



ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

μια πρώτη ματιά



**κοινωνική
επιχειρηματικότητα** μια πρώτη
ματιά





*“Η κοινωνική επιχειρηματικότητα
μπορεί πράγματι να αποτελέσει
ένα πολύ ισχυρό μέσο για αλλαγή.
Για την επίτευξη καλύτερων αποτελεσμάτων
που στοχεύουν στο κοινό καλό.
Αποδεικνύοντας πως τα πράγματα είναι
δυνατό να γίνονται πιο υπεύθυνα και δίκαια,
ενώ εξακολουθούν να σημειώνουν
επιτυχία στην αγορά. Και για να αποτελέσει
μια κινητήριο δύναμη ανάπτυξης στην Ε.Ε.
Η Ευρώπη δεν πρέπει απλώς να αποτελεί
μέρος αυτών των αλλαγών.
Η Ευρώπη πρέπει να ηγείται.”*

Jose Manuel Barroso,
Πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, 2004 -2014





Η παγκόσμια οικονομική κρίση του 2009 οδήγησε σε δημόσια αμφισβήτηση της αποτελεσματικότητας του υφιστάμενου παγκόσμιου οικονομικού συστήματος και έστρεψε το ενδιαφέρον του κόσμου στην χωρίς αποκλεισμούς οικονομία. Παράλληλα, η εφαρμογή αυστηρών μέτρων λιτότητας ενάντια στις ανάγκες της κοινωνίας, δημιούργησε τόσο προκλήσεις όσο και ευκαιρίες για να αναπτυχθούν οι κοινωνικές επιχειρήσεις στην Ευρώπη. Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για την κοινωνική επιχειρηματικότητα τα τελευταία χρόνια συνδέεται άμεσα με την αναγνώριση του ρόλου που μπορεί να διαδραματίσει μια κοινωνική επιχείρηση στην αντιμετώπιση των σύγχρονων κοινωνικών και περιβαλλοντικών προκλήσεων και στην προώθηση μιας ανάπτυξης χωρίς αποκλεισμούς.

Ορισμός

της κοινωνικής επιχείρησης

Η έννοια της κοινωνικής επιχείρησης χρησιμοποιείται ευρέως τόσο από τη βιβλιογραφία όσο και τους υπευθύνους χάραξης πολιτικής για να περιγράψει έναν νέο τρόπο επιχειρηματικής δραστηριότητας^[1]. Ωστόσο, οι ορισμοί διαφέρουν σε ολόκληρη την Ευρώπη, καθώς οι κοινωνικές επιχειρήσεις υιοθετούν μια ποικιλία νομικών μορφών και καθεστώτων. Σύμφωνα με την έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής «Χάρτης των κοινωνικών επιχειρήσεων και των οικοσυστημάτων τους στην Ευρώπη»^[2], οι οργανισμοί πρέπει να πληρούν τις ακόλουθες ελάχιστες προϋποθέσεις για να χαρακτηριστούν ως κοινωνικές επιχειρήσεις:

- ⊕ Ο οργανισμός πρέπει να ασκεί οικονομική δραστηριότητα: αυτό σημαίνει ότι πρέπει να ασκεί μια συνεχή δραστηριότητα παραγωγής ή/και ανταλλαγής αγαθών ή/και υπηρεσιών.
- ⊕ Να έχει έναν σαφή και πρωταρχικό κοινωνικό στόχο: ο στόχος αυτός πρέπει να έχει θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία.
- ⊕ Να έχει περιορισμούς στη διανομή των κερδών ή/και περιουσιακών στοιχείων: ο σκοπός αυτών των περιορισμών είναι να δοθεί προτεραιότητα στον κοινωνικό στόχο έναντι του κέρδους.
- ⊕ Πρέπει να είναι ανεξάρτητος, δηλαδή να διαθέτει οργανωτική αυτονομία από το κράτος και άλλους παραδοσιακούς κερδοσκοπικούς οργανισμούς και,
- ⊕ Πρέπει να διαθέτει διακυβέρνηση χωρίς αποκλεισμούς, δηλαδή να χαρακτηρίζεται από συμμετοχικές και/ή δημοκρατικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων.

Η **κοινωνική επιχειρηματικότητα** είναι η χρήση νεοσύστατων εταιρειών και άλλων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών για την ανάπτυξη, χρηματοδότηση και εφαρμογή λύσεων σε κοινωνικά, πολιτιστικά ή περιβαλλοντικά θέματα^[3].

Ο ορισμός αυτός μπορεί να καλύπτει μια πλειάδα οργανισμών με διαφορετικά μεγέθη, στόχους και πεποιοθήσεις^[4]. Οι επιχειρηματίες που στοχεύουν στο κέρδος συνήθως αξιολογούν τις επιδόσεις της εταιρείας τους με βάση επιχειρηματικές μετρήσεις όπως το κέρδος, τα έσοδα και οι αυξήσεις στις τιμές των μετοχών, αλλά οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είτε ασκούν μη-κερδοσκοπική δραστηριότητα, είτε συνδυάζουν τον κοινωνικό στόχο με το κέρδος δημιουργώντας μια θετική «επιστροφή στην κοινωνία» - και ως εκ τούτου πρέπει να χρησιμοποιούν διαφορετικές μετρήσεις αξιολόγησης.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα επιχειρεί συνήθως να διευρύνει τους κοινωνικούς, πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς στόχους που συχνά συνδέονται με τον εθελοντικό τομέα^[5], σε τομείς όπως η μείωση της φτώχειας, η υγειονομική περίθαλψη και η ανάπτυξη της κοινότητας.

