηρίζονται οι “αρχές του Rochdale” (βλ. Πίνακα Π.ΙV.1) παραμένουν επίκαιρες μέχρι σήμερα. Για παράδειγμα η ειλικρίνεια, η κοινωνική υπευθυνότητα, η αλληλεγγύη, η ισότητα, η δημοκρατία αποτελούν τα θεμέλια για την λειτουργία όχι μόνο των συνεταιρισμών, αλλά για κάθε μορφή κοινωνικής επιχειρηματικής δραστηριότητας. Τα χαρακτηριστικά αυτά έχουν τραβήξει την προσοχή όλων των σχολών οικονομικής σκέψης (σοσιαλιστές, ουτοπικοί σοσιαλιστές, μαρξιστές, κλασικοί, νεοκλασικοί κ.α.) οι οποίες προσπαθούν να εξηγήσουν αυτήν την ιδιάζουσα μορφή επιχείρησης.

Πίνακας Π.ΙV.1. Οι βασικές αρχές του Rochdale (1844)

1	Ελεύθερη συμμετοχή (χωρίς περιορισμούς και διακρίσεις)
2	Δημοκρατικός έλεγχος (ένα μέλος, μία ψήφος)
3	Οικονομική συμμετοχή των μελών
4	Αυτονομία και ανεξαρτησία
5	Επιμόρφωση και εκπαίδευση
6	Συνεργασία ανάμεσα στους συνεταιρισμούς
7	Μέριμνα για την κοινότητα

Πηγή: Rochdale Pioneers Museum

Ακόμη μια ξεχωριστή περίπτωση συνεταιρισμού στο Ηνωμένο Βασίλειο είναι η John Lewis Partnership. Προέκυψε από την επιθυμία του ιδιοκτήτη της, John Spedan Lewis, να μοιραστεί την επιχείρησή του μαζί με τους εργαζομένους της. Έτσι το 1919 έγραψε ένα σύνολο κανόνων, με τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα των εργαζόμενων-μελών, βασισμένο στις αρχές των συνεταιρισμών, σύμφωνα με τους οποίους θα λειτουργούσε στο εξής η επιχείρηση. Επομένως, όλοι οι εργαζόμενοι είναι επίσης και συνέταιροι στην επιχείρηση, συμμετέχοντας στη λήψη αποφάσεων και απολαμβάνοντας μερίδιο από τα κέρδη. Το 2019 τα μέλη ανέρχονται σχεδόν στις 84.000. Τα τελευταία χρόνια το ποσοστό αύξησης των εισοδημάτων των εργαζομένων από τα κέρδη της επιχείρησης κυμαίνεται μεταξύ 10%-20%. Το κύριο πεδίο δραστηριότητας της επιχείρησης είναι οι λιανικές πωλήσεις, τροφίμων, ρούχων και άλλων αγαθών, χωρίς ωστόσο να αμελείται η κοινωνική προσφορά. Συγκεκριμένα προβαίνει σε δωρεές και φιλανθρωπίες. Προωθεί τον εθελοντισμό και αναπτύσσει δραστηριότητες για την προστασία του περιβάλλοντος, την ανακύκλωση, καθώς και την αγορά σε δίκαιες τιμές των εμπορευμάτων από παραγωγούς και προμηθευτές (John Lewis, 2019).

Σήμερα, σε πολλές χώρες λειτουργούν καταναλωτικοί συνεταιρισμοί με παγκόσμια δραστηριότητα. Μεταξύ αυτών ξεχωρίζει ο καταναλωτικός συνεταιρισμός, REWE Group, ο οποίος ιδρύθηκε το 1927 στη Κολωνία της Γερμανίας και ο οποίος το 2017 έχει συνολικό εξωτερικό κύκλο εργασιών περίπου 58 δισ. ευρώ. Πρόκειται για έναν από τους κορυφαίους εμπορικούς και τουριστικούς ομίλους στη Γερμανία και την Ευρώπη. Συνεργάζεται με επιχειρήσεις λιανικής πώλησης και καταναλωτές και έχει συνολικά 345.000 συνεργάτες που εργάζονται σε 21 Ευρωπαϊκές χώρες. Διαθέτει 15.000 καταστήματα μέσω των οποίων προωθούνται οργανικά τρόφιμα και γενικότερα προϊόντα που παράγονται με ηθικούς και οικολογικούς κανόνες. Μεταξύ των άλλων η προστασία του περιβάλλοντος είναι μία από τις προτεραιότητες του και πραγματοποιείται με τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και την ανακύκλωση των απορριμμάτων (REWE Group, 2019).

Μεταξύ των μεγαλύτερων καταναλωτικών συνεταιρισμών συγκαταλέγεται και ο Système U στη Γαλλία. Παρόλο που οι ρίζες του βρίσκονται στα τέλη του 19ου αιώνα, έλαβε την τρέχουσα ονομασία του το 1983. Υπάρχουν τέσσερα είδη καταστημάτων λιανικής πώλησης ανάλογα με το μέγεθός τους. Τα Hyper U που είναι τα μεγαλύτερα και ακολουθούν τα Super U, τα U Express και τέλος τα Utile που συναντώνται κυρίως σε μικρούς επαρχιακούς οικισμούς. Το σύνολο των καταστημάτων ξεπερνάει τα 1.500, με περίπου 65.000 άτομα να εργάζονται σε αυτά (Système U, 2019).

Στην Ελλάδα λειτουργούν αρκετές κοινωνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται με τη διάθεση κυρίως οικολογικών και βιολογικών προϊόντων. Ένα παράδειγμα είναι η Βίος Coop στην Θεσσαλονίκη. Ξεκίνησε την δράση της το 2013, ως κοινωνικός καταναλωτικός συνεταιρισμός. Λειτουργεί το πρώτο

συνεταιριστικό, μη κερδοσκοπικό παντοπωλείο, στο οποίο προσφέρονται κυρίως τοπικά και συνεταιριστικά προϊόντα, αλλά και κάθε αγαθό που χρειάζεται σε ένα νοικοκυριό. Τα προϊόντα είναι εγγυημένης ποιότητας, καθώς ελέγχονται συστηματικά, προκειμένου να μην περιέχονται επιβλαβείς ουσίες για την υγεία και το περιβάλλον. Ακόμη παρέχονται σε χαμηλές τιμές, επειδή αποφεύγονται οι μεσάζοντες, παρόλο που αποδίδονται δίκαιες αμοιβές στους παραγωγούς. Τέλος, γίνονται δράσεις για την συλλογή τροφίμων για πολίτες που βρίσκονται σε ανάγκη (Βίος Coop, 2018).

Ο μεγαλύτερος καταναλωτικός συνεταιρισμός στη χώρα μας βρίσκεται στην Κρήτη, γνωστός ως ΣΥΝ.ΚΑ. Ιδρύθηκε το 1979 με σκοπό να προστατέψει τους καταναλωτές από την άνοδο των τιμών των αγαθών και την πτώση της ποιότητάς τους. Σήμερα τα μέλη του συνεταιρισμού ξεπερνάνε τα 5.600, ενώ λειτουργούν 51 καταστήματα με 1.200 εργαζομένους. Στις κοινωνικές δράσεις του ΣΥΝ.ΚΑ. εντάσσονται η προμήθεια των προϊόντων από τοπικούς παραγωγούς, η ανακύκλωση και η συνεισφορά σε ανθρώπους που έχουν ανάγκη από οικονομική βοήθεια (ΣΥΝ.ΚΑ., 2019).

Πιστωτικοί Συνεταιρισμοί

Ο κλάδος των μικροπιστώσεων (microfinance) προσπαθεί να λύσει τα προβλήματα που δημιουργούνται από το τραπεζικό σύστημα και το γεγονός ότι το τελευταίο δεν καλύπτει πολλές περιπτώσεις ατόμων που ζητάνε ένα μικρό δάνειο. Εξαιτίας της αβεβαιότητας και έλλειψης εγγυήσεων, το τραπεζικό σύστημα δεν παρέχει δάνεια σε ένα μεγάλο αριθμό ατόμων, ειδικά στις υποανάπτυκτες χώρες, με αποτέλεσμα ένα μεγάλο τμήμα του πληθυσμού να αδυνατεί να αναπτύξει επιχειρηματικές δραστηριότητες και να χρηματοδοτήσει τις ιδέες του. Το κενό αυτό έρχονται να καλύψουν τα συνεταιριστικά πιστωτικά ιδρύματα παρέχοντας μικροπιστώσεις. Τα συνεταιριστικά αυτά ιδρύματα τα τελευταία χρόνια πολλαπλασιάζονται, καθώς σημειώνεται πολύ μεγάλη ζήτηση (Matsui and Ikemoto, 2015). Πιθανόν ο πρώτος αμοιβαίος πιστωτικός συνεταιρισμός, ο Bourgmestre Raiffeisen, συστήθηκε το 1864 στη Ρηνανία, με σκοπό να απελευθερώσει τους αγρότες από την τοκογλυφία. Μάλιστα έχει διατηρηθεί η έντονη παρουσία συνεταιριστικών τραπεζικών ιδρυμάτων και ταμείων αλληλοβοήθειας στη Γερμανία.

Μία από τις σύγχρονες, και πλέον γνωστές περιπτώσεις συνεταιριστικής τράπεζας, που αποτέλεσε την έμπνευση για πολλούς κοινωνικούς επιχειρηματίες, είναι η Grameen Bank στο Μπαγκλαντές. Ιδρύθηκε το 1976 από τον Muhammad Yunus, καθηγητή οικονομικών, όταν διαπίστωσε ότι ακόμη και ένα πολύ μικρό δάνειο είναι ικανό να αλλάξει προς το καλύτερο την ζωή πολλών φτωχών ανθρώπων (Grameen Bank, 2018). Δηλαδή, παρόλο που ένα πολύ μικρό ποσό είναι ικανό να βγάλει από την φτώχεια κάποιους ανθρώπους, το τραπεζικό σύστημα, αυστηρά καθορισμένο όπως είναι, δε δέχεται να δώσει δάνεια χωρίς εγγυήσεις. Στην πράξη όμως, καθώς πρόκειται για υπερβολικά μικρά ποσά τα οποία κατευθύνονται σε κάποια επένδυση για την βελτίωση του εισοδήματος των φτωχών ατόμων, οι πιθανότητες αποτυχίας είναι πολύ χαμηλότερες από τις αναμενόμενες (Matsui and Ikemoto, 2015).

Η Grameen Bank έχει το δικό της σύστημα λειτουργίας, διαφορετικό από το παραδοσιακό. Αρχικά στοχεύει στους πλέον φτωχούς ανθρώπους, σχεδόν αποκλειστικά σε γυναίκες, χωρίς κανέναν τίτλο ιδιοκτησίας στο όνομά τους. Η τράπεζα είναι πολύ κοντά στους δανειολήπτες, με εβδομαδιαίες συναντήσεις, στις οποίες συζητάνε τα προβλήματά τους, με σκοπό να καταφέρουν τελικά να ξεφύγουν

από την φτώχεια. Σαν εξασφάλιση, δημιουργούνται ομάδες των 5 ατόμων, στις οποίες κάθε χρονική στιγμή μπορούν μέχρι δύο άτομα να λάβουν δάνειο. Έτσι, με την υπευθυνότητα των μελών δημιουργείται αμοιβαία εμπιστοσύνη προκειμένου να μπορέσει η τράπεζα να δεχτεί να δανείσει τα χρήματά της. Επίσης η Grameen Bank παρέχει πολλές άλλες διευκολύνσεις, υποστήριξη και εκπαίδευση στους δανειολήπτες, επιτελώντας από την μία κοινωνικό έργο, και αυξάνοντας από την άλλη τις πιθανότητες της εξόφλησης αυτών των δανείων (Grameen Bank, 2018).

Το μοντέλο της Grameen Bank φαίνεται να είναι επιτυχημένο. Μέχρι το 2017, σχεδόν 9 εκατομμύρια άνθρωποι είχαν δανειστεί από την τράπεζα. Η εξόφληση γίνεται σε εβδομαδιαίες δόσεις εντός ενός έτους, ενώ μετά την αποπληρωμή είναι δυνατόν ο δανειολήπτης να λάβει ένα μεγαλύτερο δάνειο. Αν και το επιτόκιο δανεισμού είναι κοντά σε αυτά της αγοράς, το ποσοστό αποπληρωμής είναι στο 95%, χάρις στις μεθόδους υποστήριξης και ελέγχου από την τράπεζα, σε συνδυασμό με την πίεση που ασκεί η ομάδα (Grameen Bank, 2018). Καταλήγουμε έτσι στο συμπέρασμα, ότι είναι προτιμότερο για έναν φτωχό, προκειμένου να ξεφύγει από την φτώχεια, να δανειστεί κάποια χρήματα και με την κατάλληλη υποστήριξη και προσπάθεια να δημιουργήσει την δική του εργασία, παρά να του δοθεί μια ελεημοσύνη.

Μία παρόμοια περίπτωση στη Βραζιλία, είναι η τράπεζα Banco Palmas. Ιδρύθηκε το 1998 στη φτωχογειτονιά Conjunto Palmeiras από κατοίκους της περιοχής, οι οποίοι κατέχουν την ιδιοκτησία και την διοίκησή της. Η φιλοσοφία της στηρίζεται στην παροχή μικροπιστώσεων σε φτωχούς ανθρώπους προκειμένου να καταφέρουν να βελτιώσουν το επίπεδο ζωής τους. Η μεγάλη καινοτομία που έχει εφαρμοστεί είναι η δημιουργία ενός τοπικού νομίσματος, παράλληλα με το εθνικό, το οποίο ωστόσο κυκλοφορεί μόνο εντός της κοινότητας. Ο στόχος αυτής της ιδέας είναι η αύξηση του πλούτου και της ευημερίας εντός της κοινότητας χωρίς να μπορεί να μεταφέρεται σε άλλες περιοχές. Το παράδειγμα της Banco Palmas αποτέλεσε παράδειγμα προς μίμηση και για άλλες τοπικές κοινωνίες, με τουλάχιστον 52 αντίστοιχες κοινοτικές τράπεζες να λειτουργούν στη χώρα (Pate & Wankel, 2014).

Το ίδρυμα PRODEM στη Βολιβία δραστηριοποιείται επίσης με τις μικροπιστώσεις, έχοντας σημαντική συμβολή στην βελτίωση της οικονομικής κατάστασης πολλών μικροπαραγωγών. Το γεγονός αυτό οφείλεται πέρα από τα δάνεια που χορηγούνται, στην γενικότερη υποστήριξη που παρέχεται σε αυτούς με σκοπό να πουλήσουν εν τέλει τα προϊόντα τους (Alter, 2007). Ακόμη μία ιδιαίτερη περίπτωση είναι το Akhuwat στο Πακιστάν. Το ίδρυμα Akhuwat έχει πολλές κοινωνικές δράσεις όπως εκπαίδευση, υγειονομική περίθαλψη και σίτιση. Το κυριότερο έργο του είναι η παροχή μικροπιστώσεων χωρίς την παραμικρή επιβάρυνση με τόκους (Akhuwat, 2018).

