



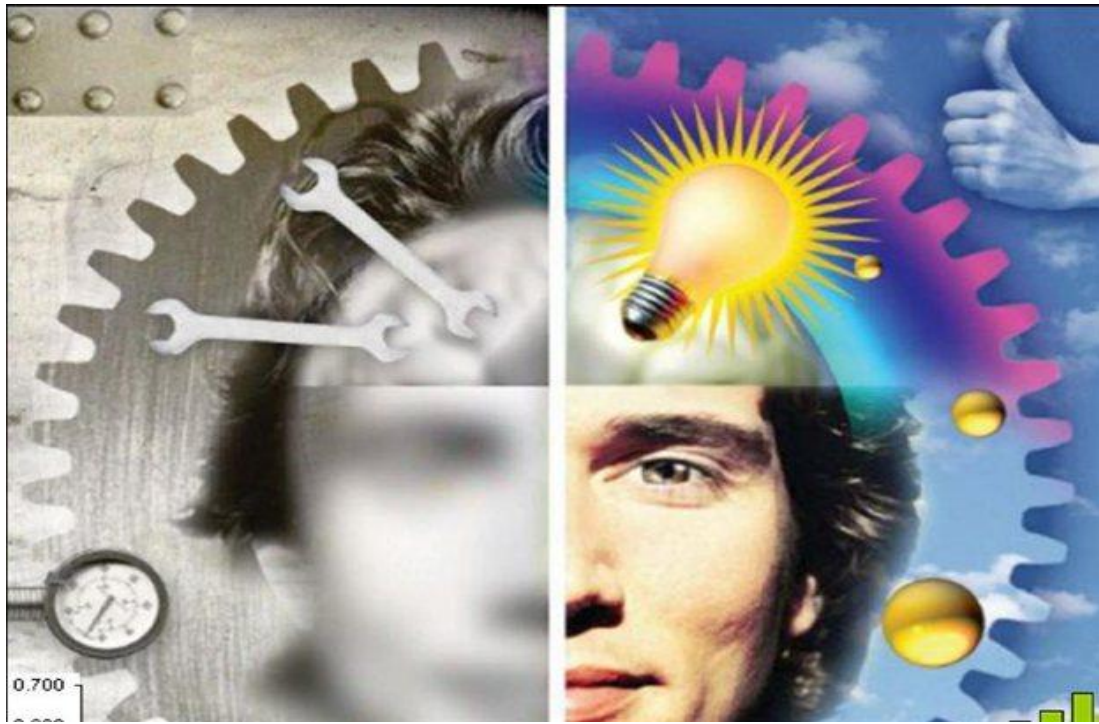
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ

TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF PIRAEUS

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

« ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΑΙ ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ »



ΕΠΩΝΥΜΟ : Κατσούδα

ΟΝΟΜΑ: Δήμητρα

Α.Μ. :13549

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Πασίκας Στυλιανός

Καθηγητής Τεχνολογικού ιδρύματος Πειραιά

-ΑΘΗΝΑ 2014-

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
----------------------	----------

1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΤΗΣ ΜΟΡΦΩΝ

1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	6
1.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	6
1.3 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	7
1.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	8

2. ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 ΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΚΛΙΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ.....	10
2.2. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	14
2.3 Η ΤΑΣΗ ΜΕ ΓΝΩΜΟΝΑ ΤΗΝ ΗΛΙΚΙΑ.....	15
2.4 Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΞΟΔΟ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ.....	16
2.5 ΠΡΟΚΑΤΑΛΗΨΕΙΣ- ΕΜΠΟΔΙΑ.....	18
2.6 ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ.....	19

3 ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

3.1 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ.....	21
3.2 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ.....	22

3.3 Η ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΤΗΣ ΑΞΙΑΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ Η ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΝΕΑΝΙΚΗΣ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	25
3.3.1 ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ.....	26

4 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ FAIRTRADE HELLAS.....	27
4.2 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΜΥΓΔΟΝΙΑΣ.....	27
4.3 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ FARMERS REPUBLIC.....	28
4.4 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ E-SHOP.....	29
<u>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....</u>	30
<u>ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ-ΚΕΝΑ.....</u>	32
<u>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</u>	33

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Σε αυτό το σημείο αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω όλους όσους συνέβαλλαν στην πραγματοποίηση αυτής της πτυχιακής εργασίας.

Ιδιαίτερα ευχαριστώ: τον επιβλέποντα μου κύριο Πατσίκα Στυλιανό, καθηγητή του τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του ΤΕΙ Πειραιά για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε με την υπόδειξη και ανάθεση ενός τόσο ενδιαφέροντος και άκρως επικοινωνιακού θέματος. Καθώς και για την καθοριστική βοήθειά του και τη διαρκή υποστήριξή του καθ' όλη την διάρκεια της επιτέλεσης της εργασίας.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου και τους φίλους μου, που είναι δίπλα μου, με στηρίζουν και με συμβουλεύουν σε κάθε μου βήμα βοηθώντας με να κυνηγήσω το όνειρό μου καθώς και για την κατανόηση και την ανοχή που έδειξαν καθ' όλο το χρονικό διάστημα των σπουδών μου.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σκοπός της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας με θέμα «την κοινωνική και νεανική επιχειρηματικότητα» είναι η τόσο κατανόηση των εννοιών και η παρουσίαση της τάσης αυτών των νέων μορφών επιχειρηματικότητας, σε εθνικό αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο, με ότι αυτό συνεπάγεται όσο και ο ρόλος που μπορούν να διαδραματίσουν στη δύσκολη οικονομική εποχή την οποία βιώνουμε.

Αξίζει να επισημάνουμε ότι η συγκεκριμένη εργασία αποτελεί απλώς εισαγωγικό εγχειρίδιο.

Για το σκοπό που προαναφέραμε χωρίσαμε την εργασία σε τέσσερις ενότητες.

Στην πρώτη ενότητα γίνεται προσπάθεια για την κατανόηση των εννοιών τόσο της επιχειρηματικότητας γενικότερα όσο και των συγκεκριμένων μορφών νεανική και κοινωνική επιχειρηματικότητα, οι οποίες είναι και αυτές που θα μας απασχολήσουν σε αυτήν εδώ την εργασία. Επιπλέον σε αυτήν εδώ την ενότητα γίνεται κατανοητός και ο αλληλένδετος κρίκος της κοινωνικής οικονομίας με την κοινωνική επιχειρηματικότητα που υπάρχει εφόσον η δεύτερη είναι υποσύνολο της πρώτης με κύριο σκοπό να γίνει ακόμα καλύτερα κατανοητή η έννοια του όρου της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Στη δεύτερη ενότητα γίνεται προσπάθεια μέσα από την κατανόηση του οικονομικού περιβάλλοντος που υπάρχει αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα, την εξέλιξη αυτών των μορφών επιχειρηματικότητας, τα εμπόδια που βιώνουν αυτοί οι οποίοι επιχειρούν η όπου σκέφτονται να επιχειρήσουν να επιτελέσουν ένα τέτοιο εγχείρημα, τους φορείς όπου ενισχύουν τέτοιου είδους εγχειρήματα τη χρησιμότητα τους τόσο στην έξοδο από τη δυσμενή κατάσταση την οποία βιώνουμε όσο και στην περαιτέρω ανάπτυξη.

Στη Τρίτη ενότητα επιδιώκουμε μέσα από την κατανόηση της πορείας της εξέλιξης αυτών των νέων μορφών επιχειρηματικότητας τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε διεθνές επίπεδο η χρησιμότητα και η αναγκαιότητα της ύπαρξης αυτών των νέων μορφών.

Τέλος στην Τέταρτη ενότητα γίνεται μία μικρή προσπάθεια μέσω της παρουσίασης ελληνικών επιχειρήσεων αυτής της μορφή να προσεγγίσουμε και πρακτικά συγκεκριμένο θέμα.

1.Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΤΗΣ ΜΟΡΦΩΝ

1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η έννοια της επιχειρηματικότητας εκτείνεται από το δημιουργείν έως το επιβιώνειν, από την ανάληψη ρίσκου έως την άσκηση ηγεσίας για τη πραγμάτωση του στόχου και από την επιθυμία αυτοαπασχόλησης έως την πραγμάτωσή της.

Πάνω από όλα όμως επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία ατόμων που έχουν το ταλέντο να αναγνωρίζουν ευκαιρίες εκεί όπου οι άλλοι δεν τις βλέπουν και να οργανώνονται για να επιτύχουν το τελικό επιδιωκόμενο αποτέλεσμα

Αν και θα πρέπει να τονισθεί ότι η επιχειρηματικότητα ως έννοια είναι πολυσύνθετη και δε γίνεται να κατανοηθεί με ακρίβεια αλλά και να αποδοθεί ένας και μόνον ορισμός.

Οι επιχειρηματίες σε όλη τη διάρκεια του ταξιδιού τους και Ιδιαίτερα μπροστά στη λήψη αποφάσεων και την επιλογή ανάμεσα σε εναλλακτικές λύσεις , θα πρέπει να συνδυάζουν τέσσερα βασικά στοιχεία:

-Την Ικανότητα να «ακούν» και να « βλέπουν» τις συλλογικές ανάγκες καθώς και να είναι δεκτικοί στο καινούριο και στις τυχόν αλλαγές.

-Τη δυνατότητα να συνθέτουν τις υπάρχουσες γνώσεις και τις νέες ιδέες, προκειμένου να ανταποκριθούν στις επερχόμενες συλλογικές ανάγκες

-Τη καλλιέργεια της διαίσθησής τους που θα τους επιτρέψει να σταθμίζουν τα δεδομένα πέρα από τις όποιες αναλύσεις και να μπαίνουν στη φωτιά.

-Τη πρακτικότητά τους που θα τους εφοδιάζει με τα απαραίτητα εργαλεία και μέσα για την εφαρμογή των στόχων που βάζουν(Μιχιώτης Σ ,Οικονόμου Κ. (2006))

1.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Ως γνωστόν δεν υπάρχει καθολικός ορισμός για την έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Ωστόσο αυτό που με σιγουριά θα μπορούσαμε να πούμε είναι ότι ο όρος αποτελείται από 2 συστατικά μέρη, την επιχειρηματική και την κοινωνική διάσταση. Στην πραγματικότητα μιλάμε για επιχειρήσεις που πρωταρχικός τους σκοπός είναι η παροχή υπηρεσιών και αγαθών προς τα μέλη τους ή την κοινωνία, παρά η επιδίωξη κέρδους. Τα κέρδη, κατανέμονται στα μέλη ανάλογα με τις δραστηριότητες ή τις συναλλαγές αυτών με την επιχείρηση και όχι ανάλογα με το κεφάλαιο ή τις χρηματικές συνεισφορές των μελών της. Πρόκειται για επιχειρήσεις με υψηλό βαθμό ανεξαρτησίας . Με κύριο χαρακτηριστικό τη δημοκρατική κουλτούρα εφόσον κατά τη λήψη των αποφάσεων, τα μέλη έχουν ίσα δικαιώματα

ψήφου. Ισχύει η αρχή «ένα πρόσωπο = μια ψήφος» ανεξάρτητα από το κεφάλαιο που έχει συνεισφέρει το κάθε μέλος για την ίδρυσή της κοινωνικής επιχείρησης. (Κουλαρμάνη Ι.(Σεπτέμβριος 2013))

Η διαφορά τους από τις «παραδοσιακές» επιχειρήσεις είναι ότι στοχεύουν στην επίλυση συγκεκριμένων κοινωνικών προβλημάτων και όχι στην επίτευξη οικονομικού αποτελέσματος, το οποίο είναι το μέσο το οποίο χρησιμοποιούν για την επιτυχία του σκοπού τους. (www.mke.aueb.gr)

1.3 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Τα υψηλά ποσοστά ανεργίας η αβεβαιότητα που συναντούν οι νέοι όσον αφορά την εύρεση εργασίας τους αλλά και η πραγματοποίηση των δικών τους ονείρων ακολουθώντας πολλές φορές το αντικείμενο σπουδών τους είναι κάποιοι από τους λόγους που οδηγούν τους νέους ανθρώπους στη δημιουργία της δικής τους επιχείρησης. Η νεανική επιχειρηματικότητα αφορά την ομάδα των ανθρώπων μεταξύ 18-34 που επιχειρήσαν να πραγματοποιήσουν τη δική τους επιχειρηματική ιδέα.

Ωστόσο, η εύρεση του απαιτούμενου οικονομικού κεφαλαίου είναι ναι μεν αλλά όχι και ο μοναδικός παράγοντας για να μπορέσει μία επιχείρηση να ιδρυθεί και να παραμείνει στην αγορά.

Το κίνητρο της δημιουργίας. Ο νέος επιχειρηματίας θα πρέπει να διαθέτει πραγματική και ουσιαστική θέληση για το εγχείρημα το οποίο ετοιμάζει. Έτσι ώστε και δυσκολίες να προκύψουν να υπάρχει η πίστη και η επιμονή στις ικανότητες που έχει και να τις αντιμετωπίσει.

Είναι πολύ σημαντικό επίσης , το αντικείμενο σπουδών, η κατάρτιση ή ακόμα και η εργασιακή εμπειρία η οποία έχει να σχετίζεται με το αντικείμενο το οποίο πρόκειται να δραστηριοποιηθεί.

Επιπλέον ο νέος θα πρέπει να έχει δεξιότητες και προσωπικά χαρακτηριστικά όπως αυτό της αυτοβελτίωσης έτσι ώστε μέσα από τις αδυναμίες του να μπορεί να βελτιώνεται και να μαθαίνει συνεχώς με τελικό αποτέλεσμα την πρόοδο της επιχείρησης του. Ένα επιπλέον χαρακτηριστικό κατά προσωπική εκτίμηση που θεωρώ πολύ σημαντικό είναι η τάση για έρευνα όσον αφορά την αγορά έτσι ώστε μέσα από την παρακολούθηση των τάσεων να μπορεί να ανακαλύπτει ευκαιρίες και να εξελίσσεται.

