



Funded by
the European Union



**ΠΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ
Η ΕΠΟΜΕΝΗ ΓΕΝΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΚΑ220-VET-ECFF84E6**

**Ενότητα 1:
Κοινωνικές επιχειρήσεις, διαχείριση και λειτουργία**

Έκδοση:	Συγγραφείς:	Ημερομηνία:
V.1	CBE & MICC	14/11/2022

Ενότητα 1 - Κοινωνικές επιχειρήσεις, διαχείριση και λειτουργία

Εισαγωγή

Αυτή η ενότητα έχει ως στόχο να παρέχει στους επιχειρηματίες με κοινωνική δράση τις γενικές γνώσεις για το τι είναι μια τέτοια επιχείρηση μέσω της Ευρώπης, διερευνώντας τον ορισμό και την ιστορία της.

Επιπλέον, η ενότητα αυτή προσφέρει στους νέους επιχειρηματίες την ευκαιρία να ανακαλύψουν περισσότερα για το θέμα των κοινωφελών επιχειρήσεων και την πιστοποίηση B-Corp. Ένας βασικός στόχος αυτής της ενότητας είναι να καθοδηγήσει αυτούς τους νέους επιχειρηματίες να αποκτήσουν την πιστοποίηση.

Μέσω της ανάλυσης της νομοθεσίας για τις επιχειρήσεις κοινωνικού χαρακτήρα στις ευρωπαϊκές χώρες, η ενότητα αυτή, θέλει να διασφαλίσει την αντίληψη των διαφορετικών τυπολογιών για τις συγκεκριμένες επιχειρήσεις Ευρώπης.

Αποδεικνύεται ότι είναι σημαντικό για τους νέους επιχειρηματίες να μην επικεντρωθούν μόνο στη χώρα τους, αλλά να βρουν νέους συνεργάτες σε όλη την Ευρώπη μέσω μιας ακριβής ανάλυσης των ενδιαφερομένων μερών και ενός καλού επιχειρηματικού σχεδίου.

Τέλος, η παρούσα Ενότητα θέλει να παρέχει στον αναγνώστη μια βέλτιστη πρακτική μιας επιχείρησης κοινωνικού χαρακτήρα που δραστηριοποιείται για περισσότερα από 15 χρόνια. Με αυτόν τον τρόπο οι νέοι επιχειρηματίες του κοινωνικού τομέα έχουν την ευκαιρία να αναπτύξουν τις σωστές ικανότητες που απαιτούνται για την ανάπτυξη που πέρα από το άγνωστο.

Μαθησιακοί στόχοι/ αποτελέσματα

Αυτή η ενότητα αποσκοπεί στην επίτευξη αυτών των μαθησιακών στόχων:

- Να είστε σε θέση να αναγνωρίζετε μια επιχείρηση κοινωνικού χαρακτήρα
- Να γνωρίζετε τα οφέλη της πιστοποίησης B-Corp
- Πώς να αποκτήσετε την πιστοποίηση B-Corp
- Να γνωρίζετε τη νομοθεσία που αφορά τις κοινωνικού χαρακτήρα επιχειρήσεις σε διάφορες ευρωπαϊκές χώρες.
- Να αναγνωρίσετε τη σημασία και τα πλεονεκτήματα της συμμετοχής σε ένα διεθνές δίκτυο.
- Να είστε σε θέση να αλληλοεπιδράσετε με τους ενδιαφερόμενους φορείς σας
- Να είστε σε θέση να προωθήσετε το προϊόν σας
- Πώς να μετράτε τον κοινωνικό αντίκτυπο
- Να εμπνευστείτε από μια επιτυχημένη μελέτη περίπτωσης επιχείρησης κοινωνικού χαρακτήρα.

ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Γνώση

- Ορισμός της κοινωνικής επιχείρησης
- Επεξήγηση του όρου Benefit Corporation
- Επισκόπηση του ευρωπαϊκού νομοθετικού συστήματος για τις κοινωνικές επιχειρήσεις
- Σύνδεση ατόμων και οργανισμών από διαφορετικές κοινότητες και κοινωνικές επιχειρήσεις
- Εύρεση της σωστής ισορροπίας μεταξύ κοινωνικής και οικονομικής διάστασης στις κοινωνικές επιχειρήσεις
- Βασικές γνώσεις για την αξιολόγηση του κοινωνικού αντίκτυπου

Δεξιότητες

- Κατανόηση για το τι κάνει μια κοινωνική επιχείρηση
- Κατανόηση των διαφορών μεταξύ των Benefit Corporations
- Η δυνατότητα απόκτησης πιστοποιητικού B.Corp.
- Βασικές γνώσεις για τη δημιουργία της κοινωνικής και οικονομικής διάστασης
- Γνώσεις για τη δημιουργία ενός συστήματος πολλαπλών εμπλεκόμενων μερών
- Γνώσεις σχετικά με την χαρτογράφηση του ευρωπαϊκού νομοθετικού συστήματος των κοινωνικών επιχειρήσεων

Ικανότητες

- Αναγνώριση μιας κοινωνική επιχείρησης
- Μετατροπή μιας εταιρίας σε ένα Benefit Corporation
- Απόκτηση πιστοποιητικού B-Corp
- Εύρεση της κατάλληλης νομοθεσίας σε μια συγκεκριμένη χώρα για τον ορισμό της κοινωνικής σας επιχείρησης
- Δημιουργία δικτύου και αλληλεπίδραση με τους εμπλεκόμενους φορείς
- Γνώσεις για την αντιμετώπιση του κοινωνικού και οικονομικού δυαδισμού
- Κατανόηση του ρόλου των εμπλεκόμενων μερών και πώς μπορούν δημιουργήσουν μια επιχείρηση κοινωνικά πολύτιμη.

Αναλυτικό ευρετήριο

Κοινωνικές επιχειρήσεις, διαχείριση και λειτουργία

1. Τι είναι μια κοινωνική επιχείρηση;

- 1.1. Ορισμός
- 1.2. Πλαίσιο και ιστορικό
- 1.3. Κοινωνικές επιχειρήσεις σήμερα

2. B-Corp και πώς να αποκτήσετε πιστοποίηση

- 2.1. Τι είναι οι Benefit Corporations;
- 2.2. Τι είναι οι B-Corps;
- 2.3. Οι Benefit Corporations ως νομικά πρόσωπα

3. Χαρτογράφηση της νομοθεσίας σε διάφορες χώρες για τις κοινωνικές επιχειρήσεις

- 3.1. Ισπανία
- 3.2. Ιταλία
- 3.3. Γερμανία
- 3.4. Κύπρος
- 3.5. Μάλτα
- 3.6. Βέλγιο

4. Πώς να δημιουργήσετε ή να αποκτήσετε πρόσβαση σε ένα δίκτυο και να αλληλεπιδράσετε με τους εμπλεκόμενους φορείς;

- 4.1. Γιατί είναι σημαντική η δικτύωση κοινωνικών επιχειρήσεων;
- 4.2. Πώς να χτίσετε ένα δίκτυο
- 4.3. Πώς να αλληλεπιδράτε με τους υπόλοιπους εμπλεκόμενους φορείς
- 4.4. Πλεονεκτήματα ενός συστήματος πολλαπλών εμπλεκόμενων μερών

5. Συνέργεια και ισορροπία μεταξύ κοινωνικών και οικονομικών στόχων - Πώς να διαθέσετε το προϊόν σας στην αγορά

- 5.1. Οικονομικός και κοινωνικός δυϊσμός
- 5.2. Οικονομική διάσταση
- 5.3. Κοινωνική διάσταση
- 5.4. Κοινωνικό μάρκετινγκ

6. Πώς να μετρήσετε τον κοινωνικό αντίκτυπο

- 6.1. Σκοπός της μέτρησης
- 6.2. Ενδιαφερόμενα μέρη
- 6.3. Αλυσίδα αξίας επιπτώσεων
- 6.4. Προσέγγιση της μέτρησης

7. Βέλτιστη περίπτωση- Συνέντευξη με το Close the Gap

1. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ: Ορισμός

Αυτή η ενότητα διερευνά την έννοια των κοινωνικών επιχειρήσεων. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι φορείς της κοινωνικής οικονομίας των οποίων κύριος στόχος είναι να έχουν κοινωνικό αντίκτυπο και όχι κέρδος για τους ιδιοκτήτες/μετόχους τους.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις λειτουργούν με την παροχή αγαθών και υπηρεσιών για την αγορά με επιχειρηματικό και καινοτόμο τρόπο και χρησιμοποιούν τα κέρδη τους κυρίως για την επίτευξη κοινωνικών στόχων, η διαχείρισή τους γίνεται με υπεύθυνο τρόπο, με τη συμμετοχή των εργαζομένων, των καταναλωτών και κάθε εμπλεκόμενου που επηρεάζεται από τις εμπορικές τους δραστηριότητες.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις επικεντρώνονται στην επίτευξη ευρύτερων κοινωνικών, περιβαλλοντικών ή κοινοτικών στόχων.