Εκτός από τις αναπτυσσόμενες χώρες, τα τελευταία χρόνια, αν και βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο υπάρχει επίσης μεγάλο ενδιαφέρον και σε ανεπτυγμένα κράτη για τη δημιουργία πιστωτικών οργανισμών που θα παρέχουν μικροπιστώσεις. Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Μικροπιστώσεων απαρτίζεται από 114 μέλη, με μεγάλα περιθώρια αύξησης του αριθμού τους (European Microfinance Network, 2018). Ένα παράδειγμα αποτελεί η τράπεζα Permico στην Ιταλία. Ιδρύθηκε το 2007 στο Τορίνο, με σκοπό την παροχή τόσο επιχειρηματικών δανείων, όσο και δανείων σε ιδιώτες για στέγαση, εκπαίδευση ή υγεία. Μέχρι το 2018, είχαν εκταμιευθεί περίπου 20.000 δάνεια, συνολικού ποσού άνω των 140 εκατομμυρίων ευρώ (European Commission, 2013b; Permico, 2018).

Ο τομέας των μικροπιστώσεων θα μπορούσε να συνεισφέρει καθοριστικά στην ανάπτυξη της οικονομίας στην Ελλάδα. Ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα

που αντιμετωπίζει αυτή την περίοδο η χώρα είναι τα μη εξυπηρετούμενα δάνεια. Κοινώς γνωστά ως κόκκινα δάνεια, αποτελούν ένα πολύ μεγάλο βαρίδι στους ισολογισμούς των τραπεζών. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος, στα μέσα του 2018, το ποσοστό των μη εξυπηρετούμενων ανοιγμάτων, στο σύνολο του δανειακού χαρτοφυλακίου, ήταν 47,8%, υπερδιπλάσιο του αμέσως επόμενου υψηλότερου στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Τράπεζας της Ελλάδος, 2018). Το γεγονός αυτό καθιστά τις τράπεζες σχεδόν ανήμπορες στο να προχωρήσουν σε νέους δανεισμούς των ιδιωτών και των επιχειρήσεων. Δεδομένου ότι η πλειονότητα των επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι πολύ μικρού έως μεσαίου μεγέθους, τα δανειακά κεφάλαια που απαιτούν είναι αντίστοιχα μικρά. Επομένως, η ανάπτυξη του κλάδου των μικροπιστώσεων, θα μπορούσε να δώσει μεγάλη ανάσα σε πολλές επιχειρήσεις (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2013). Μέχρι στιγμής πάντως δεν έχουν πραγματοποιηθεί κάποια βήματα προς αυτήν την κατεύθυνση.

Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί

Όταν αναφερόμαστε στην έννοια του συνεταιρισμού, η πιο πιθανή μορφή που μπορεί να έρθει στο μυαλό κάποιου είναι οι αγροτικοί συνεταιρισμοί. Δραστηριοποιούνται στην παραγωγή γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων, καθώς και παραγώγων τους. Έχουν γνωρίσει ιδιαίτερη ανάπτυξη στις Η.Π.Α. και σε χώρες της Δυτικής Ευρώπης, όπως η Δανία και η Γαλλία. Ανάμεσα στους μεγαλύτερους συγκαταλέγεται η Friesland Campina στην Ολλανδία. Παράγει γαλακτοκομικά προϊόντα, μεταξύ των οποίων βρίσκονται αρκετές ετικέτες αναγνωρίσιμες διεθνώς. Ξεπερνάει τα 140 χρόνια ζωής με 18.261 ενεργά μέλη. Τα προϊόντα τις διατίθενται σε 34 χώρες και ο αριθμός των εργαζομένων είναι 23.769 άτομα (Friesland Campina, 2019).

Ακόμη ένας αγροτικός συνεταιρισμός με διεθνή δραστηριότητα είναι ο BayWa από τη Γερμανία. Τα κυριότερα αγροτικά προϊόντα που παράγει είναι δημητριακά, φρούτα, σπόροι και λιπάσματα. Πέρα από την αγροτική παραγωγή δίνεται έμφαση στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και σε καινοτομίες που θα συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη. Τα έσοδα του ομίλου για το 2017 ήταν περίπου 16 δις €, ενώ οι εργαζόμενοι υπερβαίνουν τις 17.000 (BayWa, 2019). Ένα παράδειγμα επιτυχημένου αγροτικού συνεταιρισμού είναι και η TreValli στην Ιταλία. Δραστηριοποιείται στην παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων, η οποία πραγματοποιείται πάντα με γνώμονα τον σεβασμό και την προστασία του περιβάλλοντος. Τέλος, δε παραλείπεται η συνεισφορά σε άτομα που έχουν ανάγκη με διάφορες κοινωνικές και πολιτιστικές δράσεις (TreValli, 2019).

Ο μεγαλύτερος αγροτικός συνεταιρισμός στις Η.Π.Α. είναι ο CHS (Cenex Harvest States). Αποτελείται από 950 μικρότερους συνεταιρισμούς με 500.000 μέλη και επιπλέον 75.000 ανεξάρτητους παραγωγούς. Η κύριες δραστηριότητες είναι η παραγωγή σιτηρών και λοιπών δημητριακών και η παραγωγή και πώληση καυσίμων, ορυκτών αλλά και ανανεώσιμων (CHS, 2019). Άλλοι μεγάλοι συνεταιρισμοί είναι ο Dairy Farmers of America, ο οποίος απαρτίζεται από 13.000 μέλη και παράγει γαλακτοκομικά προϊόντα (DFA, 2019) και ο Land O'Lakes, με σχεδόν έναν αιώνα ζωής. Παράγει τόσο γαλακτοκομικά όσο και γεωργικά προϊόντα, απασχολεί 10.000 άτομα ενώ αριθμεί 3.667 μέλη (Land O'Lakes, 2019).

Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί στην Ελλάδα αποτελούν ένα παράδειγμα αποτυχημένης εφαρμογής της συνεταιριστικής οργάνωσης. Οι λόγοι που οδηγήθηκαν στη σημερινή δραματική κατάσταση είναι πολλοί. Συνεχείς αλλαγές στο νομοθετικό πλαίσιο, κατακερματισμένη νομοθεσία με αρκετές αστοχίες και δυσλειτουργικές ρυθμίσεις, προσπάθεια της πολιτικής ηγεσίας για εκμετάλλευση και

γενικότερη πολιτικοποίηση του συνεταιριστικού κινήματος, κακοδιαχείριση, ικανοποίηση προσωπικών στόχων έναντι των συλλογικών από τις διοικήσεις και συσσώρευση τεράστιων χρεών είναι μερικοί από αυτούς (Nasioulas, 2012; CICOPA, 2013; Κοντογεώργος & Στεργάκη, 2015; Ευθυμίου, 2017). Από τους 6.770 συνεταιρισμούς που έχουν ιδρυθεί διαχρονικά, σύμφωνα με τα πλέον πρόσφατα στοιχεία του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης οι εγγεγραμμένοι είναι μόλις 750. Εάν εντάξουμε αυτά τα νούμερα στη γενικότερη μείωση των αγροτών στην Ελλάδα, το γηρασμένο εργατικό δυναμικό και την αποστροφή των νέων από τις γεωργικές και κτηνοτροφικές εργασίες, το μέλλον των αγροτικών συνεταιρισμών δε διαγράφεται ευοίωνο. Ωστόσο, δε παύουν να υπάρχουν και μερικές θετικές περιπτώσεις.

Μία από αυτές είναι η Πίνδος. Πρόκειται για τον μεγαλύτερο αγροτικό συνεταιρισμό στη χώρα. Βρίσκεται στην Ήπειρο και ασχολείται με τη παραγωγή πουλερικών. Υπάρχουν περίπου 500 μέλη και περισσότεροι από 900 εργαζόμενοι. Το 2017 ο κύκλος εργασιών, ως αποτέλεσμα της συνεχούς αύξησης των τελευταίων ετών, έφτασε τα 219 εκατ. €, καθιστώντας την Πίνδο κυρίαρχο της ελληνικής πτηνοτροφίας, με μερίδιο αγοράς 37% (Πίνδος, 2019). Ένα ακόμη φωτεινό παράδειγμα είναι ο Αγροτικός Γαλακτοκομικός Συνεταιρισμός Καλαβρύτων, με έτος ίδρυσης το 1963. Στα γαλακτοκομικά προϊόντα που παράγει εντάσσονται το γάλα, το γιαούρτι και διάφορα είδη τυριών. Στηρίζει περισσότερες από 1.100 κτηνοτροφικές μονάδες, εκ των οποίων οι μισές περίπου είναι μελών και οι υπόλοιπες ανεξάρτητων, συνεργαζόμενων αγροτών. Το 2017 ο κύκλος εργασιών ξεπερνούσε τα 26 εκατ. € (Ευθυμίου, 2017; Συνεταιρισμός Καλαβρύτων, 2019).

4.2 Κοινωνικές Επιχειρήσεις Συλλογικής και Κοινωνικής Ωφέλειας

Στην κοινωνική οικονομία δραστηριοποιούνται κοινωνικές επιχειρήσεις που σκοπό έχουν την συλλογική και κοινωνική ωφέλεια. Σύμφωνα με το Ν.4430/2016, ως συλλογική ωφέλεια ορίζεται «η από κοινού εξυπηρέτηση των αναγκών των μελών του Φορέα Κ.ΑΛ.Ο. μέσα από τη διαμόρφωση ισότιμων σχέσεων παραγωγής, τη δημιουργία θέσεων σταθερής και αξιοπρεπούς εργασίας, τη συμφιλίωση προσωπικής, οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής». Επίσης ως κοινωνική ωφέλεια ορίζεται «η εξυπηρέτηση κοινωνικών αναγκών τοπικού ή ευρύτερου χαρακτήρα με την αξιοποίηση της κοινωνικής καινοτομίας, μέσα από δραστηριότητες βιώσιμης ανάπτυξης ή παροχής κοινωνικών υπηρεσιών γενικού συμφέροντος». Οι Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής ωφέλειας εξυπηρετούν τις ανάγκες των μελών τους και του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου, αναπτύσσοντας δραστηριότητες βιώσιμης ανάπτυξης και παρέχοντας υπηρεσίες γενικού ενδιαφέροντος. Ακολουθούν κάποια παραδείγματα Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής ωφέλειας, από την Ελλάδα και αντίστοιχα παραδείγματα από άλλες χώρες.

4.2.1 Βιώσιμη Ανάπτυξη

Στην βιώσιμη ανάπτυξη περιλαμβάνονται οι οικονομικές δραστηριότητες που προωθούν την αειφορία του περιβάλλοντος, την κοινωνική και οικονομική ισότητα, προστατεύουν και αναπτύσσουν τα κοινά αγαθά και δίνουν έμφαση στις ιδιαιτερότητες των τοπικών κοινωνιών (Ν.4430/2016). Ενδεικτικές δραστηριότητες είναι:

- α) Η προστασία και αποκατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος και της βιοποικιλότητας.
- β) Η αειφόρος γεωργία και κτηνοτροφία.

- γ) Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο.
- δ) Η παραγωγή ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές.
- ε) Η επαναχρησιμοποίηση, αξιοποίηση και ανακύκλωση των αποβλήτων και απορριμμάτων ή η μείωσή τους μέσα από τον επανασχεδιασμό του τρόπου παραγωγής και διανομής των προϊόντων.

Παραγωγή και διανομή οικολογικών προϊόντων

Ένα μεγάλο ποσοστό κοινωνικών συνεταιρισμών δραστηριοποιείται στον τομέα της παραγωγής οικολογικών και βιολογικών προϊόντων. Με τον τρόπο αυτό συνδυάζεται η παροχή υγιεινών επιλογών στους καταναλωτές, η προστασία του περιβάλλοντος και το επιχειρηματικό κέρδος για τα μέλη του συνεταιρισμού. Συνήθως παράγονται διάφορα αγροτικά προϊόντα, όπως κρασί και ελαιόλαδο, καθώς και τοπικά παραδοσιακά προϊόντα, όπως γλυκά του κουταλιού και μαρμελάδες. Μία σχετική περίπτωση είναι η Κοιν.Σ.Επ. Μοδούσα στην Λέσβο. Ιδρύθηκε το 2014 από 9 ελαιοπαραγωγούς και σήμερα αριθμεί 70 μέλη. Ο κύριος σκοπός είναι η επιδίωξη του συλλογικού οφέλους και η εξυπηρέτηση γενικότερων κοινωνικών συμφερόντων, κυρίως μέσω της αύξησης της απασχόλησης στην Λέσβο (Μοδούσα, 2018). Πιο συγκεκριμένα, επιδιώκεται η αξιοποίηση όλων των πλουτοπαραγωγικών συντελεστών του νησιού και ιδιαίτερα της ελιάς και του ελαιολάδου, που αποτελούν το βασικό εμπορεύσιμο προϊόν. Ωστόσο όλες οι ενέργειες γίνονται με σεβασμό στο τοπίο και το περιβάλλον. Στην συνέχεια απαιτείται η προβολή και η προώθηση των τοπικώς παραγόμενων αγροτικών προϊόντων με διάφορες δράσεις. Ακόμη επιδιώκεται η συνεχής εκπαίδευσης και κατάρτιση, των μελών και των συνεργατών του συνεταιρισμού. Στη Μοδούσα πραγματοποιείται η συγκομιδή των καρπών από τους ελαιώνες, η μετατροπή τους σε ελαιόλαδο και η τυποποίηση σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις. Τα προϊόντα τους διατίθενται τόσο στις αγορές του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού (Μοδούσα, 2018).

Μεταξύ των Κοινωνικών επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν νέες οικολογικές τεχνολογίες ξεχωρίζει η Αιγυπτιακή SEKEM η οποία παράγει οργανικά τρόφιμα και φαρμακευτικά σκευάσματα βασισμένα σε βότανα. Εκτός της περιβαλλοντικής δράσης της, με τα οικολογικά προϊόντα και την χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, πραγματοποιεί ακόμα πλήθος κοινωνικών δράσεων με σεβασμό στους εργαζομένους της (SEKEM, 2018). Πρόκειται για κοινωνική επιχείρηση που στοχεύει στην μεγαλύτερη αποδοτικότητα σε σχέση με τις ανταγωνιστικές εμπορικές επιχειρήσεις.