Τέλος, η καινοτομία, η δημιουργικότητα, η ικανότητα συνεργασίας και παρακίνησης ώστε να δημιουργούνται νέες και καλές συνεργασίες και ευχάριστο περιβάλλον εργασίας είναι παράγοντες που απαιτούνται από κάθε νέο επιχειρηματία που ενδιαφέρεται για την επιχείρηση του. (Αλεξίδης Φ.(Ιανουάριος 2014))

Βασικός στόχος αυτών των νέων μορφών επιχειρηματικότητας είναι η έμμεση δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης ,η καταπολέμηση το κοινωνικού αποκλεισμού, η ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής και η ενδυνάμωση της τοπικής

ανάπτυξης. Η ανάπτυξη κοινωνικής και νεανικής επιχειρηματικότητας θα μπορούσε να αποτελέσει μια σοβαρή προσπάθεια ανάπτυξης της οικονομίας και δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, δεδομένης της δύσκολης οικονομικής κατάστασης στην οποία βρίσκεται η χώρα μας (Δεληγιάννη Β.(Οκτώμβριος 2010))

1.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Όπως προαναφέραμε επιχειρηματικότητα είναι η προσπάθεια μετατροπής της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα και διαμέσου της συγκεκριμένης διαδικασίας, η απόκτηση κέρδους. Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας προϋποθέτει όμως την ύπαρξη καινοτομίας, ηγεσίας, αποτελεσματική διαχείριση αλλά και πρωτοβουλία.

«Η Κοινωνική Οικονομία ορίζεται ως ο χώρος της οικονομίας που βρίσκεται ανάμεσα στον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα της οικονομίας και στον οποίο διεξάγονται οικονομικές δραστηριότητες με κοινωνικούς σκοπούς και στόχους. Η Κοινωνική Οικονομία αποτελείται από οικονομικές δραστηριότητες επιχειρήσεων, φορέων και οργανισμών των οποίων η ηθική, ο τρόπος λειτουργίας και οι στόχοι εστιάζουν στην ανάπτυξη δίνοντας βασική προτεραιότητα στις ανάγκες των ανθρώπων, στην απασχόληση και στην εξυπηρέτηση του συλλογικού οφέλους ή τουλάχιστον στη εξυπηρέτηση των μελών που κάθε φορά απαρτίζουν τους κοινωνικούς αυτούς φορείς».

Η Κοινωνική Οικονομία αποτελεί μια ενεργητική παρέμβαση που δραστηριοποιείται στο πλαίσιο των αγορών και της κοινωνίας γενικότερα και που ανεξάρτητα από τη νομική υπόσταση των φορέων της βασίζεται στην αρχή της δημοκρατικής οργάνωσης, στηρίζεται συνήθως σε μια ευρεία κοινωνική βάση, υιοθετεί συλλογικά κριτήρια κατανομής κερδών, αναπτύσσει μια ιδιαίτερη σχέση αλληλεγγύης με το περιβάλλον της και προωθεί την κοινωνική συνοχή. Οι οργανισμοί της Κοινωνικής Οικονομίας δημιουργούν θέσεις απασχόλησης σύμφωνα με τις αρχές της κοινωνικής αλληλεγγύης (εργασιακή ενσωμάτωση των κοινωνικών ομάδων που είναι αποκλεισμένες από την αγορά εργασίας), ενώ σε πολλές περιπτώσεις παρέχουν κοινωφελείς υπηρεσίες. (www.kmop.gr)

Σύμφωνα με τα παραπάνω γίνεται κατανοητό ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα αποτελεί βασικό κορμό της κοινωνικής οικονομίας, οδηγώντας την επιχειρηματικότητα των κοινωνικών επιχειρήσεων, να λειτουργεί σαν ένας ισχυρός παράγοντας μόχλευσης: εθελοντισμού, πλούτου ιδεών, κοινωνικής καινοτομίας, πρακτικής φαντασίας, αποκατάστασης της συμμετοχής και της ανθρώπινης προσωπικότητας σε κοινωνικούς ρόλους, σεβασμού της αξίας της κοινωνίας και κάθε ανθρώπινης μονάδας μέσα στο πλαίσιο των κοινωνικών δικαιωμάτων, σαν παράγοντας κεφαλαιοποίησης και συνέχειας της παράδοσης, της πολιτιστικής κληρονομιάς και των περιβαλλοντικών αξιών.

Κατ' αυτόν τον τρόπο η κοινωνική επιχειρηματικότητα, είναι ένας συντελεστής ποιότητας στην κοινωνική ανάπτυξη και συνοχή, φιλικός στα πρόσωπα που μειονεκτούν και τα οποία βρίσκονται σε συνθήκες αποκλεισμού, ή έχουν έλλειμμα δεξιοτήτων μαζί βέβαια με ειδικές ικανότητες, οι οποίες δεν έχουν αξιοποιηθεί και δεν έχουν βρει πεδία ευκαιριών.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα και οι κοινωνικές επιχειρήσεις, παράγουν προϊόν με έντονο κοινωνικό χαρακτήρα. Είναι συνυφασμένες με την κοινωνική ζήτηση και την διασύνδεσή της με την κοινωνική ανάπτυξη. Διαμεσολαβούν μεταξύ παραγωγής και κατανάλωσης, στον κύκλο της αγοράς, σε πολλά σημεία, και αυτό ισχύει και για την αγορά εργασίας. (www.solon.org.gr)

2. ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 ΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΚΛΙΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ

Η έρευνα του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών που πραγματοποιήθηκε το πρώτο τρίμηνο του 2014 μας παρέχει σημαντική πληροφόρηση όσον αφορά τις εξελίξεις στην οικονομία, τόσο από την πλευρά των επιχειρήσεων, όσο και από την πλευρά της τελικής ζήτησης, δηλαδή των καταναλωτών. Εξάλλου, βασικοί δείκτες που περιλαμβάνονται σε αυτές αποτελούν πρόδρομους δείκτες για διάφορα μεγέθη της οικονομίας και μπορούν να χρησιμοποιηθούν με επάρκεια στην πρόβλεψη των άμεσων εξελίξεων, ακόμα και στην πορεία του ΑΕΠ.

Πιο αναλυτικά η προαναγγελία θετικών οικονομικών εξελίξεων από τις αρχές του έτους, πρωτίστως στο δημοσιονομικό πεδίο, με την υπέρβαση του στόχου για το πρωτογενές πλεόνασμα πέρυσι και τη διανομή μέρους του σε κατηγορίες υπαλλήλων

του δημόσιου τομέα και σε κοινωνικές ομάδες, έχει οδηγήσει πολίτες και επιχειρήσεις σε αναπροσαρμογή των προσδοκιών τους, με το βαθμό απαισιοδοξίας να έχει μειωθεί. Η ανοδική πορεία του δείκτη συμβαδίζει άλλωστε και με τα στοιχεία οικονομικής δραστηριότητας, την εξασθένιση της ύφεσης, αλλά και με βραχυχρόνιους δείκτες σε επιμέρους τομείς της οικονομίας που αφήνουν ανοικτό το ενδεχόμενο της σταθεροποίησης φέτος για πρώτη φορά μετά από έξι χρόνια υποχώρησης του ΑΕΠ, ενδεχομένως και μικρής ανάκαμψης. Επιπλέον, οι προσδοκίες προσαρμόζονται στις νέες, πολύ πιο ευοίωνες από ότι πχ. πριν δύο χρόνια προοπτικές, εξακολουθούν να βρίσκονται όμως σε χαμηλότερα επίπεδα από αυτά προ της κρίσης. Επίσης και ιστορικά έχουμε παρατηρήσει ότι τους μήνες πριν από τις εκλογικές διαδικασίες το οικονομικό κλίμα τείνει να βελτιώνεται, καθώς δημιουργούνται προσδοκίες πυροδότησης θετικών πολιτικοοικονομικών εξελίξεων από το αποτέλεσμα των εκλογών. Βεβαίως, αυτό δεν σημαίνει ότι πολίτες και επιχειρήσεις πιστεύουν πως υποχώρησαν οι οικονομικές δυσκολίες, οι οποίες εξακολουθούν σε μεγάλο βαθμό να υφίστανται, ως σωρευτικό αποτέλεσμα της κρίσης.

Πιο αναλυτικά:

Παρατηρούμε άνοδο του Δείκτη Οικονομικού Κλίματος στην Ελλάδα στο τρίμηνο Ιανουαρίου – Μαρτίου 2014 κατά 4,9 μονάδες εφόσον άγγιξε τα 95 μονάδες σε σχέση με το τρίμηνο Οκτωβρίου – Δεκεμβρίου 2013) όπου άγγιζε τις 91,1 μονάδες , και κατά 7,7 μονάδες σε σχέση με το αντίστοιχο τρίμηνο του προηγούμενου έτους (87,3 μονάδες) . Έτσι, ο δείκτης οικονομικού κλίματος βρέθηκε στο υψηλότερο επίπεδο του από το καλοκαίρι του 2008. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ο αντίστοιχος δείκτης κινείται αρκετά υψηλότερα την περίοδο όπου διερευνούμε σε σύγκριση με την αμέσως προηγούμενη, τόσο στην Ευρωζώνη, όσο και στην ΕΕ. Συγκεκριμένα, ο δείκτης κλίματος διαμορφώνεται στις 101,5 και 105,0 (από 99,1 και 102,7) μονάδες

σε Ευρωζώνη και ΕΕ αντίστοιχα, υψηλότερα και σε σχέση με την ίδια περίοδο πέρυσι (90,5 και 91,6 μονάδες αντίστοιχα στις δύο ζώνες).

Οι επιχειρηματικές προσδοκίες στην Ελλάδα βελτιώνονται σε επίπεδο τομέων το πρώτο τρίμηνο του 2014 σε σχέση με το προηγούμενο σε όλους τους τομείς και κυρίως στις Κατασκευές εφόσον παρατηρούμε άνοδο κατά 9 μονάδες. Στον τομέα της Βιομηχανίας, η σχετική άνοδος του δείκτη φθάνει τις 5 μονάδες, στις Υπηρεσίες τις 4 και στο Λιανικό Εμπόριο τις 7 μονάδες. Τέλος, στην Καταναλωτική Εμπιστοσύνη, ο αρνητικός δείκτης κερδίζει το υπό εξέταση τρίμηνο 2 μονάδες, κυρίως λόγω της βελτίωσης του Μαρτίου, παραμένοντας ακόμη πολύ χαμηλά.

Συγκρίνοντας με την αντίστοιχη περσινή περίοδο, οι μέσοι δείκτες έχουν και εδώ αυξηθεί σε όλους τους τομείς, στους περισσότερους μάλιστα αισθητά: ο σχετικός δείκτης στη Βιομηχανία ανακάμπτει κατά 5 μονάδες, στις Κατασκευές κατά 33, στις Υπηρεσίες και το Λιανικό Εμπόριο κατά 18. Τέλος, στο δείκτη της Καταναλωτικής Εμπιστοσύνης σημειώθηκε άνοδος το προηγούμενο τρίμηνο σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό, κατά 8 μονάδες. Πιο αναλυτικά:

Παρατηρούμε αύξηση του Δείκτη Καταναλωτικής Εμπιστοσύνης στην Ελλάδα το τρίμηνο που διερευνούμε σε σχέση με το αμέσως προηγούμενο κατά 2,3 μονάδες, με το μέσο όρο του να διαμορφώνεται στις -61,3 μονάδες, υψηλότερα και έναντι της αντίστοιχης περυσινής του επίδοσης (-71,5 μονάδες). Η εμπιστοσύνη των πολιτών εμφανίζει τάση σταθεροποίησης ήδη από το περσινό φθινόπωρο, με σημάδια βελτίωσης σε επιμέρους δείκτες του τομέα. Παρόλα αυτά, οι Έλληνες καταναλωτές παραμένουν σταθερά τα τελευταία 4 χρόνια οι πιο απαισιόδοξοι Ευρωπαίοι. Οι αντίστοιχοι μέσοι ευρωπαϊκοί δείκτες το ίδιο τρίμηνο που διερευνούμε φαίνεται να βελτιώνονται σε σχέση με το προηγούμενο κατά 3 περίπου μονάδες τόσο στην Ευρωζώνη, όσο και στην ΕΕ φθάνοντας στις -11,2 και -8,2 μονάδες αντίστοιχα, υψηλότερα σε σύγκριση με τα περυσινά επίπεδα (-23,5 και -21,6 μονάδες αντίστοιχα κατά μέσο όρο).

Η μέση τριμηνιαία μεταβολή στα επιμέρους στοιχεία που απαρτίζουν το συνολικό δείκτη είναι θετική το τρέχον τρίμηνο σε σχέση με προηγούμενο (Οκτώβριος-Δεκέμβριος). Συγκεκριμένα, οι αρνητικές προβλέψεις των Ελλήνων καταναλωτών για την οικονομική κατάσταση των νοικοκυριών τους και την οικονομική κατάσταση της χώρας το επόμενο 12μηνο εξομαλύνονται σημαντικά, ενώ βελτίωση παρουσιάζει και ο δείκτης για την εξέλιξη της ανεργίας, με τις σχετικές προβλέψεις να βαίνουν λιγότερο απαισιόδοξες. Αντίθετα, η ήδη πολύ δυσοίωνη πρόθεση για αποταμίευση κινείται σε νέα, ιστορικά χαμηλά επίπεδα το υπό εξέταση τρίμηνο.