1.2 Πλαίσιο και ιστορικό

Η έννοια της κοινωνικής επιχείρησης είναι πιο περίπλοκη από ό,τι φαίνεται, κάθε χώρα έχει διαφορετική έννοια της κοινωνικής επιχείρησης ανάλογα με το ιστορικό και πολιτιστικό της υπόβαθρο.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ορίζει τον όρο κοινωνική επιχείρηση για να καλύψει τους διάφορους τύπους επιχειρήσεων:

- Επιχειρήσεις που η εμπορική τους δραστηριότητα λειτουργεί με γνώμονα του κοινού καλό, συχνά με τη μορφή υψηλού επιπέδου κοινωνικής καινοτομίας
- Επιχειρήσεις των οποίων τα κέρδη επανεπενδύονται κυρίως για την επίτευξη αυτού του κοινωνικού στόχου
- Επιχειρήσεις στις οποίες η μέθοδος οργάνωσης ή το σύστημα ιδιοκτησίας αντικατοπτρίζει την αποστολή της επιχείρησης, χρησιμοποιώντας δημοκρατικές ή συμμετοχικές αρχές ή εστιάζοντας στην κοινωνική δικαιοσύνη.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται κυρίως σε 4 τομείς:

- Ένταξη ατόμων με αναπηρία και ανέργων, στην αγορά εργασίας,
- Προσωπικές κοινωνικές υπηρεσίες - υγεία, ευημερία και ιατρική περίθαλψη, επαγγελματική κατάρτιση, εκπαίδευση, υπηρεσίες υγείας, υπηρεσίες φροντίδας παιδιών, υπηρεσίες για ηλικιωμένους ή βοήθεια για μειονεκτούντα άτομα,

- Τοπική ανάπτυξη μειονεκτουσών περιοχών - κοινωνικές επιχειρήσεις σε απομακρυσμένες αγροτικές περιοχές, προγράμματα ανάπτυξης/αποκατάστασης γειτονιών σε αστικές περιοχές, αναπτυξιακή βοήθεια και αναπτυξιακή συνεργασία με τρίτες χώρες,
- Άλλα - συμπεριλαμβανομένης της ανακύκλωσης, της προστασίας του περιβάλλοντος, του αθλητισμού, των τεχνών, του πολιτισμού ή της ιστορικής διατήρησης, της επιστήμης, της έρευνας και της καινοτομίας, της προστασίας των καταναλωτών και του ερασιτεχνικού αθλητισμού.

1.3 Κοινωνικές επιχειρήσεις σήμερα

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις αποτελούν σήμερα ένα σημαντικό μέρος της ευρωπαϊκής κοινωνικής δομής, λόγω του πρόσφατου πολλαπλασιασμού τους και του αυξανόμενου ενδιαφέροντος που προκαλούν στους φορείς χάραξης πολιτικής, στους ερευνητές και στους επαγγελματίες.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δρομολόγησε δύο μελέτες χαρτογράφησης ως συνέχεια της ανακοίνωσής της το 2011 σχετικά με την πρωτοβουλία για τις κοινωνικές επιχειρήσεις (SBI).

Η τελευταία χαρτογράφηση έλαβε υπόψη: το ιστορικό υπόβαθρο και τις συνθήκες εμφάνισης των κοινωνικών επιχειρήσεων- την εξέλιξη της έννοιας και το υφιστάμενο εθνικό πολιτικό και νομικό πλαίσιο για τις κοινωνικές επιχειρήσεις- την κλίμακα και τα χαρακτηριστικά της δραστηριότητας των κοινωνικών επιχειρήσεων- τα δίκτυα και τους μηχανισμούς αλληλοϋποστήριξης- την έρευνα, την εκπαίδευση και την ανάπτυξη δεξιοτήτων- τους διαθέσιμους πόρους για τις κοινωνικές επιχειρήσεις.

Οι εθνικές εκθέσεις επιβεβαιώνουν ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις αναπτύχθηκαν χάρη στην αλληλεπίδραση μεταξύ της δυναμικής από κάτω προς τα πάνω (κυρίως υπό την ηγεσία της κοινότητας) και της δυναμικής από πάνω προς τα κάτω (κυρίως υπό την καθοδήγηση τρίτων). Ενώ οι δυναμικές από κάτω προς τα πάνω έχουν τις ρίζες τους στη μακρόχρονη παράδοση των πρώτων μορφών συνεταιρισμών και ενώσεων, οι δυναμικές από πάνω προς τα κάτω είναι στενά συνυφασμένες με την ανάπτυξη των συστημάτων του κράτους πρόνοιας. Σε χώρες που διακρίνονται τόσο για τον ανεπαρκή βαθμό κάλυψης των υπηρεσιών γενικού συμφέροντος όσο και για την ισχυρή δέσμευση των πολιτών ή/και τη συνεταιριστική παράδοση, οι κοινωνικές επιχειρήσεις ενισχύθηκαν αρχικά αυθόρμητα από ομάδες πολιτών με σκοπό να καλύψουν τα κενά στην παροχή υπηρεσιών πρόνοιας και γενικού συμφέροντος.

Η πλειονότητα των κρατών μελών της ΕΕ διακρίνεται από μάλλον ανισόρροπα οικοσυστήματα, δίνοντας υπερβολική έμφαση σε μια κατεύθυνση, υποτιμώντας άλλες. Στις περισσότερες περιπτώσεις, αυτό συνεπάγεται την παραμέληση της ανάπτυξης ικανοτήτων, της δικτύωσης και της συνεργασίας μεταξύ των κοινωνικών επιχειρήσεων. Όσον αφορά τους διαθέσιμους πόρους, οι εκθέσεις των χωρών επιβεβαιώνουν ότι η εξασφάλιση πρόσβασης μόνο σε επιστρεπτέους πόρους, η ζήτηση για τους οποίους είναι περιορισμένη, δεν είναι επαρκής. Ένα ολοκληρωμένο

οικοσύστημα οφείλει επίσης να βελτιώσει τις πρακτικές των δημόσιων συμβάσεων και να προωθή τη σταθεροποίηση των πόρων που παράγουν εισόδημα.

Η κοινωνική επιχείρηση είναι ένα ολοένα και πιο διαδεδομένο φαινόμενο με μεγάλες δυνατότητες, οι οποίες δεν έχουν ακόμη αξιοποιηθεί πλήρως. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν σημαντικό αντίκτυπο στο εισόδημα, την απασχόληση και την ευημερία, ιδίως στις χώρες όπου έχουν μακρά ιστορία και έχουν αναγνωριστεί σε μεγάλο βαθμό, τόσο πολιτικά όσο και νομικά.

Όπως τονίζεται στις εκθέσεις των χωρών, η κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν είναι μια νέα τάση. Αντί να απορρέει από επιχειρηματικά μοντέλα, όπως συμβαίνει στις Ηνωμένες Πολιτείες, στην Ευρώπη και στις παραμεθόριες χώρες η κοινωνική επιχειρηματικότητα πηγάζει κυρίως από οργανωτικά μοντέλα και αξίες που έχουν ισχυρές ρίζες στις ευρωπαϊκές κοινωνίες, όπως η αλληλεγγύη, η αυτοβοήθεια, η συμμετοχή χωρίς αποκλεισμούς και βιώσιμη ανάπτυξη. Ως εκ τούτου, η κοινωνική επιχείρηση προκύπτει κυρίως από μια συλλογική δυναμική και είναι ένα συλλογικό επιχειρηματικό μοντέλο.

Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορεί να έχουν μακρά ιστορία. Η Γερμανία, για παράδειγμα, έχει μακρά παράδοση σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς που από τον Μεσαίωνα παρείχαν κοινωνικές υπηρεσίες.

Στην πραγματικότητα, οι περισσότερες κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν τις ρίζες τους στην παράδοση των συλλόγων, των εταιρειών αλληλοβοήθειας και της συνεταιριστικής και εθελοντικής δέσμευσης που προηγήθηκε της δημιουργίας των σύγχρονων κρατικών φορέων.

Ωστόσο, σε άλλες χώρες η ιστορία και η προέλευση των κοινωνικών επιχειρήσεων συνδέεται στενά με τα χαρακτηριστικά και την εξέλιξη των συστημάτων κοινωνικής πρόνοιας.

2 B-CORP ΚΑΙ ΠΩΣ ΝΑ ΑΠΟΚΤΗΣΕΤΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ: Τι είναι οι Benefit Corporations;

Αυτή η ενότητα διερευνά την έννοια των εταιρειών Benefit. Οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί και οι κυβερνήσεις δεν μπορούν να αντιμετωπίσουν μόνο τους τα πιο σύνθετα προβλήματα της κοινωνίας. Οι επιχειρήσεις και οι κερδοσκοπικοί οργανισμοί μπορούν και θα κάνουν τη διαφορά.

Μια εταιρεία με σκοπό την παροχή υπηρεσιών είναι μια επιχειρηματική οντότητα με διπλό σκοπό: την επίτευξη κέρδους και την προώθηση του δημόσιου συμφέροντος. Ενώ ο αποκλειστικός σκοπός μιας κερδοσκοπικής εταιρείας είναι να αποκομίσει κέρδη για τους μετόχους της και ο σκοπός μιας μη κερδοσκοπικής εταιρείας είναι να εκπληρώσει την αποστολή της ή να υποστηρίξει τους δικαιούχους της (όπως η προώθηση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας ή η εξυπηρέτηση ατόμων με χαμηλό εισόδημα), μια B-CORP εταιρεία ασχολείται και με τα δύο.

Για να είναι επιλέξιμη ως φιλανθρωπική εταιρεία, η εταιρεία σας πρέπει να έχει κοινωφελή σκοπό και να δεσμεύεται για τη δημιουργία ετήσιων εκθέσεων που να δείχνουν την πρόοδό σας προς την επίτευξη της δηλωμένης αποστολής σας.

Τα έγγραφα σύστασής σας πρέπει να περιλαμβάνουν δήλωση ενός ή περισσότερων κοινωφελών σκοπών, όπως:

- εξυπηρέτηση ατόμων ή κοινοτήτων με χαμηλό εισόδημα
- περιβαλλοντική βιωσιμότητα
- προώθηση των τεχνών ή της μουσικής
- διαμοιρασμός των κερδών με φιλανθρωπικά ιδρύματα
- συμβολή στην επιστημονική έρευνα
- προώθηση της δημόσιας εκπαίδευσης, ή
- γενικού κοινωφελούς σκοπού

2.2 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ B-CORPS;

Οι πιστοποιημένες B-Corps είναι εκείνες που εργάζονται "για τη μείωση της ανισότητας, τη μείωση της φτώχειας, ένα υγιέστερο περιβάλλον, ισχυρότερες κοινότητες και τη δημιουργία περισσότερων θέσεων εργασίας υψηλής ποιότητας με αξιοπρέπεια και σκοπό".