Παρόμοιες δραστηριότητες αναπτύσσει η Masarang στην Ινδονησία. Παράγει την palm sugar, γλυκαντική ουσία που προέρχεται από τοπικά είδη φοίνικα. Μπορεί να έχει λιγότερο γλυκιά γεύση από την κλασική ζάχαρη, ωστόσο είναι φυσική χωρίς χημική επεξεργασία, έχει καλύτερη επίδραση στην υγεία των ανθρώπων, και το κυριότερο, είναι φιλική προς το περιβάλλον (Masarang, 2018). Ακόμη η Masarang βοηθάει το περιβάλλον με την προστασία ζώων που βρίσκονται σε κίνδυνο και με την αναδάσωση. Τέλος, μεριμνά για την τοπική κοινωνία, καθώς πέρα από την εργασία που προσφέρει σε μια πολύ φτωχή επαρχιακή περιοχή, υποστηρίζει τοπικές πολιτιστικές και άλλες δράσεις (Masarang, 2018). Μία από τις μεγαλύτερες κοινωνικές επιχειρήσεις με περιβαλλοντικό προσανατολισμό είναι και η Seventh Generation στις Η.Π.Α. Παράγει κυρίως καθαριστικά σπιτιού και είδη ατομικής υγιεινής. Τα προϊόντα αυτά βασίζονται σε οικολογικές και ανακυκλώσιμες πρώτες ύλες χωρίς χημικά, στα πρότυπα της βιώσιμης ανάπτυξης. Πέρα από την περιβαλλοντική δράση της επιχείρησης, έχει δημιουργηθεί το ίδρυμα Seventh

Generation που προσφέρει δωρεές, προς όφελος της κοινωνίας (Seventh Generation, 2018).

Προστασία του περιβάλλοντος και ανακύκλωση

Όλες σχεδόν οι κοινωνικές επιχειρήσεις εκτός από την κοινωνική δράση τους φροντίζουν για την προστασία του περιβάλλοντος. Μεταξύ αυτών, ένας μεγάλος αριθμός εταιριών έχει ως κύρια δραστηριότητα την ανακύκλωση των αποβλήτων (Nicholls, 2006). Οι κοινωνικές επιχειρήσεις που επικεντρώνονται στην ικανοποίηση της κοινωνικής ανάγκης ανακύκλωσης των αποβλήτων επιλύουν μια αρνητική εξωτερικότητα και αποτυχία του οικονομικού συστήματος της αγοράς, το οποίο έχοντας ως στόχο το ιδιωτικό όφελος αδυνατεί να περιορίσει τα απόβλητα που δημιουργούνται από τις ιδιωτικές οικονομικές δραστηριότητες.

Στην Ελλάδα στο τομέα της ανακύκλωσης δραστηριοποιείται η Κοιν.Σ.Ε.Π. Ευκάλυψις, η οποία έχει ως έδρα την Βόρεια Ελλάδα. Συγκεκριμένα, συγκεντρώνει και ανακυκλώνει χρησιμοποιημένα έλαια και λίπη για την παραγωγή βιοκαυσίμων, δημιουργώντας ένα διπλό κοινωνικό όφελος: α) περιορίζει τα απόβλητα που είναι αρκετά επιβλαβή για το περιβάλλον και β) παράγει βιοκαύσιμα τα οποία μειώνουν την χρήση άλλων ορυκτών καυσίμων (Ευκάλυψις, 2018).

Η Κοιν.Σ.Ε.Π. “Ένα παιδί μετράει τα άστρα” έχει ως στόχο επίσης την οικολογία και την περιβαλλοντική ισορροπία. Συλλέγει πλαστικά καπάκια από πλαστικά μπουκάλια, με διαλογή στην πηγή, τα οποία προορίζονται για ανακύκλωση. Παράλληλα παρέχεται και κοινωνικό έργο, με την αγορά αμαξιδίων για άτομα με κινητικά προβλήματα, από τα έσοδα της ανακύκλωσης. Ήδη έχουν προσφερθεί τρία αμαξίδια σε παιδιά που έχουν ανάγκη. Τέλος, γίνονται προσπάθειες για την ευαισθητοποίηση των ανθρώπων με διάφορες δράσεις και προωθούνται οικολογικά προϊόντα για την αντικατάσταση των αντίστοιχων πλαστικών, όπως καλαμάκια από μπαμπού (Ένα παιδί μετράει τα άστρα, 2018).

Σε διεθνές επίπεδο, πολυάριθμες κοινωνικές επιχειρήσεις ασχολούνται με την ανακύκλωση. Η Terracycle, για παράδειγμα, είναι μια κοινωνική επιχείρηση στις Η.Π.Α, η οποία ανακυκλώνει σχεδόν όλα τα υλικά, ακόμη και εκείνα που θεωρητικά δεν ανακυκλώνονται. Η φιλοσοφία της επιχείρησης είναι ότι δεν υπάρχουν σκουπίδια αλλά όλα μπορούν να ανακυκλωθούν. Σε περίπτωση που αυτά δε μπορούν να επανέλθουν στην αρχική τους μορφή, τότε μετασχηματίζονται σε κάποιο άλλο προϊόν (Terracycle, 2018). Παρόμοια δράση αναπτύσσει η Ιαπωνική επιχείρηση Jeplan, η οποία μάλιστα όσα προϊόντα δε μπορούν να προσφέρουν κάποια χρήσιμα υλικά τα χρησιμοποιεί, για την παραγωγή βιοαιθανόλης (Jeplan, 2018; Ashoka, 2018).

Μια άλλη επιτυχημένη περίπτωση κοινωνικής επιχείρησης ανακύκλωσης προϊόντων είναι η αμερικανική επιχείρηση Better World Books. Ξεκίνησε από δύο φοιτητές στις Η.Π.Α. οι οποίοι θέλησαν να πουλήσουν κάποια παλιά βιβλία τους μέσω διαδικτύου. Τα βιβλία αυτά εξαντλήθηκαν πολύ σύντομα, οπότε μετά από αυτήν την επιτυχία αποφάσισαν να ασχοληθούν σοβαρά με την πώληση μεταχειρισμένων βιβλίων. Σύντομα ανακάλυψαν ότι χιλιάδες βιβλία καταστρέφονται κάθε χρόνο, καθώς οι βιβλιοθήκες στις οποίες ανήκουν τα αντικαθιστούν με καινούριες εκδόσεις. Το γεγονός αυτό έχει σοβαρό περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Σήμερα πάνω από 320 εκατομμύρια βιβλία έχουν ξαναχρησιμοποιηθεί ή ανακυκλωθεί (Better World Books, 2018). Εκτός όμως από την περιβαλλοντική πλευρά, στην Better World Books πιστεύουν στην δύναμη της γνώσης. Για αυτόν τον λόγο συγκεντρώνονται χρήματα και δωρίζονται βιβλία σε παιδιά που δεν έχουν χρήματα, κυρίως στην Αφρική, για να βοηθήσουν στην μόρφωσή τους. Περισσότερα

από 26 εκατομμύρια βιβλία και 28.000.000 \$ έχουν συγκεντρωθεί για τον σκοπό αυτό (Better World Books, 2018).

Ένα ξεχωριστό παράδειγμα ανακύκλωσης συνιστά ακόμη η Misfit Juicery. Προσπαθεί να αντιμετωπίσει ένα πρόβλημα του οικονομικού συστήματος, στο οποίο οι αισθητικοί κανόνες είναι πολύ σημαντικοί. Έτσι, κάθε χρόνο ένα πολύ μεγάλο ποσοστό φρούτων και λαχανικών πετιούνται, καθώς δεν έχουν ένα αισθητικά αποδεκτό σχήμα για να μπορέσουν να πωληθούν. Η Misfit Juicery φροντίζει ώστε αυτά τα φρούτα και τα λαχανικά να μετατραπούν σε χυμούς αντί να καταστραφούν. Το επόμενο βήμα που σχεδιάζει η Misfit Foods είναι η δημιουργία φαγητών προς πώληση από τα υλικά αυτά (Misfit, 2018).

Στο τομέα της εξοικονόμησης ενέργειας δραστηριοποιούνται ακόμη η κοινωνική επιχείρηση D&E Green στην Αϊτή και η SolarInti στην Αργεντινή. Οι εταιρίες αυτές προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε φτωχές αγροτικές περιοχές χωρίς πρόσβαση σε ηλεκτρικό ρεύμα. Οπότε για το μαγείρεμα χρησιμοποιούν ενεργοβόρες μορφές ενέργειας, συνήθως ξύλα. Το αποτέλεσμα είναι να προκαλείται μόλυνση του περιβάλλοντος, οικονομική επιβάρυνση των νοικοκυριών καθώς και προβλήματα υγείας από τις αναθυμιάσεις. Για τον λόγο αυτό δημιούργησαν οικολογικές μαγειρικές συσκευές και σκεύη που αντιμετωπίζουν σε μεγάλο βαθμό τα προηγούμενα προβλήματα (Ashoka, 2018). Η D&EGreen μάλιστα προσφέρει παράλληλα καινοτόμα χρηματοδοτικά εργαλεία για την εξόφληση αυτών των συσκευών. Επειδή απευθύνεται σε πολύ φτωχούς ανθρώπους, τους δίνει την ευκαιρία να ξεπληρώσουν τις συσκευές από την εξοικονόμηση ενέργειας που θα προκύψει (D&EGreen, 2018).

Δίκαιο Εμπόριο (Fair Trade)

Αρκετοί κοινωνικοί επιχειρηματίες προωθούν το Δίκαιο Εμπόριο (Fair Trade). Προκύπτει από την αδυναμία του παραδοσιακού εμπορίου να προσφέρει βιώσιμες συνθήκες διαβίωσης και ευκαιρίες ευημερίας σε όλους τους ανθρώπους. Το δίκαιο εμπόριο μέσω του διαλόγου, του αμοιβαίου σεβασμού και της ισότητας, προσπαθεί να προσφέρει ακόμη και στους πλέον αδύναμους παραγωγούς, καλύτερες τιμές για τα προϊόντα τους, ώστε να βελτιώσουν το επίπεδο ζωής τους. Καταλήγει έτσι σε μια αμοιβαία επωφελή συμφωνία ανάμεσα σε παραγωγούς και καταναλωτές (World Fair Trade and FLO, 2009). Το δίκαιο εμπόριο απευθύνεται κυρίως σε αναπτυσσόμενες χώρες, εκεί όπου φαινόμενα όπως η παιδική εργασία, η σύγχρονη σκλαβιά, η εκμετάλλευση των εργαζομένων, οι διακρίσεις και οι άθλιες συνθήκες εργασίες αποτελούν συχνό φαινόμενο (WFTO, 2019). Ωστόσο, αυξανόμενο ενδιαφέρον υπάρχει και σε ανεπτυγμένες χώρες από παραγωγούς που θέλουν να προσφέρουν τα προϊόντα τους σύμφωνα με τις αρχές του δίκαιου εμπορίου. Στην Ελλάδα μέχρι στιγμής μπορεί να υπάρχουν επιχειρήσεις που τηρούν αυτές τις αρχές, χωρίς όμως την αντίστοιχη πιστοποίηση (Fair Trade Hellas, 2019).

Η Cericafe είναι ένα σχετικό παράδειγμα. Ιδρύθηκε το 1995 στο Περού από μικροκαλλιεργητές καφέ, αφού προηγουμένως είχε καταρρεύσει ο συνεταιρισμός που υπήρχε στην περιοχή. Προσφέροντας την παραγωγή τους απευθείας στις τοπικές και διεθνείς αγορές, εξασφαλίζουν πολύ υψηλότερες τιμές, έως 80% (Alter, 2007). Εκτός από τα μεγαλύτερα εισοδήματα για τους παραγωγούς, παρέχονται επίσης εκπαίδευση και επιμόρφωση αλλά και άλλες υπηρεσίες στην κοινότητα, όπως σχολεία και κέντρα υγείας. Ακόμη υπάρχει συμμετοχικός και δημοκρατικός τρόπος διοίκησης από τα μέλη, ενώ συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος, αφού τα προϊόντα της είναι οργανικά (Alter, 2007). Παρόμοια είναι η δράση της Divine Chocolate, στη Γκάνα, η

οποία χάρις στο δίκαιο εμπόριο, εξασφαλίζει μεγαλύτερα έσοδα για τα μέλη της, σχεδόν 85.000 παραγωγούς κακάο (Divine Chocolate, 2018).

Μια ακόμη κοινωνική επιχείρηση που στηρίζεται στο δίκαιο εμπόριο είναι η Naadam. Η εταιρία προμηθεύεται μαλλί από κτηνοτρόφους στην Μογγολία προσφέροντας 50% υψηλότερη τιμή αγοράς. Λόγω της υψηλής ποιότητας της πρώτης ύλης και της κατάλληλης επεξεργασίας, παράγονται πολύ ποιοτικά μάλλινα ρούχα. Η Naadam μεριμνά εκτός από τους προμηθευτές της και για το περιβάλλον, χρησιμοποιώντας μόνο καθαρή ενέργεια στην παραγωγική διαδικασία (Naadam, 2018).

Από την Ινδία προέρχεται και ο Kaushlendra Kumar. Με καταγωγή από φτωχή αγροτική οικογένεια, γνώριζε πολύ καλά τις δυσκολίες που βιώνουν οι αγρότες στη χώρα. Επομένως το όραμά του ήταν να τους βοηθήσει οργανώνοντας καλύτερα την παραγωγή τους και τον τρόπο διανομής των προϊόντων. Με βάση το δίκαιο εμπόριο, επικεντρώνεται στην οργάνωση του κατακερματισμένου αγροτικού τομέα, για να βελτιώσει την ποιότητα ζωής των ανθρώπων και να προστατεύσει το περιβάλλον (Singh, 2016). Προχώρησε σε αλλαγές στην προώθηση των προϊόντων και υιοθετήθηκε μια κοινή επωνυμία, τη Samriddhi που σημαίνει ευημερία. Ακόμη έγιναν αλλαγές στην εφοδιαστική αλυσίδα, ενώ δημιουργήθηκε μια καινοτόμα συσκευασία που διατηρεί τα προϊόντα φρέσκα. Σήμερα πάνω από 5.000 αγρότες, περισσότεροι από 500 πωλητές και άλλοι εργαζόμενοι έχουν ωφεληθεί από την λειτουργία της επιχείρησης Knids Green (Singh, 2016; Ashoka, 2018).

4.2.2 Κοινωνικές επιχειρήσεις με στόχο την παροχή υπηρεσιών γενικού συμφέροντος

Ως κοινωνικές υπηρεσίες γενικού συμφέροντος ορίζονται «οι υπηρεσίες που είναι προσβάσιμες σε όλους, προάγουν την ποιότητα ζωής και παρέχουν κοινωνική προστασία σε ομάδες όπως ηλικιωμένοι, παιδιά, άτομα με αναπηρία και περιλαμβάνουν την εκπαίδευση, την υγεία, την κοινωνική στέγαση, την κοινωνική σίτιση, και τις υπηρεσίες κοινωνικής αρωγής, χωρίς, ωστόσο, να υποκαθιστούν τις γενικές υποχρεώσεις του κράτους» (N.4430/2016). Στη συνέχεια δίνονται παραδείγματα επιχειρήσεων που προσφέρουν υγειονομική περίθαλψη, εκπαίδευση και άλλες υλικές παροχές καθώς και περιπτώσεων από φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης που προωθούν τις αρχές της κοινωνικής οικονομίας.

Υγειονομική Περίθαλψη

Ένας μεγάλος αριθμός κοινωνικών επιχειρήσεων, έχει ως κύριο σκοπό την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των φτωχότερων ανθρώπων και την παροχή υγειονομικής περίθαλψης. Οι επιχειρήσεις αυτές προσπαθούν να προσφέρουν υπηρεσίες στους πλέον αδύναμους οι οποίοι δεν έχουν πρόσβαση στις υπηρεσίες υγείας.

