



Τυποποιημένες μεθοδολογίες για την αποτίμηση σε κέρδος της κοινωνικής αξίας ανά υποτομέα

Κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό της κοινωνικής αξίας των αγροδιατροφικών συνεταιρισμών & Τομεακών ιδιαιτεροτήτων.

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	2
ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ	4
1. Εντοπίστε έναν συνεταιρισμό.....	4
2. Χάρτης ενδιαφερόμενων μερών	4
3. Συνεντεύξεις.....	6
ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ	9
ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΑΞΙΑΣ, ΔΕΙΚΤΕΣ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ	13
ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΚΟΙΝΩΝ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ	24
ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΞΙΑ	28
ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΞΙΑ.....	32
Προσάρτημα 1: ΟΔΗΓΙΕΣ ΟΜΑΔΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ	33
Παράρτημα 2: ΠΡΟΣΚΛΗΣΗ μέσω e-mail	35
Προσάρτημα3: ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΦΥΛΛΟ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ	36
Παράρτημα 4:.....	37
ΕΝΤΥΠΟ ΣΥΓΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ	37
Παράρτημα 5: ΟΡΟΛΟΓΙΟ ΟΡΩΝ	38
Υπολογισμός & οπτικοποίηση της ολοκληρωμένης κοινωνικής αξίας	40
Συναισθηματική αξία.....	40
Ανατροφοδότηση & συνεχείς βελτιώσεις	40
Αγαθό	40
Πώς να διαχειρίζεστε και να τεκμηριώνετε πληροφορίες	40
Προσδιορισμός των ενδιαφερομένων μερών. Χάρτης των ενδιαφερομένων μερών	41
Προσδιορισμός μεταβλητών αξίας	41
Επαγόμενη αξία.....	42
Ολοκληρωμένη κοινωνική αξία.....	42
Κινητοποιημένη αξία	42
Απότιμηση σε αξία.....	42
Χρηματοποίηση των αποτελεσμάτων	42
Μη αγοραστική κοινωνική αξία	42
Πληρεξούσια & εύλογη αξία	43
Επιλογή των συνεντευξιζόμενων.....	43
Κοινωνική λογιστική	44
Δείκτης κοινωνικής ισορροπίας-αγοράς ή δείκτης ισορροπημένης κοινωνικής αγοράς.....	44



Κοινωνικό αγαθό.....	44
Κοινωνική αξία της αγοράς.....	44
Δείκτης Κοινωνικής Αξίας Plus	44
Κοινωνική αξία	45
κοινωνική αξία που παράγεται σχετικά με το περιουσιακό στοιχείο του Συνεταιρισμού.....	45
Κοινωνική-συναισθηματική αξία	45
Θεωρία των ενδιαφερομένων μερών.....	45
Η Αποτίμηση της Κοινωνικής Αξίας	46
Συνολική Προστιθέμενη Αξία που Διανέμεται	46
Αξία.....	46
Αξία που Διανέμεται στην Κοινότητα	46
Αξία που Διανέμεται στους Καταναλωτές.....	46
Αξία που Διανέμεται στους Ιδρυτές.....	46
Αξία που Διανέμεται στους Επενδυτές	47
Αξία που Διανέμεται στους Προμηθευτές.....	47
Αξία που Διανέμεται στην Κυβέρνηση.....	47
Αξία που Διανέμεται στους Εργαζομένους	47
Προσανατολισμένοι στην αξία δείκτες	48
Τι να ρωτήσετε κατά τη διάρκεια της συνέντευξης	48
Γιατί είναι σημαντική η Κοινωνική Λογιστική;	48



ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

1. Εντοπίστε έναν συνεταιρισμό.

Εντοπίστε έναν συνεταιρισμό που είναι πρόθυμος να συμμετάσχει στη διαδικασία. Περιγράψτε με σαφήνεια τη διαδικασία υπολογισμού της κοινωνικής αξίας για τον συνεταιρισμό και τονίστε τα πιθανά οφέλη για τον συνεταιρισμό, εξηγώντας το "Γιατί" και το "Για ποιο λόγο" θα πρέπει να συμμετάσχουν. Αυτό είναι ένα πολύ σημαντικό βήμα για τη διασφάλιση της διαφάνειας και τον καθορισμό σαφών προσδοκιών και στόχων. Αυτό θα αποτελέσει τη βάση της δέσμευσής σας.

Μόλις ο συνεταιρισμός συμφωνήσει να συμμετάσχει, πρέπει να εξηγήσουμε τη διαδικασία συμμετοχής και να καθορίσουμε τους βασικούς κανόνες για τη συλλογή δεδομένων που θα επιτρέψουν την επιτυχή εφαρμογή του μοντέλου SPOLY για την αποτίμηση σε κέρδος της κοινωνικής αξίας του συνεταιρισμού.

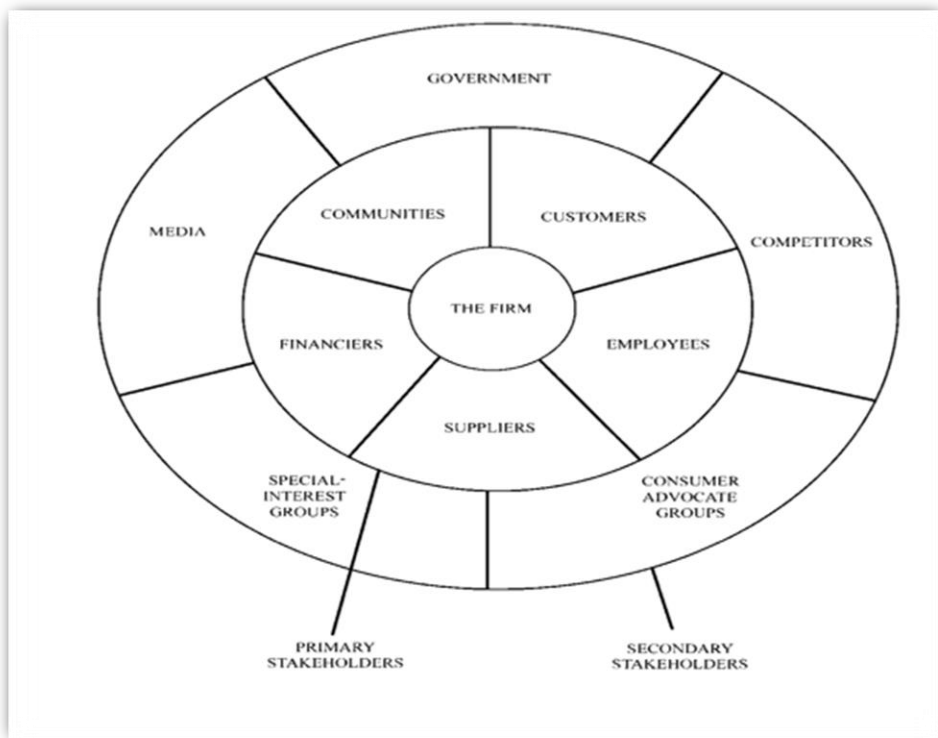
Το γιατί:

- **Επικοινωνία:** ενημέρωση των ενδιαφερομένων και της κοινωνίας γενικότερα για την αξία που παράγει ο συνεταιρισμός
- **Συγκριτική αξιολόγηση:** συγκριτική ανάλυση άλλων οντοτήτων που δραστηριοποιούνται στον τομέα
- **Σχεδιασμός στρατηγικής:** ενσωμάτωση πληροφοριών για τη διαμόρφωση της μελλοντικής στρατηγικής του συνεταιρισμού
- **Διοίκηση:** ενδυνάμωση της διοίκησης, των εργαζομένων και άλλων ενδιαφερομένων σε όλη τη συνεταιριστική οργάνωση
- **Ανάλυση αντικτύπου:** αναλυτικός απολογισμός και απόδειξη της αξίας του πραγματικού αντικτύπου σε όλα τα επίπεδα

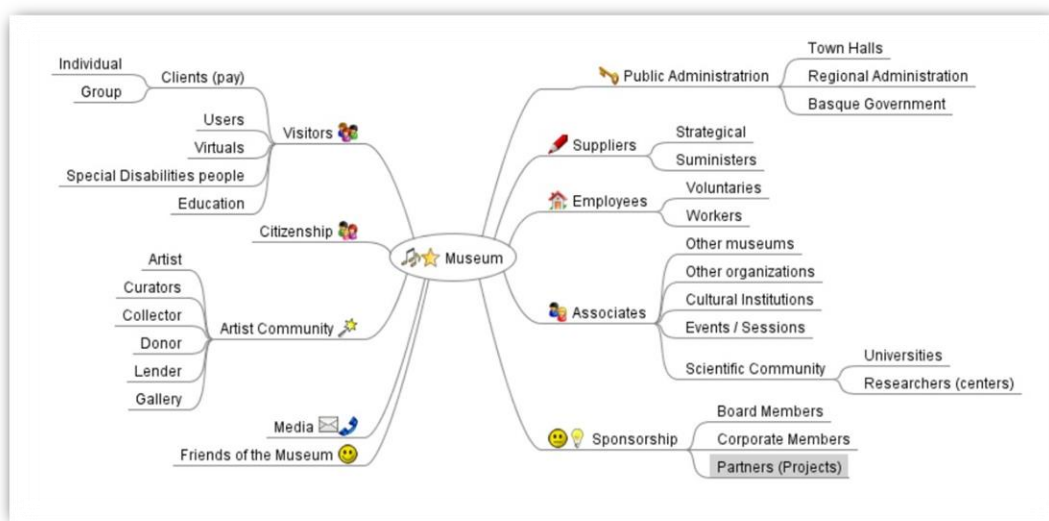
2. Χάρτης ενδιαφερόμενων μερών

Το πρώτο βήμα της διαδικασίας είναι η συνάντηση με τους κύριους ηγέτες του συνεταιρισμού για τον εντοπισμό και τη δημιουργία ενός χάρτη ενδιαφερομένων μερών. Ο χάρτης των ενδιαφερομένων μερών βασίζεται σε ΟΛΑ τα ενδιαφερόμενα μέρη για τα οποία ο συνεταιρισμός παράγει αξία. Η διαδικασία για τη συλλογή αυτών των πληροφοριών βασίζεται σε μια συνεδρία ανταλλαγής ιδεών και τα δεδομένα μπορούν να καταγραφούν με τη χρήση flip charts, αυτοκόλλητων σημειώσεων ή οποιασδήποτε άλλης μεθόδου που επιτρέπει την εύκολη κατηγοριοποίηση των διαφόρων ενδιαφερομένων σε ομάδες. Είναι χρήσιμο να το έχετε αυτό κατά νου κατά τη διεξαγωγή αυτής της συνεδρίας με τους κύριους ηγέτες της συνεταιριστικής επιχείρησης, αφού μόλις εντοπιστούν όλοι αυτοί- το επόμενο στάδιο είναι η **κατηγοριοποίηση των ενδιαφερομένων σε ομάδες**, ανάλογα με την αξία που παράγει ο συνεταιρισμός γι' αυτούς.

Αφού συμφωνηθεί αυτό, θα δημιουργηθεί μια **οπτική αναπαράσταση** των κατηγοριών των ενδιαφερομένων μερών κατά α) πρωτογενή ενδιαφερόμενα μέρη και β) δευτερογενή ενδιαφερόμενα μέρη, προσδιορίζοντας επίσης τα επιμέρους ενδιαφερόμενα μέρη εντός κάθε κατηγορίας. Θα πρέπει επίσης να ληφθούν υπόψη τόσο τα εσωτερικά όσο και τα εξωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη. Για τη δημιουργία αυτής της οπτικής αναπαράστασης, μπορεί να χρησιμοποιηθεί ένας mind map (νοητικός χάρτης) ή onion diagrams (διαγράμματα κρεμμυδιού) των ενδιαφερομένων μερών- βλ. το σχήμα 1 παρακάτω και το σχήμα 2 για παραδείγματα.



Σχήμα 1 – Onion diagram ενδιαφερόμενων μερών



Σχήμα 2 – Mind Map



Προκειμένου να ξεκινήσει η διαδικασία και να βοηθήσει την Ανώτερη Ομάδα Ηγεσίας (Senior Leadership Team) να εντοπίσει τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη, οι ακόλουθες ερωτήσεις θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για την τόνωση της συζήτησης.

- a. Ποιοι είναι οι άνθρωποι ή οι οντότητες για τους οποίους ο συνεταιρισμός σας παράγει αξία;
- b. Πέρα από αυτούς τους ανθρώπους, υπάρχουν άλλοι άνθρωποι ή οργανισμοί για τους οποίους ο συνεταιρισμός σας θα μπορούσε να παράγει αξία;
- c. Έχετε εξετάσει τόσο τους εσωτερικούς όσο και τους εξωτερικούς ενδιαφερόμενους φορείς με τους οποίους μπορείτε να συναλλάσσετε;
- d. Λαμβάνοντας υπόψη τις τομεακές (ή πολυτομεακές) δραστηριότητες στις οποίες δραστηριοποιείται ο συνεταιρισμός σας, υπάρχουν τομεακοί φορείς/οργανισμοί στους οποίους ο συνεταιρισμός έχει αντίκτυπο;
- e. Τι γίνεται με το κοινωνικο-επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται ο συνεταιρισμός σας και τον αντίκτυπο που έχει η επιχείρησή σας στο περιβάλλον αυτό;
- f. Έχετε εξετάσει το θεσμικό περιβάλλον; (Αυτό περιλαμβάνει τους πολιτικούς θεσμούς, όπως η εθνική δομή για τη διαμόρφωση πολιτικής, τους κανονισμούς και τη νομοθέτηση κ.λπ.)

Αυτές οι ερωτήσεις θα σας βοηθήσουν να διεγείρετε τη συζήτηση και να κάνετε την Ανώτερη Ηγετική Ομάδα (SLT) να σκεφτεί ποιοι είναι οι ενδιαφερόμενοι φορείς της. Να θυμάστε ότι όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη είναι σημαντικά και πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και είναι εξίσου σημαντικό να διασφαλιστεί ότι η SLT δεν είναι επιλεκτική μόνο με συγκεκριμένα ενδιαφερόμενα μέρη. ΟΛΑ τα ενδιαφερόμενα μέρη πρέπει να λαμβάνονται εξίσου υπόψη, ωστόσο, πρέπει επίσης να λαμβάνεται υπόψη ο κανόνας 80/20, σύμφωνα με τον οποίο το 20% των ενδιαφερόμενων μερών μας μπορεί να αντιπροσωπεύει το 80% της παραγόμενης αξίας, οπότε δεν είναι απαραίτητο να αποτυπώνουμε σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, αλλά μάλλον σε ένα ευρύ φάσμα ενδιαφερόμενων μερών εντός μιας κατηγορίας ενδιαφερόμενων μερών.

3. Συνεντεύξεις

Το επόμενο βήμα στη διαδικασία είναι η διεξαγωγή συνεντεύξεων με τους ενδιαφερόμενους φορείς. Το σημείο εκκίνησης των συνεντεύξεων έγκειται στα κριτήρια επιλογής και κατηγοριοποίησης των ενδιαφερομένων μερών που θα ερωτηθούν. Θυμηθείτε για άλλη μια φορά ότι ισχύει ο κανόνας 80/20, σύμφωνα με τον οποίο το 80% του ενδιαφέροντος θα επιτευχθεί μόνο από το 20% των ενδιαφερομένων μερών, οπότε δεν είναι απαραίτητο να πάρετε συνέντευξη από όλα τα αναγνωρισμένα ενδιαφερόμενα μέρη, αλλά φροντίστε να πάρετε συνέντευξη από τουλάχιστον ένα ενδιαφερόμενο μέρος από κάθε κατηγορία ενδιαφερομένων μερών, ώστε να έχετε μια πραγματικά αντιπροσωπευτική εικόνα των ενδιαφερομένων μερών.



Η συνέντευξη θα πρέπει να διαρκεί περίπου 20 λεπτά και θα πρέπει να είναι καλά μελετημένη και δομημένη. Απαιτείται προετοιμασία και προγραμματισμός πριν από τη διεξαγωγή συνεντεύξεων με τους ενδιαφερόμενους φορείς.

ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

- a. Κάντε τον ενδιαφερόμενο να αισθανθεί άνετα, περιγράφοντας τη διαδικασία της συνέντευξης και εξηγώντας με σαφήνεια τον κύριο σκοπό της. Το αντικείμενο της συνέντευξης είναι πάντα το ίδιο: να μάθουμε ποια αξία παράγει ο συνεταιρισμός ειδικά για τον ενδιαφερόμενο (άμεσα ή έμμεσα).
- b. Ορίστε ορισμένους βασικούς κανόνες για τη συνέντευξη (δημιουργήστε έναν ασφαλή χώρο που θα επιτρέπει στον ενδιαφερόμενο να μιλήσει ελεύθερα και θα του δίνει χρόνο να σκεφτεί, χωρίς να πιέζει ή να προτρέπει σε απαντήσεις).
- c. Καταγράψτε τις απαντήσεις των ενδιαφερομένων μερών, ώστε να μπορείτε να αναλύσετε τα αποτελέσματα της συνέντευξης πολλαπλών ενδιαφερομένων μερών σε μεταγενέστερο στάδιο.
- d. Αναλύστε τα αποτελέσματα της συνέντευξης με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Να θυμάστε ότι τα αποτελέσματα αυτά θα χρησιμοποιηθούν αργότερα για να βοηθήσουν στον προσδιορισμό μεταβλητών και δεικτών.

ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ:

Παρόλο που η συνέντευξη είναι ημιδομημένη και τίθενται μια σειρά από ερωτήσεις για την απόκτηση πληροφοριών, θα πρέπει πάντα να λαμβάνεται υπόψη η ευελιξία στην προσέγγιση των ερωτήσεων της συνέντευξης. Ανάλογα με τον όγκο των πληροφοριών που παρέχει ο ενδιαφερόμενος, ο υπεύθυνος της συνέντευξης πρέπει να διασφαλίσει ότι κατανοεί πλήρως το πλήρες πεδίο των απαντήσεων. Για το σκοπό αυτό, ο υπεύθυνος της συνέντευξης μπορεί να χρειαστεί να εμβαθύνει περισσότερο για να διασφαλίσει την πλήρη σαφήνεια και να διερευνήσει κάθε πρόσθετη αξία που παράγεται. Πρόκειται για τη διευκρίνιση των απαντήσεων και ποτέ για την επαγωγή των προηγούμενων συμπερασμάτων του ατόμου που διενεργεί την συνέντευξη.

ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ:

Οι συνεντεύξεις μπορούν να διενεργηθούν με διάφορες μεθόδους ή μορφές για την απόκτηση πληροφοριών από τα ενδιαφερόμενα μέρη. Αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν:

- Συνεντεύξεις πρόσωπο με πρόσωπο (ατομικές)
- Τηλεφωνικές συνεντεύξεις (ατομικές)
- Έρευνες (ατομικές απαντήσεις)
- Ομάδες εστίασης (ομαδικές απαντήσεις, αυτοπροσώπως ή εικονικά)



Η μεθοδολογία για τη διεξαγωγή των συνεντεύξεων πρέπει να λαμβάνει υπόψη την πρόσβαση και τη διαθεσιμότητα των ατόμων που πρόκειται να δώσουν συνέντευξη και τη δέσμευση του χρόνου τους για την υποστήριξη της διαδικασίας.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ (ΤΙ ΝΑ ΡΩΤΗΣΕΤΕ):

- I. Ποια είναι η σχέση σας με τον συνεταιρισμό X;
- II. Θα μπορούσατε να αναφέρετε τις κύριες πτυχές στις οποίες θεωρείτε ότι ο συνεταιρισμός παράγει αξία για εσάς; (η ερώτηση αυτή είναι υποχρεωτική και πρέπει να απαντηθεί)
- III. Θα μπορούσατε να δώσετε ένα παράδειγμα; (με βάση την προηγούμενη ερώτηση)
- IV. Πώς μπορεί ο συνεταιρισμός να αυξήσει την αξία που σας παρέχει σήμερα;
- V. Θα μπορούσατε να σκεφτείτε κάποιον δείκτη που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη μέτρηση της αξίας που παράγει ο συνεταιρισμός για εσάς;
- VI. Θα θέλατε να προσθέσετε οποιοδήποτε άλλο σχόλιο ή ιδέα σχετικά με την αξία που παράγει ο συνεταιρισμός για εσάς;

Ο υπεύθυνος της συνέντευξης μπορεί να δώσει κάποια παραδείγματα της αξίας που παράγεται, αλλά να προσέξει να μην παραπλανήσει τον ερωτώμενο (ενδιαφερόμενο) που μπορεί να επηρεάσει τις απαντήσεις του. Προκειμένου να μην υποπέσει σε αυτό, μπορείτε να δώσετε παραδείγματα άλλου συνεταιρισμού, ακόμη και κάτι πολύ συγκεκριμένο ή πρωτότυπο, που ο συνεντευξιαζόμενος γνωρίζει για άλλους συνεταιρισμούς σε άλλες περιοχές.

Ένας άλλος τρόπος να ρωτήσετε για την αξία που παράγεται είναι ίσως να διερευνήσετε τις υπηρεσίες ή τα πράγματα/δραστηριότητες που προσφέρουν οι συνεταιρισμοί στους ενδιαφερόμενους. Αυτό θα μπορούσε να είναι η εκπαίδευση κ.λπ., αλλά θυμηθείτε να μην καθοδηγήσετε τον ερωτώμενο. Η αξία πρέπει να προσδιορίζεται από τον ενδιαφερόμενο.

ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Είναι σημαντικό να αποτυπώνονται τα αποτελέσματα με ακρίβεια, ώστε να μη χάνεται το πλαίσιο και η έμφαση των απαντήσεων που δίνονται. Η καταγραφή των πληροφοριών είναι ένα σημαντικό βήμα για τον προσδιορισμό των μεταβλητών και των δεικτών σε μεταγενέστερο στάδιο.

Κατά την ανάλυση των συνολικών αποτελεσμάτων από όλες τις συνεντεύξεις των ενδιαφερομένων μερών, οι απαντήσεις θα πρέπει να ομαδοποιούνται με βάση την αξία που παράγεται. Αυτό θα βοηθήσει στον προσδιορισμό των μεταβλητών και των δεικτών στο επόμενο βήμα.



ΛΙΣΤΑ ΕΛΕΓΧΟΥ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ ΤΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ

No	Ενέργεια	Έλεγχος
1	Τα άτομα που θα ερωτηθούν επιλέχθηκαν από κάθε κατηγορία ή ομάδα ενδιαφερομένων.	
2	Έχουν ληφθεί τα στοιχεία επικοινωνίας όλων των ατόμων που πρόκειται να δώσουν συνέντευξη.	
3	Έχει συμφωνηθεί η μεθοδολογία για τη διεξαγωγή κάθε συνέντευξης.	
4	Οι ερωτήσεις της συνέντευξης έχουν σχεδιαστεί σωστά.	
5	Το σύστημα για την καταγραφή των πληροφοριών είναι έτοιμο και αξιόπιστο.	
6	Η διαδικασία της συνέντευξης έχει εξηγηθεί στα ενδιαφερόμενα μέρη και έχουν καθοριστεί οι βασικοί κανόνες.	
7	Ο υπεύθυνος της συνέντευξης έχει σχεδιάσει κάποια παραδείγματα για να βοηθήσει τους ενδιαφερόμενους, αν χρειαστεί.	
8	Το σύστημα για την ανάλυση των γενικών αποτελεσμάτων έχει καθοριστεί και συγκεκριμενοποιηθεί.	
9	Έχει καθοριστεί μια προθεσμία για την ανάλυση των αποτελεσμάτων και τον προσδιορισμό των μεταβλητών αξίας.	

ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ

Οι τομείς με τους οποίους ασχολείται το έργο είναι:

1. Γαλακτοκομικά
2. Κρέας
3. Φρούτα & λαχανικά
4. Ελαιόλαδο
5. Κρασί

Παρακάτω παρατίθεται κατάλογος των ενδιαφερομένων μερών των αγροδιατροφικών συνεταιρισμών που εντοπίστηκαν μέσω των πέντε ομάδων εστίασης που πραγματοποιήθηκαν στην Ισπανία, την Ιρλανδία, τη Λετονία, την Κροατία και την Πορτογαλία. Ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις τα ενδιαφερόμενα μέρη προσδιορίστηκαν ανά υποτομέα, σε άλλες περιπτώσεις τα αποτελέσματα ήταν πιο γενικά.



Ως εκ τούτου, ο κατάλογος των ενδιαφερομένων μερών δεν αναλύεται ανά υποτομέα, αλλά συγκεντρώνονται όλοι οι εντοπισθέντες ενδιαφερόμενοι φορείς, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν θα ήταν όλοι οι ενδιαφερόμενοι φορείς σχετικοί με κάθε κατηγορία υποτομέα που αναφέρθηκε παραπάνω.

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΤΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ ΤΩΝ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

1. Μέλη του συνεταιρισμού / Εταίροι
2. Εργαζόμενοι (ή συνεργάτες στην Πορτογαλία)
3. Πελάτες: εκείνοι στους οποίους ο συνεταιρισμός κάνει πωλήσεις:
 - a. μικρά καταστήματα του δήμου
 - b. μεγάλα κέντρα διανομής
 - c. γαλακτοβιομηχανία
 - d. βιομηχανία κρέατος
 - e. αγοραστές στο εξωτερικό
 - f. ιδιώτες καταναλωτές
 - g. μη μέλη αγρότες
4. Προμηθευτές αγαθών και υπηρεσιών
 - a. Γεωργικά και κτηνοτροφικά προϊόντα (γεωργοί ή κτηνοτρόφοι μη μέλη που πωλούν το προϊόν τους στον συνεταιρισμό)
 - b. Εισροές για γεωργικές ή κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις
 - c. Εισροές για συνεταιρισμούς
 - d. Ηλεκτρικό ρεύμα, τηλέφωνο, νερό...
 - e. Προϊόντα προς την αγορά (άλλοι παραγωγοί μη μέλη, οι οποίοι πωλούν μέρος της παραγωγής τους στον συνεταιρισμό)
 - f. Υπηρεσίες εμπορίας, μεταφορές...
5. Δημόσια διοίκηση:
 - a. Τοπική διοίκηση
 - b. Εθνική διοίκηση: Δημόσιο Κράτος, Κοινωνική Ασφάλιση
6. Τελικοί καταναλωτές. Περιλαμβάνει τυχόν ειδικές ομάδες καταναλωτών, όπως αυτούς που καταναλώνουν βιολογικά προϊόντα, αυτούς που καταναλώνουν κρέας, αυτούς που καταναλώνουν κρασί κ.λπ.
7. Ενώσεις:
 - a. των συνεταιρισμών
 - b. κλαδικών



- c. διεπαγγελματικών
 - d. πολιτιστικών, αθλητικών, γειτόνων, καταναλωτών κ.λπ.
8. Ρυθμιστικά συμβούλια ΠΟΠ - ΠΓΕ
9. Επιστημονικά ιδρύματα:
- a. Πανεπιστήμια
 - b. Τεχνολογικά κέντρα
 - c. Ερευνητικά κέντρα
10. Τοπική κοινότητα
- a. Γειτονιά
 - b. Δασικές κοινότητες, κοινότητες δασών και εκτάσεων
 - c. Τοπικές επιχειρήσεις
 - d. Σχολεία, μαθητές
 - e. Ιδιοκτήτες καλλιεργήσιμης γης
11. Ανταγωνιστές
12. Τουρίστες (στους συνεταιρισμούς που δέχονται επισκέψεις από τουρίστες)

Κατά την εκτέλεση των εργασιών αποτίμησης σε κέρδος της κοινωνικής αξίας ενός συγκεκριμένου συνεταιρισμού, πρέπει να προσδιορίζονται οι ενδιαφερόμενοι του συγκεκριμένου συνεταιρισμού. Ο παραπάνω κατάλογος προορίζεται μόνο ως οδηγός αναφοράς για να διασφαλιστεί ότι καλύπτονται όλοι οι πιθανοί ενδιαφερόμενοι φορείς.

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ

No	Ενέργεια	Έλεγχος
1	Η συνέντευξη με τους επικεφαλής του συνεταιρισμού διεξήχθη	
2	Εξηγήθηκε λεπτομερώς η διαδικασία αποτίμησης σε κέρδος της κοινωνικής αξίας του συνεταιρισμού	
3	Ο συνεταιρισμός συμμετέχει στη διαδικασία	
4	Έχουν εντοπιστεί όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη	
5	Τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη έχουν ομαδοποιηθεί σε κατηγορίες ή ομάδες	



6	Έχουν επιλεγεί δυνητικοί υποψήφιοι για συνέντευξη	
7	Έχει καθοριστεί ένα χρονοδιάγραμμα συνεντεύξεων και μια προθεσμία για την ολοκλήρωση αυτού του μέρους της διαδικασίας.	



ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΑΞΙΑΣ, ΔΕΙΚΤΕΣ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ

Μετά την ανάλυση των αποτελεσμάτων των συνεντεύξεων, οι κοινές αξίες που ο συνεταιρισμός προσφέρει στους διάφορους ενδιαφερόμενους θα εντοπιστούν και θα ομαδοποιηθούν σε μεταβλητές.

Αφού ολοκληρωθεί αυτό, θα προσδιοριστούν και θα συμφωνηθούν οι δείκτες που σχετίζονται με κάθε μεταβλητή και θα μας επιτρέψουν να μετρήσουμε κάθε μεταβλητή.

Μόλις συμφωνηθούν οι μεταβλητές και οι δείκτες, θα χρειαστεί να ψάξετε λίγο για να καθορίσετε τη χρηματική τιμή/περιοχή για κάθε δείκτη. Αυτό θα είναι απαραίτητο για να γίνουν οι τελικοί υπολογισμοί για την αποτίμηση σε κέρδος της κοινωνικής αξίας του συνεταιρισμού.

Υπάρχουν τρία πιθανά σενάρια για τον καθορισμό της τιμής της μεταβλητής για την ποσοτικοποίηση των δεικτών που μετρούν οι μεταβλητές:

1. Η τιμή της αγοράς είναι γνωστή: στην περίπτωση αυτή, λαμβάνουμε το μέσο όρο και εφαρμόζουμε την αρχή της σύνεσης.
2. Η τιμή της αγοράς είναι άγνωστη: στην περίπτωση αυτή, θα συγκρίνουμε ή θα ερευνήσουμε τα επίσημα στατιστικά στοιχεία.
3. Εάν καμία από τις δύο προηγούμενες περιπτώσεις δεν είναι δυνατή, προκύπτει μια τρίτη επιλογή, κατά την οποία κάνουμε μια λογική και συνετή εκτίμηση της αξίας της μεταβλητής (είναι πάντοτε προτιμότερο να υπολείπεσαι παρά να το παρακάνεις).

Ένα παράδειγμα διαμόρφωσης μιας τιμής μεταβλητής μπορεί να δει κανείς στο σχήμα 3 παρακάτω.



Σχήμα 3: Παράδειγμα υπολογισμού της τιμής μεταβλητής βάσει του μέσου όρου.

Τα υποκατάστατα θα πρέπει να χρησιμοποιούνται μόνο όταν δεν υπάρχουν διαθέσιμες τιμές αγοράς ή σαφείς στατιστικές έρευνας. Θα πρέπει επίσης να αποφεύγετε τη χρήση υπερβολικά

πολλών μεταβλητών κατά τη δημιουργία των υπολογισμών σας, εξασφαλίζοντας ισορροπία μεταξύ των τριών μεθόδων.

ΚΟΙΝΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ

Στη συνέχεια, συσχετίζονται μια σειρά από μεταβλητές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την τόνωση της σκέψης και την επίτευξη μιας καλύτερης δέσμευσης με τα ενδιαφερόμενα μέρη του συνεταιρισμού. Σημειώστε ότι αυτές οι μεταβλητές δεν λειτουργούν σε όλες τις περιπτώσεις και θα πρέπει να χρησιμοποιούνται μόνο για να εξηγούν και να παρέχουν καθοδήγηση.

Αρχικά, παρατίθενται οι αναγνωρισμένες μεταβλητές που μπορούν να εμφανιστούν σε όλους τους υποτομείς παραγωγής στο συνεταιριστικό περιβάλλον και στη συνέχεια οι πιο ειδικές μεταβλητές κάθε υποτομέα, όπως αυτές εντοπίστηκαν στις διάφορες ομάδες εστίασης που αναπτύχθηκαν στην Ιρλανδία, τη Λετονία, την Πορτογαλία, την Κροατία και την Ισπανία. Αυτοί οι τομείς αναφοράς είναι οι ακόλουθοι:

- Γαλακτοκομικά προϊόντα
- Κρέας
- Φρούτα & Λαχανικά
- Κρασί
- Ελαιόλαδο

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΚΟΙΝΕΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ ΤΟΥΣ ΤΟΜΕΙΣ:

1. Διαφάνεια στη λειτουργία του συνεταιρισμού.
2. Ασφάλεια πληρωμών.
3. Εγγύηση συλλογής της παραγωγής των συνεταιίρων.
4. Κερδοφορία της φάρμας. Εισόδημα από τα παραγόμενα προϊόντα.
5. Εκπροσώπηση των συμφερόντων των παραγωγών ενώπιον διαφόρων φορέων ανώτερου επιπέδου και δημόσιων διοικήσεων.
6. Κοινά μέτρα για τον μετριασμό των κρίσεων.
7. Αμοιβαία στήριξη.
8. Οικοδόμηση κοινής ιστορίας και εμπορικού σήματος.
9. Προστασία των μικροκαλλιεργητών και του μοντέλου της οικογενειακής εκμετάλλευσης λόγω της ίσης μεταχείρισης των μελών ανεξάρτητα από τον όγκο του προϊόντος που παρέχεται στον συνεταιρισμό.
10. Ασφάλεια και σταθερότητα, για τον προγραμματισμό και την εργασία προς το μέλλον.



11. Υποστήριξη, σε σχέση με τον εκσυγχρονισμό των συνεταιρισμών (τεχνολογικές βελτιώσεις κ.λπ.)
12. Νομική υποστήριξη.
13. Ευκαιρίες για προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη.
14. Κοινωνικό τμήμα - αίσθημα του ανήκειν.
15. Διαφάνεια - εγγύηση της μεταφοράς αξίας στους παραγωγούς.
16. Εγγύηση ροής παραγωγής (ψυχική ηρεμία).
17. Σταθερότητα των τιμών της αγοράς.
18. Διευκολύνσεις πληρωμών.
19. Οργανωτική ικανότητα.
20. Μείωση και διαχείριση αποβλήτων και ρύπων.
21. Πρόσβαση σε διοικητικές υπηρεσίες για την υποστήριξη της φάρμας/διαχείριση της φάρμας.
22. Τεχνική υποστήριξη σε εταίρους με εξειδικευμένες συμβουλευτικές υπηρεσίες σε διάφορες πτυχές.
23. Συγκέντρωση των αγορών εισροών ή υπηρεσιών για τις γεωργικές εκμεταλλεύσεις, διαπραγμάτευση της καλύτερης τιμής όταν αγοράζεται μεγαλύτερος όγκος (διαπραγματευτική ισχύς στις αγορές).
24. Συγκέντρωση της προσφοράς: συγκέντρωση προϊόντων προς πώληση σε καλύτερες συνθήκες, διαπραγμάτευση της καλύτερης τιμής (διαπραγματευτική ισχύς στις πωλήσεις).
25. Μέρος του περιθωρίου κέρδους παραμένει στον συνεταιρισμό.
26. Προϊόντα προστιθέμενης αξίας.
27. Ευρεία γκάμα προϊόντων.
28. Τιμές: σταθερότητα και έλεγχος.
29. Δημιουργία πολιτικών τιμολόγησης.
30. Διαφάνεια στον καθορισμό των κοινών τιμών και των όρων αγοράς.
31. Ομογενοποίηση της ποιότητας των προϊόντων.
32. Ιχνηλασιμότητα και ασφάλεια τροφίμων.
33. Εγγύηση της ασφάλειας των προμηθειών.
34. Μείωση των αποβλήτων και των ρυπογόνων στοιχείων και βιώσιμη διαχείρισή τους.
35. Ποιότητα: ομοιογενή κριτήρια για την τυποποίηση της ποιότητας των παραγωγών.
36. Ποιοτική τοπική παραγωγή.
37. Εγγύηση εθνικής/τοπικής παραγωγής.



38. Κοινός καθορισμός του επιχειρηματικού μοντέλου.
39. Κλαδική δια-συνεργασία.
40. Υποστήριξη της πιστοποίησης.
41. Εγγύηση της μεταφοράς αξίας στους παραγωγούς.
42. Εγγύηση ροής παραγωγής (ψυχική ηρεμία).
43. Κοινά πάγια περιουσιακά στοιχεία.
44. Κοινές εγκαταστάσεις επεξεργασίας.
45. Αυξημένος όγκος δραστηριότητας για τους παραγωγούς και τους προμηθευτές.
46. Κοινωνικοποίηση με ομοϊδεάτες και ανταλλαγή διαφορετικών απόψεων.
47. Διάλογος μεταξύ των ερευνητικών κέντρων και των παραγωγών (γεωργών και κτηνοτρόφων).
48. Πρόσβαση στην κρατική χρηματοδότηση/δημόσιες ενισχύσεις.
49. Δυνατότητα κληρονομιάς μεριδίων / συμμετοχής στον συνεταιρισμό ως εταίρος.
50. Κληρονομικότητα της εμπειρίας μέσω της αλληλεπίδρασης των γενεών.
51. Δυνατότητες συνεργασίας.
52. Δημιουργία συνεργειών μεταξύ αγροτών από διαφορετικούς τομείς.
53. Πρόσβαση στη μη τοπική αγορά (εθνική και διεθνή).
54. Σταθερότητα και εμπιστοσύνη (για τους εταίρους, τους εργαζόμενους, τους πελάτες, τους προμηθευτές, τη διοίκηση...).
55. Εκπαίδευση, γνώση, εμπειρία, κατάρτιση (για τους εταίρους και τους εργαζόμενους).
56. Χρηματοδοτικές ροές (δάνεια προς τα μέλη ή/και τους εργαζόμενους, αναβαλλόμενες χρεώσεις προς τα μέλη για την απόκτηση εισροών ή υπηρεσιών στον συνεταιρισμό).
57. Σύνδεση με την τοπική περιοχή (οι συνεταιρισμοί δεν μετεγκαθίστανται για να μειώσουν το κόστος παραγωγής).
58. Αναζωογόνηση και ανάπτυξη του αγροτικού περιβάλλοντος.
59. Εγκατάσταση του πληθυσμού στην περιοχή.
60. Αποτελεσματική χρήση των τοπικών πόρων.
61. Αποδοτική χρήση της γης.
62. Οικονομίες κλίμακας (συμπεριλαμβανομένων των περιφερειακών).
63. Συμβάλλουν στη δημιουργία θέσεων εργασίας (άμεσων και έμμεσων).
64. Σταθερότητα της απασχόλησης.
65. Ποιοτική απασχόληση.



66. Ευκαιρίες απασχόλησης: καθιστούν ορισμένους τύπους ρόλων βιώσιμους, ασφαλέστερους, πιο προσοδοφόρους και/ή αποδοτικούς.
67. Ιδιωτική ασφάλιση υγείας για τους συνεργαζόμενους υπαλλήλους (Πορτογαλία).
68. Οι συνεταιρισμοί δημιουργούν θέσεις εργασίας σε μέρη όπου δεν υπάρχουν άλλες επιχειρήσεις.
69. Δημιουργούν ποιότητα ζωής για τους εταίρους, τους εργαζόμενους και τον γενικό πληθυσμό.
70. Δραστηριότητες διάδοσης της συνεταιριστικής φόρμουλας και του αγροτικού περιβάλλοντος στα σχολεία.
71. Δυνατότητα διαβίωσης στις αγροτικές περιοχές, διατήρηση των αγροτικών κοινοτήτων.
72. Υποδομές: χρήση δρόμων, σχολείων, κέντρων υγείας και άλλων κοινωνικών υπηρεσιών.
73. Καταβολή τελών και φόρων στις διάφορες δημόσιες διοικήσεις.
74. Επιπτώσεις στο ΑΕΠ.
75. Συμμετοχή σε ερευνητικά έργα.
76. Εξοικονόμηση κόστους.
77. Δυνατότητα δανείων για τους εργαζόμενους.
78. Κοινωνικές παροχές προς τους εργαζομένους.
79. Δυνατότητα εργασίας πιο κοντά στον τόπο κατοικίας.
80. Χρονική ευελιξία. Συμφιλίωση επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής.
81. R+D+i.
82. Συμμετοχή στο οικοσύστημα του τομέα.
83. Διάδοση και προώθηση της γεωργικής και κτηνοτροφικής παραγωγής.
84. Αποστολή πληροφοριών στα μέλη σχετικά με τα μέτρα στήριξης του εισοδήματος και των επενδύσεων.
85. Εξοικονόμηση κόστους λόγω μηχανοποίησης των διαδικασιών.

ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΟ ΤΟΜΕΑ:

1. Διαφάνεια και εποπτεία των τιμών (τιμολόγηση του γάλακτος).
2. Δυνατότητα καθορισμού των όρων αγοράς γάλακτος, δηλαδή των τιμών και των ποιοτικών προτύπων.
3. Πληρωμές προς τους προμηθευτές γάλακτος (δηλαδή, κάθε σεντ της τιμής του γάλακτος του Drinagh Co-op ισοδυναμεί με 2 εκατ. ευρώ στην οικονομία του West Cork (Ιρλανδία).
4. Εγγύηση ότι το γάλα από τους συνεργαζόμενους αγρότες θα αγοραστεί και θα μεταποιηθεί.



5. Πρόσβαση στις διεθνείς αγορές.
6. Πρόσβαση σε εγκαταστάσεις μεταποίησης: όχημα για αυτοχρηματοδοτούμενες επενδύσεις των γεωργών/συνεταιρισμών που δεν θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν μέσω της ιδιωτικής αγοράς.
7. Δυνατότητα καθορισμού επιχειρηματικού μοντέλου.
8. Οργάνωση και διαχείριση της μεταφοράς του γάλακτος προς τη μονάδα επεξεργασίας / logistics.
9. Διαφορά τιμής σε σχέση με τον ανταγωνισμό.
10. Δυνατότητες περιφερειακής Διασυνοριακής συνεργασίας για παρόμοιες λειτουργίες, όπως η μεταφορά, οι πωλήσεις...
11. Διαφορά αγοράς σε συσκευασμένα προϊόντα και σε προϊόντα με δική τους μάρκα.
12. Ομογενοποίηση της ποιότητας.
13. Lobby - ομάδα πίεσης.
14. Εξοικονόμηση κόστους μεταφοράς, χρόνου, ευκολίας.
15. Δυνατότητα αποτελεσματικής πρόσβασης στους πελάτες.

ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ:

1. Αυξημένες ευκαιρίες στην αγορά: ένα "δίχτυ ασφαλείας" και ένας ανταγωνιστής του μονοπωλίου των μεταποιητών κρέατος στην Ιρλανδία.
2. Κοινωνική δέσμευση (εγκαταστάσεις κυλικείων - Ιρλανδία).
3. Διαφάνεια στη διαδικασία δημοπρασίας (Ιρλανδία).
4. Ισότιμη μεταχείριση των μικροκαλλιεργητών μέσω δημόσιων πλειστηριασμών (Ιρλανδία).
5. Νέες ευκαιρίες αγοράς με την πώληση μεταποιημένων προϊόντων.
6. Οι αγρότες μπορούν να απαλλαγούν από πρόσθετους δασμούς, επειδή ο συνεταιρισμός τους φροντίζει (ο αγρότης είναι επαγγελματίας).
7. Εφαρμογή/βελτίωση του συστήματος παραγωγής.
8. Αύξηση της ενημέρωσης σχετικά με τον συνεταιρισμό (γιατί οι άλλοι πρέπει να ενταχθούν).
9. Εκπαίδευση των καταναλωτών σχετικά με την παραγωγή βόειου κρέατος.
10. Διαθεσιμότητα ποιοτικής παραγωγής βόειου κρέατος.
11. Διαθεσιμότητα ίσης ποιότητας για τις επιχειρήσεις εστίασης.
12. Παροχή ευκαιρίας για κοινωνικοποίηση ομοϊδεατών με την ανάπτυξη εκδηλώσεων και πολιτισμού (Τοπική κουλτούρα BBQ - Λετονία).
13. Τα σφαγεία έχουν εργασία επειδή δεν απομακρύνονται τα ζωντανά ζώα.



14. Δημιουργείται το τελικό προϊόν και η προστιθέμενη αξία στη βιομηχανία.
15. Δυνατότητα διεθνών πωλήσεων με βάση το κύρος της ποιότητας του κρέατος που παράγεται σε ορισμένες περιοχές (Λετονία).
16. Προώθηση της κουλτούρας της βιολογικής γεωργίας (Λετονία, Ισπανία).
17. Εισαγωγή του τελικού προϊόντος ΒΙΟ στη βιομηχανία και στα καταστήματα.
18. Βιωσιμότητα της παραγωγής: βιώσιμη κτηνοτροφία.
19. Κοινή συμμετοχή σε κεντρικές προμήθειες για τον εφοδιασμό των καταναλωτών με υψηλής ποιότητας, τοπικό κρέας σε μεγαλύτερες ποσότητες από αυτές που θα μπορούσε να προσφέρει μια ατομική φάρμα μεμονωμένα.
20. Είσοδος σε νέες αγορές και εφαρμογή νέων συστημάτων παραγωγής.
21. Διατήρηση γηγενών ειδών.
22. Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών, το οποίο μεταβιβάζεται στους πελάτες.
23. Πιο κοντά, πιο κοντά (τόσο με τους πελάτες όσο και με τους προμηθευτές)
24. Σταθερότητα στο εμπόριο.
25. Μετατροπή ή καθαρισμός των δασών για χρήση στη βόσκηση (αποτρέπει τις πυρκαγιές - Ισπανία).
26. Κοινές πωλήσεις, εμπορία.
27. Εξοικονόμηση κόστους μεταφοράς, χρόνου, ευκολία.
28. Ενοποιημένες πωλήσεις.

ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΩΝ ΦΡΟΥΤΩΝ ΚΑΙ ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ

1. Αγορές (επεκτασιμότητα).
2. Απόκτηση επενδύσεων, συμπεριλαμβανομένης της συμμετοχής σε έργα.
3. Αποτελεσματικότερη παραγωγή: σχεδιασμός καλλιεργειών.
4. Αποτελεσματικότερη ανταλλαγή πληροφοριών.
5. Ελάφρυνση του φόρτου εργασίας των μελών της εκμετάλλευσης.
6. Ποσό.
7. Πηδάλιο ή πλατφόρμα για την οικονομική ανάπτυξη της εκμετάλλευσης.
8. Πηγαίο εφαλτήριο ή πλατφόρμα για την επαγγελματική ανάπτυξη των μελών της οικογένειας.
9. Σημείο διακίνησης και συσκευασίας εμπορευμάτων κοντά στον τόπο παραγωγής.
10. Πραγματοποίηση της παραγωγής μέσω μιας επαγγελματικής οργάνωσης.



11. Καλύτερες τιμές και επιλογές.
12. Παραγωγή στο έδαφος του δήμου.
13. Μικρότερη αλυσίδα εφοδιασμού.
14. Απλούστευση της διοικητικής διαδικασίας.
15. Τοπικός πατριωτισμός.
16. Καινοτομία στις καλλιέργειες και τις τεχνικές παραγωγής.
17. Δυνατότητα έναρξης έργων.
18. Καθορισμός κοινών τιμών και όρων αγοράς.
19. Κοινές εγκαταστάσεις επεξεργασίας.
20. Τοπικά προϊόντα, km 0.
21. Αποτελεσματική χρήση λιπασμάτων.
22. Δημιουργούν γνώσεις και ευαισθησία όσον αφορά τη γεωργία.
23. Εξοικονόμηση κόστους για την παράδοση δοχείων φυτοϋγειονομικών προϊόντων.
24. Εξοικονόμηση κόστους αποθήκευσης για τους εταίρους.
25. Βελτίωση της παραγωγικότητας της γης λόγω της εναλλαγής των καλλιεργειών.

ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ

1. Brand image (Εικόνα μάρκας).
2. Πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικά με τις τιμές, τις τάσεις, τις αγορές, τις προτιμήσεις των καταναλωτών κ.λπ.
3. Προσφέρουν χρηματοδότηση και οικονομικές διευκολύνσεις για τα μέλη (ακόμη και χωρίς επιτόκιο).
4. Σε σχέση με τις τιμές της αγοράς, υψηλότερο εισόδημα για τα μέλη.
5. Εκσυγχρονισμός της δραστηριότητας.
6. Δίνουν τη δυνατότητα επέκτασης των αμπελουργικών περιοχών (ο αντίκτυπος των συνεταιριστικών οινοποιείων στην επέκταση του γεωγραφικού πεδίου εφαρμογής της ΠΟΠ/ΠΓΕ).
7. Προσφέρουν μια ευρεία γκάμα προϊόντων (ποικιλομορφία προϊόντων).
8. Φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα.
9. Ρύθμιση τιμής-ποιότητας.
10. Δημιουργία επιπτώσεων στο περιβάλλον.
11. Ικανότητα διαπερατότητας.
12. Δέσμευση στην καινοτομία.



13. Δημιουργούν αξία στη γη (η αξία της γης στις περιοχές παραγωγής οίνου αυξάνεται - Ισπανία)
14. Χρηματοδότηση συντελεστών παραγωγής ή επενδύσεων σε γεωργικές εκμεταλλεύσεις μελών (π.χ. το σχέδιο Vitis στην Πορτογαλία για τη δημόσια στήριξη της φύτευσης αμπελώνων - οι συνεταιρισμοί προκαταβάλλουν τα χρήματα για την πραγματοποίηση των φυτεύσεων και εισπράττουν όταν η διοίκηση καταβάλλει την ενίσχυση στον αγρότη).
15. Ασφάλιση συγκομιδής που συνάπτεται ως ομάδα από τον συνεταιρισμό (Πορτογαλία).
16. Εξοικονόμηση πόρων από τη μη υποβολή δήλωσης συγκομιδής και παραγωγής (Πορτογαλία).
17. Εξασφάλιση στα μέλη της δυνατότητας ομαδοποιημένων αιτήσεων στο πρόγραμμα VITIS τροποποίηση στην πληρωμή (Πορτογαλία)

ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

1. Marketing.
2. Καινοτομία.
3. Αποτίμηση της ποιότητας μέσω της εικόνας της μάρκας.
4. Εγκαταστάσεις επεξεργασίας.
5. Σταθερότητα των τιμών στην αγορά.
6. Εθνική/τοπική εγγύηση παραγωγής.
7. Διαθεσιμότητα υποπροϊόντων για επαναχρησιμοποίηση σε μια λογική κυκλικής οικονομίας.
8. Εγγύηση της ροής της παραγωγής και αξιοποίηση των ποικιλιών και των παραδοσιακών συστημάτων παραγωγής.
9. Διατήρηση των γηγενών ποικιλιών.

Παρακάτω παρατίθενται πρόσθετες μεταβλητές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως παραδείγματα, οι οποίες εντοπίστηκαν από το study case της εταιρείας Artajona co-o.



Value variables identified by stakeholders	
1	Create work and helps employability in key social cohesion
2	Learning and training offices
3	Self-esteem and confidence
4	Career Counseling
5	Increased income and personal consumption
6	Ability to feel useful and opportunity to be active
7	Reward for providing a service to society
8	Promotion and promoting recycling; catalysts for change model; process innovation and improvement in the management of textile recycling
9	Transparency and adaptability.
10	Reducing CO2 emissions
11	Jurisdiction and efficiency in fulfilling its mission
12	Instrument to support the common goals
13	Own initiative and innovation
14	Savings generated by the clothing collection service
15	Favor compliance with legislation
16	Dignity and social service dining
17	Channeling social services checks
18	Return to Social Work
19	Generated economic performance and brand image
20	Accredited and professional training certificates; transfer of know-how in integration processes; offer competitive training market
21	Regarding tractor and social sector entity insertion companies
22	Value added training for specific communities
23	Ability to lobby and business generation capacity shared
24	Advice and knowledge in managing the end of life cycle of the textile and reuse.
25	Supporting CSR policies; communicative and informative value
26	Product quality and professionalism as a supplier; advice for start-up 2nd hand stores
27	Exchange projects and experiences; values

Αυτά μπορούν να μεταφραστούν ως εξής:

- Ασφάλεια επιχειρήσεων
- Προμήθειες marketing
- Υπηρεσίες marketing
- Συνεργατική συνέργεια
- Επίλυση ερωτημάτων
- Πληροφορίες
- Διάλογος με τη δημόσια διοίκηση/άλλους φορείς/συνεργάτες
- Συμβουλές
- Εκπαίδευση

Σημαντικό: Όλες αυτές οι μεταβλητές μπορεί να υπάρχουν ή να μην υπάρχουν σε κάθε συγκεκριμένη περίπτωση. Είναι πολύ σημαντικό να μην επιμείνουμε σε αυτούς τους καταλόγους, οι οποίοι είναι απλώς ενδεικτικοί, και να αφήσουμε τις μεταβλητές να προκύψουν από τις συνεντεύξεις με τους ενδιαφερόμενους φορείς.



ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΑΞΙΑΣ, ΔΕΙΚΤΕΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ PROXYS

No	Ενέργεια	Έλεγχος
1	Έχουν προσδιοριστεί μεταβλητές αξίας	
2	Έχουν προσδιοριστεί δείκτες για τις μεταβλητές αξίας	
3	Έχουν προσδιοριστεί οι προθέσεις	
4	Έχει καθοριστεί ημερομηνία για την ολοκλήρωση των εργασιών προσδιορισμού των αξιών, των δεικτών και των πληρεξουσίων.	



ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΚΟΙΝΩΝ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ

Επίσης, ως αποτέλεσμα της διεξαγωγής των ομάδων εστίασης στις διάφορες χώρες, μπορέσαμε να προσδιορίσουμε πιθανούς δείκτες, αν και πρόκειται για σκληρή δουλειά που απαιτεί μεγαλύτερη ακρίβεια. Θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι στους συνεταιρισμούς στους οποίους έχει ήδη αρχίσει να υπολογίζεται η κοινωνική αξία, ο προσδιορισμός των δεικτών γίνεται σταδιακά, και μπορούμε να βρούμε ακόμη και μεταβλητές με τις οποίες είναι πολύ δύσκολο να καθορίσουμε αντικειμενικούς δείκτες.

Ακολουθούν ορισμένες ιδέες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως δείκτες. Σε ορισμένες περιπτώσεις, προτείνονται ιδέες για δείκτες, ακόμη και χωρίς να γνωρίζουμε αν είναι δυνατή η μέτρησή τους στις διάφορες χώρες, αλλά ως πρόκληση για την επίτευξή τους.

ΠΙΘΑΝΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΝΤΑΙ ΣΤΟΥΣ ΔΙΑΦΟΡΟΥΣ ΥΠΟΤΟΜΕΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

1. Αριθμός ωρών κατάρτισης.
2. Αγοραία τιμή των μαθημάτων κατάρτισης, €/h.
3. EUR της χρηματοδότησης προς τους εταίρους.
4. Χρέωση για τη χρήση δρόμων, παιδικών σταθμών και άλλων υπηρεσιών.
 - a. Αριθμός παιδιών στους τοπικούς παιδικούς σταθμούς.
 - b. Αριθμός παιδιών σε σχολεία στην περιοχή επιρροής του συνεταιρισμού.
 - c. Αριθμός οχημάτων που χρησιμοποιούν τους τοπικούς δρόμους.
 - d. Αριθμός επιχειρήσεων στην πόλη.
 - e. Επιχειρηματικός όγκος που παράγεται στην τοποθεσία, σε ευρώ.
5. Αύξηση του ΑΕΠ σε ευρώ.
6. Αύξηση της ακίνητης περιουσίας, σε ευρώ.
7. Αριθμός δημιουργούμενων θέσεων εργασίας.
8. Αριθμός ανδρών και γυναικών εργαζομένων.
9. Εξοικονόμηση κόστους για την κοινωνική προστασία σε ευρώ (όταν δίνεται απασχόληση σε άτομα με αναπηρία που, αν δεν είχαν εργασία, θα είχαν κοινωνικό όφελος)
10. Περιθώριο κέρδους του εταίρου σε ευρώ.
11. Εξοικονόμηση κόστους σε ευρώ.
12. Αριθμός εταίρων.
13. Αύξηση/μείωση των εταίρων σε σχέση με το προηγούμενο έτος.
14. Γεωργικό εισόδημα σε ευρώ.
15. Σύνολο πληρωμών προς τους εταίρους σε ευρώ.



16. Αριθμός συνεδριάσεων στις οποίες ο συνεταιρισμός συμμετέχει ενεργά.
17. Αριθμός ομιλιών για τη διάδοση και προώθηση της αγροδιατροφικής ή κτηνοτροφικής παραγωγής.
18. Αριθμός ωρών που αφιερώθηκαν στα έργα R+D+i.
19. Αριθμός ευέλικτων ωρών εργασίας από τους εργαζόμενους.
20. Ποσό εισροών με το οποίο δημιουργείται εξοικονόμηση για το μέλος.
21. Χρηματοδοτούμενα ποσά για τα μέλη ή τους εργαζόμενους.
22. Αριθμός συμμετεχόντων στις συνεδριάσεις.
23. Αριθμός μηνυμάτων ή αναφορών που εστάλησαν.
24. Εξοικονόμηση κόστους λόγω εκμηχάνισης της διαδικασίας σε ευρώ.
25. Εξοικονόμηση κόστους λόγω μείωσης ή εξάλειψης των ενδιάμεσων φορέων σε ευρώ.

ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

1. Πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα των πληρωμών για το γάλα (ευρώ στην τοπική οικονομία).
2. Διαφορά στην τιμή του γάλακτος μεταξύ συνεταιριστικών και μη συνεταιριστικών αγορών.
3. Διαφορά στο κόστος επιχειρηματικής δραστηριότητας μεταξύ επιχειρηματικού μοντέλου με επίκεντρο τον αγρότη VS επιχειρηματικού μοντέλου με επίκεντρο τον μεταποιητή.
4. Μέσο μέγεθος κοπαδιών γαλακτοπαραγωγής/αριθμός γαλακτοπαραγωγών.
5. Αριθμός θέσεων εργασίας στις πόλεις <x αριθμός πληθυσμού.
6. Αξία των καταβαλλόμενων μισθών στις πόλεις <x αριθ. πληθυσμού.
7. Χρήματα που εξοικονομήθηκαν από την εφαρμογή του μοντέλου με βάση το ακαθάριστο ποσό (€)
8. EUR για τον χρόνο που εξοικονομήθηκε.
9. Εξοικονόμηση χρόνου που μετατρέπεται σε χρήμα, μείωση εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, εξοικονόμηση επενδύσεων.
10. Εξοικονόμηση χρόνου που μετατρέπεται σε χρήμα, διαθεσιμότητα χρηματοδότησης, διαφορά τιμής χρηματοδότησης.
11. Διαφορά τιμής σε EUR/l για το γάλα (όταν πωλείται μεμονωμένα και όταν πωλείται μέσω συνεταιρισμού),
12. Αξία έκπτωσης στις αγορές (όταν αγοράζεται μεμονωμένα και μέσω ενός συνεταιρισμού)
13. Μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου.
14. Εξοικονόμηση χρόνου που μετατρέπεται σε χρήμα σε ευρώ (σε σύγκριση με το χρόνο που δαπανάται για να συνεργαστεί με μεμονωμένους προμηθευτές γάλακτος)



15. Μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου που σχετίζονται με τη βελτιστοποιημένη διαδρομή: εξοικονόμηση κόστους σε ευρώ.
16. Προγραμματισμένος όγκος παραγωγής, Tm.
17. Εξοικονόμηση κόστους μεταφοράς, χρόνου, ευκολία σε ευρώ .
18. Χρόνος που δαπανάται για τη διεκπεραίωση των δανείων MilkFlex σε σύγκριση με το χρόνο που δαπανάται για ένα κανονικό εμπορικό δάνειο.

ΚΡΕΑΣ

1. Διαφορά στην τιμή του κρέατος των μεταποιητών "εάν δεν υπήρχαν αγορές", σε ευρώ.
2. Αριθμός μικρών αγροτών.
3. Αριθμός ατόμων που παρακολουθούν την καφετέρια της αγοράς.
4. Πωλήσεις σε ευρώ στην καφετέρια της αγοράς.
5. Συγκρίσιμη τιμή βοοειδών σε σχέση με τις τιμές των μεταποιητών κρέατος.
6. Αξία των τελών που καταβάλλονται στα νομαρχιακά συμβούλια σε ευρώ.
7. Αριθμός θέσεων εργασίας στις πόλεις <x αριθμός πληθυσμού.
8. Αξία των μισθών που καταβάλλονται στις πόλεις <x αριθ. πληθυσμού.
9. Αριθμός μελών / πραγματοποιηθείσα παραγωγή / πραγματοποιηθείσα παραγωγή σε όρους αριθμού ζώντων βοοειδών (όταν συγκρίνεται με τα αποτελέσματα του κλάδου, μπορεί να γίνει κατανοητό αν είναι υψηλό ή χαμηλό)
10. Η αξία του τελικού προϊόντος που δημιουργείται επί του κόστους που επωμίζεται ο συνεταιρισμός (εξοικονόμηση κόστους), αξία του όγκου που πωλείται, αξία marketing.
11. Τελικά προϊόντα σε Kg: ο συνεταιρισμός παρέχει κρεοπωλείο/ κέντρο διανομής κ.λπ. (όχι μεμονωμένα).
12. Kg για τα διάφορα επίπεδα ποιότητας.
13. Απασχόληση που δημιουργείται στους προμηθευτές.
14. Οικονομίες κλίμακας στον εφοδιασμό.
15. Εξοικονόμηση χρόνου και χρημάτων για τις μεταφορές.

ΦΡΟΥΤΑ ΚΑΙ ΛΑΧΑΝΙΚΑ

1. Διαφορά τιμών μεταξύ συνεταιριστικών και μη συνεταιριστικών αγροτών.
2. Διαφορά στο κόστος παραγωγής και διάθεσης στην αγορά για συνεταιριστικούς και μη συνεταιριστικούς αγρότες.
3. Αριθμός μικρών παραγωγών.
4. Ποσοστό ή αριθμός μόνιμων και προσωρινών εργαζομένων.



5. Αριθμός χρηματοδοτούμενων έργων και προϋπολογισμός επενδύσεων.
6. Μειωμένο κόστος ανά αγοραζόμενη ποσότητα.
7. + (κόστος τεχνικής υποστήριξης στην αγορά) - (κόστος για τον συνεταιρισμό) - (ποσό που χρεώνεται στα μέλη και στα μη μέλη)
8. + Κόστος χρήματος - χρεωστικοί τόκοι.
9. Αριθμός Ha στον οποίο βελτιώνεται η παραγωγικότητα.
10. Αύξηση της επιφάνειας.

ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

1. Διαφορά τιμής μεταξύ συνεταιρισμένων και μη συνεταιρισμένων αγροτών σε ευρώ.
2. Διαφορά στο κόστος παραγωγής και διάθεσης στην αγορά για συνεταιρισμένους και μη συνεταιρισμένους αγρότες σε ευρώ.
3. Αριθμός μικρών παραγωγών.
4. Μειωμένο κόστος ανά αγοραζόμενη ποσότητα.
5. + (κόστος τεχνικής υποστήριξης στην αγορά) - (κόστος για τον συνεταιρισμό) - (ποσό που χρεώνεται στα μέλη και στα μη μέλη)
6. + Κόστος χρήματος - χρεωστικοί τόκοι.
7. Κόστος αγοράς ενός εναλλακτικού προϊόντος.

ΚΡΑΣΙ

1. Διαφορά τιμής μεταξύ συνεταιρισμένων και μη συνεταιρισμένων αγροτών σε ευρώ.
2. Διαφορά κόστους παραγωγής και διάθεσης στην αγορά για συνεταιρισμένους και μη συνεταιρισμένους αγρότες σε ευρώ.
3. Αριθμός μικρών παραγωγών.
4. Αριθμός ειδικών τύπων οίνου.
5. Αριθμός αναλύσεων που πραγματοποιήθηκαν.
6. Αριθμός δικαιούχων εταίρων.
7. Μειωμένο κόστος ανά αγοραζόμενη ποσότητα.
8. + (κόστος τεχνικής υποστήριξης στην αγορά) - (κόστος για τον συνεταιρισμό) - (ποσό που χρεώνεται στα μέλη και στα μη μέλη).
9. + χρηματικό κόστος - χρεωστικοί τόκοι.
10. Εξοικονόμηση πόρων από τη μη υποβολή δήλωσης συγκομιδής και παραγωγής.



11. Εξοικονόμηση στο κόστος της ασφάλισης.

Ξεκινώντας από τις μεταβλητές που προσδιορίζονται σε κάθε περίπτωση και καθορίζοντας τους δείκτες και τις μονάδες ή τα υποκατάστατα που μας βοηθούν να μετρήσουμε κάθε μεταβλητή, γνωρίζουμε τη **ΜΗ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΞΙΑ**.

ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΞΙΑ

Για τον υπολογισμό της αγοραστικής αξίας της συνεταιριστικής επιχείρησης, ακολουθείται μια διαδικασία τριών σταδίων ως εξής:

1. **Υπολογισμός της άμεσης κοινωνικής αξίας της αγοράς - P&L** (αυτό γίνεται με τη χρήση των λογαριασμών)

Income	10,000 €
Provisions	-3,500 €
Other income	
Grants, subsidies	1,500 €
Payroll expenditure	
Salaries	-2,750 €
Social charges	-750 €
Other expenditure	
Professional fees	-1.000 €
taxes	-500 €
Amortization	-1.000 €
Financial result	-500 €
End-of-year result	1,500 €

Αριστερά: παράδειγμα
κερδών και ζημιών



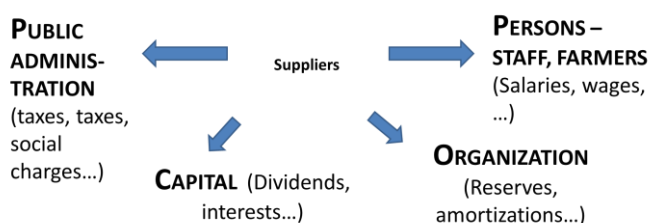
Υπολογισμός της προστιθέμενης αξίας: (Αύξηση της αξίας των εισροών που αγοράζονται και χρησιμοποιούνται στις διαδικασίες των συνεταιρισμών) - επίσης γνωστή ως **Παραγόμενη Αξία**.

Το πρώτο στάδιο του υπολογισμού της ετήσιας προστιθέμενης αξίας βασίζεται στον προσδιορισμό όλων των λειτουργικών σας εσόδων μείον τα έξοδα που συνδέονται άμεσα με αυτά τα έσοδα.



Operating income	10,000 €
Provisions	-3,500 €
Professional fees	-1,000 €
VALUE ADDED	5,500 €
Subsidies	1,500 €
VA to distribute	7,000 €

Το δεύτερο στάδιο είναι ο υπολογισμός της κοινωνικής αξίας. Αυτό γίνεται χρησιμοποιώντας το P&L και λαμβάνοντας υπόψη τα ακόλουθα όσον αφορά τα έξοδα που σχετίζονται με τους ανθρώπους, τις δημόσιες διοικήσεις, το κεφάλαιο και τα χρήματα που παρακρατούνται από τον Οργανισμό.



Description	Indicator	Result
VALUE ADDED	Σ annual added value	
Salaries	Σ net salaries	
State Insurance	Σ company SI + employee SI	
Income Tax	Σ (Income Tax retention)	
Other taxes	Σ taxes paid	
Financial expenditure	Σ financial expenses	
Result	End-of-year result	
Amortisations	Σ amortisations	
Value added tax	Σ (VAT generated – VAT deducted)	

- Υπολογισμός της κατανεμημένης αξίας

Το επόμενο στάδιο της διαδικασίας είναι ο **υπολογισμός της κατανεμημένης αξίας**, με βάση:

- Αξία που διανέμεται στους ανθρώπους.
- Αξία που διανέμεται στο κεφάλαιο.



- Αξία που διανέμεται στις διοικήσεις.
- Αξία που παρακρατείται από τον οργανισμό.

Και πάλι, τα στοιχεία αυτά αντλούνται από τα κέρδη και τις ζημίες και είναι ενδεικτικά του τρόπου με τον οποίο διανέμονται τα χρήματα και ενδεχομένως επιστρέφουν στην οικονομία.

To the staff	2,250 €
Salaries	2,250 €
To capital	500 €
Interests	500 €
To the Administration	1,750 €
Social charges	750 €
Social Sec. Paid by staff	250 €
Tax on personal income	250 €
taxes	500 €
Retained by the organisation	2,500 €
Amortizations	1,000 €
Result	1,500 €
VA distributed	7,000 €

2. Έμμεση κοινωνική αξία της αγοράς

Το επόμενο βήμα είναι ο υπολογισμός της έμμεσης κοινωνικής αξίας της αγοράς, ο οποίος βασίζεται στον υπολογισμό της συνολικής αξίας αγοράς του οργανισμού, στον προσδιορισμό των ποσοστών έμμεσου αντίκτυπου και στον καθορισμό όλων των άλλων εκτιμήσεων του ποσοστού, όπως τα ποσοστά έμμεσου αντίκτυπου: ΦΠΑ, συντελεστές φορολογίας εισοδήματος και συντελεστές κρατικής ασφάλισης κ.λπ.



Impact rates	
Payroll expenses	30.30%
Value added	46.25%
Result	7.18%
Taxes (on business)	2.12%
Financial expenditure	0.58%

VAT rate: 21%

Income tax rate: 12%

State insurance rate: 35%

Description	Calculation	Result
Total purchasing volumen (TPV)	Financial statements	
VALUE ADDED	TPV * Impact rate	
Salaries	TPV * Impact rate –(State insurance+Income Tax)	
State Insurance	TPV * Impact rate (payroll) * State insurance rate	
Income Tax	TPV*Impact rate (payroll)*Income tax rate	
Other taxes	TPV * Impact rate	
Financial expenditure	TPV * Impact rate	
Result	TPV * Impact rate	
Value added tax	Value added * VAT rate	

3. Ο τελικός υπολογισμός της κοινωνικής αγοραίας αξίας

Ο τελικός υπολογισμός για την απόδειξη της αξίας που παράγει ο οργανισμός βασίζεται στο άθροισμα των δύο στοιχείων της αξίας. Αυτά είναι τα εξής:

- Άμεση κοινωνική αξία
- Έμμεση κοινωνική αξία της αγοράς

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΤΗΣ ΑΞΙΑΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

No	Ενέργεια	Έλεγχος
1	Έχει καταρτιστεί χρονοδιάγραμμα για τα διάφορα στάδια	
2	Έχει υπολογιστεί η κοινωνική αξία της Άμεσης Αγοράς	
3	Έχει υπολογιστεί η κοινωνική αξία της Έμμεσης αγοράς	
4	Έχει υπολογιστεί η συνολική κοινωνική αξία της αγοράς	



ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΞΙΑ

Η ολοκληρωμένη κοινωνική αξία είναι το άθροισμα των:

- Άμεση κοινωνική αξία της αγοράς
- Έμμεση κοινωνική αξία της αγοράς
- Μη αγοραστική κοινωνική αξία



Προσάρτημα 1: ΟΔΗΓΙΕΣ ΟΜΑΔΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ

Κατά τη διεξαγωγή των ομάδων εργασίας σε κάθε χώρα, όλες οι συμμετέχουσες χώρες θα πρέπει να υιοθετήσουν μια τυποποιημένη προσέγγιση.

Απευθυνθείτε σε 12-15 άτομα για να συμμετάσχουν στην ομάδα εργασίας.

Στόχοι:

- Προσδιορισμός των σχετικών ενδιαφερόμενων μερών για κάθε υποτομέα.
- Προσπαθήστε να προσδιορίσετε κοινές μεταβλητές για κάθε υποτομέα που λειτουργεί εντός της δικής του δικαιοδοσίας.

Ανάπτυξη πρόσκλησης συμμετοχής.

- Πρόσκληση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
- Ενημερωτικό δελτίο για το έργο.
- Έντυπο συγκατάθεσης συμμετοχής.

Προετοιμασία της ομάδας εργασίας:

1. Επιλογή συντονιστή / εισηγητή.
2. Επιλογή των συμμετεχόντων και αποστολή μη επίσημης πρόσκλησης.
3. Επιλέξτε τον τρόπο διεξαγωγής της ομάδας εργασίας (μεθοδολογία διεξαγωγής της ομάδας εργασίας: αυτοπροσώπως, εικονικά κ.λπ.).
4. Ορίστε ένα χρονικό όριο και ένα σχέδιο για την ομάδα εργασίας (συνήθως όχι περισσότερο από 2 ώρες).

Εφαρμογή της ομάδας εργασίας:

1. Προετοιμάστε και οργανώστε τη συνάντηση της ομάδας εργασίας (βεβαιωθείτε ότι όλα λειτουργούν, ειδικά αν γίνεται εικονικά).
2. Βεβαιωθείτε ότι όλοι οι συμμετέχοντες και οι συντονιστές / εισηγητές συστήνονται.
3. Θέστε τους βασικούς κανόνες.
4. Καθορίστε το σκηνικό: Εξηγήστε το έργο και τον σκοπό της ομάδας εργασίας. 5 λεπτά.
5. Περιγράψτε με σαφήνεια τους στόχους που πρέπει να επιτευχθούν.



6. Διευκόλυνση της συζήτησης στην ομάδα - Επικεντρώνεται στα βασικά ερωτήματα που τίθενται, 100 λεπτά.
7. Κρατήστε σημειώσεις κατά τη διάρκεια των συζητήσεων.
8. Για την ολοκλήρωση της συνεδρίασης της ομάδας εργασίας, συνοψίστε τα βασικά συμπεράσματα για να διασφαλίσετε τη σαφή κατανόηση: 5 λεπτά.
9. Μετά τη συνάντηση της ομάδας εργασίας, αναλύστε τα δεδομένα που συλλέξατε και ετοιμάστε μια έκθεση της ομάδας εργασίας.

Ομαδική συζήτηση:

- I. Προσδιορισμός των ενδιαφερομένων μερών (25 λεπτά)
- II. Σκεπτόμενοι την αξία που παράγεται για τα ενδιαφερόμενα μέρη, μπορεί να κατηγοριοποιηθεί κάποιο από αυτά σε ομάδες και υπάρχουν διαφορές ανά υποτομέα (15 λεπτά);
- III. Εργαστείτε σε μικρές ομάδες για να απαντήσετε σε βασικά ερωτήματα σχετικά με τη δημιουργία αξίας. (30 λεπτά)
- IV. Συγκεντρώστε τις απαντήσεις ανά υποτομέα.
- V. Συμφωνήστε τις μεταβλητές και προσδιορίστε τους πιθανούς δείκτες ανά υποτομέα (30 λεπτά)

Οδηγός ερωτήσεων για τη συνεδρίαση της ομάδας εργασίας

- I. Μπορείτε να προσδιορίσετε τους βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς στον υποτομέα σας για τους οποίους ο τομέας δημιουργεί αξία;
- II. Μπορείτε να αναφέρετε τις κύριες πτυχές στις οποίες πιστεύετε ότι οι συνεταιρισμοί δημιουργούν αξία; (Αυτή είναι υποχρεωτική ερώτηση και πρέπει να απαντηθεί)
- III. Μπορείτε να δώσετε ένα παράδειγμα (με βάση την παραπάνω ερώτηση);
- IV. Πώς μπορεί ο συνεταιρισμός να αυξήσει την αξία που του παρέχεται σήμερα;
- V. Μπορείτε να σκεφτείτε κάποιον δείκτη που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη μέτρηση της αξίας που παράγει ο συνεταιρισμός για εσάς;
- VI. Θα θέλατε να προσθέσετε οποιοδήποτε άλλο σχόλιο ή ιδέα σχετικά με την κοινωνική αξία που παράγεται για εσάς;

Παράρτημα 2: ΠΡΟΣΚΛΗΣΗ μέσω e-mail

Αγαπητή/έ XXXX,

Θα ήθελα να σας προσκαλέσω να συμμετάσχετε σε μια ομάδα εστίασης σχετικά με το έργο AgriCoopValue, το οποίο είναι ένα ευρωπαϊκό έργο για τον υπολογισμό σε κέρδος της κοινωνικής αξίας των συνεταιρισμών στον αγροτικό τομέα. Η όλη εκδήλωση θα πρέπει να διαρκέσει περίπου 3 ώρες και η ημερομηνία θα αποφασιστεί αργότερα λαμβάνοντας υπόψη τη διαθεσιμότητά σας.

Η ομάδα εστίασης θα σας δώσει την ευκαιρία να συναντήσετε διάφορους ενδιαφερόμενους από διάφορους υποτομείς (γαλακτοκομικά, κτηνοτροφία, κρασί, ελαιόλαδο και φρούτα και λαχανικά) που σχετίζονται με τη χώρα σας.

Συγκεκριμένα, θα θέλαμε να συλλέξουμε πληροφορίες σχετικά με:

- τους σχετικούς βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς για κάθε υποτομέα.
- την αξία που παράγεται από κάθε υποτομέα.
- τις σχετικές μεταβλητές και δείκτες για κάθε υποτομέα.

Περισσότερες πληροφορίες (ημερομηνία, αναλυτικό πρόγραμμα, τοποθεσία ή διαδικτυακός σύνδεσμος) θα αποσταλούν πριν από την ομάδα εστίασης.

Οι απόψεις τους θα μας βοηθήσουν να αναπτύξουμε περαιτέρω τα προγράμματα κατάρτισης και μια μεθοδολογία για τον υπολογισμό σε κέρδος της κοινωνικής αξίας ενός συνεταιρισμού, στο πλαίσιο του έργου ERASMUS+ AgriCoopValue, το οποίο τελικά θα χρησιμοποιηθεί σε εκπαιδευτικά ιδρύματα και συνεταιρισμούς σε διάφορες ευρωπαϊκές χώρες.

Στο μέλλον, μπορεί να αποκομίσετε κάποια οφέλη από τη συμμετοχή σας σε αυτή τη μελέτη, καθώς ο στόχος της είναι τελικά να βοηθήσει τους συνεταιρισμούς:

- Επικοινωνία - ενημέρωση των ενδιαφερομένων για την αξία που παράγει ο συνεταιρισμός.
- Συγκριτική αξιολόγηση: συγκριτική ανάλυση άλλων οντοτήτων που δραστηριοποιούνται στον τομέα.
- Σχεδιασμός στρατηγικής: ενσωμάτωση πληροφοριών για τη διαμόρφωση της μελλοντικής στρατηγικής του συνεταιρισμού.
- Διοίκηση: ενδυνάμωση της διοίκησης, των εργαζομένων και άλλων ενδιαφερομένων σε όλη τη συνεταιριστική οργάνωση.
- Ανάλυση αντικτύπου: αναλυτικός απολογισμός και απόδειξη της αξίας του πραγματικού αντικτύπου σε όλα τα επίπεδα.

Η ομάδα εστίασης θα είναι **πρόσωπο με πρόσωπο/online** και θα σας στείλουμε λεπτομερείς οδηγίες για να συμμετάσχετε.

Εάν επιθυμείτε να συμμετάσχετε στην ομάδα εστίασης, παρακαλούμε να μας ενημερώσετε επικοινωνώντας με **(εισάγετε το όνομα και τον αριθμό επικοινωνίας)** ή στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο **(εισάγετε τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου)**.

Ειλικρινά,

XXXXXXXXXX

Προσάρτημα3:

ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΦΥΛΛΟ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ

Αυτή η ομάδα εστίασης (μικρή ομάδα συζήτησης) αποτελεί μέρος ενός πανευρωπαϊκού έργου που συγχρηματοδοτείται από το πρόγραμμα ERASMUS+, σχετικά με την αποτίμηση της κοινωνικής αξίας των συνεταιρισμών. Το έργο (AgriCoopValue) υλοποιείται από 7 εταιρείες από 6 ευρωπαϊκές χώρες. Η ομάδα εστίασης διοργανώνεται από την XXXX (όνομα οργανισμού εταιρείου). Οι διοργανωτές της εκδήλωσης είναι ο AXXXXX- συντονιστής και ο BXXXXX- ομιλητής. Ο AXXXXX είναι το όνομα μιας εταιρείας και μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί τους μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στη διεύθυνση (προσθέστε τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου εδώ). Ο BXXXXX είναι (ρόλος) από (οργανισμός εταιρείας) και μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί τους μέσω της ακόλουθης διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου: (προσθέστε τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου εδώ).

Όλες οι πληροφορίες που ενδεχομένως παρέχετε θα αντιμετωπίζονται με απόλυτη εμπιστευτικότητα. Οι συντονιστές θα κρατούν σημειώσεις κατά τη διάρκεια της συζήτησης, αλλά όλα όσα λέτε κατά τη διάρκεια της ομάδας εστίασης θα είναι απολύτως ανώνυμα. Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας ενδέχεται να δημοσιευθούν εξωτερικά, σε ιστότοπο ή μέσω παρουσίασης σε συνέδριο. Τα προσωπικά σας στοιχεία θα τηρηθούν αυστηρά εμπιστευτικά και το όνομά σας θα αφαιρεθεί από οποιαδήποτε εργασία που θα δημοσιευθεί ως αποτέλεσμα αυτής της έρευνας. Ωστόσο, θέλουμε να είμαστε σε θέση να αναφερθούμε στις θέσεις και σε ορισμένες πτυχές της ταυτότητας (π.χ. χώρα) όσων συμμετέχουν.

Για να συμμετάσχετε σε αυτό το ερευνητικό πρόγραμμα, θα πρέπει να παρακολουθήσετε την τριώρη ομάδα εστίασης που αρχίζει στις (εισάγετε την ώρα εδώ) την ημέρα (εισάγετε την ημερομηνία εδώ). Θα πρέπει να συμπληρώσετε και να υπογράψετε τη συνημμένη συγκατάθεση που δηλώνει ότι κατανοείτε ότι συμμετέχετε σε ερευνητική μελέτη και ότι η ομάδα εστίασης μπορεί να βιντεοσκοπηθεί. Αυτές είναι οι μόνες απαιτήσεις.

Δεν υπάρχουν κίνδυνοι που συνδέονται με τη συμμετοχή σε αυτό το πρόγραμμα. Στο μέλλον, μπορεί να ωφεληθείτε από τη συμμετοχή σας σε αυτή τη μελέτη, καθώς ο στόχος της είναι να βοηθήσει τους συνεταιρισμούς:

- Επικοινωνία - να ενημερώνουν τους ενδιαφερόμενους για την αξία που παράγεται από τον συνεταιρισμό
- Συγκριτική αξιολόγηση: συγκριτική ανάλυση άλλων οντοτήτων που δραστηριοποιούνται στον τομέα
- Σχεδιασμό στρατηγικής: ενσωμάτωση πληροφοριών για τη διαμόρφωση της μελλοντικής στρατηγικής του συνεταιρισμού
- Διοίκηση: ενδυνάμωση της διοίκησης, των εργαζομένων και άλλων ενδιαφερομένων σε όλη την οργάνωση του συνεταιρισμού

- Ανάλυση αντικτύπου: αναλυτικός απολογισμός και απόδειξη της αξίας του πραγματικού αντικτύπου σε όλα τα επίπεδα

Η βιντεοσκόπηση της ομάδας εστίασης θα παραμείνει εμπιστευτική και θα χρησιμοποιηθεί μόνο από τον ΑΧΧΧΧΧ- συντονιστή και τον ΒΧΧΧΧΧ- ομιλητή για την προετοιμασία της συνοπτικής έκθεσης της ομάδας εστίασης. Ωστόσο, δεν μπορούμε να εγγυηθούμε αυτή την εμπιστευτικότητα πέρα από τους περιορισμούς του νόμου. Δεν σκοπεύουμε να χρησιμοποιήσουμε τη βιντεοσκόπηση για οποιαδήποτε άλλη μελέτη και δεν θα διατηρήσουμε την καταγραφή για περισσότερο από 1 έτος.

Η συμμετοχή σας σε αυτό το έργο είναι απολύτως εθελοντική και μπορείτε να αποσυρθείτε ανά πάσα στιγμή.

Εάν υπάρχει κάποια πτυχή του έργου ή της συμμετοχής σας που θα θέλατε να συζητήσετε περαιτέρω ή εάν αισθάνεστε ότι μπορεί να χρειάζεστε υποστήριξη, μη διστάσετε να επικοινωνήσετε με έναν από τους διοργανωτές των ομάδων εστίασης.

Παράρτημα 4:

ΕΝΤΥΠΟ ΣΥΓΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Θα συμμετάσχω σε μια ομάδα εστίασης που αποτελεί μέρος του έργου AgriCoopValue για την αποτίμηση της κοινωνικής αξίας των συνεταιρισμών. Το έργο (AgriCOOPValue) υλοποιείται από 7 εταίρους από 6 ευρωπαϊκές χώρες. Η ομάδα εστίασης διοργανώνεται από την ΧΧΧΧ (όνομα οργανισμού εταίρου). Διοργανωτές της εκδήλωσης είναι ο ΑΧΧΧΧΧ- συντονιστής και ο ΒΧΧΧΧΧ- ομιλητής.

Καταλαβαίνω ότι δεν θα μου ζητηθεί να δώσω καμία προσωπική πληροφορία σε αυτήν την ομάδα εστίασης. Ωστόσο, λόγω του μικρού μεγέθους της ομάδας, αντιλαμβάνομαι ότι ενδέχεται να μην είναι δυνατόν να διατηρηθεί η συμμετοχή μου εντελώς εμπιστευτική ή να παραμείνει ανώνυμη. Μπορώ να αποσυρθώ από την ομάδα εστίασης ανά πάσα στιγμή.

Γνωρίζω ότι η ομάδα εστίασης μπορεί να βιντεοσκοπηθεί και ότι τα δεδομένα που συλλέγονται κατά τη διάρκεια αυτής της ομάδας εστίασης θα αναλυθούν και θα κοινοποιηθούν στους εταίρους του έργου AgriCoopValue και ότι τα δεδομένα αυτά μπορεί να δημοσιευθούν ως μέρος μιας έκθεσης. Γνωρίζω ότι τα δεδομένα θα τηρηθούν εμπιστευτικά εντός των νομικών ορίων και ότι η βιντεοσκόπηση θα καταστραφεί μετά από 1 έτος.

Παρακαλούμε συμπληρώστε τα ακόλουθα (κυκλώστε Ναι ή Όχι για κάθε ερώτηση)

- | | | |
|---|-----|-----|
| ▪ Έχω διαβάσει το δελτίο πληροφοριών για τους συμμετέχοντες | ναι | όχι |
| ▪ Κατανοώ τις πληροφορίες που παρέχονται | ναι | όχι |
| ▪ Είχα την ευκαιρία να κάνω ερωτήσεις και να συζητήσω τη μελέτη | ναι | όχι |
| ▪ Έλαβα ικανοποιητικές απαντήσεις σε όλες τις ερωτήσεις | ναι | όχι |
| ▪ Γνωρίζω ότι η συζήτηση στην ομάδα εστίασης μπορεί να βιντεοσκοπηθεί | ναι | όχι |



Έχω διαβάσει και κατανοήσει τις πληροφορίες του παρόντος εντύπου. Οι ερωτήσεις και οι ανησυχίες μου απαντήθηκαν από τους συντονιστές και έχω αντίγραφο του παρόντος εντύπου. Ως εκ τούτου, δίνω τη συγκατάθεσή μου για τη συμμετοχή μου σε αυτό το πρόγραμμα.

Υπογραφή του συμμετέχοντα:

Ονομασία με κεφαλαία γράμματα:

Ημερομηνία:

Παράρτημα 5: ΟΡΟΛΟΓΙΟ ΟΡΩΝ¹

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ - Με αλφαβητική σειρά

Υπολογισμός και οπτικοποίηση της ολοκληρωμένης κοινωνικής αξίας.....	40
Συναισθηματική αξία.....	40
Ανατροφοδότηση & συνεχείς βελτιώσεις.....	40
Καλή.....	Error! Bookmark not defined.
Πώς να διαχειρίζεστε & να τεκμηριώνετε πληροφορίες.....	40
Προσδιορισμός των ενδιαφερομένων μερών. Χάρτης ενδιαφερόμενων μερών.....	41
Προσδιορισμός μεταβλητών αξίας.....	41
Επαγόμενη αξία.....	42
Ολοκληρωμένη κοινωνική αξία.....	42
Κινητοποιημένη αξία.....	42

Πηγή: IO1. Εκπαιδευτικό πρόγραμμα για τη νομιματοποίηση της κοινωνικής αξίας στον αγροδιατροφικό τομέα, από την GEAccounting. Dropbox του έργου AgriCoopValue :<https://cutt.ly/hKXusbi>



Χρηματοποίηση.....	Error! Bookmark not defined.
Νομισματοποίηση εκρών.....	42
Μη αγοραία κοινωνική αξία	42
Πληρεξούσια & δίκαιη αξία	43
Επιλογή των συνεντευξιαζόμενων.....	43
Κοινωνική λογιστική	44
Δείκτης κοινωνικής ισορροπίας-αγοράς ή δείκτης ισορροπημένης κοινωνικής αγοράς.....	44
Κοινωνικό αγαθό.....	44
Κοινωνική Αξία Αγοράς.....	44
Δείκτης κοινωνικής συν-αξίας.....	44
Κοινωνική Αξία	45
Κοινωνική αξία που παράγεται όσον αφορά το περιουσιακό στοιχείο του Συνεταιρισμού	45
Κοινωνική-συναισθηματική αξία	45
Θεωρία των ενδιαφερομένων μερών.....	45
Η νομισματοποίηση της κοινωνικής αξίας	46
Συνολική προστιθέμενη αξία που διανέμεται.....	46
Αξία.....	46
Αξία που διανέμεται στην Κοινότητα	46
Αξία που διανέμεται στους καταναλωτές.....	46
Αξία που διανέμεται στους ιδρυτές.....	46
Αξία που διανέμεται στους επενδυτές.....	47
Αξία που διανέμεται στους προμηθευτές.....	47
Αξία που διανέμεται στην κυβέρνηση	47
Αξία που διανέμεται στους εργαζομένους.....	47
Αξία προσανατολισμένη στους δείκτες	48
Τι να ρωτήσετε κατά τη διάρκεια της συνέντευξης	48
Γιατί είναι σημαντική η κοινωνική λογιστική;.....	48

Υπολογισμός & οπτικοποίηση της ολοκληρωμένης κοινωνικής αξίας

Ο υπολογισμός της αξίας βασίζεται στην ανάλυση κόστους-όγκου-κέρδους και στις παραδοσιακές μεθόδους λογιστικής ενοποίησης.

Η οπτικοποίηση της ολοκληρωμένης κοινωνικής αξίας περιλαμβάνει:

- Την αξία που παράγει η δραστηριότητα του συνεταιρισμού για το κοινωνικό σύνολο
- Τις ταμειακές ροές που παράγουν αποδόσεις ή εξοικονόμηση για τη δημόσια διοίκηση
- Ειδική κοινωνική αξία για τα ενδιαφερόμενα μέρη μέσω μη αγοραίων σχέσεων

Συναισθηματική αξία

Είναι μια συναισθηματική Αξία -θετική ή αρνητική- που συνεισφέρει ο συνεταιρισμός στους ενδιαφερόμενους φορείς του.

Είναι ένας διορθωτικός παράγοντας που πολλαπλασιάζει προς τα πάνω ή προς τα κάτω (+/- 50%) την αναπόσπαστη κοινωνική αξία που παράγει ο συνεταιρισμός, ανάλογα με το αν η αντίληψή του από τους πολίτες είναι υψηλότερη ή χαμηλότερη από τον μέσο όρο του συνόλου των συνεταιρισμών.

Ανατροφοδότηση & συνεχείς βελτιώσεις

Ισχύει για τον ίδιο τον συνεταιρισμό μέσω διαδοχικών κύκλων ανάλυσης (ετήσια κοινωνική λογιστική) και για άλλους οργανισμούς που μπορούν να επωφεληθούν από τα αποτελέσματα και τα διδάγματα που αντλήθηκαν, ιδίως όσους δραστηριοποιούνται στον ίδιο τομέα.

Αγαθό

Είναι ένα υλικό ή άυλο προϊόν ή υπηρεσία που παράγεται από έναν συνεταιρισμό μέσω των μηχανισμών της αγοράς και της μη αγοράς.

Πώς να διαχειρίζεστε και να τεκμηριώνετε πληροφορίες

Είναι απαραίτητο να συγκεντρώσετε τις κύριες ιδέες με κάποιο τρόπο: Να βιντεοσκοπηθούν, να καταγραφούν ή να σημειωθούν σε μία λίστα.



Ο συνεντευκτής πρέπει να είναι αυστηρός και ακριβής, ώστε να μπορούν να πραγματοποιηθούν οι επακόλουθες ομαδικές αναλύσεις για να αποφασιστεί ποιες μεταβλητές είναι σχετικές σε κάθε οργανισμό.

Ο αξιολογητής θα πρέπει να ομαδοποιήσει όλες τις ιδέες σχετικά με την αξία για να πραγματοποιήσει μια σημασιολογική ανάλυση με βάση την εμπειρία και το σχεσιακό μέρος.

Ο υπεύθυνος της συνέντευξης μπορεί να χρησιμοποιήσει κάποιο λογισμικό για να χαρτογραφήσει τις πληροφορίες.

Προσδιορισμός των ενδιαφερομένων μερών. Χάρτης των ενδιαφερομένων μερών

Κατάλογος των ατόμων, οργανισμών ή οντοτήτων στους οποίους ο συνεταιρισμός θεωρεί ότι παράγει αξία.

Υπό αυτή την έννοια, η αξία νοείται όσον αφορά τους αποδέκτες αυτής της αξίας. Η κοινωνική αξία αναφέρεται σε όλες τις Αξίες που αντιλαμβάνονται οι ενδιαφερόμενοι του συνεταιρισμού. Πρέπει να καταρτίζεται με βάση την αξία που παράγεται στο παρελθόν και όχι από την προοπτική μιας μελλοντικής στρατηγικής.

Η σύνταξη αυτού του χάρτη δεν είναι μια εφάπαξ ενέργεια αλλά μια ολόκληρη διαδικασία: η ομάδα εργασίας συντάσσει ένα προσχέδιο και το αποστέλλει στους συνομιλητές για να το εξετάσουν και να συνεισφέρουν- ο χάρτης δεν θα θεωρηθεί πλήρης μέχρι να επιτευχθεί συναίνεση ως προς τη σκοπιμότητά του. Προσδιορισμός πιθανών συνομιλητών για κάθε ομάδα ενδιαφερομένων που έχει εντοπιστεί.

Προσδιορισμός μεταβλητών αξίας

Οι μεταβλητές αξίας είναι εκείνες οι πτυχές στις οποίες ο οργανισμός παράγει αξία για τρίτους.

Πραγματοποιεί με τα ενδιαφερόμενα μέρη που είναι υπεύθυνα για τον προσδιορισμό αυτών των μεταβλητών.

Αυτή είναι ίσως η πιο σύνθετη φάση της διαδικασίας: επαναπροσδιορισμός των μεταβλητών που εκφράζονται με γενικούς όρους και αναδιατύπωση τους με τους δείκτες που αντιστοιχούν στις μετρήσιμες εκροές του συνεταιρισμού, γεγονός που με τη σειρά του συνεπάγεται τη δυνατότητα απόκτησης υποκατάστατων.

Επαγόμενη αξία

Εκείνη που μια οντότητα συμβάλλει στη δημιουργία μιας άλλης οντότητας μέσω της χρηματοδότησης, της τεχνογνωσίας ή άλλων τύπων δυναμικής.

Ολοκληρωμένη κοινωνική αξία

Δηλαδή η κοινωνική αξία που διανέμεται σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, η αξία που παράγει ένας συνεταιρισμός για το σύνολο της κοινωνίας -κοινωνική αξία.

Υπολογίζεται με την πρόσθεση της αξίας που παράγει ο συνεταιρισμός στους διάφορους ενδιαφερόμενους, ενσωματώνει την αξία που παράγεται μέσω της δραστηριότητας της αγοράς και εκείνη που διανέμεται εκτός της αγοράς -εξ ου και ονομάζεται "ολοκληρωμένη".

Συνώνυμο: Κοινωνική αξία [Είναι το άθροισμα της αγοραστικής και της μη αγοραστικής αξίας].

Κινητοποιημένη αξία

Αυτή που οι οντότητες αντλούν μέσω αγορών με τους προμηθευτές. Λαμβάνεται υπόψη μόνο η προστιθέμενη αξία.

Απότιμηση σε αξία

Εκτιμά την ισοδυναμία σε χρηματικές μονάδες του βαθμού χρησιμότητας που παρέχει ένα αγαθό σε ένα συγκεκριμένο κοινωνικοπολιτισμικό πλαίσιο.

Χρηματοποίηση των αποτελεσμάτων

Αφού προκύψουν οι μεταβλητές αξίας, το επόμενο βήμα είναι να προσδιοριστούν οι εκροές που παράγονται από τον συνεταιρισμό και αντιστοιχούν σε κάθε μεταβλητή, καθώς και τα υποκατάστατα που επιτρέπουν την ποσοτικοποίησή τους.

Μη αγοραστική κοινωνική αξία

Είναι η κοινωνική αξία που διανέμεται εκτός της αγοράς. Ως εκ τούτου, είναι ανεκτίμητη ή με τιμή που δεν ανταποκρίνεται στην αγορά.

Είναι η αξία που ένας συνεταιρισμός διανέμει σε ορισμένα από τα ενδιαφερόμενα μέρη του, αλλά επειδή δεν υπάρχει χρηματική συναλλαγή, δεν αντικατοπτρίζεται στις οικονομικές καταστάσεις. Μερικές φορές, η αξία αυτή συλλέγεται μόνο ποιοτικά.

Η κύρια συμβολή της κοινωνικής λογιστικής είναι να ενσωματώσει αυτή την -κρυμμένη- αξία στην ολοκληρωμένη κοινωνική αξία.

Πληρεξούσια & εύλογη αξία

Τα υποκατάστατα είναι τιμές που επιτρέπουν τη νομισματική αξιολόγηση των εκρών, δηλαδή ένα στοιχείο σύγκρισης με τη νομισματική αξία αναφοράς, είτε ειδική - μοναδική - είτε τυποποιημένη - που λαμβάνεται μέσω μιας συνάρτησης συμμετοχής. Συνήθως πρόκειται για δεδομένα που λαμβάνονται, για παράδειγμα, από επίσημες στατιστικές.

Μετά τον εντοπισμό ενός αποτελέσματος που ταιριάζει με μια μεταβλητή αξίας, το επόμενο βήμα είναι να εντοπιστούν ένας ή περισσότεροι νομισματικοί δείκτες που επιτρέπουν τη νομισματική ποσοτικοποίηση του εν λόγω αποτελέσματος.

Για παράδειγμα, η εξοικονόμηση πόρων ή το κόστος της δημόσιας διοίκησης είναι συνήθως αποτελεσματικά υποκατάστατα, καθώς προσδιορίζουν πόσο η κυβέρνηση, και κατ' επέκταση η κοινωνία, είναι διατεθειμένη να πληρώσει για τις αντίστοιχες εκροές. Ωστόσο, η γενική τάση είναι για μια σειρά από υποκατάστατα και όχι για ένα και μόνο υποκατάστατο. Επιπλέον, τα εν λόγω υποκατάστατα πρέπει να μοιράζονται μια σειρά γεωγραφικών και χρονικών χαρακτηριστικών και να συμμορφώνονται με το κριτήριο της σύνεσης.

Η εύλογη αξία είναι μια έννοια που χρησιμοποιείται στη λογιστική και αναφέρεται στην τιμή που θα μπορούσε να καταβληθεί για ένα περιουσιακό στοιχείο ή μια υποχρέωση σε μια συναλλαγή, υπό την προϋπόθεση ότι τα μέρη είναι κατάλληλα ενημερωμένα και δεν υπάρχει τίποτα που να τα εμποδίζει να ενεργήσουν ελεύθερα και εκούσια.

Επιλογή των συνεντευξιαζόμενων

Αυτό συνίσταται στον προσδιορισμό συγκεκριμένων μελών των οργανώσεων των ενδιαφερομένων μερών που θα συμπεριληφθούν στο διάλογο (συνεντεύξεις).

Απαιτεί την επιλογή των συνομιλητών στον πυρήνα της ομάδας αναφοράς και οι οποίοι έχουν καλή γνώση των δυνατοτήτων της ανάλυσης να συνεισφέρουν αξία στον οργανισμό.

Κοινωνική λογιστική

Η κοινωνική λογιστική είναι ένα σύστημα μεταφοράς πληροφοριών σε χρηματικούς όρους σχετικά με την αξία που διανέμεται ή αφαιρείται από έναν συνεταιρισμό στους διάφορους ενδιαφερόμενους.

Ονομάζεται επίσης Λογιστική των ενδιαφερομένων μερών. Η Κοινωνική Λογιστική έχει δύο μέρη: την αγοραστική αξία και τη μη αγοραστική αξία.

Για την αγοραστική αξία, χρειαζόμαστε τις καταστάσεις κερδών και ζημιών (P&L) και κάποιες άλλες πληροφορίες για να καθορίσουμε τη νομισματοποιημένη κοινωνική αξία από τις οικονομικές συναλλαγές.

Η μη αγοραστική αξία βασίζεται στο χάρτη των ενδιαφερόμενων μερών, στις μεταβλητές αξίας που έχουν δείξει τα ενδιαφερόμενα μέρη και στη διαδικασία νομισματοποίησης.

Βήματα για την εφαρμογή της Κοινωνικής Λογιστικής: αγοραστική και μη αγοραστική αξία [χάρτης ενδιαφερομένων μερών (δημιουργία αξίας), συνεντεύξεις, κατάλογος μεταβλητών, Proxys] + Συναισθηματική αξία

Δείκτης κοινωνικής ισορροπίας-αγοράς ή δείκτης ισορροπημένης κοινωνικής αγοράς

Ο δείκτης υπολογίζει την ισορροπία μεταξύ της αξίας από την αγορά και τη μη αγορά.

Κοινωνικό αγαθό

Αυτό που παρέχει ευημερία/δυσφορία σε ορισμένα μέλη [ενδιαφερόμενα μέρη] της κοινωνίας.

Κοινωνική αξία της αγοράς

Είναι η αξία που παράγει και διανέμει ένας συνεταιρισμός μέσω της εμπορικής του δραστηριότητας. Περιλαμβάνει τους καθαρούς μισθούς, τις εισφορές κοινωνικής ασφάλισης, τους φόρους και τις αμοιβές του προσωπικού και των επιχειρήσεων, καθώς και τον ΦΠΑ -που αντικατοπτρίζεται στα λογιστικά βιβλία της εταιρείας.

Δείκτης Κοινωνικής Αξίας Plus

Ο δείκτης υπολογίζει το ποσοστό της κοινωνικής αξίας που παράγεται πάνω από τον χρησιμοποιούμενο προϋπολογισμό.



Προκύπτει από τη διαίρεση της συγκεκριμένης κοινωνικής αξίας μεταξύ των εσόδων, ανεξάρτητα από την προέλευσή τους (πωλήσεις, επιδοτήσεις ή έκτακτα έσοδα).

Κοινωνική αξία

Είναι ο βαθμός χρησιμότητας που παρέχουν τα κοινωνικά αγαθά που παράγει ένας συνεταιρισμός για τις σχετικές ομάδες συμφερόντων.

κοινωνική αξία που παράγεται σχετικά με το περιουσιακό στοιχείο του Συνεταιρισμού

Ο δείκτης υπολογίζει την κοινωνική αξία από μια βυθισμένη επένδυση, που αντανακλάται στο περιουσιακό στοιχείο- ή, ελλείψει αυτού, στην εύλογη αξία.

Αντικατοπτρίζει την κοινωνική αξία που παράγεται από μια επένδυση -συνήθως, οι δημόσιοι οργανισμοί με εκτεταμένες επενδύσεις σε περιουσιακά στοιχεία έχουν ενδιαφέρον για αυτόν τον δείκτη.

Κοινωνική-συναισθηματική αξία

Αντικατοπτρίζει το σύνολο της αγοραίας, μη αγοραίας και συναισθηματικής αξίας που παράγει ένας συνεταιρισμός για την κοινωνία- αντιστοιχεί στο άθροισμα της ολοκληρωμένης κοινωνικής αξίας και της συναισθηματικής αξίας.

Προκύπτει από τον πολλαπλασιασμό της Ολοκληρωμένης κοινωνικής αξίας επί τον συναισθηματικό διορθωτικό δείκτη [λόγος].

Θεωρία των ενδιαφερομένων μερών

Η Θεωρία των Ενδιαφερόμενων Μερών καθιερώνει ένα σύστημα πληροφοριών που προσδιορίζει την αξία που παράγεται για τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη. Η αξία αυτή πρέπει να γίνεται κατανοητή όχι μόνο σε χρηματικούς όρους αλλά και σε μη αγοραίες και συναισθηματικές αξίες. Αυτή η λογιστική προσανατολισμένη στα ενδιαφερόμενα μέρη υλοποιείται ως επέκταση της παραδοσιακής λογιστικής, η οποία διευρύνει την εμβέλεια της λογιστικής, ενσωματώνοντας την αγοραία αξία των μη αγοραίων και συναισθηματικών αξιών. Και θεσπίζει επίσης μια κατηγορία για κάθε ομάδα συμφερόντων που λαμβάνει αυτή την αξία.

Η Αποτίμηση της Κοινωνικής Αξίας

Εκτιμάται η διαδικασία με την οποία ένας συνεταιρισμός παράγει την ισοδυναμία σε χρηματικές μονάδες του βαθμού χρησιμότητας του συνόλου των κοινωνικών αγαθών - αυτών που παρέχουν ευημερία ή δυσφορία σε κάποιο κοινωνικό σύνολο μελών-.

Συνολική Προστιθέμενη Αξία που Διανέμεται

Ενοποιημένο άθροισμα (χωρίς διπλασιασμό της κοινής αξίας) του συνόλου της αξίας που διανέμεται στους διάφορους ενδιαφερόμενους.

Αξία

Η χρησιμότητα που παρέχει ένα αγαθό.

Αξία που Διανέμεται στην Κοινότητα

Η αξία που συνεισφέρει στην κοινωνία ταυτίζεται με την Ολοκληρωμένη Κοινωνική Αξία.

Υπολογίζεται με την ενοποίηση (πρόσθεση χωρίς επανάληψη των ποσών που θα μπορούσαν να διπλασιαστούν) της αξίας που παράγεται στα ενδιαφερόμενα μέρη (με βάση το Πολυεδρικό Μοντέλο).

Είναι επίσης το άθροισμα της κοινωνικής αξίας της αγοράς και της μη-αγοράς. Στην πρώτη περίπτωση (ενδιαφερόμενα μέρη), γίνεται αναφορά στην αξία διανομής και στη δεύτερη (αγορά), στο μηχανισμό διανομής αυτής της αξίας.

Συνώνυμο: Ολοκληρωμένη κοινωνική αξία. [Είναι το άθροισμα της αγορας και της μη αγοραίας αξίας].

Αξία που Διανέμεται στους Καταναλωτές

Είναι η προστιθέμενη αξία που λαμβάνουν οι πελάτες μέσω της τιμής αγοράς.

Στους συνεταιρισμούς που λειτουργούν στην αγορά, στο πλαίσιο ενός συστήματος τιμολόγησης, η αξία που αντιλαμβάνονται οι πελάτες εξισώνεται με τον κύκλο εργασιών.

Αξία που Διανέμεται στους Ιδρυτές

Όλα τα χρηματοοικονομικά έξοδα.

Στην περίπτωση αυτή, εξετάζεται το σύνολο των δαπανών που πραγματοποιήθηκαν, καθώς οι δαπάνες αφαιρούνται από την προστιθέμενη Αξία. Εξετάζεται το 100% των χρηματοοικονομικών δαπανών.

Αξία που Διανέμεται στους Επενδυτές

Δηλαδή τα έσοδα από όλους τους Επενδυτές, άμεσα [κέρδη] ή έμμεσα [% των κερδών του προμηθευτή].

Αντικατοπτρίζει το σύνολο της αξίας που παράγει ο συνεταιρισμός, άμεσα στους επενδυτές του, μέσω του αποτελέσματος μετά τις χρηματοοικονομικές δαπάνες και τους φόρους, και έμμεσα στους επενδυτές των προμηθευτών του.

Λαμβάνονται υπόψη όλα τα κέρδη, ανεξάρτητα από το αν διανέμονται ή παρακρατούνται από την εταιρεία.

Αξία που Διανέμεται στους Προμηθευτές

Η κινητήρια επίδραση της αγοράς από τους προμηθευτές εξετάζεται κατ' αναλογία με την αναλογία χρέωσης που αφορά τον συνολικό κύκλο εργασιών όλων των προμηθευτών.

Για να μη συμπεριληφθεί ως κοινωνική αξία η κατανάλωση πρώτων υλών και ενέργειας, λαμβάνεται υπόψη μόνο η προστιθέμενη αξία από τον προμηθευτή.

Από την προστιθέμενη αξία υπολογίζεται το ποσοστό που διανέμει ο προμηθευτής στους εργαζόμενους και τους επενδυτές. Λαμβάνεται υπόψη μόνο η προστιθέμενη αξία των προμηθευτών πρώτου επιπέδου.

Αξία που Διανέμεται στην Κυβέρνηση

Δηλαδή, τα έσοδα που παράγονται σε όλη τη δημόσια διοίκηση, άμεσα [προστιθέμενη αξία] ή έμμεσα [προμηθευτές]. Η οικονομική ροή των συνεταιρισμών προς όλες τις κρατικές υπηρεσίες, κυρίως μέσω των εισφορών στο σύστημα κοινωνικής ασφάλισης (της εταιρείας, του προσωπικού ή προκαλούμενων από τους προμηθευτές), των διαφόρων φόρων και τελών που καταβάλλονται, του φόρου εταιρειών και του καταβαλλόμενου ΦΠΑ. Περιλαμβάνει: Φόρος κοινωνικής ασφάλισης, φόρος εισοδήματος προσωπικού, διάφοροι φόροι, εταιρικός φόρος.

Αξία που Διανέμεται στους Εργαζομένους

Η αξία που εισπράττουν οι εργαζόμενοι άμεσα (προσωπικό του συνεταιρισμού) και έμμεσα (προσωπικό των προμηθευτριών εταιρειών).

Αναφέρεται στους καθαρούς μισθούς (χωρίς να διπλασιάζεται η εισφορά στην κοινωνική ασφάλιση και ο φόρος εισοδήματος του προσωπικού) που λαμβάνουν οι εργαζόμενοι από τον συνεταιρισμό και προκαλούνται μέσω των εταιρειών-προμηθευτών.

Προσανατολισμένοι στην αξία δείκτες

Για παράδειγμα,²:

- Συνεργατική συνέργεια: επαληθεύσιμη αποτελεσματικότητα.
- Προγραμματισμός καλλιεργειών: ρύθμιση της προσφοράς και καλύτερη πρόσβαση στη μετατροπή και τη διανομή.
- Επίλυση ερωτημάτων: κάθε είδους κανονισμοί, ισχυρισμοί και πόροι.

Τι να ρωτήσετε κατά τη διάρκεια της συνέντευξης

Η συνέντευξη είναι ημιδομημένη (σενάριο), δηλαδή οι ερωτήσεις πρέπει να είναι προετοιμασμένες και μελετημένες, αλλά υπάρχει περιθώριο να πραγματοποιηθούν και άλλες, αν το απαιτεί το σενάριο.

Ο στόχος είναι σαφής: Να μάθουμε ποια είναι η κοινωνική αξία που παράγει η οντότητα για το συγκεκριμένο άτομο.

Γιατί είναι σημαντική η Κοινωνική Λογιστική;

Οι οικονομικές-χρηματοοικονομικές πληροφορίες είναι ένα υγιές σύστημα πληροφόρησης για τους μετόχους μιας εταιρείας, αλλά δεν είναι χρήσιμες για τους πολίτες, επειδή δεν περιλαμβάνουν τις κρίσιμες διαστάσεις της μεταφοράς αξίας για αυτούς. Επιπλέον, άλλα ελλείμματα πληροφόρησης προκύπτουν από το σύστημα ανάλυσης της χρηματοοικονομικής λογιστικής, το οποίο επικεντρώνεται στους μετόχους.

Στη λογιστική διαδικασία, η αξία που αποδίδεται στους προμηθευτές, το προσωπικό και τη δημόσια διοίκηση -μεταξύ άλλων- εμφανίζεται ως αρνητικό μέγεθος, δηλαδή ως δαπάνη και, ως εκ τούτου, ως κινητήριο μοχλός της αφαίρεσης αξίας. Η μόνη αξία που εξηγείται θετικά στην κλασική λογιστική είναι το κέρδος. Σε αυτό το πλαίσιο, είναι δύσκολο να κατανοηθεί ως θετική οποιαδήποτε αξία που παρέχεται σε έναν ενδιαφερόμενο και συνεπάγεται μείωση του κέρδους που παράγεται από την οικονομική δραστηριότητα.

Γι' αυτό χρειαζόμαστε μια νέα λογιστική που να προσδιορίζει θετικά την αξία που μεταφέρουν οι συνεταιρισμοί στους διάφορους ενδιαφερόμενους.

² IO1, see page 135.



Η πιο προφανής εφαρμογή της Κοινωνικής Λογιστικής είναι η αποτίμηση και η απεικόνιση της αξίας που μεταφέρουν οι συνεταιρισμοί στην κοινωνία. Αυτό επιτρέπει τον προγραμματισμό και τον έλεγχο της διαχείρισης από τη σκοπιά της παραγωγής και της διανομής της αξίας.

Η Κοινωνική Λογιστική είναι χρήσιμη για: το διάλογο με την κυβέρνηση και τη χρηματοδότηση, δείχνοντας ότι είναι κάτι περισσότερο από οικονομικούς δείκτες.