

INSPIRE

VERGELIJKENDE DIAGNOSE VAN SOCIAAL ONDERNEMERSCHAP IN EUROPA

**Innovat Innovatie voor sociaal ondernemerschap-project
(2021-1-FR01-KA220-VET-000034853)
ion for Social Entrepreneurship Project
(2021-1-FR01-KA220-VET-000034853)**

"De steun van de Europese Commissie voor de totstandkoming van deze publicatie houdt geen goedkeuring in van de inhoud ervan, die uitsluitend de mening van de auteurs weergeeft, en de Commissie kan niet verantwoordelijk worden gesteld voor het gebruik dat eventueel wordt gemaakt van de informatie die erin is vervat".

INHOUD

01

pg.2

- **Innovatie voor Sociaal
Ondernemerschap: Literatuurstudie**

02

pg.10

- **Enquête sociaal ondernemerschap**

03

pg.21

- **Leerbehoeften, uitdagingen en motivatie:
Analyse van focusgroepen met sociale
ondernemers**

04

pg.25

- **Geschiedenis, wettelijk kader, meting,
ecosysteem en toekomstige trends:
Landenanalyse van Sociaal**

05

pg.40

- **Ondernemerschap
Bespreking van de bevindingen**

INLEIDING

Dit verslag is ontwikkeld in het kader van het project "INSPIRE: Innovation for Social Entrepreneurship Project", projectnummer 2021-1- FR01-KA220-VET-000034853, medegefinancierd door het Erasmus+ programma.

De resultaten van dit verslag zijn gebaseerd op een onderzoeksmethodologie die vier pijlers omvat.

De eerste pijler bestaat uit een literatuurstudie van de projectpartners over sociaal ondernemerschap (hoofdstuk 1)

Het tweede is een discussie over het resultaat van een enquête die is gehouden onder jonge werklozen die zich op het gebied van sociaal ondernemerschap willen begeven of op dit gebied enige vooruitgang hebben geboekt. De antwoorden van de deelnemers zijn geëvalueerd in termen van de vaardigheden en kenmerken waarover jonge ondernemers zouden moeten beschikken, en de obstakels waarmee jonge ondernemers zouden kunnen worden geconfronteerd. (Hoofdstuk 2)

De derde pijler is de focusgroepbijeenkomst die is gehouden met jonge sociale ondernemers en professoren van universiteiten. De leidraad voor focusgroepvergaderingen is ontworpen om de specifieke behoeften, uitdagingen en motivaties van sociale ondernemers te identificeren, (Hoofdstuk 3)

De vierde pijler tenslotte is de analyse van de historische ontwikkeling, het wettelijk kader, de meting van sociale ondernemingen, en het ecosysteem in relatie tot sociaal ondernemerschap in de landen van de partnerorganisaties. (Hoofdstuk 4)

HOOFDSTUK 1

Innovatie voor Sociaal Ondernemerschap: Literatuurstudie

ABSTRACT

Sociaal ondernemerschap komt steeds meer op de voorgrond door zijn belang en bijdrage aan sociale verandering en invloed op het overheidsbeleid. Sociaal ondernemerschap vereist echter een aantal vaardigheden die nodig zijn om de doelstellingen en de missie van elk project op een duurzame manier te doen slagen. Deze studie heeft tot doel het concept sociaal ondernemerschap te presenteren, voorbeelden van sociale ondernemers in Europa, wat hun beweegredenen zijn en met welke uitdagingen zij worden geconfronteerd.

INLEIDING

De laatste jaren is de belangstelling voor sociaal ondernemerschap geleidelijk toegenomen (Ferreira et al. , 2016; Rey-Martí et al. , 2015), met name over vrijwilligerswerk en burgerlijke betrokkenheid (Gandhi & Raina, 2018). Daarnaast zijn overheden sociaal ondernemerschap gaan ondersteunen met de oprichting van nieuwe organisaties, "nieuwe werkmodellen" en het ondersteunen van nieuwe initiatieven (Ferreira et al, 2016).

Het begrip sociaal ondernemerschap is echter nog zwak gedefinieerd (Mair & Martí, 2006; Alvord, Brown & Letts, 2002). Deze studie beoogt een bijdrage te leveren aan de definitie van het begrip sociaal ondernemerschap en beter te weten wie sociale ondernemers zijn. Ook pretendeert deze studie bij te dragen aan het identificeren van behoeften, moeilijkheden waarmee sociale ondernemers te maken hebben.

1 Definitie (en evolutie) van het begrip

Ten eerste, het traditionele concept van ondernemer, wordt gedefinieerd als een persoon "die zelfstandig is en die een bedrijf start, organiseert, beheert en de verantwoordelijkheid voor een bedrijf op" zich neemt, biedt een persoonlijke uitdaging die veel individuen verkiezen boven het zijn van een werknemer die voor iemand anders werkt" (Segal, Borgia & Schoenfeld, 2014). Ondernemers zijn dus van mening dat zij beschikken over de kennis en vaardigheden die nodig zijn om de bedrijfsactiviteiten uit te voeren, zoals, self-efficacy, risicotolerantie, innovatie en creativiteit (Smith, Bell & Watts, 2014).

Berger & Luckmann (1966) introduceren het idee van "sociale constructie" in de sociale wetenschappen. Het belangrijkste idee is dat mensen die met elkaar interageren in een sociaal systeem in de loop van de tijd concepten of mentale representaties van acties creëren, waarin de wederzijdse rollen worden gedefinieerd die de actoren ten opzichte van elkaar spelen. In een later stadium richt Wallace (1999) zich op de rol van sociale en politieke cohesie in de gemeenschap, met het oog op economische ontwikkeling met een sociaal doel.

De term ondernemerschap sociaal wordt geassocieerd met de innovatie met een sociaal doel, het identificeren van kansen en accepteert risico's (Luke & Chu, 2013; Shane, 2003; Thompson, 2002), door iets nieuws in de markt te creëren (Certo & Miller, 2008) het introduceren van "heroïsche actoren", agenten van sociale verandering en nieuwe marktkansen (Nicholls, 2010; Dees, 2001). Carragher, Welsh & Svilokos (2016) definiëren sociaal ondernemerschap als het proces waarbij middelen op een innovatieve manier worden ingezet om sociale verandering te veroorzaken, waarbij wordt ingespeeld op sociale behoeften. Tot slot omvat het concept sociaal ondernemerschap volgens Ferreira et al. (2016), in uw literatuurstudie sociaal, vier perspectieven: sociale waarde, welzijnsinbedding, internationalisering, en het institutionele perspectief.

Volgens de projecten van Babson college, een pioniersschool in het onderwijs van ondernemerschap, worden drie onderscheidende kenmerken geassocieerd met projecten van sociaal ondernemerschap (Saraiva, 2015)

a) Zij streven ernaar gerichte mogelijkheden te vinden om sociale of milieuproblemen te bestrijden, waarbij specifiek wordt gedacht aan gezondheid, onderwijs, armoede, honger, energie, water, opwarming van de aarde, biodiversiteit, informatie-inclusie

b)De wijze waarop de prestaties worden gekarakteriseerd en gecontroleerd gaat veel verder dan de verkoop, de winst of andere strikt financiële maatstaven, en voegt daar andere indicatoren aan toe, die in deze context even belangrijk of belangrijker zijn, zoals het aantal geredde bomen of de vermindering van de armoede onder de bevolking.

Met andere woorden, een traditionele ondernemer richt zich op financieel gewin, met lagere niveaus van sociaal geweten. Sociale ondernemer richt zich op sociaal gewin, met hogere niveaus van sociaal geweten, en "zoektocht naar missie geassocieerde invloed" (Gandhi & Raina. , 2018).

Daarnaast is het belangrijk om onderscheid te maken tussen sociaal ondernemerschap en sociale ondernemingen (Luke & Chu, 2013). Volgens de Europese Commissie (Borzaga et al., 2020), voeren sociale ondernemingen "commerciële activiteiten uit (ondernemende/economische dimensie) om een sociaal of maatschappelijk gemeenschappelijk goed te bereiken (sociale dimensie) en hebben ze een organisatie- of eigendomsstelsel dat hun missie weerspiegelt (inclusieve governance-eigendomsdimensie)". Dit komt overeen met Luke & Chu (2013) en Barraket et al. (2010), die een sociale onderneming definiëren als een organisatie die bestaat voor sociale doeleinden, met een specifieke missie, gebruikmakend van marktgebaseerde druktechniek. Bovendien vertonen sociale ondernemingen verschillen tussen landen, uiteenlopend in termen van nationale wetgeving, politieke strategieën, academisch niveau en voor sociale ondernemers zelf.

Een voorbeeld van sociaal ondernemerschap is de Ashoka foundation (www.ashoka.org), die sociale ondernemers steunt via een internationaal netwerk, met meer dan 2.000 leden verspreid over 60 landen (Saraiva, 2011). De stichting Ashoka werd in 1980 opgericht door Bill Drayton, een pionier op het gebied van sociaal ondernemerschap met een lange staat van dienst op het gebied van het oprichten van organisaties en publieke dienstverlening.

In de Europese context is een ander voorbeeld de Young Foundation (www.youngfoundation.org), gevestigd in Londen, een geïntegreerd platform dat innovatie en sociaal ondernemerschap ondersteunt, met een breed scala aan initiatieven, variërend van onderzoeks- en opleidingsactiviteiten tot concrete steun voor hogeronderwijsprojecten in verschillende stadia van rijpheid (Saraiva, 2015). Young Foundation (YF) is in 1954 opgericht door Michael Young (1915 - 2002) en heeft meer dan 80 nieuwe organisaties geïncubeerd (bijv. The Open University, The School for Social Entrepreneurs, Year Here, Social Innovation Exchange). De missie van YF is "initiatieven te creëren waarbij mensen uit diverse sectoren worden betrokken om een eerlijkere toekomst vorm te geven" (<https://www.youngfoundation.org/about/history/>).

2

Motieven voor sociaal ondernemerschap

Sociaal ondernemerschap (SE) richt zich op sociale rechtvaardigheid, het verminderen van ongelijkheid en het zorgen dat alle mensen een fatsoenlijke kwaliteit van leven hebben (Peredo & McLean, 2006). Nog steeds is SE gericht op het bieden van financieel duurzame oplossingen die helpen om dit doel te bereiken (Luke & Chu, 2013; Peredo & McLean, 2006). Concreet vertrekt SE vanuit een persoonlijke missie, een verlangen om sociale problemen op te lossen (bv. gratis medicijnen uitdelen aan zieken) (Yunus, 2007) en om een gemeenschap en een locatie te herstructureren (Thompson, 2002).

Figure 1: Model van traditionele ondernemersmotieven en ondernemerschapproces (Shane, Locke & Collins, 2003).

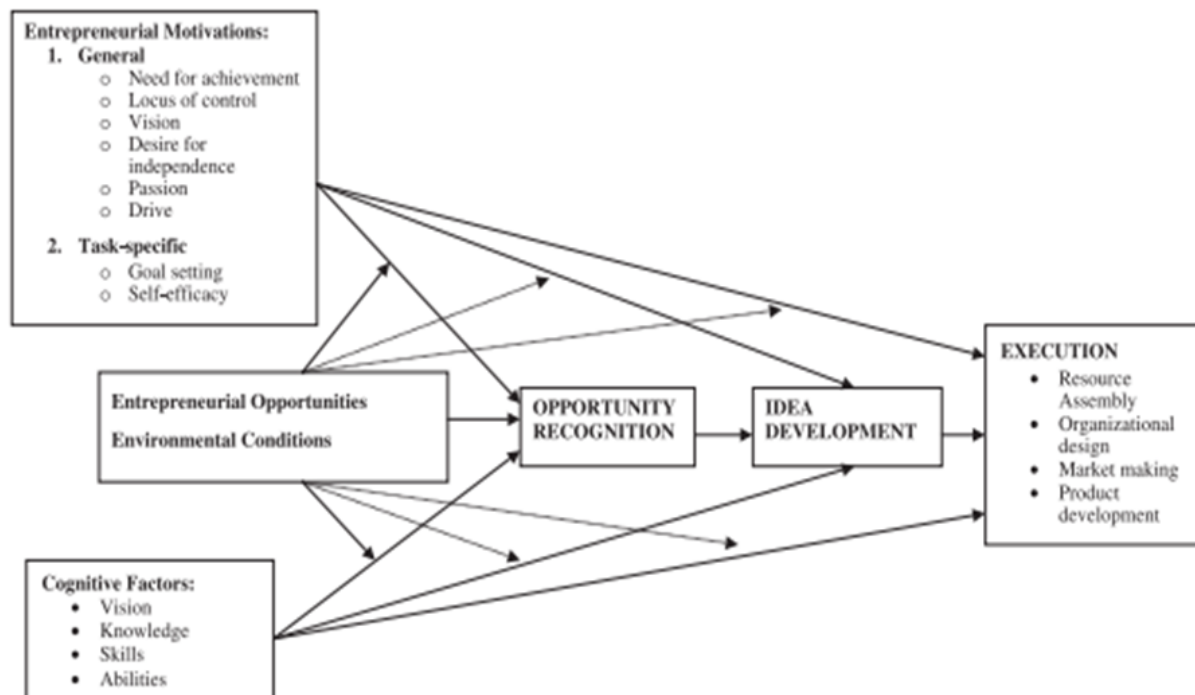


Figure 2: Motivaties voor sociaal ondernemerschap (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017)

