

## **Τίτλος άρθρου: Η αξιοποίηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) από την Τοπική Αυτοδιοίκηση: Το επιχειρηματικό εργαλείο της Θερμοκοιτίδας στην ενίσχυση των Κοινωνικών Επιχειρήσεων**

*Γιώργος Πιερράκος  
Αναπληρωτής καθηγητής ΤΕΙ Αθήνας*

### **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Η παρούσα οικονομική κρίση της Ελλάδας δημιουργεί επιτακτική ανάγκη για υποστήριξη και ενδυνάμωση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, μέσω καινοτόμων εργαλείων, με χαμηλό κόστος και επιτυχημένη δράση. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα δύναται να καλύψει τις ελλείψεις στις προσφερόμενες υπηρεσίες, ενισχύοντας έτσι το κοινωνικό κεφάλαιο σε τοπικό επίπεδο και αναπτύσσοντας δράσεις φροντίδας για την τοπική κοινωνία και την προστασία του περιβάλλοντος αναφερόμενη ως Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ). Ακρογωνιαίο λίθο αποτελεί η τοπική αυτοδιοίκηση λαμβάνοντας ρόλο συντονιστικό για την ενίσχυση δημιουργίας δικτύου μεταξύ των κοινωνικών επιχειρήσεων. Στο συγκεκριμένο άρθρο παρουσιάζεται η θερμοκοιτίδα ως εργαλείο για την ανάπτυξη κοινωνικής επιχείρησης. Αναφέρεται σε πέντε βασικές διαστάσεις όπως α) ανάπτυξη των επιχειρήσεων, β) σύμβουλοι, γ) επιχειρηματική συνεργασία-δικτύωση, δ) ευέλικτος χώρος και ε) κοινές υπηρεσίες. Τα οφέλη δημιουργίας μιας θερμοκοιτίδας στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι η διευκόλυνση των νέων κοινωνικών επιχειρήσεων να υπερβούν εμπόδια τεχνογνωσίας και να εφαρμόζουν καλές πρακτικές σε ένα ασφαλές επιχειρηματικό περιβάλλον. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι διευρύνεται η κοινωνική διάσταση με την αύξηση και διατήρηση θέσεων εργασίας.

### **ABSTRACT**

The current financial crisis in Greece, establish an urgent need for support social entrepreneurship through innovative tools with low cost and effectively. Social entrepreneurship could fill the gaps in the provided services, strengthening social capital at local level and developing care actions for the local community or the

environment referred to as Corporate Social Responsibility (CSR). Local authorities constitutes significant factor, as coordinator to strengthen the network social enterprises. In this article presents the incubator as a tool for the development of social enterprise. It refers to five basic dimensions such as a) business development, b) advisers, c) business co-networking, d) flexible space and e) common services. The benefits of an incubator in the field of social entrepreneurship are the facilitation of new social enterprises to overcome knowledge barriers and implement best practices in a secure business environment. Particularly important is the fact that the social dimension is widening to increase and maintain jobs.

### **1. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη**

Οι επιχειρήσεις, τα τελευταία χρόνια και ανεξάρτητα από το μέγεθός τους, αναγνωρίζουν την ανάγκη εφαρμογής υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών για την προστασία από κινδύνους που επηρεάζουν τη φήμη τους. Αντιλαμβάνονται την υπευθυνότητά τους απέναντι στους εργαζόμενους και στην τοπική κοινωνία στην οποία λειτουργούν ως σημαντική με το εταιρικό κέρδος οντότητα. Στο πλαίσιο αυτό, υιοθετούν ένα νέο τρόπο επιχειρηματικών συναλλαγών και πέρα από την κλασσική προσέγγιση της φιλανθρωπίας. Προθέτουν μια νέα παράμετρο στην επιχειρηματική τους επιτυχία, εκτός από την ποιότητα και την τιμή των προϊόντων τους, που είναι η συνολική τους στάση και συμβολή στη εφαρμογή καλύτερων εργασιακών πρακτικών, αναπτύσσουν δράσεις φροντίδας για την Τοπική Κοινωνία και την προστασία του περιβάλλοντος. Η παραπάνω θεώρηση είναι γνωστή ως Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) και έχει ως κεντρικό στόχο την ενίσχυση του Κοινωνικού Κεφαλαίου δηλαδή ειδικά χαρακτηριστικά της Τοπικής Κοινωνίας όπως συναίνεση, εμπιστοσύνη, αμοιβαιότητα, συμμετοχή, κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς και ευθύνης, συνεργασία, επίσημα και άτυπα κοινωνικά δίκτυα, πρόσβαση και διάχυση πληροφορίας, κοινωνική συνοχή κ.α.