Αναλυτικότερα, το ποσοστό εκείνων που είναι απαισιόδοξοι για την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού τους μειώνεται στο κατά 7 ποσοστιαίες μονάδες σε 64% (από 71%) το υπό εξέταση τρίμηνο, με το 14% (από 20%) να κρίνει ότι αυτή θα παραμείνει αμετάβλητη. Επίσης, το 69% (από 76%) των Ελλήνων καταναλωτών διατυπώνουν δυσοιόνες προβλέψεις σχετικά με την οικονομική κατάσταση της

χώρας, με το 15% (από 12%) να θεωρεί ότι αυτή θα παραμείνει στα ίδια επίπεδα. Ως προς την πρόθεση για αποταμίευση, τα 9 στα 10 των νοικοκυριών θεωρούν εκ νέου ως μη πιθανή ή καθόλου πιθανή την αποταμίευσή τους το επόμενο 12μηνο. Στις προβλέψεις για την εξέλιξη της ανεργίας, παρά τη βελτίωση που σημειώνει ο σχετικός δείκτης το υπό εξέταση τρίμηνο, το 79% (από 85%) συνεχίζει να πιστεύει ότι η κατάσταση θα επιδεινωθεί, ελαφρά ή αισθητά (από 89% το ίδιο χρονικό διάστημα πέρυσι). Τέλος, το ποσοστό των καταναλωτών που αναφέρει ότι είναι «χρεωμένο» αυξάνεται ελαφρά στο 18% (από 16% στο προηγούμενο τρίμηνο και 22% στο αντίστοιχο περυσινό τρίμηνο). Το 8% των ερωτηθέντων δήλωσε το πρώτο τρίμηνο του έτους ότι αποταμιεύει λίγο ή πολύ λίγο (από 11% το προηγούμενο τρίμηνο), ενώ τέλος, αυξάνεται στο 62% κατά μέσο όρο (από 59%), το ποσοστό των καταναλωτών που δηλώνουν ότι «μόλις τα βγάζουν πέρα», με το ποσοστό εκείνων που αναφέρουν ότι «αντλούν από τις αποταμιεύσεις τους» να περιορίζεται ελαφρά στο 12% (από 15% το περασμένο τρίμηνο).

Ο Δείκτης Επιχειρηματικών Προσδοκιών στη Βιομηχανία το πρώτο τρίμηνο του 2014 αυξάνεται σε σχέση με το αμέσως προηγούμενο τρίμηνο, στις 90,0 (από 85,4) μονάδες, ενώ πιο υψηλά παρατηρούμε να είναι και σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή του επίδοση (85,1 μονάδες). Από τα βασικά στοιχεία δραστηριότητας, οι προβλέψεις για τη βραχυπρόθεσμη εξέλιξη της παραγωγής βελτιώνονται το εξεταζόμενο τρίμηνο, με το σχετικό δείκτη να κινείται στις +12 μονάδες (από 0) κατά μέσο όρο. Λιγότερο απαισιόδοξες βαίνουν και οι εκτιμήσεις για το επίπεδο παραγγελιών και ζήτησης (-29 από -32 μον. ο σχετικός δείκτης), ενώ οι εκτιμήσεις για τα αποθέματα ετοιμών προϊόντων υποδηλώνουν ελαφρώς υψηλά για την εποχή επίπεδα, με το σχετικό δείκτη να παραμένει στις +8 μονάδες. Στα υπόλοιπα στοιχεία δραστηριότητας, παρατηρούμε μία μικτή τάση στις εξαγωγικές μεταβλητές. Πιο συγκεκριμένα στην τρέχουσα εξαγωγική δραστηριότητα του τομέα και τις προβλέψεις για την εξαγωγική δυναμική του επόμενου τριμήνου, οι σχετικοί μέσοι όροι ήταν υψηλότεροι στο πρώτο τρίμηνο, ενώ στις παραγγελίες και τη ζήτηση εξωτερικού καταγράφεται ελαφρά επιδείνωση του σχετικού ισοζυγίου. Όσον αφορά την απασχόληση, παρατηρούμε μία βελτίωση του αρνητικού ισοζυγίου όσον αφορά τις προβλέψεις για την πορεία της στον τομέα, φθάνοντας στις -10 μονάδες κατά μέσο όρο (από -16), επίδοση πολύ υψηλότερη σε σύγκριση και με το μέσο όρο του αντίστοιχου τριμήνου του προηγούμενου έτους (-20 μονάδες). Το ποσοστό χρησιμοποίησης του εργοστασιακού δυναμικού μεταβάλλεται οριακά και παραμένει σχετικά χαμηλά κατά το εξεταζόμενο τρίμηνο, στο 66,3%, επίπεδο όμως ελαφρώς ανώτερο από εκείνο στο αντίστοιχο χρονικό διάστημα του 2013 (64,5%). Τέλος, οι μήνες εξασφαλισμένης παραγωγής διαμορφώνονται κατά μέσο όρο στους 4,8 (από 4,3 μήνες το προηγούμενο τρίμηνο και 4,0 το αντίστοιχο περυσινό).

Ο Δείκτης Επιχειρηματικών Προσδοκιών στο Λιανικό Εμπόριο το υπό εξέταση διάστημα αυξάνεται ελαφρά στις 80,6 μονάδες (από 73,8 το προηγούμενο τρίμηνο και 62,4 μονάδες στο αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι). Η εξέλιξη αυτή απορρέει από τη βελτίωση των δεικτών για τις τρέχουσες και προβλεπόμενες πωλήσεις, με τα μέσα επίπεδά τους στο αρχικό τρίμηνο φέτος να διαμορφώνονται αντίστοιχα στις -16 (από

-38) και τις -21 (από -27) μονάδες. Από τις επιχειρήσεις του κλάδου, το 41% (από 44%) κρίνει ότι οι πωλήσεις του θα μειωθούν το προσεχές διάστημα, ενώ το 1/5 (από 17%) προβλέπει άνοδο. Ο αρνητικός δείκτης των εκτιμημένων αποθεμάτων εξομαλύνεται στις -4 (από τις -9) μονάδες κατά μέσο όρο, υψηλότερα και σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή τιμή του (-13 μονάδες). Στα ίδια σχεδόν επίπεδα κινείται το ισοζύγιο στις προβλέψεις για τις παραγγελίες προς προμηθευτές (-18 μονάδες η μέση τιμή τριμήνου), ενώ σχετικά με την απασχόληση στον τομέα, το ισοζύγιο αυξάνεται κατά 12 μονάδες, φθάνοντας στις +2, ανώτερα και έναντι του αντίστοιχου, πολύ χαμηλού περυσινού του επιπέδου (-40 μονάδες). Τέλος, οι αποπληθωριστικές προσδοκίες, δεν παρουσιάζονται αξιόλογη μεταβολή σε σχέση με τα επίπεδα του προηγούμενου τριμήνου (-18 μονάδες το ισοζύγιο). Το 1/5 των επιχειρήσεων υιοθετεί προσδοκίες αποκλιμάκωσης τιμών και η συντριπτική πλειοψηφία του 76% προβλέπει σταθερότητα. Επιπροσθέτως, στους επιμέρους εξεταζόμενους κλάδους, καταγράφεται βελτίωση των επιχειρηματικών προσδοκιών στο εξεταζόμενο τρίμηνο στα Τρόφιμα-Ποτά-Καπνός, τα Υφάσματα-Ένδυση-Υπόδηση, τα Οχήματα & Ανταλλακτικά και τα Πολυκαταστήματα. Ενώ, παρατηρούμε μικρή επιδείνωσή τους στα Είδη οικιακού εξοπλισμού.

Οι επιχειρηματικές προσδοκίες στις Κατασκευές κέρδισαν το υπό εξεταζόμενο τρίμηνο αισθητά έδαφος σε σχέση με το προηγούμενο τρίμηνο (Οκτώβριος-Δεκέμβριος), με το σχετικό ισοζύγιο να αυξάνεται κατά 11,7 μονάδες εφόσον άγγιξε τις 80 μονάδες, ενώ σε σχέση με το αντίστοιχο τρίμηνο του προηγούμενου έτους παρατηρούμε αρκετά μεγαλύτερη επίδοση και συγκεκριμένα κατά 33 μονάδες.

Από τις βασικές συνιστώσες του δείκτη, τόσο οι έντονα αρνητικές προβλέψεις των επιχειρήσεων για το επίπεδο προγράμματος εργασιών τους, όσο και ο δείκτης απασχόλησης του τομέα βελτιώνονται, κερδίζοντας αντίστοιχα και 15 μονάδες το υπό εξέταση τρίμηνο σε σχέση με το προηγούμενο (στις -56 και +8 μονάδες τα σχετικά ισοζύγια). Έτσι, παρατηρούμε την επαναφορά του ισοζυγίου της απασχόλησης σε θετικό πεδίο τιμών και μάλιστα στα υψηλότερα της τελευταίας πενταετίας. Από τις επιχειρήσεις του τομέα, το 28% (από 37%) αναμένει μείωση των θέσεων εργασίας και το 36% (από 30%) αύξησή τους. Εν αντιθέσει, οι εκτιμήσεις των επιχειρήσεων για το τρέχον επίπεδο του προγράμματος εργασιών τους χάνουν έδαφος, με το σχετικό ισοζύγιο να διαμορφώνεται στις -27 (από -23), ενώ οι μήνες εξασφαλισμένης δραστηριότητας των επιχειρήσεων του τομέα παραμένουν σταθερά εδώ και ένα εξάμηνο στα ίδια επίπεδα. Το αρνητικό ισοζύγιο στις προβλέψεις των τιμών επίσης παρέμεινε σταθερό, στις -27 μονάδες, ενώ τέλος, το ποσοστό των επιχειρήσεων που αναφέρει ότι δεν αντιμετωπίζει προσκόμματα στη λειτουργία του αυξάνεται κατά 6 μονάδες αφού άγγιξε το 15%, με τις υπόλοιπες να κρίνουν ως σημαντικότερα εμπόδια τη χαμηλή ζήτηση (31%), την ανεπαρκή χρηματοδότηση (26%) και παράγοντες όπως η γενική οικονομική κατάσταση της χώρας και η ύφεση, η υψηλή φορολογία και η έλλειψη έργων, η καθυστέρηση πληρωμών από το κράτος, οι μεγάλες εκπτώσεις, κ.ά. Μεταξύ των βασικών κλάδων, οι δείκτες προσδοκιών αυξάνονται ελάχιστα στις Ιδιωτικές Κατασκευές (42,5 από 40,1 μονάδες), και πιο πολύ στις Κατασκευές Δημοσίων Έργων, όπου ο σχετικός δείκτης το πρώτο τρίμηνο του νέου έτους διαμορφώθηκε στις 95,8 (από 83,4 το προηγούμενο τρίμηνο) μονάδες, επίδοση που είναι μία από τις υψηλότερες επιδόσεις της τελευταίας πενταετίας.

Στις Υπηρεσίες, ο μέσος Δείκτης Επιχειρηματικών Προσδοκιών το τρίμηνο Ιανουαρίου – Μαρτίου σε σχέση με το αμέσως προηγούμενο κινείται ελάχιστα υψηλότερα στις 78,8 από 74,8 μονάδες που σημείωνε το προηγούμενο τρίμηνο, ενώ σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο (60,6 μονάδες) η άνοδος είναι αισθητά μεγαλύτερη. Από τις βασικές μεταβλητές του δείκτη, είναι κυρίως οι προβλέψεις για τη βραχυπρόθεσμη ζήτηση των επιχειρήσεων του τομέα που κερδίζουν έδαφος το τρέχον τρίμηνο (στις +11 μονάδες το σχετικό ισοζύγιο κατά μέσο όρο, από -10 μονάδες το προηγούμενο διάστημα). Οι τρέχουσες εκτιμήσεις σχετικά με τη ζήτηση βελτιώνονται επίσης, αλλά σε μικρότερη κλίμακα (στις -2 μονάδες ο σχετικός δείκτης, από -6 μονάδες το προηγούμενο διάστημα), ενώ αντίθετα, οι επιδεινούμενες εκτιμήσεις για την τρέχουσα δραστηριότητα αντισταθμίζουν εν μέρει τις παραπάνω θετικές μεταβολές (στις -14 από -4 μονάδες το μέσο ισοζύγιο). Τέλος όσον αφορά τα υπόλοιπα στοιχεία δραστηριότητας, ανοδικά κινούνται και οι προβλέψεις των ερωτηθέντων σχετικά με την απασχόληση, με το σχετικό ισοζύγιο να διαμορφώνεται στις -3 (από -18) μονάδες κατά μέσο όρο. Στις τιμές, οι σχετικές προσδοκίες παραμένουν αποπληθωριστικές, με τον αντίστοιχο δείκτη να ανεβαίνει μόλις 2 μονάδες και να διαμορφώνεται στις -15. Το 17% των επιχειρήσεων αναμένει μείωση τιμών και τα 4/5 σταθερότητα. Τέλος, παρατηρούμε οριακή μείωση αυτό το τρίμηνο, στο 12% από 14% του προηγούμενου τριμήνου, στο ποσοστό εκείνων που αναφέρουν ακώλυτη επιχειρηματική λειτουργία, με το 37% των ερωτηθέντων να δηλώνουν την ανεπάρκεια ζήτησης ως βασικότερο εμπόδιο στη λειτουργία τους, το 31% την ανεπάρκεια κεφαλαίων κίνησης, το 3% την ανεπάρκεια εργατικού δυναμικού και το 16% τους εγχώριους παράγοντες που συνδέονται με τη γενική οικονομική κατάσταση και την κρίση, τη διεθνή συγκυρία, την αδυναμία δανεισμού, την υψηλή φορολογία, την καθυστέρηση πληρωμών κ.ά. Από τους επιμέρους δείκτες προσδοκιών για τους εξεταζόμενους κλάδους των Υπηρεσιών, όλοι καταγράφουν μικρή ή μεγάλη άνοδο κατά το πρώτο τρίμηνο του 2014. Η σημαντικότερη καλυτέρευση σημειώνεται στην Πληροφορική και τους Ενδιάμεσους Χρηματοπιστωτικούς Οργανισμούς, ενώ αξιοσημείωτη είναι και η ανάκαμψη στα Ξενοδοχεία - Εστιατόρια – Ταξιδιωτικά Πρακτορεία. Τέλος, οι Χερσαίες μεταφορές και οι Διάφορες επιχειρηματικές δραστηριότητες παρουσίασαν οριακή άνοδο προσδοκιών το υπό εξέταση τρίμηνο. (Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (α' τρίμηνο 2014)

Σύμφωνα με τα τελευταία ευρήματα παρατηρούμε ότι η αναγκαιότητα για νέες τεχνολογίες είναι μεγάλη και σημαντική.