(<https://bcorporation.eu/about-b-corps>)

Οι επιχειρήσεις και τα κέρδη δεν είναι ο σκοπός των Benefit Corporations, αλλά το μέσο για έναν μεγαλύτερο σκοπό, δηλαδή την ευημερία των εργαζομένων τους, των κοινοτήτων και του περιβάλλοντος γύρω τους.

Οι B-Corps εξισορροπούν τα συμφέροντα των μετόχων με τα συμφέροντα των εργαζομένων, των πελατών, των κοινοτήτων και του περιβάλλοντος.

Το κίνημα B-Corp γεννήθηκε στις ΗΠΑ το 2006 μέσω του έργου του B-Lab, μιας ΜΚΟ που έχει ως αποστολή τη διάδοση μιας νέας διεθνούς κουλτούρας που βασίζεται στον κοινωνικό αντίκτυπο και την ευθύνη κάθε επιχείρησης σε όλο τον κόσμο.

Οι B-Corps μπορούν να θεωρηθούν ως επέκταση της έννοιας της κοινωφελούς εταιρείας.

Μετά την παγκόσμια σημασία του κινήματος των B-Corp πολλές κυβερνήσεις αναπτύσσουν τη δική τους νομοθεσία προκειμένου να επικυρώσουν τις B-Corporations ως νομικά πρόσωπα.

Οι Benefit Corporations έχουν αποκτήσει νομικό καθεστώς στις ακόλουθες χώρες:

- Ιταλία ("società Benefit")
- Γαλλία
- Κολομβία
- Εκουαδόρ
- ΗΠΑ (36 Πολιτείες)

Η διαδικασία νομιμοποίησης πραγματοποιείται επιπλέον σε 5 νέες χώρες των ΗΠΑ και σε 12 ακόμη χώρες σε όλο τον κόσμο.

Στόχος του B-Lab είναι να δημιουργήσει "μια παγκόσμια κοινότητα πιστοποιημένων εταιρειών B που πληρούν τα υψηλότερα πρότυπα επαληθευμένων, συνολικών κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδόσεων, δημόσιας διαφάνειας και νομικής λογοδοσίας".

Όπως εξηγήθηκε προηγουμένως, το να είσαι B-Corp απαιτεί ένα συγκεκριμένο πρότυπο- η λειτουργία με διαφανή, υπεύθυνο και βιώσιμο τρόπο, έχοντας σαν αποτέλεσμα πρόσθετο κόστος για την εταιρεία.

Γιατί να γίνετε μια B-Corp;

Το να γίνεις B-Corp έχει πολλές θετικές πλευρές, οι B-Corp είναι πιο ελκυστικές για πιθανούς εργαζόμενους. Σύμφωνα με το Harvard Business Review, οι millennials, που αντιπροσωπεύουν περίπου το 50% του παγκόσμιου εργατικού δυναμικού, αναζητούν εργασία που τους συνδέει με έναν ευρύτερο σκοπό.

Από οικονομικής πλευράς, το να είσαι μια B-Corp επιφέρει μια αξιοσημείωτη αναγνώριση από πλευράς φήμης, ο Τύπος και οι κριτικές των χρηστών τείνουν να λαμβάνουν υπόψη την κοινωνική πλευρά της επιχείρησης.

Οι εταιρείες B έχουν επίσης ανταγωνιστικό πλεονέκτημα λόγω της μεγαλύτερης ελκυστικότητας για τους επενδυτές με βάση τη μεγάλη προβολή και την ύπαρξη ευνοϊκής νομοθεσίας στην πλειονότητα των χωρών.

2.3 Οι Benefit Corporations ως νομικά πρόσωπα

Η LoreB Lab ανέπτυξε την αξιολόγηση B-Impact Assessment, η οποία είναι διαθέσιμη δωρεάν για κάθε εταιρεία που ενδιαφέρεται να αξιολογήσει το επίπεδο δέσμευσής της προς τις κοινότητες και το περιβάλλον.

Χρησιμοποιείται από περισσότερες από 150.000 επιχειρήσεις και μπορεί να βοηθήσει στη μέτρηση, τη διαχείριση και τη βελτίωση των θετικών επιδόσεων για το περιβάλλον, τις κοινότητες, τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους εργαζόμενους και τους μετόχους. Η επίτευξη μιας ελάχιστης επαληθευμένης βαθμολογίας 80 βαθμών στην αξιολόγηση είναι επίσης το πρώτο βήμα για την πιστοποίηση B Corp.

1. Κάντε το τεστ δωρεάν: <https://bimpactassessment.net/>
2. Εάν ο βαθμός σας είναι 80/200 ή υψηλότερος, επικυρώστε τα αποτελέσματά σας με το B- Lab,
3. Εγγραφείτε στη Διακήρυξη Αλληλεξάρτησης των C-Corp!

Η αξιολόγηση επιπτώσεων B περιλαμβάνει σειρά ερωτήσεων σχετικά με τις πρακτικές και τις εκροές της εταιρείας σε πέντε κατηγορίες: διακυβέρνηση, εργαζόμενοι, κοινότητα, περιβάλλον και πελάτες.

2.4 ΠΛΑΙΣΙΟ

Μετά από μια μακρά πορεία, η εικόνα των εταιρειών άλλαξε, η αρχική ιδέα μιας εταιρείας που επιδιώκει το κλασικό συμφέρον των μετόχων αντικαταστάθηκε από έναν ευρύτερο ορίζοντα που λαμβάνει υπόψη όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη- την 1η Ιανουαρίου 2016, η Ιταλία έγινε το πρώτο ευρωπαϊκό κράτος και η δεύτερη χώρα στον κόσμο που δημιούργησε ένα νέο νομικό καθεστώς για τις εταιρείες, που ονομάζεται "Società Benefit" (στις ΗΠΑ, Benefit Corporation).

Η "Società Benefit" είναι μια εταιρεία που συνδυάζει τον στόχο του κέρδους με τον σκοπό της δημιουργίας θετικού αντίκτυπου για την κοινωνία και το περιβάλλον και η οποία λειτουργεί με διαφανή, υπεύθυνο και βιώσιμο τρόπο.

3 ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΗΣΗ ΤΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΧΩΡΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ: Νομοθεσία για τις κοινωνικές επιχειρήσεις σε όλη την Ευρώπη

Αυτή η ενότητα διερευνά την έννοια των κοινωνικών επιχειρήσεων, ιδίως τη χαρτογράφηση της νομοθεσίας σε διάφορες χώρες.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι φορείς της κοινωνικής οικονομίας των οποίων κύριος στόχος είναι να έχουν κοινωνικό αντίκτυπο και όχι κέρδος για τους ιδιοκτήτες/μετόχους τους.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις στις διάφορες χώρες έχουν διαφορετική μορφή λόγω των διαφορών τόσο στο ιστορικό υπόβαθρο όσο και στο πολιτιστικό περιβάλλον, επομένως υπάρχουν αρκετές αποκλίσεις μεταξύ των εθνικών νομοθεσιών.

3.2 ΙΣΠΑΝΙΑ

Η κατάσταση στην Ισπανία δείχνει ένα ανερχόμενο οικοσύστημα κοινωνικών επιχειρήσεων που δείχνει μια αντίθεση μεταξύ ιδρυματοποίησης και καινοτομίας.

Τα δίκτυα κοινωνικών επιχειρήσεων χαρακτηρίζονται για τη διπλή αποστολή τους: από τη μία πλευρά υπερασπίζονται τα συλλογικά και επαγγελματικά συμφέροντα των κοινωνικών επιχειρήσεων και από την άλλη προωθούν και θεσπίζουν κάθε είδους υπηρεσίες που εξυπηρετούν τα συμφέροντα και τις ανάγκες των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Η Ισπανία παρουσιάζει βασικά δύο αντίθετες προσεγγίσεις για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, οι οποίες προορίζονται τόσο για τις παραδοσιακές μορφές κοινωνικής οικονομίας όσο και για τα νέα επιχειρηματικά μοντέλα που εξισορροπούν τους οικονομικούς και κοινωνικούς στόχους.

3.3 ΙΤΑΛΙΑ

Η ιστορία των κοινωνικών επιχειρήσεων στην Ιταλία είναι στενά συνδεδεμένη με τα χαρακτηριστικά και την εξέλιξη του συστήματος πρόνοιας στην Ιταλία.

Διατρέχει σχεδόν 40 χρόνια, καλύπτοντας ποικίλες τάσεις στους διάφορους οργανωτικούς τύπους που συνθέτουν το φάσμα των κοινωνικών επιχειρήσεων. Αυτές είναι:

- Κοινωνικοί συνεταιρισμοί,
- Επιχειρηματικές ενώσεις και ιδρύματα,
- Εταιρείες περιορισμένης ευθύνης,
- Παραδοσιακοί συνεταιρισμοί και κοινωνίες αλληλοβοήθειας.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν αναπτυχθεί σε διάφορα στάδια. Στο πρώτο στάδιο, οι εθελοντικές οργανώσεις και οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί ήταν οι καθοριστικοί παράγοντες. Στη συνέχεια, οι σύλλογοι και τα ιδρύματα που στρέφονται προς μια ισχυρότερη επιχειρηματική στάση άρχισαν να διαδραματίζουν όλο και πιο σημαντικό ρόλο. Τέλος, οι εταιρείες περιορισμένης ευθύνης που χαρακτηρίζονται ως κοινωνικές επιχειρήσεις επειδή επιδιώκουν σαφείς κοινωνικούς στόχους και υιοθετούν τα χαρακτηριστικά της διακυβέρνησης χωρίς αποκλεισμούς, έχουν μπει στο παιχνίδι.