Μερικές φορές, για την υποστήριξη των κοινωνικών ή περιβαλλοντικών στόχων του οργανισμού μπορούν να δημιουργηθούν κερδοσκοπικές κοινωνικές επιχειρήσεις, αλλά όχι ως αυτοσκοπός. Για παράδειγμα, ένας οργανισμός που έχει ως στόχο να προσφέρει στέγη και απασχόληση στους άστεγους μπορεί να λειτουργήσει ένα εστιατόριο, τόσο για να συγκεντρώσει χρήματα, όσο και για να προσφέρει απασχόληση στους άστεγους.

Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιχειρηματιών

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες απαντώνται σε όλο τον κόσμο και σε κάθε βιομηχανία, αλλά τα χαρακτηριστικά που τους καθιστούν επιτυχημένους είναι παρόμοια, ανεξάρτητα από την τοποθεσία ή την καινοτομία τους. Τα πέντε κοινά χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιχειρηματιών, όπως παρουσιάζονται από το Digital Opportunity Trust^[6], είναι τα εξής:

1. ΕΧΟΥΝ ΕΝΤΟΝΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΑ ΚΟΙΝΑ: Οι επιτυχημένοι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι ηγέτες παθιασμένοι για αλλαγή. Δεν είναι ικανοποιημένοι από το status quo και δεν πιστεύουν ότι ο τρόπος με τον οποίο γίνονταν πάντα τα πράγματα είναι ο τρόπος με τον οποίο πρέπει να συνεχίσουν να γίνονται. Η επιθυμία να βελτιωθεί η ζωή των συνανθρώπων και της κοινότητάς τους είναι ένα χαρακτηριστικό που ενθαρρύνει τους κοινωνικούς επιχειρηματίες να συνεχίσουν το έργο τους. Ο ορισμός της κοινότητας είναι ευρύς. Ο αντίκτυπος στην κοινότητα μπορεί να σημαίνει την εξεύρεση μιας απλής λύσης σε ένα πρόβλημα που αφορά μια περιοχή, μια πόλη, ή και ολόκληρη τη χώρα. Και καθώς ο κόσμος συνδέεται όλο και περισσότερο μέσω της τεχνολογίας, ολόκληρη η γη μπορεί να θεωρηθεί μία κοινότητα!

2. ΕΙΝΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΙ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΙ: Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες προσεγγίζουν τις καταστάσεις διαφορετικά σε σύγκριση με τον μέσο άνθρωπο. Όταν κάποιος μπορεί να θεωρήσουν ότι ένα πρόβλημα είναι άλυτο, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες βλέπουν το πρόβλημα ως μια ευκαιρία να γίνουν δημιουργικοί. Εξετάζουν το πρόβλημα και καινοτομούν για να βρουν ένα νέο προϊόν, υπηρεσία ή προσέγγιση, προκειμένου να ξεπεραστεί το εμπόδιο. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι αυτό που συμβαίνει όταν το δημιουργικό και το πρακτικό στοιχείο γίνουν ένα.

3. ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΕΥΦΥΕΙΣ: Αυτό μπορεί να φαίνεται ως ένα όχι και τόσο συναρπαστικό χαρακτηριστικό, αλλά είναι σημαντικό. Ένας επιτυχημένος κοινωνικός επιχειρηματίας δεν έχει απλά μια καλή ιδέα· έχει επίσης τις πρακτικές επιχειρηματικές γνώσεις για να μετατρέψει αυτή την ιδέα σε πραγματικότητα. Η λύση που προσφέρει ο κοινωνικός επιχειρηματίας λαμβάνει υπόψη τη ζήτηση και την έρευνα αγοράς, τα οικονομικά ζητήματα, τους διαθέσιμους πόρους, τους περιορισμούς και τις ευκαιρίες που υπάρχουν στην κοινότητα και τη χώρα. Οι επιτυχημένοι κοινωνικοί επιχειρηματίες αναγνωρίζουν επίσης τη σημασία των

πληροφοριακών δεδομένων και φροντίζουν να συγκεντρώνουν στοιχεία σε κάθε βήμα, παρακολουθώντας συνεχώς τον αντίκτυπό τους και αναζητώντας τρόπους βελτίωσης.

4. ΞΕΡΟΥΝ ΝΑ ΔΙΚΤΥΩΝΟΝΤΑΙ: Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες γνωρίζουν ότι δεν είναι μόνοι όταν καινοτομούν. Η επιτυχία του εγχειρήματος δεν εξαρτάται μόνο από τον ισχυρό ηγέτη, αλλά και από την ομάδα που δουλεύει μαζί με τον πρωτοπόρο επιχειρηματία. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη συνεργασία με άλλους νέους, την εξεύρεση ενός έμπειρου μέντορα ή τη γνώση του τρόπου παρουσίασης της ιδέας στις κοινοτικές αρχές, τις τοπικές κυβερνήσεις και τα χρηματοδοτικά ιδρύματα. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι συχνά πολίτες του κόσμου που συνδέονται με άλλους επίδοξους και καταξιωμένους κοινωνικούς επιχειρηματίες για να μοιραστούν και να βελτιώσουν τη λύση που προτείνουν.

5. ΑΠΟΦΑΣΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ: Η αποφασιστικότητα είναι απαραίτητη για τους επιχειρηματίες, και το ίδιο ισχύει για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει να κάνει με την ανάληψη έξυπνου ρίσκου, που μερικές φορές καταλήγει σε αποτυχία. Όμως οι επιτυχημένοι κοινωνικοί επιχειρηματίες γνωρίζουν ότι η αποτυχία είναι ένα απαραίτητο βήμα προς την επιτυχία. Αντί να εγκαταλείψουν την προσπάθεια, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες εξετάζουν κριτικά το έργο ή την επιχείρησή τους και αποδέχονται σχόλια κάνοντας τις αλλαγές που χρειάζεται για να βελτιωθεί. Η αποφασιστικότητα είναι επίσης απαραίτητη για την αντιμετώπιση διαφόρων προκλήσεων, συμπεριλαμβανομένων της γραφειοκρατίας, της έλλειψης κεφαλαίου και της απουσίας στήριξης από την κοινότητα ή την οικογένεια.



Οι κύριοι τομείς

δραστηριοποίησης

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή^[7], οι κοινωνικές επιχειρήσεις, παρά την ποικιλομορφία τους, δραστηριοποιούνται κυρίως στους ακόλουθους τομείς:

- ▶ **Ένταξη στην εργασία** - κατάρτιση και ένταξη ατόμων με αναπηρίες και ανέργων.
- ▶ **Προσωπικές κοινωνικές υπηρεσίες** - υγεία, ευεξία και ιατρική περίθαλψη, επαγγελματική κατάρτιση, εκπαίδευση, υπηρεσίες παιδικής μέριμνας, υπηρεσίες για ηλικιωμένους ή βοήθεια σε ευάλωτα άτομα.
- ▶ **Τοπική ανάπτυξη περιοχών που μειονεκτούν** - κοινωνικές επιχειρήσεις σε απομακρυσμένες αγροτικές περιοχές, σχέδια ανάπτυξης/αποκατάστασης γειτονιών σε αστικές περιοχές, αναπτυξιακή βοήθεια και αναπτυξιακή συνεργασία με τρίτες χώρες.
- ▶ **Άλλοι τομείς** - συμπεριλαμβανομένων της ανακύκλωσης, της προστασίας του περιβάλλοντος, του αθλητισμού, της τέχνης, της ιστορικής ή πολιτιστικής διαφύλαξης, της επιστήμης, της έρευνας και καινοτομίας, της προστασίας του καταναλωτή και του ερασιτεχνικού αθλητισμού.



Το 2015, οι παγκόσμιοι ηγέτες συμφώνησαν σε 17 στόχους για έναν καλύτερο κόσμο μέχρι το 2030. Αυτοί οι στόχοι έχουν τη δύναμη να τερματίσουν τη φτώχεια, να καταπολεμήσουν την ανισότητα και να σταματήσουν την κλιματική αλλαγή. Με γνώμονα τους παγκόσμιους στόχους για βιώσιμη ανάπτυξη, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να βρουν τον 'χώρο' που θα τους επιτρέψει να δημιουργήσουν, προσφέροντας εναλλακτικές και καινοτόμες λύσεις στις μακροπρόθεσμες κοινωνικές προκλήσεις για την οικοδόμηση ενός καλύτερου μέλλοντος.



Ποιες είναι οι κυριότερες προκλήσεις

της κοινωνικής επιχειρηματικότητας;

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει τις δικές της μοναδικές προκλήσεις^[1]:

1. Έλλειψη υποστηρικτικής δομής και ευκαιριών χρηματοδότησης: Η εξεύρεση επενδυτικού κεφαλαίου αποτελεί μεγάλη πρόκληση. Οι επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων θέλουν να δουν την προοπτική μιας γρήγορης και μεγάλης ανάπτυξης, και αυτό δεν είναι κάτι που οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να υποσχεθούν. Αυτό σημαίνει ότι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες απευθύνονται συνήθως στην οικογένεια και τους φίλους τους ή σε crowdfunding

για το αρχικό κεφάλαιο. Οπότε μπορεί να καταλήξουν με ένα μεγάλο αριθμό μικροεπενδυτών στους οποίους θα πρέπει να δίνουν αναφορά. Αυτό απαιτεί χρόνο.

2. Εντοπισμός του σωστού κατασκευαστή: Στην περίπτωση που η κοινωνική επιχείρηση περιλαμβάνει παραγωγή προϊόντων, ένα από τα μεγαλύτερα ζητήματα που προκύπτουν είναι ότι απαιτείται η παραγγελία μιας ελάχιστης ποσότητας προϊόντων, της οποίας η άμεση πληρωμή μπορεί να αποτελέσει πρόβλημα για τις κοινωνικές επιχειρήσεις.

3. Χαμηλά περιθώρια κέρδους: Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες αποδίδουν μεγαλύτερη αξία στην επίτευξη του κοινωνικού οφέλους από ό,τι στο κέρδος. Πρέπει να είναι πρόθυμοι να υιοθετήσουν χαμηλότερα περιθώρια κέρδους σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους.

4. Απόκλιση από τον κοινωνικό στόχο: Καθώς οι κοινωνικοί επιχειρηματίες βλέπουν τις επιχειρήσεις τους να μεγαλώνουν και να γίνονται κερδοφόρες, δύο πράγματα μπορεί να συμβούν. Μπορεί να επεκτείνουν την κοινωνική τους αποστολή. Ξεκινούν με ένα αρχικό προϊόν και στη συνέχεια επεκτείνονται σε περισσότερα. Κάποιες φορές, ωστόσο, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες, στην προσπάθειά τους να κάνουν τις επιχειρήσεις τους πιο κερδοφόρες, μπορεί να απομακρυνθούν από τον αρχικό στόχο της αποστολής τους. Είναι σημαντικό οι κοινωνικοί επιχειρηματίες να έχουν μια ξεκάθαρη διατύπωση της αποστολής της επιχείρησής τους, στην οποία να ανατρέχουν τακτικά, προκειμένου να παραμείνουν «στον σωστό δρόμο».