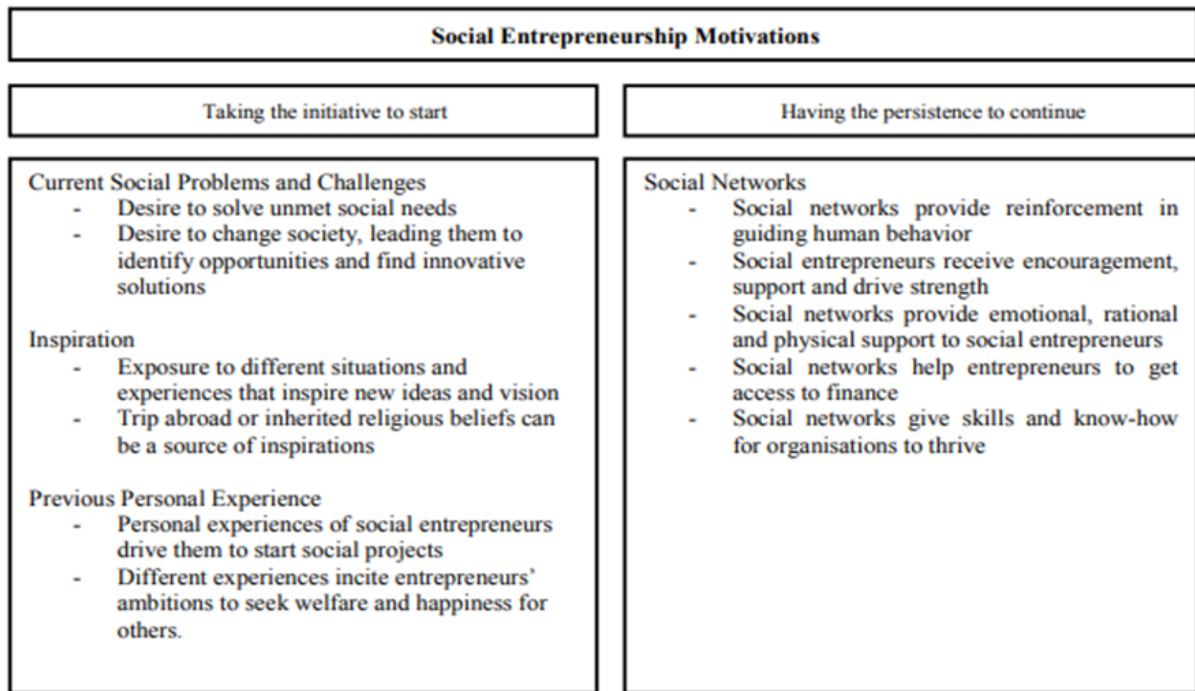
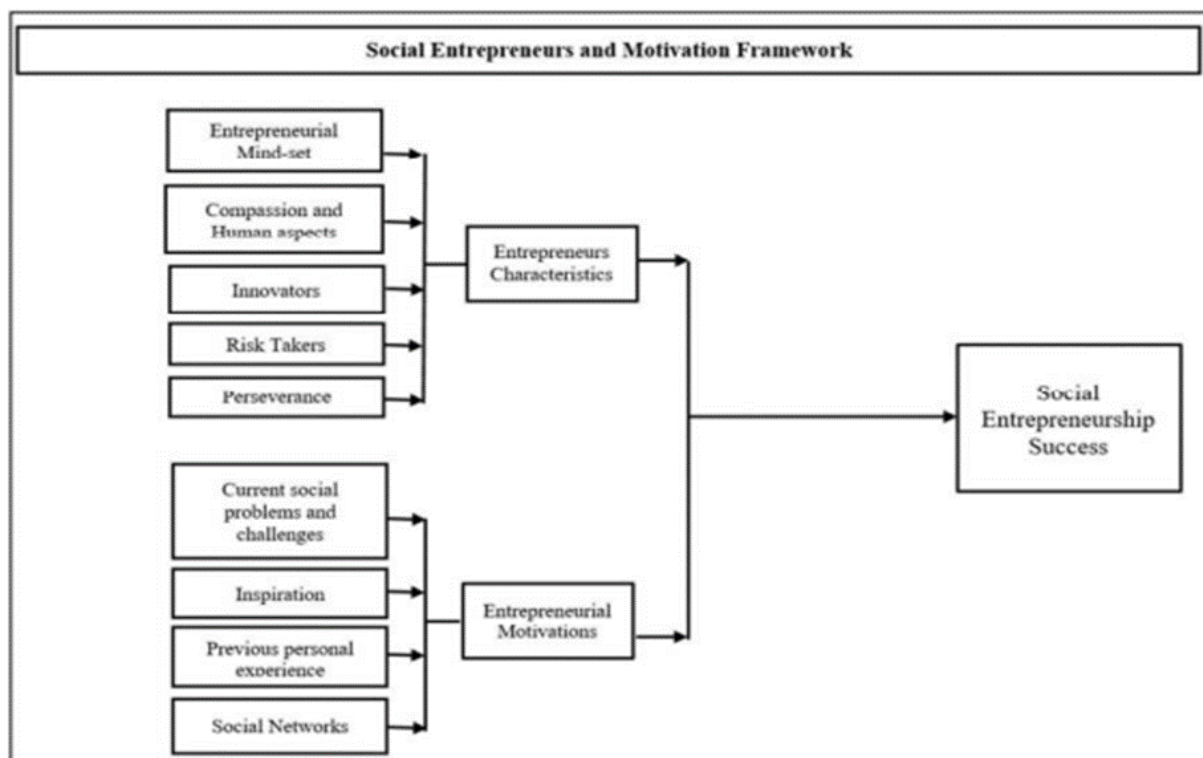


Figure 3: Conceptueel Model voor Social Entrepreneurs en hun Motivaties (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017)



3

Uitdagingen/Belemmeringen voor SE

Hoewel sociaal ondernemerschap zich richt op sociale en milieu-uitdagingen, zoals onderwijs, gezondheidszorg, beroepsopleidingen tot hervorming van gevangenis, armoedebestrijding en de bescherming van regenwouden, zijn er zorgen over het vermogen om middelen efficiënt te beheren en uitdagingen effectief aan te gaan (Kaufman, 2012). Vervolgens geef ik een overzicht van de belangrijkste moeilijkheden en uitdagingen waarmee sociale ondernemers worden geconfronteerd, zowel op individueel als op contextueel/organisatorisch niveau.

SAMENVATTING VAN SE UITDAGINGEN

Persoonlijk

- Lack of human resources strategy, needed to: develop relationship with all partners with different logics (Greblikaite et al., 2015); recruit and motivate people (Thompson, 2002); attracting and retaining volunteers with appropriate skills (Greblikaite et al., 2015);
- Maintaining a leadership position while being able to manage multiple stakeholders demands (Greblikaite et al., 2015);
- Being innovative, willing to take high risks (Kraus et al., 2014; Thompson, 2002); Absence of perseverance (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017);
- Lack of leadership qualities (Kraus et al., 2014);
- Lack of a proper business strategy (Greblikaite et al., 2015);
- Lack of commitment to help others (Thompson, 2002);
- Lack of imagination and strategic vision: identifying a needs gap and a related opportunity (Thompson, 2002); Entrepreneurial Mindset: Previous work experience, Knowledge, skills, and know-how (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017).
- Lack of funding support and access

Contextueel/Organisatorisch

- Lack of funding support and access to financial resources (Greblikaite et al., 2015);
- Social entrepreneur project may not be viewed by financial institutions as viable investment (Greblikaite et al., 2015);
- Unfavourable social context to achieve social goals (economics, politics) (Greblikaite et al., 2015);
- Culture effects (stereotypes; resistance to change, tradition);
- Lack of capability to secure the resources that are needed (Thompson, 2002);
- Bureaucracy (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017);
- Corruption (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017);
- Absence of government support (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017).

4

SE en jongeren

SE worden meestal opgericht of geleid door jonge mensen. Zo heeft Bill Drayton, een van de beroemdste sociale ondernemers ter wereld, Ashoka opgericht toen hij nog een jonge student was.

Rachel Brathen is ook een andere beroemde en goed geslaagde jonge sociale ondernemer. Zij richtte een van de eerste online yogaplatforms op, het nu gepensioneerde oneOeight.com, dat het meest succesvolle crowd-funded yogaproject aller tijden was. Haar online kanaal oneoeight.tv bood diensten op het gebied van gezondheid, yoga en meditatie. Rachel Brathen creëerde ook "Yoga girls' scholarship", op 23-jarige leeftijd, waarin alle leden bepaalde waarden verdedigen, zoals ons, inclusiviteit, gemeenschap, verantwoordelijkheid, "om de gaten te vullen die bestaan in onze samenleving" (<https://www.yogagirl.com/about/yoga-girl-r-scholarship>).

Ook Nils Reichardt, 18 jaar oud, is een "teenpreneur" en junior hardloopwedstrijd uit Duitsland, die in 2018 samen met twee van zijn vrienden, Jonas Sander en Henry Silderhuis, de Sharezone-app mede heeft opgericht. Het platform stelt leerlingen, leraren en ouders in staat om snel op de hoogte te zijn van alles wat er op school gebeurt. Ook helpt Sharezone ouders om beter te communiceren met leraren, vooral tijdens Covid-19.

Timo Timmi, 19 jaar oud, is een "tienerpreneur" uit Estland. Hij is mede-oprichter van 99math in 2018. 99math is een combinatie van wiskundespellen met competities tussen vrienden, waarbij leerlingen worden aangemoedigd om meer geïnteresseerd te raken in het opdoen van nieuwe kennis, en beter te worden in wiskunde. Het is een gratis platform, dat gebruikt kan worden door leraren, leerlingen, en hun ouders (<https://99math.com/>).

Een andere jonge ondernemer is Fabiënne Overbeek, 19 jaar, uit Nederland, die in 2018 "Grow A Wish" oprichtte, waar klanten unieke wenskaarten van gerecycled papier kunnen kopen en versturen, met een verrassing binnenin - de ontvangers kunnen de kaart achteraf planten en een plant laten groeien. Dit is een heel net cadeau om te laten zien dat je om iemand geeft, op een eco-vriendelijke manier. Fabiënne is ook ambassadrice van de "Young Ladies Business Academy", een academie die vrouwen helpt om een betere job te vinden of hun potentiële carrière te verbeteren (<https://www.elskedoets.com/ladybusinessacademy/>).

Volgens Kaufman (2013) hebben jongeren tijd, idealisme, energie en enthousiasme. Bovendien zijn jongeren toekomstige leiders, dus moeten ze betrokken raken bij de sociale politiek, om productieve changemakers te zijn, die positieve sociale verandering bevorderen in een wereld met politieke en economische instabiliteit (Kaufman, 2013). Oudere mensen hebben echter wijsheid, kennis, gevoeligheid en know how, belangrijke aspecten om een succesvolle sociale onderneming te zijn (Kaufman, 2013).

CONCLUSIE

AlOveral ter wereld, "aan beide zijden van de Atlantische Oceaan", is de belangrijkste missie van sociaal ondernemerschap en sociale ondernemingen het ten goede komen van de gemeenschap door het creëren van "sociale waarde", in plaats van het uitkeren van winst (Defourny & Nyssens 2009). Bovendien creëert sociaal ondernemerschap niet alleen sociale waarde, maar ook banen en kapitaal (Rey- Martí et al. , 2015).

Sociale ondernemers moeten dus niet alleen de technische kennis beheersen die nodig is om middelen en mensen te beheren, maar zij moeten ook kansen zien te vinden die het mogelijk maken sociale problemen te verzachten, ten voordele van de samenleving en haar mondiger te maken.

HOOFDSTUK 2

Enquête sociaal ondernemerschap

De enquête werd in de vijf landen gehouden: België, Frankrijk, Ierland, Portugal en Turkije bij jonge werklozen die zich op het gebied van ondernemerschap/sociaal ondernemerschap willen begeven of die op dat gebied al enige vooruitgang hebben geboekt.

Het doel van de enquête is algemene informatie te verkrijgen over de jonge ondernemers, hun vaardigheden, individuele kenmerken en belemmeringen met betrekking tot het ondernemerschap, en de methoden ter bevordering van het ondernemerschap te onderzoeken. Hiertoe hebben in totaal 69 jonge ondernemers, 1 persoon uit Ierland, 2 personen uit België, 5 personen uit Frankrijk, 28 uit Portugal en 33 personen uit Turkije, aan de enquête deelgenomen.

In de enquête zijn er meerdere vragen in drie delen. Het eerste deel is het deel met algemene informatie. Er zijn vragen die de deelnemers vragen naar de huidige datum, het geslacht, de leeftijd, de immigratieachtergrond, het opleidingsniveau, het land van verblijf, de werkervaring, of de deelnemer geïnteresseerd is in sociaal ondernemerschap, het soort activiteit indien geïnteresseerd en of de deelnemer enige opleiding heeft gehad die verband houdt met ondernemerschap.

In het tweede deel worden de vaardigheden, individuele kenmerken en belemmeringen in verband met ondernemerschap onderzocht. Dit deel bestaat uit drie subdelen. In het eerste subdeel staat een lijst van ondernemersvaardigheden zoals marketingvaardigheden, communicatievaardigheden en financiële vaardigheden. De deelnemers wordt gevraagd aan te geven in hoeverre zij denken over elk van deze vaardigheden te beschikken, en in hoeverre zij denken dat het nodig is om deze vaardigheden te verbeteren.

In het tweede deel wordt een lijst gegeven van belangrijke individuele kenmerken voor het ondernemerschap, zoals zelfvertrouwen, bereidheid om risico's te nemen, en nieuwsgierigheid. De deelnemers wordt opnieuw gevraagd aan te geven in hoeverre zij denken over elk van deze eigenschappen te beschikken en in hoeverre zij denken dat het nodig is deze individuele eigenschappen te verbeteren.