Βασικές αλλαγές εισήχθησαν πρόσφατα με τον νόμο 106/2016 για τη μεταρρύθμιση του "τρίτου τομέα" και τα νομοθετικά διατάγματα 117/2017 και 112/2017.). Όπως δήλωσε η κυβέρνηση, ο στόχος του νόμου 106/2016 ήταν διπλός: πρώτον, να παράσχει ένα κοινό πλαίσιο για τον τομέα με σκοπό να ξεπεραστεί ο κατακερματισμός του από διαφορετικές οπτικές γωνίες, όσον αφορά τους οργανωτικούς τύπους (που προκλήθηκαν από τις διάφορες νομικές μορφές που είχαν εισαχθεί τις προηγούμενες δεκαετίες σχετικά με τις εθελοντικές ενώσεις, και την κοινωνική πρόωθηση).

3.4 ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Οι γερμανικές κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν ισχυρές ρίζες σε διάφορες παραδόσεις: από τη συνεταιριστική και φιλανθρωπική δράση μέχρι τα συνεταιριστικά, αμοιβαία και άλλα κίνητρα ομαδικής αυτοβοήθειας ή ενσωμάτωσης στην εργασία και επιχειρηματικές παραδόσεις.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σήμερα στη Γερμανία βασίζονται σε διάφορες ιστορικές πρόδρομες μορφές. Αυτές περιλαμβάνουν ισχυρές συνεταιριστικές ρίζες, καθώς και συνεταιριστικές, αλληλοβοηθητικές και άλλες παραδόσεις ομαδικής αυτοβοήθειας.

Καμία από τις γερμανικές αντιλήψεις δεν δίνει έμφαση στις διαστάσεις της διακυβέρνησης και της ιδιοκτησίας χωρίς αποκλεισμούς της ΕΕ.

Στη Γερμανία δεν υπάρχει ειδική νομοθεσία για την κοινωνική επιχειρηματικότητα, ούτε καν επίσημος ορισμός και, ως εκ τούτου, οι δημόσιες υπηρεσίες εξακολουθούν να διαφέρουν ως προς την κατανόηση της έννοιας.

Δεν φαίνεται να υπάρχουν έτοιμα σχέδια για τη θέσπιση τέτοιων πράξεων στο εγγύς μέλλον.

3.5 ΚΥΠΡΟΣ

Η νομική ρύθμιση σχετικά με τις κοινωνικές επιχειρήσεις στην Κύπρο είναι αρκετά πρόσφατη, βασίζεται σε νόμο του 2019, ο οποίος εγκρίθηκε το 2020 και καθορίζει το νομικό πλαίσιο που περιγράφει συγκεκριμένα κριτήρια που πρέπει να πληρούν οι νομικές οντότητες προκειμένου να τους αναγνωριστεί το καθεστώς της κοινωνικής επιχείρησης.

Το άρθρο 5 θεσπίζει δύο κατηγορίες κοινωνικών επιχειρήσεων:

- Κοινωνική επιχείρηση γενικού σκοπού: ο σκοπός της επιτυγχάνεται μέσω μιας κοινωνικής αποστολής που προωθεί θετικές κοινωνικές ή/και περιβαλλοντικές δράσεις με γνώμονα το συμφέρον της κοινωνίας και παρέχει υπηρεσίες ή αγαθά βάσει ενός επιχειρηματικού μοντέλου. Το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων της εταιρείας προέρχεται από την επιχειρηματική δραστηριότητα, επενδύει τουλάχιστον το 70% των κερδών της στην προώθηση της κοινωνικής της αποστολής και στην επίτευξή της.
- Επιχείρηση κοινωνικής ενσωμάτωσης: έχει ως πρωταρχικό σκοπό τη λειτουργία μιας κοινωνικής αποστολής μέσω της απασχόλησης τουλάχιστον του 40% του εργατικού δυναμικού της επιχείρησής της, από άτομα που ανήκουν σε ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού, παρέχει υπηρεσίες ή αγαθά βάσει ενός επιχειρηματικού μοντέλου, και διοικείται με τρόπο επιχειρηματικό, υπεύθυνο και διαφανή- ιδίως με τη συμμετοχή των μελών ή/και των εργαζομένων ή/και των πελατών ή/και άλλων ενδιαφερομένων μερών που επηρεάζονται από τις επιχειρηματικές δραστηριότητές της και δεν αποτελεί κρατική επιχείρηση.

3.6 ΜΑΛΤΑ

Η Μάλτα είναι μια μικρή οικονομία της αγοράς με μακρά ιστορία και παράδοση εθελοντικών οργανισμών (VO) και συνεταιρισμών. Πριν από την επίσημη αναγνώριση, οι VO ενέπιπταν στο δικαίωμα της ελευθερίας του συνεταιρίζεσθαι, το οποίο περιλαμβάνεται στο σύνταγμα της χώρας, αλλά στο δίκαιο της Μάλτας δεν υπάρχει επίσημος ορισμός της κοινωνικής επιχείρησης, αν και υπάρχει ορισμός που περιλαμβάνεται στο σχέδιο νόμου για την κοινωνική επιχείρηση (2015).

Το σχέδιο νόμου για τις κοινωνικές επιχειρήσεις ορίζει δύο διαφορετικούς τύπους κοινωνικών επιχειρήσεων:

- εταιρεία κοινωνικής επιχείρησης, (περιορίζεται σε εταιρείες περιορισμένης ευθύνης)
- οργάνωση κοινωνικής επιχείρησης (προβλέπεται για όλες τις άλλες νομικές μορφές).

Και οι δύο είναι προσαρμοσμένες στον επιχειρησιακό ορισμό της ΕΕ για τις SE, με τη διαφορά ότι δεν υπάρχει αναφορά στη συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών. Οι εταιρείες κοινωνικής επιχειρηματικότητας πρέπει να συμμορφώνονται με πρόσθετα κριτήρια (π.χ. περιορισμοί σε μισθούς και εθελοντές, ειδικές απαιτήσεις για το καταστατικό).

3.7 ΒΕΛΓΙΟ

Στο Βέλγιο, δεν υπάρχει ειδική νομοθεσία που να καλύπτει πλήρως το πεδίο εφαρμογής των κοινωνικών επιχειρήσεων. Υπάρχει, μάλλον, ένα σύνολο νόμων, διαταγμάτων (σε περιφερειακό επίπεδο) και δημόσιων διατάξεων που σχετίζονται με συγκεκριμένες νομικές μορφές, τομείς δραστηριότητας και τύπους κοινωνικών αποστολών. Ένα μεγάλο εύρος πολιτικών και νομικών διατάξεων εφαρμόζεται δυνητικά στις κοινωνικές επιχειρήσεις σε διάφορους τομείς και είναι αδύνατο να παρασχεθεί εξαντλητικός κατάλογος όλων αυτών των μέτρων.

Στο πλαίσιο του εταιρικού νόμου, το πλαίσιο της εταιρείας κοινωνικού χαρακτήρα δημιουργήθηκε το 1995. Το πλαίσιο αυτό δεν αποτελούσε, αυστηρά μιλώντας, μια νέα νομική μορφή- στην πραγματικότητα, όλοι οι τύποι οργανισμών μπορούσαν να υιοθετήσουν το καθεστώς της εταιρείας κοινωνικού χαρακτήρα, υπό την προϋπόθεση ότι "δεν είχαν ως στόχο τον πλουτισμό των μελών τους" και ότι το καταστατικό τους πληρούσε μια σειρά προϋποθέσεων.

Ενισχύοντας την εξέλιξη των οργανισμών προς μια επιχειρηματική στάση, οι πρόσφατες νομικές αλλαγές αναγνώρισαν επίσης την τάση των συνεταιρισμών να επιδιώκουν στόχους γενικού συμφέροντος. Από το 2019, μόνο οι συνεταιρισμοί μπορούν να πιστοποιούνται ως κοινωνικές επιχειρήσεις μέσω ενός νέου συστήματος διαπίστευσης. Υπάρχει ένα σύνολο προϋποθέσεων που πρέπει να πληροί ένας συνεταιρισμός για να διαπιστευτεί ως "κοινωνική επιχείρηση".

4. ΠΩΣ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕΤΕ Ή ΝΑ ΑΠΟΚΤΗΣΕΤΕ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΕ ΕΝΑ ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΝΑ ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΕΤΕ ΜΕ ΤΟΥΣ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΥΣ.

4.1 ΓΙΑΤΙ Η ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ;

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν ως κύριο στόχο, πέρα από την δημιουργία οικονομικής αξίας, και της κοινωνικής. Αυτός ο διπλός σκοπός περιορίζει την πρόσβαση σε πόρους, επειδή οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι λιγότερο ελκυστικές για τους εξωτερικούς επενδυτές.

Σε γενικές γραμμές, έξι προϋποθέσεις διαδραματίζουν θεμελιώδη ρόλο στην έναρξη της δραστηριότητας των κοινωνικών επιχειρήσεων: ηγεσία, νέες γνώσεις, χρηματοδότηση, ταλέντο και υπηρεσίες υποστήριξης, συμπεριλαμβανομένης της δικτύωσης.

Για τους επιχειρηματίες είναι απαραίτητο να δημιουργήσουν ένα δίκτυο επαφών για να εισέλθουν με επιτυχία στην αγορά και να προχωρήσουν στις επόμενες φάσεις της εταιρικής ζωής. Τα δίκτυα παρέχουν πρόσβαση στο κοινωνικό κεφάλαιο και παρέχουν αξιοπιστία στις νέες εταιρείες που δεν έχουν ακόμη ισχυρή φήμη στην αγορά. Είναι σημαντικό να βρεθεί έγκριση ή σύνδεση με φορείς και οργανισμούς που έχουν κάποιο κύρος ή εργάζονται στον ίδιο τομέα.

