



ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΟΥ: 101052145

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

MANUAL

(Πρώτο μέρος)

Ευρετήριο

1. Παρουσίαση του έργου

2. Διεθνές σεμινάριο στο Κάιρο

3. Κοινωνική επιχειρηματικότητα μεταξύ των νέων στην περιοχή της Μεσογείου

3.1. Μεθοδολογικές πτυχές

3.2. Ποσοτικά διαγνωστικά αποτελέσματα

3.2.1. Ισπανία

3.2.2. Ιταλία

3.2.3. Ελλάδα

3.2.4. Αίγυπτος

3.2.5. Ιορδανία

3.2.6. Τυνησία

3.2.7. Παγκόσμια και συγκριτική ανάλυση

3.3. Αποτελέσματα της ποιοτικής διάγνωσης

3.3.1. Συναίνεση σχετικά με τον "νέο κοινωνικό επιχειρηματία"

3.3.2. Περιορισμοί στην κοινωνική επιχειρηματικότητα μεταξύ των νέων

3.3.3. Στρατηγικές για την εξάλειψη των περιορισμών

3.4. Συζήτηση και συμπεράσματα

4. Πόροι για τη διάγνωση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μεταξύ των νέων

4.1. Δείκτης αυτοαξιολόγησης των δεξιοτήτων κοινωνικής επιχειρηματικότητας μεταξύ των νέων

4.2. Μεθοδολογική πρόταση για τον εντοπισμό και την ανάλυση καλών πρακτικών για την προώθηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μεταξύ των νέων

4.2.1. Γενικές κατευθυντήριες γραμμές

4.2.2. Διαδικασία συλλογής πρωτοβουλιών

5. Βιβλιογραφία

6. Παράρτημα

1. Παρουσίαση έργου

Το **"EYES: Entrecomp to create Youth Employability and Social Values"** είναι ένα πρόγραμμα 24 μηνών στο οποίο συμμετέχουν έξι χώρες από την ΕΕ και τη νότια Μεσόγειο. Βασίζεται σε μια σειρά προβληματισμών που σχετίζονται με τις προκλήσεις της νεολαίας και της κοινωνίας κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Περαιτέρω, η ιδέα του έργου είναι να συνεργαστούμε για την ανασυγκρότηση και για ένα νέο ξεκίνημα.

Το σχέδιό μας αποσκοπεί στην αξιοποίηση των δυνατοτήτων της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και της προώθησής της στις νέες γενιές, συμπεριλαμβανομένης μιας εργασίας για νέους, ώστε να δοθεί μια απάντηση στο πρόβλημα της νεολαίας και η δυνατότητα να απαντηθούν ταυτόχρονα οι κοινωνικές προκλήσεις.

Με το EYES, θέλουμε να εξοπλίσουμε τις ΜΚΟ και τους εργαζόμενους σε θέματα νεολαίας με εργαλεία για την προώθηση και την εκπαίδευση των νέων στην κοινωνική επιχειρηματικότητα και τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Η κοινοπραξία θα συνδυάσει επιχειρηματικές πρακτικές, το πρόγραμμα εργασίας για τη νεολαία και τη μεθοδολογία της μη τυπικής εκπαίδευσης για να παρέχει ένα σύνολο ικανοτήτων χρήσιμων για την οικοδόμηση του σχεδίου κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Θα αναλύσουμε την έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, ιδίως τρεις πτυχές:

- Δεξιότητες που απαιτούνται για τη δημιουργία ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος με κοινωνικό αντίκτυπο, με βάση το ENTRECOMP
- Μοντέλα επιχειρηματικών ιδεών, ιδίως το μοντέλο CANVAS που εφαρμόζεται στις κοινωνικές επιχειρήσεις
- Διαφορετικές πτυχές του κοινωνικού αντίκτυπου που συνδέεται με τα SDGs

1.1. Στόχοι

Οι κύριοι στόχοι μας είναι:

- Συγκέντρωση αναγκών, ιδεών, εργαλείων και καλών πρακτικών που σχετίζονται με την κοινωνική επιχειρηματικότητα από χώρες της Μεσογείου και της ΕΕ.
- Ανάπτυξη νέων εκπαιδευτικών μοντέλων για την παροχή των απαραίτητων δεξιοτήτων και γνώσεων στους νέους για την ανάπτυξη κοινωνικών επιχειρήσεων και σε ακτιβιστές νεολαίας και εργαζομένους στον τομέα της νεολαίας για να λειτουργήσουν ως πολλαπλασιαστές.
- Υποστήριξη της δημιουργίας τοπικών και διαδικτυακών διατομεακών δικτύων που εργάζονται για τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων με κοινωνικό αντίκτυπο.
- Ενίσχυση της ευρωμεσογειακής συνεργασίας για την παροχή απαντήσεων σε κοινές προκλήσεις για τη νεολαία, όπως η ανεργία, η μετανάστευση και η μετακοβιδική ανασυγκρότηση.

1.2. Οι εταίροι του έργου EYES είναι:

- **Associazione TDM 2000**, Ιταλία. (Συντονιστής)
- **Institute of Entrepreneurship Development, IED**, Ελλάδα.
- **Fundación Xul**, Ισπανία.
- **SEEDS**, Ιορδανία.
- **Have a dream**, Αίγυπτος.
- **Les Scouts Tunisiens, LST**, Τυνησία.

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

2. Διεθνές σεμινάριο στο Κάιρο

Το Διεθνές Σεμινάριο πραγματοποιήθηκε στο Κάιρο της Αιγύπτου από τις 27 Ιανουαρίου έως τις 2 Φεβρουαρίου.

Το σεμινάριο ήταν δομημένο σε δύο κύρια μέρη. Πρώτον, παρουσιάστηκαν τα κύρια ευρήματα της διερευνητικής μελέτης σχετικά με την πραγματικότητα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μεταξύ των νέων, η οποία είχε διεξαχθεί στο πλαίσιο αυτού του έργου. Μια συστηματική παρουσίαση αυτών των αποτελεσμάτων αναπτύσσεται στην επόμενη ενότητα.

Στο δεύτερο στάδιο, οργανώθηκε η επόμενη φάση του έργου για το σχεδιασμό και την παραγωγή ενός εκπαιδευτικού προγράμματος για την κοινωνική επιχειρηματικότητα για νέους. Το υλικό αυτό είναι διαθέσιμο στο δεύτερο μέρος του παρόντος εγχειριδίου.Τ

Το σεμινάριο παρακολούθησαν 20 συμμετέχοντες από όλες τις χώρες εταίρους, συμπεριλαμβανομένων κοινωνικών επιχειρηματιών, εργαζομένων στη νεολαία, εθελοντών, εκπαιδευτών και ατόμων που ενδιαφέρονται για την κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Κατά τη διάρκεια του σεμιναρίου πραγματοποιήθηκαν συζητήσεις σχετικά με το εθνικό πλαίσιο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και τις βέλτιστες πρακτικές από τις χώρες εταίρους. Μια συλλογή αυτών των καλών πρακτικών είναι διαθέσιμη στο Παράρτημα III του παρόντος εγγράφου.



Οι παρουσιάσεις που δημιουργήθηκαν για τη συζήτηση αυτή έδωσαν πληροφορίες για το έργο της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, την οργάνωση και τις εγκαταστάσεις, εκτός από την αναφορά των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων και τον προσδιορισμό των ευκαιριών και των προκλήσεων που αντιμετωπίζει κάθε χώρα.

Επίσης, οι συμμετέχοντες επισκέφθηκαν την κοινωνική επιχείρηση “[Startup Haus Cairo, enact](#)”, στο κέντρο του Καΐρου, όπου ο

by υπεύθυνος της κοινότητας καλωσόρισε όλους τους συμμετέχοντες δίνοντάς τους πληροφορίες για τις εγκαταστάσεις, την υποστήριξη και τις δραστηριότητες που προσφέρουν. Συζήτησαν τις τρέχουσες προκλήσεις και τα βήματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη πριν από την έναρξη μιας κοινωνικής επιχείρησης, δίνοντας συμβουλές και κόλπα και απαντώντας στις ερωτήσεις των συμμετεχόντων, γεγονός που αποτέλεσε μια εξαιρετική ευκαιρία να γίνει η μεταβίβαση από τη θεωρητική στην πρακτική πλευρά της εμπλοκής του κόσμου.

Την τελευταία ημέρα του σεμιναρίου, οι συνεδρίες και τα εργαστήρια ασχολήθηκαν κυρίως με τα μελλοντικά σχέδια και τα επόμενα βήματα του έργου, μέσω υποομάδων που εργάστηκαν στα παρακάτω θέματα παρακολούθησης:

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

- Ιδέες μη κοινωνικών επιχειρήσεων
- Νέα έργα διεθνούς συνεργασίας/εκπαιδευτικά προγράμματα για τη νεολαία
- Κατευθυντήριες γραμμές της επόμενης φάσης του έργου

Οι συμμετέχοντες συμμετείχαν πλήρως στις δραστηριότητες και έδειξαν μεγάλο ενδιαφέρον δηλώνοντας υψηλά επίπεδα ικανοποίησης από την υλοποίηση και ήταν πρόθυμοι να μοιραστούν τις σκέψεις και τις απόψεις τους σχετικά με τα επόμενα βήματα του προγράμματος. Όσον αφορά τα σχόλιά τους για το σεμινάριο, όλα ήταν θετικά και εξέφρασαν τα υψηλά επίπεδα ικανοποίησής τους.



3. Κοινωνική επιχειρηματικότητα μεταξύ των νέων στην περιοχή της Μεσογείου

3.1. Μεθοδολογικές πτυχές

Ο κύριος στόχος στον οποίο σκοπεύει να ανταποκριθεί αυτή η ενότητα είναι να παράσχει μια βαθιά εικόνα της τρέχουσας κατάστασης και της κατάστασης της τέχνης όσον αφορά την κοινωνική επιχειρηματικότητα και τη σύνδεσή της με τη νεολαία των χωρών που συμμετέχουν σε αυτό το έργο.

Η επίτευξη αυτού του στόχου θα διαρθρώνεται γύρω από δύο διαδικασίες ανάκλησης και συστηματοποίησης των πληροφοριών: α) Μια εμπειρική μελέτη, μικτού σχεδιασμού, σκοπός της οποίας ήταν να προσδιορίσει και να αναλύσει την αντίληψη που έχουν οι διάφορες ομάδες-στόχοι για τον κοινωνικό επιχειρηματία (τα κύρια χαρακτηριστικά που τον προσδιορίζουν), τις ανάγκες των ομάδων-στόχων όσον αφορά τις απαραίτητες δεξιότητες και τα εργαλεία κατάρτισης για τη δημιουργία του σχεδίου της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, καθώς και τα στοιχεία του πλαισίου που μεσολαβούν στην πορεία της επιτυχίας τους, β) Μια μελέτη γραφείου, κυρίως προσανατολισμένη στον εντοπισμό και τη συστηματοποίηση καλών πρακτικών που υπάρχουν στα διάφορα εθνικά δίκτυα των συμμετεχουσών χωρών.

Η εμπειρική μελέτη διεξήχθη με τη χρήση μικτού σχεδιασμού, ο οποίος περιλάμβανε:

- Την πραγματοποίηση μιας διερευνητικής και αυτοδιαχειριζόμενης διαδικτυακής έρευνας, με δειγματοληπτικό σχεδιασμό διαρθρωτικού χαρακτήρα (τέσσερις τύποι αποδεκτών: νέοι που ενδιαφέρονται για την κοινωνική επιχειρηματικότητα, εργαζόμενοι στη νεολαία, υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και κοινωνικοί επιχειρηματίες) και επιλογή δείγματος με τυχαία ευκολία ανά χώρα.

Μια συνοπτική παρουσίαση των στοιχείων συμμετοχής στην έρευνα είναι η ακόλουθη: Πίνακας 1: Συγκεντρωτικός πίνακας συμμετοχής στην έρευνα.

	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΙΟΡΔΑΝΙΑ	ΤΥΝΗΣΙΑ	Σύνολο
Άνδρες	10	6	7	7	10	22	62
Γυναίκες	9	13	14	13	10	15	74
Σύνολο	9	19	21	20	20	37	136

Η έρευνα είναι δομημένη σε επτά τμήματα: Πέντε από αυτά αντιστοιχούν στις διάφορες διαστάσεις που ταυτίζονται με τον κοινωνικό επιχειρηματία (προσωπικές στάσεις, ηγεσία, κοινωνική αλλαγή, κοινωνική καινοτομία, κοινωνική αξία και επιχειρηματική διαχείριση), στο οποίο πρέπει να προστεθούν δύο ακόμη τμήματα. Ένα, στόχος του οποίου ήταν να διερευνήσει την εξοικείωση του ερωτώμενου με τον τομέα της επιχειρηματικότητας, και ένα άλλο που υποτίθεται ότι διερευνούσε την αντίληψη που είχαν οι δυνητικοί χρήστες για το ποιο ήταν το καλύτερο μεθοδολογικό περιβάλλον για την επεξεργασία των διαφόρων δεξιοτήτων που σχετίζονται με την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Η έρευνα συμπληρώθηκε από ένα πάνελ αφιερωμένο στη συλλογή κοινωνικοδημογραφικών πληροφοριών, ώστε να είναι δυνατή η αναζήτηση διαρθρωτικών ερμηνειών των αποτελεσμάτων.

Με τα δεδομένα που προέκυψαν από την έρευνα, πραγματοποιήθηκαν τρεις τύποι ανάλυσης: περιγραφική ανάλυση, διμεταβλητή ανάλυση συσχετιστικού χαρακτήρα και πολυμεταβλητή ανάλυση με χρήση δυαδικής λογιστικής παλινδρόμησης. Η ανάλυση πραγματοποιήθηκε με τη χρήση του προγράμματος SPSSv25.

- Μια ομάδα συζήτησης, στόχος της οποίας ήταν να εντοπίσει και να αναλύσει τη διαλεκτική δομή που δημιουργείται από τους διάφορους φορείς με αρμοδιότητες στον τομέα της νεολαίας στο δώνυμο "νεολαία - κοινωνική επιχειρηματικότητα", με ιδιαίτερη έμφαση στις δυσκολίες που σχετίζονται με την ίδια την ομάδα, καθώς και στις πιθανές λύσεις.

Ο σχεδιασμός του δείγματος έγινε με βάση μια διαρθρωτική προοπτική, λαμβάνοντας υπόψη τα διαφορετικά προφίλ των ομάδων ενδιαφέροντος. Η επιλογή έγινε σκόπιμη.

Για την ανάπτυξη της ομάδας συζήτησης, εξετάστηκαν τρεις προβληματικές διαστάσεις: α) Συναίνεση σχετικά με τον "νέο κοινωνικό επιχειρηματία"- β) Περιορισμοί στην κοινωνική επιχειρηματικότητα μεταξύ των νέων και γ) Στρατηγικές για την υπέρβαση των περιορισμών.

Το περιεχόμενο των ομάδων συζήτησης απομαγνητοφωνήθηκε αυτολεξεί και αναλύθηκε με τη χρήση του [ATLAS.ti](#), ενός προγράμματος που εφαρμόζει τη μέθοδο των σταθερών συγκρίσεων.

Για μια πιο εμπειριστατωμένη γνώση της μελέτης σχετικά με τις ορθές πρακτικές, παραπέμπουμε στην ενότητα 4.2. του παρόντος εγγράφου.

3.2. Ποσοτικά διαγνωστικά αποτελέσματα

3.2.1. Ισπανία

α) Κοινωνικοδημογραφική περιγραφή

Στη συνέχεια, θα πραγματοποιήσουμε μια κοινωνικοδημογραφική χαρτογράφηση του δείγματος που συμμετείχε στην έρευνα του κράτους της Ισπανίας.