Το υπόδειγμα αυτό εντοπίζεται ιδίως στην παρέμβαση του Sethi, ο οποίος ανέπτυξε την έννοια της *Εταιρικής Κοινωνικής Απόδοσης (Corporate Social Performance)*, με βάση τρεις άξονες αναφοράς (Sethi, S. (1975):

- *Κοινωνικό καθήκον*, που καθορίζει το βαθμό που η επιχείρηση αναγνωρίζει τις οικονομικές και νομικές υποχρεώσεις της απέναντι στην κοινωνία.

- *Κοινωνική υπευθυνότητα*, που επιτυγχάνεται, όταν η επιχείρηση συμμορφώνεται με τους κανόνες και τις προσδοκίες της κοινωνικής επίδοσης (EU Commission 2001).
- *Κοινωνική ανταπόκριση*, που επιτυγχάνεται, όταν η επιχείρηση υιοθετεί μακροπρόθεσμες προσεγγίσεις στην κοινωνική της επίδοση.

## **2. Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα**

Ένας άλλος παράγοντας ο οποίος ενισχύει το κοινωνικό κεφάλαιο είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα η οποία συνήθως καλύπτει κενά στην προσφορά υπηρεσιών ή ειδικών προϊόντων σε Τοπικό επίπεδο.

Η σύγχρονη έμφαση που αποδίδεται στην κοινωνική επιχειρηματικότητα έγκειται στον προσδιορισμό του περιεχομένου αλλά και των ορίων του ορισμού της «Κοινωνικής Αξίας». Η κοινωνική αξία προκύπτει, όταν καταπολεμείται μια αδικία ή ανισότητα στην κοινωνία, για την οποία οι υφιστάμενες δομές της αγοράς δεν μπορούν να βοηθήσουν. Συνδέεται κατά κύριο λόγο με την έμφυτη τάση των κοινωνικών επιχειρήσεων να αντιμετωπίζουν κοινωνικά ή περιβαλλοντικά προβλήματα με πρωτότυπους τρόπους ή με εναλλακτική χρήση των παραδοσιακών τρόπων (κοινωνική καινοτομία). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να εμπλουτίζεται η περιφερειακή/τοπική προσφορά με νέα προϊόντα και υπηρεσίες. Επίσης, λόγω της γεωγραφικής εγγύτητας μεταξύ ζήτησης και προσφοράς αλλά και γνώσης των τοπικών αναγκών και αγορών καθίστανται ευκολότερα ο εντοπισμός αναγκών και η παροχή εξατομικευμένων υπηρεσιών και βελτιώνονται η ευελιξία της προσφοράς, αλλά και η «αξιολόγηση» από τους πελάτες / καταναλωτές.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις εντάσσονται στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, είναι αποτέλεσμα ανάληψης πρωτοβουλιών από πολίτες, έχουν σκοπό το όφελος των μελών της κοινότητας και η ύπαρξη οικονομικών συμφερόντων είναι περιορισμένη. Χαρακτηρίζονται από τη συμμετοχή και εθελοντών στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών, την αυτόνομη λειτουργία τους, την ανάπτυξη νέων ευέλικτων και εναλλακτικών μορφών απασχόλησης, την ανταγωνιστικότητά τους, την ανάληψη οικονομικού κινδύνου και τη συνεχή κοινωνική και οικονομική τους δραστηριότητα (Defourny J. and Nyssens M. 2006, Defourny J. 2001, Μητροσύλη Μ. 2007).

### **3. Ο συντονιστικός ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης**

Η σύνδεση της Επιχειρηματικότητας με την Κοινωνική επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα κρίσιμο ζητούμενο και η Τοπική αυτοδιοίκηση μπορεί να αναλάβει ένα ρόλο συντονιστή με την αξιοποίηση της Εταιρικής κοινωνικής ευθύνης όπου θα δίνεται σημασία στη διάθεση των οικονομικών πόρων και του χρόνου εργασίας του εργαζόμενου από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις, σύμφωνα με τη λογική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (Totterman και Sten 2005) για τη μεταφορά τεχνογνωσίας στην κοινωνική επιχειρηματικότητα με ανταποδοτικό τελικά όφελος ενίσχυσης της τοπικής αγοράς και οικονομίας.

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση λαμβάνει έτσι ένα "πολιτικό" ρόλο (διαιτητής διαμεσολαβητής, διαπραγματευτής) και δεσμεύεται για την ανάπτυξη αυτο-οργανωτικών μοντέλων της κοινωνίας των πολιτών (δίκτυο μεταξύ των κοινωνικών επιχειρήσεων).