4.2 ΠΩΣ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕΤΕ ΕΝΑ ΔΙΚΤΥΟ

Τα δίκτυα κοινωνικών επιχειρήσεων μπορούν να συνδέσουν άτομα και οργανώσεις από διαφορετικές κοινότητες, κοινωνικές επιχειρήσεις και τοποθεσίες σε υποστηρικτικά δίκτυα.

Για να γίνετε μέλος ενός δικτύου, πρέπει να:

- να βρείτε εταίρους που μοιράζονται τις ίδιες ιδρυτικές αξίες,
- μοιραστείτε πληροφορίες,
- παρέχουν αμοιβαία υποστήριξη,
- προώθηση επιχειρηματικών ευκαιριών που ωφελούν και τους δύο.

Ο τρόπος με τον οποίο δημιουργείται το δίκτυο αλλάζει ανάλογα με τη φάση ζωής της επιχείρησης, καθώς και με τους ενδιαφερόμενους που συμμετέχουν σε αυτό. Κατά τη διαδικασία αυτή, στην πραγματικότητα, μεταβαίνουμε από τα "προσωπικά δίκτυα" στα "επαγγελματικά δίκτυα".

Στα αρχικά στάδια της ζωής της επιχείρησης, το δίκτυο χρησιμεύει για να διευκολύνει την πρόσβαση σε "απτούς" πόρους, όπως το αρχικό κεφάλαιο, τα υλικά περιουσιακά στοιχεία ή οι εμπορικές εγκαταστάσεις.

Στη φάση ανάπτυξης των επιχειρήσεων, η σημασία των δικτύων παραμένει, αλλά η χρήση τους μετατοπίζεται από την παροχή πρόσβασης σε οικονομικούς πόρους και αξιοπιστία, στην παροχή πρόσβασης σε προηγμένες γνώσεις και νέες αγορές.

Καθίσταται σημαντικό να δημιουργηθεί ένα δίκτυο με άλλες κοινωνικές επιχειρήσεις και να δημιουργηθούν στρατηγικές συνεργασίες, να μοιραστούν τα έξοδα έρευνας και ανάπτυξης ή να ανοίξουν πρόσβαση σε νέες αγορές.

Είναι δυνατή η δημιουργία ενός τοπικού, περιφερειακού, εθνικού ή διεθνούς δικτύου και ο λόγος της σύνδεσης μπορεί να είναι: γεωγραφική θέση, θέμα, κοινωνική αποστολή ή συνδυασμός αυτών.

Η συμμετοχή σε ένα τοπικό δίκτυο μπορεί να σας βοηθήσει να δικτυωθείτε και να συνδεθείτε με κοινωνικές επιχειρήσεις και επιχειρηματίες στην ίδια περιοχή. Αυτή η διαδικασία μπορεί να βοηθήσει να επηρεάσετε τους τοπικούς φορείς λήψης αποφάσεων, συμπεριλαμβανομένων των πολιτικών εκπροσώπων, των τοπικών συμβούλων, των δημοτικών υπαλλήλων και των τοπικών μέσων ενημέρωσης, ώστε να τους καταστήσετε ενήμερους για τις επιτυχίες, τις ανάγκες και τις ιδέες των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Είναι απαραίτητο να τονιστούν οι δεσμοί μεταξύ των κοινωνικών επιχειρήσεων και της κοινοτικής πρόνοιας.

Με βάση αυτή τη σύνδεση, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να συμμετάσχουν σε εκδηλώσεις που διοργανώνονται ειδικά για αυτού του είδους τις οντότητες, προκειμένου να δημιουργήσουν νέες σχέσεις ή να έρθουν απευθείας σε επαφή με μια εταιρεία με την οποία ενδιαφέρονται και να δημιουργήσουν μια συνεργασία, διευρύνοντας έτσι το δίκτυο.

Για να δημιουργήσετε ένα νέο δίκτυο, μπορεί να είναι χρήσιμο να οργανώσετε εκδηλώσεις δικτύωσης στην περιοχή σας και να προσκαλέσετε οργανισμούς να συμμετάσχουν.

Αυτές οι εκδηλώσεις δικτύωσης μπορούν να βοηθήσουν τους οργανισμούς και τους επιχειρηματίες να εντοπίσουν ευκαιρίες για συνεργασία ή σύμπραξη και μπορεί να είναι σημαντικό να έχετε μια έτοιμη παρουσίαση της επιχείρησής σας για να μπορέσετε να βρείτε ομοίδεάτες εταίρους που θα συμπεριληφθούν στο δίκτυό σας.

Σε αυτό το πλαίσιο, καθίσταται σημαντικό να τηρείται ένας κατάλογος επαφών, ώστε η επικοινωνία να είναι απλούστερη και αμεσότερη.

Η έλλειψη πόρων ή χρόνου συχνά περιορίζει τη δυνατότητα συμμετοχής σε εκδηλώσεις του δικτύου.

Μια λύση θα μπορούσε να είναι η διοργάνωση διαδικτυακών εκδηλώσεων για την ενθάρρυνση της συμμετοχής περισσότερων κοινωνικών επιχειρήσεων.

4.3 ΤΡΟΠΟΣ ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ

Οι επιχειρήσεις δεν μπορούν να περιορίζονται μόνο στις δραστηριότητες των μετόχων και στη μεγιστοποίηση της αξίας των μετοχών, αλλά πρέπει να ικανοποιούν τις προσδοκίες πολλών υποκειμένων -δηλαδή όσων επηρεάζουν μια επιχείρηση- προσπαθώντας να ικανοποιήσουν τις προσδοκίες όσων συμβάλλουν χρήσιμα στην αποτελεσματική ανάπτυξη της οικονομικής δραστηριότητας. Επομένως, προχωρούμε σε μια προοπτική πολλαπλών εμπλεκόμενων, δηλαδή σε ένα ανοικτό σύστημα διακυβέρνησης ικανό να συμφιλιώσει τα συμφέροντα των διαφόρων εμπλεκόμενων και να επιβεβαιώσει την κοινωνική τους ευθύνη. Αυτό σηματοδοτεί τη μετάβαση από την προοπτική των μονομερών εμπλεκόμενων μερών στην προοπτική των πολλαπλών.

Η κοινωνική επιχείρηση θεωρείται συνήθως ως ένας **οργανισμός με πολλούς εμπλεκόμενους φορείς**, με συμμετοχική διακυβέρνηση, η οποία προβλέπει την άμεση συμμετοχή της διοίκησης, προκειμένου να διασφαλιστεί ο διαμοιρασμός και η διαφάνεια των αποφάσεων.

Η σχέση με τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορεί να λάβει διάφορες μορφές: **ακρόαση, διαβούλευση, συν-σχεδιασμός, άμεση συμμετοχή** στην εταιρική βάση και στα διοικητικά συμβούλια.

Η κοινή συνισταμένη των διαφορετικών μορφών και μεθόδων σχέσεων με τους ενδιαφερόμενους φορείς έχει ως στόχο την ενθάρρυνση της καινοτομίας καθιστώντας της έννοιας της διακυβέρνησης **ανοικτή και συμμετοχική**.

Η **συμμετοχή των** εμπλεκόμενων μερών ορίζεται ως ο μηχανισμός διαβούλευσης ή συμμετοχής μέσω του οποίου οι εργαζόμενοι, οι χρήστες και άλλα πρόσωπα που ενδιαφέρονται άμεσα για τις δραστηριότητες μπορούν να ασκήσουν επιρροή στις αποφάσεις της κοινωνικής επιχείρησης, με ιδιαίτερη αναφορά στα θέματα που επηρεάζουν άμεσα τις συνθήκες εργασίας και την ποιότητα των αγαθών ή των υπηρεσιών.

Θα μπορούσε να είναι χρήσιμη η διεξαγωγή περιοδικών διαβουλεύσεων, όπως οι τηλεματικές (διαδικτυακές διαβουλεύσεις με τους χρήστες).

Εκτός του ότι η διαβούλευση πρέπει να είναι περιοδική, πρέπει να διεξάγεται με τρόπο που να την καθιστά "αποτελεσματική" και λειτουργική για την προώθηση της συμμετοχής των εργαζομένων και των χρηστών.

Η διαβούλευση μπορεί να βρει διάφορες απορρίψεις στα καταστατικά ή στους κανονισμούς, όπως:

- τη σύσταση **επιτροπών**,
- τη σύσταση **ειδικών συνελεύσεων που** εκπροσωπούν τους εργαζόμενους ή τους χρήστες,
- τη συμμετοχή των **εκπροσώπων των κατηγοριών** που συμμετέχουν στο όργανο της συνέλευσης,

- διαχείριση και έλεγχος,
- τη θέσπιση **περαιτέρω διαδικασιών**.

4.4 ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΝΟΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ



Για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, η συμμετοχή των διαφόρων εμπλεκόμενων μερών στη διακυβέρνηση του οργανισμού αποτελεί σημαντικό στοιχείο ικανό να δημιουργήσει σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα:

- μείωση των κενών πληροφόρησης μεταξύ του φορέα παραγωγής και των χρηστών των υπηρεσιών
- αύξηση της αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητας της παραγωγής
- αύξηση της ικανότητας ελέγχου, σε τομείς όπου είναι δύσκολο να ανατεθεί η ευθύνη σε εξωτερικούς φορείς
- τόνωση της μάθησης, χάρη σε διάφορες απόψεις, με μεγαλύτερη ικανότητα καινοτομίας και προβληματισμού,
- ικανότητα δημιουργίας πρόσθετων πόρων εκτός του οργανισμού, μέσω μεγαλύτερων ανταλλαγών με το περιβάλλον

Με την εμπλοκή των ενδιαφερόμενων μερών και την εφαρμογή διάφορων πολιτικών δράσεων, μπορούν να αναπτυχθούν ισχυροί παράγοντες στον τομέα της στρατηγικής διαχείρισης, όπως η πιο δίκαιη και βιώσιμη κοινωνική ανάπτυξη με την πάροδο του χρόνου, η καταλληλότερη διαχείριση των ρίσκου και της υπόληψης, η ανάπτυξη της εμπιστοσύνης προς την εταιρεία και η κοινωνική νομιμοποίησή της.