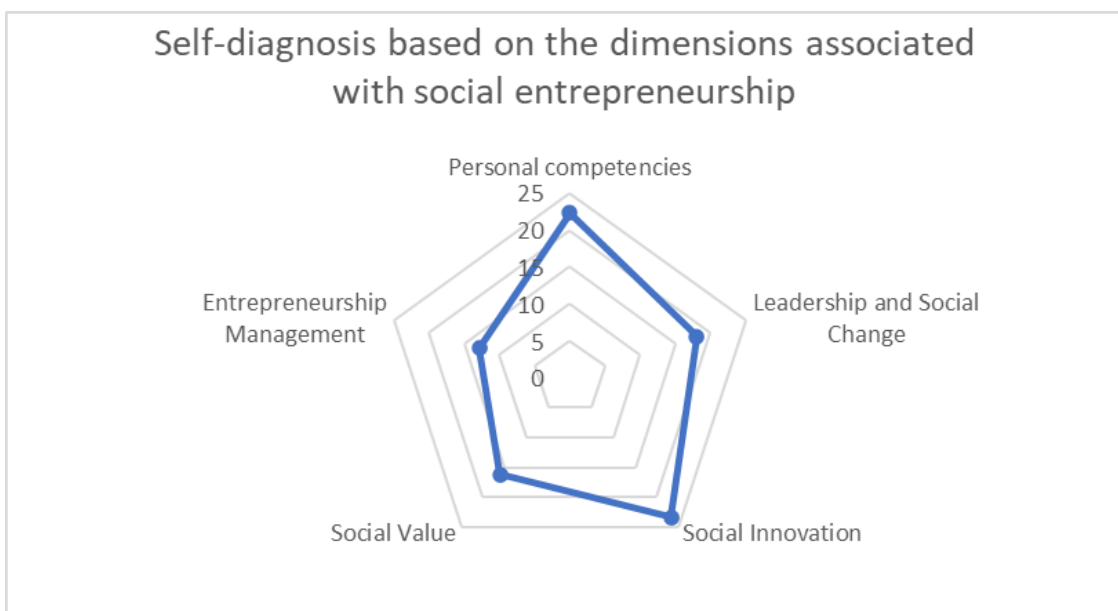
Κατ' αρχάς, πρέπει να αποκαλύψουμε ότι ο μέσος όρος ηλικίας των συμμετεχόντων είναι 24,6 έτη, με απόκλιση 7,2 έτη. Το δείγμα αποτελείται κατά 68% από γυναίκες, έναντι 32% ανδρών.

Ο μέσος όρος ηλικίας μας βοηθά να ερμηνεύσουμε τα ακόλουθα δεδομένα. Στο δείγμα επικρατούν σχεδόν συμμετρικά και ηγεμονικά τα υποκείμενα που πρόκειται να ολοκληρώσουν τις μεταυποχρεωτικές σπουδές τους ή τις έχουν ήδη ολοκληρώσει. Ως υπολειμματικά δεδομένα παρουσιάζονται τα υποκείμενα που έχουν ολοκληρώσει μόνο τις υποχρεωτικές σπουδές, γεγονός που παραπέμπει στη δυναμική της σχολικής εκπαίδευσης στο ισπανικό κράτος.

Τα ηλικιακά στοιχεία μας βοηθούν επίσης να κατανοήσουμε την κατάσταση της απασχολησιμότητας του δείγματος, δηλαδή την ανεργία σε ποσοστό 70%. Πρέπει να λάβουμε υπόψη ότι γενικά οι φοιτητές των μετα-υποχρεωτικών σπουδών στην Ισπανία είναι συνήθως πλήρους φοίτησης, οπότε αυτό καθυστερεί την ένταξή τους στην αγορά εργασίας, και επίσης ότι αυτός ο τομέας του πληθυσμού παρουσιάζει συνήθως ένα από τα υψηλότερα ποσοστά ανεργίας μόλις τελειώσουν τις σπουδές τους.

Μεταξύ των ατόμων που βρίσκονται σε ενεργό εργασιακή κατάσταση, το 60% αυτών συνδέεται με οικονομικές ή επιχειρηματικές δραστηριότητες δημοσίου συμφέροντος, στις οποίες οι κοινωνικές δραστηριότητες υπερिशύουν με 34% έναντι 33% των περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων. Αυτή η ομάδα δείγματος είναι ενδεχομένως εκείνη που θα μπορούσε να συνδεθεί με την ομάδα-στόχο των κοινωνικών επιχειρηματιών.

Ένα ιδιαίτερα σημαντικό ερώτημα, αλλά και ανησυχητικό, είναι το γεγονός ότι όλα τα υποκείμενα που συνδέονται με μια επαγγελματική δραστηριότητα που αναπτύσσεται σε



χώρους δημόσιου ενδιαφέροντος είναι άνδρες, γεγονός που μας παραπέμπει άμεσα σε μια υπερ-ανδροκρατία αυτού του τομέα. of this sector.

b) Εξοικείωση με την κοινωνική επιχειρηματικότητα

Αν χρησιμοποιήσουμε ως δείκτη εξοικείωσης με την κοινωνική επιχειρηματικότητα το γεγονός ότι πραγματοποιήθηκε κάποια προηγούμενη εκπαιδευτική δραστηριότητα στον τομέα αυτό, θα δούμε ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες στην έρευνα από την ισπανική ποσόστωση (93%) δεν είχαν κανενός είδους εμπειρία με αυτή την έννοια, οπότε η σχέση με αυτόν τον τομέα δραστηριότητας προκύπτει κυρίως από μια εξωτερική αντίληψη ή ήδη απευθείας όταν κάποιος αρχίζει να εργάζεται σε αυτό το είδος δραστηριότητας.

Ωστόσο, παρά τη χαμηλή συμμετοχή τους σε δραστηριότητες κατάρτισης σε αυτόν τον τομέα, το κύριο είδος που τις πραγματοποιεί είναι οι άνδρες (60% των υποκειμένων που έχουν πραγματοποιήσει κατάρτιση), γεγονός που εξακολουθεί να παραπέμπει στον έντονα αρρενωπό χαρακτήρα αυτού του τομέα δραστηριότητας.

c) Αυτοδιάγνωση σχετικά με τις ικανότητες κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Στο ακόλουθο διάγραμμα, μπορούμε να δούμε τα μέσα αποτελέσματα του δείκτη αυτοαξιολόγησης των ικανοτήτων που σχετίζονται με την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Όπως φαίνεται, υπάρχει μια σχετικά συμμετρική κατανομή μεταξύ των διαφόρων ικανοτήτων (λαμβάνοντας υπόψη τις βαθμολογίες σε απόλυτους όρους), στην οποία όμως εντοπίζεται μεγαλύτερο έλλειμμα των ικανοτήτων που σχετίζονται με τη διαχείριση της επιχειρηματικότητας και την ικανότητα δημιουργίας κοινωνικής αξίας.

Παρόλο που σε όλες τις παραμέτρους επιτυγχάνεται η ελάχιστη βαθμολογία για να θεωρηθεί κάποιος ικανός στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, πάνω από το ήμισυ του

δείγματος δεν έχει αυτή την αντίληψη για τον εαυτό του, γεγονός που μπορεί να σχετίζεται με την υπερτίμηση της αντιλαμβανόμενης σημασίας των τεχνικών δεξιοτήτων διαχείρισης.

3.2.2. Ιταλία

α) Κοινωνικοδημογραφική περιγραφή

Όσον αφορά το ιταλικό δείγμα, διαπιστώνουμε ότι αποτελείται κατά πλειοψηφία από γυναίκες, η μέση ηλικία των οποίων είναι 24,6 έτη (είναι η χώρα με τη μικρότερη μεταβλητότητα στα δεδομένα). Σε σύγκριση με το ισπανικό δείγμα, η σύνθεση του ιταλικού δείγματος είναι πολωμένη μεταξύ των υποκειμένων που έχουν ολοκληρώσει υποχρεωτικές σπουδές και εκείνων που έχουν ολοκληρώσει μετα-υποχρεωτικές σπουδές (οι τελευταίες επικρατούν κατά 80%). Ωστόσο, τα στοιχεία για την απασχολησιμότητα είναι πολύ παρόμοια με εκείνα που παρατηρούνται στην περίπτωση της Ισπανίας, γεγονός που μπορεί να εξηγηθεί από το γεγονός ότι μοιράζονται πολλά χαρακτηριστικά όσον αφορά τη διαμόρφωση της αγοράς εργασίας τους.

Το 100% του υποκειμένου που απασχολείται, είναι στον τομέα του δημόσιου συμφέροντος, γεγονός που παραπέμπει στη μαζική συμμετοχή των κοινωνικών επιχειρηματιών σε αυτή την ομάδα, η οποία, όπως και στην προηγούμενη περίπτωση, είναι έντονα αρρενωπή, αν και είναι δυνατόν να βρεθεί μια δειλή εκπροσώπηση (20%) των γυναικών.

Το πεδίο δραστηριότητας στο οποίο απασχολούνται αυτά τα υποκείμενα είναι εξ ολοκλήρου κοινωνικά προσανατολισμένο.

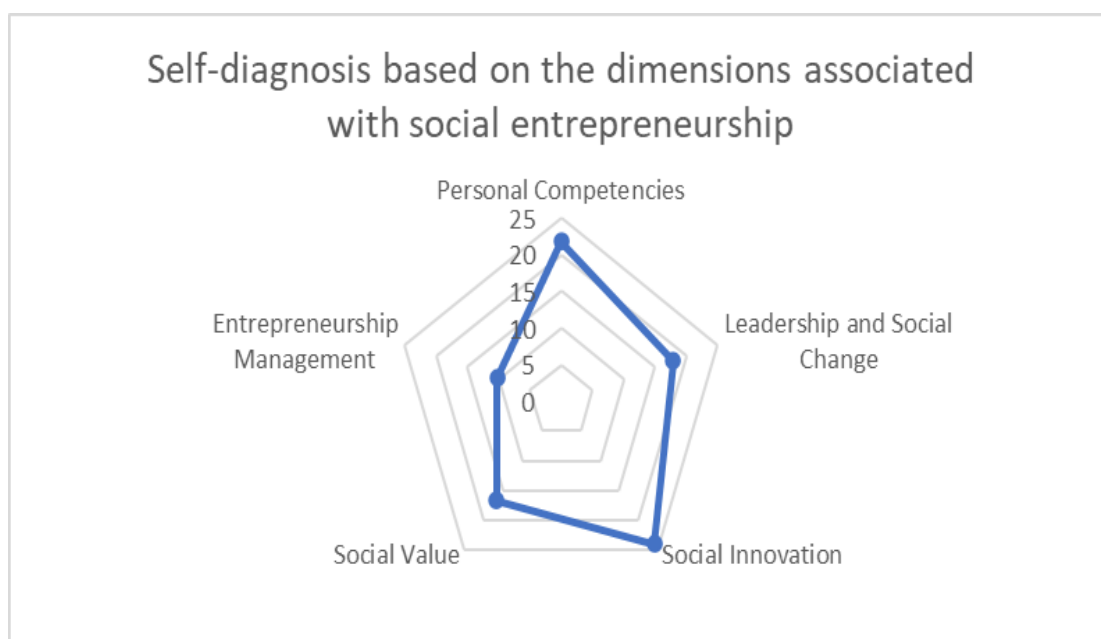
β) Εξοικείωση με την κοινωνική επιχειρηματικότητα

Τα χαρακτηριστικά που περιεγραφήκαν στην ισπανική περίπτωση όσον αφορά το επίπεδο εξοικείωσης του δείγματος με τον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας θα μπορούσαν να εφαρμοστούν εξίσου και στην ιταλική περίπτωση, με μικρές διαφοροποιήσεις (76% "όχι" και 24% "ναι").

γ) Αυτοδιάγνωση σχετικά με τις ικανότητες κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την αυτοδιάγνωση των ικανοτήτων όσον αφορά τον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μας δείχνουν ότι, στην περίπτωση αυτή, στις ικανότητες που σχετίζονται με την επιχειρηματική διαχείριση, δεν επιτυγχάνονται οι ελάχιστες τιμές για τον προσδιορισμό ενός επαρκούς επιπέδου εμπειρογνωμοσύνης. Η διάσταση στην οποία παρουσιάζεται η καλύτερη ικανότητα είναι η κοινωνική καινοτομία, ένα ζήτημα που έχουμε ήδη συναντήσει στην περίπτωση της Ισπανίας.

H



αυτοαξιολόγηση σχετικά με τις ικανότητες προβάλλεται σε μεγαλύτερη αντίληψη σχετικά με τη δυνατότητα να εκτελέσουν σωστά ένα έργο κοινωνικής επιχειρηματικότητας όσον αφορά την περίπτωση της Ισπανίας, φθάνοντας σε τιμές 70% εκείνων που ισχυρίζονται ότι είναι σε θέση να δράσουν αποτελεσματικά σε αυτόν τον τομέα.

3.2.3. Ελλάδα

α) Κοινωνικοδημογραφική περιγραφή

Το δείγμα των συμμετεχόντων του ελληνικού κράτους χαρακτηρίζεται από μέσο όρο ηλικίας 30,4 ετών (μαζί με την Ιορδανία οι δύο χώρες με τον υψηλότερο μέσο όρο ηλικίας), και στο οποίο παρατηρείται αντιστροφή της συμμετοχής των δύο φύλων όσον αφορά τις τελευταίες περιπτώσεις (στην ελληνική περίπτωση, το 67% των συμμετεχόντων είναι γυναίκες).

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Όπως και στην περίπτωση της Ιταλίας, έτσι και στην Ελλάδα επικρατεί το υποκείμενο με ολοκληρωμένες μεταυποχρεωτικές σπουδές, αλλά σε αντίθεση με τις προηγούμενες περιπτώσεις, υπάρχει μεγαλύτερη παρουσία υποκειμένων με ολοκληρωμένες υποχρεωτικές και μη ολοκληρωμένες μεταυποχρεωτικές σπουδές. Παρόλα αυτά, συνεχίζουμε την τάση των ευρωπαϊκών χωρών με μηδενική παρουσία των υποκειμένων που δεν έχουν ολοκληρώσει τη βασική σχολική τους περίοδο.

Η Ελλάδα αποτελεί επίσης μια αλλαγή της τάσης σε σχέση με τις προηγούμενες χώρες όσον αφορά τους δείκτες απασχολησιμότητας, παρουσιάζοντας ποσοστό ανεργίας μόλις 24%.

Όπως και στις προηγούμενες περιπτώσεις, ο χώρος της απασχολησιμότητας είναι αυτός του δημόσιου συμφέροντος, κυρίως κοινωνικού (αλλά υπάρχει επίσης μια αναδυόμενη παρουσία περιβαλλοντικών και άλλων τομέων, με 13% και 20% αντίστοιχα). Σε αυτή την περίπτωση, και ακολουθώντας την ανατρεπτική δυναμική που προτείνει η Ελλάδα, το δείγμα των απασχολούμενων υποκειμένων είναι ως επί το πλείστον γυναικείο.

b) Εξοικείωση με την κοινωνική επιχειρηματικότητα

Όσον αφορά την προηγούμενη εμπειρία στην κατάρτιση στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, διαπιστώσαμε ότι οι αξίες στην Ελλάδα είναι κυρίως θετικές (62% του δείγματος έχει κάνει κάποια εκπαιδευτική δραστηριότητα στον τομέα αυτό), ενώ οι γυναίκες είναι κυρίως (69%) αυτές που έχουν αυτού του είδους την εμπειρία.

c) Αυτοδιάγνωση σχετικά με τις ικανότητες κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Αν εξετάσουμε τα μέσα αποτελέσματα που προέκυψαν από την αυτοαξιολόγηση των ικανοτήτων, θα δούμε ότι βελτιώνονται σημαντικά σε σχέση με τα αποτελέσματα που προέκυψαν στις χώρες που αναλύθηκαν προηγουμένως, αλλά αυτό δεν ενισχύει την αυτοαντίληψη του επιπέδου δεξιοτήτων για την αντιμετώπιση έργων κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Μόνο λίγο περισσότερο από το ήμισυ του δείγματος θεωρείται ότι διαθέτει επαρκείς ικανότητες για να αντιμετωπίσει το έργο ενός έργου κοινωνικής επιχειρηματικότητας επί του παρόντος.

3.2.4. Αίγυπτος

a) Κοινωνικοδημογραφική περιγραφή

Το εξεταζόμενο δείγμα στην Αίγυπτο χαρακτηρίζεται ως ελαφρώς πιο γυναικείο (57% του δείγματος), με μέση ηλικία περίπου 24,74 ετών και στο οποίο κυριαρχούν τα άτομα με ολοκληρωμένες μετα-υποχρεωτικές σπουδές (75%) και ολοκληρωμένες υποχρεωτικές σπουδές (25%).

Η κατάσταση της απασχόλησης του δείγματος αυτού είναι αισθητά υψηλότερη από ό,τι στις χώρες της Βόρειας Μεσογείου που εξετάστηκαν προηγουμένως (εκτός από την Ελλάδα, το

74 % των ερωτηθέντων είναι εργαζόμενοι και η αγορά εργασίας είναι ως επί το πλείστον δημοσίου συμφέροντος).