Κεντρικός στόχος είναι η αποκέντρωση των υπηρεσιών του δημόσιου φορέα και η παραχώρηση ορισμένων δραστηριοτήτων σε κοινωνικές επιχειρήσεις, οδηγώντας την Τοπική Αυτοδιοίκηση σε στρατηγικό κέντρο συντονισμού δικτύων, που θα αποτελείται από ιδιωτικές επιχειρήσεις, κερδοσκοπικές και μη οργανώσεις και άλλους δημόσιους οργανισμούς με κύριο στόχο την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας (Crouch και συν. 2001).

Οι ανωτέρω σχέσεις δύναται να εφαρμοστούν και να ενισχυθούν μέσω μοντέλων χρηματοδότησης έργων, συνεργασίας μεταξύ του δημόσιου τομέα και επιχειρήσεων που μπορεί να αντιπροσωπεύονται από θερμοκοιτίδες.

Τα οφέλη δημιουργίας μιας θερμοκοιτίδας στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας διευκολύνουν τις νέες κοινωνικές επιχειρήσεις να υπερβούν εμπόδια τεχνογνωσίας και τους επιτρέπει να εφαρμόζουν καλές πρακτικές σε ένα ασφαλές επιχειρηματικό περιβάλλον (Eshun, 2004). Ταυτόχρονα δημιουργούνται προϋποθέσεις δικτύωσης και αποδοτικής συμμετοχής στον ανταγωνισμό της αγοράς (market competition) και τέλος διευρύνεται η κοινωνική διάστασή τους με την αύξηση και διατήρηση των θέσεων εργασίας (Jonsson, 2015).

### **4. Ορισμός της Θερμοκοιτίδας και οι διαστάσεις της**

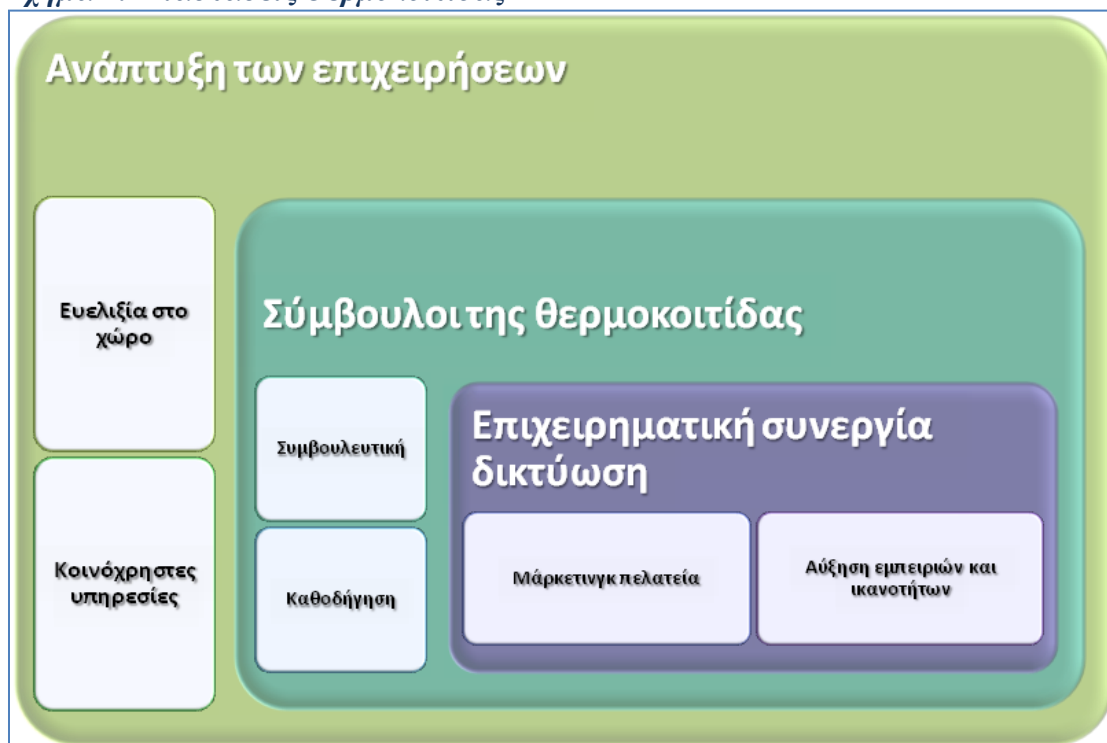
Η έννοια της θερμοκοιτίδας και ο όρος θερμοκοιτίδα έχουν εμφανιστεί περίπου από το 1959, όταν εγκαθιδρύθηκε η Batavia Βιομηχανία στη Νέα Υόρκη (McKee 1992).

Διευρύνθηκε από την έναρξη της πολιτικής προσανατολισμένης στο δημόσιο τομέα, στα ιδρύματα για τη δημιουργία θέσεων εργασίας, ή τους φορείς κοινωνικής πρόνοιας, προσανατολισμένη στην αναζήτηση των προσφερόμενων περισσότερων ευκαιριών απασχόλησης για τους ανέργους και τις μειονότητες. Μέχρι τον Ιανουάριο του 1990, 385 θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων δραστηριοποιούνται στις Ηνωμένες Πολιτείες (National Business Incubation Association, 1990).