Προκειμένου να εφαρμόσουν αυτό το σύνθετο είδος διακυβέρνησης, οι κοινωνικές επιχειρήσεις πρέπει να είναι σε θέση να εκτιμήσουν την παρουσία των διαφόρων εμπλεκόμενων μερών, να επεξεργάζονται τα κίνητρα τους και να σέβονται τις προσδοκίες που δημιουργούνται. Ο οργανισμός πρέπει να είναι εξοπλισμένος με

ισχυρή ευελιξία, προσαρμοστικότητα και ικανότητα επίλυσης προβλημάτων, ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες που πρέπει να καλυφθούν.

5. ΣΥΝΕΡΓΕΙΑ ΚΑΙ ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ ΜΕΤΑΞΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΤΟΧΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ - ΠΩΣ ΝΑ ΔΙΑΘΕΣΕΤΕ ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΣΑΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ.

5.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΔΥΑΔΙΣΜΟΣ

Η κοινωνική επιχείρηση είναι ένας νομικός τίτλος που μπορούν να αποκτήσουν εταιρείες, ενώσεις και ιδρύματα και γίνεται εξαιρετικά δημοφιλής σε όλη την Ευρώπη. Οι λόγοι πίσω από αυτό το ενδιαφέρον απορρέουν από τα χαρακτηριστικά που υιοθετεί αυτό το επιχειρηματικό μοντέλο: ένας οργανισμός στον οποίο καταφέρνουν να συνυπάρχουν ο επιχειρηματικός χαρακτήρας, με στόχο την παραγωγή και την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών, και οι κοινωνικές δραστηριότητες, οι οποίες δεν καθοδηγούνται από τη μεγιστοποίηση του κέρδους, αλλά από την επιδίωξη κοινωνικών στόχων.

Αυτός ο δυαδισμός μπορεί να προκαλέσει εντάσεις στη διαχείριση των κοινωνικών και οικονομικών στόχων, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται προβλήματα στο εσωτερικό του οργανισμού. Αυτές οι πηγές έντασης μπορούν να προέρχονται τόσο από εσωτερικές υποομάδες όσο και από εξωτερικούς εμπλεκόμενους. Η αποτυχία εξισορρόπησης μεταξύ της ζήτησης των δύο αυτών στόχων συνδέεται με το mission drift, όρος που δίνεται όταν η κοινωνική επιχείρηση δίνει μεγαλύτερη έμφαση σε έναν από τους δύο στόχους της. Η υπερβολική προσοχή στους οικονομικούς στόχους μπορεί να απομακρύνει τον οργανισμό από τους κοινωνικούς του στόχους, ενώ η υπερβολική εστίαση στους κοινωνικούς στόχους μπορεί τελικά να επηρεάσει την οικονομική βιωσιμότητα του οργανισμού.

Σε αυτό το νέο και δύσκολο σενάριο, οι Κοινωνικές Επιχειρήσεις θα μπορούσαν να αποτελέσουν μια απάντηση στα οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα και να γίνουν φορείς προώθησης της αλλαγής. Είναι σε θέση να δώσουν λύσεις στις νέες ανάγκες των ανθρώπων και των κοινοτήτων. Μπορούν να σχεδιάζουν, να αναπτύσσουν και να εισάγουν μετασχηματισμούς στις σχέσεις μεταξύ ατόμων και θεσμών και, με αυτόν τον τρόπο, να επαναπροσδιορίζουν τους στόχους και τις προτεραιότητες της κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης.

Η κοινωνική επιχείρηση είναι, επομένως, ένας οργανισμός που παρέχει επιχειρηματικές απαντήσεις σε ανάγκες κοινωνικής φύσης και είναι μια οντότητα που καταφέρνει να συνδυάσει την οικονομική διάσταση, που αντιπροσωπεύεται από την επιχειρηματική προσέγγιση, με την κοινωνική διάσταση, που αφορά την επίλυση προβλημάτων που προκύπτουν σε συγκεκριμένα κοινωνικά και εδαφικά πλαίσια.

5.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ

Αυτό που χαρακτηρίζει μια επιχείρηση ως κοινωνική είναι οι στόχοι και ο τρόπος με τον οποίο πραγματοποιείται η παραγωγή. Ο ορισμός αρθρώνεται σε δύο διαστάσεις:

την οικονομική-επιχειρηματική και την κοινωνική. Η οικονομική-επιχειρηματική διάσταση απαιτεί την ύπαρξη τεσσάρων προϋποθέσεων:

- παραγωγή αγαθών ή/και υπηρεσιών με συνεχή και επαγγελματική μορφή,
- υψηλός βαθμός αυτονομίας τόσο κατά την ίδρυση όσο και κατά τη διαχείριση της εταιρείας,
- την ανάληψη από τους ιδρυτές και τους ιδιοκτήτες σημαντικού επιπέδου οικονομικού κινδύνου,
- την παρουσία, μαζί με τους εθελοντές ή τους χρήστες, ενός ορισμένου αριθμού αμειβόμενων εργαζομένων.

5.3 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ

Η κοινωνική διάσταση, από την άλλη πλευρά, απαιτεί την κατοχή των ακόλουθων χαρακτηριστικών:

- που έχουν ως ρητό στόχο να παράγουν οφέλη για το σύνολο της κοινότητας ή για μειονεκτούσες ομάδες
- να είναι συλλογική πρωτοβουλία, προωθούμενη από ομάδα πολιτών
- να έχουν αναθέσει τη διακυβέρνηση αποκλειστικά ή κατά κύριο λόγο σε άλλους ενδιαφερόμενους εκτός από τους ιδιοκτήτες του κεφαλαίου
- εξασφαλίζουν ευρεία συμμετοχή στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων, ικανή να εμπλέκει όλες ή σχεδόν όλες τις ομάδες που ενδιαφέρονται για τη δραστηριότητα
- δεν προβλέπουν τη διανομή κερδών, έστω και έμμεσα, ή το πολύ περιορισμένη διανομή.

Ο ορισμός αυτός διαμορφώνει την κοινωνική επιχείρηση ως ένα ιδιωτικό νομικό πρόσωπο, αυτόνομο από τη δημόσια διοίκηση, το οποίο ασκεί παραγωγικές δραστηριότητες σύμφωνα με επιχειρηματικά κριτήρια (συνέχεια, βιωσιμότητα, ποιότητα), αλλά το οποίο επιδιώκει, σε αντίθεση με τις συμβατικές επιχειρήσεις, έναν ρητό κοινωνικό σκοπό που μεταφράζεται σε παραγωγή άμεσων οφελών υπέρ μιας ολόκληρης κοινότητας ή μειονεκτούντων ατόμων. Πρόκειται, επομένως, για μια επιχείρηση που μπορεί να εμπλέκει διάφορα είδη ενδιαφερομένων (από εθελοντές έως χρηματοδότες) στην ιδιοκτησία και τη διοίκησή της και που διατηρεί ισχυρούς δεσμούς με την κοινότητα στην οποία δραστηριοποιείται.

5.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Προκειμένου να επιτύχουν οικονομική ευημερία, οι κοινωνικές επιχειρήσεις βασίζονται στην επικοινωνία, ιδίως στο μάρκετινγκ, για να διαδώσουν και να προβάλλουν το σκοπό τους στην κοινωνία.

Τα ακόλουθα κριτήρια αποτελούν τα σημεία αναφοράς για την αναγνώριση των προσεγγίσεων μάρκετινγκ που μπορούν νομίμως να εμπίπτουν στον ορισμό του κοινωνικού μάρκετινγκ:

- ο στόχος του προγράμματος μάρκετινγκ πρέπει να είναι η "εθελοντική αλλαγή συμπεριφοράς",
- τα σχέδια μάρκετινγκ πρέπει να χρησιμοποιούν με συνέπεια την "έρευνα κοινού",
- το πρόγραμμα προχωρά με προσεκτική τμηματοποίηση του κοινού-στόχου.

Το κεντρικό στοιχείο κάθε στρατηγικής για επιρροή είναι η δημιουργία ελκυστικών κινήτρων ανταλλαγής με το στοχευμένο ακροατήριο. Η στρατηγική μάρκετινγκ επιδιώκει να αξιοποιήσει και των 4P (προϊόν, τιμή, προώθηση και τόπος ή διανομή) του παραδοσιακού μείγματος μάρκετινγκ. Το κριτήριο αυτό χρησιμεύει για να διασφαλιστεί ότι το πρόγραμμα δεν είναι απλώς διαφήμιση ή επικοινωνία.

Η επιτυχία μιας εκστρατείας εξαρτάται από την καλή ανάπτυξη του προϊόντος, του τόπου, της προώθησης κ.λπ. Προωθήστε πρώτα τον εαυτό σας ως επιχείρηση και, στη συνέχεια, χρησιμοποιήστε την ιστορία σας με τον κοινωνικό αντίκτυπο για να ολοκληρώσετε και να ενισχύσετε το μήνυμα προώθησης. Κάντε έρευνα αγοράς, προσδιορίστε την αγορά-στόχο σας. Όταν προσδιορίζετε το κοινό σας για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, πρέπει να προσδιορίσετε τόσο τον πελάτη σας όσο και την κοινότητα στην οποία ασκείτε επίδραση - μια παραδοσιακή εταιρεία χρειάζεται να κατανοήσει μόνο τον πελάτη της. Τόσο το μοντέλο εσόδων όσο και το μοντέλο αντίκτυπου είναι το κλειδί της επιτυχίας.