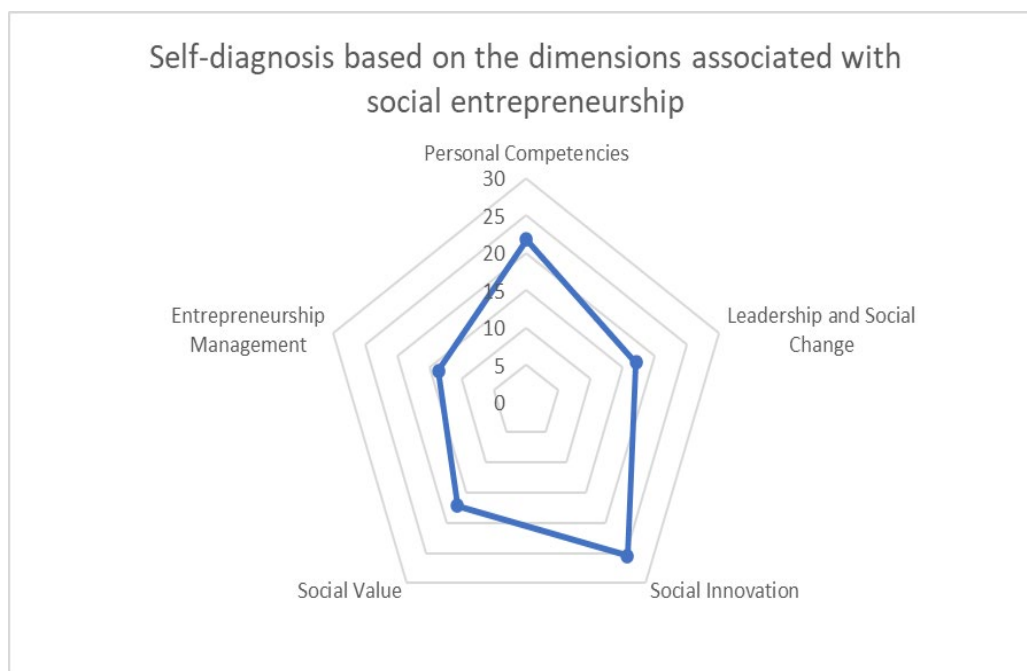
Όπως και στην περίπτωση της Ισπανίας και της Ιταλίας, διαπιστώνουμε ότι η απασχολησιμότητα είναι ένα θέμα που κυριαρχείται έντονα από τους άνδρες, αν και σε μικρότερο ποσοστό από ό,τι στις προαναφερθείσες χώρες (42% των ατόμων που απασχολούνται σήμερα είναι γυναίκες), και ενώ ο κοινωνικός τομέας κυριαρχεί ως τομέας εργασίας, είναι επίσης δυνατόν να βρεθούν άτομα που εργάζονται στον περιβαλλοντικό τομέα (29%) και σε άλλου τύπου τομείς (7%).

b) Εξοικείωση με την κοινωνική επιχειρηματικότητα

Το δείγμα που δόθηκε από την Αίγυπτο παρουσιάζει ίσα ποσοστά όσον αφορά την προηγούμενη εξοικείωση με αυτόν τον τομέα μέσω δραστηριοτήτων κατάρτισης (το 53% του δείγματος έχει πραγματοποιήσει κάποια δραστηριότητα σε αυτόν τον τομέα), και μπορούμε να διαπιστώσουμε συμμετρική εκπροσώπηση μεταξύ ανδρών και γυναικών στη συμμετοχή σε τέτοιες δραστηριότητες.

c) Αυτοδιάγνωση σχετικά με τις ικανότητες κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Όσον αφορά τα αποτελέσματα της αυτοαξιολόγησης, βρίσκουμε πολύ παρόμοια αποτελέσματα με τις προηγούμενες περιπτώσεις, όπου η διαχείριση της επιχειρηματικότητας και η δημιουργία κοινωνικής αξίας είναι οι διαστάσεις με τη μικρότερη ανάπτυξη, αν και φτάνουν τις επιθυμητές ελάχιστες τιμές για θετική αξιολόγηση.



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Οι αυτοδιαγνωστικές εκτιμήσεις προβάλλουν μια κυρίως θετική αντίληψη (84%) σχετικά με τη δυνατότητα κοινωνικής αποτελεσματικής επιχειρηματικότητας αυτή τη στιγμή.

3.2.5. Ιορδανία

α) Κοινωνικοδημογραφική περιγραφή

Στην περίπτωση της Ιορδανίας, βρίσκουμε το μεγαλύτερο ηλικιακό δείγμα, περίπου 32 ετών και με ισοκατανομή ανά φύλο. Εάν λάβουμε υπόψη το μορφωτικό επίπεδο, διαπιστώνουμε ότι το σύνολο του δείγματος έχει ολοκληρώσει μεταυποχρεωτικές σπουδές, γεγονός που με τη σειρά του μεταφράζεται σε απόλυτο ποσοστό απασχόλησης για το δείγμα.

Σε αντίθεση με προηγούμενα παραδείγματα, στην περίπτωση της Ιορδανίας, διαπιστώνουμε ότι στην αγορά εργασίας δεν κυριαρχούν οι τομείς δημοσίου συμφέροντος, αλλά υπάρχει σημαντική παρουσία (50%) ατόμων που εργάζονται σε άλλους τομείς δραστηριότητας. Μεταξύ των ατόμων που εργάζονται στον τομέα δημοσίου συμφέροντος, το 78% εργάζεται σε δραστηριότητες του κοινωνικού τομέα.

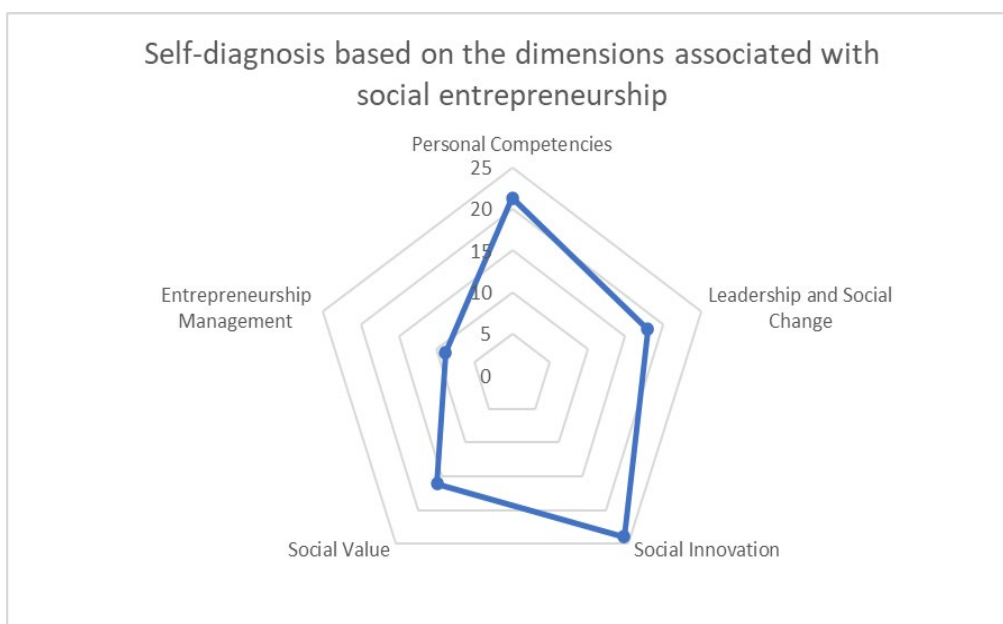
Τέλος, είναι σημαντικό να τονιστεί ότι η επαγγελματική δραστηριότητα στον τομέα του δημόσιου συμφέροντος καταλαμβάνεται σε μικρό βαθμό από γυναίκες (56% του συνολικού απασχολούμενου πληθυσμού).

β) Εξοικείωση με την κοινωνική επιχειρηματικότητα

Στην Ιορδανία, παρατηρούμε την τάση που έχουμε δει και σε προηγούμενες χώρες, όπου δεν υπήρξε προηγούμενη επαφή με την κοινωνική επιχειρηματικότητα μέσω δραστηριοτήτων κατάρτισης (μόνο το 38% των ερωτηθέντων στην Ιορδανία έχει αναπτύξει οποιοδήποτε είδος τέτοιας δραστηριότητας), αν και υπάρχει ισοκατανομή μεταξύ ανδρών και γυναικών όσον αφορά την άσκηση αυτού του είδους δραστηριότητας.

γ) Αυτοδιάγνωση σχετικά με τις ικανότητες κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Όσον αφορά τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την αυτοαξιολόγηση των ικανοτήτων, το πιο αξιοσημείωτο είναι ότι η Ιορδανία είναι η χώρα με τις χαμηλότερες τιμές όσον αφορά τις ικανότητες διαχείρισης της επιχειρηματικότητας, αλλά αυτό δεν μεταφράζεται υπερβολικά σε αρνητική αντίληψη σχετικά με τη δυνατότητα επιχειρηματικότητας. Όπως φαίνεται στο γράφημα, τουλάχιστον το 40% των ερωτηθέντων στην Ιορδανία πιστεύει ότι θα μπορούσε να ασκήσει αποτελεσματική κοινωνική επιχειρηματικότητα αυτή τη στιγμή.



3.2.6. Τυνησία

α) Κοινωνική δημογραφική περιγραφή

Το δείγμα των συμμετεχόντων στην έρευνα στην Τυνησία χαρακτηρίζεται από μέση ηλικία 26,57 ετών, είναι κυρίως γυναίκες (65%), έχουν ολοκληρώσει τις μετα-υποχρεωτικές σπουδές (μόνο το 13% του δείγματος δεν έχει φτάσει σε αυτό το ακαδημαϊκό επίπεδο) και έχουν δείκτη εργασιακού επαγγέλματος 45%.

Το επίπεδο απασχολησιμότητας σε τομείς κοινωνικού ή δημόσιου συμφέροντος είναι πολύ παρόμοιο με τις άλλες χώρες στις νότιες ακτές της Μεσογείου, αν και χαρακτηρίζεται από την παρουσία κυρίως ανδρών (75%) στους τομείς αυτούς.

Η κατανομή ανά θέματα σχετικά με τους τομείς εργασίας στους οποίους απασχολούνται είναι πολύ παρόμοια με αυτό που έχει ήδη αναφερθεί για άλλες χώρες όπως η Ιορδανία (η απασχολησιμότητα σε δραστηριότητες με κοινωνικό προσανατολισμό κυριαρχεί με 73%, ακολουθούμενη από δραστηριότητες βιωσιμότητας και περιβαλλοντικές δραστηριότητες με 18% και άλλες δραστηριότητες με 9%).

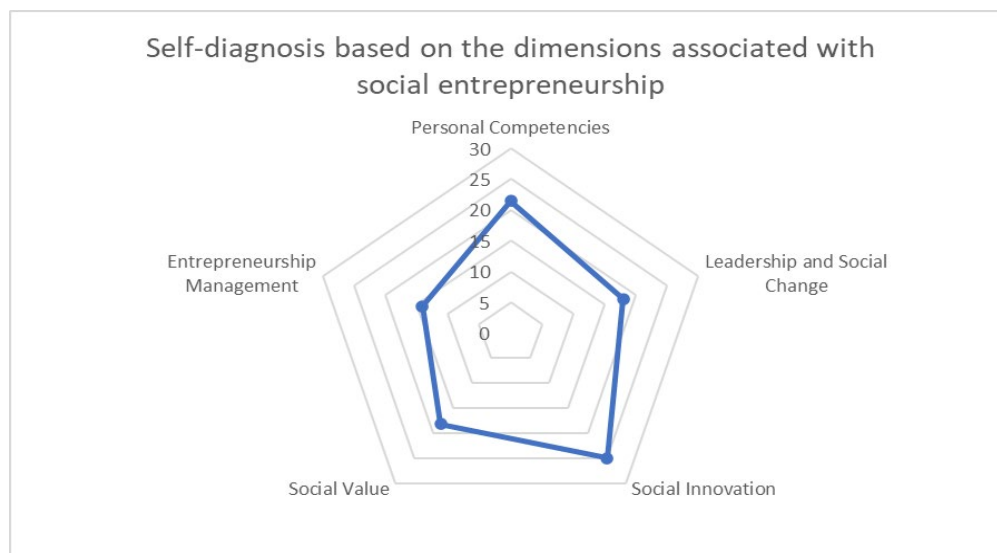
β) Εξοικείωση με την κοινωνική επιχειρηματικότητα

Όσον αφορά την προηγούμενη εξοικείωση με τον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, διαπιστώνουμε ότι λίγο λιγότεροι από τους μισούς (49%) έχουν υποβληθεί σε κάποιου είδους κατάρτιση, με την πλειοψηφία του ενδιαφέροντος να προέρχεται από άνδρες (72% των ατόμων που συμμετείχαν σε οποιαδήποτε δραστηριότητα κατάρτισης είναι άνδρες).

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

c) Αυτοδιάγνωση σχετικά με τις ικανότητες κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Για να ολοκληρώσουμε την ανάλυση ανά χώρα, είναι απαραίτητο να τονίσουμε ότι η Τυνησία ακολουθεί την τάση που έχει ήδη εντοπιστεί σε άλλες περιπτώσεις, όπου η κοινωνική καινοτομία είναι η διάσταση με τα καλύτερα αποτελέσματα στην αυτοαξιολόγηση, ενώ οι ικανότητες που σχετίζονται με τη διαχείριση της επιχειρηματικότητας και τη δημιουργία κοινωνικής αξίας σημειώνουν τη χαμηλότερη βαθμολογία.



Τα αποτελέσματα της αυτοαξιολόγησης προβάλλουν σε συντριπτικό βαθμό μια αρνητική αντίληψη σχετικά με τη δυνατότητα άσκησης δραστηριοτήτων κοινωνικής επιχειρηματικότητας επί του παρόντος, με το 84% του πληθυσμού να έχει αυτή την αυτοαντίληψη.

3.2.7. Παγκόσμια και συγκριτική ανάλυση

α) Κοινωνικοδημογραφική περιγραφή

Θα παρουσιάσουμε τώρα τα δεδομένα στο σύνολό τους, αφού συζητήσουμε τα κύρια χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων στην έρευνα για κάθε χώρα.

Κατ' αρχάς, πρέπει να σημειωθεί ότι το δείγμα που συλλέχθηκε στην έρευνα χαρακτηρίζεται από μέση ηλικία 27,1 ετών (με τυπική απόκλιση 7,3 έτη) και αποτελείται από σημαντικά μεγαλύτερο αριθμό γυναικών (54%).

Με τη σειρά του, το δείγμα αποτελείται κυρίως από άτομα που έχουν ολοκληρώσει μετα-υποχρεωτικές σπουδές (81%), ακολουθούμενο από άτομα που δεν έχουν ακόμη ολοκληρώσει τέτοιες σπουδές (12%).

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

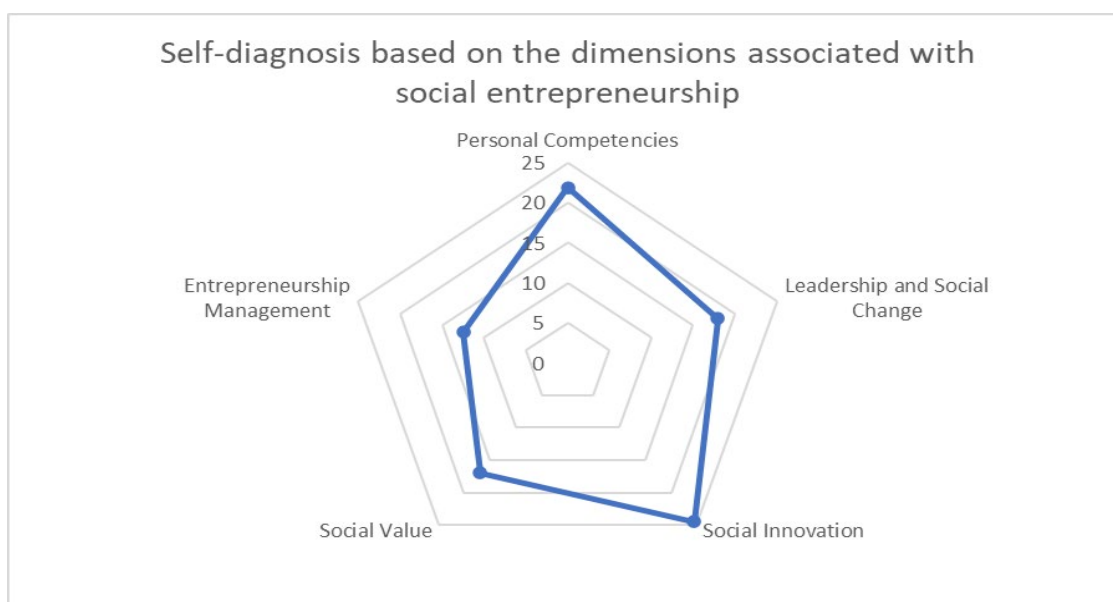
Όσον αφορά την εργασιακή δραστηριότητα των συμμετεχόντων, πάνω από το 60% είναι άνεργοι, ενώ οι υπόλοιποι ασχολούνται κυρίως (61%) με δραστηριότητες που μπορούν να χαρακτηριστούν ως δημοσίου συμφέροντος, ιδίως στον κοινωνικό τομέα (το 71% όσων εργάζονται στον τομέα του δημοσίου συμφέροντος το κάνουν σε αυτό το πεδίο). Επιπλέον, πρέπει να σημειωθεί ότι η απόδοση της εργασίας στον τομέα αυτό είναι κυρίως ανδρική (55% άνδρες έναντι 45% γυναικών).

b) Εξοικείωση με την κοινωνική επιχειρηματικότητα

Εάν εξετάσουμε την ερώτηση σχετικά με προηγούμενες δραστηριότητες κατάρτισης στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, θα δούμε ότι μόνο το 45% των συμμετεχόντων στην έρευνα έχουν πραγματοποιήσει οποιουδήποτε είδους δραστηριότητα στο πλαίσιο αυτό, και οι περισσότεροι (55%) είναι άνδρες που αναλαμβάνουν τέτοιου είδους δραστηριότητες.

