

**ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ  
ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

**Ευδοκία Μιχαλίδου– Τμήμα Πολιτικών για την Κ.Α.Λ.Ο., Δ/νσης Κ.Α.Λ.Ο.**

## ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η συμβουλευτική διαδικασία σε θέματα επιχειρηματικότητας είναι κυρίως μια διαδικασία εκπαίδευσης για αυτοπληροφόρηση. Θα πρέπει να θέλει κάποιος να βοηθήσει, κάποιος να βοηθηθεί και να δημιουργηθεί ένα πλαίσιο μέσα στο οποίο θα γίνει αυτό.

Υπάρχει συμφωνία και δέσμευση, ένα είδος συμβολαίου μεταξύ συμβούλου και συμβουλευόμενου με αποδοχή και ενσυναίσθηση. Ένα κλίμα ασφάλειας και συνεργασίας, όπου βοηθούνται οι άνθρωποι να εμπιστευθούν τις ιδέες και τις δυνατότητές τους.

Να αξιοποιήσουν τους εσωτερικούς τους πόρους και να αποφασίσουν αν διαθέτουν τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία.

Μιλώντας για επιχειρηματικότητα μιλάμε για ρίσκο, για **ανάληψη κινδύνου**. Κίνδυνο αποτελεί η πιθανότητα να μην είναι επιτυχής κάποια επιλογή διότι υπάρχει αδυναμία πρόβλεψης του μέλλοντος. Το ποσοστό κινδύνων που μπορεί να εκτεθεί κάποιος σχετίζεται με το χαρακτήρα και το σκοπό του.

Ξεκινώντας μια επιχείρηση πρέπει να μπορούμε να απαντήσουμε στα εξής:

**ΠΟΙΟΣ** : Προσωπικοί πόροι

**ΠΟΥ** : Πόροι περιβάλλοντος (να γνωρίζω ποιοι είναι κι αν μπορώ να τους χρησιμοποιήσω)

**ΠΩΣ** : Με παροχή καινοτόμων προϊόντων ή υπηρεσιών, με ποιότητα και σκληρή δουλειά

**ΠΟΣΟ** : Εμπόδια και φόβοι οι οποίοι θα πρέπει να ξεπεραστούν

**ΠΟΤΕ** : Κίνητρα και χρονικός ορίζοντας για τη δημιουργία επιχείρησης

Αφού υπάρξει **λήψη απόφασης** για τη σύσταση επιχείρησης προχωρούμε στη δημιουργία **επιχειρηματικού σχεδίου**.

Σε αυτό καταγράφουμε τους **πόρους** :

- **Εσωτερικούς** (Ιστορία ζωής, τρόπος λήψης αποφάσεων, οικονομική δυνατότητα, δεξιότητες)
- **Εξωτερικούς** (φυσικούς, ανθρωπογενής, υποδομές)

Καταλήγουμε στην **επιχειρηματική ιδέα**, ορίζουμε **τον στόχο μας** και καταστρώνουμε την επιχειρηματικής μας δράση.

Προχωρούμε σε **Έρευνα Αγοράς** (δείχνει πού είμαστε τώρα), αναλύουμε την **Προσφορά**, τη **Ζήτηση** καθώς και το **Περιβάλλον της Αγοράς** (Τεχνολογικό, Δημογραφικό, Οικονομικό, Πολιτικό, Θρησκευτικό, Νομικό).

Αναλύουμε τη **Δομή της Αγοράς** από την πλευρά της προσφοράς, εντοπίζουμε τον **Ανταγωνισμό** (τους επιχειρηματίες που παράγουν όμοια προϊόντα με τα δικά μας, ή υποκατάστατα αυτών, ή προϊόντα που αποκλείουν τη χρήση των δικών μας).

Εντοπίζουμε τα **εμπόδια εισόδου στην αγορά** (οικονομικά, νομικά, κοινωνικά, ηθικά) και το **μέγεθός της** (δυναμικό και πραγματικό).

Αναγνωρίζουμε ή ορίζουμε την **ομάδα στόχου** (τους πελάτες που θα προτιμήσουν τα δικά μας προϊόντα διότι θα καλύπτουν συγκεκριμένες ανάγκες τους).