Από πού προέρχονται τα έσοδα των κοινωνικών επιχειρήσεων;

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή^[2], οι κοινωνικές επιχειρήσεις στις περισσότερες χώρες εκμεταλλεύονται διάφορους οικονομικούς πόρους, αλλά το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων τους προέρχεται από τον δημόσιο τομέα. Ενώ οι κερδοσκοπικές επιχειρήσεις συνήθως βασίζονται στα επιχειρηματικά τους μοντέλα στα έσοδα που παράγονται μέσω της εμπορικής δραστηριότητας, οι κοινωνικές επιχειρήσεις συνήθως υιοθετούν ένα “υβριδικό” επιχειρηματικό μοντέλο, δηλαδή αντλούν τα έσοδά τους από έναν συνδυασμό εσόδων:

- Από πηγές της αγοράς, π.χ. από την πώληση αγαθών και υπηρεσιών στον δημόσιο ή ιδιωτικό τομέα, και
- Από μη-εμπορικές πηγές, π.χ. κυβερνητικές επιδοτήσεις και προγράμματα επιχορήγησης, ιδιωτικές δωρεές, μη-χρηματικές ή σε είδος συνεισφορές όπως η εθελοντική εργασία κ.τ.λ.



Δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος

για τις κοινωνικές επιχειρήσεις
σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης

Οι περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες δεν διαθέτουν το νομικό πλαίσιο ή μια ρητή πολιτική δέσμευση για την ανάπτυξη κοινωνικών επιχειρήσεων και, ως εκ τούτου, υπάρχει ποικιλομορφία όσον αφορά στο γενικό πλαίσιο των κοινωνικών επιχειρήσεων. Δεν υπάρχει μια ενιαία νομική μορφή για τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Πολλές κοινωνικές επιχειρήσεις λειτουργούν ως κοινωνικοί συνεταιρισμοί, μερικές καταχωρούνται ως ιδιωτικές εταιρείες περιορισμένης ευθύνης, και πολλές από αυτές είναι οργανώσεις μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα όπως εθελοντικές οργανώσεις, φιλανθρωπικές οργανώσεις ή ιδρύματα^[2].

Στις περισσότερες χώρες παρατηρείται συχνά απουσία ευνοϊκού κλίματος και κινήτρων για τη δημιουργία και ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων. Στις χώρες όπου υπάρχουν φορολογικά κίνητρα, αυτά ποικίλουν ανάλογα με το νομικό καθεστώς των κοινωνικών επιχειρήσεων^[2].

Σε μια προσπάθεια στήριξης της ανάπτυξης των κοινωνικών επιχειρήσεων, στο πλαίσιο μιας πιο στρατηγικής προσέγγισης, η Ε.Ε. δρομολόγησε το 2011 την Πρωτοβουλία Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας (ΠΚΕ) για την καθιέρωση ενός βραχυπρόθεσμου σχεδίου δράσης που να υποστηρίζει την ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων, των βασικών παραγόντων της κοινωνικής

οικονομίας, την κοινωνική καινοτομία και την προώθηση της συζήτησης για έναν μεσοπρόθεσμο/μακροπρόθεσμο σχεδιασμό. Σύμφωνα με το ΠΚΕ^[9], υπάρχουν 11 μέτρα προτεραιότητας, τα οποία οργανώνονται γύρω από 3 θέματα:

1-Διευκόλυνση της χρηματοδότησης των κοινωνικών επιχειρήσεων:

Αναγνώριση της σημασίας της δημιουργίας ενός ευρωπαϊκού ρυθμιστικού πλαισίου για τα ταμεία κοινωνικών επενδύσεων· ανάπτυξη μικροπιστώσεων στην Ευρώπη μέσω της βελτίωσης του σχετικού νομικού και θεσμικού πλαισίου· δημιουργία ενός χρηματοδοτικού μέσου της Ε.Ε. για την παροχή ευκολότερης πρόσβασης στη χρηματοδότηση που να καταστήσει τις κοινωνικές επιχειρήσεις επενδυτική προτεραιότητα του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης και του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

2 - Ενίσχυση της προβολής της κοινωνικής επιχειρηματικότητας:

Καθιέρωση ενός ολοκληρωμένου μητρώου κοινωνικών επιχειρήσεων στην Ευρώπη, δημιουργία μιας δημόσιας βάσης δεδομένων με ετικέτες και πιστοποιήσεις για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, παροχή βοήθειας σε εθνικές και περιφερειακές κυβερνήσεις για στήριξη, προώθηση και χρηματοδότηση κοινωνικών επιχειρήσεων, δημιουργία πολύγλωσσης πληροφόρησης και μιας πλατφόρμας ανταλλαγής πληροφοριών για κοινωνικούς επιχειρηματίες.

3 - Να καταστεί το νομικό πλαίσιο φιλικότερο ως προς τις κοινωνικές επιχειρήσεις.



Δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος

για τις κοινωνικές επιχειρήσεις σε τοπικό επίπεδο

Σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχουν δημιουργηθεί σχετικές πολιτικές και πλατφόρμες με σκοπό την υλοποίηση των πιο πάνω θεμάτων. Ωστόσο, σε εθνικό επίπεδο και πιο συγκεκριμένα στην Κύπρο υπάρχουν πολλά ακόμα που πρέπει να γίνουν. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις άρχισαν να παίρνουν μια πιο ολοκληρωμένη μορφή μετά το 2010, με διάφορες πρωτοβουλίες του ιδιωτικού τομέα που συνδυάζουν κοινωνικούς και/ή περιβαλλοντικούς στόχους με οικονομική δραστηριότητα. Επιπλέον, ορισμένες φιλανθρωπικές οργανώσεις και μη-κερδοσκοπικοί οργανισμοί άρχισαν να αναπτύσσουν οικονομική δραστηριότητα ως έναν τρόπο ενίσχυσης του εισοδήματος και της βιωσιμότητάς τους. Στην Κύπρο ποικίλουν οι φορείς που μπορούν να χαρακτηριστούν ως κοινωνικές επιχειρήσεις: συμβατικές εταιρείες, συνεταιρισμοί, αλλά και εθελοντικές οργανώσεις/ ΜΚΟ^[2].