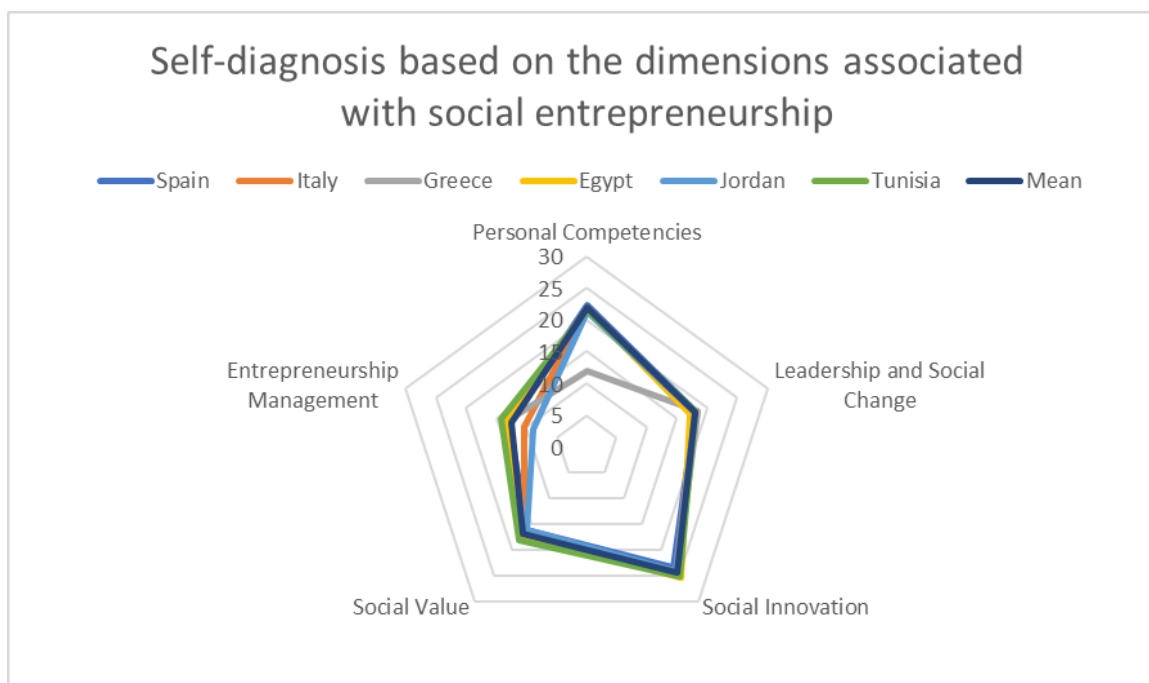
c) Αυτοδιάγνωση σχετικά με τις ικανότητες κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Η γραφική αναπαράσταση των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την αυτοδιάγνωση δείχνει μεγαλύτερη αντιληπτή ανάπτυξη των ικανοτήτων στις διαστάσεις που σχετίζονται με τις προσωπικές ιδιότητες και την κοινωνική καινοτομία, ιδιαίτερα, ενώ εκείνες που σχετίζονται με τη διαχείριση της επιχειρηματικότητας και τη δημιουργία κοινωνικής αξίας σημειώνουν τη χαμηλότερη βαθμολογία.

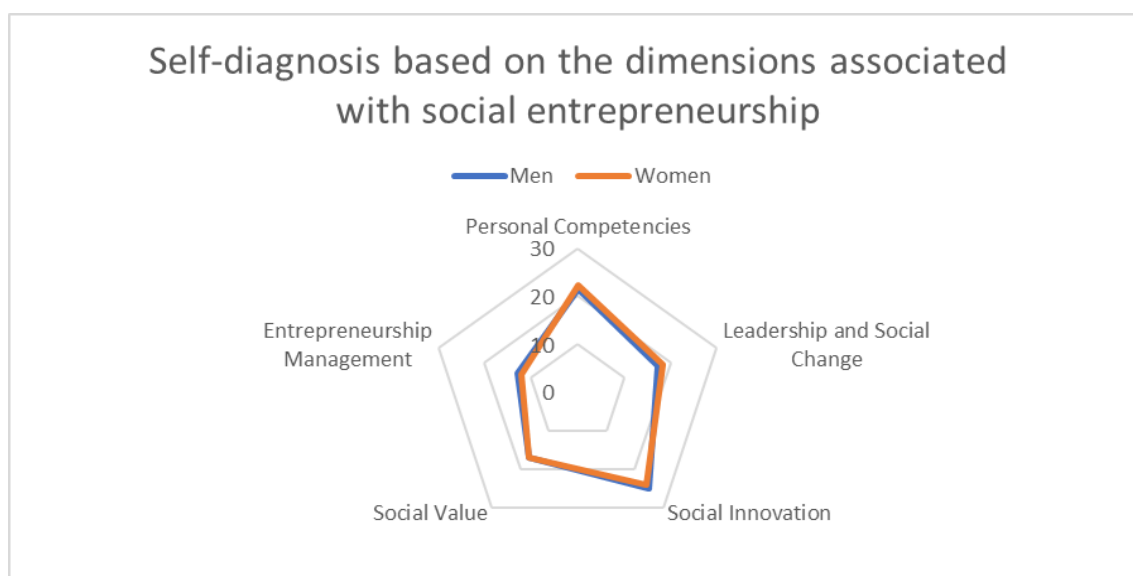


Μια συγκριτική ανάλυση ανά χώρα δείχνει ότι σχεδόν όλες οι χώρες έχουν πολύ παρόμοιες βαθμολογίες όσον αφορά τις ικανότητες ηγεσίας και κοινωνικής αλλαγής, την κοινωνική καινοτομία και τη δημιουργία κοινωνικής αξίας, ενώ οι μεγαλύτερες διαφορές εντοπίζονται στις ικανότητες προσωπικού χαρακτήρα και στη διαχείριση της επιχειρηματικότητας: Η Ελλάδα θα ήταν η χώρα με τη χαμηλότερη βαθμολογία στις προσωπικές ικανότητες, ενώ η

Ιορδανία και η Ιταλία θα ήταν οι χώρες με τις χαμηλότερες βαθμολογίες στις ικανότητες που σχετίζονται με τη διαχείριση της επιχειρηματικότητας.



Αν εφαρμόζαμε μια συγκριτική ανάλυση ανά φύλο, θα ανακαλύπταμε, όπως αποτυπώνεται στο ακόλουθο γράφημα, ότι οι βαθμολογίες είναι πολύ παρόμοιες, αν και είναι δυνατόν να εντοπίσουμε κάποιες λεπτές σχέσεις: οι γυναίκες τείνουν να έχουν καλύτερη βαθμολογία στις ικανότητες προσωπικού χαρακτήρα, στην ηγεσία και στη δημιουργία κοινωνικής αξίας, ενώ οι άνδρες τείνουν να έχουν καλύτερη βαθμολογία στις ικανότητες της διαχείρισης και της κοινωνικής καινοτομίας.



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Σε γενικές γραμμές, διαπιστώνουμε ότι η μεγάλη πλειονότητα των ερωτηθέντων στην έρευνα δήλωσε ότι, για την παρούσα χρονική στιγμή και λαμβάνοντας υπόψη την κατάρτιση και τις ικανότητές τους, δεν είναι σε θέση να υλοποιήσουν αποτελεσματικά ένα σχέδιο κοινωνικής επιχειρηματικότητας (μόνο το 43% των συμμετεχόντων ισχυρίζεται ότι θα μπορούσε να το κάνει).

d) Διμερείς συσχετίσεις και σύγκριση μέσω ωρών

Για την επίτευξη ενός από τους στόχους της παρούσας εργασίας, διεξήχθη μια διερευνητική μελέτη σχετικά με την κατάσταση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην εδαφική εμβέλεια των συμμετεχουσών χωρών. Για το σκοπό αυτό, δόθηκε μια περιγραφική έκθεση του τρόπου με τον οποίο διαμορφώνεται το σύμπαν της ομάδας-στόχου σε κάθε έδαφος, καθώς και μια επισκόπηση του "μικροσύμπαντος" που αποτελείται από αυτά τα βήματα. Ωστόσο, η κατασκευή μιας έκθεσης τελευταίας τεχνολογίας δεν σχετίζεται μόνο με μια περιγραφική διάσταση, αλλά περιλαμβάνει επίσης την πρόκληση του εντοπισμού της εσωτερικής δυναμικής που διέπει αυτό το φαινόμενο. Με άλλα λόγια, η διερεύνηση της κατάστασης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας σε μια περιοχή θα πρέπει επίσης να λαμβάνει υπόψη τις πιθανές αλληλεπιδράσεις μεταξύ των παραγόντων που μπορεί να την επηρεάζουν.

Στην παρούσα ενότητα, θα επιχειρήσουμε να αντιμετωπίσουμε αυτή την πρόκληση με τη χρήση διμεταβλητής ανάλυσης διαφόρων ατομικών (φύλο, ηλικία) διαρθρωτικών (μορφωτικό επίπεδο, εθνικότητα, χώρα διαμονής, κατάσταση απασχολησιμότητας) και πειραματικών εκ των υστέρων μεταβλητών (επίπεδο εξοικείωσης με την κοινωνική επιχειρηματικότητα μέσω εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων), όπως μια σειρά μεταβλητών αποτελέσματος, συμπεριλαμβανομένης της αντίληψης ότι είναι ικανοί για την εφαρμογή ενός έργου κοινωνικής επιχειρηματικότητας και τη βαθμολογία στις διάφορες διαστάσεις του Δείκτη Αυτοαξιολόγησης που αναφέρθηκε παραπάνω (προσωπικές ικανότητες, ηγεσία και κοινωνική αλλαγή, κοινωνική καινοτομία, δημιουργία κοινωνικής αξίας και διαχείριση της επιχειρηματικότητας).

Η προκύπτουσα διασταύρωση των μεταβλητών, με στόχο τη διαπίστωση της σημαντικής σχέσης μεταξύ τους, παρουσιάζεται στον ακόλουθο πίνακα. Πέρα από τη διαπίστωση των σχέσεων μεταξύ μεταβλητών κοινωνιολογικού ενδιαφέροντος, προτείνουμε να επικεντρωθούμε στο σύνολο των σχέσεων που είναι σκιασμένες με γκρι χρώμα, καθώς είναι αυτές που αφορούν την παρούσα εργασία.

Διμερείς συσχετίσεις (επεξήγηση του πίνακα παρακάτω)

Ο ακόλουθος πίνακας δείχνει το αποτέλεσμα της διωνυμικής ανάλυσης μεταξύ μεταβλητών, δηλαδή της διαπίστωσης μέσω στατιστικών υπολογισμών εάν η σχέση μεταξύ δύο μεταβλητών είναι στατιστικά σημαντική, δηλαδή εάν υπερβαίνει την καθαρή τύχη. Το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας που επιλέχθηκε ήταν 99% και 95% (προσδιορίζεται με πράσινο και κίτρινο χρώμα αντίστοιχα). Όταν στον πίνακα διαπιστώνουμε ότι η τιμή που εμφανίζεται κατά τη διασταύρωση δύο μεταβλητών είναι μικρότερη από 0,01 ή 0,05, μπορούμε να

βεβαιώσουμε ότι στο 99% ή 95% των περιπτώσεων, αντίστοιχα, η σχέση μεταξύ των μεταβλητών αυτών δεν είναι τυχαίο προϊόν.

Την κατεύθυνση αυτής της σχέσης, δηλαδή αν συνδέονται άμεσα (όταν αυξάνεται η ανεξάρτητη μεταβλητή, αυξάνεται και η μεταβλητή του αποτελέσματος) ή αντιστρόφως ανάλογα (όταν αυξάνεται η ανεξάρτητη μεταβλητή, μειώνεται η μεταβλητή του αποτελέσματος), καθώς και την ισχύ αυτής της σχέσης, θα την παρατηρήσουμε στο παρακάτω επίγραμμα χρησιμοποιώντας τη διωνυμική λογιστική παλινδρόμηση.

Bivariate Correlations

		G	Age	CR	N	F	ES	PPE S	EFE S	PC	LSC	SI	SV	EM
Gender (G)	C de Pearson	1	-,192	-,192	-,128	-,036	,273)	-,133	-,170	,150	,243	-,156	-,016	-,127
	Sig. (B)		,025	,025	,136	,680	,001	,124	,048	,082	,004	,069	,853	,142
Age	C de Pearson	-,192	1	,217	,179	,250	,464	,055	,379	,104	,072	,139	,077	,069
	Sig. (B)	,025		,011	,037	,003	,000	,529	,000	,227	,405	,106	,371	,424
Country of Residence	C de Pearson	-,192	,217	1	,877	,258	,364	,246	,219	-,166	-,010	,116	,143	-,046
	Sig. (B)	,025	,011		,000	,002	,000	,004	,010	,053	,907	,178	,097	,597
Nationality (N)	C de Pearson	-,128	,179	,877	1	,157	,370	,201	,247)	-,150	,028	,093	,164	-,058
	Sig. (B)	,136	,037	,000		,068	,000	,019	,004	,080	,745	,282	,057	,504
Training	C de Pearson	-,036	,250	,258	,157	1	,191	,016	,212	-,099	-,008	-,056	-,018	,008
	Sig. (B)	,680	,003	,002	,068		,026	,849	,013	,253	,922	,516	,835	,930
Employment situation	C de Pearson	-,273	,464	,364	,370	,191	1	,107	,393	-,046	-,012	,129	,015	,055
	Sig. (B)	,001	,000	,000	,000	,026		,213	,000	,594	,890	,134	,859	,522
Perceived possibility ES (PPES)	C de Pearson	-,133	,055	,246	,201	,016	,107	1	,192	,092	,023	,331	,245)	,516
	Sig. (B)	,124	,529	,004	,019	,849	,213		,025	,287	,792	,000	,004	,000
Formative experience ES (EFES)	C de Pearson	-,170	,379	,219	,247	,212	,393	,192	1	-,017	,101	,245	,093	,217
	Sig. (B)	,048	,000	,010	,004	,013	,000	,025		,845	,241	,004	,284	,011
Personal competencies (PC)	C de Pearson	,150	,104	-,166	-,150	-,099	-,046	,092	-,017	1	,573	,187	,198	,291

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

	Sig. (B)	,082	,227	,053	,080	,253	,594	,287	,845	,000	,029	,021	,001	
Leadership and social change (LSC)	C de Pearson	,243	,072	-,010	,028	-,008	-,012	,023	,101	,573	1	,177	,352	,085
	Sig. (B)	,004	,405	,907	,745	,922	,890	,792	,241	,000	,039	,000	,327	
Social innovation (SI)	C de Pearson	-,156	,139	,116	,093	-,056	,129	,331	,245	,187	,177	1	,545	,474
	Sig. (B)	,069	,106	,178	,282	,516	,134	,000	,004	,029	,039	,000	,000	
Social value (SV)	C de Pearson	-,016	,077	,143	,164	-,018	,015	,245	,093	,198	,352	,545	1	,308
	Sig. (B)	,853	,371	,097	,057	,835	,859	,004	,284	,021	,000	,000	,000	
Entrepreneurship management (EM)	C de Pearson	-,127	,069	-,046	-,058	,008	,055	,516	,217	,291	,085	,474	,308	1
	Sig. (B)	,142	,424	,597	,504	,930	,522	,000	,011	,001	,327	,000	,000	

* Η συσχέτιση είναι σημαντική σε επίπεδο 0,05 (διμερής).