Οι θερμοκοιτίδες από τη μια πλευρά είναι πιο πιθανό να προσθέτουν οικονομική αξία στην τοπική οικονομία, επειδή τονίζουν την ανάπτυξη, κυρίως των μικρών επιχειρήσεων (Allen και McCluskey 1990). Προσφέρουν τουλάχιστον μία από τις παρακάτω υπηρεσίες: α) Ευκαιρίες δικτύωσης, β) διαχείριση ή τεχνική βοήθεια από την τεχνογνωσία ή / και ένα δίκτυο υποστήριξης της κοινότητας, γ) χρηματοδότηση στα διάφορα στάδια λειτουργίας μιας επιχείρησης δ) διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες (Rice, 1992).

Μια θερμοκοιτίδα επιχειρήσεων αποτελείται από πέντε διαστάσεις: 1) Διαχείριση των επιχειρήσεων, 2) Σύμβουλοι, 3) Επιχειρηματική συνεργασία/δικτύωση, 4) Ευέλικτο χώρο και 5) Κοινές υπηρεσίες όπως φαίνεται στο σχήμα που ακολουθεί.

**Σχήμα 1: Διαστάσεις Θερμοκοιτίδας**



### ***Διαχειριστής της θερμοκοιτίδας***

Ο διαχειριστής της θερμοκοιτίδας (Smith και Zhang, 2012) και τα άλλα μέλη της ομάδα διαχείρισης μπορεί να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην παροχή βοήθειας στους πελάτες τους, για να ξεκινήσουν και να αναπτυχθούν οι επιχειρηματικές δραστηριότητές τους.

### ***Σύμβουλοι της θερμοκοιτίδας***

Οι σύμβουλοι της θερμοκοιτίδας είναι άτομα που προέρχονται από τις τάξεις των επαγγελματικών επιχειρήσεων, παρόχων υπηρεσιών, έμπειρους ανθρώπους των επιχειρήσεων και εκπαιδευτικούς, οι οποίοι είναι πρόθυμοι να παρέχουν συμβουλές και καθοδήγηση για την ανάπτυξη των εν λόγω επιχειρήσεων. Ειδικά σε Κοινωνικές Επιχειρήσεις Ένταξης, ο ρόλος του Συμβούλου αναφέρεται στον καλύτερο τρόπο κοινωνικής συμπεριφοράς, μειώνοντας την επίδραση των κοινωνικών ή προσωπικών εμποδίων, με την αύξηση της ικανότητας και της αυτοπεποίθησης και του αισθήματος αποδοχής από την ομάδα (Wood, 2014). Οι ψυχοκοινωνικές παρεμβάσεις θα μπορούσαν να είναι αποτελεσματικές όχι μόνο για τον έλεγχο των καταστάσεων και την επίλυση των προβλημάτων, αλλά επίσης και για την αποκατάσταση της αίσθησης του αυτοελέγχου, την προσωπική αποτελεσματικότητα, και την ενεργό συμμετοχή

### ***Επιχειρηματική συνεργασία, δικτύωση***

Η μεγαλύτερη έμφαση δίνεται στη δημιουργία ευκαιριών για τους κοινωνικούς επιχειρηματίες προκειμένου να αναπτύξουν σχέσεις. Ένας από τους κύριους στόχους των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι η υποστήριξη και εξυπηρέτηση της Τοπικής Κοινωνίας ή μέρος αυτής ως ομάδα στόχου. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσεται και ένα άλλο κύριο χαρακτηριστικό των κοινωνικών επιχειρήσεων που είναι η προώθηση της κοινωνικής ευθύνης σε Τοπικό Επίπεδο. Οι διαχειριστές της θερμοκοιτίδας (Li Yunhe, Tang Liyan, Zuo Lio, 2015), με βάση τους εννέα προαναφερόμενους παράγοντες, προωθούν τα δίκτυα ανάπτυξης της κοινωνική ευθύνης, χωρίς να περιορίζονται αποκλειστικά σε κάποιο συγκεκριμένο κλάδο κοινωνικοοικονομικής δραστηριότητας, αλλά καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων. Τα αναπτυξιακά οφέλη της Κοινωνικής Επιχείρησης λαμβάνονται μέσω σχέσεων ανταλλαγής γνώσεων υπηρεσιών και προϊόντων, με στόχο την επιτυχή αξιοποίηση της συντονισμένης εξυπηρέτησης συγκεκριμένων αναγκών της κοινότητας ή ειδικών κοινωνικών ομάδων.