Τον Ιανουάριο του 2018 η Κυπριακή Κυβέρνηση ανέπτυξε το «Σχέδιο Δράσης για Ανάπτυξη Οικοσυστήματος Κοινωνικών Επιχειρήσεων»^[10], το οποίο μεταξύ άλλων περιλαμβάνει μια σειρά μέτρων και κινήτρων για την ενεργοποίηση ή/και επέκταση των κοινωνικών επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, το Σχέδιο Δράσης προβλέπει κοινωνικές επιχορηγήσεις, δάνεια για κοινωνικές επιχειρήσεις, πρόσβαση σε υποδομές και τεχνογνωσία, καθώς και πρόσβαση σε δημόσιες συμβάσεις για την ανάθεση αποκλειστικών συμβολαίων, στην περίπτωση που η κοινωνική επιχείρηση είναι επιχείρηση ένταξης. Ωστόσο, δεν προβλέπονται φορολογικά κίνητρα.

Παράλληλα, η Μονάδα Διοικητικής Μεταρρύθμισης συνέταξε σχετικό νομοσχέδιο για την ίδρυση και τήρηση μητρώου κοινωνικών επιχειρήσεων^[10]. Το νομοσχέδιο προσδιορίζει δύο κατηγορίες κοινωνικών επιχειρήσεων:

(α) κοινωνική επιχείρηση γενικού σκοπού, η οποία επενδύει τουλάχιστον το 70% των κερδών της για την προώθηση της κοινωνικής της αποστολής και την επίτευξη του πρωταρχικού της σκοπού, και

(β) κοινωνική επιχείρηση ένταξης, στην οποία τουλάχιστον το 40% των εργαζομένων της ανήκει σε ευπαθείς ομάδες πληθυσμού.

Η πλειονότητα των εσόδων της κοινωνικής επιχείρησης πρέπει να προέρχεται από τις επιχειρηματικές της δραστηριότητες. Η διαχείρισή της να γίνεται με τρόπο επιχειρηματικό, υπεύθυνο και διαφανή, με την συμμετοχή των μελών ή/

και εργαζομένων ή/και πελατών ή/και άλλων ενδιαφερομένων μερών, χωρίς κοινωνικούς αποκλεισμούς. Με την εγγραφή στο μητρώο, η κοινωνική επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να υποβάλλει ετήσια έκθεση, η οποία να περιλαμβάνει την πρόοδο που έχει σημειωθεί για την εκπλήρωση του κοινωνικού ή περιβαλλοντικού της σκοπού.



Σχετικές πρωτοβουλίες που χρηματοδοτούνται κυρίως από την Ε.Ε., προωθούν και υποστηρίζουν την ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην Κύπρο ως μια εναλλακτική μορφή εργοδότησης με θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία και το περιβάλλον, υποστηρίζοντας ταυτόχρονα την καινοτομία και την βιώσιμη ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς. Τέτοιες πρωτοβουλίες μπορούν επίσης να λειτουργήσουν και ως καταλύτης για την οικοδόμηση της συνεργασίας και της ειρήνης στο νησί.



Το στήσιμο μια κοινωνικής επιχείρησης

μια πρακτική προσέγγιση

“Γίνε η αλλαγή που θέλεις να δεις στον κόσμο.” - Μαχάτμα Γκάντι

Απλά βήματα για το στήσιμο μια κοινωνικής επιχείρησης:

➤ Καθορίστε την **κοινωνική ή περιβαλλοντική αποστολή** σας: τι θέλετε να κάνετε και γιατί. Να είστε ξεκάθαροι για το πόσο πολύ το θέλετε. Η δημιουργία και ανάπτυξη μιας κοινωνικής επιχείρησης αποτελεί πρόκληση τόσο μεγάλη όσο και κάθε νεοσύστατης εταιρείας.