** Η συσχέτιση είναι σημαντική σε επίπεδο 0,01 (διμερής).

Όπως φαίνεται στον πίνακα, διαπιστώνουμε διάφορες σημαντικές σχέσεις μεταξύ των εισροών ή των εξαρτημένων μεταβλητών και της μεταβλητής που προκύπτει "Αντιλαμβανόμενη δυνατότητα κοινωνικής επιχειρηματικότητας (PPSE)", με διαφορετικά επίπεδα σημαντικότητας. Με πράσινο χρώμα παρουσιάζουμε τις σημαντικές σχέσεις σε επίπεδο 0,01 (two-tailed), ενώ με κίτρινο χρώμα παρουσιάζονται αυτές με επίπεδο σημαντικότητας 0,05.

Το κύριο αποτέλεσμα που διαπιστώνουμε με αυτή την έννοια είναι ότι, λαμβάνοντας υπόψη το δείγμα που προέκυψε από την έρευνα, η μεταβλητή PPSE συνδέεται στενά με τη χώρα διαμονής του ερωτώμενου και, σε μικρότερο βαθμό, με την εθνικότητα του ατόμου. Αυτές οι δύο μεταβλητές συνδέονται στενά (στις περισσότερες περιπτώσεις η εθνικότητα θα ταυτίζεται με τη χώρα διαμονής), αλλά επίσης θα βρούμε περιπτώσεις στις οποίες ένας ικανός αριθμός ατόμων ανήκει σε διαφορετική εθνικότητα από τη χώρα διαμονής.

Λαμβάνοντας υπόψη την πρώτη από αυτές τις σχέσεις μπορούμε να επιβεβαιώσουμε ότι υπάρχουν σημαντικές διαφορές στην ικανότητα κοινωνικής επιχειρηματικότητας ανάλογα με τη χώρα διαμονής, έτσι ώστε οι χώρες με μεγαλύτερη προθυμία να αναλάβουν δράση θα ήταν η Αίγυπτος και η Τυνησία (με μέση τιμή 0,84 σε ένα εύρος μεταξύ 0 και 1), ενώ η Ιταλία θα ήταν η χώρα με τη μικρότερη προθυμία να το πράξει (με τιμές 0,30 στη μέση τιμή αυτής της μεταβλητής). Με τη σειρά τους, η Ελλάδα, η Ιορδανία και η Ισπανία θα παρουσίαζαν πολύ παρόμοιες τιμές (0,40, 0,38 και 0,37 αντίστοιχα). Όπως θα δούμε στη συνέχεια, κατά την επεξήγηση του μοντέλου που προέκυψε από μια πολυμεταβλητή ανάλυση με βάση τη

δυναμική λογιστική παλινδρόμηση, η τοποθεσία στη μία ή την άλλη χώρα θα αποτελεί παράγοντα που θα επηρεάζει τη δυνατότητα ανάπτυξης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Λαμβάνοντας υπόψη την εθνικότητα μπορούμε να διαπιστώσουμε πώς η Αίγυπτος και η Τυνησία εξακολουθούν να είναι οι χώρες με μεγαλύτερη προδιάθεση στην κοινωνική επιχειρηματικότητα (με τιμές 0,84), ακολουθούμενη από την Ελλάδα (0,48). Μεταξύ των Ελλήνων υπηκόων και των Ιορδανών (0,38), των Ισπανών (0,35) και των Ιταλών (0,32) προκύπτει μια μη καθορισμένη ομάδα υπηκοοτήτων που θα διευκόλυνε αυτή τη συμπεριφορά με τιμές 0,40.

Παρόλο που το φύλο δεν είναι μια μεταβλητή που παρουσιάζει σημαντική σχέση με τη δυνατότητα ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας, θεωρούμε σημαντικό να αναλύσουμε τη συμπεριφορά του και βλέπουμε ότι, για το δείγμα που ελήφθη, υπάρχει σημαντική διαφορά στην αποφασιστικότητα ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας με βάση το φύλο. Μπορούμε να επιβεβαιώσουμε ότι οι άνδρες θεωρούν ότι έχουν μεγαλύτερη δυνατότητα να αναλάβουν σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι οι γυναίκες (με τιμές 0,65 και 0,61), γεγονός που είναι εντυπωσιακό σε ένα δείγμα που χαρακτηρίζεται από την έντονη αρρενωπότητά του, όπως έχει ήδη φανεί προηγουμένως.

Αν αναλύσουμε τη συμπεριφορά της μεταβλητής του μορφωτικού επιπέδου σχετικά με την ικανότητα ανάληψης επιχειρηματικότητας θα δούμε ότι δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στην αυτοαντίληψη που έχουν τα άτομα στα διάφορα μορφωτικά επίπεδα.

Στον τομέα της εκπαίδευσης, ένα στοιχείο που θα έχει σημαντικά θετική σχέση με την αντίληψη της επάρκειας για την επιχειρηματικότητα είναι η λήψη ειδικής κατάρτισης στον τομέα αυτό. Τα άτομα που έχουν λάβει εκπαίδευση στον τομέα αυτό έχουν τιμή αυτοαντίληψης της ικανότητας των ανδρών 0,68 (σε κλίμακα από 0 έως 1) σε σύγκριση με εκείνους που δεν έχουν λάβει τέτοια εκπαίδευση (οι οποίοι σημειώνουν τιμές 0,49). Το αποτέλεσμα αυτό υποστηρίζει την υπόθεση ότι είναι απαραίτητο να συνεχιστεί η ανάπτυξη ειδικών δραστηριοτήτων κατάρτισης στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας για την προώθηση της εφαρμογής τέτοιων δραστηριοτήτων.

Κλείνοντας αυτή την ενότητα, θα θέλαμε να παρουσιάσουμε ορισμένα αποτελέσματα που θεωρούμε εξαιρετικά σημαντικά για την πιθανή σχέση μεταξύ της ανάπτυξης των ικανοτήτων που σχετίζονται με τις πέντε διαστάσεις που έχουμε ήδη συζητήσει.

Δεν μπορούμε να αγνοήσουμε ότι οι δηλώσεις αυτές πρέπει να ληφθούν υπόψη για το δείγμα που μελετήθηκε, το οποίο έχει περιορισμούς όσον αφορά το μέγεθος του δείγματος και το γεγονός ότι δεν γνωρίζουμε το συγκεκριμένο περιεχόμενο της κατάρτισης που έχουν υποστεί τα άτομα.

Λαμβάνοντας αυτό υπόψη, μπορούμε να επιβεβαιώσουμε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της ανάπτυξης δραστηριοτήτων κατάρτισης και δύο από τις πέντε διαστάσεις: κοινωνική καινοτομία και διαχείριση της επιχειρηματικότητας.

Παρόλο που στη διωνυμική ανάλυση δεν υπάρχει σημαντική σχέση μεταξύ της συμπεριφοράς των μεταβλητών Προσωπικές Ικανότητες και Εμπειρία σε εκπαιδευτικές δραστηριότητες, διαπιστώσαμε μια παράδοξη συμπεριφορά αυτών των μεταβλητών κατά τη σύγκριση των μέσων όρων. Αυτή η παράδοξη συμπεριφορά είναι ότι υπάρχει σημαντική διαφορά στις βαθμολογίες μεταξύ εκείνων που εκτελούν τέτοιου είδους δραστηριότητες και εκείνων που δεν τις εκτελούν, με τέτοιο τρόπο ώστε τα υποκείμενα που έχουν λάβει ειδική εκπαίδευση σε αυτόν τον τομέα να σημειώνουν χειρότερη βαθμολογία από εκείνους που δεν έχουν λάβει.

Στην περίπτωση της σχέσης μεταξύ της Δημιουργίας Κοινωνικής Αξίας και της Εμπειρίας σε προηγούμενες εκπαιδευτικές δραστηριότητες, αυτή θα είναι διαφορετική από την προηγούμενη, οπότε τα άτομα που έχουν πραγματοποιήσει εκπαιδευτικές δραστηριότητες τείνουν να έχουν σημαντικά καλύτερη βαθμολογία από εκείνα που δεν έχουν πραγματοποιήσει (μέσος όρος 17,21 έναντι 16,74 αντίστοιχα).

Κάτι παρόμοιο συμβαίνει με τη μεταβλητή διαχείρισης της επιχειρηματικότητας. Τα άτομα που έχουν πραγματοποιήσει δραστηριότητες κατάρτισης έχουν καλύτερα μέσα διαχείρισης της επιχειρηματικότητας (13,35), από εκείνα που δεν έχουν πραγματοποιήσει (11,65).

d) Πολυμεταβλητή ανάλυση με χρήση δυαδικής λογιστικής παλινδρόμησης

Για να ολοκληρώσουμε την ανάλυση των αποτελεσμάτων, θα δημιουργήσουμε δύο μοντέλα με την εφαρμογή της ανάλυσης δυαδικής λογιστικής παλινδρόμησης. Ο στόχος αυτού του είδους της τεχνικής είναι να μπορέσει να δώσει μια εξήγηση για τη συμπεριφορά μιας μεταβλητής (στην προκειμένη περίπτωση της ικανότητας ανάληψης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών) χρησιμοποιώντας τη σύμπτωση μιας σειράς μεταβλητών.

Το πρώτο μοντέλο κατασκευάζεται χρησιμοποιώντας ατομικές μεταβλητές (φύλο και ηλικία), διαρθρωτικές (μορφωτικό επίπεδο, χώρα διαμονής) και πειραματικές μεταβλητές ex-post facto (δραστηριότητες κατάρτισης). Όπως φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα, στη σύμπτωση όλων των μεταβλητών, η μόνη που έχει στατιστική σημαντικότητα είναι η χώρα διαμονής, οπότε μπορούμε να επιβεβαιώσουμε ότι η ικανότητα ανάληψης κοινωνικής επιχειρηματικότητας του δείγματος μετράται μόνο και αποκλειστικά από αυτή τη μεταβλητή.

Αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι είναι απαραίτητο να διερευνήσουμε τις κοινωνικοοικονομικές και πολιτιστικές πτυχές των χωρών που δρουν ως καθοριστικοί παράγοντες. Όπως φαίνεται στο μοντέλο, η διαμονή στην Αίγυπτο ή την Τυνησία αυξάνει σημαντικά την αυτοαντίληψη της ικανότητας στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Η λεπτομερέστερη ανάλυση της δυναμικής που αναπτύσσεται σε αυτές τις χώρες γύρω από την επιχειρηματικότητα μπορεί να μας καθοδηγήσει πολύ κατάλληλα ώστε να λάβουμε αποφάσεις που οδηγούν σε βελτίωση στον τομέα αυτό.

		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1(a)	Man (ref Woman)	,050	,421	,014	1	,905	1,052
	Age	,035	,037	,923	1	,337	1,036
	Post completed(ref)			,702	2	,704	
	Completed Compulsory	,276	,784	,124	1	,725	1,318
	Posts non-completed	,588	,732	,646	1	,422	1,800
	No experi. (vs yes)	-,694	,450	2,382	1	,123	,499
	Jordan			23,010	5	,000	
	Spain	,082	,781	,011	1	,916	1,086
	Italy	,041	,742	,003	1	,956	1,042
	Greece	,281	,661	,181	1	,671	1,325
	Egypt	2,404	,843	8,134	1	,004	11,065
	Tunisia	2,391	,716	11,167	1	,001	10,927
	Constant	-1,311	1,311	,999	1	,317	,270

Structural components of the possibility of entrepreneurship.

Abbreviations legend:

B= Beta

E.T.= error estandar (standard error)

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Wald= Prueba de Wald (Wald Test)
 gl= grados de libertad(degrees of freedom)
 Sig= Significacion (Signification)
 : Exp(B)= exponencial de Bet (Exponential of Bet)

Το δεύτερο προτεινόμενο μοντέλο προκύπτει από την αλληλεπίδραση των διαφόρων διαστάσεων της επιχειρηματικότητας όσον αφορά τη μεταβλητή αποτελέσματος. Σε αυτή την περίπτωση, η μεταβλητή που αναφέρεται στην επιχειρηματική διαχειριστική επάρκεια είναι αυτή που εξηγεί αποτελεσματικότερα αν τα άτομα αισθάνονται ικανά ή όχι να φέρουν σε πέρας καθήκοντα κοινωνικής επιχειρηματικότητας αυτή τη στιγμή.

Dimensions of entrepreneurship linked to the possibility of entrepreneurship.

	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1(a)						
Personal competencies	-,083	,133	,385	1	,535	,921
Leadership and social change	-,017	,130	,017	1	,896	,983
Social innovation	,073	,086	,715	1	,398	1,075
Social value creation	,081	,107	,570	1	,450	1,084
Entrepreneurship management	,318	,072	19,732	1	,000	1,375
Constant	-4,569	2,809	2,647	1	,104	,010

a Variable(s) introduced (s) in step 1: CP_Completa_Sum, LCS_Completa_sum, IS_Completa_Sum, VS_Completa_Sum, GE_Completa_Sum.

3.3. Αποτελέσματα της ποιοτικής διάγνωσης

Όπως αναφέρθηκε στην αρχή του παρόντος κεφαλαίου, τα χαρακτηριστικά του γενικού στόχου επέβαλαν μια μεικτή μεθοδολογική προσέγγιση, η οποία συνδύαζε μια εμπειρική μελέτη με μια συστηματική αναγνώριση και κατηγοριοποίηση των βέλτιστων πρακτικών.

Η ποιοτική διάσταση της εμπειρικής μελέτης αφορούσε κυρίως τον εντοπισμό και την ανάλυση της διαλεκτικής κατασκευής των διαφόρων παραγόντων που είναι υπεύθυνοι για τον τομέα της νεολαίας όσον αφορά το διώνυμο "νεολαία-κοινωνική επιχειρηματικότητα", με ιδιαίτερη έμφαση στις δυσκολίες που συνδέονται με την ίδια την ομάδα, καθώς και στις πιθανές λύσεις.

Για να επιτευχθεί αυτό, χρησιμοποιήθηκε η τεχνική των ομάδων εστίασης, όπως εξηγείται στην ενότητα σχετικά με τα μεθοδολογικά χαρακτηριστικά.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα κύρια ευρήματα που προέκυψαν από την εφαρμογή αυτής της τεχνικής, καθώς και μια συζήτηση σχετικά με τα ευρήματα αυτά.

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

3.3.1. Συναίνεση σχετικά με τον "νέο κοινωνικό επιχειρηματία"

Η κοινωνική αναπαράσταση που έχουν τα διάφορα προφίλ πληροφοριοδοτών στις συμμετέχουσες χώρες είναι αρκετά παρόμοια, οπότε είναι δυνατόν να προσδιοριστεί μια σειρά κοινών περιγραφικών στοιχείων, τα οποία θα παρουσιάσουμε εν συντομία.

α) Ο κοινωνικός επιχειρηματίας ως "υποκείμενο αξιών"

Το πρώτο στοιχείο που αρθρώνει την κοινωνική κατασκευή γύρω από τη φιγούρα του κοινωνικού επιχειρηματία είναι η ηθική-δεοντολογική διάστασή της. Ο κοινωνικός επιχειρηματίας χαρακτηρίζεται από την κατοχή μιας σειράς ηθικών χαρακτηριστικών και αξιών που αναγκαστικά τον οδηγούν να δεσμευτεί για τη βελτίωση των κοινωνικών συνθηκών στις οποίες δραστηριοποιείται και, ως προέκταση αυτού, για τη μετατροπή της πραγματικότητας προς ένα πιο δίκαιο, ισότιμο και αλληλέγγυο μοντέλο.

“ Όσον αφορά τις αξίες, διευκρίνισαν ότι ο κοινωνικός επιχειρηματίας πρέπει να έχει πίστη στο πρόβλημα που αντιμετωπίζει και να σκέφτεται τις πιθανές λύσεις και τον αντίκτυπο.”

Υπό αυτή την έννοια, ο κοινωνικός επιχειρηματίας τοποθετείται ως ηγετικός και ενεργός παράγοντας, ενώ ταυτόχρονα λειτουργεί ως διευκολυντής των αλλαγών γύρω του.

“Ο κοινωνικός επιχειρηματίας είναι κάποιος που πιστεύει στις κοινωνικές αξίες και μοιράζεται πολλές αρχές ως ενεργός πολίτης αυτού του κόσμου”.

Ομοίως, το ηθικό-γνωστικό πλαίσιο στο οποίο αναπτύσσεται η δραστηριότητα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας δεν είναι αποσυνδεδεμένο ή ιστορικό, αλλά καθοδηγείται από την αρχή της μέτρησης του αντίκτυπου και της βιωσιμότητας.

“Ένας κοινωνικός επιχειρηματίας θα πρέπει να καθοδηγείται από τον κοινωνικό και βιώσιμο αντίκτυπο που θα έχει το επιχειρηματικό του εγχείρημα”.