2.2. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η κοινωνική οικονομία και κατά συνέπεια η ανάπτυξη κοινωνικής επιχειρηματικότητας με το νόημα που έχει στο διεθνές περιβάλλον δεν είναι ιδιαίτερα

διαδεδομένη στην Ελλάδα. Η παράδοση στην Ελλάδα, όπως και στην υπόλοιπη Ευρώπη, είναι άμεσα συνδεδεμένη με τους συνεταιρισμούς που συστήθηκαν στη χώρα σε διάφορες χρονικές περιόδους και κατά συνέπεια οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό τη συνεργατικότητα κυρίως γυναικών και για αγροτικά προϊόντα. Ενώ δεν υπάρχει κάποιος διακριτός τομέας εφόσον σε αυτήν την κατηγορία δραστηριοποιούνται διάφοροι τομείς οι οποίοι εντάσσονται στον τρίτο τομέα όπως οι γυναικείοι συνεταιρισμοί, συνεταιριστικές τράπεζες, εθελοντικές οργανώσεις κλπ. Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά που πρέπει να τονιστεί είναι ότι έχουν εμπορική ιδιότητα και νομικά υπάγονται στο αστικό δίκαιο. (Νικολάου Ι.)

Ενώ κάποια από τα πιθανά προβλήματα που οφείλεται η μη ανάπτυξη αυτής της μορφής επιχειρηματικότητας όπως θα αναφέρουμε και παρακάτω είναι η έλλειψη πληροφόρησης καθώς και η έλλειψη θεσμικού και χρηματοδοτικού πλαισίου που αυτομάτως σημαίνει τη μη αναγνώριση, μη πιστοποίηση και με χρηματοδότηση αυτής της μορφής επιχειρηματικότητας από το κράτος. (Εθνικό Θεματικό Δίκτυο Κοινωνικής Οικονομίας (Σεπτέμβριος 2005))

Ωστόσο παρά τα παραπάνω προβλήματα και τις ελλείψεις στον Ελλαδικό χώρο παρατηρούμε τα τελευταία είκοσι περίπου χρόνια μία έντονη δραστηριότητα σε αυτόν τον κλάδο και κυρίως στην ανάπτυξη αστικών αγροτουριστικών συνεταιρισμών, γυναικείων συνεταιρισμών, δημοτικών επιχειρήσεων και κοινωφελών Ιδρυμάτων (Χρυσάκης Μ., Ζιώμας Δ., Χατζαντώνης Δ., Καραμητροπούλου Ν.,(2002))

2.3 Η ΤΑΣΗ ΜΕ ΓΝΩΜΟΝΑ ΤΗΝ ΗΛΙΚΙΑ

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών ερευνών παρατηρούμε μεγάλη αύξηση της επιχειρηματικότητας στην ηλικία των 35-44 και 25 -34 ετών σε σχέση με τις υπόλοιπες ηλικίες. Ωστόσο αρκετά διαφοροποιημένα σε σχέση με το προηγούμενο έτος παρατηρούμε ότι είναι τα δεδομένα σύμφωνα με την ίδια έρευνα εφόσον παρατηρούμε μεγάλη αύξηση της επιχειρηματικότητας σε ποσοστό που αγγίζει το 35% στην ηλικία των 45-54. Κάτι τέτοιο ίσως να εξηγείται στο γεγονός ότι κατά το 2010 οι μεγαλύτερες ηλικίες οδηγήθηκαν σε επιχειρηματική δραστηριότητα καθώς έμεναν άνεργοι ή και για λόγους «προληπτικούς», φοβούμενοι δηλαδή ότι η θέση εργασίας τους δεν θα ήταν εξασφαλισμένη. Σε αντίθεση με το 2011 όπου η αδυναμία εξασφάλισης μιας θέσης εργασίας εξαιτίας των μεγάλων ποσοστών ανεργίας των νέων, είχε ως αποτέλεσμα τη στροφή των νεότερων ηλικιών στον επιχειρηματικό στίβο αποτελώντας βασική επιλογή βιοπορισμού.

Αξίζει να επισημάνουμε ότι, η Ελλάδα φαίνεται να έχει περιορισμένη συμμετοχή στο κεφάλαιο της επιχειρηματικότητας στις μικρότερες ηλικίες σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη τους λόγους στους οποίους οφείλεται αυτό το φαινόμενο θα τους αναλύσουμε παρακάτω.

Ηλικιακή ομάδα	Επι τις % πληθυσμού στην Ελλάδα 2011	Θέση στην Ευρώπη	Μέσος όρος Ευρώπης
18-24ετών	10,5	15 ^η	14,6
25-34 ετών	27,5	11 ^η	30,5
35-44 ετών	32,9	5 ^η	28,5
45-54 ετών	14,5	21 ^η	21,2
55-64 ετών	14,6	5 ^η	12,0

(Ίδρυμα Οικονομικών Και Βιομηχανικών Ιδρυμάτων(2011-2012))

Τέλος αξιοσημείωτο είναι ότι είναι αδύνατο από τις στατιστικές να εντοπιστεί το είδος της επιχειρηματικότητας που απασχολούνται οι νέοι. (European Youth Forum

Position Paper on Youth Entrepreneurship(17-20 NOVEMBER 2011))

2.4 Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΞΟΔΟ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

Με γνώμονα ότι η οικονομική ανάπτυξη μίας χώρας εξαρτάται και προσδιορίζεται μεταξύ άλλων παραγόντων και από την επιχειρηματικότητά. Αλλά και τους δύσκολους καιρούς που βιώνουμε, γίνεται κατανοητό ότι η ανάπτυξη της πραγματικής κοινωνικής οικονομίας μέσω δημιουργίας βιώσιμων κοινωνικών και συνεταιριστικών επιχειρήσεων, χωρίς κομματικές εξαρτήσεις και συμμετοχές, αποτελεί μία αξιόπιστη λύση. Θα πρέπει να δοθεί έμφαση στη δημιουργία επιχειρήσεων και όχι στην προσωρινή απασχόληση ανέργων μέσω προγραμμάτων. Πετυχαίνοντας με αυτόν τον τρόπο , ένα σημαντικό μέρος της κοινωνίας μας και ειδικότερα η νέα γενιά να αποκτήσει επιχειρηματικά συνεταιριστικά - κοινωνικά ερείσματα και έτσι να πολλαπλασιασθούν τα οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες, καθώς θα είναι και μόνιμα και βιώσιμα. Οι τοπικές κοινωνίες πρέπει να έχουν οφέλη άμεσα από την επιχειρηματικότητα και αυτό θα γίνει και με τη συμμετοχή τους σε συνεταιριστικές – κοινωνικές – πολυμετοχικές επιχειρήσεις, συνεργαζόμενοι και με τον ευρύτερο καινοτόμο ιδιωτικό τομέα και με ένα παραγωγικό - μη γραφειοκρατικό δημόσιο τομέα. (Μιχαλόπουλος Φ.)

Επιπλέον, γνωρίζοντας ότι το παραδοσιακό κράτος πρόνοιας έχει αρχίσει εδώ και πολύ καιρό να φθίνει σε παγκόσμιο επίπεδο οδηγούμαστε στην αναζήτηση νέων τρόπων για την ανάπτυξη υγείων και διατηρήσιμων ανθρώπινων κοινοτήτων.

Από τα διαθέσιμα στοιχεία που έχουμε, φαίνεται ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα προσφέρει εξαιρετικούς νέους τρόπους αξιοποίησης της δυναμικότητας των πολιτών και των κοινοτήτων για τον 21ο αιώνα.

Όπως κάθε κοινωνική αλλαγή έτσι και η κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν προέκυψε σε κενό αέρος αλλά η ανάγκη για περισσότερο καινοτόμες λύσεις που οδηγούν σε διαρκείς βελτιώσεις της κοινωνίας μας ήταν από τα στοιχεία που οδήγησαν στη δημιουργία αυτού του φαινομένου. (Βλιάμος Σ.(Μάρτιος 2014))

Εξάλλου, ας μην ξεχνάμε ότι η Ελλάδα διαθέτει ένα λαμπρό διανοητικό κεφάλαιο το οποίο διαπρέπει στα καλύτερα πανεπιστήμια του κόσμου.

Έτσι, υποστηρίζοντας τη νεανική επιχειρηματικότητα δίνουμε το ερέθισμα στους νέους της χώρας μας όχι απλά να μη φύγουν στο εξωτερικό αλλά σε συνδυασμό και με την κοινωνική επιχειρηματικότητα να εμπλουτιστεί τόσο ο εγχώριος ανταγωνισμός με πρωτότυπες ιδέες όσο και η συνολική βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της αγοράς γενικότερα, καθώς προσφέρει περισσότερες επιλογές στους καταναλωτές, συμβάλλει στην αποτροπή του σχηματισμού μονοπωλίων, μειώνει τις τιμές λιανικής, παρέχει ευκαιρίες για ανάπτυξη δεξιοτήτων και καινοτομία, και περιορίζει την ασύμμετρη πληροφόρηση .

Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειώσουμε ότι ειδικά οι συνεταιρισμοί δείχνουν να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη σταθεροποίηση της οικονομίας, ιδίως σε τομείς που χαρακτηρίζονται από σημαντική αβεβαιότητα και αστάθεια των τιμών, όπως τα χρηματοοικονομικά και η γεωργία. Στη γεωργία, παραδείγματος χάριν, οι συνεταιρισμοί μειώνουν την αστάθεια των τιμών που συχνά χαρακτηρίζει τη γεωργική παραγωγή, προσφέροντας μεγαλύτερη σταθερότητα στη δραστηριότητα των παραγωγών. Στα χρηματοοικονομικά, οι συνεταιριστικές τράπεζες στην Ευρώπη και οι πιστωτικές ενώσεις στη Βόρεια Αμερική έχουν υπάρξει παράγοντες σταθεροποίησης για το τραπεζικό σύστημα. Σαν αποτέλεσμα των παραπάνω δεν είναι ανακριβές να πούμε, ότι η παρουσία συνεταιρισμών βελτιώνει την ικανότητα των κοινωνιών να αντιδρούν μελλοντικά σε αλλαγές. Ε.Ε (2013)

Επιπροσθέτως, η ανάπτυξη νέων μορφών επιχειρηματικότητας σημαίνει ταυτόχρονα και ανάπτυξη κλάδων της οικονομίας οι οποίοι με τη σειρά τους θα παρασύρουν στην ανάπτυξη και άλλους κλάδους της οικονομίας. Για παράδειγμα, ο κλάδος του τουρισμού συνδέεται με τον κλάδο των υπηρεσιών φιλοξενίας ,των κατασκευών, της βιομηχανίας, των logistics κ.α.

Επιπροσθέτως, οφείλουμε να επισημάνουμε ότι ο πλούτος σε μία κοινωνία δεν είναι μόνο οι παραγωγικοί πόροι αλλά και οι ιδέες των ανθρώπων πόσο μάλλον όταν μιλάμε για νέους ανθρώπους. Βασικό μέρος αυτών των ιδεών αποτελούν και οι επιχειρηματικές ιδέες που όμως μόνο όταν εφαρμοστούν και αξιολογηθούν θα συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη. (Ψαροπούλου Φ. (2012))

Επιπλέον, αξίζει να τονίσουμε ότι πέρα από την οικονομία μέσω αυτών των νέων μορφών επιχειρηματικότητας δίνεται η ευκαιρία πρόσβασης ευαίσθητων κοινωνικά ομάδων να εισαχθούν στον τομέα της απασχόλησης με τελικό αποτέλεσμα όχι απλώς να αισθανθούν αλλά και να φανούν χρήσιμοι . Δικαιολογημένα λοιπόν η Ευρωπαϊκή Ένωση θεωρεί αυτές τις νέες μορφές επιχειρηματικότητας και ιδιαίτερα την κοινωνική επιχειρηματικότητα προνομιακό πεδίο εφαρμογής πολιτικών για την απασχόληση, την τοπική ανάπτυξη, την καταπολέμηση της φτώχειας και του

κοινωνικού αποκλεισμού ο οποίος ανοίγει νέες διεξόδους επιχειρηματικής δράσης (www.taxheaven.gr)

Βασική απόρροια όλων των παραπάνω είναι ότι αυτές οι νέες μορφές επιχειρηματικότητας μπορούν να αποτελέσουν κινητήριο δύναμη όχι μόνο για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και την έξοδο μας από τη δύσκολη οικονομική κατάσταση στην οποία βρισκόμαστε αλλά και για την οικονομική ανάπτυξη συμβάλλοντας παράλληλα στην προσωπική ανάπτυξη και εξέλιξη του ανθρώπου.

Κλείνοντας θα θέλαμε να τονίσουμε ότι “ βασική προϋπόθεση όλων των παραπάνω είναι η αλλαγή νοοτροπίας και πρακτικών, οι οποίες είναι βαθιά ριζωμένες”. (Τουρκολιάς (Απρίλιος 2014))

2.5 ΠΡΟΚΑΤΑΛΗΨΕΙΣ- ΕΜΠΟΔΙΑ

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε το Κέντρο Μελετών του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών παρατηρούμε ότι ορισμένες από τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν τα άτομα που θέλουν να εισέλθουν στον επιχειρηματικό κόσμο είναι το ύψος των φορολογικών συντελεστών και των άλλων τελών που διαμορφώνουν το κόστος λειτουργίας μίας επιχείρησης, το ύψος του ενοικίου, το ύψος των ασφαλιστικών εισφορών. τη δυσκολία πρόσβασης στο τραπεζικό σύστημα με σκοπό τη χρηματοδότηση, η ατυχής και καταστροφική έλλειψη υποστήριξης από εκπαιδευτικούς και κυβερνητικούς, τη δυσκολία πρόσβασης στα τοπικά ,εθνικά και κοινοτικά προγράμματα, τη τεράστια γραφειοκρατία που έχουν να αντιμετωπίσουν η οποία κοστίζει τόσο σε χρόνο όσο και σε χρήμα, η αδυναμία πάταξης του παραεμπορίου και της παραοικονομίας Επιπλέον, οι διάφορες πορείες και οι διαδηλώσεις που συχνά οδηγούν σε εκμετάλλευση αυτών από επιτήδειους και έχουν ως αποτέλεσμα το σπάσιμο καταστημάτων και σε πλιάτσικο είναι ένας ακόμα παράγοντας που σκέφτονται και εμποδίζει πολλούς από το να στήσουν τη δικιά τους επιχείρηση . Επιπροσθέτως ,η μείωση της αγοραστικής δύναμης εργαζομένων και συνταξιούχων, που έχει σημειωθεί το τελευταίο διάστημα εξαιτίας της μείωσης μισθών και συντάξεων είναι ένας ακόμα σημαντικός παράγοντας σκεπτόμενοι ότι αρκετοί συμπολίτες μας δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να αγοράσουν ούτε τα βασικά.