### ***Ευελιξία στο χώρο***

Η ευελιξία στο χώρο που παρέχεται από τις θερμοκοιτίδες, προκύπτει από άλλες θερμοκοιτίδες που προσφέρουν μίσθωση μικρών χώρων (δέκα τετραγωνικών μέτρων), συνήθως με βραχυπρόθεσμες μισθώσεις. Εάν ο ενοικιαστής αποτύχει, αποχωρεί άμεσα με το ελάχιστο κόστος, και η θερμοκοιτίδα μπορεί να πάρει τον επόμενο ενοικιαστή. Ωστόσο, οι ενοικιαστές έχουν ασφάλεια, ενώ πληρώνουν το ενοίκιό τους.

### ***Κοινόχρηστες Υπηρεσίες***

Η διάσταση των κοινών υπηρεσιών αναφέρονται στην θερμοκοιτίδα που παρέχει συγκεντρωτικό εξοπλισμό, υπηρεσίες και εγκαταστάσεις, όπως φωτοτυπικό μηχάνημα, φαξ, υποδοχή πελατών, διαχείριση της αλληλογραφίας, αίθουσα συνεδριάσεων, αποβάθρα φόρτωσης και διάφορα άλλα. Οι νεοσύστατες εταιρείες έχουν ανάγκη για τις υπηρεσίες αυτές, αλλά συχνά είναι πολύ μικρές για να δικαιολογήσουν το κόστος της παροχής των εν λόγω υπηρεσιών. Η πρόσβαση σε αυτές τις υπηρεσίες μέσω της θερμοκοιτίδας σημαίνει ότι οι επιχειρηματίες μπορούν να εστιάσουν τα κεφαλαία τους στην κρίσιμη αποστολή τους όπως στην αγορά προϊόντων ή στην εξυπηρέτηση της αγοράς, ενώ παρουσιάζεται ακόμα μια επαγγελματική εικόνα για τις επιχειρηματικές επαφές και τους πελάτες. (Allen και McCluskey 1990).

## **5. Ανάπτυξη θερμοκοιτίδας σε κοινωνικές επιχειρήσεις: Το Παράδειγμα της Ρώμης**

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση της πόλης της Ρώμης, πρωτοπορώντας στον τομέα της ανάληψης δράσεων για την ενίσχυση Ευπαθών Κοινωνικών Ομάδων, με στόχο την δημιουργία θέσεων εργασίας μέσω της επιχειρηματικότητας (Messina, 2004), προωθεί σταθερά την τοπική ανάπτυξη, ιδιαίτερα εστιασμένη στις πολύ μικρές κοινωνικές επιχειρήσεις. Η ενίσχυση δεν περιορίζεται απλά στην χορήγηση επιδοτήσεων, αλλά στην δημιουργία ενός δικτύου σχέσεων και πληροφοριών και χρηματοδοτικών εργαλείων που μπορούν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη του κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντος. Αντίθετα η χορήγηση των επιδοτήσεων είναι η αρχική υποστήριξη, ενός έντονου δικτύου υπηρεσιών και δραστηριοτήτων με

τη μορφή θερμοκοιτίδων που έχει ως στόχο να αλληλεπιδρά και να εργάζεται με έναν ενιαίο τρόπο (Cartera και συν. 2006).

Παραδείγματα τέτοιων θερμοκοιτίδων είναι τα εξής:

1) Incipit: μια παραδοσιακή θερμοκοιτίδα λειτουργεί στην Corviale, μια γνωστή περιοχή των προαστίων της Ρώμης, για σχεδόν τρία χρόνια, στεγάζοντας 10 επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε διάφορους τομείς της οικονομίας, με 15 συνεργάτες επιχειρήσεις. Τώρα, η "δεύτερη γενιά" των επιχειρήσεων είναι ήδη στην φάση της ωρίμανσης, με εξειδίκευση σε δύο κλάδους: ΤΠΕ (Τεχνολογιών της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας) που βασίζεται στις web εφαρμογές (4 επιχειρήσεις), χειροποίητα σε ξύλο, υφάσματα, κοσμήματα (6 επιχειρήσεις). Η Incipit δεν έχει ακόμη αναπτύξει πλήρως τις δυνατότητές της καθώς είναι αναγκαίο να ενισχυθεί η σύνδεση με άλλους κόμβους ζωτικής σημασίας, όπως δημοτική βιβλιοθήκη, κέντρο επαγγελματικής κατάρτισης, αλλά και με πανεπιστήμια, εμπορικά επιμελητήρια, σχολές κατάρτισης, σχολεία, κ.λπ.