“Αναζητούν πάντα δημιουργικές λύσεις για να αντιμετωπίσουν ένα συγκεκριμένο πρόβλημα, να επωφεληθούν από μεγάλες ευκαιρίες ή να αξιοποιήσουν την επιτυχία για να κάνουν την κοινότητα να ευημερήσει”.

β) Ο κοινωνικός επιχειρηματίας ως "συνδεδεμένο και αφοσιωμένο υποκείμενο στην πραγματικότητα που τον περιβάλλει"

Ένα δεύτερο θεμελιώδες στοιχείο στον ορισμό του κοινωνικού επιχειρηματία είναι ο αρεστός και ριζωμένος χαρακτήρας του. Ο κοινωνικός επιχειρηματίας γίνεται κατανοητός μόνο από μια κοινότητα αναφοράς, στην οποία αναπτύσσει τη δραστηριότητά του και στην οποία αφιερώνει τις προσπάθειές του. Ο κοινωνικός επιχειρηματίας δεν είναι "αλεξιπτωτιστής" αλλά αναπτύσσει μια ισχυρή σχέση με την κοινότητα.

“Ο κύριος παράγοντας που συμβάλλει στο ταλέντο είναι η κοινότητα”.

“Ο κοινωνικός επιχειρηματίας πρέπει να είναι ηγέτης στην τοπική κοινότητα”.

“Θα πρέπει να έχουν ενισχυμένες δεξιότητες συνεργασίας και δικτύωσης”.

Η σύνδεση με την κοινότητα δεν είναι απαραίτητο να έχει βιογραφική σχέση, αλλά απαιτεί ένα υψηλό και έντονο επίπεδο ενσυναίσθησης για να έχει νόημα.

“Οι προσωπικές εμπειρίες μπορούν να δημιουργήσουν ένα ιδιαίτερο πάθος στους κοινωνικούς επιχειρηματίες για ένα κοινωνικό πρόβλημα”.

Αυτή η διαπλοκή του παρέχει τοποθετημένη και βιωματική γνώση, η οποία βελτιώνει την ικανότητά του να επηρεάζει και να είναι αποτελεσματικός στην εκτέλεση των ενεργειών του.

“Μερικές φορές οι άνθρωποι μπορούν να ακολουθήσουν μοντέρνες ιδέες επειδή είναι ξεκάθαρα διατυπωμένες και είναι σημαντικό επειδή οι άνθρωποι τις γνωρίζουν. Ωστόσο, τα πραγματικά προβλήματα εξακολουθούν να είναι κρυμμένα, να μην είναι γνωστά και να είναι βαθιά ριζωμένα στην κοινωνία. Ο πραγματικός κοινωνικός επιχειρηματίας πρέπει να είναι σε θέση να δει τα κύρια κοινωνικά προβλήματα και να δημιουργήσει μια κατάλληλη λύση γι' αυτό”.

“Η διενέργεια κοινωνικής ανάλυσης στον τόπο όπου θα υλοποιηθεί το έργο είναι ζωτικής σημασίας, καθώς οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να γνωρίζουν την παραδοσιακή πτυχή και τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται το πρόβλημα”.

“Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να “ακούσουν” τις κοινωνικές ανάγκες για να βρουν τρόπους να ανταποκριθούν σε αυτές”.

c) Ο κοινωνικός επιχειρηματίας ως "αρμόδιο" υποκείμενο

Ένα ιδιαίτερα σημαντικό τρίτο στοιχείο είναι ότι ο κοινωνικός επιχειρηματίας γίνεται αντιληπτός ως υποκείμενο που διαθέτει μια σειρά από γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες που οδηγούν στην αποτελεσματική εκτέλεση των ενεργειών του. Μεταξύ αυτής της τεχνογνωσίας, ξεχωρίζει η ικανότητα εντοπισμού αναγκών και διατύπωσης νέων, αποτελεσματικών και υψηλού αντίκτυπου λύσεων, όλα προσανατολισμένα από έναν συγκεκριμένο τρόπο κατανόησης του κόσμου με ηθικούς όρους.

“Ένας κοινωνικός επιχειρηματίας που έχει σημαντικό επίπεδο ενσυναίσθησης και πάθος για τα κοινωνικά προβλήματα (ταλέντο) δεν είναι απαραίτητα επιτυχημένος. Ο κοινωνικός επιχειρηματίας πρέπει να είναι έξυπνος και να διαθέτει τις απαραίτητες δεξιότητες για να παρέχει τις κατάλληλες υπηρεσίες στην κοινότητα”.

“Πρώτον, πρέπει να έχουν ένα όραμα και μια αποστολή για την ιδέα τους. Ρωτούν ποιο θα μπορούσε να είναι το πρόβλημα σε όλες τις πτυχές του, γιατί θέλουν να το αντιμετωπίσουν και πώς θα αντιμετωπιστεί. Επιπλέον, η αποστολή και το όραμα πρέπει να ευθυγραμμίζονται με την πραγματικότητα και να είναι εφαρμόσιμα. Δεύτερον, πρέπει να είναι σε θέση να δημιουργήσουν ένα επιχειρηματικό μοντέλο, να αναλύουν δεδομένα και να σκέφτονται την ποιότητα και την ποσότητα- οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να έχουν βασικές

επιχειρηματικές δεξιότητες. Τρίτον, ο κοινωνικός επιχειρηματίας μπορεί να μετρήσει τον επιθυμητό αντίκτυπο με πραγματικά, ποσοτικά και ποιοτικά αποτελέσματα και να διαβάσει τα δεδομένα με ακρίβεια ώστε να είναι σε θέση να διατυπώσει το επόμενο βήμα. Τέταρτον, να είναι αποφασιστικός, συνεπής, ανθεκτικός και ικανός για ανάπτυξη. Ως εκ τούτου, θα μπορεί να προσαρμόζεται σε διαφορετικές συνθήκες, να αναζητά καινοτόμες λύσεις και να είναι σε θέση να ξεπερνά τα εμπόδια. Πέμπτον, οι συμμετέχοντες συζητούν άλλα χαρακτηριστικά που μπορούν να υποστηρίξουν τους κοινωνικούς επιχειρηματίες, όπως το να έχουν προσωπική εμπειρία και μια δημιουργική ιδέα”.

Μαζί με τις πιο τεχνικές γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες, υποστηρίζονται επίσης στοιχεία που σχετίζονται με τη διαχείριση των διαδικασιών και τις διαπροσωπικές σχέσεις.

“Πρέπει να είναι ευέλικτοι για να ξεπερνούν τα εμπόδια και να εξετάζουν άλλες εναλλακτικές λύσεις. Οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι μία από τις κύριες δεξιότητες που μπορούν να βοηθήσουν να ξεπεραστούν οι περιορισμοί είναι η προώθηση και οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να είναι σε θέση να πείσουν τους δωρητές και το κοινό-στόχο για τις ιδέες τους”.

“Το όραμα, η επιμονή και οι δεξιότητες στρατηγικού σχεδιασμού, καθώς και η ψυχική ανθεκτικότητα και η προθυμία για κατάρτιση και συνεχή ανάπτυξη είναι πολύ σημαντικά προσόντα για τον κοινωνικό επιχειρηματία”.

d) Ο κοινωνικός επιχειρηματίας ως "υποκείμενο σε κατασκευή"

Όσον αφορά την έμφυτη και την επίκτητη φύση των ιδιοτήτων του κοινωνικού επιχειρηματία, υπάρχει ευρεία συναίνεση ότι δεν αποκλείουν η μία την άλλη, αλλά συχνά εκδηλώνονται συνεργικά. Αυτό σημαίνει ότι μέσω της αυτοαναγνώρισης συγκεκριμένων ευαισθησιών και δεξιοτήτων (που συνδέονται στενά με αυτοβιογραφικά στοιχεία), λαμβάνει χώρα μια αντικειμενική διαδικασία προσανατολισμού και κατάρτισης.

“Κατά τη συζήτηση για την κοινωνική επιχειρηματικότητα ως έμφυτο στοιχείο, οι συμμετέχοντες διέκριναν μεταξύ έμφυτου και επίκτητου ταλέντου και δεξιοτήτων”.

“Στο ερώτημα αν η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ένα έμφυτο στοιχείο ή κάτι που μπορεί να ενσωματωθεί, όλοι οι συμμετέχοντες συμφώνησαν ότι είναι ένας συνδυασμός ευαισθητοποίησης σε κοινωνικά ζητήματα από νεαρή ηλικία..., με αυξημένη ευαισθησία καθ' όλη τη διάρκεια της ανάπτυξης και της αλληλεπίδρασης με τα κοινωνικά ζητήματα”.

Στο σημείο αυτό, τονίζεται ο διαμορφωτικός ρόλος των δομημένων προγραμμάτων κατάρτισης, είτε επίσημων είτε ανεπίσημων, όσον αφορά την κοινωνική επιχειρηματικότητα.

“Η κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν θα πρέπει να είναι προίον κατάρτισης, αλλά μάλλον μέρος της εκπαίδευσης που λαμβάνουν οι άνθρωποι κατά τη διάρκεια των σχολικών τους χρόνων, και η κατάρτιση που υποτίθεται ότι θα βοηθήσει τη συγκεκριμένη ομάδα στόχου στη μετέπειτα ζωή τους δεν είναι η κατάρτιση που θα έπρεπε να είναι ”.

3.3.2. Περιορισμοί στην κοινωνική επιχειρηματικότητα των νέων

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Όσον αφορά το ποια είναι τα κύρια στοιχεία που λειτουργούν ως περιορισμοί για την επιχειρηματικότητα των νέων ως κοινωνικών επιχειρηματιών, διαπιστώνουμε μια παγιωμένη συναίνεση που μας δίνει την ιδέα ότι τα προβλήματα που σχετίζονται με αυτό το είδος δραστηριότητας είναι διαρθρωτικά, ανεξάρτητα από την εξεταζόμενη περιοχή.

Παρουσιάζουμε τους περιορισμούς ομαδοποιημένους σε θεματικές ενότητες και ταξινομημένους σύμφωνα με το επίπεδο κορεσμού που επιτεύχθηκε στις συζητήσεις σε όλες τις διάφορες ομάδες εστίασης.

α) Κοινωνικοί περιορισμοί

Η πρώτη ομάδα περιορισμών σχετίζεται με την κοινωνική εικόνα που προβάλλεται για την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Στις περισσότερες περιπτώσεις, υπάρχει έντονη άγνοια για τα χαρακτηριστικά αυτού του τύπου δραστηριότητας, η οποία μεταφράζεται σε αντικίνητρο για τη συμμετοχή σε αυτήν.

“Η λανθασμένη αντίληψη για τις κοινωνικές επιχειρήσεις στο ευρύ κοινό, το οποίο πιστεύει ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που προσφέρουν δωρεάν τα προϊόντα τους και πρέπει να έχουν μεγάλες εκπτώσεις στις υπηρεσίες τους”.

“Η έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας δεν είναι ευρέως γνωστή, γεγονός που καθιστά την αποστολή των νέων πιο δύσκολη για να πείσουν τις οικογένειές τους και το στενό τους δίκτυο”.

Αυτή η γενική άγνοια σχετικά με την κοινωνική επιχειρηματικότητα συνυπάρχει με την αντίληψη ότι πρόκειται για μια "πρακτική της αντικουλτούρας", η οποία τείνει να την ιδεολογικοποιεί και να την εξιδανικεύει, θεωρώντας ότι αυτό αποτελεί μηχανισμό επιλογής όσον αφορά τα πιθανά ενδιαφερόμενα υποκείμενα σε αυτές τις δραστηριότητες.

β) Πολιτικο-νομικοί περιορισμοί

Ένα δεύτερο τμήμα δυσκολιών σχετίζεται με το πολιτικό και νομικό πεδίο, όπου αυτό που ξεχωρίζει περισσότερο είναι το έλλειμμα προσβάσιμης και προσιτής θεσμικής υποστήριξης που επιτρέπει την πρόσβαση και την εδραίωση στην πρακτική της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Δεν έχουν όλες οι χώρες ειδικούς κανονισμούς που να διέπουν αυτού του είδους τις δραστηριότητες και όλες οι χώρες συμφωνούν ότι υπάρχει μεγάλος γραφειοκρατικός φόρτος για την πρόσβαση σε πόρους στήριξης ή για την υλοποίηση της δραστηριότητας. Όλα αυτά μεταφράζονται σε πρόσθετη δυσκολία για την άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας και αποτελούν κίνητρο για την πρόωρη εγκατάλειψη της δραστηριότητας αυτής.

“Δεν υπάρχει ειδικός νόμος για την κοινωνική επιχειρηματικότητα”.

“Η γραφειοκρατία που πρέπει να ξεπεράσουν οι επιχειρήσεις είναι τεράστια για να μπορούν να εργάζονται νόμιμα και σε διαφορετικά μέρη”.

c) Οικονομικοί περιορισμοί

Οι πολιτικοί και νομικοί περιορισμοί συνδέονται στενά με τη δυσκολία πρόσβασης σε επαρκή χρηματοδότηση με την οποία θα ξεκινήσει η επιχειρηματική δραστηριότητα μέχρι να καταστεί αυτάρκης. Ο αποκλεισμός αυτός συμπίπτει με την ανεπαρκή διαθεσιμότητα πόρων διαφόρων ειδών (όχι μόνο χρηματικών) αλλά και με τη δυσκολία πρόσβασης στη χρηματοδότηση ή αξιοποίησής της.

“Για να ξεκινήσει μια κοινωνική επιχείρηση, θα πρέπει να έχει ένα μεγάλο ποσό κεφαλαίου”.

“Το οικονομικό πρόβλημα προκύπτει με τους νομικούς περιορισμούς. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις πληρώνουν υψηλούς φόρους που θα μπορούσαν να εμποδίσουν τη βιωσιμότητα της επιχείρησης”.

“Περιορισμοί στη χρηματοδότηση- η έλλειψη γνώσης σχετικά με το ποιος είναι υπεύθυνος για τη διανομή των κονδυλίων προκαλεί μεγάλο πρόβλημα”.

d) Περιορισμοί κατάρτισης

Οι εκπαιδευτικοί περιορισμοί που σχετίζονται τόσο με τις μορφές όσο και με τις μεθοδολογίες που υποστηρίζουν τη δραστηριότητα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα εμπόδια όταν πρόκειται να διαμορφωθεί η πρακτική της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

“Είναι εξαιρετικά δύσκολο να βρεις και να λάβεις εκπαίδευση ή επίσημη κατάρτιση σχετικά με την κοινωνική επιχειρηματικότητα”.

Υπάρχει συναίνεση μεταξύ των διαφόρων συμμετεχόντων όταν πρόκειται να επιβεβαιωθεί ότι υπάρχει σημαντική απόσταση μεταξύ των αναγκών κατάρτισης, τόσο όσον αφορά το περιεχόμενο όσο και τις μεθοδολογικές πρακτικές, με τις προτεινόμενες δραστηριότητες κατάρτισης.

Όσον αφορά τα μεθοδολογικά ζητήματα, υποστηρίζεται ότι ένα μοντέλο βασίζεται στην καθοδήγηση, στη μάθηση μέσω προβλημάτων και στη μάθηση που βασίζεται στην πράξη παρά σε μεθοδολογίες διδακτικού χαρακτήρα.

Όσον αφορά τα περιεχόμενα, υποστηρίζεται η ενσωμάτωση ενός πιο χρωδιακού συνόλου γνώσεων και δεξιοτήτων, που συνάδουν σε μεγάλο βαθμό με τις πέντε διαστάσεις της κοινωνικής επιχειρηματικότητας που έχουν τεθεί σε διαφορετικές χρονικές στιγμές σε αυτή την εργασία.

“Όσον αφορά την κατάρτιση, οι συμμετέχοντες και στις δύο ομάδες εστίασης συμφώνησαν ότι η απαραίτητη κατάρτιση από τη δική τους οπτική γωνία περιελάμβανε την επιχειρηματική ευαισθητοποίηση, τη

δημιουργία ομάδων και τη δικτύωση, την οικονομική διαχείριση, τη διαχείριση δεδομένων και τη συναισθηματική νοημοσύνη. Επιπλέον, πρότειναν ότι η πρακτική εμπειρία μπορεί να οικοδομήσει ένα ισχυρό πνεύμα και να κατακτήσει δεξιότητες. Η ικανότητα ανάπτυξης καλύτερης ικανότητας και ο εντοπισμός κάθε περίπτωσης είναι κρίσιμες δεξιότητες, αλλά οι άνθρωποι θα έχουν γενικές γνώσεις όταν το δοκιμάσουν”.