Επιπλέον, οι συνεχείς αλλαγές σε συνδυασμό με την έλλειψη σταθερότητας στο φορολογικό, εργασιακό και ασφαλιστικό καθεστώς είναι επίσης ένας παράγοντας που αποτρέπει τους νέους από την ίδρυση της δικής τους επιχείρησης εφόσον δε συμβαδίζει με την ανάγκη τους για την κάλυψη της αίσθησης σταθερότητας και ασφάλειας όσον αφορά το εισόδημά τους, την κοινωνική προστασία ,την ασφαλιστική κάλυψη της υγείας. (Κέντρο Μελετών (Οκτώβριος 2011))

Καθώς επίσης , η έλλειψη εξειδικευμένων προγραμμάτων επιχορήγησης αλλά και η μικρή αναγνωρισιμότητα των νέων αυτών θεσμών και των αξιών που προσθέτουν είναι αποτρεπτικοί παράγοντες προώθησης αυτών των νέων μορφών επιχειρηματικότητας. (ΕΣΠΑ 2013)

2.6 ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ

Μια από τις βασικές προτεραιότητες του ΕΣΠΑ αποτελεί η στήριξη της νεανικής επιχειρηματικότητας και της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, με έμφαση στην προώθηση της καινοτομίας, της τεχνολογίας, της εξειδίκευσης και της εξωστρέφειας. Επιπλέον το ΕΣΠΑ στηρίζει και την κοινωνική επιχειρηματικότητα εφόσον πιστεύει ότι και αυτή με τη σειρά της θα συνεισφέρει στην διατηρήσιμη οικονομική Ανάπτυξη σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας κυρίως σε άτομα που προέρχονται από τις πιο ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού ενδυναμώνοντας ταυτόχρονα την κοινωνική συνοχή η οποία απειλείται σαν απόρροια του δυσμενούς οικονομικού περιβάλλοντος που βρίσκεται η χώρα μας αυτή τη στιγμή...

Η νέα γενιά η οποία σε συνεργασία με πανεπιστημιακούς φορείς και όχι μόνο αποσκοπώντας στην καλλιέργεια του επιχειρηματικού πνεύματος, στην ενθάρρυνση, υποστήριξη και καθοδήγηση των νέων που θέλουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά όχι μόνο παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες, αλλά παρεμβαίνει όπου χρειάζεται και προβάλλει τους νέους επιχειρηματίες.

Η Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (ΜΚΕ) του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης, έχει δημιουργήσει ομάδα Μεντόρων για την υποστήριξη υποψήφιων επιχειρηματιών αποφοίτων ή φοιτητών του ιδρύματος.

Η δράση έχει σαν στόχο την μεταβίβαση της εμπειρίας και της γνώσης των μεντόρων προς τους υποψήφιους επιχειρηματίες, με σκοπό να τους βοηθήσουν να υλοποιήσουν τα επενδυτικά τους σχέδια με όσο το δυνατόν λιγότερα προβλήματα και κινδύνους.

Σημαντικό είναι να τονίσουμε ότι η δράση παρέχεται δωρεάν προς όλους τους παραπάνω ενδιαφερομένους και η προσφορά των μεντόρων είναι εθελοντική. (www.startupgreece.gov.gr)

Η Cosmote σε συνεργασία με την ΕΕΔΕ, το Foundation και την ΟΤΕAcademy, δημιούργησε το πρόγραμμα «COSMOTE StartUp», ένα πρόγραμμα που σκοπό είχε τη στήριξη και προώθηση της νεανικής Επιχειρηματικότητας.

Σαν αποτέλεσμα του παραπάνω και ύστερα από 3 μήνες με εκατοντάδες συμμετοχές και από διαδικασία 3 φάσεων δέκα ομάδες κατάφεραν με τη βοήθεια επιλεγμένων μεντόρων από διαφορετικούς κλάδους να μετατρέψουν τις αρχικές τους ιδέες σε ολοκληρωμένες επιχειρηματικές προτάσεις και να τις παρουσιάσουν σε επενδυτές (www.cosmotestartup.gr)

Η εφαρμογή του ευρωπαϊκού προγράμματος Equal που εφαρμόστηκε και στην Ελλάδα έχει ως σκοπό να αυξήσει την απασχόληση ευάλωτων ομάδων και να διαμορφώσει τις κατάλληλες προϋποθέσεις για ίσες ευκαιρίες στην αγορά εργασίας. Ειδικότερα, η συγκεκριμένη πρωτοβουλία έχει σκοπό να βοηθήσει σε μια σειρά θεμάτων, όπως είναι: α) η ενσωμάτωση και η εξομοίωση κοινωνικών ομάδων που

υπόκεινται σε διακρίσεις στην αγορά εργασίας, β) η ανάπτυξη επιχειρηματικού πνεύματος σε θέματα κοινωνικής επιχειρηματικότητας, γ) η συνεχής προσαρμογή των εργαζομένων και των επιχειρήσεων στις νέες οικονομικές και τεχνικές προκλήσεις ε) η αποφυγή του επαγγελματικού διαχωρισμού μεταξύ ανδρών και γυναικών δ) την ενίσχυση του επιχειρηματικού πνεύματος σε νέους και νέες για την δημιουργία μικρών ευέλικτων επιχειρήσεων παροχής ποιοτικών, καινοτόμων υπηρεσιών αλλά και την εξασφάλιση θέσεων εργασίας σε νέους.

Η ελληνική Ομοσπονδία Νεανικών Επιχειρήσεων ή απλώς Jade Hellas-απευθυνόμενη στο «μέλλον» της επιχειρηματικότητας, στους νέους δηλαδή που επιθυμούν να βγουν στην «αρένα» της αγοράς είναι άλλος ένας φορέας ο οποίος σε συνεργασία με τη γραμματεία νέας γενιάς στηρίζει την ανάπτυξη της νεανικής επιχειρηματικότητας. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ενημέρωση και την στήριξη των φοιτητών με επιχειρηματικά σχέδια, ενώ ως μέλος της Ομοσπονδίας, έχετε πρόσβαση σε συνέδρια, ομιλίες, οδηγούς διαδικασιών και management, επισκέψεις σε επιχειρήσεις και φυσικά διαρκή ενημέρωση για τυχόν νέα προγράμματα.

Το ευρωπαϊκό πρόγραμμα ανταλλαγής για επιχειρηματίες μέσω του οποίου προσφέρεται σε νέους ή φιλόδοξους επιχειρηματίες την ευκαιρία να αποκομίσουν γνώσεις από έμπειρους επιχειρηματίες οι οποίοι διευθύνουν μικρές επιχειρήσεις σε κάποια από τις συμμετέχουσες στο πρόγραμμα χώρες. Η ανταλλαγή εμπειριών πραγματοποιείται κατά τη διάρκεια της παραμονής κοντά στον έμπειρο επιχειρηματία, γεγονός που βοηθά το νέο επιχειρηματία να αποκτήσει τις απαραίτητες δεξιότητες για τη διοίκηση μίας μικρής επιχείρησης. Ο επιχειρηματίας υποδοχής ωφελείται από τις νέες προοπτικές που παρέχονται για την επιχείρησή του/της και αποκτά την ευκαιρία να συνεργαστεί με εταίρους από άλλες χώρες ή να ενημερωθεί για νέες αγορές. Η διαμονή χρηματοδοτείται κατά ένα μέρος από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Είτε είστε νέοι είτε ιδιαίτερα έμπειροι επιχειρηματίες, το πρόγραμμα μπορεί να παράσχει ισχυρή προστιθέμενη αξία στην επιχείρησή σας: στα πιθανά οφέλη περιλαμβάνεται η ανταλλαγή γνώσης και εμπειρίας, οι ευκαιρίες δικτύωσης στην Ευρώπη, οι νέες εμπορικές σχέσεις ή ακόμα και οι νέες αγορές στο εξωτερικό. (www.erasmus-entrepreneurs.eu)

3 ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

3.1 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

Σύμφωνα με έρευνες η Ευρωζώνη το 2014 αναμένεται να αρχίζει πραγματικά να εξέρχεται από την οικονομική κρίση, σημειώνοντας μικρό ρυθμό ανάπτυξης του 0.25 - 1%. Η διαφοροποίηση της δημοσιονομικής της πολιτικής, από αυστηρά συγκρατημένη σε κάπως πιο ουδέτερη ή χαλαρή και η κάποια βελτίωση που σημειώνεται στην ανταγωνιστικότητα, είναι τα στοιχεία που θα βοηθήσουν την οικονομία της Ευρωζώνης να αναπτυχθεί έστω και με βραδύτητα. (Κυπριακό Κέντρο Στρατηγικών Ερευνών(2014))

Επιπλέον σύμφωνα με μία άλλη έρευνα που δημοσίευσε το skainews οι πολίτες της Ε.Ε φαίνεται να συμφωνούν κατά κάποιον τρόπο με τα παραπάνω στοιχεία με εμφανώς πιο απαισιόδοξους τους Έλληνες δεδομένου της κατάστασης που επικρατεί αυτή τη στιγμή στην χώρα μας. Εφόσον το 97% των Ελλήνων και το 65% των πολιτών στην ΕΕ θεωρούν ότι η κατάσταση της οικονομίας της χώρας τους αυτή τη στιγμή είναι κακή. Επίσης, το 60% των Ελλήνων και το 29% των πολιτών της ΕΕ πιστεύουν ότι τους επόμενους 12 μήνες η κατάσταση της απασχόλησης στη χώρα θα επιδεινωθεί και μόνο το 14% των Ελλήνων πιστεύει ότι θα βελτιωθεί ενώ στο 23% ανέρχεται το ποσοστό που έχει την ίδια άποψη όσον αφορά τους πολίτες της ΕΕ. Παράλληλα, το 24% των Ελλήνων εκτιμούν ότι η προσωπική τους κατάσταση όσον αφορά την απασχόληση θα επιδεινωθεί το επόμενο δωδεκάμηνο ενώ το 9% της ΕΕ τείνει να έχει την ίδια άποψη .Σε αντίθεση με το 14% των Ελλήνων και το 19% των πολιτών της Ε.Ε. που πιστεύουν πως θα βελτιωθεί .

Πηγή :<http://www.skai.gr/news/finance/article/257754/to-56-ton-ellinon-pisteuoun-oti-i-oikonomiki-katastasi-tha-heiroterepei/>

Όσον αφορά την Κύπρο εκεί τα πράγματα σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη εμφανίζονται πιο απαισιόδοξα εφόσον αναμένεται ότι θα υποφέρει περισσότερο δεδομένου ότι η συνολική παραγωγή για τα έτη 2013 και 2014 θα είναι συσσωρευτικά μειωμένη κατά 12% και για τα δύο χρόνια, σύμφωνα με το ΔΝΤ, και υπό τις χειρότερες συνθήκες κατά 20% - με όλες τις οικονομικές, κοινωνικές και πολιτικές συνέπειες για τη χώρα και τον λαό της. Η κύρια έγνοια βέβαια είναι μήπως η ανακεφαλαίωση της Τράπεζας Κύπρου με την χρησιμοποίηση ανασφάλιστων καταθέσεων αποδειχθεί ανεπαρκής καθώς οι επισφαλείς απαιτήσεις φαίνεται ότι αυξάνονται.

Όσον αφορά τη γειτονική μας Τουρκία και εκεί τα πράγματα δεν εμφανίζονται αισιόδοξα εφόσον μετά από μία περίοδο οικονομικής ευφορίας που συμπίπτει με τη διακυβέρνηση του ισλαμικού κόμματους του Ταγίπ Ερντογάν, η οικονομία το 2014 θα βρεθεί αντιμέτωπη με μια σειρά σοβαρών προκλήσεων κα προβλημάτων. Παρά

τον προβλεπόμενο ρυθμό ανάπτυξης του 4.6%, η χώρα θα παραμείνει οικονομικά εκτεθειμένη ένεκα των χαμηλών αποταμιεύσεων, του υψηλού ελλείμματος των τρεχουσών συναλλαγών, που ανέρχεται στο 6 – 8% του ΑΕΠ, καθώς και της μεγάλης εξάρτησης της σε ευάλωτες μορφές εισροής κεφαλαίου. Η δε τουρκική λίρα που είναι ήδη υποτιμημένη θα παραμείνει κάτω από την πίεση περαιτέρω υποτίμησης της κατά το 2014.

Σε αντίθεση με τις Η.Π.Α ο τόπος όπου ξεκίνησε η κρίση η κατάσταση της το 2014 αναμένεται να είναι βελτιωμένη παρουσιάζοντας ρυθμό ανάπτυξη της τάξης του 2.5 – 3%. (OECD, PIMCO, EIU, IMF) .Η σχετική χαλάρωση της στα μέτρα δημοσιονομικής πολιτικής σε συνδυασμό με τη σταθερή βελτίωση της ζήτησης στην αγορά εργασίας είναι πιθανόν να οδηγήσουν σε ανάπτυξη του 2.25 - 2.75% σε πραγματικούς όρους. (Κυπριακό Κέντρο Στρατηγικών Ερευνών(2014))

3.2 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

Κατά τη δεκαετία του '80 και κατόπιν των σφοδρών επιπτώσεων που επέφεραν οι πετρελαϊκές κρίσεις στην παγκόσμια οικονομία, προκύπτει ο πειρασμός του κατά πόσο η κοινωνική οικονομία θα μπορούσε να συμβάλλει στην τόνωση της απασχόλησης και στην ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής. Σε αυτές τις συνθήκες, μια σειρά από πρακτικές κοινωνικής επιχειρηματικότητας αναπτύχθηκαν στις δυο πλευρές του Ατλαντικού.

