

9. ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗΣ (SOCIAL FRANCHISING)

α) Βασικά χαρακτηριστικά

Πρόκειται για τη δημιουργία ενός δικτύου κοινωνικών επιχειρήσεων (δικαιούχοι φορείς), **οι οποίες αποτελούν κοινές επιχειρήσεις των ιδρυτών τους στη βάση της ισοτιμίας, ενώ η δράση τους συντονίζεται από μία «μητρική» επιχείρηση (δικαιοπάροχος).** Η τελευταία καθοδηγεί και υποστηρίζει επιχειρηματικά τις υπόλοιπες κοινωνικές επιχειρήσεις, τις εφοδιάζει με συγκεκριμένα διακριτικά χαρακτηριστικά, προωθεί τα προϊόντα τους σε ενιαίο δίκτυο πωλήσεων και εφαρμόζει κοινή στρατηγική ανάπτυξης.

Το μοντέλο αφορά **τη δημιουργία δικτύου κοινωνικών επιχειρήσεων που λειτουργούν με το σύστημα της κοινωνικής δικαιοχρησίας (social franchising).** Τα μέλη του δικτύου δικαιοχρησίας (μητρική επιχείρηση – δικαιοπάροχος φορέας και νέες επιχειρήσεις – δικαιούχοι φορείς) συγκροτούνται με τη μορφή της Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.). Η κατεύθυνση για το δικαιοπάροχο είναι να μετεξελιχθεί αργότερα σε ανώνυμη εταιρεία.

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες των επιχειρήσεων του δικτύου κοινωνικής δικαιοχρησίας εμπίπτουν συνολικά στον τομέα των βιολογικών, παραδοσιακών και εναλλακτικών προϊόντων. Με βάση το συγκεκριμένο μοντέλο, κάθε επιχείρηση (δικαιοπάροχος – δικαιούχοι) διαθέτει στην αγορά συγκεκριμένο προϊόν ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες της περιοχής εφαρμογής, αλλά παράλληλα διακινεί και τα αντίστοιχα προϊόντα των υπόλοιπων κοινωνικών επιχειρήσεων του δικτύου, πάντα με ενιαίο brand name και σύστημα marketing.

Αναλυτικότερα, οι νέες αυτές κοινωνικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν **ενιαίο όνομα, ενιαία επιχειρηματική τεχνογνωσία, ενιαία διαφήμιση, ενιαίο σύστημα προμηθειών, χρηματοδοτήσεων κ.τλ.,** ώστε να αντιμετωπίζουν ευκολότερα τις συνήθεις δυσκολίες που προκύπτουν στις επιχειρήσεις νέων και συνεπώς, να αυξήσουν στο μέγιστο βαθμό τις πιθανότητες επιτυχίας τους.

Οι επιχειρηματικοί στόχοι σε αυτή τη περίπτωση έχουν κοινωνικό χαρακτήρα, αφού προωθείται η συνεταιριστική επιχειρηματικότητα νέων με ελλιπή προσόντα και ατόμων με κινητικές δυσκολίες, στους οποίους δίνεται η δυνατότητα να αναπτύξουν το δυναμικό τους, να επιμορφωθούν και να καλλιεργήσουν επιχειρηματική κουλτούρα.

Σύμφωνα με το σχεδιασμό του δικτύου κοινωνικής δικαιοχρησίας, καθεμία από τις επιχειρήσεις – δικαιοδόχους θα έχει ίσο μερίδιο στη μητρική επιχείρηση δικαιοπαροχής, χαρακτηριστικό που κατά βάση διαφοροποιεί το εν λόγω μοντέλο από το κλασικό franchising της ελεύθερης αγοράς. Επομένως, η επιχείρηση δικαιοπαροχής θα ανήκει ισότιμα σε όλα τα μέλη του δικτύου, προωθώντας με τον τρόπο αυτό την ελαχιστοποίηση του επιχειρηματικού κινδύνου στις κοινωνικές επιχειρήσεις - δικαιοδόχους, αλλά και τη βιωσιμότητά τους, δεδομένου ότι σε περίπτωση που κάποια επιχείρηση χρειαστεί κεφαλαιακή υποστήριξη, θα μπορεί να την έχει μέσω της συμμετοχής της στο δικαιοπάροχο φορέα (Ε.Θ.Δ. κ.ο. και Υπ. Απασχόλησης, *Οδηγός ίδρυσης και λειτουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων*, 2005, σελ. 56-60).