2) Start: βρίσκεται μέσα στα κινηματογραφικά στούντιο που ονομάζονται Cinecittà, και αποτελεί μοναδική περίπτωση του είδους του στην Ευρώπη. Αυτή η θερμοκοιτίδα είναι επαγγελματική, δηλαδή στεγάζει μόνο εταιρίες υψηλής τεχνολογίας, που δραστηριοποιούνται στον τομέα της παραγωγής ήχου-βίντεο και πολυμέσων. Σημαντική είναι ενίσχυση που χορηγείται σε επιχειρήσεις που λειτουργούν σε ένα εξαιρετικά ανταγωνιστικό κλάδο που απαιτεί συνεχή ανάπτυξη σε σχέση με την ποιότητα που προσφέρει. Στεγάζει 8 επιχειρήσεις, με 10 συνεργάτες επιχειρήσεις.

3) Inverso: η θερμοκοιτίδα είναι εντελώς αφιερωμένη στις κοινωνικές επιχειρήσεις και καλύπτει 1.000 τετραγωνικά μέτρα. Σήμερα στεγάζει 15 επιχειρήσεις: όπως κοινωνικούς συνεταιρισμούς και άλλες μορφές επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον μη κερδοσκοπικό τομέα.

4) Play: άλλη μια επαγγελματική θερμοκοιτίδα, αφιερωμένη αποκλειστικά στις επιχειρήσεις που παράγουν πολιτιστικές και ψυχαγωγικές εκδηλώσεις (θέατρο, κινηματογράφο, χορό, μουσική, κλπ). Στεγάζει 8 επιχειρήσεις και έχει 10 συνεργάτες επιχειρήσεις.

5) Floss: αποτελεί μια επαγγελματική θερμοκοιτίδα αφιερωμένη στην προώθηση των επιχειρήσεων ΤΠΕ που θέλουν να αναπτύξουν ελεύθερα λογισμικά. Δύο είναι οι πυλώνες του έργου: (i) η διατήρηση της τοπικής προσφοράς του ελεύθερου λογισμικού στη Ρώμη και (ii) η δημιουργία ενός δικτύου φορέων που εκπροσωπούν ένα κέντρο αριστείας.



Για την υποστήριξη των ανωτέρω έχουν δημιουργηθεί δύο κέντρα και με την αξιοποίηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης για να παρέχουν τεχνική βοήθεια, καθοδήγηση, εκπαίδευση των επιχειρήσεων και των επιχειρηματιών, που επιθυμούν να έχουν πρόσβαση σε κίνητρα και ένα λειτουργικό γραφείο που έχει ανοίξει στο κέντρο της Caritas στη Ρώμη, ένα πολύ γνωστό σημείο αναφοράς για τους αλλοδαπούς, με συγκεκριμένο στόχο την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας των επιχειρήσεων και των μεταναστών. Επιπλέον, έχουν δημιουργηθεί ταμεία εγγυήσεων με σκοπό τη πρόσβαση σε πιστώσεις για την εκκίνηση πολύ μικρών επιχειρήσεων (Costa και Ramus, 2012). Για παράδειγμα, το πρώτο ταμείο (συνολικού ύψους € 500.000) ιδρύθηκε πριν από τέσσερα χρόνια με την Banca di Credito Cooperativo di Roma. Ο στόχος του ταμείου ήταν να εξασφαλίσει πρόσβαση στη χρηματοδότηση για τις επιχειρήσεις οι οποίες λαμβάνουν επιδοτήσεις που δεν υπερβαίνουν το 50% των προβλέψεων των επενδύσεων και απαιτούν ένα δάνειο για να ολοκληρώσουν τις εργασίες τους. Χρησιμεύει επίσης, ώστε να προωθήσει τις εισφορές που καταβάλλονται στους λογαριασμούς διαχείρισης και την εγγύηση ρευστότητας για χαμηλής κεφαλαιοποίησης επιχειρήσεις. Στο τέλος του 2004, ιδρύθηκε και ένα άλλο ταμείο στις Popolare Etica Banca, με σκοπό τη δημιουργία ενός χρηματοοικονομικού μέσου ειδικά για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, και τους συνεταιρισμούς. Οι εγγυήσεις που παρέχονται αφορούν επίσης τις βραχυπρόθεσμες ανάγκες, όπως η πρόβλεψη πληρωμής λογαριασμών και ενοικίου.

Τέλος, οι αρχές της Ρώμης για την ενθάρρυνση των εν λόγω επιχειρήσεων διέθεσαν για χρήση δημόσιες εγκαταστάσεις και παρείχαν κίνητρα για να κατευθύνουν τις πρακτικές των επιχειρήσεων μέσω μιας σειράς δράσεων όπως: α) Υπηρεσίες, πληροφόρησης και κατάρτισης, β) Εκστρατείες ευαισθητοποίησης των πολιτών, γ) Δρομολόγηση συγκεκριμένων έργων που μπορεί να έχουν επιπτώσεις στις παραγωγικές, οικονομικές και χρηματοοικονομικές διαδικασίες.

