ePublishing
ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ
NATIONAL DOCUMENTATION CENTRE

Γεωγραφίες

Αρ. 26 (2015)

Γεωγραφίες, Τεύχος 26, 2015

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ: Η ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

Θανάσης Λακριντής, Παναγιώτης Πάντος

https://epublishing.ekt.gr | **e-Εκδότης:** ΕΚΤ | **Πρόσβαση:** 29/01/2026 19:51:20

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ: Η ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ[1]

Θανάσης Λακριντής* και Παναγιώτης Πάντος**

Περίληψη

Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα οδήγησε σε ευρεία αμφισβήτηση του κυρίαρχου οικονομικού παραδείγματος και των αξιών που το συνόδευαν. Στο πλαίσιο αυτό τα τελευταία χρόνια έχουν πολλαπλασιαστεί οι συλλογικές πρωτοβουλίες που γεννιούνται με στόχο την έμπρακτη έκφραση κοινωνικής αλληλεγγύης, αλλά και την (επαν)ενεργοποίηση ενός αδρανούς εργατικού δυναμικού, μέσα από συνεταιριστικές δομές. Μέχρι σήμερα έχουν ιδρυθεί μερικές εκατοντάδες κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις (ΚΟΙΝΣΕΠ). Μέσα από τη μελέτη περιπτώσεων τέτοιων επιχειρήσεων, που εμφανίζουν σχετικό δυναμισμό και σταθερή λειτουργία, επιδιώκουμε να αναδείξουμε τα χαρακτηριστικά των ανθρώπων που αποφασίζουν να συνεταιριστούν, τις προσδοκίες και τους στόχους τους: από την ύπαρξη ή μη συνεταιριστικής κουλτούρας και τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες μέχρι τις δυνατότητες αξιοποίησης ιδιαίτερων στοιχείων τους ή ακόμη και εμπλοκής μελών αποκλεισμένων ομάδων. Εστιάζουμε ιδιαίτερα στον ρόλο που παίζει η χωρική διάσταση αλλά και το ανθρώπινο δυναμικό των συνεταιρισμών στην ίδρυση και την εξέλιξή τους, στη μετάβασή τους από την αρχική ιδέα στην πλήρη και βιώσιμη οικονομική λειτουργία, αλλά και στην εξωστρέφειά τους.

The human factor's role in a crisis hit Greece: The experience of Social Cooperatives

Thanasis Lakrintis and Panayotis Pantos

Abstract

The economic crisis in Greece led to a widespread question of the dominant economic paradigm and of the values that accompanied it. In this context, many collective initiatives have been born, with the aim to practically express social solidarity and (re)activate an inert workforce through cooperative structures. Several hundred social cooperative enterprises (KOINSEP) have been founded so far. Through case studies of a number of such enterprises that show relative dynamism and stable operation, we seek to highlight the characteristics of the people behind them, their expectations and goals (existence or not of cooperative culture, business ambitions, use of special skills, participation of excluded/marginalised groups). We focus particularly on the role that spatial dimension and the people behind cooperatives play in their founding and evolution, as well as in their transition from concept to full and sustainable economic operation, but also in their extroversion.

* Μεταπτυχιακός φοιτητής, Τμήμα Γεωγραφίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο.
** Υποψήφιος διδάκτορας, Τμήμα Γεωγραφίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο.

Εισαγωγή

Η οικονομική κρίση στη χώρα μας έχει τροφοδοτήσει μια ασυνήθιστη για τα δεδομένα των τελευταίων δεκαετιών κινητικότητα στη βάση της κοινωνίας, η οποία συναντιέται με τη γενικότερη ρευστότητα που παρουσιάζει σήμερα ο ελληνικός κοινωνικός σχηματισμός στο επίπεδο των πολιτικών αξιών και αντιλήψεων. Απολύτως εγγεγραμμένο στο παραπάνω πλαίσιο είναι και το ενδιαφέρον που έχει δημιουργηθεί για την κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία. Θεωρούμε, έτσι, πως έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον η μελέτη του λεγόμενου τρίτου τομέα και, πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά τουλάχιστον την παρούσα εργασία, των κοινωνικών συνεταιρισμών. Εξάλλου, για τη μελέτη της τοπικής ανάπτυξης αλλά και των δυνατοτήτων που υπάρχουν για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης στη χώρα μας δεν αρκεί να σταθεί κανείς μόνο στη συμβολή των αυστηρά οικονομικών παραγόντων, των μακροοικονομικών συνθηκών, των διαθέσιμων επενδυτικών και χρηματοδοτικών πλαισίων κ.λπ. Οι πρωτοβουλίες κοινωνικών δρώντων, όπως οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί, παίζουν εξίσου κομβικό, και μάλιστα γεωγραφικά προσδιορισμένο, ρόλο, αν και συχνά αυτός παραγνωρίζεται.

Ο ρόλος του ανθρώπινου παράγοντα, λοιπόν, αποτελεί μια πτυχή με ιδιαίτερη σημασία, που αξίζει να διερευνηθεί περαιτέρω σε σχέση με το τοπικό αποτύπωμα των πρωτοβουλιών αυτών, καθώς επηρεάζει την εξέλιξη και εν τέλει την επιτυχία ή μη των εγχειρημάτων. Αυτό είναι και το ευρύτερο αντικείμενο του ερευνητικού προγράμματος «Το ανθρώπινο δυναμικό ως βασική συνιστώσα της αναπτυξιακής δυναμικής και διαφοροποίησης των περιοχών» [2] που διενεργείται με τη συμμετοχή του Πανεπιστημίου Μακεδονίας (συντονιστής), του ΑΠΘ, του Χαροκόπειου και του Πάντειου Πανεπιστημίου, στο οποίο εντάσσεται η παρούσα μελέτη.

Κοινωνική οικονομία, καινοτομία και επιχειρηματικότητα

Ο τρίτος τομέας, στον οποίο εντάσσονται και τα εγχειρήματα κοινωνικής οικονομίας, περιλαμβάνει ανάλογα με το θεωρητικό πλαίσιο που υιοθετεί κανείς, ένα ευρύτατο φάσμα συλλογικοτήτων, φορέων και θεσμών, ενώ οι πρωτοβουλίες τους μπορεί να εκκινούν από ένα άτομο, μια ομάδα, μια οργάνωση, ένα κοινωνικό κίνημα κ.ά. (Sénécal 2012). Η ποικιλομορφία αυτή δημιουργεί ένα σύνθετο τοπίο, που έχει αποτελέσει αντικείμενο εμπειρικών μελετών και θεωρητικών προσεγγίσεων οι οποίες έχουν συμβάλει όχι μόνο στην αποσαφήνιση πλευρών των εγχειρημάτων αυτών αλλά και στην κατανόηση της συνεισφοράς που μπορεί να έχουν στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο, σε τοπικό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο (Αφουξενίδης και Γαρδίκη 2014).

Παρά τη μακραίωνη ιστορία εγχειρημάτων που θα μπορούσαν να ενταχθούν στο πεδίο της κοινωνικής οικονομίας, ο όρος χρησιμοποιείται πρώτη φορά το 1830 από τον γάλλο οικονομολόγο Charles Dunoyer. Η σημασιοδότησή του δεν διαφοροποιείται από όσα είναι και σε μας σήμερα γνωστά. (Moulaert and Ailenet 2005). Θα μπορούσαμε να περιγράψουμε αδρά την κοινωνική οικονομία λέγοντας πως το πεδίο της οριοθετείται ανάμεσα στη σφαίρα του κρατικού και του ιδιωτικού τομέα, όπως αυτοί διαχωρίζονται με κριτήριο την οικονομική δραστηριότητα. Η κοινωνική οικονομία αποτελεί τον τομέα εκείνο που είναι συνδεδεμένος με τις ανάγκες της κοινωνίας (Mertens 1999). Ωστόσο, μέσα από την ιστορική ανάλυση και την εμπειρική μελέτη της έννοιας γίνονται αντιληπτές διαφορετικές προσεγγίσεις, που οδήγησαν σε διαφορετική αντίληψη περί κοινωνικής οικονομίας σε διαφορετικά χωρικά, χρονικά και ιδεολογικά πλαίσια (Γεώρμας 2013, Moulaert και Ailenet 2005, Nasioulas 2012).

Η ιστορική εμπειρία της κοινωνικής οικονομίας διακρίνεται σε τρεις βασικές περιόδους. Την ανάδυση της κοινωνικής οικονομίας από τον 19ο έως τις αρχές του 20ού αιώνα, η οποία ήταν αποτέλεσμα της δράσης κοινωνικών δυνάμεων όπως τα λαϊκά στρώματα του πληθυσμού, η εκκλησία, αλλά και μέλη των ανωτέρων, εύπορων τάξεων. Η δεύτερη περίοδος, από τις αρχές του 20ού αιώνα έως το 1960, επηρεάζεται αποφασιστικά από την επέκταση του κοινωνικού κράτους, που επιδρά καταλυτικά στην εξέλιξη της κοινωνικής οικονομίας μέσα από την έντονη επίδραση των θεσμών της πολιτείας. Τέλος, από το 1960 έως σήμερα, η κοινωνική οικονομία αποκτά διαφορετικές εκφάνσεις. Εκτός από το ριζοσπαστικό της πρόσημο στο πλαίσιο των δράσεων των κινημάτων της δεκαετίας του ’60 και του ’70, οι οικονομικές εξελίξεις που ακολούθησαν οδήγησαν και σε ένα νέο πρόσωπό της, περισσότερο συμβατό με την φιλοσοφία της ελεύθερης αγοράς. Στο σημείο αυτό, πέρα των ξεκάθαρων ιστορικών και ιδεολο-

γικών πτυχών, το χωρικό πλαίσιο αποτελεί έναν ακόμα κρίσιμο παράγοντα διαφοροποίησης του τομέα της κοινωνικής οικονομίας, όπως συμβαίνει στην περίπτωση των ΗΠΑ, όπου είναι κυρίαρχη η προσέγγιση της στην ελεύθερη αγορά, σε αντιδιαστολή με την Ευρώπη και τον Καναδά, όπου το κοινωνικό πρόσημο παραμένει εντονότερο (Γεώρμας 2013, Moulaert και Ailenet 2005).