Μαζί με τις ιδέες που εκφράστηκαν προηγουμένως, η κατάρτιση στον τομέα αυτό υποστηρίζεται από την άποψη της δια βίου μάθησης, ως ένα ανοικτό και ευέλικτο σύστημα μέσω προοδευτικών ενημερώσεων, αντί για μια εφάπαξ απόκτηση γνώσεων.

“Ωστόσο, οι συμμετέχοντες διευκρίνισαν ότι η σωστή κατάρτιση πρέπει να βασίζεται σε μια διαδικασία και ανάλυση. Θα πρέπει να υπάρχει αξιολόγηση για τις κοινωνικές επιχειρήσεις ώστε να καθοριστεί τι πρέπει να αναπτύξουν, να αποκτήσουν ή να εξαλείψουν για να προσφέρουν καλύτερο αποτέλεσμα. Η ανάλυση της κατάρτισης θα πρέπει να προσδιορίζει τι χρειάζονται οι άνθρωποι ως δεξιότητες, πώς αυτό μπορεί να σχετίζεται με το πρόβλημα που αντιμετωπίζουν και την εφαρμογή εντός της κοινότητας. Οι συμμετέχοντες στην ομάδα εστίασης υπογράμμισαν τη σημασία του πώς να μαθαίνουν και όχι του τι να μαθαίνουν- θεωρητικά, όλες οι εκπαιδεύσεις μπορούν να ταιριάζουν καλά, αλλά η πρακτική πτυχή είναι αυτό που έχει σημασία”.

e) Τεχνολογικοί περιορισμοί

Μαζί με τους περιορισμούς που αναφέρθηκαν προηγουμένως, και με κάποιο βαθμό σύνδεσης με τους οικονομικούς περιορισμούς, συναντάμε τους περιορισμούς επιστημονικής-τεχνικής φύσης, οι οποίοι μεταφράζονται σε δυσκολίες στη διαχείριση της γνώσης, την ανταγωνιστικότητα και τη βιωσιμότητα.

“Όσον αφορά το τεχνολογικό εμπόδιο, οι περισσότεροι κοινωνικοί επιχειρηματίες δεν διαθέτουν επαρκείς τεχνολογικούς πόρους, κατάρτιση ή γνώσεις”.

f) Περιβαλλοντικοί περιορισμοί

Η τελευταία ομάδα περιορισμών που προέκυψε σε αυτή τη φάση του έργου σχετίζεται με τις δυσκολίες διαμόρφωσης και πρόσβασης σε επιχειρηματικά οικοσυστήματα που θα οδηγήσουν σε συνέργειες για τους συμμετέχοντες τόσο από την άποψη της υλικοτεχνικής υποστήριξης όσο και από την άποψη της δημιουργίας και διαχείρισης της επιχειρηματικής δυναμικής.

“Οι συμμετέχοντες ανέφεραν ορισμένους περιορισμούς που σχετίζονται με το εργασιακό περιβάλλον- οι συνάδελφοι που εργάζονται στην επιχείρηση θα πρέπει να μοιράζονται τις αξίες ανάλογα με τον κοινωνικό αντίκτυπο για τον οποίο εργάζονται”.

“Ως εκ τούτου, οι κοινωνικές επιχειρήσεις θα πρέπει να έχουν μια σταθερή ομάδα εργασίας για να μπορούν να δίνουν προσοχή στις εύθραυστες επικοινωνίες και να προσαρμόζονται σε διαφορετικές καταστάσεις”.

3.3.3. Στρατηγικές για την υπέρβαση των περιορισμών

Ως απάντηση στους περιορισμούς που εντοπίστηκαν προηγουμένως, ομαδοποιούνται μια σειρά στρατηγικών γύρω από τέσσερα θέματα.

a) Θεσμικοί μετασχηματισμοί

Ο πρώτος άξονας διατυπώνει μια σειρά προτάσεων που έχουν ως κοινό σημείο τον θεσμικό μετασχηματισμό σε διάφορα επίπεδα. Αυτός ο θεσμικός μετασχηματισμός πρέπει να γίνει με ρητή υποστήριξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας από τους διάφορους κοινωνικούς φορείς που έχουν την ευθύνη, ώστε να είναι ορατή ως επιλογή και ευκαιρία για απασχολησιμότητα και τυποποιημένη κοινωνική παρέμβαση που διαφοροποιείται από άλλες προτάσεις.

Παράλληλα, ο θεσμικός μετασχηματισμός πρέπει να γίνει με μείωση της γραφειοκρατίας και μεγαλύτερη και πιο ρητή υποστήριξη της δραστηριότητας της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, η οποία θα μεταφραστεί σε ρύθμιση, οικονομική στήριξη και διαχείριση.

“Είναι απαραίτητο να αναπτυχθεί μια κυβερνητική στρατηγική με προγράμματα ευαισθητοποίησης και ανάπτυξης βραχυπρόθεσμων δεξιοτήτων στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση για την άμεση αντιμετώπιση των νέων”.

“Θεσμικό χάσμα και γραφειοκρατία”.

b) Νέα μοντέλα κατάρτισης για τη στήριξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Ένα δεύτερο θέμα για το οποίο τα αποτελέσματα είναι ιδιαίτερα σημαντικά είναι η αναδιαμόρφωση της στρατηγικής κατάρτισης στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, έτσι ώστε να ανταποκρίνεται αποτελεσματικά και αποδοτικά στις ανάγκες κατάρτισης στον τομέα αυτό. Η αναδιαμόρφωση αυτή περνάει αναγκαστικά μέσα από την αναθεώρηση του περιεχομένου, ώστε να συμπίπτει με τις πραγματικές πρακτικές, καθώς και των μεθοδολογιών μάθησης, δίνοντας προτεραιότητα στη συνεχή, εξειδικευμένη και συνεργατική κατάρτιση.

“Θα πρέπει να υπάρχουν δύο σημαντικοί πυλώνες: η γνώση της προσωπικότητας και η εξατομικευμένη ανάλυση. Οι επιχειρηματίες θα πρέπει να γνωρίζουν τις αδυναμίες και τα δυνατά τους σημεία για να αναπτύξουν την απαραίτητη νοοτροπία για την κοινωνική επιχειρηματικότητα. Η αποτελεσματική κατάρτιση πρέπει να είναι πρακτική και όχι θεωρητική. Ο κύκλος της κατάρτισης έχει παρόχους, μαθητευόμενους και εκτελεστές. Ο κύριος στόχος είναι να μετατραπούν οι σπουδαστές σε εκτελεστές των κοινοτήτων τους”.

“Η καθοδήγηση θα είναι απαραίτητη για να προχωρήσει η κοινωνική επιχείρηση στο επόμενο επίπεδο”.

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

c) Δημιουργία δικτύου

Τρίτον, θεωρείται απαραίτητη η δημιουργία δυναμικών και διαδικασιών που οδηγούν στη δημιουργία επιχειρηματικών δικτύων και οικοσυστημάτων, στα οποία συμμετέχουν πολλοί φορείς και των οποίων το πεδίο εφαρμογής είναι πολυεπίπεδο.

“Ως εκ τούτου, η διάχυση των κοινωνικών πρωτοβουλιών θα μπορούσε να συμβάλει στην απαιτούμενη αλλαγή στην κοινότητα. Επίσης, οι συμμετέχοντες πρότειναν να υπάρχει μια πολιτική ανοικτών θυρών- να αξιοποιείται κάθε ευκαιρία και να δημιουργείται ένα δίκτυο που βοηθά τις κοινωνικές επιχειρήσεις. Συνέστησαν ένα δίκτυο με παρόμοια ενδιαφέροντα ή εμπειρία στην κοινωνική επιχειρηματικότητα. Θα είναι ευκολότερο για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες να περιβάλλεται από έμπειρους ανθρώπους που θα μπορούσαν να προτείνουν ή να βοηθήσουν στην επίλυση ενός προβλήματος. Εν τω μεταξύ, ο κοινωνικός επιχειρηματίας δεν πρέπει να αντιμετωπίζει όλα τα προβλήματα μόνος του και θα πρέπει να έχει την υποστήριξη του δικτύου, της κοινότητας και της κυβέρνησης”.

“Επίσης, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες θα πρέπει να γνωρίζουν όλους τους φορείς με τους οποίους πρόκειται να συνεργαστούν και να τους ταυτοποιούν”.

3.4. Συζήτηση και συμπεράσματα

Το να μπορέσουμε να διεξάγουμε μια σωστή συζήτηση των αποτελεσμάτων που παρουσιάστηκαν προηγουμένως είναι εξαιρετικά περίπλοκο λόγω δύο θεμελιωδών ζητημάτων: α) πρώτον, η δυσκολία σύγκρισης των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από διαφορετικές μεθοδολογίες, ιδίως σε ένα περιβάλλον εργασίας που χαρακτηρίζεται από έλλειψη συναίνεσης όσον αφορά τα θεωρητικά, μεθοδολογικά και εφαρμοσμένα θεμέλιά του. Η πραγματικότητα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας ποικίλλει σε μεγάλο βαθμό ανάλογα με το γεωγραφικό, πολιτιστικό και ακαδημαϊκό πλαίσιο που εξετάζουμε- β) δεύτερον, υπάρχει σαφές έλλειμμα παγιωμένου εμπειρικού υλικού στην περιοχή της Μεσογείου, γεγονός που καθιστά πρόκληση τον προσδιορισμό του κατά πόσον τα αποτελέσματα της παρούσας μελέτης ευθυγραμμίζονται με εκείνα άλλων μελετών που εκπονήθηκαν στο ίδιο πλαίσιο.

Λαμβάνοντας υπόψη αυτούς τους δύο περιορισμούς, προχωρούμε στη συζήτηση των αποτελεσμάτων της έρευνάς μας με την κύρια αναφορά όσον αφορά την κοινωνική επιχειρηματικότητα που υπάρχει παγκοσμίως (λαμβάνοντας υπόψη ότι τα στοιχεία που αναφέρονται στο παρόν έγγραφο είναι του 2015 και δεν ήταν δυνατόν να εντοπιστεί κάποια επικαιροποίηση αυτών). Αναφερόμαστε στην ειδική έκθεση για την κοινωνική επιχειρηματικότητα που προτείνεται από το δίκτυο Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Η έρευνα αυτή για τις επιχειρηματικές δραστηριότητες βασίζεται σε συνεντεύξεις με 167.793 ενήλικες σε 58 οικονομίες το 2015 και, ως εκ τούτου, αποτελεί τη μεγαλύτερη συγκριτική μελέτη για την κοινωνική επιχειρηματικότητα στον κόσμο μέχρι σήμερα.

Τα αποτελέσματα της μελέτης μας συμπίπτουν με εκείνα της παρούσας εργασίας όσον αφορά τον κοινωνικοδημογραφικό χαρακτηρισμό του κοινωνικού επιχειρηματία.

Το παγκόσμιο ποσοστό των κοινωνικών επιχειρηματιών στον κόσμο είναι 55% άνδρες έναντι 45% γυναικών. Το χάσμα μεταξύ των δύο φύλων σε αυτόν τον τομέα είναι σημαντικό, αλλά τείνει να είναι μικρότερο από αυτό που συναντάμε στην παραδοσιακή ή εμπορική επιχειρηματική δραστηριότητα. Επιπλέον, διαπιστώνουμε ότι υπάρχει μια οριζόντια τμηματοποίηση ανά φύλο, που αφιερώνει τις γυναίκες σε μια εξειδικευμένη δραστηριότητα με κοινωνικό προσανατολισμό με πιο έντονο τρόπο.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα συνδέεται στενά με τους νέους, καθώς αναγνωρίζει σε αυτούς τα πιο ιδεαλιστικά χαρακτηριστικά όσον αφορά την επιθυμία για κοινωνική αλλαγή. Τα αποτελέσματα τόσο της μελέτης μας όσο και της έκθεσης του GEM δείχνουν ότι αυτό ισχύει εν μέρει, καθώς το ηλικιακό φάσμα μεταξύ 20 και 34 ετών, στην περίπτωση της μελέτης μας, και 18 έως 34 ετών στην περίπτωση του GEM, είναι εκείνο που παρουσιάζει μεγαλύτερη εκπροσώπηση των κοινωνικών επιχειρηματιών ή των υποκειμένων που ενδιαφέρονται για το θέμα αυτό.

Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο, διαπιστώνουμε ότι υπάρχει διαφοροποίηση ανάλογα με την εδαφική περιοχή, αν και υπάρχει μια τάση το ενδιαφέρον για αυτό το είδος δραστηριότητας να συνδέεται περισσότερο με τη διαθεσιμότητα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Η μελέτη GEM δείχνει ότι στην περίπτωση της ευρωμεσογειακής περιοχής, τουλάχιστον το 62% των ατόμων που ενδιαφέρονται για την κοινωνική επιχειρηματικότητα έχουν μεταϋποχρεωτικές σπουδές.

Όσον αφορά τον λόγο ύπαρξης και τη φύση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, επιβεβαιώνεται η "κοινωνική τους κλίση". Τα αποτελέσματα της μελέτης GEM, όπως και στην περίπτωσή μας, επιβεβαιώνουν ότι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες στοχεύουν σταθερά στη δημιουργία αξίας, δηλαδή οι κυρίαρχοι στόχοι τους είναι κοινωνικοί (αν και σε ορισμένες περιπτώσεις επιλέγουν επειδή δικαιολογείται η σύλληψη αξίας) σύμφωνα με τη δήλωση "Για τον οργανισμό μου, η δημιουργία αξίας για την κοινωνία και το περιβάλλον είναι πιο σημαντική από τη δημιουργία οικονομικής αξίας για την εταιρεία".

Η ανάγκη σύνδεσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας με τη γνώση, την καινοτόμο πρακτική και την οικοσυστημική συνεργασία είναι κάτι που εμφανίζεται σταθερά και στις δύο μελέτες. Όπως και στην περίπτωση της παραδοσιακής επιχειρηματικότητας, οι δυνητικοί χρήστες της κοινωνικής επιχειρηματικότητας απαιτούν όλο και περισσότερο καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες που να ανταποκρίνονται επαρκώς στις ανάγκες τους. Οι διάφορες ομάδες-στόχοι που συμμετέχουν στην παρούσα μελέτη υποστηρίζουν ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα απαιτεί καινοτόμες λύσεις ή προσεγγίσεις, καθώς το κοινωνικό πρόβλημα δεν θα υπήρχε αν μπορούσε να επιλυθεί μέσω της παραδοσιακής υιοθέτησης.

Ένα αναδυόμενο ζήτημα στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, το οποίο όμως παραμένει άλυτο, είναι η ικανότητα παραγωγής κοινωνικής αξίας και μέτρησης του αντίκτυπου της. Μεγάλο μέρος της διαδικασίας επαγγελματοποίησης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας έχει να κάνει με την ενσωμάτωση δεξιοτήτων και ικανοτήτων στο θέμα αυτό, καθώς και στον τομέα της στρατηγικής διαχείρισης της επιχειρηματικότητας. Η μέτρηση των επιπτώσεων είναι ένας μηχανισμός επικύρωσης και καθοδήγησης των δράσεων, ενώ παράλληλα χρησιμεύει ως αναγκαία στρατηγική λογοδοσίας.

Μεταξύ των κυριότερων δυσκολιών που συναντώνται είναι ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι μια δραστηριότητα που λαμβάνει χώρα σε ένα πλαίσιο αγοράς, οπότε πτυχές όπως η ρύθμιση, η πρόσβαση σε πόρους ή η ένταση μεταξύ της ανάγκης δημιουργίας κοινωνικής αξίας και της ανάγκης σύλληψης αξίας λειτουργούν ως ισχυροί παράγοντες που επηρεάζουν την πρακτική της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, αποτελώντας σημεία εστίασης για την πρόταση διορθωτικών δράσεων.

Η αντιληπτή κοινωνική εικόνα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας θεωρείται ως περιορισμός, αλλά και ως δυνατότητα. Στο βαθμό που μπορεί να δοθεί μια σαφέστερη εικόνα της κοινωνικής λειτουργίας της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, καθώς και μεγαλύτερη νομιμοποίηση ως δραστηριότητα που αναπτύσσεται σε οικονομικό περιβάλλον, η αποδοχή της θα είναι μεγαλύτερη και αυτό μπορεί να μεταφραστεί σε μια κανονικοποίηση της επιλογής της ως κοινωνικο-επαγγελματικής δραστηριότητας.