## **6. Συμπεράσματα**

Το παρόν άρθρο πραγματεύεται την αξιοποίηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) από την Τοπική Αυτοδιοίκηση για την ενίσχυση των Κοινωνικών Επιχειρήσεων, μέσω του επιχειρηματικού εργαλείου της Θερμοκοιτίδας. Σε μια ταχέως μεταβαλλόμενη παγκόσμια οικονομία, οι κοινωνικές επιχειρήσεις αποτελούν

όλο και περισσότερο δύναμη για την ενίσχυση της εθνικής οικονομικής ανάπτυξης και την απασχόληση. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η θερμοκοιτίδα αποτελεί ένα κοινό εργαλείο για την οικονομική ενδυνάμωση και ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων. Στην Ελλάδα, η ανάγκη για δημιουργία και στήριξη των κοινωνικών επιχειρήσεων μέσω της θερμοκοιτίδας είναι επιτακτική και ιδιαίτερα στις επιχειρήσεις που επικεντρώνονται στην κοινωνική καινοτομία.

Τα οφέλη δημιουργίας μιας θερμοκοιτίδας στον τομέα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας διευκολύνουν τις νέες κοινωνικές επιχειρήσεις να υπερβούν εμπόδια τεχνογνωσίας και τους επιτρέπουν να εφαρμόζουν καλές πρακτικές σε ένα ασφαλές επιχειρηματικό περιβάλλον. Η συνεργασία των κοινωνικών επιχειρήσεων που θα αναπτυχθεί στο πλαίσιο της θερμοκοιτίδας, θα παρέχει την προοπτική της δημιουργίας ενός συμβιωτικού περιβάλλοντος, όπου οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μοιράζονται τους πόρους και τις εμπειρίες και μαθαίνουν από αυτές, συμβάλλοντας έτσι στην αύξηση του κοινωνικού κεφαλαίου. Η καινοτομική δυναμική της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στο προστατευμένο περιβάλλον της θερμοκοιτίδας διευρύνεται με τις προσπάθειες των μελών της να εξασφαλίσουν επαρκείς πόρους και να ακολουθούν τεκμηριωμένες και ορθές αποδοτικές πρακτικές. Με τον τρόπο αυτό διασφαλίζεται η σε μεγάλο βαθμό μετέπειτα βιωσιμότητα της Κοινωνικής Επιχείρησης, καθώς η επιτυχία της οικονομικής της δραστηριότητας και εν γένει των προσπαθειών που καταβάλλουν τα ίδια τα μέλη ή / και οι εργαζόμενοι στηρίζεται σε συγκεκριμένο σχέδιο και σε κατάρτιση από πραγματικές συνθήκες εργασίας. Ως προς τη δικτύωση των Κοινωνικών Επιχειρήσεων, η υποστήριξη και εξυπηρέτηση της Τοπικής Κοινωνίας εντάσσεται στη στρατηγική προώθησης της κοινωνικής ευθύνης σε Τοπικό επίπεδο. Με την αποδοτική αξιοποίηση της συντονισμένης συνεργασίας μεταξύ κοινωνικών επιχειρήσεων που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων και μέσω σχέσεων ανταλλαγής γνώσεων, υπηρεσιών και προϊόντων επιτυγχάνουν την αύξηση της αποδοτικότητάς τους και την επιβίωση τους στο ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Τέλος, σημαντικό στοιχείο της θερμοκοιτίδας είναι η ύπαρξη και λειτουργία οργανωμένων υπηρεσιών συμβουλευτικής καθοδήγησης και ψυχοκοινωνικής ενδυνάμωσης. Ο ρόλος του Συμβούλου αναφέρεται στον καλύτερο τρόπο κοινωνικής συμπεριφοράς, μειώνοντας την επίδραση των κοινωνικών ή προσωπικών εμποδίων,

με την αύξηση της ικανότητας και της αυτοπεποίθησης και στο αίσθημα αποδοχής από την ομάδα. Οι ψυχοκοινωνικές παρεμβάσεις θα μπορούσαν να είναι αποτελεσματικές, όχι μόνο για τον έλεγχο των καταστάσεων και την επίλυση των προβλημάτων, αλλά επίσης και για την αποκατάσταση της αίσθησης του αυτοελέγχου, την προσωπική αποτελεσματικότητα και την ενεργό συμμετοχή.