Ωστόσο, για να οριοθετηθεί η έννοια της κοινωνικής οικονομίας, πέρα από τις πολυσχιδείς εκφάνσεις που μπορεί να λάβει, όπως έγινε κατανοητό και από τα παραπάνω, κρίνεται απαραίτητο να υιοθετηθεί ένας ορισμός. Προς αυτή την κατεύθυνση κινήθηκαν οι Defourny και Develteve (1999:16), σύμφωνα με τους οποίους ως κοινωνική οικονομία ορίζονται:

«οι οικονομικές δραστηριότητες που πραγματοποιούνται από επιχειρήσεις, κατά κύριο λόγο συνεργατικές, με βασικό παράγοντα την αμοιβαιότητα μεταξύ των μελών και ηθικές αξίες που βασίζονται στις ακόλουθες κύριες αρχές: α) παροχή υπηρεσιών στα μέλη τους ή στην κοινότητα χωρίς να αποσκοπούν στο κέρδος, β) αυτονομία διοίκησης, γ) δημοκρατικές διαδικασίες διοίκησης και διαχείρισης, και τέλος δ) έμφαση στον άνθρωπο έναντι της εργασίας και του κεφαλαίου».

Στις δραστηριότητες αυτές ο ιδιωτικός τομέας δεν είναι διατεθειμένος να λάβει μέρος, λόγω της απουσίας υψηλής κερδοφορίας, ενώ από την άλλη πλευρά συνήθως δεν υπάρχει δυνατότητα συμβολής του κράτους, λόγω της ανεπάρκειας δημοσιοοικονομικών και χρηματοοικονομικών πόρων. Γι' αυτό ο τομέας της κοινωνικής οικονομίας συναντάται εκεί όπου η δημόσια και η ιδιωτική οικονομία δεν προφέρουν επαρκείς λύσεις (Mertens 1999).

Η πλούσια διεθνής εμπειρία δείχνει μάλιστα ότι σε κάποιες περιπτώσεις στον κενό αυτό χώρο δεν αναπτύσσονται μόνο διεκπεραιωτικά/διαχειριστικά εγχειρήματα, αλλά αναπτύσσεται και μια δυναμική «κοινωνική καινοτομία» με ευρύτερες προεκτάσεις. Στην κατηγορία αυτή θα μπορούσαμε να εντάξουμε οικιστικούς συνεταιρισμούς στις ΗΠΑ που επιδιώκουν όχι μόνο την κατασκευή κατοικιών, αλλά την αλλαγή των τοπικών κοινωνικών σχέσεων που διαμορφώνουν την πόλη (DeFilippis 2004) ή περιπτώσεις όπως αυτές του βελγικού προγράμματος «Οξυγόνο για το Brugse Poort» στη Γάνδη, όπου τις τελευταίες τρεις δεκαετίες η ανάπλαση της περιοχής γίνεται μέσα από συμμετοχικές διαδικασίες που δίνουν τη δυνατότητα στους (παλιούς) κατοίκους να εμπλακούν ενεργά, φέρνοντας στο προσκήνιο τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους (Moulaert et al. 2013). Η κοινωνική καινοτομία αποτελεί χαρακτηριστική πτυχή μιας σειράς επιτυχημένων συνεταιριστικών παραδειγμάτων, από το πολυσυζητημένο Modragon (Mouaert et al. 2013) μέχρι πιο άγνωστες στα καθ' ημάς πρωτοβουλίες, όπως αυτή του «DOCH-SEi» στις Φιλιππίνες (Amin 2009), που δίνει τη δυνατότητα σε οικονομικά περιθωριοποιημένους χωρικούς του San Isidro (Davao) αλλά και σε κατοίκους που έχουν μεταναστεύσει και επιθυμούν να επαναπατρίσουν χρήματα να συνεργαστούν στην επεξεργασία των κελυφών καρύδας (που αποτελούν απόβλητο της τοπικής βιομηχανίας) για την παραγωγή και εξαγωγή άλλων προϊόντων. Κοινό όλων αυτών των περιπτώσεων είναι ότι στηρίζουν μια πολύπλευρη διαδικασία τοπικής ανάπτυξης στο κέντρο της οποίας βρίσκονται οι άνθρωποι και ο τόπος τους.

Ένας ακόμα όρος άμεσα συνδεδεμένος με την κοινωνική οικονομία και τις διαφορετικές αναγνώσεις της είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα. Μελετώντας την κοινωνική επιχειρηματικότητα γίνεται σαφές πως δεν αποτελεί νεοεισερχόμενο όρο, ούτε έχει διαχρονικά σταθερή μορφή ή κοινό περιεχόμενο μεταξύ διαφορετικών χωρών (Kerlin 2006, Defourny και Nyssens 2008, 2010). Ωστόσο, η χρήση της συγκεκριμένης έννοιας μπορεί πολύ εύκολα να γίνει αντιληπτή ως ένα «οξύμωρο» λεκτικό σχήμα, διότι συνδέει τον όρο «επιχειρηματικότητα» ή «επιχείρηση» που έχει σαφή χαρακτηριστικά ατομικής δράσης, με τον όρο «κοινωνική», που εμπεριέχει γνωρίσματα συλλογικής δράσης (Pearce 2003:66, Chell 2007). Σε μια προσπάθεια αποσαφήνισης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, οι Seelos και Mair (2005:243) την ορίζουν ως την οικονομική δραστηριότητα *«που παρέχει νέα παραγωγικά μοντέλα παροχής προϊόντων και υπηρεσιών που έχουν σκοπό να εξυπηρετούν τις άμεσες ανθρώπινες ανάγκες των φτωχότερων στρωμάτων της κοινωνίας, οι οποίες παραμένουν αναπάντητες από τις σημερινές οικονομικές και κοινωνικές δομές».*

Από τα παραπάνω γίνεται σαφές πως για τη μελέτη των εγχειρημάτων του τομέα της κοινωνικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας είναι όχι μόνο χρήσιμο αλλά και αναγκαίο να οριοθετείται και να αποσαφηνίζεται το εκάστοτε συγκείμενο της έρευνας, λόγω της

πολυσχιδούς και ιδεολογικά φορτισμένης εννοιολογικής απεικόνισης των νοημάτων στον χώρο και τον χρόνο.

Οι πρόσφατες εξελίξεις στην Ελλάδα

Αν και τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί το ενδιαφέρον για τις οργανώσεις της κοινωνικής οικονομίας, αυτές δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένες στην Ελλάδα σε σύγκριση με όσα καταδεικνύει η διεθνής εμπειρία, φαινόμενο άμεσα συναρτώμενο με την ανάπτυξη του τρίτου τομέα στη χώρα μας (Αδάμ και Παπαθεοδώρου 2010). Τόσο ο κεντρικός ρόλος του κράτους στο μοντέλο ανάπτυξης όσο και η αργοπορημένη εμφάνιση ενός στοχευόμενου και ολοκληρωμένου θεσμικού πλαισίου για την κοινωνική οικονομία και την κοινωνική επιχειρηματικότητα αποτέλεσαν ανασταλτικούς παράγοντες για την εμφάνιση και επέκταση τέτοιων δραστηριοτήτων (Γεώρμας 2013)

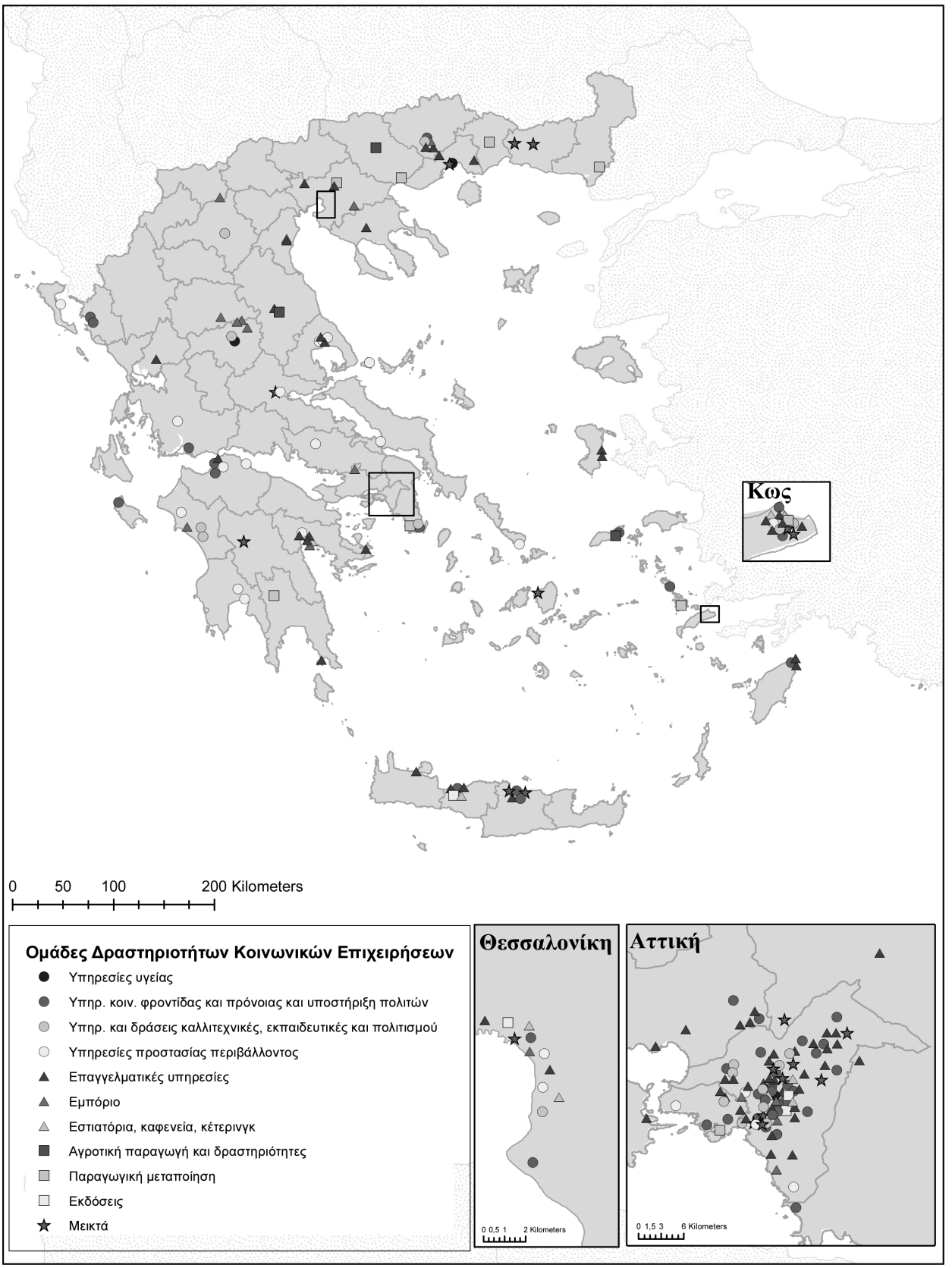
Σε σχέση με τις συνεταιριστικές πρωτοβουλίες, η ιστορία τους στην Ελλάδα είναι άμεσα συνδεμένη με τους αγροτικούς συνεταιρισμούς. Σε θεσμικό επίπεδο, μέχρι πρότινος, οι συνεταιρισμοί διακρίνονταν σε δύο κατηγορίες, με βάση τη δραστηριότητά τους· τους αγροτικούς και τους αστικούς.[3] Στους συνεταιρισμούς της πρώτης κατηγορίας εντάσσονταν όσοι δραστηριοποιούνταν στην αγροτική οικονομία, ενώ στη δεύτερη όλοι οι υπόλοιποι. Οι «παραδοσιακοί» αγροτικοί συνεταιρισμοί έχουν μάλιστα ταυτιστεί στη συλλογική συνείδηση με ένα κρατικοδίαιτο, διεφθαρμένο και αναποτελεσματικό μοντέλο επιχειρήσεων, λόγω της διαστρέβλωσης που υπέστη η συνεταιριστική παράδοση στη χώρα μας (Αδάμ 2014, Nasioulas 2012).