Δημιουργούμε το **marketing mix** (χαρακτηριστικά προϊόντος, τρόπος προώθησης, τόπος εγκατάστασης, τιμή πώλησης).

Καταλήγουμε στο **Χρηματοοικονομικό Σχεδιασμό Επένδυσης** (υπολογίζουμε το κόστος επένδυσης και τον τρόπο εύρεσης του απαιτούμενου κεφαλαίου).

Τέλος κάνουμε μελέτη **Βιωσιμότητας της Επιχείρησης** σε ορίζοντα τριετίας ή πενταετίας.

### **Συμβουλευτική διαδικασία για την δημιουργία κοινωνικής επιχείρησης**

- Εστιάζει στη δημιουργία κοινής αντίληψης από τους υποψήφιους επιχειρηματίες του τί σημαίνει **κοινωνικός επιχειρηματίας** από νομική, φορολογική και ασφαλιστική σκοπιά.
- Ενθαρρύνει την **κατανόηση** των ικανοτήτων και δεξιοτήτων καθώς και των ισχυρών και αδύνατων σημείων κάθε πιθανού επιχειρηματία.
- Επισημαίνει τη σημασία της **αφοσίωσης** σε κοινούς επιχειρηματικούς στόχους και τη δέσμευση σε συγκεκριμένο πλαίσιο συνεργασίας.

Η **κοινωνική επιχειρηματικότητα** καλύπτει κυρίως τομείς που δεν καλύπτονται από τον δημόσιο τομέα και θεωρούνται λιγότερο επικερδείς από τον ιδιωτικό τομέα.

- Καλύπτει τις **τοπικές ή περιφερειακές ανάγκες** για αγροτική παραγωγή, για την προστασία του περιβάλλοντος, την ανάδειξη της ιδιαίτερης πολιτιστικής κληρονομιάς, της εκπαίδευσης καθώς και της ένταξης ευάλωτων και ειδικών ομάδων πληθυσμού στην αγορά εργασίας.
- Τις περισσότερες φορές αποτελεί **«επιχειρηματικότητα ανάγκης»** (επιχειρηματικότητα για βιοποριστικούς λόγους) και όχι **«επιχειρηματικότητα ευκαιρίας»** (εκμετάλλευση μιας νέας ιδέας).
- Η ίδρυση μιας κοινωνικής επιχείρησης απαιτεί την ύπαρξη μιας ομάδας ατόμων με **κοινό όραμα και αποστολή**.
- Να έχει προσδιορίσει **που** πηγαίνει, **τι** μπορεί να πετύχει και **πως** θα θέλει να μοιάζει η κοινωνία αν πετύχει η επιχείρησή της.
- Να γνωρίζει **τί** κάνει, για **ποιόν** το κάνει και **πώς** σκοπεύει να το κάνει πράξη.

- Ως **πλεονεκτήματα** της Κοινωνικής Επιχείρησης μπορούν να αναφερθούν:
  - Η δυνατότητα παραγωγής προϊόντων εξατομικευμένης ανάγκης.
  - Η καλύτερη ποιότητα προϊόντων λόγω μικρότερης παραγωγής.
  - Το μικρότερο κόστος παραγωγής προϊόντων διότι συχνά συμπράττουν εθελοντές και ο τοπικός πληθυσμός.
  - Κάλυψη υπαρχόντων κοινωνικών αναγκών που δεν καλύπτονται από το κράτος.
  - Δικτύωση και σύμπραξη με αντίστοιχης ιδεολογίας και πρακτικής οργανισμούς,
  - Ευνοϊκότερο κλίμα για τη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων ή υπηρεσιών.
  - Θετικότερη αντιμετώπιση της επιχείρησης από την αγορά λόγω των αξιών που πρεσβεύει και της επιστροφής του οφέλους στην κοινωνία.
- Ως **μειονεκτήματα** θα μπορούσαν να αναφερθούν:
  - Μικρό κεφάλαιο έναρξης.
  - Δυνατότητα μικρής παραγωγής προϊόντων.
  - Έλλειψη ρευστότητας λόγω δυσκολίας πρόσβασης στη χρηματοδότηση που δυσκολεύει τη δημιουργία επενδύσεων.
  - Δύσκολος εντοπισμός της ομάδας στόχου που θα προτιμήσει τα συγκεκριμένα προϊόντα έναντι αυτών του ανταγωνισμού.
- Αναγκαία είναι η **εκπαίδευση των μελών** της κοινωνικής επιχείρησης σε θέματα του τομέα δραστηριοποίησης καθώς και στις αρχές της ομαδικής λειτουργίας και συνεργατικότητας.
- Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται **σωστότερη διοίκηση** (αντιπροσώπευση) και **λήψη αποφάσεων**, καλύτερη **κατανομή των αρμοδιοτήτων**, **επίλυση συγκρούσεων** στην ομάδα **εντοπισμός** των κοινών τους στοιχείων.
- Η **ενεργοποίηση εθελοντών** για την επίτευξη κοινού στόχου, η **αλληλεπίδραση** με το κοινωνικό σύνολο, η **μείωση του κόστους** δραστηριοτήτων, η προσφορά **κοινωνικών υπηρεσιών** εκεί που οι ανάγκες δεν καλύπτονται από το κράτος.