Την ίδια περίοδο παρατηρούμε μια σειρά από όρους να χρησιμοποιούνται στις ΗΠΑ προκειμένου να προσδιορίσουν την κοινωνική αποστολή μιας επιχείρησης. Ορισμένοι από αυτούς τους όρους ήταν η επιχείρηση μη-κερδοσκοπικού χαρακτήρα, η μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχειρηματικότητα, η επιχείρηση κοινωνικού σκοπού, και η δημόσια επιχείρηση. (Defourny and Nyssens, (2008))

Ο Kerlin (2006) διευρύνει τη λίστα των όρων που χρησιμοποιούν στις ΗΠΑ την ίδια περίοδο με τους όρους Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και επιχειρήσεις φιλανθρωπίας. Η χρήση του πρώτου όρου χρησιμοποιείται κυρίως για τις εμπορικές επιχειρήσεις που πραγματοποιούν, εκτός της παραγωγής των προϊόντων και των υπηρεσιών, ορισμένες πρακτικές κοινωνικού ενδιαφέροντος.

Ανεξάρτητα με τους όρους που τέθηκαν σε κυκλοφορία τη συγκεκριμένη χρονική δεκαετία, έχουμε τη διάκριση δυο σχολών επιστημονικής σκέψης για την κοινωνική Επιχειρηματικότητα από τους Dees και Anderson (2006) . Η πρώτη σχολή σκέψης διακρίνει έναν εμπορικό χαρακτήρα για τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Για παράδειγμα, στη συγκεκριμένη δεκαετία μια σειρά από χειρωνακτικά και οικιακά προϊόντα πωλούνται με πρωτοβουλία των εκκλησιαστικών μη κερδοσκοπικών οργανισμών. Πράγματι, ο Kerlin (2006) παραθέτει τους ορισμούς της κοινωνικής επιχειρηματικότητας που δίνονται από τον έντυπο τύπο της εποχής τη δεκαετία του '80 ως μια: «αποστολή προσανατολισμένη στα έσοδα ή στη δημιουργία προγραμμάτων που αναλαμβάνονται από τους κοινωνικούς επιχειρηματίες, τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και από τις μη κερδοσκοπικές επιχειρήσεις σε συνεργασία με τις κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχειρήσεις). Δηλαδή, διάφορες πρωτοβουλίες μη κερδοσκοπικών οργανισμών αναπτύσσονται που θα πρέπει να ήταν βιώσιμες και θα έπρεπε να επιζητούν την εισροή εσόδων.

Ενώ στη δεύτερη σχολή σκέψης εμπλέκει μια ομάδα επιχειρήσεων που θα αποτελούσαν κινητήριο μοχλό για την πολλαπλάσια δημιουργία κοινωνικών επιχειρήσεων. Ο κρίσιμος σκοπός των επιχειρήσεων αυτών ήταν ο εντοπισμός και η χρηματοδότηση

ανθρώπων που έδειχναν ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην επίλυση κοινωνικών ζητημάτων. Αυτού του είδους οι επιχειρήσεις ουσιαστικά ήταν οι προάγγελοι των κοινωνικών συμμετοχικών επενδυτικών κεφαλαίων που προορίζονται για επιχειρήσεις με κοινωνική αποστολή.

Την ίδια δεκαετία, στην Ευρώπη παρουσιάζεται μια κινητικότητα στην κοινωνική οικονομία για να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα της ανεργίας και το έλλειμμα των κοινωνικών υπηρεσιών που έχει επιφέρει η περικοπή των προϋπολογισμών των ευρωπαϊκών κρατών εξαιτίας των προγραμμάτων λιτότητας. Έτσι παρατηρούμε ότι στις χώρες όπως το Βέλγιο, την Γαλλία, την Γερμανία και την Ιρλανδία την ύπαρξη μια αξιοσημείωτης παρουσίας μη κερδοσκοπικών οργανισμών που έχουν ως σκοπό να συμβάλλουν στις κοινωνικές υπηρεσίες, ωστόσο χρηματοδοτούνται και ελέγχονται από τους δημόσιους οργανισμούς. Βασικός σκοπός αυτών των οργανισμών ήταν η επανένταξη των ανέργων στην αγορά εργασίας. Με λίγα λόγια η συμβολή τους στην εκπαίδευσή τους ώστε να γίνουν εκ νέου παραγωγικοί και απαραίτητοι στον παραγωγικό ιστό των χωρών τους. Σε αντίθεση με τις Σκανδιναβικές χώρες, οι οποίες, είχαν αναπτύξει μια πολύ μεγαλύτερη συνεργατική κουλτούρα μεταξύ των εργαζομένων και των αγροτών τη συγκεκριμένη δεκαετία με κύριο στόχο να παρέχουν κοινωνικές και ιατρικές υπηρεσίες σε κατηγορίες ανθρώπων που αδυνατούσαν να πληρώσουν. Επιπλέον, στις χώρες του ευρωπαϊκού νότου, η φιλανθρωπία έχει μια ιδιαίτερη σημασία και κυρίως προωθείται από τα εκκλησιαστικά ιδρύματα αυτή τη δεκαετία, ενώ στο Ηνωμένο Βασίλειο εμφανίζεται μια φιλελευθεροποίηση του τρίτου τομέα, ο οποίος συμπεριφέρεται όπως και οι υπόλοιπες επιχειρήσεις και έχει καθαρά εμπορικό σκοπό.

Την επόμενη δεκαετία παρατηρούμε μία αύξηση των φιλανθρωπικών επιχειρηματικών προσπαθειών στην υπερατλαντική πλευρά και την θεσμική έξαρση της κοινωνικής οικονομίας στην ευρωπαϊκή πλευρά.

Πιο συγκεκριμένα στις ΗΠΑ τη συγκεκριμένη δεκαετία παρατηρούμε τις μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχειρήσεις να αποτελούν την κύρια μονάδα της κοινωνικής οικονομίας που κατά 46% λαμβάνει χρήματα από συνδρομές μελών, ενώ το υπόλοιπο προέρχεται από εμπορικές δραστηριότητες.

Σε αυτή την περίοδο διακρίνουμε τρεις τύπους επιχειρήσεων που θεωρούνται κοινωνικές :

(α) οι επιχειρηματικές φιλανθρωπίες: σε αυτή την κατηγορία τοποθετούνται οι επιχειρήσεις

κερδοσκοπικού χαρακτήρα που ένα τμήμα των κερδών τους το προορίζουν για να αντιμετωπίσουν τις κοινωνικές προκλήσεις ή να συμβάλουν στα δημόσια αγαθά.

(β) οι οργανισμοί κοινωνικών σκοπών: σε αυτή την κατηγορία συνδυάζονται δυο βασικές πλευρές: η κερδοφορία και η κοινωνική αποστολή των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις αυτής της κατηγορίας έχουν σκοπό να παράγουν προϊόντα που απαλύνουν σημαντικά κοινωνικά προβλήματα με βιώσιμο τρόπο. Δηλαδή, πωλήσεις τυποποιημένων φαγητών χαμηλής τιμής σε ανθρώπους με χαμηλό εισόδημα ή την εκπαίδευση παιδιών από οικογένειες με χαμηλό εισόδημα.

(γ) οι υβριδικοί οργανισμοί: στην κατηγορία αυτή εντάσσονται επιχειρήσεις που έχουν σκοπό να συμβάλουν στα κοινωνικά ζητήματα, αλλά επίσης θέλουν να φέρουν

κέρδη στους ιδιοκτήτες τους, τα οποία διανέμονται για την ικανοποίηση της προσωπικής τους ευχαρίστησης.(Young, (2001))

Ενώ έχουμε την ωρίμανση της έννοια της κοινωνικής οικονομίας και το ξεκίνημα της ενδυνάμωσης του θεσμικού πλαισίου στα ζητήματα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας την ίδια περίοδο στην Ευρώπη. (Defourny and Nyssens, 2010).

Έτσι παρατηρούμε μία πλειάδα νόμων να θεσπίζεται σε διάφορες χώρες όπως είναι η Ιταλία, η Πορτογαλία και η Ισπανία με σκοπό τη θεσμική υποστήριξη των κοινωνικών επιχειρήσεων. Και παρά τις διαφοροποιήσεις που υπάρχουν στη νομοθεσία των διάφορων ευρωπαϊκών χωρών παρατηρούμε ορισμένα κύρια χαρακτηριστικά ορισμένα εκ των οποίων τα παραθέτουμε :

α) η μεγαλύτερη έμφαση στη συμμετοχή των αποφάσεων από τους εργαζόμενους στην επιχείρηση και των συνδρομητών,

β) το πλεόνασμα της επιχείρησης επαναδιατίθεται για τους κοινωνικούς σκοπούς της επιχείρησης και δεν προορίζεται για τη διανομή στους ιδιοκτήτες και τους μετόχους.

Ωστόσο, αυτό που χαρακτηρίζει τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο είναι το γεγονός ότι η πλειονότητα των κοινωνικών επιχειρήσεων εστιάζει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας για να απασχοληθούν οι λιγότερο ευνοημένοι της κοινωνίας.

Σε αντίθεση με τις δύο προηγούμενες δεκαετίες, την επόμενη δεκαετία αυτή του 20ου αιώνα και έως και σήμερα παρατηρούμε και στις δυο πλευρές του Ατλαντικού μια διευκρίνιση των εννοιών της κοινωνικής οικονομίας και κυρίως μετατόπιση από την μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχείρηση στις ΗΠΑ και μετατόπιση από τη δημόσια επιχείρηση στην Ευρώπη.

Πιο συγκεκριμένα, την συγκεκριμένη περίοδο αυτή αρχίζουν να χρησιμοποιούνται περισσότερο οι όροι κοινωνική επιχειρηματικότητα και κοινωνική επιχείρηση σε αναλογία με τον όρο μη κερδοσκοπική επιχείρηση που ήταν δημοφιλής κατά τις προηγούμενες δεκαετίες. Αυτή η εξέλιξη ήταν φυσικό αποτέλεσμα της περιορισμένης χρηματοδότησης των κοινωνικών επιχειρήσεων από τις κρατικές υπηρεσίες (Galera and Borzaga, 2009). Αυτό εξηγεί επίσης και την κύρια τάση που επικρατεί στις ΗΠΑ για τις κοινωνικές επιχειρήσεις που θα πρέπει να είναι οικονομικά αυτόνομες με την παροχή κοινωνικών προϊόντων στην ανταγωνιστική αγορά. Επίσης, ένα ακόμα κύριο χαρακτηριστικό των κοινωνικών επιχειρήσεων στις ΗΠΑ είναι ότι σε αρκετές περιπτώσεις λαμβάνανε ατομική φυσιογνωμία μιας και η διοίκηση και η επωνυμία τους συνδέονταν άμεσα με τον ιδιοκτήτη τους.

Όσον αφορά την Ευρώπη τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο παρατηρούμε μία στόχευση κυρίως στη διευκρίνιση του όρου της κοινωνικής επιχείρησης από τον όρο δημόσια επιχείρηση. Δηλαδή, όταν γίνεται αναφορά του όρου κοινωνική επιχείρηση, η έμφαση δίνεται στην κοινωνική αποστολή της επιχείρησης, στην επανεπένδυση του οικονομικού πλεονάσματος για τους κοινωνικούς σκοπούς της επιχείρησης και στο συνεργατικό χαρακτήρα αυτών των επιχειρήσεων. Αξιοσημείωτο επίσης είναι ότι η

συνεταιριστική παράδοση της Ευρώπης αποτυπώθηκε στις πρώτες κοινωνικές επιχειρήσεις που κατά μεγάλη πλειονότητά τους ήταν συνεργατικές.

3.3 Η ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΤΗΣ ΑΞΙΑΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ Η ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΝΕΑΝΙΚΗΣ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η Ευρώπη θεωρεί ότι οι νέοι αποτελούν κρίσιμο παράγοντα για το αν το μέλλον της θα χαρακτηρίζεται από δυναμισμό και ευημερία. Μέσω των ταλέντων τους, της ενέργειας τους και της δημιουργικότητά τους θα βοηθήσουν την Ευρώπη να αναπτυχθεί και να καταστεί περισσότερο ανταγωνιστική καθώς ξεπερνούμε την οικονομική και χρηματοπιστωτική κρίση. Παρόλα αυτά, όμως παρατηρούμε την κρίση να έχει πλήξει ιδιαίτερα έντονα τους νέους. Τη στιγμή αυτή, περίπου 6 εκατομμύρια άνθρωποι κάτω της ηλικίας των 25 ετών στην Ευρώπη είναι άνεργοι, ενώ 7,5 εκατομμύρια συνολικά βρίσκονται εκτός απασχόλησης, εκπαίδευσης ή κατάρτισης. Το πρώτο τρίμηνο του 2003, το ποσοστό ανεργίας των νέων στην

Ευρώπη ανήλθε στο 23,5%, ποσοστό υπερδιπλάσιο από το ήδη πολύ υψηλό

ποσοστό του συνόλου του πληθυσμού. Σε ορισμένες χώρες, περισσότεροι από τους μισούς νέους ανθρώπους που επιθυμούν να εργαστούν είναι άνεργοι.