Η αργή εξέλιξη του τομέα της κοινωνικής οικονομίας επηρεάζεται σε σημαντικό βαθμό, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, από τις πρωτοβουλίες της πολιτείας. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός πως επίσημα η έννοια της κοινωνικής οικονομίας εισήχθη θεσμικά στη χώρα μας μόλις τα τελευταία χρόνια. Η αρχή έγινε με τον νόμο 2716/1999 για τους Κοινωνικούς Συνεταιρισμούς Περιορισμένης Ευθύνης (ΚΟΙΣΠΕ). Στόχο της παρέμβασης αυτής αποτέλεσε η ενσωμάτωση στην αγορά εργασίας ατόμων με ψυχοκοινωνικά προβλήματα. Οι ΚΟΙΣΠΕ, που αποτέλεσαν το βασικό εργαλείο που προέβλεπε ο νόμος, είναι κοινωνικοί συνεταιρισμοί με δυνατότητα δραστηριοποίησης σε παραγωγικές, καταναλωτικές, εμπορικές, πιστωτικές, εκπαιδευτικές και πολιτικές υπηρεσίες (Αδάμ 2012). Ωστόσο, οι παρεμβάσεις για τους ΚΟΙΣΠΕ δεν συνέβαλαν στην ευρύτερη εξάπλωση της κοινωνικής οικονομίας, καθώς εστίαζαν σε συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες.

Σημείο καμπής για την εξέλιξη της κοινωνικής οικονομίας αποτελεί ο νόμος 4019/2011, με τίτλο «Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και λοιπές διατάξεις», που προβλέπει μια νέα μορφή κοινωνικής επιχείρησης, την κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση (Ν. 4019/2011). Σήμερα, οι κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις (ΚΟΙΝΣΕΠ) είναι η πιο διαδεδομένη (αλλά φυσικά όχι η μοναδική, καθώς εξακολουθούν να υφίστανται και οι προηγούμενες νομικές οντότητες) μορφή κοινωνικής επιχείρησης στην Ελλάδα (Nasioulas 2011, 2012).

Ανάλογα με τον ειδικότερο σκοπό τους, μπορούν να δημιουργηθούν τρία είδη ΚΟΙΝΣΕΠ: α) ένταξης, β) κοινωνικής φροντίδας, γ) συλλογικού και παραγωγικού σκοπού.[4] Οι τύποι αυτοί κοινωνικών επιχειρήσεων μπορούν να λάβουν τη μορφή αστικού συνεταιρισμού με κοινωνική αποστολή και πλήρη επιχειρηματική δραστηριότητα. Από τα χαρακτηριστικά των ΚΟΙΝΣΕΠ που πρέπει να τονιστούν είναι ότι μπορούν να έχουν εμπορική ιδιότητα, ενώ νομικά υπάγονται στο αστικό δίκαιο. Μέλη τέτοιου είδους επιχειρήσεων μπορεί να τόσο φυσικά όσο και νομικά πρόσωπα. Δικλίδα για την αποφυγή της άνισης εκπροσώπηση των μελών αποτελεί η πρόβλεψη πως στις συνελεύσεις κάθε μέλος έχει δικαίωμα μίας ψήφου, ανεξαρτήτως των συνεταιριστικών μεριδίων που έχει στην κατοχή του (Ν. 4019/2011).

Αν και ο νόμος για την «Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα» θεωρείται αρκετά προοδευτικός για τα ελληνικά δεδομένα, πολλά ουσιαστικά του στοιχεία δυστυχώς αγνοήθηκαν ή δεν υλοποιήθηκαν. Μέχρι σήμερα δεν έχει συσταθεί ο μηχανισμός στήριξης και χρηματοδότησης κοινωνικών επιχειρήσεων που προβλεπόταν, το προστατευτικό φορολογικό καθεστώς που θα είχαν οι κοινωνικές επιχειρήσεις δεν ενεργοποιήθηκε, ενώ αντίστοιχη τύχη είχαν και άλλες υποστηρικτικές παρεμβάσεις. Η ελάχιστη πρόοδος στην καθιέρωση των θεσμών κοινωνικής οικονομίας έρχεται αντιμέτωπη και με το φαινόμενο ΚΟΙΝΣΕΠ-«φαντασμάτων», που επιδιώκουν να εκμε-



Χάρτης 1: Κατανομή των ΚΟΙΝΣΕΠ στην Ελλάδα, 2014. (Πηγή: ΕΠ ΘΑΛΗΣ MIS 380421)

ταλλευτούν τις όποιες μικρές ευκαιρίες υπάρχουν (Πληθάρας 2014).

Εν κατακλείδι, παρά τα αρκετά ενθαρρυντικά βήματα των τελευταίων χρόνων, ο τομέας της κοινωνικής οικονομίας βρίσκεται σε στάδιο πειραματισμού και αναζήτησης ταυτότητας. Για την αποφυγή δημιουργίας μια σαθρής βάσης, οι προτεραιότητες της πολιτείας θα πρέπει να αφορούν την επίλυση των θεσμικών, φορολογικών και χρηματοδοτικών ζητημάτων, αλλά και τη σαφή οριοθέτηση της σχέσης κράτους με τους φορείς της κοινωνικής οικονομίας (Γεώρμας 2013).

Μια πρώτη προσπάθεια σκιαγράφησης του πεδίου

Για την προετοιμασία της έρευνας ιδιαίτερα χρήσιμο ήταν το Γενικό Μητρώο Κοινωνικής Οικονομίας, όπου καταγράφονται όλες οι ΚΟΙΝΣΕΠ της χώρας (μια και αυτή είναι η συντριπτικά δημοφιλέστερη επιλογή νομικής μορφής για συνεταιρισμούς που ιδρύονται τα τελευταία χρόνια). Στις 17/01/2014, που έγινε η καταγραφή μας, στο μητρώο περιλαμβάνονταν 389 ΚΟΙΝΣΕΠ, εκ των οποίων οι 15 είχαν ένδειξη διαγραφής, είχαν αιτηθεί δηλαδή τη διαγραφή τους. Οι εναπομείνασες 374 ΚΟΙΝΣΕΠ ομαδοποιήθηκαν στις ακόλουθες κατηγορίες: 1) υπηρεσίες υγείας, 2) υπηρεσίες κοινωνικής φροντίδας και πρόνοιας, 3) υπηρεσίες και δράσεις καλλιτεχνικές, εκπαίδευσης και πολιτισμού, 4) υπηρεσίες προστασίας περιβάλλοντος, 5) επαγγελματικές υπηρεσίες, 6) εμπόριο, 7) υπηρεσίες εστίασης, 8) αγροτική παραγωγή, 9) παραγωγική μεταποίηση, 10) εκδόσεις, 11) μεικτό αντικείμενο. Η απεικόνιση των επεξεργασμένων στοιχείων του Μητρώου δείχνει πως οι ΚΟΙΝΣΕΠ είναι διασπαρμένες στην Ελλάδα, όπως φαίνεται και στον χάρτη**.** Μεγάλες συγκεντρώσεις εμφανίζονται στα μεγάλα αστικά συγκροτήματα της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, ενώ αξιοσημείωτη είναι η περίπτωση της Κω, όπου με πρωτοβουλία της δημοτικής αρχής εκπονήθηκε συνολικός σχεδιασμός για την κοινωνική οικονομία, ο οποίος ακολουθήθηκε από την ίδρυση 13 συνεταιρισμών (με πρωτοβουλία και στήριξη του δήμου). Αξίζει πάντως να σημειωθεί ότι σήμερα οι περισσότεροι από αυτούς παραμένουν οικονομικά ανενεργοί (Χάρτης 1).