Μία από τις μεγαλύτερες κοινωνικές επιχειρήσεις στον κόσμο, ίσως η μεγαλύτερη, είναι ο οργανισμός BRAC, που ξεκίνησε από το Μπαγκλαντές και πλέον δραστηριοποιείται σε ακόμη 13 χώρες. Επεκτείνεται σε όλο το φάσμα των κοινωνικών δράσεων όπως υγειονομική περίθαλψη, παροχή τροφής και πόσιμου νερού, καταπολέμηση της φτώχειας μέσω των μικροπιστώσεων, ανθρώπινα δικαιώματα και ισότητα των φύλων, εκπαίδευση και προστασία του περιβάλλοντος (BRAC, 2018; BRAC International, 2018). Τα έσοδά του προέρχονται κατά κύριο λόγο από δωρεές και τον τομέα των μικροπιστώσεων. Οι ωφελούμενοι από τα διάφορα προγράμματά του BRAC ξεπερνάνε τα 100 εκατομμύρια (BRAC, 2018).

Όσον αφορά την υγειονομική περίθαλψη στις αναπτυσσόμενες χώρες, και ιδιαίτερα στην απομακρυσμένη ύπαιθρο, παρουσιάζεται ένα πολύ μεγάλο πρόβλημα. Η Ινδία δεν αποτελεί εξαίρεση. Ο Dr Ashwin Naik εντόπισε αυτό το πρόβλημα στις αγροτικές περιοχές της χώρας, στις οποίες υπάρχει παντελής απουσία δομών υγείας, καθώς δεν επιλέγονται ούτε από το κράτος, ούτε από άλλους ιδιώτες (Singh, 2016). Κατάφερε έτσι να ιδρύσει τον Vaatsalya, μέσω του οποίου εξυπηρετούνται χιλιάδες ασθενείς κάθε μήνα, σε 7 νοσοκομεία, που σε διαφορετική περίπτωση θα έπρεπε να διανύσουν τεράστιες αποστάσεις για να συναντήσουν κάποιον γιατρό. Εντοπίζοντας ένα κενό της αγοράς πετυχαίνει πέρα από το κοινωνικό έργο, να εμφανίζει υψηλή κερδοφορία, λόγω του μεγάλου όγκου ασθενών, του χαμηλού κόστους και της υψηλής παραγωγικότητας, για μια υπηρεσία που είναι απαραίτητη στους πολίτες (Vaatsalya, 2018).

Στον τομέα της υγείας στην Ινδία δραστηριοποιείται και ο Dr Devi Shetty. Καρδιοχειρουργός στο επάγγελμα, παρατήρησε ότι το κόστος για μία επέμβαση καρδιάς ήταν τεράστιο για τους φτωχούς, καθιστώντας αδύνατη την πραγματοποίησή της. Θέλοντας να βοηθήσει αυτούς τους ασθενείς, αποφάσισε να δημιουργήσει ένα νοσοκομείο, στο οποίο θα μείωνε δραστικά το κόστος (Singh, 2016). Προκειμένου να μπορεί ακόμη και κάποιος χωρίς καθόλου χρήματα να χειρουργηθεί, λειτούργησε με ένα σύστημα στο οποίο όσοι είχαν την δυνατότητα πλήρωναν κανονικά την εγχείρηση, και σε συνδυασμό με διάφορες δωρεές, πραγματοποιούνται ακόμη και επεμβάσεις χωρίς χρέωση. Πέρα από αυτό, λόγω του μεγάλου όγκου και των οικονομιών κλίμακας που δημιουργούνται, επιτυγχάνεται περαιτέρω μείωση του κόστους παράλληλα με άλλες καινοτόμες δράσεις. Μία από αυτές είναι η τηλεϊατρική, μέσω της οποίας εξετάζονται ασθενείς σε όλον τον κόσμο. Η επιτυχία του ιδρύματος Narayana Hrudayalaya είναι πολύ μεγάλη, έχοντας πλέον 49 νοσοκομεία και κέντρα υγείας σε όλη την Ινδία (Singh, 2016; Narayana health, 2018). Μία παρόμοια περίπτωση στην Ινδία, με έμφαση στις νέες τεχνολογίες, είναι η Sevamob του Shalley Saxena (Sevamob, 2018).

Τέλος, μια καινοτόμος υπηρεσίας που θα μπορούσε να φανεί αρκετά χρήσιμη στις αναπτυσσόμενες χώρες της Αφρικής καθώς και σε άλλες απομακρυσμένες περιοχές του πλανήτη είναι η Zipline. Ξεκίνησε να λειτουργεί στη Ρουάντα το 2016 και το 2019 επεκτάθηκε στην Γκάνα. Η Zipline με την χρήση drones μεταφέρει υγειονομικό υλικό, όπως φάρμακα και αίμα, σε απομακρυσμένες περιοχές που έχουν ανάγκη. Η μεταφορά γίνεται γρηγορότερα και φτηνότερα από τα υπόλοιπα συμβατικά μέσα. Κάθε μέρα πραγματοποιούνται περίπου 2.000 παραδόσεις ενώ με την δράση της έχει συνεισφέρει στην διάσωση περισσότερων από 12.000 ασθενών (Schwab, 2018; Zipline, 2019)

Ευκαιρίες Εκπαίδευσης

Εκτός από την υγειονομική περίθαλψη, μία ακόμα διαδεδομένη δραστηριότητα των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι η εκπαίδευση. Πρόκειται για έναν τομέα με έντονο κοινωνικό χαρακτήρα. Συνήθως απευθύνονται σε ομάδες ατόμων με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, οι οποίες είτε δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα, είτε δεν έχουν την ευκαιρία για εκπαίδευση, όπως άστεγοι και γυναίκες (Nicholls, 2006).

Το CAMFED είναι ένας διεθνής οργανισμός που δραστηριοποιείται στην Υποσαχάρια Αφρική, σε μερικές από τις φτωχότερες χώρες του κόσμου. Στις περιοχές αυτές, τα περισσότερα παιδιά, και ιδιαίτερα τα κορίτσια, δεν πηγαίνουν στο σχολείο. Το πρόβλημα αυτό προσπαθεί να αντιμετωπίσει το CAMFED. Με έμφαση στα κορίτσια, που έχουν τις λιγότερες ευκαιρίες, οραματίζεται έναν κόσμο στον οποίο

όλα τα παιδιά έχουν δικαίωμα στην μόρφωση. Στα 15 χρόνια λειτουργίας του, από το 1993, πάνω από 2,5 εκατομμύρια παιδιά έχουν ωφεληθεί (CAMFED, 2018). Μάλιστα, παρόλο που θεωρητικά οι δυσκολίες για την εκπαίδευση των περιθωριοποιημένων παιδιών είναι πολλές και το κόστος αναμένεται να είναι υψηλό, στην πράξη δεν φαίνεται να ισχύει κάτι τέτοιο. Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα του πανεπιστημίου του Cambridge, το CAMFED είναι ιδιαίτερα αποδοτικό, καθώς με δαπάνη μόλις 100\$, καταφέρνει να αυξήσει κατά 2 χρόνια την σχολική εκπαίδευση (Sabates et al, 2018). Μία ακόμη κοινωνική επιχείρηση που ασχολείται με την εκπαίδευση είναι το Barefoot College. Δραστηριοποιείται σε πολλές χώρες του κόσμου παρέχοντας μόρφωση σε παιδιά φτωχών οικογενειών, οι οποίες δεν μπορούν να ικανοποιήσουν αυτή την ανάγκη. Πέρα από την εκπαίδευση ασχολείται και με άλλες κοινωνικές δράσεις όπως η υγεία, η ενέργεια και η παροχή πόσιμου νερού (Barefoot College, 2018).

Αξιοσημείωτη είναι η περίπτωση της Benetech. Μια κοινωνική ομάδα με λιγότερες ευκαιρίες εκπαίδευσης αποτελείται από άτομα με μαθησιακά ή άλλα προβλήματα υγείας, όπως άνθρωποι που είναι τυφλοί ή έχουν δυσλεξία. Γι' αυτές τις ομάδες ατόμων δεν υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές για την μόρφωσή τους. Η Benetech με την βοήθεια της τεχνολογίας έχει επιτύχει την δημιουργία βιβλίων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων που απευθύνονται σε άτομα που δεν καλύπτονται από το υπάρχον εκπαιδευτικό σύστημα (Benetech, 2018). Άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις οι οποίες χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ως μέσο παροχής εκπαίδευσης με χαμηλό έως μηδενικό κόστος, για να είναι προσιτές και στους πιο αδύναμους ανθρώπους, είναι οι Khan Academy και Worldreader. Με παρόμοιο τρόπο λειτουργεί και η ηλεκτρονική εφαρμογή BookBox, που βοηθάει στην εκμάθηση ξένων γλωσσών με καινοτόμες μεθόδους, όπως οπτικοακουστικό υλικό που συνδυάζει ψυχαγωγία και μάθηση, καθώς και υπότιτλους στην ίδια γλώσσα (Singh, 2016).

Υπηρεσίες ύδρευσης, στέγασης και άλλες παροχές

Σχετικά με την βελτίωση στις συνθήκες υγιεινής και διατροφής, υπάρχουν αρκετές κοινωνικές επιχειρήσεις που προσπαθούν για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Μια από αυτές είναι το Orangi Pilot Program στο Πακιστάν, εκεί όπου μεγάλο μέρος του πληθυσμού ζει σε παραγκουπόλεις, σε άθλιες συνθήκες. Ο οργανισμός παρέχει οικονομική και τεχνική υποστήριξη, με σκοπό την βελτίωση του επιπέδου ζωής, με κατασκευή καλύτερων οικημάτων, τουαλέτες, παροχή νερού και άλλα (Orangi Pilot Program, 2018). Ακόμη, είναι δεδομένο ότι η παροχή πόσιμου νερού είναι απαραίτητη για την επιβίωση του ανθρώπου. Για τον λόγο αυτό, ο οργανισμός Charity: Water, συγκεντρώνει χρήματα από δωρεές με σκοπό την παροχή πόσιμου νερού σε χώρες του αναπτυσσόμενου κόσμου. Μέχρι σήμερα, έχει καταφέρει να χρηματοδοτήσει κοντά στις 30.000 έργα σε 26 χώρες, με τα οποία γίνεται προσβάσιμο το πόσιμο νερό σε πάνω από 8,5 εκατομμύρια ανθρώπους (Charity Water, 2018).

Η Grameen Bank εκτός από τον τραπεζικό τομέα, όπως είδαμε προηγουμένως, δραστηριοποιείται και σε άλλους κλάδους με κοινωνικό πρόσημο, όπως την παροχή ηλεκτρικού ρεύματος από ανανεώσιμες πηγές και καθαρού πόσιμου νερού. Για την συμβολή της στην βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του Μπαγκλαντές έχει βραβευθεί πολλές φορές, με κυριότερο το Νόμπελ Ειρήνης στον ιδρυτή της, Muhammad Yunus, το 2006 (Grameen Bank, 2018). Επίσης, μία ιδιαίτερη περίπτωση κοινωνικής επιχείρησης είναι η TOMS Shoes. Ιδρύθηκε από τον Blake Mycoskie στις Η.Π.Α. το 2006. Η επιχείρηση παράγει παπούτσια και για κάθε ένα ζευγάρι που πουλάει

προσφέρει ακόμη ένα δωρεάν σε άτομα που έχουν ανάγκη. Πάνω από 2 εκατομμύρια ζευγάρια έχουν δοθεί σε φτωχά παιδιά (TOMS, 2018). Ο τρόπος λειτουργίας της TOMS Shoes θα ήταν ευχάριστο να γίνει παράδειγμα προς μίμηση και για άλλες επιχειρήσεις, καθώς προσφέρεται βοήθεια σε ανθρώπους που έχουν ανάγκη και παράλληλα δίνεται η ευχαρίστηση στους πελάτες ότι με την αγορά τους συνεισφέρουν σε έναν συνάνθρωπό τους.

Τέλος, μία ξεχωριστή και ενδιαφέρουσα κοινωνική επιχείρηση στην Ελλάδα είναι η Επανεκκίνησης. Ο κύριος στόχος της είναι η προσφορά ηλεκτρονικών υπολογιστών σε μαθητές σχολείων σε όλη τη χώρα. Καθώς βρισκόμαστε σε μια εποχή ραγδαίας τεχνολογικής εξέλιξης, είναι απαραίτητο εφόδιο για κάθε μαθητή, να χειρίζεται σωστά και αποτελεσματικά έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή. Για να το επιτύχει αυτό, συγκεντρώνει παλιούς υπολογιστές, τους οποίους, με την βοήθεια τεχνικών και εθελοντών, επιδιορθώνει, προκειμένου να είναι λειτουργικοί (Επανεκκίνησης, 2018). Οι υπολογιστές αυτοί, ή και μεμονωμένα εξαρτήματα, προσφέρονται είτε από ιδιώτες, είτε ως χορηγίες από εταιρίες. Άλλα έσοδα της Επανεκκίνησης προέρχονται από δωρεές, από επισκευές σε υπολογιστές πελατών και από την πώληση μεταχειρισμένων εξαρτημάτων που δε ταιριάζουν σε κάποια άλλη συσκευή και υπολογιστών που είναι ποιοτικά ανώτεροι, σε σχέση με την χρήση που προορίζονται από έναν μαθητή. Παράλληλα παρέχεται η δυνατότητα εκπαίδευσης για νέους τεχνικούς, λόγω του μεγάλου αριθμού παλαιών, μη λειτουργικών εξαρτημάτων, που αποτελούν ιδανικό υλικό για πρακτική άσκηση. Στο τέλος, τα εξαρτήματα που δεν επιδιορθώνονται, αποστέλλονται για ανακύκλωση. Στην Επανεκκίνησης εργάζονται 5 τεχνικοί και περισσότεροι από 30 εθελοντές. Μέχρι στιγμής, έχουν προσφερθεί σε σχολεία περισσότεροι από 1.000 ηλεκτρονικοί υπολογιστές (Επανεκκίνησης, 2018).

Κοινωνική επιχειρηματικότητα και Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα, πέρα από την επίδραση που έχει στις επιχειρήσεις, θα μπορούσε να αλλάξει τον τρόπο λειτουργίας της τοπικής αυτοδιοίκησης. Δηλαδή, μία ολόκληρη πόλη είναι δυνατόν να λειτουργεί με βάση το πρότυπο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Ένα πολύ καλό παράδειγμα αποτελεί η πόλη Curitiba στην Βραζιλία. Σε αυτή την περίπτωση, δεν έχουμε απλά μια καινοτομία σε ένα προϊόν ή μία υπηρεσία, αλλά τον μετασχηματισμό ολόκληρου του συστήματος για την παραγωγή κοινωνικού καλού, καθώς ωφελείται όλη η πόλη (Nicholls, 2006).