Πρόκειται τόσο για ένα δυστυχώς τεράστιο αναξιοποίητο δυναμικό το οποίο η Ευρώπη δεν έχει την πολυτέλεια να σπαταλήσει, όσο και για μια κοινωνική κρίση στην οποία η Ευρώπη δεν μπορεί να επιτρέψει να συνεχίζεται. Η ανεργία των νέων

έχει βαθιές επιπτώσεις στους ανθρώπους, καθώς και στην κοινωνία και την οικονομία. Εάν δεν αντιστραφούν γρήγορα οι παρατηρούμενες τάσεις, τα υψηλά επίπεδα ανεργίας των νέων που παρατηρούνται σήμερα υπάρχει μεγάλος κίνδυνος να υπονομεύσουν τις μακροπρόθεσμες προοπτικές απασχόλησης των

νέων, γεγονός που θα έχει σοβαρές επιπτώσεις για τη μελλοντική ανάπτυξη και την

κοινωνική συνοχή. Στο πλαίσιο της ευρύτερης στρατηγικής της Ευρώπης για τη δημιουργία ανάπτυξης θέσεων εργασίας, η προσφορά βοήθειας η απόκτηση δεξιοτήτων και η ανάπτυξη πρακτικών επιχειρηματικών εμπειριών στους νέους ώστε να εισέλθουν , να παραμείνουν στην αγορά εργασίας, αλλά και να ανοίξουν δρόμους για απασχόληση στον μέλλον αποτελεί ύψιστη προτεραιότητα για την Ευρωπαϊκή Ένωση.(Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Ιούνιος 2013))

Ένας τρόπος με τον οποίο η Ευρώπη μπορεί να έχει θετικό αντίκτυπο στους νέους , ενισχύοντας τους και υποστηρίζοντας είναι μέσω της επιχειρηματικότητας.

Η επιχειρηματικότητα πέρα από την εξαιρετική μορφή απασχόλησης είναι και ένας τρόπος για την υλοποίηση καινοτόμων ιδεών και λύσεων .

Δημιουργεί θέσεις εργασίας , προωθεί τον πλούτο για την κοινωνία στο σύνολό της και , ιδίως μέσω της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, όπως η πράσινη επιχειρηματικότητα , συμβάλλει στην κοινότητα ανάπτυξης, υποστηρίζει τη

περιβαλλοντική βιωσιμότητα και παράγει κοινωνικό κεφάλαιο. (European Youth Forum Position Paper on Youth Entrepreneurship(17-20 NOVEMBER 2011))Για αυτόν τον λόγο άλλωστε και η Διεθνής Οργάνωση Εργασίας αναγνωρίζει την κοινωνική οικονομία ως μια «κρίσιμη» συνιστώσα στο παγκόσμιο υπόδειγμα αειφόρου οικονομικής ανάπτυξης του 21ου αιώνα. (ΟΚΕ)

Προκειμένου να επιτευχθούν τα παραπάνω η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεωρεί καίρια την ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων των νέων που αναζητούν απασχόληση και θέλουν να ξεκινήσουν τις δικές τους επιχειρήσεις. Οι πρακτικές επιχειρηματικές εμπειρίες για όλους τους νέους συμβάλλουν στη δημιουργία σύνδεσης μεταξύ της εκπαίδευσης και του πραγματικού κόσμου, μετατρέποντας τις δημιουργικές ιδέες σε επιχειρηματική δράση. Για την πραγματοποίηση της υποστήριξης της αλλαγής σε όλο το εκπαιδευτικό σύστημα, η Επιτροπή σκοπεύει να παράσχει λεπτομερέστερες κατευθύνσεις πολιτικής για την επιχειρηματικότητα στην εκπαίδευση. Μια δράση συνεργασίας με τον ΟΟΣΑ σχετικά με τα κατευθυντήρια πλαίσια δράσης για την επιχειρηματική εκπαίδευση σε σχολικό επίπεδο, στην ΕΕΚ και τα πανεπιστήμια, πιστεύει ότι θα ενθαρρύνει την επιχειρηματική διδασκαλία και μάθηση αλλά και θα δημιουργήσει ερεθίσματα .

Ταυτόχρονα , η Ευρωπαϊκή Επιτροπή φαίνεται να δείχνει ιδιαίτερη έμφαση και στην κοινωνική επιχειρηματικότητα τόσο κατά την προηγούμενη προγραμματική Περίοδο (2007-2013), όσο και κατά την τρέχουσα προγραμματική περίοδο (2014-2020), μέσω των μέτρων που προβλέπει η Κοινωνική Επιχειρηματική Πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. (ΟΚΕ)

3.3.1 ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

Σε αυτό το σημείο νομίζω πως αξίζει να αναφέρουμε ότι σύμφωνα με έκθεση της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη νεολαία του 2009 τονίζεται ότι παρά το γεγονός ότι η πλειοψηφία των σημερινών νέων Ευρωπαίων χαίρει καλών συνθηκών ζωής, εξακολουθούν όμως να υφίστανται προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπιστούν, όπως η ανεργία των νέων, η μη συμμετοχή των νέων σε εκπαίδευση ή κατάρτιση, η φτώχεια μεταξύ των νέων, η χαμηλή συμμετοχή και υπο εκπροσώπηση των νέων στη δημοκρατική διαδικασία και ποικίλα προβλήματα υγείας. Η οικονομική κάμψη, όπως αυτή που άρχισε το 2008, τείνει να επιδρά σε μεγάλο βαθμό αρνητικά στους νέους, ενώ υπάρχει κίνδυνος οι συνέπειές της να είναι μακροπρόθεσμες

4 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ FAIRTRADE HELLAS

FAIRTRADE HELLAS

Μία Ελληνική μη Κυβερνητική Οργάνωση που ιδρύθηκε το 2004 με νομική μορφή της αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρίας. Στην Ελλάδα είναι η πρώτη εταιρία που άρχισε να προωθεί τη φιλοσοφία του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου ενώ παράλληλα έχει ως στόχο την καταπολέμηση της φτώχειας σε παγκόσμιο επίπεδο. Βασικός στόχος της οργάνωσης είναι η προώθηση της ηθικής και υπεύθυνης κατανάλωσης στην Ελλάδα καθώς και η διάθεση στην ελληνική αγορά προϊόντων που προέρχονται από μικρούς παραγωγούς και φτωχές χώρες.

Ενώ η δράση της εκτείνεται πέρα από τη διάθεση προϊόντων που δεν έχουν προκύψει από εκμετάλλευση ανθρώπων από άνθρωπο. Εφόσον οι εργαζόμενοι και εθελοντές της διαθέτουν την κουλτούρα της προώθησης καθημερινά των αξιών μιας εναλλακτικής και δίκαιης οικονομίας αλλά και της υπεύθυνης κατανάλωσης μέσω διαφόρων εκστρατειών και προγραμμάτων εκπαίδευσης σε σχολεία, μουσεία, πολιτιστικούς χώρους κ.α..

Για όλους τους παραπάνω σκοπούς η Fairtrade εγκαινίασε το πρώτο της κατάστημα στην Αθήνα το 2006 με προϊόντα από όλον τον κόσμο. Ενώ αν το επιθυμεί κανείς μπορεί να κάνει την παραγγελία του και μέσω του διαδικτύου από το ηλεκτρονικό κατάστημα της εταιρίας. (www.fairtrade.gr)

4.2 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΜΥΓΔΟΝΙΑΣ

ΜΥΓΔΟΝΙΑ

Μία Κοινωνική – μη κερδοσκοπική - Συνεταιριστική Επιχείρηση συλλογικού και παραγωγικού σκοπού που ιδρύθηκε τον Αύγουστο του 2012 από έξι άνεργες γυναίκες στην περιοχή του Λαγκαδά. Στόχος της είναι η επιδίωξη συλλογικού οφέλους και η εξυπηρέτηση γενικότερων κοινωνικών συμφερόντων, συμβάλλοντας στην οικονομική ανάπτυξη μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας, της εκπαίδευσης και της ενδυνάμωσης της αγροτικής ανάπτυξης.

Από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα τα βότανα έπαιξαν και παίζουν σημαντικό ρόλο στην παραδοσιακή ιατρική πολλών πολιτισμών. Το 2013 μπορεί αυτό να μας φαίνεται εξωπραγματικό και κομπογιαννίτικο ωστόσο, ο εναλλακτικός τρόπος αντιμετώπισης της φροντίδας της υγείας που αντιπροσωπεύουν τα βότανα έχει και σήμερα την ίδια αξία που είχε και πριν από χιλιάδες χρόνια.

Η Μυγδονία εκμεταλλεύομενη τις γνώσεις και εμπειρίες των προγόνων μας εκσυγχρόνισε τις συνταγές που μεταφέρθηκαν στο χρόνο από γιαγιά σε κόρη και εγγονή. Δημιούργησε μια σειρά από προϊόντα με βάση τα βότανα για την ανακούφιση προβλημάτων υγείας κυρίως δερματολογικών και για τα μαλλιά. Σήμερα παράγουν

χειροποίητα σαπούνια με ελαιόλαδο, αλισίβα και βότανα, βοτανόλαδα, κεραλοιφές με μέλι, μελισσοκέρι, ελαιόλαδο και βότανα καθώς και σαπούνια γλυκερίνης με αιθέρια έλαια βοτάνων.

Η Μυγδονιά πειραματίζεται ασταμάτητα με νέες δημιουργίες προϊόντων σε συνεργασία με εξειδικευμένους βοτανολόγους και χημικούς και σε σύντομο χρονικό διάστημα αναμένεται να δημιουργήσει μια νέα σειρά προϊόντων περιποίησης για άνδρες και σαπούνια γενικής οικιακής χρήσης.

Στόχοι της Μυγδονιάς είναι η δημιουργία ενός βοτανόκηπου ένα κέντρο διαφύλαξης και διάδοσης των αυτοφυών αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών ένα Κέντρο Δια Βίου Μάθησης της αγροδιατροφικής αλυσίδας, ένα Κέντρο περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και ένα εργαστήριο για παραδοσιακές χειροποίητες βοτανοδημιουργίες - βοτανολειτουργικά τρόφιμα.

Παράλληλα, σε αυτό το σημείο πιστεύουμε ότι είναι σκόπιμο να αναφέρουμε ότι η Μυγδονιά αντιλαμβάνομενη μέσω ερευνών που έκανε και οι οποίες κατέδειξαν ότι το μερίδιο αγοράς των χειροποίητων σαπουνιών στο εξωτερικό είναι λιγότερο από 2%, πράγμα που κάνει απολύτως κατανοητό, τις τεράστιες ευκαιρίες διάθεσης των προϊόντων της στο εξωτερικό. Δημιούργησε την πλατφόρμα e-Greece μέσω της οποίας κατάφερε να επεκταθεί πέρα των εθνικών συνόρων εφόσον της δίνει τη δυνατότητα να προωθη τα προϊόντα της στη Βρετανική αγορά.(www.ksemygdonia.com)

4.3 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ FARMERS REPUBLIC

FARMERS REPUBLIC

Δημιουργήθηκε από μία ομάδα νέων ανθρώπων, με στόχο και όραμα να προσφέρουν ένα ξεχωριστό περιβάλλον διάθεσης τροφίμων τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τους παραγωγούς σε προσιτές τιμές

Εμπνεύστηκε και βασίζεται στα πρότυπα των Farmer's Markets, τα οποία κερδίζουν συνεχώς έδαφος διεθνώς – όπως η Borough Market στο Λονδίνο, που αποτελεί και διεθνές σημείο αναφοράς για αγοραστές υψηλών απαιτήσεων.

Το Farmers Republic είναι μια νέα αντίληψη «Βιολογικής Αγοράς Παραγωγών» που, με το παντοπωλείο και το e-shop του, εξασφαλίζει στους καταναλωτές τα καλύτερα πιστοποιημένα βιολογικά και ολοκληρωμένης διαχείρισης παραδοσιακά προϊόντα (νωπά και τυποποιημένα), αλλά και στους παραγωγούς καλύτερες προϋποθέσεις ανάπτυξης.

Η Farmers Republic δημιουργεί νέους όρους στο τομέα του εμπορίου αφού παρέχει ελεύθερο ωράριο, χωρίς περιορισμούς, με σκοπό την ευελιξία, την ευκολία και την ταχύτητα των αγορών ενώ παράλληλα οι καταναλωτές αγοράζουν μοναδικά προϊόντα άριστης ποιότητας και βιολογικής πιστοποίησης και οι παραγωγοί πωλούν τα προϊόντα τους σε άμεση επαφή με τους καταναλωτές, σε ζεστό περιβάλλον. (www.farmersrepublic.gr)

4.4 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ E-SHOP

E-SHOP

Ιδρύθηκε το 1998 από τρεις φοιτητές του τμήματος Πολιτικών Μηχανικών του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου (ΕΜΠ) και αποτελεί ανώνυμη εταιρεία ηλεκτρονικού εμπορίου και παροχής υπηρεσιών διαδικτύου. Σε μία εποχή μίζερη για την εγχώρια αγορά πληροφορικής, η δραστηριότητα αρκετών μικρότερων, αλλά ταχέως αναπτυσσόμενων, επιχειρήσεων καλύπτεται από τις ειδήσεις

περί αυτοκτονιών, ατυχημάτων και χρεοκοπιών .Η E-Shop αποτελεί τρανταχτό παράδειγμα αυτών που υποστηρίζουν ότι ακόμα και στην πιο δύσκολη αγορά υπάρχουν περιθώρια ανάπτυξης για όσους επενδύουν σε καινοτομικές υπηρεσίες ή προϊόντα.. Εφόσον, μετά από μια δεκαπενταετή περίοδο έντονης ανάπτυξης το πρώτο ηλεκτρονικό κατάστημα στην Ελλάδα συνεχίζει να κατέχει σήμερα κυρίαρχη θέση μεταξύ των ηλεκτρονικών καταστημάτων ενώ εξειδικεύεται στα τεχνολογικά προϊόντα, με τα έσοδά της να διπλασιάζονται σε ετήσια βάση.

Η εταιρία παράλληλα διατηρεί 53 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα και 3 στην Κύπρο. Ενώ, διαθέτει έναν στόλο ιδιόκτητων οχημάτων με σκοπό τη διανομή των προϊόντων της στους πελάτες εντός 24 ωρών, . Ενώ, παράλληλα για τον ίδιο σκοπό συνεργάζεται και με ταχυμεταφορείς. Αξιοσημείωτο είναι ότι η εταιρία στο σύνολο της απασχολεί περισσότερους από 300 υπαλλήλους στην Ελλάδα. Ο ρυθμός ανάπτυξης του 2013 σε σχέση με το προηγούμενο έτος ξεπέρασε το +60%, ενώ λίγο πριν το τέλος της χρονιάς το e-shop συμπλήρωσε 1.000.000 παραγγελίες που εξυπηρετήθηκαν με επιτυχία μέσα στο 2013!

Οι επενδύσεις σε κτιριακές υποδομές, συστήματα μηχανογράφησης, εσωτερικής οργάνωσης και σε ποιοτική εκπαίδευση των εργαζομένων είναι αυτά που υπογραμμίζουν την πολιτική της εταιρείας για συνεχή ανάπτυξη και σφραγίζουν τη δέσμευση του e-shop.gr για διαρκή βελτίωση.

Επιπλέον, πολιτική της εταιρείας είναι να εξασφαλίζει στους καταναλωτές τις φθηνότερες τιμές τις αγορές για μμεγάλη ποικιλία προϊόντων, με όποιο κόστος και αν αυτό συνεπάγεται . Η πληρωμή γίνεται με πιστωτική κάρτα ή με αντικαταβολή ή με κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό. (www.e-shop.gr)

Αυτό είναι και το κλειδί της επιβίωσης της επιχείρησης σε μια περίοδο κατά την οποία απέτυχαν αντίστοιχες προσπάθειες από ισχυρούς ομίλους που διέθεταν πολύ μεγαλύτερα κεφάλαια από τους τρεις φοιτητές του ΕΜΠ σύμφωνα με τον κ. Αποστολάκη τον έναν εκ των τριών ιδρυτών. Εφόσον, στη λογική της εταιρίας δεν εμπριέχονται καθόλου οι προσφορές, αφού ήδη καθημερινά εξασφαλίζουν τις χαμηλότερες τιμές στην αγορά για όλα τα προϊόντα, ενώ παράλληλα, προσφέρουν πολλή μεγάλη γκάμα στα προσφερόμενα είδη μέσω συνεργασιών με πολλούς Έλληνες και ξένους προμηθευτές. (Ρουσάνογλου Ν.(Απρίλιος 2005))

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Συνοψίζοντας, η ανάγκη για εύρεση διεξόδων που θα μας οδηγήσουν σε ένα καλύτερο και πιο αποδοτικότερο αύριο είναι πιο επιτακτική από ποτέ μίας και η οικονομική κρίση η οποία διανύουμε έχει δημιουργήσει ένα τεράστιο πνεύμα αστάθειας και αβεβαιότητας τόσο για το παρόν όσο και για το μέλλον .

Ένας τρόπος για να επιτευχθεί αυτό είναι η ενδυνάμωση του επιχειρηματικού πνεύματος. Κάτι το οποίο θα επιτευχθεί με την αύξηση της έντασης του ανταγωνισμού μέσω των νέων μορφών επιχειρηματικότητας και κυρίως μέσω της ενίσχυσης τόσο της νεανικής όσο και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Για να ενισχυθεί μία τέτοια προσπάθεια θα πρέπει καταρχήν να γίνει αντιληπτή η πάγια και καιρία σημασία αυτών των μορφών επιχειρηματικότητας, εφόσον, ίσως να αποτελεί και τη μοναδική διέξοδο μας από την κρίση και σε τελική ανάλυση επιβίωση μας σαν έθνος . Προς αυτήν την κατεύθυνση αρκεί να ρίξουμε μία ματιά του τι γίνεται τόσο σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο αλλά και σε επιχειρήσεις που τόλμησαν και φυσικά πέτυχαν. Και στη συνέχεια η ενίσχυση των ατόμων που θέλουν να ασχοληθούν με τέτοιες μορφές επιχειρηματικότητας έτσι ώστε αν όχι να εξαφανιστούν τουλάχιστον να μειωθούν στο ελάχιστο τα διάφορα εμπόδια όπως η μεγάλη γραφειοκρατία, το πολύπλοκο και ασταθές φορολογικό , και ασφαλιστικό σύστημα , η αδυναμία χρηματοδότησης κ.α.

Προς την κατεύθυνση αυτή της κατάρριψης των εμποδίων πιστεύουμε ότι είναι αναγκαία η νομοθέτηση πλαισίου εναλλακτικών χρηματοδοτικών μηχανισμών. Η δημιουργία ενός προνομιακού καθεστώτος φορολογικού και ασφαλιστικού πιο ελκυστικό κυρίως όσον αφορά τους νέους επιχειρηματίες. Η καθιέρωση ενός ευνοϊκότερου θεσμικού πλαισίου κάτι το οποίο δυστυχώς δεν παρατηρείται ούτε στο παγκόσμιο σκηνικό.

Η δικτύωση των κοινωνικών επιχειρήσεων με δικούς τους μηχανισμούς συμβουλευτικής, εκπαίδευσης και ελέγχου ώστε να μην παρατηρηθούν φαινόμενα διαφθοράς ή αστοχιών που θα δυσφημίσουν το εγχείρημα, όπως έγινε με τους συνεταιρισμούς παλιότερα.

Η δημιουργία εξειδικευμένων προγραμμάτων ενσωμάτωσης των νέων επιχειρηματιών στο περιβάλλον της αγοράς με ζητούμενο την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και όχι την επιχειρηματικότητα ανάγκης, για νέες προσπάθειες "start ups".

Ο εντοπισμός τομέων της αγοράς με ελλείψεις και αυξημένη ζήτηση (Γεωβάση-Οικονομική Γεωγραφία), ώστε να διευκολύνονται οι νέοι επιχειρηματίες με έρευνα αγοράς για το μικρότερο δυνατό ρίσκο στις "restart" επιλογές τους.(ΠΑΝΤΖΑΡΤΖΗ Σ.(Φεβρουάριος 2014))

Επιπλέον ας μην ξεχνάμε ότι έχουμε το πλεονέκτημα του να επωφεληθούμε από την υπάρχουσα ευρωπαϊκή εμπειρία, ώστε να αποφύγουμε λάθη που έχουν γίνει,

να αξιοποιήσουμε την διάθεση συνεργασίας κι αλληλεγγύης αλλά και τη γνώση που έχει συσσωρευτεί. Όπως έχει αποδειχθεί από τη μέχρι τώρα συνεργασία μας με δίκτυα και φορείς κοινωνικής οικονομίας σε ευρωπαϊκό επίπεδο, υπάρχει σημαντική διάθεση βοήθειας και συνεργασίας. Κάτι που σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να αφήσουμε ανεκμετάλλευτο.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ-ΚΕΝΑ

Ένα από τα προβλήματα που αντιμετωπίσαμε κατά τη συρραφή αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι η ελλιπής βιβλιογραφία πάνω στο αντικείμενο το οποίο εξετάζουμε ίσως και εξαιτίας του ότι οι συγκεκριμένες μορφές επιχειρηματικότητας αν και πολύ χρήσιμες δεν είναι τόσο διαδεδομένες.

Επιπλέον, ο μη επαρκής χρόνος που είχα στη διάθεση μου λόγω του ότι εργαζόμουν σε δύο δουλειές καθ όλη τη διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής μου εργασίας.

Ωστόσο, ευελπιστούμε η συγκεκριμένη εργασία να αποτελέσει έναυσμα για περαιτέρω έρευνα στο συγκεκριμένο θέμα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Αλεξίδης Φ (Ιανουάριος 2014) Νεανική Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία στην Ελλάδα (Διπλωματική Εργασία , Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, 2014)
2. Βλιάμος Σ. (Μάρτιος 2014)Κοινωνική Επιχειρηματικότητα: μια μορφή δράσης που προάγει τις κοινωνικές αξίες
axiotes.blogspot.gr/2014/03/blog-post_15.html
3. Δεληγιάνη Β. (Οκτώβριος 2010) Διοίκηση Κοινωνικών Επιχειρήσεων (Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας,2010)
dspace.lib.uom.gr/handle/2159/14051
4. Ε.Ε. (2013). Κοινωνική οικονομία και κοινωνική επιχειρηματικότητα, Οδηγός για την Κοινωνική Επιτροπή, τ. 4, Λουξεμβούργο
5. Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Ιούνιος 2013) Κοινές Προσπάθειες υπέρ τω Νέων στην Ευρώπη - Έκκληση για δράση κατά της ανεργίας των νέων, Βρυξέλλες
ec.europa.eu/europe2020/pdf/youth_el.pdf
6. Εθνικό Θεματικό Δίκτυο Κοινωνικής Οικονομίας(Σεπτέμβριος2005) Οδηγός Ίδρυσης και Λειτουργίας Κοινωνικών Επιχειρήσεων
www.equal-greece.gr/
7. ΕΣΠΑ (Φεβρουάριος 2013) Στρατηγικό Σχέδιο για την Ανάπτυξη του Τομέα της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας
dasta.auth.gr/uploaded_files/635006205493669775.pdf
8. Κουλαρμάνη Ι.(Σεπτέμβριος 2013) Κοινωνική Επιχειρηματικότητα: Αντίδοτο στην Κρίση
www.e-reportaz.gr/%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1-%CF%84%CE%BF-%CE%B1%CE%BD%CF%84/#.U2qNHvI_vM4
9. Μιχαλόπουλος Φ. Κοινωνική Επιχειρηματικότητα & Τοπική Αυτοδιοίκηση «Η συμβολή τους για μία βιώσιμη τοπική ανάπτυξη»
www.socialactivism.gr/index.php/koinoniki-oikonomia/179-%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1
10. Μιχιώτης Σ., Οικονόμου Κ.(2006) Η έννοια και η σημασία της επιχειρηματικότητας σήμερα
www.tetras-consult.gr/en/resources/Resources/Papers%20in%20Greek/Entrepreneurship%20today.pdf
11. Νικολάου Ι. Κοινωνική Οικονομία –Κοινωνική Επιχειρηματικότητα Εκπαιδευτικό υλικό για τα κέντρα Δια Βίου Μάθησης
www.kdvm.gr/
12. ΟΚΕ Η Κοινωνική Οικονομία και η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα
www.oke.gr/opinion/op_285.pdf

13. ΠΑΝΤΖΑΡΤΖΗ Σ.(Φεβρουάριος 2014) ΕΣΕΕ: Επτά προτάσεις για ενίσχυση της νεανικής επιχειρηματικότητας
www.tovima.gr/finance/article/?aid=568402
14. Ρουσάνογλου Ν.(Απρίλιος 2005) Νέοι επιτυχημένοι επιχειρηματίες κόντρα στην κρίση, Καθημερινή
<http://eclass.farm.teithe.gr/FARM104/document/e-yliko/%CE%91%CF%81%CE%B8%CF%81%CE%B1%20%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%82%20%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%B3%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%CE%9D%CE%AD%CE%BF%CE%B9%20%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%84%CF%85%CF%87%CE%B7%CE%BC%CE%AD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%20%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%AF%CE%B5%CF%82%20%CE%BA%CF%8C%CE%BD%CF%84%CF%81%CE%B1%20%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD%20%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B7.pdf>
- 15.Τουρκολιάς (Απρίλιος 2014) Η νέα επιχειρηματικότητα συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη
16. Χρυσάκης Μ., Ζιώμας Δ., Χατζαντώνης Δ., Καραμητροπούλου Ν.,(2002) Προοπτικές Απασχόλησης στον Τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας Αθήνα
17. Ψαροπούλου Φ. (2012) Η σύγχρονη επιχειρηματική πρωτοβουλία: Η περίπτωση της Πράσινης Επιχειρηματικότητας (Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιά,2012)
<http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/5159/1/Psaropoulou.pdf>
18. Dees, J.G. and Anderson, B.B. (2006) . Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought, in Research on Social Entrepreneurship ARNOVA Occasional Paper Series, 1 (3), 39-66.
19. Defourny, J. and Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: recent trends and development, Social Enterprise Journal, 4(3), 202-228
www.deepdyve.com/lp/emerald/social-enterprise-in-europe-recent-trends-and-developments-VkMkqLCWgW/26
20. European Youth Forum Position Paper on Youth Entrepreneurship (17-20 NOVEMBER 2011) Adopted at the council of members extraordinary general assembly Braga, Portugal
www.youthforum.org/assets/2013/10/0451-11_YFJ_PP_Youth_Entrepreneurship-FINAL.pdf
21. Galera, G. and Borzaga, S. (2009). Social enterprise: an international overview of its conceptual evolution and legal implementation, *Social Enterprises Journal*, 5(5), 210-228
www.deepdyve.com/lp/emerald/social-enterprise-an-international-overview-of-its-conceptual-OsXO0HTISO?shortRental=true
22. Kerlin, J.A. (2006). Social enterprise in the United States and Europe: understanding and learning from the differences, *Vountas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17(3), 202-228.
www.inovum.si/social/public/files/social_enterprise_in_the_united_states_and_europe.pdf
23. Young, D.R. (2001). *Social enterprise in the United States: alternative identities and forms, The EMES conference. The social enterprise: a comparative perspective.* Trento, Italy
<http://community-wealth.org/content/social-enterprise-united-states-alternate-identities-and-forms>

ΕΡΕΥΝΕΣ

1.Κέντρο Μελετών Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (Οκτώβριος 2011) Έρευνα για αξιολόγηση των προβλημάτων που εμποδίζουν την επιχειρηματικότητα.

www.acci.gr/acci/ΚΕΜΕ/businessProblems/tabid/1463/language/el-GR/Default.aspx

2. Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (α΄ τριμηνο 2014) Η Ελληνική Οικονομία

3. Ίδρυμα Οικονομικών Και Βιομηχανικών Ιδρυμάτων (2011-2012) Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η εξέλιξη των δεικτών επιχειρηματικότητας στην περίοδο της κρίσης.

www.iobe.gr

4. Κυπριακό Κέντρο Στρατηγικών Ερευνών(2014)

www.strategy-cy.com

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

1. www.cosmotestartup.gr

2. www.equal-greece.gr

3. www.erasmus-entrepreneurs.eu

4. www.e-shop.gr

5. www.espa.gr

6. www.fairtrade.gr

7. www.farmersrepublic.gr

8. www.google.com

9. www.jadenet.org

10. www.ksemygdonia.com

11. www.kmop.gr

12. www.neagenia.gr

13. www.scholar.google.gr

14. www.solon.org.gr

15. www.startupgreece.gov.gr

16. www.taxheaven.gr

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ ΕΞΩΦΥΛΛΟΥ

1. www.google.com