Θα πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη ότι από τις 374 «ενεργές» ΚΟΙΝΣΕΠ του Μητρώου, οι 142 (38%) δεν είχαν οικονομική δραστηριότητα στις 17/1/2014, όπως και ότι σύμφωνα με αναλύσεις άλλων ερευνητών πάνω από το 50% των εγγραφών στο μητρώο αφορά ΚΟΙΝΣΕΠ που έχουν δημιουργηθεί με πρωτοβουλία δήμων για τη διαχείριση υπηρεσιών τους (Γεώρμας 2013).

Προκειμένου να διερευνήσουμε το πεδίο των κοινωνικών επιχειρήσεων και να διαμορφώσουμε τα ερευνητικά μας ερωτήματα αποστείλαμε ερωτηματολόγια στις ΚΟΙΝΣΕΠ του μητρώου (στις 346 από τις 374 που είχαν ηλεκτρονική διεύθυνση), επιτυγχάνοντας δυστυχώς πολύ χαμηλή ανταπόκριση, περίπου 9% (30 απαντήσεις). Παρότι προφανώς τα αποτελέσματα δεν είναι αντιπροσωπευτικά, μας έδωσαν μια πρώτη εικόνα και κάποια εναύσματα για ζητήματα που θα άξιζε να εξεταστούν σε βάθος κατά την έρευνα πεδίου. Πιο συγκεκριμένα, οι κυριότερες απαντήσεις φαίνονται στον Πίνακα 1.

Συνοψίζοντας, στην αρχική αυτή φάση της έρευνας τα παραπάνω ευρήματα και οι άξονες που προέκυψαν έδωσαν όχι μόνο μια πρώτη αμυδρή εικόνα του πεδίου αλλά ήρθαν να επιβεβαιώσουν, στον βαθμό που υπήρχε συνάφεια, και τα αποτελέσματα από σχετικές έρευνες και μελέτες που υλοποιήθηκαν κατά το παρελθόν (για αντίστοιχες μελέτες βλ. Γεώρμας, 2013).

Έρευνα πεδίου

Το κυρίως μέρος της έρευνάς μας περιλάμβανε τη διεξαγωγή μιας σειράς συνεντεύξεων με τους υπευθύνους συνεταιρισμών εν λειτουργία, μέσα από ημιδομημένες συνεντεύξεις που έδιναν έμφαση στα χαρακτηριστικά των ανθρώπων που απαρτίζουν κάθε συνεταιρισμό, στις αντιλήψεις και στις σχέσεις τους, καθώς και στο πώς όλα αυτά αλληλεπιδρούν με την τοπική ανάπτυξη. Επιλέξαμε έτσι 8 εν λειτουργία συνεταιρισμούς από ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων, φτιάχνοντας μια ομάδα που περιείχε:

• 6 ΚΟΙΝΣΕΠ, 1 αστικό συνεταιρισμό περιορισμένης ευθύνης και 1 καταναλωτικό συνεταιρισμό.

• 4 συνεταιρισμούς από την Αθήνα, 2 από τη Θεσσαλονίκη και 2 από την υπόλοιπη Ελλάδα.

• 5 συνεταιρισμούς που δραστηριοποιούνται στον τριτογενή τομέα, 2 στον δευτερογενή, 1 με μικτές δραστηριότητες. Συγκεκριμένα, στα αντικείμενα των υπό μελέτη συνεταιρισμών περιλαμβάνονται σουπερμάρκετ, παντοπωλεία (2), τουριστικές υπηρεσίες, αγροτική παραγωγή, επεξεργασία και εμπόριο αγροτικών προϊόντων, εκδόσεις, φροντιστηριακή εκπαίδευση, παραγωγή οικιακών αγαθών.

Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι ελήφθη μέριμνα ώστε μεταξύ των παραπάνω να περιλαμβάνονται συνεταιρισμοί με μικρό αλλά και σχετικά μεγάλο αριθμό εργαζομένων, με μικρό αλλά και σχετικά μεγάλο οικονομικό αποτύπωμα, με ανειδίκευτους αλλά και υψηλής ειδίκευσης εργαζόμενους, καθώς και εμβληματικά/παραδειγματικά εγχειρήματα που αποτελούν σημεία αναφοράς για τον χώρο των κοινωνικών συνεταιρισμών.

Μέσα από τις συνεντεύξεις μας με τους εκπροσώπους των κοινωνικών συνεταιρισμών αναδεικνύονται μια σειρά από κοινά μοτίβα, αλλά και διαφοροποιήσεις οι οποίες έχουν να κάνουν σε μεγάλο βαθμό με τα ειδοποιά χαρακτηριστικά τους, τα οποία άλλωστε οδήγησαν και στην επιλογή τους.

Κίνητρα δημιουργίας συνεταιρισμού

Αναδεικνύονται ξεκάθαρα δύο κατηγορίες εγχειρημάτων. Στις περισσότερες περιπτώσεις που μελετήσαμε είναι εμφανές, και συνειδητό για τους πρωτεργάτες των συνεταιρισμών, ότι αποτελούν μια ιδιαίτερη κατηγορία επιχειρηματικότητας. Κίνητρο για τη δημιουργία των συνεταιρισμών αποτελεί:

(α) Το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον εν μέσω της κρίσης, που άφησε πολλούς από τους εμπλεκόμενους οικονομικά ανενεργούς ή με κακούς εργασιακούς όρους, ωθώντας τους να αναλάβουν οι ίδιοι μια επιχειρηματική ευθύνη.

Όπως επισημαίνει ο Μ.Α. (οικιακά προϊόντα) εκπρόσωπος συνεταιρισμού που κρατάει σε λειτουργία ένα χρεοκοπημένο εργοστάσιο, η απόφαση να κρατήσουν το εργοστάσιο ανοιχτό *αποτέλεσε σχεδόν μονόδρομο για τους περισσότερους εργαζόμενους, καθώς το φάσμα της ανεργίας για ανθρώπους μέσης ηλικίας [όπως εκείνοι] έμοιαζε καταδικαστικό*.

Παρόμοια ήταν τα κίνητρα και για την περίπτωση της Φ.Μ. (εκδόσεις), δηλαδή *η συνέχιση εργασίας των μελών του συνεταιρισμού στον κλάδο όπου ήδη δραστηριοποιούνταν, με αξιοπρεπείς όμως όρους εργασίας και παράγοντας ποιοτικά προϊόντα, αποφεύγοντας τις εκπτώσεις που κάνουν άλλες επιχειρήσεις του κλάδου*.

(β) Το πολιτικό περιβάλλον εν μέσω της κρίσης, που ευαισθητοποίησε πολλούς να προσφέρουν υπηρε-

Θεματικοί άξονες	**Ευρήματα απαντήσεων**
Κίνητρα	1. Διέξοδος από την ανεργία 2. Προσφορά υπηρεσιών/προϊόντων σε ομάδες του πληθυσμού που έχουν πληγεί από την κρίση 3. Μετεξέλιξη συλλογικοτήτων/φορέων
Ειδίκευση εργαζομένων – Εργασιακές σχέσεις	4. Εργαζόμενοι/Συνεταιριστές υψηλών μορφωτικών προσόντων 5. Επιθυμία για τη δημιουργία θέσεων εργασίας 6. Εργασία μειωμένου ωραρίου 7. Εθελοντική εργασία βάση, στα πρώτα στάδια του εγχειρήματος
Χαρακτηριστικά επιχειρηματικότητας	8. Δυνατότητες που προσέφερε ο Ν. 4019/2011 9. Συμβολή στην τοπική ανάπτυξη ή/και στην εξάπλωση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας 10. Πρωτοβουλία δήμου 11. Μετεξέλιξη παλαιότερης ιδιωτικής επιχείρησης
Σχέσεις με κράτος και άλλους θεσμούς	12. Γραφειοκρατικές δυσκολίες 13. Ανυπαρξία χρηματοδότησης 14. Καχυποψία και σκεπτικισμός από τοπική κοινωνία και φορείς
Ρόλος στην τοπική ανάπτυξη	15. Δημιουργία θέσεων εργασίας 16. Σύνδεση με την τοπική οικονομία (προμήθεια / παροχή αγαθών και υπηρεσιών από την περιοχή) 17. Εξυπηρέτηση τοπικού πληθυσμού με αγαθά και υπηρεσίες στα οποία δεν είχε πρόσβαση 18. Κοινωνικό και περιβαλλοντικό πρόσημο στην επιχειρηματική δραστηριότητα

Πίνακας 1: Θεματικοί άξονες και ευρήματα Πηγή: ΕΠ ΘΑΛΗΣ MIS 380421

σίες χρήσιμες στην κοινωνία και παράλληλα να αναλάβουν εμπράκτως δράση.

Όπως μας λέει χαρακτηριστικά ο Ν.Σ. (φροντιστήριο), η προσπάθειά τους αποτελεί *καρπό ευρύτερης πρωτοβουλίας από γονείς της περιοχής, με στόχο αφενός να αλληλοστηριχθούν και αφετέρου να επιφέρουν συνολική αλλαγή στη γειτονιά. Η λειτουργία του συνεταιρισμού αποτελεί ένα πρώτο βήμα, ενταγμένο σε ένα συνολικότερο σχέδιο.*

Αλλά και η Μ.Μ. (παντοπωλείο) στη δική της συνέντευξη επισημαίνει ότι εμπνεύστηκαν για το εγχείρημα *από τη συμμετοχή τους στα κινήματα διάθεσης τροφίμων χωρίς μεσάζοντες και την επιθυμία τους η εμπειρία από αυτά να αποκτήσει μονιμότερα χαρακτηριστικά, παρότι οι περισσότεροι δεν είχαν προγενέστερη σχέση με το εμπόριο.*

Παράλληλα, η επιλογή της συνεταιριστικής μορφής οργάνωσης ήταν για τους περισσότερους αυτονόητη, καθώς επιθυμούσαν να δηλώσουν και θεσμικά την επιθυμία ισότιμης συμμετοχής των εμπλεκόμενων στο εγχείρημα αλλά και τη διαφοροποίηση έως και απόρριψη των παραδοσιακών τρόπων οργάνωσης των επιχειρήσεων.