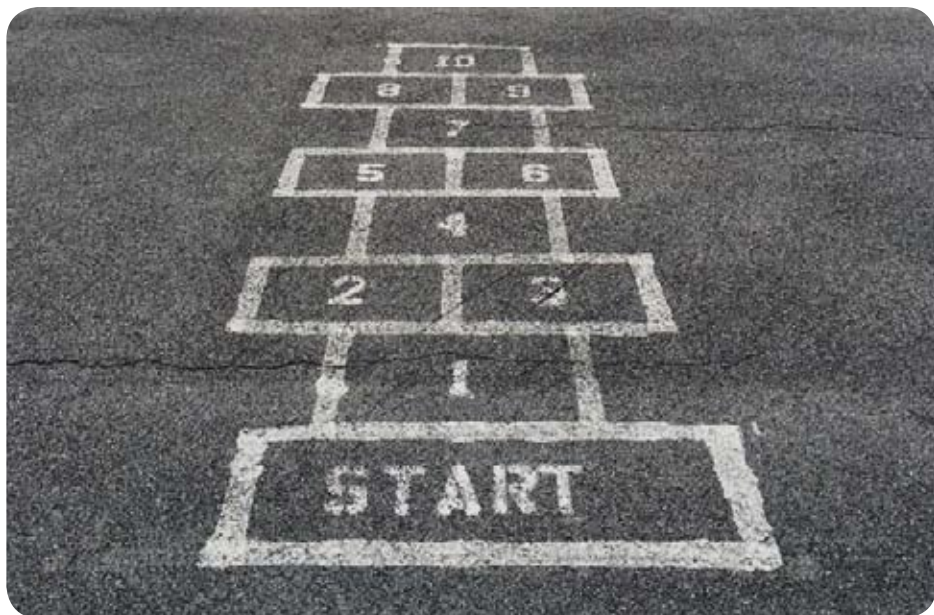
➤ Βρείτε **το αρχικό κεφάλαιο**: προσδιορίστε τις πιθανές πηγές χρηματοδότησης. Προσεγγίστε προσωπικούς φίλους και τα μέλη της οικογένειάς σας για να επενδύσουν στην επιχείρηση. Αναζητήστε οικονομική υποστήριξη από υφιστάμενες εταιρείες μέσω της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (Corporate Social Responsibility), από Επιχειρηματικούς Αγγέλους (Business Angels), ή από άτομα που θα μπορούσαν να σας βοηθήσουν με οποιονδήποτε τρόπο, καθώς και από άλλες διαθέσιμες πηγές, οικονομικές ή άλλες.

➤ Πραγματοποιήστε **έρευνα αγοράς** για να βεβαιωθείτε ότι είστε πλήρως ενημερωμένοι σχετικά με τον τομέα εργασίας που θέλετε να εμπλακείτε: εξοικειωθείτε με το πρόβλημα, τη λύση, τους συνεργάτες, τους ανταγωνιστές, τον αντίκτυπο και τους κινδύνους.

➤ Καθορίστε το **επιχειρηματικό μοντέλο**. Για παράδειγμα:

- Ένα προς ένα: για κάθε ένα προϊόν που αγοράζει ο πελάτης, άλλο ένα χαρίζεται σε άτομο που το έχει ανάγκη.
- Ένα ποσοστό εργοδοτούμενων προέρχεται από τις ευπαθείς ομάδες πληθυσμού.
- Ένα μέρος των κερδών της επιχείρησης πηγαίνει σε ένα ταμείο για φιλανθρωπικό σκοπό.
- Δημιουργήστε το δικό σας επιχειρηματικό μοντέλο.

➤ Δημιουργήστε την **ομάδα συνεργατών**: συνεργαστείτε με άλλους κοινωνικούς επιχειρηματίες και ανθρώπους με έντονο επιχειρηματικό πνεύμα.



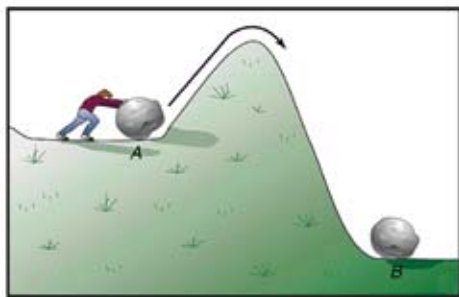
☉ Αναγνωρίστε την **εισοδηματική ροή**: πώληση προϊόντων, παροχή υπηρεσιών ή/και δωρεές από ανθρώπους και οργανισμούς.

☉ **Μετρήστε το αποτέλεσμα**: οι επιτυχημένες κοινωνικές επιχειρήσεις δεν καθορίζονται από την προσπάθεια και τα μέσα που διαθέτουν, αλλά από τον πραγματικό αντίκτυπο του έργου τους.

☉ Να είστε **ευέλικτοι** για να μειώσετε το κόστος: εάν είναι δυνατόν, αποφύγετε τους γραφειακούς χώρους και χρησιμοποιήστε υπηρεσίες cloud για να λειτουργήσετε την επιχείρησή σας.

☉ **Δικτυωθείτε**: πηγαίνετε σε εκδηλώσεις, σεμινάρια, δώστε ομιλίες, γίνετε μέλος σε σχετικούς συνδέσμους και επαγγελματικές ενώσεις.

☉ **Κάνετε δημόσιες σχέσεις**: αυξήστε την ορατότητα τη δουλειάς και του αντίκτυπου της εταιρείας σας μέσω των μέσων μαζικής επικοινωνίας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.



[11]

Παραδείγματα

κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη

Ο κατάλογος **30 under 30 Europe** του περιοδικού **Forbes** προβάλλει μερικούς από τους πιο καινοτόμους επιχειρηματίες στην Ευρώπη για το 2017, που στοχεύουν στην επίλυση περιβαλλοντικών και κοινωνικών προβλημάτων^[12]. Μερικά παραδείγματα:

Aeropowder (Ηνωμένο Βασίλειο): Δισεκατομμύρια κοτόπουλα σφάζονται κάθε χρόνο και η Aeropowder προσπαθεί να επαναχρησιμοποιήσει τα φτερά που παραδοσιακά θα κατέληγαν στα απορρίμματα. Οι επιστήμονες αξιοποιούν ιδιότητες όπως η στεγανότητα και η θερμομόνωση για τη δημιουργία προϊόντων με βάση το φτερό.

Agricool (Γαλλία): Αυτή η γαλλική επιχείρηση ξεκίνησε ταπεινά το 2015 με το πρώτο 'Cooltainer' το οποίο δημιουργήθηκε σε ένα οικογενειακό αγρόκτημα για να δώσει τη δυνατότητα στις πόλεις να παράγουν τοπικά φρέσκα προϊόντα όλο το χρόνο. Το φθινόπωρο του 2017, η επιχείρηση έκλεισε έναν κύκλο χρηματοδότησης 4,3 εκατομμυρίων δολαρίων, που θα της επιτρέψει να εκπληρώσει το όραμά της για μείωση της ρύπανσης, παρέχοντας παράλληλα στους καταναλωτές προϊόντα χωρίς φυτοφάρμακα.