In het derde subdeel wordt ingegaan op mogelijke belemmeringen waarmee men bij het ondernemen te maken kan krijgen, zoals marktbelemmeringen, bureaucratische en culturele belemmeringen. Ook hier wordt de deelnemers gevraagd aan te geven in hoeverre zij denken deze belemmeringen tegen te komen, en in hoeverre zij denken dat het noodzakelijk is om de ondernemersactiviteit te belemmeren, of de deelnemers nu denken deze belemmeringen tegen te komen of niet. De evaluaties in deze drie subdelen worden gewaardeerd op een 5-punts Likert-schaal van 1:niets, 2: niet veel, 3:noch of weinig, 4: genoeg tot 5:veel.

In het derde deel worden de activiteiten en methoden ter bevordering van het ondernemerschap in twee subgedeelten onder de loep genomen. In het eerste deel wordt een lijst van methoden ter bevordering van ondernemersactiviteiten gepresenteerd en wordt de deelnemers gevraagd aan te geven in hoeverre zij denken dat de opleiding in ondernemerschap elk van deze methoden moet omvatten. In het tweede deel wordt een lijst van activiteiten ter bevordering van het ondernemerschap gepresenteerd en ook hier wordt de deelnemers gevraagd aan te geven in hoeverre zij vinden dat de opleiding in ondernemerschap elk van deze activiteiten moet omvatten. Net als in het tweede deel van de enquête wordt ook in het derde deel op een 5-punts Likert-schaal van 1:niets, 2: niet veel, 3:noch of weinig,

IERLAND

In het geval van Ierland is 100% van de deelnemers man, van middelbare leeftijd, afgestudeerd, en niet geïnteresseerd in sociaal ondernemerschap. Hij beoordeelt zijn huidige kennis over leervaardigheden als veel, terwijl hij zijn technische, probleemoplossende, zelfgestuurd planning, zelfregulerende vaardigheden als voldoende beoordeelt. Aan de andere kant beoordeelt hij zijn vaardigheden op het gebied van het verwerven van middelen, toegang tot financiering, het runnen van een proefbedrijf en de kennis van de arbeidsmarkt als niet voldoende.

De deelnemer denkt dat hij zijn kennis, vaardigheden en ervaring moet verbeteren in 18 van de 24 opgesomde ondernemersvaardigheden. Het merendeel van deze 18 vaardigheden beoordeelde hij in de vorige stap als zijn huidige kennis, vaardigheden en ervaring als niets of niet veel. Wat de ondernemerskenmerken betreft, beoordeelt hij zichzelf als iemand met voldoende enthousiasme, motivatie, energie, hard werken, verbeeldingskracht, innovatiegerichtheid, creativiteit, autonomie, persoonlijke controle, behoefte aan prestatie, organisatie en wilskracht. Daarnaast beoordeelt hij zichzelf als verantwoordelijk, proactief, initiatiefrijk, volhardend, toegewijd en nieuwsgierig. Samenvattend vindt hij dat hij 18 van de 31 opgesomde ondernemerskenmerken als voldoende of hoger niveau heeft. Vergelijkbaar met het patroon van ondernemersvaardigheden, denkt hij dat het nodig is om die eigenschappen te verbeteren die worden beoordeeld in niets, niet veel en noch of weinig categorieën

HHij ziet negatieve sociale attitudes ten aanzien van ondernemerschap, ontoereikend onderwijs in ondernemerschap, gebrek aan netwerk, gebrek aan kennis over financiële middelen, moeilijkheden bij het omzetten van ideeën in bedrijven, gebrek aan managementvaardigheden en persoonlijke barrières als veel van de obstakels waarmee men bij het ondernemen te maken kan krijgen. Bovendien worden gebrek aan vaardigheden, gebrek aan marketingideeën en bureaucratische belemmeringen door de deelnemer als voldoende obstakels genoemd. In totaal worden 10 van de 12 obstakels als ernstige belemmeringen voor het ondernemerschap beschouwd. Wat het opleidingsgedeelte betreft, vindt de deelnemer mentorschap, bedrijfsbegeleiding, starterscentra/kantoorfaciliteiten, netwerkmogelijkheden, follow-upondersteuning, coöperatief onderwijs, onderwijs- en opleidingsmethoden erg belangrijk.

Verder worden de methoden levensonderhoud, zaakkapitaal, zelfgestuurd ervaren leren en economische/financiële faciliteiten als voldoende belangrijk beoordeeld. De methode van het voorbeeld geven van succes wordt tussen alle methoden als weinig of niet belangrijk beoordeeld. Hieruit kan worden afgeleid dat de deelnemer belang hecht aan bijna alle methoden ter bevordering van het ondernemerschap. Van de activiteiten ter bevordering van het ondernemerschap worden er 9 als zeer belangrijk geëvalueerd, 4 als voldoende, en slechts één als weinig of onbelangrijk. De deelnemer vindt bijna alle soorten activiteiten ter bevordering van het ondernemerschap belangrijk.

Ten slotte is voor de evaluatie van ondernemersvaardigheden en -kenmerken, de keuze en structurering van het idee voor de onderneming, het ondernemingsplan en het proefproject van de fasen van het proces van het starten van een onderneming een specifieke opleiding op "veel" niveau van groot belang. Markt- en productanalyse en het bereiken van duurzaamheid van de fasen van het ondernemersidee zijn ook belangrijk op het niveau "voldoende" voor de deelnemer.

BELGIË

In België is 50% van de deelnemers vrouw en de andere 50% man. De gemiddelde leeftijd van de deelnemers is 34,5 jaar. 100% van alle deelnemers heeft middelbaar/hoger onderwijs genoten, geen van hen heeft een migrantenachtergrond. Alle deelnemers zijn geïnteresseerd in sociaal ondernemerschap. Echter, 50% heeft geen activiteit in gedachten, terwijl 50% een artistiek sociaal idee heeft. Geen van hen heeft enige vorm van opleiding in verband met ondernemerschap gehad. De deelnemers zijn meestal werkzaam in de sociaal-culturele sector.

Terwijl alle deelnemers hun kennis, vaardigheden en ervaringen op het gebied van het verwerven van middelen, netwerken, leren, creatief, kritisch en strategisch denken als "voldoende" beoordelen, worden het identificeren van kansen, het creëren van kansen, de toegang tot financiering, bedrijfsplanning, het leiden van een proefbedrijf, bedrijfsvaardigheden, financiële vaardigheden, de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten, planningsvaardigheden op basis van zelfbeheer, zelfreguleringsvaardigheden als "noch weinig" of onder niveau beoordeeld.

Op het gebied van marketingvaardigheden, managementvaardigheden, leiderschapskwaliteiten, intermenselijke vaardigheden, communicatievaardigheden en kennis van de arbeidsmarkt beoordeelt 50% van de deelnemers zichzelf als "weinig of niet", terwijl de andere 50% vindt dat zij voldoende of veel kennis, vaardigheden en ervaringen hebben.

13 van de 23 ondernemersvaardigheden worden door de helft van de deelnemers beoordeeld als noch of nauwelijks te verbeteren, en door de helft als voldoende. 4 andere ondernemersvaardigheden worden door de helft van de deelnemers als voldoende beoordeeld, en door de andere helft als veel. 5 vaardigheden worden door alle deelnemers beoordeeld als in voldoende mate noodzakelijk om te verbeteren. In het algemeen zijn de deelnemers van mening dat alle vermelde ondernemersvaardigheden in verschillende mate moeten worden verbeterd.

Wat de ondernemerskenmerken betreft, zijn alle deelnemers van mening dat zij over voldoende doorzettingsvermogen, onzekerheid- en dubbelzinnigheidstolerantie en verbeeldingskracht beschikken, terwijl zij van mening zijn dat zij weinig of geen ondernemerspassie, energie, moed, organisatie en wilskracht bezitten. Aan de andere kant beoordeelt 100% van de deelnemers zichzelf als hebbend een positieve houding ten opzichte van zelfstandig ondernemerschap en nieuwsgierigheid op het niveau "veel". Helaas denkt 50% van de deelnemers dat ze niet of nauwelijks geëngageerd zijn, terwijl de andere 50% denkt dat ze geëngageerd zijn op het niveau "niets". Evenzo beoordelen alle deelnemers hun behoefte aan macht op het niveau "niets".

Wat de noodzaak tot verbetering betreft, beoordelen de deelnemers enthousiasme, motivatie, zelfvertrouwen, proactiviteit, initiatief, doorzettingsvermogen, energie, innovatiegerichtheid, behoefte aan prestatie, neiging tot het nemen van risico's, leiderschapscapaciteiten, organisatie en wilskracht als noodzakelijk om zich op een voldoende niveau of hoger te verbeteren. Wat verantwoordelijkheidszin, hard werken, onzekerheid en ambiguïteitstolerantie, nieuwsgierigheid, flexibiliteit, en self-efficacy betreft, vertonen de deelnemers tegengestelde gedragingen. Terwijl 50% deze kenmerken als noodzakelijk beoordeelt om zich op het niveau "niets" te verbeteren, beoordeelt de andere 50% ze op het niveau "veel".

Wat mogelijke belemmeringen betreft, worden culturele belemmeringen, moeilijkheden bij het omzetten van ideeën in bedrijven, gebrek aan kennis van financiële bronnen en hoe deze te bereiken, individuele belemmeringen en gebrek aan managementvaardigheden beschouwd als ernstige belemmeringen met betrekking tot het ondernemerschap.

In het opleidingsgedeelte worden mentoring, bedrijfsadvies, incubatie, startkapitaal, follow-up-ondersteuning, zelfgestuurd ervaren leren, economische/financiële faciliteiten en onderwijsmethoden door de helft van de deelnemers als "voldoende" en door de andere helft als "veel" belangrijk beoordeeld. Bovendien worden netwerkmogelijkheden en opleidingsmethoden door 100% van de deelnemers als zeer belangrijk beoordeeld. Van de andere methoden wordt aan de toelage voor levensonderhoud door alle deelnemers het laagste belang gehecht, namelijk "noch weinig". Wat de activiteiten ter bevordering van het ondernemerschap betreft, krijgt alleen het vergroten van de bereidheid van de leerling om risico's te nemen het laagste niveau van belangrijkheid "noch weinig". Alle andere activiteiten worden door de deelnemers als belangrijk genoeg of veel belangrijk beschouwd.

Ten slotte is voor de evaluatie van ondernemersvaardigheden en -kenmerken, de keuze en structurering van het idee voor de onderneming, de markt- en produktanalyse, het ondernemingsplan, en het bereiken van duurzaamheid van het ondernemersidee; fasen van het proces van het starten van een onderneming, een specifieke opleiding zeer belangrijk op het niveau "veel" beoordeeld door 100% van de deelnemers. Het proefproject in de fase van het ondernemersidee wordt echter door 50% van de deelnemers als niet of nauwelijks belangrijk beoordeeld en door de andere 50% als zeer belangrijk. Ook willen de deelnemers in elke fase van dit proces financiële steun zien. Deelnemers uit België vinden bijna alle fasen van het proces van het opstarten van een onderneming zeer belangrijk.

FRANKRIJK

In het geval van Frankrijk is 60% van de deelnemers vrouw, 20% is man en 20% geeft er de voorkeur aan dit niet te zeggen. De gemiddelde leeftijd van de deelnemers is 34 jaar. 40% van de deelnemers heeft een masterdiploma, 40% een postdoctoraal diploma en 20% een doctoraal diploma. 40% van hen is geïnteresseerd in sociaal ondernemerschap. Terwijl sommigen van hen een sociaal restaurant willen openen, willen anderen met immigranten werken. Er zijn deelnemers die tijdens hun masteropleiding basiscursussen ondernemerschap hebben gevolgd. De beoordeling van de huidige kennis, vaardigheden en ervaring van de deelnemers varieert in grote mate. 40% van de deelnemers vindt dat ze voldoende vaardigheden hebben op het gebied van het herkennen van kansen, het creëren van kansen, het verwerven van middelen, het leiden van een proefbedrijf, leiderschapsvaardigheden, teamwerkvaardigheden, samenwerkingsvaardigheden, interpersoonlijke vaardigheden, communicatievaardigheden, netwerkvaardigheden, probleemoplossend vermogen en zelfreguleringsvaardigheden.

Wat de toegang tot financiering betreft, vindt 40% dat hun huidige kennis niets voorstelt. Bovendien heeft 40% niet veel kennis, vaardigheid of ervaring op het gebied van het identificeren van kansen, het verwerven van middelen, marketing, management, communicatie, leren, ontwikkeling van nieuwe producten en diensten, planning in eigen beheer.

Het creëren van kansen, het verwerven van middelen en de toegang tot financiering zijn de vaardigheden die volgens 33% van de deelnemers moeten worden verbeterd op een voldoende niveau en volgens de andere 33% op een veel hoger niveau. Wat de ondernemerskenmerken betreft, vindt 60% van de deelnemers dat zij over veel enthousiasme, motivatie, inzet, persoonlijke controle en flexibiliteit beschikken.

Wat de positieve houding ten opzichte van zelfstandig ondernemerschap en ondernemerspassie betreft, vindt de meerderheid dat zij niet veel of noch of weinig eigenschappen hebben in plaats van genoeg en veel. Deze eigenschappen kunnen bij de deelnemers worden ontwikkeld. Verantwoordelijkheidszin, proactiviteit, tolerantie voor onzekerheid en dubbelzinnigheid, verbeeldingskracht, persoonlijke controle, en wilskracht worden door 2/3 van de deelnemers als noodzakelijk beschouwd om te verbeteren. Ondernemingspassie, betrokkenheid, autonomie, prestatiedrang, behoefte aan onafhankelijkheid en leiderschapscapaciteiten worden door de deelnemers niet als belangrijk beschouwd om te verbeteren, omdat ze meestal op niet veel en evenmin of weinig worden beoordeeld.