β) Χαρακτηριστικά παραδείγματα στα πλαίσια της κ.π. EQUAL ά κύκλου

Στο πλαίσιο του έργου δημιουργήθηκε ο δικαιοπάροχος φορέας – Μητρική Εταιρεία (ΠΕΙΡΑΝ Ε.Π.Ε.) ο οποίος έχει τον κλασικό ρόλο του μητρικού φορέα σε ένα δίκτυο δικαιοπαροχής με μέλη κοινωνικές επιχειρήσεις. Το δίκτυο επεκτείνεται και λειτουργεί με το σύστημα **δικαιοχρησίας**, με δικαιοδόχους φορείς τρεις νέες κοινωνικές επιχειρήσεις νέων (ΠΕΙΡΑΝ ΙΩΑΝΝΙΝΑ Ε.Π.Ε. – Βιολογικά και Παραδοσιακά Προϊόντα, ΠΕΙΡΑΝ ΑΓΡΙΝΙΟ Ε.Π.Ε.– Βιολογικά και Παραδοσιακά Προϊόντα, ΠΕΙΡΑΝ ΣΠΑΡΤΗ Ε.Π.Ε. – Βιολογικά και Παραδοσιακά Προϊόντα), ενώ βρίσκονται σε φάση και διαδικασίες ίδρυσης 5 κοινωνικές επιχειρήσεις (δικαιοδόχοι) (ΠΕΙΡΑΝ ΠΑΤΡΑ Ε.Π.Ε., ΠΕΙΡΑΝ ΑΡΓΟΣΤΟΛΙ Ε.Π.Ε., ΠΕΙΡΑΝ ΣΑΜΟΣ Ε.Π.Ε., ΠΕΙΡΑΝ ΜΥΤΙΛΗΝΗ Ε.Π.Ε. και ΠΕΙΡΑΝ ΛΕΩΝΙΔΙΟ Ε.Π.Ε.).

γ) Σκοπός και δραστηριότητες του δικαιοπάροχου φορέα

α) Η λειτουργία επιχειρήσεως χονδρικής εμπορίας παραδοσιακών, βιολογικών και εναλλακτικών προϊόντων (ήτοι οπωροκηπευτικών, κτηνοτροφικών, ειδών παντοπωλείου και συναφών προς τα παραπάνω), η παροχή υπηρεσιών

συμβουλευτικού και υποστηρικτικού χαρακτήρα σε θέματα παραγωγής και τυποποίησης των παραπάνω προϊόντων, καθώς και η παροχή πάσης φύσεως υπηρεσιών σε θέματα πολιτιστικού και τουριστικού ενδιαφέροντος.

β) Η δημιουργία δικτύου επιχειρήσεων, μέσα από το οποίο θα πραγματοποιείται η διάθεση των προϊόντων και η παροχή των προαναφερθέντων υπηρεσιών.

γ) Η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών για το σχεδιασμό και την εφαρμογή συστημάτων διαχείρισης ποιότητας, περιβάλλοντος, περιλαμβανομένων των θεμάτων υγιεινής και ασφάλειας στα πλαίσια του HACCP.

δ) Η παροχή επιχειρηματικών και διαχειριστικών συμβουλών και συμβουλών διαχείρισης (management), οι υπηρεσίες οικονομικών και εμπορικών πληροφοριών, οι μελέτες οργάνωσης και επιχειρησιακής έρευνας, η παροχή συμβουλών σε θέματα γενικής διαχείρισης, οι υπηρεσίες σχεδιασμού διάρθρωσης ή αναδιάρθρωσης επιχείρησης, οι υπηρεσίες διαδικασιών ίδρυσης επιχείρησης, η παροχή συμβουλών σε θέματα οικονομικής διαχείρισης στα μέλη του δικτύου επιχειρήσεων.

ε) Οι υπηρεσίες εκπαίδευσης και διεξαγωγής σεμιναρίων επιμόρφωσης στελεχών επιχειρήσεων, οι υπηρεσίες εκπαίδευσης μέσω επιμορφωτικών σεμιναρίων, οι υπηρεσίες εκπαίδευσης μέσω υπολογιστή στα μέλη του δικτύου επιχειρήσεων.

δ) Σκοπός και δραστηριότητες των δικαιοδόχων

α) Η λειτουργία επιχειρήσεως χονδρικής και λιανικής εμπορίας παραδοσιακών, βιολογικών και εναλλακτικών προϊόντων (ήτοι οπωροκηπευτικών, κτηνοτροφικών, ειδών παντοπωλείου και συναφών προς τα παραπάνω).

β) Η παραγωγή και τυποποίηση των παραπάνω προϊόντων καθώς και κάθε άλλος συναφής ή παρεμφερής σκοπός με τους ανωτέρω αναφερόμενους.

γ) Η διοργάνωση εκδηλώσεων (όπως εκθέσεων, φεστιβάλ, προβολών, πολιτιστικών εργαστηρίων κ.τλ.) για την ανάδειξη των τοπικών πολιτιστικών και τουριστικών χαρακτηριστικών της περιοχής, καθώς και η παροχή κάθε μορφής υπηρεσίας τουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος.

ε) Πλεονεκτήματα

Το μοντέλο της κοινωνικής δικαιοχρησίας προσφέρει ιδιαίτερα σημαντικά πλεονεκτήματα στην κατεύθυνση της δημιουργίας και λειτουργίας βιώσιμων κοινωνικών επιχειρήσεων, αφού:

- Διασφαλίζει την επιχειρηματική λειτουργία και την υποστήριξη των επιχειρήσεων – μελών του ακόμα και σε περιόδους κάμψης της οικονομικής τους αποδοτικότητας
- Δημιουργεί ένα πλέγμα επιχειρηματικής συνεργασίας και αμοιβαιότητας μεταξύ των επιχειρήσεων του δικτύου έτσι, ώστε να μπορούν να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό της ελεύθερης αγοράς
- Τα πεδία οικονομικής δραστηριότητας που περιλαμβάνει παρουσιάζουν μεγάλη ζήτηση στην εγχώρια αγορά και διαθέτουν σε σημαντικό βαθμό ποιοτικό χαρακτήρα (υπάρχει πρόβλεψη για πιστοποίηση της ποιότητας των προϊόντων των κοινωνικών επιχειρήσεων του δικτύου, καθώς και των διαδικασιών λειτουργίας τους)
- Η λειτουργία της μητρικής επιχείρησης (δικαιοπάροχος φορέας) δημιουργεί τις προϋποθέσεις κεντρικής υποστήριξης και χάραξης ενιαίας στρατηγικής και marketing, με αποτέλεσμα τη μεγιστοποίηση της προοπτικής βιωσιμότητας και επεκτασιμότητας των επιχειρήσεων
- Η επιλογή για πρόβλεψη ίσων μεριδίων των δικαιούχων στο δικαιοπάροχο φορέα, αλλά και ίσων μεριδίων στη διανομή των κερδών εκφράζεται με δίκαιο και ανακατανομητικό τρόπο στη λειτουργία του δικτύου

στ) Προβλήματα – Δυσκολίες

Οι σημαντικότερες δυσκολίες που παρουσιάστηκαν στη δημιουργία των Κοινωνικών Επιχειρήσεων με το Μοντέλο της Κοινωνικής Δικαιόχρησης αφορούσαν και αφορούν κυρίως τα παρακάτω θέματα.

- Τον πιλοτικό χαρακτήρα του κοινωνικού franchising
- Τη διαμόρφωση κοινής στρατηγικής του Δικτύου, λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των διαφόρων περιοχών
- Τη χάραξη ενιαίας πολιτικής, ενιαίου συστήματος προμηθειών, καθώς και ενιαίου συστήματος προώθησης και εμπορίας των προϊόντων

Άλλες σοβαρές δυσκολίες προέκυψαν και σε θέματα νομικού – φορολογικού χαρακτήρα κατά την ίδρυση του δικαιοπάροχου φορέα, ασυμφωνιών μεταξύ των εταίρων των επιχειρήσεων, ενώ σοβαρές καθυστερήσεις προέκυψαν και από τις δυσκολίες εύρεσης χώρων εγκατάστασης των επιχειρήσεων στις διάφορες πόλεις, που θα επέτρεπαν μία αποτελεσματικότερη και αποδοτικότερη δραστηριότητα (πωλήσεις

προϊόντων κ.τλ.) (Ε.Θ.Δ. κ.ο. και Υπ. Απασχόλησης, *Οδηγός ίδρυσης και λειτουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων*, 2005, σελ. 56-60).

ζ) Καινοτομία

Η καινοτομία του συγκεκριμένου μοντέλου έγκειται στη μεταφορά της επιτυχημένης επιχειρηματικής πρακτικής της δικαιόχρησης (franchising) από το πεδίο της ελεύθερης αγοράς στο χώρο της κοινωνικής οικονομίας, με όρους και προϋποθέσεις που εγγυώνται τον **κοινωνικό προσανατολισμό** ενός έργου, στην **κατεύθυνση της άρσης των ανισοτήτων πρόσβασης στην αγορά εργασίας** που αντιμετωπίζει η ομάδα – στόχος.

Γενικότερα, το μοντέλο της Κοινωνικής Δικαιόχρησης (social franchising), όσον αφορά τη δημιουργία βιώσιμων κοινωνικών επιχειρήσεων, θεωρείται πως μπορεί να **συμβάλει σε σημαντικό βαθμό στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας ατόμων που ανήκουν σε ευπαθείς ομάδες**, αξιοποιώντας παράλληλα τα ιδιαίτερα πολιτιστικά και παραδοσιακά χαρακτηριστικά κάθε περιοχής (Ε.Θ.Δ. κ.ο. και Υπ. Απασχόλησης, *Οδηγός ίδρυσης και λειτουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων*, 2005, σελ. 56-60).

10. ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΗΣ ΘΕΡΜΟΚΟΙΤΙΔΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (BUSINESS INCUBATOR) - ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΛΑΪΚΗΣ ΒΑΣΗΣ (E.A.B.) – ΙΔΡΥΜΑΤΑ - ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

10.1. ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΗΣ ΘΕΡΜΟΚΟΙΤΙΔΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (BUSINESS INCUBATOR)

α) Βασικά χαρακτηριστικά

Η ιδέα της **θερμοκοιτίδας** ξεκίνησε κατά την διάρκεια του 1980 στην Αμερική και το Ηνωμένο Βασίλειο και εξαπλώθηκε στην Ευρώπη, όπου προωθήθηκε από την περιφερειακή πολιτική ως μέσο υποστήριξης για την επιχειρησιακή ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (E.U.).

Για να αναπτυχθεί η νέα αυτή πολιτική, η Ευρωπαϊκή Ένωση δημιούργησε τα **Επιχειρησιακά Κέντρα Καινοτομιών (B.I.C.: Business Innovation Centers)**, μία μορφή των οποίων αποτελούν οι θερμοκοιτίδες.

Η E.U. B.I.C. είναι ένα μέσο που παρέχει βοήθεια και συμβουλή για ανάπτυξη επιχειρήσεων. Επιπρόσθετα, μπορεί να προωθεί πολιτικές για επιχειρηματικότητα και οικονομική ανάπτυξη, υποστηρίζοντας τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων ή καινοτομιών και την αναδιοργάνωση ήδη ενεργών μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

β) Παρεχόμενες υπηρεσίες

Σύμφωνα με τη διαφορετικότητα των μοντέλων των θερμοκοιτίδων, κάθε νεο-ιδρυθείσα επιχείρηση που εντάσσεται στη θερμοκοιτίδα, έχει το δικό της χώρο (ευρύχωρες αποθήκες, κτίρια) εξοπλισμένα με τηλέφωνα και γραμμές internet, όπου η νέα επιχείρηση μπορεί να κάνει τα νέα της βήματα. Η νέα επιχείρηση πρέπει να πληρώσει ενοίκιο για τους χώρους και τον εξοπλισμό.

Η νέα επιχείρηση (incubatee) μπορεί να χρησιμοποιήσει διαφορετικές υπηρεσίες που, συνήθως, προσφέρονται από την επιχείρηση – σύμβουλο (incubator) με φθηνότερο κόστος συγκρινόμενες με την έξω από τη θερμοκοιτίδα αγορά.

Μερικές από τις **παρεχόμενες υπηρεσίες** είναι οι ακόλουθες.

- Κοινή επαγγελματική στέγη
- Επαγγελματικές συμβουλές

- Υπηρεσίες
- Υπηρεσίες μέσω διαδικτύου
- Συμβουλευτική
- Διοικητικές υπηρεσίες
- Νομική υποστήριξη
- Ποιοτική έρευνα
- Συμβουλές στρατηγικής και Marketing
- Βάσεις δεδομένων
- Αίθουσες συνεδριάσεων και συνεδρίων πρακτική άσκηση
- Χώροι στάθμευσης
- Λογιστήρια
- Φύλαξη, καθαρισμός, συντήρηση κτιρίων
- Ταχυδρομικές υπηρεσίες
- Χρηματοδότηση με αρχικό κεφάλαιο
- Χώρο στη θερμοκοιτίδα, κάτω από συνθήκες ευέλικτες και οικονομικά προσιτές, με δυνατότητα επέκτασης
- Κοινές υπηρεσίες συμπεριλαμβανομένης γραμματειακής υποστήριξης
- Έμπρακτη διοικητική βοήθεια και παροχή συμβουλών
- Προγραμματισμένες επαφές με σημαντικές επιχειρήσεις τεχνικής υποστήριξης
- Υπηρεσίες δικτύωσης (εταιρικές σχέσεις, αλληλεπίδραση και ανταλλαγή ιδεών)
- Υπηρεσίες μεταγενέστερης υποστήριξης και αναζωογόνησης

Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων (incubators) λειτουργούν ως καταλύτης κατά τη διαδικασία σύστασης και ανάπτυξης εταιρειών. Αναλαμβάνουν νέες εταιρείες (incubatees), τις οποίες βοηθούν να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν στο αρχικό στάδιο λειτουργίας τους.

Κύριος **στόχος** του μοντέλου κοινωνικής επιχειρηματικότητας της θερμοκοιτίδας είναι **η δημιουργία επιτυχημένων επιχειρήσεων**, που κατά την αποχώρησή τους από τη θερμοκοιτίδα θα είναι οικονομικά βιώσιμες και αυτοδύναμες.

Η εμπειρία έχει δείξει ότι οι εταιρείες που emπίπτουν στο παραπάνω μοντέλο, προέρχονται συνήθως από το τομέα της τεχνολογίας των πληροφοριών, έναν από

τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της οικονομίας. Είναι χώροι προσωρινής εγκατάστασης νέων επιχειρήσεων, αποτελούν ιδιοκτησία κρατικών ή ιδιωτικών φορέων και ενσωματώνονται σταδιακά σε μεγαλύτερους οργανισμούς (όπως Τεχνολογικά Πάρκα).

Η **χρονική περίοδος** της θερμοκοιτίδας για μία ατομική επιχείρηση διαρκεί από 3 έως 5 χρόνια. Όταν η περίοδος αυτή τελειώσει, η επιχείρηση θα πρέπει να εγκαταλείψει τους χώρους της εταιρείας και να μεταφερθεί σε άλλο νέο χώρο. Υιοθετώντας ένα νέο ξεκίνημα, οι θερμοκοιτίδες ζητούν μία ποσοτική αναφορά από τη νέα επιχείρηση.

Αν και πληθαίνουν οι υποστηρικτές του διαδομένου αυτού θεσμού στο εξωτερικό, στην Ελλάδα οι ως τώρα προσπάθειες οφείλονται σε πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα (π.χ. το Μετσόβιο Πολυτεχνείο στο Λαύριο, το ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας στο Ηράκλειο Κρήτης, το Επιστημονικό Πάρκο Πατρών), σε νομαρχιακές αυτοδιοικήσεις, στο πλαίσιο **όμως** της ανάπτυξης **τεχνολογικών πάρκων**. Στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται οι παρακάτω θερμοκοιτίδες επιχειρηματικότητας:

1. IVen της Εθνικής Επιχειρηματικών Συμμετοχών Α.Ε.
2. I4G (incubator for Growth) της Ευρωσύμβουλοι Α.Ε.
3. Θερμοκοιτίδα Χανίων του Ελληνικού Οργανισμού Μικρο Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (Ε.Θ.Δ. κ.ο. και Υπ. Απασχόλησης, *Οδηγός ίδρυσης και λειτουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων*, 2005, σελ. 51-64).

γ) Καινοτομία

Το μοντέλο κοινωνικής επιχειρηματικότητας της Θερμοκοιτίδας Επιχειρήσεων έρχεται να αντιμετωπίσει το κεντρικό πρόβλημα των διακρίσεων και ανισοτήτων που βιώνουν οι άνεργοι/ες, οι οποίοι επιθυμούν να αναπτύξουν επιχειρηματικές δραστηριότητες μέσω της ανάπτυξης και της εφαρμογής ενός ολοκληρωμένου πιλοτικού μοντέλου ενίσχυσης πρωτοβουλιών επιχειρηματικότητας.

δ) Η καλή πρακτική «Natura Shop» στα πλαίσια της κ.π. EQUAL από την Α.Σ. «Συν-επιχειρώντας»

Στο πνεύμα της γενικότερης φιλοσοφίας της έννοιας «θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων» δημιουργήθηκε από την Α.Σ. «Συν-επιχειρώντας» το **Natura Shop**, ένα **Θεματικό Πάρκο Εμπορίας βιολογικών και παραδοσιακών προϊόντων**.

Η δημιουργία ενός θεματικού πάρκου εντάσσεται στη δυνατότητα που έχουν οι τοπικές αρχές να παρέχουν συγκεκριμένες υπηρεσίες στους κατοίκους της ευρύτερης περιοχής τους – συμπεριλαμβανομένων των ανέργων, των επιχειρηματιών, των εμπόρων και των καταναλωτών – σε έναν οργανωμένο, ευχάριστο και φιλικό προς τον χρήστη χώρο.

Συγκεκριμένα, η **Θερμοκοιτίδα Επιχειρήσεων Natura Shop** περιλαμβάνει:

- 15 επιχειρήσεις εμπορίας Βιολογικών & Παραδοσιακών Προϊόντων
- Χώρο Δημιουργικής Απασχόλησης Παιδιών για τα παιδιά των επισκεπτών, των εργαζομένων και των επιχειρηματιών και Κέντρο Οικολογικής Ευαισθητοποίησης για οργανωμένες επισκέψεις σχολείων
- Κέντρο Επιχειρηματικότητας, το οποίο παρέχει δωρεάν υπηρεσίες σε ανέργους και υποψήφιους επιχειρηματίες, αλλά και επιμέρους υπηρεσίες στους 15 επιχειρηματίες εμπορίας Βιολογικών & Παραδοσιακών Προϊόντων (γραμματειακή υποστήριξη, συμβουλευτική, λογιστικά – φορολογικά θέματα, πρόσβαση στο διαδίκτυο κ.ά.)
- Γραφείο Ελέγχου Πιστοποίησης Βιολογικών Προϊόντων το οποίο διασφαλίζει την ποιότητα των προϊόντων που πωλούνται



Το περίπτερο της επιχείρησης Natura shop – Forum DIONI II, 2005

ε) Προβλήματα – Δυσκολίες

Σε μία συνοπτική περιγραφή των προβλημάτων που ενέκυψαν κατά την υλοποίηση – λειτουργία της παρούσας πρακτικής για πρώτη φορά στην Ελλάδα, δηλαδή της ολοκληρωμένης έννοιας θερμοκοιτίδας προστατευμένων επιχειρήσεων, σημειώνονται τα εξής:

- Το κύριο εμπόδιο προέκυψε από την αθέτηση υποχρεώσεων της συνεργαζόμενης Δημοτικής Αρχής για την υλοποίηση των κύριων Υποέργων του Έργου που αφορούσαν τη δημιουργία Θεματικού πάρκου Βιολογικών και Παραδοσιακών Προϊόντων τα οποία είχε αναλάβει
- Επιπρόσθετα, εμπόδια υπήρξαν τόσο στην ανεύρεση καταρτιζόμενων οι οποίοι θα παρακολουθούσαν το αντίστοιχο πρόγραμμα κατάρτισης και θα ίδρυσαν τις 15 επιχειρήσεις, όσο και στην περαιτέρω πορεία εμπλοκής του στην ίδρυση της επιχείρησης
- Παρατηρήθηκαν προβλήματα και δυσκολίες σε επίπεδο χρηματοδότησης και εξεύρεσης πόρων με καταληκτική προοπτική τη βιωσιμότητα του παρόντος έργου (και κατ' επέκταση όλων των Υπηρεσιών και δομών του Θεματικού Πάρκου)

Τα προβλήματα αυτά σε ένα πρώτο επίπεδο αφορούσαν την έλλειψη ενός **συντονιστικού οργάνου**, αρμοδίου για την ουσιαστική αναζήτηση πόρων και επιχορηγήσεων από φορείς δημόσιους ή ιδιωτικούς και από τη συμμετοχή σε προγράμματα σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, ενώ σε ένα δεύτερο επίπεδο, δυσκολίες παρουσιάστηκαν λόγω της **αδυναμίας των επιχειρηματιών** να κινητοποιηθούν αυτόνομα προς την κατεύθυνση εξεύρεσης πόρων, με έμμεση επίδραση στην οικονομική πορεία του έργου (Ε.Θ.Δ. κ.ο. και Υπ. Απασχόλησης, *Οδηγός ίδρυσης και λειτουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων*, 2005, σελ. 62-64).

10.2. ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΛΑΪΚΗΣ ΒΑΣΗΣ (Ε.Λ.Β.)

Οι εταιρείες αυτές διέπονται από το Νόμο 2190/1920. Η εμφάνισή τους έγινε με την ίδρυση της Α.Ν.Ε.Κ. στα Χανιά την 1/4/1967.

Ως φορείς συλλογικής οικονομικής δραστηριότητας, παρότι διέπονται από το νόμο περί **ανωνύμων εταιρειών**, το καταστατικό τους περιορίζει τον άκρατο κεφαλαιουχικό χαρακτήρα της ανώνυμης Εταιρείας (π.χ. ύπαρξη μόνο ονομαστικών μετοχών, καθορισμός ανωτάτου ορίου συμμετοχής στο κεφάλαιο κάθε μετόχου, αποκλεισμός της συγκέντρωσης μεγάλου αριθμού ψήφων με εξουσιοδοτήσεις άλλων μετόχων στις γενικές συνελεύσεις, εντοπιότητα μετόχων, συμμετοχή κοινωνικών φορέων στην διοίκηση κ.τλ.).

Η Ε.Λ.Β. χαρακτηρίζεται από αυξημένη **κοινωνική ευθύνη** ως προς τους καταναλωτές των αγαθών και υπηρεσιών τους, και ως προς τη **συμβολή της στην τοπική ανάπτυξη** (απασχόληση τοπικού εργατικού δυναμικού).

Οι Ε.Λ.Β. αναπτύχθηκαν ικανοποιητικά στο τομέα της ακτοπλοΐας, συνέβαλαν στην τοπική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών (απασχόληση, εισόδημα στους εργαζόμενους, συμβολή στον τουρισμό) και αναδεικνύουν τις υφιστάμενες δυνατότητες για αυτοδύναμη τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη (Κασσαβέτης Δ., *Πρακτικά Συνεδρίου, Τ.Ε.Ι. Μεσολογίου*, 2001, σελ. 104).

10.3. ΙΔΡΥΜΑΤΑ

Τα ιδρύματα αποτελούν από νομικής πλευράς μία πιο ευρεία ομάδα από τα σωματεία. Τα ιδρύματα που θεωρούνται ότι ανήκουν στον τρίτο τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας, καθώς είναι αυτά που αποτελούν φορείς με δικές τους πηγές χρηματοδότησης και διαθέτουν αυτούς τους πόρους κατά βούληση για σχέδια ή δράσεις κοινωφελούς χαρακτήρα. Είναι εντελώς ανεξάρτητα από κυβερνήσεις ή άλλες δημόσιες αρχές και διοικούνται από ανεξάρτητα διοικητικά συμβούλια.

Τα περισσότερα σωματεία και ιδρύματα, αν και δύσκολο να ταξινομηθούν, μπορούν να θεωρηθούν ότι υπάγονται σε έναν ή περισσότερους από τους ακόλουθους τομείς δραστηριοτήτων.

- **Παροχή υπηρεσιών:** Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται ιδρύματα, τα οποία παρέχουν στα μέλη ή στους πελάτες τους κοινωνικές υπηρεσίες, υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης, κατάρτισης, ενημέρωσης, παροχής συμβουλών ή άλλα είδη υποστήριξης

- **Άσκηση πίεσης:** Πρόκειται για οργανώσεις που προβάλλουν και υποστηρίζουν ένα σκοπό ή μία ομάδα, με απώτερο σκοπό τον επηρεασμό της κοινής γνώμης ή τη μεταβολή της υφιστάμενης πολιτικής
- **Ομάδες αλληλοβοήθειας:** Αυτές αποτελούνται συνήθως από ομάδες ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα ή ανάγκες που συμμετέχουν σε αυτές προκειμένου να προσφέρουν αμοιβαία βοήθεια, ενημέρωση, υποστήριξη και συνεργασία
- **Υποστήριξη και συντονισμός:** Πρόκειται για τους επονομαζόμενους ενδιάμεσους φορείς που είτε συντονίζουν τις δραστηριότητες μεμονωμένων οργανώσεων που απασχολούνται σε έναν τομέα ή τις δραστηριότητες σωματείων είτε παρέχουν ενημέρωση και υποστήριξη. Οι οργανώσεις αυτές επιτελούν σημαντικό έργο ως προς τη διασύνδεση των σωματείων με τις δημόσιες αρχές (Κοσμόπουλος Δ., *Πρακτικά Συνεδρίου, Τ.Ε.Ι. Μεσολογγίου*, 2001, σελ. 111).

10.4. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

α) Μορφές

Η Αυτοδιοίκηση μπορεί να συνιστά δικές της επιχειρήσεις ή να μετέχει σε επιχειρήσεις που συνιστά με άλλα νομικά ή φυσικά πρόσωπα ή σε επιχειρήσεις που υπάρχουν για την εκτέλεση έργων ή παραγωγή αγαθών ή υπηρεσιών με σκοπό την οικονομική εκμετάλλευση αυτών, προς όφελος των τοπικών κοινωνιών και την πραγματοποίηση εσόδων.

Η ίδρυσή και λειτουργία τους διέπεται από το Π.Δ. 410/95 (Δημοτικός και Κοινοτικός κώδικας, άρθρο 277 και επόμενα).

Υπάρχουν διάφορες μορφές οργάνωσης και λειτουργίας των εν λόγω επιχειρήσεων:

- **Αμιγείς δημοτικές, κοινοτικές και διαδημοτικές, δικοινοτικές επιχειρήσεις**
- **Συνεταιριστικές επιχειρήσεις**

Ιδρύονται και λειτουργούν με τη σύμπραξη Ο.Τ.Α. και φυσικών προσώπων. Αυτές συστήνονται και διέπονται βάσει του Π.Δ. 410/95, άρθρα 288, 277 παρ.6 και της Νομοθεσίας για τους συνεταιρισμούς.

- **Δημοσυνεταιριστικές Ανώνυμες Εταιρείες**

Αφορούν τη συνεργασία οργανισμών της τοπικής αυτοδιοίκησης και τοπικών ενώσεων δήμων και κοινοτήτων με συνεταιρισμούς με τη σύσταση και λειτουργία Ανώνυμης Εταιρείας (Δημοσυνεταιριστική Α.Ε.) .

Αυτές συστήνονται και διέπονται βάσει του Π.Δ. 410/95, από τα άρθρα 1-10 του Π.Δ. 80/1986 και τη Νομοθεσία για τις ανώνυμες εταιρείες.

Στην εν λόγω Ανώνυμη εταιρεία οι Ο.Τ.Α. και οι Τ.Ε.Δ.Κ. διατηρούν το 35-65% του μετοχικού κεφαλαίου.

- **Ανώνυμες Εταιρείες Λαϊκής Βάσης .**

Αφορούν τη συνεργασία οργανισμών της τοπικής αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.), με συνεταιρισμούς και φυσικά ή νομικά πρόσωπα, μέσα από τη σύσταση Α.Ε. Λαϊκής Βάσης .(Π.Δ. 410/95 άρθρα 290 και 277και άρθρα 11-20 Π.Δ. 80/1986) και τη Νομοθεσία για τις ανώνυμες εταιρείες.

- **Ανώνυμες Εταιρείες και ΕΠΕ από Φορείς Τ.Α.**

Για αυτές απαιτείται η σύμπραξη **φορέων της Τ.Α.** (Δήμοι, Κοινότητες, Τ.Ε.Δ.Κ., Κ.Ε.Δ.Κ.Ε.), οι οποίοι διατηρούν πάντοτε κοινές μετοχές ή μερίδια που αντιπροσωπεύουν τουλάχιστον το 35% του εταιρικού κεφαλαίου και μαζί με τους συνεταιρισμούς διατηρούν την πλειοψηφία των μεριδίων ή μετοχών, σύμφωνα με το Π.Δ. 410/95, άρθρο 291 παρ.1.β.

- **Ανώνυμες Εταιρείες από Φορείς Τ.Α. σε συνεργασία με φορείς του Δημοσίου**, με κοινές μετοχές που αντιπροσωπεύουν αρθρικά έως το 20% του μετοχικού κεφαλαίου.

Οι εταιρείες αυτές διέπονται από το Π.Δ. 410/95 άρθρο 291 παρ.1.

- **Κοινοπραξίες**, στις οποίες συμμετέχουν Ο.Τ.Α., σύμφωνα με το άρθρο 291 του Π.Δ. 410/95 (Κασσαβέτης Δ., *Πρακτικά Συνεδρίου, Τ.Ε.Ι. Μεσολογγίου*, 2001, σελ. 104-105).

Οι παραπάνω μορφές κοινωνικών επιχειρήσεων των Ο.Τ.Α. δύνανται να εξασφαλίσουν πολλά οφέλη στους τοπικούς πληθυσμούς (συμπληρωματικό εισόδημα, μεγιστοποίηση του αγροτικού προϊόντος, απασχόληση, συμμετοχή γυναικών και αποκλεισμένων ομάδων στην ανάπτυξη, φροντίδα για το περιβάλλον ή την πρόνοια, κ.τλ.), αρκεί οι τοπικές κοινωνίες να δραστηριοποιηθούν και να εκμεταλλευτούν την υπάρχουσα νομοθεσία.

β) Ποσοτικά στοιχεία

Σύμφωνα με υφιστάμενα στοιχεία στο σύνολο των επιχειρήσεων της Τ.Α., το 76% είναι Δημοτικές και Κοινοτικές, το 7,6% είναι Αναπτυξιακές Εταιρείες, το 9% Κ.Ε.Κ., το 9% Δ.Ε.Υ.Α. (Κασσαβέτης Δ., *Πρακτικά Συνεδρίου, Τ.Ε.Ι. Μεσολογγίου*, 2001, σελ. 106).

γ) Τομείς δραστηριοποίησης

Στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα δραστηριοποιείται το 21,2%, ενώ στον τριτογενή το 78,2%. Με βάση το νομικό καθεστώς τους, το 80% είναι αμιγείς δημοτικές – κοινοτικές επιχειρήσεις και μόνο το 4,5% περίπου Εταιρείες Λαϊκής Βάσης (στις οποίες επικρατεί η λαϊκή συμμετοχή).

Αυτό καταδεικνύει ότι οι Ο.Τ.Α. δε μπόρεσαν να παίζουν ρόλο καταλύτη στην κινητοποίηση των τοπικών κοινωνιών και ούτε οι τοπικές κοινωνίες επέδειξαν ιδιαίτερο ζήλο, παρά των νομοθετικών δυνατοτήτων που υπάρχουν.

Αντίθετα, οι τοπικές κοινωνίες και ο κάθε πολίτης μαζί με την Τ.Α. πρέπει να συμμετέχουν στις τοπικές αναπτυξιακές διαδικασίες και η Τ.Α. να είναι **μοχλός κινητοποίησης** του τοπικού ανθρώπινου δυναμικού, των υφιστάμενων πόρων και των ανθρωπογενών πηγών (π.χ. των εθελοντών), όπως ο Δήμος Τυχερού Έβρου που βραβεύτηκε από την Ακαδημία Αθηνών για τη συμβολή του στην ανάπτυξη της Τοπικής Κοινωνίας. Διότι ο προγραμματισμός της τοπικής ανάπτυξης είναι μία **σύνθετη διαδικασία** και στα πλαίσιά της απαιτείται ευαισθητοποίηση και ενημέρωση τόσο των ατόμων που ασκούν πολιτική όσο και των τοπικών κοινωνιών.

Παράλληλα, απαιτείται η **συμμετοχή** των κοινωνικών φορέων, η συνεργασία της Τ.Α. και του Δημοσίου, με επιστημονικές, επαγγελματικές, γυναικείες, πολιτιστικές περιβαλλοντολογικές κ.ά. ενώσεις, με επιχειρήσεις και με αποκλεισμένα άτομα, στα πλαίσια ανάπτυξης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών κοινωνικής οικονομίας. (Κασσαβέτης Δ., *Πρακτικά Συνεδρίου, Τ.Ε.Ι. Μεσολογγίου*, 2001, σελ. 106).



Ευρωπαϊκό Συνέδριο Κοινωνικής οικονομίας ά κύκλου κ.π.

Equal., 2005, (Διοργάνωση Ε.Θ.Δ. κ.ο. και Υπ. Απασχόλησης της Equal)