Σε ένα ερευνητικό έγγραφο με τίτλο "Κοινωνικό μάρκετινγκ: Kotler και Gerald (1971) υποστήριξαν ότι συγκεκριμένα κοινωνικά ζητήματα απαιτούν καινοτόμες λύσεις και προσεγγίσεις για να κερδίσουν την προσοχή και την υποστήριξη του κοινού και ότι οι κοινωνικοί αυτοί σκοποί μπορούν να επωφεληθούν από τη σκέψη και το σχεδιασμό του μάρκετινγκ. Εν τω μεταξύ, όμως, υποστήριξαν ότι υπάρχει επαρκής διάκριση μεταξύ του κοινωνικού μάρκετινγκ και του εμπορικού μάρκετινγκ.

Το κοινωνικό μάρκετινγκ απαιτεί συνήθως την αντιμετώπιση ορισμένων θεμελιωδών πεποιθήσεων και αξιών, ενώ το εμπορικό μάρκετινγκ ασχολείται συχνά με επιφανειακές προτιμήσεις και απόψεις. Οι δυνάμεις και τα όρια του κοινωνικού μάρκετινγκ μπορούν να γίνουν γνωστά μόνο με την εφαρμογή άλλων εργαλείων και εννοιών μάρκετινγκ σε αυτό. Τέλος, από την ένωση των στοιχείων που αναλύθηκαν, μπορούμε να καταλήξουμε στο συμπέρασμα ότι, στο πλαίσιο της επιχειρηματικής διαδικασίας, είναι σημαντικό να βρεθεί ένα κλειδί για την ικανοποίηση των διαφορετικών αναγκών που απαιτούνται τόσο από την επιχείρηση όσο και από άλλους εξωτερικούς παράγοντες. Ειδικότερα, είναι σημαντικό να βρεθεί μια διπλή σύνδεση μεταξύ της οικονομικής και της κοινωνικής διάστασης, η οποία είναι ζωτικής

σημασίας τόσο για τη σωστή διαχείριση της επιχείρησης προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι όσο και για μια σωστή σχέση διασύνδεσης με τα εμπλεκόμενα μέρη.

6. ΠΩΣ ΝΑ ΜΕΤΡΗΣΟΥΜΕ ΤΟΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟ

Ένα από τα εργαλεία που χρησιμοποιούν τα εμπλεκόμενα μέρη για την ανάπτυξη των δικών τους αναλύσεων είναι η έκθεση βιωσιμότητας μιας εταιρείας.

Η διαδικασία μέτρησης του κοινωνικού αντίκτυπου μιας επιχείρησης είναι απαραίτητη για την ανάλυση και τον επαναπροσδιορισμό των επιχειρηματικών στόχων και στρατηγικών από τους ενδιαφερόμενους φορείς, οι οποίοι με αυτόν τον τρόπο μπορούν να έχουν πλήρη εικόνα της προόδου του έργου.

6.1 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΜΕΤΡΗΣΗΣ

Η διαδικασία μέτρησης έχει δύο σκοπούς:

- **εσωτερική:** επιτρέπει τον προσδιορισμό αποτελεσματικότερων στρατηγικών για τα έργα που προτίθεται να αναπτύξει η εταιρεία
- **εξωτερική:** επιτρέπει να ενημερώνετε τα ενδιαφερόμενα μέρη σχετικά με την αποτελεσματικότητα των παρεμβάσεών σας

Για να ξεπεραστούν τα εμπόδια της διαδικασίας μέτρησης, προτείνεται η υιοθέτηση μιας κοινής διαδικασίας, η οποία χωρίζεται σε διάφορες φάσεις:

- **καθορισμός του πεδίου ανάλυσης**
- **δέσμευση και συμμετοχή των εμπλεκόμενων μερών**
- **κατανόηση της διαδικασίας αλλαγής**
- **μέτρηση και επιλογή των δεικτών**
- **εκτίμηση επιπτώσεων**
- **κοινοποίηση των αποτελεσμάτων**

Ο σκοπός της μέτρησης έχει επίσης τρεις σκοπούς:

- **λήψη αποφάσεων:** συνέχιση ή εγκατάλειψη ενός έργου
- **εκπαίδευση:** πώς να τροποποιείτε ή να προσαρμόζετε ένα έργο σε διαφορετικές ανάγκες
- **ενημέρωση:** σχετικά με τα οφέλη που μπορούν να αποκομίσουν οι χρηματοδότες από το έργο ή το πρόγραμμα

6.2 ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ

Τα εμπλεκόμενα μέρη είναι τα υποκείμενα στα οποία οι δραστηριότητες της εταιρείας έχουν αντίκτυπο και επιρροή στην ίδια την εταιρεία. Η συμμετοχή τους είναι απαραίτητη για δύο λόγους: αφενός για να κατανοηθούν οι ανάγκες και οι προσδοκίες τους σχετικά με το έργο και αφετέρου για να μετρηθεί ο κοινωνικός αντίκτυπος.

Η εμπλοκή των ενδιαφερόμενων μερών είναι μια οριζόντια δραστηριότητα που ακολουθεί ολόκληρη την πορεία της διαδικασίας μέτρησης:

- **στη φάση σχεδιασμού ενός προγράμματος ή έργου**

- κατά τη διάρκεια του έργου
- στη φάση της διαδοχικής αξιολόγησης

Για τη μέτρηση είναι ζωτικής σημασίας να καταλάβετε τι πρέπει να συμπεριληφθεί. Υπάρχουν περιπτώσεις στις οποίες μπορεί να είναι χρήσιμη η διενέργεια ανάλυσης ουσιαστικότητας, η οποία σας επιτρέπει να κατανοήσετε τι είναι σημαντικό τόσο για τον οργανισμό όσο και για τα εμπλεκόμενα μέρη.

Αφού εντοπιστούν τα εμπλεκόμενα μέρη και καθοριστούν οι αλλαγές, είναι σκόπιμο να διατυπωθεί μια λογική ανάλυση που επιτρέπει να κατανοηθεί επαρκώς ο τρόπος με τον οποίο η αλλαγή έχει γίνει ή θα γίνει από τον οργανισμό.

6.3 ΑΛΥΣΙΔΑ ΑΞΙΑΣ

Αυτή η μεθοδολογία ονομάζεται αλυσίδα αξίας αντίκτυπου, η οποία μας επιτρέπει να κατανοήσουμε τα διάφορα στάδια με τα οποία ένα έργο δημιουργεί μια αλλαγή στη ζωή των ανθρώπων.

Η αλυσίδα αξίας είναι χρήσιμη για τον προσδιορισμό του κοινωνικού αντίκτυπου που παράγει μια παρέμβαση και για την κατανόηση των λόγων για τους οποίους επήλθε ή όχι μια αλλαγή και, τέλος, για τον προσδιορισμό του τι μπορεί να μετρηθεί.

Συγκεκριμένα, η υιοθέτηση αυτής της προσέγγισης μπορεί να βοηθήσει:

- να κατανοήσουν πώς επιτυγχάνονται οι προσδιορισμένοι στόχοι,
- επαναδιατύπωση του αντικειμένου της αξιολόγησης,
- να κατανοήσουν τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των στοιχείων της αλυσίδας αξίας, όπως οι εκροές και τα αποτελέσματα,
- να εντοπίζει πιθανές απροσδόκητες συνέπειες και πιθανούς κινδύνους,
- να αξιολογήσει την αποτελεσματικότητα μιας παρέμβασης, συσχετίζοντας το κόστος με τα αναμενόμενα οφέλη.

6.4 ΠΡΟΣΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΜΕΤΡΗΣΗΣ

Σήμερα, καθώς δεν υπάρχει μεθοδολογία ή εργαλείο για τη μέτρηση του κοινωνικού αντίκτυπου, μπορούν να ανακατασκευαστούν τρεις μακροκατηγορίες με βάση μια διαφορετική προσέγγιση της μέτρησης:

Μέθοδοι επεξεργασίας: Είναι οι μέθοδοι που παρακολουθούν την αποδοτικότητα και την αποτελεσματικότητα των επιχειρησιακών διαδικασιών, μετρώντας και συγκρίνοντας τις εισροές, τις δραστηριότητες και τις εκροές. Δεν είναι σε θέση να παρέχουν ένα απόλυτο μέτρο της κοινωνικής απόδοσης, δηλαδή του επιθυμητού τελικού αποτελέσματος.

Μέθοδοι επιπτώσεων: Είναι οι μέθοδοι που προσδιορίζουν και μετρούν τόσο τα λειτουργικά αποτελέσματα (έξοδος) μιας παρέμβασης όσο και το κοινωνικό όφελος που απορρέει από αυτήν (αποτέλεσμα). Η μέτρηση οδηγεί στη συνέχεια στον προσδιορισμό των επιπτώσεων που παράγονται από μια πρωτοβουλία.

Μέθοδοι νομισματοποίησης: Αυτές είναι οι μέθοδοι που προβλέπουν μια τελική φάση νομισματοποίησης των παραγόμενων επιπτώσεων. Οι μέθοδοι αυτές, που αποδίδουν μια χρηματική αξία στα παραγόμενα οφέλη, είναι από τις πλέον διαπιστευμένες για την εύκολη εφαρμογή τους σε επιχειρηματικά και οικονομικά πλαίσια.