Ένταξη προσφύγων (Γερμανία): Η Ninin Demuth, 27 ετών, χρησιμοποιεί τη διατροφή ως καταλύτη για την μακροχρόνια ένταξη των προσφύγων. Είναι συνιδρυτής στην οργάνωση 'Über den Tellerrand' που συνδέει τους πρόσφυγες με τους ντόπιους μέσω μαθημάτων μαγειρικής στα οποία ηγούνται οι πρόσφυγες. Παράλληλα δημιουργήθηκαν ανοικτές αγορές τροφίμων και βιβλία μαγειρικής. Η ιδέα είναι εύκολο να εξαπλωθεί: η εταιρεία έχει ήδη επεκταθεί σε 25 πόλεις σε τέσσερις ευρωπαϊκές χώρες.

Μείωση του αποτυπώματος άνθρακα (Ηνωμένο Βασίλειο): Ο επιστήμονας Julian Melchiorri, 29 ετών, έγινε επιχειρηματίας όταν εφηύρε το πρώτο συνθετικό βιολογικό φύλλο που μιμείται το έργο ενός πραγματικού φύλλου. Το BioSolar Leaf, με την ικανότητά του να απορροφά διοξείδιο του άνθρακα και να εκπέμπει αναπνεύσιμο οξυγόνο, κατέχει απεριόριστες δυνατότητες: από τη βελτίωση της ποιότητας του αέρα στις πόλεις μέχρι και τη δημιουργία συνθηκών ζωής σε έναν άλλο πλανήτη.

Five App (Πολωνία): Ενώ βρισκόταν ακόμα στο γυμνάσιο, ο Mach Mateusz δημιούργησε το Five App ως μια 'ανόητη' εφαρμογή για εφήβους, ώστε να μπορούν να στέλνουν σήματα με χέρια στους φίλους τους. Η εφαρμογή γρήγορα αγκαλιάστηκε από την κοινότητα των κωφών και έγινε η πρώτη πλατφόρμα ανταλλαγής μηνυμάτων στην νοηματική γλώσσα.



Παραδείγματα από κοινωνικές και περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες στην Κύπρο



Cans for Kids: Ιδρύθηκε το 1990 ως φιλανθρωπικός οργανισμός. Η οργάνωση ασχολείται με τη συλλογή και ανακύκλωση συσκευασιών αλουμινίου στην Κύπρο, με τη στήριξη εθελοντών. Τα κέρδη από τις πωλήσεις του αλουμινίου χρησιμοποιούνται για την αγορά ιατρικού εξοπλισμού για τις ανάγκες παιδιατρικών θαλάμων νοσηλείας στα κυπριακά νοσοκομεία. Από την ίδρυσή του, το Cans for Kids έχει καταφέρει να συλλέξει περισσότερα από 25

εκατομμύρια τενεκεδάκια, παρέχοντας εξοπλισμό αξίας άνω των 273.000 ευρώ στο Μακάριο Νοσοκομείο, για την νοσηλεία παιδιών με σοβαρές ασθένειες από όλο το νησί. Εκτός από την αναβάθμιση του εξοπλισμού και ως εκ τούτου του επιπέδου νοσηλείας στους παιδιατρικούς θαλάμους, το Cans For Kids συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση σχετικά με τα οφέλη της ανακύκλωσης, κάνοντας παρουσιάσεις και φιλοξενώντας επισκέψεις από σχολεία και άλλες ομάδες στο κέντρο ανακύκλωσης που διατηρεί στην Λευκωσία.

www.cansforkids.org

Τηγανοκίνηση: Η Τηγανοκίνηση είναι ένα εκπαιδευτικό, περιβαλλοντικό πρόγραμμα συλλογής χρησιμοποιημένων μαγειρικών λαδιών που εφαρμόζεται με επιτυχία σε περισσότερα από 400 σχολεία στην Κύπρο. Μέσω της Τηγανοκίνησης, το τηγανέλαιο από απόβλητο μετατρέπεται σε βιοντίζελ, εξασφαλίζοντας πόρους για δράσεις περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και στήριξη περιβαλλοντικών υποδομών για τα σχολεία και τους μαθητές σε όλη την Κύπρο. Παράλληλα, μέσω του προγράμματος προωθούνται πράσινες θέσεις εργασίας και υποστηρίζονται νεαροί άνεργοι επιστήμονες. Η Τηγανοκίνηση ξεκίνησε με πιλοτική εφαρμογή το 2011 σε 10 σχολεία όλων των βαθμίδων του Δήμου Αγλαντζιάς και από το Σεπτέμβριο του 2013 εφαρμόζεται σε παγκύπρια βάση.

www.tiganokinisi.eu



Ανάκυκλος: Ο μη-κερδοσκοπικός οργανισμός Ανάκυκλος που ιδρύθηκε το 2010 ασχολείται με τη συλλογή και ανακύκλωση υφασμάτων και την ανακύκλωση χρησιμοποιημένων ρούχων, υποδημάτων και άλλων αντικειμένων. Συμβάλλει στη μείωση του όγκου των αποβλήτων που καταλήγουν στις χωματερές, ενώ ταυτόχρονα προσφέρει, μέσω φιλανθρωπικών καταστημάτων, ρουχισμό και άλλα χρήσιμα αντικείμενα σε άτομα που το έχουν ανάγκη.