Η Curitiba βρίσκεται στην νότια Βραζιλία και είναι πρωτεύουσα της πολιτείας Parana. Γνώρισε πολύ μεγάλη αύξηση στον πληθυσμό της από το 1970 έως τα μέσα της προηγούμενης δεκαετίας, όταν από 300.000 περίπου έφτασε στα 2.000.000, εξαιτίας της εκτεταμένης μετανάστευσης από την ύπαιθρο. Πρόκειται για άτομα από αγροτικές περιοχές, φτωχά, με χαμηλή μόρφωση και δεξιότητες και χωρίς να γνωρίζουν τις ιδιαιτερότητες του τρόπου ζωής στην πόλη. Γρήγορα άρχισαν να δημιουργούνται παραγκουπόλεις, οι λεγόμενες φαβέλες, οι οποίες χαρακτηρίζονται από άσχημες συνθήκες υγιεινής, ρύπανση, φτώχεια κι εγκληματικότητα (Nicholls, 2006). Το δημοτικό συμβούλιο έπρεπε να βρει λύσεις για την καλύτερη ενσωμάτωση αυτών των ατόμων. Έτσι εφαρμόστηκε ένα οικιστικό πρόγραμμα για την δημιουργία σπιτιών που θα αντικαθιστούσαν τις προηγούμενες πρόχειρες κατασκευές. Αφού σύναψε δάνειο με την Αμερικανική Αναπτυξιακή Τράπεζα, ο δήμος έδωσε την δυνατότητα στους ίδιους τους κατοίκους να χτίσουν τα σπίτια τους. Με τον τρόπο αυτό, επιτεύχθηκε μείωση του κόστους κατά 70%, ο καθένας δημιούργησε με βάση το δικό του, προσωπικό στυλ και επίσης οι κάτοικοι ήταν επιφορτισμένοι με την

συντήρησή τους, εξοικονομώντας χρήματα για το κράτος. Τελικά, το οικιστικό αυτό πρόγραμμα είχε μεγάλη επιτυχία (Nicholls, 2006).

Η βασικότερη δράση κοινωνικής επιχειρηματικότητας πάντως, είναι το σύστημα αποκομιδής και ανακύκλωσης σκουπιδιών. Άτομα φτωχά, από κοινωνικές ομάδες που βρίσκονται στο περιθώριο, καθημερινά συγκεντρώνουν από τα σπίτια όσα σκουπίδια μπορούν να ανακυκλωθούν, ενώ ο δήμος είναι υπεύθυνος για τα υπόλοιπα. Τα σκουπίδια που συγκεντρώνονται μεταφέρονται σε κέντρα ανακύκλωσης στα οποία επίσης δουλεύουν άτομα που βρίσκονται στο περιθώριο, όπως πρώην αλκοολικοί ή χρήστες ναρκωτικών. Επιτυγχάνεται έτσι κοινωνικό όφελος για τους ανθρώπους που βγάζουν τα προς το ζην από την ανακύκλωση, περιβαλλοντικό όφελος και μείωση του κόστους για τον δήμο (Nicholls, 2006). Εκτός από το σύστημα αποκομιδής και ανακύκλωσης σκουπιδιών, η γενικότερη φιλοσοφία της πόλης, του δημοτικού συμβουλίου και των κατοίκων, στηρίζεται στην δημιουργία κοινωνικής αξίας και την προστασία του περιβάλλοντος. Σε αυτό συνέβαλαν καθοριστικά οι Jaime Lerner και Cássio Taniguchi, επί σειρά ετών δήμαρχοι της πόλης, σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Αστικής Ανάπτυξης της πόλης (Nicholls, 2006).

Για παράδειγμα δημιουργήθηκαν πολλά και μεγάλα πάρκα, ενώ εάν κάποιος θέλει να κόψει έστω κι ένα δέντρο, πρέπει να πάρει ειδική άδεια και στη συνέχεια να φυτέψει δύο δέντρα κάπου αλλού. Στα πάρκα αυτά προστέθηκαν λίμνες, οι οποίες συμβάλλουν στην αντιμετώπιση του σοβαρού προβλήματος που αντιμετώπιζε η πόλη από τις πλημμύρες. Επίσης, υπάρχει ένα ευρύ δίκτυο αστικών συγκοινωνιών, που εξυπηρετεί την πλειονότητα των πολιτών, μειώνοντας την κίνηση στους δρόμους και την ατμοσφαιρική ρύπανση. Ακόμη, μεγάλος αριθμός βιβλιοθηκών, παιδικών σταθμών, σχολείων και κέντρων υγείας λειτουργεί στην πόλη, διευκολύνοντας την ζωή των κατοίκων. Τέλος, ο δήμος μεριμνά για τις φτωχότερες οικογένειες με κάθε δυνατό τρόπο (Nicholls, 2006). Η πόλη της Curitiba, αποτελεί ιδανικό παράδειγμα, πως με την αυτοοργάνωση, την δημιουργία δικτύων και την συνεργασία πολιτών και κράτους, μπορεί να υπάρξει μεγιστοποίηση του κοινωνικού και περιβαλλοντικού οφέλους και αντιμετώπιση των προβλημάτων. Σήμερα θεωρείται η καλύτερη πόλη για να ζήσει κάποιος στην Βραζιλία, με υψηλή ποιότητα ζωής και βιοτικό επίπεδο.

Στην Ελλάδα, μία αξιέπαινη προσπάθεια από την τοπική αυτοδιοίκηση είναι η Δημοτική Αγορά της Κυψέλης. Πρόκειται για την πρώτη αγορά κοινωνικής οικονομίας στην χώρα. Ανακαινίστηκε από τον δήμο Αθηναίων με ευρωπαϊκή χρηματοδότηση. Στη συνέχεια ο δήμος πραγματοποίησε ανοικτή διαβούλευση, με την ενεργό συμμετοχή των πολιτών, και προκρίθηκε το Impact Hub Athens ως ο φορέας που θα αναλάβει τη διαχείριση της. Η νέα μορφή λειτουργίας της Αγοράς αποτελεί ένα καινοτόμο και πρότυπο μοντέλο με βασικούς άξονες τον πολιτισμό, την εκπαίδευση, την κοινωνική καινοτομία, την επιχειρηματικότητα και την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας (Impact Hub, 2018). Εγκαινιάστηκε στις 4 Οκτωβρίου 2018 και φιλοδοξεί να αποτελέσει πόλο έλξης τόσο για τους κατοίκους, όσο και για τους επισκέπτες της περιοχής. Λειτουργούν 12 καταστήματα και κοινωνικοί φορείς, ενώ παράλληλα διοργανώνονται πληθώρα εκδηλώσεων. Καθώς πρόκειται για ένα νέο εγχείρημα, αναμένουμε να δούμε αν θα είναι επιτυχημένο, όπως επίσης εάν θα το μιμηθούν κι άλλες περιοχές και πόλεις της Ελλάδος.

4.3 Κοινωνικές Επιχειρήσεις Ένταξης

Εκτός από τις Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικής και Κοινωνικής ωφέλειας, που αποτελούν την πλειονότητα των Κοιν.Σ.Επ. στην Ελλάδα, υπάρχει η κατηγορία των Κοινωνικών

Επιχειρήσεων Ένταξης. Ως κοινωνική ένταξη ορίζεται η δημιουργία των προϋποθέσεων για την ισότιμη συμμετοχή στην κοινωνική και οικονομική ζωή ατόμων που ανήκουν στις ευάλωτες και τις ειδικές ομάδες. Για τις ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού, η ένταξή τους εμποδίζεται από σωματικά και ψυχικά αίτια ή λόγω παραβατικής συμπεριφοράς (π.χ. ΑμεΑ, φυλακισμένοι, εξαρτημένοι από ουσίες). Αντίθετα, οι ειδικές ομάδες βρίσκονται σε μειονεκτική θέση λόγω οικονομικών, κοινωνικών ή πολιτισμικών αιτίων (π.χ. άστεγοι, μετανάστες, μακροχρόνια άνεργοι). Στις κοινωνικές επιχειρήσεις ένταξης περιλαμβάνονται και οι Κοι.Σ.Π.Ε., οι οποίες από την θέσπισή τους το 1999, εξ ορισμού εντάσσονται σε αυτήν την κατηγορία. Η ταξινόμηση που ακολουθεί βασίζεται στην ισχύουσα νομοθεσία στην Ελλάδα, με την χρήση αντίστοιχων περιπτώσεων και από άλλες χώρες.

4.3.1 Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.)

Η πρώτη κατηγορία που θα δούμε, καθώς θεσπίστηκε πρώτη χρονικά, είναι οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.). Όπως έχει αναφερθεί προηγουμένως, αποβλέπουν στην κοινωνική ενσωμάτωση και επαγγελματική ένταξη ατόμων με σοβαρά ψυχοκοινωνικά προβλήματα. Η Πανελλήνια Ομοσπονδία Κοι.Σ.Π.Ε. αριθμεί 30 μέλη και έχει στόχο να προωθήσει τα προβλήματα, να προβάλλει, να υποστηρίξει και να εκπροσωπήσει τους Κοινωνικούς Συνεταιρισμούς (Π.Ο.Κοι.Σ.Π.Ε., 2018).

Ένα παράδειγμα Κοι.Σ.Π.Ε. είναι ο Διάπλους. Ιδρύθηκε το 2004, από επαγγελματίες ψυχικής υγείας, με σκοπό την δημιουργία, διατήρηση και αύξηση των προσφερόμενων θέσεων εργασίας για τα άτομα με ψυχοκοινωνικά προβλήματα. Προσπαθεί να συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση και τη διαμόρφωση διαφορετικών στάσεων από τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. Στο επίκεντρο βρίσκεται ο άνθρωπος και η προστασία από κάθε μορφής εκμετάλλευσης, ρατσισμό και καταπάτησης των δικαιωμάτων του (Διάπλους, 2018). Ο Διάπλους απασχολεί 75 άτομα με ψυχιατρική εμπειρία. Οι εργασίες που πραγματοποιούν είναι καλλιέργεια κηπευτικών και οπωροφόρων δέντρων, ελαιοκομία και μελισσοκομία σε ιδιόκτητες εκτάσεις, καθώς και παροχή υπηρεσιών καθαριότητας, αποψίλωσης χόρτων και κηποτεχνίας. Με τα έσοδα από τις παραπάνω εργασίες, που γίνονται με σεβασμό στο περιβάλλον, μισθοδοτούνται τα άτομα που στοχεύει να ωφεληθεί ο Διάπλους (Διάπλους, 2018).

Άλλη μία περίπτωση είναι η AnimaCare. Δημιουργήθηκε με σκοπό να ενημερώνει για θέματα Ψυχικής Υγείας και να παρέχει υποστήριξη σε ανθρώπους που πιθανόν να αντιμετωπίζουν, οι ίδιοι ή οι οικείοι τους, ψυχικές δυσκολίες ή σχετικά προβλήματα ζωής. Για το λόγο αυτό, γίνεται προσπάθεια να μεταφερθούν εξειδικευμένες γνώσεις με τρόπο κατανοητό σε όλους, μέσω της διαδικτυακής της πλατφόρμας (Anima Care, 2018). Παράλληλα προσφέρει έμπρακτη βοήθεια σε ανθρώπους με ψυχοκοινωνικά προβλήματα. Πρώτον, με τη λειτουργία του AnimaCare Store. Πρόκειται για ένα κατάστημα, που λειτουργεί στο Μαρούσι Αττικής, και στο οποίο διατίθενται χειροποίητες δημιουργίες, όπως γυναικεία αξεσουάρ και είδη δώρων, φτιαγμένες από αυτά τα άτομα (AnimaCare, 2018). Δεύτερον, με το οικοτροφείο που διαθέτει, στο οποίο διαμένουν 17 άτομα με ψυχιατρική εμπειρία.

Τελευταίο παράδειγμα είναι ο Κοι.Σ.Π.Ε. Νομού Φωκίδας «Γιάννης Βολίκας». Ιδρύθηκε το 2006 και έχει έδρα την Άμφισσα. Με την λειτουργία του στοχεύει να συμβάλλει στην κοινωνικό-οικονομική ενσωμάτωση και επαγγελματική ένταξη ατόμων με σοβαρά ψυχοκοινωνικά προβλήματα, μέσω της εργασίας τους στις

επιχειρηματικές δράσεις που αναπτύσσονται, συμβάλλοντας με τον τρόπο αυτό στην θεραπεία τους και στην κατά το δυνατόν οικονομική τους αυτάρκεια (Κοι.Σ.Π.Ε. Ν. Φωκίδας, 2018). Οι επιχειρηματικές δράσεις που αναπτύσσονται είναι τέσσερις: ένα κατάστημα βιολογικών προϊόντων, ένα γραφείο τουρισμού, ένα εργαστήριο παραγωγής σαπουνιών από ελαιόλαδο καθώς και υπηρεσίες καθαριότητας (Κοι.Σ.Π.Ε. Ν. Φωκίδας, 2018). Ένα αντίστοιχο παράδειγμα των ελληνικών Κοι.Σ.Π.Ε. είναι η Basic Needs. Πρόκειται για έναν διεθνή οργανισμό που δραστηριοποιείται σε 14 χώρες του κόσμου. Ασχολείται με άτομα που έχουν ψυχικές ασθένειες, προσπαθώντας να τα βοηθήσει, είτε ατομικά, είτε με την χρήση ομάδων ψυχικής θεραπείας. Μέχρι το 2016, 686.000 είχαν ωφεληθεί από τα διάφορα προγράμματα της Basic Needs (Basic Needs, 2018).

4.3.2 Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Ένταξης Ειδικών Ομάδων

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις ένταξης ειδικών ομάδων δεν είναι πολύ διαδεδομένες στην Ελλάδα. Στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.ΑΛ.Ο. εντοπίζουμε μόλις 5 Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης Ειδικών Ομάδων, εκ των οποίων οι τρεις βρίσκονται στην Αθήνα και οι υπόλοιπες δύο στη Θεσσαλονίκη. Μία από αυτές είναι η ΣΥΝΟΙΚΟ, που ιδρύθηκε το 2018 από μια ομάδα οικοδόμων με σκοπό την παροχή υπηρεσιών σε οικοδομικές δραστηριότητες αλλά και την ένταξη νεαρών Ρομά, τα 5 από τα συνολικά 10 μέλη, που ενδιαφέρονται να βγουν από το περιθώριο και να ενταχθούν στο κοινωνικό σύνολο (ΣΥΝΟΙΚΟ, 2019). Μία ακόμα είναι η Κοιν.Σ.Επ. Μία Tribe, που απευθύνεται σε γυναίκες θύματα ενδοοικογενειακής βίας, εμπορίου σαρκός, ανύπαντρες μητέρες κ.α. Σκοπός της Μία Tribe είναι να υποστηρίξει και να ενισχύσει οικονομικά αυτά τα άτομα, δίνοντας τους τη δυνατότητα να εργαστούν, για την δημιουργία και πώληση χειροποίητων κοσμημάτων και τσαντών (Μία Tribe, 2019).

Πέρα από τις παραπάνω Κοιν.Σ.Επ., υπάρχουν και άλλοι οργανισμοί και ιδρύματα με σκοπό την ένταξη ειδικών ομάδων ατόμων στην κοινωνία. Μία από αυτούς είναι η Equal Society. Πρόκειται για Μη Κερδοσκοπικό Οργανισμό που αγωνίζεται για την υπεράσπιση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και της ισότητας και την καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού, της ανεργίας και της φτώχειας (Equal Society, 2018). Για να επιτευχθούν όλα αυτά πραγματοποιούνται διάφορες δράσεις. Στον τομέα της εκπαίδευσης παραδίδονται δωρεάν μαθήματα αγγλικών και ηλεκτρονικών υπολογιστών, ενώ προσφέρονται και υποτροφίες από ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα. Επίσης παρέχονται δωρεάν γεύματα, ευκαιρίες απασχόλησης σε συνεργασία με επιχειρήσεις και υποστήριξη πολιτιστικών δράσεων, όπως θεατρικές παραστάσεις από ομάδες αστέγων. Τέλος, η Equal Society με το πρόγραμμα Social Value, στα ευρύτερα πλαίσια των κοινωνικών της δράσεων, στοχεύει στην εις βάθος μέτρηση της κοινωνικής απόδοσης των επενδύσεων στην Ελλάδα, στα πρότυπα της μεθοδολογίας SROI (Equal Society, 2018).

Κοινωνικές επιχειρήσεις που στόχο έχουν να βοηθήσουν μειονότητες και άτομα που βρίσκονται στο περιθώριο υπάρχουν και στον υπόλοιπο κόσμο. Η Juratri είναι μία εξ αυτών. Είναι μία κοινωνική επιχείρηση στη Γαλλία η οποία προσφέρει δουλειά σε άτομα που βρίσκονται εκτός της αγοράς εργασίας, σχετική με ανακύκλωση οικιακών και βιομηχανικών αποβλήτων και ηλεκτρικών συσκευών (European Commission, 2013a). Μία τελευταία περίπτωση είναι η SEWA (Self Employed Women's Association) στην Ινδία. Από το όνομά της καταλαβαίνουμε, ότι η SEWA είναι ένας συνεταιρισμός αυτοαπασχολούμενων γυναικών. Αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες ενώσεις παγκοσμίως, με περισσότερα από 1,3 εκατομμύρια μέλη. Προσφέρει πολλές κοινωνικές υπηρεσίες στα άτομα που την σχηματίζουν,

όπως υγειονομικές, τραπεζικές, φροντίδα για ανήλικα, νομικές υπηρεσίες και στέγασης. Η SEWA πέρα από οργανισμός είναι ένα κίνημα που προασπίζεται τα δικαιώματα τόσο των γυναικών όσο και των εργαζομένων, σε μία χώρα όπου η θέση της γυναίκας δεν είναι η ενδεδειγμένη, ενώ και οι συνθήκες εργασίας συνήθως είναι αντίξοες (SEWA, 2018).

4.3.3 Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Ένταξης Ευάλωτων Ομάδων

Όσον αφορά τις Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης Ευάλωτων Ομάδων, υπάρχουν εγγεγραμμένοι 24 φορείς. Το Myrtillo είναι ένας κοινωνικός συνεταιρισμός που προσφέρει εργασία σε άτομα με αναπηρίες. Διαθέτει μια καφετέρια και έναν χώρο εκδηλώσεων στα οποία το 90% των εργαζομένων ανήκει σε ευάλωτες ομάδες. Πέρα από την εργασία παρέχονται και ευκαιρίες εκπαίδευσης στα ωφελούμενα μέλη, προκειμένου να είναι σε θέση να εργαστούν με επιτυχία και σε άλλες επιχειρήσεις (Myrtillo, 2019). Επίσης, το πρόγραμμα εναλλακτικής θεραπείας εξαρτημένων ατόμων ΑΡΓΩ λειτουργεί περισσότερο από 20 χρόνια στην Θεσσαλονίκη, παρέχοντας συμβουλευτική υποστήριξη, ξενώνες φιλοξενίας και άλλες μορφές βοήθειας που θα συμβάλλουν στην απεξάρτηση αυτών των ανθρώπων. Στα πλαίσια αυτά ιδρύθηκε η Κοιν.Σ.Επ. ΑΡΓΩ με σκοπό την επαγγελματική ένταξη ή επανένταξη των ατόμων, που ολοκληρώνουν μια μακρά και επίπονη προσπάθεια απεξάρτησης (ΑΡΓΩ, 2019).

Στις Η.Π.Α., ένα έντονο κοινωνικό πρόβλημα είναι ο πολύ μεγάλος αριθμός φυλακισμένων. Τα άτομα αυτά λόγω της πρότερης ζωής τους, είναι πολύ δύσκολο να ενταχθούν ξανά στην κοινωνία, με αποτέλεσμα να οδηγούνται ακόμη μια φορά σε παράνομες πράξεις. Η Defy Ventures στοχεύει να αλλάξει αυτή την διαδεδομένη αρνητική προκατάληψη προς αυτά τα άτομα μέσω της εκπαίδευσης. Παρέχει την ευκαιρία να γνωρίσουν αντικείμενα που σχετίζονται με την διοίκηση επιχειρήσεων, ούτως ώστε να μπορέσουν μετά την αποφυλάκισή τους να ξεκινήσουν κάτι καινούριο στη ζωή τους (Defy Ventures, 2018).

Ακόμη ένα παράδειγμα κοινωνικού συνεταιρισμού είναι το Groupe SOS στη Γαλλία. Αρχικά ξεκίνησε ως οργανισμός για την καταπολέμηση των ναρκωτικών και του AIDS. Σήμερα λειτουργούν σχεδόν 500 οργανισμοί και κοινωνικές επιχειρήσεις με 17.000 εργαζομένους (Groupe SOS, 2018). Σε αυτές περιλαμβάνονται δράσεις όπως κοινωνικές υπηρεσίες, υγείας, εκπαίδευσης, προστασίας ανηλίκων, προώθησης κοινωνικών επιχειρηματιών και γενικότερα επίλυσης κοινωνικών προβλημάτων (European Commission, 2013c). Τα άτομα με αναπηρίες είναι η ομάδα στόχος της I-Cane. Είναι μία κοινωνική επιχείρηση η οποία δημιούργησε ένα ραβδί για τυφλούς, το οποίο με την βοήθεια νέων τεχνολογιών, προσφέρει πολλές δυνατότητες για καλύτερη και ευκολότερη μετακίνηση στα άτομα με προβλήματα όρασης (European Commission, 2013b; I-Cane, 2018). Τέλος, στην ίδια κοινωνική ομάδα απευθύνεται και η Motivation Romania. Πρόκειται για ένα ίδρυμα στην Ρουμανία που μεριμνά για άτομα με αναπηρίες, κυρίως δίνοντας ευκαιρίες εργασίας σε αυτά τα άτομα (European Commission, 2013a; Motivation Romania, 2018).

Αντί επιλόγου

Καθώς το υπάρχον οικονομικό σύστημα, όπως είδαμε προηγουμένως, παρουσιάζει αρκετά προβλήματα, αναζητούνται εναλλακτικές λύσεις. Μία εξ αυτών είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα. Οι λόγοι που οδήγησαν τους επιστήμονες να μελετήσουν την νέα αυτή μορφή επιχειρηματικότητας και τα άτομα να δρουν ως κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι πολλοί. Πρώτος και σπουδαιότερος, είναι οι αποτυχίες της αγοράς, όπως έχει αναφερθεί ήδη, που δημιουργούν αρνητικές εξωτερικότητες, οικονομικές ανισότητες και κοινωνικά προβλήματα (Teasdale, 2011; Zeyen et al, 2013). Η φτώχεια, ο υποσιτισμός και οι άσχημες συνθήκες υγιεινής βρίσκονται στην καθημερινότητα των περισσότερων ανθρώπων στον πλανήτη. Το περιβάλλον υποβαθμίζεται διαρκώς. Οι επιχειρήσεις που λειτουργούν με μοναδικό στόχο τη μεγιστοποίηση του κέρδους τους, σύμφωνα με την οικονομική θεωρία, όχι μόνο δε μπορούν να εξαλείψουν αυτά τα προβλήματα, αλλά αντιθέτως τα επιτείνουν. Πέρα από την αγορά, τα σημερινά κράτη και οι κοινωφελείς οργανισμοί δε φαντάζουν ικανά να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα που υπάρχουν στην κοινωνία, όπως και τα καινούρια που προκύπτουν συνέχεια. Λόγω της αδυναμία αυτής των κρατών και των κοινωφελών οργανισμών η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι μια ρεαλιστική λύση που θα αξιοποιήσει με καλύτερο τρόπο τους περιορισμένους πόρους που διαθέτουν οι κυβερνήσεις και οι φιλανθρωπικές οργανώσεις για κοινωνικούς σκοπούς, καθώς χρησιμοποιούν πρακτικές από την ελεύθερη αγορά (Teasdale, 2011).

Επομένως, η κύρια επιδίωξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι να αντιμετωπίσει τα προβλήματα των κοινωνιών και της αγοράς, τα οποία δεν μπορούν να επιλυθούν στο πλαίσιο του ισχύοντος οικονομικού συστήματος. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι πιθανόν να διαδραματίσει έναν πολύ σημαντικό ρόλο για την πορεία της ανθρωπότητας. Ωστόσο, μέχρι να αποδειχθεί η σπουδαιότητά της ως ενός νέου γνωστικού πεδίου, χρειάζεται να διανύσουμε μεγάλη απόσταση, δεδομένου ότι μέχρι σήμερα δεν υπάρχει επαρκής θεωρητική τεκμηρίωση για το ρόλο και τη δράση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας (Dacin et al, 2010; Dacin & Dacin, 2011; Santos, 2012). Οπότε, εύκολα συμπεραίνουμε ότι αρχικά είναι απαραίτητη η δημιουργία του κατάλληλου θεωρητικού υπόβαθρου προτού προχωρήσει στην εδραίωση της θέσης της στην οικονομική επιστήμη.

Εκτός αυτού όμως, οφείλει να αντιμετωπίσει και τα προβλήματα που υπάρχουν σε πρακτικό επίπεδο, εάν θέλει να επιβιώσει και να αναπτυχθεί περαιτέρω. Το πρώτο, και ίσως το κυριότερο πρόβλημα, είναι η χρηματοδότηση. Η απόκτηση εσόδων, είτε προέρχεται από δωρεές και φιλανθρωπίες, είτε από επιχειρηματικές δραστηριότητες είναι πάντοτε δύσκολη για την επιχείρηση. Άλλωστε σε έναν κόσμο με περιορισμένους πόρους, είναι λογική η δυσκολία αυτή, καθώς συμβαίνει σε κάθε οικονομική οντότητα. Η πίεση από τους δωρητές ή τους επενδυτές για άμεσα και εμφανή αποτελέσματα, καθιστά ακόμη δυσκολότερη την αποστολή των κοινωνικών επιχειρήσεων (Nicholls, 2006; Alter, 2007; Singh, 2016).

Ένα δεύτερο σημαντικό πρόβλημα, είναι η αποτίμηση της κοινωνικής αξίας που δημιουργούν οι κοινωνικοί επιχειρηματίες, καθώς μέχρι σήμερα δεν έχει βρεθεί ένας ευρέως αποδεκτός τρόπος υπολογισμού της (Nicholls, 2009; Arogyaswamy, 2017). Αν και μεγάλος αριθμός ερευνητών εργάζεται για να δημιουργήσει μια μέθοδο μέτρησης, λόγω της έντονης υποκειμενικότητας και άλλων αδυναμιών στον ορισμό της κοινωνικής αξίας, ίσως αργήσει αρκετά να επιλυθεί αυτό το θέμα. Η ύπαρξη αξιολογών τρόπων μέτρησης θα μπορούσε να συμβάλει στη διάδοση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, καθώς θα αποδείκνυε την χρησιμότητά της και με μετρήσιμα αποτελέσματα.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν επίσης τα περισσότερα προβλήματα που συναντάνε και οι παραδοσιακές επιχειρήσεις. Αναλαμβάνουν ρίσκα, με τον κίνδυνο της αποτυχίας να είναι πάντα ορατός. Το εξωτερικό περιβάλλον περιέχει παγίδες που μπορεί να επηρεάσουν μία κοινωνική επιχείρηση, όπως δημογραφικές τάσεις, νομοθετικές ρυθμίσεις, κοινωνικές αλλαγές και ανταγωνισμός από τις άλλες επιχειρήσεις (Mair and Marti, 2006; Welter, 2011; Kachlami, 2014). Άλλα προβλήματα μπορούν να εντοπιστούν στο εσωτερικό της κοινωνικής επιχείρησης σε θέματα διεύθυνσης και οργάνωσης. Κάποιες φορές το εμπορικό με το κοινωνικό τμήμα πιθανόν να βρεθούν σε σύγκρουση, προκαλώντας σύγχυση στο εσωτερικό της επιχείρησης. Τέλος, υπάρχει μια σχετικά διαδεδομένη αντίληψη σε κοινωνικούς επιχειρηματίες και ερευνητές, ότι η κοινωνική επιχείρηση δε πρέπει να ακολουθεί επιχειρηματικές πρακτικές, αλλά να παραμένει προσηλωμένη στην κοινωνική της αποστολή, περιορίζοντας έτσι σε μεγάλο βαθμό τις δυνατότητές ανάπτυξής της (Nicholls, 2006).

Πέρα από τα προβλήματα που αναφέρθηκαν, η κοινωνική επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζει και αρκετές προκλήσεις. Τους τελευταίους τρεις αιώνες ο κοινωνικός και ο επιχειρηματικός τομέας είχαν απομακρυνθεί μεταξύ τους. Είχαν αναπτύξει διαφορετικούς τύπους, τρόπους επικοινωνίας, νομικές μορφές και αμοιβαία αρνητικά στερεότυπα. Είχε επικρατήσει η αντιμετώπιση διαφορετικών αναγκών των ανθρώπων από κάθε τομέα. Ωστόσο, τις τελευταίες δεκαετίες φαίνεται μια αλλαγή και μια σύγκλιση. Σε αυτό το γεγονός, θετική συμβολή έχει η κοινωνική επιχειρηματικότητα, η οποία λειτουργώντας ως γέφυρα, φέρνει κοντά τους δύο τομείς, προκαλώντας κοινωνικές αλλαγές παράλληλα με την εμπορική δραστηριότητα (Nicholls, 2006). Βέβαια, καθώς αντλεί πολλά στοιχεία από τον κόσμο των επιχειρήσεων, η κοινωνική επιχείρηση θα μπορούσε να χάσει τον προσανατολισμό της και να επιζητά πρωτίστως το κέρδος. Οπότε, η πρόκληση για μια κοινωνική επιχείρηση, είναι η αντιμετώπιση τυχόν επιτυχίας με συνετό τρόπο, ούτως ώστε να μην παρασυρθεί και απομακρυνθεί από τον κοινωνικό της σκοπό (Nicholls, 2006). Σημαντικό ρόλο προς αυτή την κατεύθυνση καλείται να παίζει ο κοινωνικός επιχειρηματίας, ο οποίος πρέπει να παραμείνει προσηλωμένος στην κοινωνία, θέτοντας το συλλογικό όφελος πάνω από το ατομικό.