Ωστόσο, η πρακτική εφαρμογή των διαφόρων μεθοδολογιών για τη μέτρηση του κοινωνικού αντίκτυπου έχει συναντήσει ορισμένα εμπόδια που έχουν περιορίσει τη διάδοσή τους, όπως:

- Ελλιπής ρύθμιση σε εθνικό και διεθνές επίπεδο
- Οποιαδήποτε αξιολόγηση πάσχει, λόγω των αξιωμάτων που διέπουν το μοντέλο, από την ανάγκη να πραγματοποιηθεί υποκειμενική αξιολόγηση.
- Η εφαρμογή μοντέλων, σχεδιασμένων σε θεωρητικό επίπεδο, δημιουργεί πολλές δυσκολίες στην πραγματικότητα όταν πρόκειται να μετατραπούν οι επιπτώσεις σε σύνθετους ποσοτικούς δείκτες.
- Ο προσδιορισμός του αντίκτυπου, στη φάση της μέτρησης, απαιτεί συχνά δεδομένα που δεν είναι εύκολα διαθέσιμα ή αναγνωρίσιμα.

Όσον αφορά την Ευρωπαϊκή Επιτροπή που εξετάζει το θέμα της μέτρησης του κοινωνικού αντίκτυπου σε ευρωπαϊκό επίπεδο, για να είναι αποτελεσματική πρέπει να είναι:

- **σχετική:** σχετίζεται με τα αποτελέσματα που μετράει και προκύπτει από αυτά,
- **χρήσιμη:** για την ικανοποίηση των αναγκών των εμπλεκόμενων μερών, τόσο των εσωτερικών όσο και των εξωτερικών,
- **απλή:** για τον τρόπο διεξαγωγής και παρουσίασης της μέτρησης,
- **φυσική:** προκύπτει από τη φυσιολογική ροή των δραστηριοτήτων προς την κατεύθυνση του αποτελέσματος,
- **σίγουρη: για τον τρόπο με τον οποίο** λαμβάνεται η μέτρηση και για τον τρόπο παρουσιάσής της,
- **κατανοητή και αποδεκτή:** από όλα τα εμπλεκόμενα ενδιαφερόμενα μέρη,
- **διαφανής και** σαφώς διατυπωμένη: έτσι ώστε να είναι σαφής η μέθοδος με την οποία πραγματοποιείται η μέτρηση και ο τρόπος με τον οποίο συνδέεται με τις σχετικές υπηρεσίες και τα αποτελέσματα,
- **βασισμένη σε στοιχεία:** ώστε να μπορεί να επαληθεύεται, να επικυρώνεται και να χρησιμεύει ως βάση για συνεχή βελτίωση.

Τέλος, μπορούμε να συμπεράνουμε δηλώνοντας ότι η μέτρηση του κοινωνικού αντίκτυπου μιας εταιρείας είναι μια πτυχή που πρέπει να ληφθεί υπόψη, ως εργαλείο ικανό να κατανοήσει τα διάφορα χαρακτηριστικά του έργου, επιτρέποντάς μας έτσι να εντοπίσουμε τις περιπτώσεις που διατρέχουν ρίσκο και να παρέμβουμε για μια αλλαγή στρατηγικής.

Η μέτρηση είναι ένα εξαιρετικό εργαλείο για τη δημιουργία σχέσης με τους εμπλεκόμενους φορείς, οι οποίοι γίνονται σε θέση να κατανοήσουν τη λειτουργία του έργου με τη δυνατότητα να επηρεάσουν θετικά την ανάπτυξη του ίδιου του έργου.

7 Βέλτιστη περίπτωση - Συνέντευξη με το Close the Gap

7.1 Η ΑΠΟΣΤΟΛΗ

Το Close the Gap είναι μια διεθνής κοινωνική επιχείρηση που στοχεύει στη γεφύρωση του ψηφιακού χάσματος προσφέροντας μεταχειρισμένες συσκευές πληροφορικής υψηλής ποιότητας που δωρίζονται από ευρωπαϊκές εταιρείες σε εκπαιδευτικά, ιατρικά και κοινωνικά έργα σε αναπτυσσόμενες και ανερχόμενες χώρες.

7.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΛΕΥΡΑ

Η Close the Gap δεν είναι μια εταιρεία με γνώμονα το κέρδος, ο οικονομικός στόχος της εταιρείας είναι η βιωσιμότητα.

Παρά το γεγονός ότι είναι μη κερδοσκοπικό, το Close the Gap δεν βασίζεται σε δωρεές, φιλανθρωπίες ή κρατικά/ευρωπαϊκά κονδύλια.

Η Close the Gap αξιοποιεί τη δραστηριότητά της στην ψηφιακή αγορά μεταχειρισμένων συσκευών, καθώς δεν μπορεί κάθε συσκευή που ανακτάται να ταιριάζει στην αποστολή της εταιρείας και όσες δεν μπορούν, αφού ανακατασκευαστούν, πωλούνται.

Είναι επίσης σημαντικό να υπογραμμιστεί ότι, παρά τον κοινωνικό της στόχο, η υπηρεσία που παρέχει το Close the Gap δεν είναι εντελώς δωρεάν, οι φορείς που λαμβάνουν τα προϊόντα πληρώνουν για το μεταχειρισμένο υλικό που παρέχει το Close the Gap, γεγονός που έχει διπλό κίνητρο:

1. Οικονομική βιωσιμότητα
2. Έλεγχος του πραγματικού συμφέροντος του παραλήπτη

7.3 ΝΟΜΙΚΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ

Το Close the Gap είναι ένας διεθνής οργανισμός διαρθρωμένος ως εταιρικός όμιλος. Το νομικό καθεστώς του Close the Gap είναι διαφορετικό, η εταιρεία γεννήθηκε ως μη κερδοσκοπικός οργανισμός σύμφωνα με το βελγικό δίκαιο.

Σε άλλες χώρες, όπως για παράδειγμα στην Κένυα, το μη κερδοσκοπικό καθεστώς είναι πολύ περιοριστικό και ως εκ τούτου, όταν η εταιρεία ξεκίνησε τη λειτουργία της εκεί, η "Close the Gap Kenya" δημιουργήθηκε με τη μορφή κανονικής επιχείρησης, αλλά για να εξακολουθεί να δείχνει τους κοινωνικούς της στόχους, η εταιρεία ξεκίνησε σχεδόν αμέσως τη διαδικασία για να γίνει B-Corp.

Η Close the Gap έχει πολλαπλές τοποθεσίες σε όλο τον κόσμο, επομένως μπορεί να λάβει διαφορετικές πιστοποιήσεις B-Corp. Μέχρι στιγμής, η Close the Gap κατάφερε να αποκτήσει μία για το βελγικό νομικό της πρόσωπο και μία στην Κένυα.

Ανασκόπηση / Αυτοαξιολόγηση

- 1) Ο στόχος μιας κοινωνικής επιχείρησης είναι η επίτευξη κέρδους; Σ Λ
- 2) Μια εταιρεία που θέλει να γίνει B-Corp πρέπει να είναι μη κερδοσκοπική. Σ Λ
- 3) Ποια χώρα δεν έχει ορισμό της κοινωνικής επιχείρησης στη νομοθεσία της; Κύπρος
Γερμανία Μάλτα
- 4) Οι κοινωνικές επιχειρήσεις θεωρούνται συνήθως ως οργανισμοί πολλαπλών εμπλεκόμενων μερών; Σ Λ
- 5) Το μάρκετινγκ είναι λιγότερο σημαντικό για τις κοινωνικές επιχειρήσεις από ό,τι για τις κανονικές επιχειρήσεις Σ Λ
- 6) Ο σκοπός της μέτρησης του κοινωνικού αντίκτυπου είναι τόσο εσωτερικός όσο και εξωτερικός. Σ Λ

Αναφορές

<https://bcorporation.net/about-b-corps>

<https://bcorporation.eu/about-b-lab>

<https://bimpactassessment.net/>

<https://bcorporation.eu/>

https://nativelab.com/cms/wp-content/uploads/2020/08/The_B_Book_202008.pdf

<https://www.societabenefit.net/>

<https://www.uu.nl/sites/default/files/Stam-2015-Entrepreneurial-Ecosystems-and-Regional-Policy-a-sympathetic-critique.pdf>

https://www.researchgate.net/publication/328490441_Network_importance_and_us_e_commercial_versus_social_enterprises

<https://www.rivistaimpresasociale.it/rivista/articolo/l-impresa-sociale->

[multistakeholder-sistemi-e-strutturehttps://www.assieme-er.it/wp-content/uploads/2021/10/20211014-n51-i-portatori-di-interesse-nelle-impres-sociali.pdf](https://www.assieme-er.it/wp-content/uploads/2021/10/20211014-n51-i-portatori-di-interesse-nelle-impres-sociali.pdf)

<https://ruralsehub.net/wp-content/uploads/2022/01/1.-Social-Enterprise-Networking-English-Translation.pdf>

<https://doi.org/10.1504/IJSEI.2016.075636>

<https://www.culturedigitali.org/una-nuova-veste-per-fare-impresa-limpresa-sociale/>
<file:///C:/Users/User/Downloads/products.%20%20%20%20%20%20%20%206%20Best%20Practices%20for%20Marketing%20Your%20Social%20Enterprise%20copia.html>

<file:///C:/Users/User/Downloads/balance%20between%20social%20and%20economic%20objectives.%20%20%20%202016Siti-NazariahetalFullText.pdf>

http://www.improntaetica.org/wp-content/uploads/2016/06/Linee-Guida-Impatto_def.pdf

<https://www.the-sse.org/resources/sustaining/how-to-measure-your-social-impact/>

<https://clearimpact.com/how-to-define-impact/>

[https://ssir.org/articles/entry/measuring social impact can help foster a stronger european social economy#](https://ssir.org/articles/entry/measuring_social_impact_can_help_foster_a_stronger_european_social_economy#)

<https://www.close-the-gap.org/>

<https://www.bcorporation.net/en-us/>