Τα μέλη της ομάδας που ιδρύουν μια κοινωνική επιχείρηση πρέπει να έχουν στο μυαλό τους ότι πετυχημένη είναι η ομάδα η οποία παράγει **έργο μεγαλύτερο και ποιοτικότερο** από αυτό που παράγεται από την ατομική δραστηριότητα των μελών.

Η επιχειρηματική ιδέα τους θα πρέπει να περιλαμβάνει το προϊόν ή την υπηρεσία που πρόκειται να παρέχουν, εστιάζοντας σε **καινοτόμες** διαδικασίες παραγωγής ή σε νέα προϊόντα.

Ο καθορισμός των διαθέσιμων πόρων περιβαλλοντικών και ανθρώπινων καθώς και η αγορά στην οποία θα έχει ζήτηση το προϊόν ή η υπηρεσία τους και το μέγεθός της αποτελούν το **δεύτερο στάδιο ανάπτυξης**.

Τέλος, η επιλογή του **κενού** στην αγορά το οποίο προσπαθούν να καλύψουν συνδέεται με το **επίπεδο ανταγωνισμού** της αγοράς, την **μοναδικότητα** του προϊόντος, τις **ανάγκες** της κοινωνίας, την **υποκίνηση** και **ενθάρρυνση** της συλλογικής συνέργειας .

Η αναζήτηση στρατηγικών εταίρων, χορηγών και δικτύων συνεργασίας με κατάλληλες δομές υποστήριξης θα βοηθήσουν τη **βιωσιμότητα** των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Η σύνταξη του **επιχειρηματικού σχεδίου** πρέπει να περιλαμβάνει ρεαλιστικά και ειλικρινή στοιχεία με αναλύσεις δεδομένων δημοσίων πηγών.

Το επιχειρηματικό σχέδιο επιδέχεται ανανέωσης και επικαιροποίησης και βοηθά στην επικοινωνία της επιχείρησης με τα μέλη της, τους χρηματοδότες, τους προμηθευτές και τους πελάτες της.

#### **ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΡΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

- Σύνοψη-Περίληψη
- Περιγραφή Επιχείρησης
- Προϊόν-Υπηρεσία
- Αγορά-Ανταγωνισμός
- Στρατηγική Μάρκετινγκ-Πωλήσεις- Κοινωνικός Αντίκτυπος
- Ανθρώπινοι Πόροι-Ομάδα Διοίκησης-Όραμα-Αποστολή-Σκοποί-Αξίες
- Εσωτερική Οργάνωση-Σύστημα Παραγωγής
- Οικονομικά Στοιχεία
- Κίνδυνοι –Εναλλακτικά Σενάρια
- Συμπέρασμα-Πρόταση Επενδύσεων

#### **ΠΗΓΕΣ:**

**Παναγιώτης Λαμπρόπουλος**, *Εκπαίδευση Εργασιακών Συμβούλων του ΟΑΕΔ στην συμβουλευτική επιχειρηματικότητας.*

**Θεοδώρα Ντούλια**, *Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα*, Εκδόσεις ΟΣΕΛΟΤΟΣ, Αθήνα 2015.