Wat de belemmeringen betreft, worden bureaucratische belemmeringen door 60% van de deelnemers als voldoende beoordeeld. Daarnaast worden moeilijkheden bij het omzetten van ideeën in bedrijven en gebrek aan kennis over financiële bronnen en hoe deze te bereiken door 60% van alle deelnemers als belemmeringen van voldoende niveau beschouwd. Anderzijds beschouwen de deelnemers culturele belemmeringen niet als ernstige belemmeringen, aangezien zij deze beoordelen als niets, niet veel, noch of in geringe mate.

In het opleidingsgedeelte worden bedrijfsbegeleiding, starterscentra, onderhoudstoelagen, netwerkmogelijkheden, follow-up-ondersteuning en voorbeelden van succesmethoden door 40% van de deelnemers als zeer belangrijk voor de bevordering van de ondernemersactiviteit beschouwd.

Bovendien worden economische/financiële faciliteiten en opleidingsmethoden door 60% als voldoende belangrijk beoordeeld. Zelfgestuurd ervaren leren, coöperatief onderwijs en opleiding worden niet op grote schaal als belangrijk beschouwd omdat in hun beoordeling het niveau "noch of weinig" overheerst. Wat de activiteiten ter bevordering van het ondernemerschap betreft, worden bijna alle activiteiten gedomineerd door het niveau "veel" of "voldoende". Alleen workshops, video's en conferenties worden als niet veel of niet of weinig belangrijk beschouwd. Hieruit kan worden afgeleid dat bijna alle activiteiten die de ondernemersactiviteit bevorderen, belangrijk zijn.

Ten slotte vindt 40% van de deelnemers evaluatie van ondernemersvaardigheden en -eigenschappen, keuze en structurering van het idee voor de onderneming, markt- en productanalyse, ondernemingsplan, proefproject van het idee voor de onderneming, en bereiken van duurzaamheid van het idee voor de onderneming zeer belangrijk. Keuze en structurering van het idee voor de onderneming, proefproject van het idee voor de ondernemer, en bereiken van duurzaamheid van het idee voor de ondernemer worden echter door 60% van de deelnemers als niet veel of niet of weinig belangrijk beoordeeld.

PORTUGAL

In het geval van Portugal is 77,8% van de deelnemers vrouw en 22,2% man. De gemiddelde leeftijd van de deelnemers is 21,5 jaar. 85,7% van de deelnemers heeft een undergraduate graad, 7,1% heeft een middelbaar opleidingsniveau en 7,1% heeft een post-graduate opleidingsniveau. Ongeveer 93% van de deelnemers is geïnteresseerd in sociaal ondernemerschap en de meerderheid heeft vrijwilligerswerk in gedachten. Er zijn deelnemers die een eerdere opleiding hebben gehad die gerelateerd is aan sociaal ondernemerschap. Bijna 83% van de deelnemers heeft werkervaring.

De beoordeling van de huidige kennis, vaardigheden en ervaring van de deelnemers varieert in hoge mate. Wat betreft het herkennen van kansen, het creëren van kansen, het verwerven van middelen, toegang tot financiering, bedrijfsplanning, het leiden van een proefbedrijf, technische vaardigheden, bedrijfsvaardigheden, financiële vaardigheden, marketingvaardigheden, probleemoplossingsvaardigheden, vaardigheden met betrekking tot de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten, vaardigheden met betrekking tot planning in eigen beheer, en kennis van de arbeidsmarkt, beoordelen de deelnemers zichzelf meestal op een lager kennis-, vaardigheids- en ervaringsniveau in plaats van voldoende of veel.

Voor de managementvaardigheden, leiderschapsvaardigheden, vaardigheden om in teamverband te werken, samenwerkingsvaardigheden, interpersoonlijke vaardigheden, communicatievaardigheden, netwerkvaardigheden, leervaardigheden, en creatieve, kritische en strategische denkvaardigheden, beoordelen de meeste deelnemers zichzelf als voldoende of veel geïnformeerd, bekwaam en ervaren. Anderzijds worden alle ondernemersvaardigheden in voldoende of ruime mate als belangrijk beschouwd om te verbeteren.

Wat de ondernemerskenmerken betreft, beoordeelt 57% van de deelnemers hun ondernemerspassie, -motivatie en -veerkracht op een voldoende niveau. Evenzo vindt 53% van de deelnemers dat ze voldoende enthousiasme, energie, flexibiliteit, zelfeffectiviteit, leiderschapscapaciteiten en wilskracht hebben. Mensen zijn echter niet zelfverzekerd over kenmerken als onzekerheid en ambiguïteitstolerantie. Een positieve houding ten opzichte van zelfwerkzaamheid, zelfvertrouwen, initiatief, innovatiegerichtheid, creativiteit, de neiging om risico's te nemen, financiële risicotolerantie en leiderschapscapaciteiten worden beschouwd als belangrijke kenmerken om te verbeteren.

Wat de belemmeringen betreft, wordt geen van de opgesomde belemmeringen daadwerkelijk als een ernstige belemmering gezien. Culturele belemmeringen, moeilijkheden bij het gebruik van technologie, gebrek aan marketingideeën, en gebrek aan managementvaardigheden worden niet als sterke belemmeringen gezien. Gebrek aan netwerk, marktbelemmeringen, gebrek aan kennis over financiële bronnen en hoe deze te bereiken, bureaucratische belemmeringen en individuele belemmeringen zijn relatief sterkere belemmeringen.

Wat het opleidingsgedeelte betreft, worden bijna alle methoden door meer dan 80% van de deelnemers als belangrijk genoeg of belangrijk genoeg beoordeeld om het ondernemerschap te bevorderen. Ook het uitdagen van de cursist om zijn/haar volledig potentieel te verkennen, het uitdagen van de cursist om zich meer bewust te worden van zijn/haar persoonlijke sterke en zwakke punten, het doen van een beroep op zijn/haar creativiteit, het beschouwen van fouten als leermogelijkheden in plaats van mislukkingen, het aanmoedigen van kritisch denken, praktijkstages, workshops, video's en conferenties, dat zijn 7 van de 14 activiteiten ter bevordering van ondernemersactiviteiten, worden door meer dan 50% van de deelnemers als "veel" belangrijk beschouwd. Over het algemeen worden alle activiteiten als overheersend belangrijk beschouwd.

Ten slotte worden alle andere vormen van ondersteuning, evaluatie van ondernemersvaardigheden en -eigenschappen, keuze en structurering van het idee voor de onderneming, markt- en produktanalyse, bedrijfsplan en proefproject van het ondernemersidee, en het bereiken van duurzaamheid van de fasen van het ondernemersidee door meer dan 80% van de deelnemers als belangrijk genoeg of van een hoog niveau beoordeeld. Hieruit blijkt dat de deelnemers het belang van opleiding voor de bevordering van het ondernemerschap inzien.

TURKIJE

In het geval van Turkije is 53,6% van de deelnemers man, en 46,4% vrouw. De gemiddelde leeftijd van de deelnemers is ongeveer 28 jaar. 46,2% van de deelnemers heeft een universitaire opleiding (master, doctoraat), 42,3% een bachelor- of masteropleiding, 7,7% een opleiding op leerlingniveau en 3,8% een opleiding op middelbaar/middelbaar schoolniveau. 27% van de deelnemers is geïnteresseerd in sociaal ondernemerschap. Deelnemers die geïnteresseerd zijn in sociaal ondernemerschap willen werken op gebieden als yoga en meditatie, immigranten en onderwijs. Er zijn mensen die een opleiding hebben gevolgd met betrekking tot ondernemerschap; zij vormen echter een zeer klein percentage. Daarnaast heeft 21% van de deelnemers werkervaring.

Wat de ondernemersvaardigheden betreft, is er geen enkele vaardigheid waarvan de deelnemers vinden dat zij er gemiddeld minder dan "voldoende" in kennen, vaardig en ervaren zijn. Voor alle vaardigheden vindt de meerderheid van de deelnemers zichzelf "voldoende", of "veel" vaardig. Wat de verbetering van deze vaardigheden betreft, worden alle vaardigheden door 50% van de deelnemers of meer beoordeeld als "voldoende" of "veel" noodzakelijk om te verbeteren. Vaardigheden op het gebied van de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten, managementvaardigheden en zakelijke vaardigheden zijn drie vaardigheden die volgens 90% of meer van de deelnemers op een hoog niveau moeten worden verbeterd.

Wat de ondernemerskenmerken betreft, is er een vergelijkbaar patroon als bij de ondernemersvaardigheden. Uit de antwoorden van de deelnemers blijkt dat een grote meerderheid van hen een positieve houding heeft ten aanzien van zelfstandig ondernemerschap, ondernemerspassie, enthousiasme, motivatie en de rest van de kenmerken. Er zijn echter enkele kenmerken waarvan weinig deelnemers vinden dat ze er "niets" of "niet veel" van hebben. Het percentage van deze deelnemers is lager in vergelijking met het percentage in ondernemersvaardigheden. De meerderheid van de deelnemers is zelfverzekerd over het hebben van ondernemerskenmerken.

Wat de verbetering van deze kenmerken betreft, is 54% van de deelnemers van mening dat de positieve houding ten aanzien van zelfstandig ondernemerschap en autonomie "sterk" moet worden verbeterd, terwijl 63% van mening is dat de behoefte aan macht "voldoende" moet worden verbeterd. In het algemeen worden alle ondernemerskenmerken als in hoge mate voor verbetering vatbaar beschouwd.

Wat de belemmeringen betreft, beschouwt 54% van de deelnemers ontoereikend onderwijs in ondernemerschap als een belemmering van een "voldoende" niveau. Daarnaast worden culturele belemmeringen, gebrek aan vaardigheden, marktbelemmeringen, moeilijkheden bij het omzetten van ideeën in bedrijven, gebrek aan kennis over financiële bronnen en hoe deze te bereiken, gebrek aan marketingideeën, en bureaucratische belemmeringen door 75% en hoger van de deelnemers als sterke belemmeringen ("voldoende", "veel" niveau) beoordeeld.

In het opleidingsgedeelte is mentoring de topmethode die door 60% van de deelnemers als "veel" belangrijk wordt beoordeeld. Evenzo vindt bijna 50% van de deelnemers startkapitaal en netwerkmogelijkheden belangrijk op een "voldoende" niveau. Anderzijds vindt 33% economische/financiële faciliteiten, succesvoorbeelden en opleiding niet zo belangrijk voor de bevordering van het ondernemerschap.

Wat de activiteiten ter bevordering van de ondernemersactiviteit betreft, zijn netwerkruimten de activiteit die door 90% van de deelnemers als belangrijk op een hoger niveau wordt gekozen. Ten slotte worden de keuze en structurering van het idee voor de onderneming en het bereiken van duurzaamheid van het idee voor de onderneming genoemd als de beste andere vormen van ondersteuning, die door ongeveer 54% van de deelnemers als "veel" belangrijk worden beoordeeld. Alle soorten opleidingsmethoden, activiteiten en andere vormen van ondersteuning worden door de meerderheid van de deelnemers in het algemeen als belangrijk en nuttig beschouwd om het ondernemerschap te bevorderen.

Concluderend kan worden gesteld dat toegang tot financiering, het runnen van een proefbedrijf en kennis van de arbeidsmarkt de belangrijkste vaardigheden zijn die de deelnemers uit alle landen als ontoereikend beschouwen. Ook de tolerantie voor onzekerheid en dubbelzinnigheid, de bereidheid om risico's te nemen en een positieve houding ten opzichte van zelfstandig ondernemerschap zijn de kenmerken die in het algemeen moeten worden verbeterd. Wat belemmeringen en barrières betreft, zijn de moeilijkheden om ideeën in bedrijven om te zetten, het gebrek aan kennis over financiële bronnen en hoe deze te bereiken, het gebrek aan marketing-ideeën en bureaucratische belemmeringen de meest genoemde belemmeringen. Er kunnen extra inspanningen worden geleverd om deze hinderpalen te overwinnen. Tenslotte evalueren de deelnemers uit alle landen allerlei opleidingsmethoden, activiteiten en andere vormen van ondersteuning als zeer belangrijk om het ondernemerschap te bevorderen.

