



ΠΡΑΞΗ:

**«ΘΑΛΗΣ-ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ-  
Το ανθρώπινο δυναμικό ως βασική συνιστώσα της αναπτυξιακής δυναμικής  
και διαφοροποίησης των περιοχών: Η περίπτωση της Ελλάδας»**

**Κωδικός MIS380421**

ΥΠΟΕΡΓΟ:

**«Το ανθρώπινο δυναμικό ως βασική συνιστώσα της αναπτυξιακής  
δυναμικής και διαφοροποίησης των περιοχών: Η περίπτωση της Ελλάδας»  
και α/α «01»**

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ:

**«Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» (Ε.Π.Ε.Δ.Β.Μ.) 2007-2013  
Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων**

ΛΕΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 11:

**«Ενίσχυση του ανθρώπινου κεφαλαίου για την προαγωγή της έρευνας και της  
καινοτομίας στις 3 Περιφέρειες Σταδιακής Εξόδου»**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΑΞΗΣ:

**«ΘΑΛΗΣ»**

Η Πράξη συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (Ε.Κ.Τ.) και από εθνικούς πόρους, μέσω του Προγράμματος Δημοσίων Επενδύσεων (Π.Δ.Ε.) του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων

### Παραδοτέο

Παραδοτέο Π4.4.1: Ερευνητική έκθεση με αναλυτική αναφορά ανά μελέτη περίπτωσης που θα συνοδεύεται από οπτικοακουστικό υλικό (απομαγνητοφωνημένες συνεντεύξεις, video και φωτογραφίες)  
Υποδράση 4.4: Εκπόνηση επιτόπιων ερευνών – συγγραφή των πρώτων αποτελεσμάτων της έρευνας πεδίου  
Δράση 4: Μελέτες περιπτώσεων τοπικών πρωτοβουλιών



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

Συντάκτες : Σκορδίλη Σοφία, Αρτελάρης Παναγιώτης, Μελισσοουργός Γεώργιος,  
Λακριντής Αθανάσιος, Πάντος Παναγιώτης, Ραυτόπουλος Ιωάννης

Για την εκπόνηση του παραδοτέου απασχολήθηκαν τα κάτωθι μέλη της ομάδας έργου :

### **ΜΕΛΗ ΚΥΡΙΑΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΟΜΑΔΑΣ (Κ.Ε.Ο.)**

ΣΚΟΡΔΙΛΗ ΣΟΦΙΑ

### **ΜΕΛΗ ΟΜΑΔΑΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ (Ο.Ε.Σ.)**

ΑΡΤΕΛΑΡΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

ΜΕΛΙΣΣΟΥΡΓΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΛΑΚΡΙΝΤΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ

ΠΑΝΤΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

ΡΑΥΤΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

Θεσσαλονίκη, 30/11/2015



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.



## Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

### Ερευνητικό Πρόγραμμα ΘΑΛΗΣ

Το ανθρώπινο δυναμικό ως βασική συνιστώσα της αναπτυξιακής δυναμικής και διαφοροποίησης των περιοχών: Η περίπτωση της Ελλάδας.

### ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ 4

#### Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Σκορδίλη Σοφία	Λακριντής Αθανάσιος
Αρτελάρης Παναγιώτης	Πάντος Παναγιώτης
Μελισσοουργός Γεώργιος	Ραυτόπουλος Ιωάννης

### Δ4. Μελέτες περιπτώσεων τοπικών πρωτοβουλιών

Παραδοτέο: Π4.4.1: «Ερευνητική έκθεση με αναλυτική αναφορά ανά μελέτη περίπτωσης που θα συνοδεύεται από οπτικοακουστικό υλικό (απομαγνητοφωνημένες συνεντεύξεις, video και φωτογραφίες)»



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

Ε.Π. «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» 2007/13 – **ΘΑΛΗΣ**

**Το ανθρώπινο δυναμικό ως βασική συνιστώσα της αναπτυξιακής δυναμικής και διαφοροποίησης των περιοχών: η περίπτωση της Ελλάδας**

**Παν. Μακεδονίας (συντ.) - ΑΠΘ - Πάντειο – Χαροκόπειο**

**Π.Ε.4: ΘΕΩΡΗΤΙΚΑ ΕΝΗΜΕΡΩΜΕΝΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ:  
ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΡΩΝΤΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

**Παραδοτέο Π4.4.1: Ερευνητική έκθεση με αναλυτική αναφορά ανά μελέτη περίπτωσης που θα συνοδεύεται από οπτικοακουστικό υλικό**

**Υποδράση 4.4: Εκπόνηση επιτόπιων ερευνών – συγγραφή των πρώτων αποτελεσμάτων της έρευνας πεδίου**

**Δράση 4: Μελέτες περιπτώσεων τοπικών πρωτοβουλιών**

**Ερευνητική Ομάδα Χαροκόπειου Πανεπιστημίου**



3

Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

## Εισαγωγή

Για την τοπική/περιφερειακή ανάπτυξη, πέρα από την εκάστοτε γενική οικονομική και πολιτική συγκυρία, τις τοπικές/περιφερειακές δυσκολίες/ευκολίες, την ύπαρξη/απουσία χρηματοδοτήσεων και άλλες μακρο-συνθήκες, κομβικό ρόλο παίζουν οι πρωτοβουλίες και δράσεις των τοπικών «κοινωνικών δρώντων» (social actors). Αυτές περιλαμβάνουν άτομα, ομάδες, συνεταιρισμούς και κοινωνικά κινήματα τα οποία πραγματοποιούν υλικές παραγωγικές επενδύσεις (με ή χωρίς επιδοτήσεις), δημιουργούν ή αναζωογονούν νέους θεσμούς (σε διοικητικές μονάδες αλλά και εκτός αυτών), συμμετέχουν σε συλλογικές πρωτοβουλίες προστασίας του δημόσιου χώρου, κάνουν συλλογικές εναλλακτικές προτάσεις αξιοποιώντας πολιτικές της Ε.Ε. αλλά και πέρα από αυτές, κ.α.

Η οικονομική κρίση αποτέλεσε καταλυτικό παράγοντα για να γίνει αντιληπτό πως υπάρχει άμεση ανάγκη τόσο για τη δημιουργία νέων παραγωγικών επενδύσεων, όσο και για την αναδιάρθρωση υφιστάμενων. Επενδύσεων που θα αποτελέσουν νέες πηγές εισοδήματος και απασχόλησης και θα είναι σε θέση να συμβάλουν στην ανάπτυξη των τοπικών οικονομιών. Στο πλαίσιο αυτό, αντικείμενο της Έρευνας Πεδίου αποτελεί η συμβολή των επιχειρήσεων και των πρωτοβουλιών κοινωνικών δρώντων στην τοπική/περιφερειακή ανάπτυξη. Η έρευνα περιλαμβάνει 5 μελέτες περίπτωσης που εντάσσονται σε δύο γενικές κατηγορίες: α) παραγωγική αναδιάρθρωση και τοπική ανάπτυξη, β) τοπικές κοινωνικές πρωτοβουλίες.

Στην πρώτη κατηγορία, η οποία εξετάζει τη σχέση της παραγωγικής αναδιάρθρωσης με την τοπική ανάπτυξη οι μελέτες περίπτωσης είναι «το cluster της γουνοποιίας στην Καστοριά», «τη δυναμική των κοντινών παραγωγικών δικτύων του αγρο-τροφικού τομέα» και «τα δίκτυα



4

Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

παραγωγής τουρισμού και ο ανθρώπινος παράγοντας». Στο πλαίσιο αυτό αναζητούνται πετυχημένες περιπτώσεις αναδιάρθρωσης υφιστάμενων επιχειρήσεων ή/και δημιουργίας νέων που οδηγούν σε βιώσιμη και μακροπρόθεσμη τοπική ανάπτυξη.

Στη δεύτερη κατηγορία, η οποία εξετάζει τις τοπικές κοινωνικές πρωτοβουλίες και τη συμβολή τους στην τοπική ανάπτυξη οι μελέτες περιπτώσεις εστιάζουν σε «επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας» και σε «πρωτοβουλίες αλληλεγγύης, την αλληλέγγυα οικονομία και τους συνεταιρισμούς νέου τύπου». Στο πλαίσιο αυτό αναζητούνται νέες, για τα ελληνικά δεδομένα, περιπτώσεις ανάληψης συλλογικών δράσεων σε τοπικό επίπεδο. Οι πρωτοβουλίες/δράσεις αυτές δεν λύνουν μακροχρόνια προβλήματα περιφερειακών ανισοτήτων ωστόσο σηματοδοτούν αλλαγές σε στάσεις/νοοτροπίες που μακροπρόθεσμα μπορεί να αποδειχτούν σημαντικές για την τοπική ανάπτυξη.

Παρότι μεμονωμένες αυτές μελέτες περίπτωσης δεν αποτυπώνουν την εικόνα μιας συνολικής περιφερειακής πολιτικής, μπορούν ωστόσο να αποτελέσουν σημαντικές ψηφίδες της. Αξίζει λοιπόν να διερευνηθεί κατά πόσο τα τελευταία χρόνια μέσα από τέτοιες δραστηριότητες σημαντικές τομές ή/και άλματα (βιωσιμότητα, ενεργοποίηση ανενεργού δυναμικού και αξιοποίηση γνώσεων, συγκράτηση/αύξηση πληθυσμού, δημιουργική παραμονή των νέων, τοπική ευημερία, ενίσχυση δημοκρατικών/συλλογικών θεσμών, ανάπτυξη με σεβασμό στο περιβάλλον, καινοτομία, αναβάθμιση εργασιακών σχέσεων κ.ά.), αλλά και ποιες σχέσεις έχουν δημιουργηθεί σε τοπικό/περιφερειακό επίπεδο (χαρακτηριστικά συμμετεχόντων, διασύνδεση με τοπικές κοινότητες, επιχειρήσεις ή την αυτοδιοίκηση, συνέργειες, εξαρτήσεις κ.λπ.).



Στην παρούσα έκθεση παρουσιάζονται αναλυτικά οι ενέργειες για την υλοποίηση της Δράση 4 «Μελέτες περιπτώσεων τοπικών πρωτοβουλιών» και ειδικότερα της Υπο-δράσης 4.4 «Εκπόνηση επιτόπιων ερευνών – συγγραφή των πρώτων αποτελεσμάτων της έρευνας πεδίου». Στο πλαίσιο αυτό περιγράφονται αναλυτικά οι φάσεις και τα βήματα που έχουν υλοποιηθεί στο πλαίσιο του ερευνητικού πλάνου των μελετών περίπτωσης που αφορούν:

1. Το cluster της γουνοποιίας στην Καστοριά,
2. Τη δυναμική των κοντινών παραγωγικών δικτύων του αγροτροφικού τομέα
3. Τα δίκτυα παραγωγής τουρισμού και ανθρώπινος παράγοντας
4. Τις επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας και
5. Τις πρωτοβουλίες αλληλεγγύης, την αλληλέγγυα οικονομία και τους συνεταιρισμούς νέου τύπου.

Οι παραπάνω μελέτες περίπτωσης παρουσιάζονται σε δύο μέρη. Εκείνες της πρώτης κατηγορίας (1 έως 3), η οποία εξετάζει τη σχέση της παραγωγικής αναδιάρθρωσης με την τοπική ανάπτυξη, και της δεύτερης κατηγορίας (4 και 5), η οποία εξετάζει τις τοπικές κοινωνικές πρωτοβουλίες και τη συμβολή τους στην τοπική ανάπτυξη. Λαμβάνοντας υπόψη το συνολικό υλικό που προέκυψε από την έρευνα, η ομάδα εργασίας του Χαροκόπειου Πανεπιστημίου προχώρησε στη σύνταξη της έκθεσης, η οποία περιλαμβάνει διακριτά κεφάλαια για κάθε μελέτη περίπτωσης. Σε κάθε κεφάλαιο περιγράφονται αναλυτικά όλα τα ερευνητικά στάδια όπως ο σχεδιασμός, η προετοιμασία και η υλοποίηση της έρευνας πεδίου και ακολουθεί η παρουσίαση των αποτελεσμάτων από το εμπειρικό υλικό που συλλέχθηκε.



## ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Αντικείμενο της πρώτης ενότητας είναι η συμβολή των επιχειρήσεων στην τοπική/περιφερειακή ανάπτυξη. Στα πλαίσια της τρέχουσας οικονομικής κρίσης υπάρχει άμεση ανάγκη για δημιουργία νέων και αναδιάρθρωση υφιστάμενων επιχειρήσεων ώστε να δημιουργηθούν νέες πηγές εισοδήματος και απασχόλησης και να δοθεί ώθηση στις τοπικές οικονομίες.

Ειδικότερα, επιχειρείται να προσδιοριστούν οι κρίσιμοι παράγοντες που πρέπει να ικανοποιηθούν προκειμένου μια επιχειρηματική πρωτοβουλία να οδηγήσει σήμερα σε οικονομική-κοινωνική και βιώσιμη τοπική ανάπτυξη. Η ανάλυση περιλαμβάνει μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις, τοπικό και υπερτοπικό κεφάλαιο (προσεγγίσεις νέας ενδογενούς τοπικής ανάπτυξης, νέας τοπικότητας).



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.



## 1. Το Cluster Γουνοποιίας στην Καστοριά

### **Το πλαίσιο και τα ερωτήματα της έρευνας**

Το βασικό γνώρισμα του κλάδου γουνοποιίας είναι η παραδοσιακή τεχνογνωσία κατασκευής γούνινων ενδυμάτων από αποκόμματα και το απόλυτα ειδικευμένο επιχειρηματικό και εργατικό δυναμικό. Ο κλάδος έχει εκσυγχρονιστεί, έχει αναπτύξει σημαντικά δίκτυα σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο, εξακολουθεί να είναι έντονα εξαγωγικός, οι κρίσεις που αντιμετωπίζει είναι κυκλικές και δεν έχουν οδηγήσει σε ολική εξαφάνιση, όπως άλλους παραδοσιακούς κλάδους.

Τα βασικά ερωτήματα σχετικά με τον ΘΑΛΗ της έρευνας είναι:

α) ποια είναι τα στοιχεία της παραγωγικής, εξαγωγικής, εργασιακής και οργανωτικής αναδιάρθρωσης του κλάδου από το 2001 μέχρι σήμερα, την περίοδο της κρίσης;

β) ποιες είναι οι δικτυώσεις των επιχειρήσεων και σε ποιο βαθμό ολοκληρώνονται στην ευρύτερη περιοχή;

γ) αν το επιχειρηματικό και εργατικό δυναμικό εξακολουθεί να είναι «τοπικό», πως αναπαράγεται και ποιες οι δυσκολίες που αντιμετωπίζει (ηλικίες, εκπαίδευση, «κλειστές» εξειδικεύσεις, εργασιακές συνθήκες, αμοιβές κλπ);

δ) αν και πως συνδράμει το κράτος, η ΤΑ και άλλοι θεσμοί (πχ. το κέντρο έρευνας και έκθεσης γούνας, οι σχολές μαθητείας κα.) το τοπικό παραγωγικό σύστημα;

ε) αν η τοπική κοινωνία εξακολουθεί να στηρίζει την παραγωγή γούνας, με ποιο τρόπο και πως βιώνει τη σημερινή κρίση στ) αν η



παραγωγική εξειδίκευση στη γούνα έχει βοηθήσει στην επιβίωση της Καστοριάς σε συνθήκες γενικευμένης κρίσης;

και

στ) ποιες ήταν οι πρωτοβουλίες/παραλήψεις των τοπικών δρώντων;

### **Σχεδιασμός και υλοποίηση της έρευνας**

Κατά τη διάρκεια της υλοποίησης της εμπειρικής έρευνας για τη συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης η Ομάδα προχώρησε στις ακόλουθες ενέργειες και εκτός από τη βιβλιογραφική ενημέρωση τα ερωτήματα προσεγγίστηκαν με τα παρακάτω βήματα:

1. Ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης μέσα από δεδομένα που ήταν διαθέσιμα από:
  - την πρόσφατη κλαδική μελέτη για τη γούνα,
  - στοιχεία του τοπικού βιομηχανικού επιμελητηρίου και των τοπικών επιχειρηματικών συνδέσμων,
  - τοπικά δημογραφικά χαρακτηριστικά και την σύγκριση τους με παλαιότερες καταγραφές.
2. Καταγραφή του τοπικού παραγωγικού συστήματος (ΤΠΣ) (με την έννοια της τοπικής αγοράς εργασίας και του cluster) και εντοπισμός των βασικών συνιστωσών του δικτύου. Σύγκριση με παλαιότερες καταγραφές.
3. Οργάνωση αντιπροσωπευτικού δείγματος από όλες τις επιχειρήσεις της περιοχής και αποστολή ηλεκτρονικά σύντομου ερωτηματολογίου. Έγινε αποστολή 320 δικών μας ερωτηματολογίων με ευθύνη του Συνδέσμου Γουνοποιών «Προφήτης Ηλίας», αλλά η ανταπόκριση



9

Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

ήταν πολύ περιορισμένη και έτσι δεν έγινε περαιτέρω επεξεργασία τους. Στη θέση του χρησιμοποιήσαμε πρόσφατα δεδομένα από το αρχείο του Εμπορικού, Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Καστοριάς (ΕΒΕΚ). Αναλυτικότερα υλοποιήθηκαν τα παρακάτω:

- Αναδιατύπωση συγκριμένων σημείων των ερωτημάτων για λόγους σαφήνειας. Σκοπός η αποφυγή λανθασμένων ή μη έγκυρων απαντήσεων λόγω αμφιβολιών από του λήπτες του ερωτηματολογίου.
- Βελτίωση της χρηστικότητας των ερωτηματολογίων, μετά από διαδικασία προσομοίωσης της έρευνας με δείγμα από μέλη της ερευνητικής ομάδας, ερευνητές και μεταπτυχιακούς φοιτητές του τμήματος Γεωγραφίας του Χαροκόπειου Πανεπιστημίου.
- Μετατροπή του ερωτηματολογίου που συντάχθηκε στην προηγούμενη φάση στην τελική ηλεκτρονική μορφή του. Το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο, το οποίο ήταν διαθέσιμο σε ηλεκτρονικό αρχείο τύπου Microsoft Word, δημιουργήθηκε στην ηλεκτρονική πλατφόρμα Google Drive και πιο συγκριμένα με την χρήση της εφαρμογής Google Forms.
- Δημιουργία ηλεκτρονικού αρχείου τύπου Microsoft Excel στην ηλεκτρονική πλατφόρμα Google Drive, στο οποίο καταχωρούνται οι απαντήσεις μετά από την επιτυχή συμπλήρωση των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων. Σκοπός η δυνατότητα της περαιτέρω επεξεργασίας των στοιχείων.
- Δοκιμαστική χρήση της ορθής λειτουργίας των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων και της καταχώρησης των απαντήσεων τους. Στην προσομοίωση συμμετείχαν μέλη της ερευνητικής ομάδας και ερευνητές του Χαροκοπέιου Πανεπιστημίου.



- Οριστικοποίηση της τελικής μορφής των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων και των αρχείων καταχώρησης των απαντήσεων μετά από την ενσωμάτωση των παρατηρήσεων της δοκιμαστικής χρήσης.
- Προσέγγιση του «Συνδέσμου Γουνοποιών Καστοριάς ο Προφήτης Ηλίας» για να διασφαλιστεί η συμβολή του στην διακίνηση των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων με στόχο την μεγαλύτερη ανταπόκριση των επιχειρήσεων γουνοποιίας που θα αποτελέσουν το δείγμα της έρευνας.
- Συνεργασία με εκπροσώπους του Συνδέσμου με σκοπό την συμπλήρωση και οριστικοποίηση της λίστας αποδεκτών των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων. Η επικοινωνία πραγματοποιήθηκε τηλεφωνικά και με ανταλλαγή ηλεκτρονικής αλληλογραφίας
- Προγραμματισμός έναρξης της έρευνας και ηλεκτρονική αποστολή πρόσκλησης συμμετοχής στους αποδέκτες μέσω του Συνδέσμου.
- Παρακολούθηση την ανταπόκρισης των επιχειρήσεων του δείγματος στην έρευνα.
- Δεύτερος γύρος επικοινωνίας με το Σύνδεσμο με σκοπό την επαναληπτική αποστολή των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων στις επιχειρήσεις του δείγματος.
- Αξιολόγηση της ανταπόκρισης των επιχειρήσεων και της ορθής συμπλήρωσης των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων.
- Η επεξεργασία των απαντήσεων με ποιοτικά κριτήρια λόγω του πρώιμου σταδίου της έρευνας.
- Τα μέχρι τώρα στοιχεία αποκαλύπτουν πως η πλειοψηφία των επιχειρήσεων γουνοποιίας που συμμετείχαν έως τώρα στην ηλεκτρονική έρευνα είναι ατομικές επιχειρήσεις (36%), που



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

δημιουργήθηκαν κυρίως μεταξύ του 1970 -1990 (36%) ή 1990 – 2008 (27%) και έχουν μόνιμη λειτουργία (55%).

- Ωστόσο, λόγω της χαμηλής ανταπόκρισης και του μικρού αριθμού απαντημένων ερωτηματολογίων τα συμπεράσματα που προκύπτουν για τα υπόλοιπα ερωτήματα παραμένουν ενδεικτικά.
  - Για το λόγο αυτό εξετάστηκαν οι επιλογές που προσφέρουν την δυνατότητα αντιμετώπισης του προβλήματος χαμηλής ανταπόκρισης, π.χ. υιοθέτηση νέας μεθόδου και αξιοποίηση πρωτογενούς υλικού από άλλες δημοσιευμένες έρευνες.
4. Σύνταξη ερωτηματολογίου/οδηγού για ποιοτική έρευνα σε επιχειρήσεις, εργαζόμενους/ες και φορείς το οποίο υλοποιήθηκε επί τόπου με συζητήσεις ανοικτού τύπου, οι περισσότερες με μαγνητόφωνο. Αναλυτικά έγιναν συνεντεύξεις με:
- τέσσερεις εργαζόμενους/ες
  - τρεις συνδικαλίστριες, έξι επιχειρήσεις (δύο μέσω skype)
  - τέσσερεις φορείς
  - δυο μαθητές ΟΑΕΔ
  - δυο με διοικητικούς φορείς

### **Τα αποτελέσματα της έρευνας και συμπερασματικές παρατηρήσεις**

Τα αποτελέσματα της ποιοτικής έρευνας δεν διεκδικούν αντιπροσωπευτικότητα αλλά φωτίζουν σημαντικές πλευρές των δράσεων του τοπικού ανθρώπινου δυναμικού. Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Καστοριά συμβάλει στη διερεύνηση του πυρήνα των ερωτημάτων της ευρύτερη έρευνας που έχει αναλάβει η ερευνητική μας ομάδα στο πλαίσιο



12

Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο – ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) – Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

του προγράμματος «ΘΑΛΗΣ». Θέτει τα υποκείμενα, τους τοπικά δρώντες, στο κέντρο της διερεύνησης και η προσωπική επαφή μαζί τους, οι παρατηρήσεις μας και η καταγραφή των απόψεων τους αποτελεί τη συμβολή μας στην ευρύτερη κατανόηση του ρόλου του ανθρώπινου δυναμικού στην τοπική ανάπτυξη/κρίση.

Έχοντας ακολουθήσει τις θεωρίες και μεθοδολογίες ανάλυσης των τοπικών αγορών εργασίας, τα βασικά σημεία που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό της γουνοποιίας της Καστοριάς, είναι:

1. Η γήρανση του συνολικού πληθυσμού και το χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης, παρά τη βελτίωση των δυο τελευταίων δεκαετιών.

2. Τα υψηλά ποσοστά φτώχειας παρά την παραγωγή μεγάλης αξίας προϊόντων

3. Η πόλωση μεταξύ αυτοδιδάκτων/παραδοσιακών και πτυχιούχων/σύγχρονων επιχειρηματιών. Οι πρώτοι ακολουθούν αμυντικές και οι δεύτεροι επιθετικές στρατηγικές αναδιάρθρωσης. Η πόλωση αποτυπώνεται και στη χωροθέτηση των επιχειρήσεων και στη δημιουργία χωριστών επαγγελματικών ενώσεων.

4. Το εργατικό δυναμικό είναι στη πλειοψηφία τους άνω των 45-50 ετών, έμαθαν την περίτεχνη εργασία εμπειρικά από παιδιά, συνεχίζουν σε μεγάλα ποσοστά να εργάζονται ως ανασφάλιστοι/ες και η εργασία εξακολουθεί να είναι πολύ κουραστική και με σοβαρές επιπτώσεις στη υγεία.

5. Η τοπική αγορά εργασίας χαρακτηρίζεται από εποχικότητα, ανεργία, πολυαπασχόληση και μεγάλα ποσοστά αδήλωτης/άτυπης εργασίας φασόν στα σπίτια και σε πολύ μικρά εργαστήρια.



6. Οι υπηρεσίες προς τις μονάδες έχουν εκσυγχρονιστεί, είναι επαρκείς και το ίδιο ισχύει για τους θεσμούς και τις επαγγελματικές ενώσεις.

7. Τέλος, επιβεβαιώθηκαν οι αρχικές μας υποθέσεις ότι το ανθρώπινο δυναμικό παραμένει συγχρόνως το ισχυρότερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Καστοριάς αλλά και η αχίλλειος πτέρνα του, λόγω της ισχνης έως ανύπαρκτης ανανέωσης του εργατικού δυναμικού.



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

## 2. Κοντινές Αλυσίδες Προμήθειας του Αγρο-τροφικού Τομέα

### Ερευνητικό πλαίσιο και ερωτήματα

Η τρέχουσα οικονομική κρίση έχει διαμορφώσει ένα εξαιρετικά εχθρικό περιβάλλον για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Δεκάδες χιλιάδες μικρές επιχειρήσεις, τόσο στην επεξεργασία όσο και στο εμπόριο των τροφίμων έχουν οδηγηθεί εκτός αγοράς, ή έχουν απορροφηθεί από τις μεγαλύτερες, που αυξάνουν τα μερίδια της αγοράς τους εν μέσω της κρίσης. Ωστόσο όλες οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις δεν δοκιμάζονται από αποτυχία.

Στη διάρκεια των τελευταίων 3-4 ετών παρατηρείται μεγάλη κινητικότητα στον αγρο-τροφικό τομέα. Καθημερινά εμφανίζονται νέες μικρές επιχειρήσεις, ενώ ένας μεγάλος αριθμός υφιστάμενων επιχειρήσεων αναδιαρθρώνεται και επανατοποθετείται στην αγορά. Το εγχείρημα αυτό έχει αρκετές δυσκολίες. Η πρώτη έχει να κάνει με την ασαφή εικόνα που έχουμε για το αντικείμενο μελέτης. Είναι αναγκαία λοιπόν η εκπόνηση προκαταρκτικής έρευνας προκειμένου να εκτιμηθεί ο αριθμός και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των «νέων» πρωτοβουλιών (για αναλυτική περιγραφή βλ. Π.4.3.)

Η ανάλυση της εν λόγω μελέτης περίπτωσης επικεντρώνεται στους παρακάτω άξονες:

- α) η αποσαφήνιση των βασικών χαρακτηριστικών των «νέων» πρωτοβουλιών,
- β) η συστηματική μελέτη της δυναμικής τους και
- γ) η εκτίμηση της συμβολής τους για μια πιο ανθρωποκεντρική χωρική ανάπτυξη.





## **Σχεδιασμός και υλοποίηση της έρευνας πεδίου**

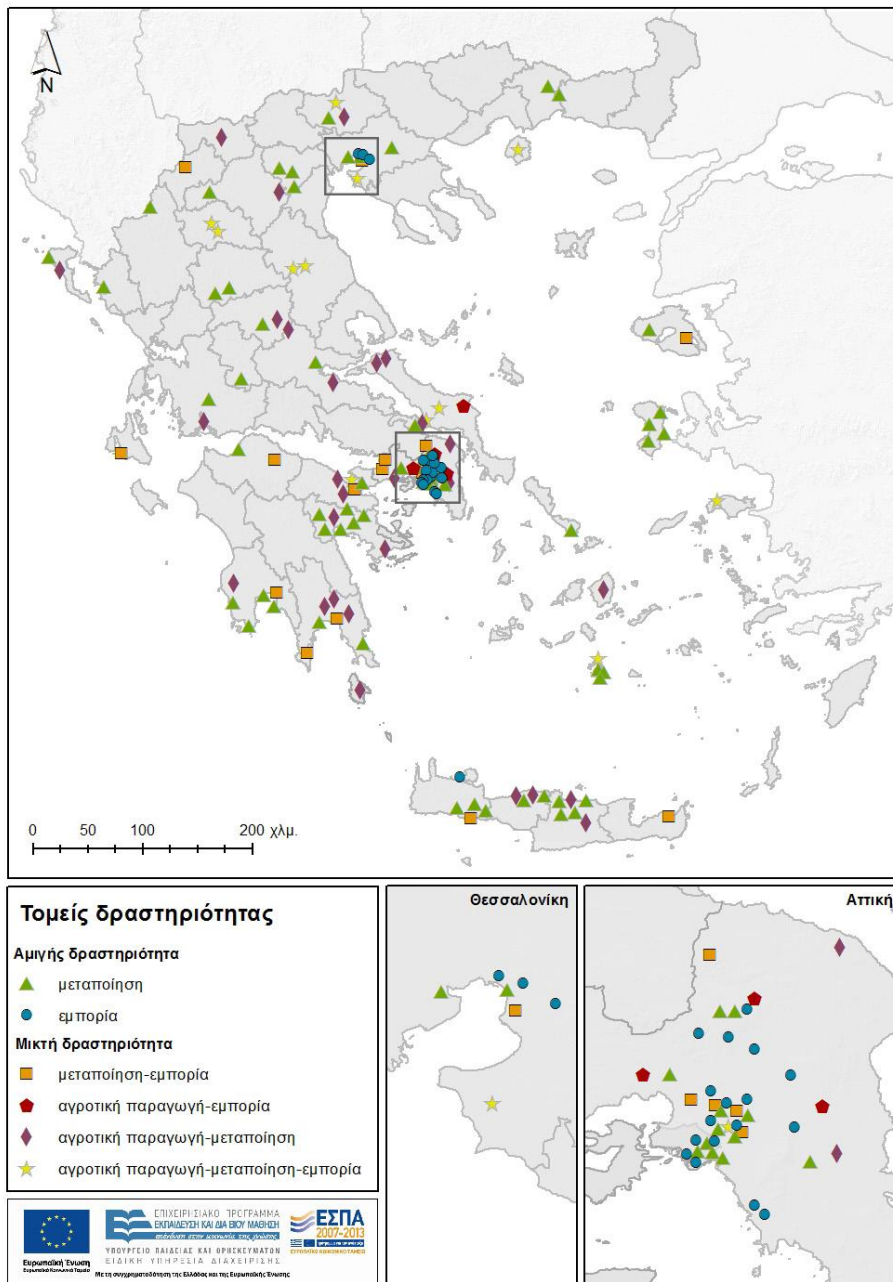
Κατά τη διάρκεια της προετοιμασίας της έρευνας πεδίου για τη συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης η Ομάδα προχώρησε στις ακόλουθες ενέργειες και εκτός από τη βιβλιογραφική ενημέρωση τα ερωτήματα προσεγγίστηκαν με τα παρακάτω βήματα:

1. Συμπλήρωση της βάσης δεδομένων δυναμικών επιχειρήσεων του αγροτικού τομέα, αναλυτικότερα έγιναν τα εξής:
  - Μελέτη και συλλογή πληροφοριών από τα ηλεκτρονικά αρχεία του ημερήσιου τύπου (π.χ. Το Βήμα, η Καθημερινή).
  - Μελέτη και συλλογή πληροφοριών από τον κλαδικό περιοδικό τύπο (π.χ. Τρόφιμα και Ποτά, Σελφ Σέρβις).
  - Μελέτη και συλλογή πληροφοριών από ιστότοπους με συναφές περιεχόμενο (π.χ. Bostanistas).
  - Παρακολούθηση των εταιρικών ιστοσελίδων και των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης των επιχειρήσεων και συλλογή δεδομένων.
  - Συμπλήρωση των στοιχείων στις κατηγορίες πληροφοριών που περιλαμβάνονται στη βάση δεδομένων των «νέων δυναμικών» επιχειρήσεων και ακολούθως επεξεργασία των στοιχείων με σκοπό τη χαρτογράφηση τους (Χάρτης 2.1).



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

Χάρτης 2.1: Χωρική / κλαδική κατανομή των 150 επιχειρήσεων που περιλαμβάνονται στο Μητρώο, 03/2014



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση(Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

2. Δημιουργία αρχείου με τις 100 επιχειρήσεις του αγρο-τροφικού τομέα που κατέγραψαν τις μεγαλύτερες πωλήσεις (2012) υλοποιώντας τα παρακάτω:

- Μελέτη του ηλεκτρονικού αρχείου των εκδόσεων «Η Ελληνική Βιομηχανία» που είναι διαθέσιμα στην ιστοσελίδα <http://www.inr.gr/>.

- Δημιουργία ηλεκτρονικού αρχείου τύπου Microsoft Excel για την καταχώρηση στοιχείων των επιχειρήσεων.

- Καταχώρηση στο ηλεκτρονικό αρχείο Microsoft Excel των οικονομικών στοιχείων που είναι διαθέσιμα από το ηλεκτρονικό αρχείο των εκδόσεων «Η Ελληνική Βιομηχανία».

- Ηλεκτρονική αναζήτηση και μελέτη των εταιρικών ιστότοπων των επιχειρήσεων.

- Συμπλήρωση των επιπλέον στοιχείων που είναι διαθέσιμα στις κατηγορίες πληροφοριών που περιλαμβάνει το αρχείο καταγραφής των 100 επιχειρήσεων.

3. Ολοκλήρωση προέρευνας και προετοιμασία της επιτόπιας έρευνα μετά από τα παρακάτω βήματα:

- Η προέρευνα έδειξε ότι μεγαλύτερη συγκέντρωση νέων δυναμικών επιχειρήσεων του αγρο-τροφικού τομέα συναντάται γύρω από τη μεγάλη αγορά της πρωτεύουσας. Οι περιοχές αυτές περιλαμβάνουν την Αττική, τη Βοιωτία, την ευρύτερη περιοχή της Χαλκίδας, την Κορινθία και την Αργολική πεδιάδα (βλ. Π.Ε. 4.3.)

- Το ηλεκτρονικό αρχείο με τις 100 επιχειρήσεις με τις μεγαλύτερες πωλήσεις ανέδειξε επίσης τους νομούς της Αττικής, της Εύβοιας, της Κορινθίας, της Αργολίδας και της ευρύτερης περιοχής της Θεσσαλονίκης σε περιοχές χωροθέτησης των παραγωγικών δραστηριοτήτων τους.

- Επιλογή της Αττικής, Εύβοιας, Κορινθίας, Αργολίδας και Θεσσαλονίκης ως αρχικές περιοχές για την διεξαγωγή επιτόπιας έρευνας.

- Αναζήτηση πληροφοριών στο διαδίκτυο για τις επιχειρήσεις που αποτελούν αντικείμενο μελέτης στις περιοχές επιτόπια έρευνα.



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

- Επικοινωνία με τις επιχειρήσεις με σκοπό τον προγραμματισμό συνεντεύξεων.

Προκειμένου να απαντηθούν το δεύτερο - η δυναμική των «νέων επιχειρήσεων» - και το τρίτο σκέλος - η συμβολή τους στην ανάπτυξη - του ερευνητικού ερωτήματος η πιο πρόσφορη μέθοδος είναι η επιτόπια έρευνα με συνεντεύξεις σε μικρό αριθμό επιχειρηματιών. Η έρευνα στις επιχειρήσεις συμπληρώνεται από ένα μικρό αριθμό επιλεγμένων πληροφορητών - κλειδί που γνωρίζουν καλά όψεις των αγρο-τροφικών συστημάτων.

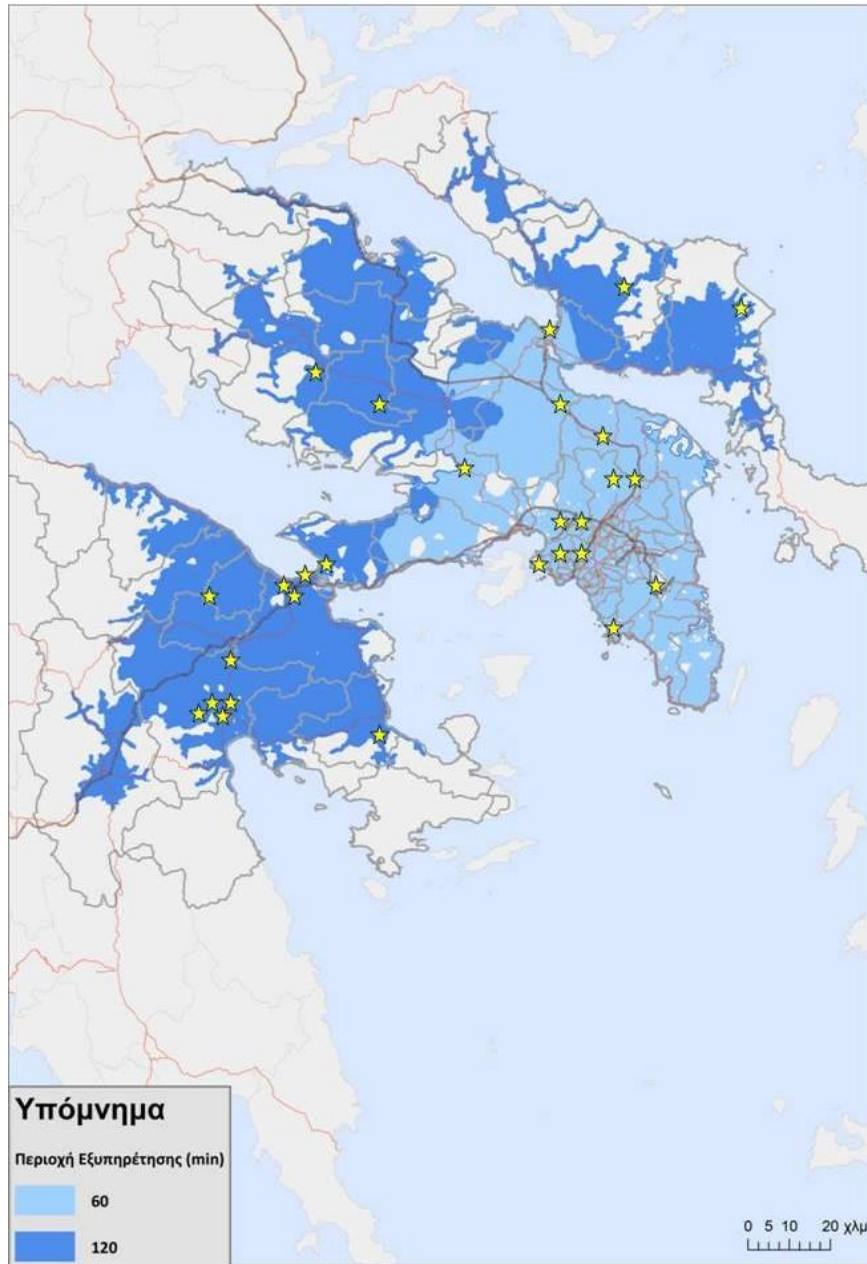
Τα ευρήματα της Προκαταρκτικής Φάσης της Έρευνας ήταν πολύτιμα για να επιλεγεί η περιοχή μελέτης και το δείγμα των επιχειρήσεων.

Η προέρευνα έδειξε ότι η μεγαλύτερη συγκέντρωση νέων δυναμικών επιχειρήσεων του αγρο-τροφικού τομέα συναντάται γύρω από τη μεγάλη αγορά της πρωτεύουσας. Θεωρήθηκε λοιπόν σκόπιμη η επικέντρωση της έρευνας σ' αυτήν την περιοχή. Η περιοχή μελέτης ορίστηκε με κριτήριο όχι τη χιλιομετρική απόσταση αλλά τη χρονοαπόσταση από το μεγάλο αστικό κέντρο της Αθήνας. Περιλαμβάνει τις ηπειρωτικές περιοχές που απέχουν λιγότερο από δυο ώρες από το μεγάλο αστικό κέντρο της πρωτεύουσας. Η χρονοαπόσταση ορίστηκε με βάση τα όρια ταχυτήτων του οδικού δικτύου για μεταφορικό μέσον φορτηγό αυτοκίνητο. Όπως δείχνει ο χάρτης στην επόμενη σελίδα η περιοχή μελέτης περιλαμβάνει την Αττική, τη Βοιωτία, την ευρύτερη περιοχή της Χαλκίδας, την Κορινθία, την Αργολική πεδιάδα και τις παρακείμενες περιοχές του οδικού άξονα μέχρι την Τρίπολη (Χάρτης 2.2).



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

**Χάρτης 2.2: Χωρική / κλαδική κατανομή των επιχειρήσεων  
επεξεργασίας αγρο-τροφικών εισροών της Έρευνας Πεδίου**



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

Εντός των ορίων της περιοχής έγινε συστηματική αναζήτηση για «νέες» επιχειρήσεις επεξεργασίας αγροτικών προϊόντων και επιλέχθηκαν 30 επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε διάφορους κλάδους της πρωτογενούς και δευτερογενούς μεταποίησης.

Η έρευνα περιλαμβάνει επίσης «νέες» επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του λιανικού εμπορίου. Οι συνεντεύξεις με τις επιχειρήσεις αυτές ήταν επικεντρωμένες στα χαρακτηριστικά της αγοράς και στη συνεργασία που έχουν αναπτύξει με τους μικρούς παραγωγούς - προμηθευτές τους.

Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν στις εγκαταστάσεις ή στην έδρα των επιχειρήσεων. Ο ορισμός των συναντήσεων αποδείχτηκε στην πράξη χρονοβόρα διαδικασία λόγω των αυξημένων υποχρεώσεων των επιχειρηματιών. Όλοι οι επιχειρηματίες, εκτός ελαχίστων εξαιρέσεων που επικαλέστηκαν πολύ βεβαρημένο πρόγραμμα, έδειξαν μεγάλη προθυμία να συμμετέχουν στην Έρευνα. Οι συνεντεύξεις μαγνητοφωνήθηκαν και αποθηκεύτηκαν σε ψηφιακή μορφή.

### **Ευρήματα της έρευνας πεδίου και συμπερασματικές παρατηρήσεις**

Τα αποτελέσματα της Έρευνας προέρχονται από τα ευρήματα της Προκαταρκτικής φάσης και την επεξεργασία των συνεντεύξεων με τους πληροφορητές – κλειδί και, κυρίως, τους επιχειρηματίες. Ειδικότερα αναδειχθήκαν τα παρακάτω σε σχέση με τους άξονες που τέθηκαν:

#### *Το πορτρέτο του «νέου» επιχειρηματία*

Ένα από τα βασικά διαχρονικά προβλήματα των ελληνικών μικρών μεταποιητικών επιχειρήσεων είναι το χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης των επιχειρηματιών. Σχετικές έρευνες δείχνουν ότι οι περισσότεροι ιδιοκτήτες



μικρών επιχειρήσεων ήταν αυτοδίδακτοι με στοιχειώδη εκπαιδευτικά προσόντα. Οι «νέοι» επιχειρηματίες που συμμετείχαν στην έρευνα έχουν πολύ αναβαθμισμένο προφίλ. Βέβαια η εικόνα τους δεν είναι με κανένα τρόπο αντιπροσωπευτική του επιπέδου των επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στον κλάδο αφού ηγούνται των πιο δυναμικών νέων επιχειρήσεων σε μια από τις πιο δυναμικές περιοχές της χώρας.

Σχεδόν όλοι/ες οι επιχειρηματίες που έλαβαν μέρος στην έρευνα είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Ένα σημαντικό ποσοστό είναι κάτοχοι μεταπτυχιακών τίτλων. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι περισσότεροι επιχειρηματίες β γενιάς εντάσσονται στην οικογενειακή επιχείρηση αφού έχουν ολοκληρώσει σχετικές σπουδές υψηλού επιπέδου.

Όλοι/ες γνωρίζουν καλά τουλάχιστον μια ξένη γλώσσα (μια επιχειρηματίας που έλαβε μέρος την Έρευνα γνωρίζει εννέα!) και έχουν ευχέρεια στη χρήση των υπολογιστών. Σχεδόν όλοι/ες έχουν πολύ καλό επίπεδο πληροφόρησης / ενημέρωσης για τις τάσεις της ζήτησης, τον ανταγωνισμό, τις εξελίξεις στο εγχώριο και διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον.

Οι περισσότεροι έχουν αποκομίσει σημαντική επαγγελματική εμπειρία πριν αναλάβουν επιχειρηματική δράση δουλεύοντας με υπαλληλική σχέση. Κατά την έναρξη της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας ήταν αρκετά μεγάλοι, γύρω στα 35 έτη. Όπως ήταν αναμενόμενο, λόγω της φύσης του κλάδου, η παρουσία ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών είναι σχεδόν ισοδύναμη. Οι γυναίκες επιχειρηματίες δεν φαίνεται να αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα προβλήματα.

### *Προσέλκυση επιχειρηματιών από πολλαπλές πηγές*



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

Έχει εξαιρετικό ενδιαφέρον ότι στο πλαίσιο της κρίσης ο κλάδος τροφίμων προσελκύει μεγάλο αριθμό επιχειρηματιών από διαφορετικές κατευθύνσεις. Το αυξημένο ενδιαφέρον αποδίδεται στα χαμηλά εμπόδια εισόδου στον κλάδο (χαμηλό αρχικό επενδυτικό κόστος, χαμηλή τεχνολογία), στη φύση του αντικειμένου που είναι οικείο και γνώριμο για όλους τους ανθρώπους, αλλά και στις ευκαιρίες που εξακολουθούν να υπάρχουν στο κλάδο στο πλαίσιο της βαθιάς ύφεσης.

Οι «νέοι» επιχειρηματίες προέρχονται από διαφορετικές πηγές. Ένας σημαντικός αριθμός των επιχειρηματιών έχει ακολουθήσει την πεπατημένη οδό για να αναλάβει επιχειρηματική δράση: έχει προηγηθεί υπαλληλική σχέση σε μεγάλη εταιρία παραγωγής αντίστοιχων προϊόντων και ξεκινούν τη δική τους δραστηριότητα όταν αισθάνονται έτοιμοι, ή είναι επιχειρηματίες β γενιάς που έχει αποφασιστεί από νωρίς ότι θα αναλάβουν την οικογενειακή επιχείρηση. Όμως έχει ενδιαφέρον ότι στο πλαίσιο της κρίσης, η επεξεργασία και το εμπόριο τροφίμων έχουν προσελκύσει σημαντικό αριθμό επιχειρηματιών που, σε κανονικές συνθήκες, δεν θα αναλάμβαναν επιχειρηματική δράση. Προέρχονται από τις παρακάτω τέσσερις πηγές:

- Νεώτερα μέλη της οικογένειας που δεν ήταν στα αρχικά τους σχέδια η ανάληψη της οικογενειακής επιχείρησης. Έχει καταγραφεί μια κίνηση, όχι τόσο ισχυρή, όψιμης ένταξης στην οικογενειακή επιχείρηση παιδιών των επιχειρηματιών που είχαν ακολουθήσει άλλο επάγγελμα. Στο πλαίσιο της κρίσης, επιλέγουν να αναλάβουν την οικογενειακή επιχείρηση είτε επειδή έχουν ήδη χάσει ή κινδυνεύουν να χάσουν τη θέση εργασίας τους, είτε επειδή έχουν υποστεί δραστική μείωση των εισοδημάτων που δεν τους επιτρέπει να ζουν στην πόλη.





- Επιχειρηματίες από άλλους κλάδους που παρουσιάζουν κάποια συνάφεια με τον κλάδο των τροφίμων. Επιχειρηματίες με μεγάλη εμπειρία διαβλέπουν ευκαιρίες στον κλάδο τροφίμων και αναλαμβάνουν επιχειρηματική δράση. Συνήθως προέρχονται από μεταποιητικούς κλάδους που παρουσιάζουν κάποια συνάφεια με βασικές λειτουργίες των επιχειρήσεων τροφίμων. Στο πλαίσιο της έρευνας εντοπίστηκε επιχειρηματίας με εικοσαετή δραστηριότητα στον κλάδο της μόδας που ξεκίνησε επιχείρηση παραγωγής πολυτελών τροφίμων εκμεταλλευόμενος τη μεγάλη εμπειρία που διαθέτει στο marketing πολυτελών προϊόντων. Επίσης επιχειρηματίας από πετυχημένη επιχείρηση αξεσουάρ και κοσμημάτων ανέλαβε καινοτόμα δραστηριότητα στον τομέα του λιανικού εμπορίου τροφίμων επειδή εκτίμησε ότι υπάρχουν μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης.
- Επενδυτές για απόκτηση συμπληρωματικού εισοδήματος. Οικογένειες επιλέγουν να τοποθετήσουν τις αποταμιεύσεις τους σε κλάδους των τροφίμων, π.χ. καλλιέργεια τρούφας, που εγγυώνται μεγάλες αποδόσεις και λίγη προσωπική εργασία. Σημειώνεται ότι μεσολαβεί ένα σχετικά μεγάλο διάστημα, 8 – 10 χρόνια, μέχρι να αποδώσουν τους πρώτους καρπούς τα δενδρύλλια τρούφας και δεν προσφέρονται για άμεση εκμετάλλευση.
- Ελεύθεροι επαγγελματίες και εργαζόμενοι του τομέα των υπηρεσιών. Είναι η πολυπληθέστερη κατηγορία. Μπορούμε να διακρίνουμε τρεις πηγές προέλευσης. Πρώτον, Γεωπόνοι που παραδοσιακά στόχευαν σε μια θέση στον τομέα των υπηρεσιών (κυρίως σε υπηρεσίες του Δημοσίου) ξεκινούν δική τους επιχειρηματική δραστηριότητα. Δεύτερον, είναι πολλή σημαντική η εκπροσώπηση στελεχών από δημιουργικά επαγγέλματα που έχουν υποστεί μεγάλο πλήγμα από την κρίση. Μια



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

σειρά επαγγελματίες από το χώρο της διαφήμισης (κειμενογράφοι, γραφίστες, δημιουργοί ιστοσελίδων), του marketing, των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας (κυρίως δημοσιογράφοι γαστρονομίας), της Αρχιτεκτονικής, έχουν πρόσφατα αναλάβει επιχειρηματική δράση σε κλάδους επεξεργασίας τροφίμων. Τρίτον, άλλοι επαγγελματίες με διαφορετικές ειδικεύσεις (φιλόλογοι, μαθηματικοί, χημικοί, καθηγητές ξένων γλωσσών) που δεν διστάζουν να αναλάβουν την υλοποίηση μιας σημαντικής επιχειρηματικής ιδέας που έχουν εντοπίσει από ταξίδια τους στο εξωτερικό ή τον ευρύτερο κοινωνικό τους περίγυρο. Οι πρωτοποριακές, για τα ελληνικά δεδομένα δραστηριότητες της εκτροφής και τυποποίησης σαλιγκαριών και συλλογής και καλλιέργειας τρούφας καθώς και οι δραστηριότητες γαστρονομικού τουρισμού αποτελούν χαρακτηριστικές περιπτώσεις.

Ίσως οι επιχειρηματίες που εντάσσονται στην τελευταία κατηγορία έχουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον γιατί εφαρμόζουν τις εμπειρίες και δεξιότητες που έχουν αποκτήσει σε διαφορετικά επαγγελματικά περιβάλλοντα με δημιουργικό τρόπο σε διάφορα στάδια της παραγωγής και προώθησης των τροφίμων και αλλάζουν δραστικά την εικόνα των προϊόντων.

### *Δημιουργικότητα, καινοτομία*

Αυτήν την περίοδο οι μικρές επιχειρήσεις του κλάδου τροφίμων είναι φυτώρια εφαρμογής νέων ιδεών. Δείγματα δημιουργικότητας είναι εμφανή τόσο στους τομείς της ανάπτυξης και προώθησης προϊόντων όσο και στη δημιουργία εναλλακτικών δικτύων πρόσβασης στην αγορά.

Στις μονάδες μικρής παραγωγής η διαφοροποίηση του προϊόντος είναι απαραίτητη στρατηγική ανταγωνισμού. Η Έρευνα στις Επιχειρήσεις επιβεβαίωσε τα ευρήματα της Προκαταρκτικής Έρευνας. Πολύ διαδεδομένα



προϊόντα της ελληνικής μεταποίησης διαφοροποιούνται σημαντικά προκειμένου να γίνουν πιο θρεπτικά (σάλτσες με μεγάλη περιεκτικότητα σε φρέσκα λαχανικά) και πιο ελκυστικά (με λιγότερες θερμίδες). Παράλληλα, οι επιχειρηματίες είναι αρκετά δραστήριοι στην ανάπτυξη νέων προϊόντων. Βέβαια τα προϊόντα αυτά είναι «νέα» για την ελληνική παραγωγή. Συχνά αποτελούν προσαρμογή στις ελληνικές συνθήκες πετυχημένων προϊόντων ξένων μικρών επιχειρήσεων κυρίως, αλλά όχι αποκλειστικά, από την Ιταλική μεταποίηση. Πρότυπο για την ανάπτυξη της μικροζυθοποιίας είναι οι αγορές των ΗΠΑ, όπου κατέχει ήδη μερίδιο 10% στην αγορά της μύρας, και του ΗΒ. Ο κλάδος των μανιταριών έχει επωφεληθεί από ολλανδικές καινοτομίες, ενώ, οι κλάδοι της οινοποιίας και των τυροκομικών έχουν επαφές με τη γαλλική βιομηχανία.

Έχει ενδιαφέρον ότι επιχειρηματίες που έχουν εισάγει την παραγωγή των νέων καλλιεργειών των σαλιγκαριών και της τρούφας, έχουν επεκτείνει τη δραστηριότητα τους και στον τομέα των υπηρεσιών παρέχοντας εξειδικευμένες υπηρεσίες συμβούλου που ως πρότινος παρείχαν δωρεάν Γεωπόνοι των αποκεντρωμένων υπηρεσιών του Υπουργείου Τροφίμων. Αναλαμβάνοντας ρόλο Μέντορα διοργανώνουν στις εγκαταστάσεις τους σεμινάρια γνωστοποίησης των χαρακτηριστικών των καλλιεργειών σε δυνητικούς καλλιεργητές. Όσοι/ες αποφασίζουν να ασχοληθούν με την καλλιέργεια έχουν τη δυνατότητα να παράγουν με σχέση συμβολαιακής γεωργίας με την επιχείρηση που αναλαμβάνει την προμήθεια των υλικών, την παροχή τεχνικών συμβουλών και την απορρόφηση του συνόλου της παραγωγής. Πρέπει να σημειωθεί ότι είναι μεγάλος ο αριθμός των ενδιαφερόμενων να ξεκινήσουν αγροτικό επάγγελμα. Ωστόσο είναι πολύ μικρότερος ο αριθμός αυτών που



πραγματικά ξεκινούν και ακόμη μικρότερος ο αριθμός αυτών που ξεπερνούν τις πολλές δυσκολίες και συνεχίζουν.

Οι αλλαγές στη σύσταση των προϊόντων συνδυάζονται με αλλαγές στη συσκευασία, στην εμπορία (branding) και στη διακίνηση των προϊόντων. Με ελάχιστες εξαιρέσεις, οι επιχειρήσεις δεν προσφεύγουν σε εξωτερικές υπηρεσίες και οι αλλαγές αποφασίζονται από τον επιχειρηματία.

Στο πεδίο της εμπορίας των προϊόντων οι επιχειρηματίες έχουν δείξει μεγάλη δημιουργικότητα. Επιχειρείται η αλλαγή της ταυτότητας (rebranding) και των πιο απλών προϊόντων της ελληνικής γης. Τα προϊόντα συνοδεύονται από ιστορίες και συνδέονται με την ελληνική γη, την ιστορία και την παράδοση. Οι εταιρικοί ιστότοποι, πολλοί από αυτούς εντυπωσιακοί για το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων, είναι γεμάτοι με φωτογραφίες, ιστορίες, πληροφορίες και συνταγές για την αξιοποίησή τους. Η δυνατότητα κατανάλωσης ενός τύπου του πιο ταπεινού προϊόντος της ελληνικής γης, του ελαιολάδου, γίνεται σύμβολο κοινωνικής καταξίωσης. Οι μπίρες εμφανίζονται σε αριθμημένες φιάλες με συνέχειες από κόμικ ή κάθε τύπος αντιστοιχεί σε μια συγκεκριμένη μέρα της εβδομάδας.

Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειωθεί ότι αρκετοί επιχειρηματίες παρατήρησαν ότι πίσω από τους εντυπωσιακούς ιστότοπους δεν συναντάμε πάντα αντίστοιχα εντυπωσιακές επιχειρήσεις.

Εκεί όμως που απαιτούνται ισχυρές δόσεις δημιουργικότητας είναι στην εύρεση διεξόδου στην αγορά. Όλοι οι επιχειρηματίες αναγνώρισα τη δυσκολία εύρεσης διεξόδου στην αγορά ως το υπ' αριθμόν ένα πρόβλημα του κλάδου.



Λίγες μικρές επιχειρήσεις έχουν πρόσβαση στις αγορές του εξωτερικού. Επίσης συμφωνούν ότι δεν υπάρχει στοχευμένη βοήθεια από το κράτος και δεν διευκολύνει η γραφειοκρατία και ο καθυστερήσεις στις διατυπώσεις. Η βασική αγορά στην οποία απευθύνονται είναι η εγχώρια. Η πτώση της ζήτησης στην ελληνική αγορά σε συνδυασμό με τη συγκεντροποίηση στον κλάδο του λιανικού εμπορίου τροφίμων έχουν δημιουργήσει προβλήματα. Όλοι οι επιχειρηματίες, χωρίς εξαίρεση, εξέφρασαν τη δυσαρέσκεια τους για τα κυκλώματα των χονδρεμπόρων και των μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ. Ωστόσο όλοι αναγνωρίζουν την ανάγκη να προωθούν προϊόντα στα σούπερ μάρκετ γιατί μόνο αυτά μπορούν να απορροφήσουν μεγάλες ποσότητες σε σταθερή βάση. Συγκεκριμένες αλυσίδες είναι πολύ θετικές στην τοποθέτηση προϊόντων μικρών τοπικών εταιριών αρκεί να μπορούν να ανταποκριθούν στις προδιαγραφές για τις ποσότητες και τις τιμές που θέτουν.

Τόσο οι μεταποιητικές επιχειρήσεις όσο και οι λιανέμποροι έχουν δείξει επινοητικότητα στην ανάπτυξη εναλλακτικών καναλιών πώλησης:

- Η προνομιακή αγορά των μικρών εταιριών είναι τα μικρά καταστήματα τοπικών τροφίμων. Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται μικρά καταστήματα selfservice, νέα μπακάλικα, αλλά και εκσυγχρονισμένα κρεοπωλεία, μανάβικα, κ.α. εγκατεστημένα σε μεγάλες και μικρότερες πόλεις και τουριστικές περιοχές. Οι ιδιοκτήτες των μικρών καταστημάτων επιχειρούν να αναβαθμίσουν τις υπηρεσίες που προσφέρουν με δημιουργία νέων καταστημάτων, ενημερωμένο προσωπικό, οργάνωση σεμιναρίων μαγειρικής, προσφορά έτοιμων γευμάτων, κ.λ.π. Οι επιχειρηματίες εξέφρασαν την ανησυχία τους ότι η αγορά αυτή δεν μπορεί να απορροφήσει μεγάλες ποσότητες. Η μείωση των εισοδημάτων των καταναλωτών και ο ανταγωνισμός έχει οδηγήσει



σε μείωση των πωλήσεων. Επίσης είναι υποχρεωμένοι να κάνουν συχνές παραδόσεις προϊόντων σε πολλά σημεία πώλησης. Ωστόσο το μεγάλο πλεονέκτημα αυτής της αγοράς είναι ότι πληρώνει άμεσα ή με μικρό διάστημα πίστωσης.

- Ηλεκτρονικές πωλήσεις. Τα τρόφιμα, από τη φύση τους, δεν ενδείκνυνται ιδιαίτερα για ψηφιακές πωλήσεις αφού συνδυάζουν ευπάθεια, σχετικά μεγάλο βάρος και χαμηλή τιμή (Bondini, 2012). Εννοείται ότι η κατάσταση είναι περισσότερο προβληματική στην Ελλάδα όπου στο πλαίσιο της Μεσογειακής διατροφής καταναλώνονται πολλά φρέσκα τρόφιμα και τα ψώνια μέσω διαδικτύου δεν είναι τόσο διαδεδομένα. Ένας πρόσθετος ανασταλτικός παράγοντας είναι το υψηλό κόστος των μεταφορών για την αποστολή των προϊόντων. Ωστόσο οι περισσότερες μικρές επιχειρήσεις διαθέτουν ήδη ψηφιακό κατάστημα. Οι πωλήσεις που πραγματοποιούν είναι ελάχιστες, αλλά θεωρούν ότι είναι σκόπιμο να διατηρούν και να ενημερώνουν το ηλεκτρονικό τους κατάστημα γιατί έχει μεγάλη επισκεψιμότητα από ενδιαφερόμενους καταναλωτές οι οποίοι τελικά αγοράζουν τα προϊόντα από άλλα σημεία πώλησης.
- «Νέοι» τύποι λιανεμπορικών επιχειρήσεων τροφίμων. Νέοι επιχειρηματίες έχουν διαγνώσει τα σοβαρά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μικρές επιχειρήσεις επεξεργασίας τροφίμων να τοποθετήσουν τα προϊόντα τους στην αγορά και έχουν αναπτύξει ολότελα νέους τύπους λιανεμπορικών επιχειρήσεων προσαρμοσμένων στα ελληνικά δεδομένα. Μεταξύ άλλων έχουν ενδιαφέρον η δημιουργία ιδιωτικής αγοράς καλής ποιότητας τροφίμων, στα πρότυπα της BoroughMarket στη νότια όχθη του Τάμεση στο Λονδίνο και η ανάπτυξη εστιατορίων και δικτύου πώλησης τροφίμων με κοινό εμπορικό σήμα



(joint-branding) με τους παραγωγούς, στα πρότυπα της ιταλικής αλυσίδας Carluccio's. Και οι δυο πρωτοβουλίες έχουν προσελκύσει αρκετές εκατοντάδες μικρούς παραγωγούς και δείχνουν να έχουν ευοίωνες προοπτικές ανάπτυξης.

### *Επιχείρηση και τόπος*

Ένα μεγάλο μέρος της βιβλιογραφίας που εξετάζει τις μικρές αγροτροφικές επιχειρήσεις που είναι εγκατεστημένες σε τοπικό επίπεδο, υπογραμμίζει την ικανότητα που έχουν να «επανακοινωνικοποιούν» και «επαναχωρικοποιούν» το φαγητό και να δημιουργούν πιο «στενές» και περισσότερο «αυθεντικές» σχέσεις ανάμεσα στους παραγωγούς τους καταναλωτές (Morganet. al. 2006).

### *Κριτήρια επιλογής και αξιολόγηση του τόπου εγκατάστασης της επιχείρησης*

Σε λίγες περιπτώσεις η χωροθέτηση της παραγωγής συμπίπτει με τον τόπο καταγωγής ή/και μόνιμης κατοικίας του επιχειρηματία. Ο βασικός χωροθετικός παράγοντας για τις μονάδες δευτερογενούς επεξεργασίας είναι η γειτνίαση με την αγορά της πρωτεύουσας που αποτελεί και τη βασική αγορά τους. Οι μονάδες πρωτογενούς επεξεργασίας εξακολουθούν να είναι προσκολλημένες στους τόπους ειδίκευσης στην παραγωγή των βασικών πρώτων υλών: λάδι / Ερμιονίδα, κρασί-ξύδι / Νεμέα, πορτοκάλια / Αργολική πεδιάδα. Όλοι/ες οι επιχειρηματίες παραπονέθηκαν για το υψηλό μεταφορικό κόστος. Το κόστος διαμορφώνεται υψηλά από την υψηλή τιμή του πετρελαίου αλλά και των διοδίων καθώς και των κομιστρών των μεταφορικών εταιριών.

Είναι εντυπωσιακό ότι πολλές μεταποιητικές επιχειρήσεις διατηρούν την έδρα τους και το γραφείο διοίκησης στην Αθήνα. Για πολλούς από τους



νέους επιχειρηματίες η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στην ύπαιθρο δεν οδήγησε σε μετεγκατάσταση. Εξακολουθούν να μένουν μόνιμα στην Αθήνα και να επισκέπτονται ευκαιριακά τις παραγωγικές εγκαταστάσεις της επιχείρησης. Η παρατήρηση αυτή ερμηνεύει, σε μεγάλο βαθμό, τη χωροθετική προτίμηση των επιχειρηματιών για κοντινές περιοχές στα δυο μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας.

### *Σύνδεση με την περιοχή εγκατάστασης*

Ο βαθμός εμπέδωσης των λειτουργιών των τοπικών επιχειρήσεων με τις περιοχές εγκατάστασης διαφέρει σημαντικά ανάμεσα στις επιχειρήσεις.

Οι συνδέσεις των μεταποιητικών επιχειρήσεων με τον αγροτικό τομέα μπορούν να πάρουν διάφορες μορφές: από ιδιόκτητα αγροκτήματα και μορφές συμβολαιακής αγροτικής παραγωγής μέχρι αγορά πρώτων υλών από την Ελλάδα ή/και το εξωτερικό.

Συχνά σχολιάζεται ότι ένα μεγάλο κίνητρο για την αστική αντιστροφή είναι η ιδιοκτησία αγροτικής γης από μεγάλο μέρος του πληθυσμού. Πράγματι, ενώ σε άλλες χώρες της Ευρώπης σοβαρός ανασταλτικός παράγοντας για την επιστροφή στην ύπαιθρο είναι η έλλειψη πρόσβασης σε γη, στην Ελλάδα ο δείκτης ιδιοκτησίας γης ίναι όντως πολύ υψηλός (Gkartzos, 2013). Ωστόσο όλες οι διαθέσιμες εκτάσεις δεν είναι κατάλληλες για αγροτική παραγωγή ή άμεσα καλλιεργήσιμες. Αρκετές έχουν μείνει ακαλλιέργητες για αρκετές δεκαετίες και πλέον είναι δασωμένες. Επίσης, είναι γνωστά τα προβλήματα που δημιουργεί η ιδιαίτερη γεωμορφολογία της χώρας και το μικρό μέγεθος των αγροτικών εκμεταλλεύσεων. Πολλές δραστηριότητες θέτουν περιορισμούς στο μέγεθος του αγροκτήματος, π.χ. απαιτούνται το ελάχιστο πέντε στρέμματα για την εκτροφή σαλιγκαριών, που δεν ικανοποιούνται από πολλά





διαθέσιμα αγροκτήματα. Επίσης, για πολλές δραστηριότητες μεσολαβεί ένα μεγάλο χρονικό διάστημα μέχρι την πρώτη συγκομιδή (στα σαλιγκάρια 3-4 χρόνια, στην τρούφα 6-8 χρόνια ανάλογα με το είδος) και άρα δεν προσφέρονται για άμεση εκμετάλλευση.

Τα μεγαλύτερα βέβαια προβλήματα πηγάζουν από τις δυσκολίες του αγροτικού επαγγέλματος. Έχει ενδιαφέρον ότι μονάδες που διατηρούν ιδιότητα αγροκτήματα συνήθως λειτουργούν με ένα σύστημα διαγενεακού καταμερισμού της εργασίας. Οι αγρότες γονείς εξακολουθούν να αναλαμβάνουν τις επίπονες και απαιτητικές αγροτικές εργασίες και η δεύτερη γενιά αναλαμβάνει το σχεδιασμό νέων προϊόντων, συσκευασιών και το νευραλγικό τομέα των πωλήσεων.

Η μεταποιητική επεξεργασία ολοκληρώνεται με διάφορους τρόπους. Άλλες επιχειρήσεις εκτελούν όλες τις φάσεις παραγωγής στην ίδια μονάδα, άλλες αναθέτουν υπεργολαβίες στην Ελλάδα ή/και το εξωτερικό. Η υπεργολαβική ανάθεση της παραγωγής αποσιωπάται από τις επιχειρήσεις και προβάλλονται ως τοπικά προϊόντα, προϊόντα που έχουν παραχθεί σε άλλη περιοχή της Ελλάδας ή εισάγονται από το εξωτερικό.

Η συμβολή των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην Έρευνα στη δημιουργία απασχόλησης ήταν μικρή. Οι μικρές επιχειρήσεις εξακολουθούν να επωφελούνται από την απλήρωτη οικογενειακή εργασία και δύσκολα προσλαμβάνουν νέους εργαζόμενους.

#### *Αναγνώριση από την τοπική κοινότητα / τοπικές συνεργασίες*

Ένα κοινό χαρακτηριστικό των επιχειρηματιών που συμμετείχαν στην Έρευνα ήταν η έκφραση της δυσαρέσκειας τους για την περιορισμένη αποδοχή και στήριξη της επιχείρησης από τον άμεσο κοινωνικό περίγυρο και την τοπική κοινότητα. Η δυσαρέσκεια αυτή εκφράστηκε από όλες



σχεδόν τις επιχειρήσεις που είναι εγκατεστημένες σε περιοχές της υπαίθρου, κυρίως με δυο τρόπους. Πρώτον, οι τοπικές επιχειρήσεις - δυνητικοί πελάτες δείχνουν απροθυμία να τις εντάξουν στα δίκτυα των προμηθευτών τους και εξακολουθούν να προωθούν τα ανταγωνιστικά προϊόντα εξωτοπικών επιχειρήσεων. Δεύτερον, δεν έχουν την υποστήριξη που θα ανέμεναν από την τοπική αυτοδιοίκηση αν και πληρώνουν, κατά τη γνώμη τους, υπερβολικά υψηλά δημοτικά τέλη. Σε τρεις περιπτώσεις τονίστηκε ότι, παρά τις συνεχείς εκκλήσεις τους, οι τοπικές αρχές δεν έχουν αναλάβει το κόστος ασφαλτόστρωσης του χωματόδρομου που συνδέει το εργοστάσιο με το κεντρικό οδικό δίκτυο.

Οι σχέσεις συνεργασίας με άλλους επιχειρηματίες είναι τυπικές ως ανύπαρκτες. Όλοι/ες αναγνωρίζουν την αναγκαιότητα συνεργασιών αλλά παραδέχονται ότι δεν υπάρχει κουλτούρα συνεργασίας. Οι περισσότεροι ισχυρίζονται ότι έχουν αναλάβει πρωτοβουλίες για να δημιουργηθούν συνεργατικοί θεσμοί αλλά δεν υπάρχει ανταπόκριση. Είναι χαρακτηριστική η έλλειψη συνεργασιών ακόμη και για τις πιο απλές δράσεις, π.χ. οργάνωση κοινής αποστολής εμπορευμάτων σε κοινό προορισμό. Η έλλειψη συνεργασιών αναδεικνύει όλα τα προβλήματα της μικρής κλίμακας παραγωγής και επιβαρύνει το κόστος παραγωγής.

Η ανταλλαγή απόψεων, πληροφοριών και τεχνογνωσίας συνεργασία μέσω του διαδικτύου και μέσω κοινωνικής δικτύωσης είναι μάλλον υπερτιμημένη.



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

### 3. Δίκτυα Παραγωγής Τουρισμού και Ανθρώπινος Παράγοντας

#### **Το πλαίσιο και οι άξονες της έρευνας**

Ο τουρισμός θεωρείται ως ένας από τους κυριότερους πυλώνες για την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη στην Ελλάδα. Κατά την τελευταία δεκαετία αναπτύσσεται έντονη συζήτηση σχετικά με τα σημεία κάμψης που εμφανίζει η τουριστική ανάπτυξη σε σχέση με τις αμέσως προηγούμενες 2 δεκαετίες, εξαιτίας τόσο της όξυνσης του ανταγωνισμού σε επίπεδο Μεσογείου όσο και των διαρθρωτικών προβλημάτων τα οποία είναι εγγενή στον κλάδο αλλά και στο εγχώριο πρότυπο ανάπτυξης. Συγχρόνως, αναπτύσσονται δύο ευρύτερες συζητήσεις. Η πρώτη αφορά τη συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη, όπου πρόσφατα ξεχωρίζει η επιρροή των προσεγγίσεων οικονομικής γεωγραφίας η σχετική με τις αλυσίδες και τα δίκτυα παραγωγής. Η δεύτερη έχει να κάνει με τη σημασία παραγόντων που αμφισβητούν την πρωτοκαθεδρία του συμβατικού τουριστικού προϊόντος. Στους παράγοντες αυτούς ανήκουν οι εναλλακτικές και συμπληρωματικές μορφές τουρισμού, το εναλλακτικό και διαδικτυακό μάρκετινγκ, καθώς και η ευελιξία των μικρών οικογενειακών επιχειρήσεων και των τοπικοποιημένων παραγωγικών συστημάτων.

Αντικείμενο της μελέτης περίπτωσης για τον τουρισμό είναι η αποτύπωση και διερεύνηση διαφορετικών δικτύων παραγωγής τουρισμού, τα οποία συνδέει ο κοινός προορισμός, δηλαδή η ενθήκευση σε έναν συγκεκριμένο τόπο και χωρο-κοινωνικό πλαίσιο. Μέσα από μια αναλυτική τυπολογία θα ξεχωρίσουμε 3 διαφορετικά δίκτυα: το συμβατικό δίκτυο των μεγάλων ξενοδοχείων και του μαζικού τουρισμού, το εναλλακτικό δίκτυο των μικρών επιχειρήσεων που παρέχουν συμπληρωματικές υπηρεσίες και το δίκτυο της εποχικής διεθνούς μετανάστευσης και της β' κατοικίας.



Η ανάλυση επικεντρώνεται στην καταγραφή των διαφορετικών δικτύων που «ακουμπούν» στον ίδιο τουριστικό προορισμό, στην ανάλυση των παραγόντων που διαμορφώνουν τα διαφοροποιημένα δίκτυα, στη συμβολή αυτών των δικτύων στην τοπική ανάπτυξη και τέλος στον τρόπο που η τρέχουσα οικονομική κρίση συντελεί στην αναδιάρθρωση των παραγωγικών δικτύων.

Έμφαση στο πλαίσιο της έρευνας πεδίου δίνεται στους παρακάτω άξονες:

- α) στη σημασία του ανθρώπινου παράγοντα,
- β) στην «ανθρώπινη» διάσταση των τοπικών καθαρών οικονομιών κλίμακας και
- γ) στη διασύνδεση ανάμεσα σε τουρισμό και αγροτική παραγωγή

### **Η επιλογή των περιοχών μελέτης**

Η επιλογή του Ρεθύμνου και της Νάξου ως περιοχών μελέτης για την επιτόπια έρευνα αντικατοπτρίζει την εξέταση δυο διαφορετικών τύπων τουριστικής ανάπτυξης. Ο Πίνακας 3.1 αποτυπώνει τις θεμελιώδεις διαφορές της τουριστικής προσφοράς στις δύο αυτές περιοχές με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου. Το 2013 το σχεδόν πενταπλάσιο σε σχέση με τη Νάξο δυναμικό κλινών του Ρεθύμνου κατανέμεται σχετικά ομοιόμορφα στις κατηγορίες δύο έως τεσσάρων αστέρων, ενώ σημαντικό είναι και το ποσοστό της υψηλότερης κατηγορίας. Αντιθέτως, το ήμισυ των κλινών στη Νάξο ανήκει σε χαμηλή κατηγορία (δύο αστέρων), ενώ μονάδες στις ανώτερες κατηγορίες κάνουν πρόσφατα την εμφάνισή τους και έχουν περιορισμένο μερίδιο στη συνολική κατανομή των κλινών. Ισχυρή διαφοροποίηση υφίσταται και ως προς τους ρυθμούς

35



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

μεταβολής. Στην περίπτωση του Ρεθύμνου οι σχετικά ήπιοι ρυθμοί μεταβολής κατά την περίοδο 2005-2009 δίνουν τη θέση τους σε μόλις θετικούς ρυθμούς κατά την περίοδο της κρίσης, οι οποίοι ωστόσο αφορούν σε ενίσχυση της υψηλής κατηγορίας προσφοράς. Οι αντίστοιχοι ρυθμοί στη Νάξο είναι μεγαλύτεροι και σχεδόν τετραπλάσιοι σε σχέση με εκείνους του Ρεθύμνου, γεγονός που φανερώνει τη συνέχιση των τάσεων μεγέθυνσης αλλά και μετατόπισης της προσφοράς προς υψηλότερες κατηγορίες.

**Πίνακας 3.1: Ξενοδοχειακό δυναμικό σε Ρέθυμνο και Νάξο, κατηγορίες ξενοδοχείων, 2005/2009/2013**

	2005						2009						ΜΕΤΑΒΟΛΗ 2005/09	2013						ΜΕΤΑΒΟΛΗ 2009/13
	5*	4*	3*	2*	1*	ΣΥΝΟΛΟ	5*	4*	3*	2*	1*	ΣΥΝΟΛΟ		5*	4*	3*	2*	1*	ΣΥΝΟΛΟ	
<b>ΡΕΘΥΜΝΟ</b>																				
Μονάδες	6	31	68	157	26	288	7	46	93	139	25	310	7,63%	12	48	93	135	24	312	0,60%
Κλίνες	3.281	7.724	7.391	8.971	921	28.288	3.894	8.832	7.614	8.561	982	29.883	5,63%	4.452	8.984	8.106	8.697	938	31.177	4,20%
% κλιτών	12%	27%	26%	32%	3%	100%	13%	30%	25%	29%	3%	100%		14%	29%	26%	28%	3%	100%	
<b>ΝΑΞΟΣ</b>																				
Μονάδες		2	8	64	31	105	1	6	13	73	28	121	15,2%	2	9	18	78	25	132	9,09%
Κλίνες		216	1.024	2.105	766	4.111	87	399	1.253	2.643	715	5.097	23,9%	118	721	1.550	2.861	648	5.898	15,07%
% κλιτών		5%	25%	51%	19%	100%	2%	8%	25%	52%	14%	100%		2%	12%	26%	49%	11%	100%	

Πηγή: ΞΕΕ, ίδια επεξεργασία.

Η παραπάνω εικόνα συμπληρώνεται από το σχετικά χαμηλό ποσοστό διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών στη Νάξο έναντι του Ρεθύμνου. Ενώ στο δημοτικό διαμέρισμα Νάξου το ποσοστό αυτό το 2009 είναι 50,5%, το αντίστοιχο στο Ρέθυμνο είναι 94,2% (στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ). Επίσης η οργάνωση του ταξιδιού είναι διαφορετική στις δυο περιοχές. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις εκπροσώπων των συλλόγων ξενοδόχων, οι επιχειρήσεις στο Ρέθυμνο δουλεύουν προϊόντα allinclusive (30%), ημιδιατροφής (30%) και bed&breakfast (40%). Οι συνεργασίες με τις εταιρίες οργάνωσης ταξιδιών καλύπτουν ποσοστό 90-95% της ζήτησης. Το

36



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

αντίστοιχο ποσοστό διείσδυσης των πακέτων διακοπών στα ξενοδοχεία της Νάξου είναι περίπου 10%, ενώ μόλις 5 μονάδες προσφέρουν υπηρεσίες allinclusive.

Οι παραπάνω διαφοροποιήσεις εξηγούνται από την ιστορία της τουριστικής ανάπτυξης στις δύο περιοχές. Στο Ρέθυμνο οι πρώτες ξενοδοχειακές μονάδες αρχίζουν τη λειτουργία τους στα μέσα της δεκαετίας του 1970. Κομβικό ρόλο έπαιξε η πρωτοβουλία της ντόπιας μεταπρατικής τάξης, οι οποίοι εκμεταλλεύτηκαν τόσο τους ενδογενείς πόρους (κυρίως την αναξιοποίητη γη και το ιδιωτικό κεφάλαιο) όσο και τις κρατικές ενισχύσεις καθώς και τη δημιουργία των πρώτων βασικών υποδομών μεταφορών, κάνοντας έτσι μια ριζική μεταστροφή από το υπό κρίση εμπόριο του πρωτογενούς τομέα (κυρίως λαδιού) στον άγνωστο μέχρι τότε τουρισμό (Παπαδάκη-Τζεδάκη, 1997). Οι σημαντικές κρατικές ενισχύσεις αποτέλεσαν καθοριστικό παράγοντα για τη δημιουργία μονάδων μεγάλου μεγέθους. Μερικές από εκείνες τις πρώτες επιχειρήσεις αποτελούν σήμερα ηγέτιδες ξενοδοχειακές αλυσίδες της ελληνικής αγοράς. Το μεγάλο μέγεθος των μονάδων, η ήδη υφιστάμενη δραστηριοποίηση των εταιρειών οργάνωσης ταξιδίων και η λειτουργία επαρκών υποδομών (κυρίως το αεροδρόμιο του Ηρακλείου) οδήγησαν εξ αρχής στη διεθνοποίηση της προσφοράς.

Σε σχέση με το Ρέθυμνο, η τουριστική ανάπτυξη στη Νάξο ξεκινά έπειτα από μια περίπου δεκαετία. Η περιορισμένη διαθεσιμότητα μεγάλων εκτάσεων γης, η «εκλαϊκείωση» των επενδυτικών κινήτρων, η παραμένουσα σημασία της γεωργικής και κτηνοτροφικής παραγωγής και η έλλειψη διεθνούς αεροδρομίου συνέβαλαν στη διαμόρφωση ενός σχετικά ηπιότερου ρυθμού ανάπτυξης, με μονάδες κυρίως μικρού μεγέθους οι οποίες αρχικά απευθύνονταν στους τουρίστες-εξερευνητές και στη



συνέχεια στην τότε διαμορφωνόμενη εσωτερική ζήτηση. Αυτό εξηγεί και το σημαντικό ποσοστό που καλύπτουν στη συνολική προσφορά τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα. Στο σύνολο των τουριστικών καταλυμάτων του δήμου Νάξου (ξενοδοχεία, camping, ενοικιαζόμενα δωμάτια / διαμερίσματα), τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα αποτελούν το 75% (στοιχεία του Ξ.Ε.Ε. και του Εμπορικού Επιμελητηρίου Κυκλάδων, Φεβρουάριος 2015). Το μικρό μέγεθος των μονάδων και η δυσχέρεια της αεροπορικής σύνδεσης είχε ως συνέπεια τον μικρό ρόλο των εταιριών οργάνωσης ταξιδιών. Επίσης η δραστηριοποίηση στον τουρισμό, λόγω και της σχετικά περιορισμένης προσβασιμότητας, αναπτύχθηκε με σχετικά χαμηλούς ρυθμούς από μια δραστήρια ομάδα ντόπιων αγροτών και εμπόρων.

Συνοπτικά, μπορούμε να ισχυριστούμε ότι το Ρέθυμνο και η Νάξος αποτελούν δύο καθιερωμένους τουριστικούς προορισμούς με διαφορετικά μεγέθη και χαρακτηριστικά. Ωστόσο οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι δύο αυτές περιοχές, έτσι όπως εκφράζονται από εκπροσώπους των τοπικών κοινωνιών, δεν είναι τόσο διαφορετικές όσο ενδεχομένως φαίνεται εκ πρώτης όψεως. Το Ρέθυμνο ως ώριμος και διεθνοποιημένος προορισμός αντιμετωπίζει ζητήματα αναβάθμισης κεντρικών υποδομών, ανάπτυξης συμπληρωματικών προϊόντων ιδίως σε σχέση με τον πολιτισμό και τοπικού ανταγωνισμού λόγω υπερπροσφοράς. Παρόμοια είναι και τα ζητήματα στη Νάξο, μόνο που σε αυτή την περίπτωση οι τοπικοί φορείς κάνουν λόγο για ανάγκη δημιουργίας ενός διεθνούς αεροδρομίου (ριζική επέκταση της υφιστάμενης εγκατάστασης) ή δημιουργίας προβλήτα υποδοχής κρουαζιερόπλοιων στη Χώρα. Και στις δύο περιοχές η πλειονότητα του επιχειρηματικού κόσμου ταυτίζει την επιδιωκόμενη τουριστική ανάπτυξη με τη μεγέθυνση των αφίξεων και θεωρεί ως καταλληλότερο μέσο το



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

μάρκετινγκ και τη κατασκευή δημόσιων υποδομών. Με τα ευρήματα αυτά συμφωνεί και παλαιότερη έρευνα του Εμπορικού Επιμελητηρίου Κυκλάδων (ΕΤΑΠ Κυκλάδων, 2008), στην οποία ο επιχειρηματικός κόσμος της Νάξου θεωρεί ότι η βελτίωση των υποδομών (λιμάνια, μαρίνες, αεροδρόμιο) είναι ο σημαντικότερος αναπτυξιακός στόχος για το νησί στον τομέα του φυσικού περιβάλλοντος και των τεχνικών έργων. Φαίνεται ότι έχουμε να κάνουμε με αναπαραγωγή παλαιότερων αντιλήψεων, οι οποίες δεν λαμβάνουν υπόψη τα ζητούμενα της τρέχουσας συγκυρίας.

Ωστόσο στις συζητήσεις μας με τους προνομιακούς πληροφορητές διαφάνηκε ότι οι τοπικές επιχειρηματικές κοινότητες είναι ιδιαίτερα καταρτισμένες σε ό,τι αφορά τις σύγχρονες προκλήσεις για την αναζωογόνηση του προορισμού. Αναγνωρίζουν επιπλέον ότι η επίλυση πολλών προβλημάτων περνά μέσα από συλλογικές πρωτοβουλίες και ότι χρόνια ζητούμενα όπως ο εμπλουτισμός του προϊόντος, η αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών και η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου απαιτούν σημαντικές αλλαγές στον υφιστάμενο μηχανισμό λήψης αποφάσεων. Ωστόσο δεν ήταν πάντοτε ξεκάθαρο ποιες είναι οι ενέργειες που πρέπει να ακολουθηθούν ή ποια είναι η αιτιακή σχέση και η διασύνδεση των προβλημάτων. Για παράδειγμα στο Ρέθυμνο ο περιορισμός της υψηλής εξάρτησης από τις εταιρίες οργάνωσης ταξιδίων δεν αποτελεί στρατηγικό στόχο. Πρόκειται για μια πραγματιστική προσέγγιση, η οποία θεωρεί δεδομένο το συνολικό μέγεθος της προσφοράς και αδιαμφισβήτητη την κυριαρχία του τουρισμού διακοπών. Στη Νάξο, οι πληροφορητές είχαν επίγνωση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του νησιού (π.χ. επάρκεια φυσικών πόρων ή διατήρηση αγροτικού χαρακτήρα), κι ωστόσο το όραμα πολλών είναι η επιτάχυνση της τουριστικής ανάπτυξης που οι ίδιοι επικρίνουν σε άλλα νησιά. Η αναβάθμιση του αεροδρομίου και η





συνεπακόλουθη ενίσχυση της μαζικοποίησης των ροών δεν εκλαμβάνονται ως απειλή για το σχετικά ήπιο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης που ακολουθεί το νησί αλλά ως το μέσο για να εκμεταλλευτεί το νησί τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα.

### ***Τα ευρήματα της έρευνας πεδίου***

#### *Η σημασία της επιχειρηματικότητας και του ανθρώπινου κεφαλαίου*

Η επιτόπια έρευνα σε Ρέθυμνο και Νάξο αποκάλυψε ορισμένα κρίσιμα χαρακτηριστικά για την επιχειρηματικότητα στον τουριστικό τομέα. Σε αμφότερες τις περιοχές, ένα μεγάλο πλεόν ποσοστό των επιχειρηματιών και των ανώτερων στελεχών ανήκει στη λεγόμενη δεύτερη γενιά. Το προφίλ του επιχειρηματία της δεύτερης γενιάς είναι αυτό του άντρα, αποφοίτου τριτοβάθμιας ή ειδικευμένης μεταλυκειακής εκπαίδευσης, ηλικίας 30-50 ετών, ομιλούντα συνήθως δύο ξένων γλωσσών, απασχολούμενου κατ' αποκλειστικότητα (ή σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα) στον τουριστικό τομέα και προερχόμενου από την ίδια περιοχή. Στην περίπτωση των επιχειρηματιών, συνήθως πρόκειται για τον διάδοχο του πατέρα-ιδρυτή της επιχείρησης, ο οποίος σε πολλές περιπτώσεις (σε ξενοδοχειακές μονάδες μικρού και μεσαίου μεγέθους) διατηρεί έναν γενικό εποπτικό ρόλο. Στις μεγάλες μονάδες υπάρχει αυστηρός εσωτερικός καταμερισμός εργασίας, με σαφή διαχωρισμό ανάμεσα στην ιδιοκτησία και τη διοίκηση. Στις ΜΜΕ ο ρόλος του ιδιοκτήτη και του μάνατζερ εξακολουθεί να ταυτίζεται σε ένα πρόσωπο.

Τόσο στον ώριμο προορισμό του Ρεθύμνου όσο και στον αναπτυσσόμενο της Νάξου, η περισσότερη ή λιγότερη μακρά πλέον πορεία της τουριστικής ανάπτυξης διαφοροποιεί τα δομικά χαρακτηριστικά της



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

επιχειρηματικότητας σε σχέση με αυτά που αναφέρει η βιβλιογραφία και που αφορούν κυρίως τις δεκαετίες 1970 έως 1990. Με άλλα λόγια, φαίνεται ότι η εμπεδωμένη τοπικά πρωτοκαθεδρία της τουριστικής ανάπτυξης κατά την προηγούμενη περίοδο φαίνεται να έχει διαμορφώσει νέα χαρακτηριστικά για την απασχόληση στον τομέα. Πλέον ο επιχειρηματίας ή το στέλεχος της μεγάλης επιχείρησης προέρχονται από την ίδια περιοχή, είχε από νωρίς την επιθυμία να ασχοληθεί με τον τουρισμό, έχει λάβει κατάρτιση στο αντικείμενο στο ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης (πολλές φορές στο εξωτερικό και πολλές φορές σε επίπεδο μεταπτυχιακής εξειδίκευσης). Κατ' αυτό τον τρόπο το προφίλ της έντονης διατομεακής και διεπαγγελματικής κινητικότητας με βάση τις ευρύτερες ευκαιρίες και κοινωνικές αλλαγές που καθοδηγήθηκαν από τον τουρισμό μοιάζει να μην υφίσταται πλέον. Στη θέση του αποκτά ιδιαίτερη βαρύτητα η επιτυχία τόσο του προορισμού όσο και της τουριστικής ενασχόλησης του στενού και ευρύτερου οικογενειακού περιβάλλοντος. Η εντοπιότητα είναι ένα ακόμα χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί το τρέχον πρότυπο από αυτό του άμεσου παρελθόντος. Για παράδειγμα στο Ρέθυμνο το 1993, η Παπαδάκη-Τζεδάκη (1997: 274) είχε καταγράψει ότι το 78% του συνόλου των εργαζομένων και το 42% των διευθυντών ξενοδοχείων προέρχονται από το Νομό Ρεθύμνου. Πλέον τα ποσοστά αυτά πρέπει να θεωρηθεί ότι είναι πολύ μεγαλύτερα, καθώς το σύνολο των συνομιλητών μας στο Ρέθυμνο έκανε λόγο για εντοπιότητα του συνόλου του προσωπικού κατά 90%-100%.

Περιπτώ να αναφέρουμε ότι η παραπάνω γενική εικόνα για τη σημασία της δεύτερης γενιάς δεν παραγνωρίζει τους ανθρώπους της πρώτης γενιάς, οι οποίοι εξακολουθούν να έχουν σημαντικό ρόλο. Μάλιστα στην περίπτωση της Νάξου φαίνεται ότι οι εκπρόσωποι της πρώτης γενιάς, λόγω



της σχετικά ύστερης τουριστικής ανάπτυξης, έχουν περισσότερο πρωταγωνιστικό ρόλο σε σχέση με το Ρέθυμνο, παρόλο που η δεύτερη γενιά έχει ήδη αναλάβει δυναμικό ρόλο.

Τι είναι όμως αυτό που έχει αλλάξει και τι έχει παραμείνει ίδιο ως προς τις δεξιότητες που απαιτούνται για την απασχόληση και μια καριέρα στον τουρισμό; Συνομιλητής μας στη Νάξο από το χώρο των ξενοδοχείων αποφαινεται ότι «ο τουρισμός είναι απλό πράγμα, δεν είναι επιστημονικό, αρκεί να χαμογελάς, να εξυπηρετείς σωστά, να πουλάς σωστά προϊόντα, να μην βλέπεις τον άλλο σαν τάλιρο». Αυτή την άποψη, και ιδίως τη σημασία της φιλόξενης συμπεριφοράς και ορισμένων απλών αρχών που αποτελούν πυρηνικά στοιχεία μιας επιχειρηματικής νοοτροπίας, ανέδειξαν σε μεγάλο βαθμό όλοι οι συνομιλητές μας και κυρίως όσοι εκπροσωπούν τη δεύτερη γενιά. «Ξέρω έναν επιχειρηματία βοσκό, αμόρφωτο, ο οποίος όμως όταν αποχαιρετά τον πελάτη του μπορεί και κλείνει το δωμάτιο για την επόμενη χρονιά», δήλωσε άλλος συνομιλητής μας. Η κουλτούρα αυτή αναπτύχθηκε από τους επιχειρηματίες της πρώτης γενιάς και αποτέλεσε ένα ήδη διαμορφωμένο πλαίσιο για τη δεύτερη γενιά. Όπως όμως τόνισε διευθυντής μεσαίας μονάδας στο Ρέθυμνο, η μαζικοποίηση του τουρισμού κατά τη δεκαετία του 1980 επέφερε μια ανατροπή της θετικής κουλτούρας που είχαν διαμορφώσει οι πρωτεργάτες του τουρισμού. «Οι πρώτοι ξενοδόχοι της δεκαετίας του 1970 ήταν ξενοδόχοι με όλη τη σημασία της λέξης, ήξεραν τι σημαίνει αμειβόμενη φιλοξενία και είχαν τουριστική συνείδηση». Κατά την αντίληψή μας, ένα σημαντικό χαρακτηριστικό στη δεύτερη γενιά είναι η ανάδυση αυτής της προγενέστερης κουλτούρας μέσα από τον επαγγελματισμό.

Σύμφωνα με τους πληροφορητές, η επαγγελματική νοοτροπία και το υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης της δεύτερης γενιάς ανταποκρίνεται στις



αυξημένες απαιτήσεις για βιωσιμότητα και ανάπτυξη της επιχείρησης στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον. «Οι απαιτήσεις δεν είναι όπως παλιά, ο τουρισμός πλέον δεν είναι για χαρτζιλίκι», όπως χαρακτηριστικά μας είπε ιδιοκτήτης-μάνατζερ ξενοδοχείου της δεύτερης γενιάς στη Νάξο. Οι απαντήσεις των συνομιλητών μας στο ερώτημα «τι κάνει διαφορετικά η δεύτερη γενιά» εστιάζουν σε δύο άξονες. Ο πρώτος αφορά στη διοίκηση του ξενοδοχείου ή του εστιατορίου και εστιάζει κυρίως στη διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού. Εδώ η εικόνα είναι προφανώς διαφοροποιημένη ανάλογα με το μέγεθος της μονάδας. Ο δεύτερος άξονας έχει να κάνει με τη διαμόρφωση μιας εμπειριστατωμένης αντίληψης και γνώση εργαλείων μάρκετινγκ σχετικά με τις πρόσφατες αλλαγές στη ζήτηση. Οι συνομιλητές μας μοιράστηκαν με σαφήνεια και με πολλά παραδείγματα την αντίληψή τους για κομβικά θέματα όπως την τμηματοποίηση της ζήτησης ή την ανάγκη παροχής ειδικών και συμπληρωματικών υπηρεσιών στον προορισμό.

Όμως το στοιχείο που όλοι συμφώνησαν ότι διαφοροποιεί την τεχνικά καταρτισμένη και μεγαλωμένη μέσα στον τουρισμό δεύτερη γενιά είναι η κοινή αντίληψη ότι η υπερπήδηση πολλών προβλημάτων απαιτεί την ανάληψη συλλογικών πρωτοβουλιών. Αυτές αφορούν τόσο στο μάρκετινγκ του προορισμού, έχουν όμως περισσότερο να κάνουν με την αναγκαιότητα κοινών δράσεων που θα μειώσουν τον τοπικό ανταγωνισμό σε επίπεδο κλάδου, θα ενισχύσουν τη διαμόρφωση μιας ανταγωνιστικής εικόνας-εμβλήματος για τον προορισμό και θα επιφέρουν βελτιστοποίηση εμπορεύσιμων διακλαδικών και διατομεακών διασυνδέσεων σε τοπικό επίπεδο. Ακόμα ένα πεδίο το οποίο αναγνωρίζεται από όλους ότι απαιτεί κοινές στοχευμένες δράσεις είναι αυτό της υπερπήδησης προβλημάτων στις υποδομές. Η γενικότερη επομένως συνεργασία ανάμεσα στους



παραγωγικούς φορείς «είναι το κύριο στοιχείο της δεύτερης γενιάς», όπως μας είπε ιδιοκτήτης ξενοδοχειακής επιχείρησης στο Ρέθυμνο. Η διαμόρφωση μιας τέτοιας νέας αντίληψης είναι πολύ σημαντική, καθώς – όπως μας είπε χαρακτηριστικά στέλεχος εστιατορίου– «ο καθένας κάνει το σταυρό του να ψοφήσει η αγελάδα του γείτονα και όχι να βγάλει η δική του περισσότερο γάλα». Στην πράξη η υπερπήδηση της παλιάς αντίληψης έχει δοκιμαστεί σε μικρά και μεγάλα πράγματα, τις περισσότερες φορές χωρίς ιδιαίτερη επιτυχία. Για παράδειγμα, στο κομβικό ζήτημα της διαμόρφωσης ενός άτυπου κατωφλιού στις τιμές που οι ξενοδόχοι διαπραγματεύονται τα δωμάτια με τις εταιρείες οργάνωσης ταξιδίων, η προσπάθεια που έγινε πριν από μερικά χρόνια σε έναν από τους δύο προορισμούς από μικρή ομάδα ιδιοκτητών ξενοδοχείων δεν ευδοκίμησε, αφού η συμφωνία που επετεύχθη καταστρατηγήθηκε από ορισμένους από τους συμμετέχοντες το αμέσως επόμενο διάστημα. Το πεδίο όπου έχουν με μεγαλύτερη βεβαιότητα γίνει θετικά βήματα είναι αυτό της συνεργασίας ανάμεσα στις επιχειρήσεις, τους παραγωγικούς φορείς και τις τοπικές αρχές.

Σχετικά με το ανθρώπινο κεφάλαιο και ειδικότερα την εκπαίδευση και κατάρτιση των απασχολουμένων σε εστιατόρια και ξενοδοχεία, όλοι οι προνομιακοί πληροφορητές τόνισαν τη σημασία της εμπειρικής απόκτησης γνώσεων και δεξιοτήτων και της κατάρτισης εντός της απασχόλησης για πολλές από τις θέσεις και επίπεδα απασχόλησης. Σε αυτά η εμπειρία μπορεί να αναπληρώσει την τυπική εκπαίδευση με την προϋπόθεση, όπως μας εξηγεί διευθυντής ξενοδοχείου στο Ρέθυμνο, η θητεία του νέου εργαζόμενου να γίνεται κοντά σε επαγγελματίες «σε μια αγορά που δεν είμαστε όλοι όσο επαγγελματίες νομίζουμε». «Μόνο ένα ποσοστό 8%-10% των εργοδοτών συνειδητοποιούν ότι το κλειδί είναι η ανάπτυξη του



ανθρώπινου δυναμικού», δήλωσε ιδιοκτήτης επιχείρησης εστίασης στη Νάξο.

Οι υψηλότερες πλέον απαιτήσεις για κατάρτιση του προσωπικού ιδιαίτερα, αλλά όχι μόνο, στις θέσεις μέσης και υψηλής ειδίκευσης αναδεικνύουν, σύμφωνα με τους πληροφορητές, τη σημασία της τυπικής εκπαίδευσης και της εξειδίκευσης. Η εμπειρία ανώτερης τουριστικής εκπαίδευσης διαφοροποιεί σημαντικά τη νέα γενιά από την προηγούμενη. Τα στελέχη της δεύτερης γενιάς κομίζουν μια υψηλότερη τεχνική κατάρτιση και συγχρόνως η προσωπική ταξιδιωτική τους εμπειρία έχει διαμορφώσει ένα υψηλό επίπεδο γνώσης. Επισημάνθηκε ότι οι ευκαιρίες σπουδών και το παρεχόμενο επίπεδο εκπαίδευσης στην Ελλάδα είναι είτε χαμηλού επιπέδου (οι σχολές τουριστικών επαγγελμάτων) είτε δεν καλύπτουν τις τρέχουσες ανάγκες (ιδιαίτερα για διευθυντικές θέσεις), γεγονός που δεν συμβαδίζει με τη σημασία του κλάδου στην ελληνική οικονομία. Επίσης επισημάνθηκε το γεγονός ότι η πολλαπλότητα των ευκαιριών απασχόλησης στον τουρισμό θα έπρεπε να καλύπτεται από μια περισσότερο διαφοροποιημένη παροχή προγραμμάτων εκπαίδευσης. Αναγνωρίζεται ότι η διοργάνωση από τους συλλογικούς φορείς προγραμμάτων κατάρτισης σε ετήσια βάση για τους εργαζόμενους, πολιτική που ακολουθούν εσωτερικά και σε υψηλό επίπεδο οι μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, δεν μπορεί να αναπληρώσει την απουσία μιας σύγχρονης δομής εκπαίδευσης.

Η απουσία εκπαιδευτικών δομών και ο εποχικός χαρακτήρας της απασχόλησης αναγνωρίζονται ως οι κυριότεροι λόγοι για τη μέτρια επίδοση του προσωπικού από ιδιοκτήτες και στελέχη επιχειρήσεων. Η μέση «βαθμολόγηση» που δόθηκε κυμαίνεται από 5 έως 8 σε δεκαβάθμια κλίμακα. Τα στελέχη των επιχειρήσεων τονίζουν ιδιαίτερα τη στρέβλωση



που επιφέρει η εποχικότητα της απασχόλησης στη δημιουργία κινήτρων για τον εργαζόμενο σχετικά με την εκπαίδευσή του. «Γιατί να σπουδάσει το παιδί όταν ξέρει ότι θα δουλεύει στον τουρισμό μόνο τέσσερις μήνες το χρόνο;», αναρωτήθηκε ο διευθυντής-ιδιοκτήτης μεσαίας ξενοδοχειακής μονάδας. Από την άλλη πλευρά, η εποχική απασχόληση στον τουρισμό, ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά την μισθωτή απασχόληση, συνοδεύεται από ιδιαίτερα απαιτητικές συνθήκες εργασίας. Η εντατικοποίηση της εργασίας, η αύξηση των εργάσιμων ημερών και του ωραρίου καθώς και η πτώση των μισθών φαίνεται ότι αποτελούν τις κυριότερες μορφές ευελιξίας, οι οποίες επέτρεψαν στις επιχειρήσεις να ανταποκριθούν στην τρέχουσα οικονομική κρίση.

### *Τουρισμός και τοπική αγροτική παραγωγή*

Βασικό άξονα διερεύνησης στην έρευνα πεδίου αποτελεί η τοπικότητα των διασυνδέσεων παραγωγής με έμφαση στα προϊόντα του αγροτικού τομέα. Όπως είδαμε παραπάνω, τόσο το Ρέθυμνο (και η Κρήτη γενικότερα) όσο και η Νάξος αποτελούν περιοχές με σημαντική παραγωγή γεωργικών και κτηνοτροφικών παραγόντων. Κατά πόσο τα τοπικά αγροτικά προϊόντα φτάνουν στο τραπέζι του τουρίστα; Σε ποιο βαθμό οι διασυνδέσεις ανάμεσα σε αγροτική παραγωγή και τουρισμό ανταποκρίνονται στο γενικό αίτημα για τοπικοποίηση του τουριστικού προϊόντος και ανταπόκριση στις νέες τάσεις της ζήτησης; Σε ποιο βαθμό υφίσταται τοπική ενθάρτυση των διασυνδέσεων προς-τα-πίσω της παραγωγής και άρα τοπική ολοκλήρωση του παραγωγικού κυκλώματος;

Ένα πρώτο συμπέρασμα της έρευνας πεδίου είναι ότι οι τοπικοί επιχειρηματίες γνωρίζουν σε μεγάλο βαθμό τα αιτήματα του ευρύτερου περιβάλλοντος για ενσωμάτωση της τοπικής κουζίνας και των τοπικών αγροτικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν. Καταβάλλεται ισχυρή

46



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

προσπάθεια για ενσωμάτωση αυτών των χαρακτηριστικών στο μενού αλλά και την προώθηση –σε επίπεδο τουριστικού μάρκετινγκ – της κρητικής, της ναξιακής και της μεσογειακής κουζίνας (όπως χαρακτηριστικά αποτυπώνεται στους πρόσφατους τοπικούς ταξιδιωτικούς οδηγούς και τις ιστοσελίδες ξενοδοχείων, εστιατορίων και δημοσίων φορέων).

Πρόκειται για μια κομβική αλλαγή της τελευταίας δεκαετίας, η οποία προέκυψε κατ' αρχήν ως ανταπόκριση στα αιτήματα της ζήτησης και την ανάγκη διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος. Όμως δεν ήταν μια εύκολη αλλαγή. Κυρίως στο Ρέθυμνο αλλά και σε μικρότερο βαθμό στη Νάξο, ο μαζικός χαρακτήρας της τουριστικής ανάπτυξης των προηγούμενων δεκαετιών είχε ως αποτέλεσμα την μη τοπικοποίηση και ομογενοποίηση του τουριστικού διατροφικού προϊόντος με βασικούς άξονες την αναπαραγωγή των διατροφικών επιλογών από τις χώρες προέλευσης των τουριστών και τη μείωση του κόστους. Έτσι υπήρχε μια γενικευμένη παραγνώριση της τοπικής παραγωγής, η οποία είχε επιπλέον ένα συγκριτικό μειονέκτημα κόστους προμήθειας, γεγονός που καθιστά δύσκολη τη διεύρυσή της τοπικής παραγωγής στο τουριστικό μενού, ιδίως σε ξενοδοχεία και εστιατόρια μεσαίας και χαμηλής κατηγορίας. Επίσης, η τμηματοποίηση ζήτησης και προσφοράς συνεπάγεται ότι οι επιχειρηματίες που απευθύνονται σε υψηλής κατηγορίας ζήτηση είναι εκείνοι με τις μεγαλύτερες δυνατότητες για ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων, τα οποία έχουν υψηλότερο συγκριτικά κόστος. Ακόμα, τμηματοποίηση της προσφοράς σημαίνει ότι τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια υψηλής κατηγορίας έχουν πλέον επιτύχει σημαντική ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων ενώ, στον αντίποδα, χαμηλότερης κατηγορίας μονάδες και οι επιχειρήσεις γρήγορης εστίασης δεν μπορούν να καρπωθούν αυτή τη δυνατότητα.





Ο ρόλος ορισμένων επιχειρηματιών και στελεχών σε ξενοδοχεία και εστίαση, οι οποίοι διείδαν την ανάγκη ενσωμάτωσης της τοπικής κουζίνας, υπήρξε καίριος και αποτέλεσε το πρώτο βήμα για την σταδιακή διάδοση της ενσωμάτωσης της τοπικής διατροφικής παράδοσης. Έτσι υπήρξε η προ δεκαετίας διαμόρφωση αυτής της άτυπης γνώσης και αντίληψης από έναν πυρήνα ανθρώπων σε μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις και στη συνέχεια η σταδιακή διάχυση αυτής της αντίληψης στην τοπική επιχειρηματική κοινότητα. Πρόκειται για τη δημιουργία εξωτερικών οικονομιών μέσα από κομβικές διαδικασίες διάχυσης άτυπης γνώσης. Ρόλο στη διαμόρφωση της αρχικής αντίληψης αλλά και στην πρόσληψη και περαιτέρω διάχυσή της έπαιξαν η κατάρτιση των στελεχών, η εμπειρία στη δουλειά και οι σχέσεις τους –τυπικές και άτυπες– με φορείς της αγοράς κυρίως στο εξωτερικό, καθώς και τα προσωπικά κίνητρα για διαφοροποίηση του προϊόντος και της επιχείρησης. Μάλιστα τα προσωπικά κίνητρα και η κουλτούρα του επιχειρηματία ή του στελέχους είχαν ιδιαίτερη σημασία. «Είναι άλλο να ξυπνάς στις 6 π.μ. για να ψωνίσεις τα τοπικά προϊόντα που θέλεις και άλλο να ξυπνάς στις 12 μ.μ. και να τηλεφωνείς στον μανάβη», όπως μας είπε σεφ εστιατορίου στο Ρέθυμνο. Ο ίδιος μας είπε ότι «είναι και θέμα χαρακτήρα, εμένα δεν με ενδιαφέρει αν ο διπλανός μου φτιάχνει σνίτσελ», τονίζοντας έτσι ότι η προσωπική κουλτούρα αποτελεί βασικό γνώρισμα αλλαγής, καινοτομίας και απόκλισης από το *modus operandi* των προηγούμενων ετών. Ξενοδόχος στη Νάξο μας είπε ότι έχει μεγάλη σημασία η προώθηση της τοπικής ταυτότητας στο μενού του πρωινού. «Τα προϊόντα μας είναι τοπικά, οι συνταγές είναι οι συνταγές της γιαγιάς μου και δεν πειράζει εάν πληρώνω παραπάνω 1 € το κεφάλι, δεν θα πέσω έξω». Επιπρόσθετα, η προσωπική κουλτούρα, η προσήλωση σε ορισμένες αρχές και η γνώση του αντικείμενου παίζουν κομβικό ρόλο στη



διαμόρφωση των εξωτερικών οικονομιών, οι οποίες μπορούν να αποκτήσουν και αρνητικό χαρακτήρα. Όπως μας είπε στέλεχος σε επιχείρηση εστίασης στο Ρέθυμνο:

«Ο άλλος εστιάτορας θα περάσει και θα δει ότι είμαστε γεμάτοι. Θα έρθει να φάει, θα κλέψει τον κατάλογο, θα πει «θα κάνω κι εγώ αυτό το πιάτο». Θα πάρει όμως ιδέες και από το φοιτητικό εστιατόριο και από άλλα μαγαζιά και στο τέλος θα [νομίζει ότι] έχει ένα διεθνές μαγαζί, ενώ στην πραγματικότητα δεν θα έχει τίποτα. Δεν ξέρει τι να κάνει. Κι αφού δεν το κάνει καλά, κάνει ζημιά και σε μένα».

Σε κάθε περίπτωση, η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος με ενσωμάτωση τοπικών προϊόντων και διατροφικών προτύπων αποτελεί πλέον μια σημαντική στρατηγική κατεύθυνση, την οποία συμμερίζονται όλοι οι εμπλεκόμενοι στην παραγωγή του τουρισμού. Ωστόσο, υφίστανται δύο παράγοντες οι οποίοι δρουν ανασταλτικά ως προς την ουσιαστική πραγμάτωση και εμβάθυνση της παραπάνω αλλαγής. Ο πρώτος αφορά στη γενική μειούμενη καταναλωτική δαπάνη των τουριστών και άρα στη συρρίκνωση της ζήτησης, η οποία οφείλεται τόσο στις γενικές οικονομικές συνθήκες και το διαθέσιμο εισόδημα στις χώρες προέλευσης όσο και στον συνέχιση της προσέγκυσης μέσης και χαμηλής εισοδηματικά κατηγορίας τουριστών. Η συρρίκνωση της ζήτησης επιδεινώθηκε σημαντικά κατά την οικονομική κρίση και αφορά τόσο τον εισερχόμενο όσο και τον εγχώριο τουρισμό. Ο δεύτερος ειδικότερος παράγοντας αφορά τα χαρακτηριστικά του κυρίαρχου τουριστικού προϊόντος. Το πακέτο διακοπών και –τα τελευταία χρόνια– τα allinclusiveπακέτα σημαίνουν ότι η δαπάνη που αναλογεί στη διατροφή είναι πολύ περιορισμένη. «Στα γκρουπ χρεώνουν 6 ή 7 € κατά κεφαλή διατροφή, τι να φας μ' αυτά τα λεφτά;», μας είπε χαρακτηριστικά εστιάτορας στο Ρέθυμνο. Στη δε περίπτωση των

49



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

allinclusiveπροϊόντων, το πλαίσιο είναι ακόμα πιο ασφυκτικό κι επίσης περιορίζει σημαντικά την αγορά για τις ανεξάρτητες επιχειρήσεις εστίασης, αφού η διατροφή καλύπτεται εντός της ξενοδοχειακής μονάδας.

Ποιο όμως είναι το μέγεθος στη διείσδυση των τοπικών προϊόντων σε ξενοδοχεία και εστιατόρια; Η προμήθεια νωπών προϊόντων γίνεται από την περιοχή σε ποσοστά 90-100% (στην περίπτωση του Ρεθύμνου η τοπική προέλευση περιλαμβάνει, ανάλογα με το προϊόν, το σύνολο της Κρήτης, π.χ. τη Μεσαρά για τα νωπά). Τα ποσοστά αυτά είναι μικρότερα για τα γαλακτοκομικά (20%-60% στο Ρέθυμνο, 50-90% στη Νάξο, ανάλογα με το μέγεθος της μονάδας). Υφίστανται διαφορές ανάλογα με το προϊόν, καθώς τα τοπικά τυριά έχουν σχετικά περιορισμένη κατανάλωση και δεν αποτελούν αντικείμενο μαζικών προμηθειών ενώ αντιθέτως το τυρί στο φαγητό ή το τοστ «που έχει μεγάλη κατανάλωση έρχεται από την Ολλανδία». «Λέω στους κτηνοτρόφους, φτιάξτε ένα υποδεέστερο προϊόν ώστε τα χρήματα να πηγαίνουν στον Κρητικό και όχι στον Ολλανδό, και μου λένε ότι έτσι θα χαλάσουν τη γραβιέρα», όπως μας είπε διευθυντής ξενοδοχείου μεσαίου μεγέθους στο Ρέθυμνο. Σε ό,τι αφορά το κρέας και το ψάρι, μικρά εστιατόρια στο Ρέθυμνο κάνουν περιορισμένες προμήθειες από τοπικούς παραγωγούς, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό προμηθειών γίνεται εκτός Κρήτης και κυρίως από το εξωτερικό. Στη Νάξο το ποσοστό των τοπικών προμηθειών κρέατος είναι υψηλότερο. Στα μεγάλα ξενοδοχεία του Ρεθύμνου το κρέας και το ψάρι είναι κυρίως εισαγόμενο. Σε κρασί και λάδι οι τοπικές προμήθειες στο Ρέθυμνο αποτελούν το 15-20% των συνολικών προμηθειών στα ξενοδοχεία. Η έλλειψη μεγάλων μονάδων αντιστρέφει αυτό το ποσοστό στην περίπτωση της Νάξου.

Η παραπάνω καταγραφή είναι ενδεικτική και δεν διεκδικεί χαρακτήρα αντιπροσωπευτικότητας. Διαφαίνεται ωστόσο η σημασία του μεγέθους των



επιχειρήσεων, κυρίως σε ό,τι αφορά τα ξενοδοχεία, για την τοπικοποίηση των προμηθειών. Οι δυνατότητες επίτευξης οικονομιών κλίμακας στις προμήθειες αποτελεί χαρακτηριστικό των μεγάλων μονάδων και άρα για αυτές υφίσταται ένα πλεονέκτημα που μερικώς αντισταθμίζει το υψηλότερο συγκριτικά κόστος προμήθειας τοπικών προϊόντων. Αυτό ωστόσο δεν σημαίνει ότι η διείσδυση των τοπικών προϊόντων στις μεγάλες μονάδες είναι μεγαλύτερη από αυτή στις μικρές, με δεδομένα τα χαρακτηριστικά του κυρίαρχου πακέτου διακοπών. Όμως οι μεγάλες μονάδες έχουν ποικίλες δυνατότητες ενσωμάτωσης της τοπικής παραγωγής και, εκτός από οικονομίες κλίμακας στις προμήθειες, έχουν τη κομβική δυνατότητα δημιουργίας οικονομιών κλίμακας στο σχεδιασμό και την προώθηση προϊόντων. Σύμφωνα με στέλεχος μεγάλης ξενοδοχειακής αλυσίδας στο Ρέθυμνο, τα ξενοδοχεία ανώτερης κατηγορίας εφαρμόζουν μια σειρά από πρακτικές όπως συμβολαιακή γεωργία, εισαγωγή τυποποιημένων τοπικών προϊόντων από επιλεγμένους παραγωγούς, δημιουργία τμημάτων à la carte στις υπηρεσίες μαζικής εστίασης (τύπου «κρητική γωνιά»), συνεργασία με μεταποιητικές μονάδες, δημιουργία τοπικών προϊόντωνετικέτας. Γενικότερα ως προς τη σχέση ανάμεσα στην τοπικότητα των προμηθειών και το μέγεθος της επιχείρησης, η επιτόπια έρευνα, παρά το περιορισμένο δείγμα της επιβεβαιώνει τα ευρήματα προγενέστερης έρευνας σε δείγμα επιχειρήσεων της Κρήτης, σύμφωνα με την οποία υφίσταται ισχυρότερη διασύνδεση με την αγροτική παραγωγή για τις μικρές και μεσαίες μονάδες, οι οποίες δεν είναι σε θέση να εκμεταλλευτούν οικονομίες κλίμακας προμηθειών όπως οι μεγάλες (Andriotis, 2000, 2002). Μπορούμε επίσης να ισχυριστούμε ότι το συνολικό μέγεθος αυτής της διαφοροποιημένης εικόνας παραμένει άγνωστο, καθώς αφενός δεν υφίστανται αναλυτικές καταγραφές για αυτές



τις εισροές-εκροές και αφετέρου δεν υπάρχει εκτίμηση, ακόμα και από εκπροσώπους συλλογικών φορέων, για τη συνολική διαφοροποιημένη εικόνα (π.χ. για τη σχετική σημασία ανάμεσα στις τοπικές προμήθειες των εκατοντάδων ΜΜΕ και τις μη τοπικές προμήθειες των λίγων αλλά υψηλής δυναμικότητας μεγάλων μονάδων).

Από τα παραπάνω διαφαίνεται ότι υφίσταται μια διαφοροποιημένη ανά προϊόν, μέγεθος και κατηγορία επιχείρησης τοπικοποίηση των προμηθειών. Πρέπει να τονιστεί ότι εκτός από τους καθοριστικούς οικονομικούς παράγοντες που έχουν ήδη αναφερθεί, η έρευνα πεδίου ανέδειξε την απουσία συλλογικής δράσης – μια όψη του τοπικού κοινωνικού κεφαλαίου – ως σημαντικό ανασταλτικό παράγοντα για τη διεύρυνση της διασύνδεσης ανάμεσα σε τουρισμό και αγροτική παραγωγή. Στο ερώτημα της επιτόπιας έρευνας για τις αιτίες που δεν μεγιστοποιούνται οι διασυνδέσεις, οι πληροφορητές, αφού ανέδειξαν κατ’αρχάς τα ζητήματα κόστους, αναφέρονταν στη συνέχεια σε θέματα κλαδικής οργάνωσης και επιχειρηματικής νοοτροπίας. Για τα στελέχη του τουρισμού την ευθύνη φέρουν οι παραγωγοί και αντιστρόφως. Για τους ξενοδόχους, η έλλειψη οργάνωσης της αγροτικής παραγωγής, το μικρό μέγεθος των εκμεταλλεύσεων και η μικρή κλίμακα της μεταποίησης εξηγούν την αδυναμία ανταπόκρισης εκ μέρους των παραγωγών στα αιτήματα του τουρισμού. Παράλληλα, υφίστανται σημαντικά προβλήματα στους τομείς της τυποποίησης, στην ανταπόκριση στην εποχικότητα της ζήτησης και στην εισαγωγή προϊόντων που θα ανταποκρίνονται στις ανάγκες της τουριστικής αγοράς. Για τους παραγωγούς, η ελλιπής διασύνδεση οφείλεται στην κατηγορία τουριστών που προσελκύουν τα ξενοδοχεία και στα πακέτα διακοπών, τα οποία δεν επιτρέπουν στα υψηλότερου κόστους τοπικά προϊόντα να είναι στον μπουφέ των ξενοδοχείων. «Καμία από τις



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

δύο πλευρές δεν κάνει κάποια κίνηση για να έχουμε μια συνεννόηση», παραδέχτηκε διευθυντής ξενοδοχείου στο Ρέθυμνο.

### **Συμπερασματικές παρατηρήσεις**

Η επιτόπια έρευνα σε Ρέθυμνο και Νάξο κατέδειξε μια σειρά από κρίσιμα ζητήματα για το ρόλο του ανθρώπινου δυναμικού στην τοπική ανάπτυξη με έμφαση στον τουρισμό. Παρόλο που η φάση τουριστικής μεγέθυνσης και το μέγεθος των δύο περιοχών είναι διαφορετικά, εντούτοις τα ζητήματα που αναγνωρίζονται ως κομβικά για την τουριστική ανάπτυξη είναι κοινά σε μεγάλο βαθμό. Η ενίσχυση και η συμπληρωματικότητα του τουριστικού προϊόντος, η επιμήκυνση της περιόδου και η προώθηση μιας ανταγωνιστικής εικόνας καταγράφονται ως πρωταρχικοί στόχοι, παρόλο που δεν είναι ξεκάθαρο το πώς οι επιζητούμενες αλλαγές συμβαδίζουν με την υψηλή εξάρτηση από τις εταιρείες οργάνωσης ταξιδιών (στην περίπτωση του Ρεθύμνου) ή την ανάγκη διαφύλαξης ήπιων ρυθμών μεγέθυνσης ως τοπικού συγκριτικού πλεονεκτήματος (στην περίπτωση της Νάξου). Έτσι μπορούμε να ισχυριστούμε ότι υφίσταται ισχυρή εξάρτηση διαδρομής από την πλευρά των επιχειρήσεων και κατ' επέκταση του προορισμού, καθώς το συμβατικό τουριστικό προϊόν εξακολουθεί να διατηρεί την ισχύ του.

Οι σχετικές συζητήσεις και οι απόπειρες λύσεων, τόσο σε επίπεδο επιχείρησης όσο και προορισμού, εμποτίζονται από ορισμένα χαρακτηριστικά της τοπικής επιχειρηματικότητας και ιδίως την αντίληψη και κατάρτιση της λεγόμενης δεύτερης γενιάς τουριστικών επιχειρηματιών. Πρόκειται για ανθρώπους υψηλής κατάρτισης με ντόπια καταγωγή, οι οποίοι εκφράζουν μια αλλαγή κουλτούρας αλλά και την αλλαγή στην κοινωνική δομή της απασχόλησης έπειτα από τρεις ή τέσσερις δεκαετίες

53



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

τουριστικής ανάπτυξης. Ο υψηλός βαθμός εντοπιότητας τόσο των επιχειρηματιών όσο και των απασχολουμένων συνηγορεί υπέρ της δημιουργίας μιας τοπικής παράδοσης, τις ακριβείς εκφάνσεις της οποίας μένει ακόμα να δούμε. Σε κάθε περίπτωση η εντοπιότητα της συντριπτικής πλειονότητας των απασχολουμένων στον τουρισμό αναμένεται να έχει θετικές αναπτυξιακές επιπτώσεις σε τοπικό επίπεδο.

Συγχρόνως, η εποχικότητα ως εγγενές γνώρισμα του προϊόντος ήλιος-θάλασσα έχει αρνητικές συνέπειες τόσο στην ανάπτυξη των ανθρώπινου κεφαλαίου όσο και στη λειτουργία των τοπικών αγορών εργασίας. Παράλληλα, εξακολουθεί να υφίσταται το αίτημα για ενίσχυση των εκπαιδευτικών δομών, οι οποίες δεν ανταποκρίνονται στις τρέχουσες ανάγκες. Ωστόσο τόσο ο επαγγελματισμός που χαρακτηρίζει πλέον τα στελέχη του κλάδου (και τον οποίο διαπιστώσαμε σε διάφορες πτυχές του κατά τη διεξαγωγή της επιτόπιας έρευνας) όσο και μια διαφαινόμενη νέα κουλτούρα συνεργασιμότητας μπορεί να αποτελέσουν ικανές συνθήκες για την ανάληψη συλλογικών πρωτοβουλιών προς υπερπήδηση κοινών προβλημάτων.

Σχετικά με τη διασύνδεση ανάμεσα σε τουρισμό και αγροτική παραγωγή, διαπιστώνεται κατ' αρχήν μια περιορισμένη έκταση στην ανάπτυξη διασυνδέσεων, η οποία περιορίζει το θετικό πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα της τουριστικής ανάπτυξης. Η μερική τοπική ολοκλήρωση της παραγωγής έχει σημαντική οικονομική λογική, η οποία με τη σειρά της εδράζεται εν μέρει σε κοινωνικούς παράγοντες και συγκεκριμένα στην απουσία συνεργατικών λύσεων διατομεακού χαρακτήρα. Σε κάθε περίπτωση έχει σημασία η ανάδειξη των τοπικών προϊόντων και της διατροφής ως μέρους της τουριστικής εμπειρίας. Η ανάδειξη των τοπικών προϊόντων σχετίζεται άμεσα όχι μόνο με τις επιταγές της ζήτησης αλλά και με συγκεκριμένες



πρωτοβουλίες και τη νοοτροπία των νέων επιχειρηματιών και στελεχών. Ωστόσο η ακριβής εκτίμηση των διασυνδέσεων και συγχρόνως οι προτάσεις για μεγέθυνση αυτών των διασυνδέσεων παραμένουν ως ανοικτά ερωτήματα. Με άλλα λόγια, η ανάδειξη της «κρητικής» ή της «ναξιακής» κουζίνας ως πρακτική ενδέχεται να υπολείπεται από το υψηλό επίπεδο στο οποίο την έχουν αναδείξει το τουριστικό μάρκετινγκ και τα μέσα ενημέρωσης.



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.



## ΤΟΠΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ

Για τη τοπική/περιφερειακή ανάπτυξη, πέρα από την εκάστοτε γενική οικονομική και πολιτική συγκυρία, τις τοπικές/περιφερειακές δυσκολίες/ευκολίες, την ύπαρξη/απουσία χρηματοδοτήσεων και άλλες μακρο-συνθήκες, κομβικό ρόλο παίζουν οι πρωτοβουλίες και δράσεις των τοπικών «κοινωνικών δρώντων». Αυτές περιλαμβάνουν άτομα, ομάδες, συνεταιρισμούς και κοινωνικά κινήματα τα οποία πραγματοποιούν υλικές παραγωγικές επενδύσεις (με ή χωρίς επιδοτήσεις), δημιουργούν ή αναζωογονούν νέους θεσμούς (σε διοικητικές μονάδες αλλά και εκτός αυτών), συμμετέχουν σε συλλογικές πρωτοβουλίες προστασίας του δημόσιου χώρου, κάνουν συλλογικές εναλλακτικές προτάσεις αξιοποιώντας πολιτικές της Ε.Ε. αλλά και πέρα από αυτές, κ.α.

Σημειώνουμε ότι οι πρωτοβουλίες/δράσεις αυτές δεν λύνουν μακροχρόνια προβλήματα περιφερειακών ανισοτήτων, ούτε αποτελούν προτάσεις συνολικής περιφερειακής πολιτικής. Μήπως όμως εκείνες οι μακρο-πολιτικές και μικρο-δράσεις (κίνητρα, επιδοτήσεις, μεγάλα τεχνικά έργα, προγράμματα ΕΕ κλπ) που προγραμματίστηκαν και εφαρμόστηκαν έλυσαν τα προβλήματα; Πιστεύουμε λοιπόν ότι αξίζει να ερευνηθούν αυτές οι τοπικές/περιφερειακές εμπειρίες από τη σκοπιά των «κοινωνικών δρώντων».



## 4. Επιχειρήσεις Κοινωνικής Οικονομίας στην Ελλάδα

### Το πλαίσιο και τα ερωτήματα της έρευνας

Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα οδήγησε σε ευρεία αμφισβήτηση του κυρίαρχου οικονομικού παραδείγματος και των αξιών που το συνόδευσαν. 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. Η συζήτηση αυτή βέβαια δεν πραγματοποιείται σε ιστορικό κενό, ούτε διεξάγεται μόνο «από τα κάτω». Αντίθετα, τροφοδοτείται από προηγούμενες ελληνικές εμπειρίες (π.χ. απαξιωμένη συνεταιριστική κουλτούρα), αλλά και από τις σύγχρονες παρεμβάσεις, σε διάφορα επίπεδα, της ελληνικής πολιτείας νόμος (π.χ. μνημονιακές πολιτικές σε ζητήματα εργασίας και ανάπτυξης). Άλλωστε, από το 2011 ισχύει ο νόμος για την «Κοινωνική Οικονομία και Επιχειρηματικότητα» ο οποίος στόχευε στη διαμόρφωση ενός απλούστερου θεσμικού πλαισίου (σε σχέση με τους κλασικούς αστικούς συνεταιρισμούς ή άλλες συνεταιριστικές δομές) και στην ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας. Ανεξάρτητα από την αποτίμησή του, αποτελεί σημείο τομής για τον τομέα αυτό στη χώρα μας.

Μέχρι σήμερα έχουν ιδρυθεί μερικές εκατοντάδες Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις (ΚΟΙΝΣΕΠ), με βάση των παραπάνω νόμο, σε διάφορους κλάδους και με διάφορα χαρακτηριστικά (κατά κύριο λόγο πάντως έντασης εργασίας και όχι κεφαλαίου, και με μικρό αριθμό εργαζομένων, πλην των ελεγχόμενων από δήμους). Μέσα από την 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 (ή έστω ενδιαφέροντος) και τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες μέχρι τις δυνατότητες αξιοποίησης ιδιαίτερων στοιχείων τους (μόρφωση, τεχνική κατάρτιση) ή ακόμη και εμπλοκής μελών «αποκλεισμένων» ομάδων (μειονότητες, ΑΜΕΑ κ.ά.).

Ειδικότερα οι άξονες στους οποίους βασίζεται η έρευνα πεδίου για τη συγκεκριμένη μελέτη αφορά τα παρακάτω:

α) αν έχουν πετύχει κάτι πέρα από γνωστές από το παρελθόν πρωτοβουλίες. Η «επιτυχία» εδώ θέλει κουβέντα και θα πρέπει να είναι και αυτή ερευνητικό ερώτημα, π.χ. επιτυχία είναι μόνο μια κερδοφόρος επένδυση; η καλή και αποδοτική λειτουργία ενός δήμου; η συγκράτηση/αύξηση πληθυσμού και η δημιουργική παραμονή των νέων; κ.α.);

(β) αν οι δράσεις τους που έχουν χαρακτηριστεί από άλλους καινοτόμες (με την ευρεία έννοια και όχι με τη νεοφιλελεύθερη εκδοχή της, τεχνολογική, κοινωνική, διοικητική, προβολής κ.α. καινοτομία),ήταν όντως έτσι, και

(γ) η τοπικότητα/περιφερειακότητα της πρωτοβουλίας. Αν και πως κινητοποιήσαν τοπικούς πόρους και ανθρώπινο δυναμικό από το οποίο οι κυρίαρχες λογικές δεν περίμεναν ότι «θα πετύχει κάτι εκεί..».

(δ) ποιοι/ες είναι πίσω από τη πρωτοβουλία/δράση.



## Σχεδιάζοντας την έρευνα

Προκειμένου να μελετήσουμε το νέο πεδίο που διαμορφώθηκε, η Ομάδα Έρευνας προχώρησε στο χρονικό διάστημα που καταγράφεται στην παρούσα έκθεση στις ακόλουθες ενέργειες:

1. Χαρτογράφηση κοινωνικών συνεταιριστικών επιχειρήσεων και ταξινόμηση των ΚΟΙΝΣΕΠ που έχουν δημιουργηθεί (δηλαδή που καταγράφηκαν στο μητρώο κοινωνικής επιχειρηματικότητας που τηρεί το Υπουργείο Εργασίας) με βάση το αντικείμενο και τον τόπο δραστηριοποίησής τους. Ειδικότερα υλοποιήθηκαν τα παρακάτω:

- Ταξινόμηση των ΚΟΙΝΣΕΠ που έχουν δημιουργηθεί (δηλαδή που καταγράφηκαν στο μητρώο κοινωνικής επιχειρηματικότητας που τηρεί το Υπουργείο Εργασίας) με βάση το αντικείμενο και τον τόπο δραστηριοποίησής τους. Προς τούτο η ερευνητική ομάδα προχώρησε σε επεξεργασία του μητρώου και σε καθορισμό 11 αναλυτικών κατηγοριών: 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.

- Δημιουργία χάρτη με τη χρήση του λογισμικού ArchGIS, ο οποίος απεικονίζει το αντικείμενο και τον τόπο δραστηριότητας των ΚΟΙΝΣΕΠ στον Ελληνικό χώρο.

2. Δημιουργία και αποστολή ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων. Λόγω χαμηλής ανταπόκρισης τα συμπεράσματα από το ερωτηματολόγιο (ολοκληρώνεται η επεξεργασία τους) παραμένουν ενδεικτικά. Θα εξεταστεί κατά πόσο υπάρχει η δυνατότητα αντιμετώπισης του



προβλήματος, π.χ. με νέα μέθοδο ή με αξιοποίηση πρωτογενούς υλικού από άλλες δημοσιευμένες έρευνες. Αναλυτικότερα έγινα τα εξής:

- Μετατροπή του ερωτηματολογίου που συντάχθηκε σε προηγούμενη φάση της έρευνας στην τελική ηλεκτρονική μορφή του (βλ. Ερωτηματολόγιο 3.1.). Το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο, το οποίο ήταν διαθέσιμο σε ηλεκτρονικό αρχείο τύπου Microsoft Word, δημιουργήθηκε στην ηλεκτρονική πλατφόρμα Google Drive και πιο συγκριμένα με την χρήση της εφαρμογής Google Forms.
- Δημιουργία ηλεκτρονικού αρχείου τύπου Microsoft Excel στην ηλεκτρονική πλατφόρμα Google Drive, στο οποίο καταχωρούνται οι απαντήσεις μετά από την επιτυχή συμπλήρωση των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων. Σκοπός η δυνατότητα της περαιτέρω επεξεργασίας των στοιχείων.
- Δοκιμαστική χρήση της ορθής λειτουργίας των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων και της καταχώρησης των απαντήσεων τους. Στην προσομοίωση συμ-μετείχαν μέλη της ερευνητικής ομάδας και ερευνητές του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου.
- Οριστικοποίηση της τελικής μορφής των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων και των αρχείων καταχώρησης των απαντήσεων μετά από την ενσωμάτωση των παρατηρήσεων της δοκιμαστικής χρήσης.

Υλοποίηση επιτόπιας έρευνας με συνεντεύξεις σε εκπροσώπους ΚΟΙΝΣΕΠ (σε εξέλιξη). Με εφαρμογή κριτηρίων που αφορούν α) γεωγραφική κατανομή (αστικά κέντρα, περιφέρεια), β) αντικείμενο (έμφαση σε παραγωγικές δραστηριότητες και καινοτομία), γ) οικονομικό μέγεθος και τη δ) συγκέντρωση ΚΟΙΝΣΕΠ στην περιοχή.

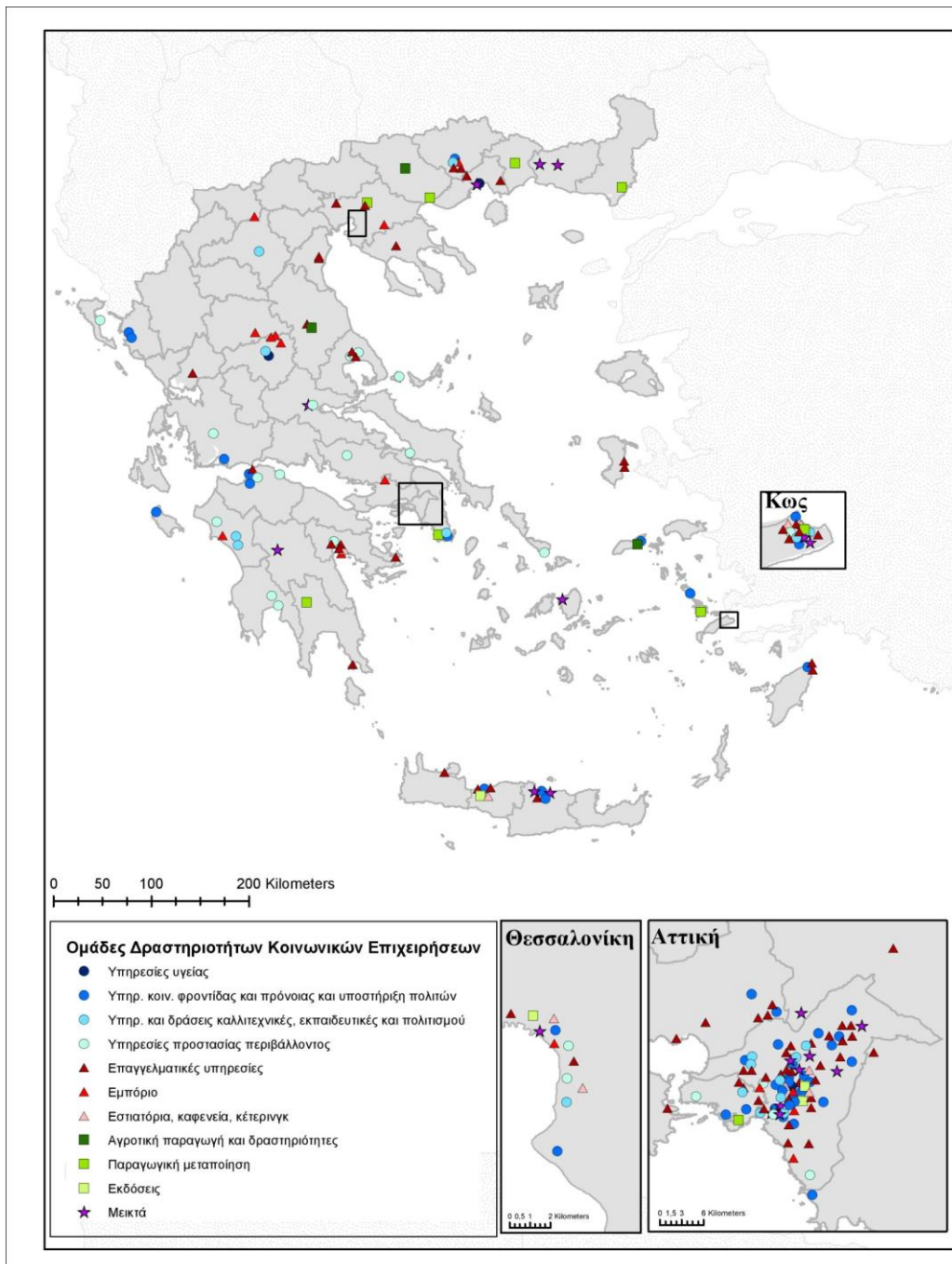


## Σκιαγραφώντας το πεδίο

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 εναπομείνουσες 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 4.1).



Χάρτης 4.1: Κατανομή των ΚΟΙΝΣΕΠ στην Ελλάδα, 2014.



Πηγή: ΕΠ ΘΑΛΗΣ MIS 380421

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ  
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΣΠΑ  
2007-2013  
Επένδυση για την ανάπτυξη  
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

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.

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 4.1.

Πίνακας 4.1: **Θεματικοί άξονες και ευρήματα**

Θεματικοί άξονες	Ευρήματα απαντήσεων
Κίνητρα	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Διέξοδος από την ανεργία</li> <li>- Προσφορά υπηρεσιών/προϊόντων σε ομάδες του πληθυσμού που έχουν πληγεί από την κρίση</li> <li>- Μετεξέλιξη συλλογικοτήτων/φορέων</li> </ul>
Ειδίκευση εργαζομένων – Εργασιακές σχέσεις	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Εργαζόμενοι/Συνεταιριστές υψηλών μορφωτικών προσόντων</li> <li>- Επιθυμία για τη δημιουργία θέσεων εργασίας</li> <li>- Εργασία μειωμένου ωραρίου</li> <li>- Εθελοντική εργασία βάση, στα πρώτα στάδια του εγχειρήματος</li> </ul>
Χαρακτηριστικά επιχειρηματικότητας	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Δυνατότητες που προσέφερε ο Ν. 4019/2011</li> <li>- Συμβολή στην τοπική ανάπτυξη ή/και στην</li> </ul>



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.



	<p>εξάπλωση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Πρωτοβουλία δήμου</li> <li>- Μετεξέλιξη παλαιότερης ιδιωτικής επιχείρησης</li> </ul>
Σχέσεις με κράτος και άλλους θεσμούς	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Γραφειοκρατικές δυσκολίες</li> <li>- Ανυπαρξία χρηματοδότησης</li> <li>- Καχυποψία και σκεπτικισμός από τοπική κοινωνία και φορείς</li> </ul>
Ρόλος στην τοπική ανάπτυξη	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Δημιουργία θέσεων εργασίας</li> <li>- Σύνδεση με την τοπική οικονομία (προμήθεια / παροχή αγαθών και υπηρεσιών από την περιοχή)</li> <li>- Εξυπηρέτηση τοπικού πληθυσμού με αγαθά και υπηρεσίες στα οποία δεν είχε πρόσβαση</li> <li>- Κοινωνικό και περιβαλλοντικό πρόσημο στην επιχειρηματική δραστηριότητα</li> </ul>

Πηγή: ΕΠ ΘΑΛΗΣ MIS 380421

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.

### **Έρευνα πεδίου και αποτελέσματα**

Το κυρίως μέρος της έρευνάς μας περιλάμβανε τη διεξαγωγή μιας σειράς συνεντεύξεων με προνομιακούς πληροφορητές και 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 5 προνομιακούς πληροφορητές και 15 εκπροσώπους από εν λειτουργία συνεταιρισμούς από ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων.



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

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 υπηρεσίες 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

66



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

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) emphaticά 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



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

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 επωφελοούνται 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



χαρακτηριστικά 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 συμμετοχος 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 εξ αρχής 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 ανταλλάσσουν 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 emphaticά 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 οικονομικοκοινωνικό 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 εμπλεκόμενων, 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 αποειδίκευσης (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 επαγγελματιών). 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.

### **Συμπερασματικές παρατηρήσεις**

Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι στην Ελλάδα το δεύτερο μισό του 20ού αιώνα χαρακτηρίστηκε από μια εντυπωσιακή βελτίωση του βιοτικού επιπέδου της ελληνικής κοινωνίας, το οποίο προσέγγισε αυτό των προηγμένων ευρωπαϊκών χωρών. Τα υλικά αγαθά που έχουν συσσωρευτεί προφανώς δεν έχουν εξαφανιστεί ή υποβαθμιστεί μονομιάς λόγω της κρίσης, αλλά συνεχίζουν να παίζουν τον υποστηρικτικό ρόλο τους, μετριάζοντας σε κάποιο βαθμό το ρυθμό της πτώσης. Έτσι, η Ελλάδα σήμερα αποτελεί μια ιδιαίτερη περίπτωση: είναι μια χώρα σε οικονομική ύφεση και παραγωγική κατάρρευση, με τεράστιο πρόβλημα ρευστότητας και έλλειψης επενδύσεων, που παράλληλα έχει προηγμένες υποδομές και έναν πληθυσμό που απέχει πολύ από το να θεωρηθεί εξαθλιωμένος, και ο οποίος διαθέτει υψηλό μορφωτικό επίπεδο και εξειδίκευση. Μοιάζει όλο και περισσότερο λοιπόν το ζήτημα να είναι αν αυτά τα «περιουσιακά στοιχεία» μπορούν να αξιοποιηθούν για την επανεκκίνηση της οικονομίας σε μια διαφορετική βάση, τώρα που το υπάρχον οικονομικό σύστημα αδυνατεί να το πράξει. Και φυσικά κατά πόσο τα εργαλεία της κοινωνικής οικονομίας μπορούν να συμβάλουν σε κάτι τέτοιο.

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.

Ενώ τέλος, 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. Ωστόσο, 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. Δυστυχώς, 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.



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.



## 5. Πρωτοβουλίες αλληλεγγύης, αλληλέγγυα οικονομία και συνεταιρισμοί νέου τύπου

### **Ερευνητικό πλαίσιο και ερωτήματα**

Από το 2008 (κάποιες λίγες και από πριν) έχουν αναπτυχθεί σε όλη την Ελλάδα πολλές πρωτοβουλίες αλληλεγγύης, κάποιες με οικονομικά χαρακτηριστικά. Η βασική διαφορά με τις ΕΚΟ είναι η έλλειψη κρατικής επιδότησης, με εξαίρεση σε λίγες περιπτώσεις της παραχώρησης χώρου από δήμους (πχ. Κοινωνικό Ιατρείο Ελληνικού), τα μέλη τους είναι εθελοντές (εκτός από τις περιπτώσεις με παραγωγικό ή εμπορικό συνεταιριστικό αντικείμενο), έχουν ως πρότυπο την κοινωνική προσφορά και όχι το κέρδος (ξανά με εξαίρεση τις παραγωγικές/εμπορικές) και έχουν πολλαπλασιαστεί ξεπερνώντας τις 700 σε όλη την Ελλάδα.

Στα αντικείμενα που δραστηριοποιούνται περιλαμβάνονται τοπικά ανταλλακτικά συστήματα, τράπεζες χρόνου, δίκτυα παραγωγών-καταναλωτών, χαριστικά/ανταλλακτικά παζάρια, αλληλέγγυο εμπόριο, εργασιακές κολεκτίβες, οικοκοινότητες συλλογική διαχείριση κοινωνικών αγαθών, σπορεία, αστικοί αγροί, συλλογικές κουζίνες, αυτοδιαχειριζόμενη τέχνη, κοινωνικά ιατρεία και φαρμακεία, κοινωνικά παντοπωλεία, νέοι αγροτικοί συνεταιρισμοί, εμπορικοί συνεταιρισμοί (καφενεία, εστιατόρια) κ.α. Ορισμένες πρωτοβουλίες έχουν δημιουργήσει απασχόληση οι περισσότερες όμως λειτουργούν με εθελοντική προσφορά η οποία είναι σημαντική σε τοπικό επίπεδο.



Τα ερωτήματα, τα σχετικά με τον ΘΑΛΗ, που θα μας απασχολήσουν είναι:

- α) το είδος, το μέγεθος και η γεωγραφική θέση των πρωτοβουλιών,
- β) τι είδους ανθρώπινο δυναμικό κινητοποιούν αυτές οι πρωτοβουλίες (ηλικίες, άνδρες/γυναίκες, εκπαίδευση, άλλη τεχνογνωσία),
- γ) ποια η απασχόληση πριν τη συγκεκριμένη πρωτοβουλία για κάθε άτομο ή αν έχουν άλλη παράλληλη απασχόληση και
- δ) πως σχετίζονται με τα τοπικά δεδομένα της κρίσης. Αν έχουν δικτυώσεις πέρα από τις ηλεκτρονικές για πληροφόρηση (όλες οι πρωτοβουλίες έχουν καλά σαιτ).

### **Σχεδιάζοντας την έρευνα**

Προκειμένου να μελετήσουμε το νέο πεδίο που διαμορφώθηκε, η Ομάδα Έρευνας προχώρησε στο χρονικό διάστημα που καταγράφεται στην παρούσα έκθεση προόδου στις ακόλουθες ενέργειες:

1. Χαρτογράφηση πρωτοβουλιών αλληλεγγύης μετά από τα παρακάτω βήματα:
  - Οριοθέτηση του πεδίου έρευνάς μας (υποσύνολο των κινήσεων αλληλεγγύης / φιλανθρωπίας / ανθρωπιστικού έργου):
  - Δημιουργία βάσης δεδομένων με χρήση διαφόρων πηγών καταγραφής πρωτοβουλιών αλληλεγγύης (διαδικτυακές πηγές, ημερήσιος και εβδομαδιαίος τύπος, συνεργασία με την οργάνωση Αλληλεγγύη για Όλους και των ερευνητών του project «οργάνωση 2.0», που δραστηριοποιούνται σε σχετικά ζητήματα).



- Ταξινόμηση του παραπάνω υποσυνόλου με βάση το αντικείμενο και τον τόπο δραστηριοποίησής τους. Προς τούτο η ερευνητική ομάδα προχώρησε σε επεξεργασία της βάσης δεδομένων και καθορισμό 5 αναλυτικών κατηγοριών: 1) Αλληλέγγυα / κοινωνικά μαθήματα, 2) Δράσεις στον τομέα των τροφίμων (λαχανόκηποι, χωρίς μεσάζοντες, συλλογή τροφίμων, συσσίτια, συλλογικές κουζίνες κ.ά.), 3) Κοινωνικά ιατρεία / φαρμακεία, 4) Πρωτοβουλίες εναλλακτικής οικονομίας (δίκτυα ανταλλαγής, εναλλακτικά νομίσματα, τράπεζες χρόνου κ.λπ.), 5) Διάφορες δραστηριότητες.

- Δημιουργία χάρτη με χρήση του λογισμικού ArchGIS ο οποίος απεικονίζει το αντικείμενο και τον τόπο δραστηριότητας των πρωτοβουλιών.

2. Δημιουργία και έλεγχος ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου ως εξής:

- Μετατροπή του ερωτηματολογίου που συντάχθηκε στην προηγούμενη φάση της έρευνας στην τελική ηλεκτρονική μορφή του. Το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο, το οποίο ήταν διαθέσιμο σε ηλεκτρονικό αρχείο τύπου MicrosoftWord, δημιουργήθηκε στην ηλεκτρονική πλατφόρμα Google Drive και πιο συγκεκριμένα με την χρήση της εφαρμογής Google Forms.

- Δημιουργία ηλεκτρονικού αρχείου τύπου Microsoft Excel στην ηλεκτρονική πλατφόρμα Google Drive, στο οποίο καταχωρούνται οι απαντήσεις μετά από την επιτυχή συμπλήρωση των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων. Σκοπός η δυνατότητα της περαιτέρω επεξεργασίας των στοιχείων.



- Δοκιμαστική χρήση της ορθής λειτουργίας των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων και της καταχώρησης των απαντήσεων τους. Στην προσομοίωση συμμετείχαν μέλη της ερευνητικής ομάδας και ερευνητές του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου.

- Οριστικοποίηση της τελικής μορφής των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων και των αρχείων καταχώρησης των απαντήσεων μετά από την ενσωμάτωση των παρατηρήσεων της δοκιμαστικής χρήσης.

3. Αποστολή ερωτηματολογίων, αξιολόγηση ανταπόκρισης, και πρώτα αποτελέσματα μετά από τα παρακάτω βήματα:

- Καθορισμός της λίστας αποδεκτών των ερωτηματολογίων (οι συλλογικότητες που επιλέχθηκαν στο παραπάνω στάδιο, συνολικά 234) και ηλεκτρονική αποστολή πρόσκλησης συμμετοχής στην έρευνα.

- Αξιολόγηση ανταπόκρισης: λόγω χαμηλής ανταπόκρισης, εξετάσαμε επίσης κατά πόσο υπάρχει η δυνατότητα αντιμετώπισης του προβλήματος με νέα μέθοδο ή με αξιοποίηση πρωτογενούς υλικού από άλλες δημοσιευμένες έρευνες.

4. Προετοιμασία και υλοποίηση επιτόπιας έρευνας και προγραμματισμός συνεντεύξεων με εκπροσώπους πρωτοβουλιών αλληλεγγύης.

- Καθορισμός μεθοδολογίας: αναλυτική, ανοικτή συνέντευξη/συζήτηση ποιοτικού χαρακτήρα. Η συζήτηση θα εμβαθύνει στα απαντήσεις που έχουν δώσει ηλεκτρονικά και θα διερευνήσει περισσότερο τα προσωπικά κίνητρα και βιώματα των δρώντων.



- Καθορισμός κριτηρίων για επιλογή περιοχών: α) γεωγραφική κατανομή (αστικά κέντρα, περιφέρεια), β) αντικείμενο γ) επίδραση της πρωτοβουλίας στο κοινωνικό περιβάλλον.

### **Σκιαγραφώντας το πεδίο**

Για την προετοιμασία της έρευνας ιδιαίτερα χρήσιμη ήταν η αρχική καταγραφή για τις πρωτοβουλίες αλληλεγγύης που έγινε από την ομάδα έρευνας. Έχοντας αρχικά συγκεντρώσει στοιχεία για 315 πρωτοβουλίες στο σύνολο της χώρας, μετά την εφαρμογή των κριτηρίων που ορίστηκαν από την ερευνητική ομάδα στη βάση δεδομένων καταχωρήθηκαν 247 πρωτοβουλίες αλληλεγγύης. Ακολούθως έγινε η ομαδοποίηση τους με βάση το αντικείμενο δράσης τους.

Οι κατηγορίες που προέκυψαν είναι οι εξής: 1) αλληλέγγυα / κοινωνικά μαθήματα, 2) δράσεις στον τομέα των τροφίμων (λαχανόκηποι, χωρίς μεσάζοντες, συλλογή τροφίμων, συσσίτια, συλλογικές κουζίνες κ.ά.), 3) κοινωνικά ιατρεία / φαρμακεία, 4) πρωτοβουλίες εναλλακτικής οικονομίας (δίκτυα ανταλλαγής, εναλλακτικά νομίσματα, τράπεζες χρόνου κ.λπ.), 5) διάφορες δραστηριότητες. Η απεικόνιση των επεξεργασμένων στοιχείων της βάσης δείχνει πως είναι διασπαρμένες στην Ελλάδα, όπως φαίνεται και στον χάρτη που βρίσκεται το τέλος της ενότητας αυτής. Βέβαια, μεγάλες συγκεντρώσεις εμφανίζονται στα μεγάλα αστικά συγκροτήματα της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης (Χάρτης 5.1).

Προκειμένου να διερευνήσουμε το πεδίο των κοινωνικών πρωτοβουλιών αλληλεγγύης και να διαμορφώσουμε τα ερευνητικά μας ερωτήματα για την έρευνα πεδίου αποστείλαμε ερωτηματολόγια στις πρωτοβουλίες (στις 140 από τις 247 που είχαν ηλεκτρονική διεύθυνση),



επιτυγχάνοντας δυστυχώς πολύ χαμηλή ανταπόκριση, περίπου 2% (9 απαντήσεις). Παρότι προφανώς τα αποτελέσματα δεν είναι αντιπροσωπευτικά, μας έδωσαν μια μικρή 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 5.1.

Πίνακας 5.1: **Θεματικοί άξονες και ευρήματα**

Θεματικοί άξονες	Ευρήματα απαντήσεων
Κίνητρα	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Προσφορά υπηρεσιών/προϊόντων σε ομάδες του πληθυσμού που έχουν πληγεί από την κρίση</li> <li>- Μετεξέλιξη παλαιότερων συλλογικοτήτων</li> </ul>
Χαρακτηριστικά πρωτοβουλίας αλληλεγγύης	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ποικιλομορφία εγχειρημάτων</li> <li>- Πρωτοβουλίες από τα κάτω</li> <li>- Κοινές ανησυχίες/στόχοι/αναφορές</li> <li>- Προκλήσεις μακροβιότητας εγχειρήματος</li> </ul>
Σχέσεις με κράτος και άλλους θεσμούς	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Καχυποψία</li> <li>- σκεπτικισμός</li> </ul>
Ρόλος στην τοπική ανάπτυξη	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Σύνδεση με την τοπική κοινωνία</li> <li>- Εξυπηρέτηση ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού με αγαθά και υπηρεσίες που δεν είχε πρόσβαση</li> <li>- Δράσεις με κοινωνικό, πολιτικό, περιβαλλοντολογικό πρόσημο</li> </ul>

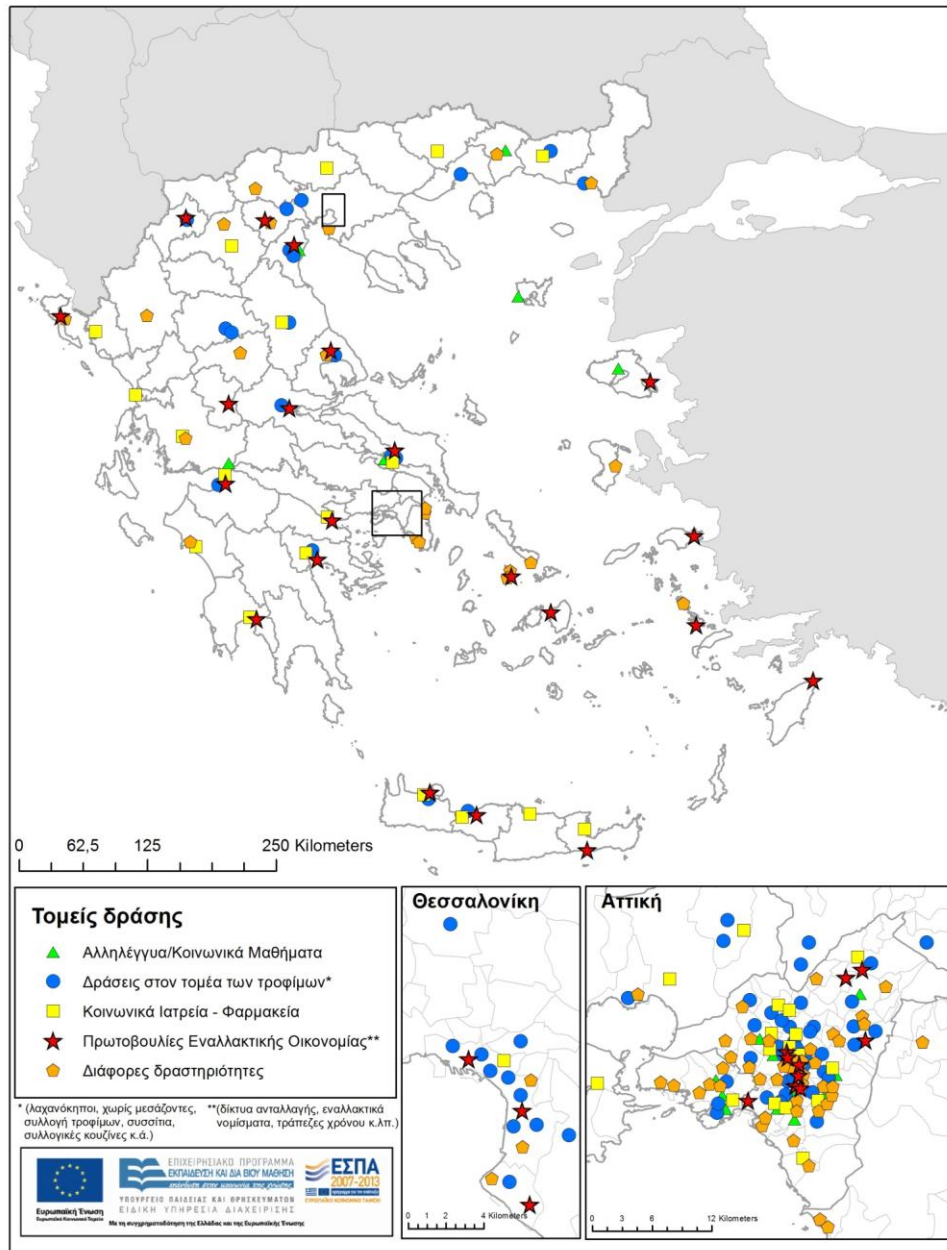
Πηγή: ΕΠ ΘΑΛΗΣ MIS 380421

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 τον κρίσιμο ρόλο της κρίσης στην εμφάνιση και δράση πρωτοβουλιών αλληλεγγύης.



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

Χάρτης 5.1: Κατανομή των πρωτοβουλιών αλληλεγγύης στην Ελλάδα, 2014.



Πηγή: ΕΠ ΘΑΛΗΣ MIS 38042



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.

## **Ευρήματα από την έρευνα πεδίου**

Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν με 12 εκπροσώπους πρωτοβουλιών αλληλεγγύης, το πεδίο δράσης των επιλεγμένων πρωτοβουλιών καλύπτει όλο φάσμα των δράσεων που καταγράφηκε σε προηγούμενο στάδιο της έρευνας. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι πως αρκετοί από του εκπροσώπους των πρωτοβουλιών αποτελούσαν ταυτόχρονα και προνομιακούς πληροφορητές. Έμφαση δόθηκε στη περιοχή της Αθήνας στη οποία εμφανίζεται και η μεγαλύτερη συγκέντρωση πρωτοβουλιών αλληλεγγύης, αλλά και σε επιλεγμένα εγχειρήματα της περιφέρειας. Η έρευνα πεδίου, στο σύνολο της, ανέδειξε ενδιαφέροντα ευρήματα τα οποία συνοψίζονται στους παρακάτω άξονες:

### *Ο καταλυτικός ρόλος της οικονομικής κρίσης*

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 πρακτική φυσικά δεν είναι μονοσήμαντο, ούτε φυσικά αποτελεί υπόθεση που έχει κλείσει.

### *Το μωσαϊκό των πρωτοβουλιών αλληλεγγύης*

Στις πρωτοβουλίες αλληλεγγύης περιλαμβάνεται ένα ευρύτατο φάσμα συλλογικοτήτων, φορέων και θεσμών και οι πρωτοβουλίες τους μπορεί να εκκινούν από ένα άτομο, μια ομάδα, μια οργάνωση, ένα κοινωνικό κίνημα

87



Η παρούσα έρευνα έχει συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) - Ερευνητικό Χρηματοδοτούμενο Έργο: ΘΑΛΗΣ. Επένδυση στην κοινωνία της γνώσης μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου.



κ.α. Η ποικιλομορφία αυτή δημιουργεί ένα σύνθετο τοπίο το οποίο συμβάλει όχι μόνο στην αποσαφήνιση των διαφορετικών πλευρών των εγχειρημάτων αυτών αλλά και στην κατανόηση της συνεισφοράς που μπορεί να έχουν στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο, σε τοπικό, εθνικό επίπεδο.

### *Οι σχέσεις με το κράτος*

Η συζήτηση αυτή τροφοδοτείται από προηγούμενες εμπειρίες όπως οι αμφιλεγόμενες σχέσεις του κράτους με τις ΜΚΟ που ταυτίζεται στη συλλογική συνείδηση με ένα κρατικοδίαιτο, διεφθαρμένο και αναποτελεσματικό μοντέλο επιχειρήσεων. Συνεπώς, το ενδεχόμενο για πιθανές σχέσεις που μπορεί να αναπτυχθούν στο πλαίσιο της δράσης πρωτοβουλιών αλληλεγγύης με κρατικούς και θεσμικούς φορείς χαρακτηρίζονται συνήθως από καχυποψία και σκεπτικισμό.

### *Η σύνδεση με τις τοπικές κοινωνίες*

Οι κοινωνικές πρωτοβουλίες αλληλεγγύης παίζουν εξίσου κομβικό, και μάλιστα γεωγραφικά προσδιορισμένο, ρόλο, αν και συχνά αυτός παραγνωρίζεται. Αν λάβουμε υπόψη πως σε πρωτοβουλίες όπως οι παραπάνω συχνά οι δρώντες πραγματοποιούν αναζωογονούν νέους θεσμούς, συμμετέχουν σε συλλογικές πρωτοβουλίες προστασίας του δημόσιου χώρου, κάνουν συλλογικές εναλλακτικές προτάσεις πολιτικής, γίνεται ξεκάθαρο πως οι δράσεις έχουν ως στόχο την τοπική ανάπτυξη κυρίως με κοινωνικό πρόσημο. Το τοπικό αποτύπωμά τους έχει ιδιαίτερη σημασία, καθώς επηρεάζει την εξέλιξη και εν τέλει τη επιτυχία ή όχι του εγχειρήματος.



## Συμπεράσματα

Τα τελευταία χρόνια, στο πλαίσιο που διαμορφώθηκε λόγω της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα, έχουν πολλαπλασιαστεί οι συλλογικές πρωτοβουλίες που γεννιούνται με στόχο την έμπρακτη έκφραση κοινωνικής αλληλεγγύης. Με την πάροδο του χρόνου ορισμένες πρωτοβουλίες κλείνουν τον κύκλο τους και αδρανοποιούνται ενώ κάποιες μετεξελίσσονται σε τυπικούς φορείς.

Μέσα από την έρευνα περιπτώσεων πρωτοβουλιών αλληλεγγύης, οι οποίες εμφανίζουν σχετικό δυναμισμό και σταθερή λειτουργία, θελήσαμε να κατανοήσουμε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Σε μια προσπάθεια σκιαγράφησης της μεγάλης εικόνας για τις πρωτοβουλίες αυτές ενδιαφέρον προκαλεί η χωρική διάσταση της εμφάνισής τους. Ενώ υιοθετώντας μια «κοντινότερη» σκοπιά οι περιπτώσεις αυτές παρουσιάζουν ένα αξιοσημείωτο αποτύπωμα στο τοπικό επίπεδο. Παρότι βέβαια οι πρωτοβουλίες αυτές παραμένουν αποσπασματικές και δεν διαμορφώνουν αυτόματα μια πρόταση συνολικής πολιτικής για την τοπική ανάπτυξη, εμπεριέχουν στοιχεία που θα μπορούσαν να αποτελούν μέρος ενός γενικότερου εναλλακτικού σχεδιασμού.

Συνοψίζοντας, ο καταλυτικός ρόλος που παίζει η παρούσα συγκυρία στην εμφάνιση όλων αυτών των εγχειρημάτων δημιουργεί ένα ιδιόμορφο οικοσύστημα, το οποίο απελευθερώνει κοινωνικές δυνάμεις. Δυνάμεις που μπορούν συμβάλουν στο μετριασμό των επιπτώσεων της κρίσης σε μεγάλο μέρος της κοινωνίας και στη δημιουργία ενός δικτύου προστασίας για τις ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού.