Υπάρχει μια επίμονη αντίληψη για την έλλειψη θεσμικής υποστήριξης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, η οποία κυμαίνεται από την οικονομική υποστήριξη (σύμφωνα με το GEM, σχεδόν το 63% των κοινωνικών επιχειρηματιών δυσκολεύονται να βρουν χρηματοδότηση για την υλοποίηση του έργου τους και το 38% των κοινωνικών επιχειρηματιών παγκοσμίως βασίζονται σε κρατική χρηματοδότηση, οικογένεια και τράπεζες) έως τη ρύθμιση ή την υποστήριξη σε οριζόντια ζητήματα. Αυτό το τελευταίο ζήτημα συνδέεται άμεσα με την ανάγκη εδραίωσης μιας πρακτικής βασισμένης σε αποδείξεις για την κατάρτιση και την υποστήριξη στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, δεδομένου ότι οι διαθέσιμοι πόροι και οι κατευθυντήριες γραμμές μέχρι στιγμής ήταν περιττοί και αναποτελεσματικοί.

4. Πόροι για τη διάγνωση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μεταξύ των νέων

4.1. Δείκτης αυτοαξιολόγησης των δεξιοτήτων κοινωνικής επιχειρηματικότητας μεταξύ των νέων

Η εκπαίδευση στην κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει καταστεί στοιχείο πρώτης τάξης για ένα πλήθος φορέων από τη διοίκηση, τον εκπαιδευτικό τομέα (τυπικό ή μη τυπικό) ή τους οργανισμούς του τρίτου τομέα, σε τέτοιο βαθμό ώστε η επιχειρηματικότητα να αναγνωρίζεται ως σημαντική πτυχή για την εκπαίδευση των νέων στο πλαίσιο του στόχου 4 για τη βιώσιμη ανάπτυξη (UNESCO, 2019).

Ευτυχώς, σήμερα είναι δυνατόν να εντοπιστεί μια ορισμένη διαθεσιμότητα ανάλυσης στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας που λαμβάνει υπόψη τις διαμορφωτικές και εκπαιδευτικές πτυχές. Ορισμένες από τις σημαντικότερες εργασίες είναι οι συνεισφορές των Hamizan-Roslan, Taha Ijab και Bukhari (2019), οι οποίοι διατυπώνουν ένα αιτιολογημένο επιχείρημα σχετικά με την ενσωμάτωση της κατάρτισης στην κοινωνική επιχειρηματικότητα στον τομέα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, καθώς και των Solomon, Alabduljader και Ramani (2019) οι οποίοι δείχνουν πόσο σημαντικά έχει αυξηθεί η ζήτηση για κατάρτιση στον τομέα αυτό από τους φοιτητές των πανεπιστημίων, καθώς και υποδεικνύουν ποιες είναι οι πιο παγιωμένες τάσεις στον τομέα αυτό.

Δεδομένου του ενδιαφέροντος και των δυνατοτήτων της κατάρτισης στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας με αντικείμενο αναφοράς τους νέους, είναι απαραίτητο να

εδραιωθούν εργαλεία που επιτρέπουν την πρόοδο και την εδραίωση της γνώσης στον τομέα αυτό, καθώς και να είναι λειτουργικά και σχεδιασμένα από εφαρμοσμένη άποψη στις διαδικασίες κατάρτισης στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, είναι απαραίτητα αξιόπιστα μέσα αξιολόγησης για την εκπλήρωση αυτού του αξιακού σκοπού. Πρόκειται για ένα σχετικά νέο πεδίο και γι' αυτό το λόγο, υπάρχει ακόμη μεγάλο περιθώριο έρευνας στις διάφορες διαστάσεις του- αλλά, συγκεκριμένα, η αξιολόγηση βρίσκεται σαφώς σε φάση έναρξης. Υπολογίζουμε σε μελέτες σχετικά με την επιχειρηματική προσωπικότητα (Becherer and Mauer, 1999- Crant, 1996), τις προσδιοριστικές μεταβλητές της επιχειρηματικής πρόθεσης (Liñan, Santos, and Fernandez, 2001- Sánchez, Lanero and Yurrebaso, 2005), και ορισμένες έρευνες σχετικά με την επιχειρηματική προσωπικότητα (Sánchez, 2010) ή τις στάσεις του νέου επιχειρηματία (Athayde, 2009).

Υπό αυτή την έννοια, ο στόχος του παρόντος εγγράφου είναι να προτείνει ένα εργαλείο αυτοαξιολόγησης των ικανοτήτων της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, του οποίου το προτιμώμενο υποκείμενο θα είναι οι νέοι, με βάση μια συστηματική ανασκόπηση της βιβλιογραφίας.

Στη συστηματική ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, μπορούμε να εντοπίσουμε διάφορες εργασίες (Lackéus, 2014: Sáenz-Bilbao and López-Vélez, 2015- Orhei, Nandram, and Vinke, 2015- Miller et al. 2012- Portuguese, Valenzuela, and Navarro, 2018- Capella-Peris, Gil-Gómez, Martí-Puig, and Ruiz-Bernardo, 2016- Capella-Peris, Gil-Gómez, Martí-Puig, and Ruiz-Bernardo, 2019) που έχουν ως στόχο να ασχοληθούν με τη λειτουργικοποίηση των ικανοτήτων που σχετίζονται με την κοινωνική επιχειρηματικότητα, και ακόμη και κάποια πρόταση για ένα όργανο μέτρησης, αν και υπάρχει σαφές έλλειμμα σε εκείνες τις προσεγγίσεις που έχουν ως κύριο αντικείμενο τους νέους.

Από τη θεωρητική ανασκόπηση κάθε μιας από τις μελέτες που αναφέρθηκαν προηγουμένως, συνεχίσαμε να οικοδομούμε έναν λειτουργικό ορισμό σύμφωνα με το πλαίσιο του έργου στο οποίο θα εφαρμοστεί το παρόν εργαλείο και το οποίο είναι επίσης σύμφωνο με τη βιβλιογραφία που συμβουλευτήκαμε.

Στο προσάρτημα 1 του παρόντος εγγράφου, υπάρχει μια διευκρίνιση με τη μορφή ευρετηρίου της προηγουμένως εκφρασμένης λειτουργικότητας.

4.2. Μεθοδολογική πρόταση για τον εντοπισμό και την ανάλυση καλών πρακτικών για την προώθηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας μεταξύ των νέων

4.2.1. Γενικές κατευθυντήριες γραμμές

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί αύξηση στην ανάπτυξη προγραμμάτων και πρωτοβουλιών που έχουν ως στόχο την προώθηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, ιδίως μεταξύ των νέων, οπότε είναι ακόμη πιο αναγκαίο να ανησυχούμε για την ποιοτική αξιολόγηση αυτών των έργων, τον βαθμό επιτυχίας τους, να προσπαθούμε να ενημερώσουμε για τις πιθανές αδυναμίες και τα δυνατά σημεία που μπορεί να

παρουσιάζουν. Μια στρατηγική, η οποία εκτός από αξιολογική, είναι προσανατολισμένη προς τη διασταυρούμενη μάθηση, είναι ο εντοπισμός καλών πρακτικών.

Οι καλές πρακτικές μπορούν να οριστούν με πολλαπλούς τρόπους. Ωστόσο, ένας κοινός άξονας που διατρέχει τους περισσότερους ορισμούς υπονοεί στρατηγικές, προσεγγίσεις ή/και δραστηριότητες που έχουν αποδειχθεί αποτελεσματικές, αποδοτικές, βιώσιμες ή/και μεταβιβάσιμες και οδηγούν αξιόπιστα στο επιθυμητό αποτέλεσμα. Οι καλές πρακτικές στον EWSI (Ευρωπαϊκός δικτυακός τόπος για την ένταξη) έχουν συλλεχθεί μέσω ενός προτύπου που έχει αναπτυχθεί ειδικά για το σκοπό αυτό και περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για να κριθεί κατά πόσον η πρακτική μπορεί να προσαρμοστεί σε άλλα πλαίσια.

Στο παρόν έγγραφο, φιλοδοξούμε να διευκολύνουμε τη διαδικασία εντοπισμού και την ανάλυση των έργων και δράσεων που είναι πιθανό να θεωρηθούν ορθές πρακτικές, με βάση μια σειρά γενικών κριτηρίων που παρουσιάζονται σε επόμενα μέρη του παρόντος εγγράφου.

4.2.2. Διαδικασία συλλογής πρωτοβουλιών

Αφού καθοριστούν τα γενικά κριτήρια για τον προσδιορισμό των ορθών πρακτικών, είναι απαραίτητο να δοθούν ορισμένες κατευθυντήριες γραμμές κατά τη διαδικασία αναζήτησης και προσδιορισμού των ορθών πρακτικών.

- Κατ' αρχάς, είναι σημαντικό να δοθεί έμφαση στην ιδέα ότι πρόκειται για καλές πρακτικές που χρησιμοποιούνται. Είναι σημαντικό τα παραδείγματα καλών πρακτικών να μην βασίζονται μόνο σε αφηρημένες ιδέες, αλλά να εφαρμόζονται κατά τη στιγμή του προσδιορισμού.
- Δεύτερον, αξίζει να σημειωθεί η διαφορά μεταξύ της έννοιας των ορθών πρακτικών που χρησιμοποιείται εδώ και του όρου καλές πρακτικές, ο οποίος αναφέρεται στις "βέλτιστες πρακτικές". Στο παρόν έγγραφο, αποφασίστηκε να προταθεί μια σειρά δεικτών, κατά τρόπο που να επιτρέπει την επιλογή εκείνων των εμπειριών που πληρούν μια σειρά κριτηρίων, που είναι χρήσιμες για την εφαρμογή από άλλους φορείς και που καλύπτουν την εκπροσώπηση σε διάφορους τομείς. Η εφαρμογή αυτών των δεικτών δεν συνεπάγεται ιεραρχική αξιολόγηση των πιθανών πρακτικών που επιλέγονται, αλλά εγγυάται πρότυπα επιλογής.
- Για να αξιολογηθεί θετικά ως ορθή πρακτική, μια υπόθεση θα πρέπει να έχει τουλάχιστον 6 από αυτά τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα.
- Ως οδηγός, το Παράρτημα II προτείνει ένα έντυπο για τον συστηματικό εντοπισμό και τη συλλογή καλών πρακτικών, ενώ το Παράρτημα III χρησιμεύει ως αποθετήριο για ορισμένες από τις καλές πρακτικές που εντοπίστηκαν κατά την ανάπτυξη του παρόντος έργου.

5. Βιβλιογραφία

Athayde, R. (2009). Measuring enterprise potential in young people. *Entrepreneurship. Theory and Practice*, 33 (2): 481-500.

Austin, J. and Rangan, V.K. (2018) Reflections on 25 years of building social enterprise education. *Social Enterprise Journal*, Vol. 15, No 1, pp. 2–21. DOI: 10.1108/sej-09-2018-0057.

Austin, J., Stevenson, H. and Wei-Skillern, J. (2006) “Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?” *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 30, No 1, pp. 1–22. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x.

Alemany, L., Alvarez, C., Planellas, M. y Urbano, D. (2011). Libro Blanco de la Iniciativa emprendedora en España. Barcelona: Fundación Príncipe de Girona ESADE.

Athayde, R. (2009). “Measuring enterprise potential in young people”. *Entrepreneurship. Theory and Practice*, 33 (2): 481-500.

Becherer, R.C. y Maver, J.G. (1999). “The proactive personality disposition and entrepreneurial behavior among small business presidents”. *Journal of Small Business Management*, 37(1): 28-36.

Bornstein, D. (2005). *Cómo cambiar el mundo: Los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas*. Madrid: Debate.

Bueno, E. y Casani, F. (2007). “La tercera misión de la Universidad: enfoques e indicadores básicos para su evaluación”. *Economía Industrial*, 366: 43-59.

Capella-Peris, C., Gil-Gómez, J., Martí-Puig, M. and Ruiz-Bernardo, P. (2016) “Construcción de un cuestionario para medir el emprendimiento social en educación física, Pedagogía Social”. *Revista Interuniversitaria*, No 28, pp. 169–188. DOI: 10. sE7179/PsRi_2016.28.13.

Capella-Peris, C., Gil-Gómez, J., Martí-Puig, M. and Ruíz-Bernardo, P. (2019) “Development and Validation of a Scale to Assess Social Entrepreneurship Competency in Higher Education”. *Journal of Social Entrepreneurship*. DOI: 10.1080/19420676.2018.1545686.

Cukier, W., Trenholms, S., Carl, D. y Gekas, G. (2011). “Social entrepreneurship: A content análisis”. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7 (1), 99-119.

González, R. y Zúñiga, A. (2011). “Método CEPCES para la evaluación del Potencial Emprendedor”. *Journal of Technology Management & Innovation*, 6 (1): 77-99.

Guclu, A., Dees, J.G. y Anderson, B.B. (2002). *The process of social entrepreneurship: Creating opportunities worthy of serious pursuit*. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship (CASE). Fuqua School of Business: Duke University.

Hamizan-Roslan, M.H., Hamid, S., Taha Ijab, M. and Bukhari, S. (2019) “Social Entrepreneurship Learning Model in Higher Education using Social Network Analysis”. *Journal of Physics: Conference Series*, Vol. 1339, Institute of Physics Publishing, Padang, Indonesia, available at: <https://DOI.org/10.1088/1742-6596/1339/1/012029>.

Lackéus, M. (2014) “An emotion based approach to assessing entrepreneurial education”. *International Journal of Management Education, Elsevier Ltd*, Vol. 12, No 3, pp. 374–396. DOI: 10.1016/j.ijme.2014.06.005.

Liñán, F., Santos, F.J. y Fernández, J. (2011). “The influence of perceptions on potential entrepreneurs”. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7 (3): 373-390.

Miller, T.L., Wesley, C.L. and Williams, D.E. (2012) “Educating the minds of caring hearts: Comparing the views of practitioners and educators on the importance of social entrepreneurship competencies”. *Academy of Management Learning and Education*, Vol. 11, No 3, pp. 349–370. DOI: 10.5465/amle.2011.0017.

Orhei, L.E., Nandram, S.S. and Vinke, J. (2015) “Social entrepreneurship competence: evidence from founders of social enterprises in Romania”. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 25, No 1, p. 80. DOI: 10.1504/ijesb.2015.068780.

Podestá, P. y Hernández, M.C. (2010). “Formulación de una metodología de formación y evaluación en empresarismo, bajo un modelo de competencias”. *TecEmpresarial*, 4 (2): 21-29.

Portuguez, M., Valenzuela, J.R. and Navarro, C. (2018) “Development and validation of the assessment test of social entrepreneurial potential”. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Segundo Cuatrimestre*, N° 128, pp. 192–211. DOI: 10.5209/REVE.60207.

Sáenz-Bilbao, N. and López-Vélez, A.L. (2015) “Las competencias de emprendimiento social, coems: Aproximación a través de programas de formación universitaria en Iberoamérica”. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Tercer Cuatrimestre*, N° 119, pp. 159–182. DOI: 10.5209/rev-REVE.2015.n119.49066.

Sánchez, J.C. (2010). “Evaluación de la personalidad emprendedora: Validez factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE)”. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42 (1): 41-52.

Sánchez, J.C., Lanero, A. y Yurrebaso, A. (2005). “Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario”. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15 (1-2): 37-60.

Serra, A., (2002) "Una aproximación a la calidad en el ámbito de la Acción Social: Elementos para comprender la calidad", *Documentación Social*, 128: 19- 36.

Solomon, G.T., Alabduljader, N. and Ramani, R.S. (2019) “Knowledge management and social entrepreneurship education: lessons learned from an exploratory two-country study”. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 23, No 10, pp. 1984–2006. DOI: 10.1108/JKM-12-2018-0738.

Stake, Robert E. (1995). *The Art of Case Study Research*. Thousand Oaks: SAGE

UNESCO. (2019) *ODS 4-Educación 2030 – Parte II – Educación Para El Desarrollo Sostenible Después de 2019*. Disponible en: <https://es.unesco.org/themes/educacion-desarrollo-sostenible>.

Vázquez-Burgete, J.L., Lanero, A., Raisiene, A.G., and García, M.P. (2012) “Entrepreneurship education in humanities and social sciences: Are students qualified to start a business?” *Business: Theory and Practice*, Vol. 13, No 1, pp. 27–35. DOI: 10.3846/btp.2012.03.

Winarno, A., Rahayu, W.P., Wijjayanti, T. and Agustina, Y. (2019) “The failure of entrepreneurship education of vocational high school students and college students: Perspective of evaluation instrument of learning results”. *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 22, No 1, pp. 1–16. Disponible en: <https://www.abacademies.org/journals/journal-of-entrepreneurship-education-current-issue.html>.

Παράρτημα

Βρείτε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την έρευνα που χρησιμοποιήθηκε και τις καλές πρακτικές που συλλέχθηκαν στον ιστότοπό μας: <https://www.socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>



ΕΤΑΙΡΟΙ ΕΡΓΟΥ



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.