Όπως επισημαίνει ο Γ.Ν. (σουπερμάρκετ): *Θέλαμε να έχουμε έλεγχο σε όλη τη διαδικασία. Π.χ. για να μπει ένα καινούριο προϊόν στο ράφι η σχετική επιτροπή κρίνει τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του, τα συστατικά του, το αν υπάρχει λόγος να μπει στο μαγαζί. Αν εγκριθεί, μετά εξετάζουμε το εμπορικό κομμάτι.*

Αλλά και ο Μ.Α. (οικιακά προϊόντα) εμφατικά τονίζει την *αποτυχία του παραδοσιακού επιχειρηματικού μοντέλου* (κατάρρευση βιώσιμη εταιρείας λόγω χρεοκοπίας του ομίλου και λανθασμένων επιχειρηματικών επιλογών), την *αποχώρηση/αποπομπή από το εγχείρημα ανώτερων διοικητικών στελεχών* (που στα μάτια των υπολοίπων έφεραν ευθύνη για την εξέλιξη της επιχείρησης και ταυτίζονταν με τους πρώην εργοδότες) και τη *δημιουργία μιας πιο οριζόντιας οργανωτικής μορφής, με στρατηγικές αποφάσεις που λαμβάνονται συλλογικά αλλά και με την υποχρέωση των διοικητικών στελεχών να εργαστούν για λίγο και στην παραγωγή.*

Πρέπει όμως να σημειώσουμε ότι υπάρχουν και οι περιπτώσεις επιχειρήσεων που υιοθετούν μόνο τυπικά το νομικό πρόσωπο των ΚΟΙΝΣΕΠ, υποκρύπτοντας στην πραγματικότητα ατομικές ή οικογενειακές επιχειρήσεις. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν δύο από τους συνεταιρισμούς που εξετάσαμε (αγροτική παραγωγή και επεξεργασία και εμπόριο αγροτικών προϊόντων), ενώ σε μια ενδιάμεση κατάσταση βρίσκεται ένας τρίτος (τουριστικές υπηρεσίες), καθώς παρότι σ' αυτόν υπάρχει ισοτιμία των εταίρων, ο κύριος λόγος επιλογής του νομικού προσώπου της ΚΟΙΝΣΕΠ ήταν απλώς ότι αυτό το μοντέλο προωθούνταν εκείνη την περίοδο από διάφορους επίσημους φορείς (κράτος, δήμοι, επιμελητήρια κ.λπ.).

Ειδίκευση – Εργασιακές σχέσεις

Τα παραπάνω δεν πρέπει να γίνουν αντιληπτά ως ένας αφελής εργατισμός, παρότι προφανώς κινούνται στον αντίποδα των κυρίαρχων ιδεολογικά αντιλήψεων για την επιχειρηματικότητα. Αντίθετα, είναι σαφές ότι οι συνομιλητές μας έχουν συναίσθηση των δυσκολιών και των σύγχρονων απαιτήσεων για να είναι μια επιχείρηση βιώσιμη σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Ιδίως τα εγχειρήματα που εξαρχής έχουν ανάγκη ειδικευμένου προσωπικού δείχνουν να το έχουν αυτό απόλυτα καθαρό (αλλά και να επωφελούνται για την ωρίμανση και την αναπτυξιακή τους δυναμική από αυτό το γεγονός).

Η Φ.Μ. (εκδόσεις) επισημαίνει ότι *καθώς στόχος μας είναι να προσφέρουμε ποιοτικό προϊόν από όλες τις απόψεις, βασιζόμαστε στις ειδικές γνώσεις των εργαζομένων σε κάθε στάδιο της παραγωγής. Και προφανώς αυτές έχουν βαρύνουσα σημασία. Όμως τη γενική στρατηγική του συνεταιρισμού και το τελικό ΟΚ σε διάφορα πράγματα το δίνουμε όλοι μαζί.* Το ίδιο ισχύει πολύ περισσότερο για τον Κ.Χ. (τουριστικές υπηρεσίες), καθώς στη συγκεκριμένη περίπτωση *κίνητρο δημιουργίας του συνεταιρισμού ήταν ο συνδυασμός των διαφορετικών ειδικών γνώσεων των μελών (τουριστικά επαγγέλματα, προγραμματισμός, web design) για την παραγωγή ενός ολοκληρωμένου προϊόντος με σημαντική προστιθέμενη αξία.* Αλλά και ο Μ.Α. (οικιακά προϊόντα) δηλώνει ότι *είναι ανοιχτοί στη χρησιμοποίηση ανθρώπων με ειδικές γνώσεις. Ήδη στον συνεταιρισμό εργάζεται μια λογίστρια με πείρα στη διαχείριση μεγάλων επιχειρήσεων και εξαγωγών, ενώ αναζητούν και έναν χημικό μηχανικό για τη βελτίωση των προϊόντων που παράγουν.*

Αυτό όμως που είναι βασικό για όλους είναι η επιδίωξη δημιουργίας ποιοτικών, ισότιμων εργασιακών σχέσεων και σε κάποιες περιπτώσεις η παροχή ευκαιριών σε ανθρώπους που το έχουν ανάγκη. Όπως χαρα-

κτηριστικά λέει ο Ν.Σ. (φροντιστήριο), *μπορεί ο ένας να μην μπορεί να κάνει τη δουλειά του άλλου, όλοι μαζί όμως, και με το υπόλοιπο δίκτυο υποστηρικτών, αποφασίζουμε και διαχειριζόμαστε τον συνεταιρισμό. Παράλληλα έχουμε εντάξει στην ομάδα των εργαζομένων, σε συνεννόηση με δομή ψυχοκοινωνικής αποκατάστασης, μία μόνιμη εργαζόμενη, ψυχικά ασθενή, ως καθαρίστρια, θέλοντας να συμβάλουμε στην ένταξη ανθρώπων από ευπαθείς κοινωνικές ομάδες.*

Παράλληλα, οι περισσότεροι συμφωνούν με τον Η.Ζ. (παντοπωλείο) ότι *δεν μπορεί κάποιος να είναι εργαζόμενος στον συνεταιρισμό χωρίς να είναι και μέλος του, άρα συμμέτοχος στις αποφάσεις. Δεν θέλουμε να δημιουργήσουμε νέες σχέσεις ανισότητας και εκμετάλλευσης.*

Αλλά και η Μ.Μ. (παντοπωλείο) μάς επισημαίνει ότι *καθώς στον συνεταιρισμό τους δεν υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας πολλών θέσεων εργασίας, αποφασίστηκε αντί για τη δημιουργία μίας, να προκριθεί η εργασία όλων των μελών του συνεταιρισμού και η αμοιβή τους να γίνεται ανάλογα με τις ώρες που εργάζονται, ώστε να διασφαλιστεί η ισοτιμία μεταξύ τους.*

Αξίζει να σημειωθεί ότι και στον τομέα αυτόν αναδεικνύονται δύο κατηγορίες συνεταιρισμών:

(α) Εκείνοι που παρότι υιοθετούν διάφορες μορφές εργασίας (ανάλογα με τη φάση και τον κλάδο του εγχειρήματος μπορεί να περιλαμβάνουν μισθωτή σχέση πλήρους απασχόλησης, μερική απασχόληση, μπλοκάκι), επιθυμούν να μεταβούν σε εργασιακές σχέσεις με πλήρη εργασιακά και ασφαλιστικά δικαιώματα.

(β) Περιπτώσεις που υιοθετούν το νομικό πρόσωπο των ΚΟΙΝΣΕΠ χωρίς κάποια αμφισβήτηση των παραδοσιακών εργασιακών σχέσεων (ιεραρχία, εκμεταλλευτικές σχέσεις). Πρόκειται στην πραγματικότητα για τα εγχειρήματα που συναντήσαμε και νωρίτερα και τα οποία υποκρύπτουν ατομικές ή οικογενειακές επιχειρήσεις.

Επιλογή τομέα δραστηριοποίησης – Επιχειρηματικότητα

Πέραν των παραπάνω, ένα ακόμη στοιχείο που διαφοροποιεί τις συνεταιριστικές αυτές προσπάθειες από την κλασική επιχειρηματικότητα είναι η ίδια η επιλογή του τομέα δραστηριοποίησής τους. Καθώς δεν έχουν στόχο την υψηλή κερδοφορία, αλλά συνήθως την εργασία σε κλάδο για τον οποίο τα μέλη του συνεταιρισμού διαθέτουν γνώση, καθώς και την κοινωνική προσφορά, η επιλογή τομέα δραστηριοποίησης δεν αποτελεί αποτέλεσμα έρευνας αγοράς ή έστω κάποιας εκτίμησης για το ποιοι κλάδοι είναι κορεσμένοι ή, αντίθετα, παρουσιάζουν επιχειρηματικές ευκαιρίες. Απ' ό,τι φαίνεται οι καθηγητές δημιουργούν φροντιστήριο, οι μεταφραστές και οι σχεδιαστές εκδοτικό οίκο, οι θιασώτες του δίκαιου εμπορίου κατάστημα πώλησης τέτοιων προϊόντων και πάει λέγοντας.

Το γεγονός αυτό, όμως, παρότι δημιουργεί συνεκτικές επιχειρηματικές μονάδες, λειτουργεί και ως ανασχετικός παράγοντας για την αναπτυξιακή δυναμική των συνεταιρισμών και τα μελλοντικά τους σχέδια. Ο Η.Ζ. (παντοπωλείο), για παράδειγμα, επισημαίνει πως *παρότι θα ήθελαν τη διάχυση του συνεταιριστικού τους μοντέλου, δεν σχεδιάζουν οι ίδιοι την επέκτασή του με άνοιγμα π.χ. δεύτερου καταστήματος. Απλώς προσφέρουν δωρεάν την τεχνογνωσία τους σε άλλες ομάδες.* Το γεγονός όμως ότι αυτές παραμένουν λίγες δεν τους ωθεί να επανεξετάσουν την προσέγγισή τους.

Παρόμοια στάση κρατάει και ο Ν.Σ. (φροντιστήριο), δηλώνοντας ότι *προτιμούν να εμπνεύσουν τη δημιουργία παρόμοιων, ανεξάρτητων εγχειρημάτων, παρά να επεκταθούν σε γειτονικές περιοχές με τη δημιουργία υποκαταστημάτων.*

Έχει ενδιαφέρον όμως ότι η στάση αυτή αλλάζει όταν πρόκειται για επέκταση δραστηριοτήτων στην περιοχή όπου ήδη δραστηριοποιούνται, στην έδρα δηλαδή του συνεταιρισμού. Για παράδειγμα, η Φ.Μ. (εκδόσεις), που συμμερίζεται την άποψη των προηγούμενων, μας επισημαίνει ότι *ο συνεταιρισμός τους ένα χρόνο μετά την ίδρυσή του δημιούργησε πέραν του εκδοτικού οίκου και ένα βιβλιοπωλείο, στον ίδιο χώρο, εντάσσοντας μάλιστα έναν βιβλιοϋπάλληλο στα μέλη και το εργασιακό του δυναμικό.* Παρόμοια στάση κρατάει και ο Ν.Σ. (φροντιστήριο), λέγοντας ότι *στοχεύουν στη διεύρυνση των υπηρεσιών που προσφέρουν από την έδρα του συνεταιρισμού*. Φαίνεται έτσι ότι η χωρική διάσταση παίζει σημαντικό ρόλο στον τρόπο που γίνεται αντιληπτή η επιχειρηματική ανάπτυξη.

Θα πρέπει να σημειωθεί πάντως ότι η ιδεολογική αφετηρία των εμπλεκόμενων στα εγχειρήματα αυτά παίζει τον δικό της ρόλο ως προς αυτόν τον τομέα που εξετάζουμε. Έτσι, ο Γ.Ν. (σουπερμάρκετ) επισημαίνει ότι: *Δεν επιθυμούμε να ανοίξουμε εμείς οι ίδιοι υποκαταστήματα αλλού –απλώς βοηθάμε και συνεργαζόμαστε με παρόμοια εγχειρήματα– αλλά εξαρχής θέλαμε να φτιάξουμε ένα πλήρες σουπερμάρκετ με 2.000 κωδικούς,*

όπου θα μπορείς να βρεις ό,τι χρειάζεται ένα νοικοκυριό και όχι ένα μικρό παντοπωλείο. Από την άλλη, ο Κ.Χ. (τουριστικές υπηρεσίες), που σημειωτέον δραστηριοποιείται σε μεγάλο βαθμό στο διαδίκτυο, αν και βέβαια οι πελάτες του παραμένουν στην ευρύτερη περιοχή του νομού του, επισημαίνει ότι *τα μέλη του συνεταιρισμού συνεργάστηκαν για να παραγάγουν ένα ολοκληρωμένο προϊόν το οποίο προστατεύουν, δεν το διαθέτουν σε δυνάμει ανταγωνιστές*, ούτε βέβαια έχουν προβληματιστεί περί ανοιχτών διαδικασιών κ.λπ.

Παρ' όλα αυτά δεν θα πρέπει να υποτιμηθεί ότι και στις πρώτες περιπτώσεις δεν απορρίπτεται η μεγέθυνση μέσω της δημιουργίας δικτύων συνεργειών από ανεξάρτητους συνεταιρισμούς. Όπως π.χ. μας λέει η Μ.Μ. (παντοπωλείο), ο συνεταιρισμός τους *συμμετέχει σε ένα δίκτυο συνεταιριστικών παντοπωλείων που μπορεί να έχουν διαφορές στη λειτουργία και τη θεσμική τους υπόσταση (π.χ. κάποιοι είναι καταναλωτικοί συνεταιρισμοί), αλλά ανταλλάσουν πρακτικές, επιδιώκουν οικονομίες κλίμακας με κοινές παραγγελίες, αλληλοστηρίζονται, προτιμούν άλλους συνεταιρισμούς ως προμηθευτές κ.λπ.*

Από την άλλη, βέβαια, περιπτώσεις όπως αυτή του Χ.Κ. (αγροτικά προϊόντα) επιθυμούν γενικώς *δικτυώσεις επιχειρηματικού χαρακτήρα για την προώθηση εξαγωγών κ.λπ.* χωρίς να θέτουν ως προϋπόθεση οι συνεργάτες τους να είναι συνεταιρισμοί ή να υιοθετούν κάποιες ειδικές αρχές.

Υποστήριξη – Σχέσεις με κράτος και άλλους θεσμούς

Κοινός τόπος όλων των συνομιλητών μας είναι η απουσία ενός υποστηρικτικού πλαισίου εν μέσω κρίσης. Παρότι το θεσμικό πλαίσιο των ΚΟΙΝΣΕΠ αποτιμάται θετικά (ως απλό) και με την πάροδο του χρόνου έχει υπάρξει εξοικείωση του κρατικού μηχανισμού (π.χ. εφορίες) με αυτό, η λειτουργία τους βασίζεται αποκλειστικά σε ίδια κεφάλαια των συμμετεχόντων ή συγγενών/φίλων/υποστηρικτών. Η τραπεζική χρηματοδότηση (ακόμη ή ιδίως όταν μιλάμε για μικροδάνεια ή και συνεταιριστικές τράπεζες) είναι ανύπαρκτη, το ΕΣΠΑ δεν έχει αξιοποιηθεί σ' αυτή την κατεύθυνση (παρά μόνο στον τομέα της κατάρτισης, διά των Τοπικών Σχεδίων Απασχόλησης (ΤΟΠΣΑ), με μάλλον αποτυχημένα έως και δυσφημιστικά αποτελέσματα), το φορολογικό σύστημα δεν παρέχει κάποια ελάφρυνση πέρα από τη δυνατότητα της ανασφάλιστης εργασίας των συνεταιριστών (που όμως δεν αποτελεί επιθυμία και στόχο των συνομιλητών μας, παρότι την αξιοποιούν στα πρώτα στάδια). Η έλλειψη αυτή δημιουργεί και μια στρέβλωση στον πληθυσμό των συνεταιρισμών, αφού όσα εγχειρήματα απαιτούν κεφάλαια τέτοια που είναι αδύνατο να συγκεντρωθούν από τους ίδιους τους εμπλεκόμενους, σχεδόν αποκλείονται εξαρχής από το να δημιουργηθούν (και πιθανόν έτσι να ωθούνται οι ενδιαφερόμενοι στην υιοθέτηση μη συνεταιριστικών μοντέλων, ιδίως σε οικονομικά δυναμικούς τομείς).

Παράλληλα, πολλοί από τους συνομιλητές μας εκφράζουν μια δυσπιστία στη συνεργασία με το κράτος, λόγω της κακής, κρατικοδίαιτης εικόνας που έχουν τόσο οι παραδοσιακοί αγροτικοί συνεταιρισμοί όσο και οι ΜΚΟ ή οι ΚΟΙΝΣΕΠ που δημιουργούνται με πρωτοβουλία των δήμων για την εκχώρηση σε αυτές δημόσιων υπηρεσιών. *Εμείς δεν είμαστε συνεταιρισμός, επιλέγουμε να λεγόμαστε συνεργατικό εγχείρημα* είναι η πρώτη κουβέντα που μας λέει ο Μ.Α. (οικιακά προϊόντα) για να δώσει εμφατικά το στίγμα του.

Όλα αυτά φυσικά με αποχρώσεις, που έχουν και πάλι ιδεολογικές αφετηρίες, διαφέρουν από κλάδο σε κλάδο, αλλά και επικαθορίζονται σε μεγάλο βαθμό από την έτσι κι αλλιώς έλλειψη επιχορηγήσεων και μέριμνας του δημόσιου τομέα για εγκαθίδρυση διαφανών διαδικασιών. Χαρακτηριστικά, η Φ.Μ. (εκδόσεις) επισημαίνει ότι *έχουν συλλογικά αποφασίσει πως δεν θα δέχονταν μια γενική κρατική επιχορήγηση, αλλά θα αποδέχονταν μια ειδική στήριξη από κάποια πρεσβεία ή το ΥΠΠΟ π.χ. για τη επιδότηση μιας μετάφρασης*. Από την άλλη ο Χ.Κ. (αγροτικά προϊόντα) διαμαρτύρεται γιατί «*δεν έχουμε καμία χρηματοδοτική στήριξη από το κράτος και δεν υπήρξε υποστήριξη του νέου θεσμού των ΚΟΙΝΣΕΠ. Αφέθηκε στην τύχη του όπως όλα τα προγράμματα μέχρι τώρα. Σε πράγματα που υπάρχει καινοτομία όμως χρειάζεται το κράτος να στηρίζει*».

Είναι προφανές ότι το ζήτημα αυτό δημιουργεί μια διαχωριστική τομή μεταξύ κοινωνικών συνεταιρισμών σαν αυτούς που μελετήσαμε και εκείνων που δημιουργήθηκαν με πρωτοβουλία δήμων ως οχήματα για την πρόσληψη προσωπικού εν μέσω της κρίσης.

Σημασία συναντίληψης

Δεν θα πρέπει να παραλείψουμε έναν τομέα ιδιαίτερης σημασίας για κάθε συνεταιριστικό εγχείρημα, αυτόν της συναντίληψης των μελών του και της διαχείρισης των διενέξεων που αναπόφευκτα δημιουργούνται στην πορεία των πραγμάτων. Παρότι τα μέλη των περισσότερων εγχειρημάτων που εξετάσαμε δεν έχουν περάσει από οργανωμένη συνεταιριστική εκπαίδευση, αξίζει να σημειωθεί μια εξαίρεση. Ο Γ.Ν. (σουπερμάρκετ) επισημαίνει ότι επενδύουν πολύ στην εκπαίδευση: *Τα μέλη εθελοντικά παρακολουθούν εκπαίδευση στις συνεταιριστικές αρχές, στο οκονομοκοινωνικό σκέλος λειτουργίας του συνεταιρισμού, και υποχρεωτικά τα μέλη του ΔΣ, του εποπτικού συμβουλίου και οι εργαζόμενοι. Έχουμε επίσης ιδρύσει και το «Λαϊκό Πανεπιστήμιο», που μέσω βίντεο βλέπουν τις εκδηλώσεις μας και άλλοι.*

Είναι πάντως σαφές ότι έστω και χωρίς οργανωμένη εκπαίδευση, σε ορισμένα από τα εγχειρήματα τα μέλη μοιράζονται μια συναντίληψη για βασικά σημεία της συνεταιριστικής φιλοσοφίας λόγω της προγενέστερης διαδρομής τους. Όπως μας λέει π.χ. ο Μ.Α. (οικιακά προϊόντα), *καταλυτικό ρόλο για την απόφαση να παραμείνουν στο εργοστάσιο και να δημιουργήσουν συνεταιρισμό έπαιξε η προϋπάρχουσα συνύπαρξή τους στο εργοστασιακό σωματείο, το οποίο λειτουργούσε αμεσοδημοκρατικά, με μεγάλη συμμετοχή, και όχι με αντιπροσώπευση.* Αλλά και στην περίπτωση της Φ.Μ. (εκδόσεις), όπου *τα μέλη του συνεταιρισμού δεν γνωρίζονταν όλα μεταξύ τους, το γεγονός ότι είχαν κοινές απόψεις (για την ποιότητα των προϊόντων, τα προβλήματα του κλάδου, τη συνδιαχείριση), δημιουργημένες από διαφορετικές διαδρομές, ήταν αρκετό για να δέσει η ομάδα.*

Πρέπει να σημειωθεί βέβαια ότι τα περισσότερα από αυτά τα εγχειρήματα βρίσκονται στον πρώτο κύκλο της ζωής τους και δεν έχουν αντιμετωπίσει ακόμη μεγάλες εντάσεις ή κρίσεις στο εσωτερικό τους (που γνωρίζουμε από τη βιβλιογραφία ότι σχεδόν πάντα ακολουθούν μια πρώτη περίοδο ευφορίας). Μένει έτσι να φανεί κατά πόσο αυτή η συναντίληψη θα είναι αρκετή για να διατηρηθεί η συνοχή της ομάδας ή θα χρειαζόταν πιο συστηματική δουλειά συνεταιριστικής και ομαδικής εκπαίδευσης.

Για παράδειγμα, όπως μας διηγείται ο Η.Ζ. (παντοπωλείο), *ο συνεταιρισμός τους,* που αποτελεί και το παλιότερο εγχείρημα που μελετήσαμε, *προήλθε από τη διάσπαση προηγούμενης, άτυπης ομάδας δίκαιου εμπορίου, όταν σε ορισμένους ωρίμασε η ιδέα να αποκτήσει σταθερά και αμειβόμενα χαρακτηριστικά, ενώ άλλοι επιθυμούσαν να παραμείνει εθελοντική, αν και πλέον απαιτούσε μεγάλη προσφορά χρόνου από τα μέλη για τη λειτουργία της.* Παρότι η σύγκρουση υπήρξε έντονη σε πολιτικό και προσωπικό επίπεδο, διαρρηγνύοντας μακρόχρονες σχέσεις, δεν οδήγησε σε πλήρη αποσύνθεση της προσπάθειας, αλλά σε ανάδυση μιας νέας ομάδας (με την αντίστοιχη υποστηρικτική κοινότητα γύρω της) που καταστάλαξε σε έναν νέο τρόπο λειτουργίας και μάλιστα ενέπνευσε πολλά άλλα εγχειρήματα στην εποχή της κρίσης.

Τοπική ανάπτυξη

Αν λάβουμε υπόψη πως στις πρωτοβουλίες αυτές συχνά οι δρώντες πραγματοποιούν υλικές παραγωγικές επενδύσεις (με ή χωρίς επιδοτήσεις), ανοίγουν θέσεις εργασίας, δημιουργούν ή αναζωογονούν νέους θεσμούς, συμμετέχουν σε συλλογικές πρωτοβουλίες προστασίας του δημόσιου χώρου, κάνουν συλλογικές εναλλακτικές προτάσεις πολιτικής, γίνεται ξεκάθαρο πως οι δράσεις τους συμβάλλουν σε μια τοπική ανάπτυξη με έντονο κοινωνικό πρόσημο. Προφανώς το αποτύπωμά τους δεν είναι το ίδιο με αυτό μιας μεγάλης επένδυσης, δεν πρέπει όμως να ξεχνάμε ότι και το τοπικοαναπτυξιακό αποτύπωμα πολλών μεγάλων επενδύσεων (π.χ. τουριστικές μονάδες all inclusive) αποδεικνύεται δυσανάλογα μικρό σε σχέση με το μέγεθος της επένδυσης και τα οικονομικά αποτελέσματα της επιχείρησης.

Από τις συνεντεύξεις που διενεργήσαμε αναδύονται πέντε βασικοί άξονες συμβολής των κοινωνικών συνεταιρισμών στην τοπική ανάπτυξη:

(α) δημιουργία θέσεων εργασίας

Σε όλες τις περιπτώσεις που εξετάσαμε βασικός στόχος πέρα από την κοινωνική προσφορά ήταν ο βιοπορισμός των εμπλεκομένων, κάτι που σε κάποιες περιπτώσεις έχει επιτευχθεί (φροντιστήριο, σουπερμάρκετ, αγροτικά προϊόντα) και σε άλλες μόνο μερικώς (παντοπωλείο, οικιακά είδη).

(β) ενεργοποίηση ανενεργού ή ημιενεργού εργατικού δυναμικού στον τομέα για τον οποίο διαθέτουν ήδη κατάρτιση και άρα συμβολή στην αντιμετώπιση της αποει-

δίκευσης (ιδίως στις περιπτώσεις συνεταιρισμών σε κορεσμένους ή με μεγάλο ανταγωνισμό κλάδους)

Όπως μας λέει ο Κ.Χ. (τουριστικές υπηρεσίες), *στον συνεταιρισμό εργάζονται τέσσερα άτομα (δύο από τον χώρο της πληροφορικής και δύο από τον χώρο των τουριστικών επαγγελμάτων). Προηγουμένως ο πρώτος εργαζόταν στον τουριστικό κλάδο, ο δεύτερος ήταν άνεργος, η τρίτη εργαζόταν περιοδικά και με άσχημες συνθήκες και η τέταρτη ετεροαπασχολούνταν κάνοντας ιδιαίτερα μαθήματα αγγλικών.* Παρόμοιες ήταν για το ζήτημα αυτό και οι πληροφορίες που μας έδωσαν και άλλοι συνομιλητές μας (εκδοτικός οίκος, φροντιστήριο, οικιακά ήδη) (βλ. παραπάνω).

(γ) σημαντικές συνδέσεις προς τα πίσω (στις περιπτώσεις παραγωγικών δομών)

Όπως χαρακτηριστικά μας λέει ο Κ.Χ. (αγροτικά προϊόντα): *«Ό,τι χρειάζομαι για τη λειτουργία των θερμοκηπίων μου το βρίσκω στην [τοπική] αγορά του Άργους, απ' όπου επίσης φέρνω ιδιώτες γεωπόνους όταν χρειάζεται».*

(δ) κάλυψη με εναλλακτικό τρόπο τοπικής ζήτησης σε προσιτές τιμές (στις περιπτώσεις συνεταιρισμών με έντονο το κοινωνικό πρόταγμα)

Όπως επισημαίνει ο Ν.Σ., *πρώτη μας δραστηριότητα ήταν η δημιουργία φροντιστηρίου τόσο γιατί αρκετοί ήμασταν καθηγητές όσο και για να δώσουμε τη δυνατότητα στα παιδιά της περιοχής να παρακολουθήσουν μαθήματα σε πολύ πιο προσιτές τιμές από τον μέσο όρο των φροντιστηρίων που υπήρχαν, κάτι ιδιαίτερα σημαντικό λόγω της οικονομικής κρίσης.*

(ε) δημιουργία μιμητών (οι πρωτοπόροι κάθε κλάδου παρέχουν τεχνογνωσία στους επόμενους)

Τόσο ο Η.Ζ. (παντοπωλείο) όσο και ο Γ.Ν. (σουπερμάρκετ) επισημαίνουν (βλ. παραπάνω) ότι έχουν ενθαρρύνει και βοηθήσει πολλά άλλα εγχειρήματα τόσο μεταδίδοντας την πείρα τους (π.χ. για νομικά/λογιστικά θέματα) όσο και παρέχοντας συνεταιριστική εκπαίδευση (κείμενα, σεμινάρια). Γενικά στο χώρο των κοινωνικών συνεταιρισμών λειτουργούν διάφορες άτυπες δικτυώσεις που επιτρέπουν τη ροή πληροφορίας από τους παλιότερους στους πιο καινούριους.

Επίλογος – Συμπεράσματα

Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα οδήγησε σε ευρεία αμφισβήτηση του κυρίαρχου οικονομικού παραδείγματος και των αξιών που το συνόδευαν. Το κέρδος, ο πλούτος, η επίτευξη της αναγνώρισης διά της πολυτελούς κατανάλωσης, δεν αποτελούν μόνο ουτοπίες για μεγάλα κομμάτια του πληθυσμού πλέον, αλλά λειτουργούν και σαν διαρκή υπόμνηση της σημερινής παρακμής, σύμβολα μιας πλαστής ευμάρειας και κυρίως μιας ρηχής εποχής. Το πώς αυτό μετασχηματίζεται σε καθημερινή κοινωνική και επιχειρηματική πρακτική φυσικά δεν είναι μονοσήμαντο, ούτε αποτελεί υπόθεση που έχει κλείσει.

Οι μελέτες περίπτωσης που έγιναν μας δίνουν ως προς τα παραπάνω ένα υλικό που συχνά παραγνωρίζεται στις στατιστικές έρευνες, οι οποίες εστιάζουν μόνο σε οικονομικά στοιχεία. Πρόκειται για τον ρόλο του ανθρώπινου παράγοντα, των κοινωνικών αντιλήψεων, των γνώσεων και των εμπειριών των ανθρώπων και της αλληλεπίδρασής τους με τις κοινωνικές συνθήκες όσον αφορά την ανάληψη συνεταιριστικών πρωτοβουλιών, αλλά και τον τρόπο που όλα αυτά επιδρούν στην τοπική ανάπτυξη. Παρότι οι πρωτοβουλίες αυτές παραμένουν σήμερα αποσπασματικές και δεν διαμορφώνουν αυτόματα μια πρόταση συνολικής πολιτικής για την τοπική ανάπτυξη, εμπεριέχουν στοιχεία που δεν θα πρέπει να παραγνωρίζονται σε έναν γενικότερο αναπτυξιακό σχεδιασμό, συμβατικό ή εναλλακτικό.

Μέσα από την έρευνά μας αναδύεται, πιστεύουμε, καθαρά το αποτύπωμα της κρίσης τόσο στην αλλαγή αντιλήψεων γύρω από τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας όσο κυρίως στην κινητοποίηση σε αυτόν τον τομέα ανθρώπων που δεν θα το σκέφτονταν ποτέ πριν· από την ίδια την επιλογή να αναλάβουν επιχειρηματική δραστηριότητα, μέχρι τον τρόπο που αντιλαμβάνονται την ανάπτυξη της συνεταιριστικής επιχείρησης (με μια έντονη χωρική διάσταση) ή την αμφιθυμία για τις σχέσεις με τους επίσημους φορείς.

Είναι επίσης σαφής η επιθυμία αντίστασης στην κυρίαρχη τάση απαξίωσης των γνώσεων και της πείρας του ανθρώπινου δυναμικού. Πολλοί και πολλές αναζητούν τρόπους να εργαστούν και να προσφέρουν, αξιοποιώντας γνώσεις που ήδη διαθέτουν. Η απουσία ουσιαστικής στήριξης αυτής της τάσης από την πολιτεία (συνεταιριστική εκπαίδευση, στόχευση, οικονομική στήριξη, κίνητρα) περιορίζει την πιθανή δυναμική της και δείχνει μια αδυναμία να ιδωθεί ο εργαζόμενος ως ισότιμος παράγοντας της αναπτυξιακής προσπάθειας και όχι απλώς ως εργαλείο αυτής. Ταυτόχρονα, η έλλειψη προστασίας του συνεταιριστικού οικοσυστήματος αφήνει περιθώρια

αξιοποίησής του από επιχειρηματικές δραστηριότητες έξω από τις αρχικές προθέσεις του εγχειρήματος, περιορίζοντας περαιτέρω αυτή τη δυναμική.

Σημειώσεις

1. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του Προγράμματος ΘΑΛΗΣ 2007/13 «Το ανθρώπινο δυναμικό ως βασική συνιστώσα της αναπτυξιακής δυναμικής και διαφοροποίησης των περιοχών: η περίπτωση της Ελλάδας».

2. Χρηματοδοτείται από το ευρωπαϊκό πρόγραμμα «Θαλής» [κωδικός MIS 380421 (HIDDEN)].

3. Ο διαχωρισμός των συνεταιρισμών σε θεσμικό επίπεδο ορίζεται με βάση τον νόμο 2810/2000 για τους αγροτικούς συνεταιρισμούς και τον νόμο 1667/1986 για τους αστικούς (Αδάμ 2014).

4. Οι ΚΟΙΝΣΕΠ ένταξης έχουν στόχο την ένταξη στην οικονομική και κοινωνική ζωή των ατόμων που ανήκουν στις Ευάλωτες Κοινωνικές Ομάδες (ΕΚΟ). Για τον λόγο αυτό, ποσοστό 40% κατ' ελάχιστον των εργαζομένων τους θα πρέπει να ανήκουν υποχρεωτικά στις ΕΚΟ. Επιπλέον, οι ΚΟΙΣΠΕ θεωρούνται αυτόματα ΚΟΙΝΣΕΠ Ένταξης και υπάγονται στις διατάξεις του νόμου 4019/2011. Οι ΚΟΙΝΣΕΠ κοινωνικής φροντίδας έχουν ως αντικείμενο την παραγωγή και παροχή προϊόντων και υπηρεσιών κοινωνικού και προνοιακού χαρακτήρα σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού όπως ηλικιωμένοι, βρέφη, ΑμΕΑ, παιδιά, κ.α. Οι ΚΟΙΝΣΕΠ συλλογικού και παραγωγικού σκοπού δραστηριοποιούνται στην παραγωγή προϊόντων και στην παροχή υπηρεσιών για την ικανοποίηση των αναγκών της συλλογικότητας (πολιτισμός, περιβάλλον, οικολογία, εκπαίδευση, παροχές κοινής ωφέλειας, αξιοποίηση τοπικών προϊόντων, διατήρηση παραδοσιακών δραστηριοτήτων και επαγγελμάτων κ.ά.), με στόχο το τοπικό και συλλογικό συμφέρον, την απασχόληση, την κοινωνική συνοχή και την τοπική ή περιφερειακή ανάπτυξη (ΕΥΚΕΚΟ 2013).

Βιβλιογραφία

Αδάμ, Σ. (2012). *Κοινωνική οικονομία και ενεργητικές πολιτικές ένταξης: Αποτελέσματα έρευνας πεδίου σε κοινωνικές επιχειρήσεις εργασιακής ένταξης στην Ελλάδα*, Μελέτη 19, Παρατηρητήριο Κοινωνικών και Οικονομικών Εξελίξεων, Αθήνα: Ινστιτούτο Εργασίας ΓΣΕΕ.

Αδάμ, Σ. (2014). *Οδηγός δημιουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων*, Θεσσαλονίκη: Ίδρυμα Χάινριχ Μπελ Ελλάδας, http://gr.boell.org/sites/default/files/guide_for_social_cooperatives_final.pdf, τ.ε. 05/07/2014.

Αδάμ, Σ. & Παπαθεοδώρου, Χ. (2010). *Κοινωνική οικονομία και κοινωνικός αποκλεισμός: Μια κριτική Προσέγγιση*, Μελέτη 8, Παρατηρητήριο Οικονομικών και Κοινωνικών Εξελίξεων, Αθήνα: Ινστιτούτο Εργασίας ΓΣΕΕ.

Αφουξενίδης, Α, & Γαρδίκη, Μ. (2014). Χαρτογραφώντας την κοινωνία πολιτών στην Ελλάδα σήμερα: Προβλήματα και προοπτικές, *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, Τεύχος 143, διαθέσιμο στο: http://www.grsr.gr/index.php/ekke/article/view/1010, τ.ε. 25/06/15.

Amin, A. (ed.) (2009). *The Social Economy: International Perspectives on Economic Solidarity*, London: Zed Books.

Γεώρμας, Κ. (2013). *Κοινωνική Οικονομία: Θεωρία, εμπειρία και εφαρμογές*, Αθήνα, Εναλλακτικές Εκδόσεις. (συλλογικός τόμος)

Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship: Towards a convergent theory of the entrepreneurial process, *International Small Business Journal*, 25 (1), σ. 5-26.

DeFilippis, J. (2004). *Unmaking Goliath: Community Control in the Face of Global Capital*, New York / London: Routledge.

Defourny, J. & Develteve, P. (1999). "The social economy: The worldwide making of a third sector" in *L'économiesociale au Nord et au Sud*, Defourny et al. (eds), Bruxelles: De Boeck, διαθέσιμοστοhttp://emes.net/content/uploads/publications/Defourny.Develtere_SE_NorthSouth_Chap1_EN.pdf, τ.ε. 17/06/2015.

Defourny, J. & Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: Recent trends and development, *Social Enterprise Journal*, 4 (3), σ. 202-228.

Defourny, J. & Nyssens, M. (2010).Conceptions of social enterprises and social entrepreneurship in Europe and the United States convergence and divergence, *Journal ofSocial Entrepreneurship*, 1 (1), σ. 32-53.

ΕΥΚΕΚΟ/Ειδική Υπηρεσία για την Κοινωνική Ένταξη και την Κοινωνική Οικονομία, (2013). *Η κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα*, διαθέσιμο στο: http://www.keko.gr/el/Pages/page2.aspx, τ.ε. 10/07/2015.

Kerlin, J. A. (2006). Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences, *Vountas: International Journal of Voluntary and NonprofitOrganizations*, 17 (3), σ. 202-228.

Mertens, S. (1999). Nonprofit organizations and social economy: Two ways of understanding the third sector, *Annals of Public and Cooperative Economics*, 70 (3), σ. 501-520.

Moulaert, F. & Ailenet, O. (2005). Social economy, third sector and solidarity relations: A conceptual synthesis for history of present, *Urban Studies*, 42 (1), σ. 2037-2053.

Moulaert, F., MacCallum, D., Mehmood, A. & Hamdouch, A. (eds.) (2013). The International Handbook on Social Innovation, Cheltenham (UK) / Northampton (USA): Edward Elgar.

N. 4019/11. (ΦΕΚ 216 Α/30-9-2011). *Κοινωνική οικονομία και κοινωνική επιχειρηματικότητα και λοιπές διατάξεις*, Αθήνα: Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Nasioulas, I.(2011). Greek social economy at the crossroads. Law 4019/2011 and the institutionalization challenge, *CIRIEC Working Paper*, 11/2011.

Nasioulas I. (2012). Social cooperatives in Greece. Introducing new forms of social economy and entrepreneurship, *International Review of Social Research*, 2 (2), σ. 151-171.

Πληθάρας, Α. (2014). Περί κοινωνικής και κυκλικής οικονομίας, *Αυγή,* 26/11/2014, http://www.avgi.gr/article/4994178/peri-koinonikis-kai-kuklikis-oikonomias, τ.ε. 15/07/2015.

Pearce, J. (2003). *Social Enterprise in Anytown*, London: CalousteGulbenkian Foundation.

Seelos, C. & Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor, *Business Horizons*, 48, σ. 241-246.

Sénécal, G. (2012). Community development and social actor theories: A case study in Montreal (Canada), *Social Geography*, 7, σ. 37-46.