Ένα ακόμη ζήτημα, είναι η αποφυγή συγκρούσεων ανάμεσα σε κοινωνικές επιχειρήσεις, τόσο μεταξύ τους, όσο και με άλλους φορείς που προσφέρουν κοινωνικό έργο. Η ύπαρξη μεγάλου αριθμού φιλανθρωπικών ιδρυμάτων, μη κυβερνητικών οργανώσεων και κοινωνικών επιχειρήσεων, σε συνδυασμό με την κοινωνική πολιτική του κράτους, έχει ως αποτέλεσμα κάποιοι από τους παραπάνω οργανισμούς να προσπαθούν να αντιμετωπίσουν το ίδιο κοινωνικό πρόβλημα. Σε αυτήν την περίπτωση δε θα πρέπει να υπάρξουν ανταγωνισμοί, ως προς το ποιος θα προσφέρει περισσότερο στην κοινωνία. Αντιθέτως, είναι προτιμότερο όλοι μαζί να δράσουν συνεργατικά, για την μεγιστοποίηση της κοινωνικής αξίας. Άλλωστε τα κοινωνικά προβλήματα δε σταματάνε ποτέ. Ακόμη, χρειάζεται να υπάρχει συνεργασία με το κράτος, το οποίο θέτει το πλαίσιο λειτουργίας της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και αποτελεί πιθανή πηγή χρηματοδότησης, ώστε να συμπληρώνονται οι κοινωνικές δράσεις. Επίσης, οι κοινωνικές επιχειρήσεις απαιτείται να είναι ευέλικτες και να προσαρμόζονται γρήγορα στις νέες κοινωνικές ανάγκες και στα νέα προβλήματα που προκύπτουν. Με τον τρόπο αυτό δεν χάνουν την επαφή τους με την κοινωνία και η λειτουργία τους είναι πραγματικά ωφέλιμη, καθώς ανταποκρίνονται στα σύγχρονα προβλήματα της.

Συνοψίζοντας όλα τα παραπάνω, η κοινωνική επιχειρηματικότητα αποτελεί έναν άκρως ενδιαφέρον τομέα μελέτης και έρευνας. Παρόλο που βρίσκεται ακόμα σε

πρώιμο στάδιο, όσον αφορά την διείσδυσή της στην κοινωνία, τις αγορές και την ακαδημαϊκή κοινότητα, διαθέτει τα κατάλληλα στοιχεία που θα μπορούσαν να στρέψουν τα φώτα επάνω της. Όσοι την γνωρίζουν ήδη και νοιάζονται πραγματικά για την διάδοσή της απαιτείται να καταβάλουν μεγάλη προσπάθεια, ώστε να μετασχηματίσουν τις υπάρχουσες δομές και αντιλήψεις. Πάντως, ο συνδυασμός της ελεύθερης αγοράς με την κοινωνική και περιβαλλοντική ευαισθησία φαντάζει απαραίτητος στις δύσκολες εποχές που ζούμε. Επομένως, οι τελικοί στόχοι της κοινωνικής επιχειρηματικότητας θα πρέπει να είναι αφενός η θεμελίωσή της ως ανεξαρτήτου επιστημονικού πεδίου και αφετέρου η επικράτηση της έναντι της παραδοσιακής επιχειρηματικότητας που αποσκοπεί αποκλειστικά στο ιδιωτικό όφελος.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΠΗΓΕΣ

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

- British Council (2017). *Έκθεση για την Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία στην Ελλάδα*. British Council.
- CICOPA (2013). *Συνεταιρισμοί και Κοινωνική Οικονομία για την Ελλάδα*. International Labour Organization.
- Souchy, A., (1975). *Κολλεκτιβισμός και Αυτοδιαχείριση στην Ισπανία 1936-1939*. Μτφ. Γιώργου Βαμβαλή. Επίκουρος.
- Ειδική Γραμματεία Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας. (2017). *Ετήσια Έκθεση 2017 και Σχέδιο Δράσης για την Ανάπτυξη του Οικοσυστήματος της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας 2017-2023*. Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης.
- Ειδική Γραμματεία Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας. (2018). *Ετήσια Έκθεση 2018*. Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης.
- Ευθυμίου, Π., (2017). *Επιχειρηματικοί Συνεταιρισμοί Νέου Τύπου*. Διανέοσις.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2013). Ευρωπαϊκός κώδικας καλής πρακτικής για τη χορήγηση μικροπιστώσεων. Ευρωπαϊκή Ένωση.
- Κοντογεώργος, Α., Σεργάκη, Π., (2015). *Αρχές Διοίκησης Αγροτικών Συνεταιρισμών*. ΣΕΑΒ.
- Τράπεζα της Ελλάδος. (2018). *Επισκόπηση του Ελληνικού Χρηματοπιστωτικού Συστήματος*. Νοέμβριος 2018. Τράπεζα της Ελλάδος.

Ξενόγλωσση

- Alter, K. (2006). Social enterprise models and their mission and money relationships. In: Nicholls A (ed) *Social entrepreneurship: new models of sustainable change*. Oxford: New York. 205 – 232
- Alter, K. (2007). *Social Enterprise Typology*. Virtue Ventures LLC. <https://doi.org/10.1007/s11115-013-0234-y>
- Anheier, H. K., & Salamon, L. M. (2006). The nonprofit sector in comparative perspective. In W.W. Powell & R. Steinberg (Eds.), *The nonprofit sector: A research handbook (2nd ed)*. New Haven: Yale University Press. 89–116.
- Apostolopoulos, N., Newbery, R., & Gkartzios, M., (2018). Social enterprise and community resilience: Examining a Greek response to turbulent times. *Journal of Rural Studies*.
- Arminen, H., Puumalainen, K., Pätäri, S., & Fellnhofer, K. (2018). Corporate social performance: Inter-industry and international differences. *Journal of Cleaner Production*, 177, 426–437. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.250>
- Arogyaswamy, B. (2017). Social entrepreneurship performance measurement: A time-based organizing framework. *Business Horizons*, 60(5), 603–611. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.05.004>
- Ashoka (2018). <https://www.ashoka.org> Πρόσβαση 27 Οκτ 2018.

- Auerswald, B. P. (2009). Creating Social Value By Philip Auerswald Stanford Social Innovation Review. *Stanford Social Innovation Review*. (spring). 49–55.
- Barraket, J., Furneaux, C. (2012). Social innovation and social enterprise: Evidence from Australia. In Franz HW., Hochgerner J., Howaldt J. (eds). *Challenge Social Innovation: Potentials for Business, Social Entrepreneurship, Welfare and Civil Society*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg. 215–237.
- Barro, R., (2007). *Bill Gates's Charitable Vistas* (article). Wall Street Journal. 19 June 2007. <https://www.wsj.com/articles/SB118222027751440041>. Πρόσβαση 16 Νοε 2018.
- Bassi, A. (2012). How to measure the intangibles? Towards a system of indicators (S.A.V.E.) for the measurement of the performance of social enterprises. In *Challenge Social Innovation: Potentials for Business, Social Entrepreneurship, Welfare and Civil Society*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg. 325–350. https://doi.org/10.1007/978-3-642-32879-4_20
- Baumol, W., (2004) *The Free-Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism*. Princeton University Press.
- Boschee, J., & McClurg, J. (2003). *Toward a Better Understanding of Social Entrepreneurship: Some Important Distinctions*. Minnesota, MN: Institute for Social Entrepreneurs.
- Boschee, J., (2006) *Social entrepreneurship: The Promise and the Perils*. In: Nicholls A (ed) *Social entrepreneurship: new models of sustainable change*. Oxford: New York, 356 – 390
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*.
- Braga, J. C., Proença, T., & Ferreira, M. R. (2014). Motivations for social entrepreneurship – Evidences from Portugal. *Tékhne*, 12, 11–21. <https://doi.org/10.1016/j.tekhne.2015.01.002>
- Cernikovaite, E., & Lauzikas, M. (2011). The model of social innovations in the emerging market of Lithuania. *Intelektine Ekonomika*, 5(3), 388–400
- Certo S., & Miller T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business Horizons*. 51(4), 267–271.
- Christensen, C., Baumann, H., Ruggles, R., & Sadtler, T. M. (2006). *Disruptive Innovation for Social Change*. Harvard Business Review, 84(12), 94–101. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-32150-4>
- CIRIEC (2012). *The Social Economy in the European Union*. European Economic and Social Committee.
- CIRIEC (2017). *Recent evolutions of the Social Economy in the European Union*. European Economic and Social Committee.
- Corner, P. D., & Ho, M. (2010). How opportunities develop in social entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 34(4), 635–659. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00382.x>
- Dacin, P. , Dacin, T., & Matear, M. (2010). Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37–57.
- Dacin, T., Dacin, P. , & Tracey, P. (2011). Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions. *Organization Science*, 22(5), 1203–1213.

- Dart, R. (2004). The legitimacy of social enterprise. *Nonprofit Management and Leadership*, 14(4), 411–424.
- Dees, J.G. (2001). *The meaning of “social entrepreneurship”*. Available at <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/> Πρόσβαση 25 Οκτ 2018.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32–53.
- Dorf, R. C. (2001). Chapter 24 - Social Entrepreneurship and Investing In R. C. Dorf (Ed.), *Technology, Humans, and Society. Toward a Sustainable World*. San Diego: Academic Press. 441–447. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/B978-012221090-7/50027-0>
- Drayton, B., (2006) *The citizen sector transformed*. In: Nicholls A (ed) *Social entrepreneurship: new models of sustainable change*. Oxford, New York, 45 – 55.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks - The triple bottom line of the 21st century business*. Capstone Publishing Ltd, Oxford. <https://doi.org/10.1002/tqem.3310080106>
- Emerson, J. (2000). *The Nature of Returns: A Social Capital Markets Inquiry into Elements of Investment and The Blended Value Proposition*. Social Enterprise Series, Harvard Business School, Boston, (17), 1–46. Retrieved from <http://www.blendedvalue.org/wp-content/uploads/2004/02/pdf-nature-of-returns.pdf>
- Emerson, J. (2003). The Blended Value Proposition: Integrating Social and Financial Returns. *California Management Review*, 45(4), 35–51.
- European Commission.(2013a). *Policy Brief on Social Entrepreneurship*. OECD/European Union.
- European Commission. (2013b). *Guide to Social Innovation*. European Union.
- European Commission.(2013c). *Social Economy and Social Entrepreneurship.Social Europe Guide*.Vol. 4. European Union
- European Commission. (2014a).*Social Innovation: A decade of changes*. European Union.
- European Commission. (2014b). *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. Country Report: Greece*. European Union.
- European Commission.(2015). *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe*.European Union.
- European Commission.(2016).*A recipe book for social finance – A practical guide on designing and implementing initiatives to develop social finance instruments and markets*.Varga, Eva and Hayday, Malcolm (authors).European Union.
- European Parliament (2011). *The role of mutual societies in the 21st century*. Economic and Scientific Policy Department.
- Félix González, M., Husted, B. W., & Aigner, D. J. (2017). Opportunity discovery and creation in social entrepreneurship: An exploratory study in Mexico. *Journal of Business Research*, 81, 212–220. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.10.032>

- Fowler, A., (2000). NGOs as a moment in history: beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation? *Third World Quarterly*. 21 (4), 637–654.
- George, C., Reed, M. G. (2016). Building institutional capacity for environmental governance through social entrepreneurship: Lessons from Canadian biosphere reserves. *Ecology and Society*, 21(1).
- Gundry, L. K., Kickul, J. R., Griffiths, M. D., & Bacq, S. C. (2011). Creating Social Change Out of Nothing: The Role of Entrepreneurial Bricolage in Social Entrepreneurs' Catalytic Innovations. *Social and Sustainable Entrepreneurship* 13, Emerald Group Publishing Limited. 1–24. [https://doi.org/10.1108/S1074-7540\(2011\)0000013005](https://doi.org/10.1108/S1074-7540(2011)0000013005)
- Harrison, J. (1978). *An economic history of modern Spain*. Manchester University Press
- Holcombe, R., Sobel, R. (2000). Consumption Externalities and Economic Welfare. *Eastern Economic Journal*. 26 (2), 157 - 170
- Institute for Social Entrepreneurs (2005). *Social Entrepreneurship: A Glossary of Useful Terms*. Available at: <http://www.socialent.org/pdfs/GLOSSARY.pdf> ημερ. Πρόσβαση 26 Οκτ 2018.
- Kachlami, H., (2014). The Likely Determinants of Social Entrepreneurship and Policy Implications. In: *Lundstrom, A., Zhou, C., von Friedrichs, Y., Sundin, E. (Eds.), Social Entrepreneurship: Leveraging Economic, Political, and Cultural Dimensions*. Springer. 293-307.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2007). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*. July 2007. <https://doi.org/10.17265/2328-2185/2018.01.001>
- Leadbetter, C., (1997). *The rise of social entrepreneurship*. Demos, London.
- Levitt, T. (1973). *The Third Sector – New Tactics for a Responsive Society*. Division of American Management Associations. New York.
- Lianos, T. P., & Pseiridis, A. (2016). Sustainable welfare and optimum population size. *Environment, Development and Sustainability*, 18(6), 1679–1699. <https://doi.org/10.1007/s10668-015-9711-5>
- Lundstrom, A., Zhou, C., von Friedrichs, Y., & Sundin, E. (Eds.). (2014). *Social Entrepreneurship: Leveraging Economic, Political, and Cultural Dimensions*. Springer.
- Mair, J., & Martí, I., (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*. 41(1), 36–44.
- Martin, R.L., & Osberg, S., (2007). Social Entrepreneurship: The Case for a Definition. *Stanford Social Innovation Review*, Spring. 29–39.
- Martin, R.L., & Osberg, S., (2015). Getting Beyond Better: How Social Entrepreneurship Works. *Harvard Business Review Press*.
- Matsui, N., & Ikemoto, Y., (eds). (2015). *Solidarity Economy and Social Business. New models for new society*. Springer.
- McIntosh, M., Thomas, R., Leipziger, D., & Coleman, G., (2004). *Living Corporate Citizenship: Strategic Routes to Socially Responsible Business*. Prentice Hall
- Mendell, M., et al. (2010). *Improving Social Inclusion at the Local Level Through the Social Economy: Report for Korea*. OECD LEED Working Papers. OECD Publishing. Paris.

- Mulgan, G. (2013). Social innovation theories: Can theory catch up with practice? *In Challenge Social Innovation: Potentials for Business, Social Entrepreneurship, Welfare and Civil Society*. Springer-Verlag Berlin. Heidelberg. 19–42. https://doi.org/10.1007/978-3-642-32879-4_2
- Nasioulas, I. (2012). Social Cooperatives in Greece. Introducing New Forms of Social Economy and Entrepreneurship. *International Review of Social Research*, 2(2), 141–161.
- Newey, L. R. (2018). ‘Changing the System’: Compensatory versus Transformative Social Entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 9(1), 13–30.
- Nicholls, A. (ed). (2006). *Social entrepreneurship : new models of sustainable social change*. Oxford: Oxford University Press.
- Nicholls, A. (2009). “We do good things, don’t we?”: “Blended Value Accounting” in social entrepreneurship. *Accounting, Organizations and Society*, 34(6–7), 755–769.
- OECD.(2010). *SMEs, Entrepreneurship and Innovation*. OECD studies on SMEs and Entrepreneurship.
- OECD. (2015). *Income Inequality: The Gap between Rich and Poor*. OECD Publishing. Paris.
- OECD. (2017). *Boosting Social Enterprise Development: Good Practice Compendium*. OECD Publishing. Paris.
- Pate, L., Wankel, C., (eds). (2014). *Emerging Research Directions in Social Entrepreneurship*. Springer.
- Peredo, A.M., McLean, M., 2006. Social entrepreneurship: a critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41, 56–65.
- Phills, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34–43. <https://doi.org/10.1111/j.1369-7625.2010.00656.x>
- Rahdari, A., Sepasi, S., & Moradi, M. (2016). Achieving sustainability through Schumpeterian social entrepreneurship: The role of social enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 137, 347–360. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.159>
- Rangan, K., Leonard, H., McDonald, S., (2008). *The future of social enterprise*. Harvard Business School. Working Paper
- Ripple, W. J., Wolf, C., Newsome, T. M., Galetti, M., Alamgir, M., Crist, E., Mahmoud, M., & Lurance, W. F. (2017, December 1). *World scientists’ warning to humanity: A second notice*. BioScience. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/biosci/bix125>
- Sabates, R., Rose, P., Delprato, M., Alcott, B., 2018. *Cost-effectiveness with equity: Raising learning for marginalised girls through Camfed’s programme in Tanzania*. Policy Paper No. 18/2. REAL Centre, University of Cambridge.
- Sabato, S., Vanhercke, B., & Verschraegen, G. (2017). Connecting entrepreneurship with policy experimentation? The EU framework for social innovation. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 30(2), 147–167.
- Santos, F. M. (2012). A Positive Theory of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 335–351.

- Screpanti, E., & Zamagni, S. (2005). *An Outline of the History of Economic Thought. An Outline of the History of Economic Thought* (pp. 1–456). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/0199279144.001.0001>
- Sdrali, D., Goussia-Rizou, M., Giannouli, P., & Makris, K. (2016). What motivates employees to engage in the social economy sector? A case study of Greek cooperative enterprises. *International Journal of Social Economics*, 43(12), 1334–1350.
- Shane, S. (2003). A General Theory of Entrepreneurship: The Individual–Opportunity Nexus. *Edward Elgar Publishing*. 1–327.
<https://doi.org/10.1177/0266242604043697>
- Schwab (2018) <https://www.schwabfound.org/what-is-social-entrepreneurship> ημερ. Πρόσβασης 27 Οκτ 2018.
- Sen, P. (2006). Ashoka's big idea: Transforming the world through social entrepreneurship. *Futures*, 39(5), 534–553 <https://doi.org/10.1016/j.futures.2006.10.013>
- Singh, A. (2016). *The process of social value creation: A multiple-case study on social entrepreneurship in India*. Contributions to Economics. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-81-322-2827-1>
- Skoll Centre (2018) <https://www.sbs.ox.ac.uk/research/skoll-centre-social-entrepreneurship/who-are-social-entrepreneurs> Πρόσβαση 27 Οκτ 2018.
- Steinerowski, A., Jack, S., & Farmer, J., Who are the Social 'Entrepreneurs' and What Do They Actually Do?. *Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC) 2008; Frontiers of Entrepreneurship Research*. 28 (21), article 2.
- Stenn, T., (2017). *Social Entrepreneurship as Sustainable Development. Introducing the Sustainability Lens*. Palmgrave Macmillan.
- Teasdale, S. (2011). What's in a Name? Making Sense of Social Enterprise Discourses. *Public Policy and Administration*, 27(2), 99–119.
- Thake, S., & Zadek, S., (1997). *Practical people, noble causes. How to support community based social entrepreneurs*. New Economic Foundation.
- Thompson, D., (1994). Cooperative Principles Then and Now. *Cooperative Grocer for retailers and cooperators*. Vol 53.
- Thompson, J., (2002). The world of the social entrepreneur. *International journal of public sector management*, 15 (5), 412-431.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division (2003). *Handbook on Non-Profit Institutions in the System of National Accounts*. Series F., No. 91.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2017). *World population prospects, the 2017 revision: Key findings and advance tables*. Working Paper No.ESA/P/WP/248.
- WCED, (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our common future*. United Nations.
- Weerawardena J., & Mort G., (2006). Investigating social entrepreneurship: a multi-dimensional model. *Journal of World Business*, 41, 21-35.
- Wei-Skillern J., Austin J., Leonard H. et al (2007). *Entrepreneurship in the social sector*. Sage, New Delhi.

- Welter, F., (2011). Contextualizing entrepreneurship — conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(1), 165–184. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00427.x>
- Wilson, M. (2011). Globalization. In *Handbook of International Social Work: Human Rights, Development, and the Global Profession*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195333619.003.0003>
- Wobbe, W. (2012). Measuring social innovation and monitoring progress of EU policies. In *Challenge Social Innovation: Potentials for Business, Social Entrepreneurship, Welfare and Civil Society*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg. 309–324.
- World Bank, (2018). *Piecing Together Poverty Puzzle – Overview*. World Bank Group.
- World Fair Trade Organization, Fairtrade Labelling Organizations International. (2009). *A Charter of Fair Trade Principles*.
- Zeyen, A., et al (2013). Social Entrepreneurship and Broader Theories: Shedding New Light on the “Bigger Picture.” *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(1), 88–107.

Πηγές

Νόμος 602/1915 «Περί Συνεταιρισμών».

Νόμος 1667/1986 «Αστικοί Συνεταιρισμοί και άλλες διατάξεις».

Νόμος 2716/1999 «Ανάπτυξη και εκσυγχρονισμός των υπηρεσιών ψυχικής υγείας και άλλες διατάξεις».

Νόμος 4019/2011 «Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και λοιπές διατάξεις».

Νόμος 4430/2016 «Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία και ανάπτυξη των φορέων της και άλλες διατάξεις».

Αλληλοτεχνία <https://www.allilotechnia.gr/> Πρόσβαση 11 Απρ 19

ΑΡΓΩ <https://www.argothes.gr/> Πρόσβαση 12 Απρ 19

Βίος Coop <http://www.bioscoop.gr/> Πρόσβαση 11 Δεκ 18

Διάπλους <https://www.diaplous.eu/> Πρόσβαση 10 Δεκ 18

Ένωση Συνεταιριστικών Τραπεζών Ελλάδος <http://www.este.gr/el/> Πρόσβαση 17 Απρ 19

ΕΛΣΤΑΤ <http://www.statistics.gr/> Πρόσβαση 19 Ιαν 18

Ένα παιδί μετράει τα άστρα <https://looktothestars.gr/> Πρόσβαση 11 Δεκ 18

Επανεκκίνησης <http://epanekkinisis.gr/> Πρόσβαση 11 Δεκ 18

Ευκάλυψις <http://www.eykalipsis.gr/> Πρόσβαση 11 Δεκ 18

Ινστιτούτο Κοινωνικής Οικονομίας <https://www.social-economy.com/> Πρόσβαση 26 Ιαν 19

Κ.ΑΛ.Ο. AthensExpo 2018 <http://expo.foreis-kalo.gr/> Πρόσβαση 10 Δεκ 18

Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία <https://kalo.gov.gr/> Πρόσβαση 10 Δεκ 18

Κοι.Σ.Π.Ε. Ν. Φωκίδας <https://www.koispefokidas.gr/index.php/el/> Πρόσβαση 10 Δεκ 18

Μοδούσα <http://www.modousa.gr/> Πρόσβαση 11 Δεκ 18

Π.Ο.Κοι.Σ.Π.Ε. <http://pokoispe.gr/profile.html/> Πρόσβαση 10 Δεκ 18

Πίνδος <https://www.pindos-apsi.gr/> Πρόσβαση 25 Απρ 19

Συνεταιρισμός Καλαβρύτων <https://www.kalavritacoop.gr/> Πρόσβαση 25 Απρ 19

ΣΥΝΟΙΚΟ <https://synoiko.blogspot.com/> Πρόσβαση 12 Απρ 19

ΣΥΝΚΑ <https://www.synka-sm.gr/> Πρόσβαση 23 Απρ 19

Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης <http://www.minagric.gr/index.php/el/> Πρόσβαση 17 Απρ 19

Acumen <https://acumen.org/about/> Πρόσβαση 30 Νοε 18

Akhuwat <https://www.akhuwat.org.pk/> Πρόσβαση 4 Δεκ 18

Anima Care <https://www.animacare.gr/> Πρόσβαση 10 Δεκ 18

Ashoka <https://www.ashoka.org/en>

Basic Needs <http://www.basicneeds.org/> Πρόσβαση 4 Δεκ 18

Benetech <https://benetech.org/> Πρόσβαση 6 Δεκ 18

BRAC <http://www.brac.net/> Πρόσβαση 6 Δεκ 18

BRAC International <http://www.bracinternational.nl/en/> Πρόσβαση 4 Δεκ 18

Bread and Roses <https://breadandroses.gr/> Πρόσβαση 11 Απρ 19

Barefoot College <https://www.barefootcollege.org/> Πρόσβαση 7 Δεκ 18

BayWa <https://www.baywa.com/en/> Πρόσβαση 24 Απρ 19

Better World Books <https://about.betterworldbooks.com/> Πρόσβαση 4 Δεκ 18

CAMFED <https://camfed.org/> Πρόσβαση 5 Δεκ 18

Charity: water <https://www.charitywater.org/> Πρόσβαση 4 Δεκ 18

CHS <https://www.chsinc.com/> Πρόσβαση 24 Απρ 19

Commonspace <https://www.commonspace.gr/> Πρόσβαση 11 Απρ 19

D&E Green <http://www.dandegreen.com/> Πρόσβαση 7 Δεκ 18

Dairy Farmers of America <http://www.dfamilk.com/> Πρόσβαση 24 Απρ 19

Defy Ventures <https://defyventures.org/> Πρόσβαση 4 Δεκ 18

Divine Chocolate <http://www.divinechocolate.com/us/> Πρόσβαση 5 Δεκ 18

Equal Society <https://www.equalsociety.gr/el/> Πρόσβαση 12 Δεκ 18

Encyclopedia of Chicago <http://www.encyclopedia.chicagohistory.org/> Πρόσβαση 17 Απρ 19

European Commission https://ec.europa.eu/commission/index_en Πρόσβαση 23 Νοε 18

European Microfinance Network <https://www.european-microfinance.org/> Πρόσβαση 6 Δεκ 18

Fair Trade Hellas <https://www.fairtrade.gr/> Πρόσβαση 25 Απρ 19

Friesland Campina <https://www.frieslandcampina.com/en/> Πρόσβαση 24 Απρ 19

Grameen Bank <http://www.grameen.com/> Πρόσβαση 6 Δεκ 18

GroupeSOS <http://www.groupe-sos.org/en/> Πρόσβαση 4 Δεκ 18

I-Cane <http://www.i-cane.org/> Πρόσβαση 6 Δεκ 18

International Co-operative Alliance <https://www.ica.coop/en/cooperatives/history-cooperative-movement/> Πρόσβαση 27 Μαρ 19

Impact Hub Athens <https://athens.impacthub.net/> Πρόσβαση 30 Νοε 18

Jaipur Rugs <https://www.jaipurrugs.com/> Πρόσβαση 4 Δεκ 18

Hull-House Museum <https://www.hullhousemuseum.org/> Πρόσβαση 17 Απρ 19

Jeplan <https://www.jeplan.co.jp/en/> Πρόσβαση 5 Δεκ 18

John Lewis <https://www.johnlewispartnership.co.uk/> Πρόσβαση 25 Απρ 19

Land O'Lakes <https://www.landolakesinc.com/> Πρόσβαση 24 Απρ 19

Masarang <https://masarang.nl/en/> Πρόσβαση 7 Δεκ 18

Meriam-Webster Dictionary <https://www.merriam-webster.com/> Πρόσβαση 2 Νοε 18

Mia Tribe <https://www.miatrIBE.org/> Πρόσβαση 12 Απρ 19

Misfit <https://misfitoddsquad.com/about/> Πρόσβαση 7 Δεκ 18

Mondragon <https://www.mondragon-corporation.com/en/> Πρόσβαση 5 Δεκ 18

Motivation Romania <http://motivation.ro/en/> Πρόσβαση 6 Δεκ 18

Myrtillo <http://www.myrtillocafe.gr/el/> Πρόσβαση 12 Απρ 19

Naadam <https://naadam.co/> Πρόσβαση 7 Δεκ 18

NarayanaHrudayalaya <https://www.narayanahealth.org/> Πρόσβαση 4 Δεκ 18

Orangi Pilot Program <http://www.opp.org.pk/> Πρόσβαση 7 Δεκ 18

Rochdale Pioneers Museum <https://www.rochdalepioneersmuseum.coop/about-us/the-rochdale-principles/> Πρόσβαση 22 Απρ 19

Permico <http://permico.it/> Πρόσβαση 6 Δεκ 18

REWE Group <https://www.rewe-group.com/en/startseite> Πρόσβαση 14 Απρ 19

Sammaan Foundation <http://sammaan.org/> Πρόσβαση 6 Δεκ 18

Schwab Foundation <https://www.schwabfound.org/>

SEKEM <https://www.sekem.com/en/index/> Πρόσβαση 7 Δεκ 18

Sevamob <http://sevamob.com/care/> Πρόσβαση 7 Δεκ 18

Seventh Generation <https://www.seventhgeneration.com/> Πρόσβαση 4 Δεκ 18

SEWA <http://www.sewa.org> Πρόσβαση 7 Δεκ 18

Skoll Foundation <http://skoll.org/>

Social Value UK <http://www.socialvalueuk.org/> Πρόσβαση 17 Νοε 18

Sociality <https://sociality.gr/> Πρόσβαση 11 Απρ 19

Système U <https://www.magasins-u.com/> Πρόσβαση 11 Απρ 19

Terracycle <https://www.terracycle.com/en-US> Πρόσβαση 5 Δεκ 18

The Institute for Social Entrepreneurs <https://www.socialent.org/index.htm/>
Πρόσβαση 1 Νοε 18

TOMS <https://www.toms.com> Πρόσβαση 5 Δεκ 18

Tre Valli <https://www.trevalli.cooperlat.it/en/> Πρόσβαση 14 Απρ 19

United Nations <https://www.un.org/sustainabledevelopment/> Πρόσβαση 25 Νοε 18

United Nations Social Development Network <http://unsdn.org/sustainable-development/> Πρόσβαση 25 Νοε 18

Vaatsalya <https://www.vaatsalya.info/> Πρόσβαση 4 Δεκ 18

World Bank <https://www.worldbank.org/> Πρόσβαση 26 Νοε 18

World Fair Trade Organization <https://wfto.com/> Πρόσβαση 25 Απρ 19

Zipline <http://www.flyzipline.com/> Πρόσβαση 15 Απρ 19