www.anakyklos.org



Can Kid (Teneke Çocuk): Η πρωτοβουλία ξεκίνησε από την Πράσινη Ομάδα Δράσης της Κύπρου το 2014 και επικεντρώνεται στη συλλογή και ανακύκλωση συσκευασιών αλουμινίου στην Τουρκοκυπριακή Κοινότητα. Ο οργανισμός συμβάλλει στη μείωση των αποβλήτων, ενώ τα έσοδα από την πώληση του αλουμινίου προσφέρονται για φιλανθρωπικό σκοπό, για την αγορά ιατρικού εξοπλισμού παιδικών μονάδων νοσηλείας σε τοπικά νοσοκομεία. Επιπλέον, μέσω της ανακύκλωσης, τα παιδιά και οι νέοι που εμπλέκονται ενεργοποιούνται και γίνονται άνθρωποι κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνοι. Μέχρι τα τέλη του



2018, ο Can Kid είχε ανακυκλώσει περίπου 1.000.000 συσκευασίες. Ο κοινωνικός και περιβαλλοντικός στόχος της πρωτοβουλίας ενεργοποίησε μέχρι στιγμής 23 κοινότητες.

Facebook: [TenekeCocuk](#)



MAKAMER: Ο κύριος στόχος του Κέντρου Γυναικών Αμμοχώστου είναι η ψυχολογική και επαγγελματική υποστήριξη των γυναικών που έχουν ανάγκη. Στο πλαίσιο του κοινωνικού στόχου του οργανισμού, προσφέρονται προγράμματα επιμόρφωσης, καθώς και νομική και ψυχολογική στήριξη. Οποιαδήποτε έσοδα προκύπτουν από τις διάφορες εκδηλώσεις που διοργανώνονται, χρησιμοποιούνται για την εκπαίδευση των παιδιών των μειονεκτουσών οικογενειών. Στις γυναίκες που εκπαιδεύονται στα εργαστήρια χειροτεχνίας της

ΜΑΚΑΜΕΡ, προσφέρεται χώρος και υποστήριξη για την πώληση των προϊόντων τους, τα οποία περιλαμβάνουν Λευκαρίτικα, χειροποίητα κεραμικά, ψάθινες κατασκευές και άλλα.

Facebook: Mağusa Kadın Merkezi Derneği – Makamer

*“Οτιδήποτε μπορείς να πετύχεις,
ή να ονειρευτείς ότι το μπορείς, ξεκίνησε το.
Η τόλμη εμπεριέχει ιδιοφυΐα, δύναμη και μαγεία.”*

Johann Wolfgang von Goethe



Βιβλιογραφία:



1. European Commission, (2016). Social Enterprises and their Eco-systems: Developments in Europe. Available at: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=16376&langId=en>
2. European Commission, (2015). A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, Synthesis. Available at: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>
3. PBS Foundation. Enterprising Ideas, What is a Social Entrepreneur. Available at: <http://www.pbs.org/now/enterprisingideas/what-is.html>
4. J. Gregory Dees, (1998, rev 2001). The Meaning of Social Entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship. Available at: https://centers.fuqua.duke.edu/case/knowledge_items/the-meaning-of-social-entrepreneurship/
5. Thompson, J.L. (2002). The World of the Social Entrepreneur. The International Journal of Public Sector Management. 15 (4/5): 413.
6. Digital Opportunity Trust, (2019). 5 Characteristics of successful social entrepreneurs. Available at: <https://www.dotrust.org/>
7. European Commission. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Sectors Social economy in the EU, Social enterprises. Available at: http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en
8. Abdullahi Muhammed, (2018). Four challenges (Millenial) social entrepreneurs should account for when running their businesses. Available at: <https://www.entrepreneur.com/article/309905>
9. European Commission. The Social Business Initiative. Available at: http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en
10. Κυπριακή Δημοκρατία, Μονάδα Διοικητικής Μεταρρύθμισης, Γραφείο Προεδρίας. Κοινωνική Επιχειρηματικότητα. Available at: <http://www.reform.gov.cy/en/entrepreneurship-and-investments/socialentrepreneurship>
11. Purpose games, (2017). Statistics for the game Activation Energy. Available at: <https://www.purposegames.com/game/activation-energy-game/stats>
12. Alexandra Wilson, (2017). Forbes 30 under 30 Europe: Social Entrepreneurs. Available at: <https://www.forbes.com/30-under-30-europe-2017/socialentrepreneurs/#5a6173b4154d>
13. Φωτογραφία εξωφύλλου, σελ. 1, σελ. 3, σελ. 4, σελ. 7, σελ. 8, σελ 12, σελ. 14, σελ 15 από <http://unsplash.com>. Φωτογραφία σελ. 10 από <http://pexels.com>.

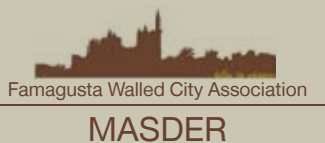




Αυτός ο οδηγός δημιουργήθηκε στο πλαίσιο του έργου 'Go Social: Supporting Employability through Social Entrepreneurship' που χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και υλοποιείται από τον οργανισμό Famagusta Walled City Association (MASDER) σε συνεργασία με τον περιβαλλοντικό οργανισμό ΑΚΤΗ - Κέντρο Μελετών και Έρευνας και τον σύνδεσμο MAKAMER Famagusta Women Centre Association.



www.akti.org.cy



Τα περιεχόμενα αυτής της δημοσίευσης αποτελούν αποκλειστική ευθύνη των δημιουργών της και σε καμία περίπτωση δεν μπορούν να θεωρηθούν ότι αντικατοπτρίζουν τις θέσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης.