



Σύνοψη

Το Social UP - Design Thinking (DT) για την αειφορία κοινωνικών επιχειρήσεων είναι ένα έργο που συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση στο πλαίσιο του προγράμματος Erasmus+ με συντονιστή εταίρο τον οργανισμό DesignThinkers UK. Σκοπός του έργου Social UP είναι η ανάπτυξη εργαλειοθήκης (toolkit) Design Thinking (Σχεδιασμός Σκέψης), η οποία θα φιλοξενεί πρακτικά εργαλεία και εκπαιδευτικό υλικό που θα παρέχει στις ομάδες-στόχους (κοινωνικοί επιχειρηματίες, σύμβουλοι επιχειρήσεων, εκπαιδευτές, φορείς κοινωνικής οικονομίας) τις απαραίτητες γνώσεις για 1. τον ορισμό και την ουσία του Design Thinking και 2. τον τρόπο εφαρμογής της δημιουργικής προσέγγισης DT εντός επιχειρήσεων της κοινωνικής οικονομίας. Το έργο Social UP βασίζεται στις τρεις διαδοχικές φάσεις του Design Thinking - Διερεύνηση, Επινόηση, Δοκιμή.

Ο στόχος της πρώτης φάσης, η οποία ολοκληρώνεται με την έκδοση της παρούσας έκθεσης, ήταν η διερεύνηση 1. αναγκών και εσωτερικών προκλήσεων των κοινωνικών επιχειρήσεων 2. μεθόδων και εργαλείων που χρησιμοποιεί το Design Thinking που θα είναι χρήσιμα για επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας και την ενίσχυση του κοινωνικού τους αντικτύπου και 3. τρόπων ενίσχυσης δεξιοτήτων των κοινωνικών επιχειρήσεων για δημιουργική επίλυση προβλημάτων και διαχείριση καινοτομίας μέσω εξειδικευμένου υλικού κατάρτισης στο DT. Η εκτεταμένη έρευνα διεξήχθη σε τέσσερις χώρες: την Ελλάδα το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Φινλανδία και την Ισπανία.

Με βάση τόσο την ποσοτική όσο και την ποιοτική έρευνα, συνελέγησαν δεδομένα από βιβλιογραφία, ερωτηματολόγια, συνεντεύξεις και ομαδική συζήτηση. Συνολικά, 99 εκπρόσωποι κοινωνικών επιχειρήσεων, κοινωνικών εταίρων και συνδέσμων, εκπαιδευτές ΕΕΚ, σύμβουλοι επιχειρήσεων απάντησαν στα ερωτηματολόγια, συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν με 26 εμπειρογνώμονες (design thinkers) ενώ 56 εκπρόσωποι όλων των ομάδων στόχου μοιράστηκαν τις απόψεις τους κατά τη διάρκεια 5 συζητήσεων (focus groups) και εργαστηρίων (workshops) DT που έλαβαν χώρα την άνοιξη του 2017.

Τα βασικά ευρήματα της έρευνας και των ανταλλαγών με εκπροσώπους των ομάδων-στόχου τονίζουν και επιβεβαιώνουν το πολυδιάστατο προφίλ των κοινωνικών επιχειρήσεων. Τα επιχειρηματικά χαρακτηριστικά, οι στόχοι, το επιχειρηματικό περιβάλλον και οι μελλοντικές προσδοκίες ποικίλλουν μεταξύ κοινωνικών επιχειρήσεων αλλά και μεταξύ των χωρών του έργου. Η έλλειψη εμπορικής αντίληψης και βιώσιμων επιχειρηματικών μοντέλων καθώς και διοικητικών και επιχειρηματικών δεξιοτήτων, η υψηλή εξάρτηση από τον δημόσιο τομέα, η χαμηλή ανταγωνιστικότητα και οι αβέβαιες προοπτικές ανάπτυξης εντοπίστηκαν ως βασικές εσωτερικές προκλήσεις των κοινωνικών επιχειρήσεων. Άλλοι παράγοντες που περιορίζουν την ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων περιλαμβάνουν την ανεπαρκή κατανόηση ή/και αρνητική αντίληψη της έννοιας της κοινωνικής επιχείρησης καθώς και την έλλειψη εξειδικευμένης υποστήριξης για επιχειρηματική ανάπτυξη ή/και πρόσβασης σε χρηματοδότηση και στην αγορά.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις θεωρούν απαραίτητη την υποστήριξη για βιώσιμη επιχειρηματική ανάπτυξη, κλιμάκωση επιχειρηματικών μοντέλων, δημιουργία οπτικής ταυτότητας, branding και εμπορευματοποίηση προϊόντων και υπηρεσιών. Το ενδιαφέρον των κοινωνικών επιχειρήσεων να μάθουν περισσότερα για το Design Thinking ήταν πολύ έντονο σε όλες τις χώρες εταίρους, αναγνωρίζοντας τις δυνατότητες της ανθρωποκεντρικής προσέγγισης του DT