## Βιβλιογραφία

- Aernoudt R., (2004), Incubators: Tool for Entrepreneurship?, *Small Business Economics*, 23 (2), pp. 127-135.
- Allen et al (1987) Small Business Incubators – Phases of development and the Management Challenge, *Economic Development Commentary*, 11(2), pp 6 - 11.
- Allen, D. N. και Weinberg, M. (1988), State investment in business incubators, *Public Administration Quarterly*, 12 (2), pp. 196-215.
- Allen, D.N. (1988), Business incubator life cycles, *Economic Development Quarterly*, 2(1), pp.19 - 29.
- Allen, D.N. και McCluskey, R. (1990), Structure, policy, services, and performance in the business incubator industry, *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 61-77.
- Birch, D.L. (1979), *The Job Generation Process*, MIT Program on Neighborhood and Regional Change, Cambridge, England.
- Carrera, D., Meneguzzo M., Messina, A. (2006), Social enterprises incubator: The Italian experience. The Third Annual UK Social Enterprise Research Conference, London: South Bank University.
- Cooper, A. C. (1985), The role of incubator organisations in the founding of growth oriented firms, *Journal of Business Venturing*, (1), pp. 75-86.
- Costa, E., Ramus, T. (2012). The Italian Economia Aziendale and catholic social teaching: How to apply the common good principle at the managerial level. *Journal of business ethics*, 106(1), 103-116.
- Crouch C., Le Galès P., Trigilia C., Voelzkow H., (2001), *Local Production Systems in Europe. Rise or demise?*, Oxford University Press.
- Defourny J. (2001): Introduction: from third sector to social enterprise, in C. Borzaga and J. Defourny (eds), *The Emergence of Social Enterprise*, Routledge, London and New York
- Defourny J. and Nyssens M. (2006): Defining Social Enterprise, in: M. Nyssens, (ed.), *Social Enterprise: At the crossroads of market, public policies and civil society*, Routledge, London and New York
- Eshun, J.P., (2004), *Where Do Business Incubators Come From? The Origins, Evolutions, and Institutionalization of Business Incubators: Evaluating Performance and Assessing Outcome*, PhD thesis, Columbia University.

- EU Commission (2001). Green Paper - Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. COM(2001)
- Hogan, B. (1991), How to hatch new businesses, *D&B Reports*, pp. 54-5.
- Jonsson S., (2015), Entrepreneurs' network evolution – the relevance of cognitive social capital, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(2), pp.197 – 223.
- Kickert W., Klijn E.H., Koppenjan J.F.M. (1997), *Managing Complex Networks, Strategies for the Public Sector*, London, SAGE.
- Kooiman J., (2003), *Governing as Governance*, London, Sage.
- Li Yunhe, Tang Liyan, Zuo Lio, (2015), Research about the Effecton of Incubated Enterprises Business Network on the Enterprise Performance 2nd International Conference on Education Reform and Modern Management (ERMM) pp 382-285.
- McKee, B. (1992), A boost for start-ups, *Nation's Business*, pp. 40-42.
- Meru Abel Kinoti, Struwig Miemie, (2015), Business-Incubation Process and Business Development in Kenya: Challenges and Recommendations, *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 1(1), pp.1-17.
- Messina A., (2001), Small business development in Italy, *Planners Network. The publication of progressive planning*, no. 149.
- Meyer, S. (1987) Business incubators: hatching new companies, *American Way*, pp 52-57.
- National Business Incubation Association, (1990), *The State Of The Business Incubation Industry*, NBIA, Athens, Ohio.
- National Council for Urban Economic Development, (1985), *Creating Jobs by Creating New Businesses - The Role of Business Incubators*, Washington, D.C.
- Rhodes R.A.W. (1997), *Understanding governance, policy networks, governance, reflexivity and accountability*, Open University Press, Buckingham.
- Rice, M. P. (1992). *Intervention mechanisms used to influence the critical success factors of new ventures: An exploratory study*. Troy, New York: Centre for Entrepreneurship of New Technological Ventures, Rensselaer Polytechnic Institute.
- Sethi, S. (1975): Dimensions of corporate social performance: An analytic framework, *California Management Review*, 17, , σελ. 58-74

- Smilor, R.W. και Gill J.R., (1986), *The New Business Incubator: Linking Talent, Technology, Capital, and Know-How*, Lexington: Lexington Books.
- Smith, David J., Zhang, (2012), Michael Introduction: the evolution of the incubator concept, *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 13 (4), pp. 227-234.
- Totterman, H. and Sten J., (2005), Business Incubation and Social Capital, *International Small Business Journal*, 23 (5).
- Wood, M. W. (2014). *Addressing Sustainability in an Entrepreneurship Ecosystem: A Case Study of a Social Incubator in Mexico* (Doctoral dissertation, Arizona State University).
- Μητροσύλη Μ. (2007): *Μελέτη του θεσμικού και νομικού πλαισίου του τομέα της Κοινωνικής - Αλληλέγγυας Οικονομίας*, Ινστιτούτο Κοινωνικής Πολιτικής, Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών (ΕΚΚΕ), Αθήνα.