Samenvatting van de enquêteresultaten

Criteria	Ireland	Belgium	France	Portugal	Turkey
Gender	100% male	50% female 50% male	60% female 20% male 20% prefer not to say	77.8% female 22.2% male	46.4% female 53.6% male
Average age	46	34.50	34.40	21.50	28
Education level	100% graduate	100% secondary/ high	40% master's 20% doctorate 40% post-graduate	85.7% undergraduate degree 7.1% secondary education 7.1% post-graduate	46.2% graduate 42.3% undergraduate 7.7% apprenticeship 3.8% secondary education
Interest in social entrepreneurship	0%	100%	40%	93%	27%
Entrepreneurial knowledge, skill, experience necessary to improve	Resource acquisition, Access to finance, Running pilot business, Knowledge of the labor market	Opportunity identification, Opportunity creation, Access to finance, Business planning, Running pilot business, Business skills, Financial skills, Development of new products and services skills, Self-managed planning skills, Self-regulation skills	Opportunity creation, Resource acquisition, Access to finance	Opportunity identification, Opportunity creation, Resource acquisition, Access to finance, Business planning, Running pilot business, Technical skills, Business skills, Financial skills, Marketing skills, Problem solving skills, Development of new products and services skills, Self-managed planning skills, Knowledge of the labor market	Development of new products and services skills, Management skills, Business skills
Entrepreneurial characteristics necessary to improve	Positive attitude towards self-employment, Entrepreneurial passion, Uncertainty and ambiguity tolerance, Intuition, Need for independence, Risk-taking propensity, Financial risk tolerance, Courage, Flexibility, Leadership ability, Organization, Willpower	Enthusiasm, Motivation, Self-confidence, Proactiveness, Initiative, Perseverance, Energy, Innovation orientation, Need for achievement, Risk-taking propensity, Leadership ability, Organization, Willpower	Sense of responsibility, Proactiveness, Uncertainty and ambiguity tolerance, Imagination, Personal control, Willpower	Positive attitude towards self-employment, Self-confidence, Initiative, Innovation orientation, Creativity, Propensity to take risks, Financial risk tolerance, Leadership ability	Positive attitude towards self-employment, Autonomy, Need for power
Obstacles	Lack of skills, Lack of marketing ideas, Bureaucratic	Cultural, Difficulties in transforming ideas into business, Lack of knowledge in financial sources and how to access them, Individual, Lack of management skills	Difficulties in transforming ideas into business, Lack of knowledge in financial sources and how to access them	Lack of network, Market barriers, Lack of knowledge in financial sources and how to access them, Bureaucratic, Individual	Difficulties in transforming ideas into business, Lack of knowledge in financial sources and how to access them, Lack of marketing ideas, Bureaucratic

HOOFDSTUK 3

Leerbehoeften, uitdagingen en motivatie: Analyse van focusgroepen met sociale ondernemers

De focusgroepbijeenkomst werd gehouden op 25 maart via een Zoom Meeting. De bijeenkomst werd gehouden met deelname van jonge sociale ondernemers en twee professoren in een totaal van 9 personen uit Ierland, België, Portugal, Frankrijk en Turkije. De deelnemers en organisaties waaraan zij verbonden zijn, zijn als volgt vertegenwoordigd

- Workplace Innovation Europe Clg (IRE)- Peter Totterdill, Tracy Keogh
- Iscte-Instituto Universitário De Lisboa (PT)- Maria José Sousa, Carla Solé Iglesias
- İnovatif Düşünce Derneği (TR)- Özlem Kızıldağ, Faiz e Yıldız
- Voices Of The World (BE)- Elnaz Shadras, Giulia Antonini
- Association Culturelle Des Jeunes Turcs De Bar Le Duc (FR)- Seray Ural

De meeste deelnemers zijn jonge bachelor- of masterstudenten met veel enthousiasme voor NGO's en vrijwilligerswerk, en sociale projecten.

De focusgroep bestaande uit jonge sociale ondernemers stelde ons in staat om te begrijpen hoe we coöperatieve leeromgevingen kunnen bevorderen, waardoor ze transformatief en inclusief worden door het aannemen van nieuwe methodologieën om de capaciteit van jonge ondernemers te verbeteren en te versterken om te reageren op de uitdagingen waarmee de arbeidsmarkten worden geconfronteerd tijdens de COVID-19 pandemie of in de toekomst zullen worden geconfronteerd.

Voor de geïnterviewde personen is de motivatie om sociale ondernemers te worden dat zij zo gevoelig zijn voor sociale problemen, en dat zij een oplossing voor deze problemen willen bedenken.

"Mijn hele leven was ik vrijwilliger, en toen ik ergens kwam waar ik verstand had van zaken doen, en ik echt gevoelig ben voor sociale problemen, om oplossingen te creëren en een deel van de oplossingen te zijn. Dan weet ik dat ik de business ken en dat ik mijn eigen business kan creëren om zinvol werk te hebben voor mijn carrière."

-Özlem, Turkse ondernemer

Motivatie

Een van de meest interessante punten over de deelnemers aan de focusgroep is dat bijna alle deelnemers hun leven of carrière zijn begonnen op een ander gebied dan sociaal ondernemerschap. Zij beseffen echter dat wat zij in hun leven willen doen, heel anders is dan wat zij nu doen.

"Eigenlijk heb ik na mijn bachelor eerst drie jaar geprobeerd om mijn conventionele carrière voort te zetten. En ik had niet het gevoel dat ik in staat was om mijn eigen beslissingen te nemen. En ik was niet in staat om de impact te hebben die ik wilde hebben. En daarom besloot ik mijn carrière te veranderen en humanitaire actie te gaan studeren. En toen ik hoorde over dit geweldige kleine project dat mijn collega's vorig jaar hadden opgezet, besloot ik dat dit de juiste plek was, omdat we echt supergemotiveerd zijn. We hebben zoveel geweldige ideeën. En ik denk dat het een geweldige kans is om er werk in te steken en dan op een veel directere manier het resultaat van je acties te zien.

-Carla, Spaanse onderneemster

Een andere deelneemster heeft hetzelfde vraagproces doorgemaakt en is tot het besef gekomen dat het begrip geluk haar meer na aan het hart ligt dan internationale betrekkingen te studeren. Op een dag wordt ze wakker en ervaart de verlichting dat ze een deel van de oplossing wil zijn en geen deel van het probleem. Ze beschouwt werken tegen onrechtvaardigheid als de beste manier om oplossingen te creëren. Daarom begint ze haar carrière als sociaal ondernemer bij een NGO die hulp biedt aan migrantenvrouwen.

"Ik ben geen sociaal ondernemer, of ik zeg graag dat ik nog geen sociaal intrapreneur ben. Maar ik zou het graag op een dag zijn."

Anderzijds verklaart een Ierse onderneemster, die een non-profitorganisatie leidt die oplossingen biedt voor werkgelegenheid op afstand, dat haar reden om zich met sociaal ondernemerschap bezig te houden eerder voortkwam uit frustratie dan uit motivatie.

"Het was geen motivatie. Het is een frustratie. Dus het was de frustratie dat het probleem niet was opgelost."

Zij begon haar carrière als sociaal ondernemer omdat zij het niet kan uitstaan dat er een probleem is en er geen poging wordt ondernomen om het probleem op te lossen.

Uitdagingen

Tijdens de bijeenkomst werden enkele van de uitdagingen en obstakels besproken waarmee sociale ondernemingen en sociale ondernemers te maken kunnen krijgen. Een daarvan is het bereiken van fondsen. Tracy, uit Ierland, die een non-profit organisatie runt, gaf aan dat bedrijven met winstoogmerk meer financiering krijgen dan bedrijven of organisaties zonder winstoogmerk. Er waren situaties waarin haar organisatie geen financiering kreeg vanwege de non-profit structuur. Non-profitorganisaties lijken misschien meerdere fondsen te krijgen, maar over het algemeen is het bedrag van de fondsen klein, zoals 20.000-30.000. De bedrijven die soortgelijke bedrijven runnen hebben toegang tot fondsen ter waarde van 80 miljoen, 150 miljoen, en 200 miljoen.

"Bedrijven in ons vakgebied halen 80 miljoen 150-250 miljoen op, en wij hebben het nog over 50.000."

-Tracy, Iers ondernemer

Carla, uit Portugal, studeert net als Tracy humanitaire actie en verklaart dat de grootste uitdaging waarmee zij worden geconfronteerd de financiering is. Zij hebben problemen met de financiering van hun projecten. Als jonge NGO is het belangrijkste obstakel voor hen dat ze niet eerder een goedgekeurd project hebben gehad als bewijs van ervaring. Aangezien zij dit obstakel niet kunnen overwinnen, besluiten zij hun strategie te wijzigen en alleen projecten aan te vragen waarvoor zij partners hebben die reeds enkele goedgekeurde projecten hebben. Daardoor kan gemakkelijker goedkeuring voor fondsen worden verkregen.

Anderzijds runt Seray, uit Frankrijk, een bedrijf dat milieuvriendelijke producten met een positieve impact produceert. Zij vertelt dat er voor startende ondernemingen de mogelijkheid bestaat om van de overheid geld te krijgen ter waarde van 30.000 euro. Het is echt een goede kans om met dit geld te beginnen, want zonder een grote investering is het echt moeilijk om het product te vervaardigen. Als je eenmaal met de productie bent begonnen, is het gemakkelijker om investeerders te vinden. Daarom volgen Seray en haar bedrijf deze trend. Ze hebben een optimistische kijk op de financieringssituatie. Ze zitten in een incubator genaamd Station F. Hier hebben ze ook een R&D lab.

Özlem, uit Turkije, die in een sociale onderneming in Duitsland werkt, zegt dat voor een sociale ondernemer die niet veel ervaring heeft, financiële kwesties echt moeilijk zijn. Investeerders willen de begroting en de sociale impact zien. Ze willen weten waar ze voor betalen. Daarom ging Özlem naar Duitsland om te leren over het werven van fondsen en om andere manieren te bedenken om haar strategie te veranderen. In het Turkse ecosysteem zijn deze niet erg gebruikelijk. Turkije is niet vertrouwd met sociaal ondernemerschap. Ondernemers moeten zichzelf uitleggen aan investeerders, mensen en zelfs aan de wet. Dit is een groot obstakel voor sociale ondernemingen en sociale ondernemers in Turkije.

Bovendien heeft een vrouwelijke ondernemer statistisch gezien meer moeilijkheden en problemen Tracy-staten. Het is voor vrouwen moeilijker om financiering te krijgen. Aan de andere kant denkt Elnaz, uit België, dat het afhangt van waar je financiering zoekt.

"Als het bijvoorbeeld gaat om financiering door de regionale overheid, herinner ik me dat een jonge dame en een andere NGO waarmee ik samenwerkte eens zeiden: als we iets willen doen dat ook maar enige invloed heeft op genderkwesties, politieke kwesties, wat dan ook, dan zullen ze ons niet vinden. Maar als we iets met de bakkerij willen doen, dan financieren ze ons wel."

Zij is het met Tracy eens en zegt dat zij na één poging, twee pogingen en zoveel pogingen heeft gemerkt dat er een patroon is voor vrouwelijke ondernemers

Tijdens de bijeenkomst worden mogelijke uitdagingen en obstakels voor sociale ondernemingen en ondernemers besproken. Financiering en financiering lijken het grootste obstakel te zijn waar ngo's en non-profitorganisaties mee te maken krijgen. Ook het ecosysteem waarin sociale ondernemingen zich ontwikkelen is van belang. Het is belangrijk dat er een sfeer heerst waarin de concepten van sociale ondernemingen en ondernemerschap worden begrepen. Alleen dan kunnen andere obstakels worden overwonnen. Bovendien blijft het geslacht een belangrijke factor bij het runnen van een sociale onderneming. Vrouwen ondervinden in elke fase van een onderneming meer moeilijkheden dan mannelijke ondernemers, vooral bij het vinden van fondsen.

KEYWORDS: financiering, NGO, sociaal ondernemerschap, sociale waarde, vrouwelijke ondernemer, deel uitmaken van de oplossing, motivatie, ongelijkheid, migrant, nonprofit, sociaal ondernemer, genderdiscriminatie, ervaring, project

HOOFDSTUK 4

Geschiedenis, wettelijk kader, meting, ecosysteem en toekomstige trends: Landenanalyse van Sociaal Ondernemerschap

Tot de werkterreinen van sociale ondernemingen behoren sociale werkvoorziening en sociale werkplaatsen, het verlenen van sociale diensten en gezondheidszorg, sociale bijstand en zorgdiensten van algemeen belang, onderwijs, met name van kleuter- tot middelbaar onderwijs. Er is een sterke nadruk op welzijn, maar sociale ondernemingen houden zich ook bezig met lokale en gemeenschapsontwikkeling en nieuwere werkterreinen, zoals milieubescherming en -bevordering, gebruik van hulpbronnen en eerlijke handel. Tot de doelgroepen behoren werklozen, NEET, personen met een handicap, kinderen en jongeren, ouderen, slachtoffers van huiselijk geweld, ex-gedetineerden, risicjongeren, mensen die in armoede leven en sociaal zijn uitgesloten, gezinnen, gemeenschappen en gebieden.

1 Contextualisering

In deze paragraaf bespreken we enkele van de relevante definities om de rol van sociaal ondernemerschap in Portugal te begrijpen, zoals sociale economie en sociale ondernemingen.

Om te beginnen is het belangrijk een onderscheid te maken tussen sociaal ondernemerschap en sociale ondernemingen. Volgens de Europese Commissie (2020) voeren sociale ondernemingen "commerciële activiteiten uit (ondernemende/economische dimensie) om een sociaal of maatschappelijk gemeenschappelijk goed te verwezenlijken (sociale dimensie) en hebben zij een organisatie- of eigendomsstelsel dat hun missie weerspiegelt (dimensie inclusief bestuur/eigendom)". Bovendien zijn er in de praktijk verschillen tussen landen, namelijk op het gebied van nationale wetgeving, politieke strategieën, academisch niveau en voor sociale ondernemers zelf.

Volgens het Initiatief voor Sociaal Ondernemerschap, een programma dat in 2011 door de Europese Commissie is gelanceerd, vallen onder sociale ondernemingen de volgende soorten ondernemingen: Degenen voor wie de sociale of maatschappelijke doelstelling van het algemeen welzijn de reden is voor de commerciële activiteit, vaak in de vorm van een hoog niveau van sociale innovatie; Degenen waarvan de winst voornamelijk opnieuw wordt geïnvesteerd om deze sociale doelstelling te bereiken; Degenen waarbij de wijze van organisatie of het eigendomsstelsel de missie van de onderneming weerspiegelt, met gebruikmaking van democratische of participatieve beginselen of gericht op sociale rechtvaardigheid.

Ondanks hun diversiteit zijn sociale ondernemingen hoofdzakelijk actief op de volgende 4 gebieden:

- **Arbeidsintegratie** - opleiding en integratie van gehandicapten en werklozen;
- **Persoonlijke sociale diensten** - gezondheid, welzijn en medische zorg, beroepsopleiding, onderwijs, gezondheidsdiensten, kinderopvang, diensten voor ouderen, of hulp voor kansarmen;
- **Plaatselijke ontwikkeling van achtergestelde gebieden** - sociale ondernemingen in afgelegen plattelandsgebieden, buurtontwikkelings-/rehabilitatieprogramma's in stedelijke gebieden, ontwikkelingshulp en ontwikkelingssamenwerking met derde landen;
- **Overige** - waaronder recycling, milieubescherming, sport, kunst, cultuur of historisch behoud, wetenschap, onderzoek en innovatie, consumentenbescherming en amateursport.

De term sociaal ondernemerschap wordt geassocieerd met innovatie met een sociaal doel. Carraher & Welsh (2015) definiëren sociaal ondernemerschap als het proces waarbij middelen op een innovatieve manier worden ingezet om sociale verandering te veroorzaken, inspeland op sociale behoeften. Het concept van sociaal ondernemerschap omvat vier perspectieven: sociale waarde, welzijnsinbedding, internationalisering, en het institutionele perspectief (Ferreira et al. , 2016).

2 Analyse per land

PORTUGAL

In Portugal is de sociale economie in de grondwet verankerd. De grondwettelijke normen garanderen

het naast elkaar bestaan, op hetzelfde niveau, van drie sectoren die de Portugese economie structureren: Publieke Economie; Particuliere Economie; Coöperatieve, en Sociale Economie, die in wezen overeenkomt met wat nu bekend staat als de sociale economie.

Meer in het bijzonder omvat de sociale economie:

- De productiemiddelen die eigendom zijn van en beheerd worden door coöperaties, met inachtneming van de coöperatieve beginselen, onverminderd de bij wet vastgestelde specifieke kenmerken voor coöperaties met overheidsparticipatie, die gerechtvaardigd zijn door hun bijzondere aard;
- Communautaire productiemiddelen, eigendom van en beheerd door lokale gemeenschappen;
- De productiemiddelen die collectief door arbeiders worden geëxploiteerd;
- De productiemiddelen die eigendom zijn van en beheerd worden door vennootschappen zonder winstoogmerk waarvan het hoofddoel de maatschappelijke solidariteit is, namelijk entiteiten met een onderling karakter

De oprichting van de Lei de Bases para a Economia Social (LBES), in 2013, draagt ook bij tot de institutionele en juridische erkenning van deze sector. Deze algemene wet stelt de sociale economie voor als de ruimte die wordt gevormd door een geheel van economische en sociale activiteiten die vrij door verschillende entiteiten worden uitgeoefend. Kortom: de sociale economie omvat een brede waaier van economische activiteiten. Het begrip sociale onderneming heeft de betekenis van een commerciële onderneming met sociale doelstellingen of een mix van organisaties uit de sociale economie en commerciële ondernemingen (Sílvia Ferreira, 2019).

Wettelijk kader

Er is niet één rechtsvorm voor sociale ondernemingen in Portugal. Volgens de LBES nemen zij echter meestal een van de volgende vormen aan;

Coöperaties Onderlinge Verenigingen

Heilige Huizen van Barmhartigheid Stichtingen

Associaties met altruïstische doelen

Entiteiten die vallen onder de subsectoren Gemeenschap en zelfbeheer IPSS's (Particuliere Instellingen voor Sociale Zekerheid)

Metten van sociale ondernemingen

In 2016 was de bruto toegevoegde waarde (BrTW) van de sociale economie goed voor 3,0% van de totale bruto toegevoegde waarde, een stijging van 14,6% in vergelijking met 2013. Deze groei was hoger dan de groei die in dezelfde periode werd waargenomen in de Portugese economie (8,3%). De sociale economie was goed voor 5,3% van de totale beloning van werknemers en werkgelegenheid en 6,1% van de werknemers van de economie. In vergelijking met 2013 is de beloning van werknemers en werkgelegenheid in de Sociale Economie met respectievelijk 8,8% en 8,5% gestegen, wat dynamischer is dan de totale economie (respectievelijk 7,3% en 5,8%).

Er werden 71.885 sociale entiteiten geregistreerd, wat neerkomt op een stijging met 17,3% in vergelijking met 2013. Per groep van entiteiten van de sociale economie waren verenigingen met altruïstische doelstellingen relevanter in termen van aantal entiteiten (92,9%), bruto toegevoegde waarde (60,1%), vergoeding van werknemers (61,9%) en werknemers (64,6%).

Figuur 4: Belangrijkste indicatoren per rechtengroep (2016)

Social Economy groups	Kind of activity units		Gross Value Added (GVA)	Compensation of employees	GVA / FTE	Average compensation of employees
	No	FTE				
Cooperatives	2,343	24,402	604,241	572,240	24.8	23.5
Mutual Associations	97	4,842	387,971	212,094	80.1	43.8
Holy Houses of Mercy	387	39,445	596,630	555,267	15.1	14.1
Foundations	619	14,113	332,321	304,296	23.5	21.6
Associations with Altruistic Goals	1,678	305	1,174	3,795	3.9	12.4
Community and Self Management Subsectors	66,761	151,779	2,896,871	2,673,894	19.1	17.6
Social Economy	71,885	234,886	4,819,210	4,321,587	20.5	18.4
National economy	-	3,839,523	162,226,133	81,854,147	42.3	21.3
Social Economy/ National economy	-	6.1%	3.0%	5.3%	48.6%	86.3%

Ecosysteem

Hieronder worden enkele van de belangrijkste actoren in het systeem van sociale ondernemingen gepresenteerd, waaronder overheids-, partnerschaps- en sectoriële organen, infrastructuurorganisaties, opleidings- en onderzoeksinstituten en -initiatieven, starterscentra, netwerken en platforms, en tussenpersonen.

Gouvernementele instellingen

- Ministerie van Solidariteit, Werkgelegenheid en Sociale Zekerheid
- Ministerie van Economische Zaken
- Secretaria de Estado de Segurança Social
- Secretaria de Estado do Emprego
- IAPMEI- Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

Partnerschappen en organen voor de sociale en burgerdialog

- PAES
- SEA- Agencia de Empreendedores Sociais
- Social Lab- Fundação EDP
- Coopjovem (door CASES)
-

Broedstoven

- CASES
- CNES
- Comissão Permanente do Setor Social e Solidário
- Conselho Económico e Social
-

Toekomstige trends

In de voorgestelde maatregelen kan een toename van de bezorgdheid over sociale doelen en het belang van de sociale economie worden vastgesteld. Sommige specialisten wijzen er echter op dat de openstelling van deze bedrijven voor particuliere fondsen negatieve gevolgen kan hebben, omdat zij zich opnieuw op winst kunnen richten, wat een afwijking kan betekenen van de belangrijkste doelstellingen en oogmerken van de sociale economie. Het ontbreken van een wettelijke definitie is de belangrijkste belemmering voor de ontwikkeling van de sociale economie en, bijgevolg, sociaal ondernemerschap. Ondanks de aanwezigheid van de term in het kader van de structuur- en investeringsfondsen van de EU - namelijk Portugal 2020 - en in het kader van overheidsopdrachten, is het nog steeds nodig om te werken aan een duidelijk rechtskader en een duidelijke definitie voor sociale ondernemingen.

FRANKRIJK

Historische ontwikkeling

De term sociale onderneming wordt in Frankrijk niet algemeen gebruikt, hoewel Frankrijk een pionier is geweest in de ontwikkeling van het concept sociale economie. De geschiedenis van de sociale en solidaire economie in Frankrijk gaat terug tot de tijd van het Ancien Régime en de Middeleeuwen, toen het netwerk van liefdadigheids- en onderwijsorganisaties werd opgericht door de katholieke kerk en kloosterorden. Ambachtelijke organisaties ontwikkelden zich samen met andere broederlijke organisaties die het begin betekenden van wederzijdse sociale bescherming. Tijdens de Franse Revolutie van 1789 werd deze ontwikkeling echter ernstig onderbroken door het verbod op bemiddelende instanties.

In de eerste helft van de 19e eeuw werd een massaal deel van de loontrekkende bevolking geproletariseerd door de groei van het industriële kapitalisme, zodat de eerste arbeidersopstanden ontstonden. De staat moest verplicht worden deze bewegingen te dulden en vervolgens te erkennen. Onderlinge hulporganisaties en arbeidersvakbonden ontstonden aanvankelijk in het geheim, maar werden later openlijk actief na het opheffen van de strafbaarstelling van het sluiten van bondgenootschappen. De eerste collectieve inspanningen voor de voorziening in eerste levensbehoeften waren de verbruikerscoöperaties. Zij namen de verantwoordelijkheid op zich om te voorzien in basisproducten zoals voedsel en kleding, aangezien de middelen van bestaan ontoereikend waren.

Het begrip "solidaire economie" wordt al sinds het eind van de jaren zestig op grote schaal gebruikt. Tegenwoordig worden de twee termen "sociale economie" en "solidaire economie" vaak aan de sociale economie toegeschreven. Zij vormen samen de term "sociale en solidaire economie" (SSE).

Sinds het begin van de jaren 2000 is het concept van de sociale economie aanzienlijk geëvolueerd. Vooral onder invloed van het Angelsaksische en in het bijzonder van het Amerikaanse concept van sociaal ondernemerschap, dat sterk de nadruk legt op het idee van leiderschap, wordt sociaal ondernemen vandaag in Frankrijk gemotiveerd (Defourny en Nyssens, 2011).

Wettelijk kader

De kaderwet inzake sociale en solidaire economie die in 2014 is aangenomen, is de belangrijkste en meest recente juridische ontwikkeling in Frankrijk. Het rechtskader met betrekking tot de sociale en solidaire economie is vrij complex en gediversifieerd. Ze kunnen als volgt worden ingedeeld:

Verenigingen Coöperaties

- -Collectieve belangencoöperatie (société coopérative d'intérêt collectif - SCIC)
- -Coöperaties van activiteit en werkgelegenheid (coopératives d'activité et d'emploi CAE)
- -Persoonscoöperaties
- Onderlinge stichtingen
-
- Het meten van sociale ondernemingen

Volgens de gegevens van 2015 bedraagt het aantal verenigingen met minimaal één werknemer en met meer dan 25% van de marktmiddelen 83 000, waaronder 2 610 WISE's met een associatieve vorm. Wat coöperaties betreft, worden SCIC's, CAE's, coöperaties van personen en WISE's met een SCOP-vorm onderzocht. In dit verband worden gegevens van twee verschillende jaren gebruikt. Volgens de gegevens van 2017 zijn er 50 WISE's met een SCOP-rechtsvorm in Frankrijk. Anderzijds waren er in 2015 500 SCIC's, ongeveer 100 CAE's en 2000 personencoöperaties. Daarnaast werken er in totaal 65 000 betaalde werknemers in coöperaties. Het aantal ondernemingen in de vorm van onderlinge maatschappijen wordt gemeten als 8.000 met 121.249 betaalde werknemers op basis van gegevens van 2015. In het geval van stichtingen zijn er 1.600 ondernemingen met 83.000 betaalde werknemers, opnieuw op basis van gegevens van 2015.

Figuur 5: Geschat aantal sociale ondernemingen in Frankrijk

Legal type	Reference year	Number of enterprises	Number of paid workers (Full time equivalent)
Associations with minimum one employee and >25% market resources (including WISEs with an associative form)	2015	83,000 (including approximately 2,610 WISEs that have an associative form)	NA
Cooperatives (SCIC, CAE, persons cooperatives and WISEs with a SCOP form)	2017 for WISEs 2015 for other types	500 SCICs 50 WISEs with a SCOP legal form Around 100 CAEs Around 2,000 persons cooperatives	65,000 (with 54,000 S for SCIC et SCOP)
Mutuals	2015	8,000	121,249
Operating foundations	2015	1,600	83,000
Commercial enterprises of social utility within the SSE (ESUS)	2017	193	NA
WISEs with a commercial form	2017	1,200 (approximately)	NA
TOTAL	-	96,603	1,731,400

Ecosysteem

Aangezien de sociale en solidaire economie in Frankrijk een gevestigd en gesofisticeerd concept is, bestaat het ecosysteem dat haar omringt en beïnvloedt uit verschillende actoren. Enkele van deze belangrijke actoren worden hieronder weergegeven.

Gouvernementele instellingen

- Ministère de la Transition écologique et solidaire
- Plaatselijk Begeleidingsdepot (Dispositif local d'accompagnement - DLA), opgericht door de staat (DGEFP-opleiding) en de Caisse des Dépôts
- DGCS (sociale cohesie)
- CGET (gebieden)

Organisaties die keurmerken voor sociaal ondernemen promoten, certificeren en toekennen

- DIRECCTE geeft de ESUS-accreditatie vrij CRESS realiseert, actualiseert en publiceert de lijst van
- ondernemingen van de sociale economie als omschreven in artikel 1 van de wet van 2014

Instellingen, initiatieven van de civiele samenleving, denktanks of andere sociale

- Labo de l'économie sociale et solidaire (ESS)
 - AVISE
 - Fonda
 - Beweging Associatif
- Réseau des territoires pour l'économie solidaire (RTES)

Toekomstige trends

Hoewel overheidsregelingen en steunprogramma's de sociale en solidaire economie ten goede komen, bestaan er grote regionale en territoriale verschillen in de ontwikkeling, uitvoering of toegang tot overheidssteunregelingen op lokaal niveau. Het is van cruciaal belang om alle in aanmerking komende organisaties gelijke toegang tot steunregelingen te bieden door lering te trekken uit de goede praktijken van geselecteerde regio's. Bovendien is een grote meerderheid van de sociale ondernemingen in Frankrijk kleinschalig en niet op groei gericht, ook al moeten ze groeien.

Daarom is het ontwikkelen van geschikte schaalvergrotingsstrategieën, terwijl hun sociale missie wordt beschermd, een andere toekomstige uitdaging. Concluderend kan worden gesteld dat de sociale en solidaire economie in Frankrijk kan worden verbeterd door te zorgen voor gelijke toegang tot publieke regelingen en steunprogramma's voor alle organisaties die daarvoor in aanmerking komen en door sterke schaalstrategieën te ontwikkelen.

BELGIË

Historische ontwikkeling

De associatietraditie is de eerste historische traditie die de activiteiten en conceptualisering van sociaal ondernemerschap heeft beïnvloed. Historisch gezien is de Belgische verenigingssector vrij dynamisch geweest, en hij is uitgegroeid tot een fundamentele pijler van de Belgische samenleving.

De verenigingsvorm werd formeel erkend in het begin van de twintigste eeuw, na de erkenning van de vrijheid van vereniging in de negentiende eeuw. Het Burgerlijk Wetboek controleert de associatieve vorm (in het Nederlands vereniging zonder winstoogmerk - VZW; in het Frans association sans but lucratif - ASBL), waarbij wordt opgemerkt dat het een particuliere verzameling van personen is die geen politiek gewin voor haar leden nastreeft.

In 2019 is deze wet ingrijpend gewijzigd. 1 In het vennootschapsrecht is thans het recht van de verenigingen opgenomen. Deze verenigingen kunnen, net als ondernemingen, als hoofdactiviteit economische activiteiten van industriële of commerciële aard ontwikkelen, in tegenstelling tot wat vroeger was toegestaan.

Wettelijk kader

In België zijn er geen aparte rechtsvormen voor sociale ondernemingen. De juridische status van "onderneming met een sociaal oogmerk" werd in 1995 ingevoerd. Elke commerciële onderneming (coöperatie of vennootschap in handen van investeerders) die een sociaal doel nastreeft in plaats van "de verrijking van [haar] leden" en die een reeks vooraf vastgestelde normen volgt, kan deze status krijgen. De juridische benaming "maatschappij voor sociale doeleinden" wordt echter niet algemeen gebruikt. Er is momenteel geen nationaal beleidsdocument dat de groei van sociale ondernemingen ondersteunt. De taak van de "sociale economie" werd eerder dit jaar in het kader van de uitvoering van de zesde staatshervorming volledig van de federale staat naar de gewesten overgeheveld.

Er zijn echter grensgevallen van organisaties en gebieden die dicht bij de overheidssector staan, zoals verenigingsziekenhuizen en -scholen, waarvan de praktijken zwaar door de staat worden gecontroleerd. Niettemin blijft de non-profitsector, zelfs wanneer deze verenigingsscholen en -ziekenhuizen buiten beschouwing worden gelaten, aanzienlijk. Naast onderwijs zijn gezondheidszorg (ziekenhuizen en andere instellingen), persoonlijke dienstverlening, cultuur en sport andere belangrijke werkterreinen van verenigingen. Zelfs met steun van de overheid is het steeds gebruikelijker geworden dat verenigingen zich meer als ondernemers gaan gedragen.

Strategieën voor overheidssteun aan sociale ondernemingen

Er bestaan in België talrijke steunprogramma's van de overheid voor de groei van de sociale economie en sociale ondernemingen. Hieronder vindt u een overzicht van de talrijke federale en regionale overheidsprogramma's die sociale ondernemers bijstaan. De volgende diensten worden aangeboden door overkoepelende organisaties die de integratie van een sociaal ondernemer in de markt bevorderen.

- i. Pre-start begeleiding*
- ii. Bewustmaking (prijzen)*
- iii. Onderwijs in sociaal ondernemerschap (bv. school voor sociale ondernemers)*
- iv. Bedrijfsondersteuning (bv. bedrijfsplanning, managementvaardigheden, marketing, enz.)*
- v. Specifieke financiële instrumenten*
- v. Fysieke infrastructuur (bv. gedeelde werkruimte)*
- vi. Samenwerkingsverbanden en toegang tot markten*
- vii. Netwerken, kennis delen, initiatieven voor wederzijds leren*

Ecosysteem

In de Belgische sector van het sociaal ondernemerschap speelt de overheid een belangrijke rol. Hoewel er enkele federale bevoegdheden bestaan, worden de meeste taken in verband met sociaal ondernemerschap uitgevoerd door regionale overheden. De federale regering, de deelstaten en de gewesten/gemeenten hebben in 2000 en 2005 overeenkomsten gesloten om de samenhang van het overheidsbeleid te garanderen: de eerste overeenkomst was gebaseerd op de sociale economie, de tweede op de "meervoudige economie", die ook sociale ondernemingen en maatschappelijk verantwoord ondernemen omvat.

Een andere vorm van overheidssteun voor sociale ondernemingen is overheidsopdrachten. In een regeringsarrest uit 2014 zijn de verschillende systemen en manieren vastgelegd via welke dit in de praktijk kan worden gerealiseerd. Specifieke soorten sociale ondernemingen hebben netwerken en federaties opgericht om hun steun en erkenning te vergroten, diensten aan te bieden en onderlinge interactie te stimuleren.

Het onderwijs in sociaal ondernemerschap wordt in België bevorderd. Cursussen en activiteiten in scholen voor hoger onderwijs die professionele bacheloropleidingen organiseren, voornamelijk in sociaal werk, dragen bij tot de bevordering van sociaal ondernemerschap.

Een niet-uitputtende lijst van structuren die opleidingen in verschillende vormen aanbieden, omvat Sociale InnovatieFabriek, Oksigen Lab, Escala, SAW-B, Unipso, Agès, Ashoka, enz. Daarnaast wordt het concept van innovatief sociaal ondernemerschap ook op scholen onderwezen.

Er bestaan verschillende steuninitiatieven in de regio Vlaanderen:

- Het Subsidieagentschap voor Werk en Sociale Economie (VSAWSE)
- Trividend (Vlaams Participatiefonds voor de Sociale Economie)
- Het Sociaal Investeringsfonds (SIFO)

Verschillende steuninitiatieven die worden aangeboden in de regio Wallonië en Brussel:

- SOWECSOM (Société Wallonne d'Economie Sociale Marchand)
- BRUSOC (Brussels Hoofdstedelijk Gewest)
- De Prijs van de Sociale Economie wordt georganiseerd in samenwerking met CERA
- Credal

IERLAND

Een niet-uitputtende lijst van structuren die opleidingen in verschillende vormen aanbieden, omvat Sociale InnovatieFabriek, Oksigen Lab, Escala, SAW-B, Unipso, Agès, Ashoka, enz. Daarnaast wordt het concept van innovatief sociaal ondernemerschap ook op scholen onderwezen.

Er bestaan verschillende steuninitiatieven in de regio Vlaanderen:

- Het Subsidieagentschap voor Werk en Sociale Economie (VSAWSE)
- Trividend (Vlaams Participatiefonds voor de Sociale Economie)
- Het Sociaal Investeringsfonds (SIFO)

Verschillende steuninitiatieven die worden aangeboden in de regio Wallonië en Brussel:

- SOWECSOM (Société Wallonne d'Economie Sociale Marchand)
- BRUSOC (Brussels Hoofdstedelijk Gewest)
- De Prijs van de Sociale Economie wordt georganiseerd in samenwerking met CERA
- Credal

IrSociale ondernemingen in Ierland worden doorgaans in de volgende termen gekarakteriseerd (Caffrey, 2020; Forfás, 2013):

- Gemaakt om sociale, maatschappelijke of milieu-effecten te bereiken in plaats van te maximaliseren winst voor eigenaars of aandeelhouders.
- Handel door de levering van goederen en/of diensten, waarbij overschotten worden geherinvesteerd in de verwezenlijking van hun sociale doelstellingen.
- Onafhankelijk van de regering.
- Geleid op een volledig verantwoordelijke en transparante manier.

Wettelijk kader

Er is geen definitie van sociale onderneming in het Ierse vennootschapsrecht. Veel Ierse sociale ondernemingen zijn Companies Limited by Guarantee, waarin de directeuren een minimale aandelenwaarde bezitten (meestal 1 euro) en geen dividend mogen uitkeren.

Sommige werknemers- en consumentencoöperaties, die geen winst uitkeren aan aandeelhouders en zijn opgericht om een duidelijk sociaal effect te sorteren, kunnen ook als sociale ondernemingen worden aangemerkt. Hoewel coöperaties betrekkelijk weinig talrijk zijn, hebben ze een aparte rechtsvorm in het kader van de Industrial and Provident Societies Act van 1893, waarin specifieke beginselen zijn vastgelegd op basis van democratische controle door de leden. Leden" worden gedefinieerd als werknemers in het geval van werknemerscoöperaties en lidmaatschap staat open voor alle gebruikers van diensten in het geval van consumentencoöperaties.

In de bredere non-profit sector hebben geregistreerde liefdadigheidsinstellingen een aparte rechtsvorm die hen beschermt tegen vennootschapsbelasting, maar over het algemeen hun mogelijkheden beperkt om commerciële zaken te doen. Sommige liefdadigheidsinstellingen hebben ervoor gekozen sociale ondernemingen te verzelfstandigen om handelsactiviteiten te ontwikkelen, waarbij zij Companies Limited by Shares of Companies Limited by Guarantee oprichten en de aandelen behouden.

Het meten van sociale ondernemingen

De diversiteit van de sector maakt het moeilijk om de ware omvang en reikwijdte van sociale ondernemingen te begrijpen. Eerdere studies (CPA, 2018; Benefacts Analysis, 2019) suggereren dat er ongeveer 29.300 organisaties in de gehele non-profitsector in Ierland zijn, die 13,8 miljard euro aan economische activiteit bijdragen en goed zijn voor ten minste 25.000 banen. Er zijn echter geen betrouwbare middelen om specifieke gegevens over sociale ondernemingen uit te splitsen van de not-for-profit sector als geheel. Een voor medio 2022 geplande telling moet meer betrouwbare gegevens over de sector opleveren.

Publiek beleid

Ierland beschikt over een stevig verankerd kader voor de oprichting en ondersteuning van ondernemingen, waaronder programma's voor economische ontwikkeling van lokale overheden, Local Enterprise Offices (LEO's) en Local Development Companies. Op nationaal niveau biedt Enterprise Ireland een reeks aanvullende diensten aan, met name voor startende ondernemingen met een groot groeipotentieel.

Voortbouwend op eerdere stappen in de richting van een meer omvattend beleidskader, vormt het nationale beleid voor sociale ondernemingen voor Ierland 2019-2022 een belangrijke drempel in de steun van de regering voor sociaal ondernemerschap, zij het dat de volledige uitvoering ervan nog onvolledig is. Het beleid erkent dat sociale ondernemingen zich onderscheiden van de bredere non-profitsector in die zin dat zij veel overeenkomsten vertonen met handelsondernemingen met winstoogmerk, en wijst op de noodzaak om meer bekendheid te geven aan hun specifieke aard en doel. Tegelijkertijd erkent het beleid dat de bedrijfssteun die op sociale ondernemingen is gericht, achterblijft bij die welke voor gewone bedrijven beschikbaar is.

Ecosysteem

De groei van de sector is gepaard gegaan met een grotere "organisatiedichtheid" binnen het ondersteunende kader voor sociale ondernemingen. De meeste organisaties zijn in de afgelopen twintig jaar opgericht en een aantal in de laatste zeven jaar. Dit heeft bijgedragen tot het ontstaan van een rijk en divers ecosysteem waarbinnen sociaal ondernemerschap een plaats heeft, voortbouwend op de reeds langer bestaande staatsstructuren voor steun aan ondernemingen.

Het is echter waarschijnlijk dat dit pas verrijkte ecosysteem zich in een overgangsfase bevindt. Passie voor sociaal ondernemerschap is er in overvloed, maar coördinatie en samenwerking tussen de verschillende instanties lijken nog embryonaal. De meeste bereiken opmerkelijke resultaten, maar geven toe dat ze dit doen met zeer beperkte middelen. Het (al even embryonale) beleidskader van de regering heeft nog geen oplossing gevonden voor de uitdagingen van cohesie en capaciteitsopbouw binnen het ecosysteem. Niettemin wordt de actieve betrokkenheid van de staat bij sociaal ondernemerschap, hoewel deze in sommige kringen wordt bekritiseerd vanwege de relatieve ondoeltreffendheid ervan, door de belanghebbenden alom toegejuicht en kan dit alleen maar een positief teken voor de toekomst zijn.

TURKIJE

Historische ontwikkeling

De Turkse geschiedenis van stichtingen gaat terug tot de Ottomaanse tijd. Vanaf de 14e eeuw tot de 20e eeuw waren er stichtingen die diensten verleenden op het gebied van religie, onderwijs, gezondheid, urbanisatie, openbare ontwikkeling en militaire diensten (Ertem, 2011). Deze stichtingen werden opgericht, en zij werkten meestal volgens de principes van de Islamitische wet.

Anderzijds was er een coöperatieve traditie in Anatolië die teruggaat tot de 12e eeuw, ontstaan samen met de Ahi-vakbonden. Deze vakbonden bestaan uit handwerkslieden en volgen de Ahi-filosofie, die een combinatie was van islamitische waarden en pre-islamitische tradities. Voor het verlenen van hulp aan leden in moeilijkheden werd geld ingezameld bij de leden, zodat de activiteiten van de unies werden gefinancierd.

Het is dus duidelijk dat het creëren van sociaal voordeel en sociale waarde door persoonlijke bijdrage en samenwerking geen nieuw concept is voor Turkije, hoewel het woord sociale onderneming pas in de 21e eeuw in de literatuur is verschenen. Vandaag de dag creëren sociale ondernemingen sociaal voordeel en waarde door diensten te verlenen en oplossingen te bieden voor maatschappelijke problemen, zoals coöperaties en Ahi-vakbonden dat in het verleden deden. Het concept van sociaal ondernemen heeft zich verspreid en werd aangemoedigd in Turkije tijdens de 21ste eeuw door het toenemend aantal centra en prijsuitreikingen ontwikkeld door universiteiten, gemeenten, stichtingen en verenigingen.

Wettelijk kader

Sociale ondernemingen in Turkije maken gebruik van reeds bestaande rechtsvormen aangezien er geen op maat gemaakte rechtsvorm is voor Turkse sociale ondernemingen. Zij worden als volgt gecategoriseerd:

i.Coöperatieve stichtingen

ii.Mazbut Foundations

iii.Mülhak Stichtingen

iv.Communautaire Stichtingen

v.Trade Foundations

vi.Nieuwe Stichtingen Associaties Bedrijven

Het meten van sociale ondernemingen

Volgens gegevens uit 2016 zijn er in Turkije 53 259 coöperaties met ongeveer 7,5 miljoen partners (Ministerie van Douane en Handel 2017). Coöperaties die voldoen aan de EU-definitie zijn echter de coöperaties in de categorie vrouwencoöperaties. Er zijn 114 vrouwencoöperaties in Turkije en 61 daarvan vallen onder de Simurg Women's Cooperatives Union, die als sociale onderneming wordt beschouwd.

In het geval van stichtingen hebben communautaire stichtingen vijf commerciële ondernemingen in bedrijf, en nieuwe stichtingen hebben 1.425 commerciële ondernemingen in bedrijf. Deze commerciële ondernemingen komen in aanmerking als sociale ondernemingen, aangezien zij voldoen aan de vereiste criteria van de EU-definitie.

Wat verenigingen betreft, zijn er 113.732 verenigingen in Turkije, waarvan er 384 de status van "algemeen nut beogende instelling" hebben. Deze 384 verenigingen van algemeen nut bezitten en exploiteren in totaal 285 commerciële ondernemingen die als sociale ondernemingen kunnen worden beschouwd omdat zij aan de EU-criteria voldoen.

Figuur 6: Geschat aantal sociale ondernemingen in Turkije

Typology	Estimated number
Women's cooperatives (members of the <u>Simurg</u> Women's Cooperative Union)	61
Education cooperatives	Estimation not possible
Commercial enterprises owned and operated by community foundations	5
Commercial enterprises owned and operated by new foundations	1,425
Commercial enterprises owned and operated by public benefit associations	285
Companies	Estimation not possible

Ecosysteem

Er bestaat een positieve perceptie van het concept sociale onderneming in Turkije. Universitaire onderzoekscentra en maatschappelijke organisaties dragen bij tot de verbetering van het ecosysteem van de sociale onderneming door studies, rapporten en beleidsnota's te publiceren, conferenties te organiseren en samen te werken met particuliere en openbare instellingen. Enkele van hen kunnen worden opgesomd als:

Tukey Netwerk voor Sociaal Ondernemerschap

Istasyon TEDU (TED University Center for Social innovation) Koç University Social Impact Forum (KUSIF)

Prijs voor vrouwelijke sociale ondernemers van het jaar (een initiatief van KAGIDER, de vereniging van vrouwelijke ondernemers van Turkije, in samenwerking met Garanti Bank en Ekonomist)

TUBITAK (Raad voor wetenschappelijk en technologisch onderzoek van Turkije) Prijs voor sociaal ondernemerschap

Toekomstige trends

Doordat de belanghebbenden geen alomvattende en exclusieve juridische definitie van de rechtsvorm van sociale ondernemingen verwachten, blijft er onduidelijkheid bestaan over de oprichting, werking en duurzaamheid van sociale ondernemingen. De oprichting van sociale coöperaties kan echter een veelbelovende eerste stap in de richting van die doelstelling zijn. Anders dan bij traditionele modellen maken pas opgerichte sociale ondernemingen vaker gebruik van technologie als een belangrijke factor die de verspreiding van hun modellen vergemakkelijkt. Ook jongeren zijn vaak meer betrokken bij het idee van sociale ondernemingen. Zij vinden hun ondernemingen echter meestal in de vorm van bedrijven, omdat zij vertrouwd zijn met het bestaande ecosysteem voor ondernemerschap. Om deze nieuwe ideeën te cultiveren en te ontwikkelen tot groeiende sociale ondernemingen, moeten daarom belangrijke hulpbronnen worden geactiveerd, waaronder financiering, kennis, bekwaamheid en ervaring.

HOOFDSTUK 5

Bespreking van de bevindingen

De laatste jaren is het concept sociaal ondernemerschap in de belangstelling gekomen. Regeringen, bedrijven en universiteiten zijn begonnen de sfeer van sociaal ondernemerschap te ondersteunen door nieuwe organisaties op te richten en nieuwe initiatieven aan te moedigen. Hoewel het concept van sociaal ondernemerschap niet precies is gedefinieerd, is het uiteindelijke doel van sociaal ondernemerschap en sociale ondernemingen de maatschappij ten goede te komen door sociale waarde te creëren in plaats van winst te maken. Bovendien schept sociaal ondernemerschap naast het creëren van sociale waarde ook mogelijkheden voor werkgelegenheid en kapitaal. Daarom kunnen sociale ondernemers worden gedefinieerd als middelen om middelen en mensen te beheren en kansen te identificeren om de samenleving te verbeteren.

In het onderzoek dat werd uitgevoerd om algemene informatie te verkrijgen over de jonge ondernemers, hun kennis, vaardigheden, ervaring, individuele kenmerken en belemmeringen in verband met het ondernemerschap, en om de methoden ter bevordering van het ondernemerschap te onderzoeken, werd vastgesteld dat de meerderheid van de deelnemers onwetend, ongeschoold en onervaren is wat betreft de toegang tot financiering, het leiden van een proefbedrijf, en kennis van de arbeidsmarkt. Bovendien beschikken de meeste deelnemers niet over een aantal belangrijke eigenschappen die een ondernemer zou moeten hebben, zoals het tolereren van onzekerheid en dubbelzinnigheid, de neiging om risico's te nemen en een positieve houding ten opzichte van zelfstandig ondernemerschap. Daarom moeten jonge ondernemers worden opgeleid om deze eigenschappen te verwerven. Voor het succes van sociaal ondernemerschap en sociale ondernemingen is het van cruciaal belang dat de belangrijkste obstakels voor de ondernemers worden aangepakt. Obstakels waarmee ondernemers vaak worden geconfronteerd, zijn problemen bij het omzetten van ideeën in een onderneming, gebrek aan kennis over financiële bronnen en hoe deze te benaderen, gebrek aan marketingideeën en bureaucratische belemmeringen. Het overwinnen van deze obstakels kan een grote impact hebben op het succes van sociaal ondernemerschap en sociale ondernemingen.

Het resultaat van de enquête impliceert dat alle soorten opleidingsmethoden, activiteiten en andere ondersteunende maatregelen door de deelnemers als belangrijk worden beschouwd om het ondernemerschap te bevorderen. De vereiste opleiding kan het kennis-, vaardigheids- en ervaringsniveau van ondernemers verbeteren, hen de belangrijkste kenmerken van een ondernemer bijbrengen en de hinderpalen voor succes uit de weg ruimen.

Tijdens de bijeenkomst van de focusgroep worden enkele van de obstakels besproken waarmee sociale ondernemingen en sociale ondernemers worden geconfronteerd.

Vooraf financiering en financiering, ecosysteem en genderverschillen worden als de grootste obstakels gezien. Terughoudende investeerders, een tekort aan overheidssteun en lage fondsenbedragen hebben een negatieve invloed op NGO's en non-profitorganisaties en vormen een bedreiging voor het beheer van sociale ondernemingsprojecten. Bovendien is het ecosysteem waarin sociale ondernemingen ontstaan, zich ontwikkelen en ontwikkelen belangrijk voor sociale ondernemingen en ondernemers om succesvol te zijn en sociale waarde te creëren. Daarom is het van cruciaal belang dat er een klimaat heerst waarin sociaal ondernemerschap en sociale ondernemingen worden begrepen, ondersteund en aangemoedigd. Ten slotte vormen genderverschillen een probleem in verschillende fasen van een sociale onderneming. Vrouwelijke ondernemers hebben bijvoorbeeld meer moeite om fondsen te werven dan mannelijke ondernemers.

Concluderend kan worden gesteld dat sociale ondernemers en sociale ondernemingen alleen succesvol kunnen zijn en sociale waarde kunnen creëren als zij beschikken over de vereiste vaardigheden, kenmerken, kennis en obstakels zoals financiering, ecosysteem en genderverschillen die overwonnen moeten worden. De toewijzing van adequate en geschikte opleidingsmethoden en -activiteiten kan zorgen voor de verwezenlijking van de missie van het creëren van sociale waarde door ondernemers de vereiste kwalificaties bij te brengen.

REFERENTIES

- Alvord, S. & Brown, L. & Letts, C. (2002). Social Entrepreneurship and Social Transformation: An Exploratory Study. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.354082.
- Barraket J, Collyer, N., O'Connor, M., Anderson, H. (2010). Finding Australia's social enterprise sector: final report. Social Traders.
<https://apo.org.au/sites/default/files/resource-files/2010-06/apo-nid22585.pdf>
- Benefacts (2019) Non-profit Sector Analysis 2019. Dublin: Benefacts.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge.
- Borzaga, C., Galera, G., Franchini, B., Chiomento, S., Nogales, R., & Carini, C. (2020). Social enterprises and their ecosystems in Europe. Comparative synthesis report. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2767/567551>
- Caffrey, J. (2020) A Profile of Social Enterprise and their Stakeholder Networks and Engagement. Irish Social Business Campus
- Carraher, S. M., Welsh, D. H. B., & Svilokos, A. (2016). Validation of a measure of social entrepreneurship. *European J. of International Management*, 10(4), 386.
[doi:10.1504/ejim.2016.077421](https://doi.org/10.1504/ejim.2016.077421)
- Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business Horizons*, 51(4), 267–271. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.02.009>
- CPA (2018) Social Enterprise: The Irish and International Landscapes. Dublin: Institute of Certified Public Accountants.
- Dees, J. G. (2001). The meaning of social entrepreneurship the Kauffman foundation. Kauffman Foundation & Stanford University.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32–53.
<https://doi.org/10.1080/19420670903442053>
- Defourny, J. and Nyssens, M. (2011). "Social enterprise", in K. Hart, J.L. Laville and A. David Cattani (eds.), *The Human Economy, A citizen's Guide*, Polity, Cambridge, 284–292

Ertem, A (2011) "Osmanlıdan günümüze vakıflar", Vakıflar Dergisi, 36, pp. 25-66

European Commission (2019) Social enterprises and their ecosystems in Europe. Country fiche: Turkey. Authors: Duygu Uygur and Barbara Franchini. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at <https://europa.eu/!Qq64ny>

European Commission (2020) Social enterprises and their ecosystems in Europe. Updated country report: France. Authors: Francesca Petrella and Nadine Richez-Battesti. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at <https://europa.eu/!Qq64ny>

Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., Peres-Ortiz, M., & Alves, H. (2016). Conceptualizing social entrepreneurship: perspectives from the literature. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 14(1), 73-93. <https://doi.org/10.1007/s12208-016-0165-8>

Ferreira, S. (2018). Social Enterprises and Their Ecosystems in Europe | Country Report Portugal. Social Europe.

Gandhi, T., & Raina, R. (2018). Social entrepreneurship: the need, relevance, facets and constraints. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 0-13. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0094-6>

Ghalwash, S., Tolba, A., & Ismail, A. (2017). What motivates social entrepreneurs to start social ventures?: An exploratory study in the context of a developing economy. *SocialEnterprise Journal*, 13(3), 268-298.

Greblikaitė, J., Sroka, W., Grants, J. (2015). Development of social entrepreneurship in European Union: policy and situation of Lithuania and Poland. *Transformations in business & economics*, 14, 2B (35B), 376-396.

Kaufman, Z. D. (2012). Emerging Voices: Zachary D. Kaufman on Social Entrepreneurship. Council on Foreign Relations. <https://ssrn.com/abstract=2183238>

Kaufman, Z. D. (2013). Youth and Social Entrepreneurship. *Diplomatic Courier's*. *Diplomatic Courier*, 7 (1), 68-69.

Kraus, S., Filser, M., O'Dwyer, M., & Shaw, E. (2013). Social Entrepreneurship: An exploratory citation analysis. *Review of Managerial Science*, 8(2), 275-292. <https://doi.org/10.1007/s11846-013-0104-6>

- Luke, B., & Chu, V. (2013). Social enterprise versus social entrepreneurship: An examination of the “why” and “how” in pursuing social change. *International Small Business Journal*, 31(7), 764–784. <https://doi.org/10.1177/0266242612462598>
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36–44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Nicholls, A. (2010). The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 611–633. doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00397.x
- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56–65. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007>
- Rey-Martí, A., Ribeiro-Soriano, D., & Palacios-Marqués, D. (2016). A bibliometric analysis of social entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 69(5), 1651–1655. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.033>
- Saraiva, P. M. (2011). *Empreendedorismo - Do conceito à aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor* (2ª ed.). Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Saraiva, P. M. (2015). *Empreendedorismo - Do conceito à aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor* (3ª ed.). Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Sastre-Castillo, M. A., Peris-Ortiz, M., & Danvila-Del Valle, I. (2015). What is different about the profile of the social entrepreneur? *Nonprofit Management and Leadership*, 25(4), 349–369. <http://doi.org/10.1002/nml.21138>
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(1), 42–57. <https://doi.org/10.1108/13552550510580834>
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257–279. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00017-2](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00017-2)

Smith, R., Bell, R., & Watts, H. (2014). Personality trait differences between traditional and social entrepreneurs. *Social Enterprise Journal*, 10(3), 200–221.
<https://doi.org/10.1108/sej-08-2013-0033>

Thompson, J. L. (2002). The world of the social entrepreneur. *International Journal of Public Sector Management*, 15(4–5), 412–431.
<https://doi.org/10.1108/09513550210435746>

Wallace, S.L. (1999). Social entrepreneurship: the role of social purpose enterprises in facilitating community economic development. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 4, 153–174.

Yunus, M., & Weber, K. (2007). Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism. *Public Affairs*.