για την αντιμετώπιση σύνθετων προβλημάτων, την ανάπτυξη των επιχειρήσεων και την ενίσχυση του κοινωνικού αντικτύπου.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις και οι κοινωνικοί εταίροι δηλώνουν ότι δεν έχουν εκτενή γνώση ούτε αρκετή εμπειρία σχετικά με τις διαδικασίες, τα εργαλεία και τις μεθόδους Design Thinking. Ως εκ τούτου, η ανάπτυξη υλικού κατάρτισης στο DT για επιχειρήσεις της κοινωνικής οικονομίας θα ενίσχυε τις προοπτικές βιώσιμης ανάπτυξής τους. Κλειδί για την κατάρτιση των κοινωνικών επιχειρήσεων στο Design Thinking είναι η διευκόλυνσή τους στην πρακτική εφαρμογή των μεθόδων και των εργαλείων DT εντός της επιχείρησης με τη χρήση παραδειγμάτων που παρουσιάζουν τα πλεονεκτήματα της διαδικασίας στο επιχειρηματικό πλαίσιο της κοινωνικής οικονομίας.

Κατά το πέρας της φάσης διερεύνησης, ολοκληρώθηκε και το Μεθοδολογικό Πλαίσιο για την ανάπτυξη του Οδηγού DT για κοινωνικές επιχειρήσεις, του οποίου κεντρικοί άξονες θα είναι:

- *Ενημέρωση σχετικά με το τι είναι το Design Thinking και γιατί έχει αξία η ανάπτυξη του δημιουργικού αυτού τρόπου σκέψης για την οικοδόμηση καινοτόμων οργανισμών, την καλλιέργεια επιχειρηματικού πνεύματος και δεξιοτήτων των κοινωνικών επιχειρηματιών.*
- *Εκπαίδευση και κατάρτιση με βάση επιλεγμένες μαθησιακές προσεγγίσεις και πρακτικές, όπως πρακτικές κατάρτισης ενηλίκων, πρακτική εκμάθηση (learning-by-doing) και εκμάθηση που στοχεύει στην αντιμετώπιση προκλήσεων (challenge-based-learning) και την ενδυνάμωση δεξιοτήτων (competence-based-learning).*
- *Συνδυασμός, μέσα από μία φιλική προς το χρήστη εργαλειοθήκη (toolkit), της θεωρίας του Design Thinking με πρακτική εφαρμογή εργαλείων, μεθόδων και διαδικασιών που το χαρακτηρίζουν με στόχο τη δημιουργία αειφόρων επιχειρηματικών μοντέλων με αποδεδειγμένη βιωσιμότητα και concept.*
- *Καλύτερη αντίληψη σε ατομικό επίπεδο, σχετικά με την αξία που έχει ο ανθρωποκεντρικός σχεδιασμός και η προσέγγιση του DT για τον εντοπισμό τρόπων εισαγωγής της κοινωνικής καινοτομίας στις επιχειρήσεις, αντιμετώπισης κοινωνικών προβλημάτων και ενίσχυσης του κοινωνικού αντικτύπου.*